



العمل الإذاعي وتأثيره على سلوك المتلقي - في إطار نظريتي الغرس الثقافي والاستخدامات والإشباع
Radio Broadcasting and Its Impact on Audience Behavior - Within the Framework of Cultivation
Theory and Uses and Gratifications Theory

بلخلفة صفية*¹ ، بعلي محمد سعيد²

¹ جامعة مستغانم (الجزائر)، safia.belkhelfa.etu@univ-mosta.dz

مخبر الدراسات الاعلامية والاتصالية وتحليل الخطاب،

² جامعة مستغانم (الجزائر)، docbaalisaid@gmail.com

مخبر الدراسات الاعلامية والاتصالية وتحليل الخطاب،

تاريخ النشر: 2025/03/31

تاريخ القبول: 2025/03/21

تاريخ الاستلام: 2024/07/28

DOI: 10.53284/2120-012-001-013

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن تأثير العمل الإذاعي على سلوك المتلقي وذلك من منطلق نظريتي الاستخدامات والإشباع ونظرية الغرس الثقافي، من خلال معرفة طبيعة العلاقة بين العمل الإذاعي بالخلفيات النظرية وكيفية مساهمة المضمون الإعلامي في التأثير على سلوكيات المستمع بشقيها المعنوي والمادي. وقد تمثلت مشكلة الدراسة في الإجابة عن التساؤل الرئيس المتمثل في: كيف يؤثر العمل الإذاعي على سلوك المتلقي؟ وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها أن العمل الإذاعي يؤثر على سلوك المتلقي بصفة مباشرة أو غير مباشرة، كما أن الخلفية النظرية لها صلة وتأثير بالعمل الإذاعي كون أن المضامين الإعلامية تجسد مبادئ الخلفيات النظرية من خلال ما تعرضه. كلمات مفتاحية: العمل الإذاعي، التأثير، سلوك، المتلقي، المضامين الإعلامية.

Abstract:

The aim of this study was to uncover the impact of radio broadcasting on the behavior of the audience, from the perspective of the Uses and Gratifications Theory and the Cultivation Theory. This was done by understanding the nature of the relationship between radio broadcasting and theoretical backgrounds, and how media content contributes to influencing the listeners' behaviors, both morally and materially. The research problem was embodied in answering the main question: How does radio broadcasting affect the audience's behavior?

The study concluded with several findings, including that radio broadcasting affects the audience's behavior directly or indirectly. Additionally, the theoretical background is related to and influences radio broadcasting since media content embodies the principles of the theoretical backgrounds through what it presents.

Keywords: radio broadcasting, impact, behavior, audience, media content.



1. مقدمة:

يعتبر الإعلام أحد وسائل التنشئة الاجتماعية للفرد والمجتمع على حد سواء، وذلك انطلاقاً من الوظائف الاتصالية التي يسعى إلى تحقيقها والحاجات والدوافع التي يعمل على إشباعها لدى المتلقي. وفي ظل التحولات والتطورات التكنولوجية التي شهدها مجال الاتصال والنظم الرقمية أصبح من الضروري على الإذاعة أن تقوم بتكيف برامجها ومضامينها طبقاً لهذه المتغيرات من جهة واحتياجات جمهورها الذي يميل إلى متابعتها من جهة أخرى.

في خضم العولمة، أصبحت الإذاعة تعيش تحديات بارزة فرضت عليها مواكبة هذه التغيرات الحديثة حتى تحافظ على مكانتها في الوسط الإعلامي وجمهورها الذي تغيرت أنماط سلوك المتلقي عنده بفعل العوامل التكنولوجية، وذلك من خلال إدراج التقنيات والاليات الالكترونية الحديثة ضمن نطاقها العملي والمهني الذي يخص البرامج والقائمين عليها وكذا ضرورة استخدام النظم السمعية المعاصرة في العملية الإنتاجية والإخراجية التي تبرز من خلال معالجة المواضيع والقضايا التي تستقطب جمهور المستمعين.

إن تأثير العمل الإذاعي على الجمهور يعد من أهم الإشكاليات التي عمل الجانب النظري على دراستها وتحليلها وتفسيرها، ولعل من أبرز النظريات البحثية التي عالجت موضوع العمل الإذاعي وتأثيره على سلوك المتلقي هما نظريتي الغرس الثقافي والاستخدامات والإشباع، حيث اهتمت الأولى بدراسة الجانب السلوكي الثقافي نتيجة تعرض المتلقي المستمر للمضامين التي تؤثر عليه وتجعله يتبنى سلوكيات وثقافات دخيلة عليه. أما الثانية فقد تناولت دراسة كيفية استخدام الجمهور للوسيلة الإعلامية انطلاقاً من كونه عنصر فعال في انتقاء وتلقي المحتويات الإعلامية.

2. الإشكالية:

أدى التطور التكنولوجي إلى ظهور وسائل الإعلام المختلفة من وسائل سمعية، وبصرية إلى مسموعة حيث تعد الإذاعة من أهم وسائل الإعلام والأكثر رواجاً نظراً لسهولة التعامل بينها وبين مستمعها، إذ تشتمل على شبكة برمجية تسعى لاستقطاب متابعيها وذلك من خلال تثقيفه وتوعيته في شتى الميادين وطرح القضايا التي تهتمه ومحاولة لإيجاد حلول التي من شأنها تغيير أو تعديل سلوكه طبقاً لمتغيرات العصر ودون التخلي عن القيم الاجتماعية والأخلاقية المتعارف عليها.

بما أن الإذاعة كانت محل أنظار الباحثين في حقل علوم الإعلام والاتصال، مما دفعهم لإجراء بعض الدراسات البحثية التي اهتمت بتحليل أداء القائم بالاتصال وتأثيره على سلوك المتلقي، وانطلاقاً من هنا تظهر ضرورة معالجة هذا الموضوع الذي يخص العمل الإذاعي وتأثيره على سلوك المتلقي في ضوء نظريتي الغرس الثقافي والاستخدامات والإشباع.

