



الْجُمْهُورِيَّةُ الْجَزَائِرِيَّةُ الدِّيمُقْرَاطِيَّةُ الشَّعْبِيَّةُ

وِزَارَةُ التَّعْلِيمِ الْعَالِي وَالْبَحْثِ الْعِلْمِيِّ

جَامِعَةُ عَبْدِ الْحَمِيدِ بْنِ بَادِيْسٍ - مُسْتَعْنَائِمٍ

كَلِيَّةُ الْعُلُومِ الْإِنْسَانِيَّةِ وَالْإِجْتِمَاعِيَّةِ

فِي مَنُ الْعُلُومِ الْإِنْسَانِيَّةِ

عُنْوَانُ الْمَذْكُورَةِ

كتابة للإيداع في
المكتبة
يوم 25 جوان
2025
المرجع

دَوْرُ الْإِذَاعَةِ فِي تَغْيِيرِ سُلُوكِ الْفَرْدِ
بِرَاسَةِ حَوْلِ الْحَمَلَاتِ التَّحْسِينِيَّةِ لِمَخَاطِرِ الْأَخْتِنَاقِ بِالْفَارِ
إِذَاعَةٌ وَوَلَايَةٌ عَيْنٍ تَمُوشِنَتْ نَمُودَجًا

مَذْكُورَةٌ لِنَيْلِ شَهَادَةِ الْمَاسْتَرِ فِي عُلُومِ الْإِغْلَامِ وَالْإِتِّصَالِ

تَخْصُصُ: اِتِّصَالٌ وَعَلَاقَاتٌ عَامَّةٌ

إشراف الأستاذ:

اعداد الطالبة:

د/ فرعون حمو

عزوزي وصال

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
العربي بوعمامة	استاذ الدكتور	جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم	رئيسا
باعلي محمد السعيد	دكتور	جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم	مناقشا
فرعون حمو	دكتور	جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم	مشرفا

السنة الجامعية: 2025/2024



الْجُمْهُورِيَّةُ الْجَزَائِرِيَّةُ الدِّيمُقْرَاطِيَّةُ الشَّعْبِيَّةُ

وَزَارَةُ التَّعْلِيمِ الْعَالِيِّ وَالْبَحْثِ الْعِلْمِيِّ

جَامِعَةُ عَبْدِ الْحَمِيدِ بْنِ بَادِيْسٍ - مُسْتَعْنَامٍ -

كُلِّيَّةُ الْعُلُومِ الْإِنْسَانِيَّةِ وَالْإِجْتِمَاعِيَّةِ

قِسْمُ الْعُلُومِ الْإِنْسَانِيَّةِ

عُنْوَانُ الْمَذْكُورَةِ

دَوْرُ الْإِذَاعَةِ فِي تَغْيِيرِ سُلُوكِ الْفَرْدِ

دِرَاسَةٌ حَوْلَ الْحَمَلَاتِ التَّحْسِينِيَّةِ لِمَخَاطِرِ الْأَخْتِنَاقِ بِالْعَازِ

إِذَاعَةٌ وَوَلَايَةٌ عَيْنِ تِمُوشَنْتِ نَمُودَجًا

مُذَكِّرَةٌ لِنَيْلِ شَهَادَةِ الْمَاسْتَرِ فِي عُلُومِ الْإِعْلَامِ وَالْإِتِّصَالِ

تَخْصُّصُ: اِتِّصَالٌ وَعَلَاقَاتٌ عَامَّةٌ

اشراف الأستاذ:

اعداد الطالبة:

د/ فرعون حمو

عزوزي وصال

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
العربي بوعمامة	استاذ الدكتور	جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم	رئيسا
باعلي محمد السعيد	دكتور	جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم	مناقشا
فرعون حمو	دكتور	جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم	مشرفا

السنة الجامعية: 2025/2024



شُكْرٌ وَعِرْفَانٌ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْمُرْسَلِينَ.

أَمَّا بَعْدُ، لَا يَسْعُنَا فِي الْبِدَايَةِ إِلَّا أَنْ نَتَقَدَّمَ بِعَظِيمِ الشُّكْرِ إِلَى الْمَوْلَى عَزَّ وَجَلَّ، الَّذِي وَفَّقَنَا فِي عَمَلِنَا هَذَا، وَنَسْأَلُهُ أَنْ يَجْعَلَ هَذَا الْجُهْدَ خَالِصًا لِرُجُوبِهِ الْكَرِيمِ.

أَتَوَجَّهُ بِخَالِصِ الشُّكْرِ وَالْامْتِنَانِ إِلَى أَسْتَاذِي وَمُشْرِفِي الْكَرِيمِ، الدُّكْتُورِ الْأُسْتَاذِ "فَرْعُونَ حَمُو"، الَّذِي لَمْ يَبْخَلْ عَلَيَّ بِعِلْمِهِ وَخَبْرَتِهِ، وَكَانَ مَثَالًا لِلتَّوَجُّهِ وَالْإِرْشَادِ طَوَالَ مَرَاجِلِ إِعْدَادِ هَذِهِ الْمُدْكِرَةِ.

كَذَلِكَ أَشْكُرُ أَسْتَاذَتِي الْأَفَاضِلَ فِي قِسْمِ عُلُومِ الْإِعْلَامِ وَالْإِتِّصَالِ، عَلَى مَا قَدَّمُوهُ مِنِّ عِلْمٍ وَمَعْرِفَةٍ. وَأَخِيرًا، أَتَوَجَّهُ بِالشُّكْرِ لِكُلِّ مَنْ كَانَ لَهُ دَوْرٌ، مَهْمَا كَانَ بَسِيطًا، فِي دَعْمِ هَذَا الْعَمَلِ، سَوَاءً بِكَلِمَةٍ أَوْ نَصِيحَةٍ صَادِقَةٍ، رَاجِينَ مِنَ الْمَوْلَى عَزَّ وَجَلَّ أَنْ يَجْزِيَهُمْ خَيْرَ الْجَزَاءِ.

الإهداء

الحمدُ لله الذي بِنِعْمَتِهِ تَتِمُّ الصَّالِحَاتُ، والذي بتوفيقِهِ تَتَحَقَّقُ الْغَايَاتُ، من قال: "أنا لها"، نالها، وإنْ
أَبَتْ، رَغْمًا عنها أُتِيَتْ بها. لم يكنِ الحُلْمُ قَرِيبًا، ولا الطَّرِيقُ مَحْفُوفًا بِالتَّسْهِيلَاتِ، لكنِّي فعلتُها ونلتُها.

إلى الذي زَيَّنَ اسمي بأجملِ الألقابِ، من دَعَمَني بلا حدودٍ، وأعطاني بلا مقابلٍ،

إلى من عَلَّمَنِي أَنَّ الدُّنْيَا كِفَاحٌ، وسلاحُها العِلْمُ والمعرفةُ،

إلى من غَرَسَ في روحي مكارمَ الأخلاقِ، داعمي الأوَّلِ في مسيرتي، وسَنَدِي، وَقُوَّتِي، ومَلَاذِي بعدَ الله...
إلى فَخْرِي واعتزالي: "والدي"

إلى من جعلَ اللهُ الجَنَّةَ تحتَ أقدامِها، واحتَضَنَني قلبُها قبلَ يدها، وسَهَّلَت لي الشدائدَ بدُعاءِها،
إلى القلبِ الحنونِ، والشَّمْعَةِ التي كانت في الليالي المُظْلِمَاتِ، سرِّ قُوَّتِي ونجاحي، ومِصباحِ دَرْبِي،
إلى وَهَجِ حياتي: "والدتي".

إلى بَهْجَةِ أَيَّامِي وزينتها، إلى ضِلْعِي الثابتِ، إلى قُرَّةِ عيني: "إخوتي وأخواتي".

إلى أقاربي، من كبيرهم إلى صغيرهم، إلى أصدقائي وأحبَّتي ورفقاءِ السنينِ،

إلى كلِّ من كان عَوْنًا لي وسَنَدًا في هذا الطريقِ،

أهديكم ثمرةَ نجاحي، كعُربونِ شكرٍ وامتنانٍ لكم، راجيةً من الله أن يجزيكم كلَّ خيرٍ.

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	شكروعرفان
	الاهداء
	ملخص الدراسة
	مقدمة
	الفصل الأول: الاطار المنهجي للدراسة
17	الإشكالية
18	فرضيات الدراسة
19-18	أسباب اختيار الموضوع
19	أهمية الموضوع
19	اهداف الدراسة
23-20	الدراسات السابقة
26-24	تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة
29-26	الإجراءات المنهجية للدراسة
29	صعوبات الدراسة
	الفصل الثاني: الاطار النظري للدراسة
32	تمهيد
33	المبحث الأول: الإذاعة كأداة مهمة في التوعية

34-33	المطلب الأول: تاريخ الاذاعة
36	المطلب الثاني: أهمية الإذاعة وخصائصها الاعلامية
37	المطلب الثالث: اهداف الاذاعة
38	المطلب الرابع: وظائف الاذاعة
39	المبحث الثاني: الحملات التحسيسية والسلوك الفردي الانساني
41-39	المطلب الأول: خطوات تنفيذ حملات تحسيسية ناجحة
41	المطلب الثاني: استراتيجيات تغيير السلوك الانساني
44-42	المطلب الثالث: نظريات التأثير الاعلامي
46-44	المطلب الرابع: تطبيقات العلاقات العامة في الحملات الاذاعية الإعلامية
46	المبحث الثالث: إذاعة عين تموشنت المحلية والحملات التحسيسية في تغيير سلوك الفرد
47-46	المطلب الأول: نشأة إذاعة عين تموشنت وموقعها الجغرافي
49	المطلب الثاني: نشاط إذاعة عين تموشنت المحلية
50	المطلب الثالث: نماذج الحملات التحسيسية لمخاطر الاختناق بالغاز في إذاعة عين تموشنت
53-52	المطلب الرابع: الأساليب المستخدمة في تغيير سلوك الفرد إزاء الحملات التحسيسية في الإذاعة
54	خلاصة الفصل
	الفصل الثالث : الاطار التطبيقي للدراسة
57	تمهيد
58	منهجية الدراسة
65-58	تحليل بيانات الاستبيان
66-65	مناقشة نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات والاهداف
67	النتائج العامة للدراسة
68-67	الاقتراحات والتوصيات

69	خلاصة الفصل
71	الخاتمة
	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
34-35	تواريخ بدء الارسال الإذاعي في الدول العربية	(01)
58	خصائص العينة حسب الجنس	(02)
59	خصائص العينة حسب الفئة العمرية	(03)
59	خصائص العينة حسب المستوى التعليمي	(04)
60	خصائص العينة حسب مكان الإقامة	(05)
60	توزيع المبحوثين حسب الاستماع الى الاذاعة	(06)
61	توزيع العينة حسب عادات الاستماع الى الإذاعة	(07)
61	توزيع العينة حسب أوقات الاستماع الى الإذاعة	(08)
62	نوع البرامج التي يفضل المبحوثين متابعتها	(09)
62	استماع المبحوثين بالحملة التحسيسية لمخاطر الاختناق بالغاز لإذاعة عين تموشنت	(10)
63	تقييم المبحوثين للحملة التحسيسية لمخاطر الاختناق بالغاز	(11)
63	مدى تغيير السلوك الفردي للمبحوثين من خلال متابعتهم للحملة التحسيسية	(12)
64	الإجراءات الوقائية المعتمدة من طرف المبحوثين	(13)
65	اراء المبحوثين حول دور الإذاعة في التوعية	(14)

فهرس الأشكال

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
(01)	الهيكل التنظيمي لإذاعة عين تموشنت	48
(02)	عناصر العينة حسب متغير الجنس	58
(03)	خصائص العينة حسب الفئة العمرية	59
(04)	خصائص العينة حسب المستوى التعليمي	59
(05)	خصائص العينة حسب مكان الإقامة	60
(06)	توزيع المبحوثين حسب الاستماع الى الإذاعة	60
(07)	توزيع العينة حسب عادات الاستماع الى الإذاعة	61
(08)	توزيع العينة حسب أوقات الاستماع الى الإذاعة	61
(09)	نوع البرامج التي يفضل المبحوثين متابعتها	62
(10)	استماع المبحوثين بالحملات التحسيسية لمخاطر الاختناق بالغاز لإذاعة عين تموشنت	62
(11)	تقييم المبحوثين للحملات التحسيسية	63
(12)	مدى تغيير السلوك الفردي للمبحوثين من خلال متابعتهم للحملات التحسيسية	63
(13)	الإجراءات الوقائية المعتمدة من طرف المبحوثين	64
(14)	اراء المبحوثين حول دور الإذاعة في التوعية	65

مُلَخَّصُ الدِّرَاسَةِ

تُعَدُّ الإِذَاعَةُ مِنْ أَقْدَمِ وَسَائِلِ الإِعْلَامِ الجَمَاهِيرِيَّةِ الَّتِي تَسْعَى إِلَى تَقْدِيمِ المَعْلُومَاتِ وَنَشْرِ التَّوَعِيَةِ وَالتَّثْقِيفِ بَيْنَ مُخْتَلَفِ فِئَاتِ المَجْتَمَعِ، وَذَلِكَ بِفَضْلِ قُدْرَتِهَا عَلَى الإِنْتِشَارِ الوَاسِعِ وَسُهُولَةِ الوُصُولِ إِلَى الجَمَاهِيرِ.

وَبِالرَّغْمِ مِنْ تَعَدُّدِ الوَسَائِلِ الإِتِّصَالِيَّةِ الحَدِيثَةِ، لَا تَزَالُ الإِذَاعَةُ تَحْتَفِظُ بِمَكَانَةٍ مُهِمَّةٍ فِي التَّأثيرِ عَلَى السُّلُوكِ الإِنْسَانِيِّ، خَاصَّةً فِي الأَوْسَاطِ المَحَلِّيَّةِ.

مِنْ هَذَا المُنْطَلَقِ، جَاءَتْ هَذِهِ الدِّرَاسَةُ لِتُسَلِّطَ الضُّوءَ عَلَى دَوْرِ الإِذَاعَةِ فِي تَغْيِيرِ سُلُوكِ الفَرْدِ، مِنْ خِلَالِ دِرَاسَةِ الحَمَلَاتِ التَّحْسِيسِيَّةِ لِمَخَاطِرِ الإِخْتِنَاقِ بِالْغَازِ، وَتَمَّ اخْتِيَارُ إِذَاعَةِ عَيْنِ تَمُوشَنْتْ كَنَمُودَجٍ لِتَطْبِيقِ هَذِهِ الدِّرَاسَةِ.

وَجَاءَ الإِشْكَالُ الخَاصُّ بِهَذِهِ الدِّرَاسَةِ كَمَا يَلِي:

ما مدى مساهمة إذاعة عين تموشنت في تغيير سلوك الأفراد من خلال حملاتها التحسيسية لمخاطر الاختناق بالغاز؟

وَتَسْعَى هَذِهِ الدِّرَاسَةُ إِلَى مَعْرِفَةِ مَدَى الدَّورِ الَّذِي تَلْعَبُهُ إِذَاعَةُ عَيْنِ تَمُوشَنْتْ فِي التَّوَعِيَةِ وَالتَّحْسِيسِ تُجَاهَ هَذَا النُّوعِ مِنَ المَخَاطِرِ، وَكَذَلِكَ مَدَى قُدْرَتِهَا عَلَى التَّأثيرِ فِي سُلُوكِ الأَفْرَادِ، وَتَحْفِيزِهِمْ عَلَى اتِّخَاذِ إِجْرَاءَاتٍ وَقَائِيَّةٍ تُحَدُّ مِنْ هَذِهِ الحَوَادِثِ.

Radio is one of the oldest mass media outlets aiming to provide information raise awareness and educate various segments of society due to its wide reach and ease of access to audiences despite the variety of modern communication platforms radio still holds an important position in influencing human behavior particularly in local communities from this perspective this study focuses on highlighting the role of radio in changing individual behavior by examining awareness campaigns about the dangers of gas poisoning .the radio station of ain temouchent was chosen as the model for this study.

The specific research question for this study is as follows:

To what extent has the ain temouchent radio station contributed to changing individual behavior regarding its awareness campaign on the dangers of gas poisoning?

This study seeks to understand the role of ain temouchent radio in raising awareness and sensitizing the public about this type of risk ,as well as its ability to influence individuals behavior and motivate them to take preventive measures that can reduce such incidents.



مُقَدِّمَةٌ

لَقَدْ أَصْبَحَ الإِعْلَامُ فِي العَصْرِ الحَدِيثِ أَحَدَ أَهَمِّ الرِّكَائِزِ الأَسَاسِيَّةِ فِي تَشْكِيلِ الوَعْيِ المُجْتَمَعِيِّ وَتَوْجِيهِ السُّلُوكِ الإِنْسَانِيِّ، إِذْ لَمْ يَعُدْ مُجَرَّدَ وَسِيلَةٍ لِنَقْلِ المَعْلُومَاتِ، بَلْ أَصْبَحَ أَدَاةً اسْتِرَاتِيஜِيَّةً فَعَالَةً تُسْتَعْمَدُ لِلتَّأثيرِ فِي الرِّأْيِ العَامِّ، وَتَوْجِيهِه نَحْوَ سُلُوكِيَّاتِ إِيجَابِيَّةٍ وَآمِنَةٍ، وَمِنْهَا المَخَاطِرُ المُرتَبِطَةُ بِالإِسْتِخْدَامِ غَيْرِ السَّلِيمِ لِلغَازِ المُتْرَلِّي، الَّذِي يَتَرْتَّبُ عَلَيْهِ أحيانًا نَتائِجٌ كَارِثِيَّةٌ تَمَسُّ السَّلَامَةَ البَشَرِيَّةَ.

وَفِي هَذَا الإِطَارِ، تَبَرُّزُ أَهْمِيَّةِ الإِذَاعَةِ كَوَسِيلَةٍ إِعْلَامِيَّةٍ جَمَاهِيرِيَّةٍ وَاسِعَةٍ الإِنْتِشَارِ، تَتَمَيَّزُ بِقُدْرَتِهَا عَلَى الوُصُولِ إِلَى فِئَاتٍ مُخْتَلِفَةٍ مِنَ الجُمُهورِ، وَكَذَلِكَ تَوْصِيلِ الرِّسَائِلِ التَّحْسِيسِيَّةِ وَالتَّوَعُويَّةِ بِشَكْلِ بَسِيطٍ وَمُبَاشِرٍ، وَهَذَا مَا جَعَلَ مِنْهَا أَدَاةً مُؤَثِّرَةً فِي تَعْدِيلِ السُّلُوكِيَّاتِ اليَوْمِيَّةِ لِالأَفْرَادِ، بِمَا يُسَهِّمُ فِي تَقْلِيلِ هَذِهِ المَخَاطِرِ وَالوَقَايَةِ مِنْهَا.

وَتَعُدُّ الحَمَلَاتُ التَّحْسِيسِيَّةُ الَّتِي تُبَثُّ غَيْرَ الإِذَاعَةِ مِنْ أَبْرَزِ أَشْكَالِ التَّدْخُلِ الإِتِّصَالِيِّ المُوجَّهِ، وَالَّتِي تَهْدَفُ إِلَى تَوْعِيَةِ الجَمَاهِيرِ بِمُخْتَلَفِ القَضَايَا الإِجْتِمَاعِيَّةِ وَالبِيئِيَّةِ وَالصِّحِّيَّةِ، وَمِنْ أَبْرَزِ هَذِهِ القَضَايَا: "مَخَاطِرُ الإِخْتِنَاقِ بِالغَازِ".

فَبالنَّظَرِ إِلَى الحَوَادِثِ المُتَكَرِّرَةِ النَّاجِمَةِ عَنِ تَسَرُّبِ غَازِ أُحَادِييِّ أُكْسِيدِ الكَرْبُونِ، تَزْدَادُ الحَاجَةُ إِلَى حَمَلَاتٍ إِذَاعِيَّةٍ فَعَالَةٍ تَحْمِلُ مَضَامِينَ تَوْعُويَّةً وَاضِحَةً، وَتُنَبِّئُ عَلَى أُسُسِ إِتِّصَالِيَّةٍ مَدْرُوسَةٍ، تُسَاهِمُ فِي تَغْيِيرِ سُلُوكِ الفَرْدِ نَحْوَ تَبَيُّ سُلُوكِيَّاتٍ أَكْثَرَ أَمَانًا.

وَمِنْ هَذَا المُنْطَلَقِ، جَاءَتْ هَذِهِ الدِّرَاسَةُ لِتَسَلِّطِ الضُّوءِ عَلَى دَوْرِ إِذَاعَةِ عَيْنِ تِيْمُوشِنْتِ، الَّتِي تَمَّ اخْتِيَارُهَا كَنَمُودَجٍ لِتَطْبِيقِ هَذِهِ الدِّرَاسَةِ، فِي تَغْيِيرِ سُلُوكِ الفَرْدِ اتِّجَاهَ الحَمَلَاتِ التَّحْسِيسِيَّةِ لِلمَخَاطِرِ الإِخْتِنَاقِ بِالغَازِ.

