



الأساليب والاستراتيجيات الإقناعية المعتمدة في ترسيخ التوعية الغذائية

-دراسة تحليلية لبرنامج (هيلثي كوزينة) على قناة سميرة T.V-

Persuasive methods and strategies adopted in instilling nutrition awareness An analytical study of the (healthy Kouzina) program on Samira TV - channel

د/ بووزة باية

جامعة المدية ، الجزائر ، الايميل المهني : bayabououza@hotmail.com

تاريخ النشر:/.../.....

تاريخ قبول النشر:/.../.....

تاريخ الإستلام:/.../.....

ملخص:

تسعى هذه الدراسة للكشف عن الاستراتيجيات الإقناعية المعتمدة في ترسيخ التوعية التغذوية من خلال دراسة تحليلية لبرنامج (هيلثي كوزينة) بقناة سميرة T.V. وقد بينت النتائج أن المرسل اعتمد الاستراتيجية الديناميكية النفسية واستخدم المنطق و العاطفية لترسيخ ثقافة الغذاء الصحي.

الكلمات المفتاحية: الغذاء الصحي؛ التوعية الغذائية؛ الاستراتيجية الإقناعية؛ الاعلام المتخصص

Abstract:

This study seeks to uncover the persuasive strategies adopted in consolidating nutrition awareness through an analytical study of the (Healthy Cozina) program on Samira T.V.

The results showed that the sender adopted the psychological dynamic strategy and used logic and affection to instill a culture of healthy food

Keywords: healthy food; Nutritional education; Healthy food; Persuasive strategy; the sender; Specialized Media.

* المؤلف المرسل.

1. مقدمة:

إن الأمن الغذائي مطلب انساني وجب على كل راع تجسيده، في حدود امكانياته ووفقا لمسؤولياته والمرأة الجزائرية لا تشد عن هذه القاعدة. لاسيما في ظل ارتفاع نسبة الأزمات الصحية وزيادة الأعباء الناجمة عن

سوء التغذية في أوساط المجتمع الجزائري، والناجمة بالدرجة الأولى عن التغيير الملحوظ في النمط الغذائي فتراجع القدرة الشرائية من جهة، وانعدام ثقافة الغذاء الصحي من جهة أخرى. عاملان كانا لهما الأثر الواضح في جعل توفير الغذاء كما و نوعا يتحوّل من مطلب سهل التحسيد إلى هاجس يؤرق المرأة الجزائرية باعتبارها شريكا محوريا في ادارة الموارد المادية للأسرة؛ و ركيزة أساسية في حفظ بنيان المجتمع برتمته.

على هذا الأساس صارت المرأة الجزائرية اليوم مطالبة أكثر من أي وقت مضى بأن تتسلح بثقافة غذائية تؤهلها لقيادة أسرتها نحو بر الأمان ليس فقط بتوفير الغذاء نوعا وكما بل أيضا باعتماد أنسب وأنجع الطرق في تحضير وجبات صحية تغذي العقل والبدن، و تضمن لمن تكفلهم حياة صحية بعيدة عن الآلام و الأسقام. لكن يلاحظ أن المرأة اليوم صارت تلجأ للميديا الاجتماعية للحصول على أفضل وأسهل الوصفات لتحضير الوجبات الغذائية. دون أن تطرح سؤالا على جانب كبير من الأهمية: هل هذه الوصفات صحية؟ وهل تؤمن فعلا لمستهلكها غذاء جيدا يحفظ جسمه وعقله، و يحميه في الوقت ذاته من العلل التي زادت نسبتها؟

إن هذا السؤال كثيرا ما يغيب عن ذهن المرأة، وهي تتصفح القنوات عليها تظفر بوصفة لذيذة ذات مكونات اقتصادية وطريقة تحضير سريعة. مع أن خبراء التغذية يؤكدون على ضرورة اكتساب الوعي الصحي و الثقافية الغذائية، تحسيدا لهذا المنحى بادرت قناة سميرة تي في إلى التركيز على الوصفات الصحية في برنامجها (هيلثي كوزينة).

إلا أن مسألة التأثير على المتلقي تبقى مطروحة في ظل التغيير السريع للنمط الغذائي للمجتمع الجزائري وهو ما يدفعنا لطرح الاشكال التالي:

ما هي الأساليب و الاستراتيجيات الاقناعية المعتمدة من طرف القائم بالاتصال في برنامج (هيلثي كوزينة)؟

2. الاطار المفاهيمي و المنهجي للدراسة

2.1 التحديد الاجرائي للمفاهيم:

- القنوات الفضائية المتخصصة: محطات تلفزيونية ترسل برامجها عبر الأقمار الصناعية متجاوزة حدود الدولة المرسله لدولة أخرى. ليتم التقاط برامجها عبر أجهزة خاصة للاستقبال وأطباق لاقطة (السيد: 2005، ص 37)

- الأمن الغذائي الأسري: يتجلى في تأمين أغذية كافية ومأمونة بالمقادير والأنواع الضرورية لسد احتياجات الأسرة على مدار العام وذلك إما عن طريق الإنتاج الشخصي الخاص الذي يؤمن للعائلة احتياجاتها الضرورية بالكمية و النوعية المنصوح بها من قبل الخبراء و المختصين، أو عن طريق الشراء.

- التوعية التغذوية: تتمثل في توفير المهارات و المعارف الصحيحة و الضرورية سواء لإنتاج الغذاء أو لشراؤه بالإضافة لطرق تحضيره وكيفية تناوله للحفاظ على لصحة الأذهان و الأبدان.

و ترتبط التوعية التغذوية بمفهوم التثقيف الغذائي، و هو عملية تنقل بواسطتها الأفكار المفيدة للمتلقين مع حثهم على تبنيها، في سياق مجموعة من الأنشطة الرامية لتغيير الممارسات والعادات غير النافعة، لدى مجموعة من الأفراد للمساهمة في تحسين حالتهم الغذائية.

- الإقناع: اتصال مكتوب، شفوي أو سمعي أو بصري يهدف للتأثير على الاتجاهات أو السلوك.

كما أنه القوة المستخدمة لجعل شخص يقوم بعمل عن طريق النصح والحجة والمنطق (أبو عرقوب، د.س. ص: 189) والإقناع هو غاية الحجاج ويقع في منطقة وسطى بين البرهنة والاستدلال. (عمر بلخير 2005-2006، ص176).

