



UNIVERSITE
Abdelhamid Ibn Badis
MOSTAGANEM

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس- مستغانم-

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم الاعلام و الاتصال

تخصص وسائل الإعلام والمجتمع

مذكرة تخرج:

لنيل درجة الماستير موسومة بـ :



UNIVERSITE
Abdelhamid Ibn Badis
MOSTAGANEM

دور الإذاعة المحلية في تنمية المهارات الإعلامية

دراسة ميدانية على عينة طلبة علوم الإعلام والاتصال – مستغانم-

إشراف الأستاذ :

غاليم عبد الوهاب

من إعداد:

❖ سايبى فتحي
❖ كروشي رشيدة

أعضاء لجنة المناقشة

مشرفا ورئيسا

مناقشا

مناقشة

جامعة مستغانم

جامعة مستغانم

جامعة مستغانم

أ.غاليم عبد الوهاب

أ.صالح فلاق شبرة

أ.صفاح أمال

السنة الجامعية : 2017/2016

كلمة شكر و تقدير

"من اجتهد وأصاب فله أجران, ومن اجتهد وأخطأ فله أجر واحد".
الحمد لله الذي وهبنا نعمة العقل سبحانه والشكر له على كل نعمه
وفضله
وكرمه.

تبارك الله ذو الجلال والإكرام.

نشكر كل من قدم لنا يد العون والمساعدة في إنجاز هذه المذكرة.
ونخص بالذكر الأستاذ المحترم " غالم عبد الوهاب" الذي لم يبخل
علينا بنصائحه وإرشاداته, من خلال إشرافه على عملنا خطوة
بخطوة, وبكل جدية وتفاني.

كما نتقدم بالشكر الخالص إلى كل من:

الأستاذة "صفاح أمال", و الأستاذة "رقاد حليلة" و لا ننسى أستاذنا
"غوئي عطاء الله" وكل أساتذة وعمال إدارة قسم علوم الإعلام و
الاتصال.

ونشكر في الأخير كل من قدم لنا يد المساعدة, سواء من قريب أو من
بعيد.

إهداء

بسم الله والحمد لله الذي قدرني في هذا اليوم لأقدم لمن كان له عليا واجب الشكر
و الإهداء إلى صاحبنا الفضل و الاحترام، إلى من لهما جناح الطاعة والداي جنة
الفردوس أمي الغالية

و ملاك العطاء أبي الغالي

إلى النجوم المتألقة في حياتي "مريم، عبد القادر، محمد، أحلام، نور الإيمان"

إلى السكر المعقود آخر العنقود : "أحمد أمين"

إلى أستاذي الكريم و خالي العزيز "مخطاري الطيب" الذي منحني فرصة
الوصول إلى هذا المستوى

إلى كل أصدقائي و زملائي و زميلاتي كل باسمه، وإلى كل من ذكره قلبي و
نساه قلبي

إلى الوردة المتفتحة في بستان قلبي خطيبي الغالية "فطوم طوال"

في

إهداء

أهدي ثمرة جهدي المتواضع إلى من قال فيهما الرحمن
(وبالوالدين إحساناً)

إلى من نسجت خيوط الأمل شعاعاً للحب و الحنان و
أوقدت من نور الشمس شعلة للدفع و الأمان الى من
أسكنتني حضانها عبر الزمان إلى التي لا يماثلها في
الدنيا إنسان إلى من علمتني معنى الصبر و التضحية
"أمي الغالية"

إلى الذي روعي من روحه و أعجز عن رد جميله إلى
الذي شقى لأجلي ودفعتني لمواجهة نوائب الدهر إلى من
علمني الحياة و حملني راية العلم "أبي العزيز"
وإلى روح صديقتي الطاهرة الأخت "سقاني مباركة"
إلى الذين اعتبرهم مثلي الأعلى و رمز الوفاء و
الإخلاص إلى من كانوا نور دربي و أملي في الحياة و
دافعي للنجاح "إخوتي" كل بإسمه و إلى الكتكوتين
الصغيرين "براء رضوان" و "آية سندس"

إلى اللاتي وقفن معي في جميع الأوقات و اللاتي
ساعدنني في أحلك الظروف صديقاتي و إلى زوج أختي
" بكاي أحمد"

إلى كل طلاب قسم علوم الإعلام و الإتصال تخصص وسائل
الإعلام و المجتمع و إلى كل من ذكره قلبي و نساه
قلمي و إلى من كان له فضل علي في يوم من الايام.

كروشي رشيدة

يمثل الإعلام عبر مختلف وسائله ومستوياته أداة ووسيلة أساسية لا يمكن الإستغناء عنها
أوتهميش دورها بالنسبة لكافة المجتمعات المتقدمة و النامية على حد السواء، و في مختلف
الأوقات، فالإعلام بطبيعته له دوره المؤثر في حركة المجتمع و حركة الإنسان داخل المجتمع
ومع التقدم الهائل لوسائل الإعلام كما و كيفا تضاعف الوقت الذي يخصصه الفرد للتعامل مع
مخرجات هذه الأخيرة أو بعضها حتى صارت في عصرنا الحالي جزء من حياة المواطن
والأهمية البالغة التي يحتلها الإعلام في وقتنا الحالي ازدادت أهمية ومكانة وسائل الإعلام في
شتى مجالات الحياة، فأصبح عبر أجهزته المختلفة يخاطب كافة شرائح المجتمع المختلفة ونتيجة
لتطور وسائل الاتصال والإعلام في المجتمعات الحديثة، ظهر ما يعرف بالإعلام المحلي
فالبرغم من التطور الهائل في وسائل الاتصال و المعلومات وإنتشار مختلف المحطات الفضائية
العربية منها والأجنبية وظهر ما يعرف بالثورة الرقمية إلا أن وسائل الإعلام المحلية المتمثلة في
الصحف والإذاعات المحلية لا يمكن الإستغناء عنها، بأي شكل من الأشكال باعتبارها تعبر عن
المجتمعات التي تنتمي إليها وهي لسان كل مواطن وهي أقرب له من أي وسيلة إعلام أخرى كما

يمثل الإعلام المحلي بكافة وسائله البسيطة و المركبة المباشرة وغير المباشرة أداة أساسية في الوصول إلى المجتمعات المحلية ذات الأوضاع الخاصة ولقد أخذنا الإذاعة المحلية كمثال على الإعلام المحلي، باعتبارها من أقوى وسائله تأثيراً، و تأثيراً بما يجري داخل المجتمع الذي تنتمي إليه، فلا تزال الإذاعة تؤدي دور جدهام في الحياة والعامه فهي أوسع وسائل الإعلام انتشاراً وأكثرها شعبية وجمهورها هو الجمهور العام بجميع مستوياته، بحيث تستطيع الوصول إليه مخترقة حواجز الأمية والعقبات الجغرافية والقيود السياسية ولو أخذنا مثال عن هذا الجمهور يمكن الإشارة إلى جمهور الطلبة خاصة طلبة علوم الإعلام والاتصال المعنيين بإجراء تربية تربصاتهم بالإذاعة، حيث يسعى الأخير إلى تطبيق المعرفة النظرية التي اكتسبها خلال التكوين الجامعي تطبيقاً عملياً مما يجعله يحصل على فهم أكبر وأوسع لتخصصه بحيث يكون أكثر إبداعاً وإتقاناً له فالتدريب الميداني ما هو إلا مقدمة للعمل بعد التخرج، بحيث يعطي للطالب انطباعاتاً أولياً عن طبيعة الأشخاص الذين سيتعامل معهم بعد تخرجه، فمن يعملون في سوق العمل يختلفون إختلافاً جذرياً وكلياً عن من كان يحتك بهم أثناء فترة دراسته.

وإنطلاقاً من هذا جاءت دراستنا بعنوان " دور الإذاعة المحلية في تنمية المهارات الإعلامية للطالب الجامعي" و من أجل إجراء هذه الدراسة إرتأينا وضع خطة عمل تضمنت مقدمة و ثلاث فصول، قسمت الدراسة إلى إطار منهجي تعرضنا من خلاله تحديد الموضوع، الدراسات السابقة، الفرضيات، تحديد المفاهيم، تحديد منهج الدراسة، مجتمع البحث، تحديد العينة، أدوات الدراسة، أسباب الدراسة، أهداف الدراسة، و مختتمين بحدود الدراسة، أما الإطار النظري يحتوي على فصلين : الفصل الأول جاء تحت عنوان " الإذاعة المحلية مفاهيم و خصائص" حيث تناولنا فيه أربعة مباحث، انطلقنا بتمهيد للفصل ثم يليه المبحث الأول مفهوم الإذاعة، أما المبحث الثاني فتناولنا فيه نشأة الإذاعة بصفة عامة، و فيما يخص المبحث الثالث فقد تناولنا فيه الإذاعة المحلية و خصائصها ختمنا الفصل بجمهور الإذاعة المحلية و خصائصه، أما الفصل الثاني فتطرقتنا فيه إلى " المهارات الإعلامية" و قد احتوى هذا الأخير كذلك على أربعة مباحث فالمبحث الأول تناولنا فيه مهارات الحديث، اما المبحث الثاني فقد استعرضنا فيه مهارات الكتابة، ثم تليه في المبحث الموالي مهارات التقديم الإذاعي وختمنا فصلنا هذا بالمذيع في العمليات الاتصاليةأما

ففيما يخص الجانب الميداني فقد أعطينا نبذة حول الإذاعة المحلية محل الدراسة ألا وهي إذاعة
الظهرة بولاية مستغانم ثم تلتها تحليل وعرض النتائج المحصل عليها ميدانيا للتأكد من صحة أو
نفي الفرضيات المحددة، وقد أنهينا دراستنا بخاتمة نهائية للدراسة.

الإطار المنهجي للدراسة

- تحديد الموضوع وأهميته.
- أسباب اختيار موضوع الدراسة.
- أهداف الدراسة.
- إشكالية الدراسة.
- تساؤلات و فرضيات الدراسة.
- منهج الدراسة وأدواته.
- المعاينة والعينة.
- الدراسات السابقة.
- مفاهيم الدراسة.
- حدود الدراسة.

تحديد الموضوع:

موضوع دراستنا يتمحور حول دور الإذاعة المحلية في تنمية المهارات الإعلامية لدى الطالب الجامعي، بحيث نسعى من خلالها إلى معرفة العلاقة بين التكوين الأكاديمي والنظري للطالب الجامعي ومعرفة مدى تأثير ذلك على خريجي الجامعة، خاصة طلبة قسم علوم الإعلام و الاتصال.

أهمية الموضوع:

تتبع أهمية الدراسة من كونها تتناول موضوعا هاما ألا وهو دور الإذاعة المحلية بمستغنام في تنمية المهارات الإعلامية للطالب الجامعي، خاصة طالب قسم الإعلام، هذه المسألة أصبحت تطرح نفسها بإلحاح وذلك لكثرة الدفعات المتخرجة من قسم الإعلام والاتصال والتي تسعى إلى تحقيق المفاهيم النظرية ميدانيا، ويكون ذلك من خلال الإذاعة، وما يمكن أن تحققه هذه الدراسة من نتائج يمكن الإستفادة منها إذا استغلت من طرف المعنيين أحسن الإستغلال وإلا سيكون مصيرها رفوف المكتبات كسابقاتها من البحوث والدراسات المختلفة وترجع أهمية الدراسة إلى مايلي:

- تقديم تفسيرات منطقية وواقعية لإشكالية البحث المطروحة.
 - تعتبر الدراسة كمؤشر موجه للباحثين والدارسين المهتمين بهذا الجانب.
- محاولة الربط بين النظري والتطبيقي فيما يخص المفاهيم التي يتلقاها الطالب خلال المسار التكويني الجامعي.

أسباب اختيار الموضوع:

من أشق الصعاب التي تواجه الباحث هو اختيار موضوع يصلح للدراسة العلمية وقد يكون لأسباب ذاتية كرغبة الباحثين في تجسيد فكرة ما، أو لأسباب يفرضها الواقع الاجتماعي، فتكون بمثابة دوافع محفزة على اختيار مواضيع جديدة بالدراسة.

وتختفي وراء اختيار هذا الموضوع عدة أسباب لكن أهمها:

- * قابلية الموضوع للدراسة والبحث معرفيا و منهجيا.
- * قلة الدراسات العلمية المتخصصة، إن لم نقل ندرتا في هذا الموضوع.
- * رغبة منا في إعطاء الموضوع الطابع الأكاديمي.
- * إدراكنا للحاجة المتزايدة لمكتبة العلوم الإنسانية إلى مزيد من البحوث والدراسات العلمية المتخصصة التي تصب في هذا المجال.
- * حداثة الموضوع إذ يشكل ربط بين متغيرات الدراسة بالشكل الذي هي طرعا جديدا يستحق الدراسة والتعمق أكثر، رغم قلة المراجع.
- * أهمية الإذاعة بالنسبة للفرد والمجتمع خاصة جمهور الطلبة .
- * تتبع أسباب اختيارنا للإذاعة المسموعة –المحلية على الخصوص كونها أكثر قربا للجمهور في إذاعة مختلف المواضيع، ورغبة منا في معرفة سر بقاء الكلمة المسموعة، وعدم تراجع أهميتها أمام المنافسة الكبيرة للإعلام المرئي.

أهداف الموضوع:

إن قيمة أي بحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية ترتبط ارتباطاً وثيقاً بقيمة الأهداف والنتائج التي يرمي إلى تحقيقها والوصول إليها فعلى قدر علميتها وعملياتها، وخدمتها للفرد والمجتمع على حد سواء، تكون قيمة هذا البحث، هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإنه يجب على الباحث قبل الشروع في بحثه أن يضع الأهداف التي تكون عوناً له، وأساساً يرتكز عليه في توجيه بحثه في مختلف مراحلها ومحطاته فلا يمكن تصور بحث دون وجود أهداف مسبقة تحكمه، وعليه فإن دراستنا هذه تهدف إلى مايلي:

- تعتبر الدراسة كمطلب مكمل لنيل شهادة الماستر.
- التحكم في الخطوات المنهجية للبحث العلمي و التعمق أكثر فيها.
- تقييم وتحليل دور وفعالية وسائل الإعلام لاسيما الإذاعة المحلية في تنمية المهارات الإعلامية للطالب الجامعي.
- معرفة حجم اهتمام الإذاعة المحلية بالمهارات الإعلامية للطالب الجامعي خاصة خريجي قسم الإعلام.
- لفت انتباه المسؤولين عن الإتصال والمسؤولين بالجامعة من تنظيم دورات تكوينية لصناع الإعلام مستقبلاً.
- أن يكون هذا البحث لمسة من لمسات علوم الإعلام والإتصال سيساهم ولو بالقليل في إثراء هذا التخصص.

إشكالية الدراسة:

تعتبر الإذاعة المحلية واحدة من أهم وسائل الإعلام حيث تأتي أهميتها من كونها تتجه أساسا إلى مجتمعات محلية لها خصائصها المميزة واهتماماتها المشتركة، مما يجعلها وسيلة تعكس هذا الوجود وتناقش قضاياها ومشاكله، بحيث تستطيع أن تقدم المعلومات له وعنه وتقتصر الحلول والتوجيه والخدمات وبالتالي اعتبرت الإذاعة وسيلة اجتماعية تقوم على ربط علاقات خاصة مع المستمعين الذين هم من بيئة واحدة، تجمعهم وحدة القضايا والاهتمامات، بحيث يستخدمها المجتمع المحلي للتعبير عن ذاته فالمباشر يزيد من درجة التفاعلية في الإتصال بين المرسل والمستقبل، وارتأينا كباحثين معالجة ومعرفة "دور الإذاعة المحلية في تنمية المهارات الاعلامية للطالب الجامعي حيث تنبع أهمية الدراسة كونها تتناول موضوعا هاما ألا وهو مسألة التنمية، فالمفهوم لا يقتصر على الثقافة والإقتصاد وإنما تعدى ذلك إلى الاعلام ومهاراته، حيث يتلقى الطالب الجامعي خلال المسار الجامعي مفاهيم نظرية متنوعة بتنوع المقاييس المبرمجة ومن هذا المنظور تسعى هذه الدراسة إلى الكشف على دور الإذاعة في مدى تجسيدها لهذه المفاهيم وتنميتها وذلك من خلال التدريب أو التكوين الميداني الذي يتلقاه الطالب قبل التخرج حيث من خلاله يستطيع هذا الأخير تطبيق المعرفة النظرية التي اكتسبها خلال التكوين الجامعي تطبيقا عمليا مما يجعله يحصل على فهم أكبر وأوسع لتخصصه بحيث يكون أكثر إبداع وإتقان له فالتدريب الميداني ما هو إلا مقدمة للعمل بعد التخرج، بحيث يعطي للطالب انطبعا أوليا عن طبيعة الأشخاص الذين سيتعامل معهم بعد تخرجه، فمن يعملون في سوق العمل يختلفون إختلافا جذريا وكليا عن من كان يحتك بهم أثناء فترة دراسته.

ومن هنا جاءت هذه الدراسة لتحاول التعرف عما إذا كانت وسائل الاعلام المحلية والتي أخذنا كأنموذج عنها إذاعة مستغانم تعمل على تنمية المفاهيم النظرية وتنمية المهارات الاعلامية لطلبة قسم علوم الاعلام والاتصال كونهم سيصبحون صناع الاعلام مستقبلا وعليه نطرح التساؤل التالي: ما مدى مساهمة الإذاعة المحلية في تنمية المهارات الاعلامية لدى طلبة علوم الاعلام و

الاتصال؟

الفرضيات:

1. تساهم الاذاعة باعتبارها إحدى وسائل الاعلام بشكل كبير في تنمية المهارات الاعلامية لطلبة علوم الاعلام والاتصال.
2. التربص الميداني يكمل التكوين النظري.
3. بيئة العمل الإذاعي أثناء التربص تساهم في اكساب الطالب الجامعي طموح الالتحاق بالإذاعة.

المنهج المعتمد في الدراسة:

يعرفه الفيلسوف "فرانسيس بيكون" والفيلسوف "كلورد برناند" بأنه الطريق المؤدي للحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة التي تهين على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة.¹

¹خالد حامد، منهج البحث العلمي، الجزائر، دار الريحانة، 2003، ص 23.

كما يعرف المنهج بأنه مجموعة من الإجراءات المتبعة لأجل تحقيق الغرض الذي رسمه، ولهذا من الضروري استخدام المنهج باعتباره الطريق التي يسلكها الباحث للوصول إلى نتيجة معينة.¹

إن طبيعة الظاهرة موضوع الدراسة والأهداف المسطرة للبحث هما اللذان يفرضان على الباحث طبيعة المنهج المناسب لإستقصاء الحقائق وجمع المعلومات ومن ثم الوصول إلى النتائج حتى وإن كانت جزئية وعليه فإن الدراسة التي بين أيدينا تنتمي إلى مجال الدراسات المسحية بالاعتماد على الوصف والتحليل وهذا النوع من الدراسات تعد ضرورية من حيث كونها أبحاث يتم فيها دراسة الوضع الراهن للظاهرة أو الظواهر المبحوثة، سواء كانت متعلقة بموقف معين أو بمجموعة من الناس أو بأحداث معينة.² والتي تهدف إلى التعرف على الظاهرة بطريقة تفصيلية ودقيقة ومن أجل جمع الحقائق المتعلقة بها.

¹ أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط 3، 2007، ص 285.

² أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال ، عالم الكتب، القاهرة، 1976، ص 116.

أدوات جمع البيانات:

هناك العديد من الوسائل والأدوات التي يمكن للباحث استخدامها في تجميع البيانات التي تخدم موضوع بحثه وتتمثل أدوات الدراسة التي اعتمدنا عليها في ما يلي

– الإستبيان:

تعرف الإستمارة بأنها أسلوب جمع البيانات الذي يهدف إلى استشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة وتقديم حقائق وأفكار معينة، فهي منبهات لفظية مدروسة بعناية فائقة ونتيجة جهود عقلية.¹

كما يعرفها الدكتور سمير محمد حسين بأنها أحد الأساليب التي تستخدم في جمع بيانات أولية أو أساسية أو مباشرة من العينة المختارة أو من جميع مفردات البحث، عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة وذلك بهدف التعرف على حقائق معينة أو وجهات نظر المبحوثين واتجاهاتهم أو الدوافع والعوامل و المؤثرات التي تدفعهم إلى تصرفات سلوكية معينة.² فهي وسيلة يدخل الباحث عن طريقها في اتصال بالمبحوثين سائلا إياهم الواحد بعد الآخر من أجل الحصول على أجوبة تتضمن اتجاهات في سلوكيات أفراد مجتمع الدراسة.

وقد لجأنا في دراستنا هذه إلى الإستبيان كأداة لجمع المعلومات بالدرجة الأولى من خلال مجموعة من الأسئلة التي تتطلب من المبحوثين(عينة من طلبة قسم علوم الإعلام و الإتصال) الإجابة عليها

¹خير الله عمار ،محاضرات منهجية ،الجزائر 1982،ص 73.

² Angers Maurice .Initiation pratique à la méthodologies des sciences ; Casbah université ; ALGER 1997.P 146.

بطريقة يحددها الباحث حسب أغراض البحث لأنه بالرغم من ضعفها فهي تبقى وسيلة هامة يعتمد عليها الباحث في تدعيم بحثه، وقد احتوت استمارة بحثنا على ثلاثة محاور و كل محور بدوره انطوى على مجموعة من الأسئلة و قد تم عرضها على مجموعة من الأساتذة المختصين في علوم الإعلام بغية تحكيمها (الأستاذ غوثي عطاء الله، الأستاذة كوبيبي حفصة، الأستاذة صفاح أمال، الأستاذة حماد صبيحة).

مجتمع البحث و عينة الدراسة:

1-مجتمع البحث : هو مجموعة العناصر التي لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تتميز عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليه البحث ويشمل جميع عناصر ومفردات المشكلة أو الظاهرة المدروسة ويتم من خلاله اختيار عينة الدراسة.¹

فلكل دراسة اجتماعية مجتمع بحث تطبق عليه، ويعتبر اختيار العينة الممثلة للمجتمع المبحوث من أصعب الأمور التي تواجه الباحثين و الدارسين، بحيث يشترط فيها ان تمثل كل حالاته وتعبيرها بصدق عن الظاهرة محل الدراسة، ومنه فإن مجتمع البحث في دراستنا هذه يتمثل في طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة عبد الحميد بن باديس بولاية مستغانم.

¹احمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال ، الجزائر ،ديوان المطبوعات الجامعية ، بدون سنة طبع ،ص 197.

2- عينة البحث:

من الصعب على الباحث أن يطبق دراسته على جميع أفراد مجتمع الدراسة، لذلك يستوجب عليه اللجوء الى أسلوب العينات التي تمثل المجتمع الأصلي و تعرف على أنها جزء من المجتمع يتم اختيارها وفق قواعد خاصة بحيث تكون العينة المسحوبة ممثلة قدر الإمكان من مجتمع الدراسة.¹ وتعرف على أنها مجموعة جزئية من المجتمع.²

ومن جهتنا حاولنا أن تكون العينة المختارة مماثلة لمجتمع البحث قدر الإمكان، لذا وقع اختيارنا على العينة القصدية التي تتلائم مع طبيعة دراستنا حيث يقوم الباحثين باختيار المفردات بطريقة تحكيمية .

وعينة بحثنا هم طلبة علوم الاعلام والاتصال بمستغانم المقبلين على التخرج والمعنيين بإجراء تربصاتهم بالإذاعة.

الدراسات السابقة

إن نمو المعرفة وتشعبها يفرض على الباحث عندما يفكر في القيام بأية دراسة أو بحث الاقتناع بأن عمله هذا عبارة عن حلقة متصلة بمحاولات كثيرة فكل عمل علمي من هذا القبيل لابد وأن تكون قد سبقته جهود أخرى مجسدة في شكل دراسات سابقة سواء ميدانية أو مكتبية.³

¹ محمد عبد العالي النعيمي و آخرون، طرق و مناهج البحث العلمي، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع، عمان الاردن، ط1، 2009، ص 80.

² دلال القاضي، محمود البياتي، منهجية و أساليب البحث العلمي، دار الحامد للنشر و التوزيع، عمان الاردن، ط 1، 2008، ص 148.

³ إبراهيم التهامي و آخرون، الدراسات السابقة في البحث العلمي، منشورات جامعة منتوري قسنطينة، 1999، ص 103

وعليه فإن الدراسة السابقة تعد خطوة في البحث العلمي الذي يعده الباحث حول أي مشكلة ومن أهم الدراسات التي سبقت دراستنا هذه هي دراسة الباحث محمود فايز عبد عابد والتي جاءت تحت عنوان "مهارات مقدمي البرامج في القنوات الفضائية

ومدى نجاحها في تلبية رغبات جمهور الطلبة في الجامعات الأردنية، قناتي الجزيرة والعربية أنموذجاً، و جاءت الدراسة في إطار إستكماله لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام وكان ذلك بجامعة الشرق الأوسط للدراسات سنة 2009

وكان التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة كالاتي :هل اختيارنا لقناة تلفزيونية دون غيرها يعتمد على قوة حضورها الإخباري أو سعيها للوصول إلى الحقيقة، أو أن هناك عوامل أخرى تتعلق بجاذبية بعض مقدمي البرامج في القناة و مهاراتهم الذاتية؟

حيث تسعى هذه الأخيرة للإجابة على التساؤلات التالية :

- ما العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون وفقا للمشاهدين من الطلبة في الجامعات الأردنية؟

- هل تختلف العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا للمتغيرات الشخصية للطلبة المشاهدين في الجامعات الأردنية؟

- هل تختلف العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لأنماط المشاهدة لدى الطلبة المشاهدين في الجامعة الأردنية؟

أما في ما يخص المنهج المتبع والأداة فقد استخدم الباحث المنهج الوصفي وفي هذا الإطار يتم استخدام منهج المسح بالعينة قام بتصميم الإستبيان لجمع المعلومات

والبيانات، وقد توصل هذا الأخير إلى مجموعة من النتائج مفادها أن العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي البرامج التلفزيونية وفقا للمشاهدين من الطلبة في الجامعات الأردنية كانت لعامل مهارات التحدث، وكانت بدرجة عالية، ثم جاءت النسبة العالية لعامل "مهارات عوامل فنية مهمة " وأدنى نسبة كانت لعامل "مهارات الإستماع".

- موضوع البرنامج التلفزيوني يعد من الأمور المهمة التي ظهرت كمؤشر مهم من ضمن اهتمامات الطلبة، وذلك لأن موضوع البرنامج الذي يخدم تطلعاتهم خصوصا إذا كان ضمن اهتماماتهم والوضع الاجتماعي أو السياسي القائم .

هذا فيما يتعلق بالنتائج وهنا يجب علينا كباحثين الإشارة إلى نقاط التشابه والإختلاف بين هذه الدراسة والدراسة التي نحن بصدد إجرائها حيث تتشابهان في المنهج المعتمد والأداة والعينة والمتمثلة في الطلبة بالإضافة تناولها لمتغير المهارات، حيث يعتبر هذا الأخير متغير مهم في دراستنا وهذا هو وجه الإختلاف بين دراستنا والدراسة التي سبقتها فمتغير المهارات ربطناه نحن بالطالب أما الباحث الذي سبقنا في الدراسة فقد ربطه بمقدم البرامج التلفزيونية .

تحديد المفاهيم و المصطلحات:

1- الدور:

لغة:

يعرف الدور بأنه الحركة أي الفعل والعمل.¹

ونلاحظ من خلال هذا التعريف أن الدور مرتبط بالقدرة على الحركة والنشاط.

وحسب معجم (WOUTBURG) و (BLOCH) فإن كلمة الدور مشتقة من العبارة اللاتينية

(ROTULAS) التي تعني من جهة ورقة مطوية تحمل مكتوب، ومن جهة ثانية ما يجب أن

يستظهره ممثل مسرحية، و ابتداء من القرن 11م بدأ استعمال الدور بمعنى وظيفة اجتماعية أو

مهنة².

اصطلاحا:

إن مفهوم الدور في معناه السوسيولوجي ينسب غالبا إلى لينتون (LINTON) رغم أن الكلمة

خاصة بالمسرح قد استغلت عند نيتشه بالمعنى السوسيولوجي "إن الوجود يفرض ... على أغلب

الأوروبيين من الذكور دورا محددًا مهنتهم كما يقال "بالنسبة لعالم الاجتماع يتضمن تنظيم مجموعة

من الأدوار متميزة تقريبا... هذه الأدوار يمكن تعريفها بصفاتها أنظمة إلزامات معيارية يفترض

بالفاعلين الذين يقومون بها الخضوع لها وحقوق مرتبطة بهذه الإلتزامات .

¹فؤاد أقوام البستاني، منجد الطلاب، د ط، دار الشروق، لبنان، ص 211.

²حورية بن عياش، صراع الأدوار لدى المرأة الجزائرية العاملة في ضوء بعض المتغيرات الشخصية، السن، المستوى التعليمي، و صورة الذات، رسالة ماجستير، معهد علم النفس و العلوم التربوية، جامعة قسنطينة، (1994، 1995)، ص 18.

وهكذا يحدد الدور منطقة موجبات وإلزامات مرتبطة خاصة بمنطقة استغلال ذاتي.¹

إن الإلزامات المعيارية المقترنة بكل دور من الأدوار والتي تكون في أبسط الحالات معروفة تقريبا من مجموع الفاعلين المنتمين إلى تنظيم معين، تخلق توقعات للدور تؤدي إلى تقليص الشك في النشاط المتبادل، عندما يدخل الفاعل (أ) في نشاط متبادل مع الفاعل (ب) فإن كلاهما ينتظر أن يتحرك الآخر في الإطار المعياري الذي يحدده دوره.²

وبعبارة أخرى فإن للدور متطلبات تتمثل في توقعات الآخرين بمكان أداء شخص ما لدور معين في موقف ما، وقد يكون الفاعل على دراية بمتطلبات دوره وقد لا يكون على علم.³

وفي حقيقة الأمر ودون التفصيل أكثر يرتبط بالدور من أهمية وخصائص وعلاقات أنواع، ونظريات وبما أننا بصدد إعطاء مفهوم اصطلاحي للدور، فإنه يمكن القول بأن هناك العديد من الأبحاث قد تناولت مفهوم الدور، وتوصل عدد من العلماء إلى إعطاء تعاريف متباينة كل حسب تخصصه واتجاهاته العلمية وإلى هذا يشير فاروق مداس حيث يقول "مصطلح الدور يستخدم في علم الاجتماع وعلم النفس والانثروبولوجيا بمعان مختلفة، فيطلق كمظهر للبناء الاجتماعي على وضع اجتماعي معين يتميز بمجموعة من الصفات الشخصية والأنشطة، كما يمكن تعريفه على أنه نموذج يركز حول بعض الحقوق والواجبات ويرتبط بوضع محدد للمكانة داخل جماعة أو موقف

¹ ريمون بودون و فرانسوا بور يكو، المعجم النقدي لعلم الاجتماع، ترجمة سليم حداد، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط1، 1986، ص 288.

² حورية بن عياش، مرجع سبق ذكره، ص 288، 289.

³ محمد عاطف غيث و آخرون، علم الاجتماع، دط، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 1993، ص 135.

إجتماعي معين، ويحدد دور الشخص في أي موقف عن طريق مجموعة توقعات يعتنقها الآخرون كما يعتنقها الشخص نفسه¹.

بعض التعاريف العلمية التي تناولت المفهوم الاصطلاحي للدور:

1- تعريف (linton): الدور هو مجموعة النماذج الاجتماعية المرتبطة بمكانة معينة

يحتوي على مواقف وقيم وسلوكيات محددة من طرف المجتمع لكل فرد يشغل هذه المكانة.²

2- تعريف (moreno): يمثل الدور تجربة خارجية بين الأفراد تفرض على المستوى

التفاعلي، الدور هو تصرف مزدوج، فهو منبه وفي نفس الوقت إستجابة وبذلك يحدد تصرفين متتابعين لدى الفرد، إذ أن إدراك الدور يعني تعيين المنبه و الإجابة عليه.³

3- ويعرف على أنه: أنماط سلوكية تكون وحدة ذات معنى وتبدو ملائمة لشخص يشغل مكانة

معينة في المجتمع أو يشغل مركز محدد في العلاقات الشخصية المتبادلة مثلا.⁴

التعريف الإجرائي للدور: من خلال استعراضنا لمفهوم الدور لغة واصطلاحا يمكن تحديد مفهومه

الاجرائي إذ يمكن تعريفه بالوظيفة التي يؤديها الفرد في موقف اجتماعي معين.

¹ فاروق مداس، قاموس مصطلحات علم الاجتماع، دار مدني للطباعة و النشر و التوزيع، الجزائر، 2003.

² حورية بن عياش، صراع الأدوار لدى المرأة الجزائرية العاملة في ضوء بعض المتغيرات الشخصية، السن، المستوى التعليمي، و صورة الذات، رسالة ماجستير، معهد علم النفس و العلوم التربوية، جامعة قسنطينة، (1994-1995)، ص 20.

³ نفس المرجع السابق، ص 21.

⁴ نبيل الصادق، طريقة تنظيم المجتمع في الخدمة الاجتماعية، دار الثقافة، القاهرة، 1983، ص 367.

2- الإذاعة المحلية:

تعريف الإذاعة:

1- لغة: الاسم الذي اختاره اللغويون للراديو هو المذياع و المذياع هو الرجل أو الشخص الذي لا يستطيع أن يكتم السر ويعمل على نشره و إذاعته¹.

والأصل اللغوي لكلمة إذاعة "هي" إشاعة"بمعنى النشر العام و الذبوع ما يقال، والعرب يصفون الرجل المفشي للأسرار بالرجل المذياع².

2- اصطلاحا:

هي عبارة عن تنظيم مهيكّل في شكل وظائف وأدوار، تقوم ببث مجموعة من البرامج ذات الطابع الترفيهي، التثقيفي، والإعلامي و ذلك لاستقبالها في آن واحد من طرف جمهور متناسث، يتكون من أفراد وجماعات، بأجهزة إستقبال مناسبة³.

ويقصد بالإذاعة المسموعة "الراديو" حسب فضيل دليو "مايبث عن طريق الأثير، باستخدام الموجات الكهرومغناطيسية بإمكانها اجتياز الحواجز الجغرافية والسياسية، وربط مستمعيها برباط مباشر وسريع⁴.

¹ عبد المجيد شكري، الإذاعة المدرسية في ضوء تكنولوجيا التعليم، نظرة مستقبلية للقرن الواحد والعشرون، دار الفكر العربي، القاهرة، 2000، ص 24

² القاموس المجاني للطلاب، (عربي، عربي)، منشورات دار المجاني، ط 1، بيروت، 1995، ص 366

³ عبد العزيز شرف، المدخل الى وسائل الاعلام و الاتصال، دار الكتاب المصري، القاهرة، ط 2، 1989، ص 103

⁴ فضيل دليو، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998، ص 135 .

-الإذاعة المحلية: قام كريستيد وكريستيد بلفت النظر إلى الإذاعة المحلية COMMUNITY RADIO يمكن أن تعرف تقنيا في ضوء البث منخفض القدرة ROW-POWERED إلى منطقة سكانية متجانسة، وربما تشير إلى مشاركة جمهور المجتمع المحلي في إنتاج البرامج أكثر من مشاركتهم في السياسة والتخطيط .

وهناك تعريفات أخرى تصف الوظائف وتؤكد على الأهداف الجوهرية التي تتعهد بها الإذاعة المحلية وعلى سبيل المثال قام الاتحاد العالمي للإذاعة المحلية بوصفها بأنها "تستجيب لاحتياجات المجتمع المحلي الذي تخدمه، كما تساهم في تنميته وهي تناضل من أجل ديمقراطية الإتصال من خلال مشاركة المجتمع المحلي والتي تتخذ أشكالاً مختلفة وفقاً لكل بيئة نوعية" وقدم ليبريرو LIBIRERO وصف آخر لا يختلف عن التعريف السابق فقال "إن الإذاعة المحلية هي الاستخدام النظامي للإذاعة بهدف تنمية الناس داخل منطقة جغرافية ذات حدود مكانية محددة بدقة، وهذا يعني الإذاعة بالراديو داخل منطقة جغرافية محددة لأناس ذوي طموح وخصائص ومشكلات متشابهة إلى حد كبير.¹

بالإضافة إلى هذه التعاريف السابقة هناك تعاريف أخرى مهمة ومتميزة للإذاعة المحلية منها:

(أ) الإذاعة المحلية: هي جهاز إعلامي يخدم المجتمع محلياً، معنى ذلك أن الإذاعة المحلية تبث برامجها مخاطبة مجتمعاً خاصاً، محدود العدد، يعيش فوق أرض محدودة المساحة.²

¹ طارق سيد أحمد، الاعلام المحلي و قضايا المجتمع ، دار المعرفة الجامعية للطبع و النشر و التوزيع ، الاسكندرية ، مصر، 2004، ص 77، 78.

² عبد المجيد شكري الاذاعات المحلية لغة العصر ، المركز الجامعي للتصوير و الطباعة الالكترونية ، مصر ، 1987، ص 13، 14.

ب)الإذاعة المحلية : تخدم كل منها جمهورا محليا متناسقا من الناحية الجغرافية والاجتماعية وتقدم له نتيجة لقربها منه، وهي تتفاعل مع هذا المجتمع تأخذ منه وتعطيه تقدم له الخدمات المختلفة، فالجمهور المستهدف لكل إذاعة محلية هم أفراد هذا المجتمع المحلي.¹

ج)الإذاعة المحلية : تمتاز بالبساطة في الكلمة، واستعمال اللهجات المحلية التي تعتبر من العوامل المساهمة في نشر الثقافة المحلية، وإحياء التراث الثقافي المحلي، كما أنها تتناول القضايا التي تشغل المجتمع محليا وتوعيه بالأحداث المحيطة به، وذلك من أجل إقترح الحلول المناسبة لمشاكله المعيشية كما أن من مهامها تقديم الأخبار التي تحدث محليا ونجاحها يتوقف على مدى إشعار جمهورها بأنها ملك له وليست ملكا لسلطات أخرى.²

ومما سبق فإن وسيلة إعلام ما، يمكن أن توصف بأنها محلية بالرجوع إلى جانبيين أولهما :

يتعلق بالمدى أوالنطاق الذي تخدم، فوسيلة الإعلام المحلية تتميز بمحدودية النطاق (فالصحيفة المحلية توزع في المجتمع المحلي الذي تخدمه) والإذاعة المحلية لها قوة بث محدودة لتغطية جمهورها المستهدف.

¹طارق سيد احمد، الاعلام المحلي و قضايا المجتمع، دار المعرفة الجامعية للطبع و النشر و التوزيع، الاسكندرية، مصر، 2004، ص 79.

²نوال محمد عمر، الاذاعات الاقليمية، دراسة نظرية تطبيقية مقارنة، دار الفكر العربي، 1993، ص 92.

الجانب الثاني:

يتعلق بالوظيفة أو الدور الذي تقوم به حيث تتميز الوسيلة المحلية بمحور تركيزها المحلي فهي من المجتمع وإليه، وتقوم على خدمة الاهتمامات المحلية وتعبّر عن خصوصية المشكلات المحلية.¹

التعريف الإجرائي للإذاعة المحلية :

الإذاعة المحلية هي وسيلة إعلام جماهيرية تخاطب جمهورا محليا معيناً، في منطقة جغرافية معينة، عن طريق بث برامج ثرية ومتنوعة اجتماعيه، ثقافية، اقتصادية، سياسية... الخ بلغة محلية راقية، وهي بذلك تهتم بكل ما هو محلي.

مفهوم المهارات:

لغة: تعرف المهارات بأنها إحكام الشيء والحذف به والمهارات تتكون في العلم وفي الصناعة أيضا.²

اصطلاحاً: هي السلوكيات والمهارات الشخصية والاجتماعية اللازمة للأفراد للتعامل بثقة و اقتدار مع أنفسهم ومع الآخرين ومع المجتمع وذلك باتخاذ القرارات المناسبة الصحيحة وتحم المسؤوليات

¹ طارق سيد أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 81.

² نبيل حداد، فن الكتابة الصحفية (السيمات، الاشكال، القضايا، المهارات، الدليل)، دار جرير للنشر و التوزيع، ط 2، 2011، الاردن، ص 236.

الشخصية و الاجتماعية، وفهم النفس والغير وتكوين علاقات ايجابية مع الآخرين ونفاذي حدوث الأزمات والقدرة على التفكير الابتكاري.¹

المفهوم الاجرائي :

هي مزيج بين ما يتلقاه الطالب في الجامعة من مفاهيم نظرية وما يتلقاه ميدانيا من خلال التكوين والتدريب خاصة في المجال الاعلامي.

الإطار الميداني للدراسة:

وضمن هذا العنصر سنتعرض إلى كافة الجوانب المتعلقة بإجراءات الدراسة الميدانية للبحث الذي قمنا به.

- مجالات الدراسة:

المراد هنا توضيح أين أجريت الدراسة ومتى؟ ومع من؟

لأن الدراسات والبحوث في العلوم الإجتماعية تتعامل مع عناصر متميزة وتنحصر مجالات الدراسة في ثلاث مجالات و هي :

- **المجال البشري:** ويتمثل في العينة التي اسقطت عليها الدراسة وهي 50 طالب من قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم المعنيين بإجراء التربص الميداني بالإذاعة.

¹محي الدين مختار، محاضرات علم النفس الاجتماعي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1981، ص 20.

– **المجال الزمني:** ويتعلق الأمر بالفترة الزمنية التي استغرقتها الدراسة و ذلك منذ البدء في الطرح للموضوع وحتى الإنتهاء منه بشكل نهائي حيث حددت المدة الزمنية للدراسة من أوائل شهر فيفري إلى أواخر شهر أفريل.

الفصل الأول : مفاهيم الإذاعة المحلية و خصائصها

تمهيد

- المبحث الأول: مفهومها.
- المبحث الثاني: نشأة الإذاعة.
- المبحث الثالث: الإذاعة المحلية و خصائصها.
- المبحث الرابع: جمهور الإذاعة و خصائصه.

تمهيد:

منذ اختراع الطباعة لم يتوصل الإنسان إلى مستحدث اجتماعي له التأثير الضخم الذي حققته الإذاعة حيث يرى Daniel Booster في هذا الصدد أنه بالرغم مما كتب ويكتب عن الإذاعة فإننا مازلنا نبخس قدرها وهذا البخس في حد ذاته مفتاح قوتها التاريخية¹.

ومنه في هذا الفصل سنحاول إبراز مدى أهمية الإذاعة بالجزائر وبشكل خاص الإذاعة المحلية بمستغانم.

¹محمد عمر نوال، الإذاعات الإقليمية، دراسة تطبيقية مقارنة، دار الفكر العربي، القاهرة، ص 09.

المبحث الأول: مفهوم الإذاعة المحلية:

الإذاعة المحلية:

مفهومها:

الإذاعة المحلية أحد روافد الاعلام المحلي الذي ينبثق من بيئة معينة و محددة و يوجه إلى جماعة بعينها تربط بعضها ببعض هذه البيئة بحيث يصبح الإعلام مرتبطا إرتباطا وثيقا بحاجة هؤلاء الناس و متصلا بثقافة البيئة المحلية وظروفها الواقعية، مما يجعله انعكاسا للتراث الثقافي و القيمي في هذه البيئة و يعتمد اعتمادا كلياً على كل ما فيها من أفكار بحيث تكون هناك الأفكار

السائدة بين الجمهور المستهدف و تصبح القيم الثقافية والاجتماعية والاقتصادية، والعادات والتقاليد

هي التي تكون في النهاية أسلوب وشكل ومضمون الاعلام المحلي.¹

وهي جهاز إعلامي يقوم على خدمة هذا المجتمع المحلي بمعنى أن الإذاعة المحلية تبث برامجها

من أجل مخاطبة مجتمع خاص محدود العدد يعيش فوق أرض محدودة المساحة، ومجتمع

متجانس من الناحية الاقتصادية والناحية الثقافية والناحية الاجتماعية.²

وتعرف على أنها الإذاعة التي تخاطب مستمعا محددًا له مصالحه وارتباطاته الاجتماعية المعروفة

وله تقاليده وعاداته وتراثه الفكري الخاص به.³

والإذاعة المحلية هي التي تخدم مجتمعا محدودا متناسقا من الناحيتين الجغرافية والاجتماعية

بحيث يكون هذا المجتمع له خصائص البيئة الاقتصادية والثقافية المتميزة على أن تحده حدود

جغرافية حتى تشمله رقعة الارسال المحلية، فالإذاعة هنا مرتبطة أساسا بمجتمع خاص وقد يكون

¹منى سعيد الحديدي، سلوى إمام علي، الاعلام و المجتمع، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ط 1، 2004، ص 162.

