الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس

كلية العلوم الاجتماعية

قسم علوم الاعلام و الاتصال

تخصص:وسائل الإعلام و المجتمع

مذكرة تخرج لنيل شهادة الما ستر بعنوان:

دور الإذاعة المحلية في نشر الثقافة الاستهلاكية لدى الجمهور

إذاعة مستغانم ـ نموذجا ـ

من إعداد الطالبة:

- زهرة مباركي.
- جابو عبد الله كريمة.

بإشراف الأستاذ:

د.محمد مرواني.

أعضاء لجنة المناقشة:

- العربي بوعمامة
- بعلي سعيد.

السنة الجامعية:2015/2014

الفصل الأول

الإذاعة المحلية و دورها في المجتمع المحلي

الفصل التمهيدي

الإطار المنهجي و المفاهيمي

الفصل الثانـي

وسائل الإعلام و السلوك الاتصالـي

تمهيد :

لكل وسيلة إعلامية أسلوبها الخاص في عملية الإنتاج وفقا لطبيعتها و خواص جمهورها و تمثل الإذاعة إحدى هذه الوسائل التي تتسم بمجموعة من المميزات أعطت لها مكانة مهمة لدى الجمهور المستمع و ذلك باعتبارها وسيلة اتصال ساخنة و انفعالية لتبادل الأخبار و الأفكار و الآراء عن طريق المشاركة من خلال البرامج التي تبثها و من بينها برامج التوعية الاستهلاكية ،فهي بذلك تسعى إلى نشر ما يسمى الثقافة الاستهلاكية لدى الجمهور .

المبحث الأول:تقسيمات السلوك الاستهلاكي لدى الجمهور.

تعريف سلوك المستهلك:

ـ قبل التطرق إلى تعريف سلوك المستهلك وجب علينا أولا تحديد ماذا نعني بالمستهلك الذي و يعرف:

المستهلك هو الهدف الذي يسعى إليه منتج السلعة أو مقدم الخدمة،و الذي تستقر عنده السلعة أو

يتلقى الخدمة،أي هو محط أنظار جميع من يعمل في مجال التسويق[1].

كما عرف بأنه :"كل شخص طبيعي أو معنوي يحوز أو يملك أو يستخدم سلعة أو خدمة

معروضة في السوق ،عرضا مهنيا لا يكون الذي صنعها أو حولها أو وزعها أو عرض

الخدمة ضمن إطار تجاري أو مهني أما الشخص الذي يقوم باستخدام سلعة يؤدي خدمة ذات

طابع مهني فانه لا يمكن أن يعتبر مستهلكا[2].

وهناك 03 شروط رئيسية يلزم توافرها حتى يكتسب الشخص صفة المستهلك وهي:

- أن يكون من الأشخاص الذين يحصلون آو يستعملون السلع و الخدمات
- أن يكون محل الاستهلاك هو السلع و الخدمات
- أن يكون الغرض من الحصول على السلعة أو الخدمة لأغراض شخصية آو عائلية وليس لأغراض تجارية[3].

أما تعريف سلوك المستهلك :هناك عدة تعاريف لسلوك المستهلك ،نذكر من بينها :

ـ هو دراسة سلوك المستهلك عندما يقوم بتبادل شيء ذو قيمة أو خدمة التي تشجع حاجاتهم[4].

[1]ـ أيمن علي عمر،قراءات في سلوك المستهلك،الدار الجامعية،الإسكندرية،ب ط ، 2006،ص15.
[2]ـ خالد ممدوح إبراهيم،حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية،دار الجامعية،الإسكندرية،دط،2007،ص20
[3]ـ حمد الله محمد الله،حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك ،دار الفكر العربي ،الرياض،دط ،1997،ص7-8
[4]ـ عنابي بن عيسى ،سلوك المستهلك:عوامل التأثير البيئية،ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر،2003،ص46

ونجد في هذا التعريف أن دراسة سلوك المستهلك مرتبطة بكيفية قيام هذا الأخير باتخاذ قرار الشراء من خلال توجيه الموارد المتاحة له من وقت و مال و جهد ،لذا يسعى رجل التسويق لتسهيل عملية الشراء من خلال تقديم سلع و خدمات مرضية للمستهلك.

