

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -

كلية العلوم الإجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص وسائل الإعلام والمجتمع

في إطار إعداد مذكرة لنيل شهادة الماستر يسعدني التقدم إليكم لمساعدتي في إتمام هذا البحث بالإجابة بصدق على الأسئلة التي ستوجه إليكم و الصبر عليا لإنهاء كل الأسئلة وأتعهد إليكم أنني سأحترم المعطيات التي تقدمونها ولن أستخدمها إلا لغرض علمي بحت وشكراً مسبقاً على تفهمكم وتعاونكم ومساهمتم في إعداد هذا البحث تحت عنوان " الوظيفة الإتصالية للأمثال الشعبية"

تحت إشراف الأستاذة

الطالبة

بوخاري

بختاوي فاطمة

السنة الجامعية: 2012-2013

المحور الأول : السمات العامة :

- الجنس : ذكر  أنثى
- السن أو الفئة العمرية: من 20 إلى 30 سنة  من 30 سنة فما فوق
- المستوى التعليمي : ابتدائي  متوسط  ثانوي  جامعي
- المستوى المعيشي: ضعيف  متوسط  جيد

المحور الثاني: مدى تداول الأمثال الشعبية.

- هل تملك رصيد من الأمثال الشعبية: نعم  لا  قليلاً
- من أين تثرى رصيدك من الأمثال الشعبية: المجتمع  الكتب  الإذاعة  مصادر أخرى  حدها.....
- هل لعبت العائلة دوراً في صقل الأمثال الشعبية لديك وحينت توقيت إستعمالها: نعم  لا
- هل تتداول الأمثال الشعبية أثناء إتصالك بالآخرين ( الحديث اليومي): نعم
- هل تتداولك للأمثال الشعبية يكون: باستمرار  أحياناً  لا
- لأي غرض تستعمل الأمثال الشعبية: للتوضيح  للإختصار  للإستهزاء  غرض آخر  حده.....

- مع أي فئة تستعمل الأمثال: كل الفئات  فئة معينة
- ..... حددها.

### المحور الثالث: وظيفة الأمثال في الإتصال.

- هل تدرك معنى الأمثال التي تستعملها: نعم  لا  بعضها
- هل تدرك مغزى الأمثال: نعم  لا  بعضها
- ما مدى تأكدك من صحة الأمثال الشعبية: تجارب  خرافات
- هل تسهل الأمثال عملية الإتصال بغيرك: نعم  لا  أحياناً
- للأمثال الشعبية دور مهم في تسهيل عملية الإتصال: نعم  لا
- كيف ذلك.....

### المحور الرابع: مدى متابعة البرنامج الإذاعي "قالوا ناس زمان".

- هل انت مستمع دائم للبرنامج: نعم  لا  أحياناً
- هل تستفيد من البرنامج: نعم  لا
- ما غرضك من الإستماع: للتسلية  لإثراء رصيد الأمثال لديك
- بث البرنامج مرة في الأسبوع كاف لإكتساب بعض الأمثال: نعم  لا
- هل من تغيير تريده أن يطرأ على البرنامج: نعم  لا
- ماهو.....

• هل ستبقي على الأمثال الشعبية لحسابك: نعم  لا

• وهل ستكون ناقلاً آمناً لها لأجيال أخرى: نعم  لا

## إهداء

أهدي ثمرة عملي إلى نبع الحنان والعطف والسعادة واغلى وأحب الناس إلى قلبي "امي الحنونة  
يمينة" أطال الله في عمرها

إلى مصدر الصدق والوفاء ومن كان قوة الدفع والمصباح المنير في حياتي وصديقي "أبي العزيز  
لخضر" حفظه الله لي

إلى قرة عيني إخوتي: الغالي محمد، العزيز أحمد، المحب الودود والبسمة الدائمة يوسف نجيب،  
وأختي الوحيدة الغالية أسيا شمس الإسلام وفقها الله في مشوارها الدراسي.

إلى من كانت أختي و صديقتي و حبيبتي و رفيقة دربي في السراء و الضراء ونعم الصديقة كل كلمة  
جميلة أهديتها لها إلى نور قلبي "شريهان"

إلى رفيقاتي دربي وأعز صديقاتي وأخواتي وحببياتي المشاغبات "سمية ، شوشو ، حورية، فاطمة"  
إلى الحنونة عمتي حبيبتي حليلة وزوجها وأولادها، عمي ومثلي الأعلى جلول وزوجته الكريمة سعاد،  
إلى عمي محفوظ وزوجته هاجرة، عمتي ملحة وزوجها بابا بغداد ، إلى إخوتي: مريم ، حبيبو،  
خاليدو، الكتكوتة رحاب، خيرة، حليلة، زهرة. دون أن أنسى جدتي خيرة و إلى كل من يحمل لقب  
بختاوي

إلى جدتي الغالية التي أحمل إسمها" فاطمة " إلى خالاتي بدره، بختة، عمارية، خيرة، إلى خالي  
العزيز منصور، إلى كل الأهل والأقارب وكل من يحمل لقب منصوري.

إلى كل الصديقات: حورية ، سعاد، رفيعة، أمينة، زهرة، نجية، أمال، فوزية، يمينة، محجوبة، أمينة.

إلى كل من تصفح هذه المذكرة

فاطمة

## تشكرات

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك.. ولا تطيب اللحظات إلا

بذكرك.. ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك.. ولا تطيب الجنة إلا برويتك جل جلالك.

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة.. إلى نبي الرحمة ونور العالمين سيدنا محمد صلى الله

عليه وسلم.

إنّ هذا العمل البحثي ما كان ليحدث لولا فضل الله تعالى، فالحمد لله حمداً يليق بجلاله، ومن

ثم جهود كبيرة من أناس أخذوا بيدي للخروج بالبحث على هذه الصورة، وعلى رأسهم المشرفة البحث

الأستاذة "بخاري" فقد كانت توجه النصائح، وتصوب الأخطاء التي يقع فيها طالب العلم وتنهج

بالبحث العلمي، فلكي أستاذتي جزيل الشكر والتقدير والإحترام.

كما أتقدم بوافر الشكر وأعظم الأمنيات إلى الذي قدم لي يد المساعدة وساهم من قريب وبعيد

بصدق في إنجاز هذا العمل المتواضع إلى الأخ والصديق الوفي وأعز الناس "الزعيم بن سنوسي

هوارى بلاطوا" أتمنى له التوفيق في حياته.

وأخيراً لا يفوتنا أن نتقدم بالشكر الجزيل إلى السادة الأعضاء المناقشين.

### مقدمة:

الإتصال عملية إجتماعية ذات خطوات مترابطة ومستمرة، يتم فيها التفاعل بين شخصين أو أكثر، لتحقيق هدف واضح محدد وهذه العملية تتم من خلال علاقة إنسانية، قد تكون ثنائية بين فردين أو بين جماعة صغيرة أو مجتمع محلي، أو مجتمع قومي، أو دولي، ويتم الإتصال بوسائل وأساليب كثيرة ومتنوعة.

وعن طريق هذه العملية يكتسب الإنسان الخبرات الإنسانية من خلال اتصالاته المستمر مع أطراف اتصالية أخرى، بما تشتمل عليه من أفكار ومهارات ومبادئ وقيم ومعايير للسلوك بحيث تصبح مشتركة أو مشاعة بين أطراف الإتصال، كما وتلعب وسائل الإتصال الجماهيري دوراً هاماً في توصيل الثقافة، وانتقاء المحتوى الثقافي وابتكاره وتبادله كذلك تحقيق الذاتية الثقافية، نذكر من بين هذه الوسائل: الإذاعة التي تعتبر وسيلة اتصال ساخنة، فهي قادرة على أن تصل إلى كافة الفئات على اختلاف مستوياتهم، لتجتاز بذلك حاجز الأمية الذي لا تستطيع وسائل الإعلام المكتوبة أن تتجاوزه، فهي وسيلة تقوم بنشر الحقائق والآراء والثقافات من خلال البرامج الاجتماعية والثقافية، كما وتساهم في توفير قسط من برامجها بما يحقق الحفاظ على الموروث الثقافي للجمهور المحلي، ومن ذلك الأمثال الشعبية التي تعد ضرباً من ضروب التراث.

وجوهر موضوعنا هو الوظيفة الاتصالية التي تؤديها البرامج الإذاعية من خلال نقل التراث

الشعبي وحماية الثقافة الشعبية ودعمها وتعزيزها.

فالأمثال الشعبية نوع من أنواع التراث الأصيل نابع من أعماق الشعب ومن مخياله الثقافي، التي لا تزال تحظى بالتجاوب الكبير، والتفاعل المستمر لدى فئات المجتمع سواء في المجالس العائلية أو الولائم والمناسبات المختلفة، وتعتبر شكلاً من أشكال الإتصال، لأنها تحمل تجارب الإنسان عبر الأجيال، فالقول الشعبي يلعب دوراً هاماً في إيصال المعلومات إلى الناس للاقتراب منهم والتواصل الوجداني والاجتماعي بهم.

وقد تطرقنا في دراستنا هذه إلى الجانب المنهجي الذي يحتوي على الإشكالية والتساؤلات الفرعية، أهمية البحث والأسباب التي دفعتنا إلى اختيار الموضوع فذكرنا الأسباب الذاتية والموضوعية، تحديد العينة ومجتمع البحث ثم تحديد المفاهيم والمصطلحات الإجرائية وفي الأخير تطرقنا إلى الدراسات السابقة.

أما الإطار النظري فيحتوي على ثلاث فصول كل فصل يضم أربع مباحث بداية بفصل الإتصال وتضمن في مباحثه مفهوم الإتصال، عناصره، أنواعه، وظائفه، أما الفصل الثاني فاهتم بجانب الأمثال الشعبية ضم خمس مباحث نشأة ومفهوم الأمثال الشعبية، صفات الأمثال الشعبية، وظائف الأمثال الشعبية، دور الإذاعة في نشر التراث، وآخر فصل كان بعنوان البرامج الإذاعية ضم هو الآخر أربع مباحث هي نشأة الإذاعة الصوتية، مفهوم البرنامج الإذاعي وأنواعه، وظائف العمل الإذاعي، أهداف العمل الإذاعي.

أما الجانب التطبيقي فهو عبارة عن تحليل الاستثمارات وتفرغ بياناتها وصولاً إلى النتائج العامة وربط الفرضيات بالنتائج المتوصل إليها، ونكون قد أجبنا من خلالها على التساؤلات التي تم طرحها سابقاً، ثم نختم هذا العمل بخاتمة عامة تصب دائماً في نفس سياق موضوع البحث وهو الوظيفة الاتصالية للأمثال الشعبية.

# الفهرس

1. التشكـرات

2. الإهـداء

3. مقـدمة عامـة

## ا. الإطار المنهجي

4. تحـدـيد الإشكـالية.....05

5. التساؤلات الفرعية وبناء الفرضيات.....06

6. أسباب إختيار الموضوع.....07

7. أهمية الدراسة وأهدافها.....08

8. منهج البحث وأدواته.....10

9. المقاربة النظرية.....13

10. مجتمع البحث وأدواته.....16

11. تحـدـيد المصطلحات والمفاهيم الإجرائية.....17

12. الدراسة الإستطلاعية.....19

13. الدراسات السابقة.....21

## ii. الإطار النظري

### الفصل الأول: الإتصال

14. تمهيد..... 26
15. المبحث الأول: تعريف الإتصال..... 27
16. المبحث الثاني: عناصر الإتصال..... 29
17. المبحث الثالث: أنواع الإتصال..... 31
18. المبحث الرابع: وظائف الإتصال..... 34
19. خلاصة الفصل الأول..... 36

### الفصل الثاني : الأمثال الشعبية

20. تمهيد..... 39
21. نشأة ومفهوم الأمثال الشعبية..... 40
22. صفات الأمثال الشعبية..... 43
23. وظائف الأمثال الشعبية..... 46
24. دور الإذاعة في نشر التراث..... 50
25. خلاصة الفصل الثاني..... 53

## الفصل الثالث: البرامج الإذاعية

26. تمهيد.....56
27. نشأة الإذاعة الصوتية.....57
28. مفهوم البرنامج الإذاعي وأنواعه.....58
29. وظائف العمل الإذاعي.....61
30. أهداف العمل الإذاعي.....65
31. خلاصة الفصل الثالث.....68

## III. الإطار التطبيقي

32. تمهيد.....70
33. عرض ومناقشة النتائج الإحصائية.....71
34. ربط النتائج بالفرضيات.....89
35. الإستنتاج العام.....92
36. خاتمة عامة.....95
37. قائمة المراجع
38. الملاحق

**تمهيد:**

إن معالجة المعلومات والبيانات التي يتم الوصول إليها تعد خطوة ضرورية للإجابة على التساؤل الرئيسي للإشكالية، وكذا التأكيد على صحة أو نفي فرضيات الدراسة، أي تقديم إجابة لما طرحناه من تساؤلات وفرضيات في الجزء النظري انطلاقاً مما وجدناه في الجانب الميداني. ولذلك سنحاول في هذا الفصل تفريغ بيانات أسئلة الاستمارة من أجل الوصول إلى النتائج النهائية والعامّة لموضوع البحث ومن ثم استخلاص الاستنتاجات المتعلقة بالموضوع.

الجدول رقم (1): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس:

النسبة %	التكرار	التوزيع
		النوع
29%	71	ذكور
71%	71	إناث
100%	100	المجموع

وصف وتحليل:

نلاحظ من خلال قراءتنا للجدول أنّ أغلبية أفراد العينة كانوا إناث بنسبة 71%، و 29% مثلت الذكور، والزيادة في عدد الإناث يبررها عددهن المرتفع مقارنة بعدد الذكور في المجتمع الجزائري.

الجدول رقم (2): يوضح تقسيم المرحلة العمرية إلى مرحلتين:

النسبة %	التكرار	التوزيع
		السن
56%	56	من 20 إلى 30 سنة
42%	42	من 30 سنة فما فوق
100%	100	المجموع

## وصف وتحليل:

نلاحظ من خلال قراءتنا للجدول أنّ أغلبية أفراد العينة تتراوح أعمارهم ما بين 20 إلى 30 سنة، والتي تقدر بنسبة 56% ويليها أفراد العينة التي تتراوح أعمارهم ما بين 30 سنة فما فوق حيث تقدر نسبتهم 42%، نستخلص من هذه القراءة أنّ مختلف الفئات العمرية تتعرض لبرامج إذاعة تيارت وتعتبر الفئة العمرية 20 إلى 30 سنة أكثر تعرضاً لبرامج إذاعة تيارت بالإضافة إلى أن هذه الفئة كانت أكثر تعاوناً.

الجدول رقم 03: يوضح توزيع العينة حسب المستوى التعليمي:

النسبة %	التكرار	التوزيع المستوى التعليمي
8%	8	إبتدائي
23%	23	متوسط
29%	29	ثانوي
40%	40	جامعي
100%	100	المجموع

## وصف وتحليل:

يتضح من الجدول أنّ ذوي المستوى التعليمي الجامعي والمستوى التعليمي الثانوي ممثلون بنسبتين "40% و 29%" وهما أعلى من نسبتي ذوي المستوى التعليمي الإبتدائي والمتوسط "8 و 23" ، وهذا التمثيل يفسر طبيعة أسئلة الاستمارة التي تحتاج إلى مستوى تعليمي مقبول لكي تفهم فهماً لائقاً.

## الجدول رقم 04: يوضح توزيع العينة حسب المستوى المعيشي:

النسبة %	التكرار	التوزيع المستوى المعيشي
8%	8	ضعيف
69%	69	متوسط
23%	23	جيد
100%	100	المجموع

## وصف وتحليل:

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة المستوى المعيشي المتوسط هي أعلى نسبة في مجتمع البحث، حيث بلغ عددهم 69 مفردة أي بنسبة 69%، ثم تليها نسبة المستوى المعيشي الضعيف فيأتي في المرحلة الأخيرة بنسبة 8%، وهذا التوزيع يعتبر منطقياً نظراً للمستوى المعيشي في المجتمع الجزائري.

الجدول رقم 05: يبين توزيع العينة حسب امتلاك رصيد من الأمثال الشعبية:

النسبة %	التكرار	إمتلاك رصيد من الأمثال الشعبية
40%	40	نعم
7%	7	لا
53%	53	قليلاً
100%	100	المجموع

وصف وتحليل:

من خلال الجدول رقم 05 والذي يبين امتلاك أفراد العينة للأمثال الشعبية، نلاحظ أنّ أغلب

المبحوثين يمتلكون رصيد لا بأس به من الأمثال الشعبية بنسبتي "54% و 40%" في حين نجد 7%

من أفراد العينة لا يمتلكون رصيد من الأمثال الشعبية.