تَمَّ تَفْسِيمُ هَذِهِ الدِّرَاسَةِ إِلَى ثَلَاثَةِ فُصُولٍ مُتَكَامِلَةٍ، حَيْثُ تَنَاولَ الفُصْلُ الأَوَّلُ "الإِطَارَ المُنْهَجيَّ لِلدِّرَاسَةِ"، وَالَّذِي شَمِلَ مُخْتَلَفَ الجَوَانِبِ المُنْهَجيَّةِ، بِدَآءٍ مِنْ طَرَحِ الإِشْكَالِيَّةِ وَتَسَاوُلَاتِهَا، مَرُورًا بِصِيَاغَةِ الفَرَضِيَّاتِ، وَتَحْدِيدِ أَهْمِيَّةِ وَأَهْدَافِ الدِّرَاسَةِ، إِضَافَةً إِلَى دَوَاعِي وَأَسْبَابِ اخْتِيَارِ المَوْضُوعِ، وَتَحْدِيدِ المَفَاهِيمِ المُتَعَلِّقَةِ بِهَذَا البَحْثِ، إِلَى جَانِبِ عَرْضِ مُخْتَصِرٍ لِأَهَمِّ الدِّرَاسَاتِ السَّابِقَةِ ذَاتِ الصِّلَةِ بِالمَوْضُوعِ، كَمَا تَمَّ تَوْضِيحُ الإِجْرَآتِ المُنْهَجيَّةِ المُعْتَمَدَةِ، بِمَا فِي ذَلِكَ أَدَوَاتُ جَمْعِ البَيِّنَاتِ وَعَلَى رَاسِهَا الإِسْتِبيَانُ، وَتَحْدِيدُ الحُدُودِ

الزمانية والمكانية والبشرية للدراسة، مع الإشارة إلى أبرز الصعوبات التي واجهناها أثناء إنجاز هذه المذكرة.

أما الفصل الثاني المتعلق "بالإطار النظري"، فقد تضمن مجموعة من المفاهيم والمضامين ذات الصلة بالموضوع، حيث تم التطرق إلى تاريخ الإذاعة وأهدافها كوسيلة فعالة في التوعية، بالإضافة إلى استعراض أهم النظريات الإعلامية التي تفسر تأثير وسائل الإعلام على سلوك الأفراد، كما تم عرض طرق القيام بحملات تحسيسية ناجحة، مع تخصيص جزء مهم للتعريف بإذاعة عين تيموشنت من حيث موقعها الجغرافي وطبيعتها نشاطها والأساليب الإحصائية التي تعتمد عليها في التأثير على الجمهور، كما تم تقديم نماذج تطبيقية للحملات التحسيسية التي بثتها هذه الإذاعة حول مخاطر الاحتناق بالغاز.

وخصص الفصل الثالث في "الجانب التطبيقي"، والذي تم الانتقال فيه إلى المرحلة العملية للدراسة، حيث تم فيه عرض موجز لمنهجية الدراسة، وتحليل الاستبيان الموجه للمبحوثين، من أجل الوصول إلى مدى فعالية الإذاعة في تغيير سلوك الفرد اتجاه الحملات التحسيسية لمخاطر الغاز. تلا ذلك عرض نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات والأهداف التي تم تحديدها في بداية البحث، ثم تقديم النتائج العامة، متبوعة بمجموعة من التوصيات والاقتراحات التي من شأنها أن تساهم في تعزيز فعالية هذه الحملات الإذاعية التوعوية، لينتهي هذا الفصل بخلاصة عامة، تعقبها خاتمة تلخص أبرز ما توصلت إليه الدراسة من استنتاجات.

الفصل الأول: الاطار المنهجي

الفصل الأول: الاطار المنهجي للدراسة

1-الإشكالية

2-فرضيات الدراسة

3-أسباب اختيار الموضوع

4-أهمية الدراسة

5-اهداف الموضوع

6-الدراسات السابقة

7-تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة

8-الإجراءات المنهجية للدراسة

9-صعوبات الدراسة

1-الإشكالية:

إنّ ظاهرة الاختناقِ بغازِ أحاديّ أكسيدِ الكربونِ أضحّت، بتكرارها كلّ سنةٍ، تجني على كثيرٍ من الأرواح، وذلك راجعٌ إلى عدّةِ أمورٍ، منها:

- التّساهلُ في أخذِ الاحتياطاتِ الوقائيّةِ.
- نقصانُ الوعيِ بمخاطرِ تسرّبِ الغازِ.
- اقتناءُ الآلاتِ غيرِ الجيّدةِ لعدمِ ارتفاعِ ثمنها مقارنةً بالجيدةِ منها.
- عدمُ مراقبةِ التوصيلاتِ من حينٍ إلى آخرٍ، وعدمُ جلبِ الصناعِ المهرةِ.

في مواجهةِ تداعياتِ هذهِ الآفةِ والظاهرةِ السلبيةِ، تبرزُ أهميّةُ دورِ المؤسّساتِ الإعلاميّةِ بمختلفِ أنواعها: من مسموعةٍ، ومرئيّةٍ، ومكتوبةٍ، وإلكترونيّةٍ. كما لا يمكنُ إغفالُ الدورِ الحيويِّ الذي تلعبه المساجدُ في نشرِ الوازعِ الديني، ويتجلّى الدورُ الأكبرُ في هذا السّياقِ للإذاعاتِ الجهويّةِ عبرِ الوطن، وعلى رأسها إذاعةُ عين تموشنتِ المحليّةِ، التي تُسهّمُ بشكلٍ فعّالٍ في توعيةِ السكّانِ من خلالِ حملاتها التحسيسيّةِ السنويّةِ حولِ مخاطرِ الاختناقِ بالغاز، ممّا يعكسُ التزامها بخدمةِ المجتمعِ والمحافظةِ على سلامتهِ.

من جهةٍ أخرى، قد تواجهُ الإذاعةُ تحديّاتٍ تتعلّقُ بتفاعلِ الجمهورِ، مثلَ ضعفِ الاهتمامِ بقضايا السلامةِ المنزليّةِ، أو غيابِ الالتزامِ بالإجراءاتِ الوقائيّةِ الموصى بها، ممّا يبرزُ فجوةً بينَ الرّسائلِ التوعويّةِ والسّلوكةِ العمليِّ للمستمعين.

ورغمَ الجهودِ الكبيرةِ التي تبذلها إذاعةُ عين تموشنتِ في التوعيةِ بمخاطرِ الاختناقِ بالغاز، سواءً عبرَ البرامجِ التوعويّةِ أو الحملاتِ التحسيسيّةِ التي تستهدفُ مختلفَ شرائحِ المجتمعِ، فإنّ استمرارَ تسجيلِ حوادثِ الاختناقِ بالغازِ يُثيرُ تساؤلاتٍ جوهريّةً حولَ فاعليّةِ هذهِ الجهودِ في تغييرِ سلوكِ الأفرادِ وتعزيزِ وعيهم بخطورةِ هذهِ المشكلةِ.

ومن هنا نطرحُ الإشكالَ التالي:

ما مدى مساهمةِ إذاعةِ عين تموشنتِ في تغييرِ سلوكِ الأفرادِ من خلالِ حملاتها التحسيسيّةِ لمخاطرِ الاختناقِ بالغاز؟

وينطوي تحتَ هذا الإشكالِ مجموعةٌ من التساؤلاتِ الفرعيّةِ:

1. ما هي الأساليبُ الإعلاميّةُ التي تعتمدُها إذاعةُ عين تموشنتِ في تغييرِ سلوكِ الأفرادِ للوقايةِ من مخاطرِ الاختناقاتِ؟
2. كيف يتمُّ تخطيطُ وتنفيذُ هذهِ الحملاتِ؟

3. وهل لهذه الحملات الإعلامية التحسيسية أثرٌ واقعيٌ ملموسٌ في سلوكِ سكانِ مدينةِ عين تموشنت؟

2- فرضيات الدراسة:

2.1 تكون الحملات التحسيسية الإذاعية أكثر نجاحًا عندما تستهدف جميع الفئات العمرية في المجتمع، مع التركيز على فئة الشباب كأكثر المتأثرين.

2.2 يكون مستوى الوعي بالحملات التحسيسية الموجهة عبر الإذاعة أقل لدى سكان المناطق الريفية مقارنةً بسكان المناطق الحضرية.

2.3 للإذاعة دورٌ فعّالٌ في تغيير سلوك الفرد نحو تبني ممارسات وقائية ضد مخاطر الاختناق بالغاز.

3- أسباب اختيار الموضوع:

تعدّ مرحلة اختيار الموضوع من المراحل الأساسية في البحث العلمي، حيث تُشكّل نقطة انطلاق حاسمة تؤثر بشكل كبير على سير البحث ونجاحه. وغالبًا ما يرتبط هذا الاختيار بمجموعة من الأسباب والدوافع التي تتنوع بين الذاتية التي تعكس اهتمامات الباحث وتوجهاته الشخصية، وبين الأسباب الموضوعية التي تفرضها الحاجة العلمية ومتطلبات الواقع الاجتماعي. ومن أبرز هذه الأسباب:

أولاً: الأسباب الذاتية:

- الاهتمام الشخصي بدراسة دور الإعلام، خاصة الإذاعة، في التأثير على سلوك الأفراد.
- الرغبة في معرفة مدى تجاوب الجمهور المستمع مع الحملات التحسيسية التي تُقدّمها إذاعة عين تموشنت المحلية.
- الرغبة في فهم كيفية تأثير الحملات التحسيسية في السلوكيات، لا سيّما فيما يتعلق بالسلامة العامة.

ثانياً: الأسباب الموضوعية:

- تزايد الحوادث المرتبطة بالاختناق بالغاز في المجتمع، مما يستدعي حملات تحسيسية فعّالة للحدّ منها.

• قلّة الدراسات التي تناولت موضوع الاختناق بالغاز، ممّا يستدعي إجراء بحوثٍ جديدةٍ لتسليط الضوء على جوانب لم تُستكشف بعد.

- الحاجة الماسّة إلى تعزيز الوعي المجتمعيّ حول مخاطر الاختناق بالغاز، حيث تُعدّ الحملات الإذاعيّة أداة مؤثّرة في السلوكيات.

- الانتشار الواسع للإذاعة ومحاولة معرفة الدور الذي تلعبه في تغيير سلوك الفرد تجاه هذا النوع من الحملات.

4- أهميّة الموضوع:

يكتسب الموضوع أهميّة كبيرةً لأنّه يُساهم في توعية الأفراد بمخاطر الاختناق بالغاز، وضرورة اتخاذ احتياطات وقائيّة. كما يُسلط الضوء على دور الإذاعة في التأثير على سلوك الأفراد، خاصّةً فيما يتعلّق بتعديل السلوكيات والوعي المجتمعيّ.

ومن خلال دراسة الحملات التحسيسية الإذاعيّة، يمكن تحسين طرق وأساليب التوعية لتكون أكثر فاعليّة في الوصول إلى مختلف فئات المجتمع.

ويُسهّم الموضوع أيضًا في التقليل من الحوادث المرتبطة بالاختناق بالغاز عبر التأثير الإيجابي على السلوك الفرديّ. كما يُعرّز من فهم العلاقة بين الإذاعة وسلوك الأفراد، ممّا يُساهم في إثراء الأدبيات العلميّة. وأخيرًا، يُعدّ الموضوع نقطة انطلاقٍ لتطوير استراتيجيات إعلاميّة موجهة تهدف إلى تحسين الوقاية والسلامة العامّة في المجتمع.

5- أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى:

• الكشف عن مدى مساهمة الإذاعة في تغيير سلوك الفرد تجاه حملاتها التحسيسية التي تبثها حول مخاطر الاختناق بالغاز.

• تعزيز التوعية لدى الأفراد والمواطنين حول مخاطر الاختناق بالغاز.

• التعرف على مدى فاعلية الحملات التحسيسية في توجيه سلوك الفرد.

6- الدراسات السابقة:

ينبغي على الباحث في مجال البحث العلمي اتباع مجموعة من الخطوات المنهجية لتحقيق الأهداف المرجوة، وتعد الدراسات السابقة نقطة انطلاق أساسية في العديد من الأبحاث العلمية، خاصة فيما يتعلق بالموضوع المراد دراسته.

وتكمن أهمية الدراسات السابقة في عدة جوانب:

- أولاً: تمنح الباحث تصوّرًا واضحًا عن موضوع بحثه.
- ثانيًا: تُساعده في التقليل من الجهد المبذول في تحديد الإطار العام للدراسة.
- ثالثًا: تُوفّر له رؤية شاملة حول التحديات المحتملة التي قد يواجهها.

الدراسة الأولى:

دراسة من إعداد الطالبة بن ملاح نوال، تحت عنوان: "دور الإعلام في التثقيف الصحي: إذاعة غليزان الجهوية نموذجًا". وهي مذكرة لنيل شهادة الماستر في شعبة الإعلام والاتصال، تخصص صحافة علمية، للموسم الجامعي 2015/2016، بجامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم.

تمحورت إشكالية الدراسة حول طرح التساؤل التالي: ما طبيعة الدور الذي تلعبه إذاعة غليزان الجهوية في سبيل رفع المستوى الصحي لمستمعيها؟

واندرجت ضمنها جملة من التساؤلات الفرعية:

- ما هي الإسهامات التي تقدّمها إذاعة غليزان الجهوية في مجال التوعية الصحية؟
- ما هي أهمية البرامج الصحية التي تبثّها إذاعة غليزان بالنسبة للأفراد؟
- ما هي الصعوبات أو التحديات التي تواجهها البرامج الصحية في الإذاعة؟

فرضيات الدراسة:

- ساهمت إذاعة غليزان الجهوية في تغيير سلوك الأفراد وتعديله، عن طريق بثّها لبرامج صحية قائمة على التوعية والتّحسيس.
- تكمن أهمية البرامج الصحية لإذاعة غليزان الجهوية في كثرة اتصالات المواطنين ومدى تفاعلهم مع الحصريّ المُبثّة.

- تُواجهُ البرامجُ الصحيَّةُ لإذاعةِ غليزانِ الجهويَّةِ صعوباتٍ راجعةً إلى قلةِ الوسائلِ والإمكاناتِ المتاحة، بالإضافةِ إلى نقصِ الأطباءِ المتخصِّصين في العديدِ من الاختصاصات.

منهجُ الدراسة:

اعتمدت الدراسةُ على المنهجِ الوصفيِّ.

أدواتُ البحث:

تمَّ استخدامُ أداةِ المقابلة في هذه الدِّراسة.

مجتمعُ البحثِ والعينة:

تمثَّلَ مجتمعُ البحثِ في عمَّالِ إذاعةِ غليزانِ الجهويَّةِ، الذي يتكوَّنُ من 10 مبحوثين من مختلفِ الجنسين (ذكور وإناث). وتمَّ اختيارُ العينةِ غير الاحتمالية القصدية في الدراسة.

نتائجُ الدراسة:

- ساهم التثقيفُ الصحيُّ في رفعِ المستوى الصحيِّ بشكلٍ كبيرٍ لدى الأفراد، كما عملَ على حمايةِ المجتمعاتِ من الإصابةِ بالأمراضِ ومخاطرِ مضاعفاتها، والعملِ على الوقايةِ منها.
- إنَّ الإعلامَ، عبرَ وسائله المتعدِّدة، لعبَ دورًا في تثقيفِ الفردِ صحيًّا، وتوجيهِ سلوكه نحوَ السلوكِ السليمِ.
- إنَّ إذاعةَ غليزانِ الجهويَّةِ استطاعت أن تُلبِّي حاجاتِ جمهورها، خاصَّةً في تقديمها للخدمةِ الاجتماعيَّةِ، التي ساهمت في حلِّ المشكلاتِ الصحيَّةِ، وتغييرِ السلوكياتِ إلى سلوكياتٍ سليمة.

الدِّراسةُ الثَّانيةُ:

دِراسةٌ من إعدادِ الطَّالبةِ تَبَّاني عَبيد، تحتَ عنوان:

أَحْمَلَاتُ الإِعْلَامِيَّةِ الإِذَاعِيَّةِ الْخَاصَّةُ بِالتَّوَعِيَّةِ المُروِريَّةِ فِي الأَجْزَائِ - دِراسةٌ مَبْدَائيَّةٌ عَلَى عَيِّنَةٍ مِنْ أَسَائِقِيْنَ بِوَلَايَةِ سَطِيف -

مُدَكَّرَةٌ مُكَمَّلَةٌ لِنَيْلِ شَهَادَةِ المَاجِسْتِيرِ فِي عُلُومِ الإِعْلَامِ وَالأَتِّصَالِ، تَخَصُّص: وَسَائِلُ الإِعْلَامِ وَالمُجْتَمَعِ، لِلْمَوْسِمِ الأَجَامِعِيِّ 2011/2012، جَامِعَةُ مُحَمَّدِ خِيضَر - بَسْكَرَة.

تَمَحَوَّرَتْ إِشْكَالِيَّةُ الدِّرَاسَةِ حَوْلَ طَرَحِ التَّسْأُولِ التَّالِي:

مَا مَدَى فَعَالِيَّةِ الْحَمَلَاتِ الإِعْلَامِيَّةِ (الْفَوَاصِلِ الإِعْلَانِيَّةِ) الْخَاصَّةِ بِالتَّوَعِيَّةِ المُرُورِيَّةِ وَالْمَقْدَمَةِ مِنْ طَرَفِ إِذَاعَةِ سَطِيفِ الجِهَوِيَّةِ؟

وَأَنْدَرَجَ ضِمْنَ هَذَا الإِشْكَالِ جُمْلَةٌ مِنَ التَّسْأُولَاتِ الْفُرْعِيَّةِ:

- مَا مَدَى تَعَرُّضِ جُمْهُورِ السَّائِقِينَ لِفَوَاصِلِ الإِعْلَانِيَّةِ الْخَاصَّةِ بِالتَّوَعِيَّةِ المُرُورِيَّةِ الْمَقْدَمَةِ مِنْ طَرَفِ إِذَاعَةِ سَطِيفِ الجِهَوِيَّةِ؟
- مَا هِيَ آرَاءُ جُمْهُورِ السَّائِقِينَ فِي مَحْتَوَى هَذِهِ الْفَوَاصِلِ الإِعْلَانِيَّةِ الْخَاصَّةِ بِالتَّوَعِيَّةِ المُرُورِيَّةِ؟
- مَا هُوَ الدَّورُ الَّذِي يَلْعَبُهُ الْقَانُونُ فِي عَمَلِيَّةِ التَّوَعِيَّةِ المُرُورِيَّةِ، مِنْ وَجْهَةِ نَظَرِ جُمْهُورِ السَّائِقِينَ بِوِلَايَةِ سَطِيفِ؟

نَوْعُ الدِّرَاسَةِ وَالْمَنْهَجُ الْمُسْتَعْمَدُ:

تَمَّ اخْتِيَارُ الدِّرَاسَةِ الوُصْفِيَّةِ، مَعَ اسْتِخْدَامِ الْمَنْهَجِ الْمُسَجِّيِّ، وَالَّذِي يُعْتَبَرُ مِنْ أَبْرَزِ الْمَنْهَجِ الْعِلْمِيَّةِ الْمُسْتَعْمَدَةِ فِي مَجَالِ الدِّرَاسَاتِ الإِعْلَامِيَّةِ، خَاصَّةً الوُصْفِيَّةِ.

أَدَوَاتُ الدِّرَاسَةِ:

اعْتَمَدَتْ هَذِهِ الدِّرَاسَةُ عَلَى أَدَاةِ المَّلَاخِظَةِ، وَأَدَاةِ الإِسْتَبْيَانِ.

مُجْتَمَعُ البَحْثِ وَالْعَيِّنَةُ:

تَمَثَّلَ مُجْتَمَعُ البَحْثِ فِي هَذِهِ الدِّرَاسَةِ فِي السَّائِقِينَ بِوِلَايَةِ سَطِيفِ، أَمَّا الْعَيِّنَةُ فَقَدْ تَمَّ اخْتِيَارُ الْعَيِّنَةِ الْغَيْرِ الإِحْتِمَالِيَّةِ، وَهِيَ الْعَيِّنَةُ الْقَصْدِيَّةُ.

نتائج الدراسة الثانية – تباني عبير

عنوان الدراسة: الحملات الإعلامية الإذاعية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر – دراسة ميدانية على عينة من السائقين بولاية سطيف

- إن المشكلة المرورية في الجزائر معقدة ومُتفاقمة، وتستلزم حراكاً جدياً من مختلف الجهات المعنية لتحسين الأمن والسلامة المرورية.

- نجحت الحملات الإعلامية في تحقيق نسب تعرّض وتذكّر معتبرة من طرف جمهور السائقين، إلا أنّ هذا التأثير لم ينعكس إيجاباً على اتجاهاتهم أو إدراكهم أو سلوكهم المتعلّق بقانون المرور.
- لا يزال تأثير الحملات الإعلامية على السلوك بحاجة إلى مزيد من الفهم، والتوعية، والتطوير.

نتائج الدراسة الثالثة – الشارف أفغول سعيد

عنوان الدراسة: دور الإذاعة في توعية المجتمع – دراسة سوسولوجية بمدينة وهران

- تُمثّل الإذاعة مصدر معلومات قوياً للتعبئة والتغيير الاجتماعي منذ أكثر من قرن، رغم التحديات التي تواجهها مع تطور الوسائط الرقمية.
- ما تزال الإذاعة تحظى بمكانة "الصديق الوفي" للجمهور، كونها وسيلة مريحة لتلقي الأخبار والبرامج.
- تساهم الإذاعة بفعالية في نشر الوعي في المجتمع من خلال برامجها وحملاتها التوعوية.