هناك تعريف أخر يصف سلوك المستهلك بأنه:

ـ السلوك الذي يقوم به المستهلك عندما يبحث و يشتري و يستعمل و يشتري و يتخلص من السلع و الخدمات بعد استعمالها الذي يتوقع أن تشبع حاجاته.

ومن خلال خصائص هذا التعريف انه اهتم بالأنشطة يبذلها الفرد للحصول على سلع و خدمات تشبع حاجاته[5].

ـ يبين أن جوهر دراسة المستهلك هو الإجابة عن التساؤلات التالية:

ـ ماذا يشتري المستهلك؟

ـ لماذا يشتري المستهلك؟

ـ كيف يشتري ؟

ـ متى يشتري؟

ـ من أين يشتري؟

ـ ما مدى تكرار الشراء؟

و يمكن تعريفه أيضا كما يلي :

مجموعة التصرفات التي تصدر عن التصرفات و المرتبطة بشراء و استعمال السلع الاقتصادية و الخدمات ،وبما في ذلك عملية اتخاذ القرارات التي تسبق و تحدد هذه التصرفات.

[5]ـ عنابي بن عيسى ،مرجع سبق ذكره،ص17

و يمكن شرح هذا التعريف في النقاط التالية:

ـ مجموعة التصرفات التي تصدر عن الأفراد: ما يعني أن تحليل سلوك المستهلك عبارة عن مجموعة الأفعال الصادرة عن المستهلك و المحيطة بهم كجمع المعلومات حول السلعة و المفاضلة بينهما ،التسوق ،الاستفسار عن السلعة من رجال البيع...و لا تقتصر هذه الأفعال على عملية الشراء فقط.

ـ شراء السلع الاقتصادية و الخدمات :و المقصود بها ان المستهلك يختار السلعة أو الخدمة المشبعة لحاجاته و رغباته عند استعمالها ،و يتم فهم سلوك المستهلك لمعرفة ما يحدث قبل و أثناء عملية الشراء [6].

و يمكن تقسيم سلوك المستهلك إلى :

أ.السلوك الشرائي :

و يتمثل هذا السلوك في عملية شراء المنتج بكمية معينة و من مكان معين و بسعر معين ،و المراحل التي تمر بها عملية الشراء من معرفة المنتج و مقارنته بالبدائل ،ثم تفضيله و شرائه .

ب. السلوك الاستهلاكي:

و يتمثل في السلوك المتعلق باستعمال السلعة من حيث طريقة و كيفية الاستعمال و مجالات استعمال المعينة و الكمية التي يستهلكها الفرد في المرة الواحدة و عدد مرات استعمال السلعة و غيرها.

[6]ـ عنابي بن عيسى،مرجع سبق ذكره،ص10-11

ج .السلوك الاتصالي :

و يتمثل هذا السلوك في مصادر المعلومات التي يعتمد عليها جمع البيانات عن المنتجات حتى يمكنه من اتخاذ قرار الشراء و درجة ثقته في المصادر[7].

كما يمكن تصنيف المستهلكين إلى ما يلي :

1)- المستهلك العقلاني الرشيد :هادئ و عاقل في اتخاذ القرارات الشرائية و تمييز السلع و الخدمات و الأسعار و يتم التعامل مع هذا النمط السلوكي من خلال مخاطبته بعقلانية و عدم خدعه و محاولة إظهار مميزات غير موجودة في السلع أو الخدمات التي تعرض له .

2)- المستهلك المندفع:يأخذ قراراته الشرائية بسرعة و يشتري من أول متجر يقابله و يندم دائما على معظم قراراته الشرائية و يتم التعامل معه من خلال عرض أفضل سلعة له و التي تشبع رغبته السريعة في الحصول على السلعة و عدم إحراجه و تقبل تغيير بعض السلع له عند محاولة تغييرها .