²عبد المجيد شكري، الاعلام المحلي في ضوء متغيرات العصر، أسسه، نظرياته، وسائله، ودوره في الدول النامية و المتقدمة، ط 1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2007 ص

³طارق مصباح الشاري، الاعلام الإذاعي، دار أسامة للنشر و التوزيع، ط1، عمان الأردن، 2009، ص 179

هذا المجتمع مدينة أو مجموعة قرى أو مدن صغيرة متقاربة تجمعها وحدة اقتصادية وثقافية متميزة وتكون هذه الإذاعة هي مجالهم الطبيعي للتعبير عن مصالحهم وتعكس فهمهم وتراثهم وأفكارهم بل وحتى لهجتهم المحلية وتلبي احتياجاتهم الخاصة المتميزة.¹

ويوافقها في ذلك "الطاهر بن خرف الله" الذي يرى أن الإذاعة المحلية هي جهاز إعلامي يخدم مجتمعا محليا وأن الدور الذي تلعبه الإذاعات المحلية أخذ في النمو مع تحول مواضيع الاهتمام بالتممية إلى النشاط المحلي.²

الإذاعة المحلية هي التي تخاطب مستمعا محددًا له مصالحه وإرتباطاته الاجتماعية المعروفة، وله تقاليده وعاداته وتراثه الفكري الخاص وهي تبث برامجها مخاطبة مجتمعا خاصا محدود العدد يعيش فوق أرض محدودة المساحة، مجتمعا له خصائص البيئة الإقتصادية والثقافية المتميزة وقد يكون هذا المجتمع مدينة أو مجموعة قرى أو مدنا صغيرة ومتقاربة.³

¹ سلوى امام و شهيناز بسيوني، موضوع خاص في الإذاعة، جامعة القاهرة، 2003، ص 06

² الطاهر بن خرف الله، الصحافة الإقليمية، مجلة الاتصال، معهد علوم الإعلام و الاتصال، الجزائر ط 4، 1990، ص 75

³ طارق الشاري، الإعلام الإذاعي، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان الأردن، ط 1، 2009، ص 180

المبحث الثاني: نشأة الإذاعة.

ظهرت الإذاعة في الجزائر في أواخر العشرينات، عندما قام أحد الفرنسيين بإنشاء محطة إرسال على الموجة المتوسطة، لم تتعدى قوتها كيلوواط¹، وذلك استجابة لحاجيات الأقلية الأوروبية المتواجدة في الجزائر حيث كانت تبث برامج لا علاقة لها بصحة الأحداث الجارية في الجزائر، و برامجها ذات صلة وطيدة مع فرنسا، مع توزيع إشراف بينها وبين الحاكم العام للجزائر الذي أسندت إليه الحصص الموجهة للجزائريين، وهي تشرف على الحصص الموجهة للأوروبيين ولتعزيز نشاطها السياسي والتأثير في الجزائريين، بدأت في إنشاء قناة باللغة العربية عام 1943 حتى تتمكن من الاتصال بالجزائريين الذين لا يفهمون الفرنسية، فالإذاعة الجزائرية لم يكن لها رواج جماهيري معتبر إلا بعد هذه السنة وتعتبر هذه الأخيرة الانطلاقة الحقيقية لهذا المنبر الإعلامي.

وفي عام 1945 طرأت بعض التغييرات على الإذاعة الجزائرية حيث أدمجت هذه الأخيرة مع الإذاعة الفرنسية وأشرف عليها رئيس الحكومة، وإدارة مستقلة للشؤون الفنية هذا من جهة، ومن جهة أخرى قدمت للحاكم العام امتيازات خاصة إذ أصبح يتراأس مجلس أطلق عليه "اللجنة

¹نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية للنشر و التوزيع، ط1، 2008، ص 128

الجزائرية للإذاعة ويتكون هذا المجلس من ستة أعضاء جزائريين وثلاثة أوروبيين وستة ممثلي عن الموظفين والعمال التابعين للإذاعة كما أنشأت عام 1948 قنوات مجهزة باستوديوهات خاصة بها في مختلف المدن منها قسنطينة والتي بها محطتان للإرسال تذيع بالعربية والفرنسية، بحيث أن قوة الأولى 250 كيلوواط أما الثانية فقوتها 600 كيلوواط، ثم تتابعت المحطتان في كل من وهران وبجاية¹.

وما كان للجزائر في هذه الفترة إلا أن تعتمد في بادئ الأمر على إذاعات الدول العربية لإيصال صوتها إلى العالم الخارجي وكانت إذاعتا القاهرة وتونس أولى الإذاعات العربية التي خططت برامج في قنوات ثابتة لإذاعة أخبار الثورة الجزائرية فقد خصصت القاهرة عام 1955 برامج أسبوعية للجزائر ومدة كل واحدة منها 10 دقائق وهي:

- برنامج وفد جبهة التحرير الوطني يخاطبكم في القاهرة وأصبح بعد ذلك "صوت الجمهورية

الجزائرية يخاطبكم" وبرنامج جزائري يخاطب الفرنسيين.²

¹محمد صاحب سلطان، وسائل الاعلام والاتصال، دراسة في النشأة و التطور، دار المسيرة للنشر و التوزيع، ط1، 2012، ص 254، 253

²عواطف عبد الرحمن، الصحافة العربية في الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، ط1، 1985، ص 59

ونتيجة لقرارات مؤتمر الصومام تم إنشاء الإذاعة السرية التي كانت جزائرية بكل ما فيها وكانت إذاعة متنقلة قرب الحدود الجزائرية المغربية، قبل أن تستقر في مدينة الناظور المغربية وكانت مدة

البث حوالي ساعتين يوميا، وشهدت سنة 1959 انطلاق خمس إذاعات وهي :

- صوت الجزائر من إذاعة طرابلس بليبيا.

- صوت الجزائر من إذاعة بنغازي.

- صوت الجزائر من إذاعة دمشق.

- صوت الجزائر من الكويت .

- صوت إذاعة الجزائر من بغداد.¹

ومن هنا نشير إلى إذاعة الجزائر المستقلة و كان ذلك في 05 جويلية 1962 ،حيث تخلصت

الجزائر من الاستعمار الذي كان يراقبها ويستغلها وكذا يحتكر وسائلها الإعلامية ولم تلبث الدولة

الجزائرية إلى أن اتخذت التدابير اللازمة من أجل استرجاع مبنى الإذاعة والتلفزيون لما يمتلكه هذا

²مالك شعباني، دور الإذاعة المحلية في تنمية الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي، دراسة ميدانية بجامعة قسنطينة و بسكرة ،رسالة دكتوراه علم اجتماع التنمية، كلية العلوم الاجتماعية و الانسانية جامعة منتوري، قسنطينة 2005، 2006، ص 113

القطاع الحساس من أهمية في نقل السيادة الجديدة للدولة الجزائرية، وكذا في ترسيخ القيم الثقافية الخاصة بالشعب الجزائري بعيدا عن المسخ الذي استعمله المستعمر طويلا¹. وتطبيقا لهذا التوجه الذي يتعلق بأداة السيادة الوطنية قام المختصون والتقنيون والعمال الجزائريون في 28 أكتوبر 1962 برفع التحدي والتغلب على صعوبات التكوين وشكلوا يدا واحدة تحذوهم الروح الوطنية فالتزموا بتحقيق السير الحسن لأجهزة الإذاعة والتلفزيون واستمراره، بينما كان الإطارات والتقنيون الفرنسيون يظنون أن ذهابهم المتسرع سيتسبب في عرقلتهما وبعد أن قامت القوات الجزائرية باحتلال مباني الإذاعة و التلفزيون وأعلن المذيع "هنا إذاعة و تلفزيون الجزائر إذ اعتبره الفرنسيون تدخلا في أعمالهم مما جعلهم يقدمون استقالاتهم و انتهى الأمر بتوقيع اتفاقية بين حكومتي الجزائر وفرنسا في 23 جانفي 1963 تم فيها العمل على تبادل البرامج المختلفة وقيام فرنسا بإمداد الجزائر بالمساعدات الفنية والثقافية.

ومنذ سنة 1963 أصدرت السلطة الجزائرية عدة مراسيم متعلقة بقطاع الاعلام، منها خمسة مراسيم اهتمت بالميدان السمعي البصري، حيث اعتبرت الإذاعة في الأول نيابة مديرية تمثل هي

¹ محمد صاحب سلطان، وسائل الاعلام و الاتصال، دراسة في النشأة و التطور، دار المسيرة للنشر و التوزيع، ط1 2012، ص 254، 255

و نيابة مديرية التلفزة مديرية واحدة ثم بعد ذلك أصبحت الإذاعة تشترك مع التلفزة في مؤسسة واحدة تابعة لوصاية وزارة الإعلام والاتصال وجاء مرسوم 02 نوفمبر 1967 ليعطي تنظيما وهيكل جديدا للإذاعة والتلفزة الجزائرية، ففي الإذاعة كان الهدف هو التغطية الشاملة للبلاد ليلا ونهارا دون إنقطاع وكما أنشأت الشبكة الصحراوية الإذاعية للإرسال على الموجات المتوسطة لتحقيق الهدف المسطر، بعدها أجهت الدولة نفسها ليتجاوز صوت الجزائر الحدود الوطنية وذلك باستعمال الموجات الطويلة والقصيرة من أجل تزويد محطات الإذاعة بالعاصمة ومن أجل تزويد محطات الإذاعة قامت بتخصيص دارين للإذاعة في قسنطينة ووهران سنة 1968 توسعت دار الإذاعة بالعاصمة وشهدت الإذاعة بعض التطورات في مجال توسيع صلاحياتها وتجديد تنظيمها الإداري، وهذا بداية من سنة 1980 إلى أن أصدر قرار إعادة الهيكلة الذي مس الإذاعة والتلفزة على حد سواء، حيث أصبحت بمقتضى ذلك القرار مؤسسة قائمة بحد ذاتها منفصلة عن مؤسسة

التلفزة وهذا في سنة 1986م.¹

¹ منى سعيد الحديدي و سلوى إمام علي، الإعلام والمجتمع، الدار المصرية اللبنانية، ط1، 2004، ص 162

ونشير كذلك إلى المادة 64 من قانون الاعلام حيث تنص على: تؤسس سلطة ضبط السمعي

البصري وهي سلطة مستقلة تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي.¹

خصائص الإذاعة المحلية :

للإذاعة المحلية خصائص ومميزات تتمثل فيما يلي:

• إن الإذاعة المحلية تختلف باختلاف المنطقة التابعة لها حيث يصفها مارشال ماكلوهان

بقوله "هي الضرب على الأوتار السحرية و هي امتداد لجهازنا العصبي المركزي و تأثيره

لا يفوقه سوى تأثير الكلام البشري نفسه"²

¹ طارق مصباح الشاري، الأعلام الإذاعي، دار أسامة للنشر و التوزيع، ط1، الأردن عمان 2009، ص 179

² مارشال ماكلوهان، كيف نفهم وسائل الاتصال، ترجمة محمود الجوهري و آخرون، النهضة العربية، دمشق 1975، ص 341

• الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجماهير حتى الأميين والعمل على إعطائهم فرصة للاندماج الاجتماعي والثقافي.

• تعمل على تقديم الحصص ذات التوعية وتستجيب للمتطلبات الاعلامية والتنمية والترفيهية لذلك المستمع الذي تخدمه.

• الإذاعة المحلية هي محطة غير تجارية وتكون الملكية جماعية والإدارة محلية أي من طرف المجتمع المحلي المتواجدة فيه.

• تعمل كذلك على تحقيق الرغبات للأفراد عن طريق المشاركة والتعبير عن آرائهم باعتباره حق من حقوقهم وذلك من خلال البرامج المتنوعة، حيث تقوم بمعالجة المشكلات

الاجتماعية وتقدم كذلك فرصة جيدة للمجتمع لكي يعمل على الاستفادة من وقت الفراغ

للشباب على نحو متميز، و يتم ذلك من خلال البرامج الثقافية والمسابقات والمقابلات

الرياضية.¹

¹ عبد المجيد شكري، الإذاعة المحلية لغة العصر، دار الفكر العربي، مصر 1987، ص 21

ونشير هنا إلى خصائص الإذاعة كوسيلة إعلامية حيث تتيح للمستمع ان يستمع للراديو في أي وقت و أي مكان دون وجود عوائق و يعد الراديو الوسيلة الوحيدة غير المرئية بين وسائل الإعلام لذا يطلق عليه الوسيلة العمياء لأنه لا يتطلب الاستماع إليه سوى حاسة واحدة فقط وهي حاسة السمع وبذلك ترتاح بقية الحواس لأداء دورها في وظائف أخرى .

كما يتيح هذا الأخير للمستمعين الأميمين فرصة الحصول على الثقافة والمعرفة والمتابعة الإخبارية للأحداث والأنشطة التي تقع داخل وخارج الوطن.¹

- يخلق الراديو كوسيلة تواصل إعلامي جوا من الألفة والصدقة بينه وبين المستمعين ومن ثم فإن المستمع يتوقع دائما أن يستمع من هذا الجهاز إلى كل ما هو صادق وواقعي حيث يجعل هذا الأخير شريكا له في عملية التصوير الفني بشحن قدراته على التخيل والتصوير الذهني.

- بفعل التطور التكنولوجي أصبح الراديو محدود الحجم سهل الحمل زهيد الثمن .

¹ اسماعيل سلمان أبو جلال، الإذاعة و دورها في الوعي الأمني، دار أسامة للنشر و التوزيع عمان، ط1، 2012، ص142

- وأصبحت الإذاعة في العصر الحديث سلاحا قويا لمن يجيد استخدامها لتكوين الرأي العام والتأثير عليه بصرف النظر عن الحواجز الجغرافية والزمن، فالإذاعة تصل إلى كافة الشعوب من مثقفين وعمال وفلاحين، كبار وصغار على السواء.¹
- الإذاعة المحلية طموحة الانتشار لتشمل التجمعات السكانية الصغيرة وذلك عن طريق محطات ذات الترددات قليلة التكاليف كمحطات FM التي تتميز بدقة ونقاء الأصوات مما يجعلها قادرة على نقل برامج بالصوت، كما أنه لم يعد من الضروري إنشاء محطات إرسال ذات قوة كبيرة .
- تتحدث الإذاعة المحلية بلغة الجمهور المستهدف وتخطبه وقد تظهر فيها أيضا لهجة سكان المنطقة المستهدفة للمحطات الجهوية التي تعتبر مشروع من المشاريع التوسعية للإذاعة الوطنية، وبالتالي هي امتداد للمؤسسة الوطنية.²

¹ نفس المرجع السابق، ص 143

² الحلواني ماجي، الفن الإذاعي و التلفزيوني، القاهرة، عالم الكتب 2002، ص 24، 25

من بين خصائصها أيضا أنها تساهم في محاولة إحياء التراث و المحافظة عليه و ذلك من خلال إخراجها إلى دائرة الضوء في صورة إذاعية إضافة إلى هذا تقوم بمشاركة الجمهور في ممارسة الاتصال الذي يعتبر في الوقت الحاضر حق من حقوق الإنسان.¹

جمهور الإذاعة المحلية و خصائصه:

الجمهور المستهدف للإذاعة المحلية هو جمهور محلي بعينه أي محدود من حيث العدد مقارنة بجمهور الإذاعات القومية أو الإذاعات الدولية .

- تتفاوت خصائص الجمهور الذي يستمع للإذاعة من حيث الخصائص العمرية، النوع المهنية، المستوى الاقتصادي والاجتماعي والمستوى التعليمي والانتشار الجغرافي.

¹ عبد المجيد شكري، الإذاعة المحلية إذاعة العصر، دار الفكر العربي، ب ط، ب س، ص 19

يستمتع الجمهور للإذاعة في الأماكن المختلفة (المنزل ، السيارة ، المكتب ..إلخ) حيث يستمع هذا الأخير للبرامج الإذاعية في أحيان كثيرة وهو في حالة استرخاء ويختلف بذلك عن عادات وأنماط مشاهدة السينما والمسرح .

- يعامل الجمهور الراديو بحميمية أكثر من وسائل الاتصال الأخرى، فهو جهاز قريب منه يضعه في غرفة نومه أو جلوسه أو في جيبه ،حيث يسهل نقله إلى أي مكان وربما يولد لديه إحساسا بالخصوصية بشكل يفوق التلفزيون.

- لا يتفرغ بالضرورة للاستماع للإذاعة، ولكن يستمع إليها أثناء ممارسة عمل آخر.

- جمهور الإذاعة عريض وغير متجانس وبرامجها متنوعة تناسب أذواق معظم الجماهير.¹

¹ نسمة أحمد البطريق ، الكتابة للراديو و التلفزيون ، كلية الإعلام بجامعة القاهرة 2005،ص 20

الفصل الثاني : المهارات الإعلامية

تمهيد

- المبحث الأول: مهارات الحديث.
- المبحث الثاني: مهارات الكتابة.
- المبحث الثالث مهارات التقديم الإذاعي.
- المبحث الرابع : المذيع في العمليات الإتصالية.

- تمهيد:

يمكن الإشارة في هذا الصدد إلى الخصائص والمهارات التي لا بد من توفرها في مقدمي البرامج الإذاعية أو التلفزيونية والتي تجعل منه شخصية مشهورة وجذابة لأنها جزء من قدرات الإنسان نفسه التي قد يمتلكها وقد لا يمتلكها وبعضها خصائص لا يمكن للإنسان أن يتعلمها وإن كان يمكن تنميتها وتطويرها من خلال التدريب والممارسة.

المبحث الأول: مهارات الحديث.

- **مفهوم الحديث :** يعد الحديث الصحفي ركنا أساسيا من أركان الصحافة الحديثة كما تعد القدرة على الحديث مع الناس واقناعهم بالإدلاء بالمعلومات والآراء التي بحوزتهم من أهم المهارات التي يجب أن يتسلح بها الصحفي.

فالحديث مع الناس سواء كان وجها لوجه أو من خلال الهاتف أو من خلال البريد الإلكتروني هي الطريقة التي يحصل بها الصحفيون على المعلومات ويقول سكانلان" إن أكثر المعلومات جده تأتي دائما من أفواه الناس"

ويصف بعض الباحثين عمل الصحفي بصفة عامة بأنه نوع من الحديث المستمر والطويل مع المصادر سواء نشرت خلاصة هذه الأحاديث في صورة خبر أو ضمنت في مقال أو تقرير أو نشرت مفصلة في صورة حوار صحفي، وذلك على أساس أن الصحفي يحصل على المعلومات من خلال سؤال الناس وتسجيل إجاباتهم.¹

فن الإلقاء:

هو القدرة الإتصالية لنقل الأفكار والأحاسيس والمشاعر إلى المستمعين والمشاهدين بطريقتين هما اللغة اللفظية واللغة الغير لفظية في إطار تفاعلي بين اثنين أو هو فن النطق بلغة مفهومة فيها من البلاغة والوضوح ما يميزه عن الحديث العادي، كما أنه يحتاج إلى مهارات وقدرات وشروط

¹ حسين محمد نصر، سناء عبد الرحمن، الفن الصحفي في عصر المعلومات تحرير و كتابة التحقيقات و الأحاديث الصحفية، دار الكتاب الجامعي، 2005، ص209

وموهبة مقرونة بالإستعداد الفطري الذي تصقله التدريبات والتمرينات المختلفة، وهذا يعني أنه فن الإقناع والمعرفة كونه يحتاج إلى جوانب معرفية عديدة.¹

والإلقاء فن يحتاج إلى مجموعة من القدرات الذاتية إضافة إلى شروط عامة والتي نذكر منها: يعتمد على الجرأة في الكلام والقدرة الخطابية، يعتمد على التنوع في طبقات الصوت، يعتمد على سلامة اللغة وآدابها، يعتمد على ثقافة وإطلاع واسعين يعتمد على سرعة البديهية وسرعة معالجة المواقف كما يحتاج إلى تهيئة الموضوع والإطلاع عليه والتدريب على محتواه وذلك من خلال تقسيم النص إلى وحدات معينة والإلمام بقراءة النصوص الأدبية و لنترية والشعرية، كما يجب على القائم بالإتصال أن يعتمد على تدوين رؤوس أقلام و الملاحظات المهمة .

فن الإلقاء الإذاعي يحتاج إلى قدرة عالية لخلق الصورة الذهنية عند المستمع بالإضافة إلى هذا فإن العملية الإلقائية تحتاج إلى أربعة مراحل يقوم بها القائم بالعملية وهي :

- **مرحلة الوعي :** بمعنى أن يعي طبيعة الرسالة ونوع الجمهور المستهدف ويدرسهم دراسة كافية ضمن نظرة شمولية واسعة .
- **مرحلة الفهم :** وهي الحالة التي يستطيع فيها رسم خطوات رسالته بفهم عميق واضح وليس القراءة السطحية الضيقة .
- **مرحلة الإقناع :** وهي من أهم المراحل لأن إقناع المستمع غاية صعبة لا يمكن أن تدرك.

¹ وليد حسن الحديثي، فن الإلقاء و التقديم و الكتابة للإذاعة و التلفزيون ، دار الكتب العلمية للنشر و التوزيع ، القاهرة، ط1، 2007، ص 12

- **مرحلة السلوك** : بمعنى أن يتأثر الناس بما نقل إليهم من قبل الشخص المعني بالإلقاء سواء كان خطيباً أو مديعاً أو مقدماً أو حتى رجل سياسة أو غير ذلك.¹

وهناك عدة تعاريف التي تقرب فكرة الحديث ومضمونه من الزاوية الإلقائية حيث يعرف على أنه القدرة الإتصالية لنقل الأفكار والأحاسيس والمشاعر إلى المستمعين والمشاهدين فهو فن النطق بلغة مفهومة فيها من البلاغة و اللباقة والسلامة ما يميزه عن الحديث العادي كما أنه يحتاج إلى مهارات وقدرات وشروط وموهبة ذات الإستعداد الفطري الذي تصقله التدريبات وهذا يعني أن فن الإلقاء يحتاج إلى معرفة شاملة كونه يتصل بجوانب معرفية عدة.²

- **الإلقاء الإذاعي** : إن العمل الإذاعي يحتاج إلى الذوق الحسن والأسلوب الودي المباشر في الحديث ولغة سليمة وواضحة بأسلوب بعيد عن التكلف حيث يتبع نمطا حواريا، ويحتاج إلى مواهب إضافية وهذا يشمل الممثلين والمذيعين والمقدمين إضافة إلى ضيوف البرنامج وعليه فإن الجميع يحتاج إلى الإرشادات التالية :

الصوت: إن أهمية الصوت تعكس شخصية صاحبه أثناء الحديث في الإذاعة وعليه لا يغير من طبقة صوته لأنه لا يستمر إلى النهاية، و بذلك سيكتشف الجمهور ذلك على الفور بل إن ذلك يثير أعصابهم، أما إذا كان مستريحا أثناء حديثه فإنه سيتحدث طبيعيا بدلا من المبالغة والتكلف و يجب أن يراعي التحكم في التنفس وأن يخرج الصوت إخراجا سليما وأن ينطق نطقا صحيحا حتى يصل صوته إلى أقصى حد.

¹ وليد حسن الحديثي، فن الإلقاء و التقديم و الكتابة للراديو و التلفزيون، دار الكتب العلمية للنشر و التوزيع، القاهرة، ط1، 2007، صص 13-14

² محمد عبد الرحيم عدس، فن الإلقاء، دار الفكر للنشر و التوزيع عمان، ط1، 1965، ص 17

- **التحكم في التنفس** : إن التنفس من الحجاب الحاجز لا من الصدر يجعل لديك القدرة والمرونة على التحكم في القراءة دون أن يصاحب ذلك صوت أثناء الشهيق كما أن إسترخاء العضلات خصوصاً عضلات الرقبة والكتفين يساعد على إسترخاء الحجاب الحاجز وفتح الحلق والتمرين على قراءة الجمل الطويلة.

- **مخارج الألفاظ** : إن النطق السليم يعني الوضوح في نطق الألفاظ وإن أهميته تتجلى في الإذاعة أكثر من التلفزيون كون الإذاعة تعتمد على الاتصال اللفظي، ويحدث معظم النطق الخاطئ نتيجة لإهمال وإخراج الصوت بطريقة رديئة .

- **تقسيم الجمل** : إن قراءة النص متصلاً جملة بجملة يبعث على الملل وتقسيم الجمل مسألة أسلوب فردي لا تتبع قواعد ثابتة و إنما بعض المبادئ العامة .

- **التوكيد** : إن التوكيد يساعد على تحقيق التنوع بطريقة غير مباشرة إلا أن غرضه الرئيسي هو زيادة الفهم، وباختصار فإن توكيد الكلمات أو العبارات يتم برفع أو خفض مستوى الصوت أو بالوقفات أو بإيقاع معين في السرعة وبالتكوين غير المعتاد أو بالتكرار وهذه هي نفس الطرق التي يؤكد بها الناس عباراتهم أثناء الحوار العادي.

- **التوتر** : إن التوتر الذي يصاحب عملية الإذاعة يصبح مع الإعداد الملائم باعثاً للنشاط، ويمكنك أن تخفف من توتر أعصابك قبل الإذاعة بأن ترفع رقبتك تديرها أو بأن تقوم بأي تمرين رياضي تسترخي به عضلات الرقبة والكتفين ويمكنك تكرار هذه التمرينات أثناء البرنامج في الفترات التي لا تذيع فيها على الهواء أو لا تظهر فيها على الشاشة.

ولتنمية الموهبة الإلقائية ينصح بالأمور التالية:

- قراءة القرآن الكريم وضبط حركاته، الإنصات إلى المذيعين المتميزين في المحطات الفضائية العربية والإستفادة من قراءاتهم، العمل على كتابة نصوص وقراءتها بالطريقة الإخبارية.¹

المبحث الثاني :

مهارات قواعد الكتابة الإذاعية : تتعدد الشروط الواجب توافرها في النصوص الإذاعية التي تقدم في البرامج الإذاعية المختلفة، ويمكن وصف هذه الشروط بأنها قواعد ينبغي مراعاتها في الكتابة الإذاعية .

- **دقة الصياغة اللغوية**: تتطلب صياغة النصوص الإذاعية الدقة الشديدة في اختيار الكلمات بحيث تعبر عن المطلوب التعبير عنه.²

- **الدقة** : تعني الصواب والتحديد.³

¹ وليد حسن الحديثي، فن الإلقاء و التقديم و الكتابة للإذاعة و التلفزيون، دار الكتب العلمية للنشر و التوزيع، القاهرة، ط1، 2007، ص ص 18-20

¹ عادل عبد الغفار، الإتجاهات المعاصرة في الإعداد و التقديم الإذاعي و التلفزيوني، دار العالم العربي – مدينة نصر – القاهرة، ط 1، 2014، ص 38

³ فهد عبد الرحمن الشميمري، التربية الإعلامية "كيف نتعامل مع الإعلام"، فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر، ط1، 2010، ص 204

- **الوضوح في كتابة النص الإذاعي** يتحقق الوضوح في النص الإذاعي من خلال الجمل القصيرة والبسيطة والإبتعاد عن الأساليب المعقدة.
- **البساطة** : فالكتابة البسيطة هي التي يسهل على الجماهير استيعابها وفهمها.
- **التشويق وإثارة الإهتمام**: القاعدة الأساسية في الكتابة الإذاعية أن يكون البرنامج الإذاعي مشوقاً، فالكلمة لها دور مهم في أن تحكي وتشرح وتصف بطريقة حية ومشوقة و بدون ذلك ربما يفشل في تحقيق هدفه.
- **مراعاة الذوق والآداب العامة**: فالمادة الإذاعية ينبغي أن تراعي أخلاقيات المجتمع وقيمه، حيث يمنع تقديم مضامين جنسية أو تتعرض للأديان بشكل محرف أو مضلل أو خاطئ أو أي مواد من شأنها أن تشجع المستمعين على الخروج على المنظومة القيمية للمجتمع.
- **التبسيط في صياغة الأرقام و الوحدات القياسية** : ينبغي في الكتابة الإذاعية استخدام التقريب والتبسيط والتشبيه كما ينبغي استخدام الوحدات القياسية المعروفة لدى المستمعين.
- **مراجعة النصوص الإذاعية المكتوبة** :تستهدف المراجعة التأكد من أن النص الإذاعي يشتمل على المعاني و الأفكار المطلوب توصيلها للمستمعين بدقة ووضوح كذلك التأكد من سلامة اللغة نحواً وصرفاً وهجاءاً وأسلوباً بحيث يستقيم المعنى.¹
- **الإكمال** : الرسالة المكتملة هي التي تجيب على الأسئلة الستة المعروفة "من؟، ماذا؟، أين لماذا؟ كيف؟¹

¹ عادل عبد الغفار، مرجع سبق ذكره، ص 39.40

- الإخراج الفني للنصوص الإذاعية المكتوبة: يفضل أن يكون النص الإذاعي مكتوب على وجه واحد من الورقة مع ترك مسافة مناسبة بين السطور ويكون مقسماً إلى فقرات تعبر كل منها على فكرة معينة.²
- تنمية مهارة الكتابة الإذاعية: يمكن للكاتب الإذاعي أن ينمي مهارة الكتابة الإذاعية من خلال إتباع الإرشادات التالية³:
 - القراءة الناقدة لنماذج من الكتابة وتحليلها وتبيان نقاط القوة والضعف فيها.
 - الحرص الدائم على الكتابة كمحترف، فهذا من شأنه تعويد الكاتب على جمال الأسلوب.
 - الحرص على الكتابة بهدف "الكتابة الهادفة" بمعنى وعي الهدف الذي ينبغي الوصول إليه
 - تطوير أسلوب الكتابة فعلى الكاتب أن يؤهل نفسه عادات جديدة في الكتابة، فهذا من شأنه أن يساعد على إنتاج نصوص دقيقة كاملة وموضوعية.
 - تعلم الترتيب المؤثر في بناء الجمل والفقرات، بما في ذلك طول الجملة أو الفقرة من خلال عدد الكلمات.

¹ فهد عبد الرحمن الشميمري، مرجع سبق ذكره، ص 204

² عادل عبد الغفار، المرجع نفسه، ص 40

³ المرجع نفسه، ص 50.

- لكي تكتمل صورة العمل الصحفي المسموع، لابد من إلقاء الأضواء التحليلية على أصول الدراما الإذاعية لبلورة الدور الذي تقوم به وأبعادها و أفاقها.¹

- أن تكون لغة البرنامج سهلة ودقيقة ومؤثرة في وجدان وعقول المستمعين.²

- كتابة أجزاء النص الإذاعي :

تتعدد أنواع المقدمات التي يمكن الاستعانة بها في مقدمة النص الإذاعي وينبغي الاستفادة من هذه الأنواع في تقديم النصوص الإذاعية فالتنوع في المقدمات أمر من شأنه أن يساعد على تحقيق الجاذبية للاستماع إلى النصوص الإذاعية ومن بين أنواع هذه المقدمات مايلي: المقدمة الاستفهامية، الاستفهامية التعجبية، المقدمة الشعرية أو الزجلية، المقدمة الدينية، مقدمة عبارة عن لقطات صوتية متناقضة للجمهور، مقدمة أنواع أخرى للمقدمات الإذاعية.³

- صياغة الأسئلة في البرامج الإذاعية :

ينبغي توفر الشروط الآتية في كتابة الأسئلة بالنصوص أو البرامج الإذاعية والتي نذكر منها: أن لا يكون السؤال عاما، ألا يكون غامضا، ألا يكون مغلقا، ألا يكون مركبا، ألا يكون إيحائيا، ألا يكون بديهيا .

¹ نبيل راغب، فن الكتابة للإذاعة، دار غريب للطباعة و النشر و التوزيع القاهرة ، د ط، 2006، ص 67

² رجاء عبد الرزاق عمراوي، قواعد الإخراج بين النظري و التطبيقي، دار المعرفة الجامعية، طبع ونشر و توزيع، د ط، 2013، ص 15

³ عادل عبد الغفار، الإتجاهات المعاصرة في الإعداد و التقديم الإذاعي و التلفزيوني، دار العالم العربي -مدينة نصر - القاهرة، ط 1 3

صياغة الموضوع الرئيسي في النص الإذاعي :

يكتب النص الإذاعي للموضوع بحيث يتسم بالخصائص الآتية :

- يغطي أبعاد الموضوع (القضية المطروحة)، يقسم النص الى فقرات، ترتيب فقرات النص بشكل منطقي، تستخدم اللغة السهلة البسيطة الواضحة في كتابة فقرات النص.¹
- مراعاة تقسيم الجمل بحيث يسهل تقديمها، التعامل مع الخبر دون قيود أو شروط الخبر، من أجل الخبر النجاح المهني.²

خاتمة النص الإذاعي :

تتعدد الأساليب التي تختتم بها النصوص الإذاعية (نهاية البرنامج) وتشمل هذه الأساليب:

- خاتمة تلخيصية لأبعاد الموضوع أو القضية المطروحة .
- أن تكون النهاية مفتوحة .

1 عادل عبد الغفار ، مصدر سبق ذكره ،ص42.

2 عبد الفتاح إبراهيم عبد النبي ،سوسيولوجيا الخبر الصحفي "دراسة في إنتقاء و نشر الأخبار "، العربي للنشر و التوزيع ،القاهرة ، دس، ص 48.

- طرح بدائل أو حلول بالإضافة إلى ذلك يجب إثارة سؤال لتحفيز المستمعين لمتابعة الحلقة القادمة.

- آية قرآنية أو حديث نبوي أو قول مؤثر يمثل مخرجا من المشكلة تطرح في النص الإذاعي.

- أبيات من الشعر أو الزجل تحاكي الموقف المقدم أو نهاية النص¹.

- إحدى اللقطات الصوتية لضيوف البرنامج، بالإضافة إلى إحدى اللقطات الصوتية لواحد من أفراد الجمهور العام تعكس رأيا مهما في الموضوع أو القضية المطروحة.

كتابة الإسكربت الإذاعي :

ينبغي أن يلم الكاتب الإذاعي قبل كتابة الاسكربت الإذاعي بالعناصر الأساسية التي تكون البرنامج الإذاعي وتشمل على العناصر التالية :

عنوان البرنامج، مقدمة البرنامج، الموضوع الرئيسي، الفقرات الموسيقية والأغاني التي تتخلل البرنامج، اللقطات الصوتية والحوارات التي يستعان بها في البرنامج، وثائق تاريخية (تسجيلات تاريخية)، تسجيلات سابقة إذا كان البرنامج في حاجة إليها الصوت البشري لمقدمي النص الإذاعي "المذيعين"².

¹ المرجع نفسه، ص 48.

¹ عادل عبد الغفار، الإتجاهات المعاصرة في الإعداد و التقديم الإذاعي و التلفزيوني، دار العالم العربي -مدينة نصر - القاهرة، ط 1، 2004، ص 46

- مبادئ الإبداع الإذاعي :

تستند العملية الإذاعية في الصحافة الإذاعية إلى مبادئ الصحافة التقليدية التي تتعلق بالأمور الآتية:

1- اختيار الموضوع : ويتم ذلك على أساس حدائته وأهميته وفعاليته وعلاقته بالمجتمع وتحديده باختصار .

2- دراسة الموضوع : يدرس بشكل جيد وعناية فائقة في قيمة اختيار الحقائق والوقائع المتعلقة به.

3- إعداد الموضوع : نعني بذلك العرض الصحيح للوقائع المختارة بحيث يتحرى الصدق والدقة ووضوح المضمون الذي تستند عليه الاستنتاجات الصحيحة .

وتجدر الإشارة إلى أهمية التوجه الهادف واستعمال المهارة من خلال الوسائل التعبيرية وإمكانيات الإذاعية والمحافظة على متطلبات الموضوعية والتجرد من الذاتية.¹

المبحث الثالث: مهارات التقديم الإذاعي

في لغتنا وردت الإشارة إلى كلمة مذيع مرتبطة بالفعل أي العمل الذي يؤديه

والوظيفة التي يقوم بها، فكلمة مذيع هي اسم الفاعل من "أذاع و هي تعني "المذيع" الإنتشار أونشر أو الإنتشار والإعلان ما كان خفياً أو غير معروف.¹

¹ ميخائيل مينكوف ترجمة فؤاد الشيخ ، المبادئ الأساسية في الصحافة الإذاعية ، دار المشرق مغرب للخدمات الثقافية للطباعة و النشر -سوريا- ، ط 2000، ص 45

فالمذيع هو أن يشيع الأمر... و أذعت بالأمر إذا أفشيتة و أظهرته... وأذاع الخبر أي فشاو أنتشر أو أفشا وظهر.²

مفهوم الحوار: يقصد به تفاعل يتم بين شخصين أحدهما المذيع والآخر ضيف البرنامج حول موضوع أو قضية أو شخصية تهم المستمعين بغرض تسليط الضوء على الجوانب المختلفة للموضوع أو القضية أو الشخصية التي يطرحها البرنامج وتبصير الرأي العام.³

وهناك تعريف آخر: هو نشاط ذهني يتعلق بوعي المحاور لإدراكاته، وتفكيره وقدراته مستوى انتباهه، وقيم مدى نجاحه في تغلب أطراف الحوار على الصعوبات التي تعترض مهمتهم في كشف البيانات والأدلة وتوليد الأفكار، فالحوار يسعى بين أطرافه ليولد علاقات بين عناصر الأفكار المطروحة للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الحلول التي يثري المستمع في مكاشفتها له.⁴

أهمية الحوار:

يعد الحوار من أقدم الأشكال الفنية التي عرفتها الإذاعة المسموعة والمرئية بوجه عام وتعد من أقدم الأشكال أهمية نظرا لاحتلالها مساحة كبيرة على خريطة الإرسال الإذاعي إضافة إلى أن

¹ وليد حسن الحديثي، مرجع سبق ذكره، ص 24

² عبد الرحمن ابن منظور "لسان العرب"، المؤسسة المصرية العامة للتأليف و النشر، ط 1، د س، ص 212

³ عادل عبد الغفار، مصدر سبق ذكره، ص 61

⁴ كامل الطروانة، مهارات الحوار التلفزيوني و الإذاعي، دار أسامة للنشر و التوزيع، ط 1، 2014، ص 11

الحوار يكون في العديد من الأشكال الإذاعية مثل برامج التحقيقات والمجلات بأنواعها، برامج المنوعات، وغيرها من الأشكال والقوالب المختلفة.¹

أشكال قوالب المقابلة:

- **المقابلة المتعلقة بالواقع (Interview Actuality)** كما هو الحال في الصحافة الإذاعية والقصص الإخبارية وهي مقابلة قصيرة عادة، حيث لا تزيد مدتها على 30-40 ثانية وإن كانت تصل في بعض الأحيان إلى دقيقتين.

- **المقابلات الاستعراضية (Interview Showw)** تنفذ في الإذاعة وقد تكون المقابلة الاستعراضية مقابلة كلية تستغرق الوقت كله أو تتركب من أشكال متنوعة من الأخبار والترويج وتتخللها مقابلات.²

- **الحديث الاستعراضي (Talk Show):** وهي المقابلة التي تجري مع ضيف البرنامج داخل الاستوديو، و هذا ما يحدث في الغالب أو تجري معه هاتفيا إذا كان بعيدا عن المحطة الإذاعية.³

¹ عادل عبد الغفار ، مرجع سبق ذكره ص 61

² وليد حسن الحديثي، فن الإلقاء و التقديم و الكتابة للإذاعة و التلفزيون ، دار الكتب العلمية للنشر و التوزيع ، القاهرة ، ط 1، ص 24

³ وليد حسن الحديثي، نفس المرجع السابق، ص 62

أنواع المقابلات:

يرى البعض إمكانيات تقسيم برامج الحوار وفقا لأهدافها والغرض منها كالآتي:

1- **حوار المعلومات:** ويستهدف الحصول على بيانات أو معلومات معينة حول أحد الموضوعات أو الأحداث، هذا النوع من الحوار يقتصر على المختصين أو الأشخاص ذوي الصلة بالموضوع أو المناسبة التي يجري الحوار بشأنها.

2- **حوار الرأي :** وهو الحوار الذي يستهدف عرض آراء الأشخاص ومواقفهم إزاء موضوع أو قضية عامة، وقد يكون ذلك بهدف الوقوف على الإتجاه العام، أو بهدف تشكيل رأي عام في قضية معينة، كلتا الحالتين فإنه لا توجد مواصفات معينة لضييف هذا النوع من الحوار.¹

حوار الشخصية : يستهدف هذا النوع من الحوارات تسليط الضوء على احدى الشخصيات المهمة في المجال السياسي أو الإقتصادي أو العسكري أو الفني أو الرياضي... إلخ بهدف إبراز الجوانب المضيئة في حياة هذه الشخصية واستكشاف جوانب التميز في حياتها و أدائها، بغرض تقديمها للمستمعين بحيث يمكن الإستفادة من خبراتها و حيلتها الخاصة لدى الجمهور.

ويتناول حول الشخصية، الحياة الشخصية لضييف البرنامج وتطوراتها وأهم المشكلات والعقبات التي واجهته في مشواره المهني وتأثير الظروف العائلية على بناء شخصيته المهنية والدروس المستفادة التي يمكن أن يقدمها من خلال خبرته لجمهور المستمعين.²

¹ وليد حسن الحديثي ، مرجع سبق ذكره ، ص 62

² عادل عبد الغفار ، مصدر سبق ذكره ، ص ص 62-63

والمقابلة الإذاعية هي لقاء يتم بين مذيع واحد مع أشخاص ليجري معهم حوارا حول موضوع يهم المستمعين، حيث يقوم المذيع بتوجيه أسئلة تتعلق بالموضوع إلى الشخص الذي تجرى معه المقابلة ويتلقى الإجابة عليها .

معوقات الحوار :

هناك عدة معوقات تحول دون نجاح الحوار وفعاليتها منها:

- **عدم القناعة بالتعددية والاختلاف**: لاشك أن التنوع هو أساس الحوار وفي نفس الوقت هو الذي يجعل الحوار ضروريا، و إذا لم يكن هناك قناعة سيتوقف الحوار ويتحول إلى مناظرة وشقاق.

- **الإعتداد بالرأي و التعصب له** : يفسد الحوار إذا كان فيه تعصب واعتداد بالرأي لأن الطرفين سوف يسيران في خطين متوازيين ولن يلتقيان، لأن الذي يتعصب لرأيه يطيل الكلام في غير الفائدة، فتراه يبتعد أحيانا عن الموضوع ويأبى الدخول في صلبه و يتهرب من مواجهة الحقائق التي يريد لها محاوره .

- **الغضب** : بعض المحاورين سريعي الغضب، وهذا يصعب إقناعه بالرأي الصحيح فيفسد الحوار وتفقد حيويته، وبعض المحاورين إذا اشتد بهم الغضب يلجأون إلى السب والشتم وبالتالي تحصل المنازعة والمخاصمة .

- **عدم وجود قواسم مشتركة بين المتحاورين** : من عوائق الحوار عدم وجود قواسم مشتركة بين المتحاورين فنجد كل منهما يتحدث في موضوع لا يفهمه الآخر أو أنه يتحدث عن أمور لا يستطيع الطرف الآخر استيعابها، لذلك عدم وجود قواسم مشتركة يؤدي إلى أن تستمر المناقشة دون فائدة .

- **عدم الإلتزام بالأسلوب المهذب في الحوار** : نظرا لأن الحوار هو المحرك وأغلب البرامج الإذاعية تعتمد على الحوار بين طرفين أو أكثر، فالحوار عادة يتضمن طرحا للأراء والأفكار لذا ينبغي لكل طرف الإلتزام بالأدب أثناء الحوار.¹

- **مهارة الإنصات** :

- **مفهوم الإنصات** : يعد الإنصات عملية ذهنية معقدة وتعد أكثر من مجرد الإستماع فهي تحتاج إلى دقة النظام والإنصات مهارة مكتسبة، فأول خطوة تدرك جيدا، أن الإنصات الفعال خطوة إيجابية ومعلنة وليست سلبية أو مجهولة فالمستمع الجيد "المنصت" لا يجلس هادئا ويترك عملية الإنصات تتم بدون جهد.²

¹ أسامة خيرى ، مهارات الحوار ، دار الراجية للنشر و التوزيع ، ط 1، 2014، ص ص 36-37

² كامل طراونة ،مهارات الحوار التلفزيوني و الإذاعي ، مرجع سبق ذكره ،ص 88

- وهناك تعريف آخر: أيا كان نوع الأسئلة التي يطرحها الصحفي على المتحدث فإن طريقة الإستماع إلى الإجابة تحدد إلى درجة كبيرة نجاح الحديث الصحفي فالمحاور الجيد هو المستمع الجيد.

ويرافق الإنصات الجيد ثلاث مهارات أخرى أثناء إجراء الحديث وهي :

- التعامل الإنساني مع المتحدث حتى وإن كان متهما بارتكاب الأفعال الغير سوية.

- عدم الحكم الأخلاقي على أقوال المتحدث أثناء الحديث.

- إظهار الإهتمام بالمتحدث وبما يقوله.

وتصب المهارات الثلاث في دفع المتحدث إلى الحديث المستفيض مع الصحفي وعدم الشك في وجود نوايا سلبية تجاهه، وينصح الصحفي الذي يجري الحديث بتدريب نفسه قبل اللقاء على طرح الأسئلة وتقدير الوقت المناسب الذي سيتركه للمتحدث للإجابة عن كل سؤال .

بالإضافة إلى توقع الأسئلة التي يمكن أن تولدها الأسئلة الرئيسية، كما ينصح بعدم التلثم أو الارتباك في طرح الأسئلة لذلك يجب أن يطرح الصحفي السؤال ثم يتوقف عن الكلام تاركا الفرصة للمتحدث للإجابة¹.