إن الجمهور المستمع له علاقة مباشرة مع الإذاعة تجعله يتأثر بما تعرضه من محتويات وقضايا ذات صلة به، وبالمجتمع. وعلى هذا الأساس يمكننا طرح سؤال الإشكالية الآتي: كيف يؤثر العمل الإذاعي على سلوك المتلقي؟

ويتفرع عن سؤال الإشكالية التساؤلات الفرعية الآتية: ما العلاقة بين العمل الإذاعي والخلفيات النظرية؟ كيف يمكن تفسير وظائف الإذاعة في إطار نظريتي الغرس الثقافي والاستخدامات والإشباع؟



3. المدخل المفاهيمي للإذاعة:

1.3 التأثير:

يعرف ابن منظور: (أثر: بقية الشيء، والجمع آثار وأثور. وخرجت في أثره أي بعده، والتأثير: إبقاء الأثر في الشيء. وأثر في الشيء: ترك فيه أثراً). (منظور، 1994، صفحة 42)

في حين يرى الجرجاني: (الأثر: له ثلاثة معانٍ: الأول: بمعنى النتيجة، وهو الحاصل من الشيء، والثاني: بمعنى العلامة، والثالث: بمعنى الجزء). (الجرجاني، 1983، صفحة 11)

أما اصطلاحاً فالتأثير: هو إضافة حالة نفسية تم إنتاجها عن طريق إضافة أفكار جديدة لدى المتلقين، تقوم بجعلهم عند تحركهم مدفوعين بهذه الحالة النفسية، وبمجموعة من الأفكار والمعلومات التي لديهم، وهذه الحالة النفسية أدوار كبيرة جداً، فهي أساسية في تغيير سلوكيات الفرد أو مجموعة من الأفراد لمدة محددة في اتجاه معين، ويتم الملاحظة في هذا التعريف أنه يقوم بالتركيز على إضافة الأفكار، بينما التأثير قد يكون عن طريق الصقل والإرشاد إلى الأفكار الموجودة سابقاً عند الفرد. التأثير يكون بسبب نتيجة التفاعلات الاجتماعية بين سببين، وهما المؤثر والمتأثر، بحيث يقوم بإنتاج ردة فعل معين عند المؤثر، ويتم الملاحظة في هذا التعريف أن التأثير يحتاج لحصوله إلى تفاعل بين المؤثر والمتأثر. (ديمة الشاعر، 2009، ص 05)

وفي الجانب الإعلامي، فالتأثير: هو العملية التي يتم من خلالها تغيير أو تعديل سلوكيات وأفكار الجمهور وجلبه نحو تبني قيم ومبادئ محددة، والتأثير في العمل الإذاعي يكون من خلال عرض المضامين لها أثر على المستمعين كونها تمس قضاياهم وشؤونهم مما يدفعه بطريقة قصدية أو غير قصدية بتأثر بهذه المضامين، وعليه فعملية التأثير تستوجب وجود ثلاث عناصر: المتأثر هو الجمهور، والأثر الذي يتجسد في سلوك المتلقي، المؤثر هو الوسيلة الإعلامية والمضمون بحد ذاته.

2.3 السلوك:

لغة: السلوك بالضم مصدر سَلَكَ، وهو يعني سيرة الإنسان وتصرفاته.

اصطلاحاً يعرف السلوك وفق الباحث الغزالي بأنه "استجابة أو ردود فعل للفرد، ولا يتضمن الأفعال هنا فقط الاستجابات والحركات الجسمية والعضوية، بل تشمل أيضاً العبارات اللفظية (السلوك اللفظي) والخيارات الذاتية (القائمة على السلوك الإدراكي والعقلي)". (الغرياي، 2019)

فيما يأتي تعريف السلوك للباحث أحمد عزت راجح بأنه "كل ما يفعله الإنسان ظاهراً أم غير ظاهر، وينظر إلى البيئة على أنها كل ما يؤثر في السلوك، فالسلوك إذن هو عبارة عن مجموعة من الاستجابات، وإلى البيئة على أنها مجموعة من المثيرات." (عزت، 1968، صفحة 12)

فالسلوك هو عبارة عن مجموعة من التصرفات التي تصدر عن الأشخاص وقد تكون إيجابية أو سلبية وتظهر هذه السلوكيات بنوعين لفظي أو غير لفظي وهي تشمل الإيماءات، طريقة الكلام، المبادئ والقيم، الأفكار، الثقافات إلى غير ذلك.



وعليه، فالسلوك عموماً عند مستمعي الإذاعة يظهر من خلال متابعتهم للبرامج والمضامين التي تتولد عنها أثار في شخصية المستمع التي تترجم فيما بعد إلى مجموعة من السلوكات.

3.3 المتلقي:

يشتق مفهوم المتلقي من الفعل اللاتيني Recipere بمعنى تلقى واستقبل، فهو مفهوم حديث نسبياً في الخطاب النقدي، تبنته نظرية التلقي الألمانية التي ركزت على البعد التاريخي لعملية التلقي واستخدمه المنظرون الأنجلوساكسونيون في المجال اللغوي والإعلامي وفي حقل الفنون في مرحلة لاحقة (مخلوف بوكروح، 2011، صفحة، ص25)

ومنها فالمتلقي بالنسبة لوسائل الإعلام هو الجمهور الذي يتعرض ويتلقى المضامين الإعلامية سواء كانت مكتوبة، مسموعة، سمعية بصرية، ومتعددة الوسائط، والمتلقي في الإذاعة هو المستمع الذي يتابع المواد الإذاعية على اختلافها.

4.3 الإعلام السمعي:

إن الحديث عن الإعلام السمعي يقودنا أولاً لتقديم تعريف حول وسائل الإعلام وأنواعها، فوسائل الإعلام : هي "كل وسيلة اتصال غير الشخصية التي عن طريقها تنقل كل المعلومات السمعية البصرية بشكل مباشر إلى الجماهير العريضة و هي الأدوات المستخدمة في الاتصال مع الجماهير، وهذا التعريف يتضمن جانبين الأول متصل بالوسائل الفنية والاتصال والثاني متصل بالجمهور". (العبد و شين، 2014).

وردت عدة تعاريف للإعلام السمعي أو الإذاعة منها تعريف فضيل دليو الذي يرى أنها كل ما يثبت عن طريق الأثير باستعمال موجات كهرومغناطيسية لها القدرة على تخطي الحواجز السياسية والجغرافية وربط مستمعيها برباط مباشر وسريع . (دليو، 1998)

كما تعرف أنها "إحدى وسائل الاتصال بالجماهير تقوم على نقل الأصوات لاسلكياً بعد تحويلها إلى موجات كهربية عن طريق محطات ، و هي تنظم برامج متنوعة تهم مختلف فئات المجتمع، كما ورد أيضاً لفظ الراديو و يعني نقل الأخبار و البرامج الترفيهية والتثقيفية ما إلى ذلك إلى الجمهور عن طريق موجات يستمع إليها عن طريق جهاز الاستقبال".

