PISSN : 2571-9904 - EISSN : 2602-7763

دور الإذاعات المحلية في نشر التوعية الغذائية
دراسة ميدانية على عينة من مستمعي برنامج "ألو دكتور" بإذاعة تبسة الجهوية

The Role of Local Radio Stations in Disseminating Nutritional Awareness
A Field Study on a Sample of Listeners of the "Hello Doctor" Program on Tebessa Regional Radio

وليد سعيدي.

جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي تبسة (الجزائر)، oualid.saidi@univ-tebessa.dz

تاريخ الاستلام: 23/ 05/ 2026 **تاريخ القبول**: 28/ 07/ 2026 **تاريخ النشر**: 31/ 07/ 2026

ملخص:

تهدف الدراسة إلى معرفة كيفية مساهمة الإذاعة المحلية في نشر التوعية الغذائية لدى الجمهور المحلي، انطلاقا من التساؤل الرئيسي: كيف تسهم إذاعة تبسة الجهوية من خلال برنامج "ألو دكتور" في نشر التوعية الغذائية لدى الجمهور المحلي ؟

واعتمدنا على المنهج الوصفي باستخدام استبيان شمل 143 مستمع للبرنامج، عن طريق اختيار عينة قصدية، وأهم نتائج الدراسة أن البرنامج يتمتع بجمهور متابع منتظم، يتابع البرنامج عن طريق فيسبوك، وهيمنت المواضيع الوقائية على اهتماماته، ويقدم البرنامج محتوى موثوق يلبي احتياجات جمهوره، وأثر إيجابا على سلوكهم وتغيير عاداتهم الغذائية.

الكلمات المفتاحية: الاتصال الصحي؛ الإذاعة؛ الإعلام الغذائي؛ التوعية الغذائية؛ الجمهور المحلي.

Abstract:

The study aims to examine how local radio contributes to promoting nutritional awareness among the local audience, based on the following main research question: *How does Radio Tébessa Régionale, through the program "Allo Doctor," contribute to disseminating nutritional awareness among the local audience?*

The study adopted the descriptive method using a questionnaire administered to 143 listeners of the program through purposive sampling. The main findings revealed that the program enjoys a regular audience that follows it mainly through Facebook. Preventive topics were found to dominate the audience's interests. In addition, the program provides reliable content that meets the needs of its audience and has positively influenced listeners' behavior by improving their dietary habits.

Keywords: *Health Communication; Radio Broadcasting; Nutritional Media; Nutritional Awareness; Local Audience.*

I. مقدمة

تعد وسائل الإعلام بمختلف أنواعها أداة رئيسية في توعية الجمهور وتثقيفه حول قضايا الصحة والتغذية، خاصة في ظل التحولات الاجتماعية والاقتصادية التي جعلت من السلوك الغذائي عاملا مباشرا في انتشار العديد من الأمراض المزمنة مثل السمنة والسكري وارتفاع ضغط الدم.

ورغم التطور التكنولوجي وظهور الوسائط الحديثة، لا تزال الإذاعة تحتفظ بمكانتها بين الجمهور، خصوصا في البيئات المحلية التي تتسم بالبساطة والانفتاح المحدود على الإعلام الرقمي.

في هذا السياق، تلعب إذاعة تبسة الجهوية دورا بارزا في تقديم مضامين تثقيفية وصحية للمجتمع، من خلال برامج متنوعة، من أبرزها برنامج "ألو دكتور" الذي يخصص جزءا مهما من حلقاته لمواضيع الصحة الغذائية.

لذلك جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على الدور الذي يؤديه البرنامج في نشر الوعي الغذائي لدى جمهور المستمعين في المنطقة.

1. إشكالية الدراسة:

في ظل التزايد الملحوظ للأمراض المرتبطة بسوء التغذية ونقص الوعي الصحي لدى فئات من المجتمع، تبرز أهمية وسائل الإعلام - التقليدية منها والحديثة - في توجيه الجمهور نحو سلوك غذائي سليم، وتعد الإذاعة وسيلة فعالة في الوصول إلى جمهور واسع، وتعد الاذاعات المحلية ركيزة أساسية في تحقيق التواصل المجتمعي ونشر الوعي في قضايا متنوعة، لاسيما في المجال الغذائي والصحي، حيث تمتاز بقدرتها على مخاطبة شرائح المجتمع المختلفة بلغة ميسرة وضمن سياقها المحلي، مما يعزز من فرص الوصول والتأثير، وهو ما يؤدي إلى الحديث عن مدى فعاليتها الفعلية وقدرتها على ترجمة هذه الإمكانات إلى برامج تسهم في تغيير السلوكيات والمعارف لدى الجمهور، خاصة عندما يتعلق الأمر بموضوع حيوي وحساس مثل التوعية الغذائية، ومن هنا تطرح هذه الدراسة تساؤلا رئيسيا يتمثل في: كيف تسهم إذاعة تبسة الجهوية من خلال برنامج "ألو دكتور" في نشر التوعية الغذائية لدى الجمهور المحلي؟

ويتفرع عن التساؤل الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية هي:

- ما طبيعة المواضيع الغذائية التي يتناولها برنامج "ألو دكتور"؟
- ما مدى متابعة الجمهور للبرنامج واهتمامهم بمحتواه الغذائي؟
- ما درجة استفادة المستمعين من المعلومات الغذائية المقدمة؟
- هل أسهم البرنامج في تعديل السلوك الغذائي لدى المستمعين؟

2. أهمية الدراسة: تتضح أهمية الدراسة في:

- إبراز الدور التوعوي للإذاعة المحلية في المجال الغذائي والصحي.
- تسليط الضوء على تجربة إعلامية محلية (إذاعة تبسة الجهوية) تعنى بالوعي الغذائي.
- المساهمة في تقييم فاعلية البرامج الإذاعية في تغيير السلوك الغذائي.

3. أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى ما يلي:

- تحديد مدى متابعة الجمهور لبرنامج "ألو دكتور".
- التعرف على طبيعة الرسائل الغذائية التي يقدمها البرنامج.
- قياس مستوى الوعي الغذائي لدى المستمعين بعد متابعة البرنامج.
- تحليل آليات التأثير والإقناع المستخدمة في البرنامج.