مهارات الإنصات في مواقف الحوار : يحتاج الحوار الناجح من الأطراف المتحاوره إلى

مهارات في الإنصات والإصغاء ومن مهارات الإنصات ما يلي :

¹ حسن محمد نصر ، سناء عبد الرحمن ، الفن الصحفي في عصر المعلومات "تحرير و كتابة التحقيقات و الأحاديث الصحفية ، دار الكتاب الجامعي -العين - الإمارات العربية المتحدة ، ط 1 ، 2005 ، ص ص 14-15

- إستماع المحاور للطرف الآخر في عملية الحوار إلى مايريد الإستماع إليه فقط وإمتناعه عن إستماع ما لايرغب الإستماع إليه .
- قدرة المنصت على تكرار عبارات ما تحدث به المحاور.
- كفاية المنصت صياغة مجموعة من الأحكام في ذهنه أثناء إصغائه للمحاور.
- التركيز في الإنصات إلى المعاني التي يطرحها المحاور، أكثر من التركيز في شكل المحاور أو في طريقة عرضه للمعاني .¹

نتائج الإنصات الجيد :

الإنصات الجيد هو الطريق المناسب للمفكر أو القائد أو الفرد ذي العلاقات القوية بالآخرين حيث يوفر الكثير من الوقت و الجهد في إدارة المشكلات والصراعات وتحقيق الأهداف لذا فإن الإنصات يؤثر في صحة ودقة القرار حيث يجعل القرارات ناضجة وقوية بين الأفراد ويولد القدرة على الإبتكار والإبداع، يجعل الفرد قادرا على مواجهة المشكلات والأزمات ويجعل معايير تقييم الأفراد أكثر عدلا .²

¹ كامل طراونة ، مرجع سابق ذكره ،ص ص 92-93

² محمد عبد الغني هلال ، مهارات الإتصال "فن الإستماع و الحديث " ، د م ، د س ، د ط ، ص 126

إن الإنصات الجيد والوعي هو الطريقة التي تمهد لتكوين علاقات مع المرسل وفيه معنى التعقل والإحترام والتقدير وحرارة العلاقة المهنية، ويجب أن يكون لدى المستقبل قدرة الإنصات والوعي وفهم ما وراء حديث المرسل.¹

إن مهارات الإنصات ميسورة لمن يرغب في التعود عليها، لاسيما أن الذي ينصت أكثر يستفيد أكثر، فالإنصات يؤدي إلى زيادة اليقظة وشدة التفاعل وجدة الحماسة وزيادة التفكير.²

الإنصات يلزم المستقبل أن يراقب المرسل عن كثب وتبين ملامحه ويستوحي من نبراته هويته ولهجته ومن حركته وسكونه العديد من التعبيرات التي ترسم على وجهه ما يقوله وما لا يقوله، أي يستنتج ما سكت عنه وما عبر عنه، والمستقبل الذي يفعل ذلك سوف تتضح له الكثير من الأمور التي لم تذكر بصراحة، فإنصاته هنا نوع من الإيحاء الذي يساعد على تلمس الشعور النفسي للمرسل ويصبح أكثر استعداداً للإستماع.³

الإشارات المستخدمة في الإذاعة :

- **تحديد مستوى الصوت :** و تتم هذه الإشارة صوتياً حيث يوجه مهندس الصوت حديثه إلى المذيع مباشرة إما بالحديث مباشرة أو بالإشارة بأن يكون الكف إلى الأسفل ويتحرك يمينا وشمالا كما لو كان يسوي مستو السطح .

¹ محمد محمود مهدي ، مدخل إلى تكنولوجيا الإتصال الاجتماعي ، الإسكندرية مكتب الجامعي الحديث ، د ط ، 1997 ، ص 27

² زيدان عبد الباقي ، وسائل وأساليب الإتصال ، د م ، د ط ، د س ، ص 218

⁴ أحمد العبد أبو السعيد ، زهير عابد ، مهارات الإتصال و فن التعامل مع الآخرين ، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع ، عمان ، ط 1 ، 2014 ، ص

- **صوتك عال جدا** :وضع الإصبع على الشفاه كما لو كان المخرج يقول للمذيع "أسكت" أو تحريك اليد إلى الأسفل ببطء والكف ناحية الأرض .
- **إرفع الصوت** : وهي إشارة لزيادة درجة الصوت، وتتم بمد اليد مفتوحة الأصابع إلى الأمام من الجسم ثم رفعها إلى الأعلى .
- **اخفض الصوت** : وهي إشارة لخفض درجة الصوت وتتم بعكس الطريقة السابقة أي بمد اليد والأصابع مفتوحة إلى الأمام من الجسم ثم خفضها إلى الأسفل .
- **إقترب من الميكرفون** : وهي إشارة تتم بوضع الكفين مفتوحتين أمام الصدر على أن يكون متباعدين وفي مواجهة كل منهما الآخر، ثم يقربان من بعضهما وتستخدم نفس الإشارة في التلفزيون أحيانا لتطلب من المذيع أن يقترب من الشخص .
- **ابتعد عن الميكروفون** : وتتم الإشارة بمد الكفين أمام الجسم على أن يكون ملتصقين أو متطابقين من الخلف أي يلصق ظهر الكفين، ثم يتحرك الكفان كل منهما بعيدا عن الآخر .¹
- **احذف** : الإبهام يمد أمام الحجرة بسرعة .
- **كل شيء جاهز** : رفع الإبهام إلى الأعلى و السبابة في حركة دائرية .
- **إقترب البرنامج أو الوقت من الإنتهاء** : السبابة تلمس الأنف .²

¹ وليد حسن الحديثي ، مرجع سبق ذكره ، ص ص 40-41

² حسين شفيق ، لغة الجسد في الإعلام ، دار الفكر و الفن للطباعة و النشر و التوزيع ، ط 1، 2012، ص 285

المبحث الرابع: المذيع في العمليات الإتصالية

تعريف المذيع: هو شخص متخصص في تقنيات الإتصال اللفظي وبصفة خاصة في تقديم الأخبار و البرامج الإذاعية والتلفزيونية المتنوعة، وقد يقوم ببعض الأعمال الفنية داخل الأستوديو أو في غرفة المراقبة.¹

خصائص المذيع و مؤهلاته: تتعدد خصائص المذيع الجيد ويمكن اختصارها في النقاط الآتية:

1-المستوى التعليمي: يجب أن يتوافر لدى المذيع مستوى تعليمي يمكنه من فهم أجديات الحياة، ولذلك تشترط معظم المحطات الإذاعية والتلفزيونية توافر مستوى تعليمي جامعي على الأقل لشغل وظيفة مذيع.

- الإمام بالمكونات المعرفية في تخصص الإعلام من حيث النشأة والتطور .

- **المستوى الثقافي:** ينبغي أن يكون المذيع ذا ثقافة موسوعية تتميز بالمعارف

والخبرات الواسعة، إضافة إلى الإدراك الجيد للحياة من حوله، وكذلك المعرفة الشاملة والمتنوعة بكافة مناحي الحياة .

- الإمام بأسس الإتصال والسلوك التنظيمي في المؤسسات والجهات الإعلامية .

¹ مصطفى محمد عيسى فلاتة، الإذاعة السمعية وسيلة إتصال و تعلم، مطابع جامعة الملك سعود -الرياض- د ط، 1997، ص 265

- الوعي بالمتغيرات السياسية والاجتماعية، والإقتصادية والثقافية على المستويات المحلية و الإقليمية .

- المنافسة في سوق العمل محليا وإقليميا ودوليا .¹

- **التمكين اللغوي** : ينبغي أن يكون المذيع متمكنا من اللغة التي يقدم بها برنامجه فهناك الكثير من أفراد الجمهور الذين يقلدون المذيع في لغته و طريقة أدائه إضافة إلى أن تقييم العديد من أفراد الجمهور لأداء المذيع ينصب على مستواه اللغوي حيث يفقد البعض الثقة في الرسالة الإعلامية نتيجة شيوع الأخطاء اللغوية في أداء المذيعين وتجنب التكرار والإطناب قدر الإمكان.²

- **التوظيف الجيد للصوت** : ترتبط جودة الصوت ونطق الكلام وسلامة مخارج الألفاظ بسلامة الجهاز الصوتي للشخص.

- النطق بطريقة صحيحة: لاتأخذ شهيقا ولا تصمت بين الأسماء والألقاب .

- وضوح الصوت: لا تأخذ الشهيق بعد أسماء الوصل "الذي، التي".

- تنوع سرعة الحديث : خذ الشهيق بعد أفعال القول "قال، أكد، ذكر"

¹ عادل عبد الغفار، مرجع سبق ذكره، ص 84

² عادل عبد الغفار، مصدر سبق ذكره، ص 84

- استخدام الوقفات.¹

الذكاء و سرعة البديهة : تتطلب مهنة المذيع مهارة، وتحتاج إلى قدرات وكفاءات ذهنية معينة لأن العمل الإعلامي لا يخلوا من المفاجآت التي تتطلب قرارات سريعة تحتاج إلى التنفيذ الفوري.

- **القدرة على التخيل :** يعد الخيال مطلب أساسي لعمل المذيع في الإذاعة لأنه يدخل في إطار الإبداع فالخيال هو الطريق للإبتكار والشخص الذي لايمكك القدرة على التخيل لا يصلح لهذه المهنة لأنه سيكون عاجزا عن التعبير التلقائي، وربما يكون عاجزا عن الإرتجال و مواجهة الجمهور سواء داخل الأستوديو أو خارجه.

- **التواضع و الثقة بالنفس :** يعد التواضع نتيجة منطقية للثقة بالنفس، وتتوفر الثقة بالنفس حينما تتوافر لدى الفرد والموهبة و الخبرة والمعرفة، وترجع أهمية هذه الخاصية إلى أن العمل الإذاعي يفتح باب الشهرة وتضخيم الذات أمام العاملين فيه فالجمهور لا يمكن أن يتحمل شخصا مغرورا يفرض نفسه على الملايين من خلال مايكروفون الإذاعة .

- **القدرة على العمل الجماعي :** العمل الإذاعي عمل جماعي، لا يمكن أن يحقق المذيع نجاحا حقيقيا بدون القدرة على الإندماج في فريق العمل بروح الفريق الواحد.

- **مهارات الإتصال لدى مقدم البرامج الإذاعية :**

¹ فهد بن عبد الرحمن الشميمري، مصدر سبق ذكره، ص 196

ينبغي توافر مجموعة من مهارات الإتصال والتفاعل لدى مقدمي البرامج، و يبدأ دور هذه المهارات منذ بداية الجلسة التمهيدية مع الضيوف قبل تسجيل البرنامج ويستمر تأثيرها حتى تسجيل البرامج وعرضها ورصد ردود الفعل حولها، ويمكن إختصارها في النقاط الآتية:

1- إجراء جلسة تمهيدية مع الضيف قبل التسجيل : يفضل قبل بداية التسجيل عقد جلسة

تمهيدية مع الضيف لعدة إعتبرات تشمل :

خلق ألفة بين المذيع والضيف، الإتفاق على أهداف البرنامج، الإتفاق على المدة الزمنية للتسجيل، تمكين فريق العمل من الإختبار الفني اللازم للأجهزة، إختيار أفضل وضع للجلسة الحوارية.

2- مهارات تتصل بالتقديم الجيد للبرنامج: تتعدد أنواع المقدمات التي يمكن الإستعانة بها

في تقديم البرامج الإذاعية وتتمثل في المقدمة الإستفهامية، التعجبية الشعرية الزجلية، عبارة عن تصريحات متناقضة للمسؤولين في شكل لقطات، عبارة عن رأي الجمهور في أحد الموضوعات، ويجب أن تشمل هذه الأخيرة التعريف بالضيف وتخصصه وخبرته في القضية المطروحة.¹

وغالبا ما تكتب الأخبار والتقارير في الإذاعة من قبل المحررين لأذن المستمع وليس لعين القارئ ويتعين على المحررين أن يصنعوا الخبر الذي يمكنهم من قراءته بصوت عالي ويكون خيرا واضحا.²

¹ عادل عبد الغفار، مرجع سبق ذكره، ص ص 85-86

² فاضل محمد البدراني، أسس التحرير الصحفي و التلفزيوني و الإلكتروني، دار البداية ناشرون و موزعون، الأردن، ط1، 2014، ص 154

3- مهارة صياغة الأسئلة في البرامج الإذاعية : يفضل أن تتسم الأسئلة في البرامج

الإذاعية بما يلي :

ألا يكون السؤال غامضاً، أن لا يكون مركباً، أن لا يكون مغلقاً، أن لا يكون إيحائياً، أن لا يكون بديهياً، أن لا يسيء للضيف.

3- مهارات تتصل بالإنصات للضيف في البرامج الحوارية : يمكن تنمية مهارة

الإنصات الجيد للضيف في البرنامج الحوارى من خلال الإستعانة بالقواعد التالية¹:

- التركيز على النقاط الهامة والأساسية في حديث الضيف.
- ضع نفسك أمام الجمهور وإبحث عن نقاط تحتاج التوضيح.
- ركز على بدائل حلول يطرحها الضيف للمشكلة المثارة .
- ركز على أفكار وإقتراحات جديدة يطرحها الضيف في حديثه.
- تذكر أن أفضل الأسئلة هي تلك التي تنبع من حديث الضيف نفسه.
- الإنصات الجيد للضيف يزيد من إهتمام ضيفك بالموضوع، كما يزيده احتراماً لك.

5-مهارات تتصل بالحديث الجيد أثناء الحوار :

- يجب أن يتسم الحديث بالبساطة و الوضوح.

¹ عادل عبد الغفار، المرجع نفسه، ص 87.

- يفضل الحديث بمفردات البيئة .
- ملائمة مستوى اللغة المستخدمة للجمهور المستهدف "توسيع دائرة الخيال في ذهن المستمع".
- ملائمة مستوى اللغة للقضية المطروحة للنقاش.
- البعد عن التكلف أثناء الحديث.
- التنوع في استخدام نبرة الصوت ¹.

5-مهارات تتصل بالقدرة على تحليل السلوك الغير اللفظي للضيف:وتتصل هذه

المجموعة من المهارات بقدرة المذيع على فهم الضيف أو الجمهور المشارك في البرنامج من خلال الإتصال غير اللفظي عن طريق أداء حركات الجسم من خلال نظرات العين، إيماءات الوجه و الرأس، إستخدام حركات اليدين، إستخدام حركات الجسم، نبرة الصوت، ففي الوقت الذي يفضل أن يكون محايدا في إيماءات و حركات جسمه يجب أن ينمي لدى ذاته القدرة على فهم الآخرين من خلال سلوكهم غير اللفظي.

6- مهارات خاصة بإستخدام استراتيجيات الإقناع الملائمة في البرامج الإذاعية:

1 مصطفى حميد كاظم الطائي، الفنون الإذاعية و التلفزيونية فلسفة الإقناع، دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر، الإسكندرية، ط1، 2007، ص 263

تستهدف البرامج الحوارية في كثير من الأحوال إقناع الجمهور بفكرة معينة أو تبني سلوك معين أو إبطال سلوك ما، و في هذه الحالات يجب أن يركز الحوار الإذاعي على استراتيجيات إقناعية تلائم خصائص الجمهور المستهدف، وتتنوع هذه الأخيرة لتشمل:

- استراتيجيات تركز على عرض وجهة نظر واحدة مقابل استراتيجيات تعرض وجهتي النظر.

- استخدام المدخل الديني في الإقناع، استخدام المدخل الإقتصادي.

- عنصر التشويق أثناء الحوار يكون بداية مشوقة تدعو المستمع إلى متابعة الإستماع وتكون له نهاية مثيرة.¹

- **المهارات الفنية للمقدم الإذاعي:** تتعدد المهارات الفنية التي ينبغي توافرها في مقدمي البرامج الإذاعية و يمكن تلخيصها في النقاط التالية:

مهارات التسجيل الخارجي : يحتاج المذيع في أحيان كثيرة إلى تسجيل برامجه خارج الاستديو، وترتبط الكفاءة في التسجيل الخارجي بتدريب المذيع على كيفية إجراء التسجيلات الخارجية بإستخدام الكاسيت كي يضمن تسجيل نقي و خالي من التشويش، و لكي تتم عملية التسجيل وفق درجة نقاء عالية ينبغي إتباع الإجراءات التالية :

- تخفيض مستوى الصوت لجهاز الكاسيت أثناء التسجيل، فكلما انخفض الصوت أعطى ذلك درجة نقاء واضحة في التسجيل.

1 أميرة الحسين، فن الكتابة للإذاعة و التلفزيون، دار النهضة العربية بيروت، ط1، 2005، ص 127

- يستخدم زر pause أثناء عملية التسجيل بدلا من استخدام زر stop فذلك من شأنه أن يجنب تسجيل الأصوات الناتجة عن استخدام زر stop.
- ينبغي تمرير شريط الكاسيت قبل التسجيل عليه وذلك بهدف توزيع المادة الممغنطة على شريط الكاسيت.
- التأكد من أن البطارية المستخدمة جديدة وقوية وصالحة للتسجيل.
- السيطرة على مصادر التشويش في مكان التسجيل.
- مهارة استخدام المونتاج الإذاعي للتخلص من أي مادة مسجلة غير مرغوب فيها.
- **مهارة التسجيل بالأستوديو:**

تحتاج عملية التسجيل الجيد بالأستوديو الإذاعي التدريب على مهارات الفهم الجيد لأنواع الميكروفونات الإذاعية ودرجة حساسية كل نوع من هذه الأنواع وكيفية التعامل معها حسب الغرض من التسجيل، وقوة الصوت بالإضافة إلى الفهم الجيد لإمكانيات حجرة المراقبة CR فالفهم الجيد لهذه الإمكانيات أمر من شأنه أن يمكن المذيع من التعامل الجيد مع مهندس الصوت الموجود بغرفة المراقبة.¹

¹ عادل عبد الغفار ، مرجع سبق ذكره، ص ص 91-92

الإطار التطبيقي

الفصل الثالث : عرض وتحليل ومناقشة البيانات الميدانية

- بطاقة فنية حول إذاعة مستغانم.

- عرض البيانات الميدانية وتحليلها.

- مناقشة وتفسير فرضيات الدراسة.

- النتائج العامة للدراسة.

المبحث الأول:

. لمحة عن إذاعة مستغانم :

تأخذ إذاعة الظهرة موقعا إستراتيجيا مميّزا حيث أنها تقع في عاصمة الظهرة مستغانم نسبة إلى جبال الظهرة التي تمتد من منطقة الشلف شرقا حتى منطقة مستغانم غربا، ومنها اخذت إذاعة الظهرة تسميتها حيث يقع مقر إذاعة الظهرة بمنطقة سكنية شعبية في موقع مرتفع في ساحة المطمر وسط مدينة مستغانم .

. التأسيس :

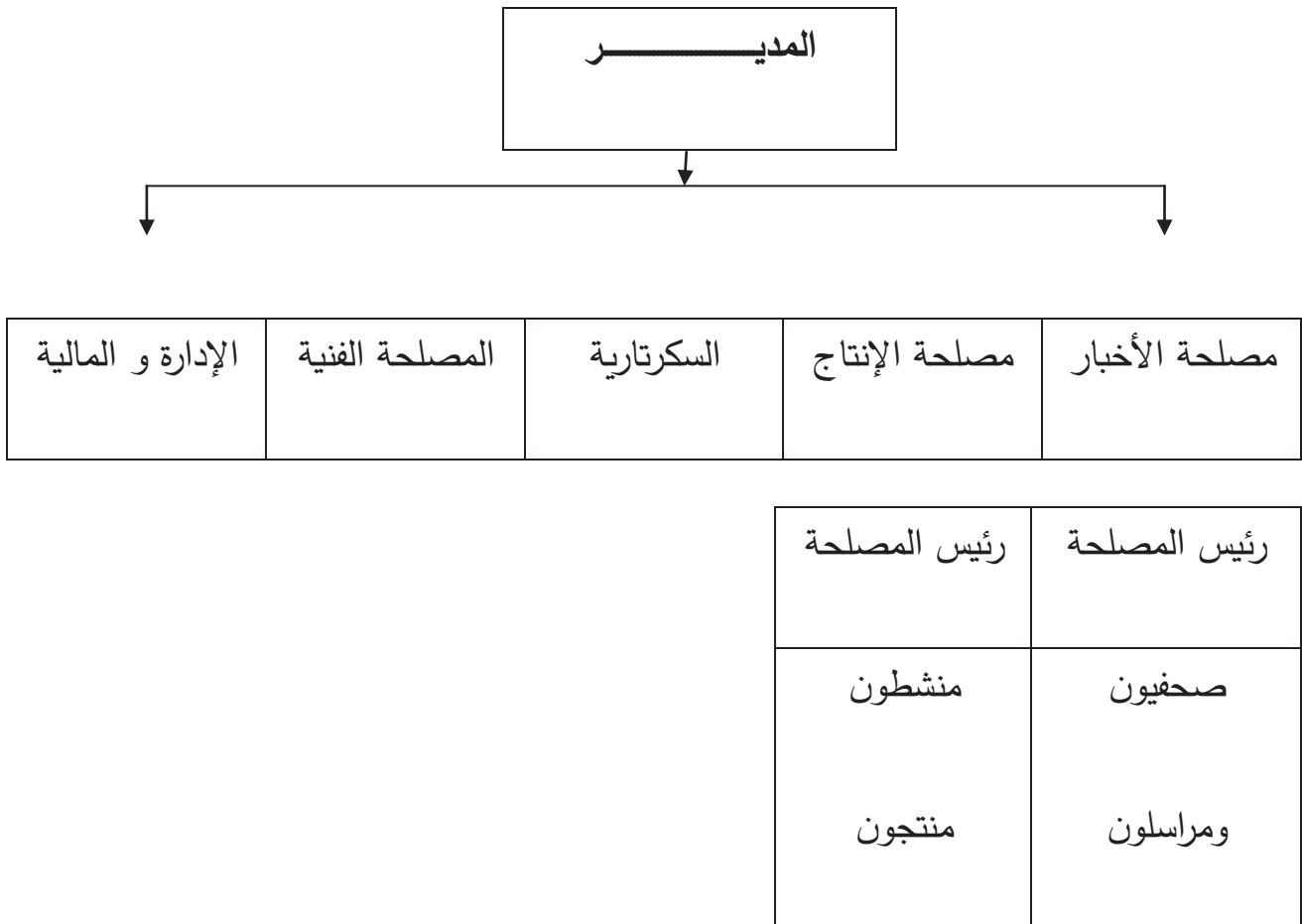
تعتبر إذاعة الظهرة المحلية رقم 34 على المستوى الوطني، فبعد إعادة هيكلة الإذاعة والتلفزيون الجزائري، أصبحت الإذاعة الجزائرية مؤسسة مستقلة بذاتها ومن هنا أصبحت المحطات الإذاعية في تنامي مستمر .

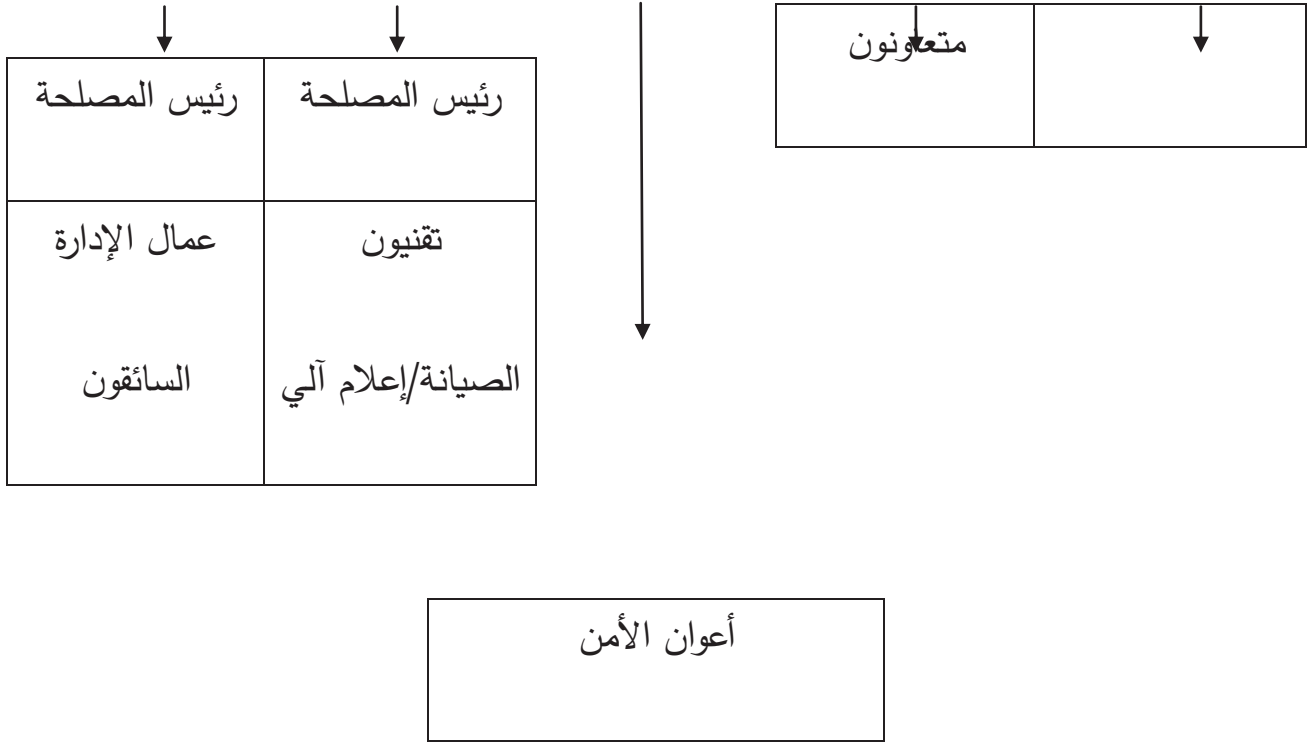
التسمية : إذاعة الجزائر من مستغانم

الموقع : تقع إذاعة مستغانم الجهوية في بلدية مستغانم العنوان : حي المطمر ص ب 1014

المقر : مساحته 1086.40 م2 منها 382.80 م2 مبنية

الهيكل التنظيمي للإذاعة :





المبحث الثاني: تفريغ البيانات وتحليلها

في دراستنا هاته استعملنا ثلاث متغيرات هي (الجنس، السن، التخصص).

الجنس:

الجدول رقم (01) يمثل إجابة المبحوثين حسب متغير الجنس

النسبة %	التكرار	الجنس
24 %	12	ذكر
76 %	38	أنثى
100 %	50	المجموع

من خلال تفريغنا للبيانات في الجدول أعلاه نجد أن نسبة الإناث تقدر بـ 76 %، وهي أكبر من نسبة الذكور المقدر بـ 24 %، وهذا راجع إلى طبيعة العينة وخصوصياتها، حيث كانت عينة تعكس طبيعة مجتمع البحث الذي يتميز بأن عدد الإناث المسجلات في مختلف تخصصات الإعلام على مستوى جامعة عبد الحميد ابن باديس أكبر من عدد الذكور، كما أن الاهتمام

بالتربص بالإذاعة كان له أثره على اختيار مفردات العينة على اعتبار أنها كانت قصدية، حيث لا يمكن تجاهل الفرص المتاحة بالنسبة للجنسين في الحصول على التربص بهذه المؤسسة الإعلامية.

السن:

الجدول رقم (02) يمثل إجابة المبحوثين حسب متغير السن

النسبة %	التكرار	السن
32 %	16	من 18 سنة إلى 23 سنة
60 %	30	من 24 سنة إلى 29 سنة
08 %	04	من 30 سنة فما فوق
100 %	50	المجموع

من خلال تفريغنا للبيانات في الجدول أعلاه نجد أن الفئة العمرية الوسطى تقدر بـ 60 % التي تمتد من 24 إلى 29 سنة، ثم تليها الفئة العمرية الأولى بنسبة 32 % الممتدة من 18 إلى 23 سنة وفي الأخير الفئة العمرية الكبرى من 30 سنة فما فوق تقدر بـ 08 %.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة الفئة العمرية الوسطى حصدت أكبر حصة بـ 60 %، وهذا راجع لطبيعة العينة أنها قصدية وموجهة لطلبة الماستر المعنيين بالتريص و أغلب طلبة الماستر يتراوح سنهم من 24 إلى 29 سنة، ثم تليها الفئة العمرية الأولى بـ 30% في الطلبة الذين كان لديهم الامتياز أنهم لم يعدوا السنة أثناء مشوارهم الدراسي و الأخير نجد الفئة العمرية الكبرى بـ 08 % وتتمثل في طلبة الذين كانوا يدرسون في النظام الكلاسيكي.

التخصص:

الجدول رقم (03) يمثل إجابة المبحوثين حسب متغير التخصص

النسبة %	التكرار	التخصص
52 %	26	وسائل الإعلام و المجتمع
18 %	09	اتصال سياحي
12 %	06	الصحافة المكتوبة
04 %	02	الصحافة العلمية
10 %	05	السمعي البصري
04 %	02	الصورة والمجتمع
100 %	50	المجموع

من خلال تفريغنا للبيانات في الجدول أعلاه نجد أن وسائل الإعلام و المجتمع تقدر بـ 52 %،

والاتصال السياحي بـ 18 % ثم الصحافة المكتوبة بـ 12 %، السمي البصري بـ 10 % و في

الأخير نجد التخصصين صور و المجتمع، الصحافة العلمية بـ 04 %.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن وسائل الإعلام و المجتمع تشارك بقوة ولهم الرغبة في العمل الإذاعي و دخول مسرح العمل الإعلامي و معرفة ما يدور في الإذاعة وكيف تبني الأخبار والتقارير الإعلامية، وكيف تنسج الربورتاجات والحصص الإذاعية، وكيف تبني استراتيجيات المقابلة التي تمثل العمود الفقري للإذاعة وتعمل النشاط داخل وخارج الإذاعة، ثم يليها الاتصال السياحي بثلاث النسبة من الطلبة الذين لديهم الطموح وروح المغامرة لامتهان مهنة المتاعب، واكتشاف العالم وإبراز المعالم السياحية عن طريق الربورتاجات المباشرة والمسجلة، ثم الصحافة المكتوبة بـ 12 % نجد أن طلبة هذا التخصص يبحثون عن الجديد ويريدون توصيل أفكارهم وأرائهم عن طريق الصوت وحاسة السمع مخاطبين الجمهور، كما أنهم يودون أن الأخذ والرد والإسماع للرأي الآخر، وهذه الميزة غير متوفرة في المكتوبة لأنها تعتمد على الإدلاء بالرأي عن طريق القلم و الورقة أو الورق إن صح القول، ثم السمعي البصري نجدهم بنسبة ضئيلة جدا تقدر بـ 10 % لم تكن نتوقع هذه النسبة علما أنهم المعنيين بالتربص و نجد أن تعدد الفضائيات فتح لهم الشهية في العمل بالتلفزة، وشجعهم لاجتياح عالم الشهرة والبروز بالصوت والصورة على حساب الإذاعة، وفي الأخير نجد أن الصورة و المجتمع، الصحافة العلمية يتفقان على نفس

النسبة 04 % وتمثل في مفردتان لكل تخصص وهما الحلتين الشاذتان في كل تخصص لديهم الرغبة والطموح في الدخول الإذاعة ولكن شاء القدر أن يدرسوا في تخصصات غير السمعي البصري، أو أن معدلها السنوي لم يؤهلهم كي يدرسوا هذا التخصص.

تساهم الإذاعة المحلية في تنمية المهارات الإعلامية لطلبة الإعلام الاتصال.

الجدول رقم: (04) يتمثل في المهتمين بالإذاعة المحلية كوسيلة إعلامية

السؤال رقم: (01) هل أنت من المهتمين بالإذاعة المحلية كوسيلة إعلامية ؟

النسبة %	التكرار	الإجابة
% 100	50	نعم
% 00	00	لا
% 100	50	المجموع

من خلال تفريغنا للبيانات في الجدول أعلاه نجد أن نسبة الإجابات بـ نعم هي 100 % من حجم العينة المقدر بـ 50 مفردة من مفردات الدراسة، المهتمين بالإذاعة المحلية كوسيلة إعلامية قائمة بحد ذاتها، في نشر الأخبار وتقديم كم هائل من المعلومات المحلية والوطنية، وان دل على شيء إنما يدل على مكانة الإذاعة في حيز الاهتمام لطلبة الإعلام و الاتصال، كما أن العينة هي عينة قصديه بمعنى أن مفردات هذه العينة هم الطلبة الذين قاموا بتريصات ميدانية بالإذاعة المحلية.

الجدول رقم: (05) يوضح قدرة الإذاعة المحلية في تنمية المهارات الإعلامية لدى طلبة الإعلام

والاتصال

السؤال رقم: (02) هل ترى أن الإذاعة المحلية تستطيع إن تنمي مهاراتك الإعلامية السمعية؟

النسبة %	المجموع	النسبة %	المجموع	لا		نعم		الإجابات	
				النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	المتغيرات	
%100	50	%24	12	% 25	03	% 75	09	ذكور	الجنس
		%76	38	% 63.15	24	% 36.84	14	إناث	
%100	50	%32	16	% 26.08	06	% 37.03	10] 23 - 18]	السن
		%60	30	% 56.52	13	% 62.96	17] 29 - 24]	
		%08	04	% 17.39	04	/	/] 35 - 30]	
		% 52	26	% 33.33	09	% 73.91	17	وسائل الإعلام و المجتمع	
		% 18	09	% 18.51	05	% 17.39	04	اتصال سياحي	
		% 12	06	% 22.22	06	/	/	الصحافة المكتوبة	

%100	50	% 10	05	% 18.51	05	/	/	السمعي البصري	التخصص
		% 04	02	% 03.70	01	% 04.34	01	صورة ومجتمع	
		% 04	02	% 03.70	01	% 04.34	01	الصحافة العلمية	

من خلال تفريغنا للبيانات في الجدول نجد أن نسبة الإجابات في متغير الجنس بالنسبة لذكور

75%، بالنسبة للذين أجابوا بـ نعم، أما بالنسبة للذين كانت إجابة بـ لا تقدر بـ **25%**.

أما بالنسبة للإناث نجد **36.84%**، بالنسبة اللاتي أجبن بـ نعم في حين أن اللاتي أجبن بـ لا

تقدر نسبتهم بـ **63.15%**.

أما بالنسبة لمتغير السن نجد الذين تتراوح أعمارهم من [18 - 23] تقدر بـ **37.03%**،

الذين أجابوا بـ نعم، ونفس الفئة التي كانت إجابتهم بـ لا تقدر نسبتهم بـ **26.08%**.

أما بالنسبة الذين تتراوح أعمارهم من [24 - 29] تقدر بـ **62.96%**، الذين أجابوا بـ نعم،

ونفس الفئة التي كانت إجابتهم بـ لا تقدر نسبتهم بـ **56.52%**.

وفي الأخير بالنسبة للذين أعمارهم تفوق [30 – 35]. تقدر نسبتهم بـ 17.39 %، في

الإجابة بـ لا، ولم يجيبوا بـ نعم.

أما بالنسبة لمتغير التخصص نجد وسائل الإعلام و المجتمع بنسبة 73.91 %، من الذين

أجابوا بـ نعم، أما بالنسبة للذين كانت إجاباتهم بـ لا تقدر بـ 33.33 %.

وتخصص الاتصال السياحي تقدر نسبتهم بـ 17.39 %، من الذين أجابوا بـ نعم، أما بالنسبة

للذين كانت إجاباتهم بـ لا تقدر بـ 18.51 %.

كما نجد أن تخصص الصحافة المكتوبة تقدر نسبتهم بـ 22.22 %، من الذين أجابوا بـ لا، ولا

نسبة لهم في الإجابة بـ نعم.

أما بالنسبة لتخصص السمعى البصري تقدر نسبتهم بـ 18.51 %، من الذين أجابوا بـ لا، ولا

نسبة لهم في الإجابة بـ نعم.

وفي الأخير بالنسبة لتخصي الصورة والمجتمع، الصحافية العلمية يتفان على نفس النسبة المئوية والتي تقدر بـ **04.34 %**، من الذين أجابوا بـ نعم، أما بالنسبة للذين كانت إجابة بـ لا تقدر بـ **03.70 %**. لكلى التخصيين.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن متغير الجنس بالنسبة للذكور المقدر نسبتهم بـ 75 %، على عكس نسبة الإناث التي تقدر **36.84 %** بنسبة قليلة جدا هذا إن لم نقل نصف نسبة الذكور، بالفئة العمرية المتمثلة في [24 — 29]، المقدر بـ **62.96 %** في حين نجد أن تراجع نسبيا في الفئة العمرية المتمثلة في [18 — 23]، المقدر بـ **37.03 %** ومنعدمة تماما في الفئة العمرية الأخيرة المتمثلة في [30 — 35] المقدر نسبتهم بـ **00 %**. وهذا يفسر أن الفئة العمرية الوسطى لها اهتمام قوي بالبرامج الإذاعية ولها رغبة قوية في امتهان و تعلم مهارات الإعلامية، كما نجدهم حماسيين في الدخول لعالم الإذاعة في حين نجد أن الفئة العمرية الأولى هم يتخبطون بين الإذاعة و وسائل إعلامية الأخرى و تستهويهم وتنمي مهاراتهم الإعلامية، أو أن فكر الطالب يتطلب العمل الميداني والتكوين الأكاديمي معا في آن واحد، ونجدهم في تخصص وسائل الإعلام والمجتمع المقدر نسبتهم بـ **73.91 %** حسب طبيعة التخصص فهم ميالون

لوسائل الإعلام وعلاقتهم بقضايا المجتمع. و تتراجع نسبيا بالنسبة لتخصص اتصال سياحي المقدره ب 17.39 % نجد أن نصف عدد مفردات الاتصال السياحي ينظرون إلى ما تقدمه الإذاعة المحلية لا يكفي لتنمية مهاراتهم الإعلامية. وتكاد تكون منعدمة في تخصصي الصورة والمجتمع والصحافة العلمية بنسبة 04.34 %، ومنعدمة تماما في تخصصي الصحافة المكتوبة والسمعي البصري.

من الذين كانت إجابتهم ب نعم، على أن الإذاعة المحلية لها القدرة في تنمية مهاراتهم الإعلامية من طلبة الإعلام والاتصال، مثل مهارات الأداء و التقديم، و الاستماع من خلال تتبع للحصص والبرامج الإذاعية الإعلامية، لأن نجاح الحديث الصحفي يعود للصحفي بحد ذاته، (المحاور الجيد هو المستمع الجيد). حسب ما ذكر في الفصل الثاني بالإطار النظري كامل طراونة.

في حين نجد أن نسبة الإناث مرتفعة وتقدر ب 63.15 % من اللاتي أجبن بالإجابة لا، لا تنمي الإذاعة المحلية مهاراتهم الإعلامية - على عكس نسبة الذكور التي تقدر ب 25 % - بالفئة العمرية المتمثلة في [24 — 29]، و المقدره ب 56.52 % في حين نجد أن تراجع نسبيا في الفئة العمرية المتمثلة في [18 — 23]، المقدره ب 26.08 % . و نجد أن جميع مفردات

العينة الذين يتراوح أعمارهم من [30 — 35]، قد أكدوا إجاباتهم على الإجابة بـ لا، المقدر نسبتهم بـ 17.39 %، وهم يمثلون الفئة الراشدة العينة و ذو العقول الناضجة. فهم يرون أن الإذاعة لا تنمي مهاراتهم الإعلامية بل يجب الممارسة ودخول إلى الميدان والمشاركة في صناعة الحدث ومعايشة الواقع في أستوديو الإذاعة لمحاكاة أطراف خيوط الأحداث. كما نجدهم في تخصص وسائل الإعلام والمجتمع السباقون للحدث في الإجابة نسبةً لكثرتهم في عينة الدراسة، وهم من محبي وسيلة الإعلام "الإذاعة المحلية" ولما تملكه من مميزات تربطها بالمجتمع، تقدر نسبتهم

بـ 33.33 %، وتليهم الصحافة المكتوبة بنسبة تقدر بـ 22.22 %، وتتوافق نسبة كل من الاتصال سياحي و السمعي البصري بـ 18.51 %، و في الأخير نجد أن نسبة كل من التخصصي صورة ومجتمع والصورة العلمية تقدر بـ 03.70 %، من الذين أجابوا على أن الإذاعة المحلية لا تساهم في تنمية مهاراتهم الإعلامية.

الجدول رقم: (06) يتمثل في قيام الإذاعة المحلية في صقل المهارات الإعلامية لدى طلبة

الإعلام الاتصال.

السؤال رقم: (03) هل تقوم الإذاعة المحلية بصقل مهاراتك الإعلامية الموروثة؟

المتغيرات	الإجابات		كثيرا جدا		كثيرا		قليلًا		المجموع	النسبة %	المجموع	النسبة %
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%				
الجنس	ذكور	/	/	07	58.33	05	41.66	12	24	50	100	
	إناث	03	07.89	20	52.63	15	39.47	38	76			
السن	[18 - 23]	/	/	15	55.55	01	06.66	16	32	50	100	
	[24 - 29]	03	100	17	62.92	10	60.66	30	60			
	[30 - 35]	/	/	/	/	04	26.66	04	08			
وسائل الإعلام و المجتمع	اتصال سياحي	02	66.66	04	14.81	03	15	09	18			
	الصحافة المكتوبة	/	/	02	07.40	04	20	06	12			
	وسائل الإعلام و المجتمع	01	33.33	20	74.07	05	25	26	52			

% 100	50	% 10	05	25	05	/	/	/	/	السمعي البصري	التخصص
		% 04	02	10	02	/	/	/	/	صورة ومجتمع	
		% 04	02	05	01	03.70	01	/	/	الصحافة العلمية	

من خلال تفرغنا للبيانات في الجدول نجد أن نسبة الإجابات في متغير الجنس بالنسبة لذكور **58.33%**، بالنسبة للذين أجابوا بـ كثير، أما بالنسبة للذين كانت إجاباتهم بـ قليلا تقدر بـ **41.66%**. أما بالنسبة لإجابة كثيرا جدا فلم يجيبوا.

أما بالنسبة للإناث نجد **07.89%**، بالنسبة اللاتي أجبن بـ كثيرا جدا في حين أن اللاتي أجبن بـ كثيرا تقدر نسبتهن بـ **52.63%**. و في الأخير نجد أن اللاتي أجبن بـ قليلا تقدر نسبتهن بـ **39.47%**.

أما بالنسبة لمتغير السن نجد الذين تتراوح أعمارهم من [18 _ 23]، تقدر نسبتهم بـ **55.15%**، بالنسبة للذين أجابوا بـ كثيرا، ونفس الفئة التي كانت إجابتهم بـ قليلا تقدر نسبتهم بـ **06.66%**، أما بالنسبة لإجابة كثيرا جدا فلم يجيبوا.

أما بالنسبة الذين تتراوح أعمارهم من [24 _ 29]، تقدر نسبتهم بـ 100 %، الذين أجابوا بـ كثيرا جدا، ونفس الفئة التي كانت إجاباتهم بـ كثيرا تقدر نسبتهم بـ 62.92 %، كما نجد أن الذين أجابوا بـ قليلا تقدر نسبتهم بـ 60.66 %.

وفي الأخير بالنسبة للذين أعمارهم تفوق [30 _ 35]، تقدر نسبتهم بـ 26.66 %، في الإجابة بـ قليلا، ولم يجيبوا على الإجابتين كثيرا و كثيرا جدا.

أما بالنسبة لمتغير التخصص نجد وسائل الإعلام و المجتمع بنسبة 33.33 %، من الذين أجابوا بـ كثيرا جدا. أما بالنسبة للذين كانت إجاباتهم بـ كثيرا تقدر نسبتهم بـ 74.07 %، أما بالنسبة للذين أجابوا بـ قليلا تقدر نسبتهم بـ 25 %.

وتخصص الاتصال السياحي تقدر نسبتهم بـ 66.66 %، من الذين أجابوا بـ كثيرا جدا، أما بالنسبة للذين كانت إجابة بـ كثيرا تقدر نسبتهم بـ 14.81 %، أما بالنسبة للذين كانت إجاباتهم بـ قليلا تقدر نسبتهم بـ 15 %.

كما نجد أن تخصص الصحافة المكتوبة تقدر نسبتهم بـ 20 %، من الذين أجابوا بـ قليلا، أما فيما يخص الإجابتين كثيرا و كثيرا جدا لم يجيبوا.

أما بالنسبة لتخصص السمع البصري تقدر نسبتهم بـ 25 %، من الذين أجابوا بـ قليلا، أما فيما يخص الإجابتين كثيرا و كثيرا جدا لم يجيبوا.

أما بالنسبة لتخصص صورة ومجتمع تقدر نسبتهم بـ 10 %، من الذين أجابوا بـ قليلا، أما فيما يخص الإجابتين كثيرا و كثيرا جدا لم يجيبوا.