الجدول رقم 06: يبين توزيع مصادر إثراء الأمثال الشعبية لدى أفراد العينة:

النسبة %	التكرار	مصادر إثراء الأمثال الشعبية
70%	70	المجتمع
10%	10	الكتب
20%	20	الإذاعة
0%	0	مصادر أخرى
100%	100	المجموع

وصف وتحليل:

من خلال ملاحظتنا للجدول نلاحظ أن نسبة كبيرة من أفراد العينة تقدر بـ 70% يثرون رصيدهم من المجتمع، أما 20% من أفراد العينة يحصلون على مجموعة من الأمثال الشعبية من خلال استماعهم الدائم للبرامج الإذاعية، ثم تأتي في المرتبة الأخيرة الكتب بنسبة تقدر بـ 10% فبعض أفراد العينة يحصلون على الأمثال الشعبية من خلال مطالعتهم للكتب.

الجدول رقم 07: يبين الدور الذي تلعبه العائلة في صقل الأمثال الشعبية:

التوزيع	الإحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	نتداولها في البيت	21	%27
	نتعلمها من كبار السن	27	
	نستعملها في حياتنا اليومية	29	
لا	عائلتنا لا نستعملها	7	%23
	لا نجلس مع العائلة كثيراً	10	
	لا نستعملها	8	
	المجموع	100	%100

وصف وتحليل:

من خلال الجدول رقم 07 والذي يبين الدور الذي لعبته العائلة في صقل الأمثال الشعبية نجد

أن: نسبة 77% من المبحوثين يروا أن العائلة هي التي تلعب دوراً في صقل الأمثال الشعبية من

خلال تداولها في البيت وتعلمها من كبار السن، بالإضافة إلى استعمالها في الحياة اليومية، وعلى

عكس ذلك 23% من نسبة المبحوثين لا يروا أن العائلة لها دور في صقل الأمثال الشعبية وذلك راجع لعدم استعمالها في الوسط العائلي.

الجدول رقم 08: يبين توزيع أفراد العينة حسب تداولهم الأمثال الشعبية أثناء إتصالهم

بالبالغين:

تداول الأمثال الشعبية								الجنس
المجموع		أحياناً		لا		نعم		
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
29%	29	10%	10	12%	12	7%	7	ذكر
71%	71	32%	32	6%	6	33%	33	أنثى
100%	100	42%	42	18%	18	40%	40	المجموع

وصف وتحليل:

يتضح من خلال الجدول أنّ أغلبية المبحوثين يتداولون الأمثال الشعبية أثناء اتصالهم

بالبالغين ولكن بصفة غير دائمة بنسبة 42% في حين نجد نسبة 40% من أفراد العينة يتداولون

الأمثال الشعبية بصفة دائمة، أغلبهم من جنس الإناث لأن المرأة الجزائرية بطبعها امرأة أصيلة ولديها

مجالس مع النساء، الأمر الذي يسمح لها بتداول الأمثال تعبيراً عن همومها وانشغالاتها، أما بقية

المبحوثين الذين يمثلون نسبة قليلة أي 18%، لا يتداولون الأمثال الشعبية أثناء اتصالهم وهذا راجع لعدم امتلاكهم لرصيد من الأمثال الشعبية أو لعدم اهتمامهم بها.

الجدول رقم 09: يبين توزيع أفراد العينة حسب الغرض من استخدام الأمثال

النسبة %	التكرار	الغرض من استعمال الأمثال الشعبية
32%	32	للتوضيح
48%	48	للاختصار
13%	13	للاستهزاء
7%	7	لا نستخدمها غرض آخر
100%	100	المجموع

وصف وتحليل:

من خلال الجدول 09: نلاحظ أن معظم المبحوثين يستخدمون الأمثال الشعبية لغرض التوضيح والاختصار فنسبة 48% من أفراد العينة يستعملون الأمثال الشعبية بغرض الاختصار، ثم تليها نسبة 32% للأفراد الذين يستعملون الأمثال الشعبية لغرض التوضيح، أما 13% كانت نسبة

المبحوثين الذين يستعملون الأمثال الشعبية لغرض الاستهزاء، وآخر نسبة كانت 7% تخص هذه النسبة القليلة الأفراد الذين لا يستعملون الأمثال الشعبية.

الجدول رقم 10: يبين توزيع أفراد العينة حسب الفئات التي يستعملون معها الأمثال

الشعبية:

النسبة %	التكرار		التوزيع
7%	47		كل الفئات
46%	20	العائلة	فئات معينة
	20	الأصدقاء	
	6	الذين يفهمون معنى الأمثال	
7%	7		لا أستعملها
100%	100		المجموع

## وصف وتحليل:

من خلال الجدول رقم 10: نجد أن نسبة إستعمال أفراد العينة للأمثال الشعبية مع كل الفئات تمثل 47%، ثم تليها في المرتبة الثانية إستعمال أفراد العينة للأمثال الشعبية مع مختلف الفئات من عائلة وأصدقاء، بنسبة 46%، أما بقية النسبة أي 7% كانت لأفراد العينة الذين لا يستعملون الأمثال الشعبية.

الجدول رقم 11: يبين توزيع أفراد العينة حسب إدراكها لمعنى ومغزى الأمثال الشعبية

مجموع		مدى إدراك معنى ومغزى الأمثال الشعبية						المستوى التعليمي
		بعضها		لا		نعم		
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
8%	8	3%	3	0%	0	5%	5	إبتدائي
32%	32	6%	6	2%	2	15%	15	متوسط
29%	29	11%	11	2%	2	16%	16	ثانوي
40%	40	13%	13	0%	0	27%	27	جامعي
100%	100	33%	33	4%	4	63%	63	المجموع

## وصف وتحليل:

من خلال الجدول رقم 11: يتضح لنا أنّ أغلبية المبحوثين يدركون معنى ومغزى الأمثال الشعبية وذلك بنسبة 63% كان أغلبهم من المستوى التعليمي الجامعي، أما 33% من العينة فيدركون البعض من معاني الأمثال الشعبية، في حين 4% تمثل نسبة المبحوثين الذين لا يدركون معنى الأمثال الشعبية، والسبب راجع لعدم إستعمال وامتلاكهم للأمثال الشعبية.

الجدول رقم 12: يمثل توزيع أفراد العينة حسب تأكدهم من صحة الأمثال الشعبية:

النسبة %	التكرار	صحة الأمثال الشعبية
6%	6	خرافات
94%	94	تجارب
100%	100	مجموع

## وصف وتحليل:

من خلال ملاحظتنا للجدول نجد أن نسبة كبيرة من أفراد العينة تقدر بـ 94% يؤكدون على صحة الأمثال الشعبية أنها فعلاً جاءت نتيجة لتجارب قديمة حقيقة، عاشها أجدادنا، في حين أن نسبة 6% كانت لأفراد العينة الذين لا يؤمنون بصحة الأمثال الشعبية ظناً منهم أنها مجرد خرافات.

الجدول رقم 13: يبين توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم عن الدور الذي تلعبه الأمثال

الشعبية في العملية الاتصالية:

النسبة %	التكرار		التوزيع
79%	18	تنقل الثقافة من جيل إلى آخر	نعم
	26	تسهل وصول المعنى	
	30	التوضيح والإختصار	
	5	فهم الكلام	
21%	21		لا
100%	100		مجموع

وصف وتحليل:

من خلال الجدول رقم 13: نجد أن نسبة 79% من أفراد العينة يروا أنّ للأمثال الشعبية دور

مهم في تسهيل عملية الإتصال من خلال نقل الثقافة من جيل إلى آخر، وتسهيل وصول المعنى،

والتوضيح والاختصار، إلا أن نسبة 21% أي أن بقية أفراد العينة لا يعتقدون أنّ للأمثال الشعبية

دور في عملية الإتصال لأنّ بعض الأشخاص لا يفهمون معناها ولا يستعملونها في حوارهم.

الجدول رقم 14: يبين توزيع أفراد العينة حسب الإستماع للبرنامج الإذاعي "قالوا ناس

زمان" والجنس:

الإستماع لبرنامج "قالوا ناس زمان"								الجنس
مجموع		أحياناً		لا		نعم		
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار %	النسبة %	التكرار	
%29	29	%6	6	%11	11	%12	12	ذكر
%71	71	%14	14	%16	16	%41	41	أنثى
%100	100	%20	20	%27	27	%53	53	المجموع

وصف وتحليل:

نلاحظ من خلال الجدول أن النسبة التي تستمع لبرنامج "قالوا ناس زمان" بشكل دائم هي أكبر

نسبة حيث تمثل %53، %41 من هذه النسبة تمثل جنس الإناث مما يدل على أن نسبة الإناث هي

الأكثر استماعاً للبرنامج إذاعي، ثم تليها نسبة %27 للأفراد الذين لا يستمعون إلى البرنامج، أما

%20 فهي نسبة أفراد العينة الذين يستمعون للبرنامج بشكل غير دائم أي أحياناً.

الجدول رقم 15: يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس واستفادتهم من البرنامج "قالوا ناس

زمان":

الاستفادة من البرنامج						الجنس
مجموع		لا		نعم		
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
29%	29	11%	11	18%	18	ذكر
71%	71	16%	16	55%	55	أنثى
100%	100	27%	27	73%	73	مجموع

وصف وتحليل :

نلاحظ من خلال الجدول أنّ 73% من أفراد العينة أغلبهم إناث يستمعون إلى برنامج "قالوا

ناس زمان" ويستفيدون منه، وذلك من خلال تعرفهم على العديد من الأمثال الشعبية، بينما نسبة

27% من أفراد العينة لا يستفيدون من البرنامج وذلك لعدم إستماعهم للبرنامج.

الجدول رقم 16: يبين توزيع أفراد العينة حسب الغرض من الإستماع للبرنامج والفئة

العمرية:

المجموع		الغرض من الاستماع للبرنامج				الفئة العمرية
		إثراء رصيد من الأمثال الشعبية		التسلية		
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
60%	44	36,98%	27	23,28%	17	من 20 إلى 30 سنة
40%	29	31,50%	23	8,21%	6	من 30 سنة فما فوق
100%	73	68%	50	32%	23	المجموع

وصف وتحليل :

إعتمدنا في هذا الجدول على 73 من أفراد العينة لأن بقية أفراد العينة لا يستمعون إلى

البرنامج.

فنستنتج بذلك حسب متغير الفئة العمرية أن نسبة 36,98% لأفراد العينة من 20 إلى 30

سنة، و 31,50% لأفراد العينة من 30 سنة فما فوق أي ما يعادل نسبة 68% تمثل أفراد العينة

الذين يستمعون إلى البرنامج لغرض إثراء رصيد الأمثال الشعبية لديهم، ثم تليها نسبة 32% لأفراد الذين يستمعون إلى البرنامج لغرض التسلية، أغلبهم من الفئة العمرية 20 إلى 30 سنة بنسبة تقدر بـ 23,28%.

الجدول رقم 17: يبين توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية كفاية بث البرنامج مرة في

الأسبوع:

بث البرنامج مرة في الأسبوع كافي لإكتساب الأمثال						الفئة العمرية
المجموع		لا		نعم		
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
54%	39	16,43%	12	36.98%	27	من 20 إلى 30 سنة
46%	34	19,17%	14	27.39%	20	من 30 سنة فما فوق
100%	73	36%	26	64%	47	المجموع

## وصف وتحليل:

نهـدف من خلال إدراج هذا الجدول إلى معرفة ما إذا كان بث البرنامج مرة في الأسبوع كافٍ لإكتساب الأمثال، وتبين من خلال قراءتنا للإحصائيات المتحصل عليها في الجدول حسب متغير الفئة العمرية أن نسبة 36,98% لأفراد العينة من 20 إلى 30 سنة، و27,39% لأفراد العينة من 30 سنة فما فوق أجابوا نعم، ونسبة 16,43% لأفراد العينة من 20 إلى 30 سنة، ونسبة 19,17% لأفراد العينة من 30 سنة فما فوق أجابوا لا.

الجدول رقم 18: يبين توزيع أفراد العينة حسب التغيير الذي يفضلون أن يطرأ على

البرنامج:

النسبة %	التكرار		التوزيع
48%	17	تغيير وقت البث	نعم
	13	إضافة ساعة أخرى	
	5	إستضافة بعض الشعراء	
52%	38		لا
100%	73		المجموع

## وصف وتحليل:

من خلال قراءتنا للجدول نلاحظ أنّ نسبة 52% من أفراد العينة لا يفضلون أن يطرأ أي تغيير على البرنامج، بينما 48% من المبحوثين يطرحون بعض الاقتراحات منها تغيير وقت بث البرنامج، إضافة ساعة أخرى أي ساعة واحدة لا تكفي، و مبحوثين آخرين بنسبة 7% يطلبون استضافة بعض الشعراء في البرنامج للتعرف أكثر على التراث الشعبي.

الجدول رقم 19: يبين توزيع أفراد العينة حسب نقلهم للأمثال الشعبية أم الاحتفاظ بها

لأنفسهم:

النسبة%	التكرار	نقل الأمثال الشعبية لأجيال أخرى
89%	89	نعم
11%	11	لا
100%	100	المجموع

## وصف وتحليل:

من خلال ملاحظتنا للجدول نجد أنّ نسبة 89% من المبحوثين أجابوا بنعم أي أنهم سيكونون ناقلين آمنين للأمثال الشعبية وسيعملون على الحفاظ عليها لتنتقل من جيل إلى آخر، بينما 11% من أفراد العينة يفضلون الاحتفاظ بالأمثال الشعبية لأنفسهم وعدم نقلها إلى أجيال أخرى.

ربط الفرضيات بالنتائج (التأكد من صحة الفرضيات):

الفرضية الأولى: الأمثال الشعبية لا تزال مستمرة التداول في المجتمع الجزائري، لأنها تشكل

لديه أحسن تعبير وأحسن ناقل لرسائل أفراد الشفوية:

من خلال تحليلنا للإجابات التي أدلي بها المبحوثون في أسئلة المحور الثاني: مدى تداول

الأمثال الشعبية، نجد أن معظم أفراد العينة يملكون رصيماً من الأمثال الشعبية والتي اكتسبها من

مصادر مختلفة من إذاعة، كتب، وخاصة المجتمع أي الوسط العائلي من خلال تعلمها من كبار

السن وتداولها باستمرار في حياتهم اليومية مع مختلف الفئات من أصدقاء، جيران، عائلة... إلخ،

لغرض التوضيح أو الاختصار أو حتى الاستهزاء في بعض الأحيان، وبالتالي فهي مكون أساسي من

مكونات الرسالة الاتصالية.

إذن يمكن القول أن الأمثال الشعبية لا تزال متداولة في المجتمع الجزائري، وذلك بنسبة كبيرة

جداً، وهذا ما يدل على أن المجتمع الجزائري مازال محافظاً على التراث الشعبي.

الفرضية الثانية: تسهل الأمثال الشعبية العملية الاتصالية بين الأفراد، من حيث أنها تعبر

عن حالتهم وتنقل معلومة متعلقة بالمواقف التي يعيشونها، وبالتالي فهي تعد دلالة من دلالات

الرسالة الاتصالية:

نستخلص من خلال تحليلنا للإجابة التي أدلي بها المبحوثون في السؤالين "22،07" حول

وظيفة المجتمع في نقل الأمثال الشعبية، أن للعائلة دور مهم في صقل الأمثال الشعبية، وبالتالي فإن

استخدامها يبدأ من أهم مؤسسة اجتماعية ألا وهي الأسرة، وبالتالي فهي أداة شفوية للاتصال بين أفراد العائلة الواحدة في المواقف والظروف التي يعيشونها بشكل يومي ومستمر، ويتم استخدامها أيضا في مؤسسات اجتماعية أخرى كالمدرسة وأماكن العمل وغيرها، هذا الأمر الذي يضمن تعاقبها بين الأجيال كتركيبة ثقافية ذات دلالات تواصلية ليس فقط بين المتصلين وإنما أيضا بين الخلف والسلف.

**الفرضية الثالثة: يستمع جمهور إذاعة تيارت لبرنامج " قالوا ناس زمان " بكثافة، لعلاقته الوطيدة بالطريقة التي يتواصل بها أفراد المجتمع المحلي الجزائري مع بعضهم إلى البعض، فإذاعة تيارت تلعب دور الوساطة بين التراث الشعبي والجمهور:**

من خلال تحليلنا للإجابات التي أدلى بها أفراد العينة في الأسئلة "19،18،17،20،21" من المحور الرابع حول استماع المبحوثين للبرنامج الإذاعي "قالوا ناس زمان" نستنتج أن معظم أفراد العينة يتعرضون لهذا البرنامج ويستفيدون منه من خلال إثراء رصيدهم من الأمثال الشعبية، والتسليية، إضافة إلى أن البرنامج يفسح المجال للمستمعين للمشاركة في البرنامج من خلال إعطاء بعض الأمثال الشعبية.

إذن يمكن القول أن البرنامج الإذاعي "قالوا ناس زمان" يساهم بشكل كبير في نقل الأمثال الشعبية إلى المجتمع، والحفاظ على هذا النوع اللامادي أو المعنوي من التراث.