وهو فعل مؤثر في الرأي أو وجهة النظر، إذ يتم عن طريق المناقشات أو التفسيرات. (محمود شمال حسن 2006 ، ص 30) في إطار ما أسماه Kathleen Reardon بالتعامل الرمزي لتغيير سلوك الغير، في محاولة لإقناعه (Kathleen Reardon, 1991 , p3) بحمل الفرد على الاعتقاد أو التفكير أو عمل شيء ما برغبة تامة منه. (Dagenais,Bernard,1998,P :24.) ويتحدد مفهوم الإقناع اجرائيا في سياق هذه الدراسة بأنه : كل قول أو فعل مؤثر يرمي من ورائه القائم بالاتصال لتغيير فكرة أو اتجاه أو سلوك لدى المتلقي من دون إكراه.

2.2 أهمية الدراسة :

تستقي هذه الدراسة أهميتها من موضوعها، فالتوعية التغذوية هي السبيل لحياة صحية هدفها الاستثمار في التنمية البشرية، لضمان تحسين رفاة الأفراد وزيادة قدراتهم الانتاجية، ويلعب الاعلام المتخصص في الطهي والطبخ دورا محوريا في تحقيق ذلك. لاسيما أنه يخاطب المرأة كشريحة اجتماعية لها موقعها المحوري وخصائصها الوظيفية التي أهلتها لأن تكون نصف المجتمع و المسؤولة عن النصف الآخر.

3.2. الهدف من الدراسة :

الهدف العام هو السعي للتعرف على درجة تناول القنوات الجزائرية المتخصصة في الطبخ ممثلة في قناة سميرة للموضوعات ذات الصلة بالأمن الغذائي عموما، و التوعية الغذائية على وجه التحديد. بالإضافة لتسليط الضوء على شكل ومضمون برنامج هيلثي كوزينة الذي ييث بنفس القناة، ويهدف للترويج لثقافة الغذاء الصحي إلى جانب الكشف عن الاستراتيجيات والأساليب الإقناعية المعتمدة من قبل القائم بالاتصال للتأثير في المستقبلين.

4.2. نوع الدراسة و منهجها

الدراسة الراهنة تندرج ضمن الدراسات الوصفية الرامية لتصوير و تحليل وتشخيص الملامح الأساسية لخصائص الظاهرة المتمثلة في التوعية الغذائية والاستراتيجيات الإقناعية المتبعة لترسيخها، لذا فإن المنهج الملائم هو المنهج المسحي التحليلي، وهو عبارة عن عملية تحليلية لجمع من القضايا الحيوية، إذ بفضلها يمكن الوقوف على الظروف المحيطة بالموضوع الذي نرغب في دراسته والتعرف على الجوانب التي هي بحاجة إلى تفسير و تقييم شامل. (مرسلي، 2000، ص: 51). و المنهج المسحي من أنسب المناهج العلمية لدراسات الجمهور في بحوث الاعلام، لذا تم الاستعانة بالمسح بالعينة ويعرف بأنه: جهد علمي منظم للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة. (حسين، 1999، ص: 47)

5.2 أدوات جمع البيانات

إن طبيعة الدراسة و كذا الاشكالية المرتبطة ببيان الاستراتيجيات الإقناعية الرامية لترسيخ التوعية التغذوية عبر برنامج هيلثي كوزينة الذي ييث على قناة سميرة تي في، الموجهة للمرأة يفرض على الباحثة توظيف تقنية تحليل المحتوى . وهي تقنية غير مباشرة تستعمل في منتجات مكتوبة أو سمعية أو سمعية بصرية صادرة عن أفراد أو مجموعة، و التي يظهر محتواها في شكل مرقم. (تمار، 2007، ص: 06)

وتحليل المحتوى هو جزء من المنهج المسحي وفقا لما يقره سمير محمد حسين فهو جهد علمي منظم للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن ظاهرة أو مجموعة من الظواهر موضوع البحث من عدد المفردات المكونة لمجتمع البحث بمعنى آخر أن الباحث الذي يختار تحليل المحتوى كأداة لإدارة بحثه يجعل من المسح أسلوبه الرئيسي لتحليل المادة. (حجاب، 2002، ص: 152)

تجدر الإشارة إلى أن الباحثة استعملت تقنية تحليل المحتوى شكلا و مضمونا لتحديد دور الاعلام المتخصص في الطبخ " قناة سميرة" في ترسيخ التوعية الغذائية من خلال تحليل الاستراتيجيات الاقناعية المتبعة لتقييم مدى فعاليتها.

3. تعيين فئات التحليل:

وفقا لما هو مقرر في أدبيات المنهجية من تصنيف، فالباحث ليس ملزما باعتبار كل أنواع الفئات في دراسته، لذلك فقد اقتصرت الباحثة على ما يتلاءم وإشكالية وتساؤلات دراستها وكذا طبيعة وعينة المجتمع المدروس.

أما لتعيين الفئات وأنواعها فقد تم توظيف نموذج بيرلسون (BERLSON)، كونه السائد لحد الساعة في تعيين الفئات، بتصنيف محتوى الاتصال للوصول لتلك العناوين الجامعة التي تؤدي إلى عملية تقليص النص إلى أجزائه الأساسية وفقا للنموذج الذي صاغه بيرلسون (1912-1979) و الذي قسّم على أساسه الفئات إلى قسمين هما: الفئات الخاصة بالمضمون والتي تجيب على السؤال: ماذا قيل؟ والفئات الخاصة بالشكل: كيف قيل؟

3.1- الفئات الخاصة بالمضمون: (ماذا قيل) و تشمل:

- فئة الموضوع: تهدف للتعرف على مراكز الاهتمام في المضمون لذلك ينبغي استخدامها كوسيلة للتعرف على مختلف الموضوعات التي تناولها القائم بالاتصال " سمير بن عيسى" في برنامجه هيلشي كوزينة بقناة سميرة تي في الجزائرية.

- فئة الأهداف: تستعمل لتبين الغايات التي أراد القائم بالاتصال إبلاغها والوصول إليها.

■ فئة تصحيح المفاهيم

■ فئة ترسيخ الثقافة الغذائية

■ فئة النصح و التوجيه

■ فئة تغيير السلوك

- فئة المصدر: تفيد في معرفة الشخص أو الجهة مصدر المعلومة وتمثل غالبا في مصادر العمل الدعوي أو الاتصال ، كمصادر الوحي ، القرآن و السنة أو مصادر علمية أكاديمية ، أو مصادر رسمية و اعلامية أو

عامة أو ذاتية... و تكتسب أهمية هذه الفئات لما ينطوي عليه مصدر المعلومة من تأثير في هويتها ومصداقياتها والغايات الواضحة والكامنة من ورائها.