وفي الأخير نجد أن الذين أجابوا في تخصص الصحافة العلمية تقدر نسبتهم بـ 03.70 % بـ كثيرا، أما بالنسبة للذين أجابوا بـ قليلا تقدر نسبتهم بـ 05 %، و نجد أن الإجابة على كثيرا جدا لا توجد نسبة.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن متغير الجنس بالنسبة للإناث في الإجابة بـ كثيرا جدا تقدر نسبتهم بـ 07.89 % في الفئة العمرية [24 — 29] التي تقدر نسبتها بـ 100 %، و لا توجد نسب مئوية بالنسبة للفئات العمرية الأخرى، بالنسبة للإجابة كثيرا جدا. بالتخصص الاتصال

السياسي تقدر نسبتهم بـ 66.66 %، هم يرون أن الإذاعة تصقل مهارتهم الإعلامية بدرجة عالية لأنهم يملكون الموهبة وينقصهم فقط الدفعة الأولى لتحسين مهاراتهم، و الإذاعة هي التي تقودهم لخريطة طريق الصحيح فنجدهم من متتبعين ومن المقلدين، لمذيعين في تقديمهم للحصص والبرامج والأخبار الإذاعية وهم ميالون للعمل في الإذاعة وكذلك بالنسبة لتخصص وسائل الإعلام والمجتمع تقدر نسبتهم بـ 33.33 % هم أيضا يملكون الموهبة وينقصهم الصقل والتوجيه من أهل الاختصاص. أما بقية التخصصات لا نسبة لهم في الإجابة على أن الإذاعة تقوم بصقل مهاراتهم الإعلامية بالإجابة على كثيرا جدا. فهم لا يملكون الموهبة ولكن لديهم الإرادة في التعلم.

في حين نجد أن النسب متقاربة من بعضها البعض في الإجابة على أن الإذاعة المحلية تقوم بصقل مهاراتهم الإعلامية بـ كثيرا، فنجد نسبة الذكور تقدر 58.33 %، ونسبة الإناث تقدر بـ

52.63 % في الفئة العمرية [24 _ 29] تقدر نسبتهم بـ 62.92 % ، [18 _ 23]

تقدر نسبتهم بـ 55.55 %، ولا وجود للفئة [30 _ 35] من الذين أكدوا بأن الإذاعة المحلية

تقوم بصقل مهاراتهم الإعلامية في إجاباتهم بـ كثيرا، في كلا الجنسين وعلى فئتين العمريتين وذلك

عائذ لتقاربهما في النسبة، يمكن القول أنهما يملكان نفس المقومات الفكرية، في جوي علمي

واجتماعي مشترك مُفعم ومشحون بالحيوية والنشاط. و في تخصص وسائل الإعلام والمجتمع المقدره نسبتهم بـ 74.07 %، يملكون الموهبة بالفطرة ما يحتاجون إليه هو صقل موهبتهم، مع ما تعلموه في الأكاديمي بالتنسيق مع التربصات المتتالية، على فترات متقطعة قصد الترسخ والتثبيت لتلك المهارات المكتسبة لتكملة النسيج الفطري لمهارات الإعلامية لدى طلبة الإعلام، وقد أكد هذه الفكرة (وليد حسن الحديثي) " أنها تكسبهم قدرات و شروط وموهبة مقرونة بالاستعداد الفطري الذي تصقله التدريبات و التمرينات المختلفة". و تتراجع نسبيا بالنسبة لتخصص اتصال سياحي المقدره بـ 14.81 % نجد أن نصف عدد مفردات الاتصال السياحي حسب وجهة نظرهم أن الإذاعة المحلية، تصقل مهاراتهم الإعلامية، من حيث النطق السليم بطريقة تلقائية، وأساس الكلام المذاع الجيد هو إخراج طبيعي واضح للألفاظ. كما نجد الصحافة المكتوبة بنسبة 07.40 %، وفي الأخير الصحافة العلمية شبه منعدمة بنسبة 03.70 %، من الذين أجابوا على أن الإذاعة تصقل مهاراتهم الإذاعية الفطرية، فالحديث الجيد والعادي يتنوع في سرعته، وطبقاته الصوتية. ومنعدمة تماما في تخصصي السمعى البصري، الصورة و المجتمع بنسبة 00%.

في حين نجد أن النسب متقاربة من بعضها البعض في الإجابة على أن الإذاعة المحلية تقوم بصقل مهاراتهم الإعلامية بالإجابة بـ قليلا، فنجد نسبة الذكور تقدر بـ 41.66 %، ونسبة الإناث تقدر بـ 39.47 % في الفئة العمرية [24 _ 29] تقدر نسبتهم بـ 60.66 %، حسب وجهة نظرهم أن الإذاعة المحلية لا تصقل مواهبهم بالمجرد الاستماع أو متابعة لبرامجها فقط وإنما يجب التوجيه والإرشاد من أهل الاختصاص ذوي الخبرة في المجال حتى يتمكنوا من صقل مهاراتهم، كما أنهم يرون أن المداومة في التدريب الحي والواقعي في التقنيات على المباشر هو من يصنع الموهبة وليس بالمجرد الاستماع أو متابعة للبرامج والحلقات الإذاعية. [30 _ 35] تقدر نسبتهم بـ 26.66 %، هم يؤيدون رأي الفئة السابقة لأن عدد مفردات هذه الفئة يجيب بكامل مفرداته بأن الإذاعة المحلية تساهم بالقليل على صقل مهاراتهم الإعلامية. [18 _ 23] تقدر نسبتهم بـ 06.66 %، و في هذه الفئة نجد أن مفردة واحدة تجيب بالقليل على مساهمة الإذاعة المحلية في صقل مهاراتها الإعلامية. من تخصصي وسائل الإعلام والمجتمع، السمي البصري بنفس النسبة المقدرة بـ 25 % من وجهة نظر مفردات تخصص السمي البصري المتمثل عدد 05 من عينة الدراسة، أن الإذاعة المحلية، لا تقوم بصقل مهارتهم الإعلامية بنسبة عالية وكثيرة وإنما

هي تقوم بنسبة قليلة لا تذكر وتفندها في رأيها بنفس النسبة من تخصص وسائل الإعلام و

المجتمع. وتراجع النسب تدريجيا على بقية التخصصات على الترتيب التالي: الصحافة المكتوبة

بـ 20 % هي الأخرى ترى أن الإذاعة لا تقوم على صقل مهارتهم الإعلامية، اتصال سيادي 15

، الصورة والمجتمع بنسبة 10 %، وفي الأخير نجد الصحافة العلمية بـ 05 %.

الجدول رقم: (07) وتتمثل في مساهمة الإذاعة المحلية في تنمية الرصيد المعرفي

السؤال رقم: (04) هل تساهم الإذاعة المحلية في تنمية رصيدك المعرفي ؟

النسبة %	التكرار	الإجابة
30 %	15	كثيرا جدا
58 %	29	نوعا ما
12 %	06	قليلًا
100 %	50	المجموع

من خلال تفريغنا للبيانات في الجدول نجد أن نسبة الإجابات بـ نوعا ما بنسبة 58%.

ونجد أن الإجابات كثيرا جدا بنسبة 30 %، وفي الأخير الإجابات قليلا بنسبة 12 %.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 58 % من الطلبة الذين أجابوا أن الإذاعة المحلية تساهم نوعاً ما في تنمية رصيدهم المعرفي وذلك يعود إلى ما تقدمه من برامج إعلامية و مدى سرعتها في نقل المعلومات والأحداث. أما بالنسبة لطلبة الذين كانت إجابتهم بـ كثيراً جداً تقدر بـ 30 % على أن الإذاعة المحلية تنمي رصيدهم المعرفي، والفكري في كل الجوانب و الزوايا، كما تكسبهم لمسة إعلامية خاصة في تحليل المواقف بمنطق إعلامي بحت، وفي الأخير نجد أن نسبة الطلبة الذين كانت إجابتهم قليلاً، على مساهمة الإذاعة المحلية تقدر بـ 12 % و ذلك عائد إلى ميول بعض الطلبة إلى وسائل أخرى مثل الصحافة المكتوبة كوسيلة إعلامية في متناول الطلبة، و لا تتكلف في جمع المادة الإعلامية كما أنها تعتبر مدرسة في التكوين الأكاديمي في الكتابات الصحفية أو بالأحرى هي الأقرب من حيث التكوين الأكاديمي من خلال فنيات التحرير.

الجدول رقم: (08) يتمثل في الدور الذي تلعبه الإذاعة المحلية في تنمية وتطوير المهارات الإعلامية المكتسبة أكاديمياً لدى طلبة الإعلام والاتصال.

السؤال رقم: (05) هل تلعب الإذاعة المحلية دورا فعالا في تطوير مهاراتك الإعلامية

المكتسبة؟

النسبة %	المجموع	النسبة %	المجموع	لا		نعم		الإجابات	
				النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	المتغيرات	
% 100	50	%24	12	% 25	03	% 75	09	ذكور	الجنس
		%76	38	% 15.78	06	%84.21	32	إناث	
% 100	50	%32	16	% 22.22	02	% 34.14	14] 23 - 18 [السن
		%60	30	% 33.33	03	% 65.85	27] 29 - 24 [
		%08	04	% 44.44	04	/	/] 35 - 30 [
% 100	50	% 52	26	% 66.66	06	%48.78	20	وسائل الإعلام و المجتمع	التخصص
		% 18	09	/	/	%21.95	09	اتصال سياحي	
		% 12	06	/	/	%14.63	06	الصحافة المكتوبة	
		% 10	05	% 11.11	01	%09.75	04	السمعي البصري	
		% 04	02	% 11.11	01	%02.43	01	صورة ومجتمع	
		% 04	02	% 11.11	01	%02.43	01	الصحافة العلمية	

من خلال تفرغنا للبيانات في الجدول نجد أن نسبة الإجابات في متغير الجنس بالنسبة للذكور

75%، بالنسبة للذين أجابوا بـ نعم، أما بالنسبة للذين كانت إجابة بـ لا تقدر بـ 25%.

أما بالنسبة للإناث نجد 84.21%، بالنسبة اللاتي أجبن بـ نعم في حين أن اللاتي أجبن بـ لا

تقدر نسبتهن بـ 15.78%.

أما بالنسبة لمتغير السن نجد الذين تتراوح أعمارهم من [18 - 23] تقدر بـ 34.14%،

الذين أجابوا بـ نعم، ونفس الفئة التي كانت إجابتهم بـ لا تقدر نسبتهم بـ 22.22%.

أما بالنسبة للذين تتراوح أعمارهم من [24 - 29] تقدر بـ 65.85%، الذين أجابوا بـ نعم،

ونفس الفئة التي كانت إجابتهم بـ لا تقدر نسبتهم بـ 33.33%.

وفي الأخير بالنسبة للذين أعمارهم تفوق [30 - 35]. تقدر نسبتهم بـ 44.44 % في الإجابة

بـ لا، ولم يجيبوا بـ نعم.

أما بالنسبة لمتغير التخصص نجد وسائل الإعلام و المجتمع بنسبة 48.78%، من الذين

أجابوا ب نعم، أما بالنسبة للذين كانت إجابة ب لا تقدر ب 66.66%.

وتخصص الاتصال السياحي تقدر نسبتهم ب 21.95%، من الذين أجابوا ب نعم، أما بالنسبة

للذين كانت إجابة ب لا، فلا توجد نسبة.

كما نجد أن تخصص الصحافة المكتوبة تقدر ب 14.63%، من الذين أجابوا ب نعم ، ولا نسبة

لهم في الإجابة ب لا.

أما بالنسبة لتخصص السمعى البصري تقدر نسبتهم ب 09.75 %، من الذين أجابوا ب نعم

ونسبة 11.11 % من الذين أجابوا ب لا.

وبالنسبة لتخصص الصورة والمجتمع نجد نسبة 02.43 % من الذين أجابوا ب نعم، و نسبة

11.11 % من الذين أجابوا ب لا.

وفي الأخير نجد أن تخصص الصحافة العلمية نجد نسبة 02.43 % من الذين أجابوا ب نعم،

ونسبة 11.11 % من الذين أجابوا ب لا.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه من متغير الجنس أن نسبة الإناث تقدر بـ 84.21%، أما بالنسبة الذكور فتقدر بـ 75%، في تخصص وسائل الإعلام والمجتمع المقدرة بـ 48.78%، وكذا تخصصي الاتصال السياحي بنسبة 21.95%، و الصحافة المكتوبة بنسبة 14.63%، فقد أجابت كل مفردات الدراسة في كلى التخصصين بـ نعم، أما بالنسبة لتخصص السمعى البصري قدرة بـ 09.75%، و في الأخير نجد تخصصي الصورة و المجتمع، الصحافة العلمية بنفس النسبة المئوية 02.43% ومفردة واحدة لكل تخصص، على أن الإذاعة المحلية تلعب دورا فعالا في تنمية المهارات الإعلامية، في الفئة العمرية [24 __ 29] النسبة المقدرة بـ 65.85%، [18 __ 23] تقدر نسبتهم بـ 34.14% تتمثل هذه النسب في الدور الذي تلعبه الإذاعة المحلية في تنمية وتطوير المهارات الإعلامية لدى طلبة الإعلام والاتصال، ويتجلى ذلك في تعلم مخارج الحروف، و تقسيم الجمل حتى يتم التحكم في التنفس بانتظام من والاستفادة من التوتر وقلبه حيوية ونشاط أثناء البث بالقيام بتمارين رياضية للرقبة و الكتف، من قبل المذيع على الهواء مباشرة وفي هذه النقطة قدم (وليد حسن الحديثي) مجموعة من النصائح للمذيعين المبتدئين في مجال التقديم الإذاعي نذكر بعض منها:

- الاستماع للقراء المتميزين في تلاوة القرآن الكريم، مع قراءته وضبط أحكامه.
 - الإنصات بانتباه إلى المذيعين المتميزين في المحطات الفضائية العربية والاستفادة من قراءتهم.
 - العمل على كتابة النصوص من قبلك وقراءتها بالطريقة الإخبارية.
 - نوع طبقة صوتك عند قراءة أخبار متنوعة، وليكن تدريبك أمام المرأة.
- في حين نجد أن نسبة الذكور تتقدم مرة أخرى المقدرة بـ 25% على عكس نسبة الإناث المقدرة بـ 15.78%. في تخصص وسائل الإعلام والمجتمع بـ 66.66% في الفئة العمرية [30 _ 35] بـ 44.44% وتتراجع بتدرج في الفئتين [24 _ 29] بـ 33.33%، [18 _ 23] بـ 22.22%، يرون أن الإذاعة المحلية لا تلعب دورا فعالا في تنمية مهاراتهم الإعلامية، والسبب حسب وجهة نظرهم أن تكوينهم في الأكاديمي لا يؤهلهم للعمل في الإذاعة لأنهم لا يملكون الموهبة، ولا هم يخضعون لتدريب على المهارات الإعلامية فكيف تلعب الإذاعة المحلية في تنمية المهارات الإعلامية فتصريح أحد مفردات العينة قائلا: " فاقد الشيء لا يعطيك نحن لا نملك المهارات الإعلامية فكيف للإذاعة أن تلعب دورا فعالا في تنمية مهارتنا الإعلامية ". كما

نجد أن كل من التخصصات الثلاثة (السمعي البصري، الصورة و المجتمع، الصحافة العلمية)، تتفق في النسبة المئوية بـ 11.11 % و تتمثل هذه النسب في أن لكل تخصص مفردة واحدة فقط التي أجابت على الإذاعة المحلية لا تلعب دورا فعالا في تنمية المهارات الإعلامية.

الجدول رقم: (09) يتمثل فيما يليه القائمين بالاتصال في الإذاعة المحلية تجاه المتربصين من طلبة الإعلام والاتصال.

السؤال رقم: (06) هل أنت راض على ما تلقيته من قبل القائمين بالاتصال في الإذاعة

المحلية؟

الإجابة	التكرار	النسبة %
راض	39	78 %
غير راض	11	22 %
المجموع	50	100 %

من خلال تفرغنا للبيانات في الجدول نجد أن نسبة الإجابات بـ راض بنسبة 78%. ونجد

أن الإجابات غير راض بنسبة 22%.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 78 % من الطلبة الذين أجابوا بـ راض، على

أن ما تم تلقيه من طرف القائمين بالاتصال، في الإذاعة المحلية، واستفادوا منه خلال تواجدهم

في الإذاعة. أما بالنسبة لطلبة الذين كانت إجابتهم على غيرا راض، تقدر نسبتهم بـ 22 % وذلك

إلى عدم استفادتهم من القائمين بالاتصال ربما لأن القائمين بالاتصال هم في ضيق الوقت أو إن

الطلبة كان فهمهم ثقيل الإرشادات المقدمة لهم من طرف القائمين بالاتصال، أو أن القائمين ليسوا أهلا لهذه الوظيفة.

المحور الثاني:

يتمثل في العلاقة القائمة بين التربص الميداني والتكوين النظري .

الجدول رقم: (10) يتمثل في المدة التي قضاها طلبة الإعلام والاتصال المتربصين في قناة الإذاعة المحلية.

السؤال رقم: (07) ما هي المدة التي قضيتها لإجراء تربصك؟

النسبة %	التكرار	الإجابة
70 %	35	أقل من 10 أيام
28 %	14	من 11 يوم إلى 20 يوم
02 %	01	من 21 يوم فما فوق

المجموع	50	%100
---------	----	------

من خلال تفرغنا للبيانات في الجدول نجد أن نسبة الإجابات ب أقل من 10 يوم بنسبة 70%.

ونجد أن الإجابات من 11 يوم إلى 20 يوم بنسبة 28% و في الأخير نجد أن الإجابات من

21 يوم فما فوق بنسبة 02%.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 70% من الطلبة الذين كانت إجاباتهم تتمحور

حول المدة التي قضوها في فترة تربصهم اقل من 10 أيام، تمثل النسبة الأعلى وهذا نظرا

لظروف القائمة في البلاد تفرض على الإذاعة جوى من الضغط الذي ينعكس على مردود

المتربصين داخل الإذاعة وهذا ما يفرض عليها تقليص في مدة التربص اقل من 10 أيام لكل

متربص. أما الطلبة الذين كانت إجاباتهم تنحصر في مدة تربصهم من 11 يوم إلى غاية 20

يوما، تقدر نسبتهم ب28% فئة قليلة ولكنها استفادة أكثر من الفئة السابقة من خلال التكوين

الميداني ويكسب خبرة في المجال الإعلامي. و في الأخير نجد أن الذين كانت إجاباتهم في أن

مدة تربصهم من 21 يوم فما فوق تقدر بنسبة 02 %، وهي قليلة جدا من الطلبة الذين كان

حظهم وفير في التحصيل للمهارات الإعلامية من خلال العمل في الإذاعة.

الجدول رقم: (11) تتمثل في العلاقة بين ما يتلقاه طلبة الإعلام والاتصال في التكوين

الأكاديمي مع ما يمارسونه في الميدان بالإذاعة.

السؤال رقم: (08) هل ما تتلقاه في التكوين الجامعي يتطابق وما تمارسه في التبرص الميداني

بالإذاعة؟

المتغيرات	الإجابات		لا		نعم		النسبة %	المجموع
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %		
الجنس	ذكور	02	10	83.33%	12	24%	50	100%
	إناث	14	36.84%	24	63.15%	38	76%	
السن] 23 - 18]	06	21.42%	45.45%	16	32%	50	100%
] 29 - 24]	19	67.85%	50%	30	60%		
] 35 - 30]	03	10.71%	4.54%	04	8%		

%100	50	%52	26	%64.28	18	%36.36	08	وسائل الإعلام و المجتمع	التخصص
		%18	09	%07.14	02	%31.81	07	اتصال سياحي	
		%12	06	%17.85	05	%04.54	01	الصحافة المكتوبة	
		%10	05	%10.71	03	%09.09	02	السمعي البصري	
		%04	02	/	/	%09.09	02	صورة ومجتمع	
		%04	02	/	/	%09.09	02	الصحافة العلمية	

من خلال تفريغنا للبيانات في الجدول نجد أن نسبة الإجابات ب نعم في متغير الجنس بالنسبة

للذكور تقدر بنسبة **16.66%**، أما بالنسبة للذين كانت إجاباتهم ب لا تقدر نسبتهم ب **83.33%**.

أما بالنسبة للإناث نجد **36.84%**، بالنسبة اللاتي أجبن ب نعم في حين أن اللاتي أجبن ب لا

تقدر نسبتهن ب **63.15%**.

أما بالنسبة لمتغير السن نجد الذين تتراوح أعمارهم من **18 - 23**] تقدر ب **21.42%**،

الذين أجابوا ب نعم، ونفس الفئة التي كانت إجاباتهم ب لا تقدر نسبتهم ب **45.45%**.

أما بالنسبة الذين تتراوح أعمارهم من [24 - 29] تقدر بـ 67.85%، الذين أجابوا بـ نعم،

ونفس الفئة التي كانت إجابتهم بـ لا تقدر نسبتهم بـ 50%.

وفي الأخير بالنسبة للذين أعمارهم تفوق [30 - 35]. تقدر نسبتهم بـ 10.71 % في الإجابة

بـ نعم، و نسبة 04.54% بالنسبة للذين أجابوا بـ لا.

أما بالنسبة لمتغير التخصص نجد وسائل الإعلام و المجتمع بنسبة 36.36%، من الذين

أجابوا بـ نعم، أما بالنسبة للذين كانت إجابة بـ لا تقدر بـ 64.28%.

وتخصص الاتصال السياحي تقدر نسبتهم بـ 31.81%، من الذين أجابوا بـ نعم، أما بالنسبة

للذين كانت إجابة بـ لا تقدر نسبتهم بـ 07.14%.

كما نجد أن تخصص الصحافة المكتوبة تقدر بـ 04.54%، من الذين أجابوا بـ نعم

و 17.85% بالنسبة للذين أجابوا بـ لا.

أما بالنسبة لتخصص السمعى البصري تقدر نسبتهم بـ 09.09 %، من الذين أجابوا بـ نعم و

نسبة 10.71% من الذين أجابوا بـ لا.

و بالنسبة لتخصص الصورة والمجتمع نجد نسبة 09.09% من الذين أجابوا ب نعم، و نسبة و لا توجد نسبة للذين أجابوا ب لا.

و في الأخير نجد أن تخصص الصحافة العلمية نجد نسبة 09.09% من الذين أجابوا ب نعم، و لا توجد نسبة للإجابة ب لا.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن متغير الجنس بالنسبة للذكور تقدر نسبتهم ب 83.33%

ونسبة الإناث تقدر ب 63.15% في تخصص و سائل الإعلام و المجتمع ب 64.28% ثم تليه

الصحافة المكتوبة بنسبة أقل من الثلث المقدرة ب 17.85% ثم السمي البصري ب 10.71%

و في الأخير الاتصال السياحي ب 07.14% ونجد أن النسب متقاربة في الفئة العمرية [24

__ 29] ب 50% و [18 __ 23] ب 45.45% وذلك راجع لقربهم من بعضهم البعض من

باب الفطرة، ونجد مفردة واحدة في الفئة العمرية الكبيرة من توافقهم في الرأي بنسبة ب 04.54

% . حسب وجهة نظرهم أن ما تتلقونه في التكوين الجامعي لا يتطابق وما يمارسونه في التربص

الميداني بالإذاعة، وهذا ما أشعرهم أنهم عاجزون عن العطاء و التقديم، الإبداع في مجال

تخصصهم في الإعلام ضف إلى ذلك أنهم من أقدم على بعضهم لا يملكون شهادات في

الاختصاص المطلوب بل هم خريجو تخصصات أخرى في الجامعة مثل علم النفس وعلم الاجتماع ، حقوق والأدب العربي، لا علاقة لهم بالإعلام والاتصال، وليس لهم معلومات حول أخلاقيات الإعلام وما يجب بثه وما لا يجب بثه بل حتى أنه قيل لبعضهم " نحن نقوم ببث ما نراه يخدم المجتمع ونحن نحاول أن نصلح ببث بعض القضايا الجماعية "، وهم لا يدرون أنهم يروجون في تلك المواضيع المعالجة للأفكار ربما هي مضرة أكثر منها نافعة.

كما نشير إلى بعض مفردات العينة من نفس الإجابة حسب وجهة نظرهم أن التكوين الأكاديمي هو تكوين مثالي بحت أما العمل الميداني في الواقع هو عالم آخر يخضع لظروف مشاكل لم نتطرق لها في الأكاديمي كما أن التكوين الأكاديمي يقتصر على النظريات الإعلام والاتصال، وكذا وحدات لا نستخدمها في الممارسة الإعلامية وهو بيت القصيد وباقي الوحدات هي وحدات تثقيفية في مجال الإعلام والاتصال أو بالأحرى هي تشمل الفئة القليلة التي هدفها مواصلة الدراسات ما بعد التدرج، لأنه حتى الطلبة المتوجهون للعمل في المؤسسات الإدارية لا يجدون أنفسهم مكونين أو حتى مؤهلين للعمل في الإدارات الجزائرية أو بما يعرف رتبة متصرف إداري، و هنا وجد الطالب نفسه في قارعة الطريق لا هو مكون في مجاله الإعلامي كصحافي أو مذيع لا

هو مثقف في مجال الإدارة حتى يحصل لنفسه، منصب مالي ثابت وما الشهادة المحصل عليها

من التكوين الأكاديمي، ما هي إلهادة مثقف تميزه عن عامة الناس فقط .

في حين نجد نسبة الإناث 36.84 % و نسبة الذكور بـ 16.66 %، والنسب متقاربة جدا في

تخصصي وسائل الإعلام بـ 36.36 %، اتصال سياحي بـ 31.81 %، ونجد التخصصات

ثلاث السمعى البصرى، الصورة و المجتمع، الصحافة العلمية يتفقد على نسبة واحدة مقدرة بـ

09.09 %، و في الأخير نجد الصحافة المكتوبة بـ 04.54 % في الفئة العمرية [24 _

29] بـ 67.85 %، تليها الفئة العمرية [18 _ 23] بـ 21.42 %، وفي الأخير كالعادة [

30 _ 35] بـ 10.71 % من الذين أجابوا بنعم على أن ما تلقونه في التكوين الجامعي

يتطابق مع ما مارسوه في الإذاعة على العموم فهي وسيلة تعتمد على مخاطبة مخيال المستمع

تحاول أن ترسم للمستمع عالم من الخيال في تقديم البرامج الإذاعية وذلك من لباقة الألفاظ وتلوين

الكلمات وعذب الصوت ومخاطبة المشاعر بين الفينة والأخرى، فالممارسة الإعلامية في الإذاعة

تتطلب من المذيع الخيال الواسع حتى يفتح لكل مستمع غرفة في عقله تسمح له بحرية السباحة

في خياله، ويتفاعل مع البرنامج أو الموضوع المطروح بكل نشاط وحيوية تتبعها نوع من الاطمئنان تجاه المذيع.

الجدول رقم: (12) يمثل في فنيات التحرير بين الأكاديمي والتطبيقي.

السؤال رقم: (09) هل العمل الإذاعي قائم في تحرير الأخبار والتقارير الإخبارية على

الطريقة الأكاديمية؟

المتغيرات	الإجابات		لا		نعم		النسبة %	المجموع	النسبة %	المجموع
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %				
الجنس	ذكور	03	%25	09	%75	12	%24	50	%100	
	إناث	19	%50	19	%50	38	%76			
السن] 23 - 18]	07	%31.81	09	%32.14	16	%32	50	%100	
] 29 - 24]	12	%54.54	18	%64.28	30	%60			
] 35 - 30]	03	%13.63	01	%03.57	04	%08			
وسائل الإعلام و المجتمع	10	%45.45	16	%57.14	26	%52				

%100	50	%18	09	%14.28	04	%22.72	05	اتصال سياحي	التخصص
		%12	06	%17.85	05	%04.54	01	الصحافة المكتوبة	
		%10	05	%10.71	03	%09.09	02	السمعي البصري	
		%04	02	/	/	%09.09	02	صورة ومجتمع	
		%04	02	/	/	%09.09	02	الصحافة العلمية	

من خلال تفريغنا للبيانات في الجدول نجد أن نسبة الإجابات بـ نعم في متغير الجنس بالنسبة

للذكور تقدر بنسبة 25%، أما بالنسبة للذين كانت إجاباتهم بـ لا تقدر نسبتهم بـ 75%.

أما بالنسبة للإناث نجد 50%، بالنسبة اللاتي أجبن بـ نعم في حين أن اللاتي أجبن بـ لا تقدر

نسبتهم بـ 50%.

أما بالنسبة لمتغير السن نجد الذين تتراوح أعمارهم من [18 - 23] تقدر بـ 31.81%، الذين

أجابوا بـ نعم، ونفس الفئة التي كانت إجاباتهم بـ لا تقدر نسبتهم بـ 32.14%.

أما بالنسبة الذين تتراوح أعمارهم من [24 - 29] تقدر بـ 54.54%، الذين أجابوا بـ نعم،

ونفس الفئة التي كانت إجاباتهم بـ لا تقدر نسبتهم بـ 64.28%.

وفي الأخير بالنسبة للذين أعمارهم تفوق [30 – 35]. تقدر نسبتهم بـ 13.63% في الإجابة

بـ نعم، و نسبة 03.57% بالنسبة للذين أجابوا بـ لا.

أما بالنسبة لمتغير التخصص نجد وسائل الإعلام و المجتمع بنسبة 45.45%، من الذين

أجابوا بـ نعم، أما بالنسبة للذين كانت إجابة بـ لا تقدر 57.14%.

وتخصص الاتصال السياحي تقدر نسبتهم بـ 22.72%، من الذين أجابوا بـ نعم، أما بالنسبة

للذين كانت إجابة بـ لا تقدر نسبتهم بـ 14.28%.

كما نجد أن تخصص الصحافة المكتوبة تقدر بـ 04.54%، من الذين أجابوا بـ نعم

و 17.85% بالنسبة للذين أجابوا بـ لا.

أما بالنسبة لتخصص السمعي البصري تقدر نسبتهم بـ 09.09%، من الذين أجابوا بـ نعم و

نسبة 10.71% من الذين أجابوا بـ لا.

و بالنسبة لتخصص الصورة والمجتمع نجد نسبة 09.09% من الذين أجابوا بـ نعم، و نسبة و لا

توجد نسبة للذين أجابوا بـ لا.

و في الأخير نجد أن تخصص الصحافة العلمية نجد نسبة 09.09% من الذين أجابوا ب نعم، و لا توجد نسبة للإجابة ب لا.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن متغير الجنس بالنسبة للذكور ب 75 % و الإناث ب 50

% في تخصص وسائل الإعلام و المجتمع ب 57.14 % تليها الصحافة المكتوبة ب 17.85

% ثم الاتصال السياحي ب 14.28 % و في الأخير السمعي البصري ب 10.71 %، من فئة

العمرية الوسطى [24 __ 29] ب 64.28 %، [18 __ 23] ب 32.14 %، وفي الأخير

نجد الفئة العمرية الكبيرة في الدراسة [30 __ 35] ب 03.57% هم الذين فندوا فكرة العمل

الإذاعي قائم في تحرير الأخبار والتقارير الإخبارية على الطريقة الأكاديمية حسب وجهة نظرهم إن

التحرير الإذاعي في الميدان يختلف تماما عن ما تعلموه في الأكاديمي لا من حيث صياغة

الأخبار والتقارير الإخبارية ولا من تقديم وإلقاء ففي التعليم الأكاديمي " الخبر مقدس و التعليق حر

" أما في الميدان يعتمدون المزج بينهما حتى يظهر الخبر كامل بالنسبة لمقدمين النشرة الإخبارية

أو كما هو متفق عليه في قاعة التحرير الخاصة بكل وسيلة إعلامية أيا كان طابعها على وجه

العموم، بالإذاعة المحلية على وجه الخصوص، أما بالنسبة للموجز الإخباري هو ملخص للأخبار

ويبث فيه أهم ما ورد من أخبار على رأس كل ساعة في الفترة الصباحية، ولم يتم التطرق إليه في الأكاديمي كما يوجد أنواع كثيرة في فنيات التحرير من تطرقوا إليها في الأكاديمي و لم يصادفوها في التربص الميداني مثل: (الخبر المركب، البور تري، الملف الصحفي، التحقيق).

في حين نجد نسبة الإناث بـ 50 % و الذكور بـ 25 % في تخصص وسائل الإعلام و المجتمع بـ 45.45 %، يليها اتصال السياحي بـ 22.27 %، و نجد كل من التخصصات السمعي البصري، الصورة و المجتمع، الصحافة العلمية تتفق على نفس النسبة المئوية بـ 09.09 %، و تأتي في الأخير الصحافة المكتوبة بـ 04.54 % في الفئة العمرية [24 __ 29] بـ 54.54 %، [18 __ 23] بـ 31.81 %، و أخيرا [30 __ 35] بـ 13.63 % من الذين أجابوا بنعم العمل الإذاعي قائم في تحرير الأخبار والتقارير الإخبارية على الطريقة الأكاديمية وحسب وجهة نظرهم أن التكوين الأكاديمي يؤطرهم ويرسم لهم الخريطة ويسطر لهم الطريق التي سوف يمشون عليها في العمل الميداني بأي وسيلة إعلامية على وجه العموم و الإذاعة على وجه الخصوص، كما أن التحرير في الأكاديمي يمنحهم تأشيرة العبور في العمل بالوسائل الإعلامية.

الجدول رقم: (13) يتمثل في حجم المعلومات التي تلقاها طلبة الإعلام والاتصال المتربصين في الإذاعة المحلية.

السؤال رقم: (10) ما رأيك في حجم المعلومات التي تلقيتها في تربصك؟

النسبة %	المجموع	النسبة %	المجموع	غير كافية		كافية		كافية جدا		الإجابات	المتغيرات
				%	ك	%	ك	%	ك		
%100	50	%24	12	66.66	08	33.33	04	/	/	ذكور	الجنس
		%76	38	13.15	05	78.94	30	07.89	03	إناث	

% 100	50	%32	16	07.69	01	44.11	15	/	/	[23 - 18]	السن
		%60	30	69.23	09	52.94	18	100	03	[29 - 24]	
		%08	04	23.07	03	02.94	01	/	/	[35 - 30]	
% 100	50	% 52	26	15.38	02	64.70	22	66.66	02	وسائل الإعلام و المجتمع	التخصص
		% 18	09	07.69	01	20.58	07	33.33	01	اتصال سياحي	
		% 12	06	38.46	05	02.94	01	/	/	الصحافة المكتوبة	
		% 10	05	23.07	03	05.88	02	/	/	السمعي البصري	
		% 04	02	07.69	01	02.94	01	/	/	صورة ومجتمع	
		% 04	02	07.69	01	02.94	01	/	/	الصحافة العلمية	

من خلال تفريغنا للبيانات في الجدول نجد أن نسبة الإجابات في متغير الجنس بالنسبة

لذكور 66.66%، بالنسبة للذين أجابوا ب غير كافية، أما بالنسبة للذين كانت إجابتهم ب كافية

تقدر ب 33.33%. أما بالنسبة كافية جدا فلم يجيبوا.

أما بالنسبة للإناث نجد **78.94%**، بالنسبة اللاتي أجبن ب **كافية** في حين أن اللاتي أجبن ب **غير كافية** تقدر نسبتهن ب **13.15%**. في حين أن اللاتي أجبن ب **كافية جدا** تقدر نسبتهن ب **07.89%**.

أما بالنسبة لمتغير السن نجد الذين تتراوح أعمارهم من [18 - 23] تقدر نسبتهم ب **44.11%**، بالنسبة للذين أجابوا ب **كافية**، ونفس الفئة التي كانت إجابتهم ب **غير كافية** تقدر نسبتهم ب **07.69%**، أما بالنسبة **كافية جدا**، فلم يجيبوا.

أما بالنسبة الذين تتراوح أعمارهم من [24 - 29] تقدر نسبتهم ب **100%**، الذين أجابوا ب **كافية جدا**، ونفس الفئة التي كانت إجابتهم ب **غير كافية** تقدر نسبتهم ب **69.23%**. ونفس الفئة التي كانت إجابتهم ب **كافية** تقدر نسبتهم ب **52.94%**.

وفي الأخير بالنسبة للذين أعمارهم تفوق [30 - 35]. تقدر نسبتهم ب **23.07%**، في الإجابة ب **غير كافية**. ونفس الفئة التي كانت إجابتهم ب **كافية** تقدر نسبتهم ب **02.94%**، أما بالنسبة **كافية جدا**، فلم يجيبوا.

أما بالنسبة لمتغير التخصص نجد وسائل الإعلام و المجتمع بنسبة 66.66 %، من الذين

أجابوا ب كافية جدا أما بالنسبة للذين كانت إجابتهم ب كافية تقدر نسبتهم ب 64.70%. ونفس

الفئة التي كانت إجابتهم ب غير كافية تقدر نسبتهم ب 15.38%.

و تخصص الاتصال السياحي تقدر نسبتهم ب 33.33 %، من الذين أجابوا ب كافية جدا. أما

بالنسبة للذين كانت إجابتهم ب كافية تقدر نسبتهم ب 20.58 %، ونفس الفئة التي كانت إجابتهم

ب غير كافية تقدر نسبتهم ب 07.69%.

كما نجد أن تخصص الصحافة المكتوبة تقدر نسبتهم ب 38.46 %، من الذين أجابوا ب غير

كافية، أما بالنسبة للذين كانت إجابتهم ب كافية تقدر نسبتهم ب 02.94 %، أما بالنسبة كافية

جدا، لم يجيبوا.

أما بالنسبة لتخصص السمعى البصري تقدر نسبتهم ب 23.07 %، من الذين أجابوا ب غير

كافية، أما بالنسبة للذين كانت إجابتهم ب كافية تقدر نسبتهم ب 05.88 %، أما بالنسبة كافية

جدا، لم يجيبوا.

أما بالنسبة لتخصص صورة و مجتمع تقدر نسبتهم بـ 07.69 %، من الذين أجابوا بـ غير كافية، أما بالنسبة للذين كانت إجابتهم بـ كافية تقدر نسبتهم بـ 02.94 %، أما بالنسبة كافية جدا، لم يجيبوا.

و في الأخير نجد أن الذين أجابوا في تخصص الصحافة العلمية تقدر نسبتهم بـ 07.69 % من الذين أجابوا بـ غير كافية، أما بالنسبة للذين كانت إجابتهم بـ كافية تقدر نسبتهم بـ 02.94 %، أما بالنسبة كافية جدا، لم يجيبوا.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن متغير الجنس بالنسبة للذكور المقدر نسبتهم بـ 66.66 %، على عكس نسبة الإناث المقدرة بـ 13.15 %، في تخصص الصحافة المكتوبة بـ 38.46 %، تليها السمعي البصري بـ 23.07 % ثم وسائل الإعلام والمجتمع بـ 15.38 % بعدها تتفق بقية التخصصات الاتصال السياحي، الصورة والمجتمع، الصحافة العلمية على نسبة 07.69 % في

الفئة العمرية [24 __ 29] بـ 69.23 %، [30 __ 35] بـ 23.07 %، و في الأخير [18 __ 23] بـ 07.69 % . من الذين يرون أن حجم المعلومات التي تلقونها في تربصهم غير كافية حسب وجهة نظرهم أن التربص لم يوفي حاجتهم في تنمية مهاراتهم الإعلامية و أن كل

المعلومات التي تلقونها لم تجب على كل تساؤلاتهم خاصة بالنسبة للذكور في الصحافة المكتوبة الذين يتراوح أعمارهم من 24 إلى 29 سنة، و إشباع حاجتهم الإعلامية كما أنهم ابدوا تحسّرهم على مجموعة من النقاط سنذكر بعض حضرنا منها:

- تحسّرهم على المدة القصيرة التي قضاها في تربصهم.
- إشراف المؤطرين غير مؤهلين عليهم في تربصهم (ليسوا خريج شعبة علوم الإعلام والاتصال).

- عدم توافق بين ما تعلموه في الأكاديمي والممارسة الإعلامية في الميدان جعلهم مابين البينين.

- تعجرف بعض المذيعين مع بعض المتربصين في الأيام الأولى من التربص.

في حين نجد أن نسبة الإناث بـ 78.94 % و نسبة الذكور تقدر بـ 33.33 %، في تخصص وسائل الإعلام و الاتصال بـ 64.70 % و يليها مباشرة الاتصال السياحي بـ 20.58 %، ثم السمي البصري بـ 05.88 %، بعدها تليها بقية التخصصات الصحافة المكتوبة، الصورة والمجتمع، الصحافة العلمية بـ 02.94 %، في الفئة العمرية [24 _ 29] بـ 52.94 %،]

18 _ 23] ب 44.11 % وفي الأخير [30 _ 35] ب 02.94 % من الذين أجابوا على

أن حجم المعلومات التي تلقونها في تربصهم كافية، من وجهة نظرهم أن المعلومات كافية إلى حد ما لأن المعلومات التي تم تلقينها لهم كانت في مدة وجيزة ليست كالتكوين الأكاديمي الذي يسمح لك بالتعلم والتلقين بكم هائل من الأساتذة، والتربص الميداني معلوماته شبه مكمل للكوين الأكاديمي من حيث تعلم أشياء جديدة وحسب رأي البعض الآخر إنها مغامرة ممتعة في مجال تعلم المهارات الإعلامية .

وفي الأخير نجد مفردات قليلة من مجتمع البحث في متغير الجنس الإناث ب 07.89 % في تخصصي وسائل الإعلام و المجتمع ب 66.66 % و الاتصال السياحي ب 33.33 % من الفئة العمرية [24 _ 29] ب 100 % من الذين أكدنا على أن حجم المعلومات التي تلقوها في التربص الميداني كافية جدا، وحسب وجهة نظرهم أن التربص الميداني فتح لهم نافذة في تنمية وصقل مهاراتهم الإعلامية الفطرية و أعطاهن دفعة قوية مما فتح لهم الأفاق وثبت لهم ما يمكن من معلومات مسبقة ونزع عن قلوبهن كل الأمور الغامضة وأجاب عن تساؤلاتهن المبهمة.

الجدول رقم: (14) يتمثل في التربصات والتجارب السابقة لطلبة الإعلام والاتصال

السؤال رقم: (11) هل سبق وأن أجريت تريبا في مؤسسة إعلامية قبل هذا التريبص؟

الإجابة	التكرار	النسبة %
التلفزيون	00	% 00
الإذاعة	34	% 68
الصحافة المكتوبة	16	% 32
المجموع	50	% 100

من خلال تفرغنا للبيانات في الجدول نجد أن نسبة الإجابات ب الإذاعة بنسبة 68%. ونجد أن

الإجابات الصحافة المكتوبة ب نسبة 32 % و في الأخير نجد أن الإجابات التلفزيون بنسبة

00%.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 68 % من الطلبة الذين أجابوا، على أن لهم

تجربة من قبل في مؤسسة إعلامية، بالإذاعة قبل تريبصهم هذا فقد أعطتهم خبرة، في ميدان العمل

الإذاعي وسهلت عليهم التعامل مع المادة الإعلامية وكذا في فن الإلقاء الإذاعي الذي يلعب دور

في بناء شخصية المذيع في الساحة الإعلامية على الصعيدين الداخلي والخارجي في القناة الإذاعية. أما بالنسبة لطلبة الذين كانت تجربتهم الأولى بـ الصحافة المكتوبة، تقدر بنسبة 32 % أكسبتهم خبرة في فنيات التحرير، وتعد الصحافة المكتوبة مدرسة في فنيات التحرير. و في الأخير نجد أن التلفزيون مؤسسة إعلامية غير متاحة، وهذا ما يفسر أن نسبتها تقدر بـ 00 %.

الجدول رقم: (15) يتمثل في التقييم طلبه الإعلام من حيث الرصيد الذي كسبوه في تكوينهم الأكاديمي ومدى قدرته على تلبية حاجتهم في العمل الميداني بالإذاعة.

السؤال رقم: (12) من خلال تربصك هذا هل ترى بأن التكوين النظري يلبي حاجتك في العمل

الإذاعي؟

النسبة %	المجموع	النسبة %	المجموع	لا علاقة		قليلا		كثيرا		الإجابات	المتغيرات
				%	ك	%	ك	%	ك		
%100	50	%24	12	91.66	11	08.33	01	/	/	ذكور	الجنس
		%76	38	52.63	20	44.73	17	02.63	01	إناث	
% 100	50	%32	16	29.03	09	38.88	07	/	/	[23 - 18]	السن
		%60	30	70.96	22	38.88	07	100	01	[29 - 24]	
		%08	04	/	/	22.22	04	/	/	[35 - 30]	
% 100	50	% 52	26	45.16	14	66.66	12	/	/	وسائل الإعلام و المجتمع	التخصص
		% 18	09	09.67	03	27.77	05	100	01	اتصال سياحي	
		% 12	06	16.12	05	05.55	01	/	/	الصحافة المكتوبة	
		% 10	05	16.12	05	/	/	/	/	السمعي البصري	
		% 04	02	06.45	02	/	/	/	/	صورة ومجتمع	
		% 04	02	06.45	02	/	/	/	/	الصحافة العلمية	

من خلال تفرغنا للبيانات في الجدول نجد أن نسبة الإجابات في متغير الجنس بالنسبة لذكور

08.33%، بالنسبة للذين أجابوا بـ **قليلًا**، أما بالنسبة للذين كانت إجابة بـ **لا علاقة** تقدر

بـ **91.66%**. أما بالنسبة للإجابة بـ **كثيرًا** لم يجيبوا عليها.