يدل لفظ الإذاعة في جميع اللغات إذاعة الكلام والموسيقى والمعلومات عن طريق الصوت إلى المستمع الذي يبعد عن المرسل بالمئات من الكيلومترات ، فينقلون له صور صوتية للأحداث وقت حدوثها . (الهاشمي، 2004، صفحة 134)

و من هذا يمكن القول أن الإذاعة أحد وسائل الإعلام الجماهيرية التي تعتمد على الكلمة المسموعة بالدرجة الأولى في بث برامجها المختلفة التي تستقطب مختلف شرائح المجتمع .

وعليه، فإن العمل الإذاعي هو كل وظيفة وأداء تقوم به الإذاعة في إطار معين ووفق أسس وقواعد فنية محددة تتضمن مواد إعلامية مختلفة لها أهدافها وجمهورها وعمالها المتخصصون.

وقد صنف الباحثون الإذاعة إلى الأصناف التالية :

- الإذاعة الدولية : ويقصد بها تلك الإذاعات التي توجه برامجها من دولة إلى أخرى ويصل إرسالها إلى مختلف أنحاء العالم أي أنها لا توجه للجمهور المحلي بل للغير بلغات الشعوب المستهدفة من طرف الإذاعة ووفقاً للزمن التي يتوافق مع تلك الشعوب



انطلاقاً من مخططة الدولة ضمن سياستها الإعلامية و يطلق عليها أيضا في بعض الدول العربية الإذاعة الموجهة ولها عدة مهام يمكن تلخيصها كالتالي :

- تعزيز التفاهم الدولي .
- سرد و عرض الأخبار العالمية .
- شرح و تفسير وجهات نظر و آراء الدولة تجاه مختلف المشاكل و القضايا الدولية .
- العمل على تحسين و توطيد الروابط و العلاقات بين الشعوب . (الهاشمي، 2004، الصفحات 133-135)
- الإذاعة الإقليمية: يرى عبد الحميد شطري أن هناك خلط و عدم تمييز بين الإذاعات الإقليمية و الإذاعات المحلية فيعرفها أنها كل إذاعة تخاطب جمهور ينتمي إلى نطاق إقليمي معين، يتضمن مجموعة من الدول لها نفس الخصائص إما الجغرافية أو الدينية أو الثقافية.
- الإذاعة المركزية : هي إذاعة تبث برامجها من عاصمة الدولة و تتميز بقوة بثها و قدرتها في التغطية، فتقدم في برامجها ما يهم غالبية المواطنين على اختلاف اهتماماتهم. (دواجي، 2017)
- الإذاعة المحلية: تسمى أيضا الإذاعة المجتمعية أو الجهوية هي إذاعة لها مستمعين محددين يعيشون في مجتمع معين تخاطبهم و تبث برامجها لمجتمع له مصالحه و ارتباطاته الاجتماعية و تراثه الفكري و عاداته و تقاليده . (الشاري، 2010) .

4. علاقة العمل الإذاعي بالخلفيات النظرية:

يعد حقل علوم الإعلام والاتصال حقلا واسعا باعتباره يعالج أليات ووظائف وسائل الإعلام والاتصال على اختلافها بموجب خلفيات نظرية التي تختلف في مجملها، فمنها من يدرس القوائم بالاتصال ومنها من يدرس جمهور هذه الوسائل. وعليه فإن الإعلام السمعي يندرج ضمن وسائل الإعلام الساخنة فقد اهتم بها الباحثون وكانت مجالا للدراسة بمختلف جوانبها، ولعل من أبرز النظريات التي تطرقت لدراسة العمل الإذاعي وتأثيره على سلوك المتلقي، من أهمها مايلي:

1.4 نظرية الغرس الثقافي:

تأسست نظرية الغرس الثقافي على يد الباحث جورج جارن في الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1970، حيث اهتمت بدراسة تأثيرات وسائل الاعلام التراكمية نتيجة التعرض المستمر لوسائل الاعلام، وتعد هذه النظرية من بين نظريات التأثير البعيد المدى، حيث أنها عرفت العديد من التطورات فيما بعد على يد مجموعة من الباحثين لاري جوردن الذين قاموا بمشروع بحثي شامل تحت عنوان المؤشرات الثقافية. (فريج إلهام، 2004، صفحة 86)

وعليه يعرف مفهوم الغرس من خلال هذا المنظور على أنه عملية زرع وتنمية مكونات نفسية تقوم بها مصادر المعلومات للمتلقى. وحسب منظور تايلور الثقافة هي كل القيم والمعتقدات والأخلاقيات والمبادئ، وكل أنماط السلوك المتعارف عليها. فهي تركز على التعرض المستمر الذي يشكل عند المتلقي تراكمات تجعله يتأثرو ويتبنى سلوكيات والثقافات التي يتعرض لها.



ومن هنا، فإن المتلقي للإذاعة يجد نفسه يكتسب مجموعة من القيم والمعتقدات الاجتماعية السائدة والدخيلة عنه. وذلك من خلال تعرضه للبرامج والمضامين التي تقوم الإذاعة بمرمجتها وبثها طبقاً لمجموعة من الأسس والمعايير، فتكون بذلك الموجه الرئيسي والمؤثر الفعلي على سلوكيات الجمهور. ومن بين هذه الأسس: (عمرو محمد، 2022، ص498)

1. التكرار: يبرز ذلك من خلال إعادة بث مجموعة من البرامج الإذاعية والمضامين عدة مرات وفي فترات زمنية مختلفة بهدف إستقطاب قاعدة جماهيرية جديدة من جهة، ومحاولة ترسيخ وتثبيت هذه الأخيرة لدى متابعيها. وقد ينشأ نتيجة هذه العملية عدة تأثيرات ظاهرية وباطنية غير محدودة على المتلقي، تظهر من خلال سلوكياته وأساليب تفكيره.
2. التعرض المستمر والتراكمي: يتجلى هذا من خلال المتابعة الدائمة لمضمون أو برنامج معين عبر إذاعة أو مجموعة من الإذاعات المختلفة، حيث يبرز ذلك في المتابعة المقصودة لموضوعات أو قضايا محددة تشكل لهم تصورات ورؤى عن العالم المحيط بهم. كما تجعلهم يتأثرون بها مما يؤدي إلى ترسيخ وتبني قيم وسلوكيات معينة.