- فئة الجمهور المستهدف: و تنقسم إلى قسمين :

- جمهور عام: و يشمل كافة شرائح المجتمع و عامة الناس.
- جمهور خاص: ويشمل الشباب و النساء و الحكومة
- فئة الاتجاه: من خلالها ندرك توجه القائم بالاتصال نحو القضايا والموضوعات المطروحة في برنامج هيلثي كوزينة، وينقسم الاتجاه إلى ثلاثة أقسام : مؤيد، محايد، معارض.
- فئة الأساليب الإقناعية: هي وسائط يستعين بها المصدر لاستمالة المتلقين سواء كانوا قراء أو مستمعين أو مشاهدين لإقناعهم بالأفكار المتضمنة في المحتوى الإعلامي و تنقسم إلى:
* فئة الأساليب المنطقية و تشمل:

- تقديم الأدلة والشواهد من خلال الحجج التي يقدمها القائم بالاتصال.
- ترتيب الأدلة في الرسالة الإقناعية وفق التسلسل المتبع من طرف القائم بالاتصال من خلال ترتيب الأدلة من الأقوى دليل إلى الأضعف أو العكس و هذا مرتبط بقناعات القائم بالاتصال.
- عرض جانب واحد من الموضوع مقابل جانب آخر مؤيد و معارض.

- فئة الإستimalات الإقناعية: و هي التي تعتمد عليها المادة الاعلامية وتوظيفها في التأثير على المتلقي وتتكون من استمالات عقلية وعاطفية.

- الإستimalات العقلية: تشمل المعلومات والاحصائيات الشواهد من الواقع و التاريخ و التجارب الشخصية.
- فئة الإستimalات العاطفية : و تشمل كل من الترغيب و التهيب.
- فئة الإستimalات التخويفية: تعتمد على التحذير من وقوع شيء غير مرغوب.

2.3 الفئات الخاصة بالشكل : (كيف قيل) :

تهتم برصد شكل عرض المادة الاعلامية و عادة ما تحاول الإجابة على السؤال كيف قيل؟ تنبع أهميتها من قوة تأثير شكل التقديم و العرض في قناعات المستقبلين. فكثيرا ما يميل المستقبل إلى المحتوى الاتصالي أو الرسالة الاعلامية، من مجرد شكلها.

لأن الشكل يحمل في حد ذاته دلالات معينة يقصدها القارئ بالاتصال، فأسلوب الكلام، المؤثرات الصوتية الألوان، الديكور، و حتى الإيماءات المستعملة في العرض، كل هذا لا يستخدم بطريقة اعتباطية، أو عشية من طرف مقدم الرسالة الاعلامية، بل يتم اتقاؤها بقصد وعناية.

وقد أدرجت الباحثة في دراستها الفئات التالية:

- فئة الألفاظ المستخدمة: و تنقسم إلى قسمين:

- ألفاظ عامة: تشمل المصطلحات و التعبيرات المتصلة السياق الثقافي و الاجتماعي.
- ألفاظ متخصصة: تشمل المصطلحات العلمية.

- فئة اللغة المستخدمة: في تقديم الرسالة، و هناك عدة تصنيفات مثلا: لغة فصحي، دارجة أو عامية لغة مختلطة أو لغة عربية، لغة أجنبية أو لغة علمية، لغة عامية... إلخ (بن طبة ، 2015، ص، 324)

- فئة الرموز المستخدمة: و تتكون من :

- فئة الاستهلال : تشمل سؤال أو جملة انشائية.
- فئة السؤال : يكون بغرض التأكيد أو التنفيذ أو الاجابة.
- فئة الرمز : قد تكون إيماءات (تعبيرات الوجه) أو قد تكون إشارات أو صوت.
- فئة المظهر : قد يكون مظهر القارئ بالاتصال في لباس عادي أو رياضي فئة النغمة و الصوت : قد تكون عالية أو متوسطة أو منخفضة أو معدومة.
- فئة شكل التقديم: قد يكون البرنامج حواريا بأشكال متعددة منها (ضيف + مذيع + اتصال هاتفي) أو (ضيف + مذيع + اتصال عبر الأقمار الصناعية)

3. وحدات التحليل:

هي الوحدات التي يتم عليها العد أو القياس مباشرة و هذه الوحدات تتبلور في نموذج بناء رمزي للمحتوى الذي يبدأ بالفكرة، ثم يختار الوحدات اللغوية للتعبير عن هذه الفكرة وصياغتها بعد ذلك يأخذ المحتوى الشكل الذي ينتشر فيه على الصفحة. (عبد الحميد ، 1992، ص 149) و قد اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على وحدة الموضوع. لما تتميز به من مرونة تساعد على تحديد نوعية المواضيع وتصنيفها.

4- عينة الدراسة و حدودها

1.4 مجتمع البحث :

" هو مجموعة منتهية و غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي تركز عليها الملاحظات، مثل سكان الجزائر، أي مجموع الأشخاص والأفراد المقيمين بالجزائر أو مجموع كتب المكتبة. (انجرس، 2006 ص: 198)

ويشير غالبا إلى جميع مفردات المشكلة أو الظاهرة المدروسة (فندقجي، قندلجي، 2012 ص124) و يمثل مجتمع الدراسة مجموع حلقات برنامج هيلثي كوزينة التي تناول فيها القائم بالاتصال: " الكوتش سمير بن عيسى " مجموعة من الوجبات الصحية مبينا كيفية تحضيرها و محاولا اقناع الجمهور المستهدف بضرورة تجربتها لأنها صحية وذات قيمة غذائية، مستعينا في ذلك بمجموعة من الأساليب الإقناعية للتأثير على الجمهور المستهدف.

2.4 عينة الدراسة :

حين يتم اختيارها اختيارا مناسبا، فإنه يمكن استخدام النتائج المترتبة عنها لوصف المجتمع الأكبر بقدر كبير من الدقة و الموضوعية. وقد اشتملت عينة الدراسة على سبع حلقات من البرنامج الموسوم هيلثي كوزينة بقناة سميرة الفضائية المتخصصة والتي تم تحليلها و دراستها للخروج بنتائج تجيب على التساؤلات المطروحة في الاشكالية .

3.4 حدود الدراسة :

اتجهت الباحثة في دراستها نحو تحليل سبع حلقات برنامج " هيلثي كوزينة المقدمة من طرف الكوتش سمير بن عيسى عبر قناة سميرة تي في الجزائرية المتخصصة

5. الوعي الغذائي و أهميته للمرأة

لقد شكّل الابتكار و التطور التكنولوجي خلال العقود المنصرمة أداة رئيسية للتحويل الملحوظ في النظام الغذائي، كما أسهم بفعالية في تلبية الاحتياجات المتزايدة المستهلكين في ظل الضغوط الناجمة عن ارتفاع الكثافة السكانية بالتوازي مع شح الموارد الطبيعية و التغيرات المناخية. مما يفرض بناء نظم غذائية أكثر استدامة من أجل تعزيز الأمن الغذائي والتغذية.