أما بالنسبة للإناث نجد **02.63%**، بالنسبة اللاتي أجبن بـ **كثيرًا**، في حين أن اللاتي أجبن بـ

قليلًا تقدر نسبتهم بـ **44.73%**، وفي الأخير نجد اللاتي أجبن بـ **لا علاقة** تقدر نسبتهم بـ

52.63%.

أما بالنسبة لمتغير السن نجد الذين تتراوح أعمارهم من **[18 - 23]** تقدر نسبتهم بـ **38.88**

%، الذين أجابوا بـ **قليلًا**، ومن نفس الفئة التي كانت إجابتهم بـ **لا علاقة** تقدر نسبتهم بـ

70.96%. أما بالنسبة للإجابة بـ **كثيرًا** لم يجيبوا عليها.

أما بالنسبة الذين تتراوح أعمارهم من [24 - 29] تقدر بـ 100 %، الذين أجابوا بـ كثيرا، ونفس الفئة التي كانت إجابتهم بـ قليلا تقدر نسبتهم بـ 38.88 %. ونفس الفئة التي كانت إجابتهم بـ لا علاقة تقدر نسبتهم بـ 70.96 %.

وفي الأخير بالنسبة للذين أعمارهم تفوق [30 - 35]. تقدر نسبتهم بـ 04.87 %، في الإجابة بـ: نعم، أما الذين أجابوا بـ لا، تقدر نسبتهم بـ 22.22 %.

أما بالنسبة لمتغير التخصص نجد وسائل الإعلام و المجتمع بنسبة 66.66 %، من الذين أجابوا بـ قليلا، أما بالنسبة للذين كانت إجابتهم بـ لا علاقة تقدر بـ 45.16 %. أما بالنسبة لإجابة بـ كثيرا، لم يجيبوا عليها.

وتخصص الاتصال السياحي تقدر نسبتهم بـ 100 %، من الذين أجابوا بـ كثيرا، أما بالنسبة للذين كانت إجابتهم بـ قليلا تقدر بـ 27.77 %. أما بالنسبة للذين كانت إجابتهم بـ لا علاقة تقدر بـ 09.67 %.

أما بالنسبة لتخصص الصحافة المكتوبة بنسبة 05.55 %، من الذين أجابوا بـ قليلا، أما بالنسبة للذين كانت إجاباتهم بـ لا علاقة تقدر بـ 16.12 % . أما بالنسبة لإجابة بـ كثيرا، لم يجيبوا عليها.

أما بالنسبة لتخصص السمعى البصري تقدر نسبتهم بـ 16.12 %، من الذين أجابوا بـ لا علاقة، أما بالنسبة لإجابتي كثيرا و قليلا، لم يجيبوا عليها.

أما بالنسبة لتخصص صورة ومجتمع تقدر نسبتهم بـ 06.45 %، من الذين أجابوا بـ لا علاقة، أما بالنسبة لإجابتي كثيرا و قليلا، لم يجيبوا عليها.

أما بالنسبة لتخصص الصحافية العلمية تقدر نسبتهم بـ 06.45 %، من الذين أجابوا بـ لا علاقة، أما بالنسبة لإجابتي كثيرا و قليلا، لم يجيبوا عليها.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن الذكور بـ 91.66 % على عكس الإناث اللاتي تقدر

نسبتهم بـ 52.63 % في وسائل الإعلام والمجتمع بـ 45.16 % ثم تليها كل من الصحافة

المكتوبة، السمعى البصري بـ 16.12 % وكذا تخصصي الصورة والمجتمع، الصحافة العلمية

بـ 06.45 % من الفئة العمرية [24 _ 29] بـ 70.96 %، [18 _ 23] بـ 29.03 %

يرون أن لا علاقة للتكوين النظري بالعمل الإذاعي، فالتكوين النظري يصب في واد والعمل

الإذاعي في واد آخر ولا يوجد بينهم جسر التوافق بينهما، وحسب وجهة نظرهم أن التكوين النظري

لا يلبي حاجتنا في العمل الإذاعي و لا هذا الأخير يكمل تكويننا النظري ولا نعلم أين هو الخلل

هل في المادة العلمية التي نتلقاها في التكوين النظري؟ أم في المشرفين على العمل الميداني

بالإذاعة؟ و السبب يعود حسب وجهة نظرهم إلى مجموعة من النقاط سنذكر ما حضرنا منها فقط:

- عدم توافق الوزارتين (التعليم العالي، وزارة الاتصال) على برنامج دراسي يتوافق وسوق

الشغل في الجزائر.

- المشرفون في العمل الميداني بالإذاعة غير المؤهلين (لا يملكون شهادات في

الاختصاص إعلام واتصال).

- لا توجد اتفاقية بين الجامعة ومؤسسة الإعلامية الإذاعية و التلفزيونية.

- عدم وجود تحفيزات من الجامعة وفتح دورات تكوينية في مجال التقديم الإذاعي لطلبة

الذين يملكون الموهبة

- عدم وجود أساتذة متابعين من التكوين الأكاديمي إلى العمل الميداني أثناء التكوين

النظري.

في حين نجد أن الإناث بـ 44.73 %، على رأي لتخصصات الأخرى في هذه الإجابة. من الفئة

العمرية الممتدة من 18 إلى 29 بنفس النسبة المئوية بـ 38.88 % وليس ببعيد فالفئة العمرية

الكبرى [30 _ 35] نجدها بـ 22.22 % حسب وجهة نظرهم أن الرصيد الذي كسبوه في

التكوين النظري يلبي حاجتهم في العمل الميداني بالإذاعة بصفة قليلة فقط ، فالرصيد النظري

المكتسب هو بالنسبة لهم كضوء الشمعة في ظلام كاسح ليس إلا، و أن عليهم اجتهاد لتحقيق

أكبر قدر من المهارات الإعلامية في كل مرة يقومون فيها بتربص ميداني أو أي فرصة تسمح لهم

بزيارة الإذاعة لتعلم ما ينقصها من مهارات إعلامية. و في الأخير نجد أن الطلبة الذين يرون أن

ما كسبوه في الأكاديمي يخدمهم ويلبي حاجتهم بالعمل الميداني يتمثل في طالبة بـ 02.63 %

في الاتصال السياحي بـ 100% و يتراوح سنها من [24 _ 29] بـ 100 % نجد أنها شاذة

الدراسة يؤخذ بها ولا يقاس عليها مفردة واحدة من مجموع عينة الدراسة المقدره 50 مفردة.

الجدول رقم: (16) يتمثل في تقييم طلبة الإعلام لتنظيم الإداري بالإذاعة من خلال التربص.

السؤال رقم: (13) كيف تقييم تربصك في الإذاعة؟

النسبة %	التكرار	الإجابة
20 %	10	جيد
72 %	36	مقبول
08 %	04	سيء
100 %	50	المجموع

من خلال تفرغنا للبيانات في الجدول نجد أن نسبة الإجابات بـ مقبول بنسبة 72%. ونجد أن

الإجابات جيد بنسبة 20 % و في الأخير نجد أن الإجابات سيء بنسبة 08%.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 72 % من الطلبة الذين كانت إجاباتهم، على تقييمهم لتربصهم في القناة الإذاعية مقبول، وذلك عائد لكونهم وجدوا أنفسهم في منتصف الطريق لا هم متمكنين من المهارات الإعلامية ، في الأكاديمي الذي بدوره لا يكون الطلبة إعلاميا وفق ما يتماشى والعمل الميداني، و لا هم مؤهلين للعمل في الإذاعة بما يملكون من معلومات مهنية. أما بالنسبة للذين كانت إجاباتهم جيد، تقدر نسيبتهم بـ 20% لأنه بالنسبة لهم أول تجربة في الإذاعة وأنهم يحاولون مقارنة المهارات الإعلامية في التكوين الأكاديمي هي مهارات جامدة ليس لها روح الممارسة و هذا التربص سمح لهم برؤية المهارات الإعلامية في مكانها الميداني. و في الأخير نجد بعض الطلبة الذين كانت إجاباتهم على أن تربصهم كان سيء، وقدرت نسيبتهم بـ 08 % وهذا راجع لعدم تأقلمهم والجو بالإذاعة وأنهم لا يملكون أدنى فكرة على المهارات الإعلامية في الإذاعة.

المحور الثالث

بيئة العمل الإذاعي بعد التربص تساهم في إكساب الطالب طموح الالتحاق بالإذاعة.

الجدول رقم: (17) يتمثل في الطموح والهدف من التكوين الأكاديمي و متابعته بالتريصات الميدانية على أمر الواقع حتى يتسنى للطلبة الإعلام مواكبة التطور التكنولوجي الحاصل في مجال الإعلام.

السؤال رقم: (14) هل لديك طموح الالتحاق بالإذاعة بعد تربيك هذا؟

النسبة %	المجموع	النسبة %	المجموع	لا		نعم		الإجابات	
				النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	المتغيرات	
%100	50	%24	12	% 41.66	05	% 58.33	07	ذكور	الجنس
		%76	38	% 10.52	04	% 89.47	34	إناث	
%100	50	%32	16	% 44.44	04	%29.26	12] 23 - 18]	السن
		%60	30	% 33.33	03	%65.85	27] 29 - 24]	
		%08	04	% 22.22	02	%04.87	02] 35 - 30]	
%100	50	% 52	26	/	/	%63.41	26	وسائل الإعلام و المجتمع	التخصص
		% 18	09	% 11.11	01	%19.51	08	اتصال سياحي	
		% 12	06	% 22.22	02	%09.75	04	الصحافة المكتوبة	
		% 10	05	% 55.55	05	/	/	السمعي البصري	
		% 04	02	% 11.11	01	%02.43	01	صورة ومجتمع	
		% 04	02	/	/	%04.87	02	الصحافة العلمية	

من خلال تفرغنا للبيانات في الجدول نجد أن نسبة الإجابات في متغير الجنس بالنسبة لذكور

58.33%، بالنسبة للذين أجابوا ب نعم، أما بالنسبة للذين كانت إجابة ب لا تقدر ب 41.66%.

أما بالنسبة للإناث نجد 89.47%، بالنسبة اللاتي أجبن ب نعم في حين أن اللاتي أجبن ب لا

تقدر نسبتهن ب 10.52%.

أما بالنسبة لمتغير السن نجد الذين تتراوح أعمارهم من [18 – 23] تقدر ب 29.26%، الذين

أجابوا ب نعم، ومن نفس الفئة التي كانت إجابتهم ب لا تقدر نسبتهم ب 44.44%.

أما بالنسبة الذين تتراوح أعمارهم من [24 – 29] تقدر ب 65.85%، الذين أجابوا ب نعم،

ونفس الفئة التي كانت إجابتهم ب لا تقدر نسبتهم ب 33.33%.

وفي الأخير بالنسبة للذين أعمارهم تفوق [30 – 35]. تقدر نسبتهم ب 04.87%، في الإجابة

ب نعم، أما الذين أجابوا ب لا، تقدر نسبتهم ب 22.22%.

أما بالنسبة لمتغير التخصص نجد وسائل الإعلام و المجتمع بنسبة 63.41%، من الذين أجابوا

ب نعم، أما بالنسبة لإجابة ب لا، لا نسبة لها.

وتخصص الاتصال السياحي تقدر نسبتهم بـ 19.51 %، من الذين أجابوا بـ نعم، أما بالنسبة للذين كانت إجابتهم بـ لا تقدر بـ 11.11 %.

كما نجد أن تخصص الصحافة المكتوبة تقدر بـ 09.75 %، من الذين أجابوا بـ نعم، أما بالنسبة للذين كانت إجابتهم بـ لا تقدر بـ 22.22 %.

أما بالنسبة لتخصص السمع البصري تقدر نسبتهم بـ 55.55 %، من الذين أجابوا بـ لا، ولا نسبة لهم في الإجابة بـ نعم.

كما نجد أن تخصص صورة ومجتمع تقدر بـ 02.43 %، من الذين أجابوا بـ نعم، أما بالنسبة للذين كانت إجابتهم بـ لا تقدر بـ 11.11 %.

وفي الأخير بالنسبة لتخصص الصحافية العلمية تقدر نسبتهم بـ 04.87 %، من الذين أجابوا بـ لا، ولا نسبة لهم في الإجابة بـ نعم

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن متغير الجنس بالنسبة للإناث بـ 89.47 %، و الذكور

بـ 58.33 % في وسائل الإعلام و المجتمع بـ 63.41 % و يليها الاتصال السياحي بـ 19.51

% ثم الصحافة المكتوبة بـ 09.75 %، الصحافة العلمية بـ 04.87 % و في الأخير نجد الصورة والمجتمع بـ 02.43 % في الفئة العمرية [24 _ 29] بـ 65.85 %، [18 _ 23] بـ 29.26 %، [30 _ 35] بـ 04.87 % . من الذين أجابوا بنعم لديهم الطموح للالتحاق بالإذاعة بعد تربصهم هذا، حسب رأيهم الخاص أن التربص فتح لهم الأفق من خلال المذيعين، كما قال (وليد الحسن الحديثي) " فن الإلقاء هو النطق بلغة مفهومة فيها من اللباقة و الوضوح ما يميزه عن الحديث العادي"، يجعل كل متربص يمتلك تلك الجودة العالية في الإلقاء و التقديم لتحقيق هدفه كمذيع في القناة الإذاعية.

فحين نجد أن الذين كانت إجابتهم بـ لا ليس لديهم الرغبة في الالتحاق بالإذاعة بعد التربص بالنسبة للذكور بـ 41.66 %، الإناث بـ 10.52 % في السمي البصري بـ 55.55 %، تليها الصحافة المكتوبة بـ 22.22 % و في الأخير تخصصي الاتصال السياحي، الصورة و المجتمع بـ 11.11 % من الفئة العمرية [18 _ 23] بـ 44.44 %، [24 _ 29] بـ 33.33 %، [30 _ 35] بـ 22.22 % حسب رأيهم أن الإذاعة ليست حلم بالنسبة إليهم و إنما التربص كان مجرد فضول و محاولة منهم معرفة ما يدور في الإذاعة و كيف تُصنع المادة

الإعلامية وتنتج في الإذاعة وقد حققوا ما أرادوا من هذا التربص، كما تضمّر بعضهم من التربص و صرح قائلاً كان مجرد مضيع للوقت لا أكثر و لا يوجد إعلام في الجزائر لا في السمي و لا في السمي البصري، و قدر عدد هؤلاء بـ 09 مفردات من عينة الدراسة.

الجدول رقم: (18) يتمثل في تقييم طلبة الإعلام للعمل الإذاعي خلال التربص الميداني.

السؤال رقم: (15) كيف ترى العمل الإذاعي بعد التربص الميداني؟

المتغيرات	الإجابات		جيد		حسن		مقبول		المجموع	النسبة %
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
الجنس	ذكور	/	/	10	83.33	02	16.66	12	24	100%
	إناث	13	34.21	18	47.36	07	18.42	38	76	
السن	[18 - 23]	06	46.15	07	25	03	33.33	16	32	
	[24 - 29]	07	53.84	17	60.71	06	66.66	30	60	
	[30 - 35]	/	/	04	14.28	/	/	04	08	
								50	100%	

% 100	50	% 52	26	84.61	11	50	14	11.11	01	وسائل الإعلام و المجتمع	التخصص
		% 18	09	/	/	21.42	05	33.33	03	اتصال سياحي	
		% 12	06	15.38	02	10.71	03	11.11	01	الصحافة المكتوبة	
		% 10	05	/	/	17.85	05	/	/	السمعي البصري	
		% 04	02	/	/	/	/	22.22	02	صورة ومجتمع	
		% 04	02	/	/	/	/	22.22	02	الصحافة العلمية	

من خلال تفرغنا للبيانات في الجدول نجد أن نسبة الإجابات في متغير الجنس بالنسبة لذكور

83.33%، بالنسبة للذين أجابوا بـ **حسن**، أما بالنسبة للذين كانت إجابة بـ **مقبول** تقدر بـ **16.66%**

%. أما بالنسبة للإجابة بـ **جيد** لم يجيبوا عليها.

أما بالنسبة للإناث نجد **34.21%**، بالنسبة اللاتي أجبن بـ **جيد**، في حين نجد أن اللاتي أجبن

بـ **حسن** تقدر نسبتهم بـ **47.36%**، وفي الأخير نجد اللاتي أجبن بـ **مقبول** تقدر نسبتهم

بـ **18.42%**.

أما بالنسبة لمتغير السن نجد الذين تتراوح أعمارهم من [18 - 23] تقدر نسبتهم بـ 46.15%، الذين أجابوا بـ جيد، ومن نفس الفئة التي كانت إجابتهم بـ حسن تقدر نسبتهم بـ 25%. أما بالنسبة للذين كانت إجابتهم بـ مقبول تقدر نسبتهم بـ 33.33%.

أما بالنسبة الذين تتراوح أعمارهم من [24 - 29] تقدر بـ 53.84%، الذين أجابوا بـ جيد، ونفس الفئة التي كانت إجابتهم بـ حسن تقدر نسبتهم بـ 60.71%. ونفس الفئة التي كانت إجابتهم بـ مقبول تقدر نسبتهم بـ 66.66%.

وفي الأخير بالنسبة للذين أعمارهم تفوق [30 - 35]. تقدر نسبتهم بـ 14.28%، في الإجابة بـ حسن، أما الإجابتين جيد و مقبول، لم يجيبوا عليها.

أما بالنسبة لمتغير التخصص نجد وسائل الإعلام و المجتمع بنسبة 11.11%، من الذين أجابوا بـ جيد، أما بالنسبة للذين كانت إجابتهم بـ حسن تقدر بـ 50%. أما بالنسبة للذين أجابوا بـ مقبول، تقدر نسبتهم بـ 84.61%.

وتخصص الاتصال السياحي تقدر نسبتهم بـ **33.33%**، من الذين أجابوا بـ **جيد**، أما بالنسبة

للذين كانت إجاباتهم بـ **حسن** تقدر بـ **21.42%**. أما بالنسبة لإجابة **مقبول** لم يجيبوا عليها.

أما بالنسبة لتخصص الصحافة المكتوبة بنسبة **11.11%**، من الذين أجابوا بـ **جيد**، أما بالنسبة

للذين كانت إجاباتهم بـ **حسن** تقدر بـ **10.71%**. أما بالنسبة للذين أجابوا بـ **مقبول**، تقدر نسبتهم

بـ **15.38%**.

أما بالنسبة لتخصص السمعى البصري تقدر نسبتهم بـ **17.85%**، من الذين أجابوا بـ **حسن**،

أما بالنسبة لإجابتي **جيد** و **مقبول**، لم يجيبوا عليها.

أما بالنسبة لتخصص صورة ومجتمع تقدر نسبتهم بـ **22.22%**، من الذين أجابوا بـ **جيد**، أما

بالنسبة لإجابتي **حسن** و **مقبول**، لم يجيبوا عليها.

أما بالنسبة لتخصص الصحافية العلمية تقدر نسبتهم بـ **22.22%**، من الذين أجابوا بـ **جيد**، أما

بالنسبة لإجابتي **حسن** و **مقبول**، لم يجيبوا عليها.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه من متغير الجنس بالنسبة للذكور 83.33 %، الإناث بـ 47.36 % في وسائل الإعلام و المجتمع بـ 50 % و يليها الاتصال السياحي بـ 21.42 % ثم السمي البصري بـ 17.85 % و في الأخير الصحافة المكتوبة بـ 10.71 %، من الفئة العمرية [24 __ 29] بـ 60 %، [18 __ 23] بـ 25 %، [30 __ 35] بـ 14.28 %.

حسب وجهة نظرهم بعد التربص أن العمل الإذاعي حسن وهذا راجع لعدم توافق بين ما اكتسبوه في النظري و ما حصلوه في الميدان فنجدهم بين الأمرين وأي الوجهتين سيتخذون النظري الذي لا يخدمهم في الميداني، و المشرفون على التربص الميداني غير مؤهلين، وليسوا من ذوي الاختصاص ، فالتربص بالنسبة لهم كومضة إخبارية منهم من يحضا بفرصة أخرى.

في حين نجد نسبة الإناث بـ 34.21 % في تخصص الاتصال السياحي بـ 33.33 % ثم يليه تخصصي الصورة و المجتمع، الصحافة العلمية بـ 22.22 % و في الأخير كل من وسائل الإعلام و المجتمع، الصحافة المكتوبة بـ 11.11 % من الفئة العمرية الوسطى بـ 53.84 % والفئة العمرية الأولى بـ 46.15 %، حسب وجهة نظرهن أن العمل الإذاعي جيد ذلك أنهن يملكون مهارات الإعلامية بالفطرة فهن ميالات للعمل في الإذاعة، وأن العمل الإذاعي هو

الإحساس بالوسيلة الإعلامية والانصهار فيها أثناء تأدية العمل فحب العمل يجعل الفرد يبذل في خياله ويصنع من المستحيل حلولا لكل ما هو صعب ويذل الطبيعة لخدمة الفرد و الإنسانية فالعمل الإذاعي هو توصيل الرسالة إلى المرسل عبر وسيلة إعلامية متاحة للجميع، بالإذاعة نستطيع دخول قلوب الجميع و الولوج في بيوت السيدات ومشاركتهن أفكارهن بفتح معهن أبواب من الحوارات في شتى المواضيع التي هن بصدد سماعها وبالإذاعة نكسر الهدوء ونفك العزلة ونخاطب الكبير والصغير الأعمى والبصير.

وفي الأخير نجد نسب متقاربة تماما بين الجنسين الإناث بـ 18.42 %، الذكور بـ 16.66 % في وسائل الإعلام و المجتمع بـ 84.61 % و تليه الصحافة المكتوبة بـ 15.38 % في الفئة العمرية [24 _ 29] بـ 66.66 %، [18 _ 23] بـ 33.33 %. حسب رأيهم بعد التربص أن العمل الإذاعي مقبول إلى حدّ ما، ذلك أن العمل الإذاعي لا يستهويهم، فهم يميلون إلى وسائل إعلامية أخرى، فهؤلاء لا يملكون المهارات الإعلامية بالفطرة ولا مكتسبة لهذا لا يعجبهم العمل الإذاعي و لا يستهويهم.

الجدول رقم: (19) يتمثل في العمل للممارسة الإعلامية ومدى انجذاب الطلبة الإعلام

المعنيين بالتربص للعمل الإذاعي.

السؤال رقم: (16) هل بيئة العمل الإذاعي تجذبك للممارسة الإعلامية في الإذاعة؟

النسبة %	المجموع	النسبة %	المجموع	لا		نعم		الإجابات	
				النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	المتغيرات	
%100	50	%24	12	%41.66	05	%58.33	07	ذكور	الجنس
		%76	38	/	/	% 100	38	إناث	
%100	50	%32	16	% 20	01	%33.33	15] 23 - 18]	السن
		%60	30	% 60	03	% 60	27] 29 - 24]	
		%08	04	% 20	01	%06.66	03] 35 - 30]	
%100	50	%52	26	/	/	%57.77	26	وسائل الإعلام و المجتمع	التخصص
		%18	09	/	/	%20	09	اتصال سياحي	
		%12	06	/	/	%13.33	06	الصحافة المكتوبة	
		%10	05	% 100	05	/	/	السمعي البصري	

		04%	02	/	/	04.44%	02	صورة ومجتمع
		04%	02	/	/	04.44%	02	الصحافة العلمية

من خلال تفريغنا للبيانات في الجدول نجد أن نسبة الإجابات في متغير الجنس بالنسبة لذكور

58.33%، بالنسبة للذين أجابوا بـ نعم، أما بالنسبة للذين كانت إجابة بـ لا تقدر بـ 41.66%.

أما بالنسبة للإناث نجد 100%، بالنسبة اللاتي أجبن بـ نعم في حين أن الإجابة بـ لا لم يجبن

عليها.

أما بالنسبة لمتغير السن نجد الذين تتراوح أعمارهم من [18 - 23] تقدر بـ 33.33%،

الذين أجابوا بـ نعم، ونفس الفئة التي كانت إجابتهم بـ لا تقدر نسبتهم بـ 20%.

أما بالنسبة الذين تتراوح أعمارهم من [24 - 29] تقدر بـ 60%، الذين أجابوا بـ نعم، ونفس

الفئة التي كانت إجابتهم بـ لا تقدر نسبتهم بـ 60%.

وفي الأخير بالنسبة للذين أعمارهم تفوق [30 - 35]. تقدر نسبتهم بـ 06.66%، ونفس

الفئة التي كانت إجابتهم بـ لا تقدر نسبتهم بـ 60%.

أما بالنسبة لمتغير التخصص نجد وسائل الإعلام و المجتمع بنسبة 57.77 %، من الذين أجابوا

ب نعم، ولا نسبة لهم في الإجابة ب لا.

وتخصص الاتصال السياحي تقدر نسبتهم ب 20 %، من الذين أجابوا ب نعم، ولا نسبة لهم في

الإجابة ب لا.

كما نجد أن تخصص الصحافة المكتوبة تقدر ب 13.33 %، من الذين أجابوا ب نعم، ولا نسبة

لهم في الإجابة ب لا.

أما بالنسبة لتخصص السمعي البصري تقدر نسبتهم ب 100 %، من الذين أجابوا ب لا، ولا نسبة

لهم في الإجابة ب نعم.

وفي الأخير بالنسبة لتخصصي الصورة والمجتمع، الصحافية العلمية يتفان على نفس النسبة

المئوية والتي تقدر ب 04.44 %، من الذين أجابوا ب نعم، ولا نسبة لهم في الإجابة ب لا.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن متغير الجنس بالنسبة للإناث ب 100 % على عكس الذكور

ب 58.33 % في وسائل الإعلام و المجتمع ب 57.77 % يليها الاتصال السياحي ب 20 % ثم

الصحافة المكتوبة بـ 13.33 % وفي الأخير تخصصي الصورة و المجتمع، والصحافة العلمية
بـ 04.44 % من الفئة العمرية [24 _ 29] بـ 60 %، [18 _ 23] بـ 33.33 % و
في الأخير [30 _ 35] بـ 06.66 % حسب وجهة نظرهم أن بيئة العمل في القناة الإذاعية
تجذبهم للممارسة الإعلامية فهي ممتازة بالنسبة لطلبة الذين لديهم طموح الالتحاق بالعمل فيها،
فهي أرض خصبة للأفكار فيها تنمو وتتطور لأن الإذاعة تُعلم و تكسب المهارات الفنية، هي
فضاء حر في حرية الرأي و التعبير فيها تتعلم حلو الكلام و إدارة الحوار مع الكبير والصغير،
فيها تكسب قلوب الجميع بالكلام الحلو و الرزين فيها تتعلم مخارج الحروف وتمرن أذنك على
استماع للأصوات العذبة من خلال فن الأداء و الإلقاء و التقديم وتتعلم رزانة الكلام، تتعلم احترام
الحروف وعلامات الوقف في الكلام فيها كيف تذوب بين معاني الألفاظ.

في حين نجد نسبة الذكور بـ 41.66 % في السمعي البصري بـ 100 % من الفئة العمرية [24 _ 29] بـ 40 % والفئتين العمرية الصغرى والكبرى تتفق على النسبة المئوية بـ 20 %
حسب وجهة نظرهم أن بيئة العمل الإذاعي لا تجذبهم للممارسة الإعلامية في الإذاعة و يعود

السبب إلى حساسيتهم من المذيعين الغير المؤهلين، وليسوا أهل الاختصاص، كما أن مفردات السمعى البصرى لا يستهويهم العمل فى الإذاعة ولا بيئة العمل الإذاعى.

الجدول رقم: (20) يتمثل فى تقييم طلبة الإعلام للعمل الإذاعى داخل قاعة التحرير و أستوديو الإذاعة.

السؤال رقم: (17) ما هو تقييمك للعمل الإذاعى داخل الإذاعة بصفة عامة؟

الإجابة	التكرار	النسبة %
جيد	12	% 24
حسن	38	% 76
سئء	00	% 00
المجموع	50	% 100

من خلال تفرغنا للبيانات في الجدول نجد أن نسبة الإجابات ب حسن بنسبة 76%. ونجد أن الإجابات جيد بنسبة 24 % و في الأخير نجد أن الإجابات سيء بنسبة 00%.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 76 % من الطلبة الذين كانت إجاباتهم، على تقييمهم لتربصهم في القناة الإذاعية من خلال فنيات التحرير حسن وذلك راجع إلى عدم توافق وتكافئ القدرات فنجد أن العمل في الإذاعة قائم على فنيات تحرير وقوانين خاصة بهم غير التي تم تلقينها في الأكاديمي واستخدامهم لتقنيات خاصة لم نتطرق لها في الأكاديمي مثل المسجلات ذات الجودة العالية، كما نجد أن معظم موظفيها غير خريجي الإعلام والاتصال، أما الذين أجابوا ب جيد تقدر نسبتهم ب 24 % تتمثل في الذين لديهم موهبة وحس إعلامي موروث ولديهم قابلية التعلم بسرعة وسرعة البديهة والتفاعل مع التقنية الحديثة. وفي الأخير لا نجد إجابات في تقييم الطلبة ب سيء.

الجدول رقم: (21) يتمثل في الأعمال المنجزة من طرف طلبة الإعلام أثناء تواجدهم في الإذاعة خلال تربصهم.

السؤال رقم: (18) هل قمت بالمساهمة في إعداد عمل إذاعي أثناء التبرص؟

الإجابة	التكرار	النسبة %
نعم	31	62 %
لا	19	38 %
المجموع	50	100 %

من خلال تفريغنا للبيانات في الجدول نجد أن نسبة الإجابات بـ نعم بنسبة 62 % . ونجد أن

الإجابات من لا بنسبة 38 % .

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 62 % من الطلبة الذين كانت إجاباتهم، بـ نعم قاموا

بأعمال في الإذاعة وتم تثمين تبرصهم بعمل تذكاري في غرفة التسجيل وذلك يعود لأنهم كانوا من

الدفعات الأولى لهذا الموسم فكانت لهم فرصة التجربة على أمر الواقع في أستوديو المخصص

للتسجيل. على غرار الطلبة الآخرين الذين كانت إجاباتهم بـ لا تقدر بنسبة 38 % هؤلاء لم

يحالفهم الحظ لتجربة أدائهم على أمر الواقع في الأستوديو المخصص للتسجيل، لظروف تخص الإذاعة وهذا الأمر خارج نطاق الطلبة المعنيين بالترخيص.

الجدول رقم: (22) يتمثل في طبيعة العمل الذي قام بإعداده الطالب المترخص داخل القناة الإذاعية في غرفة التسجيل.

السؤال رقم: (19) ما طبيعة هذا الموضوع؟

النسبة %	التكرار	الإجابة
35.48 %	11	تسجيل صوتي
51.61 %	16	إعداد رپورتاج
03.22 %	01	إعداد حصة
09.67 %	03	إدارة مقابلة

المجموع	31	% 99.99
---------	----	---------

من خلال تفرغنا للبيانات في الجدول نجد أن الإجابات في إعداد ريبورتاج بنسبة **51.61 %**.
ونجد أن إجابات الطلبة في تسجيل صوتي بنسبة **35.48 %**. ونجد أن إجابات الطلبة في إدارة مقابلة بنسبة **09.67 %**. وفي الأخير نجد أن إجابات الطلبة في إعداد حصة بنسبة **03.22 %**.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة **51.61 %** من الطلبة الذين كانت إجاباتهم، على إعداد ريبورتاج، وذلك عائد إلى الأعمال الموكلة إليهم في فنيات التحرير للسنة الماضية، تم صياغة وإعادة تسجيل أعمالهم على أنه عمل منجز وتم تجسيده على أمر الواقع وتسجيله في أستوديو الإذاعة نظرا لضيق الوقت في التبرص. أما بالنسبة للذين كانت إجاباتهم على تسجيل صوتي، تقدر نسبتهم بـ **35.48 %**، فتتمثل في كل عمل إذاعي غير الذي ذكر تم تسجيله في الأستوديو من طرف الطلبة ويعد تجربة بالنسبة إليهم فقد يكون تعليق رياضي أو تقديم موجز إخباري. أما بالنسبة للذين كانت إجاباتهم تقتصر على إدارة مقابلة، تقدر نسبتهم بـ **09.67 %**.

وتعود قلة هذه النسبة إلى صعوبة القيام بإعدادها لأنها تتطلب عمل جماعي وجهد فكري في اختيار شخصية تخدم الموضوع وإعداد أسئلة مناسبة للموضوع ولشخصية المحاور، أما بالنسبة للذين كانت إجاباتهم على إعداد حصة، تقدر نسبتهم بـ 03.22 % . وهي الأخرى تتطلب من المذيع البحث في الموضوع والاستدلال بشواهد حية، ومعلومات دقيقة واستشارة أهل الاختصاص في الموضوع المعالج في الحصة.

الجدول رقم: (23) يتمثل في نجاح العمل الإذاعي لكل طالب قام بإعداد موضوع ما في القناة الإذاعة أثناء تربيته.

السؤال رقم: (20) هل لاقى هذا العمل نجاحا؟

النسبة %	التكرار	الإجابة
58.06 %	18	نعم
41.93 %	13	لا
99.99 %	31	المجموع

من خلال تفرغنا للبيانات في الجدول نجد أن نسبة الإجابات ب نعم بنسبة **58.06 %**. ونجد أن الإجابات من لا ب نسبة **41.93 %**.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة **58.06 %** من الطلبة الذين كانت إجاباتهم، ب نعم قاموا بأعمال في الإذاعة وكانت ناجحة تستحق البث عبر الأثير الإذاعي، تم تسجيلها وتسليمها لأصحابها يعني الطلبة المتربصين، نجد أن بعض من الطلبة المتربصين من كان ذكيا و قام بإدارة حوار مع زملائه في الفوج على أنهم شخصيات بارزة وقام بمحاورتهم كسب مهارة الاستماع والأخذ والرد معهم في موضوع يخدم الجمهور المستمع وتسجيلها في الأستوديو على أنه عمل تذكاري. أما بالنسبة للذين كانت إجاباتهم ب لا تقدر نسبتهم ب **41.93 %** هؤلاء الطلبة التي لم تنجح أعمالهم كانت بالنسبة لهم أول تجربة ولكنهم استفادوا من النصائح المقدمة لهم من طرف المذيعين الذين أشرف على تربصهم، لا نقول عليهم بأنهم لم ينجحوا فهم مازالوا في بداية الطريق.

مناقشة الفرضيات الدراسة.

الفرضية الأولى: تحققت الفرضية الأولى المتمثلة في تساهم الإذاعة المحلية باعتبارها إحدى

وسائل الإعلام بشكل كبير في تنمية المهارات الإعلامية لطلبة الإعلام والاتصال. ويتجلى ذلك

في الإجابات التي حصلنا عليها من طرف المبحوثين فنجد أن كل مفردات الدراسات من العينة

المدرسة هم مهتمين بالإذاعة كوسيلة إعلامية المقدره نسبتهم بـ 100%، ضف إلى ذلك نجد في

كل من السؤال الثالث المتمثل في: قيام الإذاعة المحلية بصقل المهارات الإعلامية الموروثة بنسبة

54 % للإجابة بـ كثيرا، 06 % للإجابة بـ كثيرا جدا من عدد الإجمالي يعني أن 60 % من

الطلبة الذين يرون أن الإذاعة المحلية تساهم في تنمية وصقل مهاراتهم الإعلامية الموروثة

وتكملها وتزيدها خبرة والتطور على القدرات التي يمتلكها كل طالب في مجال الإعلام الإذاعي.

ونجد أيضا السؤال الخامس المتمثل في: الدور الذي تلعبه الإذاعة المحلية في تطوير المهارات

الإعلامية المكتسبة للطلبة الإعلام والاتصال بنسبة تقدر بـ 82 % من مفردات مجتمع الدراسة

المجيبين بـ نعم. كما أن الإجابات في السؤال السادس من المحور الأول المتمثل في: رضا أو

عدم رضا طلبة الإعلام و الاتصال على ما تلقوه من القائمين بالاتصال في الإذاعة؟ المقدره بـ

78 %، على صدق الفرضية. وفي الأخير نجد السؤال الرابع المتمثل في: مساهمة الإذاعة

المحلية في تنمية الرصيد المعرفي لطلبة الإعلام والاتصال؟ فنجد الإجابات هنا متوسطة لا هي مؤيدة ولا معارضة ومنه يتضح لنا أن نسبة الطلبة الذين يرون أن الإذاعة تنمي رصيدهم بـ نوعاً ما تقدر بـ 58% وتليها كثيراً جداً بـ 30%، أما الإجابات التي نفت أن الإذاعة لا تنمي رصيدهم المعرفي تقدر بـ 12%، مما يؤكد على أن النتيجة المحصل عليها في هذا السؤال هي نقطة إيجابية في صالح صدق ثبات الفرضية بعد الدراسة التي قمنا بها.

الفرضية الثانية: لم تتحقق الفرضية الثانية المتمثلة في التربص الميداني يكمل التكوين النظري.

ويتضح ذلك جلياً في السؤال السادس المتمثل في هل يلبي التكوين النظري حاجة الطالب في العمل الميداني بعد التربص الذي قام به، فنجد 62% من الذين نفوا تماماً وكانت إجاباتهم بـ لا علاقة لتكوين النظري بالتربص الميداني (العمل الميداني بالإذاعة)، ثم تليها الإجابة بـ قليلاً المقدر بـ 36% من المجموع الكلي، يعني أن 98% من الذين وجدوا أن التكوين النظري لا يلبي حاجتهم في العمل الإذاعي، ويؤكد هذه الفكرة كل من:

• **السؤال الثاني** الذي يقول: أن كل ما يتلقاه طلبة الإعلام والاتصال في التكوين الجامعي

يتطابق وما يمارسونه في التربص الميداني بالإذاعة؟، نجد أن 34 مفردة من مجتمع

البحث في الدراسة تنفي تطابق التكوين النظري بالتربص الميداني و يظهر ذلك جليا في

النسبة المئوية المقدرة بـ 68 %.

• ضف إلى ذلك السؤال الثالث المتمثل في: هل العمل الإذاعي قائم في تحرير الأخبار

والتقارير الإخبارية على الطريقة الأكاديمية؟ و هنا نجد أن مفردات الدراسة تفند السؤال

بنسبة تقدر بـ 54 %، وهذا ما يفسر على أن الفرضية لم تتحقق فالتربص الميداني لا

يكمل التكوين النظري.

• خاصة وأن السؤال الأول يقطع الشك من اليقين و المتمثل في: المدة التي قضاها الطلبة

في تربصهم، فنجد أن أغلب مفردات الدراسة المقدر عددهم بـ 35 مفردة هم من قاموا بـ

بتربصهم في مدة زمنية أقل من 10 أيام و المقدرة نسبتهم بـ 70 %، من العدد الإجمالي

للعينة، وهذا يؤثر سلبا على مردود الطلبة في تنمية وتطوير وصقل المهارات الإعلامية

لديهم، ويقلل نسبتهم في التجربة الإعلامية على أمر الواقع.

الفرضية الثالثة: تحققت الفرضية الثالثة المتمثلة في بيئة العمل الإذاعي بعد التربص تساهم

في إكساب الطالب الجامعي طموح الالتحاق بالإذاعة.

رغم أن الفرضية الثانية لم تتحقق إلا أن الفرضية الثالثة تحققت، وهذا راجع إلى رغبة الطلبة

الجامعة في الالتحاق بالعمل الإذاعي، و يتحقق ذلك في :

• السؤال الأول الذي يقوم على طموح طلبة الإعلام والاتصال في الالتحاق بالإذاعة بعد

تربصهم الذي قاموا به، و الذي نتج عنه 82 % من العدد الإجمالي للنسبة المئوية

لمفردات العينة المدروسة، من الطلبة الموافقين على الالتحاق بالإذاعة.

• ونجد أيضا في السؤال الثالث: أن بيئة العمل الإذاعي تجذب طلبة الإعلام والاتصال

للممارسة الإعلامية في الإذاعة، بنسبة 90 % مما يعطينا 45 مفردة من مفردات الدراسة،

التي تجذبها بيئة العمل الإذاعي للعمل و الإشتهاد في تقديم أفضل العروض في الساحة

الإعلامية و تقديم الرسالة الإعلامية في أفضل صورة لها.

• وكذا نجد السؤال الثاني الذي يتمثل في تقييم طلبة الإعلام والاتصال للعمل الإذاعي بعد

التربص فقد استحسن الطلبة التربص بنسبة 56 % و 26 % رأوه جيد وقد جذبتهم بيئة

العمل رغم أنهم لم يكن في المستوى المطلوب مقارنة بالعمل الميداني.

• ضف إلى ذلك السؤال الخامس: الذي يتمثل في مساهمة طلبة الإعلام و الاتصال في

إعداد عمل إذاعي، وهنا نجد أن أغلب مفردات العينة الذين قدر عددهم بـ 31، قد أنجزت

أعمال خلال تربصهم في الإذاعة.

كما نجد أن هذه الأعمال 18 من 31 مفردة لاقت نجاحا، فالأعمال التي ساهمت في بنائها

وتقديمها في صورة سليمة قابلة للبحث مباشرة والبقية تعلمت من أخطائها واستفادة ولو القليل المهم

المشاركة وكسر الروتين الأكاديمي.

نتائج الدراسة :

- نستنتج من خلال الدراسة أن طلبة الإعلام لديهم رغبة قوية في الالتحاق بالإذاعة رغم عدم تحكمهم في تقنيات العمل الإذاعي.
- نستنتج أن التكوين النظري لا يتطابق والعمل الميداني في نقاط كثيرة و يتجلى ذلك في العجز الكبير الذي واجهه معظم الطلبة المتربصين.
- نستنتج أن العمل الميداني يقوم عليه أفراد غير مكونين و غير مؤهلين في مجال الإعلام و الاتصال مما يجعل العمل معقد لخريجي معهد العلوم الإعلام والاتصال أو الجامعة.
- نستنتج تضارب الأفكار ووجود إجابات متناقضة في الدراسة لفئة قليلة من الطلبة مما يؤثر سلبا على الدراسة، ويصعب الأمر على الباحثين في الوصول إلى النتائج المرجوة.
- نستنتج أن بعد التربص الذي قام به الطلبة في الإذاعة جعلهم يتخبطون في إلقاء اللوم على التكوين النظري الذي لا يلبي حاجتهم في العمل الميداني أو في المشرفين عليهم في الإذاعة والسخرية من تكوينهم الذي لا يرقى للعمل في الإذاعة.

- نستنتج أن العمل الميداني في الإذاعة يشرف على سيره أفراد غير مؤهلين أكاديميا، مما سبب إحباطا في نفوس أغلب المتربصين، وزرع في نفوسهم الشك مما تم تلقينه لهم في التكوين النظري.

وما نخلص إليه في الأخير أن بعد الدراسة التي قمنا بها حول دور الإذاعة المحلية في تنمية المهارات الإعلامية لعينة من طلبة الإعلام والاتصال والمعنيين بالتربص في الإذاعة المحلية تحت الإشكالية المتمثلة في إلى أي مدى تساهم الإذاعة المحلية في تنمية المهارات الإعلامية لطلبة علوم الإعلام والاتصال، من خلال النتائج المتوصل إليها في دراستنا يمكن القول أن الإذاعة المحلية فضاء واسع يمكن التّعلم فيه والإبداع فيه ومهما تعلم و أبداع فيه المذيع يبقى دائما في بداية الطريق، والمطلوب في واقعنا الحالي هو يجب أن يكون المشرفون والقائمون على العمل الإذاعي يملكون مؤهل علمي، حتى يتمكنوا من إعطاء الإذاعة قيمتها الإعلامية، والأخلاقية والمهنية، و يمكن القول أن المهارات الإعلامية الموروثة لا تكفي دون صقلها وتطويرها وفق المبادئ الأساسية للعمل الإعلامي والذي نتعلمه في الأكاديمي، فهذا الأخير نتعلم منه قانون الإعلام وأساسيات فنيات التحرير، كما هو مطلوب من الجامعة أن تتسق بين التكوين الأكاديمي والعمل الميداني ومن هذا المنظور سعت هذه الدراسة إلى الكشف على دور الإذاعة في مدى تجسيدها لهذه المفاهيم وتنميتها وذلك من خلال التكوين الميداني الذي يتلقاه الطالب قبل التخرج حيث من خلاله يستطيع

هذا الأخير تطبيق المعرفة النظرية التي اكتسبها خلال التكوين الجامعي تطبيقا عمليا مما يجعله يحصل على فهم أكبر وأوسع لتخصصه بحيث يكون أكثر إبداع وإتقان له فالتدريب الميداني ما هو إلا مقدمة للعمل بعد التخرج، بحيث يعطي للطالب انطبعا أوليا عن طبيعة الأشخاص الذين سيتعامل معهم بعد تخرجه، فمن يعملون في سوق العمل يختلفون إختلافا جذريا وكليا عن من كان يحتك بهم أثناء فترة دراسته، و بعد الدراسة الميدانية التي أجريناها توصلنا إلى مجموعة من النتائج التي وضحت لنا الفرق بين التكوين الأكاديمي وما يقابله في الميدان استنتجنا أن طلبة الإعلام لديهم رغبة قوية في الالتحاق بالإذاعة رغم عدم تحكمهم في تقنيات العمل الإذاعي وأن التكوين النظري لا يتطابق و العمل الميداني في نقاط كثيرة ويتجلى ذلك في العجز الكبير الذي واجهه معظم الطلبة المتربصين لأن العمل الميداني يقوم عليه أفراد غير مكونين و غير مؤهلين في مجال الإعلام و الاتصال مما يجعل الأمر معقد بالنسبة للطلبة المتربصين والتمسنا تضارب الأفكار ووجود إجابات متناقضة في الدراسة لفئة من الطلبة حول المقارنة بين التكوينين.