2.4 نظرية الاستخدامات والاشباع:

تعد نظرية الاستخدامات والاشباع من أهم النظريات التأثير بعيد المدى، حيث اهتمت بدراسة جمهور وسائل الإعلام وكيفية متابعته للمضامين الإعلامية، على عكس نظريات التأثير الأخرى التي درست تأثيرات التي يخلقها القائم بالاتصال على المتلقي. ووفقاً لهذا النموذج فإن الجمهور فعال في انتقاء ومتابعة المواد الإعلامية طبقاً لأنماط الدوافع والحاجات الفردية، كون أن المتلقي يرى في وسائل الإعلام المنفذ الذي يلي مولاته ورغباته النفسية والمعرفية والاجتماعية من خلال ثلاث مستويات أساسية تتمثل في التعرض الانتقائي، الإدراك الانتقائي، والتذكر الانتقائي.

وعلى هذا الأساس، فالإذاعة تعد من بين وسائل الإعلام الجماهيرية التي تستقطب قاعدة جماهيرية تسعى إلى تلقي مضامينها طبقاً لمجموعة من الدوافع والحاجات، حيث تقوم هذه الوسيلة بتسطير رزنامة من البرامج وفق شبكة برامجية محددة ذات معايير وقيم مضبوطة مع عرض موضوعات وقضايا تتماشى وطبيعة واهتمامات المستمعين.

ولعل من بين المفاهيم الرئيسية التي تبنى عليها نظرية الاستخدامات والاشباع والتي لها علاقة مباشرة مع العمل الإذاعي وتأثيره على سلوك المتلقي مايلي: (مصطفى علي، 2019، ص42)

- الاستخدام: يشير الباحث عبد الوهاب بوخونفة إلى أن مفهوم الاستخدام يقتضي أولاً الوصول إلى التقنية والوسيلة بمعنى أن تكون متوفرة مادياً، ثم يأتي بعد ذلك العوامل الاجتماعية والفردية التي تعمل على تشجيع الاستخدام أو إعاقته، وعليه تبرز عملية الاستخدام للإذاعة انطلاقاً من المتغيرات الحاصلة في العمل الإذاعي في ظل البيئة الرقمية التي مكنت هذه الوسيلة من تفعيل نشاطها وتوسيع قاعدتها الجماهيرية لاسيما وأن الجمهور يميل لاستخدام الأليات التكنولوجية أكثر من التقليدية خاصة وأنها تسعى إلى تلبية حاجاته واهتماماته والتأثير على سلوكياته.
- الحاجة والدافع: ترتبط بعدة عوامل سيكولوجية وسوسيولوجية والتي لها علاقة بظروف الأفراد، فالحاجة تنشأ من خلال الشعور بالنقص أو الحرمان من شيء ما، أما العامل أو السبب الذي يسعى الفرد إلى تحقيقه والبحث عنه ومحاولة إكتشافه وإيجاد الحل له. وعليه، فإن الحاجة تؤثر في الدافع وتكون محرك ومفعول له.



ومن خلال ذلك، فالجمهور يقوم بمتابعة الإذاعة حسب خصوصيته وتزامنا مع حاجاته ودوافعه التي يبحث عن إشباعها، ويبرز ذلك بموجب استماعه لمجموعة من البرامج والمضامين الإذاعية التي لها علاقة به وتهدف لتوعيته وثقيفه وتعديل سلوكه وترقية مستواه الفكري والأخلاقي والاجتماعي.

- الإشباع: ويظهر جليا من خلال إرضاء الرغبة أو بلوغ هدف ما، فالإشباع يختلف حسب نوع الوسيلة الإعلامية وطبيعة المضمون المتناول. فمستمعي الإذاعة من خلال متابعتهم لها يميلون إلى اختيار مواد سمعية معينة على حساب الأخرى بهدف إشباع رغباتهم وميولاتهم، والتي تتحقق من خلال جملة من الإشباعات: النفسية، المعرفية، السلوكية.
- 5. خصائص الإذاعة ووظائفها:

- إن الإذاعة باعتبارها وسيلة إعلامية سمعية فهي تتميز عن غيرها من المؤسسات الإعلامية الأخرى بمجموعة من الخصائص التي تجعل منها وسيلة اتصال جماهيرية ناجحة وفعالة في المجتمع وهي تتمثل في ما يلي: (محمد منير حجاب، 2008، ص 77)
- الفورية: فالإذاعة لها القدرة والسرعة في مواكبة الأحداث ومتابعة المستمرة لها بكل تفاصيلها ومستجداتها الفورية وذلك عكس التليفزيون الذي يحتاج إلى معدات وامكانيات متعددة لنقل الاخبار وهو نفس الشيء بالنسبة للصحف والمجلات التي تحتاج لوقت للتحرير والطبع والتوزيع فإن طبيعة الإذاعة الصوتية تمكن صحفيها من تغطية الحدث وإرساله مباشرة من مكانه وفور حدوثه.
- اللامحدودية: إن الإذاعة تتميز بالجماهيرية فهي تستقطب جميع الفئات والمستويات دون استثناء حيث أنها تتجاوز كل العوائق الجغرافيا والثقافية والتعليمية، انطلاقا من كونها تتسم بالسهولة والبساطة ولا تحتاج من الجمهور جهدا كبيرا في متابعة مضامينها، كما تمتاز بانخفاض تكاليف الإرسال والاستقبال مما يجعلها متاحة لدى مختلف الفئات الاجتماعية.
- الفعالية والتأثير: وذلك من خلال الاعتماد على الموسيقى وكذا المؤثرات الصوتية التي تكون لها علاقة بالموضوع والمحتوى الذي يتم بثه، بحيث أن هذه الأخيرة من شأنها أن تترك انطباع عند الجمهور المستمع وعليه فالإذاعة من الوسائل الإعلامية التي تساهم في تحسين شخصية الفرد ومستواه وبما أنها تهتم بالجانب الترفيهي ولا تعتمد على الصورة فهي لا تحتاج إلى تركيز أكبر من طرف الجمهور المتلقي أثناء التعرض لها. فالإذاعة لها القدرة على احتواء المستمع بشكل عميق وشخصي لأن فيها المتنفس والمعبر عن اهتماماته وميولاته كما أنها تمكنه من إثارة القوى الخيالية له من خلال رسم صورة نمطية عن ما يسمعه من أحداث وقدرتها على توحيد الشعور والأهداف والقيم بين المستمعين.
- وعموما تمتاز الإذاعة بالتبسيط والتفسير والتشويق وجذب انتباه الجماهير في عرض المعلومات والأفكار، كما أن أهم ما يميز الإعلام السمعي عن الوسائل الأخرى هو عنصر المشاركة من خلال السماح للمستمعين المشاركة الفعلية في البرامج وفتح مجال الحوار والنقاش ما يجعلها قادرة على التأثير والتغيير. (الهاشمي، 2004)