3)- المستهلك المتردد:لايشتري بسرعة و كثير التردد و قد يشتري السلعة ثم يعود لإبدالها ثم يعود مرة أخرى لتغييرها أو استرداد ثمنها مما يتطلب الصبر على تردده و كثرة طلباته و ترجيعه للمستويات و إقناعه بمميزات السلعة .

4)- المستهلك المتريث:و يتريث في معظم قراراته الشرائية ويبحث عن بدائل كثيرة للوصول إلى أفضلها جودة و سعرا .

5)- المستهلك المتسوق:يعرف أسعار كل السلع في المحلات الأخرى لأنه كثير التسوق و يحاول إن يظهر ذلك للبائع و المشترين الآخرين .

[7]- عنابي بن عيسى ،مرجع سبق ذكره ،ص 46

6)- المستهلك الواقعي: يعرف جيدا دخله وما معه ،و السلع التي يريدها و كثيرا ما تتم عملية البيع له.

7)- المستهلك الجاهل:و هو لا يعلم أي شيء عن إمكانيات أو مميزات السلعة و إنما قد يشتريها للتعليق أو لامتناع هواية تملك هذه السلعة للتفاخر بها.

8)- المستهلك المجادل:كثير الجدل حول مميزات السلعة و يحاول إظهار أي عيوب بها و كثيرا مالا يشتري في النهاية و كيفية التعامل معه تتم من خلال إظهار الحقائق كاملة عن السلع أو الخدمة و إقناعه بمميزاته ثم تركه يأخذ القرار بنفسه و عدم الإلحاح عليه .

9)- المستهلك الفضولي:كثير التساؤل حتى عن سلع أخرى لا يرغب في شرائها و قد يسال المشترين الآخرين في أي موضوعات أخرى جانبية أو عن سلع أخرى لن يشتريها .

10)- المستهلك المتشكك: متشكك في كل ما يعرضه و يقوله له البائع لا يشتري في النهاية.

11)- المستهلك الصامت:لا يتكلم سوى كلمة واحدة و محدودة و غير بشوش و صعب التعامل معه لإتمام عملية الشراء لذلك يجب عرض أفضل سلعة له و محاولة إجراء أي حديث يتبادل معه الحوار فيه لنجاح و إتمام البيع له[8].

[8]- أيمن علي عمر ، مرجع سبق ذكره ، ص 23

المبحث الثاني:الإذاعة و دورها في توجيه السلوك الاستهلاكي.

تأتي وظيفة وسائل الاتصال التنموية في المجال الاقتصادي خاصة و يتم ذلك أساسا من خلال الإعلانات و البرامج الإرشادية و التوعية و كذا الوظيفة التسويقية ،و عليه تعتمد جميع الدول خاصة منها المتخلفة اقتصاديا ، إلى تطوير نظمها الخاصة بالاتصال ،ووضع استراتيجيات محددة لها للتحكم في اقتصادها و تنميته فقد أصبح الاتصال عنصرا تنمويا ،بل قوة اقتصادية في حد ذاته ،عندما تحول إلى قطاع منتج تتوقف عليه قطاعات تنموية أخرى.

فالدول النامية التي تهتم بنظام الاتصال و الإعلام تعتمد على إمكانيات وسائلها في دعم فلسفتها الاقتصادية بتوعية الجمهور ،إرشادا و توضيحا و توضيحا و تفسيرا و توجيهها ،أما إذا أرادت الانتقال من نظام اقتصادي إلى أخر (من اشتراكي إلى رأسمالي مثلا) فلا يتسنى لها ذلك بطريقة سليمة إلا بالاستعمال المناسب لوسائل الاتصال ،وأما إذا أرادت الاندماج في السوق الدولية ،فلا بد لها من الحصول على كم هائل يومي و مستقر من المعلومات الحيوية لاقتصادها ثم معالجته[1].

[1] ـ فضيل دليو،مرجع سبق ذكره،ص70-71

المبحث الثالث:الإعلام الجواري و برامج التوعية الاستهلاكية .