4. تحديد أهم المفاهيم:

1.4 الإذاعة المحلية: هي جهاز إعلامي يقوم على خدمة المجتمع المحلي، تبث برامجها من أجل مخاطبة مجتمع خاص محدود العدد يعيش فوق أرض محدودة المساحة، مجتمع متجانس من الناحية الاقتصادية والناحية الثقافية والاجتماعية، وتتفاعل مع المجتمع، وتقدم له الخدمات التي هو بحاجة إليها، وجمهورها المستهدف هم أفراد المجتمع المحلي (شكري، 1987).

2.4 التوعية الغذائية: يقصد بها المعلومات والمعارف والمفاهيم الغذائية الصحية التي تساعد في تكوين اتجاهات إيجابية نحو اتخاذ السلوك الصحي اليومي (عبد المنعم وآخرون، 2020).

3.4 البرنامج الإذاعي "ألو دكتور": برنامج أسبوعي يبث عبر أثير اذاعة تبسة الجهوية يتضمن استشارات ونصائح طبية حول مختلف المواضيع بما فيها التغذية، الأمراض المزمنة، ..إلخ.

4.4 الاتصال الصحي: هو تلك الجهود والأنشطة الاتصالية التي تستهدف نشر المعلومات الصحية وتطوير المعرفة بشأن قضايا الصحة العامة والتوعية بالسلوكيات الصحية السليمة الواجب اتباعها للحفاظ على صحة المجتمع وأفراده والإقناع بتبنيها والالتزام بها(رضوان، 2020).

5.4 الإعلام الغذائي: يقصد به أي نوع من الوسائط والمحتوى الذي يتمحور حول الغذاء على أي منصة، سواء كتب الطبخ المطبوعة أو المجلات وصولا إلى المنشورات ومقاطع الفيديو عبر منصات التواصل الاجتماعي بما فيها فيسبوك(Decorte, Teunissen, Cuykx, Poels, Smits, Pabian, van Royen, Qutteina & Charlotte De Backer, 2022)

II. الطرق والأدوات

1. مجتمع الدراسة

لدراسة أي موضوع يجب اختيار مجتمع البحث المناسب، وعندما يقوم الباحث بتحديد مجتمع دراسته بدقة، يبقى عليه اختيار مفردات بحثه، ويعد حجم البحث المحدد الاساسي لأسلوب الدراسة، ونوع العينة المناسبة وحجمها (سابق، 2023)، ويتمثل مجتمع الدراسة في جميع المفردات التي يدرسها الباحث، سواء كانت جمهورا أو موادا إعلامية، وعلى هذا الأساس لابد من التعرف على ما يحتويه مجتمع البحث من مفردات إلى جانب التعرف على تكوينه الداخلي تعرفا دقيقا، لأنه أساس نجاح اختيار العينة (بن مرسلي،2003).

يتكون مجتمع الدراسة من جميع مستمعي إذاعة تبسة الجهوية، الذين يتابعون برامجها بانتظام، ويُقدّر عددهم بالآلاف داخل ولاية تبسة وضواحيها، مع تنوعهم من حيث الجنس (ذكور وإناث)، الفئات العمرية (من 18 إلى أكثر من 60 سنة)، المستوى التعليمي (ثانوي، جامعي، مهني)، المهنة (طلبة، موظفون، ربات بيوت، متقاعدون،....)، وذلك خلال الفترة الممتدة من 01 أكتوبر 2025 إلى غاية 01 نوفمبر 2025.

2. عينة الدراسة

يجب عرض هذه الطرق والأدوات بدقة ووضوح دون إسهاب بحيث يتمكن الباحثون الآخرون من إعادة الدراسة أو التحقق منها، ويمكن للمؤلف أن يصف الأدوات والطرق المستخدمة في شكل مخطط، جدول أو رسم بياني لشرح الأساليب التي استخدمت، في حالة التعقيد فقط، بغرض التبسيط

العينة في البحث العلمي هي الجزء الذي يختاره الباحث وفق طرق محددة لتمثيل مجتمع البحث تمثيلا علميا سليما، وبالنظر إلى عوامل منها منهج البحث، مجال الدراسة وطبيعة الموضوع، وقد قمنا باختيار عينة قصدية وهي العينة التي يتم انتقاء مفرداتها بشكل مقصود من قبل الباحث، نظرا لتوافر بعض

الخصائص فيها دون غيرها، ولكون تلك الخصائص هي من الأمور الهامة بالنسبة للدراسة، ويتم اللجوء إلى هذا النوع من العينات في حالة توافر البيانات اللازمة للدراسة لدى فئة محددة من مجتمع الدراسة الأصلي (عبيدات وآخرون، 1999).

تم اختيار عينة قصدية مكونة من 143 مستمع ممن يتابعون برنامج "ألو دكتور"، تم توزيع الاستبيان عليهم إلكترونيا، مع تضمينه عبارة تفيد بالإجابة عن الاستبيان فقط من طرف متابعي البرنامج.

3. منهج الدراسة

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية التي تهدف إلى وصف ظواهر أو إحداث وجمع الحقائق والمعلومات والملاحظات عنها، ووصف الظروف الخاصة بها، وتقرير حالتها كما توجد عليه في الواقع (المحمودي، 2019).

واعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، لموضوع دور وسائل الإعلام التقليدية في نشر التوعية الغذائية، حيث يركز المنهج الوصفي على تحليل الواقع بطريقة منهجية، من خلال وصف وتفسير الظواهر المرتبطة بدور الإعلام في التوعية الغذائية، باستخدام بيانات مباشرة من الدراسة الميدانية من خلال وصف ظاهرة التوعية الغذائية كما تقدمها الإذاعة، وتحليل محتوى برنامج "ألو دكتور"، وتقييم آثاره لدى الجمهور المستفيد من الرسائل التوعوية التي يبثها.

4. أدوات جمع المعلومات

بعد تحديد مجتمع البحث والعينة، يقوم الباحث بتنفيذ العمل الميداني، باستخدام أدوات لجمع البيانات، تكون لها علاقة بطبيعة البحث وأهدافه، ومنها الملاحظة بأنواعها التي تستخدم لرصد سلوك المبحوث، والمقابلة بأنواعها وتستخدم لمواجهة المبحوث، والاختبارات والمقاييس التي تستخدم لتقنين سلوك المبحوثين، والاستبيان الذي يستخدم لتوجيه أسئلة للمبحوثين(دليو، 2024).