وفي إطار الدور الذي تؤديه الإذاعة كونها مؤسسة اقتصادية اجتماعية تساهم في بناء المجتمع، ولها دور فعال في خلق التواصل بين جميع المجالات والهيكل والمؤسسات في ما بينها من جهة ومع المواطنين من جهة أخرى، فإن لها مجموعة من الوظائف التي تقوم بها كوسيلة إعلامية جماهيرية لها علاقة مباشرة بالجمهور ومن هذه الوظائف الرئيسية نجد منها: (محمد منير حجاب، 2008، ص 77)



- الوظيفة الإخبارية :

وتظهر معالم هذه الوظيفة من خلال جمع ومعالجة ونقل مختلف الأخبار والحقائق ونشرها بأسلوب مختصر وموضوعي، كما تعرض مختلف الآراء وتساهم في بناء الحس النقدي لدى الجمهور وكذا زيادة الوعي الوطني اتجاه القضايا وما يحدث من تغيرات وما يسود في المجتمع من توجهات. (محمد منير حجاب، 2008، ص78)

كما تمتاز الإذاعة بالتغطية الإخبارية السريعة نتيجة سرعتها في نقل الأحداث الإخبارية ومتابعتها لحظة بلحظة نظرا لإمكانية وصولها إلى مكان الحدث . (الحطامي، 2015)

وهو ما تفسره نظرية الاستخدامات والاشباعات باعتبارها ترى بأن الجمهور فعلي ويستخدم الإذاعة لأهداف إخبارية بحيث أن ما تعرضه الإذاعة يندرج هذا ضمن إطار الخدمة العمومية وهو ما يؤثر على السلوك العام للمتلقي، ومن المنظور القانوني فإن الخدمة العمومية التي تقدمها وسائل الإعلام تتجلى من خلال نشاطها وهو ما تضمنه قانون الإعلام 2012 بموجب المادة 10 التي نص المشرع من خلالها على أن كل نشرية دورية للإعلام العام جهوية أو محلية "تخصص نسبة 50 بالمائة على الأقل من سماحتها التحريرية تتعلق بالمنطقة التي تغطيها"، أي أن يكون جوهر كل نشرية هو خدمة المواطن من خلال الإعلام الجوّاري".

كما نصت المادة 11 من القانون 04-14 المتعلق بالنشاط السمي البصري مجموعة من الفقرات التي يهدف مضمونها إلى تحقيق منفعة عامة وتقديم خدمة عمومية للمتلقي، حيث تضمنت الفقرة الأولى: تشجيع الحوار الديمقراطي وتنمية المبادلات الثقافية بين مختلف مناطق الوطن، وترقية قيم السلوك الحضاري والتسامح والمواطنة، نلاحظ من خلال هذه الفقرة أن المنفعة العامة تكون شاملة لكل مناطق الوطن، وتكون هذه الأخيرة ذات أولوية عن المصلحة الشخصية لاسيما بالنسبة للإعلام لكونه مؤسسة عمومية تستهدف جمهور واسع ومتنوع وبمختلف الفئات والمستويات.

- الوظيفة التعليمية والتربوية:

باعتبار أن الإذاعة إحدى أهم مؤسسات التنشئة الاجتماعية اليوم التي تلعب دور كبير في عملية التعليم فقد مكنت القضاء على بعض المشاكل التي يعاني منها المتدربون بالإضافة إلى تعليم المواطنين الذين لم يتمكنوا من الدراسة وعلى سبيل المثال تعليمهم اللغة العربية، فمن خلال المتابعة المستمرة للإذاعة تمكن العديد من المستمعين من تعلمها إلى جانب ذلك تسليط الضوء على النشاط المهني وهذا ببث برامج ومواد إذاعية لها علاقة بمجالات العمل وكل المستجدات المهنية وفي مختلف التخصصات وآخر الابتكارات التكنولوجية والتطورات العلمية والفكرية. (محمد منير حجاب، 2008، ص80)

زيادة على ذلك، فقد أصبحت الإذاعة تشارك في جميع العمليات الاجتماعية مثل التنشئة ونقل أنماط السلوك والقيم الاجتماعية والثقافية المتفق عليها فقد سمحت هذه الأخيرة للفرد من اكتساب قيم الجماعة التي ينتمي إليها من عادات وتقاليدها وغيرها من القيم الاجتماعية السائدة والمتوارثة عبر الأجيال وذلك لكونها همزة وصل بين الماضي والحاضر والمستقبل لاستخدامها أساليب لجذب انتباه المستمع وتثقيفه وتنمية مهاراته وقدراته وإثراء تجاربه .



- وظيفة نقل التراث الثقافي :

هي وظيفة تشارك فيها كل الوسائل الجماهيرية أين يتم نقل التراث من جيل لآخر، بحيث أنها تكسب أهميتها من حاجة كل مجتمع إليها في إحداث تطور آمن ومتوازن بكل أجياله المتعاقبة كما أنها تزيد من التآلف والتماسك بين أفراد المجتمع وتحافظ على عمليات التكيف الاجتماعي والتماثل والتوافق الثقافي.

في ظل العولمة التي نعيشها يمكن للمؤسسات الإعلامية العمومية أن تلعب دور بارزا في مساندة الثقافات الوطنية وترقيتها والحفاظ عليها من التلاشي نتيجة التوسع السريع للثقافات العالمية. وعليه فإن لها مسؤولية محاربة والقضاء على الثقافات الدخيلة والغريبة على المجتمع والمحافظة على القيم الثقافية المتعارف عليها والتي لها صلة بمعايير وأخلاقيات المحافظ والمسلم. (حدادي، 2018)

وتتداخل هذه الوظيفة مع نظرية الغرس الثقافي التي أولت إهتماما بالجانب الثقافي سواء كان مادي أو لا مادي، ومن هذا المنطلق فالإذاعة تخلق وترسخ سلوكات ثقافية لدى المتلقي التي تتجسد في حياته ومعاملاته اليومية وقد تنعكس إما إيجابا أو سلبا وذلك طبقا للمضمون الذي يتلقاه، وطبقا لقانون الإعلام 2012 بموجب المادة 05: "تساهم أنشطة الإعلام في الإستجابة لحاجات المواطن في مجال الإعلام والثقافة والتربية والترفيه والمعارف العلمية والتقنية"، وجاء في الفقرة الثانية للمادة 11 من القانون 04-14 المتعلق بالنشاط السمعي البصري: المساهمة في تنمية الابداع الفكري والفني وكذا اثراء المعارف الاقتصادية والاجتماعية والعلمية والتقنية. وهنا نلاحظ أن المشرع يركز على عملية التعليم والتثقيف والتي تعد من أساسيات الخدمة العمومية.