تتوجه معظم برامج الراديو للجمهور العام و مع التطور الزمني اتجه الراديو نحو الاستخدام المتزايد للبرامج التي تستهدف قطاعات متخصصة من الجماهير و قد ساعد على ذلك التوسع في إنشاء الإذاعات المحلية التي تخاطب نوعيات خاصة من الجماهير و تهتم بالمناطق الجغرافية ذات الخصائص المتميزة و المشتركة .

و من أهم البرامج نجد البرامج التعليمية و التثقيفية التي تتناسب و الدول النامية بشكل اكبر نظرا للافتقار إلى وسائل الاتصال و المواصلات و قلة إعداد و إمكانيات المدارس و المدرسين و ارتفاع نسبة الأمية و الحاجة إلى استخدام وسائل غير تقليدية لتعليم الكبار و محو الأمية و التوعية الصحية و التثقيف العمالي و التدريب كما تهدف هذه البرامج إلى إثراء الجانب المعرفيinformation enrichment لمستقبليها من الجماعات المستهدفة و هي بدورها تنقسم إلى قسمين أو نوعين أساسيين ،النوع الأول يهدف إلى الإثراء الثقافي و زيادة المهارات المكتسبة و التوعية (برامج أدبية ،علمية ،قصص تاريخية و اجتماعية ،التوعية الصحية ،برامج المرأة ،الأطفال...)أما النوع الثاني فهي البرامج التعليمية instructionl programsوهي مرتبطة بمنهج دراسي محدد و تستهدف إثراء العملية التعليمية الرسمية مثل التعليم في المدارس و الجامعات .

وإذا أردنا استخدام الراديو لأغراض التنمية الاجتماعية أو التعليم فلا بد أن نضع المحتوى في قالب ترفيهي و هذه الإستراتيجية تشبه (وضع الطعم للسمكة)على أساس أو وضع البرامج الجادة أو التنموية في قالب ترفيهي يفترض الوصول إلى أعداد كبيرة من المستمعين و مع ذلك ـ و رغم هذه الإستراتيجية ـ فلو أردنا استخدام الراديو لتزويد قطاعات صغيرة من الجماهير بالمعلومات التي تهمهم خاصة الجماهير التي تريد أن

تتعلم و تدرس موضوع محدد يقع في دائرة تخصصها و مستعدة لترك أية برامج أخرى من اجل الحصول على تلك المعلومات وفي هذه الحالة تكون البرامج الترفيهية جافة أو غير مثيرة [1].

وتتنوع البرامج التثقيفية بدورها هي الأخرى فنجد هناك برامج خاصة بالمستهلك وهي برامج تقوم بالتوعية الاستهلاكية

حيث يصرح احد المبحوثين المقابلة رقم 1 أن دور الإذاعة :

"فمن خلال برنامج ثقافة المستهلك و هي حصة اجتماعية ،إخبارية و تثقيفية تقوم بتقديم مختلف النصائح والإرشادات للجمهور و كيفية استهلاك المواد الغذائية و غير الغذائية وحتى الخدمات مثلا الركوب في الحافلة هي خدمة استهلاكية أي كل ما يتعلق بالمستهلك مثلا اللحم نقوم بتقديم معلومات و إرشادات حول هذا المنتوج الغذائي كيفية شرائه و حفظه و هذا عن طريق استضافة ضيوف في البرنامج كمصالح البيطرية والتنسيق و مع مديرية التجارة "[2].

[1]- د.حسن عماد مكاوي،إنتاج البرامج للراديو- النظرية و التطبيق -مكتبة الانجلو مصرية،القاهرة ،دط،1989،ص325-326
[2]- مقابلة مع رئيسة التحرير "س ح" بإذاعة مستغانم الجهوية.

الخاتمة:

تلعب الإذاعة المحلية دورا هاما في بث برامج التوعية الاستهلاكية ،فهي بذلك توفر الجهد على المستهلك في البحث عن المعلومات الخاصة للسلع و الخدمات .

ففعالية الرسالة الإذاعية المنبثة في التأثير على المستهلك ترجع إلى عوامل فعالة في الإذاعة المحلية ذاتها من حيث مصداقيتها .