وما نخلص إليه في الأخير أن بعد الدراسة التي قمنا بها حول دور الإذاعة المحلية في تنمية المهارات الإعلامية لعينة من طلبة الإعلام والاتصال والمعنيين بالتربص في الإذاعة المحلية تحت الإشكالية المتمثلة في إلى أي مدى تساهم الإذاعة المحلية في تنمية المهارات الإعلامية لطلبة علوم الإعلام والاتصال، من خلال النتائج المتوصل إليها في دراستنا يمكن القول أن الإذاعة المحلية فضاء واسع يمكن التّعلم فيه والإبداع فيه ومهما تعلم و أبداع فيه المذيع يبقى دائما في بداية الطريق، والمطلوب في واقعنا الحالي هو يجب أن يكون المشرفون والقائمون على العمل الإذاعي يملكون مؤهل علمي، حتى يتمكنوا من إعطاء الإذاعة قيمتها الإعلامية، والأخلاقية والمهنية، و يمكن القول أن المهارات الإعلامية الموروثة لا تكفي دون صقلها وتطويرها وفق المبادئ الأساسية للعمل الإعلامي والذي نتعلمه في الأكاديمي، فهذا الأخير نتعلم منه قانون الإعلام وأساسيات فنيات التحرير، كما هو مطلوب من الجامعة أن تتسق بين التكوين الأكاديمي والعمل الميداني ومن هذا المنظور سعت هذه الدراسة إلى الكشف على دور الإذاعة في مدى تجسيدها لهذه المفاهيم وتنميتها وذلك من خلال التكوين الميداني الذي يتلقاه الطالب قبل التخرج حيث من خلاله يستطيع

هذا الأخير تطبيق المعرفة النظرية التي اكتسبها خلال التكوين الجامعي تطبيقا عمليا مما يجعله يحصل على فهم أكبر وأوسع لتخصصه بحيث يكون أكثر إبداع وإتقان له فالتدريب الميداني ما هو إلا مقدمة للعمل بعد التخرج، بحيث يعطي للطالب انطبعا أوليا عن طبيعة الأشخاص الذين سيتعامل معهم بعد تخرجه، فمن يعملون في سوق العمل يختلفون إختلافا جذريا وكليا عن من كان يحتك بهم أثناء فترة دراسته، و بعد الدراسة الميدانية التي أجريناها توصلنا إلى مجموعة من النتائج التي وضحت لنا الفرق بين التكوين الأكاديمي وما يقابله في الميدان استنتجنا أن طلبة الإعلام لديهم رغبة قوية في الالتحاق بالإذاعة رغم عدم تحكمهم في تقنيات العمل الإذاعي وأن التكوين النظري لا يتطابق و العمل الميداني في نقاط كثيرة ويتجلى ذلك في العجز الكبير الذي واجهه معظم الطلبة المتربصين لأن العمل الميداني يقوم عليه أفراد غير مكونين و غير مؤهلين في مجال الإعلام و الاتصال مما يجعل الأمر معقد بالنسبة للطلبة المتربصين والتمسنا تضارب الأفكار ووجود إجابات متناقضة في الدراسة لفئة من الطلبة حول المقارنة بين التكوينين.

المبحث الأول:

. لمحة عن إذاعة مستغانم :

تأخذ إذاعة الظهرة موقعا إستراتيجيا مميّزا حيث أنها تقع في عاصمة الظهرة مستغانم نسبة إلى جبال الظهرة التي تمتد من منطقة الشلف شرقا حتى منطقة مستغانم غربا، ومنها اخذت إذاعة الظهرة تسميتها حيث يقع مقر إذاعة الظهرة بمنطقة سكنية شعبية في موقع مرتفع في ساحة المطمر وسط مدينة مستغانم .

. التأسيس :

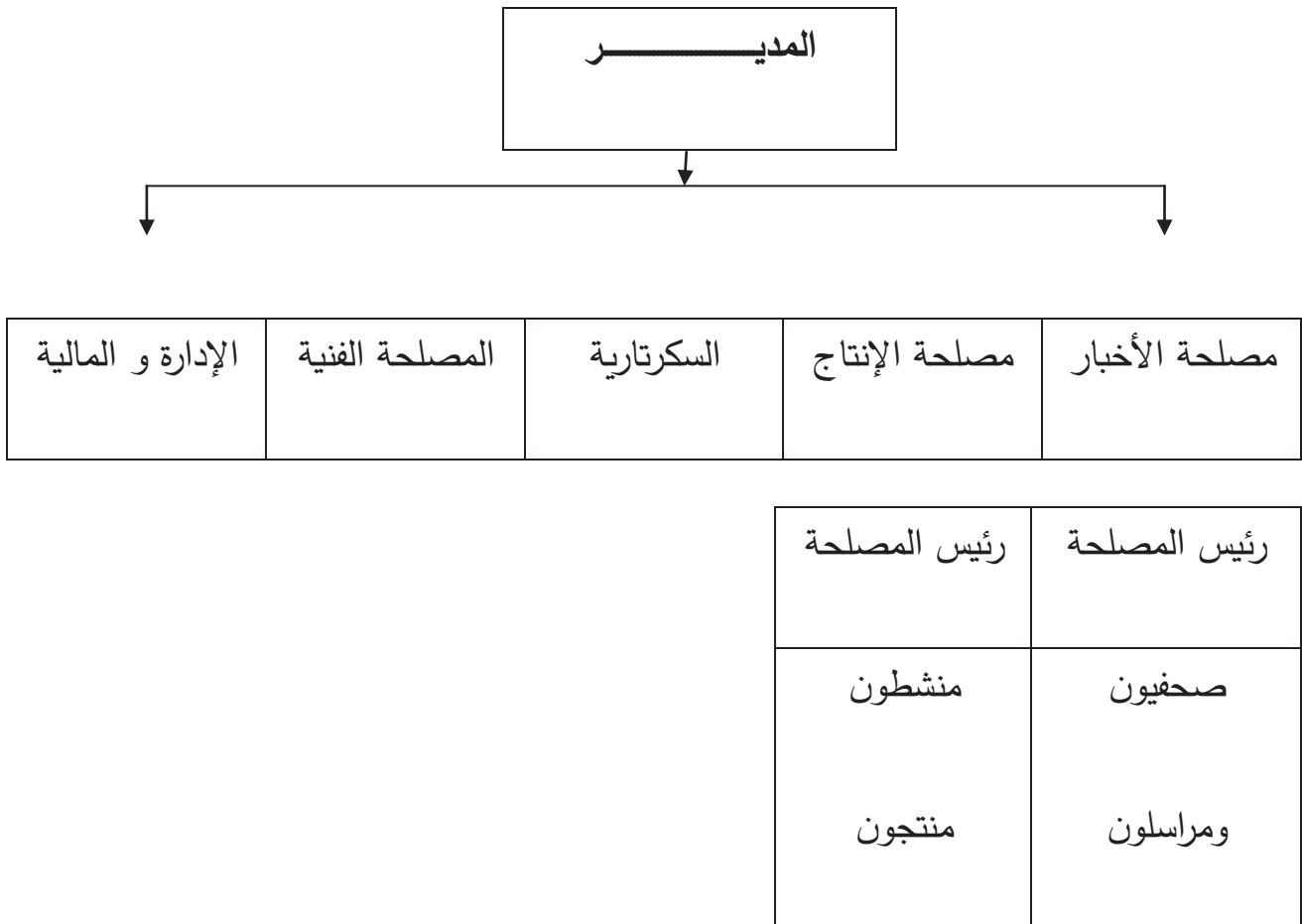
تعتبر إذاعة الظهرة المحلية رقم 34 على المستوى الوطني، فبعد إعادة هيكلة الإذاعة والتلفزيون الجزائري، أصبحت الإذاعة الجزائرية مؤسسة مستقلة بذاتها ومن هنا أصبحت المحطات الإذاعية في تنامي مستمر .

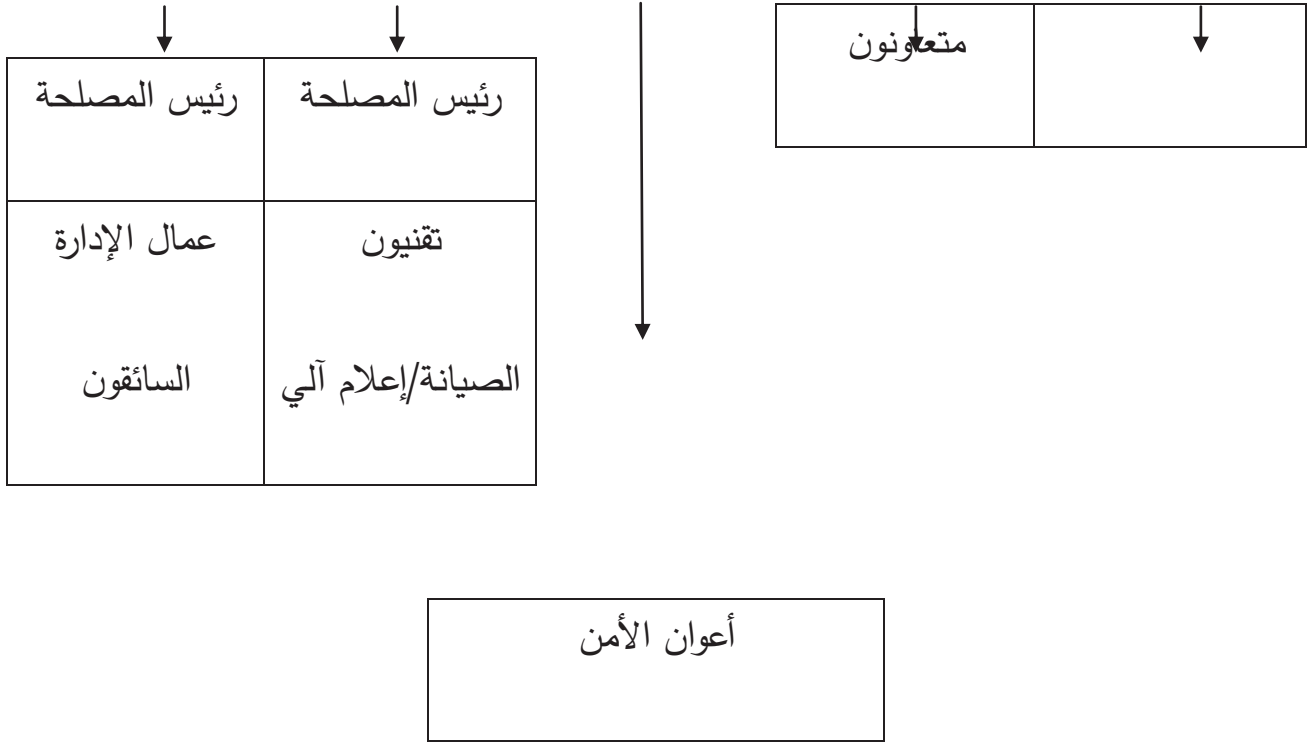
التسمية : إذاعة الجزائر من مستغانم

الموقع : تقع إذاعة مستغانم الجهوية في بلدية مستغانم العنوان : حي المطمر ص ب 1014

المقر : مساحته 1086.40 م2 منها 382.80 م2 مبنية

الهيكل التنظيمي للإذاعة :





المبحث الثاني: تفريغ البيانات وتحليلها

في دراستنا هاته استعملنا ثلاث متغيرات هي (الجنس، السن، التخصص).

الجنس:

الجدول رقم (01) يمثل إجابة المبحوثين حسب متغير الجنس

النسبة %	التكرار	الجنس
24 %	12	ذكر
76 %	38	أنثى
100 %	50	المجموع

من خلال تفريغنا للبيانات في الجدول أعلاه نجد أن نسبة الإناث تقدر بـ 76 %، وهي أكبر من

نسبة الذكور المقدر بـ 24 %، وهذا راجع إلى طبيعة العينة وخصوصياتها، حيث كانت عينة

تعكس طبيعة مجتمع البحث الذي يتميز بأن عدد الإناث المسجلات في مختلف تخصصات

الإعلام على مستوى جامعة عبد الحميد ابن باديس أكبر من عدد الذكور، كما أن الاهتمام

بالتريص بالإذاعة كان له أثره على اختيار مفردات العينة على اعتبار أنها كانت قصدية، حيث لا يمكن تجاهل الفرص المتاحة بالنسبة للجنسين في الحصول على التريص بهذه المؤسسة الإعلامية.

السن:

الجدول رقم (02) يمثل إجابة المبحوثين حسب متغير السن

النسبة %	التكرار	السن
32 %	16	من 18 سنة إلى 23 سنة
60 %	30	من 24 سنة إلى 29 سنة
08 %	04	من 30 سنة فما فوق
100 %	50	المجموع

من خلال تفريغنا للبيانات في الجدول أعلاه نجد أن الفئة العمرية الوسطى تقدر بـ 60 % التي تمتد من 24 إلى 29 سنة، ثم تليها الفئة العمرية الأولى بنسبة 32 % الممتدة من 18 إلى 23 سنة وفي الأخير الفئة العمرية الكبرى من 30 سنة فما فوق تقدر بـ 08 %.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة الفئة العمرية الوسطى حصدت أكبر حصة بـ 60 %، وهذا راجع لطبيعة العينة أنها قصدية وموجهة لطلبة الماستر المعنيين بالتريص و أغلب طلبة الماستر يتراوح سنهم من 24 إلى 29 سنة، ثم تليها الفئة العمرية الأولى بـ 30% في الطلبة الذين كان لديهم الامتياز أنهم لم يعدوا السنة أثناء مشوارهم الدراسي و الأخير نجد الفئة العمرية الكبرى بـ 08 % وتتمثل في طلبة الذين كانوا يدرسون في النظام الكلاسيكي.

التخصص:

الجدول رقم (03) يمثل إجابة المبحوثين حسب متغير التخصص

النسبة %	التكرار	التخصص
52 %	26	وسائل الإعلام و المجتمع
18 %	09	اتصال سياحي
12 %	06	الصحافة المكتوبة
04 %	02	الصحافة العلمية
10 %	05	السمعي البصري
04 %	02	الصورة والمجتمع
100 %	50	المجموع

من خلال تفريغنا للبيانات في الجدول أعلاه نجد أن وسائل الإعلام و المجتمع تقدر بـ 52 %،

والاتصال السياحي بـ 18 % ثم الصحافة المكتوبة بـ 12 %، السمي البصري بـ 10 % و في

الأخير نجد التخصصين صور و المجتمع، الصحافة العلمية بـ 04 %.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن وسائل الإعلام و المجتمع تشارك بقوة ولهم الرغبة في العمل الإذاعي و دخول مسرح العمل الإعلامي و معرفة ما يدور في الإذاعة وكيف تبني الأخبار والتقارير الإعلامية، وكيف تنسج الربورتاجات والحصص الإذاعية، وكيف تبني استراتيجيات المقابلة التي تمثل العمود الفقري للإذاعة وتعمل النشاط داخل وخارج الإذاعة، ثم يليها الاتصال السياحي بثلاث النسبة من الطلبة الذين لديهم الطموح وروح المغامرة لامتهان مهنة المتاعب، واكتشاف العالم وإبراز المعالم السياحية عن طريق الربورتاجات المباشرة والمسجلة، ثم الصحافة المكتوبة بـ 12 % نجد أن طلبة هذا التخصص يبحثون عن الجديد ويريدون توصيل أفكارهم وأرائهم عن طريق الصوت وحاسة السمع مخاطبين الجمهور، كما أنهم يودون أن الأخذ والرد والإسماع للرأي الآخر، وهذه الميزة غير متوفرة في المكتوبة لأنها تعتمد على الإدلاء بالرأي عن طريق القلم و الورقة أو الورق إن صح القول، ثم السمعي البصري نجدهم بنسبة ضئيلة جدا تقدر بـ 10 % لم تكن نتوقع هذه النسبة علما أنهم المعنيين بالتربص و نجد أن تعدد الفضائيات فتح لهم الشهية في العمل بالتلفزة، وشجعهم لاجتياح عالم الشهرة والبروز بالصوت والصورة على حساب الإذاعة، وفي الأخير نجد أن الصورة و المجتمع، الصحافة العلمية يتفقدان على نفس

النسبة 04 % وتمثل في مفردتان لكل تخصص وهما الحلتين الشاذتان في كل تخصص لديهم الرغبة والطموح في الدخول الإذاعة ولكن شاء القدر أن يدرسوا في تخصصات غير السمعي البصري، أو أن معدلها السنوي لم يؤهلهم كي يدرسوا هذا التخصص.

تساهم الإذاعة المحلية في تنمية المهارات الإعلامية لطلبة الإعلام الاتصال.

الجدول رقم: (04) يتمثل في المهتمين بالإذاعة المحلية كوسيلة إعلامية

السؤال رقم: (01) هل أنت من المهتمين بالإذاعة المحلية كوسيلة إعلامية ؟

النسبة %	التكرار	الإجابة
100 %	50	نعم
00 %	00	لا
100 %	50	المجموع

من خلال تفريغنا للبيانات في الجدول أعلاه نجد أن نسبة الإجابات بـ نعم هي 100 % من حجم العينة المقدر بـ 50 مفردة من مفردات الدراسة، المهتمين بالإذاعة المحلية كوسيلة إعلامية قائمة بحد ذاتها، في نشر الأخبار وتقديم كم هائل من المعلومات المحلية والوطنية، وان دل على شيء إنما يدل على مكانة الإذاعة في حيز الاهتمام لطلبة الإعلام و الاتصال، كما أن العينة هي عينة قصديه بمعنى أن مفردات هذه العينة هم الطلبة الذين قاموا بتريصات ميدانية بالإذاعة المحلية.

الجدول رقم: (05) يوضح قدرة الإذاعة المحلية في تنمية المهارات الإعلامية لدى طلبة الإعلام

والاتصال

السؤال رقم: (02) هل ترى أن الإذاعة المحلية تستطيع إن تنمي مهاراتك الإعلامية السمعية؟

النسبة %	المجموع	النسبة %	المجموع	لا		نعم		الإجابات	
				النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	المتغيرات	
%100	50	%24	12	% 25	03	% 75	09	ذكور	الجنس
		%76	38	% 63.15	24	% 36.84	14	إناث	
%100	50	%32	16	% 26.08	06	% 37.03	10] 23 - 18]	السن
		%60	30	% 56.52	13	% 62.96	17] 29 - 24]	
		%08	04	% 17.39	04	/	/] 35 - 30]	
		% 52	26	% 33.33	09	% 73.91	17	وسائل الإعلام و المجتمع	
		% 18	09	% 18.51	05	% 17.39	04	اتصال سياحي	
		% 12	06	% 22.22	06	/	/	الصحافة المكتوبة	

%100	50	% 10	05	% 18.51	05	/	/	السمعي البصري	التخصص
		% 04	02	% 03.70	01	% 04.34	01	صورة ومجتمع	
		% 04	02	% 03.70	01	% 04.34	01	الصحافة العلمية	

من خلال تفريغنا للبيانات في الجدول نجد أن نسبة الإجابات في متغير الجنس بالنسبة لذكور

75%، بالنسبة للذين أجابوا ب **نعم**، أما بالنسبة للذين كانت إجابة ب **لا** تقدر ب **25%**.

أما بالنسبة للإناث نجد **36.84%**، بالنسبة اللاتي أجبن ب **نعم** في حين أن اللاتي أجبن ب **لا**

تقدر نسبتهن ب **63.15%**.

أما بالنسبة لمتغير السن نجد الذين تتراوح أعمارهم من **18 - 23**] تقدر ب **37.03%**،

الذين أجابوا ب **نعم**، ونفس الفئة التي كانت إجابتهم ب **لا** تقدر نسبتهم ب **26.08%**.

أما بالنسبة الذين تتراوح أعمارهم من **24 - 29**] تقدر ب **62.96%**، الذين أجابوا ب **نعم**،

ونفس الفئة التي كانت إجابتهم ب **لا** تقدر نسبتهم ب **56.52%**.

وفي الأخير بالنسبة للذين أعمارهم تفوق [30 - 35]. تقدر نسبتهم بـ 17.39 %، في

الإجابة بـ لا، ولم يجيبوا بـ نعم.

أما بالنسبة لمتغير التخصص نجد وسائل الإعلام و المجتمع بنسبة 73.91 %، من الذين

أجابوا بـ نعم، أما بالنسبة للذين كانت إجابتهم بـ لا تقدر بـ 33.33 %.

وتخصص الاتصال السياحي تقدر نسبتهم بـ 17.39 %، من الذين أجابوا بـ نعم، أما بالنسبة

للذين كانت إجابتهم بـ لا تقدر بـ 18.51 %.

كما نجد أن تخصص الصحافة المكتوبة تقدر نسبتهم بـ 22.22 %، من الذين أجابوا بـ لا، ولا

نسبة لهم في الإجابة بـ نعم.

أما بالنسبة لتخصص السمعى البصري تقدر نسبتهم بـ 18.51 %، من الذين أجابوا بـ لا، ولا

نسبة لهم في الإجابة بـ نعم.

وفي الأخير بالنسبة لتخصي الصورة والمجتمع، الصحافية العلمية يتفان على نفس النسبة المئوية والتي تقدر بـ **04.34 %**، من الذين أجابوا بـ نعم، أما بالنسبة للذين كانت إجابة بـ لا تقدر بـ **03.70 %**. لكلى التخصصين.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن متغير الجنس بالنسبة للذكور المقدر نسبتهم بـ 75 %، على عكس نسبة الإناث التي تقدر **36.84 %** بنسبة قليلة جدا هذا إن لم نقل نصف نسبة الذكور، بالفئة العمرية المتمثلة في [24 — 29]، المقدر بـ **62.96 %** في حين نجد أن تراجع نسبيا في الفئة العمرية المتمثلة في [18 — 23]، المقدر بـ **37.03 %** ومنعدمة تماما في الفئة العمرية الأخيرة المتمثلة في [30 — 35] المقدر نسبتهم بـ **00 %**. وهذا يفسر أن الفئة العمرية الوسطى لها اهتمام قوي بالبرامج الإذاعية ولها رغبة قوية في امتهان و تعلم مهارات الإعلامية، كما نجدهم حماسيين في الدخول لعالم الإذاعة في حين نجد أن الفئة العمرية الأولى هم يتخبطون بين الإذاعة و وسائل إعلامية الأخرى و تستهويهم وتنمي مهاراتهم الإعلامية، أو أن فكر الطالب يتطلب العمل الميداني والتكوين الأكاديمي معا في آن واحد، ونجدهم في تخصص وسائل الإعلام والمجتمع المقدر نسبتهم بـ **73.91 %** حسب طبيعة التخصص فهم ميالون

لوسائل الإعلام وعلاقتهم بقضايا المجتمع. و تتراجع نسبيا بالنسبة لتخصص اتصال سياحي المقدره ب 17.39 % نجد أن نصف عدد مفردات الاتصال السياحي ينظرون إلى ما تقدمه الإذاعة المحلية لا يكفي لتنمية مهاراتهم الإعلامية. وتكاد تكون منعدمة في تخصصي الصورة والمجتمع والصحافة العلمية بنسبة 04.34 %، ومنعدمة تماما في تخصصي الصحافة المكتوبة والسمعي البصري.

من الذين كانت إجابتهم ب نعم، على أن الإذاعة المحلية لها القدرة في تنمية مهاراتهم الإعلامية من طلبة الإعلام والاتصال، مثل مهارات الأداء و التقديم، و الاستماع من خلال تتبع للحصص والبرامج الإذاعية الإعلامية، لأن نجاح الحديث الصحفي يعود للصحفي بحد ذاته، (المحاور الجيد هو المستمع الجيد). حسب ما ذكر في الفصل الثاني بالإطار النظري كامل طراونة.

في حين نجد أن نسبة الإناث مرتفعة وتقدر ب 63.15 % من اللاتي أجبن بالإجابة لا، لا تنمي الإذاعة المحلية مهاراتهم الإعلامية - على عكس نسبة الذكور التي تقدر ب 25 % - بالفئة العمرية المتمثلة في [24 — 29]، و المقدره ب 56.52 % في حين نجد أن تراجع نسبيا في الفئة العمرية المتمثلة في [18 — 23]، المقدره ب 26.08 % . و نجد أن جميع مفردات

العينة الذين يتراوح أعمارهم من [30 — 35]، قد أكدوا إجاباتهم على الإجابة بـ لا، المقدر نسبتهم بـ 17.39 %، وهم يمثلون الفئة الراشدة العينة و ذو العقول الناضجة. فهم يرون أن الإذاعة لا تنمي مهاراتهم الإعلامية بل يجب الممارسة ودخول إلى الميدان والمشاركة في صناعة الحدث ومعايشة الواقع في أستوديو الإذاعة لمحاكاة أطراف خيوط الأحداث. كما نجدهم في تخصص وسائل الإعلام والمجتمع السباقون للحدث في الإجابة نسبةً لكثرتهم في عينة الدراسة، وهم من محبي وسيلة الإعلام "الإذاعة المحلية" ولما تملكه من مميزات تربطها بالمجتمع، تقدر نسبتهم

بـ 33.33 %، وتليهم الصحافة المكتوبة بنسبة تقدر بـ 22.22 %، وتتوافق نسبة كل من الاتصال سياحي و السمعي البصري بـ 18.51 %، و في الأخير نجد أن نسبة كل من التخصصي صورة ومجتمع والصورة العلمية تقدر بـ 03.70 %، من الذين أجابوا على أن الإذاعة المحلية لا تساهم في تنمية مهاراتهم الإعلامية.

الجدول رقم: (06) يتمثل في قيام الإذاعة المحلية في صقل المهارات الإعلامية لدى طلبة

الإعلام الاتصال.

السؤال رقم: (03) هل تقوم الإذاعة المحلية بصقل مهاراتك الإعلامية الموروثة؟

المتغيرات	الإجابات		كثيرا جدا		كثيرا		قليلًا		المجموع	النسبة %	المجموع	النسبة %
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%				
الجنس	ذكور	/	/	07	58.33	05	41.66	12	24	100	50	
	إناث	03	07.89	20	52.63	15	39.47	38	76			
السن	[18 - 23]	/	/	15	55.55	01	06.66	16	32	100	50	
	[24 - 29]	03	100	17	62.92	10	60.66	30	60			
	[30 - 35]	/	/	/	/	04	26.66	04	08			
وسائل الإعلام و المجتمع	اتصال سياحي	02	66.66	04	14.81	03	15	09	18			
	الصحافة المكتوبة	/	/	02	07.40	04	20	06	12			
	وسائل الإعلام و المجتمع	01	33.33	20	74.07	05	25	26	52			

% 100	50	% 10	05	25	05	/	/	/	/	السمعي البصري	التخصص
		% 04	02	10	02	/	/	/	/	صورة ومجتمع	
		% 04	02	05	01	03.70	01	/	/	الصحافة العلمية	

من خلال تفرغنا للبيانات في الجدول نجد أن نسبة الإجابات في متغير الجنس بالنسبة لذكور **58.33%**، بالنسبة للذين أجابوا بـ كثير، أما بالنسبة للذين كانت إجاباتهم بـ قليلا تقدر بـ **41.66%**. أما بالنسبة لإجابة كثيرا جدا فلم يجيبوا.

أما بالنسبة للإناث نجد **07.89%**، بالنسبة اللاتي أجبن بـ كثيرا جدا في حين أن اللاتي أجبن بـ كثيرا تقدر نسبتهن بـ **52.63%**. و في الأخير نجد أن اللاتي أجبن بـ قليلا تقدر نسبتهن بـ **39.47%**.

أما بالنسبة لمتغير السن نجد الذين تتراوح أعمارهم من [18 _ 23]، تقدر نسبتهم بـ **55.15%**، بالنسبة للذين أجابوا بـ كثيرا، ونفس الفئة التي كانت إجابتهم بـ قليلا تقدر نسبتهم بـ **06.66%**، أما بالنسبة لإجابة كثيرا جدا فلم يجيبوا.

أما بالنسبة الذين تتراوح أعمارهم من [24 _ 29]، تقدر نسبتهم بـ 100 %، الذين أجابوا بـ كثيرا جدا، ونفس الفئة التي كانت إجاباتهم بـ كثيرا تقدر نسبتهم بـ 62.92 %، كما نجد أن الذين أجابوا بـ قليلا تقدر نسبتهم بـ 60.66 %.

وفي الأخير بالنسبة للذين أعمارهم تفوق [30 _ 35]، تقدر نسبتهم بـ 26.66 %، في الإجابة بـ قليلا، ولم يجيبوا على الإجابتين كثيرا و كثيرا جدا.

أما بالنسبة لمتغير التخصص نجد وسائل الإعلام و المجتمع بنسبة 33.33 %، من الذين أجابوا بـ كثيرا جدا. أما بالنسبة للذين كانت إجاباتهم بـ كثيرا تقدر نسبتهم بـ 74.07 %، أما بالنسبة للذين أجابوا بـ قليلا تقدر نسبتهم بـ 25 %

وتخصص الاتصال السياحي تقدر نسبتهم بـ 66.66 %، من الذين أجابوا بـ كثيرا جدا، أما بالنسبة للذين كانت إجابة بـ كثيرا تقدر نسبتهم بـ 14.81 %، أما بالنسبة للذين كانت إجاباتهم بـ قليلا تقدر نسبتهم بـ 15 %.

كما نجد أن تخصص الصحافة المكتوبة تقدر نسبتهم بـ 20 %، من الذين أجابوا بـ قليلا، أما فيما يخص الإجابتين كثيرا و كثيرا جدا لم يجيبوا.

أما بالنسبة لتخصص السمع البصري تقدر نسبتهم بـ 25 %، من الذين أجابوا بـ قليلا، أما فيما يخص الإجابتين كثيرا و كثيرا جدا لم يجيبوا.

أما بالنسبة لتخصص صورة ومجتمع تقدر نسبتهم بـ 10 %، من الذين أجابوا بـ قليلا، أما فيما يخص الإجابتين كثيرا و كثيرا جدا لم يجيبوا.

وفي الأخير نجد أن الذين أجابوا في تخصص الصحافة العلمية تقدر نسبتهم بـ 03.70 % بـ كثيرا، أما بالنسبة للذين أجابوا بـ قليلا تقدر نسبتهم بـ 05 %، و نجد أن الإجابة على كثيرا جدا لا توجد نسبة.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن متغير الجنس بالنسبة للإناث في الإجابة بـ كثيرا جدا تقدر نسبتهم بـ 07.89 % في الفئة العمرية [24 — 29] التي تقدر نسبتها بـ 100 %، و لا توجد نسب مئوية بالنسبة للفئات العمرية الأخرى، بالنسبة للإجابة كثيرا جدا. بالتخصص الاتصال

السياسي تقدر نسبتهم بـ 66.66 %، هم يرون أن الإذاعة تصقل مهارتهم الإعلامية بدرجة عالية لأنهم يملكون الموهبة وينقصهم فقط الدفعة الأولى لتحسين مهاراتهم، و الإذاعة هي التي تقودهم لخريطة طريق الصحيح فنجدهم من متتبعين ومن المقلدين، لمذيعين في تقديمهم للحصص والبرامج والأخبار الإذاعية وهم ميالون للعمل في الإذاعة وكذلك بالنسبة لتخصص وسائل الإعلام والمجتمع تقدر نسبتهم بـ 33.33 % هم أيضا يملكون الموهبة وينقصهم الصقل والتوجيه من أهل الاختصاص. أما بقية التخصصات لا نسبة لهم في الإجابة على أن الإذاعة تقوم بصقل مهاراتهم الإعلامية بالإجابة على كثيرا جدا. فهم لا يملكون الموهبة ولكن لديهم الإرادة في التعلم.

في حين نجد أن النسب متقاربة من بعضها البعض في الإجابة على أن الإذاعة المحلية تقوم بصقل مهاراتهم الإعلامية بـ كثيرا، فنجد نسبة الذكور تقدر 58.33 %، ونسبة الإناث تقدر بـ

52.63 % في الفئة العمرية [24 __ 29] تقدر نسبتهم بـ 62.92 % ، [18 __ 23]

تقدر نسبتهم بـ 55.55 %، ولا وجود للفئة [30 __ 35] من الذين أكدوا بأن الإذاعة المحلية

تقوم بصقل مهاراتهم الإعلامية في إجاباتهم بـ كثيرا، في كلا الجنسين وعلى فئتين العمريتين وذلك

عائذ لتقاربهما في النسبة، يمكن القول أنهما يملكان نفس المقومات الفكرية، في جوي علمي

واجتماعي مشترك مُفعم ومشحون بالحيوية والنشاط. و في تخصص وسائل الإعلام والمجتمع المقدره نسبتهم بـ 74.07 %، يملكون الموهبة بالفطرة ما يحتاجون إليه هو صقل موهبتهم، مع ما تعلموه في الأكاديمي بالتنسيق مع التربصات المتتالية، على فترات متقطعة قصد الترسخ والتثبيت لتلك المهارات المكتسبة لتكملة النسيج الفطري لمهارات الإعلامية لدى طلبة الإعلام، وقد أكد هذه الفكرة (وليد حسن الحديثي) " أنها تكسبهم قدرات و شروط وموهبة مقرونة بالاستعداد الفطري الذي تصقله التدريبات و التمرينات المختلفة". و تتراجع نسبيا بالنسبة لتخصص اتصال سياحي المقدره بـ 14.81 % نجد أن نصف عدد مفردات الاتصال السياحي حسب وجهة نظرهم أن الإذاعة المحلية، تصقل مهاراتهم الإعلامية، من حيث النطق السليم بطريقة تلقائية، وأساس الكلام المذاع الجيد هو إخراج طبيعي واضح للألفاظ. كما نجد الصحافة المكتوبة بنسبة 07.40 %، وفي الأخير الصحافة العلمية شبه منعدمة بنسبة 03.70 %، من الذين أجابوا على أن الإذاعة تصقل مهاراتهم الإذاعية الفطرية، فالحديث الجيد والعادي يتنوع في سرعته، وطبقاته الصوتية. ومنعدمة تماما في تخصصي السمعى البصري، الصورة و المجتمع بنسبة 00%.

في حين نجد أن النسب متقاربة من بعضها البعض في الإجابة على أن الإذاعة المحلية تقوم بصقل مهاراتهم الإعلامية بالإجابة بـ قليلا، فنجد نسبة الذكور تقدر بـ 41.66 %، ونسبة الإناث تقدر بـ 39.47 % في الفئة العمرية [24 _ 29] تقدر نسبتهم بـ 60.66 %، حسب وجهة نظرهم أن الإذاعة المحلية لا تصقل مواهبهم بالمجرد الاستماع أو متابعة لبرامجها فقط وإنما يجب التوجيه والإرشاد من أهل الاختصاص ذوي الخبرة في المجال حتى يتمكنوا من صقل مهاراتهم، كما أنهم يرون أن المداومة في التدريب الحي والواقعي في التقنيات على المباشر هو من يصنع الموهبة وليس بالمجرد الاستماع أو متابعة للبرامج والحلقات الإذاعية. [30 _ 35] تقدر نسبتهم بـ 26.66 %، هم يؤيدون رأي الفئة السابقة لأن عدد مفردات هذه الفئة يجيب بكامل مفرداته بأن الإذاعة المحلية تساهم بالقليل على صقل مهاراتهم الإعلامية. [18 _ 23] تقدر نسبتهم بـ 06.66 %، و في هذه الفئة نجد أن مفردة واحدة تجيب بالقليل على مساهمة الإذاعة المحلية في صقل مهاراتها الإعلامية. من تخصصي وسائل الإعلام والمجتمع، السمي البصري بنفس النسبة المقدرة بـ 25 % من وجهة نظر مفردات تخصص السمي البصري المتمثل عدد 05 من عينة الدراسة، أن الإذاعة المحلية، لا تقوم بصقل مهارتهم الإعلامية بنسبة عالية وكثيرة وإنما

هي تقوم بنسبة قليلة لا تذكر وتفندها في رأيها بنفس النسبة من تخصص وسائل الإعلام و

المجتمع. وتراجع النسب تدريجيا على بقية التخصصات على الترتيب التالي: الصحافة المكتوبة

بـ 20 % هي الأخرى ترى أن الإذاعة لا تقوم على صقل مهارتهم الإعلامية، اتصال سيادي 15

، الصورة والمجتمع بنسبة 10 %، وفي الأخير نجد الصحافة العلمية بـ 05 %.

الجدول رقم: (07) وتتمثل في مساهمة الإذاعة المحلية في تنمية الرصيد المعرفي

السؤال رقم: (04) هل تساهم الإذاعة المحلية في تنمية رصيدك المعرفي ؟

النسبة %	التكرار	الإجابة
30 %	15	كثيرا جدا
58 %	29	نوعا ما
12 %	06	قليل
100 %	50	المجموع

من خلال تفريغنا للبيانات في الجدول نجد أن نسبة الإجابات بـ نوعا ما بنسبة 58%.

ونجد أن الإجابات كثيرا جدا بنسبة 30 %، وفي الأخير الإجابات قليلا بنسبة 12 %.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 58 % من الطلبة الذين أجابوا أن الإذاعة المحلية تساهم نوعاً ما في تنمية رصيدهم المعرفي وذلك يعود إلى ما تقدمه من برامج إعلامية و مدى سرعتها في نقل المعلومات والأحداث. أما بالنسبة لطلبة الذين كانت إجاباتهم بكثيراً جداً تقدر بـ 30 % على أن الإذاعة المحلية تنمي رصيدهم المعرفي، والفكري في كل الجوانب و الزوايا، كما تكسبهم لمسة إعلامية خاصة في تحليل المواقف بمنطق إعلامي بحت، وفي الأخير نجد أن نسبة الطلبة الذين كانت إجاباتهم قليلاً، على مساهمة الإذاعة المحلية تقدر بـ 12 % و ذلك عائد إلى ميول بعض الطلبة إلى وسائل أخرى مثل الصحافة المكتوبة كوسيلة إعلامية في متناول الطلبة، و لا تتكلف في جمع المادة الإعلامية كما أنها تعتبر مدرسة في التكوين الأكاديمي في الكتابات الصحفية أو بالأحرى هي الأقرب من حيث التكوين الأكاديمي من خلال فنيات التحرير.

الجدول رقم: (08) يتمثل في الدور الذي تلعبه الإذاعة المحلية في تنمية وتطوير المهارات الإعلامية المكتسبة أكاديمياً لدى طلبة الإعلام والاتصال.

السؤال رقم: (05) هل تلعب الإذاعة المحلية دورا فعالا في تطوير مهاراتك الإعلامية

المكتسبة؟

النسبة %	المجموع	النسبة %	المجموع	لا		نعم		الإجابات	
				النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	المتغيرات	
% 100	50	%24	12	% 25	03	% 75	09	ذكور	الجنس
		%76	38	% 15.78	06	%84.21	32	إناث	
% 100	50	%32	16	% 22.22	02	% 34.14	14] 23 - 18]	السن
		%60	30	% 33.33	03	% 65.85	27] 29 - 24]	
		%08	04	% 44.44	04	/	/] 35 - 30]	
% 100	50	% 52	26	% 66.66	06	%48.78	20	وسائل الإعلام و المجتمع	التخصص
		% 18	09	/	/	%21.95	09	اتصال سياحي	
		% 12	06	/	/	%14.63	06	الصحافة المكتوبة	
		% 10	05	% 11.11	01	%09.75	04	السمعي البصري	
		% 04	02	% 11.11	01	%02.43	01	صورة ومجتمع	
		% 04	02	% 11.11	01	%02.43	01	الصحافة العلمية	

من خلال تفرغنا للبيانات في الجدول نجد أن نسبة الإجابات في متغير الجنس بالنسبة للذكور

75%، بالنسبة للذين أجابوا بـ نعم، أما بالنسبة للذين كانت إجابة بـ لا تقدر بـ 25%.

أما بالنسبة للإناث نجد 84.21%، بالنسبة اللاتي أجبن بـ نعم في حين أن اللاتي أجبن بـ لا

تقدر نسبتهن بـ 15.78%.

أما بالنسبة لمتغير السن نجد الذين تتراوح أعمارهم من [18 - 23] تقدر بـ 34.14%،

الذين أجابوا بـ نعم، ونفس الفئة التي كانت إجابتهم بـ لا تقدر نسبتهم بـ 22.22%.

أما بالنسبة للذين تتراوح أعمارهم من [24 - 29] تقدر بـ 65.85%، الذين أجابوا بـ نعم،

ونفس الفئة التي كانت إجابتهم بـ لا تقدر نسبتهم بـ 33.33%.

وفي الأخير بالنسبة للذين أعمارهم تفوق [30 - 35]. تقدر نسبتهم بـ 44.44 % في الإجابة

بـ لا، ولم يجيبوا بـ نعم.

أما بالنسبة لمتغير التخصص نجد وسائل الإعلام و المجتمع بنسبة 48.78%، من الذين

أجابوا ب نعم، أما بالنسبة للذين كانت إجابة ب لا تقدر ب 66.66%.

وتخصص الاتصال السياحي تقدر نسبتهم ب 21.95%، من الذين أجابوا ب نعم، أما بالنسبة

للذين كانت إجابة ب لا، فلا توجد نسبة.

كما نجد أن تخصص الصحافة المكتوبة تقدر ب 14.63%، من الذين أجابوا ب نعم ، ولا نسبة

لهم في الإجابة ب لا.

أما بالنسبة لتخصص السمعى البصري تقدر نسبتهم ب 09.75 %، من الذين أجابوا ب نعم

ونسبة 11.11 % من الذين أجابوا ب لا.

وبالنسبة لتخصص الصورة والمجتمع نجد نسبة 02.43 % من الذين أجابوا ب نعم، و نسبة

11.11 % من الذين أجابوا ب لا.

وفي الأخير نجد أن تخصص الصحافة العلمية نجد نسبة 02.43 % من الذين أجابوا ب نعم،

ونسبة 11.11 % من الذين أجابوا ب لا.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه من متغير الجنس أن نسبة الإناث تقدر بـ 84.21%، أما بالنسبة الذكور فتقدر بـ 75%، في تخصص وسائل الإعلام والمجتمع المقدرة بـ 48.78%، وكذا تخصصي الاتصال السياحي بنسبة 21.95%، و الصحافة المكتوبة بنسبة 14.63%، فقد أجابت كل مفردات الدراسة في كلى التخصصين بـ نعم، أما بالنسبة لتخصص السمعى البصري قدرة بـ 09.75%، و في الأخير نجد تخصصي الصورة و المجتمع، الصحافة العلمية بنفس النسبة المئوية 02.43% ومفردة واحدة لكل تخصص، على أن الإذاعة المحلية تلعب دورا فعالا في تنمية المهارات الإعلامية، في الفئة العمرية [24 __ 29] النسبة المقدرة بـ 65.85%، [18 __ 23] تقدر نسبتهم بـ 34.14% تتمثل هذه النسب في الدور الذي تلعبه الإذاعة المحلية في تنمية وتطوير المهارات الإعلامية لدى طلبة الإعلام والاتصال، ويتجلى ذلك في تعلم مخارج الحروف، و تقسيم الجمل حتى يتم التحكم في التنفس بانتظام من والاستفادة من التوتر وقلبه حيوية ونشاط أثناء البث بالقيام بتمارين رياضية للرقبة و الكتف، من قبل المذيع على الهواء مباشرة وفي هذه النقطة قدم (وليد حسن الحديثي) مجموعة من النصائح للمذيعين المبتدئين في مجال التقديم الإذاعي نذكر بعض منها:

- الاستماع للقراء المتميزين في تلاوة القرآن الكريم، مع قراءته وضبط أحكامه.
 - الإنصات بانتباه إلى المذيعين المتميزين في المحطات الفضائية العربية والاستفادة من قراءتهم.
 - العمل على كتابة النصوص من قبلك وقراءتها بالطريقة الإخبارية.
 - نوع طبقة صوتك عند قراءة أخبار متنوعة، وليكن تدريبك أمام المرأة.
- في حين نجد أن نسبة الذكور تتقدم مرة أخرى المقدرة بـ 25% على عكس نسبة الإناث المقدرة بـ 15.78%. في تخصص وسائل الإعلام والمجتمع بـ 66.66% في الفئة العمرية [30 _ 35] بـ 44.44% وتتراجع بتدرج في الفئتين [24 _ 29] بـ 33.33%، [18 _ 23] بـ 22.22%، يرون أن الإذاعة المحلية لا تلعب دورا فعالا في تنمية مهاراتهم الإعلامية، والسبب حسب وجهة نظرهم أن تكوينهم في الأكاديمي لا يؤهلهم للعمل في الإذاعة لأنهم لا يملكون الموهبة، ولا هم يخضعون لتدريب على المهارات الإعلامية فكيف تلعب الإذاعة المحلية في تنمية المهارات الإعلامية فتصريح أحد مفردات العينة قائلا: " فاقد الشيء لا يعطيك نحن لا نملك المهارات الإعلامية فكيف للإذاعة أن تلعب دورا فعالا في تنمية مهارتنا الإعلامية ". كما

نجد أن كل من التخصصات الثلاثة (السمعي البصري، الصورة و المجتمع، الصحافة العلمية)، تتفق في النسبة المئوية بـ 11.11 % و تتمثل هذه النسب في أن لكل تخصص مفردة واحدة فقط التي أجابت على الإذاعة المحلية لا تلعب دورا فعالا في تنمية المهارات الإعلامية.