وعلى ضوء ما سبق يمكن القول أن فرضيات الدراسة قد تحققت، إلا أن الوظيفة الاتصالية التي يقوم بها المثل الشعبي مرتبطة بسيرورة الثقافة الشعبية بين أجيال المجتمع الجزائري،

وتوظيف التعابير الأقرب إلى لغتهم العامية وتفصيل حياتهم وبيئتهم، أكثر من ارتباطها بحاجاتهم الاتصالية.

## الإستنتاج العام:

بعد قيامنا بدراسة الميدانية لمحاولة معرفة دور البرنامج الإذاعي "قالوا ناس زمان" في تحقيق الوظيفة الإتصالية للأمثال الشعبية.

وبعد تحليلنا لإجابات أفراد العينة توصلنا إلى نتيجة عامة مفادها أن الأمثال الشعبية تؤدي وظيفة إتصالية في المجتمع من خلال البرنامج الإذاعي "قالوا ناس زمان" لأن أغلبية أفراد العينة يملكون رصيد من الأمثال الشعبية التي إكتسبوها من مصادر مختلفة منها المجتمع، الكتب، الإذاعة وذلك من خلال إستمتاعهم بالبرنامج الإذاعي السابق ذكره والذي يؤدي وظيفة تثقيفية من خلال التعريف بالتراث الشعبي الأصيل والمحافظة عليه ونقله من جيل إلى آخر، فالأمثال الشعبية تمثل ذكريات الماضي وتراث الأجداد وتجاربهم، وهي موروث ثقافي له وزن وقيمة داخل الوسط الإجتماعي.

وهذا ما يتوافق بشكل كبير مع نظرية بحثنا وهي نظرية التثقيف والتي تنطلق من عدة فرضيات أن وسائل الإعلام والإتصال الجماهيرية تنمي الآراء والمعتقدات والإدراك من خلال ما يعرضه البرنامج الإذاعي "قالوا ناس زمان" الذي يعمل على تثقيف الأفراد من خلال الأمثال الشعبية والتي تمد الأفراد بجملة من الأفكار والمعلومات والمعارف والمعاني والقيم وهذا ما يساهم في تنمية ثقافتهم وتشجيعها وتنوعها، لأنها حصيلة جهود وذاكرة الأجيال السابقة من أجداد وآباء، محاولين بواسطتها التعرف أكثر على هذه الثقافات وفقاً لما يتلاءم مع البيئة الإجتماعية، وقد لمسنا في بحثنا

هذا أن المجتمع التياراتي وهو عينة بحثنا أنهم يتداولون الأمثال الشعبية فهي توسع ثقافتهم وتنقلها إلى الأجيال الصاعدة لأنها في التنشئة والتربية الإجتماعية السليمة.

الفصل الأول: الإتصال (مفهومه، عناصره، أنواعه، وظائفه):

تمهيد.

المبحث الأول: تعريف الإتصال.

المبحث الثاني: عناصر الإتصال.

المبحث الثالث: أنواع الإتصال.

المبحث الرابع: وظائف الإتصال

خلاصة.

### تمهيد:

إن الإتصال هو نقل الأفكار والمعلومات والاتجاهات من فرد إلى آخر يتضمن مجموعة من العناصر تكمل في المرسل، المستقبل، الرسالة، الوسيلة، رجع الصدى، وعنصر التشويش، من أنواعه ذاتي أو جماهيري أو شخصي، تختلف وظائفه من إخبار، التفسير، الترفيه...إلخ.

لذا سنتطرق في هذا الفصل إلى أربعة مباحث بداية بتحديد مفهوم الإتصال وعناصره، ثم

بعدها أنواع الإتصال.

## المبحث الأول: تعريف الإتصال:

الإتصال بالمفهوم العام "هو انتقال المعلومات والحقائق والأفكار والآراء والمشاعر أيضاً

والإتصال هو نشاط إنساني حيوي وأنَّ الحاجة إليه في ازدياد مستمر".<sup>1</sup>

كما يشير مفهوم الإتصال إلى العملية أو الطريقة التي تنتقل بها الأفكار و المعلومات بين

الناس داخل نسق إجتماعي معين يختلف من حيث الحجم و من حيث محتوى العلاقات المتضمنة

فيه ، بمعنى أنَّ هذا النسق الإجتماعي قد يكون مجرد علاقة ثنائية نمطية بين شخصين أو جماعة

صغيرة أو مجتمع قومي أو حتى المجتمع الإنساني ككل.

ويعرف الإتصال في مجال الإعلام بأنه " بث رسائل واقعية أو خيالية تتصل بموضوعات

معينة على أعداد كبيرة من الناس مختلفين فيما بينهم في النواحي الاقتصادية والاجتماعية، والثقافية

والسياسية يوجدون في مناطق متفرقة".<sup>2</sup>

<sup>1</sup> منال طلعت محمود، مدخل إلى علم الإتصال، المكتب الجامعي الحديث، مصر، دط، 2002، ص20.

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص22.

ويعرف أيضاً بأنه "عملية يمكن بواسطتها نقل الأفكار والتغيير الذي يحدث في مكان معين إلى مكان آخر."<sup>1</sup>

أما بيرلسون وستاينز فقد عرف الإتصال أنه "عملية نقل المعلومات والرغبات والمشاعر والمعرفة والتجارب، إما شفويًا أو باستعمال الرموز والكلمات والصور والإحصائيات بقصد الإقناع أو التأثير على السلوك"، وقد وصف روجرز وكنكايد، الإتصال بأنه العملية التي يخلق فيها الأفراد معلومات متبادلة ليصلوا إلى فهم مشترك.

أما بالنسبة لجورج لندبرج" فهو نوع من التفاعل ، يحدث بواسطة الرموز التي قد تكون حركات أو صور أو لغة أو أي شيء آخر يعمل كمنبه للسلوك."<sup>2</sup>

ويعرفه لوسيان باي أنه "تسيج المجتمع الإنساني، فهو من ناحية حقيقية أساسية من حقائق الوجود الإجتماعي وعنصر محوري في بنية العملية الإجتماعية من ناحية أخرى، وضمان أكيد أيضاً لتواصل الحياة الإجتماعية واطراد تطورها، من خلاله يتم التفاعل بين الأفراد والجماعات و بواسطتها يسهل انسياب مدخلات الفعل الإجتماعي."<sup>3</sup>

<sup>1</sup> منال طلعت محمود، مرجع سبق ذكره، ص23.

<sup>2</sup> فضيل دليو، مرجع سبق ذكره، ص16.

<sup>3</sup> منال طلعت محمود، نفس المرجع، ص71.

المبحث الثاني: عناصر الإتصال:

تتمثل في:

**المرسل Sender** : أو مصدر source أو القائم بالإتصال communicator يقوم بنقل

المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو المعاني إلى الآخرين، وهو شخص ما يقوم بنقل رسالة محددة من خلال قناة معينة إلى شخص آخر.

**الرسالة Message**: تحتوي على رموز لغوية، لفظية أو غير لفظية، التي تعبر عن الأفكار

والآراء أو المعاني، قد تكون رموز لغوية يعبر عنها بالجمل و العبارات أو الكلمات، وقد تكون رموز.

**المستقبل Reciever** أو المتلقي Audience: يستقبل الرسالة ومحتواها وهو شخص أو

مجموعة من الأشخاص التي تستقبل الرسالة وتقوم بترجمة رموزها وتفهمها في ضوء خبراتها السابقة وحاجاتها ، "وكلما تشابهت خبرات المستقبل مع مضمون الرسالة ، إزداد فهمه لها."

**الوسيلة Channel** أو الوسيط Mediem: لنقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل فعلى

المرسل اختيار الوسيلة المناسبة لرسالته ، والتي تتناسب مع الهدف المقصود وصياغة الرسالة، ومع طبيعة المستقبل و خصائصه.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> منال طلعت محمود، مرجع سبق ذكره، ص73.

رد الفعل Reaction أو الإستجابة Response: "رد فعل الرسالة يجب أن ترتد مرة أخرى إلى المرسل في شكل من أشكال التعبير أو صورة، ويدخل في ذلك تعبيرات الوجه أو الإشارات أو الإيماءات (...). وغيرها من الرموز التي تفيد حدوث رد فعل الرسالة، سواء كان رد الفعل إيجابياً يتفق مع أهداف المرسل أو سلبياً يتعارض مع هذه الأهداف"<sup>1</sup> وهو ما يسمى رجع الصدى Feed back. وهذا ما يتناسب مع نموذج "هارولد لازويل" في عباراته الجامعة المانعة الشهيرة (من) وماذا يقول؟ وبأي وسيلة؟ ولمن وبأي تأثير؟

Who says? what? in which channel? to whom? with what effect?

حيث قدم عبارته أوضح تصوير لعناصر هذه العملية، "فهي توجه السؤال (من؟) إنما تقصد بذلك الوقوف على مصدر الإتصال ( أي المرسل ) وحين تتساءل " ( ماذا يقول ) إنما تستفسر بذلك على مصدر الإتصال ( أي الرسالة ) أما حين توجه السؤال ( بأي وسيلة ) فهي تبغي بذلك البحث عن كيفية الإتصال ( أي الأداة ) وعندما تطرح السؤال ( لمن ) فهي ترمي بذلك إلى معرفة وجهة الإتصال ( أي المستقبل ) أما السؤال ( بأي تأثير ) فتهدف به الإحاطة بنتيجة الإتصال ( أي الأثر ) و ردود الأفعال ( أي التغذية المرتدة )".<sup>2</sup>

<sup>1</sup> منال طلعت محمود، مرجع سبق ذكره، ص74.

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص ص75-76.

المبحث الثالث: أنواع الإتصال:

**1-1- من حيث درجة التأثير:** مما لا شك فيه أنّ الإتصال لا يتخذ شكلاً أو نوعاً واحداً من

الإتصال بل هناك أنواع وأنماط متباينة من بينها:

**أولاً: الإتصال الذاتي:** هو ذلك الإتصال الذي يحدث داخل الفرد حينما يحدث نفسه، وهو

غالباً ما يتضمن أفكاره وتجاربه ومدركاته، وفيه يكون كل مرسل و المستقبل في شخص واحد أي كيان واحد، فالفرد بإمكانه مناقشة نفسه عند قراءة ومشاهدة التلفزيون.

**ثانياً : الإتصال الشخصي:** يقصد به تبادل المعلومات والأفكار والمهارات والإتجاهات .....

إلخ، والتي تتم بين الأفراد بطريقة مباشرة دون إستخدام وسائط بينهم ولذلك يصبح أحدهم مرسلًا والآخر مستقبلاً فهو يعتمد على المقابلة المباشرة أو ما يسمى الوجه للوجه ولذلك فعدد المشتركين في هذا الإتصال يكون محدوداً حتى أنه يطلق عليه الإتصال المحدود ومن أمثلته الإتصال الشفهي بين الأفراد العائلية و من مميزات هذا الإتصال : أنّ اتجاه انتقال الرسالة في اتجاهين - القدرة على اختيار المستقبل - القدرة على الاستعلام عن تأثير الرسالة لدى المستقبل وغير ذلك.

**ثالثاً : الإتصال الجماهيري:** يتميز هذا النوع بالضخامة والتعدد حيث يتحول الفرد أو المرسل

إلى مؤسسات تضم عدداً من الأفراد المحترفين.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> محمد عمر الطنوبي، نظرية الإتصال، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، مصر، ط1، 2001، ص21.

وهو: "بث رسائل واقعية أو خيالية على أعداد كبيرة من الناس يختلفون فيما بينهم من النواحي الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية..... إلخ ، وينتشرون في مناطق جغرافية متفرقة ويقصد بالرسائل الواقعية مجموعة الأخبار و المعلومات و التعليمات التي تدور حول الأحداث فنتشرها وتذيعها الإذاعة مثلاً ، أما الرسائل الخيالية فتتمثل في القصص والتمثيلات والروايات والأغاني التي قد تكون واقعة أو خيالية، وفي الإتصال الجماهيري تتعرض الجماهير المختلفة في السن أو الحالة الاقتصادية أو الإجتماعية أو الثقافية لنفس المؤشرات الإعلامية مهما تباعدت مناطق إقامتها فبينما نجد الإتصال الشخصي يتم بين الجماعات الصغيرة حيث يعرف الناس بعضهم بعضاً يتناقشون ويتحدثون ويدركون انطباعات أحاديثهم على بعضهم البعض، فنجد أنّ الإتصال الجماهيري له خصائص مختلفة، فهو يتم في جانب واحد تقريباً مما لا يتيح للقارئ أو المستمع توجيه الأسئلة أو التعقيب على الرسائل، فإن كان الإتصال الشخصي يمتاز بتعديل الرسائل المتبادلة بين المرسل والمتلقي فإن وسائل الإتصال تفقد هذه الميزة الكبرى ويختلف الإتصال الجماهيري عن الإتصال الشخصي من حيث انعدام طابع المواجهة وفقدان صفة التخاطب مع الفرد المعين".<sup>1</sup>

<sup>1</sup> محمد عمر الطنوبي ، مرجع سبق ذكره، ص22.

1-2- من حيث اللغة المستخدمة:

**1- الإتصال اللفظي:** ويدخل ضمن هذه المجموعة "كل أنواع الإتصال الذي يستخدم فيها (اللفظ) كوسيلة لنقل رسالة من المصدر إلى المستقبل"<sup>1</sup> وهذا اللفظ في الأصل منطوقاً يصل إلى المستقبل فيدركه بحاسة السمع تكون اللغة اللفظية مكتوبة، ومن الأمثلة على إستخدام اللغة اللفظية استخدامها في المحاضرات، والندوات والمناقشات والمناظرات والمؤتمرات والمقابلات الإجتماعية وغيرها، ومن أمثلة الوسائل التي تستخدم فيها اللغة اللفظية المكتوبة: الكتب والمجلات والصحف اليومية، والتقارير وغيرها.

**2- الإتصال غير اللفظي:** وتشمل هذه المجموعة كل أنواع الإتصال التي لا تعتمد اللغة اللفظية، بل تعتمد غير اللفظية فتمثل هذه اللغة في الإشارات والحركات التي يستخدمها الإنسان لنقل فكرة أو معنى إلى إنسان آخر يصبح مشتركاً معه في الخبرة، "ويقسم بعض العلماء اللغة اللفظية التي يستخدمها الإنسان في التعبير عما يجور في ذهنه من معان إلى ثلاث لغات هي، لغة الإشارة، لغة الحركة أو الأفعال، لغة الأشياء" والمقصود بها تلك المعاني التي يجعلها الإنسان على الأشياء التي يغلف بها ذاته، كالملابس والحلي وطريقة تصفيف الشعر، أو التي يجمل بها منزله كالقطع الأثرية أو التصميمات الجمالية وما إلى ذلك.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> أحمد محمد عليق، وسائل الإتصال والخدمة الإجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، مصر، دط، 2004، ص136.

<sup>2</sup> أحمد محمد عليق، مرجع سبق ذكره، ص141.

## المبحث الرابع: وظائف الإتصال:

يمكن تحديد الوظائف الأساسية للإتصال في مختلف العناصر أهمها:

**الوظيفة الإخبارية:** وتتمثل في جمع الأنباء والبيانات والصور والتعليقات عن الأحداث والظروف في المجتمع والعالم، ويثها بعد معالجتها ووضعها في الإطار الملائم من أجل فهم الظروف الشخصية والبيئية والدولية، ومن ثم يمكن لمتلقي الأخبار الوصول إلى وضع يسمح له باتخاذ القرار السليم.

**الوظيفة التفسيرية:** وتتمثل في تفسير معاني الأحداث والمعلومات ونقلها والتعليق عليها، وذلك بهدف توفير رصيد مشترك من المعرفة بدعم التآلف ويمكن أعضاء المجتمع من التعايش والعمل المشترك.

**التنشئة الإجتماعية:** وتعني توفير رصيد مشترك من المعرفة يمكن الناس من أن يتعلموا كأعضاء ذوي فعالية في المجتمع الذي يعيشون فيه و دعم التآزر و الوعي الاجتماعيين.

**الترفيه:** ونعني به "التسلية و توفير جو الراحة والاستلقاء و القضاء على التوتر الإجتماعي".<sup>1</sup>

ولا تقتصر وظائف الإتصال على هذه الوظائف بل تتعداها إلى وظائف أخرى من تعبئة وتسويق وتكامل سوف نتطرق لهم فيما يلي:

<sup>1</sup> محمد منير حجاب، نظريات الإتصال، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، ط2، 2010، ص49.

**وظيفة التعبئة:** وتتمثل في إجراء صلات مجتمعية بهدف صياغة سياسات معينة، أو أثناء الحرب ، أو لضروريات التنمية الاقتصادية، أو قد تكون التعبئة دينية أساساً.