نتائج الدراسة الرابعة – و انيس ليندة

عنوان الدراسة: مسموعية الإذاعة ودورها في نشر الوعي المروري – دراسة ميدانية على عينة من السائقين بمدينة ورقلة

- تبيّن أن للإذاعة المحلية مسموعية ومكانة معتبرة لدى الجمهور.
- تساهم بشكل فعّال في نشر الوعي المروري عبر تقديم النصائح والإرشادات.
- للحملات التوعوية الإذاعية تأثير واضح على سلوك السائقين، لا سيّما فيما يتعلّق باحترام قانون المرور.

7-تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

الإذاعة: لغة: الأصل اللغوي لكلمة إذاعة يعني الاشاعة بمعنى النشر العام وذيوع ما يقال. حتى ان العرب يصفون الرجل الذي لا يكتفم السر بأنه رجل مذيع.

اصطلاحا: يمكن تعريف الإذاعة بانها الانتشار المنظم والمقصود بواسطة الراديو لمواد إخبارية وثقافية وتعليمية وتجارية وغيرها من البرامج لتلتقط في وقت واحد بواسطة المستمعين المنتشرين في شتى انحاء العالم.¹

وهي مصطلح يعني البحث المنظم والنشر والاخبار والبرامج والأغاني والتمثيلات والموسيقى وأي مواد إعلامية أخرى موجهة الى الجمهور العام واستقبال ذلك جماهيريا وعامة بواسطة أجهزة استقبال راديو. وبذلك اصبح هذا المصطلح يعبر عن خصائص فن قائم بذاته له مقوماته المادية وجمهوره ونتيجة جهود وأبحاث متواصلة تم توصل الإذاعة لمفهومها الحالي.

وهي احدى وسائل الاتصال الا ان إمكانية استخدامها سيما في الدول النامية قليلة لأنها تابعة الى الحكومة. بينما يلاحظ العكس بالنسبة للدول الغربية حيث توجد اذاعات كبيرة ومنها يكون تجاريا حيث يمكن استخدامها في الاتصال الإذاعي.²

التعريف الاجرائي:

الإذاعة هي وسيلة إعلامية تعتمد على بث المحتوى الصوتي مثل الاخبار والبرامج الحوارية والموسيقى. عبر موجات الراديو للوصول الى جمهور واسع. وهي تعد من اهم وسائل الاتصال الجماهيري.

الحملات التحسيسية:

أولا تعريف الحملة: جمعها حملات وهي ما يحمل دفعة واحدة "حملة عيدان" "حملة عسكرية" وهي كل عملية ذات مدة معينة وهدف دعائي.³

الحملات التحسيسية: لغة: نشاط منظم وهادف اصطلاحا: هي سلسلة من الإعلانات المتناسقة تستخدم موضوعا او مشكلة محددة تخطط لإنجاز هدف معين قد تكون محلية او قومية وتستمر لعدة أسابيع او لعدة سنوات. وتعرف انها عمل فني تستعمل كل تقنيات الاتصال ووسائله بالاعتماد على المنطق في جميع مراحل إنجازها وتقوم على خاصيتين همت وجود الجمهور المستهدف والعمل المركز.⁴

¹ د. ريم عبود: مدخل الى الإذاعة والتلفزيون. منشورات الجامعة الافتراضية السورية. الجمهورية العربية السورية. 2020.ص9

² د. محمد جمال الحفار. معجم المصطلحات الإعلامية. دار أسامة للنشر والتوزيع. الاردن -عمان. 2014.ص16,17

³ تيباني عبير الحملات الإعلامية الإذاعية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر -دراسة ميدانية على عينة من جمهور السائقين بولاية سطيف- مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال. جامعة محمد خيضر بسكرة. 2011/2012.ص11.

⁴ حفصة زعيون وصباح عياشي: الحملات التحسيسية كآلية للوقاية من العنف ضد الطفل. مجلة الاسرة والمجتمع 8. العدد2. 2020.ص133.

التعريف الاجرائي للحملات التحسيسية: هي أنشطة توعوية تهدف الى نشر الوعي حول قضية معينة مثل الصحة او البيئة او حقوق الانسان. من خلال وسائل مختلفة كالإعلام او الندوات او التواصل المباشر. بهدف تغيير السلوك او تعزيز المعرفة.

السلوك الفردي الإنساني:

1-السلوك: هو استجابة او ردة فعل للفرد. ولا يتضمن فقط الاستجابة والحركات الجسمية. بل يشمل العبارات اللفظية والخبرات الذاتية وقد يعنى هذا المصطلح الاستجابة الكلية او الالية التي تتدخل فيها افرازات الغدد حين يواجه الكائن العضوي أي موقف وعلى الرغم من ان بعض الباحثين يستخدمون مصطلحي: فعل وسلوك بمعنى واحد الا ان اصطلاح السلوك اعم من الفعل لأنه يشمل كل ما يمارسه الفرد ويفكر فيه ويشعر به بغض النظر عن القصد و المعنى الذي ينطوي عليه السلوك.¹

2-السلوك الإنساني: يعرف على انه كل ما يقوم به الفرد من أنشطة مختلفة. وما يؤتيه من أفعال وردود أفعال في حياته اليومية وفي علاقاته مع الآخرين. وهو مجموعة من التصرفات الخارجية والداخلية التي يسعى عن طريقها الفرد لتحقيق عملية التوافق بين مقومات وجوده ومقتضيات الاطار البيئي الذي يعيش داخله. وبالتالي فالسلوك الإنساني عبارة عن جملة من التصرفات والافعال التي نشاهدها ونلاحظها في الفرد اثناء قيامه بمختلف النشاطات داخل الاطار او البيئة المحيطة به. ويمكن لهذا السلوك الإنساني ان يكون له تأثير إيجابي او سلبي على الفضاء العام. فيكون إيجابيا ومقبولا كلما كان متوافقا مع خصوصية ونمط البيئة الحضرية ويكون سلبيا اذا ما تعارض معها.

3-السلوك الفردي: هو كل ما يقوم به الفرد من أفعال وتصرفات تعبر عن شخصيته. وكل ما يتعلق به من معارف وخبرات وثقافة وقيم موروثية. وكل ما مر به من تجارب سابقة. وتعتبر البيئة (سواء كانت طبيعية، او عمرانية، او اجتماعية، او ثقافية....) اهم العناصر المكونة او ذات التأثير المباشر على السلوك الفردي للإنسان. وبذلك يمكن القول ان هناك تأثير واضح لثقافة الشخص والعادات والتقاليد التي نشأ عليها سلوكه.²

1.د. محمد منير حجاب. المعجم الإعلامي. دار الفجر للنشر و التوزيع. ط1. القاهرة. 2004.ص286.
2.د. عماد بوروح والحاج لخضر: نمط البيئة الحضرية وعلاقتها بتشكيل سلوك الفرد. مجلة الابراهيمية للعلوم الاجتماعية والإنسانية. العدد9. برج بوعريبيج الجزائر. 2021.ص146.145.

التعريف الاجرائي لسلوك الفرد: هو مجموعة من الأفعال والتصرفات التي يقوم بها الفرد استجابة للمواقف المختلفة. ويتشكل من خلال العوامل البيئية والاجتماعية والنفسية.

مفهوم غاز احادي أكسيد الكربون:

اول أكسيد الكربون هو غاز عديم اللون وعديم النكهة (الطعم). وعديم الرائحة. ينتج من عملية الاكسدة الجزئية (الاحتراق غير التام للكربون) والمركبات العضوية مثل الفحم وهذا يحدث عند ندرة الاكسجين. او عند احتراق ذي حرارة مرتفعة جدا. ويعتبر من الغازات الشديدة السمية.¹

التعريف الاجرائي: غاز احادي أكسيد الكربون (CO) هو غاز سام وعديم اللون والرائحة. ينتج عن احتراق غير كامل للمواد المحتوية على الكربون. مثل الوقود والخشب. يمنع نقل الأوكسجين في الدم عند استنشاقه مما يجعله خطيرا على الصحة.

8-الإجراءات المنهجية للدراسة:

8-1*المنهج المستخدم للدراسة:

يعرف المنهج انه مجموعة من القواعد التي يتم وضعها بقصد الوصول الى الحقيقة في العلم. او الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة من اجل استكشاف الحقيقة. او هو فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار. او الإجراءات من اجل الكشف عن الحقيقة التي نجهلها. او من اجل البرهنة عليها للأخرين الذين لا يعرفونها.²

وبالنظر الى الدقة اللازمة في البحث العلمي كان من الضروري عرض المنهج المعتمد في الدراسة بهدف التوصل الى نتائج تسهم في الإجابة عن الإشكالية المطروحة والتي تدور حول: ما مدى مساهمة إذاعة عين تموشنت في تغيير سلوك الافراد من خلال حملاتها التحسيسية لمخاطر الاختناق بالغاز؟

ويعد المنهج "الوصفي التحليلي" الخيار الأمثل لدراستنا كونه الأنسب في وصف الظاهرة المدروسة وتحليلها بشكل دقيق. حيث يسمح بجمع المعلومات اللازمة حول الموضوع محل الدراسة ومن ثم تفسيرها بطريقة علمية ومنهجية. مما يسهم في الوصول الى استنتاجات واضحة تمكننا من الإجابة عن الإشكالية المطروحة وتحقيق اهداف البحث.

1. مديرية التجارة لولاية الطارف. ما هو اول غاز أكسيد الكربون؟ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية (بدون تاريخ). ص2. رابط الموقع الالكتروني: <https://dczeltarf.dz>

1.2. عثمانى عبد الملك. مفهوم واهمية المنهج في البحث العلمي. مجلة الحكمة للدراسات الفلسفية. العدد1. ولاية النعامة. 2013. ص148.

2-8*مجتمع البحث:

يعرف مجتمع البحث او مجتمع الدراسة في البحث العلمي على انه مجموعة كبيرة ومحددة من الافراد و العناصر التي تمتلك صفة مشتركة واحدة او اكثر. تحدد هذه الصفة بواسطة معايير اخذ العينة التي وضعها الباحث. ويمثل مجتمع الدراسة التركيز الرئيسي للبحث العلمي بحيث يسعى الباحث للحصول على المعرفة او المعلومات عنه. وبناء على ذلك يجب على الباحث تحديد مجتمع الدراسة في بداية البحث.

1

ويمكننا تعريف مجتمع البحث اجرائيا بانه جميع الافراد او الوحدات الذين تنطبق عليهم خصائص الدراسة ويشكلون المصدر الأساسي الذي تجمع منه البيانات للإجابة على أسئلة البحث او اختبار الفرضيات.

وتمثل مجتمع بحثنا في شريحة متنوعة من الافراد ، يشمل هذا المجتمع جمهور المستمعين لإذاعة عين تموشنت الذين يعدون المستهدفين الرئيسيين لتلك الحملات. حيث يتفاعلون معها ويؤثر مدى استجابتهم في تحقيق أهدافها.

3-8*العينة:

تعرف العينة على انها جزء من مجتمع البحث ونقوم بدراستها للتعرف على خصائص المجتمع التي سحبت منه هذه العينة ولكي تصلح النتائج التي نحصل عليها للتعبير عن المجتمع لابد وان تكون العينة ممثلة للمجتمع (أي جميع المفردات المراد بحثها) تمثيلا صحيحا.

وهي اجراء منهجي يعمل على توفير عدد من الوحدات بكيفيات مختلفة تكون ممثلة للمجتمع الأصلي وبالتالي تنتج هذه العملية ما يسمى بعينة او عينات المجتمع.²

اعتمدنا في هذه الدراسة على "العينة القصدية" حيث تسمح بالتركيز على الافراد الأكثر صلة وتأثرا بموضوع الدراسة مما يسهم في جمع بيانات دقيقة وواضحة.

1. انوار الغزام. مجتمع الدراسة في البحث العلمي. موضوع كوم. نشر بتاريخ:2023/08/1. 36: 12. www.mawdoo3.com
2. مسعودي امحمد. العينات في البحث الوصفي. مجلة الباحث للعلوم الرياضية والاجتماعية. العدد8. جامعة الجلفة. بدون تاريخ. ص253.252

4-8* أدوات البحث: من اجل تحقيق اهداف هذه الدراسة وجمع البيانات اللازمة حول دور الإذاعة في تغيير سلوك الفرد من خلال الحملات التحسيسية لمخاطر الاختناق بالغاز تم الاعتماد على ثلاث أدوات بحث رئيسية وهي "الاستبيان" "المقابلة" "الملاحظة".

حيث تم استخدام المقابلة كأداة نوعية تتيح فرصة للحصول على معلومات معمقة ومباشرة من الصحفيين والمذيعين حول الأساليب المستخدمة من طرف الإذاعة للتأثير على سلوك الفرد اتجاه الحملات التحسيسية اضافة الى بعض المعلومات الخاصة بنشأة إذاعة عين تموشنت ونشاطاتها المتنوعة . اما الاستبيان فهو أداة فعالة لجمع آراء وتصورات جمهور مستمعي إذاعة عين تموشنت. حول مدى استجابتهم لهذا النوع من الحملات وتأثيرها على سلوكهم في حين ان الملاحظة تساعد في توثيق وتحليل المحتوى الإذاعي للحملات التوعوية مما يوفر فهما اعمق لطبيعة الرسائل الإعلامية المقدمة.

5-8* مجالات الدراسة:

1-المجال المكاني: أجريت دراستنا هذه بمدينة عين تموشنت.

تقع ولاية عين تموشنت في الجهة الشمالية الغربية للجزائر- حيث تبعد بـ 520 كم عن العاصمة وتبلغ مساحتها بـ 2376,89 كم²، كما تمتاز بشريط ساحلي يمتد على طول 80 كم. ولاية عين تموشنت محدودة بـ:

- من الشمال البحر الأبيض المتوسط.
- من الغرب ولاية تلمسان.
- من الشرق ولاية وهران.
- من الجنوب ولاية سيدي بلعباس¹.

2-المجال الزمني: يقصد به الفترة التي استغرقتها الدراسة بحيث أجريت هذه الدراسة في الموسم الجامعي "2025/2024" حيث باشرنا الجانب النظري من 15 فبراير الى غاية 08 مارس. اما الجانب التطبيقي فتم مباشرته ابتداءا من شهر افريل

¹ - الموقع الرسمي لوزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية
https://interieur.gov.dz › article_de...


3-المجال البشري:

يشمل المجال البشري لهذه الدراسة مستمعي إذاعة عين تموشنت . سيتم اختيار عينة لدراسة مدى تأثير هذه الحملات . ويبلغ عدد المبحوثين 70 فردا.

9-صعوبات الدراسة:

*صعوبة تحديد المفاهيم المرتبطة بالسلوك والتغير السلوكي حيث يتداخل هذا الموضوع مع عدة تخصصات مثل علم النفس وعلم الاجتماع وعلوم الاعلام.

*نقص في الادبيات والدراسات السابقة التي تتناول تأثير الإذاعة تحديدا في حملات التحسيس بمخاطر الاختناق بالغاز.



الفصل الثاني: الاطار النظري

الفصل الثاني: الإطار النظري

تمهيد

المبحث الأول: الإذاعة كأداة مهمة في التوعية

• المطلب الأول: تاريخ الإذاعة

• المطلب الثاني: أهمية الإذاعة وخصائصها الإعلامية

• المطلب الثالث: أهداف الإذاعة

• المطلب الرابع: وظائف الإذاعة

المبحث الثاني: الحملات التوعوية والسلوك الفردي الإنساني

• المطلب الأول: خطوات تنفيذ حملة توعوية ناجحة

• المطلب الثاني: استراتيجيات تغيير السلوك الإنساني

• المطلب الثالث: نظريات التأثير الإعلامي

• المطلب الرابع: تطبيقات العلاقات العامة في الحملات الإذاعية الإعلامية

المبحث الثالث: إذاعة عين تموشنت المحلية والحملات التوعوية في تغيير سلوك الفرد

• المطلب الأول: نشأة إذاعة عين تموشنت وموقعها الجغرافي

• المطلب الثاني: نشاط إذاعة عين تموشنت المحلية

• المطلب الثالث: نماذج الحملات التوعوية حول مخاطر الاختناق بالغاز في إذاعة عين

*تموشنت المطلب الرابع: الأساليب المستخدمة في تغيير سلوك الفرد إزاء الحملات

التوعوية في إذاعة عين تموشنت

• خلاصة الفصل

تمهيد:

تعد الإذاعة من أهم وسائل الاعلام التي تلعب دورا محوريا في نقل المعلومات وتوجيه سلوك الافراد نظرا لقدرتها على الوصول الى جمهور واسع خاصة في المجتمعات المحلية. حيث أصبحت أداة فعالة في حملات التوعية والتحسيس التي تعتمد عليها كمصدر رئيسي للمعلومات. وتكمن أهمية الإذاعة في خصائصها التي تتيح إيصال الرسائل بسرعة وتأثيرها على الجمهور من خلال البرامج التفاعلية والنشرات الإخبارية التي تعزز الوعي المجتمعي حول القضايا الصحية والاجتماعية.

وضمن هذا السياق سيتم التطرق من خلال هذا الاطار النظري الى تاريخ الإذاعة وخصائصها التي تجعل منها وسيلة فعالة في توجيه المجتمع بالإضافة الى خطوات اعداد حملات تحسيسية ناجحة مع التركيز على استراتيجيات تغيير سلوك الافراد ونظريات التأثير الإعلامي التي تدعم هذه العمليات. وسيتم الاعتماد على إذاعة عين تموشنت كمثال حي لتطبيق هذه الحملات التحسيسية من خلال دراسة كيفية توظيفها في التوعية بمخاطر الاختناق بالغاز وتحليل تأثيرها في تغيير سلوك الافراد.

المبحث الأول: الإذاعة كأداة مهمة في التوعية

المطلب الأول: تاريخ الإذاعة (الراديو)

بعد ثورة الطباعة وسيطرة وسائلها لمدة طويلة. بدأت ثورة الالكترونيات نتيجة أبحاث مكثفة ومستمرة في حقل الكهرباء والمغناطيس وكان الراديو احد ثمار تراكم هذه الجهود العلمية والنظرية والتطبيقية. لذلك لا يمكن نسبة اختراعه الى احد بعينه رغم ادعاء بعض المؤرخين نسبة الاختراع الى احد مواطنهم كل حسب جنسيته فالموسوعة الألمانية تنسبه الى "هرتز" والروسية الى "بوبوف" والإيطالية الى "ماركوني" والبريطانية الى "لودج"

وعلى العموم يمكن القول ان رحلة ظهور الإذاعة المسموعة بدأت عام 1860 مع تنبؤ عالم رياضيات اسكتلندي (ماكسويل) بوجود موجات كهرومغناطيسية. وفي عام 1887 اثبتت الأبحاث والتجارب المخبرية للفيزيائي الألماني "هرتز" صحة نظرية ماكسويل لتفسح المجال امام المخترعين وعلى راسهم التقني الإيطالي "ج ماركوني" الذي تمكن فعلا من ارسال واستقبال إشارات إذاعية في ومن إيطاليا عام 1895. ثم اتبع ذلك بإرسال اول اشارة لاسلكية (مورسية غير صوتية) عبر المانش عام 1899. وعبر المحيط الأطلسي عام 1900. وفي الوقت نفسه تقريبا 1895 ودون التنسيق مع "ماركوني" تمكن مهندس روسي (بوبوف) من تركيب جهاز مستقبل للموجات الكهرومغناطيسية (الهرتزية) ليجري بعد ذلك عدة تجارب ارسال تلغرافي. ومعروف ان اول استعمال اجتماعي للبريد التلغرافي كهاتف خاص لاسلكي كان مهنيا بين السفن المجهزة بالراديو. وان تمويله في البداية كان في اغلبه عسكريا.

وفي عام 1906 اخترع (دي فورست) مصباح للديور (ذي ثلاثة الكترودات او اقطاب كهربائية) فاسحا المجال لتطور المذياع التلغرافي بسرعة وانتقاله الى مرحلة الراديو فونية (مرحلة المذياع الهاتفي أي ارسال الصوت بدل الإشارة المورسية التي كانت سائدة منذ 1844) ففتحت عشرات المحطات التلغرافية اللاسلكية مجالها للجمهور من اجل ارسال برقيات صوتية للبوأخر او نحو معزولة لا يصلها التلغرافي الكهربائي السلبي. ثم استمر البحث في مجال اللاسلكي والبث الإذاعي لتحسين النوعية والمدى حتى بداية العشرينات.

وكانت 1920 موعدا هاما في تاريخ الإذاعة حيث ظهرت اول المحطات الاذاعية اليومية في موسكو وفي الولايات المتحدة الامريكية (ديترويت نيوز) وكذا اول حملة انتخابية إعلامية عن طريق محطة (K.D.K. A) الامريكية ولصالح مرشح جمهوري بمدينة بتسبورغ. تبعتها في العام الموالي اول محطة إذاعية تجارية

(W.B.Z). في ماساشوستس. ثم توالت محطات الإرسال وتضاعف عددها حتى بلغ عام 1925: 578 محطة. وفاق عدد أجهزة الاستقبال ثلاثة ملايين جهاز. ليصل عام 1929 عشرة ملايين جهاز استقبال وهذا انتقل الراديو -باعتباره هاتفًا لاسلكيًا - من الاستعمال المهني إلى الاستعمال الجماهيري للترفيه وفي الدعاية السياسية محليًا ودوليًا.¹

نشأة الإذاعة في الوطن العربي:

ظهرت الإذاعة المسموعة في الوطن العربي في فترات مختلفة وفي ظروف وأوضاع متباينة ففي بعض الأقطار ظهرت الإذاعة بمبادرات فردية من بعض المهتمين بهندسة الراديو، وظهرت في بعض الأقطار على يد القوات المحتلة التي أوجدها أساسًا لتحقيق أهداف عسكرية، أو إستراتيجية في حين لم تظهر في أقطار أخرى إلا غداة استقلالها.