- الوظيفة الاعلانية :

فالاذاعة إلى جانب دورها الاجتماعي فإن لها وظيفة اقتصادية تتمثل في الإعلان عن المنتجات والسلع والترويج لها وتسويقها من خلال الومضات الاشهارية والحملات الاعلانية وكذا الدعاية للمؤسسات قصد التشهير بها وبخدماتها وجلب المستمعين لاقتناء المنتجات والتعامل معها.

حتى تتمكن الإذاعة من القيام بأدوارها لا بد أن يكون لها مدخول يغطي نفقاتها وذلك من خلال الاعتماد على الإعلانات كمصدر مالي شأن وسائل الإعلام الأخرى، ويكون ذلك وفق عقد متفق عليه بين الإذاعة والمؤسسة المنتجة. (وظائف وسائل الاعلام، 2020)

كما يمكن الإشارة إلى أن الإذاعة العمومية لا تحتاج بالضرورة إلى عقود مع المعلنين لتحصيل المداخيل، كونها تمول من مداخيل الخزينة العمومية وتستفيد من الباقات الاشهارية التي تقدمها الوكالة الوطنية للاشهار مع العلم أن هذه الومضات والحملات لا تكون ذات طابع تجاري فحسب وإنما قد تكون لها أهداف خدمتية بغرض إعلام المستمعين بمستجدات إخبارية أو معلوماتية تكون في شكل ومضة إخبارية وهو ما يظهر من خلال الخدمة العمومية على سبيل: الإعلان عن بداية التسجيلات في مركز التكوين المهني.

- وظيفة التسلية :

تعتبر التسلية من أهم الوظائف الأساسية للإذاعة حيث تقوم بالترفيه على مستمعها من خلال بث مضامين مسلية كالموسيقى والمسرحيات الإذاعية والبرامج الثقافية والتنافسية التي تلقى اهتمام ومتابعة عند الجمهور إلى جانب التغطية المستمرة للاحتفالات



الرسمية والمباريات ولا يكون ذلك إلا بمراعاة مجموعة من القواعد التي لها علاقة بخصوصية المؤسسة الإذاعية وسياستها من ناحية وكذا الفنون والقوالب الإعلامية من ناحية أخرى وهذا انطلاقاً من خصوصية المجتمع الذي تنشط فيه وطبيعة الجمهور المستهدف وثقافته وذلك لأن كل المواد الإذاعية التي لها طابع ترفيهي تبنى على أساس ميولات المستمعين ورغباتهم وأذواقهم وحسب الشبكة البرمجية المسطرة ولا تنجح الوظيفة الترفيهية إلا إذا كانت ذات أهداف أخلاقية وثقافية وقابلة لرفع مستوى المتابعين الثقافي.

بما أن الإذاعة أحد وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية التقليدية فهي تسعى من خلال شبكاتها البرمجية ومضامينها المختلفة إلى تحقيق جملة من الأهداف الاستراتيجية وذلك وفق لسياستها وخصوصيتها ومن أهم الأهداف العامة والمشاركة نجد ما يلي: (محمد منير حجاب، 2008، ص81)

- توظيف الإعلام لخدمة أهداف المجتمع والحفاظ على قيمه وعاداته وتقاليده وأخلاقياته ومراعاة المصلحة العامة من خلال تزويد جمهور المستمعين بالأخبار والمعلومات والحقائق التي تتعلق بهم و البيئة و المحيط الذي يعيشون فيه وربطهم بالبيئات الخارجية و اطلاعهم على ما يدور حولهم وكذا تقوية الروابط وترسيخ الوحدة الوطنية والحفاظ على المكاسب التاريخية والسلامة الاجتماعية وسيادة القانون والالتزام بالنصوص القانونية والدستورية التي تخص المجتمع عموماً والإذاعة خصوصاً، بالإضافة إلى نشر وتعميق المبادئ والمفاهيم الدينية والأخلاقية والحضارية والإنسانية، والعمل على تقديم الخدمات العامة التي من شأنها خدمة المواطن في كافة المستويات بدون إستثناء والتأكيد على التمسك بمبدأ الخدمة العمومية والمساواة بين أفراد المجتمع.

- الاهتمام بالجانب التعليمي والمهني وواقعهما ودورهما والحاجة لهما واسهامتهما في التنمية والتشجيع على الابداع ودعم المواهب والطاقات واعطائهم فرصة لتطويرها مع تقديم برامج تربوية والترويج بأسلوب راقى ذو ذوق رفيع وبعيد عن الابتذال من خلال مشاركة الجمهور حياتهم اليومية ومعايشة مشاكلهم ومعالجتها من خلال طرح هذه القضايا على المسؤولين والمختصين واعطائهم فرصة للتعبير عن آرائهم ومطالبهم ومنحهم إمكانية التواصل مع الجهات المعنية.

- متابعة مختلف الأحداث الاجتماعية والسياسية الهامة ومحاولة الحصول على الحقائق في أقصى وقت ممكن وعرضها على الجمهور بكل صدق وأمانة وموضوعية في وقتها المناسب من خلال التعريف بالثقافة الاجتماعية السائدة وخلق ثقافة مشتركة بعيداً عن التمييز العنصري، وكذا نقل التراث بكل ما فيه من عادات وتقاليده وأعراف متوارثة و المحافظة عليها، وزيادة على ذلك فإن دور الإذاعة يتجلى بوضوح من خلال ترقية سلوك الجمهور وبناء أفكار سوية من شأنها تعزيز الوعي للمتلقي والنهوض بسلوكه نحو الأحسن من خلال تبني ما هو متميز وتجنب ما هو رديء وغير قيم.

6. نماذج تحليلية حول علاقة العمل الإذاعي بنظريتي الغرس الثقافي ونظرية الاستخدامات والاشباع.