**التسويق:** من خلال الإعلان عن السلع الجديدة التي تهم المواطنين، وترويج السلع.

**خلق الدوافع:** وهو دعم الأهداف المباشرة والنهائية لكل مجتمع، وتشجيع الإختبارات الشخصية والتعليقات، ودعم الأنشطة الخاصة بالأفراد والجماعات والمتجهة صوب تحقيق الأهداف المتفق عليها.

**التكامل:** وهو توفير الفرص لكل الأشخاص والمجموعات والأمم بما يكفل لهم الوصول إلى رسائل متنوعة تحقق حاجاتهم إلى التعارف والتفاهم، والتعرف على ظروف معيشة الآخرين ووجهات نظرهم وتطلعاتهم، لأجل تنمية الاتفاق بين أفرادهم وجماعاته على السياسات الأصلية، وتثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات والمحافظة عليها.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، ص54.

### خلاصة:

مجمل القول في هذا الفصل هو أن الإتصال عملية نقل الرغبات والمعلومات والمشاعر، وهو عملية يستطيع من خلالها طرفان أو أكثر أن يشتركا في فكرة أو خبرة أو مفهوم أو إحساس أو عمل معين، وبذلك يكون للاتصال خمسة عناصر أساسية لابد من توافرها لإتمام العملية الاتصالية، والتي تسعى إلى تحقيق وظائف مختلفة من تسويق وتكامل والتنشئة الإجتماعية...إلخ.

الفصل الثاني: الأمثال الشعبية:

تمهيد.

المبحث الأول: نشأة ومفهوم الأمثال الشعبية.

المبحث الثاني: صفات الأمثال الشعبية.

المبحث الثالث: وظائف الأمثال الشعبية.

المبحث الرابع: دور الإذاعة في نشر التراث.

خلاصة.

### تمهيد:

تعد الأمثال الشعبية حصيلة كاملة لمعارف الشعب وخبراته فهي من أهم الوثائق التي تؤكد تقارب الجماعات والشعوب فهي تتميز بإيجاز اللفظ، والسهولة وسرعة الانتشار، كما تشمل الأمثال مختلف الوظائف من الإجتماعية، الثقافية، التعليمية، لذا سنتطرق في هذا الفصل إلى أربع مباحث كأول عنصر تطرقنا إلى تحديد نشأة ومفهوم الأمثال الشعبية، أما فيما يخص المبحث الثاني فتضمن صفات الأمثال الشعبية، ثم وظائف الأمثال الشعبية، وأخيرا دور الإذاعة في نشر التراث الشعبي بالإضافة إلى خلاصة للفصل.

المبحث الأول: نشأة ومفهوم الأمثال الشعبية:

1-1- نشأة الأمثال الشعبية: إن المثل فن قديم يصاغ انطلاقاً من تجارب وخبرات عميقة، تحمل تراث أجيال متلاحقة يتناقلها الناس شفهيّاً أو كتابياً، تعمل على توحيد الوجدان والطبائع والعادات ولذلك يعتبرها البعض حكمة الشعوب وينبوعها، وقد تقوم في هذا المجال بدور فعال دفع عجلة المجتمع إلى الأمام باتجاه التطور والبناء، لذلك ينظر إليها باعتبارها وثيقة تاريخية إجتماعية.

والأمثال من حيث مضمونها "تمتد لتشمل كل جوانب الحياة الإنسانية وتعبر عن خبرة الإنسان والجماعة في مواجهة المواقف المتعددة، وهي من حيث شكلها سهلة الحفظ والانتشار، ومن ثم يسهل الاستشهاد بها عندما يقتضي الموقف".<sup>1</sup>

والمثل الشعبي "أقرب ما يستجد به الفرد من حجة الحديث وأقوى ما يستطيع أن يدلي به ليدعم وجهة نظره ليكون بمثابة العرف الذي اتفق عليه الناس في أقوالهم".<sup>2</sup>

<sup>1</sup> جمانة طه، موسوعة الروائع في الحكم والأمثال، الدار الوطنية الجديدة ودار المخيال، بيروت، ط2، 2002، ص13.

<sup>2</sup> فاروق أحمد، عثمان مرفت العشماوي، دراسات في التراث الشعبي، دار المعرفة الجامعية، مصر، دط، 2011، ص167.

والأمثال "في الغالب مجهولة النشأة ولا يعرف قائلها حتى يتسنى للمهتمين بدراسة الفولكلور التعرف على نشأتها أو مذيعها ومن هنا جاءت صعوبة تحديد المثل أو تعيين العصر الذي راجت فيه.<sup>1</sup> كما لا نستطيع أن نعرف من أي وسط نبعت هل قالها ريفي أو حضري؟ وهل قالها سوقي أو أرسنقراطي؟ فقد تقوله عجوز في بيتها أو فلاح في حقلها أو صانع في مصنعه، أي من الصعب تحديد تاريخ المثل أو في أي عصر قيل.

وليس في وسعنا أن نعتبر المثل نتاجاً جماعياً بل "لقد صيغ كل مثل ذات مرة، في مكان واحد وصاغه عقل فرد، وإذا كانت العقول الفرادية هي التي صاغت الأمثال فإن جمهرة الشعب والعامه هم الذين أذاعوها، روجوها، وتواترها ولهذا السبب ظهرت فيها التحوير المقصودة والتصرف المعتمد وميزة الأمثال أنها تنبع من طبقات الشعب فالعجائز في البيوت تؤلف الأمثال، وطبقة الفلاحين ينبع منها الأمثال، وكذلك طبقة الصناع والتجار، وغيرهم".<sup>2</sup>

2-2- تعريف الأمثال الشعبية: هناك عدة تعريفات من بينها: "تعد الأمثال الشعبية نتاجاً

إجتماعياً لخبرات وتجارب عاشتها الأجيال".<sup>3</sup>

<sup>1</sup> فاروق أحمد مصطفى، مرجع سبق ذكره، ص 167.

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص 168.

<sup>3</sup> محمد عبده محبوب، فائق محمد شريف، التراث الشعبي، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر والتوزيع، مصر، ط1، 2006، ص 47.

وعموماً "قالمثل ينشأ عن تجارب إنسانية فردية أو إجتماعية، فهو مرآة للشعوب تدل على عقلية الشعب، وتعكس اتجاهاته وأخلاقه وتقاليده وحياته الإجتماعية."<sup>1</sup>

ومن تعاريفه أيضاً: "أن المثل قول تقليدي حكيم سائر ذو خبرة علمية أو تجربة علمية، وهو بليغ اللفظ صحيح المعنى قد يكون جملة موجزة، محددة البنية إشارية مقتضبة من أصل يشبه مضربها بموردها، أو حكيمة مرسلة بذاتها، أو فقرة محددة، أو بيتاً سائراً، أو بعضاً منه، ويستشهد به لأغراض متعددة: كالإحتجاج والتعريض والوعظ والتفسير والتصوير والتعبير والقياس سواء كان هذا القياس تفضيلياً أم تشبيهاً أم شرطياً."<sup>2</sup>

وفي تعريف آخر للأمثال الشعبية: "توضح الأمثال بصفة ما تاريخ الحضارة والأفكار التي أنتجتها مختلف التحولات، منها ما ينتمي لمناطق، ومنها ما ينتمي لحواضر وتجمعات سكنية ولمواقع ضيقة، أحياناً تشير الأمثال إلى الحوادث لها أهميتها في عصر ما، ولكن هناك أيضاً ما يستحيل معرفة أصلها، وهناك أخرى وهي نسباً كثيرة، مستمدة من موضوعات دينية أو لها علاقة بوجود الإنسان، رجلاً كان أو امرأة، حيوان، تتعلق بالسياسة، بالطعام ..... إلخ، لكن من بين هذه المصادر مثلت العادات نصاً لأكبر عدد منها."<sup>3</sup>

<sup>1</sup> حسين عبد الحميد رشوان، الفلكلور والفنون الشعبية، المكتب الجامعي الحديث، مصر، دط، 1993، ص41.  
<sup>2</sup> فيصل مفتاح الحداد، أنواع الأمثال والحكم في نماذجها المختارة، دار الكتب الوطنية، ليبيا، ط1، 2008، ص11.  
<sup>3</sup> عبد الحميد بو رايبو، مرجع سبق ذكره، ص120.

المبحث الثاني: صفات الأمثال الشعبية:

لا تكاد تخلو أمة من الأمم من الأمثال الشعبية والتي تتميز بأنها: "مرآة للشعوب تدل على عقلية الشعب، وتعكس اتجاهاته وأخلاقه وتقاليده وحياته الإجتماعية مما لا تجده مسجلاً في أي لون من ألوان الأدب أو المعرفة، فهي تتحدث عن سعادة من يتداولها وعن شقائهم، وعن الغنى والفقير، والشرف والخزي، والجمال و القبح، والقوة والضعف، والعظمة والوضاعة".<sup>1</sup>

إنَّ المؤرخين لا يذكرون دقائق الحياة الإجتماعية على نحو ما تصوره الأمثال، والشعر لا يصف إلا نواحي خاصة من نواحي الحياة الإجتماعية هي التي يراها الشاعر بنظره هو دون أن يراها المجتمع نفسه، "ولكن الأمثال هي التي أجمع عليها الشعب ينطق بها الجاهل المتعلم، والفقير والغني، وهي التي تجري على ألسنة طبقات المجتمع، فهي المعبر عن اتجاهات ونواحي هذا المجتمع دون غيره".<sup>2</sup>

كما يتميز المثل بإيجاز اللفظ وبالمحسنات البديعية من سجع وجناس وطباق وتورية وكل ذلك

من أجل تأكيد المعنى وطابعه وهو الاختصار والتركيز.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> حسين عبد الحميد رشوان، مرجع سبق ذكره، ص 41.

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص 42.

<sup>3</sup> فاروق أحمد مصطفى، مرجع سبق ذكره، ص 168.

والتركيز سمة أساسية في المثل الشعبي، فهو لا يصف التجربة أو يسرد تفاصيلها، ولكنه يحمل رأياً فيها، ومن خلال هذا الرأي يمكن إدراك أبعاد التجربة، وموقف الإنسان منها فالمثل يلخص تجارب مختلفة.

كانت الأمثال الشعبية قديماً "كلها تكاد تتبع من معين واحد هو الفصحى، وعبر الزمن ظهرت لهجات عامية إلى جانب الفصحى، فكان ثمة أمثال تقال بالفصحى وأخرى تؤدى بالعامية."<sup>1</sup>

والمثل كغيره من فنون الأدب الشعبي "يشتمل على الرمز الحس مع الرؤيا التأملية، التي تغلف بغلاف فني من الطباعة الأدبية والإيقاع اللفظي تبعاً لطبيعة الأدب الشعبي الذي يرتبط كإبداع فني بالمزاج النفسي للمجتمع، ويرتبط أيضاً بأشكال التعبير الفني الأدبي من شعر ونثر."<sup>2</sup>

والأمثال من أهم الوثائق التي تؤكد تقارب الجماعات والشعوب، "فهي حصيلة كاملة لمعارفهم وخبراتهم."<sup>3</sup>

<sup>1</sup> حسين عبد رشوان، مرجع سبق ذكره، ص 41.

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص ص 43-44.

<sup>3</sup> عبد الحميد يونس، معجم الفلكلور، مكتبة لبنان، بيروت، ط1، 1983، ص 24.

تمتاز الأمثال بإيجاز اللفظ، وحسن التشبيه، وإصابة المعنى، وجمال الإيقاع، ولها روعة وقوة إذا جاءت في الموضع المناسب من التعبير، "وإنَّ القائل للمثل عادة ما يكون شخصاً ذا خبرة بالحياة وتبصر بأحوالها، إنه ينطق بها في مناسبة من المناسبات أو في حادثة من الحوادث ويتعلق بها الناس ويتناقلونها يوماً بعد يوم، وعاماً بعد عام بل وقرناً بعد قرن من الزمان."<sup>1</sup>

والأمثال تعبير عام يتضمن الكثير من الحالات التي تنطبق عليها، "فهي في بعض الأحيان والمواقف يكون المطلوب التأنى، وفي بعضها يكون المطلوب الإسراع والإقدام، لذا فأمثال كل أمة هو مظهر من مظاهر ثقافتها وحياتها العامة."<sup>2</sup>

<sup>1</sup> محمد سامي الدغدي، بلاغة الأمثال وفصاحة الحكمة، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، دط، 1998، ص 15.

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص 16.

المبحث الثالث: وظائف الأمثال الشعبية:

أولاً: الوظيفة التعليمية: تلعب الأمثال دوراً رئيسياً وهاماً في التعلم حيث أنها تتضمن الكثير من المعلومات التي يؤمن أصحابها بأنها صحيحة، فهي الخبرة والحكمة المتبقية من الأجيال السابقة والتي تنتقل إلى الأجيال اللاحقة، فالأمثال هي قواعد تعليمية مستحسنة ومقبولة فقد تتعامل مع المناخ والصحة وقواعد الأخلاق و غيرها من مجالات الحياة.

والطابع التعليمي هذا هو الذي يكون مباشراً في أغلب الأحيان يدل على أن المثل ابتكار تصنعه العبقريّة الشعبية وأنه يثبت أكثر مما تثبت الأنواع الأدبية الأخرى، والطابع التعليمي الأخلاقي هو السبب في ذبوع الأمثال في سائر الأنحاء.

والواقع "أنّ الإنسان يستطيع أن يصدر في سلوكه وفقاً لما يرد إلى ذهنه من أمثلة شعبية تناسب التجربة التي سيمر بها، فاكتسب منها خبرة و بصيرة بالنتائج التي تؤدي إليها".<sup>1</sup>

وبذلك يكون المثل توجيهاً وإرشاداً تعليمياً "كما أنه تعبير ناقد للحياة يقدم العبرة الصادقة للإنسان بما يوجهه إلى جادة الطريق، فالحياة مليئة بالنقائض والعيوب، والإنسان كائن خطأ ومن هنا كان قادر على التغيير والتطور والتقدم في شتى مجالات العمل والحياة وكانت حاجته إلى النصح والإرشاد هي الدافع إلى النطق بالأمثال واتخاذها وسيلة للهدى والإفادة من تجاربها،<sup>2</sup>

<sup>1</sup> فاروق أحمد مصطفى، مرجع سبق ذكره، ص 169.

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص 171

إنها خبرات وتجارب واتجاهات روحية وأخلاقية وآداب عامة تأخذ بها الجماعة لأنها تتفق مع الزمان وإن كانت قد وجدت من زمان بعيد.<sup>1</sup>

**ثانياً: الوظائف الثقافية والاجتماعية للأمثال:** يعكس المثل الشعبي القيم واهتمامات الجماعة، كما أنه يعمل على نقل تلك القيم والاتجاهات من جيل إلى آخر، ومن ثم يساهم في استمرار وتواصل الثقافة Cultural continuity والمفهوم الاجتماعي للقيم يقتصر على تلك الأنواع من السلوك التفضيلي المبني على مفهوم مرغوب فيه. والحياة الاجتماعية لا تنتظم بدون توفر درجة معينة من الاتساق والتوافق، وأنه لا بد من وجود أنماط معينة من القيم تتحكم في أنماط السلوك بحيث يمكن للفرد أن يتوقع من الآخرين سلوكاً معيناً بالذات في موقف معين بالذات لأن هذا السلوك تميله تلك القواعد والقيم من الناحية، كما أن الفعل الاجتماعي يقاس بالنسبة إليها.

ومن القيم الاجتماعية التي يعكسها المثل الشعبي "قيم الاختيار الزوجي وأهمية الأصل العائلي الطيب والسمعة الحسنة في الاختيار وأهمية مكانة أفراد العائلة، ويعكس أيضاً بعض صفات الجمال كطول القامة وبياض البشرة كما ينفر من بعض الصفات كالنحافة ولون البشرة الأسمر."<sup>2</sup>

<sup>1</sup> فاروق أحمد مصطفى، مرجع سبق ذكره، ص 171.

<sup>2</sup> نفس المكان.

ثالثاً: الوظيفة النفسية الإجتماعية للأمثال: "يعمل المثل الشعبي على مد الأفراد بقدر كبير من الراحة النفسية حيث يعمل على تخليصهم من الضغوط التي يفرضها المجتمع على أعضائه كما أنه يتيح الفرصة لهم للحديث عن الأنماط السلوكية التي يحظر عليهم الخوض فيها، كما أنه يعكس نظرتهم إلى بعض الأشخاص أو المواقف، ومن ثم يحقق قدراً كبيراً من الراحة النفسية للأعضاء."<sup>1</sup>

تبدو الوظيفة النفسية الإجتماعية للمثل الشعبي في أنه "يعكس محاولة الإنسان الهروب الخيالي من قيود بيئته المحدودة، ومن مجتمعه الذي يعيش فيه، ومن الكتب الواقع عليه والناجم في أغلب الأحيان عن عدم التكافؤ الاقتصادي والاجتماعي، هذا الهروب يتمثل في صبر الإنسان على قيود تلك البيئة المحددة، وفي مواجهة ظروف الحياة القاسية."<sup>2</sup>

فالأمثال وليدة البيئة التي نشأت عنها "فالإنسان البدوي في الصحراء نجد أمثاله مشتقة من جمال و خيام وأرض وجدب وخصب ومطر، والذين يسكنون في السواحل يشتقون أمثالهم من البحر والسفن والصيد والسماك ونحو ذلك."<sup>3</sup>

<sup>1</sup> فاروق أحمد مصطفى، مرجع سبق ذكره، ص176.