فذلك لا يتطلب فقط بحوثا وتكنولوجيات جديدة وإنما أيضا قدرة أفضل على الوصول إلى التكنولوجيات الحالية و استخدامها بفعالية مع ابتكار حلول متصلة بسياقها. بالنسبة للنظم الإيكولوجية المحلية أو متكيفة مع الظروف المختلفة. و على الرغم من التقدم التكنولوجي غير المسبوق، الذي ألقى بظلاله على كافة مناحي الحياة البشرية، بما فيها الجانب الغذائي و التغذوي. فاسحا المجال لبروز نظم غذائية حديثة ذات قدرة على توفير المزيد من المنتجات و الخيارات الغذائية المتنوعة سنويا.

إلى جانب تطوير طرق التعبئة والتجهيز لإطالة فترة حفظ المنتجات، ناهيك عن تسهيل سبل الوصول إليها على مستوى الأسواق، أو حتى استدعائها إلى المنازل كما هو الحال في الدول المتقدمة التي قطعت شوطا كبيرا في هذا المجال.

و مع ذلك فقد بات واضحا أن نسب الأمراض المزمنة و الناجمة عن المنتجات الغذائية المعدلة وراثيا و الجهل بالعناصر الضرورية اللازمة للبناء و الصيانة في ارتفاع يبعث على القلق، الأمر الذي دفع بالخبراء و المختصين لدق ناقوس الخطر مناشدين بالعودة إلى الطبيعة و تناول أغذية طاقوية تبني الجسد و العقل.

علاوة على ذلك فالأمن الغذائي و التغذوي لا يمكن أن يتجسد إلا حين يتمتع جميع الأفراد بالحق في الحصول الدائم من الناحية المادية والاجتماعية والاقتصادية على القدر الكافي من الغذاء السليم الضروري لإشباع حاجاتهم وفقا لأذواقهم الغذائية لضمان الصحة و النشاط و الحيوية .

و تعد المرأة بحكم موقعها في الأسرة والمسؤوليات المنوطة بها، عضوا فعالا في ضمان التغذية السليمة والصحية أولا لها باعتبارها نصف المجتمع، و للنصف الآخر كونها المسؤولة عن تنشئته. فليس من قبيل المبالغة القول بأنها العامل الفعال في تكوين شخصية الأجيال و غرس المبادئ و القيم. لذا وجب عليها الامام بكل ما يمكنها من الاضطلاع بالمسؤولية الملقاة على عاتقها على أكمل وجه.

لذا فالتزود بالوعي التغذوي يحمي المرأة و المجتمع على حد سواء، بينما الافتقار للمعرفة بأسرار الغذاء الصحي يورد كلاهما التهلكة، لأنه يعجل بانتشار العلل والأسقام. فسوء التغذية على سبيل المثال ناتج عن الجهل بحاجات البدن لعناصر معينة في الطعام، مما يؤثر في دورة الحياة بأسرها ووسع تأثيراته أن تمتد لأجيال

حيث يزيد من احتمالية الإصابة بالأمراض وغالبا ما يؤدي للوفاة خلال أول ألف يوم من الحياة وفقا لما يؤكدّه المختصون، كما يحد من النمو الذهني و الجسدي للأطفال فيجعلها على مستويات تقل كثيرا عن إمكاناتهم الوراثية الكاملة ، مما يترتب عليه تداعيات هامة على حياتهم بأسرها.

تجدر الاشارة في هذا السياق إلى أن فاقد الشيء لا يعطيه، فإذا لم تفقه المرأة حاجات جسمها إلى المغذيات الدقيقة في مراحل حملها و إرضاعها يتولد عن ذلك عواقب قد لا تحمد عقباهما، ما لم يتم تداركها مبكرا، كحالات النقص في المغذيات الدقيقة الناجمة، عن عدم تناول القدر الكافي من الفيتامينات والمعادن، والتي باتت تشكل مصدر القلق الأكبر في مجال الصحة العامة. فنقص الفيتامين ألف ينجم عنه العمى و نقص الحديد يؤدي لفقر الدم، مما يتسبب في تدني القدرات المعرفية والإنتاجية في العمل أما نقص اليود خلال فترة الحمل فيؤثر على الصحة العقلية للمولود و قد يهدد حياته برمتها. و كل هذه الأخطار تهدد الأمن الغذائي للأسرة و من ورائها المجتمع، مما سيؤدي على المدى البعيد إلى ضعف عام في البناء البشري، يحول دون القدرة على مواصلة رحلة الإنتاجية و التنمية المستدامة.

لذا بادرت الدول المتقدمة لتوعية النساء وتزويدهم بكافة المعارف و المعلومات الضرورية، لحماية أجسادهن و عقولهن من مختلف الأسقام عبر الوصفات الصحية الغذائية التي تؤمن حاجة الجسم من المواد الضرورية فضلا عن التنشئة الغذائية السوية لأطفالهن.

إلى جانب ذلك تؤكد الدراسات التي أجريت في هذا المجال على أن السياق الاجتماعي والثقافي يلعب دورا لا يستهان به في نشر التوعية الغذائية، و المعرفة بأسرار الغذاء، لأن الخيارات الغذائية للفرد وإن بدت في ظاهرها شخصية إلا أنها في الباطن تعكس قناعات مستقاة من عمق الأرصدة الثقافية والقيم الشعائر الدينية و كذا التقاليد الاجتماعية. فالغذاء هو في حقيقة الأمر جزء لا يتجزأ من الثقافة السائدة في المجتمع و المتوارثة عبر الأجيال.

فلو تأملنا في منظومتنا الغذائية لوجدنا أن أنواع الغذاء التي نستهلكها و طريقة إعدادنا و تناولنا ومع من وأين؟ هي مخازن للتقاليد يمكن على ضوء استقرائها تحديد الهوية الثقافية للمجتمع ككل من هذا المنطلق فتغيير النظم الغذائية و البيئات الغذائية، غالبا ما يتركز على التأثير في الثقافات و التقاليد للحصول على النتائج المرغوبة، و تلعب المرأة في هذا المضمار دورا جوهريا في هذا المضمار.

لأن بوسع المرأة إحداث التأثير المرغوب في النمط الغذائي لأسرتها، بصفتها الجهة الرئيسية المخولة بتقديم الرعاية للطفل والعضو الأكثر فعالية في مجال اعداد الطعام خصوصا في المجتمعات النامية، وعليه فهي تؤثر في الحالة التغذوية لأولادها من خلال انتقائها لأنواع معينة من الأطعمة ثم تهيئتها اعتمادا على ما تعلمته ضمن النسق الثقافي الغذائي لأسرتها أو عبر ما شاهدته في الفضائيات أو الميديا الاجتماعية التي زاد الاقبال عليها.