وقد اعتمدنا في دراستنا على الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وهو مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين، يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو يتم تسليمها باليد أو إلكترونيا، تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها، وبواستطها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع أو التأكد من معلومات متعارف عليها، لكنها غير مدعمة بحقائق (بوحوش والذنيبات، 2007)، وقمنا بتصميم استبيان يتكون من أربعة محاور هي:

- المحور الأول: البيانات العامة
- المحور الثاني: المتابعة الإعلامية للبرنامج
- المحور الثالث: تقييم محتوى الحلقات ذات الطابع الغذائي
- المحور الرابع: تقييم أثر البرنامج على الوعي الغذائي

5. الدراسة الميدانية

المحور الأول: البيانات العامة

الجدول 1: يوضح النوع الاجتماعي لعينة الدراسة

النوع الاجتماعي	التكرار	النسبة %
ذكر	57	39.86
أنثى	86	60.14
المجموع	143	100

المصدر: من إعداد الباحث

يبين الجدول المتعلق بالنوع الاجتماعي لعينة الدراسة، أن فئة الاناث تمثل النسبة الأكبر ضمن العينة بنسبة بلغت 60,14% من إجمالي المبحوثين، في حين بلغت نسبة الذكور 39,86% وهي نسبة معتبرة رغم أنها أقل من نسبة الإناث.

ويتضح من خلال البيانات أن النسبة المرتفعة للإناث تعكس اهتماما أكبر من طرف النساء لموضوع التغذية والمواضيع المتعلقة بها التي يتناولها برنامج "ألو دكتور"، إذ أن المرأة تميل أكثر الى المواضيع ذات الطابع الصحي والغذائي لارتباطها بالأسرة، وهي مواضيع قريبة لاهتماماتها اليومية، وتعود النسبة المعتبرة للذكور رغم أنها أقل من نسبة الإناث إلى أن الانشغالات اليومية بما فيها المهنية والاجتماعية تحد من تفاعلهم مع مواضيع التغذية، كما أن اهتماماتهم بهذه المواضيع أقل من فئة النساء.

الجدول 2: يوضح الفئات العمرية لعينة الدراسة

العمر	التكرار	النسبة %
29 - 18	19	13.28
39 - 30	32	22.38
49 - 40	46	32.17
59 50	42	29.37
أكثر من 60	04	02.80
المجموع	143	100

المصدر: من إعداد الباحث

يوضح الجدول أعلاه الفئات العمرية لعينة الدراسة، حيث يتضح أن الفئة (40 – 49 سنة) تشكل النسبة الأعلى بين العينة وبلغت 32,17%، وتليها الفئة (50 – 59 سنة) بنسبة بلغت 29,37%، ثم الفئة (30 – 39 سنة) بنسبة 22,37%، أما الفئة الشابة (18 – 29 سنة) فتمثل نسبة 13,28%، في حين أن الفئة فوق 60 سنة هي الأقل تمثيلا بنسبة 02,80%.

ويتضح أن الفئة (40 – 49 سنة) تمثل الفئة الأكثر حضورا في الدراسة ما يدل على أن الأشخاص في منتصف العمر هم الأكثر اهتماما بموضوع البرنامج، كونهم يتمتعون باستقرار مهني وأسري يجعلهم أكثر وعيا واهتماما بالمواضيع التوعوية والصحية، كما أن الفئة (50 – 59 سنة) تشكل نسبة مرتفعة كذلك، ويدل ذلك على أن الأفراد في مرحلة النضج المتقدم يتابعون البرنامج نظرا لارتباطه غالبا بمواضيع الوعي والقضايا الحياتية، أما الفئة (30 – 39 سنة) فقد كان اهتمامها متوسطا بسبب انشغالات الحياة العملية والعائلية،

ومع ذلك تشكل نسبة معتبرة، وهو ما يعكس توازن الاهتمام بالبرنامج عبر مراحل عمرية متعددة، في حين شكلت الفئة (19 – 29 سنة) نسبة ضعيفة، وهو ما يشير إلى أن الشباب أقل متابعة للبرنامج، وذلك نتيجة توجههم نحو المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي بدل البرامج التقليدية، أما الفئة الأقل تمثيلا هي (60 سنة فأكثر) ويرجع ذلك إلى أنها الفئة الأقل تفاعلا مع وسائل الإعلام، أو أن البرنامج لا يركز بشكل كاف على قضاياهم.

الجدول 3: يوضح المستوى التعليمي لعينة الدراسة

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة %
ابتدائي	11	07.69
متوسط	27	18.88
ثانوي	42	29.37
جامعي	63	44.06
المجموع	143	100

المصدر: من إعداد الباحث

يبين الجدول المستوى التعليمي للمبحوثين، حيث النسبة الأكبر كانت لذوي المستوى الجامعي بنسبة 44,06%، تليها فئة المستوى الثانوي بنسبة 29,37%، ثم فئة المتوسط بنسبة 18,88%، وأخيرا فئة الابتدائي بنسبة 07,69% وهي النسبة الأضعف.

ويتضح أن الفئة الجامعية تشكل النسبة الأكبر من العينة، ما يدل على أن الأفراد ذوي المستوى التعليمي العالي أكثر اهتماما بمواضيع الوعي الغذائي، نتيجة ارتفاع المستوى الثقافي والمعرفي لديهم وهو ما يسهم في زيادة الوعي والمشاركة في البرنامج، كما أن الفئة ذات التعليم الثانوي كانت نسبتها معتبرة، وتشير إلى الأفراد الحاصلين على مستوى ثانوي لديهم أيضا اهتمام ملحوظ بمجال التغذية، أما الفئة ذات التعليم المتوسط فهي أقل نسبيا، مما يعكس قلة الانخراط في المواضيع ذات الطابع التوعوي، في حين أن ذوي المستوى الابتدائي يشكلون النسبة الأدنى من عينة الدراسة، نظرا لانخفاض مستواهم التعليمي، ما يجعل فهمهم لبعض المواضيع محدودا، ويسبب ضعف الاهتمام بالمواضيع ذات الطابع العلمي.