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص177.

<sup>3</sup> نفس المرجع، ص179.

يعمل المثل على "مد الأفراد بقدر كبير من الراحة النفسية وتخليصهم من الضغوط والتوترات حيث أنه يعكس نظرتهم إلى بعض الأشخاص أو المواقف، ويتيح لهم حرية التعبير عن وجهة نظرهم دون خوف أو قلق."<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> فاروق أحمد مصطفى، مرجع سبق ذكره، ص 185.

المبحث الرابع: الثقافة الشعبية والإذاعة المحلية:

1-1- الأمثال الشعبية في الإذاعة المحلية:

في اللغة يأتي لفظ من الذيع، أي أن يشيع الأمر... يقال أذعناه فذاع، وأذاعت إذاعة إذا أفشيته وأشهرته، وأذاع بالشيء ذهب به.

أما في الاصطلاح فالإذاعة هي "الانتشار المنظم بواسطة الراديو لموجات إخبارية وثقافية وتعليمية وتجارية وغيرها من البرامج لتلتقط في وقت واحد بواسطة المستمعين المنتشرين في شتى الأنحاء فرادى و جماعات".<sup>1</sup>

وهكذا فإن الإذاعة تعني في اللغة والاصطلاح الذيع والشيع والانتشار وهذا هو أحد ملامح الثقافة الشعبية، "فالإذاعة تهتم ببرامج الثقافة الشعبية اهتماماً ملحوظاً ومتنوعاً بصورة تجعل دورها في خدمة هذا المجال دوراً وطنياً وقومياً من حيث تعريف جماهير المستمعين على إمتداد المنطقة بتلك الهوية الثقافية وتراث الأجداد، وذلك من خلال تمثيلات وقصص مشخصة وموسيقى وأغنيات وحقائق ومعلومات وإعلانات بالإضافة إلى تلك البرامج التي قامت ومازالت تقوم بدور إيجابي وفعال في نشر التوعية ومحاربة الجهل بين عامة المستمعين".<sup>2</sup>

<sup>1</sup> مرسى الصباغ، دراسات في الثقافة الشعبية، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، مصر، ط1، 2001، ص31.

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص 32

فالتمثيلية الإذاعية شكل من أشكال الدراما التي تتصل اتصالاً وثيقاً ببيئة الإنسان وعاداته وتقاليد لهجته ومن ثم فهي تعتمد على نصوص أدبية ومؤثرات صوتية وموسيقى وبالطبع كلها مستوحاة من هذه البيئة الشعبية ثم أنها لا تقتصر على معالجة قضايا الواقع الشعبي المعاش من خلال رؤية تراثية<sup>1</sup> بل أنها تتناول كذلك "البيئة التاريخية الشعبية أو الأبطال الشعبيين الذين اشتهروا بتميزهم وتفوقهم في نصره قضايا مجتمعهم فكانوا قدوة لشعوبهم في البطولة والشهامة ونجدة الملهوف... إلخ."<sup>2</sup>

ومن البرامج الإذاعية نجد البرنامج الإذاعي "قالوا ناس زمان" وهو برنامج يبث عبر أثير إذاعة تيارت أسبوعياً، يتناول بعض الأمثال الشعبية فيجسد قصة المثل وما يروى عن الظروف التي قيل فيها لأول مرة، ولا يخلو البرنامج من الأغاني الشعبية التي بها البرنامج.

وفي هذا السياق فقد "استطاعت الإذاعة أن تجعل من الثقافة الشعبية وسيلة تثقيف وتربية الأذن، لتعود عليها بالنعمة والمتعة، وكذلك لغرس القيم السلوكية والإنسانية المستوحاة من البيئة العربية عبر الزمان مهما تلاحقت عليها المتغيرات."<sup>3</sup>

<sup>1</sup> مرسى الصباغ، مرجع سبق ذكره، ص32.

<sup>2</sup> نفس المكان.

<sup>3</sup> نفس المرجع، ص38.

2-2- الدور الوظيفي للمؤسسات الثقافية والإعلامية: تسعى المؤسسات الإعلامية إلى

ترجمة مفاهيم الحياة العصرية إلى سلوك، يترتب عليه خلق وإنتاج أجيال أكثر وعياً، وأكثر تقبلاً لنتائج التغيير المستمر الذي يعد أحد الأهداف الرئيسية للتنمية الشاملة بشقيها الاجتماعي والثقافي.

إنها تعمل من أجل بناء الإنسان العصري الذي يصبح أكثر قدرة على التكيف مع المستجدات الجديدة التي تواجه المجتمع نتيجة للتغيرات المتلاحقة، والتي هي سمة العصر الحديث، وذلك عن طريق تحقيق ظروف ومناخات علمية واجتماعية وثقافية جديدة.

لذا لا بد من تخطيط برامج التنمية الثقافية، التي تؤدي إلى "تنمية قدرات الأفراد والجماعات، وتزويدهم بالقيم والاتجاهات والمعارف التي تمكنهم من التعامل مع الاستجابات العصرية عن طريق التجديد أو الابتكار أو عن طريق الاستخدام الجيد للعناصر والسمات الثقافية المستعارة".<sup>1</sup>

ولا يقتصر دور الوظيفي للمؤسسات الثقافية والإعلامية على هذه العناصر فقط بل تعمل هذه المؤسسات على "تأكيد وصيانة الذاتية الاجتماعية والثقافية للمجتمع، عن طريق تركيز اهتمام وسائل الإعلام على حفظ التراث وما به من عناصر أساسية يعد دافعاً أساسياً نحو تحقيق أهداف التنمية الشاملة لا معوقاً لها كما يظن البعض في هذا المجال".<sup>2</sup>

<sup>1</sup> محمد عباس إبراهيم، الثقافة الشعبية الثبات والتغير، دار المعرفة الجامعية، مصر، دط، 2009، ص 108.

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص 109.

خلاصة:

نستخلص مما سبق أن المثل الشعبي هو عنصر من عناصر الأدب الشفهي الذي يمتد ليشمل جوانب عدة من حياة الناس و يسهل الاسترشاد به عندما يقتضي الموقف ويستطيع الباحث أن يعرف من خلاله الكثير من أخلاق الأمة وعاداتها ونظرتها إلى الحياة لأنه وليد البيئة التي نشأ فيها، وهو مجهول النشأة و يصعب تحديد الوقت الذي راج فيه وانتشر، ويمتاز المثل إيجاز اللفظ وحسن المعنى وهو ما يعطي المثل طابعه وهو الاختصار والتركيز.

والمثل لا يمكن فهمه إلاّ من خلال السياق الذي يمارس فيه والسياق هو الموقف الإجتماعي الذي يستخدم فيه أي عنصر من عناصر التراث الشعبي وهو الملابس الثقافية والاجتماعية المرتبطة به، ومن خلال الوظائف الإجتماعية والثقافية المختلفة التي يعمل على تحقيقها في المجتمع كالوظيفة التعليمية، والوظيفة الثقافية والاجتماعية والنفسية.

الفصل الثالث: البرامج الإذاعية:

تمهيد.

المبحث الأول: نشأة الإذاعة الصوتية.

المبحث الثاني: مفهوم البرنامج الإذاعي وأنواعه.

المبحث الثالث: وظائف العمل الإذاعي.

المبحث الرابع: أهداف العمل الإذاعي.

خلاصة.

### تمهيد:

تعتبر الإذاعة المسموعة من أفضل وسائل الإتصال الجماهيرية قدرة على الوصول للمستمعين في أي مكان بسهولة، متخطية الحواجز الجغرافية والامية لأنها تستطيع مخاطبة الجميع دون تمييز ويغض النظر عن فارق السن ومستوى التعليم ولا تحتاج لظروف وأوضاع خاصة للإستماع كما هو الحال في التلفزيون.

وهي بوجه عام أكثر فاعلية من الوسائل الشخصية أو المكتوبة نظراً لأنه من الممكن تقويتها وتدعيمها بإحدى المفردات أو التقنيات الفنية الملائمة كالموسيقى والمؤثرات الصوتية أو غير ذلك، مما يزيد من قدرتها التأثيرية و التعبيرية والإقناعية لدى الجمهور.

فالبرامج الثقافية والاجتماعية التي تقدمها الإذاعة تجعلها وسيلة تقوم بنقل حكمة الأجيال السابقة، والتطلعات السائدة في المجتمع إلى الأجيال الناشئة.

لذا سنحاول من خلال هذا الفصل التطرق إلى نشأة الإذاعة ومفهوم البرامج الإذاعية، ووظائف وأهداف العمل الإذاعي.

المبحث الأول: نشأة الإذاعة:

إذا تفحصنا تاريخ الإذاعة، نجد أنها ظهرت نتيجة لأبحاث ودراسات مستمرة في مجال الكهرباء والمغناطيس للفيزيائي جيمس ماكسويل Jaimis Maxwell، الذي تنبأ بوجود موجات كهرومغناطسية عام 1860<sup>1</sup>، وفي سنة 1988 أثبت العالم الألماني هينريش هيرتز HeiNrich Hertz، صحة نظرية ماكسويل وقام بإجراء عدة تجارب في السنوات العشر التالية حول طرق إنتاج تلك الموجات الكهرومغناطسية وخصائصها وسرعتها تبلغ 300 مليون متر في الثانية وهي سرعة الضوء.

وقد حفزت هذه النتائج عالماً إيطالياً شاباً في العشرين من عمره يدعى ماركوني Markouni في عام 1894 على إجراء المزيد من التجارب العلمية لإرسال إشارات لاسلكية عن طريق الراديو التلغرافي، فأنشأ شركة لتطوير إختراعه، "وفي سنة 1901 إستمع ماركوني لرسالة بعث بها عبر المحيط الأطلسي من محطة إرسال في بريطانيا إلى محطة أخرى في الولايات المتحدة الأمريكية، وتوالت بعد ذلك جهود العلماء في جميع أنحاء العالم لتطوير الإذاعة حتى إكتملت جميع عناصرها على النحو الذي نعرفه الآن"<sup>2</sup> وأصبحت الإذاعة من "أهم الوسائل الإعلامية السمعية."<sup>3</sup>

<sup>1</sup> ماجي الحلواني، مدخل إلى الفن الإذاعي و التلفزيوني الفضائي، عالم الكتب، القاهرة، دط، 2002، ص11.

<sup>2</sup> صالح ذياب الهندي، أثر وسائل الإعلام على الطفل، دار الفكر منشرون وموزعون، عمان، ط4، 2008، ص75.

<sup>3</sup> عبد الفتاح أبو معال، اثر وسائل الإعلام على الطفل، دار الشروق للنشر والتوزيع، لبنان، ط1، 1990، ص85.

المبحث الثاني: مفهوم البرنامج الإذاعي وأنواعه:

## 2-1- تعريف البرامج الإذاعية:

البرامج الإذاعية هي تلك الأشكال العديدة ذات المحتويات المختلفة التي تقوم الإذاعة بعرضها أثناء وقت الإرسال الإذاعي على المستقبلين على إختلاف أعمارهم وفهمهم وأخبارهم ومستوياتهم الثقافية والاجتماعية وميولهم السياسية وإنتماءاتهم العقائدية والدينية والعنصرية بهدف شد إنتباهاتهم والتأثير فيهم لتتمكن المحطات والقنوات من زيادة عددهم وبالتالي جذب المعلنين لها.<sup>1</sup>

وهناك تعريف آخر للبرنامج الإذاعي: "هو فكرة أو مجموعة أفكار تصاغ في شكل أو قالب معين لتحقيق هدف مطلوب وتوصيل رسالة معينة معتمداً على الصوت بالنسبة للإذاعة ويتكون من الكلمة المنطوقة، المؤثرات الصوتية، الموسيقى.

أيضاً "برنامج الراديو عبارة عن اتصال يقوم به فريق عمل محدود العدد ليصل إلى أعداد غير محدودة من المستمعين ويستخدم في هذا الإتصال الرموز المسموعة فقط، ويتم التعرف على رجوع الصدى في الإتصال الإذاعي من خلال الأبحاث والإحصاءات ومعدات القياس حتى يتمكن للإذاعيين تخطيط الرسائل المستقبلية."<sup>2</sup>

<sup>1</sup> رفعت عارف الصبغ، الإذاعة التوعوية وإنتاج البرامج الإذاعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2011، ص19.

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص21.

## 2-2- أنواع البرامج الإذاعية:

تقسم البرامج حسب طبيعة الموضوعات التي تعالجها وتبعاً لطبيعة المستفيدين منها فهناك:

**1-البرامج الثقافية:** يطلق مفهوم الثقافية على كل مصدر علم ومعرفة يزيد من حصيلة المستفيد ويوسع أفقه وتفكيره قد يربط ذلك بتخصصه ولكن غالباً ما يكون خارج نطاق تخصصه ويمكن القول أنّ البرامج الثقافية هي أقرب إلى الجمهور من أن تكون تعليمية غير منهجية.

**2-البرامج الإجتماعية:** وهي تعنى "بترباط أفراد الأسرة والمجتمع وتفاعل مع العادات والتقاليد

وتميل إلى ترسيخ مبادئ التربية والفضيلة."<sup>1</sup>

**3-البرامج الدينية:** وهي برامج روحية ذات طبيعة خاصة لكنها تتداخل ضمن البرامج

والمواد العامة وهي موجهة للغالبية العظمى من طبقات المجتمع.

**4-البرامج الرياضية:** وهي "برامج موجهة إلى شريحة معينة من المجتمع على عكس البرامج

الثقافية و الإجتماعية التي تقوم على قاعدة الإتصال العريضة."

**5-البرامج الموجهة:** منها البرامج العسكرية، ركن المرأة، الإرشاد الزراعي....إلخ.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> رفعت عارف الضبع، مرجع سبق ذكره، ص38.

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص39.

### 6- البرامج الغنائية والموسيقية:

تقدم الأغاني والموسيقى كفقرات ترويجية، كمؤشرات سمعية، قد تكون محلية أو أجنبية وقد تكون دينية أو عسكرية أو عاطفية وفي جميع الحالات يجب توخي الحذر والحيطه عند استخدامها في البرامج الإذاعية.

### 7- البرامج والمواد السياسية: وأهمها الأخبار والتعليق السياسي و المناسبات الوطنية أو

القومية.

### 8- البرامج الإرشادية والمتنوعة: ترتبط بمناسبات معينة كأسبوع العناية بالمساجد أو العناية

الصحية والتطعيم.... إلخ، حيث يتم "بث نصائح أو إرشادات تتعلق بأهمية الحدث وتكرار الرسالة عدة مرات خلال فترة البث لإتاحة الفرصة أمام عدد كبير من المستفيدين لإستقبال الرسالة وقد تستخدم هذه التقنية في موضوعات غير رسمية مثل السلامة المرورية أو الإبتعاد عن التدخين أو التبرع للجماعات الإسلامية التي تعاني من الجماعة أو الفقر أو الكوارث."<sup>1</sup>

### 9- البرامج التعليمية والعلمية: وهي التي يتم بناؤها وفق أهداف واضحة محددة بحيث "تضيف

معلومات جديدة إلى المستمع ويعمل على إحداث تغيير في اتجاهه وسلوكه وأن تكون مثيرة للانتباه،"<sup>2</sup>

<sup>1</sup> رفعت عارف الضبع، مرجع سبق ذكره، ص 39.

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص 40

لا مثيرة للعواطف وأن تكون مترابطة الحلقات وال فقرات وأن تساعد على التخيل والتفكير المنطقي الجيد.<sup>1</sup>

### المبحث الثالث: وظائف العمل الإذاعي:

أصبحت الإذاعة منذ نشأتها جزء من حياة كل فرد مستمع، ملتصقة به لا تكاد، تفارقه، بحيث أنه بدأ ينظر إليها أنها الصديق، ومصدر الراحة والسعادة والأمل وغيرها من الوظائف التي تسعى الإذاعة إلى تحقيقها، كما أن تلك الوظائف قد تنوعت وتتنوع وتختلف من دولة إلى أخرى ومن بلد إلى آخر، مراعية ثقافات المجتمع المتواجدة فيه، وبذلك يمكن أن نذكر أهم هذه الوظائف:

**الإعلام:** ونقصد بالإعلام الإخبار أي نقل الأخبار التي تشمل حقائق المعلومات عن الأحداث الجارية، وعن الأفكار والآراء من المذيع إلى المستمع، ويجب أن تتمتع هذه الرسالة بالمصداقية والموضوعية وذلك لكسب جمهور أكبر من المستمعين.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> رفعت عارف الضبع، مرجع سبق ذكره، ص 40

<sup>2</sup> عبد المجيد شكري، الفن الإذاعي وتحديات تكنولوجيا قرن جديد، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 1998، ص27.