لهذا السبب عدّ تمكين النساء والفتيات من خلال التعليم والتوعية بأسرار الغذاء ومتطلبات الجسم من الطعام عامل رئيسي لضمان التغذية الصحية ومن ثم تحقيق الأمن الغذائي.

6- الاعلام المتخصص في الطهي و دوره في ترسيخ الوعي الغذائي لدى المرأة:

سعيها منها لتنمية وعيها التغذوي، تلجأ المرأة غالبا للمحتوى الاعلامي سواء الفضائي أو الرقمي و تحديدا القنوات المتخصصة في الطبخ و الطهي، التي باتت تستقطب نسب مشاهدة عالية سواء كانت تعرض محتوياتها عبر الأقمار الصناعية أو الفضائيات الافتراضية كقنوات اليوتيوب و صفحات الفيسبوك. فبوسع المحتوى الاعلامي الهادف للثقف الغذائي توجيه المستهلكين إلى خيارات غذائية صحية ومستدامة، حيث أكدت الدراسات التي أجريت في هذا السياق أن الحملات الاعلامية المخططة والاتصال الهادف يمكن أن يؤدي إلى تغيير اجتماعي وسلوكي، خصوصا إذا تم تدعيمها ببرامج الحماية الاجتماعية والخطوط التوجيهية الغذائية القائمة على إبراز مكونات الأغذية، وحاجة الجسم من العناصر الغذائية الضرورية سواء للبناء أو الصيانة. إن هذه الخيارات تعد حجر الزاوية لإرساء الثقافة الغذائية و زيادة التوعية و التأثير في سلوك المستهلك بغض النظر عن جنسه أو سنه.

لكن يجب التنويه هنا على أن المعلومات والتوعية قد لا تكفي لوحدها ولا تؤدي إلى التغيرات المرغوبة، لذا يجب أن تتضمن برامج الاتصال أفكارا عملية قابلة للتجسيد على أرض الواقع من أجل تحقيق الغاية المنشودة والمتمثلة في تغيير العادات لتكون أكثر فعالية أما الترويج للأغذية التقليدية والطهي وتمكين المستهلكين لاسيما النساء منهم ليكونوا مناصرين لأنماط التغذية الصحية. فكلها أمور تفيد التأثير في الخيارات الغذائية، و ينبغي للإعلام المتخصص في الطبخ أخذها بعين الاعتبار عند وضع الخريطة البرمجية.

إذن لا ينبغي لربة البيت أن تكتفي بقدرتها على توفير الغذاء، بل ينبغي أن تكون على وعي بأسس إعداد الوجبات و اختيار التغذية المناسبة لاحتياجات طفلها اليومية بما يتلاءم مع حالته الصحية و مرحلته العمرية. (عبد الجواد، خضر، 2013، ص 801)

و عليه فوعي المرأة بالغذاء السليم و ثقافة الغذاء يحميها كما يؤدي لتحسين المستوى الصحي للأسرة برمتها، ذلك أن الأطفال يكتسبون الأنماط و السلوكيات من الوالدين و منها النمط الغذائي و الثقافة الغذائية، التي تساهم بفعالية في إجراء اختيارات غذائية سديدة من شأنها تعزيز قدرة الجسم على الصمود في وجه الأسقام لدى أطفال اليوم و شباب الغد.

كما أن تشجيع المستهلكين خصوصا ربات البيوت على الاطلاع على معلومات المدونة في بطاقات التوسيم الموضوعية على العلب الغذائية و المدونة على رفوف المتاجر يعد خطوة ضرورية لتحقيق الوعي الغذائي. و هنا يلعب الاعلام المتخصص في الطهي و الطبخ أيضا دورا لا يستهان به، فمن خلاله يتم توفير معارف و مهارات كافية تساعد المرأة على انتاج أو شراء أو تجهيز و تقديم وجبات غذائية صحية. ذات قيمة طاقوية تناسب الاحتياجات التغذوية لكل فرد من أفراد الأسرة. لاسيما في ظل الانفتاح الاعلامي و زيادة الاتجاه نحو التخصص مما أدى لميلاد قنوات متخصصة في الجمهور الذي تخاطبه و غالبا ما يكون " محدد و يشترك في صفات معينة و تتميز برامجها و مواردها بما يلائم هذه النوعية من الجمهور كقنوات النساء. (العبد ، 2006 ، ص 8-9) و منها قنوات الطهي التي مكنت المرأة الجزائرية من الاطلاع أكثر على عالم الطبخ من خلال إقبالها على مختلف القنوات المختصة في الطهي، والتي غالبا ما تقدم برامجها من قبل مختصين في التغذية أو طباطحين محترفين في مجال الغذاء الصحي.

ويعتمد هؤلاء على استراتيجيات إقناعية وأساليب تأثيرية بغرض إحداث تعديل على مستوى سلوك أو اتجاه أو فكر المتلقي، لزيادة اقباله على تحضير و تناول الغذاء الصحي . لأن الأنماط الغذائية الأكثر صحية هي السبيل الوحيد لتعزيز الأمن الغذائي و التغذية للمجتمع الآن و في المستقبل. لاسيما في ظل وجود بيئة تمكينية تغذيها إرادة سياسية تعمل على تحقيق أهداف التنمية المستدامة لضمان الاستجابة لحق كافة الشرائح في تحسين التغذية و تناول الوجبات الصحية، تمكن الأفراد من الاستمرار في حياتهم بشكل طبيعي من دون مضاعفات أو أزمات صحية.

ويعد البرنامج قيد التحليل من ضمن البرامج التي تسعى لنشر الثقافة الغذائية و ترسيخ الوعي الغذائي في أوساط الشعب الجزائري عموما. و المرأة على وجه الخصوص، لذا تسعى الباحثة في هذه الورقة العلمية لرصد الأساليب والاستراتيجيات الاعلامية وتقييم مدى نجاعتها في تحقيق التوعية التغذوية من خلال دراسة وصفية تحليلية لمجموعة من الحصص التي قدمها الكوتش سمير بن عيسى في برنامج الموسوم هيلثي كوزينة الذي ييثر على قناة سميرة تي في الجزائرية و الذي بات يستقطب اهتمام مختلف الشرائح الاجتماعية سواء في داخل الوطن أو خارجه.