الجدول 4: يتعلق بمهنة عينة الدراسة

المهنة	التكرار	النسبة %
دون عمل	27	18.88
طالب	49	34.26
موظف	32	22.38
ربة بيت	29	20.28
متقاعد	06	04.20
المجموع	143	100

المصدر: من إعداد الباحث

يبين الجدول أعلاه مهن عينة الدراسة، حيث كانت فئة الطلبة هي الأعلى نسبة وبلغت 34,26%، ومثلت فئة الموظفين نسبة معتبرة بلغت 22,38%، كما شكلت فئة ربات البيوت نسبة مهمة بلغت 20,28%،

أما المبحوثين العاطلين عن العمل فقد بلغت نسبتهم 18,88%، ومثلت فئة المتقاعدين أقل نسبة في العينة وبلغت 04,20%.

ويتضح من البيانات أن النسبة الأعلى في العينة هي فئة الطلبة، وهو ما يشير إلى أنهم الفئة الأكثر تفاعلا مع مواضيع البرنامج، كونهم يتميزون بفضول معرفي ورغبة في التعلم والتفاعل مع هذه القضايا، كما أنهم الأكثر استخداما للوسائط الحديثة (الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي)، كما مثلت فئة الموظفين نسبة معتبرة، وهو ما يعكس اهتمامهم بمواضيع البرنامج، وهذه الفئة غالبا ما تمتاز بوعي وتقدير للوقت وقدرتها على تقييم البرامج من منظور عملي، كما شكلت فئة ربات البيوت نسبة مهمة أيضا، وهو ما يدل على أن النساء غير العاملات يتابعن المواضيع ذات البعد الصحي والأسري، نظرا لتوفر الوقت وكونهن أقرب إلى وسائل الإعلام كالإذاعة، في حين أن العاطلين عن العمل شكلت نسبة أقل وهو ما يعني اهتمام هذه الفئة بالموضوع كوسيلة لقضاء الوقت لاكتساب معرفة جديدة أو زيادة التعلم في المواضيع التي يبثها البرنامج، أما فئة المتقاعدين التي كانت أقل نسبة في العينة فمرده إلى أن هذه الفئة هي الأقل عددا في المجتمع العام مقارنة ببقية الفئات.

المحور الثاني: المتابعة الإعلامية للبرنامج

الجدول 5: يوضح مدى متابعة البرنامج من طرف المستمعين

متابعة البرنامج	التكرار	النسبة %
دائما	107	74.82
أحيانا	31	21.68
نادرا	08	03.50
المجموع	143	100

المصدر: من إعداد الباحث

يبين الجدول مدى متابعة البرنامج من طرف المستمعين، حيث تشير النتائج إلى أن أغلبية المبحوثين يتابعون البرنامج دائما وبلغت نسبتهم 74,82% وهي نسبة مرتفعة جدا، بينما بلغت نسبة المبحوثين الذين يتابعون البرنامج أحيانا 21,68%، أما الفئة التي تتابع البرنامج نادرا فهي قليلة جدا وبلغت نسبة 03,50%.

ويتضح من خلال المعطيات أن نسبة المستمعين الذين يتابعون البرنامج دائما هي الأعلى، ما يدل على أن البرنامج يحظى بجاذبية عالية واستمرارية في الاهتمام من طرف الجمهور، وهو ما يعني جودة المحتوى وتنوع المواضيع المتناولة، كما أنه يفسر بأن البرنامج يلبي حاجات المستمعين التوعوية بانتظام، أما الفئة التي تتابع البرنامج أحيانا والتي جاءت في المرتبة الثانية بنسبة معتدلة، يعني ذلك أن اهتمامها بالبرنامج موجود لكنه مرتبط بمدى توافق توقيت البث أو الموضوع مع اهتماماتهم، وبالتالي فهي تتابعه حسب الوقت المتاح والموضوع المطروح، في حين تمثل فئة المتابعين للبرنامج بصورة نادرا فئة محدودة جدا، وهو ما يدل على الرضا العام للجمهور عن البرنامج.

الجدول 6: يتعلق بالوسيلة المستخدمة للاستماع للبرنامج

الوسيلة	التكرار	النسبة %
11.22	11.22	11.22
25.68	25.68	25.68

28.05	28.05	28.05
16.75	16.75	16.75

المصدر: من إعداد الباحث

يوضح الجدول الوسيلة المستخدمة للاستماع للبرنامج من طرف المبحوثين، حيث كانت الوسيلة الأكثر استخداما هي موقع فيسبوك بنسبة بلغت 40,94%، يليها الراديو بنسبة 35,57%، ثم تطبيق الإذاعة بنسبة 15,44%، بينما الانترنت بنسبة 08,05%.

ويتضح أن موقع فيسبوك هو الوسيلة الأكثر استخداما من طرف المبحوثين، وهو ما يدل على أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت منصة أساسية للوصول إلى المحتوى الإذاعي، ويعكس هذا التحول توجه الجمهور نحو الوسائط الرقمية، كونها تتيح التفاعل الفوري والتعليق والمشاركة، وهو ما يزيد من جاذبية المحتوى، كما كانت نسبة استخدام الراديو مرتفعة، وهو ما يدل على أن الراديو يحتفظ بمكانته التقليدية، خصوصا لدى الفئات الأكبر سنا والمستمعين أثناء القيادة والعمل، وهو ما يعني أن الراديو كوسيلة كلاسيكية مازال فعالا، في حين كان استخدام تطبيق الإذاعة بنسبة متوسطة، ما يدل على أن بعض المستمعين يفضلون التطبيقات المخصصة للإذاعة بدل الاعتماد على المنصات الاجتماعية، وهو ما يعكس وجود فئة متخصصة واعية بالتقنيات الحديثة وتفضل المصدر المباشر والمضمون من الإذاعة نفسها، في حين تظهر النسبة الضعيفة لاستخدام الانترنت أن الوصول إلى البرنامج عبر المواقع الإلكترونية لا يحظى باهتمام كبير، ويرجع ذلك إلى أن الوصول للبرنامج عن طريق فيسبوك وتطبيق الإذاعة أكثر سهولة وانتشارا من المواقع الرسمية.