وتعد الجزائر ومصر أولى الأقطار العربية التي عرفت الإذاعة المسموعة حوالي 1925 وظهرت في الحالتين على يد أفراد.

ويمكن استعراض تواريخ بدء الإرسال الإذاعي في الدول العربية في الجدول التالي:

الدولة	تاريخ الإرسال الإذاعي	الدولة	تاريخ الإرسال الإذاعي
مصر والجزائر	1925	البحرين	1942
المغرب	1928	الصومال	1943
تونس	1935	اليمن	1947
العراق	1936	الأردن	1948
لبنان	1938	السعودية	1949
ليبيا	1939	الكويت	1951
السودان	1940	فلسطين (من مصر)	1955
موريتانيا	1961	قطر	1968

1. ا.د. فضيل دليو، تاريخ وسائل الاعلام والاتصال، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، ط4، الجزائر، 2013، ص125، 124.

1969	الامارات العربية المتحدة	1966	الامارات إذاعة في دبي من المشاركة
1970	سلطنة عمان		

جدول رقم (1) يوضح تواريخ بدء ارسال الإذاعة في الدول العربية¹

¹. بن قيراط وفاء وقرفي سليمة، واقع العلاقات العامة في الإذاعات المحلية، دراسة ميدانية إذاعة قالمة المحلية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة 08 ماي 1945 قالمة، 2017/2016. ص 54،55،56.

المطلب الثاني: أهمية الإذاعة وخصائصها الإعلامية.

أولاً: أهمية الإذاعة

هناك اهتمام كبير بالإذاعات للعديد من الأسباب منها:

*تؤثر الإذاعة تأثيراً كبيراً في المستمع وبشكل صحيح لأن علاقة اللفة بينهما تفتح عالماً خاصاً به وسك الزحام فالمستمع يشعر وكان الراديو يتحدث إليه فقط فهو وسيلة اتصال ذاتية رغم أنه يخاطب الملايين في وقت واحد مما يجعل المستمع يثق ويصدق كل ما يقال بالراديو وهذا بدوره يؤثر في تغيير سلوك المستمع وتعديل اتجاهاته.

*وما يعكس أهمية الراديو أنه أصبح جزءاً هاماً لازماً بين أجهزة كل بيت تقريباً ويقبل المستمع إليه في أي مكان سواء في المنزل أو المراكز الاجتماعية أو في السيارة أو المكتب أثناء العمل أو النادي.

*الكلمة المذاعة لها تأثير خطير فهي تدور حول العالم سبع مرات في الثانية الواحدة مما يجعلها أكثر فاعلية فهي تعد أقوى الوسائل في التأثير على الجماهير ولها قوة إيجابية فهي تتسلسل للمستمع في كل مكان بطريقة هادئة ووديدة.

*للراديو تأثير هام على المستمع سواء كانت معلوماته عميقة أو ضحلة في موضوع ما فهو يجعله يأخذ قدر كبير من المعلومات ويحتفظ بها أيضاً.

*أصبح الراديو سلاحاً من أسلحة الحرب النفسية واداة رئيسية في العلاقات الدولية وخاصة عند حدوث الازمات والمشكلات السياسية في العالم.

*أنهت الإذاعة عزلة المواطنين وخففت من الاحتكار الإعلامي ووفرت للجماهير وجهات نظر مختلفة عما هم معتادون عليه تجاه القضايا الدولية.

*نظراً لقلّة تكاليف اعداد البرامج الاذاعية استطاعت دول صغيرة ان تعرض على العالم ثقافتها وحضارتها وتبثها للدول الكبرى.¹

1-د. رفعت عارف الضبع. الإذاعة التربوية. مؤسس الاعلام التربوي وخبير الاتيكيث والبروتكول الدولي. بجامعة طنطا. مصر . ص12

ثانيا: خصائص الراديو كوسيلة إعلامية.

يمكن حصر اهم الخصائص التي يتسم بها الراديو كوسيلة إعلامية فيما يلي:

- 1- يتميز الراديو بما يقوم به من دور فعال في تحرير خيال المستمع واطلاقه بلا قيود.
- 2- لا يحتاج سماع الراديو لجهد وعناء كما هو الحال بالنسبة لقراءة الصحيفة او مشاهدة التلفزيون.
- 3- يعتبر الراديو الوسيلة الوحيدة غير المرئية بين جميع وسائل الاعلام لذا يطلق عليه أساتذة وخبراء الاعلام والاتصال "الوسيلة العمياء" blind medium.
- 4- يتيح الراديو للمستمعين الاميين الذين لا يقرأون ولا يكتبون فرصة الحصول على الثقافة والمعرفة والمتابعة للأحداث والانباء والأنشطة التي تقع في داخل الوطن وخارجه.
- 5- يعتبر الراديو فنا وجدانيا عاطفيا وهي سمة تميّزت لها الحكومات في العديد من دول العالم لإثارة المشاعر الشعبية الجارفة خاصة اثناء الازمات والحروب فتسعى لتعبئة الراي العام بالأغاني الوطنية والانشيد الحماسية والنشرات الإخبارية المتلاحقة والتعليقات السياسية الساخنة.
- 6- يستطيع المستمع القيام بأنشطة مختلفة اثناء سماعه للراديو.
- 7- الراديو صغير الحجم سهل الحمل بسهل نقله من مكان الى اخر ولا يشغل حيزا كبيرا مما يجعله يؤدي دوره بكفاءة عالية دون أي عناء للمستمع.¹

المطلب الثالث: اهداف الإذاعة

الإذاعة وسيلة إعلامية هامة وقد حققت إنجازات متعددة على مستويات مختلفة على مدى العمر الذي عاشته على الساحة الإعلامية وفن بؤرة اهتمام الجماهير حاملة الأهداف المتنوعة المنوطة اليها سواء كانت اهداف سياسية ترفهية دعائية وغيرها الإذاعة قطعت أشواطا كثيرة من النجاح في سبيل تحقيق الأهداف التي أقيمت من اجلها ومن هذه الأهداف:

- توجيه الإذاعات باللهجات المناسبة للمستمع في الأماكن التي يتواجد فيها بالطريقة وبالأوقات المناسبة.

- اعداد وتقديم البرامج الإخبارية والسياسية وإذاعة نشرات الاخبار باللغات المختلفة.

- الحصول على الانباء من مصادرها المختلفة

- تقديم مختلف الخدمات الاذاعية والإعلامية في مجال الاعلام الصحب والزراعي والخدمات المتعلقة بتوفير الاحتياجات الضرورية الأساسية للشعب وتحسين مستوى الخدمات المقدمة والاستجابة السريعة لمشاكل الجماهير اليومية ومعاونتهم على حلها.

1. د. ميلاد الفي جرجس. الإذاعة والتلفزيون كظاهرة عالمية. دار غيداء للنشر والتوزيع. ط1. عمان. 2020. ص21. 22

-تشجيع الهوايات وتنمية المواهب.¹

المطلب الرابع: وظائف الإذاعة

يقوم الاعلام بأدوار عديدة وفعالة في المجتمع. فالإذاعة لا تقل أهمية عن الوسائل الإعلامية الأخرى والدراسات التي أنجزت في العديد من جهات العالم تؤكد ان الراديو ولأسباب كثيرة سبق التعرض لها وما يزال منافسا للتلفزيون، بل هناك بعض الوظائف التي يحققها الراديو للمستمعين والتي لا تستطيع وسائل اعلام أخرى تحقيقها ويمكن ايجاز هذه الوظائف كالتالي:

***الوظيفة السياسية:** توظف الإذاعة من طرف النخب الحاكمة في عملية التنشئة السياسية لمجتمعاتها بهدف غرس قيم سياسية معينة تروج لها تلك النخب. كما تقوم بتوصيل الرسالة الإعلامية الهادفة الى تعميق الولاء للنظام الحاكم القائم والشخصية الوطنية والكيان السياسي الى جانب ترسيخ التماسك السياسي والوحدة الوطنية داخل كل دولة وهي تلعب دور الوسيط بين الحكومة والشعب وتبلغ صوت الدولة وتنشأ افكارها ومشاريعها الى الافراد داخل الدولة وخارجها كما تنقل مشاكلهم واهتماماتهم الى السلطة لتصدر القرارات المناسبة.

الوظيفة الاقتصادية: هي وظيفة متصلة بمفهوم التنمية ذلك ان البعد الاقتصادي في العملية التنموية هو الأكثر بروزا اذ تقدم الإذاعة بين برامجها الإعلانات وفقرات اشهارية من اجل الترويج لخدمة او سلعة ما ويساهم ذلك بطبيعة الحال في رفع مدخلاتها كما انها تلعب دورا مهما في المناطق النائية حيث تكسر عزلتها وتقدم لسكانها جملة من الارشادات والنصائح التي يستعينون بها من اجل تحسين وضعيتهم فهي مسؤولة عن التنمية الريفية وانعاش الزراعة والفلاحة.

الوظيفة التربوية والثقافية: تشجع الإذاعة على التعليم واكتساب المعارف والمهارات والحصول على المعلومات وخبرات جديدة تساعدها على اتخاذ القرارات والارتقاء بالسلوك الفردي والاجتماعي وتقوم على تثقيف الجماهير وتلبية احتياجاتهم الفكرية والنفسية والارتقاء بمستوياتهم الثقافية والحضارية.

***الوظيفة الاجتماعية:** تلعب الإذاعة دورا هاما داخل المجتمع حيث تجعل خدمة المجتمع من أهدافها الأساسية فهي تسعى الى ترسيخ قيم المجتمع وعقيدته وحضارته كما تسعى الى الارتقاء بالفكر والسلوك لأن مهمة الجهاز الإعلامي بصفة عامة والإذاعة بصفة خاصة ليست شغل الوقت فقط بأي برنامج بل تهدف البرامج جميعها الى الوصول الى الفكر السليم وتقويم السلوك الاجتماعي الفردي من خلال استغلال هذا التأثير بما يعود بالنفع وبما يساعد على البناء السليم للامة والتأكيد على الأشياء الحسنة

². رفعت عارف الضبع. المرجع السابق. ص.9.

والتنفيذ من الأشياء الضارة هذا بالإضافة الى ان الإذاعة تعمل على البحث في مشاكل المجتمع ومحاولة إيجاد حلول لها لتكون الوساطة بين شكاوي المواطنين والمسؤولين.¹

المبحث الثاني: الحملات التحسيسية والسلوك الفردي الإنساني

المطلب الأول: خطوات تنفيذ حملة تحسيسية ناجحة

لوضع أي مشروع من مشاريع التوعية والحملات التحسيسية مهما كان مجالها هناك مجموعة من الخطوات وجب اتباعها وهي كالآتي:

1-تحديد مكنن اجراء الحملة ومعرفة طبيعة سكانها وعاداتهم وتقاليدهم: قبل القيام باي عملية تحسيسية يجب المعرفة الجيدة واختيار البيئة المناسبة والمكان المناسب الذي يخدم الهدف من العملية وفي هذه الخطوة يتوجب علينا طرح بعض الأسئلة وهي:

-من سنشاركه في هذه العملية؟

-ماهي الهيئات التي يمكن ان تقدم لنا العون او النصائح في هذه الحملة؟

-كيف سنناقش الرسالة؟

-كيف يمكننا اقناع الجمهور للمشاركة؟

-كيف نحقق عملية التقييم والمتابعة للتطورات الناجمة بعد الحملة؟

-كم من الوقت تستدعي لإيصال مضمون الرسالة للشريحة المستهدفة؟

ان العملية التوعوية تستغرق فترة معينة يتم تحديدها بناء على موضوعها وعلى نوعية الدعائم التي هيئت لإنجاحها وهي فترة يجب ان تكون مناسبة فلا تكون وجيزة لا تسمح بتنفيذ كل النشاطات المسطرة و إيصال الرسالة الى كافة الفئة المستهدفة؛ كما ينبغي الا تكون طويلة جدا بحيث يملها المتلقون فينفرون منها وبالتالي يصبح تأثيرها عكسيا؛ وعموما فإن مدة الحملات التوعوية تتراوح بين أسبوع واحد؛ أربعة أسابيع واستنادا الى التجارب الميدانية فان المدة المناسبة هي أربعة أسابيع لأنها تمكن من تنفيذ البرامج المسطرة ولا تتسبب في الملل او النفور.

2-الفهم الجيد للمشكل المراد تناوله: قبل تحديد الأهداف المرجوة من أي حملة توعوية او تحسيسية من المهم ان نفهم المشكل فهما جيدا، وذلك بالإجابة على التساؤلات التالية:

-ما هو المشكل؟

¹. بن عياش عفاف وعجروود نسيمه. دور التكنولوجيا الحديثة في الإنتاج الإذاعي بإذاعة المدينة الجهوية. مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال. جامعة يحي فارس بالمدينة.2018/2019.ص46.45.

-ماهي تأثيراته في الوسط والمجتمع؟

-من هم الأشخاص او الفئة المستهدفة؟

3-تحديد اهداف الحملة القريبة والبعيدة المدى: فحص الهدف النهائي المرجو من العملية التحسيسية بعد تحديد الأهداف قريبة المدى بالعملية مع وجوب ان نترك في اذهاننا على ان تكون الأهداف واقعية وقابلة للقياس لمعرفة تأثير الحملة.

4-البحث والتقصي عن المعلومات التي تخص موضوع الحملة مع الاستعانة بخبراء ومختصين في الامر: كلما كان لدينا رصيد معرفي وثرات علمي شامل وعميق حول المشكلة وموضوع الحملة كلما كنا اكثر تحكما في الفئة المستهدفة والمتلقي.

5-الرسالة التحسيسية: لكي تحقق الرسالة التوعوية الهدف المتوخى منها يجب ان تتوفر على عدة شروط أساسية منها:

أ-محتوى الرسالة: يجب ان يكون محتوى الرسالة التوعوية سهل الفهم ومرتبطا بالمنظومة الاجتماعية المتمثلة في العقيدة والقيم والعادات الخاصة بالفئة المستهدفة وقابلة للتصديق فالمادة اذ لم تكن صحيحة لا يتقبلها عقل الفئة المستهدفة فيمقتها وينفر منها، كما يشترط ان تكون عناصرها منسقة ومترابطة مع بعضها البعض وخالية من التناقض. فالعقل البشري لا يقبل التناقضات وان تكون هذه المادة قابلة للتنفيذ في شكل سلوك من قبل الفئة المستهدفة.

ب-أسلوب الرسالة: أسلوب الرسالة التوعوية يجب ان يكون مناسباً لمستوى الفئة المستهدفة العقلي والثقافي، فتكون لغته مفهومة ومعبرة بدقة ولا يتطلب فهمها اعمال الفكر ولا يحتمل تأويلات فيتلقاها المتلقي ويتقبلها ويستوعبها بسرعة وبدون أي عناء وان تكون الرسالة مختصرة بقدر الإمكان وخالية من أسلوب الامر والنهي والوعظ لان النفس البشرية لا تتحمس لما هو خارج اطار رغبتها ومصحتها. كما يجذب الاعتماد على الإيحاء النفسي فهو انجح أسلوب للتأثير في المتلقي وجعله يتقبل الرسالة ويقنع بمضمونها وذلك لما له من قدرة على ان تكون الرسالة تشمل في نفس الوقت الاقتراح والدعوة.

6-اختيار العناصر المكلفين بتنشيط الحملة من متحدثين ومنظمين ومستقبلين: حيث يتم اختيار المنشطين للحملة بالاعتماد على تحليل الدور من جهة وتحليل المحتوى للأشخاص وكفاءتهم من جهة ثانية.

7-تحديد مختلف الوسائل البيداغوجية ووسائل الاتصال المستعملة في الحملة او الندوة التحسيسية:

(خطاب تلقيني او حوار ومناقشة...معرض صور، عرض فيلم مسرحية، ورشة عمل الخ)

بالإضافة الى ذلك نجد ان القائمين على اعداد العمل التوعوي يولون عناية كبيرة للدعائم، فيجتهدون في انتقاء ما يناسب الموضوع ويعملون على تنويعها، سعيا منهم الى ضمان إيصال الرسالة الى المتلقي والتأثير فيه ومن بين هذه الدعائم:(الومضات الاشهارية التوعوية، الفاصل الاشهاري التوعوي، المعلقة الاشهارية التوعوية، الملصقات الاعلانية التوعوية، المطوية الإعلامية، القبعات والقمصان التوعوية)

8-تقييم عمليات التوعوية: ان تقييم أي عمل ينجز او مشروع ينفذ يعد مرحلة ضرورية وخطوة حتمية اذ لا يمكن معرفة نتائج ذلك العمل اذ لم يتم تقييمه فور الانتهاء من أدائه فمرحلة التقييم أضحت جزءا أساسيا من أجزاء أي مشروع او نشاط فبفضل عملية التقييم يمكن حصر ما امكن تحقيقه ومعرفة ما اذا كان يشكل الهدف المرسوم كاملا ام يمثل نسبة معينة منه فقط.¹

المطلب الثاني: استراتيجيات تغيير السلوك الإنساني.

هناك العديد من استراتيجيات تغيير السلوك المختلفة التي تم اقتراحها واختبارها من قبل الباحثين والممارسين من مختلف التخصصات، مثل علم النفس والاقتصاد وعلم الاجتماع والسياسة العامة. بعض الاستراتيجيات الأكثر شيوعاً وفعالية هي:

1-الدفع: هذه إستراتيجية تتضمن تغييراً دقيقاً في بنية الاختيار أو السياق الذي يتخذ فيه الأشخاص القرارات، دون تقييد خياراتهم أو فرض تكاليف كبيرة. يهدف الدفع إلى التأثير على سلوك الناس من خلال مناشدة استدلالاتهم المعرفية، أو تحيزاتهم، أو عواطفهم، بدلاً من مداولاتهم العقلانية.

2-الحوافز: هذه إستراتيجية تتضمن تقديم مكافآت أو عقوبات لتحفيز الأشخاص على تغيير سلوكهم. يمكن أن تكون الحوافز نقدية أو غير نقدية، مثل القسائم، أو الجوائز، أو ردود الفعل، أو الاعتراف أو الضغط الاجتماعي. تعمل الحوافز عن طريق زيادة الفوائد أو التكاليف المتصورة لسلوك معين، وعن طريق خلق المساءلة والالتزام.

3-التعليم: هذه إستراتيجية تتضمن توفير المعلومات أو المعرفة أو المهارات للأشخاص لتمكينهم من تغيير سلوكهم. يمكن أن يكون التعليم رسمياً أو غير رسمي، مثل المحاضرات أو ورش العمل أو الحملات أو وسائل الإعلام. يعمل التعليم من خلال زيادة وعي الناس أو فهمهم أو كفاءتهم لسلوك معين، ومن خلال التأثير على مواقفهم أو معتقداتهم أو قيمهم.

4-تحديد الأهداف: هذه إستراتيجية تتضمن مساعدة الأشخاص على تحديد النتائج السلوكية المرغوبة وتخطيطها ومراقبتها. يمكن أن يكون تحديد الأهداف فردياً أو جماعياً، مثل الأهداف الشخصية أو

¹-سامية رحال، واقع السير البيداغوجي للحملات التحسيسية في الوسط المدرسي: مشاكل وحلول الحملات التحسيسية لمكافحة المخدرات، مجلة العلوم النفسية والتربوية، العدد1، جامعة الشلف الجزائر، 2018، ص323. 324. 325. 326.

التنظيمية. يعمل تحديد الأهداف من خلال زيادة تحفيز الأشخاص وتوجيههم وردود أفعالهم بشأن سلوك معين، ومن خلال خلق شعور بالتحدي والإنجاز.¹

المطلب الثالث: نظريات التأثير الإعلامي.

1-نظرية الطلقة السحرية:(التأثير المباشر)

(الرسائل الإعلامية كطلقات سحرية) بعد انتهاء كارثة الحرب العالمية الأولى ظهر اعتقاد عام بالقدرة البالغة لوسائل الاتصال الجماهيرية، برز الاعتقاد بان وسائل الاعلام قادرة على تكوين الراي العام وحمل الجماهير على تغيير رأيها الى أي وجهة نظر يرغب القائم بالاتصال في نقلها . والفكرة الأساسية التي اعتمد عليها هذا الاعتقاد هي أن الاستجابات الفورية والمباشرة تأتي نتيجة للتعرض لهذه المؤثرات (الرسائل) ، فالجماهير عبارة عن ذرات منفصلة من ملايين القراء والمستمعين والمشاهدين ، وهذه الجماهير مهيأة دائما لاستقبال الرسائل، وتمثل كل رسالة منها قويا ومباشرا يدفع المتلقي للاستجابة بالشكل الذي يحقق هدف القائم بالاتصال.