1.6 نموذج علاقة العمل الإذاعي بنظرية الغرس الثقافي:

تقوم نظرية الغرس على الفرض الرئيسي والذي يشير إلى أن الأفراد الذين يتعرضون لمشاهدة التلفزيون بدرجة كثيفة يكونون أكثر إدراكاً لتبني معتقدات عن الواقع الاجتماعي تتطابق مع الصور الذهنية والنماذج والأفكار التي يقدمها التلفزيون عن الواقع الواقعي، أكثر من ذوي المشاهدة المنخفضة. ومن هنا فإن الإذاعة واحدة من وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية التي تشترك مع



التلفزيون في العديد من المزايا باستثناء الصورة مما يجعلها تقوم بنفس الوظائف والأدوار. ولكن مع التطور التكنولوجي في المجال الإعلامي استطاعت الإذاعة القضاء على الحاجز والاختلاف الموجود بينها وبين التلفزيون من خلال توظيف تقنية البث المباشر مع استخدام الصور والفيديو عبر صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي. مما أهلها إلى جلب جمهور وفي للبرامج المقدمة له، وعليه يكون أكثر إدراكا لمحتواها وتأثيرها بها.

تكون رسائل التلفزيون نظاما ثقافيا متماسكا يعبر عن الاتجاه السائد، وبما أن التثقيف يعتبر من أهم الوظائف الأساسية للإذاعة فهي تركز على تسطير وبرمجة شبكة برمجية تتضمن مواد إذاعية ذات طابع ثقافي له علاقة بالفرد والمجتمع، ومرتبطة بالسياسة الإفتتاحية للإذاعة. على سبيل الذكر: تتمثل النسب المئوية للبرامج الثقافية والتربوية في الشبكة البرمجية الصيفية 2024 بإذاعة مستغانم بنسبة 17 بالمئة، منها: برنامج طبوع في كل ربوع، في ضيافة الملحون، جسور، مستغانم تاريخ وثرث.

يركز تحليل الغرس على تدعيم استقرار المجتمع وتجانسه، وبما أن الإذاعة تعد من مصادر التنشئة الاجتماعية فإن لها دور فعال في بناء الأسر وتوجيه سلوكياتهم وفق الأطر السوية. ولا يكون ذلك إلا من خلال بث مضامين تهدف إلى تدعيم البنى الاجتماعية والعمل على ترسيخ المبادئ والثقافات السلوكية التي تساهم في تعزيز وترقية مستوى الوعي لدى المتلقي، ويظهر ذلك من خلال مجموعة من البرامج التي تبث على مختلف إذاعات الوطن، على سبيل الذكر: تتمثل النسب المئوية للبرامج الاجتماعية في الشبكة البرمجية الصيفية 2024 بإذاعة مستغانم بنسبة 29 بالمئة، منها: برنامج نصف المجتمع، منكم وإليكم، للنقاش.

يركز تحليل الغرس على مساهمة التلفزيون في نقل الصور الذهنية على المدى البعيد، والإذاعة كنظير لتلفزيون تعمل على رسم صورة ذهنية عبر مؤثرات صوتية وومضات إخبارية تثير انتباه المتلقي وتوقظ خياله وتفتح له مجال لتفكير نحو هذه المضامين واسقاطها على حياته الشخصية. لاسيما وأن الإذاعة تعد واحدة من الوسائل الساخنة والتي تمكن الجمهور من تفعيل وتنشيط عقله على التفكير والابداع. ونتيجة لذلك قد يتأثر بهذه المضامين إما بالإيجاب أو السلب، وهو ما ينعكس على شخصيته وتبرز من خلال سلوكياته. ويظهر ذلك من خلال مجموعة من المواد الإذاعية مثل البرامج الدينية والاجتماعية والقانونية كبرنامج ذاكرة أمة، مدائح دينية.

2.6 نموذج علاقة العمل الإذاعي بنظرية الاستخدامات والإشباع:

تعتبر نظرية الاستخدامات من النظريات الأولى التي اهتمت بدراسة المتلقي وأبعاد اهتماماته، ومن أهم فرضياتها التي بنيت عليها، مايلي:

جمهور المتلقين هو جمهور نشط، وتحقق هذه الفرضية من خلال تفاعل جمهور الإذاعة مع المضامين سواء بمشاركته عبر الاتصالات الهاتفية في الحصص المباشرة التفاعلية أو بتعليقات ونشر البرامج التي يستمع إليها عبر مختلف المنصات الإلكترونية، كما أن له القدرة على توجيه الإذاعة نحو بث محتويات معينة تتوافق واحتياجاته فيكون بمثابة الموجه للعمل الإذاعي والحافز نحو تحسين الأداء وإنتاج برامج جديدة تواكب التحولات الاجتماعية والتكنولوجية وتساهم في بناء وترقية سلوكياته الفردية والاجتماعية.

ويظهر من خلال البرامج المباشرة كبرنامج شؤون أسرية في إذاعة مستغانم، وبرنامج جواهر في إذاعة غليزان، وبرنامج اسمعوني

في الإذاعة الوطنية الأولى.



الأفراد يستخدمون وسائل الإعلام لحل مشاكلهم فيما يتعلق بالبحث عن المعلومات والاتصال الاجتماعي والتعلم الاجتماعي، وانطلاقاً من هذه الفرضية فإن الإذاعة باعتبارها وسيلة إعلامية اتصالية جماهيرية واحدة من المصادر التي يركز عليها الجمهور بغرض الحصول على المعلومات والأخبار في شتى المجالات، وذلك قصد تلبية حاجاته الفكرية والمعلوماتية التي تخصه ويعنى بها لاسيما وأنه جزء من المجتمع، وكون أن أهم وظائف الإذاعة الإخباري همزة وصل بين البنى الاجتماعية والجمهور الذي يستخدمها كوسيلة لتواصل داخل محيطه. على سبيل المثال برنامج واجب الرد الذي يبث على إذاعة مستغانم، ويعنى بالوضعية الاجتماعية على المستوى المحلي. علماً أن النسبة المئوية للبرامج الإخبارية في الشبكة البرمجية الصيفية 2024 بإذاعة مستغانم تقدر بـ 22 بالمئة، كما ننوه أن البرامج الإخبارية في الشبكة الصيفية في الإذاعات ككل تكون منخفضة مقارنة مع البرامج الترفيهية والمنوعات.

يختار الأفراد من مضمون وسائل الإعلام ما يتناسب مع احتياجاتهم سواء كانت متعلقة بالمعلومات الأساسية أو التسلية أو التعليم، فالإذاعة تعتبر كمجال يستخدمه الجمهور لتلبية رغبات معينة تختلف من مجال إلى آخر، ومن فئة جماهيرية إلى أخرى، ويبرز ذلك من خلال الاستماع إلى المضامين التي تستهويهم وتعبّر عن حاجاتهم وتقدم لهم إضافات في حياتهم اليومية والاجتماعية وفقاً لأهدافهم ودوافعهم.