الجدول 7: يوضح المواضيع التي تجذب مستمعي البرنامج

المواضيع	التكرار	النسبة %
التغذية	49	34.27
الامراض المزمنة	17	11.89
الوقاية الصحية	41	28.67
مواضيع عامة	36	25.17
المجموع	143	100

المصدر: من إعداد الباحث

يبين الجدول أعلاه المواضيع التي تجذب مستمعي البرنامج، حيث أن المواضيع الأكثر جذبا للمستمعين هي مواضيع التغذية بنسبة بلغت 34,27%، تليها مواضيع الوقاية الصحية بنسبة 28,67%، ثم المواضيع العامة في المرتبة الثالثة بنسبة 25,17%، أما المواضيع الأقل جذبا فهي مواضيع الأمراض المزمنة بنسبة بلغت 11,89%.

ويتضح من المعطيات أن مواضيع التغذية تمثل النسبة الأعلى، ما يدل على أن الجمهور يهتم كثيرا بالتغذية السليمة وعلاقتها بالصحة، وهو ما يعكس وعيا متزايدا بأهمية الوجبات الصحية والحمية المتوازنة، خاصة مع انتشار العادات الغذائية غير السليمة، كما أن مواضيع التغذية غالبا ما تقدم بطريقة بسيطة وقابلة للتطبيق، ما يزيد من جاذبيتها، كما أن مواضيع الوقاية الصحية كانت بنسبة مرتفعة، وهو ما يشير إلى

أن المستمعين لديهم اهتمام كبير بالجانب الوقائي وتجنب المرض قبل حدوثه، وهو مرتبط بزيادة الحملات التوعوية الصحية، كما أن المواضيع العامة كانت بنسبة معتبرة كونها مواضيع تهم فئة واسعة من الجمهور، وتتناول قضايا اجتماعية أو نفسية عامة، في حين أن النسبة الأقل خصت مواضيع الأمراض المزمنة، لأنها مواضيع لا تهم جميع المستمعين، بل تهم فئة محددة من الأشخاص المصابين بهذه الأمراض أو المهتمين بها.

المحور الثالث: تقييم محتوى الحلقات ذات الطابع الغذائي

الجدول 8: يوضح مدى وضوح وبساطة اللغة المستخدمة في البرنامج

مدى وضوح وبساطة اللغة المستخدمة	التكرار	النسبة %
نعم	131	91.61
أحيانا	08	05.59
لا	04	02.80
المجموع	143	100

المصدر: من إعداد الباحث

يوضح الجدول مدى وضوح وبساطة اللغة المستخدمة في البرنامج، حيث تشير النتائج إلى أن الغالبية من المبحوثين يرون أن اللغة المستخدمة في البرنامج واضحة وبسيطة وبلغت نسبتهم 91,61%، بينما ترى نسبة 05,59% منهم أن اللغة تكون واضحة أحيانا فقط، أي أنهم يواجهون بعض الصعوبات أحيانا في فهمها، وترى النسبة الأقل منهم والتي بلغت 02,80% أن لغة البرنامج غير واضحة.

ويتضح من البيانات أن النسبة المرتفعة للمبحوثين الذين يرون أن لغة البرنامج بسيطة وواضحة، تدل على أن البرنامج يستخدم لغة سهلة ومفهومة لجميع الفئات، مما يعزز إمكانية التواصل الفعال مع المستمعين، ويفسر ذلك أن البرنامج يعتمد على مصطلحات مألوفة وأسلوب بسيط وغير معقد، يسهل فهمه حتى لغير المتخصصين، كما أن النسبة المتوسطة للمبحوثين الذين يرون أن لغة البرنامج أحيانا تكون واضحة، تدل على أن هذه الفئة تعبر عن وجود بعض الملاحظات الجزئية، مثل استعمال كلمات تقنية أو مصطلحات في تخصصات معينة، في حين كانت نسبة ضعيفة جدا من المبحوثين الذين لم يتمكنوا من فهم اللغة المستخدمة في البرنامج وهو ما يعني تفاوتا في المستوى التعليمي واللغوي بين المستمعين.

الجدول 9: يتعلق بتقييم محتوى حلقات البرنامج المتعلقة بالمواضيع الغذائية

تقييم محتوى الحلقات	التكرار	النسبة %
ممتاز	48	33.57
جيد جدا	40	27.97
جيد	35	24.47
مقبول	17	11.89
ضعيف	03	02.10
المجموع	143	100

المصدر: من إعداد الباحث

يبين الجدول أعلاه تقييم محتوى حلقات البرنامج المتعلقة بالمواضيع الغذائية، حيث كان التقييم ممتازا في المرتبة الأولى بنسبة 33,57% وهو ما يعني أن ثلث محتوى الحلقات حظي بتقييم مرتفع جدا من قبل عينة الدراسة، واحتلت فئة "جيد جدا" المرتبة الثانية بنسبة 27,97%، وهو ما يعني أن أكثر من ربع المبحوثين

قيموا المحتوى بدرجة جيد جدا، وهو ما يعكس رضى عام مرتفع عن مضمون البرنامج الغذائي، كما مثلت فئة "جيد" نسبة 24,47% من إجابات المبحوثين، وهي نسبة معتبرة تدل على مستوى مقبول من الجودة، في حين سجلت الفئة "مقبول" نسبة أقل بلغت 11,89%، وهو ما يعني أن نسبة محدودة من المبحوثين عينة الدراسة ترى أن المحتوى يحتاج إلى بعض التحسين، أما الفئة "ضعيف" فقد جاءت في المرتبة الأخيرة وبنسبة ضعيفة جدا بلغت 02,10%، وهي نسبة ضئيلة جدا تشير إلى أن الأداء العام لم يكن سيئا في نظر الجمهور عينة الدراسة.

ويتضح أن هيمنة التقييم الممتاز والجيد جدا تعني أن المحتوى كان ذا جودة عالية، سواء من حيث المعلومة، طريقة العرض، أو أسلوب التقديم، وهو ما يعني أن البرنامج استطاع ملامسة اهتمامات الجمهور الغذائية، وتقديم مضامين علمية موثوقة بلغة مبسطة ومفهومة، كما يمكن تفسير النسب المرتفعة بالإيجاب في ضوء تزايد الوعي الصحي والغذائي في المجتمع وهو ما جعل المستمعين يقدرون القيمة العلمية للبرنامج، في حين أن نسبة "مقبول" تدل على وجود فئة غير مقتنعة تماما ربما بسبب تكرار المواضيع أو ضعف التنويع أو لأن هذه المواضيع ليست في صلب اهتماماتهم، أما فئة "ضعيف" التي جاءت بنسبة ضعيفة جدا تشير إلى أن البرنامج يكاد يخلو من جوانب ضعف جوهرية.