ويذهب جون بينز الى ان نظرية الاثار الموحدة تنظر الى جماهير وسائل الاتصال الجماهيرية كمجموعات من الأشخاص غير المعروفين لهم أنماط حياة منفصلة ويتأثرون بشكل فردي بمختلف وسائل الاتصال التي يتعرضون لها ، أي انها تجربة فردية وليست تجربة جماعية وكان هذا القبول لفهم اثر وسائل الاعلام يسمى بنظرية "الرصاص السحرية" magic bullet او بنموذج "الحقنة تحت الجلد" the hypodermic needle model . وتقوم هذه النظرية على افتراضين أساسيين هما:

1-ان الناس يستقبلون الرسائل الاتصالية بشكل مباشر وليس من خلال وسائل أخرى.

2- ان رد الفعل حيال وسائل الاتصال يتم بشكل فردي، ولا يضع في الاعتبار التأثير المحتمل لأشخاص آخرين.²

ولم تستمر هذه النظرية طويلا حيث تمخض عن الدراسات الميدانية العديدة التي أجريت بعد ذلك ظهور نظريات جديدة توضح ان الاتصال عملية معقدة تشتمل على عدة عوامل تساعد على زيادة فعالية الرسالة الإعلامية.³

2-نظرية وسائل الاتصال كامتداد للحواس:(التأثير القوي)

قدم "مارشال ماكلوهان" في الستينات لنظريته معتمدا على ثلاث افتراضات أساسية وهي:

1-<https://fastercapital.com/arabpreneur>-/تغيير-السلوك-والدفع--استراتيجيات-التغيير-السلوكي--من-النظرية-إلى-التطبيق.html

2. د. حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، ط6، القاهرة، 2006، ص221، 222.
3. ا.د. عاطف عدلي العبد ونهى عاطف العبد، نظريات الاعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي، دط، القاهرة، 2011، ص283.

أ-وسائل الاتصال هي امتداد لحواس الانسان:

يذهب ماكلوهان ان التحول الأساسي في الاتصال التكنولوجي يترك اثره على الشعوب في تنظيمها وحواسها، وبدون فهم الأسلوب التي تعمل بمقتضاه وسائل الاعلام ، لن نستطيع فهم التغيرات الاجتماعية والثقافية في المجتمعات ، فأى وسيلة هي امتداد للإنسان تؤثر على تفكيره وسلوكه ، فكاميرا التلفزيون هي امتداد للعين البشرية، والميكروفون هو امتداد للأذن البشرية ويرى ماكلوهان ان وسائل الاتصال الالكترونية غيرت في نسب استخدام الحواس فامتداد أي حاسة يعدل من تفكيرنا وتصرفاتنا وادراكنا للعالم من حولنا، كما أن وسائل الاعلام حولت العالم الى "قرية صغيرة" .

ب- الوسيلة هي الرسالة:

يشير ماكلوهان الى أن لكل وسيلة إعلامية جمهورا يهتم بها كوسيلة اكثر من اهتمامه بمضمون ما تقدمه، ويرى ان طبيعة كل وسيلة وليس مضمونها هو المؤثر في المجتمعات.

د-وسائل الاتصال الساخنة ووسائل الاتصال الباردة:

يرى ماكلوهان ان الوسائل المطبوعة والراديو هي وسائل ساخنة لأنها تعتمد على حاسة واحدة لا تحتاج جهد كبير في التلقي، بينما السنيما والتلفزيون من الوسائل الباردة التي تحتاج الى ممارسة جهد كبير من جانب المشاهدين.

بهذا المعنى فإن الوسيلة الساخنة هي ميكانيكية وهي على درجة عالية من الوضوح في المضمون وعلى درجة عالية من الفردية وتعطي معلومات كبيرة والافراد الذين يتعاملون معها تقليديون.

اما الوسيلة الباردة فدرجة وضوحها منخفضة وتنقل معلومات قليلة والافراد يتعاملون الذين يتعاملون معها متطورون وتنقل معلومات قليلة وتحتاج الى جهد من جانب الجمهور لاستكمال التجربة. ويعتقد ماكلوهان ان مد جهازنا العصبي تكنولوجيا سوف يمكن الانسان من ادماج البشري داخله وان الوسائل الالكترونية الإعلامية سوف تجعلنا نعود الى الترابط مرة أخرى.

وينتقد ريتشارد بلاك مقولة ماكلوهان عن القرية العالمية ويرى ان التطور التكنولوجي يحول العالم الى شظايا فكل فرد يعيش عزلة ولا يعرف شيئاً عن المحيطين به من الجيران.¹

3-نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام:(التأثير المعتدل)

قد وضع من كل من "ساندرا بول وميلين ديلغير1976" اطار

لنظرية الاعتماد على وسائل الاتصال وتنبع نظرية الاعتماد على

³ د. كمال الحاج، نظريات الاعلام والاتصال، من منشورات الجامعة الافتراضية السورية الجمهورية العربية السورية، 2020، ص120، 119.

العديد من الجذور الفكرية المشابهة لنظرية الاستخدامات والإشباع فكلهما يركز على العلاقة بين الأهداف الفردية والنظام الإعلامي، وهما نظريتان تتبعان مداخل وظيفية اجتماعية يمكن القول ان نظرية الاعتماد هي نظرية بيئية تنظر الى المجتمع باعتباره مركبا تسود بين اجزاءه ارتباطات ومن ثم تحاول تفسير هذه الارتباطات والعلاقات. ومن الأهداف الرئيسية لنظرية الاعتماد محاولة معرفة الأسباب التي تجعل لوسائل الاتصال اثارا قوية ومباشرة أحيانا وفي أحيان أخرى تكون لها تأثيرات ضعيفة وغير مباشرة. أ-افتراضاتها:

تقوم نظرية الاعتماد على عدة افتراضات:

-تؤثر درجة استقرار المجتمع على درجة الاعتماد على وسائل الاتصال فكلما زاد استقرار المجتمع قل اعتماد الجمهور على وسائل الاعلام والعكس بالعكس.
-تزداد درجة الاعتماد على النظام الإعلامي السائد في مجتمع ما في حالة قلة قنوات الاعلام الأخرى.
-تتأثر درجة الاعتماد على وسائل الاتصال باختلاف خصائص الجمهور الديموغرافية(السكانية) والخاصة.

الانتقادات الموجهة الى هذه النظرية:

-ان هناك مبالغة في تقييم اعتماد الجمهور على وسائل الاعلام.
-تضخم النظرية من تأثير وسائل الاعلام خصوصا وقت الازمات.
-رغم ان النظرية تخوض أساس في الاعتماد على المستوى الجمعي ككل، الا انها تعاملت مع المستوى الفردي فقط.¹

المطلب الرابع: تطبيقات العلاقات العامة في الحملات الإذاعية الإعلامية

قبل التطرق الى تطبيقات العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية لابد من تعريف العلاقات العامة أولا: تعريف العلاقات العامة :رغم كثرة التعريفات التي قدمت للعلاقات العامة من جانب الدارسين او الممارسين او من جانب الهيئات المهتمة بالعلاقات العامة فإن هناك سمة مشتركة بين هذه التعريفات رغم اختلاف الأسلوب او التفاصيل بين تعريف واخر.

¹. كمال الحاج المرجع نفسه، ص148،146،145.

فالعلاقات العامة كما يظهر تتكون من مصطلحين:

علاقات: وتعني حصيلة الصلات والاتصالات التي تتوفر بين هيئة والجمهور المتعاملة معها وباعتبارها هكذا فهي ذات اتجاهين ولها طرفين يتحكمان في هذه الصفات بحيث يتوفر قيامها على وجودهما.

عامة: يقصد بها بأنها تشمل عموم وكافة الجماهير المختلفة التي يتصل عملها وارتبط مصالحها ونشاطها بالهيئة.

وتعرف العلاقات العامة حسب جمعية العلاقات العامة الدولية (IRSA) العلاقات العامة هي الوظيفة الإدارية والمستمرة والمخططة التي تسعى بها المؤسسات والمنظمات الخاصة والعامة لكسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير التي تهتمها والحفاظ على التأييد وذلك من خلال قياس اتجاه الرأي العام لاستمرار هذا التفاهم والتعاطف لضمان توافقه قدر الإمكان مع سياستها وانشطتها ، وتحقيق مزيد من التعاون الخلاق والأداء الفعال للمصالح المشتركة باستخدام الاعلام الشامل المخطط.¹

ثانيا: تطبيقات العلاقات العامة في الحملات الإذاعية الإعلامية

من الاستراتيجيات الهامة التي تعتمد عليها الإذاعات عموما والإذاعة المحلية خصوصا هي نشاطات العلاقات العامة التي تعطي للمؤسسة طابعا تواصليا فعالا للوصول الى جمهورها ، اشكالا اتصالية مختلفة مثل الربورتاج الإذاعي والاعلان وذلك باستعمال الموسيقى والمؤثرات الصوتية لتهيئة ذهن الجمهور ليتلقى الرسالة الإعلامية والاقتناع بها ، لا يجب ان يغيب عن الذهن لان فترات اليوم تختلف من حيث مناسبتها للموضوعات المختلفة لما يصح اذاعته في الصباح لا يصح اذاعته في المساء وتمتاز الى جانب ذلك بالتأثير وهذا ما يجعلها اكثر الوسائل قدرة على الاستهواء بالإضافة الى الإحساس الجماعي الذي يتوفر لجمهورها في أي مكان .

فالإذاعة في ضوء ممارسة العلاقات العامة لا تغني عن الاجتماعات والمطبوعات والصحف والزيارات الشخصية، فهي الوسيلة لزيادة مفعول هذه الوسائل.² يمكن للعلاقات العامة ان تستفيد في تنفيذ برامجها وانشطتها من مختلف مجالات الاتصال ومنها المواد الإعلامية الإذاعية المسموعة بشكل عام والإذاعية بشكل خاص. ومن مراحل اعداد وإنتاج المواد الإذاعية في العلاقات العامة:

1-التخطيط وصياغة الرسالة:

يتطلب اعداد البرامج الإذاعية التفكير في انسب الأفكار والأساليب لإيصال الرسائل بفعالية وتنوع الرسائل التي يمكن تضمينها ضمن الحملات الإذاعية، فمنها ما يكون ذا طابع ترويجي يركز على السلع والخدمات التي تقدمها المؤسسة ومنها ما يكون ذا طابع اجتماعي يهدف الى رفع الوعي حول قضايا محددة

¹. ياسر عبد الله طيب، العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية مطبعة أبو عمار، كلية الاعلام جامعة افريقيا العالمية، 2019، ص22

². بن قيراط وفاء وقرفي سليمة، المرجع السابق، ص85، 84.

وفي هذا السياق يمثل الإعلان الإذاعي خيارا مناسباً لتقديم الرسائل الترويجية بينما تكون البرامج الحوارية او الوثائقية اكثر ملاءمة للرسائل التوعوية والمعلوماتية.

2- البحث وجمع المعلومات:

يعد البحث الميداني والمعلوماتي عنصرا أساسيا في اعداد المحتوى الإذاعي حيث يجب تحديد المعلومات التي يمكن تضمينها في الرسالة الإعلامية بناء على البيانات والمعطيات المتوفرة ، كما يتم في هذه المرحلة دراسة المؤثرات السلوكية التي تؤثر على الجمهور المستهدف مما يساعد في صياغة الرسائل فعالة تتناسب مع طبيعة المستمعين.

3- التسجيل والإنتاج:

تشمل هذه المرحلة تسجيل الصوت الإذاعي باستخدام الأصوات المناسبة سواء من خلال مقدم محترف او عبر الاستعانة بمؤدين متخصصين، ويلى ذلك اجراء عملية المونتاج واطافة المؤثرات الصوتية التي تساهم في تعزيز التأثير الإذاعي للإعلان او البرنامج. كلما كانت الرؤية الاخراجية اكثر وضوحا زادت فعالية المحتوى في تحقيق اهداف الحملة كما تعد إعادة الاستماع الى المادة المنتجة اكثر من مرة خطوة ضرورية لضمان جودتها ومدى توافقها مع توقعات الجمهور المستهدف.

4- اختيار الوسائل المناسبة للنشر:

تتطلب عملية نشر المحتوى الإذاعي اختيار المحطات والبرامج التي تحقق اكبر نسبة وصول الى الجمهور المستهدف كما ان دمج الوسائل التكنولوجية الحديثة مثل البث عبر الانترنت او البودكاست يساهم في توسيع نطاق انتشار الرسالة الإعلامية وتعزيز التفاعل مع الجمهور.¹

المبحث الثالث: إذاعة عين تموشنت المحلية والحملة التحسيسية في تغيير سلوك الفرد.

المطلب الأول: نشأة إذاعة عين تموشنت وموقعها الجغرافي

أولا: نشأتها

تأسست إذاعة عين تموشنت في 26 مارس 2008 كمشروع اعلامي محلي جاء لتعزيز المشهد السمعي في اطار ولاية عين تموشنت والمناطق المجاورة وذلك في اطار سياسة الدولة الجزائرية الرامية الى توسيع شبكة البث الإذاعي وضمان اعلام جوازي يواكب تطلعات المواطنين. تم تأطيرها من قبل " الأستاذ المدير محمد الأمين بجاوي "

¹. عماد الدين تاج السر فقير عمر، اعداد و انتاج المواد الإعلامية للعلاقات العامة دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2013، ص124، 123، 122، 101.

تم افتتاح إذاعة عين تموشنت بمراسم حضرها عدد من الشخصيات البارزة على رأسهم وزير الاتصال آنذاك "عبد الرشيد بوكرازة"

والى جانب المدير العام للإذاعة الجزائرية في تلك الفترة "عز الدين مهبوبي" وعدد من المسؤولين المحليين مما يعكس الأهمية التي أولتها الدولة لهذا المشروع الإعلامي وقد تم إعطاء إشارة انطلاق البث عبر الموجة FM 95.9 التي كانت تغطي كامل تراب الولاية فضلا عن بعض الولايات الغربية المجاورة مما ساهم في نشر صوت الإذاعة خارج حدودها الإدارية.

ومع مرور الوقت شهدت إذاعة عين تموشنت تطورا ملحوظا في توسيع نطاق بثها حيث أصبحت اليوم تسمع ليس فقط عبر الموجات الاذاعية المحلية، بل امتد صداها عالميا بفضل البث عبر الأقمار الاصطناعية والانترنت FM 94.2، FM 89.0، كما عززت حضورها الرقمي من خلال صفحتها الرسمية على الفيس بوك مما مكنتها من التفاعل المباشر مع جمهورها ومواكبة التحولات الرقمية في مجال الاعلام.

عند انطلاقتها عام 2008 كان بث الإذاعة محدودا ب 6 ساعات فقط يوميا، نظرا للإمكانيات التقنية والبشرية المتاحة آنذاك الا أنها استطاعت خلال سنوات قليلة مضاعفة مدة بثها الى 1 ساعة يوميا مستجيبة للطلب المتزايد على المحتوى الإعلامي المحلي ، واليوم مع التطورات المستمرة تستعد إذاعة عين تموشنت لرفع مدة بثها الى 24 ساعة يوميا لتواكب متطلبات جمهورها المتنوع وتوفر برمجة اكثر تنوعا تشمل الاخبار المحلية والبرامج الثقافية و الاجتماعية والحوارات التفاعلية مما يعزز دورها كوسيلة اتصال جماهيري هادفة تسهم في تنمية الوعي المحلي ونقل انشغالات المواطنين.

بدأت إذاعة عين تموشنت بفريق يضم 30 موظفا سنة 2008 ثم توسع تدريجيا ليصل الى 50 موظفا سنة 2025، مما يعكس نموها وتزايد دورها الإعلامي والخدمات داخل الولاية.

بهذا التطور المستمر تظل إذاعة عين تموشنت نموذجا للإعلام المحلي الفعال الذي يسعى لمواكبة التحديات الإعلامية والتكنولوجية مع الحفاظ على الرسالة الأساسية في خدمة المجتمع والتواصل مع الفئات المحلية المختلفة.

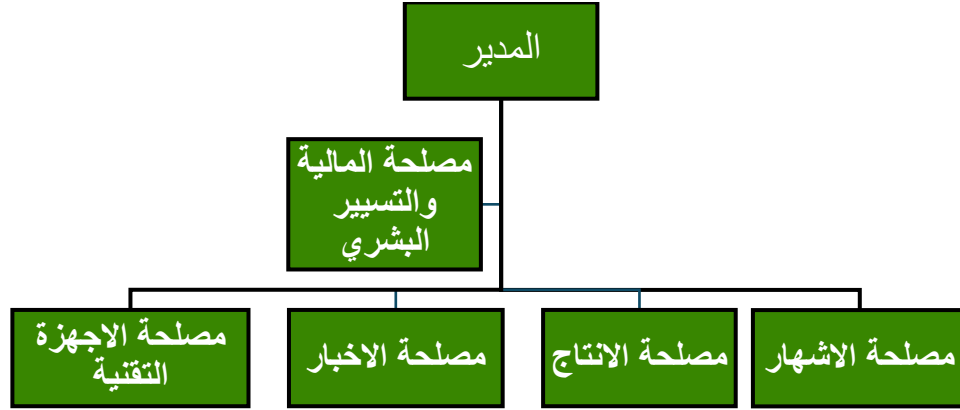
البريد الإلكتروني الخاص بإذاعة عين تموشنت: radioaintemouchent46@gmail.com

رقم الهاتف: + 213 40 40 79 043

الصفحة على الفيسبوك: إذاعة عين تموشنت Radio Ain temouchent

ثانيا: الموقع الجغرافي لإذاعة عين تموشنت

تقع إذاعة عين تموشنت في غرب الجزائر بشارع العربي بن مهيدي بولاية عين تموشنت وتحديدا وسط المدينة بحكم موقعها فهي تغطي مساحة واسعة من الولاية مما يتيح لها الوصول الى جمهور متنوع داخل المنطقة .



شكل (01) يمثل الهيكل التنظيمي لإذاعة عين تموشنت

يتوزع هذا الهيكل على النحو التالي:

1-المدير:

يشرف على التسيير العام للإذاعة ويتابع تنفيذ الخطط والبرامج الإعلامية، مسؤول عن التنسيق بين مختلف المصالح وضمان تحقيق اهداف المؤسسة. يمثل الإذاعة امام الهيئات الرسمية والشركاء ويضمن التفاعل مع الجمهور والسلطات المحلية.

2-المصلحة المالية والتسيير البشري:

تعنى بإدارة الشؤون المالية بما في ذلك الميزانية، المصاريف، والموارد المالية للإذاعة، تهتم بشؤون الموظفين من حيث التوظيف، الرواتب، التكوين، تسيير الموارد البشرية.

3-مصلحة الاشهار:

مسؤولة عن التسويق والإعلانات حيث تتعامل مع المعلنين والشركات الراغبة في الترويج لخدماتها عبر الإذاعة

4-مصلحة الإنتاج:

تتولى اعداد وإنتاج البرامج الاذاعية بمختلف انواعها (إخبارية، ترفيهية، ثقافية توعوية...)

5-مصلحة الاخبار:

مسؤولة عن جمع وتحرير الاخبار المحلية، الوطنية والدولية وتشرف على اعداد النشرات الإخبارية والتقارير الصحفية وتغطية الاحداث الجارية في الولاية.

6-مصلحة الأجهزة التقنية:

تهتم بالجوانب التكنولوجية والتقنية للبحث الإذاعي بما في ذلك تشغيل وصيانة المعدات مسؤولة عن جودة الصوت، البث المباشر عبر الموجات FM والمنصات الرقمية وضمان استمرار الخدمة دون انقطاع. يعمل هذا الهيكل على ضمان تقديم خدمة إعلامية متكاملة حيث تتعاون المصالح المختلفة لضمان انتاج محتوى احترافي وتحقيق تفاعل إيجابي وجودة جيدة.

المطلب الثاني: نشاط إذاعة عين تموشنت المحلية

تقوم إذاعة عين تموشنت بالعديد من النشاطات ونفصلها فيما يلي:

1-الاعلام الجوّاري والتغطية الإعلامية لكامل تراب الولاية:

بصفتها إذاعة محلية تعتمد إذاعة عين تموشنت على الاعلام الجوّاري الذي يهدف الى ان يكون قريبا من المواطن وينقل انشغالاته بشكل مباشر ومن ابرز ملامح هذا الدور:

*التغطية الإعلامية الشاملة: تقوم إذاعة عين تموشنت بتغطية الاحداث المحلية في جميع بلديات الولاية سواء كانت فعاليات رسمية او أنشطة المجتمع المدني او مشكلات يعاني منها السكان.

*نقل صوت المواطنين: توفر برامج تفاعلية تسمح للسكان بالتواصل المباشر مع المسؤولين عبر الاثير مما يسهل عملية طرح الانشغالات وإيجاد الحلول لها.

*متابعة المشاريع التنموية: ترافق تطور المشاريع الكبرى في الولاية مثل مشاريع البنية التحتية الفلاحة والسياحة، وتسلط الضوء على التحديات والعراقيل التي تواجه تنفيذها.

2-دعم القطاع الفلاحي ومرافقة الفلاحين:

نظرا لان ولاية عين تموشنت تتمتع بطابع فلاحي قوي، تلعب الإذاعة دورا في دعم الفلاحين وتقديم المعلومة المفيدة لهم عبر:

برامج فلاحية متخصصة تناقش القضايا الخاصة بالفلاحة مثل تطوير الإنتاج، تقنيات الري الحديثة أساليب حماية المحاصيل الزراعية.

تقديم استشارات من خبراء تستضيف مختصين في الزراعة ومسؤولين لمساعدة الفلاحين لإيجاد حلول علمية لمشاكلهم.