7. الدراسة التحليلية:

1.7- التعريف ببرنامج هيلثي كوزينة:

هو برنامج يندرج ضمن الشبكة البرامجية لقناة سميرة الفضائية الجزائرية، ويقدم فيها الكوتش " سمير بن عيسى" وصفات غذائية صحية منها العصرية و التقليدية.

■ بطاقة تعريف البرنامج:

- اسم البرنامج : هيلثي كوزينة
- نوع البرنامج : صحي غذائي
- مدة البث : غير ثابتة حسب نوع الوجبة المطهوه.
- القيم التي يدعو إليها البرنامج: فهم أسرار الغذاء الصحي والحرص على تحضيره، و الترغيب في تناوله.
- بيئة المعلومات: منها ما هو تقليدي محلي و منها ما هو عصري حديث.
- نوع المضمون: واقعي، ارشادي و تعليمي
- الأشكال الفنية: حديث مباشر و حوار مع ضيوف يتم انتقائهم
- مكان التقديم: داخل الاستوديو.

2.7- النتائج العامة للدراسة التحليلية لبرنامج (هيلثي كوزينة) بقناة سميرة تي في الفضائية

أولا : نتائج تحليل الفئات الخاصة بالمضمون للإجابة على السؤال (ماذا قيل)

- فئة المواضيع أو الحلقات عينة الدراسة:

اتضح من خلال التحليل أن القائم بالاتصال قد ركز على وجبات صحية كاملة مكونة من طبق رئيسي و آخر ثانوي، أما مكوناتها و كيفية تحضيرها فتختلف من حلقة لأخرى فقد تكون تقليدية متجذرة في عمق الثقافة الغذائية الجزائرية. وقد تكون عصرية تتجاوز حدود الجزائر إلى بقية الأمصار العربية أو حتى الأجنبية التي يقطنها جزائريون أو عرب تم اختيارهم ليكونوا ضيوفا على البرنامج. و الغرض من هذا التنوع هو تقديم العديد من البدائل للمشاهد حتى يتسنى له في النهاية انتقاء ما يناسب ذوقه الغذائي، إلى جانب كونه صحي مما سيرسخ وعيا غذائيا يحفظ الصحة العامة على المدى البعيد.

و قد شمل التحليل سبعة أعداد من برنامج " هيلثي كوزينة " مرتبة على النحو التالي: (مرتدلا الدجاج + كريب مالخ صحي) - (شربة الشوفان + موفان اليقطين) - (براونيز بالكوسة + دالجونا القهوة) - (طاجين الأرناب + خبيزات القمح) - (بادينجان محشو + سلطة طماطم) - (تارتولات الليمون + مشروب القهوة و الموز) - (كيش صحي + شربة ملفوف).

- فئة الأهداف:

أوضحت نتائج التحليل الكمي أن القائم بالاتصال يهدف في المقام الأول إلى ترسيخ التوعية الغذائية و يروج لها بتعويد الجمهور الجزائري على تحضير و استهلاك أطباق صحية، تركز في إعدادها على معايير علمية، تلي الاحتياجات البدنية والعقلية موظفا في ذلك مكتسباته القبلية باعتباره متخصص في علم التغذية. كما حرص في المقام الثاني على توجيه النصح للجمهور بضرورة تبني الغذاء الصحي عن قناعة تفاديا للوقوع في مشاكل صحية.

- فئة المصدر أو القائم بالاتصال

الكوتش سمير بن عيسى مستشار في الرياضة و مختص في التغذية و مهندس دولة في البيولوجيا و مهندس دولة في علم الأحياء، و ممثل، ولد في 20 سبتمبر 1983، و على هذا الأساس فهو ذو كفاءة ومصداقية، مستقاة من رصيده المعرفي، و تساعده على تحقيق التأثير المرغوب في الجمهور المستهدف.

- فئة الجمهور المستهدف:

■ جمهور عام: يتمثل في كافة شرائح المجتمع المتابعين للبرنامج سواء كانوا داخل الوطن أو خارجه.

■ جمهور خاص: يتمثل في الضيف الذي يتواصل معه مقدم البرنامج على المباشر، حاثا إياه على مرافقته في إعداد الوجبة الصحية.

- فئة الاتجاه:

تبين من التحليل أن القائم بالاتصال ذو اتجاه مؤيد لكل ما يتعلق بتعزيز الصحة والعافية لدى المشاهد وفي مقدمتها تناول الغذاء الصحي، بينما بدا معارضا لكل الأنماط الغذائية التي تخرب البنية الجسدية للفرد و تسبب العلل.

- فئة الأساليب الإقناعية:

وظف الكوتش سمير بن عيسى مقدم البرنامج الاستراتيجية الديناميكية النفسية: التي تعتمد على العامل السيكولوجي للتأثير في سلوك الجمهور المستهدف وذلك بإثارة الجوانب الانفعالية فيه والمتمثلة في الحاجات النفسية كالحاجة للشعور بالأمان والبعد عن العلل، كما خاطب دوافع المتلقي من خلال وصفه بنعوت فيها الكثير من الحب والتقدير والاحترام، بغية التأثير في الجوانب الإدراكية لديه مع دفعه خفية وبطريقة لبقة للقيام بالسلوك المطلوب، و المتمثل في الاقبال على تناول الغذاء الصحي كما أجاد اختيار الاستراتيجية الملائمة لإقناع الجمهور المتلقي بذلك مما سيسمح له بتمرير الرسالة دون مقاومة ذاتية أو إلغاء نفسي أو اهمال إدراكي و هذا المنحى في التأثير يحقق نتائج مرضية على المدى البعيد.

- فئة الأساليب المنطقية:

اهتم مقدم البرنامج باستخدام المنطق في حواراته مع ضيفه و تشجيع الجمهور على تبني خيار الغذاء الصحي، بدلا من غيره، فهو على حد قوله غير مكلف وضروري للتمتع بصحة جيدة كما استدل بالمنطق على النهاية التي يؤول إليها الفرد حين يحرم نفسه من تناول العناصر الغذائية التي يحتاج إليها الجسم فتكون النتيجة الإصابة بمختلف العلل و الأمراض المزمنة.

- فئة الإستimalات العقلية و الإستimalات العاطفية:

يتضح من خلال نتائج التحليل أن القائم بالاتصال اعتمد في استمالاته للجماهير على الترغيب مخاطبا العاطفة ومحبا الجمهور في الوجبات الصحية حيث أنه في كل مرة يثني على هذا الأخير معتبرا إياه شاف ويعرف مصلحته جيدا لذا فهو حريص على تناول الغذاء الصحي دون سواه. أما توظيفه للاستمالات العقلية فتجسدت من خلال الاستشهاد بالرصيد العلمي الذي يمتلكه حول أسرار الغذاء و احتياجات الجسم منه وكيفية تحضيره ليظل محافظا على عناصره، مما يقود في النهاية للتمتع بالعافية وتحقيق الأمن الغذائي على الصعيد الفردي ومن ثم الاجتماعي، لأن الأسرة هي النواة الأساسية للمجتمع فمتى سلم أفرادها تحققت سلامته.