المحور الرابع: تقييم أثر البرنامج على الوعي الغذائي

الجدول 10: يوضح مدى اعتبار المعلومات الغذائية التي يقدمها البرنامج مفيدة

مدى اعتبار المعلومات الغذائية التي يقدمها البرنامج مفيدة	التكرار	النسبة %
جدا	128	89.51
إلى حد ما	13	09.09
غير مفيدة	02	01.40
المجموع	143	100

المصدر: من إعداد الباحث

يبين الجدول المتعلق بمدى اعتبار المعلومات الغذائية التي يقدمها البرنامج مفيدة، حيث أن نسبة 89,51% من المبحوثين اعتبروا المعلومات الغذائية التي يقدمها البرنامج مفيدة جدا، وهي نسبة مرتفعة جدا تعكس إجماعا واسعا على القيمة العلمية والعملية للمحتوى المقدم، كما أن نسبة 09,09% من المبحوثين عينة الدراسة رأوا أن المعلومات الغذائية التي يقدمها البرنامج مفيدة إلى حد ما، وهو ما يعني أن هناك فئة صغيرة نسبيا ترى أن الإفادة جزئية وتعتمد على نوعية المواضيع المطروحة، أما نسبة 01,40% الباقية فقد رأت أن المعلومات التي يقدمها البرنامج غير مفيدة، وهي نسبة هامشية جدا لا تؤثر في التوجه العام للنتائج.

ويتضح من النسب أن النسبة المرتفعة للمبحوثين الذين اعتبروا أن المعلومات التي يقدمها البرنامج مفيدة جدا، تدل على أن البرنامج استطاع أن يحقق أهدافه التوعوية بفعالية عالية، من خلال تقديم معلومات غذائية دقيقة وموثوقة تخدم احتياجات الجمهور، كما تشير إلى المضمون المتنوع والشامل الذي يلامس القضايا الغذائية التي تهم المستمعين مثل: التغذية الصحية، الوقاية من الأمراض، والعادات الغذائية السليمة، أما الفئة التي رأت أن المعلومات مفيدة إلى حد ما كانت متأثرة بعوامل مثل تكرار المواضيع أو بساطة الطرح مقارنة مع توقعاتهم العلمية أو الطبية، في حين أن النسبة الضئيلة جدا التي اعتبرت المعلومات غير مفيدة تعود إلى اختلاف الاهتمامات الشخصية أو ضعف المتابعة المستمرة للبرنامج.

الجدول 11: يتعلق بمدى تغيير العادات الغذائية بعد متابعة البرنامج

مدى تغير العادات الغذائية بعد متابعة البرنامج	التكرار	النسبة %
نعم	86	60.14
لا	57	39.86
المجموع	143	100

المصدر: من إعداد الباحث

يبين الجدول المتعلق بمدى تغيير العادات الغذائية لدى المبحوثين بعد متابعة البرنامج، حيث تشير النتائج إلى أن نسبة 60,14% من عينة الدراسة أجابت بأنهم غيروا عاداتهم الغذائية بعد متابعة حلقات البرنامج، في حين أن نسبة 39,86% منهم لم يغيروا عاداتهم الغذائية.

ويتضح من خلال المعطيات أن النسبة الأعلى من المبحوثين غيروا من عاداتهم الغذائية بعد متابعتهم للبرنامج، وهو ما يعكس أثرا فعليا إيجابيا للمضامين والمحتويات المقدمة على سلوك المستمعين، وأن البرنامج لا يكتفي بتقديم معلومات غذائية نظرية، بل يتمكن من تحفيز الجمهور على تبني سلوكيات جديدة وصحية، وهو ما يعكس قوة الرسائل الاتصالية التي تجمع بين المعلومة والإقناع والتأثير العاطفي، أما بقية المبحوثين لم يغيروا من عاداتهم الغذائية، بل بقوا متمسكين بالعادات الغذائية التقليدية لصعوبة التخلي عنها.

وقد تمثلت العادات الغذائية التي تبناها المبحوثين الذين غيروا من عاداتهم بعد الاستماع لحلقات البرنامج في: تناول وجبات غذائية متوازنة، وزيادة استهلاك الخضروات والفواكه مقارنة مع المأكولات الاخرى، تقليل السكريات المضافة والمشروبات الغازية، تقليل الدهون المشبعة والدهون المهدرجة، مع زيادة تناول الدهون الصحية، التحكم في الحصص الغذائية والانتظام في تناول الوجبات، القراءة الواعية لملصقات الأغذية.

الجدول 12: يوضح مدى ثقة المستمعين بالمعلومات المقدمة من طرف الأطباء في البرنامج

مدى ثقة المستمعين بالمعلومات المقدمة	التكرار	النسبة %
عالية	76	53.15
متوسطة	55	38.46
ضعيفة	12	08.39
المجموع	143	100

المصدر: من إعداد الباحث

يبين الجدول أعلاه مدى ثقة المبحوثين من مستمعي إذاعة تبسة في المعلومات المقدمة من طرف الأطباء في البرنامج، حيث أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة عبرت عن ثقة عالية بالمعلومات التي قدمت في البرنامج بنسبة بلغت 53,15%، تلتها نسبة معتبرة أبدت ثقة متوسطة بهذه المعلومات وبلغت 38,46%، في حين كانت النسبة ضعيفة من عينة الدراسة التي عبرت عن ثقة ضعيفة في المعلومات التي يقدمها البرنامج والتي بلغت 08,39%.