الجدول رقم: (09) يتمثل فيما يليه القائمين بالاتصال في الإذاعة المحلية تجاه المتربصين من طلبة الإعلام والاتصال.

السؤال رقم: (06) هل أنت راض على ما تلقيته من قبل القائمين بالاتصال في الإذاعة

المحلية؟

الإجابة	التكرار	النسبة %
راض	39	78 %
غير راض	11	22 %
المجموع	50	100 %

من خلال تفرغنا للبيانات في الجدول نجد أن نسبة الإجابات ب راض بنسبة 78%. ونجد

أن الإجابات غير راض بنسبة 22%.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 78 % من الطلبة الذين أجابوا ب راض، على

أن ما تم تلقيه من طرف القائمين بالاتصال، في الإذاعة المحلية، واستفادوا منه خلال تواجدهم

في الإذاعة. أما بالنسبة لطلبة الذين كانت إجابتهم على غيرا راض، تقدر نسبتهم ب 22 % وذلك

إلى عدم استفادتهم من القائمين بالاتصال ربما لأن القائمين بالاتصال هم في ضيق الوقت أو إن

الطلبة كان فهمهم ثقيل الإرشادات المقدمة لهم من طرف القائمين بالاتصال، أو أن القائمين ليسوا أهلا لهذه الوظيفة.

المحور الثاني:

يتمثل في العلاقة القائمة بين التربص الميداني والتكوين النظري .

الجدول رقم: (10) يتمثل في المدة التي قضاها طلبة الإعلام والاتصال المتربصين في قناة الإذاعة المحلية.

السؤال رقم: (07) ما هي المدة التي قضيتها لإجراء تربصك؟

النسبة %	التكرار	الإجابة
70 %	35	أقل من 10 أيام
28 %	14	من 11 يوم إلى 20 يوم
02 %	01	من 21 يوم فما فوق

المجموع	50	%100
---------	----	------

من خلال تفرغنا للبيانات في الجدول نجد أن نسبة الإجابات ب أقل من 10 يوم بنسبة 70%.

ونجد أن الإجابات من 11 يوم إلى 20 يوم بنسبة 28% . و في الأخير نجد أن الإجابات من

21 يوم فما فوق بنسبة 02%.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 70 % من الطلبة الذين كانت إجاباتهم تتمحور

حول المدة التي قضوها في فترة تربصهم اقل من 10 أيام، تمثل النسبة الأعلى وهذا نظرا

لظروف القائمة في البلاد تفرض على الإذاعة جوى من الضغط الذي ينعكس على مردود

المتربصين داخل الإذاعة وهذا ما يفرض عليها تقليص في مدة التربص اقل من 10 أيام لكل

متربص. أما الطلبة الذين كانت إجاباتهم تنحصر في مدة تربصهم من 11 يوم إلى غاية 20

يوما، تقدر نسبتهم ب28% فئة قليلة ولكنها استفادة أكثر من الفئة السابقة من خلال التكوين

الميداني ويكسب خبرة في المجال الإعلامي. و في الأخير نجد أن الذين كانت إجاباتهم في أن

مدة تربصهم من 21 يوم فما فوق تقدر بنسبة 02 %، وهي قليلة جدا من الطلبة الذين كان

حظهم وفير في التحصيل للمهارات الإعلامية من خلال العمل في الإذاعة.

الجدول رقم: (11) تتمثل في العلاقة بين ما يتلقاه طلبة الإعلام والاتصال في التكوين

الأكاديمي مع ما يمارسونه في الميدان بالإذاعة.

السؤال رقم: (08) هل ما تتلقاه في التكوين الجامعي يتطابق وما تمارسه في التبرص الميداني

بالإذاعة؟

المتغيرات	الإجابات		لا		نعم		النسبة %	المجموع
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %		
الجنس	ذكور	02	16.66%	10	83.33%	12	24%	50
	إناث	14	36.84%	24	63.15%	38	76%	50
السن] 23 - 18]	06	21.42%	10	45.45%	16	32%	50
] 29 - 24]	19	67.85%	11	50%	30	60%	50
] 35 - 30]	03	10.71%	01	4.54%	04	8%	50

%100	50	%52	26	%64.28	18	%36.36	08	وسائل الإعلام و المجتمع	التخصص
		%18	09	%07.14	02	%31.81	07	اتصال سياحي	
		%12	06	%17.85	05	%04.54	01	الصحافة المكتوبة	
		%10	05	%10.71	03	%09.09	02	السمعي البصري	
		%04	02	/	/	%09.09	02	صورة ومجتمع	
		%04	02	/	/	%09.09	02	الصحافة العلمية	

من خلال تفريغنا للبيانات في الجدول نجد أن نسبة الإجابات بـ نعم في متغير الجنس بالنسبة

للذكور تقدر بنسبة **16.66%**، أما بالنسبة للذين كانت إجاباتهم بـ لا تقدر نسبتهم بـ **83.33%**.

أما بالنسبة للإناث نجد **36.84%**، بالنسبة اللاتي أجبن بـ نعم في حين أن اللاتي أجبن بـ لا

تقدر نسبتهم بـ **63.15%**.

أما بالنسبة لمتغير السن نجد الذين تتراوح أعمارهم من [18 - 23] تقدر بـ **21.42%**،

الذين أجابوا بـ نعم، ونفس الفئة التي كانت إجاباتهم بـ لا تقدر نسبتهم بـ **45.45%**.

أما بالنسبة الذين تتراوح أعمارهم من [24 - 29] تقدر بـ 67.85%، الذين أجابوا بـ نعم،

ونفس الفئة التي كانت إجابتهم بـ لا تقدر نسبتهم بـ 50%.

وفي الأخير بالنسبة للذين أعمارهم تفوق [30 - 35]. تقدر نسبتهم بـ 10.71 % في الإجابة

بـ نعم، و نسبة 04.54% بالنسبة للذين أجابوا بـ لا.

أما بالنسبة لمتغير التخصص نجد وسائل الإعلام و المجتمع بنسبة 36.36%، من الذين

أجابوا بـ نعم، أما بالنسبة للذين كانت إجابة بـ لا تقدر بـ 64.28%.

وتخصص الاتصال السياحي تقدر نسبتهم بـ 31.81%، من الذين أجابوا بـ نعم، أما بالنسبة

للذين كانت إجابة بـ لا تقدر نسبتهم بـ 07.14%.

كما نجد أن تخصص الصحافة المكتوبة تقدر بـ 04.54%، من الذين أجابوا بـ نعم

و 17.85% بالنسبة للذين أجابوا بـ لا.

أما بالنسبة لتخصص السمعى البصري تقدر نسبتهم بـ 09.09 %، من الذين أجابوا بـ نعم و

نسبة 10.71% من الذين أجابوا بـ لا.

و بالنسبة لتخصص الصورة والمجتمع نجد نسبة 09.09% من الذين أجابوا ب نعم، و نسبة و لا توجد نسبة للذين أجابوا ب لا.

و في الأخير نجد أن تخصص الصحافة العلمية نجد نسبة 09.09% من الذين أجابوا ب نعم، و لا توجد نسبة للإجابة ب لا.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن متغير الجنس بالنسبة للذكور تقدر نسبتهم ب 83.33%

ونسبة الإناث تقدر ب 63.15% في تخصص و سائل الإعلام و المجتمع ب 64.28% ثم تليه

الصحافة المكتوبة بنسبة أقل من الثلث المقدرة ب 17.85% ثم السمي البصري ب 10.71%

و في الأخير الاتصال السياحي ب 07.14% ونجد أن النسب متقاربة في الفئة العمرية [24

__ 29] ب 50% و [18 __ 23] ب 45.45% وذلك راجع لقربهم من بعضهم البعض من

باب الفطرة، ونجد مفردة واحدة في الفئة العمرية الكبيرة من توافقهم في الرأي بنسبة ب 04.54

% . حسب وجهة نظرهم أن ما تتلقونه في التكوين الجامعي لا يتطابق وما يمارسونه في التربص

الميداني بالإذاعة، وهذا ما أشعرهم أنهم عاجزون عن العطاء و التقديم، الإبداع في مجال

تخصصهم في الإعلام ضف إلى ذلك أنهم من أقدم على بعضهم لا يملكون شهادات في

الاختصاص المطلوب بل هم خريجو تخصصات أخرى في الجامعة مثل علم النفس وعلم الاجتماع ، حقوق والأدب العربي، لا علاقة لهم بالإعلام والاتصال، وليس لهم معلومات حول أخلاقيات الإعلام وما يجب بثه وما لا يجب بثه بل حتى أنه قيل لبعضهم " نحن نقوم ببث ما نراه يخدم المجتمع ونحن نحاول أن نصلح ببث بعض القضايا الجماعية "، وهم لا يدرون أنهم يروجون في تلك المواضيع المعالجة للأفكار ربما هي مضرة أكثر منها نافعة.

كما نشير إلى بعض مفردات العينة من نفس الإجابة حسب وجهة نظرهم أن التكوين الأكاديمي هو تكوين مثالي بحت أما العمل الميداني في الواقع هو عالم آخر يخضع لظروف مشاكل لم نتطرق لها في الأكاديمي كما أن التكوين الأكاديمي يقتصر على النظريات الإعلام والاتصال، وكذا وحدات لا نستخدمها في الممارسة الإعلامية وهو بيت القصيد وباقي الوحدات هي وحدات تثقيفية في مجال الإعلام والاتصال أو بالأحرى هي تشمل الفئة القليلة التي هدفها مواصلة الدراسات ما بعد التدرج، لأنه حتى الطلبة المتوجهون للعمل في المؤسسات الإدارية لا يجدون أنفسهم مكونين أو حتى مؤهلين للعمل في الإدارات الجزائرية أو بما يعرف رتبة متصرف إداري، و هنا وجد الطالب نفسه في قارعة الطريق لا هو مكون في مجاله الإعلامي كصحافي أو مذيع لا

هو مثقف في مجال الإدارة حتى يحصل لنفسه، منصب مالي ثابت وما الشهادة المحصل عليها

من التكوين الأكاديمي، ما هي إلهادة مثقف تميزه عن عامة الناس فقط .

في حين نجد نسبة الإناث 36.84 % و نسبة الذكور بـ 16.66 %، والنسب متقاربة جدا في

تخصصي وسائل الإعلام بـ 36.36 %، اتصال سياحي بـ 31.81 %، ونجد التخصصات

ثلاث السمعى البصرى، الصورة و المجتمع، الصحافة العلمية يتفقد على نسبة واحدة مقدرة بـ

09.09 %، و في الأخير نجد الصحافة المكتوبة بـ 04.54 % في الفئة العمرية [24 _

29] بـ 67.85 %، تليها الفئة العمرية [18 _ 23] بـ 21.42 %، وفي الأخير كالعادة [

30 _ 35] بـ 10.71 % من الذين أجابوا بنعم على أن ما تلقونه في التكوين الجامعي

يتطابق مع ما مارسوه في الإذاعة على العموم فهي وسيلة تعتمد على مخاطبة مخيال المستمع

تحاول أن ترسم للمستمع عالم من الخيال في تقديم البرامج الإذاعية وذلك من لباقة الألفاظ وتلوين

الكلمات وعذب الصوت ومخاطبة المشاعر بين الفينة والأخرى، فالممارسة الإعلامية في الإذاعة

تتطلب من المذيع الخيال الواسع حتى يفتح لكل مستمع غرفة في عقله تسمح له بحرية السباحة

في خياله، ويتفاعل مع البرنامج أو الموضوع المطروح بكل نشاط وحيوية تتبناها نوع من الاطمئنان تجاه المذيع.

الجدول رقم: (12) يتمثل في فنيات التحرير بين الأكاديمي والتطبيقي.

السؤال رقم: (09) هل العمل الإذاعي قائم في تحرير الأخبار والتقارير الإخبارية على

الطريقة الأكاديمية؟

المتغيرات	الإجابات		لا		نعم		النسبة %	المجموع	النسبة %	المجموع
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %				
الجنس	ذكور	03	%25	09	%75	12	%24	50	%100	
	إناث	19	%50	19	%50	38	%76			
السن] 23 - 18]	07	%31.81	09	%32.14	16	%32	50	%100	
] 29 - 24]	12	%54.54	18	%64.28	30	%60			
] 35 - 30]	03	%13.63	01	%03.57	04	%08			
	وسائل الإعلام و المجتمع	10	%45.45	16	%57.14	26	%52			

%100	50	%18	09	%14.28	04	%22.72	05	اتصال سياحي	التخصص
		%12	06	%17.85	05	%04.54	01	الصحافة المكتوبة	
		%10	05	%10.71	03	%09.09	02	السمعي البصري	
		%04	02	/	/	%09.09	02	صورة ومجتمع	
		%04	02	/	/	%09.09	02	الصحافة العلمية	

من خلال تفريغنا للبيانات في الجدول نجد أن نسبة الإجابات ب نعم في متغير الجنس بالنسبة

للذكور تقدر بنسبة 25%، أما بالنسبة للذين كانت إجابتهم ب لا تقدر نسبتهم ب 75%.

أما بالنسبة للإناث نجد 50%، بالنسبة اللاتي أجبن ب نعم في حين أن اللاتي أجبن ب لا تقدر

نسبتهن ب 50%.

أما بالنسبة لمتغير السن نجد الذين تتراوح أعمارهم من [18 - 23] تقدر ب 31.81%، الذين

أجابوا ب نعم، ونفس الفئة التي كانت إجابتهم ب لا تقدر نسبتهم ب 32.14%.

أما بالنسبة الذين تتراوح أعمارهم من [24 - 29] تقدر ب 54.54%، الذين أجابوا ب نعم،

ونفس الفئة التي كانت إجابتهم ب لا تقدر نسبتهم ب 64.28%.

وفي الأخير بالنسبة للذين أعمارهم تفوق [30 – 35]. تقدر نسبتهم بـ 13.63% في الإجابة

بـ نعم، و نسبة 03.57% بالنسبة للذين أجابوا بـ لا.

أما بالنسبة لمتغير التخصص نجد وسائل الإعلام و المجتمع بنسبة 45.45%، من الذين

أجابوا بـ نعم، أما بالنسبة للذين كانت إجابة بـ لا تقدر 57.14%.

وتخصص الاتصال السياحي تقدر نسبتهم بـ 22.72%، من الذين أجابوا بـ نعم، أما بالنسبة

للذين كانت إجابة بـ لا تقدر نسبتهم بـ 14.28%.

كما نجد أن تخصص الصحافة المكتوبة تقدر بـ 04.54%، من الذين أجابوا بـ نعم

و 17.85% بالنسبة للذين أجابوا بـ لا.

أما بالنسبة لتخصص السمعي البصري تقدر نسبتهم بـ 09.09%، من الذين أجابوا بـ نعم و

نسبة 10.71% من الذين أجابوا بـ لا.

و بالنسبة لتخصص الصورة والمجتمع نجد نسبة 09.09% من الذين أجابوا بـ نعم، و نسبة و لا

توجد نسبة للذين أجابوا بـ لا.

و في الأخير نجد أن تخصص الصحافة العلمية نجد نسبة 09.09% من الذين أجابوا ب نعم، و لا توجد نسبة للإجابة ب لا.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن متغير الجنس بالنسبة للذكور ب 75 % و الإناث ب 50

% في تخصص وسائل الإعلام و المجتمع ب 57.14 % تليها الصحافة المكتوبة ب 17.85

% ثم الاتصال السياحي ب 14.28 % و في الأخير السمعي البصري ب 10.71 %، من فئة

العمرية الوسطى [24 __ 29] ب 64.28 %، [18 __ 23] ب 32.14 %، وفي الأخير

نجد الفئة العمرية الكبيرة في الدراسة [30 __ 35] ب 03.57% هم الذين فندوا فكرة العمل

الإذاعي قائم في تحرير الأخبار والتقارير الإخبارية على الطريقة الأكاديمية حسب وجهة نظرهم إن

التحرير الإذاعي في الميدان يختلف تماما عن ما تعلموه في الأكاديمي لا من حيث صياغة

الأخبار والتقارير الإخبارية ولا من تقديم وإلقاء ففي التعليم الأكاديمي " الخبر مقدس و التعليق حر

" أما في الميدان يعتمدون المزج بينهما حتى يظهر الخبر كامل بالنسبة لمقدمين النشرة الإخبارية

أو كما هو متفق عليه في قاعة التحرير الخاصة بكل وسيلة إعلامية أيا كان طابعها على وجه

العموم، بالإذاعة المحلية على وجه الخصوص، أما بالنسبة للموجز الإخباري هو ملخص للأخبار

ويبث فيه أهم ما ورد من أخبار على رأس كل ساعة في الفترة الصباحية، ولم يتم التطرق إليه في الأكاديمي كما يوجد أنواع كثيرة في فنيات التحرير من تطرقوا إليها في الأكاديمي و لم يصادفوها في التربص الميداني مثل: (الخبر المركب، البور تري، الملف الصحفي، التحقيق).

في حين نجد نسبة الإناث بـ 50 % و الذكور بـ 25 % في تخصص وسائل الإعلام و المجتمع بـ 45.45 %، يليها اتصال السياحي بـ 22.27 %، و نجد كل من التخصصات السمعي البصري، الصورة و المجتمع، الصحافة العلمية تتفق على نفس النسبة المئوية بـ 09.09 %، و تأتي في الأخير الصحافة المكتوبة بـ 04.54 % في الفئة العمرية [24 __ 29] بـ 54.54 %، [18 __ 23] بـ 31.81 %، و أخيرا [30 __ 35] بـ 13.63 % من الذين أجابوا بنعم العمل الإذاعي قائم في تحرير الأخبار والتقارير الإخبارية على الطريقة الأكاديمية وحسب وجهة نظرهم أن التكوين الأكاديمي يؤطرهم ويرسم لهم الخريطة ويسطر لهم الطريق التي سوف يمشون عليها في العمل الميداني بأي وسيلة إعلامية على وجه العموم و الإذاعة على وجه الخصوص، كما أن التحرير في الأكاديمي يمنحهم تأشيرة العبور في العمل بالوسائل الإعلامية.

الجدول رقم: (13) يتمثل في حجم المعلومات التي تلقاها طلبة الإعلام والاتصال المتربصين في الإذاعة المحلية.

السؤال رقم: (10) ما رأيك في حجم المعلومات التي تلقيتها في تربصك؟

النسبة %	المجموع	النسبة %	المجموع	غير كافية		كافية		كافية جدا		الإجابات	المتغيرات
				%	ك	%	ك	%	ك		
%100	50	%24	12	66.66	08	33.33	04	/	/	ذكور	الجنس
		%76	38	13.15	05	78.94	30	07.89	03	إناث	

% 100	50	%32	16	07.69	01	44.11	15	/	/	[23 - 18]	السن
		%60	30	69.23	09	52.94	18	100	03	[29 - 24]	
		%08	04	23.07	03	02.94	01	/	/	[35 - 30]	
% 100	50	% 52	26	15.38	02	64.70	22	66.66	02	وسائل الإعلام و المجتمع	التخصص
		% 18	09	07.69	01	20.58	07	33.33	01	اتصال سياحي	
		% 12	06	38.46	05	02.94	01	/	/	الصحافة المكتوبة	
		% 10	05	23.07	03	05.88	02	/	/	السمعي البصري	
		% 04	02	07.69	01	02.94	01	/	/	صورة ومجتمع	
		% 04	02	07.69	01	02.94	01	/	/	الصحافة العلمية	

من خلال تفريغنا للبيانات في الجدول نجد أن نسبة الإجابات في متغير الجنس بالنسبة

لذكور 66.66 %، بالنسبة للذين أجابوا ب غير كافية، أما بالنسبة للذين كانت إجاباتهم ب كافية

تقدر ب 33.33 % . أما بالنسبة كافية جدا فلم يجيبوا.

أما بالنسبة للإناث نجد **78.94%**، بالنسبة اللاتي أجبن ب **كافية** في حين أن اللاتي أجبن ب **غير كافية** تقدر نسبتهن ب **13.15%**. في حين أن اللاتي أجبن ب **كافية جدا** تقدر نسبتهن ب **07.89%**.

أما بالنسبة لمتغير السن نجد الذين تتراوح أعمارهم من [18 – 23] تقدر نسبتهم ب **44.11%**، بالنسبة للذين أجابوا ب **كافية**، ونفس الفئة التي كانت إجابتهم ب **غير كافية** تقدر نسبتهم ب **07.69%**، أما بالنسبة **كافية جدا**، فلم يجيبوا.

أما بالنسبة الذين تتراوح أعمارهم من [24 – 29] تقدر نسبتهم ب **100%**، الذين أجابوا ب **كافية جدا**، ونفس الفئة التي كانت إجابتهم ب **غير كافية** تقدر نسبتهم ب **69.23%**. ونفس الفئة التي كانت إجابتهم ب **كافية** تقدر نسبتهم ب **52.94%**.

وفي الأخير بالنسبة للذين أعمارهم تفوق [30 – 35]. تقدر نسبتهم ب **23.07%**، في الإجابة ب **غير كافية**. ونفس الفئة التي كانت إجابتهم ب **كافية** تقدر نسبتهم ب **02.94%**، أما بالنسبة **كافية جدا**، فلم يجيبوا.

أما بالنسبة لمتغير التخصص نجد وسائل الإعلام و المجتمع بنسبة 66.66 %، من الذين

أجابوا ب كافية جدا أما بالنسبة للذين كانت إجابتهم ب كافية تقدر نسبتهم ب 64.70%. ونفس

الفئة التي كانت إجابتهم ب غير كافية تقدر نسبتهم ب 15.38%.

و تخصص الاتصال السياحي تقدر نسبتهم ب 33.33 %، من الذين أجابوا ب كافية جدا. أما

بالنسبة للذين كانت إجابتهم ب كافية تقدر نسبتهم ب 20.58 %، ونفس الفئة التي كانت إجابتهم

ب غير كافية تقدر نسبتهم ب 07.69%.

كما نجد أن تخصص الصحافة المكتوبة تقدر نسبتهم ب 38.46 %، من الذين أجابوا ب غير

كافية، أما بالنسبة للذين كانت إجابتهم ب كافية تقدر نسبتهم ب 02.94 %، أما بالنسبة كافية

جدا، لم يجيبوا.

أما بالنسبة لتخصص السمعى البصري تقدر نسبتهم ب 23.07 %، من الذين أجابوا ب غير

كافية، أما بالنسبة للذين كانت إجابتهم ب كافية تقدر نسبتهم ب 05.88 %، أما بالنسبة كافية

جدا، لم يجيبوا.

أما بالنسبة لتخصص صورة و مجتمع تقدر نسبتهم بـ 07.69 %، من الذين أجابوا بـ غير كافية، أما بالنسبة للذين كانت إجابتهم بـ كافية تقدر نسبتهم بـ 02.94 %، أما بالنسبة كافية جدا، لم يجيبوا.

و في الأخير نجد أن الذين أجابوا في تخصص الصحافة العلمية تقدر نسبتهم بـ 07.69 % من الذين أجابوا بـ غير كافية، أما بالنسبة للذين كانت إجابتهم بـ كافية تقدر نسبتهم بـ 02.94 %، أما بالنسبة كافية جدا، لم يجيبوا.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن متغير الجنس بالنسبة للذكور المقدر نسبتهم بـ 66.66 %، على عكس نسبة الإناث المقدرة بـ 13.15 %، في تخصص الصحافة المكتوبة بـ 38.46 %، تليها السمعي البصري بـ 23.07 % ثم وسائل الإعلام والمجتمع بـ 15.38 % بعدها تتفق بقية التخصصات الاتصال السياحي، الصورة والمجتمع، الصحافة العلمية على نسبة 07.69 % في

الفئة العمرية [24 __ 29] بـ 69.23 %، [30 __ 35] بـ 23.07 %، و في الأخير [18 __ 23] بـ 07.69 % . من الذين يرون أن حجم المعلومات التي تلقونها في تربصهم غير كافية حسب وجهة نظرهم أن التربص لم يوفي حاجتهم في تنمية مهاراتهم الإعلامية و أن كل

المعلومات التي تلقونها لم تجب على كل تساؤلاتهم خاصة بالنسبة للذكور في الصحافة المكتوبة الذين يتراوح أعمارهم من 24 إلى 29 سنة، و إشباع حاجتهم الإعلامية كما أنهم ابدوا تحسّرهم على مجموعة من النقاط سنذكر بعض حضرنا منها:

- تحسّرهم على المدة القصيرة التي قضاها في تربصهم.
- إشراف المؤطرين غير مؤهلين عليهم في تربصهم (ليسوا خريج شعبة علوم الإعلام والاتصال).

- عدم توافق بين ما تعلموه في الأكاديمي والممارسة الإعلامية في الميدان جعلهم مابين البينين.

- تعجرف بعض المذيعين مع بعض المتربصين في الأيام الأولى من التربص.

في حين نجد أن نسبة الإناث بـ 78.94 % و نسبة الذكور تقدر بـ 33.33 %، في تخصص وسائل الإعلام و الاتصال بـ 64.70 % و يليها مباشرة الاتصال السياحي بـ 20.58 %، ثم السمي البصري بـ 05.88 %، بعدها تليها بقية التخصصات الصحافة المكتوبة، الصورة والمجتمع، الصحافة العلمية بـ 02.94 %، في الفئة العمرية [24 _ 29] بـ 52.94 %،]

18 _ 23] ب 44.11 % وفي الأخير [30 _ 35] ب 02.94 % من الذين أجابوا على

أن حجم المعلومات التي تلقونها في تربصهم كافية، من وجهة نظرهم أن المعلومات كافية إلى حد ما لأن المعلومات التي تم تلقينها لهم كانت في مدة وجيزة ليست كالتكوين الأكاديمي الذي يسمح لك بالتعلم والتلقين بكم هائل من الأساتذة، والتربص الميداني معلوماته شبه مكمل للكوين الأكاديمي من حيث تعلم أشياء جديدة وحسب رأي البعض الآخر إنها مغامرة ممتعة في مجال تعلم المهارات الإعلامية .

وفي الأخير نجد مفردات قليلة من مجتمع البحث في متغير الجنس الإناث ب 07.89 % في تخصصي وسائل الإعلام و المجتمع ب 66.66 % و الاتصال السياحي ب 33.33 % من الفئة العمرية [24 _ 29] ب 100 % من الذين أكدنا على أن حجم المعلومات التي تلقوها في التربص الميداني كافية جدا، وحسب وجهة نظرهم أن التربص الميداني فتح لهم نافذة في تنمية وصقل مهاراتهم الإعلامية الفطرية و أعطاهن دفعة قوية مما فتح لهم الأفاق وثبت لهم ما يمكن من معلومات مسبقة ونزع عن قلوبهن كل الأمور الغامضة وأجاب عن تساؤلاتهن المبهمة.

الجدول رقم: (14) يتمثل في التربصات والتجارب السابقة لطلبة الإعلام والاتصال

السؤال رقم: (11) هل سبق وأن أجريت تريبا في مؤسسة إعلامية قبل هذا التريبص؟

الإجابة	التكرار	النسبة %
التلفزيون	00	% 00
الإذاعة	34	% 68
الصحافة المكتوبة	16	% 32
المجموع	50	% 100

من خلال تفرغنا للبيانات في الجدول نجد أن نسبة الإجابات ب الإذاعة بنسبة 68%. ونجد أن

الإجابات الصحافة المكتوبة ب نسبة 32 % و في الأخير نجد أن الإجابات التلفزيون بنسبة

00%.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 68 % من الطلبة الذين أجابوا، على أن لهم

تجربة من قبل في مؤسسة إعلامية، بالإذاعة قبل تريبصهم هذا فقد أعطتهم خبرة، في ميدان العمل

الإذاعي وسهلت عليهم التعامل مع المادة الإعلامية وكذا في فن الإلقاء الإذاعي الذي يلعب دور

في بناء شخصية المذيع في الساحة الإعلامية على الصعيدين الداخلي والخارجي في القناة الإذاعية. أما بالنسبة لطلبة الذين كانت تجربتهم الأولى بـ الصحافة المكتوبة، تقدر بنسبة 32 % أكسبتهم خبرة في فنيات التحرير، وتعد الصحافة المكتوبة مدرسة في فنيات التحرير. و في الأخير نجد أن التلفزيون مؤسسة إعلامية غير متاحة، وهذا ما يفسر أن نسبتها تقدر بـ 00 %.

الجدول رقم: (15) يتمثل في التقييم لطلبة الإعلام من حيث الرصيد الذي كسبوه في تكوينهم الأكاديمي ومدى قدرته على تلبية حاجتهم في العمل الميداني بالإذاعة.

السؤال رقم: (12) من خلال تربصك هذا هل ترى بأن التكوين النظري يلبي حاجتك في العمل

الإذاعي؟

النسبة %	المجموع	النسبة %	المجموع	لا علاقة		قليلا		كثيرا		الإجابات	المتغيرات
				%	ك	%	ك	%	ك		
%100	50	%24	12	91.66	11	08.33	01	/	/	ذكور	الجنس
		%76	38	52.63	20	44.73	17	02.63	01	إناث	
% 100	50	%32	16	29.03	09	38.88	07	/	/	[23 - 18]	السن
		%60	30	70.96	22	38.88	07	100	01	[29 - 24]	
		%08	04	/	/	22.22	04	/	/	[35 - 30]	
% 100	50	% 52	26	45.16	14	66.66	12	/	/	وسائل الإعلام و المجتمع	التخصص
		% 18	09	09.67	03	27.77	05	100	01	اتصال سياحي	
		% 12	06	16.12	05	05.55	01	/	/	الصحافة المكتوبة	
		% 10	05	16.12	05	/	/	/	/	السمعي البصري	
		% 04	02	06.45	02	/	/	/	/	صورة ومجتمع	
		% 04	02	06.45	02	/	/	/	/	الصحافة العلمية	

من خلال تفرغنا للبيانات في الجدول نجد أن نسبة الإجابات في متغير الجنس بالنسبة لذكور

08.33%، بالنسبة للذين أجابوا بـ **قليلًا**، أما بالنسبة للذين كانت إجابة بـ **لا علاقة** تقدر

بـ **91.66%**. أما بالنسبة للإجابة بـ **كثيرًا** لم يجيبوا عليها.

أما بالنسبة للإناث نجد **02.63%**، بالنسبة اللاتي أجبن بـ **كثيرًا**، في حين أن اللاتي أجبن بـ

قليلًا تقدر نسبتهم بـ **44.73%**، وفي الأخير نجد اللاتي أجبن بـ **لا علاقة** تقدر نسبتهم بـ

52.63%.

أما بالنسبة لمتغير السن نجد الذين تتراوح أعمارهم من **[18 - 23]** تقدر نسبتهم بـ **38.88**

%، الذين أجابوا بـ **قليلًا**، ومن نفس الفئة التي كانت إجابتهم بـ **لا علاقة** تقدر نسبتهم بـ

70.96%. أما بالنسبة للإجابة بـ **كثيرًا** لم يجيبوا عليها.

أما بالنسبة الذين تتراوح أعمارهم من [24 - 29] تقدر بـ 100 %، الذين أجابوا بـ كثيرا، ونفس الفئة التي كانت إجابتهم بـ قليلا تقدر نسبتهم بـ 38.88 %. ونفس الفئة التي كانت إجابتهم بـ لا علاقة تقدر نسبتهم بـ 70.96 %.

وفي الأخير بالنسبة للذين أعمارهم تفوق [30 - 35]. تقدر نسبتهم بـ 04.87 %، في الإجابة بـ: نعم، أما الذين أجابوا بـ لا، تقدر نسبتهم بـ 22.22 %.

أما بالنسبة لمتغير التخصص نجد وسائل الإعلام و المجتمع بنسبة 66.66 %، من الذين أجابوا بـ قليلا، أما بالنسبة للذين كانت إجابتهم بـ لا علاقة تقدر بـ 45.16 %. أما بالنسبة لإجابة بـ كثيرا، لم يجيبوا عليها.

وتخصص الاتصال السياحي تقدر نسبتهم بـ 100 %، من الذين أجابوا بـ كثيرا، أما بالنسبة للذين كانت إجابتهم بـ قليلا تقدر بـ 27.77 %. أما بالنسبة للذين كانت إجابتهم بـ لا علاقة تقدر بـ 09.67 %.

أما بالنسبة لتخصص الصحافة المكتوبة بنسبة 05.55 %، من الذين أجابوا بـ قليلا، أما بالنسبة للذين كانت إجاباتهم بـ لا علاقة تقدر بـ 16.12 % . أما بالنسبة لإجابة بـ كثيرا، لم يجيبوا عليها.

أما بالنسبة لتخصص السمي البصري تقدر نسبتهم بـ 16.12 %، من الذين أجابوا بـ لا علاقة، أما بالنسبة لإجابتي كثيرا و قليلا، لم يجيبوا عليها.

أما بالنسبة لتخصص صورة ومجتمع تقدر نسبتهم بـ 06.45 %، من الذين أجابوا بـ لا علاقة، أما بالنسبة لإجابتي كثيرا و قليلا، لم يجيبوا عليها.

أما بالنسبة لتخصص الصحافية العلمية تقدر نسبتهم بـ 06.45 %، من الذين أجابوا بـ لا علاقة، أما بالنسبة لإجابتي كثيرا و قليلا، لم يجيبوا عليها.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن الذكور بـ 91.66 % على عكس الإناث اللاتي تقدر

نسبتهم بـ 52.63 % في وسائل الإعلام والمجتمع بـ 45.16 % ثم تليها كل من الصحافة

المكتوبة، السمي البصري بـ 16.12 % وكذا تخصصي الصورة والمجتمع، الصحافة العلمية

بـ 06.45 % من الفئة العمرية [24 _ 29] بـ 70.96 %، [18 _ 23] بـ 29.03 %

يرون أن لا علاقة للتكوين النظري بالعمل الإذاعي، فالتكوين النظري يصب في واد والعمل

الإذاعي في واد آخر ولا يوجد بينهم جسر التوافق بينهما، وحسب وجهة نظرهم أن التكوين النظري

لا يلبي حاجتنا في العمل الإذاعي و لا هذا الأخير يكمل تكويننا النظري ولا نعلم أين هو الخلل

هل في المادة العلمية التي نتلقاها في التكوين النظري؟ أم في المشرفين على العمل الميداني

بالإذاعة؟ و السبب يعود حسب وجهة نظرهم إلى مجموعة من النقاط سنذكر ما حضرنا منها فقط:

- عدم توافق الوزارتين (التعليم العالي، وزارة الاتصال) على برنامج دراسي يتوافق وسوق

الشغل في الجزائر.

- المشرفون في العمل الميداني بالإذاعة غير المؤهلين (لا يملكون شهادات في

الاختصاص إعلام واتصال).

- لا توجد اتفاقية بين الجامعة ومؤسسة الإعلامية الإذاعية و التلفزيونية.

- عدم وجود تحفيزات من الجامعة وفتح دورات تكوينية في مجال التقديم الإذاعي لطلبة

الذين يملكون الموهبة

- عدم وجود أساتذة متابعين من التكوين الأكاديمي إلى العمل الميداني أثناء التكوين

النظري.

في حين نجد أن الإناث بـ **44.73 %**، على رأي لتخصصات الأخرى في هذه الإجابة. من الفئة

العمرية الممتدة من **18 إلى 29** بنفس النسبة المئوية بـ **38.88 %** وليس ببعيد فالفئة العمرية

الكبرى **[30 _ 35]** نجدها بـ **22.22 %** حسب وجهة نظرهم أن الرصيد الذي كسبوه في

التكوين النظري يلبي حاجتهم في العمل الميداني بالإذاعة بصفة قليلة فقط ، فالرصيد النظري

المكتسب هو بالنسبة لهم كضوء الشمعة في ظلام كاسح ليس إلا، و أن عليهم اجتهاد لتحقيق

أكبر قدر من المهارات الإعلامية في كل مرة يقومون فيها بتربص ميداني أو أي فرصة تسمح لهم

بزيارة الإذاعة لتعلم ما ينقصها من مهارات إعلامية. و في الأخير نجد أن الطلبة الذين يرون أن

ما كسبوه في الأكاديمي يخدمهم ويلبي حاجتهم بالعمل الميداني يتمثل في طالبة بـ **02.63 %**

في الاتصال السياحي بـ **100%** و يتراوح سنها من **[24 _ 29]** بـ **100 %** نجد أنها شاذة

الدراسة يؤخذ بها ولا يقاس عليها مفردة واحدة من مجموع عينة الدراسة المقدره 50 مفردة.

الجدول رقم: (16) يتمثل في تقييم طلبة الإعلام لتنظيم الإداري بالإذاعة من خلال التربص.

السؤال رقم: (13) كيف تقييم تربصك في الإذاعة؟

النسبة %	التكرار	الإجابة
20 %	10	جيد
72 %	36	مقبول
08 %	04	سيء
100 %	50	المجموع

من خلال تفرغنا للبيانات في الجدول نجد أن نسبة الإجابات بـ مقبول بنسبة 72%. ونجد أن

الإجابات جيد بنسبة 20 % و في الأخير نجد أن الإجابات سيء بنسبة 08%.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 72 % من الطلبة الذين كانت إجاباتهم، على تقييمهم لتربصهم في القناة الإذاعية مقبول، وذلك عائد لكونهم وجدوا أنفسهم في منتصف الطريق لا هم متمكنين من المهارات الإعلامية ، في الأكاديمي الذي بدوره لا يكون الطلبة إعلاميا وفق ما يتماشى والعمل الميداني، و لا هم مؤهلين للعمل في الإذاعة بما يملكون من معلومات مهنية. أما بالنسبة للذين كانت إجاباتهم جيد، تقدر نسيبتهم بـ 20% لأنه بالنسبة لهم أول تجربة في الإذاعة وأنهم يحاولون مقارنة المهارات الإعلامية في التكوين الأكاديمي هي مهارات جامدة ليس لها روح الممارسة و هذا التربص سمح لهم برؤية المهارات الإعلامية في مكانها الميداني. و في الأخير نجد بعض الطلبة الذين كانت إجاباتهم على أن تربصهم كان سيء، وقدرت نسيبتهم بـ 08 % وهذا راجع لعدم تأقلمهم والجو بالإذاعة وأنهم لا يملكون أدنى فكرة على المهارات الإعلامية في الإذاعة.

المحور الثالث

بيئة العمل الإذاعي بعد التربص تساهم في إكساب الطالب طموح الالتحاق بالإذاعة.

الجدول رقم: (17) يتمثل في الطموح والهدف من التكوين الأكاديمي و متابعته بالتريصات الميدانية على أمر الواقع حتى يتسنى للطلبة الإعلام مواكبة التطور التكنولوجي الحاصل في مجال الإعلام.

السؤال رقم: (14) هل لديك طموح الالتحاق بالإذاعة بعد تربيك هذا؟

النسبة %	المجموع	النسبة %	المجموع	لا		نعم		الإجابات	
				النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	المتغيرات	
%100	50	%24	12	% 41.66	05	% 58.33	07	ذكور	الجنس
		%76	38	% 10.52	04	% 89.47	34	إناث	
%100	50	%32	16	% 44.44	04	%29.26	12] 23 - 18]	السن
		%60	30	% 33.33	03	%65.85	27] 29 - 24]	
		%08	04	% 22.22	02	%04.87	02] 35 - 30]	
%100	50	% 52	26	/	/	%63.41	26	وسائل الإعلام و المجتمع	التخصص
		% 18	09	% 11.11	01	%19.51	08	اتصال سياحي	
		% 12	06	% 22.22	02	%09.75	04	الصحافة المكتوبة	
		% 10	05	% 55.55	05	/	/	السمعي البصري	
		% 04	02	% 11.11	01	%02.43	01	صورة ومجتمع	
		% 04	02	/	/	%04.87	02	الصحافة العلمية	

من خلال تفرغنا للبيانات في الجدول نجد أن نسبة الإجابات في متغير الجنس بالنسبة لذكور

58.33%، بالنسبة للذين أجابوا ب نعم، أما بالنسبة للذين كانت إجابة ب لا تقدر ب 41.66%.

أما بالنسبة للإناث نجد 89.47%، بالنسبة اللاتي أجبن ب نعم في حين أن اللاتي أجبن ب لا

تقدر نسبتهن ب 10.52%.

أما بالنسبة لمتغير السن نجد الذين تتراوح أعمارهم من [18 – 23] تقدر ب 29.26%، الذين

أجابوا ب نعم، ومن نفس الفئة التي كانت إجابتهم ب لا تقدر نسبتهم ب 44.44%.

أما بالنسبة الذين تتراوح أعمارهم من [24 – 29] تقدر ب 65.85%، الذين أجابوا ب نعم،

ونفس الفئة التي كانت إجابتهم ب لا تقدر نسبتهم ب 33.33%.

وفي الأخير بالنسبة للذين أعمارهم تفوق [30 – 35]. تقدر نسبتهم ب 04.87%، في الإجابة

ب نعم، أما الذين أجابوا ب لا، تقدر نسبتهم ب 22.22%.

أما بالنسبة لمتغير التخصص نجد وسائل الإعلام و المجتمع بنسبة 63.41%، من الذين أجابوا

ب نعم، أما بالنسبة لإجابة ب لا، لا نسبة لها.

وتخصص الاتصال السياحي تقدر نسبتهم بـ 19.51 %، من الذين أجابوا بـ نعم، أما بالنسبة للذين كانت إجابتهم بـ لا تقدر بـ 11.11 %.

كما نجد أن تخصص الصحافة المكتوبة تقدر بـ 09.75 %، من الذين أجابوا بـ نعم، أما بالنسبة للذين كانت إجابتهم بـ لا تقدر بـ 22.22 %.

أما بالنسبة لتخصص السمعى البصري تقدر نسبتهم بـ 55.55 %، من الذين أجابوا بـ لا، ولا نسبة لهم في الإجابة بـ نعم.

كما نجد أن تخصص صورة ومجتمع تقدر بـ 02.43 %، من الذين أجابوا بـ نعم، أما بالنسبة للذين كانت إجابتهم بـ لا تقدر بـ 11.11 %.

وفي الأخير بالنسبة لتخصص الصحافية العلمية تقدر نسبتهم بـ 04.87 %، من الذين أجابوا بـ لا، ولا نسبة لهم في الإجابة بـ نعم

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن متغير الجنس بالنسبة للإناث بـ 89.47 %، و الذكور

بـ 58.33 % في وسائل الإعلام و المجتمع بـ 63.41 % و يليها الاتصال السياحي بـ 19.51

% ثم الصحافة المكتوبة بـ 09.75 %، الصحافة العلمية بـ 04.87 % و في الأخير نجد الصورة والمجتمع بـ 02.43 % في الفئة العمرية [24 __ 29] بـ 65.85 %، [18 __ 23] بـ 29.26 %، [30 __ 35] بـ 04.87 % . من الذين أجابوا بنعم لديهم الطموح للالتحاق بالإذاعة بعد تربصهم هذا، حسب رأيهم الخاص أن التربص فتح لهم الأفاق من خلال المذيعين، كما قال (وليد الحسن الحديثي) " فن الإلقاء هو النطق بلغة مفهومة فيها من اللباقة و الوضوح ما يميزه عن الحديث العادي"، يجعل كل متربص يمتلك تلك الجودة العالية في الإلقاء و التقديم لتحقيق هدفه كمذيع في القناة الإذاعية.

فحين نجد أن الذين كانت إجابتهم بـ لا ليس لديهم الرغبة في الالتحاق بالإذاعة بعد التربص بالنسبة للذكور بـ 41.66 %، الإناث بـ 10.52 % في السمي البصري بـ 55.55 %، تليها الصحافة المكتوبة بـ 22.22 % و في الأخير تخصصي الاتصال السياحي، الصورة و المجتمع بـ 11.11 % من الفئة العمرية [18 __ 23] بـ 44.44 %، [24 __ 29] بـ 33.33 %، [30 __ 35] بـ 22.22 % حسب رأيهم أن الإذاعة ليست حلم بالنسبة إليهم و إنما التربص كان مجرد فضول و محاولة منهم معرفة ما يدور في الإذاعة و كيف تُصنع المادة

الإعلامية وتنتج في الإذاعة وقد حققوا ما أرادوا من هذا التربص، كما تضمّر بعضهم من التربص و صرح قائلاً كان مجرد مضيع للوقت لا أكثر و لا يوجد إعلام في الجزائر لا في السمي و لا في السمي البصري، و قدر عدد هؤلاء بـ 09 مفردات من عينة الدراسة.

الجدول رقم: (18) يتمثل في تقييم طلبة الإعلام للعمل الإذاعي خلال التربص الميداني.