ثانيا : نتائج تحليل الفئات الخاصة بالشكل: للإجابة على السؤال(كيف قيل)

- فئة اللغة المستخدمة:

يتضح من خلال التحليل أن القائم بالاتصال استخدم اللغة الفصحى واللهجة العامية والمختلطة بنسب متساوية تقريبا، لأن طبيعة الموضوع وطبيعة الجمهور يستلزمان تبني لغة بسيطة ومفهومة، لتحقيق الاستيعاب. أما اللغة الفرنسية فقد اعتمدت في المقام الثاني، و بنسبة أقل باعتبارها اللغة المستخدمة من طرف غالبية الشعب الجزائري و متجذرة في خطابه اليومي، لذا يسهل عليه فك شفرتها.

- فئة الألفاظ المستخدمة :

بدا جليا من خلال التحليل الكمي أن مقدم برنامج هيلثي كوزينة، يتقن الفأظه بعناية لتحقيق الهدف المشار إليه سلفا، و المتمثل في التأكيد على أهمية الغذاء الصحي وضرورة التعود على تناوله حيث استخدم التكرار أكثر من مرة للتأكيد على أن الصحة تحتل المقام الأول، يليها الذوق و ليس العكس، كما أنه عمد إلى تصحيح المفاهيم الخاطئة ذات الصلة بالأنماط الغذائية، موضحا في الوقت ذاته حاجة الجسم لبعض العناصر الغذائية، و المصادر الامنة للتزود بها طبيعيا.

فقد احتلت الألفاظ المستقاة من القاموس التغذوي الجزائري الصدارة نظرا لارتباطها بالنسق الثقافي الغذائي للجمهور المستهدف تلتها الألفاظ العلمية التي استخدمت بنسبة أقل خصوصا في لفت انظار الجمهور للأمراض التي قد تنتج عن نقص بعض العناصر الغذائية .

- فئة الرموز المستخدمة:

لجأ القائم بالاتصال للإشارات و الاماءات لاستقطاب المتلقين بتحويل اهتمامهم نحو مضمون الرسالة مع صياغة أفكاره المرتبطة بالوجبة الصحية ومكوناتها وكيفية اعدادها بأسلوب مشوق مستخدما فيه حركات الجسد خصوصا اليدين و تعبيرات الوجه التي تبعث على الرضا. وكل ذلك بهدف تكوين قناعات جديدة لدى الجمهور المستهدف مبنية على استراتيجية تأثيرية ديناميكية تجعله يذعن و ينقاد لتناول الأغذية الصحية و يتعد عن الوجبات الغذائية السريعة ذات السرعات الحرارية المرتفعة.

- فئة الاستهلال:

مقدم البرنامج يستهل كافة خطابه بجمل انشائية الغرض منها الترحيب بالضيف وبالجمهور، ثم إثارة فضوله لمعرفة من هو الشاف (الضيف) الذي سيتقاسم مع القائم بالاتصال (المقدم) طريقة إعداد الوجبة الصحية، و هذا التوجه في عرض البرنامج يحقق الانسجام الداخلي بين مضمون الحلقة و تفاعل الضيف واستقطاب الجمهور، لزيادة التفاعل من جهة و تحقيق التلقي الايجابي من جهة أخرى في إطار سياق اقناعي متميز.

- فئة السؤال:

تبيّن من خلال التحليل أن مقدم الحصّة الكوتش: "سمير بن عيسى" يلجأ دائما لطرح تساؤلات على الضيف أو الشاف و الذي هو أحد أفراد الجمهور، لمعرفة سنه و وظيفته و أهم الأطباق الغذائية المفضلة لديه، كما يلجأ أيضا للتساؤل أحيانا لتدعيم وجهة نظره لأن السؤال قد يكون دعامة أساسية لتحقيق عملية الاقناع للجمهور الخاص و العام بضرورة تبني الغذاء الصحي كأسلوب حياة .

- فئة المظهر:

يكشف لنا التحليل الكمي عن انغلاق القائم بالاتصال على لباس عادي واحد من بداية البرنامج وحتى نهايته و يتمثل في مئزر نقش عليه عنوان البرنامج بلغة مختلطة انجليزية وعربية (كوزينة healthy) ليعكس بذلك زاوية قراءة توحى باعتزاز القائم بالاتصال بالرسالة التي يرمي لترسيخها في أوساط الجماهير ممثلة في: تناول الوصفات الغذائية الصحية 100% على حد قوله و تحضيرها و الترويج لها.

- فئة النغمة والصوت:

لاشك أن اندفاعية القائم بالاتصال نحو المواضيع المطروحة هي من تحدد نبرة صوته. فقد يرتفع حيناً أو ينخفض أحياناً. وفقاً لمتطلبات السياق الاتصالي، على هذا الأساس أوضحت نتائج التحليل أن الكوتش سمير متمرس في فن اللقاء، مما ساعده على الفوز بنسبة أعلى من المتابعين لمحتواه، حيث سادت النغمة الصوتية المتوسطة في عرض أغلب الحلقات، بينما النغمة الصوتية العالية تأتي في المقدمة بغرض لفت انتباه المستقبلين، وهذا المنحى يقود في الغالب لتحقيق الإذعان بإثارة نزعة الفضول ثم التسليم والرضا لدى المتلقين. و بالتالي فقد تبني الكوتش سمير أسلوباً إقناعياً عبر بوابة العاطفة الفطرية التي تجعل المستمع يشعر بالارتياح للخطاب ويبادر لتطبيق ما جاء في الوصفة خصوصاً أن الضيف يقوم هو الآخر بعملية الطهي في الوقت ذاته، مما يزيد من احتمالية التقليد لدى المشاهد.

- فئة الانفعال و الهدوء

بدا جلياً أن القائم بالاتصال قد اندمج و توحد نفسياً مع موضوع برنامجه من خلال شخصيته المتميزة، وقوامه الرياضي، وابتسامته اللطيفة خصوصاً أثناء حوارهِ مع الضيف أو استقباله لتدخلات الجمهور عبر الأثير في بداية البرنامج، كما اهتم بجانب اللقاء فمنح النبرة الصوتية قيمة تظهر في ثنايا حديثه إلى ضيفه وأيضاً في تقديمه للطبق الصحي مع بيان أسرار الغذاء الجيد.