3- تعزيز الثقافة الدينية والتوعية المجتمعية:

كونها وسيلة إعلامية تقدم برامج دينية وتوعوية تشمل: دروس دينية تشرح القيم الإسلامية وتفسيرات للقرآن الكريم والحديث الشريف.

التوعية الاجتماعية تتمثل في حملات التوعية التحسيس حول الوعي الصحي والبيئي والوقائي.

4- الترويج للسياحة المحلية:

تساهم في ابراز المقومات السياحية للولاية من خلال التعريف بالسواحل والغابات والمواقع الاثرية في الولاية

5- دعم الشباب والتشغيل:

تعتبر إذاعة عين تموشنت شريكا رئيسيا في دعم الشباب وتوجيههم نحو فرص العمل وتشجيع ريادة الاعمال.

6- دعم الجمعيات الخيرية والعمل التضامني:

تتمثل في تغطية المبادرات الخيرية مثل توزيع المساعدات الغذائية وحملات التبرع بالدم وكفالة الايتام إضافة الى تعزيز ثقافة الوعي التطوعي إضافة الى اطلاق حملات توعوية تحث المواطن على المشاركة في المبادرات الخيرية خاصة في شهر رمضان والمناسبات الدينية.

المطلب الثالث: نماذج الحملات التحسيسية لمخاطر الاختناق بالغاز في إذاعة عين تموشنت

تحرص إذاعة عين تموشنت على لعب دورها الجوّاري والإعلامي في التوعية بمختلف المخاطر التي تهدد سلامة المواطنين ومن ابرز القضايا التي توليها اهتماما خاصا هي مخاطر الاختناق بالغاز خاصة خلال فصل الشتاء، حيث تزداد حالات التسمم بغاز احادي أكسيد الكربون نتيجة استعمال أجهزة التدفئة وغياب الوعي بالإجراءات الوقائية وفي هذا الاطار اطلقت إذاعة عين تموشنت حملات تحسيسية متنوعة شملت حصص وبرامج إخبارية وتوعوية نذكر من أهمها:

حصّة إخبارية بعنوان "برنامج الحدث":

يهدف تسليط الضوء على الزاهرة وتقديم المعلومات الضرورية حول أسبابها و طرق الوقاية منها خصّبت إذاعة عين تموشنت حصّة إخبارية عن حملة تحسيسية تندرج تحت عنوان "برنامج الحدث" وذلك عقب تسجيل حادثة مأساوية راح ضحيتها ستة افراد من عائلة واحدة بمنطقة بني صاف في الولاية بسبب الاختناق بالغاز. تزامن مع بث هذه الحصّة مع وقوع الحادثة مما منحها أهمية خاصة حيث

ساهمت في اثارة الوعي العام وتحفيز النقاش حول تدابير الوقاية الضرورية وتمت استضافة ممثلين عن الحماية المدنية وقطاع الصحة ومديرية سونلغاز الذين قدموا مداخلات قيمة حول المخاطر الناجمة عن تسرب غاز احادي أكسيد الكربون، واهمية الصيانة الدورية لأجهزة التدفئة وضرورة الالتزام بإجراءات التهوية السليمة داخل المنازل، حثت هذه الحصّة على ضرورة استعمال كواشف الغاز مما ساعد على إيصال الرسالة التحسيسية بأسلوب أكثر تأثيراً.

الحصّة الإنتاجية بعنوان "أخي المواطن":

الى جانب التغطية الإخبارية قامت إذاعة عين تموشنت بإنتاج برنامج تحسيسي توعوي خاص تحت عنوان "أخي المواطن" تم بثه خلال شهري ديسمبر 2024 ويناير 2025، وهما الفترتان التي تشهدان ذروة استعمال أجهزة التدفئة في المنازل بكثرة وبالتالي ارتفاع خطر التسمم بغاز احادي أكسيد الكربون. ركز البرنامج على التوعية بضرورة تركيب كواشف الغاز في المنازل والتي تلعب دوراً مهماً في تنبيه السكان في حالة تسرب الغاز إضافة الى الحذر عند استخدام أجهزة التدفئة التي تعمل بالغاز الطبيعي او غاز البوتان، كما تم تقديم إرشادات عملية حول طرق الاستخدام السليم للأجهزة واهمية فتح منافذ التهوية في المنازل لتفادي تراكم الغازات السامة.

استضاف البرنامج مجموعة من الخبراء والمختصين من بينهم: ممثل عن الحماية المدنية الذي شرح إجراءات الوقاية اللازمة التي يجب اتباعها عند الشعور بأعراض الاختناق بالغاز، مثل الدوخة والصداع وصعوبة التنفس وكيفية التصرف لإنقاذ الضحايا في الحالات الطارئة.

ممثل عن الشؤون الدينية الذي تحدث عن أهمية اتخاذ التدابير والاحتياطات اللازمة لحماية النفس من منطلق ان الحفاظ على النفس واجب ديني ودعا الى نشر ثقافة الوقاية بين العائلات الجزائرية.

طبيب من قطاع الصحة الذي قم توضيحات حول الاعراض الأولية للتسمم بالغاز وطرق الإسعافات الأولية التي يمكن ان يقوم بها افراد العائلة قبل وصول فرق الإنقاذ.

مختص في الصيانة تابع لقطاع التكوين المهني من خلال تقديمه لشرح علمي حول طرق الصيانة الدورية لأجهزة التدفئة وكيفية التأكد من سلامة الانابيب والتوصيلات الغازية داخل المنازل.

ممثل عن سونلغاز الذي كان له الدور في إعطاء نصائح تقنية حول كيفية الكشف عن تسربات الغاز واهمية اقتناء أجهزة تدفئة مطابقة للمعايير المعتمدة.

تميزت الحصّة بأسلوبها التفاعلي حيث تم اشراك المستمعين من خلال المداخلات الهاتفية والرسائل النصية التي تضمنت أسئلة حول تدابير السلامة واقتراحات لتحسين عمليات التحسيس في الاحياء والمناطق الريفية.

المطلب الرابع: أساليب إذاعة عين تموشنت في تغيير سلوك الافراد اتجاه الحملات التحسيسية لمخاطر الاختناق بالغاز

تسعى إذاعة عين تموشنت الى التأثير الإيجابي على سلوك المواطنين من خلال الاعتماد على استراتيجيات وأساليب إعلامية فعالة تهدف الى تعزيز الوعي وتحفيز التغيير السلوكي ولتحقيق ذلك قامت الإذاعة بالاعتماد على بعض الأساليب الاتصالية المؤثرة التي تتمثل فيما يلي:

1-الاعتماد على شهادات حية لضحايا او مسعفي حوادث الاختناق بالغاز:

تلعب الشهادات الحية دورا أساسيا في التأثير على المستمعين اذ تجعلهم يتفاعلون بشكل عاطفي وانساني قوي مع القضية مما يعزز من استيعابهم للخطر الناجم عن هذا الغاز السام ويجعلهم اكثر حرصا على اتباع التدابير الوقائية كن خلال الاعتماد على ناجين من حوادث الاختناق بالغاز ليرووا تجاربهم الشخصية ويصفو المعاناة التي تعرضوا لها مما يخلق تأثيرا نفسيا قويا يدفع المستمعين لتغيير سلوكياتهم بطريقة إيجابية.

مشاركة مسعفي الحماية المدنية الذين يعرضون تفاصيل عملية الإنقاذ ويقدمون احصائيات عن عدد الوفيات والاصابات الناجمة عن هذا التسمم.

استخدام قصص مؤثرة عن عائلات فقدوا أقاربهم بسبب التسمم بالغاز لتكون بمثابة تحذير عملي يلامس الواقع اليومي للمواطنين.

2-التوعية عبر الومضات الاذاعية (سبوتات spot) المدعمة بالموسيقى والشعارات المميزة:

تعتمد إذاعة عين تموشنت على ومضات تحسيسية قصيرة (spot) تبث بشكل منتظم وهي عبارة عن رسائل مختصرة لكنها قوية التأثير، تقدم معلومات أساسية حول الوقاية من الاختناق بالغاز وهذه الومضات تعتمد على:

✓ استخدام موسيقى خاصة تثير الانتباه وتجعل الرسالة اكثر تأثير في اذهان المستمعين مما يساعد على تذكرها بسهولة.

✓ اطلاق شعارات مميزة وقصيرة يسهل حفظها مثل "الوقاية تنقذ حياتك" وغيرها من الشعارات التي تكرر بشكل دوري لتعزيز رسوخها لدى المجتمع.

✓ البث المنتظم على راس كل ساعة لضمان وصول الرسالة الى اكبر عدد ممكن من المستمعين خاصة خلال فترات الذروة.

3-اشراك المستمعين عبر الاتصالات الهاتفية لتعزيز التفاعل المباشر:

تولي إذاعة عين تموشنت أهمية كبيرة لإشراك المواطنين في العملية التحسيسية حيث تعمل على خلق تفاعل مباشر من خلال:

- ✓ إتاحة الفرصة للمستمعين لإبداء آرائهم وتجاربهم مع استخدام أجهزة التدفئة مما يسمح بمشاركة معلومات عملية نابغة من تجارب حقيقية.
- ✓ طرح أسئلة من طرف الصحفيين والخبراء على المستمعين حول مدى معرفتهم بإجراءات الوقاية وتصحيح المفاهيم الخاطئة لديهم.

4- التكرار المنتظم للحملات التحسيسية خلال فصل الشتاء مع تكثيف البث الإذاعي:

نظرا لأن حوادث الاختناق بالغاز ترتفع بشكل ملحوظ خلال فصل الشتاء بسبب زيادة استخدام أجهزة التدفئة تعتمد إذاعة عين تموشنت على أسلوب التكرار المدروس لبرامجها التوعوية لضمان وصول الرسالة لجميع الفئات المستهدفة من خلال:

- ✓ إعادة بث الومضات التحسيسية مع بداية كل فصل شتاء لتهيئة المواطنين لهذا الموسم.
- ✓ برمجة حصص إذاعية مكثفة في هذه الفترة بحيث يتم التركيز على مخاطر الغاز من زوايا متعددة تشمل الجانب الصحي، والتقني، والديني، والتوعوي.
- ✓ تنظيم حملات خاصة بالتعاون مع الجهات المختصة مثل الحماية المدنية وسونلغاز من خلال الخروج الى الميدان وتسجيل لقاءات مباشرة مع المواطنين مما يخلق تأثيرا اكبر. ومن خلال هذه الأساليب الاتصالية المتنوعة تهدف إذاعة عين تموشنت الى:
- ✓ تعزيز وعي المواطنين حول مخاطر الاختناق بالغاز وتقليل عدد الحوادث المسجلة سنويا.
- ✓ تحفيز الاسر على تركيب كواشف الغاز واتخاذ التدابير الوقائية اللازمة.
- ✓ اشراك المواطنين بشكل اكبر في الحملات التوعوية مما يجعلهم جزءا من الحل وليس مجرد متلقين للمعلومات.¹

¹مقابلة مع صحفية ومنشطة بإذاعة عين تموشنت يوم 2025/03/04 على الساعة 11:30.

خلاصة الفصل:

وفي الأخير يمكننا القول بأن إذاعة عين تموشنت لعبت دورا هاما في التوعية المجتمعية خاصة فيما يتعلق بمخاطر الاختناق بالغاز حيث حرصت على تقديم برامج توعوية مستغلة موقعها الجغرافي لنشر الوعي بشكل فعال فقد ساهمت في نشر ثقافة الوقاية والسلامة عبر حملات تحسيسية مكثفة الى جانب ذلك عملت على تغيير سلوك الافراد من خلال تبني استراتيجيات إعلامية مؤثرة كما عززت تواصلها مع الجمهور عبر النقاشات التفاعلية والبرامج الحوارية مما أتاح للمستمعين فرصة طرح تساؤلاتهم و تلقي إرشادات مباشرة من المختصين ،وبفضل هذه الجهود ساهمت إذاعة عين تموشنت في التوعية و التحسيس من الحوادث المرتبطة بالاختناق بالغاز و أسهمت في بناء مجتمع أكثر وعيا بالمخاطر المحيطة به وهذا يبرر الدور الحيوي للإعلام المحلي في دعم السلامة العامة وتعزيز ثقافة المسؤولية لدى الافراد.



الفصل الثالث: الجانب التطبيقي
للدراسة

الجانب التطبيقي للدراسة

1-منهجية الدراسة

2-تحليل بيانات الاستبيان

3-مناقشة نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات والأهداف.

4-النتائج العامة للدراسة

5-الاقتراحات والتوصيات

6-خلاصة الفصل

7- خاتمة

تمهيد:

في هذا الفصل سنحاول عرض منهجية الدراسة بشكل من مفصل مع تسليط الضوء على النتائج التي تم التوصل اليها من خلال تحليل الاستبيان ومن ثم التحقق من مدى صحة الفرضيات التي تم اعتمادها في هذه الدراسة ويهدف هذا الى تقييم فعالية دور الإذاعة في تغيير سلوك الافراد تجاه مخاطر الاختناق بالغاز من خلال الحملات التحسيسية التي تبثها وصولا الى النتائج النهائية لهذه الدراسة الى جانب تقديم مجموعة من التوصيات التي من شأنها دعم هذا الدور التوعوي للإذاعة.

أولاً: منهجية الدراسة

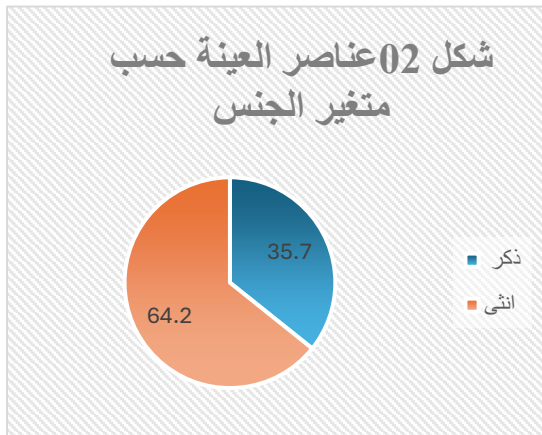
اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي بهدف الكشف عن دور إذاعة عين تموشنت في تغيير سلوك الفرد اتجاه الحملات التحسيسية لمخاطر الاختناق بالغاز إضافة هذا المنهج يسمح بوصف الظاهرة المدروسة وتحليلها من خلال تقييم ورصد الحملات التحسيسية المتعلقة بمخاطر الاختناق بالغاز التي تبثها إذاعة عين تموشنت.

فيما يخص أدوات جمع البيانات تم الاعتماد على الاستبيان الإلكتروني كأداة رئيسية نظرا لمرونته وسهولة توزيعه على المستهدف خاصة في ظل التقدم الرقمي وتزايد استخدام وسائل الاتصال الحديثة كما سمحت هذه الأداة بالحصول على إجابات مباشرة من المبحوثين دون التأثير على آرائهم وهو ما يعزز موضوعية البيانات المجموعة.

تم تصميم الاستبيان بعناية ليتضمن مجموعة من الأسئلة المغلقة بالإضافة الى سؤال مفتوح وقد تم نشر هذا الاستبيان الكترونيا عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمجموعات التي تجمع مستمعين إذاعة عين تموشنت لضمان الوصول الى الفئة المستهدفة.

تمثل مجتمع البحث في مستمعي إذاعة عين تموشنت وهم الافراد الذين لديهم صلة مباشرة بالمادة الاذاعية تم اختيار عينة الدراسة بطريقة قصدية (غير احتمالية) بلغ حجم العينة 70 مفردة (مبحوثا) و امتدت عملية جمع البيانات على مدار شهر كامل وتحديدًا من 26 فبراير الى 26 مارس 2025. حيث خصص الأسبوع الأول لنشر الاستبيان والترويج له فيما خصصت الأسابيع الثلاثة المتبقية لمتابعة التفاعل والتذكير بالمشاركة وتدقيق البيانات المتحصل عليها وكان هذا الوقت كافيًا للحصول على إجابات المبحوثين وتحقيق درجة مقبولة من المصدقية والاتساق في النتائج.

2-تحليل بيانات الاستبيان:

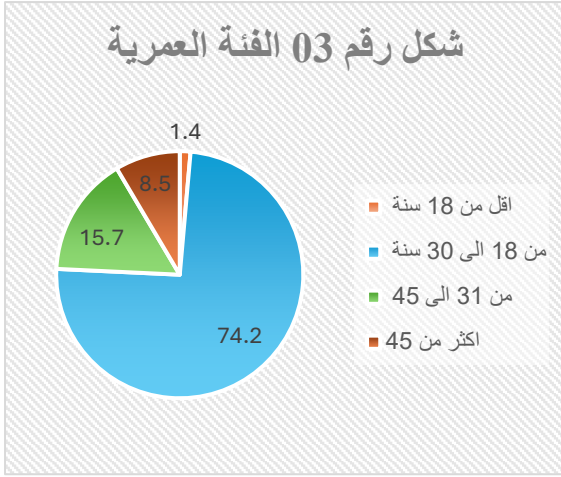


الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	25	35.7%
انثى	45	64.2%
المجموع	70	100%

جدول رقم (02) يوضح خصائص العينة حسب الجنس

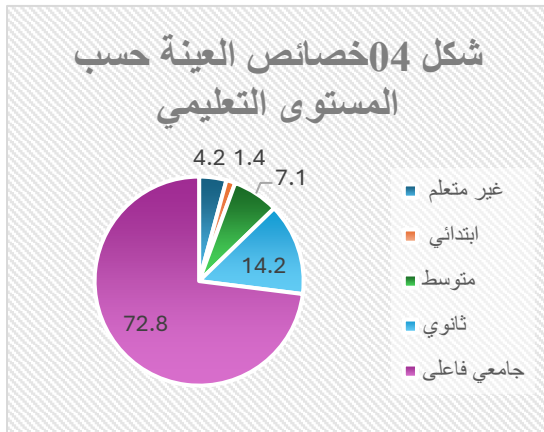
نلاحظ من خلال الجدول الموضح أعلاه توزيع العينة حسب متغير الجنس حيث بلغ عدد الذكور 25 بنسبة 35.7% في حين بلغ عدد الإناث 45 بنسبة 64.2% مما يدل على ان نسبة الإناث في العينة تفوق نسبة الذكور من اصل 70 فردا.

جدول رقم (03) يوضح خصائص العينة حسب الفئة العمرية



الفئة العمرية	التكرار	النسبة المئوية
اقل من 18 سنة	1	1.4%
من 18 الى 30 سنة	52	74.2%
من 31 الى 45 سنة	11	15.7%
اكثر من 45 سنة	6	8.5%
المجموع	70	100 %

نلاحظ من خلال الجدول الموضح أعلاه توزيع العينة حسب الفئة العمرية حيث تبين ان الفئة العمرية التي تتراوح من 18 الى 30 سنة تمثل النسبة الأكبر من العينة بـ 74.2%، تليها فئة من 31 الى 45 سنة بنسبة 15.7%، ثم فئة أكثر من 45 سنة بنسبة 8.5%، في حين سجلت اقل نسبة لدى فئة الأقل من 18 سنة بنسبة 1.4%، وذلك من اصل 70 فردا.

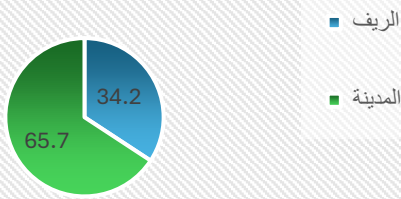


المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية
غير متعلم	3	4.2%
ابتدائي	1	1.4%
متوسط	5	7.1%
ثانوي	10	14.2%
جامعي فأعلى	51	72.8%
المجموع	70	100%

جدول يوضح رقم 04 خصائص العينة المستوى التعليمي

يتضح من خلال توزيع مستويات التعليم للمبحوثين ان الغالبية العظمى تنتمي الى فئة "الجامعي فأعلى" حيث بلغت نسبتهم 72.8 أي ما يعادل 51 مبحوثا من اصل 70، وهو ما يعكس ارتفاعا ملحوظا في المستوى التعليمي للعينة المدروسة وتليها فئة الثانوي بنسبة 14.2 ثم المتوسط 7.1%، اما التي سجلت اقل نسبة هي فئة الغير متعلمين و الابتدائي.

شكل 05 خصائص العينة حسب مكان الإقامة



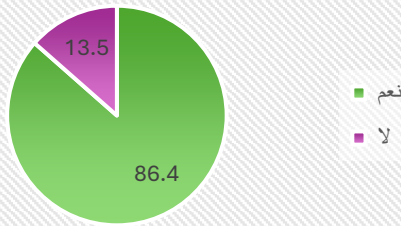
جدول رقم (05) خصائص العينة حسب مكان الإقامة

مكان الإقامة	التكرار	النسبة المئوية
الريف	24	34.2%
المدينة	46	65.7%
المجموع	70	100%

نلاحظ من خلال الجدول الموضح أعلاه افراد العينة

حسب مكان الإقامة حيث تبين ان غالبية المبحوثين يقيمون في المدينة بنسبة تقدر ب 65.7% مقابل 34.2% منهم يقيمون في الريف .