السؤال رقم: (15) كيف ترى العمل الإذاعي بعد التربص الميداني؟

المتغيرات	الإجابات		جيد		حسن		مقبول		المجموع	النسبة %
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
الجنس	ذكور	/	/	10	83.33	02	16.66	12	24	100%
	إناث	13	34.21	18	47.36	07	18.42	38	76	
السن	[18 - 23]	06	46.15	07	25	03	33.33	16	32	
	[24 - 29]	07	53.84	17	60.71	06	66.66	30	60	
	[30 - 35]	/	/	04	14.28	/	/	04	08	

% 100	50	% 52	26	84.61	11	50	14	11.11	01	وسائل الإعلام و المجتمع	التخصص
		% 18	09	/	/	21.42	05	33.33	03	اتصال سياحي	
		% 12	06	15.38	02	10.71	03	11.11	01	الصحافة المكتوبة	
		% 10	05	/	/	17.85	05	/	/	السمعي البصري	
		% 04	02	/	/	/	/	22.22	02	صورة ومجتمع	
		% 04	02	/	/	/	/	22.22	02	الصحافة العلمية	

من خلال تفرغنا للبيانات في الجدول نجد أن نسبة الإجابات في متغير الجنس بالنسبة لذكور

83.33%، بالنسبة للذين أجابوا بـ **حسن**، أما بالنسبة للذين كانت إجابة بـ **مقبول** تقدر بـ **16.66**

%. أما بالنسبة للإجابة بـ **جيد** لم يجيبوا عليها.

أما بالنسبة للإناث نجد **34.21%**، بالنسبة اللاتي أجبن بـ **جيد**، في حين نجد أن اللاتي أجبن

بـ **حسن** تقدر نسبتهم بـ **47.36%**، وفي الأخير نجد اللاتي أجبن بـ **مقبول** تقدر نسبتهم

بـ **18.42%**.

أما بالنسبة لمتغير السن نجد الذين تتراوح أعمارهم من [18 - 23] تقدر نسبتهم بـ 46.15%، الذين أجابوا بـ جيد، ومن نفس الفئة التي كانت إجاباتهم بـ حسن تقدر نسبتهم بـ 25%. أما بالنسبة للذين كانت إجاباتهم بـ مقبول تقدر نسبتهم بـ 33.33%.

أما بالنسبة الذين تتراوح أعمارهم من [24 - 29] تقدر بـ 53.84 %، الذين أجابوا بـ جيد، ونفس الفئة التي كانت إجاباتهم بـ حسن تقدر نسبتهم بـ 60.71 % . ونفس الفئة التي كانت إجاباتهم بـ مقبول تقدر نسبتهم بـ 66.66 %.

وفي الأخير بالنسبة للذين أعمارهم تفوق [30 - 35] . تقدر نسبتهم بـ 14.28 %، في الإجابة بـ حسن، أما الإجابتين جيد و مقبول، لم يجيبوا عليها.

أما بالنسبة لمتغير التخصص نجد وسائل الإعلام و المجتمع بنسبة 11.11 %، من الذين أجابوا بـ جيد، أما بالنسبة للذين كانت إجاباتهم بـ حسن تقدر بـ 50 % . أما بالنسبة للذين أجابوا بـ مقبول، تقدر نسبتهم بـ 84.61 %.

وتخصص الاتصال السياحي تقدر نسبتهم بـ **33.33 %**، من الذين أجابوا بـ **جيد**، أما بالنسبة

للذين كانت إجابتهم بـ **حسن** تقدر بـ **21.42 %**. أما بالنسبة لإجابة **مقبول** لم يجيبوا عليها.

أما بالنسبة لتخصص الصحافة المكتوبة بنسبة **11.11 %**، من الذين أجابوا بـ **جيد**، أما بالنسبة

للذين كانت إجابتهم بـ **حسن** تقدر بـ **10.71 %**. أما بالنسبة للذين أجابوا بـ **مقبول**، تقدر نسبتهم

بـ **15.38 %**.

أما بالنسبة لتخصص السمعى البصري تقدر نسبتهم بـ **17.85 %**، من الذين أجابوا بـ **حسن**،

أما بالنسبة لإجابتي **جيد** و **مقبول**، لم يجيبوا عليها.

أما بالنسبة لتخصص صورة و مجتمع تقدر نسبتهم بـ **22.22 %**، من الذين أجابوا بـ **جيد**، أما

بالنسبة لإجابتي **حسن** و **مقبول**، لم يجيبوا عليها.

أما بالنسبة لتخصص الصحافية العلمية تقدر نسبتهم بـ **22.22 %**، من الذين أجابوا بـ **جيد**، أما

بالنسبة لإجابتي **حسن** و **مقبول**، لم يجيبوا عليها.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه من متغير الجنس بالنسبة للذكور 83.33 %، الإناث بـ 47.36 % في وسائل الإعلام و المجتمع بـ 50 % و يليها الاتصال السياحي بـ 21.42 % ثم السمي البصري بـ 17.85 % و في الأخير الصحافة المكتوبة بـ 10.71 %، من الفئة العمرية [24 __ 29] بـ 60 %، [18 __ 23] بـ 25 %، [30 __ 35] بـ 14.28 %.

حسب وجهة نظرهم بعد التبرص أن العمل الإذاعي حسن وهذا راجع لعدم توافق بين ما اكتسبوه في النظري و ما حصلوه في الميدان فنجدهم بين الأمرين وأي الوجهتين سيتخذون النظري الذي لا يخدمهم في الميداني، و المشرفون على التبرص الميداني غير مؤهلين، وليسوا من ذوي الاختصاص ، فالتبرص بالنسبة لهم كومضة إخبارية منهم من يحضا بفرصة أخرى.

في حين نجد نسبة الإناث بـ 34.21 % في تخصص الاتصال السياحي بـ 33.33 % ثم يليه تخصصي الصورة و المجتمع، الصحافة العلمية بـ 22.22 % و في الأخير كل من وسائل الإعلام و المجتمع، الصحافة المكتوبة بـ 11.11 % من الفئة العمرية الوسطى بـ 53.84 % والفئة العمرية الأولى بـ 46.15 %، حسب وجهة نظرهن أن العمل الإذاعي جيد ذلك أنهن يملكون مهارات الإعلامية بالفطرة فهن ميالات للعمل في الإذاعة، وأن العمل الإذاعي هو

الإحساس بالوسيلة الإعلامية والانصهار فيها أثناء تأدية العمل فحب العمل يجعل الفرد يبذل في خياله ويصنع من المستحيل حلولا لكل ما هو صعب ويذل الطبيعة لخدمة الفرد و الإنسانية فالعمل الإذاعي هو توصيل الرسالة إلى المرسل عبر وسيلة إعلامية متاحة للجميع، بالإذاعة نستطيع دخول قلوب الجميع و الولوج في بيوت السيدات ومشاركتهن أفكارهن بفتح معهن أبواب من الحوارات في شتى المواضيع التي هن بصدد سماعها وبالإذاعة نكسر الهدوء ونفك العزلة ونخاطب الكبير والصغير الأعمى والبصير.

وفي الأخير نجد نسب متقاربة تماما بين الجنسين الإناث بـ 18.42 %، الذكور بـ 16.66 % في وسائل الإعلام و المجتمع بـ 84.61 % و تليه الصحافة المكتوبة بـ 15.38 % في الفئة العمرية [24 _ 29] بـ 66.66 %، [18 _ 23] بـ 33.33 %. حسب رأيهم بعد التربص أن العمل الإذاعي مقبول إلى حدّ ما، ذلك أن العمل الإذاعي لا يستهويهم، فهم يميلون إلى وسائل إعلامية أخرى، فهؤلاء لا يملكون المهارات الإعلامية بالفطرة ولا مكتسبة لهذا لا يعجبهم العمل الإذاعي و لا يستهويهم.

الجدول رقم: (19) يتمثل في العمل للممارسة الإعلامية ومدى انجذاب الطلبة الإعلام

المعنيين بالتربص للعمل الإذاعي.

السؤال رقم: (16) هل بيئة العمل الإذاعي تجذبك للممارسة الإعلامية في الإذاعة؟

النسبة %	المجموع	النسبة %	المجموع	لا		نعم		الإجابات	
				النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	المتغيرات	
%100	50	%24	12	%41.66	05	%58.33	07	ذكور	الجنس
		%76	38	/	/	% 100	38	إناث	
%100	50	%32	16	% 20	01	%33.33	15] 23 - 18]	السن
		%60	30	% 60	03	% 60	27] 29 - 24]	
		%08	04	% 20	01	%06.66	03] 35 - 30]	
%100	50	%52	26	/	/	%57.77	26	وسائل الإعلام و المجتمع	التخصص
		%18	09	/	/	%20	09	اتصال سياحي	
		%12	06	/	/	%13.33	06	الصحافة المكتوبة	
		%10	05	% 100	05	/	/	السمعي البصري	

		04%	02	/	/	04.44%	02	صورة ومجتمع
		04%	02	/	/	04.44%	02	الصحافة العلمية

من خلال تفريغنا للبيانات في الجدول نجد أن نسبة الإجابات في متغير الجنس بالنسبة لذكور

58.33 %، بالنسبة للذين أجابوا بـ نعم، أما بالنسبة للذين كانت إجابة بـ لا تقدر بـ 41.66 %.

أما بالنسبة للإناث نجد 100 %، بالنسبة اللاتي أجبن بـ نعم في حين أن الإجابة بـ لا لم يجبن

عليها.

أما بالنسبة لمتغير السن نجد الذين تتراوح أعمارهم من [18 – 23] تقدر بـ 33.33 %،

الذين أجابوا بـ نعم، ونفس الفئة التي كانت إجابتهم بـ لا تقدر نسبتهم بـ 20 %.

أما بالنسبة الذين تتراوح أعمارهم من [24 – 29] تقدر بـ 60 %، الذين أجابوا بـ نعم، ونفس

الفئة التي كانت إجابتهم بـ لا تقدر نسبتهم بـ 60 %.

وفي الأخير بالنسبة للذين أعمارهم تفوق [30 – 35]. تقدر نسبتهم بـ 06.66 %، ونفس

الفئة التي كانت إجابتهم بـ لا تقدر نسبتهم بـ 60 %.

أما بالنسبة لمتغير التخصص نجد وسائل الإعلام و المجتمع بنسبة 57.77 %، من الذين أجابوا

ب نعم، ولا نسبة لهم في الإجابة ب لا.

وتخصص الاتصال السياحي تقدر نسبتهم ب 20 %، من الذين أجابوا ب نعم، ولا نسبة لهم في

الإجابة ب لا.

كما نجد أن تخصص الصحافة المكتوبة تقدر ب 13.33 %، من الذين أجابوا ب نعم، ولا نسبة

لهم في الإجابة ب لا.

أما بالنسبة لتخصص السمعي البصري تقدر نسبتهم ب 100 %، من الذين أجابوا ب لا، ولا نسبة

لهم في الإجابة ب نعم.

وفي الأخير بالنسبة لتخصصي الصورة والمجتمع، الصحافية العلمية يتفان على نفس النسبة

المئوية والتي تقدر ب 04.44 %، من الذين أجابوا ب نعم، ولا نسبة لهم في الإجابة ب لا.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن متغير الجنس بالنسبة للإناث ب 100 % على عكس الذكور

ب 58.33 % في وسائل الإعلام و المجتمع ب 57.77 % يليها الاتصال السياحي ب 20 % ثم

الصحافة المكتوبة بـ 13.33 % وفي الأخير تخصصي الصورة و المجتمع، والصحافة العلمية
بـ 04.44 % من الفئة العمرية [24 _ 29] بـ 60 %، [18 _ 23] بـ 33.33 % و
في الأخير [30 _ 35] بـ 06.66 % حسب وجهة نظرهم أن بيئة العمل في القناة الإذاعية
تجذبهم للممارسة الإعلامية فهي ممتازة بالنسبة لطلبة الذين لديهم طموح الالتحاق بالعمل فيها،
فهي أرض خصبة للأفكار فيها تنمو وتتطور لأن الإذاعة تُعلم و تكسب المهارات الفنية، هي
فضاء حر في حرية الرأي و التعبير فيها تتعلم حلو الكلام و إدارة الحوار مع الكبير والصغير،
فيها تكسب قلوب الجميع بالكلام الحلو و الرزين فيها تتعلم مخارج الحروف وتمرن أذنك على
استماع للأصوات العذبة من خلال فن الأداء و الإلقاء و التقديم وتتعلم رزانة الكلام، تتعلم احترام
الحروف وعلامات الوقف في الكلام فيها كيف تذوب بين معاني الألفاظ.

في حين نجد نسبة الذكور بـ 41.66 % في السمعي البصري بـ 100 % من الفئة العمرية [24 _ 29] بـ 40 % والفئتين العمرية الصغرى والكبرى تتفق على النسبة المئوية بـ 20 %
حسب وجهة نظرهم أن بيئة العمل الإذاعي لا تجذبهم للممارسة الإعلامية في الإذاعة و يعود

السبب إلى حساسيتهم من المذيعين الغير المؤهلين، وليسوا أهل الاختصاص، كما أن مفردات السمعى البصرى لا يستهويهم العمل فى الإذاعة ولا بيئة العمل الإذاعى.

الجدول رقم: (20) يتمثل فى تقييم طلبة الإعلام للعمل الإذاعى داخل قاعة التحرير و أستوديو الإذاعة.

السؤال رقم: (17) ما هو تقييمك للعمل الإذاعى داخل الإذاعة بصفة عامة؟

النسبة %	التكرار	الإجابة
24 %	12	جيد
76 %	38	حسن
00 %	00	سئء
100 %	50	المجموع

من خلال تفرغنا للبيانات في الجدول نجد أن نسبة الإجابات ب حسن بنسبة 76%. ونجد أن الإجابات جيد بنسبة 24 % و في الأخير نجد أن الإجابات سيء بنسبة 00%.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 76 % من الطلبة الذين كانت إجاباتهم، على تقييمهم لتربصهم في القناة الإذاعية من خلال فنيات التحرير حسن وذلك راجع إلى عدم توافق وتكافئ القدرات فنجد أن العمل في الإذاعة قائم على فنيات تحرير وقوانين خاصة بهم غير التي تم تلقينها في الأكاديمي واستخدامهم لتقنيات خاصة لم نتطرق لها في الأكاديمي مثل المسجلات ذات الجودة العالية، كما نجد أن معظم موظفيها غير خريجي الإعلام والاتصال، أما الذين أجابوا ب جيد تقدر نسبتهم ب 24 % تتمثل في الذين لديهم موهبة وحس إعلامي موروث ولديهم قابلية التعلم بسرعة وسرعة البديهة والتفاعل مع التقنية الحديثة. وفي الأخير لا نجد إجابات في تقييم الطلبة ب سيء.

الجدول رقم: (21) يتمثل في الأعمال المنجزة من طرف طلبة الإعلام أثناء تواجدهم في الإذاعة خلال تربصهم.

السؤال رقم: (18) هل قمت بالمساهمة في إعداد عمل إذاعي أثناء التبرص؟

الإجابة	التكرار	النسبة %
نعم	31	62 %
لا	19	38 %
المجموع	50	100 %

من خلال تفريغنا للبيانات في الجدول نجد أن نسبة الإجابات بـ نعم بنسبة 62 % . ونجد أن

الإجابات من لا بنسبة 38 % .

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 62 % من الطلبة الذين كانت إجاباتهم، بـ نعم قاموا

بأعمال في الإذاعة وتم تثمين تبرصهم بعمل تذكاري في غرفة التسجيل وذلك يعود لأنهم كانوا من

الدفعات الأولى لهذا الموسم فكانت لهم فرصة التجربة على أمر الواقع في أستوديو المخصص

للتسجيل. على غرار الطلبة الآخرين الذين كانت إجاباتهم بـ لا تقدر بنسبة 38 % هؤلاء لم

يحالفهم الحظ لتجربة أدائهم على أمر الواقع في الأستوديو المخصص للتسجيل، لظروف تخص الإذاعة وهذا الأمر خارج نطاق الطلبة المعنيين بالترخيص.

الجدول رقم: (22) يتمثل في طبيعة العمل الذي قام بإعداده الطالب المترخص داخل القناة الإذاعية في غرفة التسجيل.

السؤال رقم: (19) ما طبيعة هذا الموضوع؟

النسبة %	التكرار	الإجابة
35.48 %	11	تسجيل صوتي
51.61 %	16	إعداد رپورتاج
03.22 %	01	إعداد حصة
09.67 %	03	إدارة مقابلة

المجموع	31	% 99.99
---------	----	---------

من خلال تفرغنا للبيانات في الجدول نجد أن الإجابات في إعداد ريبورتاج بنسبة **51.61 %**.
ونجد أن إجابات الطلبة في تسجيل صوتي بنسبة **35.48 %**. ونجد أن إجابات الطلبة في إدارة مقابلة بنسبة **09.67 %**. وفي الأخير نجد أن إجابات الطلبة في إعداد حصة بنسبة **03.22 %**.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة **51.61 %** من الطلبة الذين كانت إجاباتهم، على إعداد ريبورتاج، وذلك عائد إلى الأعمال الموكلة إليهم في فنيات التحرير للسنة الماضية، تم صياغة وإعادة تسجيل أعمالهم على أنه عمل منجز وتم تجسيده على أمر الواقع وتسجيله في أستوديو الإذاعة نظرا لضيق الوقت في التبرص. أما بالنسبة للذين كانت إجاباتهم على تسجيل صوتي، تقدر نسبتهم بـ **35.48 %**، فتتمثل في كل عمل إذاعي غير الذي ذكر تم تسجيله في الأستوديو من طرف الطلبة ويعد تجربة بالنسبة إليهم فقد يكون تعليق رياضي أو تقديم موجز إخباري. أما بالنسبة للذين كانت إجاباتهم تقتصر على إدارة مقابلة، تقدر نسبتهم بـ **09.67 %**.

وتعود قلة هذه النسبة إلى صعوبة القيام بإعدادها لأنها تتطلب عمل جماعي وجهد فكري في اختيار شخصية تخدم الموضوع وإعداد أسئلة مناسبة للموضوع ولشخصية المحاور، أما بالنسبة للذين كانت إجاباتهم على إعداد حصة، تقدر نسبتهم بـ 03.22 % . وهي الأخرى تتطلب من المذيع البحث في الموضوع والاستدلال بشواهد حية، ومعلومات دقيقة واستشارة أهل الاختصاص في الموضوع المعالج في الحصة.

الجدول رقم: (23) يتمثل في نجاح العمل الإذاعي لكل طالب قام بإعداد موضوع ما في القناة الإذاعة أثناء تربيته.

السؤال رقم: (20) هل لاقى هذا العمل نجاحا؟

النسبة %	التكرار	الإجابة
58.06 %	18	نعم
41.93 %	13	لا
99.99 %	31	المجموع

من خلال تفرغنا للبيانات في الجدول نجد أن نسبة الإجابات ب نعم بنسبة **58.06 %**. ونجد أن الإجابات من لا ب نسبة **41.93 %**.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة **58.06 %** من الطلبة الذين كانت إجاباتهم، ب نعم قاموا بأعمال في الإذاعة وكانت ناجحة تستحق البث عبر الأثير الإذاعي، تم تسجيلها وتسليمها لأصحابها يعني الطلبة المتربصين، نجد أن بعض من الطلبة المتربصين من كان ذكيا و قام بإدارة حوار مع زملائه في الفوج على أنهم شخصيات بارزة وقام بمحاورتهم كسب مهارة الاستماع والأخذ والرد معهم في موضوع يخدم الجمهور المستمع وتسجيلها في الأستوديو على أنه عمل تذكاري. أما بالنسبة للذين كانت إجاباتهم ب لا تقدر نسبتهم ب **41.93 %** هؤلاء الطلبة التي لم تنجح أعمالهم كانت بالنسبة لهم أول تجربة ولكنهم استفادوا من النصائح المقدمة لهم من طرف المذيعين الذين أشرف على تربصهم، لا نقول عليهم بأنهم لم ينجحوا فهم مازالوا في بداية الطريق.

مناقشة الفرضيات الدراسة.

الفرضية الأولى: تحققت الفرضية الأولى المتمثلة في تساهم الإذاعة المحلية باعتبارها إحدى

وسائل الإعلام بشكل كبير في تنمية المهارات الإعلامية لطلبة الإعلام والاتصال. ويتجلى ذلك

في الإجابات التي حصلنا عليها من طرف المبحوثين فنجد أن كل مفردات الدراسات من العينة

المدرسة هم مهتمين بالإذاعة كوسيلة إعلامية المقدره نسبتهم بـ 100%، ضف إلى ذلك نجد في

كل من السؤال الثالث المتمثل في: قيام الإذاعة المحلية بصقل المهارات الإعلامية الموروثة بنسبة

54 % للإجابة بـ كثيرا، 06 % للإجابة بـ كثيرا جدا من عدد الإجمالي يعني أن 60 % من

الطلبة الذين يرون أن الإذاعة المحلية تساهم في تنمية وصقل مهاراتهم الإعلامية الموروثة

وتكملها وتزيدها خبرة والتطور على القدرات التي يمتلكها كل طالب في مجال الإعلام الإذاعي.

ونجد أيضا السؤال الخامس المتمثل في: الدور الذي تلعبه الإذاعة المحلية في تطوير المهارات

الإعلامية المكتسبة للطلبة الإعلام والاتصال بنسبة تقدر بـ 82 % من مفردات مجتمع الدراسة

المجيبين بـ نعم. كما أن الإجابات في السؤال السادس من المحور الأول المتمثل في: رضا أو

عدم رضا طلبة الإعلام و الاتصال على ما تلقوه من القائمين بالاتصال في الإذاعة؟ المقدره بـ

78 %، على صدق الفرضية. وفي الأخير نجد السؤال الرابع المتمثل في: مساهمة الإذاعة

المحلية في تنمية الرصيد المعرفي لطلبة الإعلام والاتصال؟ فنجد الإجابات هنا متوسطة لا هي مؤيدة ولا معارضة ومنه يتضح لنا أن نسبة الطلبة الذين يرون أن الإذاعة تنمي رصيدهم بـ نوعاً ما تقدر بـ 58% وتليها كثيراً جداً بـ 30%، أما الإجابات التي نفت أن الإذاعة لا تنمي رصيدهم المعرفي تقدر بـ 12%، مما يؤكد على أن النتيجة المحصل عليها في هذا السؤال هي نقطة إيجابية في صالح صدق ثبات الفرضية بعد الدراسة التي قمنا بها.

الفرضية الثانية: لم تتحقق الفرضية الثانية المتمثلة في التربص الميداني يكمل التكوين النظري.

ويتضح ذلك جلياً في السؤال السادس المتمثل في هل يلبي التكوين النظري حاجة الطالب في العمل الميداني بعد التربص الذي قام به، فنجد 62% من الذين نفوا تماماً وكانت إجاباتهم بـ لا علاقة لتكوين النظري بالتربص الميداني (العمل الميداني بالإذاعة)، ثم تليها الإجابة بـ قليلاً المقدرة بـ 36% من المجموع الكلي، يعني أن 98% من الذين وجدوا أن التكوين النظري لا يلبي حاجتهم في العمل الإذاعي، ويؤكد هذه الفكرة كل من:

• **السؤال الثاني** الذي يقول: أن كل ما يتلقاه طلبة الإعلام والاتصال في التكوين الجامعي

يتطابق وما يمارسونه في التربص الميداني بالإذاعة؟، نجد أن 34 مفردة من مجتمع

البحث في الدراسة تنفي تطابق التكوين النظري بالتربص الميداني و يظهر ذلك جليا في

النسبة المئوية المقدرة بـ 68 %.

• ضف إلى ذلك السؤال الثالث المتمثل في: هل العمل الإذاعي قائم في تحرير الأخبار

والتقارير الإخبارية على الطريقة الأكاديمية؟ و هنا نجد أن مفردات الدراسة تفند السؤال

بنسبة تقدر بـ 54 %، وهذا ما يفسر على أن الفرضية لم تتحقق فالتربص الميداني لا

يكمل التكوين النظري.

• خاصة وأن السؤال الأول يقطع الشك من اليقين و المتمثل في: المدة التي قضاها الطلبة

في تربصهم، فنجد أن أغلب مفردات الدراسة المقدر عددهم بـ 35 مفردة هم من قاموا بـ

بتربصهم في مدة زمنية أقل من 10 أيام و المقدرة نسبتهم بـ 70 %، من العدد الإجمالي

للعينة، وهذا يؤثر سلبا على مردود الطلبة في تنمية وتطوير وصقل المهارات الإعلامية

لديهم، ويقلل نسبتهم في التجربة الإعلامية على أمر الواقع.

الفرضية الثالثة: تحققت الفرضية الثالثة المتمثلة في بيئة العمل الإذاعي بعد التربص تساهم

في إكساب الطالب الجامعي طموح الالتحاق بالإذاعة.

رغم أن الفرضية الثانية لم تتحقق إلا أن الفرضية الثالثة تحققت، وهذا راجع إلى رغبة الطلبة

الجامعة في الالتحاق بالعمل الإذاعي، و يتحقق ذلك في :

• السؤال الأول الذي يقوم على طموح طلبة الإعلام والاتصال في الالتحاق بالإذاعة بعد

تربصهم الذي قاموا به، و الذي نتج عنه 82 % من العدد الإجمالي للنسبة المئوية

لمفردات العينة المدروسة، من الطلبة الموافقين على الالتحاق بالإذاعة.

• ونجد أيضا في السؤال الثالث: أن بيئة العمل الإذاعي تجذب طلبة الإعلام والاتصال

للممارسة الإعلامية في الإذاعة، بنسبة 90 % مما يعطينا 45 مفردة من مفردات الدراسة،

التي تجذبها بيئة العمل الإذاعي للعمل و الإشتهاد في تقديم أفضل العروض في الساحة

الإعلامية و تقديم الرسالة الإعلامية في أفضل صورة لها.

• وكذا نجد السؤال الثاني الذي يتمثل في تقييم طلبة الإعلام والاتصال للعمل الإذاعي بعد

التربص فقد استحسن الطلبة التربص بنسبة 56 % و 26 % رأوه جيد وقد جذبتهم بيئة

العمل رغم أنهم لم يكن في المستوى المطلوب مقارنة بالعمل الميداني.

• ضف إلى ذلك السؤال الخامس: الذي يتمثل في مساهمة طلبة الإعلام و الاتصال في

إعداد عمل إذاعي، وهنا نجد أن أغلب مفردات العينة الذين قدر عددهم بـ 31، قد أنجزت

أعمال خلال تربصهم في الإذاعة.

كما نجد أن هذه الأعمال 18 من 31 مفردة لاقت نجاحا، فالأعمال التي ساهمت في بنائها

وتقديمها في صورة سليمة قابلة للبحث مباشرة والبقية تعلمت من أخطائها واستفادة ولو القليل المهم

المشاركة وكسر الروتين الأكاديمي.

نتائج الدراسة :

- نستنتج من خلال الدراسة أن طلبة الإعلام لديهم رغبة قوية في الالتحاق بالإذاعة رغم عدم تحكمهم في تقنيات العمل الإذاعي.
- نستنتج أن التكوين النظري لا يتطابق والعمل الميداني في نقاط كثيرة و يتجلى ذلك في العجز الكبير الذي واجهه معظم الطلبة المتربصين.
- نستنتج أن العمل الميداني يقوم عليه أفراد غير مكونين و غير مؤهلين في مجال الإعلام و الاتصال مما يجعل العمل معقد لخريجي معهد العلوم الإعلام والاتصال أو الجامعة.
- نستنتج تضارب الأفكار ووجود إجابات متناقضة في الدراسة لفئة قليلة من الطلبة مما يؤثر سلبا على الدراسة، ويصعب الأمر على الباحثين في الوصول إلى النتائج المرجوة.
- نستنتج أن بعد التربص الذي قام به الطلبة في الإذاعة جعلهم يتخبطون في إلقاء اللوم على التكوين النظري الذي لا يلبي حاجتهم في العمل الميداني أو في المشرفين عليهم في الإذاعة والسخرية من تكوينهم الذي لا يرقى للعمل في الإذاعة.

- نستنتج أن العمل الميداني في الإذاعة يشرف على سيره أفراد غير مؤهلين أكاديميا، مما سبب إحباطا في نفوس أغلب المتربصين، وزرع في نفوسهم الشك مما تم تلقينه لهم في التكوين النظري.

ملحق رقم (01)

جامعة عبد الحميد بن باديس

كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية

شعبة علوم الإعلام و الإتصال

تخصص وسائل الإعلام و المجتمع

إستمارة إستبيان

في إطار إنجاز مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الإتصال تخصص وسائل

الإعلام و المجتمع و الموسومة "بدور الإذاعة المحلية في تنمية المهارات الإعلامية لدى

الطالب الجامعي " نضع بين أيديكم هذا الإستبيان.

ومن أجل ذلك نرجو منكم محاولة الإجابة بكل مصداقية و تأكدوا أن معلوماتكم ستكون

محفوظة و لن تستغل إلا للأغراض العلمية.

ملاحظة :

الإجابة تكون بوضع علامة (X) في الخانة المناسبة عن الأسئلة المغلقة .

إعداد الطالبين :

إشراف الأستاذ

غالم

- سايبى فتحي

عبد الوهاب

- كروشي رشيدة

البيانات الشخصية:

الجنس: ذكر

30 فما فوق

29-24

السن: من 18-23

صحافة علمية

اتصال سياحي

التخصص: وسائل الإعلام و المجتمع

سمعي بصري

صورة و مجتمع

صحافة مكتوبة

المحور الأول: مساهمة الإذاعة المحلية في تنمية المهارات الإعلامية لطلبة الإعلام و

الإتصال.

1- هل أنت من المهتمين بالإذاعة المحلية كوسيلة إعلامية.

نعم لا

2- هل ترى أن الإذاعة المحلية تستطيع أن تنمي مهاراتك الإعلامية ؟

نعم لا

لماذا؟.....

3- هل تقوم الإذاعة المحلية بصقل مهاراتك الإعلامية ؟

كثيرا جدا كثيرا قليلا

لماذا؟.....

4- هل ساهمت الإذاعة في تنمية رصيدك المعرفي؟

كثيرا جدا نوعا ما قليلا

5- هل تلعب الإذاعة المحلية دورا فعالا في تطوير مهاراتك الإعلامية؟

نعم لا

6- هل أنت راض على ما تلقيته من قبل القائمين بالاتصال في الإذاعة؟

راض غير راض

المحور الثاني : علاقة التربص الميداني يكمل التكوين النظري

1- ماهي المدة التي قضيتها لإجراء تربصك الميداني؟

أقل من 15 يوما من 15 يوم إلى 25 يوم 25 فما فوق

2- هل ما تتلقاه في التكوين الجامعي يتطابق وما تمارسه في التربص الميداني بالإذاعة؟

نعم لا

لماذا؟.....

3- هل العمل الإذاعي قائم في تحرير الأخبار و التقارير الإخبارية على الطريقة الأكاديمية ؟

لا

نعم

لماذا؟.....

4- ما رأيك في حجم المعلومات التي تلقيتها في تربصك الميداني ؟

غير كافية

كافية

كافية جدا

5- هل سبق و أن أجريت تربصا في مؤسسة إعلامية من قبل ؟

صحافة مكتوبة

تلفزيون

6- من خلال تربصك هل ترى بأن التكوين النظري يلبي حاجاتك في العمل الميداني ؟

لا علاقة

قليل

كثيرا

لماذا؟.....

7- كيف تقيم (ين) تربصك في الإذاعة ؟

سيء

مقبول

جيد

لماذا؟.....

المحور الثالث : بيئة العمل الإذاعي أثناء التربص تساهم في إكساب الطالب طموح

الإلتحاق بالإذاعة ؟

1- هل لديك طموح الإلتحاق بالإذاعة المحلية بعد تربصك هذا ؟

 لا نعم

لماذا؟.....

2- كيف ترى العمل الإذاعي بعد التربص الميداني ؟

مقبول

حسن

جيد

لماذا؟.....

3- هل بيئة العمل الإذاعي تجذبك للممارسة الإعلامية في الإذاعة ؟

لا

نعم

لماذا؟.....

4- ما هو تقييمك للعمل الإذاعي بصفة عامة ؟

سيء

حسن

جيد

5- هل قمت بالمساهمة في إعداد عمل إذاعي ؟

لا

نعم

6- ما طبيعة هذا العمل ؟

إدارة

تسجيل صوتي

روبورتاج إذاعي

إعداد نشرة

إعداد حصة

نقاش

7- هل لاقى هذا العمل نجاحا؟

لا

نعم

قائمة المراجع:

1. أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، عالم الكتب، القاهرة 1976، د ط .
2. أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط3، 2007.
3. أحمد العبد أبو السعيد، زهير عابد، مهارات الاتصال وفن التعامل مع الآخرين، دار البازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان، ط1، 2014 .
4. إبراهيم التهامي و آخرون، الدراسات السابقة في البحث العلمي، منشورات جامعة منتوري قسنطينة، 1999.
5. أميرة الحسين، فن الكتابة للإذاعة و التلفزيون، دار النهضة العربية، بيروت، ط1، 2005.
6. أسامة خيري، مهارات الحوار، دار الريبة للنشر و التوزيع، ط2014، 1.
7. اسماعيل سلمان أبو جلال، الإذاعة و دورها في الوعي الأمني، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، ط، 2012.
8. دلال القاضي، محمود البياتي، منهجية و أساليب البحث العلمي، دار الحامد للنشر و التوزيع، عمان الأردن، ط1، 2008.
9. وليد حسن الحديثي، فن الإلقاء و التقديم و الكتابة للإذاعة و التلفزيون، دار الكتب العلمية للنشر و التوزيع، القاهرة ، ط1، 2007.
10. زيدان عبد الباقي، وسائل و أساليب الاتصال، د ط، د س، د م .
11. حسن محمد نصر، سناء عبد الرحمن، الفن الصحفي في عصر المعلومات" تحرير و كتابة التحقيقات و الأحاديث الصحفية"، دار الكتاب الجامعي، 2005.
12. حسن محمد نصر، سناء عبد الرحمن، الفن الصحفي في عصر المعلومات" تحرير و كتابة التحقيقات و الأحاديث الصحفية"، دار الكتاب الجامعي، - العين - الإمارات العربية المتحدة، ط1، 2005.

13. حسين شفيق، لغة الجسد في الإعلام، دار الفكر و الفن للطباعة و النشر و التوزيع، ط1، 2012.
14. طاهر بن خرف الله، الصحافة الإقليمية، مجلة الاتصال، معهد علوم الإعلام و الاتصال، الجزائر، ط4، 1990.
15. طارق مصباح الشاري، الإعلام الإذاعي، دار أسامة للنشر و التوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2009.
16. طارق سيد أحمد، الإعلام المحلي و قضايا المجتمع، دار المعرفة الجامعية للطبع و النشر و التوزيع، الإسكندرية، مصر 2004.
17. كامل الظروانة، مهارات الحوار التلفزيوني، دار أسامة للنشر و التوزيع، ط1.
18. منى سعيد الحديدي، سلوى إمام علي، الإعلام و المجتمع، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ط1، 2004.
19. محي الدين مختار، محاضرات علم النفس الاجتماعي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1981.
20. ميخائيل مينكوف، ترجمة فؤاد الشيخ، المبادئ الأساسية في الصحافة الإذاعية، دار المشرق مغرب للخدمات الثقافية للطباعة و النشر - سوريا-، ط1، 2000.
21. أحمد محمود مهدي، مدخل إلى تكنولوجيا الاتصال الاجتماعي، الإسكندرية، مكتب الجامعي الحديث، ط1، 1997.
22. محمد عبد العالي النعيمي و آخرون، طرق و مناهج البحث العلمي، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2009.
23. محمد صاحب سلطان، وسائل الإعلام و الاتصال، دراسة في النشأة و التطور، دار المسيرة للنشر و التوزيع، ط1، 2012.
24. محمد عبد الرحيم عدس، فن الإلقاء، دار الفكر للنشر و التوزيع، عمان، ط1.
25. محمد عبد الغني هلال، مهارات الاتصال " فن الإستماع و الحديث"، د م، د س، د ط .

26. مصطفى حميد كاظم الطائي، الفنون الإذاعية و التلفزيونية فلسفة الإقناع، دار الوفاء لنديا الطباعة و النشر، الإسكندرية ، ط1، 2007.
27. مصطفى محمد عيسى فلاتة، الإذاعية السمعية وسيلة إتصال و تعلم، مطابع جامعة الملك سعود- الرياض-، د ط، 1997.
28. مارشال ماكلوهان، كيف نفهم وسائل الاتصال، ترجمة محمود الجوهري و آخرون، النهضة العربية، دمشق 1975.
29. نبيل حداد، فن الكتابة الصحفية" (السيمات، الأشكال، القضايا، المهارات، الدليل)، دار جرير للنشر و التوزيع، ط2، 2011،الأردن.
30. نبيل راغب، فن الكتابة للإذاعة ، دار غريب للطباعة و النشر و التوزيع، القاهرة، د ط، 2006.
31. نبيل الصادق، طريقة تنظيم المجتمع في الخدمة الإجتماعية، دار الثقافة، القاهرة، 1983.
32. نوال محمد عمر، الإذاعات الإقليمية، دراسة نظرية تطبيقية مقارنة، دار الفكر العربي، 1993.
33. نسمة أحمد البطريق، الكتابة للراديو و التلفزيون، كلية الإعلام بجامعة القاهرة، 2005.
34. نورالدين تواتي، الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية للنشر و التوزيع، ط1، 2008.
35. سلوى إمام و شهيناز بسيوني، موضوع خاص في الإذاعة، جامعة القاهرة، 2003.
36. عادل عبد الغفار، الإتجاهات المعاصرة في الإعداد و التقديم الإذاعي و التلفزيوني، دار العالم العربي - مدينة نصر - ، القاهرة، ط1، 2014.
37. عواطف عبد الرحمن، الصحافة العربية في الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، ط1، 1985.

38. عبد المجيد شكري، الإذاعة المدرسية في ضوء تكنولوجيا التعليم نظرة مستقبلية للقرن الواحد والعشرون، دار الفكر العربي، القاهرة، 2000.
39. عبد المجيد شكري، الإذاعات المحلية لغة العصر، المركز الجامعي للتصوير و الطباعة الإلكترونية، مصر 1987.
40. عبد المجيد شكري، الإعلام المحلي في ضوء متغيرات العصر أسسه، نظرياته، وسائله، و دوره في الدول النامية و المتقدمة، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2007.
41. عبد العزيز شرف، المدخل إلى وسائل الاتصال الجماهيرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1998.
42. عبد الفتاح إبراهيم عبد النبي، سوسيولوجيا الخبر الصحفي " دراسة في إنتقاء و نشر الأخبار " ، العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، د س ط .
43. عبد الرحمن ابن منظور " لسان العرب" المؤسسة المصرية العامة للتأليف و النشر، د.ط.دس .
44. فاضل محمد البدراني، أسس التحرير الصحفي و التلفزيوني و الإلكتروني، دار البداية ، ناشرون و موزعون، الأردن، ط1، 2014.
45. فهد عبد الرحمن الشميمري، التربية الإعلامية" كيف نتعامل مع الإعلام" فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر، ط1، 2010.
46. فضيل دليو، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998.
47. رجاء عبد الرزاق عمراوي، قواعد الإخراج بين النظري و التطبيقي، دار المعرفة الجامعية، طبع و نشر و توزيع، د ط، 2013.
48. خالد أحمد، منهج البحث العلمي، الجزائر، دار الريحانة، 2003، ص 23.
49. خير الله عمار، محاضرات منهجية ، الجزائر 1982، ص 73.

المعاجم و القواميس:

1. فاروق مداس، قاموس مصطلحات علم الاجتماع، دار مدني للطباعة و النشر و التوزيع، الجزائر، 2003.
2. فؤاد أقوام البستاني، منجد الطلاب، دار الشروق، لبنان، د ط ، د س.
3. ريمون بودون و فرانسوا بوريكو، المعجم النقدي لعلم الاجتماع، ترجمة سليم حداد، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط1، 1986.
4. القاموس المجاني للطلاب (عربي، عربي)، منشورات دار المجاني، ط1، بيروت، 1995.

الرسائل الجامعية:

1. حورية بن عياش، صراع الأدوار لدى المرأة الجزائرية العاملة في ضوء بعض المتغيرات الشخصية (السن، المستوى التعليمي، صورة الذات)، رسالة ماجستير، معهد علم النفس و العلوم التربوية، جامعة قسنطينة 1994-1995.
2. مالك شعباني، دور الإذاعة المحلية في تنمية الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي، دراسة ميدانية بجامعتي قسنطينة و بسكرة، رسالة دكتوراه علم إجتماع التنمية، كلية العلوم الإجتماعية و الإنسانية ، جامعة منتوري قسنطينة 2005-2006.

المراجع باللغة الأجنبية:

Angers Maurice, Initiation pratique à la méthodologies des sciences, Casbah université, Alger 1997.

ملاحق

الفهرس

رقم الصفحة	المواضيع
	شكر وتقدير
	إهداء
	فهرس
	فهرس الجداول
أ-ت	مقدمة
	الإطار المنهجي : مشكلة الدراسة ومنطلقاتها
14	- تحديد الموضوع وأهميته
15	- أسباب اختيار موضوع الدراسة
16	- أهداف الدراسة
17	- إشكالية الدراسة
19	- فرضيات الدراسة
20	- منهج الدراسة وأدواته
21	- مجتمع البحث
22	- المعاينة والعينة
23	- الدراسات السابقة
25	- مفاهيم الدراسة
32	- حدود الدراسة
	الإطار النظري
	الفصل الأول : مفاهيم الإذاعة المحلية و خصائصها
35	تمهيد
36	- المبحث الأول: مفهومها

39	– المبحث الثاني: نشأة الإذاعة
44	– المبحث الثالث: الإذاعة المحلية و خصائصها
48	– المبحث الرابع: جمهور الإذاعة و خصائصه
	الفصل الثاني : المهارات الإعلامية
51	تمهيد
52	– المبحث الأول: مهارات الحديث
56	– المبحث الثاني: مهارات الكتابة
62	– المبحث الثالث: مهارات التقديم الإذاعي
71	– المبحث الرابع : المذيع في العمليات الإتصالية
	الإطار التطبيقي
	الفصل الثالث : عرض و تحليل البيانات الميدانية
81	– بطاقة فنية لإذاعة مستغانم
83	– عرض وتحليل النتائج
164	– مناقشة وتفسير الفرضيات
170	– النتائج العامة للدراسة
173	خاتمة
175	قائمة المراجع
181	ملاحق

<u>الرقم</u>	<u>عنوان الجدول</u>
01	يمثل إجابة المبحوثين حسب متغير الجنس.
02	يمثل إجابة المبحوثين حسب متغير السن.
03	يمثل إجابة المبحوثين حسب متغير التخصص.
04	يتمثل بالمهتمين بالإذاعة المحلية كوسيلة إعلامية.
05	يوضح قدرة الإذاعة المحلية في تنمية المهارات الإعلامية لدى طلبة الإعلام و الاتصال.
06	يتمثل في قيام الإذاعة المحلية في صقل المهارات الإعلامية لدى طلبة الإعلام و الاتصال.
07	يتمثل في مساهمة الإذاعة المحلية في تنمية الرصيد المعرفي.
08	يتمثل في الدور الذي تلعبه الإذاعة المحلية في تنمية و تطوير المهارات الإعلامية المكتسبة أكاديميا لدى طلبة الإعلام و الاتصال.

09	يتمثل فيما يلقنه القائمين بالاتصال في الإذاعة المحلية تجاه المتربصين من طلبة الإعلام و الاتصال.
10	يتمثل في المدة التي قضاها طلبة الإعلام و الاتصال المتربصين في الإذاعة.
11	يتمثل في العلاقة بين ما يتلقاه طلبة الإعلام و الاتصال في التكوين الأكاديمي مع ما يمارسونه في الميدان.
12	يتمثل في فنيات التحرير بين الأكاديمي و التطبيقي.
13	يتمثل في حجم المعلومات التي تلقاها طلبة الإعلام و الاتصال المتربصين في الإذاعة المحلية.
14	يتمثل في التربصات و التجارب السابقة لطلبة الإعلام و الاتصال .
15	يتمثل في تقييم طلبة الإعلام من حيث الرصيد الذي كسبه في تكوينهم الأكاديمي و مدى قدرته على تلبية حاجاتهم في العمل الميداني بالإذاعة.
16	يتمثل في تقييم الطلبة المتربصين للتنظيم الإداري بالإذاعة من خلال التربص.
17	يتمثل في الطموح و الهدف من التكوين الأكاديمي و متابعته بالتربصات الميدانية على أمر الواقع حتى يتسنى لطلبة الإعلام مواكبة التطور التكنولوجي الحاصل في مجال الإعلام.
18	يتمثل في تقييم الطلبة المتربصين للعمل الإذاعي خلال التربص الميداني.

19	يتمثل في العمل في الممارسة الإعلامية و مدى انجذاب طلبة الإعلام المعنيين بالتربص للعمل الإذاعي.
20	يتمثل في تقييم طلبة الإعلام للعمل الإذاعي داخل قاعة التحرير أو أستوديو الإذاعة.
21	يتمثل في الأعمال المنجزة من طرف طلبة الإعلام أثناء تواجدهم في الإذاعة خلال تربصهم.
22	يتمثل في طبيعة العمل الذي قام بإعداده الطالب المتربص داخل القناة الإذاعية.
23	يتمثل في نجاح العمل الإذاعي لكل طالب قام بإعداد موضوع ما في القناة الإذاعية أثناء تربصه.