يملك أعضاء الجمهور المبادرة في تحقيق العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته، فالجمهور له دور فعال في إبداء رأيه حول ما تقدمه الإذاعة، حيث يكون استخدامه لها هو المؤشر الذي يدفعها إلى بناء شبكة برمجية وإنتاج مضامين من شأنها خدمة المتلقي ومراعاة اهتماماته وحاجاته وترقية سلوكياته التربوية، الفكرية، الثقافية، الاجتماعية مع الأخذ بعين الاعتبار المبادئ والقيم الفردية والاجتماعية والأخلاقية، فالجمهور يملك حرية انتقاء الوسيلة والمضمون الذي يتوافق مع دوافعه واهتماماته ويعمل على تسوية سلوكه بجميع نواحيه الاقتصادي، الأخلاقي، الصحي، الثقافي، التربوي، التوعوي.... إلخ.

7. خاتمة:

في الختام، نستنتج أن العمل في الإعلام السمي له تأثير فعال على سلوك المتلقي وأساليب التلقي مهما كانت طبيعة ونمط المضمون المقدم، حيث أنه يعمل من خلال شبكاته البرمجية المتنوعة على تجسيد وظائفه وأهدافه التي ترتبط بالجمهور وتسعى إلى تعزيز وعي المستمعين وترقية مستواهم السلوكي والثقافي الذي يظهر جلياً في حياة المتلقين من خلال تصرفاتهم ومعاملتهم مع الغير، لذلك فالإذاعة سلاح ذو حدين إما تكون بناءة أو هدامة باعتبار أن لها دور في رسم صورة إيجابية وترسيخ القيم العالية التي من شأنها تحسين سلوكيات المتلقي وتوجيهه نحو تبني الأفكار ورؤى التي تجعله فعال في المجتمع.

وفي ضوء نظريتي الغرس الثقافي والاستخدامات والإشباع فإن العمل الإذاعي استفاد من فرضيات هتين النظريتين كون أن الأولى لها توجه ثقافي الذي يرتبط بأحدى الوظائف الهامة للإذاعة، أما الثانية التي اهتمت بالجمهور والذي يعد من أهم العناصر الاتصالية الفعالة في الاتصال الجماهيري وكون أن الإذاعة هدفها الرئيس التعامل مع الجمهور وتوسيع قاعدتها الجماهيرية من خلال إنتاج مضامين وتكييفها طبقاً لحاجات جمهورها المستهدف بمختلف فئاته وهذا ما جاءت به نظرية الاستخدامات والإشباع التي ركزت على حاجات ودوافع الجمهور من جهة وتفاعله مع المضامين الإعلامية من جهة أخرى الذي يحفز الإذاعة على تحسين أدائها ومواكبة المتغيرات الحاصلة في أنماط سلوك هذا الأخير وذلك تزامناً مع التطورات الرقمية.



وفي ظل هذه المتغيرات يبقى السؤال المطروح: هل الإذاعة ستحافظ على خصوصيتها وأهدافها ومبادئها القيمية أم ستغير توجهها نتيجة لتأثيرها بالتكنولوجيا؟ وهل ستبقى موجهة للأفراد نحو السلوك الإيجابي أم ستؤدي به إلى تغيير توجهاته نحو العالم الآخر؟

8. قائمة المراجع:

1. ابن منظور، لسان العرب، (لبنان، دار صادر، 1994).
2. الجريدة الرسمية رقم 2 المؤرخة في 2012/01/15، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية .
3. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، القانون رقم 04-14 المؤرخ في 24 فبراير 2014 المتعلق بالنشاط السمعي البصري، العدد 16 ، 23 مارس 2014.
4. بوكروح، مخلوف، التلقي في الثقافة والإعلام، (القاهرة، دارالمقامات للنشر والتوزيع، 2011).
5. علي بن محمد السيد الشريف الجرحاني، معجم التعريفات، (مصر، دار الفضيلة، 1983).
6. مي العبد الله ، و عبد الكريم شين. المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، (الأردن، دار النهضة العربية، 2014).
7. فضيل دليو، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيري، (الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1998).
8. مجد هاشم الهاشمي، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري "مدخل إلى الاتصال وتقنياته الحديثة"، (عمان، دار اسامة للنشر والتوزيع، 2004).
9. طارق الشاري، الاعلام الاذاعي ، (الأردن، دار اسامة للنشر والتوزيع، 2010).
10. عبد الباسط محمد الحطامي، مقدمة في الاذاعة والتلفزيون، (عمان ، دار اسامة، 2015).
11. محمد منير حجاب، وسائل الاتصال...نشأتها وتطورها. (مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2008).
12. منال المزاهرة ، نظريات الاتصال، (عمان: دارالمسيرة للنشر والتوزيع، 2016).
13. راجح، أحمد عزت، أصول علم النفس، (القاهرة: دار الكاتب العربي للطباعة والنشر، 1968).
14. وردة حساين دواحي، الاذاعة المحلية و القيم الاسرية -اطروحة دكتوراه -، كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم ، الجزائر. 2017-2018.
15. بنت فريج الهام، وابن سعيد العوضي، اثر استخام الانترنت على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة السعودية، كلية التربية للاقتصاد المنزلي، محافظة جدة، 2017.
16. ديمة الشاعر، التأثير بالآخرين والعلاقات العامة، بحث مقدم لنيل درجة الدبلوم في العلاقات العامة، الجمعية الدولية للعلاقات العامة، الأكاديمية السورية الدولية، سوريا، 2009.
17. وليدة حدادي، الخدمة العمومية في الاعلام المحلي المسموع في الجزائر الواقع و المأمول. مجلة المنار للبحوث و الدراسات القانونية و السياسية، العدد 07، 2018.



18. مصطفى علي سيد عبد النبي، الاتجاهات الحديثة لنظرية الاستخدامات والإشباع، المجلة المصرية للدراسات المتخصصة، العدد 23، يوليو 2019.
19. عمرو محمد محمود عبد الحميد، الاتجاهات الحديثة لبحوث نظرت الاتصال الجماهيري في إطار بيئة الإعلام الرقمي دراسة تحليلية من المستوى الثاني، المجلة الدولية للإتصال الإجتماعي، المجلد 09 ، العدد 02، 2022.
20. الغزالي رشاد محمد الغرباوي، السلوك الإنساني .. الجزء الأول، أكاديمية بالعقل نبداً ..الجزء الأول، 2017، الرابط: <https://cutt.us/vr7ps>(20/03/2023)
21. وظائف وسائل الاعلام. (2020). موقع النجاح، تاريخ الاسترداد 15 مارس، 2024، الرابط <https://2u.pw/Q6woouw> : (03/12/2023)