**التثقيف:** يقوم الراديو بدور أساسي وحيوي في تثقيف الجمهور، "فإذا كانت الثقافة عبارة عن مجموعة من المعلومات والمدرجات التي نتناول شتى المعارف الإنسانية، من علم وفن وثقافة وأدب، بما في ذلك اللغة ومجمل الموروثات والتقاليد والعادات وأسلوب الحياة والسلوك العام والقيم المختلفة المتوارثة، والقيم المستحدثة التي تفرضها متغيرات العصر، فإن الراديو قادراً على المساهمة في تقديم الثقافة بهذا المفهوم الواسع، مع التأكيد على القيم الإيجابية وبند القيم السلبية كالتخلف والجمود التي تعوق تقدم المجتمع."<sup>1</sup>

**الترفيه:** "إنَّ الإنسان يمر في حياته بأوقات عصيبة ومتعبة مما يتطلب الترفيه عن نفسه، ليتغلب على هذه المتاعب، لذلك فإن الراديو يقدم مادة إذاعية تساعد المستمع على أن يمضي وقتاً، ممتعاً، فمن خلال هذه البرامج المقدمة كالموسيقى والفكاهة فيشعر بالراحة فتساعد على مواصلة حياته."

**التعليم:** "لا نستطيع الاستغناء بتاتاً عن المدرسة، ولكن الراديو يمكنه أن يساهم من خلال مساعدة الأفراد الأميين كبار السن على التعلم والفهم السريع، ولا نقصد أن الراديو إستطاع أن يحل المناهج الدراسية في المدرسة،"<sup>2</sup>

<sup>1</sup> عبد المجيد شكري، مرجع سبق ذكره، ص 27.

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص 31 .

وإنما يؤدي وظيفة تعليمية أكثر شمولاً من خلال تقديم مختلف المعارف، المعلومات، المهارات، الخبرات والأفكار وغيرها، ولا يستهدف الراديو المستمعين الأميين فقط وإنما أيضاً المتعلمين بتزويدهم أفكار جديدة.<sup>1</sup>

**التنمية:** التنمية وظيفة من أهم وظائف الراديو و خاصة بالنسبة للدول النامية التي هي في طريق النمو والتنمية "مشتقة من نماء والنمو أي الرفع من مستوى الأفراد، من خلال محاولة القائم بالإتصال جعل المستمعين يتخلون تدريجياً وليس كلياً عن القيم السلبية التي تعيق نموهم، و التنمية تتم على مستويات مختلفة سواء على المستوى الثقافي أو الإجتماعي أو الاقتصادي."<sup>2</sup>

**الخدمة:** "نظراً لوجود المنافسة الشديدة بين الراديو والتلفزيون خاصة أن هذا الأخير يتمتع بالصوت والصورة، فمن الممكن للإذاعة أن تفقد مستمعيها مما يستدعي أن تقوم بتقديم خدمات إعلامية ذات خصوصية فريدة بالنسبة للجمهور المستمع، بحيث تتنوع الخدمة من إخبارية إلى الزراعية إلى الثقافية إلى الإجتماعية وأيضاً الاقتصادية."<sup>3</sup>

<sup>1</sup> عبد المجيد شكري، مرجع سبق ذكره، ص 31

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص 36.

<sup>3</sup> نفس المرجع، ص 41.

**المؤانسة:** يقصد بها استخدام الراديو "كصديق يستمع إليه الفرد من خلال تقديم البرامج ويسمح الراديو بدوره إلى الفرد بطرح المشاكل وإيجاد حلول لها، عن طريق البرامج وهذا ما نطلق عليه بالمشاركة، كما أن الإذاعة تعتبر الصديق الحميم خاصة للأفراد المكفوفين وذلك بإيناس وحدتهم".<sup>1</sup>

**الدعاية:** تهدف الدعاية إلى "تكوين الرأي العام وهو الرأي السائد في المجتمع، ولا نقصد بالدعاية هنا تقديم أفكار خاطئة أو أكاذيب، وإنما هي إستمالة الجمهور والعمل على تحويل اتجاهاته نحو مسار جديد ومؤيد".<sup>2</sup>

**التحريض:** لقد أستخدم الراديو بداياته من أجل التحريض ويقصد به الحث أو التحفيز من أجل الإقدام على فعل أو أفعال معينة، "وتعتبر الرسائل التحريضية بمثابة منشورات ثورية مذاعة إذ لها طبيعة نزالية وتعتمد على إيقاظ الدوافع، كما تعتمد على الإلحاح الإعلامي".<sup>3</sup>

**الإعلان:** "الإعلان في حقيقته دعوة يتبع لسلعة أو سلع معينة عن طريق إبداء محاسنها لكي يتقبل الآخرون شرائها، أو الدعوة لطلب خدمات محددة، وما ذلك من تعريف الأشخاص والمؤسسات بل والأفكار أيضاً، والراديو هنا يمثل أداة لترويج السلع لا أداة للاتصال الإعلامي ويتحول فيه وهم لا يبيعون السلع فقط بل يبيعون المستمعين أيضاً أي المستهلكين لأصحاب رؤوس الأموال المعلنين".<sup>4</sup>

<sup>1</sup> عبد المجيد شكري، مرجع سبق ذكره، ص42.

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص44.

<sup>3</sup> نفس المرجع، ص46.

<sup>4</sup> نفس المرجع، ص51.

المبحث الرابع: أهداف العمل الإذاعي:

ولعل من أهمها:

1- إعداد وتقديم البرامج الخاصة بتعميق انتماء الشباب إلى الوطن وحمايته من الانحراف وإبراز دوره في البناء والتعمير ونشر الثقافة الشعبية وإلقاء الأضواء على الجامعات الإقليمية كمراكز إشعاع لخدمة البيئة ونشر الوعي الرياضي وتشجيع النشاط الرياضي.

2- تقديم البرامج الخاصة بتنمية الوعي لدى المستمع و"محاربة العادات والتقاليد الخاصة والضارة وترقية السلوك الفردي والاجتماعي".<sup>1</sup>

3- إعداد وتقديم البرامج الخاصة بمواكبة الجمهور للتنمية وتصحيح المسار الإقتصادي والاستغلال الأمثل للثروات الطبيعية في البلاد وتنمية الدخل العام والثروة القومية.

4- إعداد وإذاعة البرامج الدينية التي تساعد على غرس القيم الروحية في نفوس وإذاعة تلاوات للقرآن الكريم.

5- إعداد برامج لمخاطبة قطاعات المجتمع المختلفة (الشباب، المرأة، الطفل... إلخ).

6- إعداد وتقديم البرامج التي تبرز عظمة التاريخ والتراث ونشر أفكار الأمم العربية قديماً وحديثاً وتقديم سير للشخصيات العالمية التي كان لها دور في صنع حضارة الإنسان في كافة المجالات والميادين.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> رفعت عارف الضبع، مرجع سبق ذكره، ص 20.

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص 21

7- تقديم البرامج التعليمية لجميع المراحل التعليمية في المدارس والجامعات وكذلك برامج تعليم

الكبار.<sup>1</sup>

8- إلقاء الضوء على النماذج المشرفة في مختلف المجالات لإبراز عنصر القدوة الحسنة.

9- خلق الكوادر المختلفة من الإذاعيين - الكتاب - المؤلفين - الأدباء - الفنانين - المنشدين

وغيرها من المواهب الجديدة.

10- خلق وعي وطني وقومي وثقافي وأدبي وذلك بتقديم برامج متخصصة تخدم هذه الأهداف

وإبراز الإعلام والتعريف بالأمكان الحضارية الموجودة في الوطن.

11- تقديم برامج تخدم الأهداف الخاصة بزيادة الإنتاج، ترشيد الإستهلاك، تنظيم الأسرة

وغيرها من الأهداف العليا للوطن.

12- دعم الإنتماء الوطني والإهتمام بقضايا الطفولة والأمومة والشباب.

13- تقديم برامج ترفيهية ذات المواد الترفيهية الراقية التي تخلق ذوق عام راق.

14- إعداد وتقديم الأعمال الدرامية وخاصة المسرحيات، العالمية المترجمة والعربية ذات

المستوى الرفيع ومواكبة المناسبات الثقافية المتنوعة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> رفعت عارف الضبع، مرجع سبق ذكره، ص 21.

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص 22.

15- إعداد وتقديم الدراسات المؤلفة والمترجمة والبرامج الشعرية وبرامج الأدب والفنون والعلوم

والنقد والبرامج الحوارية.<sup>1</sup>

16- تقديم الأخبار بمختلف أشكالها من نشرة أخبار، موجز الأنباء، التحقيق الإخباري،

التقرير الإخباري... إلخ.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> رفعت عارف الضبع، مرجع سبق ذكره، ص22.

<sup>2</sup> عبد العزيز بركات، اتجاهات حديثة في إنتاج البرامج الإذاعية، دار الكتاب الحديث، القاهرة، ط1، 2000، ص61.

### خلاصة:

لقد انتشرت الإذاعة وأصبحت جزءاً من الحياة العادية لسائر الجماهير بمختلف فئاتها، ولها أثرها القوي في حياة الناس وطرق معيشتهم، كما تساهم في الحفاظ على العادات والتقاليد، من خلال برامجها ونخص بالذكر البرامج الثقافية والاجتماعية، لذا أصبحت هذه الوسيلة أكثر فاعلية لنشر الثقافة والتعليم والحفاظ على التراث الشعبي.

## ملحق الأمثال الشعبية:

### إذا العجوز تفاهت مع الكنة بليس يدخل الجنة:

هذا المثل يعكس الاضطراب القائم بين الزوجة والحماة (أم الزوج) فهما دائماً في صراع وصدام، وفي حرب كلامية لا ينتهي أمدّها إلى أن أصبح التوتر وعدم التفاهم هو القاعدة الشائعة التي تحكم العلاقة الاثنتين وأصبح اتفاقهما وعيشهما في سعادة وهناء أمر مستبعد الحصول إلى درجة أنه إذا تحقق ذلك دخل إبليس اللعين الجنة الذي توعدّه الله بنار جهنم إلى جنان الخلد مخترقاً العقل والمنطق والواقع.

### مكاش شجرة ما يهزهاش الريح:

يعني أن كل إنسان ليس معصوماً من الخطأ فمهما تحلى بالحيلة و الحذر ومهما تمسك بسبل الفلاح إلاّ ومر في لحظة من حياته بفترة فراغ هذا ما يجعله يرتكب هفوة أو مجموعة من الهفوات وذلك شيء طبيعي لأن المخلوق مهما كانت مكانته قاصر وبعيد عن مستوى الكمال و عليه لا يمكن استبعاد قدميه عن الزلل أو الوقوع شأنه شأن الأشجار فمهما كانت الشجرة راسخة في الأرض وضاربة بجذورها في بطن التراب فإنها معرضة في أي وقت للهب من طرف الريح.

### إشري العالي ولو كان غالي:

يعني المرء في حالة التسوق عليه اقتناء المنتجات التي تتميز بالجودة في الصنع والإتقان في العمل حتى وإن كانت غالية أو باهظة الثمن لأن طبيعة صنعها تجعلها أكثر مقاومة للتلف و الفساد وأدوم من حيث الإستعمال.

## في وجهي مرايا وفي ظهري مقص:

تطلق على الشخص المتلون ذي الوجهين الذي يبدي لك في حضورك المحبة والود، فتراه يشيد بمحاسنك وفضائلك، وبمجرد أن تفارقه وتبتعد عنه يغتابك، ويتفنن في ذكر مساوئك وعيوبك.

## مول التاج ويحتاج:

ويعني أنّ الإنسان مهما أنعم عليه الله بسعة العيش و رخاء الحال، ومهما كان ثرياً، أو صاحب مال وجاه، فإنه معرض للعوز والحاجة فحتى الملوك الذين يندرج تحت سلطانهم العباد، والأموال وتتضخم خزائنها بالذهب والفضة قد يفنى مالهم ويزول سلطانهم فيحتاجون إلى غيرهم.

## أنا نقولك سيدي وأنت عرف قدرك:

ويطلق على الشخص الذي تبالغ في تقديره فتمكنه من احتلال مكانة عالية ومرموقة في عقلك وقلبك فيخرج عن حدود ذلك التقييم إلى درجة أنه يفقد اللباقة ومعالم الأدب وحسن الخلق.

## اللسان لحلاح والقلب ذباح:

ويطلق على الشخص الذي يتصف ببذاءة اللسان وسواد القلب في آن واحد فتجده يخوض في الكلام اللغو، كما تجد قلبه أشد سواد من ظلام الليل، فلقد عشش فيه الحقد، وسكنت فيه الكراهية بحيث تراه يتمنى الشر والأذى لكل ذي كبد رطب.

## الراجل على الراجل بالكلمة والمرأ على المرأ بالحرمة:

ومفاد هذا المثل أنّ معيار التمييز بين الرجال و التفارقة بين بعضهم البعض هو مدى التزامهم بالعهود

ووفائهم بما تلفظت به شفاههم، أما المرأة فتفرقها عن غيرها من النساء بمدى عفقتها وتمسكها بشرفها  
و أصلتها ومدى التزامها بالأخلاق الحميدة و مكارم الأخلاق.

### **قالوا النار شعلت قالوا وين قالو في الكتان قالو تكبر وتبان:**

و معنى هذا المثل أنّ الأمور والحوادث والوقائع مهما لفتها يد الكتمان ومهما سترت و كانت بعيدة  
عن مرمى السمع والبصر تستكشف يوماً إذا بلغت درجة معينة من الجسامه ومستوى من الكبر فعلى  
المرء أن لا يستعجل معرفة المستور وإدراك المجهول فكل مستور سيظهر لا محالة.

### **ما يحس بالجمرة غير الي كواتو:**

ويقصد أنه لا يشعر بالضرر إلاّ من اعتصره الألم وأجبرته المصائب على احتراف لغة الأنين وإلى  
التضرع إلى الله ليخفف عن ما يكايده من معاناة، فالإحساس بالشيء ينبعث من واقع التجريب إذ لا  
يحس بحرارة الجمر إلا من اکتوى بناره.

### **الي حاب الشبح ما يقول آح:**

يقصد بهذا المثل أن من يتطلع إلى الشيء الجميل و الرفيع ويحب الأمور الثمينة ذات القيمة العالية  
أن لا يشكو و أن لا يظهر معاناته وآلامه مهما كانت العوائق و المصائب كبيرة في سبيل بلوغ  
الأمانى الجليلة.

## يزيد الماء للبحر:

يطلق هذا على من يساعد الإنسان الموسر الذي ينعم بسعة العيش ورخاء الحال وذلك يكون في غنى عن هذا الإحسان أو تلك المساعدة التي لاتسمن ولا تغني من جوع فهي لا تؤثر فيه لاسلباً ولا إيجاباً أي أن وجودها وعدمها سواء فمن الغباء أن تزيد الماء إلى البحر فأني تأثير لهذا الماء في بحر عظيم واسع الأجواء.

## أضر به يعرف مضربه:

تطلق على الأشخاص الذين يتميزون بخشونة والقساوة، أي أن تكلمهم بلغة الحديد والعصا وهذا ما يلائم طبائعهم، ويكبح جموحهم فلا يتجرؤون على تجاوز حدودهم، وإختراق مناطق لا يجوز إختراقها.

## مول الخبزة طامع في مول النص:

يضر ب هذا المثل على الرجل أو المرأة التي تعيش حياة الرفاهية والعز وتجدها تأخذ أو تستلف أشياء ممن هم أقل منها رفاهية وعزاً وممن بأشد حاجة إلى هذه الأمور.

## الهدرة والمغزل:

يطلق على المرأة التي يكون بيدها عمل فعليها أن تعمل وتتكلم فليس من اللائق الإهتمام بالكلام وإهمال العمل.

ويحكى أن امرأة كانت تغزل وتتكلم وحينما تبدأ في الكلام تتوقف عن الغزل فكانت عجوز تشاهدها فقالت لها الهدرة والمغزل أي تكلمي مع عدم التوقف عن العمل.

## المرأة عمية والحطب خضر:

يحكى أن امرأة عمياء أرادت أن تشعل النار فأخذت تضع الحطب في الموقد لكن النار لم تشتعل لأن الحطب كان أخضر لذلك يقال هذا المقال.