شكل رقم 06 الاستماع الى الإذاعة



-جدول رقم (06) توزيع المبحوثين حسب الاستماع الى الإذاعة

الاستماع الى الإذاعة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	70	86.4%
لا	11	13.5%
المجموع	81	100%

ملاحظة: سيتم التركيز في باقي التحليل على فئة المبحوثين المستمعين

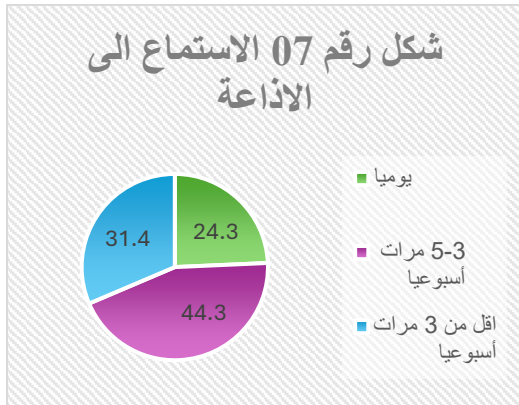
للإذاعة نظرا لارتباط ذلك بشكل مباشر بموضوع الدراسة.

-نلاحظ من خلال الجدول الموضح أعلاه ان النسبة الغالبة من افراد العينة

هي 70 الذين أفادوا بأنهم يستمعون الى الإذاعة بنسبة 86.4% وتعد هذه النتيجة

كافية لتطبيق هذه الدراسة بشكل فعال كونها تساعد في تقييم اثر الحملات التحسيسية الاذاعية على سلوك الافراد.

جدول رقم (07) توزيع العينة على حسب عادات الاستماع الى الإذاعة:

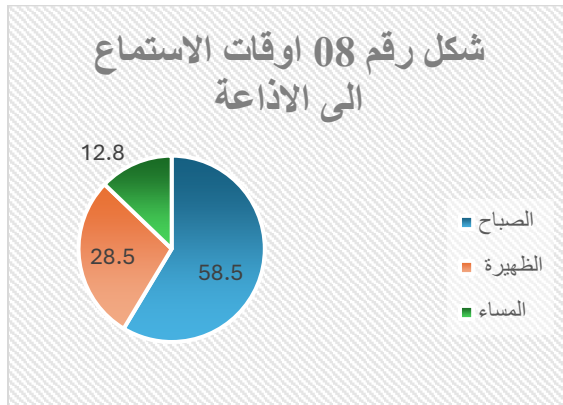


عادة الاستماع	التكرار	النسبة المئوية
يومية	17	24.3%
3-5 مرات أسبوعيا	31	44.3%
أقل من 3 مرات أسبوعيا	22	31.4%
المجموع	70	100%

نلاحظ من خلال الجدول الموضح أعلاه توزيع العينة حسب عادات الاستماع الى الإذاعة فتبين ان اغلب المبحوثين يستمعون الى الإذاعة بمعدل يتراوح ما بين 3 الى 5 مرات أسبوعيا بنسبة تقدر ب 44.3% في حين نسبة 24.3% من العينة تستمع الى الإذاعة بشكل يومي أي ان نسبة 68.6%

يستمعون الى الإذاعة بانتظام اسبوعي (يومية او من ثلاث الى خمس مرات أسبوعيا) وهو ما يعد مؤشرا إيجابيا على أهمية الإذاعة في حياة الافراد.

جدول رقم (08) توزيع العينة حسب أوقات الاستماع الى الإذاعة :

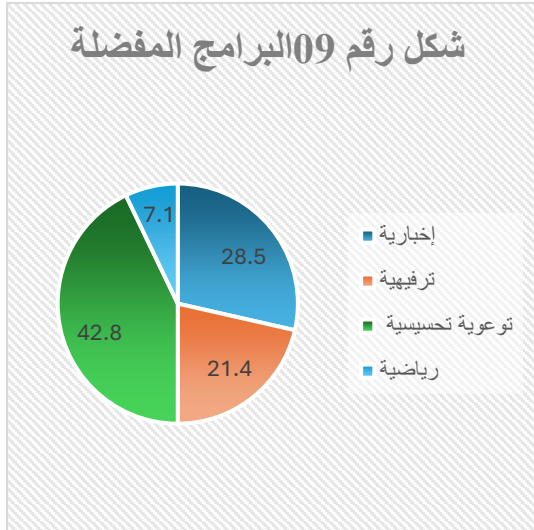


الوقت	التكرار	النسبة المئوية
الصباح	41	58.5%
الظهيرة	20	28.5%
المساء	9	12.8%
المجموع	70	100%

نلاحظ من خلال الجدول أوقات التي يستمع فيها المبحوثين الى الإذاعة ويتضح ان الأغلبية يفضلون الاستماع الى الإذاعة في الصباح أي ما يمثل 58.5% كن اجمالي العينة ثم تلمها فترة الظهيرة

بنسبة 28.5% ثم الفترة المسائية بنسبة 12.8% ما يدل على ان الفترة الصباحية تعتبر الأنسب لبث البرامج الاذاعية التحسيسية نظرا لارتفاع نسب الاستماع خلالها مما يعزز فرص وصول الرسائل الإعلامية الى اكبر عدد من الجمهور المستهدف.

جدول رقم (9) نوع البرامج التي يفضل المبحوثين متابعتها:

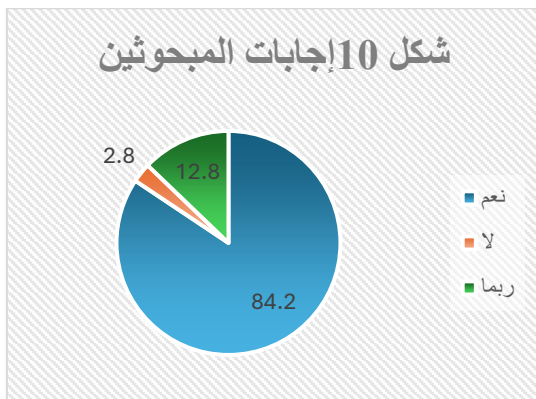


البرامج المفضلة	التكرار	النسبة المئوية
اخبارية	20	28.5%
ترفيهية	15	21.4%
توعوية تحسيسية	30	42.8%
رياضية	5	7.1%
المجموع	70	100%

نلاحظ من خلال الجدول الموضح أعلاه ان اغلبية

المبحوثين اختاروا البرامج التوعوية التحسيسية كنوع من البرامج المفضلة لديهم بنسبة تقدر ب 42.8% ثم تليها البرامج الإخبارية بنسبة 28.5% ثم البرامج الترفيهية بنسبة 21.4% الى اقل نسبة وهي فئة البرامج الرياضية بنسبة تقدر ب 7.1%، وهذا ما يدل على وعي الجمهور بأهمية هذه البرامج الخاصة بالتوعية والتحسيس.

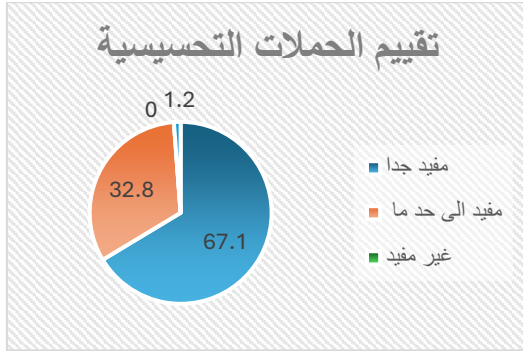
جدول رقم (10) إجابات عن سؤال هل سبق وسمعت بحملات تحسيسية لمخاطر الاختناق بالغاز عبر إذاعة عين تموشنت:



الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	59	84.2%
لا	2	2.8%
ربما	9	12.8%
المجموع	70	100%

نلاحظ من خلال الجدول ان اغلبية المبحوثين اكدوا على سماعهم بالحملات التحسيسية حول مخاطر الاختناق بالغاز التي تبثها إذاعة عين تموشنت بنسبة 84.5% وهذا يدل على مدى وصول الرسائل التحسيسية الى الجمهور المستهدف وقدرة إذاعة عين تموشنت على توعية جمهورها بمخاطر الاختناق باتحادي أكسيد الكربون.

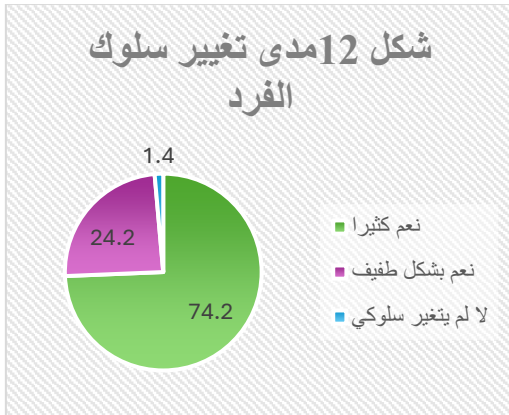
جدول رقم (11) إجابات المبحوثين عن تقييمهم للحملات التحسيسية لمخاطر الاختناق بالغاز المقدمة من طرف إذاعة عين تموشنت:



الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
مفيدة جدا	47	67.1%
مفيدة الى حد ما	23	32.8%
غير مفيدة	0	0.0%
المجموع	70	100%

نلاحظ من خلال الجدول الموضوع أعلاه ان اغلبية المبحوثين الذين شاركوا استفادوا من الحملات التحسيسية لمخاطر الاختناق بالغاز التي تبثها إذاعة عين تموشنت بنسبة بلغت 67.1% وهذا ما يعكس الدور الإيجابي الذي تؤديه الإذاعة في تقديم رسائل تحسيسية توعوية تعود بالنفع والفائدة على مستمعيها.

جدول رقم (12) يبين إجابات المبحوثين حول سؤال: هل غيرت هذه الحملات المقدمة من طرف إذاعة عين تموشنت سلوكك في الوقاية من الاختناق بالغاز؟

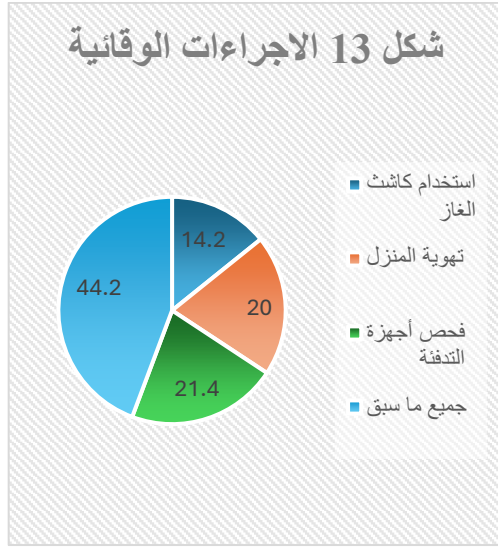


الاجابات	التكرار	النسبة المئوية
نعم كثيرا	52	74.2%
نعم بشكل طفيف	17	24.2%
لا لم يتغير سلوكي	1	1.4%
المجموع	70	100%

نلاحظ من خلال الجدول الموضوع أعلاه ان الحملات

التحسيسية التي تبثها إذاعة عين تموشنت لها تأثير واضح على سلوك الافراد المستمعين فيما يتعلق بالوقاية من الاختناق بالغاز حيث أجاب 74.2% من المبحوثين ب "نعم كثيرا" مما يدل ان الأغلبية تأثرت بشكل إيجابي بهذه الحملات.

جدول رقم 13 يوضح إجابات المبحوثين عن سؤال : ما هو اهم اجراء وقائي تعلمته؟



الاجابات	التكرار	النسبة المئوية
استخدام كاشف الغاز	10	14.2%
تهوية المنزل	14	20%
فحص أجهزة التدفئة	15	21.4%
جميع ما سبق	31	44.2%
المجموع	70	100%

نلاحظ من خلال الجدول الموضح أعلاه ان فئة كبيرة من المبحوثين يعتبرون ان جميع الإجراءات الوقائية المذكورة (استخدام كاشف الغاز، تهوية المنزل، فحص اجهزة التدفئة) مهمة حيث بلغت نسبتهم 44.2% وهذا ما يشير الى استيعاب المبحوثين المستمعين اشامل للرسائل التحسيسية التي تقدمها إذاعة عين تموشنت.

*تحليل إجابات السؤال المفتوح:

فيما يتعلق بالسؤال المفتوح الذي طرح على المبحوثين: "كيف ترى دور إذاعة عين تموشنت في توعية الناس بمخاطر الاختناق بالغاز؟"

تنوعت الإجابات بين الآراء الإيجابية والمعتدلة (المتوازنة) وأخرى تطالب بالتحسين وقد تم تصنيف هذه الإجابات الى 3 فئات رئيسية:

إجابات إيجابية:

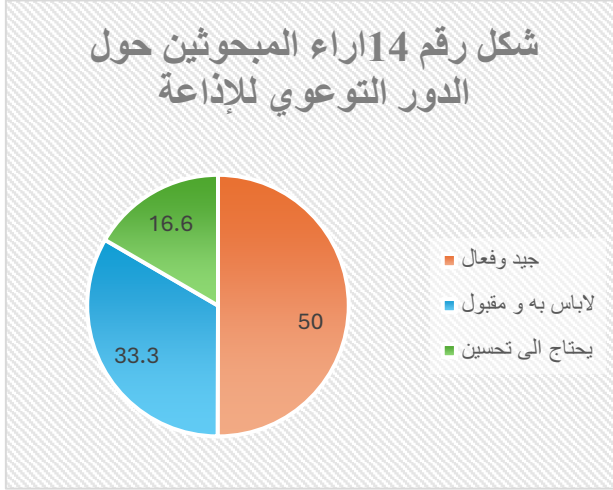
عبر عدد من المشاركين المستمعين لإذاعة عين تموشنت بنسبة 50% عن رضاهم بأداء الإذاعة في التوعية بمخاطر الاختناق بالغاز بوصفه بأنه " جيد جدا" " دور فعال" هذا يشير الى ادراك إيجابي لمدى مساهمة الإذاعة في التوعية والتحسيس بخطر الاختناق بالغاز.

إجابات معتدلة:

عبر بعض المبحوثين بآراء معتدلة بخصوص دور الإذاعة في التوعية بمخاطر الغاز حيث رأى حوالي 33.3% من المستجوبين ان الإذاعة تقوم بدور "لا بأس به" "دور مقبول" "دور نسبي" في هذا المجال هذه الفئة لم تبدي رفضا صريحا للدور الذي تؤديه الإذاعة كما لم تعبر عن رضا تام، هذه الإجابات تشير الى رغبة المستمعين في تقديم محتوى توعوي فعال أكثر وتطلعهم الى اعلام محلي اكثر فاعلية في معالجة القضايا التي تخص الطابع الوقائي.

إجابات تطالب بالتحسين: عبر بعض المشاركين المستمعين بنسبة 16.6% عن مطالبهم بالتحسين في الدور التوعوي للإذاعة معبرين عن ذلك بـ "نحتاج الى تحسين" "نرجو بذل مجهود اكبر" وهذا ما يعكس شعور بعض المشاركين بعدم كفاية التغطية الإعلامية لهذا الموضوع، بل يلزم المزيد من التحسين والجهد.

جدول رقم 14 يوضح آراء الجمهور المستمعين حول دور الإذاعة في التوعية:



الآراء	التكرار	النسبة المئوية
جيد جدا وفعال	30	50%
لا بأس به ومقبول	20	33.3%
تحتاج الى تحسين	10	16.6%
المجموع	60	100%

3- مناقشة نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات والاهداف والتساؤلات:

أولاً: مناقشة نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات

• الفرضية الأولى:

من خلال الفرضية الأولى والتي جاءت كالتالي: "الحمّلات التّحسيسية الإذاعية تكون أكثر نجاحاً عندما تستهدف جميع الفئات العمرية في المجتمع، مع التركيز على فئة الشباب كأكثر المتأثرين"، وتبين من خلال نتائج الاستبيان أنّ الفئة العمرية الأكثر مشاركة وتأثراً بالحمّلات هي فئة الشباب (18-30 سنة)، حيث شكّلت نسبهم 74.2% من مجموع المشاركين. وتُشير هذه النتائج إلى أنّ فئة الشباب تُعدّ أكثر تفاعلاً مع الحمّلات الإذاعية، ممّا يعزّز صحة الفرضية ويُعتبرها مقبولة، وهو ما يُؤكّد ضرورة التركيز على فئة الشباب، مع مراعاة باقي الفئات وإن كانت بدرجات أقل من التفاعل والتأثر.

• الفرضية الثانية:

من خلال الفرضية الثانية والتي مفادها: "يكون مستوى الوعي بالحمّلات التّحسيسية عبر الإذاعة أقل لدى سكان المناطق الريفية مقارنةً بسكان المناطق الحضرية"، تبين من خلال نتائج الاستبيان أنّ 65.7% من المشاركين كانوا من سكان المدن، بينما كانت النسبة الأقل في المناطق الريفية حوالي 34.2% وتُشير هذه النسبة إلى أنّ غالبية

الْمُشَارِكِينَ يَنْتُمُونَ إِلَى الْمَنَاطِقِ الْحَضْرِيَّةِ، مَا يَعْكِسُ تَفَاعُلًا أَكْبَرَ مِنْ طَرَفِ سُكَّانِ الْمَنَاطِقِ الْحَضْرِيَّةِ مَعَ الْمُخْتَوَى
الْإِذَاعِيِّ التَّحْسِيسِيِّ لِإِذَاعَةِ عَيْنِ تَمْوَشَنْتَ.

وَمِنْهُ نَعْتَبِرُ أَنَّ هَذِهِ الْفَرَضِيَّةَ صَحِيحَةً، وَوَجَبَ عَلَى الْإِذَاعَةِ التَّرْكِيزُ أَيْضًا عَلَى سُكَّانِ الْمَنَاطِقِ الرَّيفِيَّةِ، مِنْ خِلَالِ
تَحْسِينِ التَّغْطِيَةِ الْإِعْلَامِيَّةِ، وَتَخْصِيسِ حَمَلَاتٍ مُلَانِمَةٍ لِهَذِهِ الْفِنَّةِ، لِضَمَانِ شُمُولِيَّةِ الرَّسَائِلِ التَّحْسِيسِيَّةِ لِجَمِيعِ
شَرَائِحِ الْمُجْتَمَعِ.

• الْفَرَضِيَّةُ الثَّلَاثَةُ:

جَاءَتْ هَذِهِ الْفَرَضِيَّةُ كَالْتَّالِي: "لِإِذَاعَةِ عَيْنِ تَمْوَشَنْتَ دَوْرٌ فَعَّالٌ فِي تَغْيِيرِ سُلُوكِ الْفَرْدِ نَحْوَ تَبَيُّ مُمَارَسَاتِ وَقَائِيَّةِ ضِدَّ
مَخَاطِرِ الْإِخْتِنَاقِ بِالْغَازِ"، وَمِنْ خِلَالِ النَّتَائِجِ الْمَتَحَصَّلِ عَلَمَهَا مِنَ الْإِسْتِثْنَائِيَّاتِ، تَبَيَّنَ أَنَّ الْحَمَلَاتِ الْإِذَاعِيَّةَ الَّتِي تَمَّ بِهَا
عَبْرُ إِذَاعَةِ عَيْنِ تَمْوَشَنْتَ، قَدْ أَسَهَمَتْ فِي زِيَادَةِ الْوَعْيِ لَدَى الْأَفْرَادِ الْمُسْتَمْعِينَ، حَوْلَ أَهْمِيَّةِ تَبَيُّ مُمَارَسَاتِ وَقَائِيَّةِ ضِدَّ
مَخَاطِرِ الْإِخْتِنَاقِ بِالْغَازِ، حَيْثُ يُظْهِرُ أَنَّ نِسْبَةَ كَبِيرَةً مِنَ الْمُشَارِكِينَ قَدْ تَبَنُّوا سُلُوكِيَّاتٍ جَدِيدَةً لِتَحْسِينِ مُسْتَوَى
الْأَمَانِ فِي مَنَازِلِهِمْ.

وَبِنَاءٍ عَلَى هَذِهِ النَّتَائِجِ، نَجِدُ أَنَّ هَذِهِ الْفَرَضِيَّةَ صَحِيحَةً، وَأَنَّ إِذَاعَةَ عَيْنِ تَمْوَشَنْتَ قَامَتْ بِدَوْرٍ مَقْبُولٍ فِي تَعْرِيزِ الْوَعْيِ
وَتَغْيِيرِ سُلُوكِ الْفَرْدِ، مِنْ خِلَالِ حَمَلَاتِهَا الَّتِي سَاعَدَتْ فِي تَوْعِيَّتِهِمْ وَإِرْشَادِهِمْ حَوْلَ الطَّرِيقِ الْوَقَائِيَّةِ لِتَجَنُّبِ خَطَرِ
الْإِخْتِنَاقِ بِالْغَازِ أَحَادِي كُأَكْسِيدِ الْكَرْبُونِ، مِثْلَ اسْتِخْدَامِ كَاشِفِ الْغَازِ وَتَهْوِيَّةِ الْمَنَازِلِ وَفَحْصِ أَجْهَزَةِ التَّدْفِينَةِ، مِمَّا يَدُلُّ
عَلَى تَأْيِيدِهَا الْإِيجَابِيِّ فِي حَيْثُ الْفَرْدِ عَلَى تَبَيُّ سُلُوكِ وَقَائِيَّ.