ويتضح أن الثقة العالية حول المعلومات المقدمة من طرف الأطباء في برنامج "ألو دكتور" تعكس اقتناع أغلب المستمعين بكفاءة الأطباء ومهنيتهم في توصيل المعلومة الصحية، ويرجع هذا المستوى من الثقة إلى الخلفية الأكاديمية والعلمية للأطباء التي تجعلهم مصدرا موثوقا، كما أن استخدامهم للغة البسيطة والواضحة يسهم في تقريب المعلومة للمستمعين، زيادة على أن المواضيع التي يقدمونها تلامس الحياة اليومية

للمستمعين، في حين تعبر الثقة المتوسطة عن فئة مترددة من المستمعين، ويرجع ذلك إلى أن عرض بعض المواضيع يكون بطريقة سطحية نوعا ما، كما أن بعض الأطباء يختلفون في أسلوب الاقناع، أما الثقة الضعيفة في المعلومات التي يقدمها البرنامج فهي تمثل فئة محدودة جدا ويرجع ذلك إلى التعرض سابقا لمعلومات متناقضة، وضعف التواصل الوجداني من طرف المستمع مع المذيع والطبيب.

الجدول 13: يوضح مدى رغبة مستمعي البرنامج في زيادة عدد الحلقات المخصصة للوعي الغذائي

مدى رغبة المستمعين في زيادة عدد الحلقات المخصصة للوعي الغذائي	التكرار	النسبة %
نعم	131	91.61
أحيانا	08	05.59
لا	04	02.80

المصدر: من إعداد الباحث

يوضح الجدول مدى رغبة مستمعي البرنامج في زيادة عدد الحلقات المخصصة للتوعية الغذائية، حيث أن أغلبية المبحوثين أعربوا عن رغبتهم في زيادة عدد الحلقات الخاصة بمواضيع التوعية الغذائية بنسبة 74,82%، في حين أن باقي المبحوثين لا يرون ضرورة لذلك وبلغت النسبة 25,18%.

ويتضح من خلال البيانات أن اغلبية المبحوثين يرغبون في زيادة عدد حلقات البرنامج حول التوعية الغذائية، ويفسر ذلك بتزايد الوعي لدى الجمهور بأهمية النظام الغذائي في الوقاية من الأمراض، ونجاح البرنامج في طرح المواضيع الغذائية بشكل مبسط وعملي أثار اهتمام الجمهور، وهو ما جعل رغبة لديهم في الحصول على توجيهات طبية موثوقة بدل الاعتماد على مصادر أخرى غير مضمونة، في حين أن النسبة الأقل من المبحوثين لا ترى ضرورة لزيادة عدد حلقات البرنامج التي تدور حول التوعية الغذائية نتيجة تشبعهم من هذه المواضيع مقارنة مع غيرها من المواضيع الصحية الأخرى التي يرغبون بمناقشتها كالرياضة والصحة النفسية.

III. نتائج الدراسة

توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- النسبة الأعلى للمبحوثين تظهر هيمنة واضحة للإناث، وهو ما يعكس اهتمام المرأة بالمواضيع الغذائية والصحية المرتبطة بالأسرة، كما تشير النسبة المعتبرة للذكور إلى وجود اهتمام لديهم بمواضيع التغذية.
- يتركز جمهور البرنامج في الفئات العمرية المتوسطة والناضجة (30 – 50 سنة)، حيث تشكل هذه الشريحة مجتمعة الغالبية العظمى للمستمعين، ويعكس هذا التوزيع اهتمام الأفراد في هذه المراحل العمرية بالصحة والتوعية الغذائية نتيجة الاستقرار الأسري والمهني وزيادة الوعي الغذائي والصحي.
- يتميز جمهور برنامج "ألو دكتور" بارتفاع المستوى التعليمي، لاسيما الفئة الجامعية والثانوية، وهذا التركيز يعكس العلاقة الإيجابية بين المستوى التعليمي واهتمام الأفراد بالوعي الغذائي والصحي، كما يشير التناقص في المتابعة مع انخفاض المستوى التعليمي إلى ضرورة تبسيط المحتوى وتطوير أساليب تقديمه لضمان شمولية أكبر للجمهور.
- تظهر النتائج تنوعا ديموغرافيا لمتابعي البرنامج، حيث يشكل الطلبة الشريحة الأكبر من جمهوره، وهو ما يعكس نجاح البرنامج في جذب الجمهور الشباب، ويأتي بعدهم الموظفون وربات البيوت

بنسب متقاربة، وهو مؤشر على تنوع اهتمامات الشرائح الاجتماعية بالمحتوى الغذائي، ويشير ذلك إلى نجاح البرنامج في تقديم محتوى يلائم احتياجات فئات عمرية ومهنية مختلفة.