## قائمة المصادر والمراجع

### أ.المصادر:

سورة العنكبوت الآية 43

### ب.المراجع:

- 1.إبن منظور، لسان العرب، دار الصادر، بيروت، ط3، 1994.
- 2.أبو الهلال العسكري، جمهرة الأمثال، شركة بناء الشريف الأنصاري للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، ط1، 2003.
- 3.أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط1، 2003.
- 4.أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجزائرية، الجزائر، ط2، 2005.
- 5.أحمد محمد عليق، وسائل الإتصال والخدمة الإجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، مصر، دط، 2004.
- 6.أمينة سعاد بن عبو، فطيمة زهراء قواش، استعمال الأمثال الشعبية في عملية التواصل، مذكرة ليسانس في علم الاجتماع، جامعة مستغانم، 2008.
- 8.بشير علاق، نظريات الإتصال، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، دط، 2010.

## قائمة المصادر والمراجع

9. حسين عبد الحميد رشوان، الفلكلور والفنون الشعبية، المكتب الجامعي الحديث، مصر، دط، 1993.
10. جمانة طه، موسوعة الروائع في الحكم والأمثال، الدار الوطنية الجديدة ودار المخيال، بيروت، ط2، 2002.
11. رفعت عارف الصبغ، الإذاعة التوعوية وإنتاج البرامج الإذاعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2011.
12. صالح ذياب الهندي، أثر وسائل الإعلام على الطفل، دار الفكر منشرون وموزعون، عمان، ط4، 2008.
13. عاطف وصفي، الأنثروبولوجيا الثقافية، دار النهضة العربية، بيروت، دط، 1971.
14. عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، دط، 2008.
15. عبد الحميد بورايو، في الثقافة الشعبية الجزائرية، دار أسامة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، دط، 2006.
16. عبد الحميد بن هدوقة، أمثال جزائرية، المؤسسة الجزائرية للفنون الطبيعية، الجزائر، دط، 1992.
17. عبد الحميد يونس، معجم الفلكلور، مكتبة لبنان، بيروت، ط1، 1983.

## قائمة المصادر والمراجع

18. عبد العزيز بركات، اتجاهات حديثة في إنتاج البرامج الإذاعية، دار الكتاب الحديث، القاهرة، ط1، 2000.
19. عبد الفتاح أبو معال، اثر وسائل الإعلام على الطفل، دار الشروق للنشر والتوزيع، لبنان، ط1، 1990.
20. عبد المالك مرتاض، عناصر التراث الشعبي، المطبوعات الجامعية، الجزائر، دط، 1987.
21. عبد المجيد شكري، الفن الإذاعي وتحديات تكنولوجيا قرن جديد، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 1998.
22. علي كبريت، موسوعة التراث الشعبي، الجزء الأول، المؤسسة الوطنية للاتصال النشر والإشهار، الجزائر، دط، 2007.
23. فاروق أحمد، عثمان مرفت العشماوي، دراسات في التراث الشعبي، دار المعرفة الجامعية، مصر، دط، 2011.
24. فضيل دليو، الإتصال، مفاهيمه، نظرياته، وسائله، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2003.
25. فيصل مفتاح الحداد، أنواع الأمثال والحكم في نماذجها المختارة، دار الكتب الوطنية، ليبيا، ط1، 2008.

## قائمة المصادر والمراجع

26. ماجي الحلواني، مدخل إلى الفن الإذاعي و التلفزيوني الفضائي، عالم الكتب، القاهرة، دط، 2002.
27. محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، دط، 2010.
28. محمد سامي الدغدي، بلاغة الأمثال وفصاحة الحكمة، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، دط، 1998.
29. محمد منير حجاب، نظريات الإتصال، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، ط2، 2010.
30. مرسى الصباغ، دراسات في الثقافة الشعبية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، مصر، ط1، 2001.
31. منال طلعت محمود، مدخل إلى علم الإتصال، المكتب الجامعي الحديث، مصر، دط، 2002.
32. محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، دط، 2007.
33. محمد عباس إبراهيم، الثقافة الشعبية الثبات والتغير، دار المعرفة الجامعية، مصر، دط، 2009.
34. محمد عبده محبوب، فاتن محمد شريف، التراث الشعبي، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر والتوزيع، مصر، ط1، 2006.
35. محمد عمر الطنوبي، نظرية الإتصال، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، مصر، ط1، 2001.

## قائمة المصادر والمراجع

---

36. موريس أنجرس، تر: بوزيد صحراوي وآخرون، منهجية البحث العلمي في العلوم

الإنسانية، دار القصة للنشر، الجزائر، دط، 2004.

# الفصل الثاني


# الفصل الأول

# الفصل الثالث

# الملاحق

# الخاتمة

# مقدمة



قائمة المصادر

والمراجع

# الإطار التطبيقي

# الإطار المنهجي

# الإطار النظري

## 1- تحديد الإشكالية:

تعد الأمثال الشعبية من أقدم الممارسات الشفوية التي تستخدم بصفة متفاوتة، لها دلالاتها، وقوتها، وتأثيرها في المجتمع بحيث لا تأتي على شكل فكرة أو صورة أو أسلوب عشوائي مبتكر بطريقة خيالية، بل هي تعبير محض عن حقائق وأحداث وقعت، وخلفت أثراً يستحق الخلود، كما أنها تسجيل قولي كلامي لجمل قصيرة نستخلص منها المآثر، والمواعظ والمغازي، يتم توارثها من جيل إلى آخر، لأنها صالحة لكل زمان ومكان، ولما تحققت من تواصل.

من هذا نجد أن القول الشعبي يلعب دوراً اتصالياً هاماً يتمثل في إيصال المعلومات إلى الناس للاقتراب منهم ومن مواقفهم واتجاهاتهم، فهو مهم في مجال الإتصال الإجتماعي ويتجسد ذلك من خلال الأمثال الشعبية التي تعكس جزء من ثقافتنا.

وفي سياق متصل، نجد أن أهم وظيفة من وظائف الإعلام، وظيفة التثقيف، إذ يحمل القائمون بالاتصال في مختلف المؤسسات الإعلامية على عاتقهم مهمة مخاطبة الجمهور بما يتوافق وخصائصه الاجتماعية وفنونه وثقافته، وتعد الأمثال الشعبية وجهاً من أوجه تلك الثقافة التي يشار إليها بالثقافة الشعبية أو التراث الشعبي، ولعل الإذاعة الصوتية بما تتمتع به من مزايا مخاطبة الشفوية المبنية على أسس اتصالية وإعلامية قديمة، ولقدرتها على التوجه إلى جماعات جماهيرية ضيقة مكانياً، عبر إذاعاتها المحلية، فإنها تسعى إلى برمجة منتوجات سمعية تتحدث باسم المجتمع

المحلي، وباسم توجهاته واعتقاداته وقيمه الثقافية، وإذا ما ربطنا بين هذه الخدمة الإذاعية وبين القول الشعبي أو المثل الشعبي، لوجدنا أن إدراج هذا الأخير (المثل الشعبي) ضمن المخطط الإذاعي، ليس إلا جزء من وظيفة نقل ثقافة الشعوب التي تتولاها الإذاعة، بما يحقق وظيفة الاتصال، وعلى هذا الأساس قمنا في دراستنا بالتركيز على هذين المتغيرين بغية التعرف على الوظيفة الاتصالية التي تؤديها الأمثال الشعبية وتتجسد عبر أحد برامج البث الإذاعي في ولاية تيارت، ومنه طرحنا الإشكالية التالية:

هل يحقق برنامج "قالوا ناس زمان" الذي يتم بثه عبر الإذاعة المحلية لولاية تيارت الوظيفة الاتصالية بين الأفراد و ما الدور الذي يلعبه في تواصل الأزمنة ما بين التراث والمعاصرة؟

## 2-التساؤلات الفرعية وبناء الفرضيات:

### التساؤلات الفرعية:

-ما مدى استمرار تداول الأمثال الشعبية في المجتمع الجزائري؟

-هل تسهل الأمثال الشعبية العملية الاتصالية بين الأفراد؟ وكيف لها أن تتضمن دلالة رسالة

الاتصال؟

-ما نسبة استماع المجتمع التياتري لبرنامج "قالوا ناس زمان"؟ وما علاقتها بطريقة اتصالهم

بعضهم ببعض؟

### تحديد الفرضيات:

-الأمثال الشعبية لا تزال مستمرة التداول في المجتمع الجزائري، لأنها تشكل لديه أحسن تعبير

وأحسن ناقل لرسائل أفراد الشفوية.

-تسهل الأمثال الشعبية العملية الاتصالية بين الأفراد، من حيث أنها تعبر عن حالتهم وتنقل

معلومة متعلقة بالمواقف التي يعيشونها، وبالتالي فهي تعد دلالة من دلالات الرسالة الاتصالية.

-يستمتع جمهور إذاعة تيارت لبرنامج " قالوا ناس زمان" بكثافة، لعلاقته الوطيدة بالطريقة التي

يتواصل بها أفراد المجتمع المحلي الجزائري مع بعضهم إلى البعض، فإذاعة تيارت تلعب دور

الوساطة بين التراث الشعبي والجمهور.

### 3-أسباب اختيار الموضوع:

#### أ-الأسباب الذاتية:

-كون الأمثال الشعبية تدرج ضمن التراث العربي القديم ورغبتني في التعرف على هذا النوع

من التراث.

-استخدامي الشخصي لهذه الأمثال في بعض مواقف حياتي اليومية.

-رغبتني في دراسة الموضوع وخاصة من الجانب الأكاديمي في مجال علوم الإعلام

والإتصال.

#### ب-الأسباب الموضوعية:

-ذكر الأمثال الشعبية في القرآن الكريم في قوله عز وجل: "وتلك الأمثال نضرب بها للناس

وما يعقلها إلا العالمون." [سورة العنكبوت، الآية 43]

-معرفة ما إذا كانت الأمثال الشعبية تشكل ظاهرة اتصالية في الزمن الراهن خاصة مع

التطور التكنولوجي.

-اهتمام المجتمع التياراتي بالبرنامج الإذاعي "قالوا ناس زمان" وفقا للدراسة الاستطلاعية.

#### 4-أهمية الدراسة وأهدافها:

نركز في موضوعنا على الأمثال الشعبية الجزائرية، كونها تعكس ثقافة المجتمع، فالمثل وليد

معاناة لظرف معين أو صورة لبعض أساليب الحياة، أو نتيجة لعادات أصبحت جزء من الأعراف

والتقاليد، فحاولنا التركيز عليها لأنها تتدرج ضمن الثقافة الشفوية للمجتمع الجزائري.

وقمنا بالإطلاع على البرنامج الإذاعي " قالوا ناس زمان" الذي يبث في إذاعة تيارت كل يوم أربعاء لمدة ساعة ابتداء من الساعة 15:00 إلى غاية الساعة 16:00 مساءً، وهذا البرنامج يقدم مجموعة لا بأس بها من الأمثال الشعبية فيخصص كل أسبوع موضوع يقوم بمعالجته من خلال تقديم بعض الأمثال الشعبية التي تحظى بمشاركة من الجمهور المستمع محاولين بذلك الوصول إلى معرفة ما يلي:

-معرفة مدى تحقيق الإذاعة المحلية للوظيفة الاتصالية وربط الفرد بثقافته وتراثه من خلال

بث برامج للأمثال الشعبية.

-معرفة مدى إستخدام وتداول الأمثال الشعبية في المجتمع الجزائري أثناء الإتصال بالآخرين.

-الكشف عن دور الجمهور في نقل هذه الأمثال الشعبية.

-استخلاص الغرض الذي تستعمل من خلاله الأمثال الشعبية.

## 5- منهج البحث وأدواته:

يعرف موريس أنجرس المنهج العلمي على أنه: "طريقة جماعية لاكتساب المعارف القائمة على الاستدلال وعلى إجراءات معترف بها للتحقق في الواقع".<sup>1</sup>

وبما أن البحث العلمي يهدف أساساً إلى محاولة الوصول إلى النتائج محددة للتساؤلات المطروحة، فقد اخترنا استخدام منهج المسح التحليلي، وبالتالي دراستنا مسحاً تحليلية باعتبار هذا المنهج يتجاوز وصف الظاهرة إلى تفسيرها وتحليلها والتعمق فيها.

وعليه فإن المسح الاجتماعي هو أحد المناهج الرئيسية التي تستخدم في البحوث الوصفية التحليلية، يطبق على مجموعات كبيرة من السكان، يستخدم بهدف وصف الظاهرة ودراستها أو تقرير واقع معين لمجتمع أو لجماعة أو نظام في فترة زمنية محددة بوقت إجراء الدراسة".<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> موريس أنجرس، تر: بوزيد صحراوي وآخرون، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصة للنشر، الجزائر، ط1، 2004، ص102.

<sup>2</sup> أحمد بن مرسلبي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط1، 2003، ص212.

ويعد منهج المسح من أهم المناهج العلمية المستخدمة في بحوث الإعلام والاتصال وهو يهدف إلى تسجيل، وتحليل وتفسير مختلف معطيات الظاهرة الإعلامية المدروسة.

ويمكن أن نقول أن تعريفات المسح الإجتماعي تتفق على: "أنه الدراسة العلمية للظواهر الموجودة في جماعة معينة في مكان معين، ينصب على الوقت الراهن حيث يتناول أشياء موجودة بالفعل وقت إجراء الدراسة وليست ماضية."<sup>1</sup>

وعرف الباحث "ذوقان عبيدات" المنهج المسحي بأنه: "المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة المدروسة، قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها وضعفها."<sup>2</sup>

### تقنية البحث:

وهي الاستمارة "تعتبر وسيلة علمية لجمع البيانات، وهي الأكثر شيوعاً في البحوث الاجتماعية بسبب سهولتها وقلة تكاليفها وإمكانية استخدام التحليل الإحصائي فيها، وهي عبارة عن "مجموعة من الأسئلة تدور حول موضوع معين يجيب عنها المبحوثين و يدونون الإجابات بأنفسهم أو يدونها الباحث الميداني نفسه."<sup>3</sup>

<sup>1</sup> أحمد بن مرسل، مرجع سبق ذكره، ص 212.

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص 286

<sup>3</sup> عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، دط، 2008، ص 143.

فهي " الوسيلة التي تساعد الباحث على جمع الحقائق و المعلومات من المبحوث خلال عملية

المقابلة وهي الوسيلة التي تفرض عليه التقيد بموضوع البحث وعدم الخروج على أطره ومضامينه.<sup>1</sup>

فهي " تفيد في التعرف على اتجاهات الأفراد ومشاعرهم ودوافعهم وسلوكياتهم، كما تساعد في

الحصول على إحصائيات تصور لنا الواقع وترشد إلى وضع خطط للمستقبل.<sup>2</sup>

وقد اعتمدنا في بحثنا هذا على تقنية الاستمارة باعتبارها الأنسب، ثم توزيعها على العينة

وتضمنت أربع محاور:

-بيانات شخصية حول أفراد العينة.

-مدى تداول الأمثال الشعبية.

-وظيفة الأمثال الشعبية في الإتصال.

-مدى متابعة البرنامج الإذاعي "قالوا ناس زمان".

<sup>1</sup> محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، دط، 2010، ص21.

<sup>2</sup> عامر مصباح، مرجع سبق ذكره، ص147.

## 6-المقاربة النظرية:

### -نظرية الثقافة:

إن الحديث عن الثقافة يأتي من كونها على علاقة وثيقة بالثقافة الشعبية، فكلاهما ثقافة في الأخير، حيث يتداخلان ضمن دائرة ما يسمى (بالمركب الثقافي) الذي لا يمكن استثناء المثل الشعبي منه، إذ هو جزء من الثقافة الإنسانية العامة.

بناء على هذا التصور نتناول نظرية الثقافة كمدخل طبيعي لتناول مواضيع الثقافة الشعبية باعتبارها ثقافة تدخل في التركيب الحيوي للمجتمع وتساهم في تشكيله وتغييره وتتحكم في توجيه مواقف أفراد وسلوكياتهم وعاداتهم ومعتقداتهم وأذواقهم وفنونهم.

-**مفهوم الثقافة:** من أشهر التعاريف المتداولة هو تعريف " إدوارد تايلور " الذي يرى أنّ الثقافة هي "كل مركب يشمل على المعرفة و المعتقدات ، والفنون والأخلاق، والقانون والعرف، وغير ذلك من الإمكانيات أو العادات التي يكتسبها الإنسان باعتباره عضواً في المجتمع".<sup>1</sup> أي أنّ الثقافة مرتبطة بوجود الإنسان.

<sup>1</sup> علي كبريت، موسوعة التراث الشعبي، الجزء الأول، المؤسسة الوطنية للاتصال النشر والإشهار، الجزائر، دط، 2007، ص27.