- فئة الوقفة:

أوضح التحليل الكمي أن القائم بالاتصال الكوتش سمير بن عيسى لم يغفل عن تأثير هذا العنصر في نفوس المشاهدين، لذا فقد اجتنب السرعة والهرولة مؤثراً التحدث بهدوء و روية، مستخدماً لغة متأنية ذات فواصل محددة تحترم أذان السامع، كما تمنحه فرصة كافية لاستيعاب محتوى الخطاب الاعلامي التوعوي و تلقيه بصدر رحب.

و هذا إن دلّ على شيء فإنما يدل على ذكاء القائم بالاتصال في استخدام الفواصل لتدعيم قدرته الإقناعية، حيث يسمح هذا المنحى للمستقبل بالتفكير في فحوى الخطاب الاعلامي الموجه إليه و استيعابه بدقة مما يسهّل عليه فيما بعد عملية تبني السلوك كمرحلة متقدمة ناتجة عن التأثير.

- فئة شكل التقديم:

لعرض حلقات البرنامج تم الاعتماد على ديكور موحد هو: القائم بالاتصال المتمثل في الكوتش سمير بن عيسى + ضيف يتم الاتصال به عبر الأقمار الصناعية . و يبدو أن فكرة البرنامج القائمة على ترسيخ التوعية التغذوية فرضت ذلك.

حيث يتم فتح المجال للتواصل مع ضيف البرنامج الذي يقوم بطهي الوجبة الصحية في منزله مع تصوير ذلك، بالتوازي مع توجيهات مقدم البرنامج القائم هو الآخر بعملية الطهي في الاستوديو، وهذا من الأساليب الإقناعية التي تجنب المشاهد الشعور بالملل نظرا لتوفر عنصر التشويق، كما تشجعه على المبادرة بالتطبيق لوجود قدوة أو مثال حي يتجسد في الضيف، الذي يسهم بطريقة غير مباشرة في عملية التأثير من خلال تبنيه للسلوك ليكون قدوة لغيره من المشاهدين.

8-الخاتمة :

إن تحقيق الأمن الغذائي لا يقتصر فقط على توفير الكميات المناسبة من الغذاء للأفراد على مدار السنة بل يتطلب أيضا وعيا و ثقافة غذائية يمكن على ضوءها الاستفادة الكاملة من جميع العناصر الموجودة في الغذاء كي ينتفع بها البدن و العقل. و هو ما سعى الاعلام المتعلق بالطهي لتحسينه من خلال اطلاق حصص لترسيخ التوعية الغذائية و منها حصة " هيلثي كوزينة " التي تمكن من خلالها القائم بالاتصال الكوتش سمير بن عيسى من استقطاب أنظار المشاهدين خصوصا النساء مع تشجيعهن على تجربة الوصفات الصحية لتحقيق الأمن الغذائي لهن و لأسرهن معتمدا في ذلك على الاستراتيجية الديناميكية النفسية، إلى جانب توظيف مجموعة من الأساليب الإقناعية لتحقيق الهدف الرئيسي المتمثل في ترسيخ ثقافة الغذاء الصحي، والبعد عن الوجبات السريعة المضرة بالصحة ، و التي عرفت انتشارا واسعا خصوصا لدى فئة الشباب.

لكن لا بد من مراعاة الامكانيات المادية والاقتصادية للمرأة الجزائرية أثناء تقديم الوصفات الغذائية، حتى يتسنى لها إعداد الوجبة التي شاهدتها في البرنامج، وذلك بالابتعاد عن المعالجة في عنصر غذائي معين خاصة إذا كان مكلف ماديا كاللحم، مع ذكر البدائل الممكنة لتعويضه تشجيعا للمتلقين على تجربة الوصفة.

9. قائمة المراجع:

1- باللغة العربية

- أبو عرقوب إبراهيم: (د.س) الإتصال الاجتماعي و دوره في التفاعل الاجتماعي ، مجدلاوي للنشر و التوزيع عمان الأردن.

- السيد هناء (2005) الفضائيات و قادة الرأي ، دراسة أثرها على السلوك ، دار الفكر العربي للنشر و التوزيع، القاهرة .
- العبد عاطف عدلي .(2006). القنوات المتخصصة. أنواعها . جمهورها . و أخلاقها . دار الایمان للطباعة.
- بن طبة محمد البشير .(2015). تحليل المحتوى في بحوث الاتصال . مجلة الدراسات و البحوث الاجتماعية. العدد 13. جامعة الشهيد حمه لخضر . الوادي
- عمر بلخير .(2005-2006) . معالم لدراسة تداولية و حاجية للخطاب الصحافي الجزائري المكتوب ما بين 1989-2000 أطروحة دكتوراه غير منشورة، تخصص لغة عربية. كلية الآداب و اللغات، قسم اللغة العربية و آدابها. جامعة الجزائر.
- عبد الجواد عزة و خضر إيمان.(2013). " تعديل بعض سلوكيات الصحة الغذائية لدى طفل الروضة باستخدام برنامج مسرحي . بحث منشور في المؤتمر السنوي العربي الثامن. جامعة المنصورة كلية التربية النوعية. أبريل.
- حسين سمير محمد (1999). دراسات في مناهج البحث العلمي. ط3. عالم الكتب. مصر.
- حسن محمود شمال.(2006). الصورة و الإقناع. ط1. دراسة تحليلية لأثر خطاب الصورة في الإقناع. دار الآفاق العربية. القاهرة.
- حجاب محمد منير . (2002). أساسيات البحوث الاعلامية و الاجتماعية. الطبعة الأولى. دار الفجر للنشر و التوزيع . د.م.ن.
- محمد عبد الحميد : (1992). بحوث الصحافة ، ط1، عالم الكتب.
- مرسلي أحمد. (2000). مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر.
- مورييس أنجريس.(2006). منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية. ترجمة بوزيد صحراوي و آخرون. دار القصة للنشر و التوزيع. الجزائر .
- نواف عبد الجبار قندقجي، محمد عبد الجبار قندلجي .(2012). مناهج البحث العلمي . ط1. عالم الكتب الحديثة. الأردن.
- يوسف تمار .(2007). تحليل المحتوى للباحثين و الطلبة الجامعيين. الطبعة الأولى. طاكسيج كوم للدراسات و النشر و التوزيع الجزائر.
- 2- باللغة الأجنبية

-Reardon , Kathleen (1991) , Persuasion in Practice , Newbury CA.

Sage pub.

- Bernard, Dagenais(1990) Le plan de communication, l'art de séduire ou de convaincre les autres.3^e tirage, les presse de l'université Laval