- يتمتع البرنامج بجمهور متابع منتظم، حيث أن الغالبية العظمى من المستمعين يتابعونه باستمرار، وهو ما يعكس نجاح البرنامج في تقديم محتوى جذاب ومفيد يحافظ على اهتمامات الجمهور.
- تهيمن المنصات الرقمية خاصة فيسبوك على طرق استماع الجمهور للبرنامج، وهو ما يعكس التحول الكبير نحو الوسائط التفاعلية، ومع ذلك، يحافظ الراديو التقليدي على مكانة مهمة، خاصة بين فئات جمهوره التقليدية، وتوزع نسب الاستماع للبرنامج بين المنصات المختلفة يشير إلى ضرورة استمرار البرنامج في إستراتيجية متعددة القنوات لتلبية تفضيلات جمهوره.
- هيمنت المواضيع الوقائية على اهتمامات الجمهور، حيث احتلت مواضيع التغذية والوقاية الصحية النسب الأعلى، وهو التوجه الذي يعكس تفضيل الجمهور للمواضيع العملية التي تمكنهم من تحسين نمط حياتهم اليومي والوقاية من الأمراض.
- يحظى البرنامج بجمهور مهتم بالصحة الوقائية والتغذية العملية، حيث تتصدر مواضيع التغذية والوقاية الصحية اهتمامات المستمعين، ويعكس هذا التوجه وعي الجمهور بأهمية الوقاية والتغذية السليمة في الحياة اليومية، بينما تشير نسبة اهتمام الجمهور المنخفضة بمواضيع الأمراض المزمنة الى طبيعة البرنامج الوقائية واهتمامه بالجمهور العام.
- يظهر التقييم الإيجابي للمحتوى نجاحا بارزا للبرنامج في تقديم محتوى غذائي قيم وموثوق يلبي احتياجات جمهوره بشكل فعال، ويعكس هذا الإجماع تحقيق البرنامج لأهدافه التوعوية من خلال مضمونه الدقيق والشامل.
- يحظى المحتوى الغذائي للبرنامج بتقييم إيجابي كبير من الجمهور، حيث يعتبر الغالبية العظمى المعلومات المقدمة مفيدة بشكل ملحوظ، وهو ما يؤكد نجاح البرنامج في تحقيق أهدافه في التوعية الغذائية، من خلال تقديم محتوى قيم وموثوق يلبي احتياجات المستمعين، كما تشير النتائج إلى وجود هامش محدود للتحسين لاستيعاب توقعات الفئة التي ترى الفائدة الجزئية وذلك من خلال تنويع المواضيع وتعميق الطرح.
- أثبت البرنامج تأثيرا إيجابيا وفعالا على سلوك المستمعين، بتغيير عاداتهم الغذائية نحو الأفضل بعد متابعة حلقاته، وهذا يعد مؤشرا واضحا على نجاح البرنامج في تحويل المعلومات النظرية إلى ممارسات عملية، مثل تحسين جودة النظام الغذائي والقراءة الواعية للملصقات الغذائية وهو ما يعكس قوة الرسالة الإعلامية في الجمع بين الإقناع والتأثير العملي.
- يتمتع برنامج "ألو دكتور" بثقة عالية من جمهوره، حيث يعتبر غالبية المستمعين المعلومات المقدمة موثوقة إلى حد كبير، ويعزى هذا التفاعل الإيجابي بشكل رئيسي إلى المصداقية العلمية للأطباء وأسلوبهم الواضح في الشرح، بينما تشير نسبة الثقة المتوسطة إلى وجود فرصة لتحسين البرنامج من خلال تعميق المحتوى وتنويع أساليب العرض لاستيعاب احتياجات كافة فئات الجمهور.
- أغلبية المبحوثين يرغبون في زيادة عدد حلقات التوعية الغذائية بسبب نجاح البرنامج في تقديم محتوى مبسط ومفيد، وارتفاع الوعي بأهمية الغذاء في الوقاية من الأمراض، والرغبة في الحصول على توجيهات موثوقة، بينما جزء أقل من المبحوثين يطالب بالتركيز على مواضيع صحية أخرى، وهو ما يدل على أن البرنامج نجح في تعزيز التوعية الغذائية.

IV. خاتمة:

أظهرت نتائج الدراسة أن برنامج "ألو دكتور" يحظى بجمهورٍ ديموغرافي متنوع تقوده هيمنة نسائية لافتة، ويتركز أساساً في الفئات العمرية الناضجة (30-50 سنة) وذوي المستويات التعليمية العالية (الثانوية والجامعية)، مع نجاح ملموس في جذب فئة الشباب والطلبة والموظفين، ويبدي هذا الجمهور متابعة منتظمة عبر قنوات متعددة يتصدرها موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك، حيث يتجه اهتمام المستمعين بشكل رئيسي نحو المواضيع الوقائية المتعلقة بالتغذية والصحة العامة بدلا من الأمراض المزمنة، وقد حظي المحتوى بتقييم إيجابي عال يعكس ثقة مجتمعية كبيرة مستمدة من المصداقية العلمية للأطباء، ومصحوبة بتأثير سلوكي فعال أسهم في تحويل المعارف النظرية إلى ممارسات عملية كتحسين العادات الغذائية اليومية، وتتوج هذه المؤشرات برغبة جماهيرية واسعة في زيادة الحلقات التوعوية، مع وجود هامش محدود يستدعي تبسيط المحتوى وتعميقه لضمان شمولية أكبر واستقطاب الفئات الأقل تعليما.

ومن خلال ما توصلت إليه الدراسة من نتائج يمكن تقديم المقترحات الآتية:

- تبسيط المحتوى وتنويع أساليب العرض، لتشجيع متابعة البرنامج من طرف كل الفئات وكل المستويات التعليمية.
- تعميق الطرح في المواضيع الغذائية ذات الفائدة الجزئية، من خلال تحليل أسباب اعتبار بعض المستمعين للمعلومات كونها مفيدة جزئيا، والعمل على معالجتها.
- التوازن بين المحتوى الوقائي والعلاجي، لاسيما حول إدارة الأمراض المزمنة.
- الحفاظ على استمرارية بث البرنامج مع الترويج له.
- تعزيز التواجد على المنصات الرقمية مع الاستمرار في تطوير المحتوى المرئي والمقروء عبر منصات التواصل الاجتماعي.

الإحالات والمراجع:

1. شكري، عبد المجيد ، الاذاعات المحلية لغة العصر، (القاهرة: دار الفكر، 1987) ، ص ص14،13.
2. عبد المنعم، عبير حسن، محي الدين، راشد علي، وعبد المجيد، فاديه يوسف، تصميم برنامج مقترح في الثقافة الغذائية لتنمية الوعي الغذائي لدى تلاميذ الصف الثاني الإعدادي. مجلة دراسات تربوية واجتماعية، المجلد 26، العدد(12/01). 2020، ص39 .
3. رضوان، أحمد فاروق ، الاتصال الصحي في وقت الخطر، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد(31)، 2020، ص04.
4. Paulien Decorte, Lauranna Teunissen, Isabelle Cuykx, Karolien Poels, Tim Smits, Sara Pabian, Kathleen van Royen, Yara Qutteina & De Backer, Everywhere You Look, You'll Find Food: Emerging Adult Perspectives Toward the Food Media Landscape, Ecology of Food and Nutrition, volume 61, issue 03. P277.
5. سابق، أميرة، المبسط لمنهجية البحث الاجتماعي، (سطيف: الماهر للطباعة والنشر والتوزيع، 2023) ، ص47.
6. بن مرسلي، احمد ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2003)، ص110.
7. عبيدات، محمد، أبو نصار، محمد، ومبيضين، عقلة ، منهجية البحث العلمي، (عمان: دار وائل، 1999)، ص96.
8. المحمودي، محمد سرحان علي، مناهج البحث العلمي، (اليمن: دار الكتب، 2019) ، ص46.
9. دليو، فضيل، مدخل الى منهجية البحث العلمي ، (الجزائر: منشورات مخبر الاستخدام والتلقي في الجزائر، 2024) ، ص284.
10. بوحوش، عمار؛ الذنيبات، محمد محمود مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2007)، ص67.