فهي "حياة الإنسان في كفياتها المختلفة بين جميع البشر، وبكفياتها المختلفة أيضا داخل الجماعة البشرية الواحدة، ولقد وضع البعض تعريفاً مختصراً للثقافة بهذه الصيغة "الثقافة هي طريقة عيش الجماعة".<sup>1</sup>

### نظرية الثقافة:

يعتبر علم الأنثروبولوجيا الفضاء الذي تمت داخله مناقشة مفاهيم وتصورات ما يتعلق بالثقافة فصيغت نظرية الثقافة في رحمه، حتى غدت فرعاً منه بعنوان "الأنثروبولوجيا الثقافية" وهو تخصص تطورت فيه الأبحاث لصياغة النظريات والمفاهيم، وأصبح مجالاً معرفياً يتخصص في تحليل الظواهر الثقافية في أبعادها الاجتماعية والسياسية والتاريخية والحضارية بشكل عام من حيث كونها تتضمن قابلية خضوعها للبحث العلمي والضبط المنهجي.<sup>2</sup>

ظهرت مدارس واتجاهات تتبنى مواضيع مختلفة مهمة و تتخذ منطلقات خاصة و إجراءات تتوخى الموضوعية العلمية و تسير نحو أهداف متباينة نبدأ من تحديد الأطر النظرية لترشيد و توجيه عمليات التأهيل الحضاري لمجتمعاتها و يمكن صياغة خلاصة هذه اتجاهات في ثلاثة منها: النظرية التاريخية الانتشارية،<sup>3</sup>

<sup>1</sup> سليم حداد، المعجم النقدي لعلم الاجتماع، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط1، 1986، ص 486.

<sup>2</sup> عاطف وصفي، الأنثروبولوجيا الثقافية، دار النهضة العربية، بيروت، دط، 1971، ص 47.

<sup>3</sup> نفس المرجع، ص 60

النظرية التكاملية التتاسقية، نظرية التطور الثقافي، هذه الأخيرة تعرف باسم الاستمرار من البدائي إلى الحضري، ضمن تصور خطي مستمر من بداية مفترضة إلى نهاية ملحوظة تمثل أرقى مراحل تطور الظواهر الثقافية المدروسة، أي تطور الثقافة الإنسانية من الحياة البدائية إلى المدينة المتحضرة، يقول عاطف وصفي: "وتصور تلك النظرية نموذجاً للثقافة البسيطة التي نجدها في العشائر والقبائل والقرى الصغيرة واتخذت من ذلك النموذج البدائي نقطة بدأت منها عملية تطور الثقافات و المجتمعات الإنسانية".<sup>1</sup>

وبناء على موضوع دراستنا أي الأمثال الشعبية التي يقدمها البرنامج الإذاعي "قالوا ناس زمان" بإذاعة تيارت فاعتمدنا على نظرية مولس الثقافية التي يرى من خلالها "أن وسائل الإتصال تحول الثقافة عن طريق ما يسمى بالثقافات أو "الفسيفساء الثقافية" فالفسيفساء الثقافية ما هي إلا عبارة عن الأفكار الجديدة المعبر عنها بالثقافات، فيرى مولس أن وسائل الإتصال تلعب دوراً حاسماً في الثقافة الحديثة بل أنها تعد في الواقع الناقلات الحقيقية للاتصال والثقافة".<sup>2</sup>

<sup>1</sup> عاطف وصفي، مرجع سبق ذكره، ص60.

<sup>2</sup> بشير علاق، نظريات الإتصال، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، دط، 2010، ص ص86-87.

## 7-مجتمع البحث والعينة:

### أ-مجتمع البحث:

عرف مورس أنجرس، مجتمع البحث على أنه: "مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث والتقصي".<sup>1</sup> في أي موضوع يتم تحديد مجتمع البحث وبما أننا بصدد القيام ببحث لمعرفة الوظيفة الاتصالية للأمثال الشعبية من خلال البرنامج الإذاعي "قالوا ناس زمان" فإن مجتمع البحث سيكون مع المستمعين للبرنامج.

ب-العينة: "وهي مجموعة صغيرة من مجتمع البحث والتي من خلالها يمكننا إلقاء الضوء على المجتمع البحثي الذي تمّ اختيارها منه، وهي مجموعة فرعية من عناصر مجتمع البحث".<sup>2</sup> وبما أن مجتمع بحثنا هم المستمعين لبرنامج "قالوا ناس زمان" فإن العينة غير احتمالية قصدية: أفراد الجمهور الذين تتراوح أعمارهم من 20 سنة فما فوق، بحيث شملت العينة 100 مبحوث أغلبهم إناث.

<sup>1</sup> أحمد بن مرسل، مرجع سبق ذكره، ص 291.

<sup>2</sup> عامر مصباح، مرجع سبق ذكره، ص 216.

ت-حدود الدراسة:

الإطار المكاني: ذكرنا في البداية أنّ دراستنا ستجرى في ولاية تيارت.

الإطار الزمني: لقد أجرينا الدراسة في الفترة ما بين 25 مارس إلى غاية 10 أبريل 2013.

8-تحديد المصطلحات والمفاهيم الإجرائية:

1-الوظيفة: إصطلاحاً: هي "النتيجة أو النتائج المترتبة عن النشاط الإجتماعي أو السلوك

الإجتماعي وغالباً ما ترتبط الوظيفة بالعلوم الاجتماعية بالأنماط الثقافية البناءات الاجتماعية

والاتجاهات وينظر إلى هذه النتائج في ضوء تأثيرها على بناء المواقف أو النسق أو التفاعل بين

الأشخاص، ويستخدم علماء الاجتماع مصطلح الوظيفة للإشارة إلى العمليات الاجتماعية، الأفعال

بناءات الجماعة وطائفة أخرى كبيرة من الظواهر أوسع نطاقاً بكثير من الثقافة تشير الوظيفة هنا إلى

نتيجة موضوعية وشخصية ترتبط بالظواهر الاجتماعية.<sup>1</sup>

إجرائياً: هي مجموعة من المهام والأدوار التي تؤديها الأمثال الشعبية في المجتمع الجزائري

والتي نحددها من خلال البرنامج الإذاعي " قالوا ناس زمان ".

<sup>1</sup> محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، دط، 2007، ص172.

2-الإتصال: لغة: في القواميس العربية "كلمة مشتقة من المصدر وصل الذي يعني أساساً

الصلة وبلوغ الغاية، أما قاموس أكسفورد فيعرف الإتصال بأنه "نقل وتوصيل أو تبادل الأفكار والمعلومات."<sup>1</sup>

اصطلاحاً: يعرفه عالم الاجتماع تشارلز كولي أنه "ذلك الميكانيزم الذي من خلاله توجد

العلاقات الإنسانية وتنمو وتتطور الرموز العقلية بواسطة وسائل نشر هذه الرموز عبر المكان واستمرارها عبر الزمان."<sup>2</sup>

إجرائياً: الدور الذي تؤديه الأمثال الشعبية في العملية الاتصالية من حيث نقل المعارف

والمعلومات.

3-الأمثال الشعبية: لغة: يعرف لاروس "La rousse" المثل في معجمه اللغوي الفرنسي

فيقول " المثل هو حكمة معبر عنها بكلمات قليلة ثم صارت شعبية."<sup>3</sup>

بينما يعرفه ابن منظور في معجمه لسان العرب فيقول " المثل هو الشيء الذي يضرب لشيء

مثلاً فيجعله مثله."<sup>4</sup>

<sup>1</sup> فضيل دليو، الإتصال، مفاهيمه، نظرياته، وسائله، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2003، ص15.

<sup>2</sup> فضيل دليو، مرجع سبق ذكره، ص20.

<sup>3</sup> عبد الحميد بن هودقة، أمثال جزائرية، المؤسسة الجزائرية للفنون الطبيعية، الجزائر، ط1، 1992، ص10.

<sup>4</sup> ابن منظور، لسان العرب، دار الصادر، بيروت، ط3، 1994، ص677.

أما معجم جمهرة الأمثال لأبي هلال العسكري فيعرف المثل على أنه " التماثل بين الشئيين في

الكلام، كقولهم كما تدين تدان، وهو من قولك: هذا مثل الشيء ومثله، كما تقول شَبَّهَهُ وشَبَّهَهُ<sup>1</sup>.

إصطلاحاً: عبد المالك مرتاض يعرف المثل الشعبي على أنه "نوع من أنواع الأدب الشعبي

الأكثر انتشاراً بين طبقات المجتمع، وهو نتيجة لقصة أو حكاية التي يعبر المثل عن مضمون

أحدهما، لقد توصل المثل بكل شيء يتعلق بالحياة فنراه يترصد الأخلاق، الحكمة، التربية، التوجيه،

الفكاهة، الحرب، والسلم ..... إلخ.<sup>2</sup>

إجرائياً: المثل كلام موجز لحصيلة من تجارب الإنسان، يحمل معنى أو مغزى بهدف توصيل

رسالة تعبر عن فكرة أو حدث معين وهي الأمثال المتداولة في المجتمع الجزائري

## 9- الدراسة الاستطلاعية:

اعتمدنا في دراستنا على الملاحظة بالمشاركة والتي تعني " أن الباحث يخضع نفسه إلى

الظروف المختلفة لمجتمع البحث، من حيث الشراكة في الحياة اليومية العادية لأفراده والقيام بأعمالهم

المختلفة أي إعتبار نفسه جزءاً من المجال المدروس حيث يتفاعل ويتجاوب مع أفراده، كأنه عضو<sup>3</sup>

<sup>1</sup> أبو الهلال العسكري، جمهرة الأمثال، شركة بناء الشريف الأنصاري للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، ط1، 2003، ص16.

<sup>2</sup> عبد المالك مرتاض، عناصر التراث الشعبي، المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط1، 1987، ص45.

<sup>3</sup> أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجزائرية، الجزائر، ط2، 2005، ص 204

منهم يقاسمهم حياتهم اليومية، دون القيام بأعمال أو تصرفات من شأنها ألا تحافظ على الوضع العادي للمجال المدروس.<sup>1</sup>

وكانت ملاحظتي من خلال حضور برنامج " قالوا ناس زمان " على المباشر، أول حصة كانت يوم الأربعاء 27 مارس 2013 من الساعة 15:00 إلى غاية الساعة 16:00 مساءً، فكان موضوع البرنامج الأمثال الشعبية التي تخص الإخوة فتبدأ المذيعة السيدة " فتيحة عين قادة " بإعطاء بعض الأمثال فيما يخص الموضوع، وصادف ذلك اليوم حضور ضيفة إلى البرنامج هي مستمعة وفيه إلى البرنامج، فقامت المذيعة بدعوتها، وما لفت انتباهي أنّ الضيفة قامت بتدوين حوالي 1500 مثل شعبي في مذكرة، وقدمته كهدية للبرنامج.

ولا يخلو البرنامج من مشاركات الجمهور المستمع الذي يساهم في إعطاء بعض الأمثال من خلال الإتصال على الرقمين : (046.41.62.28،046.41.62.28).

أما ثاني حصة فكانت يوم 03 أبريل 2013 في نفس التوقيت، وكان موضوع البرنامج حول الأسرار العائلية، فاستهل البرنامج بمقطع موسيقي من الغناء الشعبي فيما يخص الموضوع دائماً، وتستمر المذيعة في إعطاء الأمثال واستقبال مكالمات الجمهور إلى غاية نهاية الحصة.

<sup>1</sup> أحمد بن مرسل، مرجع سبق ذكره، ص 205

## 10- الدراسات السابقة:

لقد تعددت الدراسات العلمية السابقة التي اهتمت بموضوع الأمثال الشعبية نذكر من بينها:

1- "دراسة التلي الشيخ: والتي استهدفت تحديد منطلقات التفكير في الأدب الشعبي الجزائري،

حيث ركز فيها على أهمية ودور الشكل في الأدب الشعبي تارة، والاهتمام بدور التجربة الفنية في التعبير عن قضايا الطبقات الشعبية المحرومة تارة أخرى، و كذلك حاول التركيز على اختلاف وجهة نظر الأدب الشعبي في طرح القضايا التي حظيت باهتمامه، والتي تمثل منطلقاً جوهرياً في اتجاه الإبداعات الشعبية.<sup>1</sup>

2- ومن بين هذه الدراسات أيضاً **مصنف عبد الحميد بن هدوقة**: "جاء هذا المصنف مرتباً

ترتيباً أبجدياً توخى فيه مؤلفه جمع أكبر قدر من الأمثال المتداولة في قرية الحمراء غرب مدينة سطيف، يكشف مصنف بن هدوقة على حوالي 640 مثل مصنفة ومفهرسة ومشروحة و معلق عليها عن معرفة موسوعية يتمتع بها المؤلف مكنته من رد كثير من الأمثال إلى أصولها في التراث العربي الإسلامي وإلى ما يشبهها في الثقافة الشعبية المغاربية في مناطق أخرى، مثل الشعر، الأخبار، النوادر،

<sup>1</sup> أمينة سعاد بن عبو، فطيمة زهراء قواشيج، استعمال الأمثال الشعبية في عملية التواصل، مذكرة ليسانس في علم الاجتماع، جامعة مستغانم، 2008، ص10.

إلى جانب ذلك اعتنى المؤلف بالبعد التداولي للأمثال، وبسياقاتها التعبيرية، وبتحولاتها الدلالية، وبطبيعتها المعجمية<sup>1</sup>.

**3-مصنف قادة بوتارة:** " يحتوي هذا المصنف على حوالي 1010 مثل، ويختلف عن المصنف السابق في طريقة التبويب إذ نجد صاحبه يعتمد على تصنيف المادة المثلية وفق الموضوعات، فيخصص لكل حقل دلالي باباً يورد فيه الأمثال التي تداولها الناس في منطقة الجنوب الغربي و قد جاءت مرتبة في ستة أجزاء يحتوي كل جزء على مجموعة من الأبواب.<sup>2</sup>"

---

<sup>1</sup> عبد الحميد بورايو، في الثقافة الشعبية الجزائرية، دار أسامة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، دط، 2006، ص122.

<sup>2</sup> عبد الحميد بورايو، مرجع سبق ذكره، ص124.

### خاتمة عامة:

الأمثال الشعبية هي اتصال شخصي شفهي لا يتم بوسائل معقدة لإيصال محتوى اتصالي، وإنما يستعمل الكلام أو اللغة المنطوقة كوسيلة بسيطة يفهمها العام والخاص وبالتالي يعتبر اتصالاً شخصياً لفظياً للتوصل للهدف المرغوب فيه من تغيير السلوكات والمواقف أو تدعيمها أو توجيه الأفراد ومدعمهم بمختلف الثقافات والتي هي صورة لثقافة الأجداد والأوائل، معبرة عن أفكارهم وأحاسيسهم وقيمهم التي كانوا يتداولونها في وقت معين، و أصبحت أيضاً كوسيلة اتصالية في وقتنا الحالي لها دورها وقيمتها وتأثيرها وتغطي جانباً معيناً من جوانب الحياة، وهذا كله لإحداث الإقناع والاتصال مع الأفراد الآخرين، فتداول الأفكار والمعاني والقيم والمعارف التي تحملها الأمثال الشعبية بين مجموعة من الأفراد والأشخاص لا يكون لها واقع ولا ذبوع ولا تأثير ولا انتشار إلا إذا اعتمدنا على عنصر الإتصال.

ومنه نستنتج أن الأمثال الشعبية تؤدي وظيفة اتصالية لأنها تعتبر وسيلة اتصالية لفظية، شخصية، شفوية، يتواصل من خلالها الأفراد عن طريق المعاني التي تحملها من أجل إيصالها إلى المستقبل، بغية الاستفادة منها وأخذ القيم والعبر والمعاني التي تفيده في حياته اليومية وكذلك تساهم في التجاوب والتواصل بين الأفراد الجماعة الواحدة، وهذا مع توفره جميع العناصر المساعدة على إقامة هذا الإتصال.

فتداول الأمثال الشعبية وتناقلها من جيل إلى آخر لابد له من الاعتماد على جملة من العناصر المتمثلة في العناصر الاتصالية العادية من مرسل ومستقبل ورسالة ورجع الصدى بالإضافة إلى عنصر التشويش الذي قد يخل بالمعنى، وهذا ما يتوافق مع موضوع بحثنا وهو الوظيفة الاتصالية للأمثال الشعبية من خلال البرنامج الإذاعي "قالوا ناس زمان" فيمكن شرح هذه العناصر الخاصة بالأمثال الشعبية فيما يلي، المرسل وهي مقدمة البرنامج التي تصوغ المثل الشعبي، المستقبل وهو المنصت للمرسل أو المتحاور معه، ثم الرسالة وهي محتوى المثل الشعبي، أما الوسيلة هنا فهي الإذاعة وقد تكون في الحالات العادية عبارة عن لفظ منطوق، رجع الصدى **Feed back** وهو التأثير أو الواقع الذي تخلفه في نفسية المستقبل، أما عنصر التشويش فيعتمد على نوعية البث ورصد الأمثال بطريقة واضحة ومفهومة، وقد يغيب هذا العنصر في الاستخدام المباشر للأمثال أي غياب القنوات الاتصالية.