ثَانِيًا: مُنَاقَشَةُ نَتَائِجِ الدِّرَاسَةِ عَلَى ضَوْءِ الْأَهْدَافِ

أَنْطِلَاقًا مِنَ الْأَهْدَافِ الَّتِي سَطَّرْتِهَا هَذِهِ الدِّرَاسَةُ، وَالَّتِي تَمَّخُورَتْ فِيهَا يَلِي:

• الْكَشْفُ عَنْ مَدَى مُسَاهَمَةِ الْإِذَاعَةِ فِي تَغْيِيرِ سُلُوكِ الْفَرْدِ آتِيَّاهُ حَمَلَاتِهَا التَّحْسِيسِيَّةِ الَّتِي تَبَّتْ حَوْلَ مَخَاطِرِ
الْإِخْتِنَاقِ بِالْغَازِ.

• تَعْرِيزُ التَّوَعِيَّةِ لَدَى الْأَفْرَادِ وَالْمُؤَاطِنِينَ حَوْلَ مَخَاطِرِ الْإِخْتِنَاقِ بِالْغَازِ.

• التَّعَرُّفُ عَلَى مَدَى فَعَالِيَّةِ هَذِهِ الْحَمَلَاتِ التَّحْسِيسِيَّةِ فِي تَوْجِيهِ سُلُوكِ الْفَرْدِ.

تَبَيَّنَ مِنْ خِلَالِ النَّتَائِجِ الَّتِي تَمَّ التَّوَصُّلُ إِلَيْهَا، عَنْ طَرِيقِ تَحْلِيلِ الْإِسْتِثْنَائِيَّاتِ، أَنَّ الْحَمَلَاتِ التَّحْسِيسِيَّةَ الَّتِي تُبْنَى عَلَيْهَا إِذَاعَةُ عَيْنِ
تَمْوَشَنْتَ قَدْ سَاهَمَتْ بِشَكْلِ مَلْحُوظٍ فِي رَفْعِ مُسْتَوَى الْوَعْيِ لَدَى الْمُؤَاطِنِينَ، فَمِنْ خِلَالِهَا أَكْتَسَبُوا مَعْلُومَاتٍ تَتَعَلَّقُ بِكَيْفِيَّةِ
اسْتِخْدَامِ كَوَاشِفِ الْغَازِ، وَتَهْوِيَّةِ الْمَنَازِلِ، وَفَحْصِ أَجْهَزَةِ التَّدْفِينَةِ، حَسَبَ الْجَدْوَلِ رَقْمِ (13)
كَمَا أَقْرَأَ عَدَدٌ كَبِيرٌ بِفَعَالِيَّةِ هَذِهِ الْحَمَلَاتِ بِنِسْبَةِ بَلَغَتْ 67.1% حَسَبَ الْجَدْوَلِ رَقْمِ (11)، وَهَذَا مَا يُؤَكِّدُ التَّأْيِيدَ الْإِيجَابِيَّ
لِهَذِهِ الْحَمَلَاتِ عَلَى سُلُوكِيَّاتِ الْفَرْدِ نَحْوَ تَبَيُّ مُمَارَسَاتِ وَقَائِيَّةِ.

وَأَسْتِنَادًا إِلَى هَذِهِ النَّتَائِجِ، يُمَكِّنُ الْقَوْلُ إِنَّ الْأَهْدَافَ الَّتِي حَدَدْتِهَا هَذِهِ الدِّرَاسَةُ قَدْ تَحَقَّقَتْ.

4-النتائج العامة للدراسة:

بعد الانتهاء من تحليل بيانات الاستبيان وربطها بالفرضيات والاهداف التي قامت عليها الدراسة، توصلنا الى مجموعة من النتائج العامة التي تعكس مدى الدور الذي تلعبه إذاعة عين تموشنت في تغيير سلوك الفرد وتوجيهه نحو سلوكيات إيجابية واكثر امانا، وذلك من خلال حملاتها التحسيسية التي تبثها والتي بدورها تهدف الى تعزيز ثقافة الوقاية من المخاطر الناجمة عن الاختناق بغاز احادي أكسيد الكربون ويمكن استخلاص هذه النتائج فيما يلي:

- أظهرت النتائج ان فئة الاناث كانت الأكثر تفاعلا مع المحتوى الإذاعي التحسيسية الذي تبثه إذاعة عين تموشنت مما يدل على اهتمامهن الكبير بالمواضيع المرتبطة بالصحة والسلامة داخل المنازل.
- تبين ان فئة الشباب الذين تتراوح أعمارهم ما بين 18 الى 30 سنة هم الفئة الأكثر تأثرا بالحملات التحسيسية حيث تبين ان اغلهم من ذوى المستوى التعليمي العالي مما ساهم في قدرتهم على استيعاب هذه الرسائل الاذاعية التوعوية والتفاعل معها.
- يوجد تفاوت في مستوى الوعي بين سكان المناطق الريفية والحضرية مما يستدعي ضرورة تكثيف الجهود الإعلامية في الوسط الريفي.
- تبين ان الحملات التحسيسية التي تقدمها إذاعة عين تموشنت اثبتت فعاليتها في تحقيق أهدافها التوعوية مما يدل على نجاح الإذاعة كوسيلة إعلامية قادرة على التأثير الإيجابي في سلوك الافراد وتوجيههم نحو سلوك وقائي.
- اكد عدد من المستجوبين انهم استفادوا بشكل مباشر من الحملات التحسيسية وبدأوا في تطبيق إجراءات وقائية عملية منها: تهوية المنازل بشكل منتظم، استعمال كاشف الغاز وفحص أجهزة التدفئة، وهذا ما يدل على ان الرسائل الاذاعية أدت الى تغيير سلوكي فعلي ولملموس.
- تبين من خلال الدراسة ان إذاعة عين تموشنت تسعى بشكل محوري في التوعية المجتمعية حيث تواصل بثها لحملات تحسيسية متنوعة تستهدف السلامة من مختلف المخاطر الاجتماعية والبيئية والصحية مما يعزز دورها كفاعل اعلامي أساسي في خدمة الصالح العام.

5-الاقتراحات والتوصيات:

بناء على ما توصلت اليه الدراسة من نتائج يمكن تقديم جملة من التوصيات لتعزيز فعالية الحملات التحسيسية الاذاعية وتحقيق تأثير واسع على مختلف شرائح المجتمع:

- تبسيط الرسائل الاذاعية بما يتناسب مع مختلف الفئات العمرية والمستويات التعليمية مع التركيز على الفئات الأقل تفاعلا مثل كبار السن وذوي المستوى التعليمي المحدود.
- الاهتمام بالوسط الريفي من خلال تخصيص برامج موجهة تشجع على السلوك الوقائي خصوصا في المناطق التي تفتقر الى التغطية الإعلامية الكافية.

- الاستمرار في استغلال قوة الإذاعة كوسيلة جماهيرية فعالة مع العمل على دمج الوسائط الحديثة "كالمنصات الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي" لدعم الحملات الإذاعية وتوسيع نطاق تأثيرها .
- اجراء تقييمات دورية لفعالية الحملات التحسيسية بناءا على استبيانات قبل وبعد بث الحملة لقياس تطور مستوى الوعي الى جانب اجراء مقابلات مع المستمعين لمعرفة مدى فهمهم للرسائل وتأثيرها على تصرفاتهم اليومية.

خلاصة الفصل:

من خلال النتائج التي تم التوصل اليها عند تحليل معطيات الدراسة تبين ان الحملات التحسيسية التي تبثها إذاعة عين تموشنت تلعب دورا فعالا في رفع مستوى الوعي بمخاطر الاختناق بالغاز خاصة لدى فئة الشباب والاناث كما أظهرت النتائج ان عددا من المستمعين تبنا سلوكيات وقائية بعد متابعة الحملات الاذاعية وهذا ما يؤكد على فعالية دور الإذاعة في تغيير سلوك الفرد وتوجيهه نحو تبني سلوكيات وقائية.

الخاتمة

الخاتمة:

لَمْ يَعُدِ الإِعْلَامُ فِي عَصْرِنَا الْحَالِيٍّ مُجَرَّدَ وَسِيلَةٍ لِنَقْلِ الْأَخْبَارِ وَالْمَعْلُومَاتِ، بَلْ أَصْبَحَ قُوَّةً فَاعِلَةً فِي تَشْكِيلِ الْوَعْيِ وَتَوْجِيهِ السُّلُوكِ الْإِنْسَانِيِّ. وَقَدْ بَيَّنَّتْ هَذِهِ الدِّرَاسَةُ أَنَّ الإِذَاعَةَ الْمَحَلِّيَّةَ، وَعَلَى الرُّغْمِ مِنْ بَسَاطَتِهَا مُقَارَنَةً بِالْوَسَائِلِ الرَّقْمِيَّةِ الْحَدِيثَةِ، مَا تَزَالُ تَحْتَفِظُ بِقُدْرَةِ مَلْمُوسَةٍ عَلَى التَّأثيرِ، خُصُوصًا عِنْدَمَا تُوظَّفُ فِي حَمَلَاتِ تَحْسِيسِيَّةٍ مَدْرُوسَةٍ تَمَسُّ قَضَايَا حَيَوِيَّةً تَمَسُّ سَلَامَةَ الْأَفْرَادِ، وَعَلَى رَأْسِهَا مَخَاطِرُ الإِخْتِنَاقِ بِالْغَازِ.

وَمِنْ خِلَالِ الرِّبْطِ بَيْنَ الْمُعْطِيَّاتِ النَّظَرِيَّةِ وَالْبَيِّنَاتِ التَّطْبِيقِيَّةِ، تَوَصَّلَتِ الدِّرَاسَةُ إِلَى أَنَّ فَعَالِيَّةَ الْحَمَلَاتِ الإِذَاعِيَّةِ تَعْتَمِدُ بِدَرَجَةٍ كَبِيرَةٍ عَلَى مَدَى انْسِجَامِهَا مَعَ الْخَصَائِصِ النَّفْسِيَّةِ وَالاجْتِمَاعِيَّةِ لِلْجُمْهُورِ الْمُسْتَهْدَفِ، وَعَلَى الْأَسَالِبِ الإِفْنَاعِيَّةِ الْمُعْتَمَدَةِ فِي تَصْمِيمِ الرِّسَالِ الإِعْلَامِيَّةِ. وَفِي هَذَا الإِطَارِ، تَبَرَّرُ إِذَاعَةُ عَيْنِ تَمُوشَنْتِ الْمَحَلِّيَّةِ كَنَمُودَجٍ فَعَالٍ، حَيْثُ أَظْهَرَتْ قُدْرَتَهَا عَلَى إِحْدَاثِ تَأثيرٍ إِجْبَابِيٍّ فِي سُلُوكِ الْأَفْرَادِ، وَتَحْفِيزِهِمْ عَلَى تَبَيُّ مُمَارَسَاتِ وَسُلُوكِيَّاتٍ أَكْثَرُ أَمَانًا، رَغْمَ التَّحَدِّيَّاتِ الَّتِي تُوَاجِهُهَا، مِمَّا يُعَزِّزُ مَكَانَتَهَا كَفَاعِلِ إِتْصَالِيٍّ مَحُورِيٍّ ضَمَّنَ نَسِيجِ الْمُجْتَمَعِ الْمَحَلِّيِّ.

وَأِنْطِلَاقًا مِمَّا سَبَقَ، تُؤَكِّدُ هَذِهِ الدِّرَاسَةُ - الَّتِي تَنَاوَلَتْ "دَوْرَ الإِذَاعَةِ فِي تَغْيِيرِ سُلُوكِ الْفَرْدِ: دِرَاسَةٌ حَوْلَ الْحَمَلَاتِ التَّحْسِيسِيَّةِ لِمَخَاطِرِ الإِخْتِنَاقِ بِالْغَازِ - إِذَاعَةُ عَيْنِ تَمُوشَنْتِ نَمُودَجًا - "عَلَى ضَرُورَةِ دَعْمِ وَتَطْوِيرِ الْأَدَاءِ الإِتْصَالِيِّ لِلإِذَاعَاتِ الْمَحَلِّيَّةِ، بِمَا يُعَزِّزُ قُدْرَتَهَا عَلَى الْمُسَاهَمَةِ فِي نَشْرِ الْوَعْيِ وَتَرْسِيخِ نِقَافَةِ الْوَقَايَةِ. كَمَا تُوصِي بِضَرُورَةِ تَوْسِيعِ دَائِرَةِ الْبَحْثِ الْأكَادِيمِيِّ فِي هَذَا الْمَجَالِ، مِنْ خِلَالِ دِرَاسَةِ تَأثيرِ الْوَسَائِلِ الإِعْلَامِيَّةِ الْمُخْتَلِفَةِ عَلَى السُّلُوكِيَّاتِ الْإِنْسَانِيَّةِ، خُصُوصًا فِي الْمَجَالَاتِ الْمُرتَبِطَةِ بِالسَّلَامَةِ الْعَامَّةِ وَالصِّحَّةِ الْبِئِيَّةِ.



قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

الكتب:

- 1/ الحاج كمال، نظريات الاعلام والاتصال، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2020.
- 2/ د. الحفار محمد جمال، معجم المصطلحات الإعلامية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.
- 3/ العبد عاطف عدلي والعبد نهى عاطف، نظريات الاعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي، د، ط القاهرة، 2011.
- 4/ د، الضبع رفعت عارف، الإذاعة التربوية، مؤسس الاعلام التربوي وخبير الاتيكييت والبروتوكول الدولي، جامعة طنطا، مصر، (د، ط)، (بدون تاريخ).
- 5/ د، الفي جرجس ميلاد، الإذاعة والتلفزيون كظاهرة عالمية، دار غيداء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2020.
- 6/ د، ديليو فضيل، تاريخ وسائل الاعلام والاتصال، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، ط4، الجزائر، 2013.
- 7/ عبد الله طبت ياسر، العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية، مطبعة أبو عمار، كلية الاعلام، جامعة افريقيا العالمية، 2019.
- 8/ د. عبود ريم، مدخل إلى الإذاعة والتلفزيون، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020.
- 9/ عماد الدين تاج السر فقير عمر، اعداد وإنتاج المواد الإعلامية للعلاقات العامة، دار البداية للنشر، د، ط عمان، 2013.
- 10/ مكاوي حسن عماد وحسين ليلى السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، ط6، القاهرة، 2006.
- 11/ منير حجاب محمد، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2004.

المجلات:

- 1/ د، بوروح عماد ولخضر الحاج، نمط البيئة الحضرية وعلاقتها بتشكيل سلوك الفرد، مجلة الابراهيمي للعلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد9، برج بوعريبيج، الجزائر، 2021.
- 2/ د، رجال سامية، و اقع السير البيداغوجي للحملات التحسيسية في الوسط المدرسي: مشاكل وحلول-الحملات التحسيسية لمكافحة المخدرات، مجلة العلوم النفسية والتربوية، العدد1، جامعة الشلف، الجزائر، 2018.

3/ زعيون حفصة وعياشي صباح، الحملات التحسيسية كالية للوقاية من العنف ضد الطفل، مجلة الاسرة والمجتمع، العدد الثاني، المجلد 08، جامعة الجزائر، 2020.

4/ د، عثمانى عبد المالك، مفهوم واهمية المنهج في البحث العلمي، مجلة الحكمة للدراسات الفلسفية، العدد 1، ولاية النعامة، 2013.

5/ د، مسعودي محمد، العينات في البحث الوصفي، مجلة الباحث للعلوم الرياضية والاجتماعية، العدد 08، جامعة الجلفة.

المذكرات:

1/ بن عياش عفاف وعجود نسيم، دور التكنولوجيا في الانتاج الاذاعي باذاعة المدية الجهوية مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة يحيى فارس، المدية، 2018-2019.

2/ بن قيراط وفاء وقرني سليمة، واقع العلاقات العامة في الاذاعات المحلية-دراسة ميدانية: إذاعة قلمة المحلية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة 08 ماي 1945، قلمة، 2016-2017.

3/ بن ملاح نوال، دور الاعلام في التثقيف الصحي: إذاعة غليزان الجهوية نموذجا، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص صحافة علمية، جامعة عبد الحميد بن باديس-مستغانم، 2015-2016.

4/ تباري عيبر، الحملات الاعلامية الاذاعية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر-دراسة ميدانية على عينة من جمهور السائقين بولاية سطيف، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012-2013.

5/ شارف افغول سعيد، دور الاذاعة في توعية المجتمع دراسة سوسولوجية بمدينة وهران، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علم اجتماع الاتصال، جامعة وهران 02 محمد بن احمد، 2020/2021.

6/ وانيس ليندة، مسموعية الاذاعة ودورها في نشر الوعي المروري دراسة ميدانية على عينة من السائقين بمدينة ورقلة، مذكرة لنيل شهادة ماستر في علم اجتماع اتصال، جامعة قاصدي مرباح-ورقلة، 2014-2015.

المواقع الالكترونية:

1/ مديرية التجارة لولاية الطارف. ما هو اول غاز أكسيد الكربون؟ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية (بدون تاريخ).. رابط الموقع الالكتروني: <https://dczeltarf.dz>، تم الاطلاع عليه بتاريخ: 2025/02/18.

2/ انوار العزام. مجتمع الدراسة في البحث العلمي. موضوع كوم. نشر بتاريخ: 2023/08/1، 12:36، تم الاطلاع عليه بتاريخ: 2025/02/18، رابط الموقع الالكتروني:

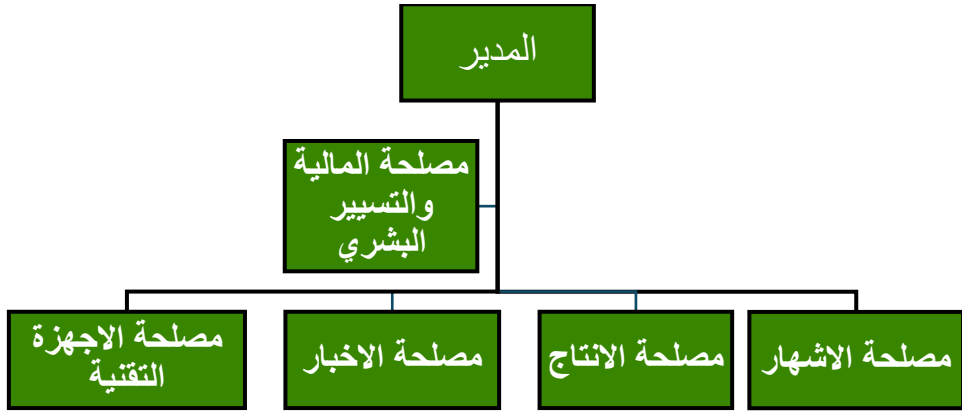
<https://mawdoo3.com> > مجتمع الد...

3/الموقع الرسمي لوزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية
https://interieur.gov.dz › article de... ، تم الاطلاع عليه بتاريخ 2025/02/25.
4/ <https://fastercapital.com/arabpreneur> -تغيير السلوك-والدفع-استراتيجيات-التغيير-السلوكي--من-النظرية-
إلى-التطبيق.html ، تم الاطلاع عليه بتاريخ:28/ 02/ 2025.

المقابلات:

1/مقابلة مع صحفية ومنتشرة باذاعة عين تموشنت يوم 2025/03/04 على الساعة 11:30.





الهيكل التنظيمي لإذاعة عين تموشنت

استمارة استبيان

قياس دور إذاعة عين تموشنت في تغيير سلوك الافراد من خلال الحملات التحسيسية لمخاطر الاختناق بالغاز عزيزي المشارك، هذا الاستبيان يهدف الى دراسة مدى تأثير الحملات التحسيسية لإذاعة عين تموشنت حول مخاطر الاختناق بالغاز على سلوك الافراد، الإجابات ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط ونضمن لك السرية التامة.

أولاً: المعلومات العامة

1-الجنس

ذكر

انثى

2- الفئة العمرية

اقل من 18 سنة

18-30 سنة

31-45 سنة

اكثر من 45 سنة

3-المستوى التعليمي

غير متعلم

ابتدائي

متوسط

ثانوي

جامعي فأعلى

4-مكان الإقامة

ريف

مدينة

5-هل تستمع الى إذاعة عين تموشنت؟

نعم

لا (ان كانت الإجابة ب "لا" يرجى التوقف هنا)

ثانيا: عادات الاستماع الى الإذاعة

1-كم مرة تستمع الى إذاعة عين تموشنت أسبوعيا؟

يوميا

3-5مرات أسبوعيا

اقل من 3 مرات اسبوعيا

2-ما اكثر الأوقات التي تستمع فيها الى الإذاعة؟

الصباح

الظهيرة

المساء

3- ما نوع البرامج التي تفضل متابعتها؟

إخبارية

ترفيهية

توعوية تحسيسية

رياضية

ثالثا: تأثير الحملات التحسيسية حول مخاطر الاختناق بالغاز

1-هل سبق وسمعت بحملات توعوية حول مخاطر الاختناق بالغاز عبر إذاعة عين تموشنت؟

نعم

لا

2-كيف تقييم جودة المعلومات المقدمة في إذاعة عين تموشنت؟

مفيدة جدا

مفيدوا الى حد ما

غير مفيدة

3-هل غيرت هذه الحملات سلوكك في الوقاية من الاختناق بالغاز؟

نعم، كثيرا

نعم، بشكل طفيف

لا، لم يتغير سلوكي

4-ما اهم اجراء وقائي تعلمته من هذه الحملات؟

- استخدام كاشف الغاز
- تهوية المنزل باستمرار
- فحص أجهزة التدفئة بانتظام
- جميع ما سبق

5-كيف ترى دور إذاعة عين تموشنت في توعية الفرد بمخاطر الاختناق بالغاز عبر الحملات التحسيسية التي تبثها؟