ويمكن القول إن الرسالة الإعلامية المنبثة عبر الإذاعة المحلية وصلت إلى مستوى خلق ثقافة استهلاكية في التأثير و إحداث تغيير في سلوكيات الأفراد.

الفهرس:

الآية.

- الشكر و التقدير

- الإهداء

- مقدمة عامة.....أ

الفصل التمهيدي :الإطار المنهجي و المفاهيمي

1. تحديد الإشكالية.....11

2. التساؤلات..... 11

3. الفرضيات.....12

4. دوافع اختيار الموضوع.....13

5. أهمية الدراسة.....14

6. الدراسات السابقة.....15

7. منهج الدراسة.....16

8. أداة البحث.....17

9. عينة الدراسة.....17

9 . تحديد المصطلحات.....18

10. مجالات الدراسة.....21

11. صعوبات البحث.....22

الجانب النظري

ـ مقدمة

الفصل الأول:الإذاعة المحلية و دورها في المجتمع المحلي

تمهيد.....25

المبحث الأول:مفهوم الإذاعة و تطورها عبر التاريخ.....26

المبحث الثاني:الوظيفة الإعلامية للإذاعة و أهميتها بالنسبة للجمهور.....36

المبحث الثالث:الإذاعة المحلية و الوظيفة التثقيفية.....38

خاتمة.....40

الفصل الثاني:وسائل الإعلام و السلوك الاتصالي

تمهيد:.....42

المبحث الأول:تعريف المستهلك و تقسيماته.....43

المبحث الثاني:الإذاعة و دورها في توجيه السلوك الاستهلاكي.....48

المبحث الثالث:الإعلام الجواري و برامج التوعية الاستهلاكية.....49

خاتمة.....51

الإطار التطبيقي

إذاعة مستغانم الجهوية

تمهيد:.....53

البطاقة الفنية لإذاعة مستغانم الجهوية.....54

1.الموقع.....**54**

2.النشأة.....**54**

3.التأسيس.....**54**

الدراسة الميدانية

المحور الأول : الإذاعة و دورها في المجتمع.....**56**

المحور الثاني:الإذاعة المحلية و دورها في نشر الثقافة الاستهلاكية لدى الجمهور.....**59**

المحور الثالث:الإذاعة المحلية و الرسالة الإعلامية.....**62**

خلاصة عامة: 64

خاتمة عامة:.....ج

الملاحق

قائمة المراجع

الملاحق

إهداء:

بسم الله الرحمن الرحيم:

قال تعالى : "وقضى ربك ألا تعبدوا إلا إياه وبالوالدين إحسانا "

صدق الله العظيم

اهدي ثمرة جهدي هذا إلى التي كانت سببا في وجودي

إلى التي جعل الله الجنة تحت أقدامها

أمـــــــــــــي الغالية

إلى من علمني أن الحياة مثابرة وتحدي

وكان صاحب الفضل الكبير فيما وصلت إليه الآن

أبـــــــــــــي العزيز أطال الله في عمره

إلى من وهبهم الله لي الإخوة جمال عبد القادر بشكل خاص منور رضوان حفظهم الله والأخوات العزيزات أمين فتيحة رشيدة كما لا أنسى العزيزة على قلبي طاطا رشيدة والى الكتاكيت عبد الحق خالد ريحانة حنان رعاهم الله والى كل الأهل والأقارب وكل الأحبة

والى كل الصديقات والحبيبات على قلبي كل باسمها

إلى كل طلبة علوم الإعلام و الاتصال وخاصة طلبة قسم وسائل الإعلام والمجتمع

والى كل من يعرفني من بعيد أو قريب

كريمة

شكـــــــر و تقـــــــدير

لا بد ونحن نخطو خطواتنا الأخيرة في الحياة الجامعية من وقفة تعود إلى أعوام قضيناها رحاب الجامعة مع أساتذتنا الكرام الذين قدموا لنا الكثير باذلين بذلك جهودا كبيرة في بناء جيل الغد لتبعث الأمة من جديد ،و قبل أن نمضي أتقدم باسمي آيات الشكر و الامتنان و التقدير و المحبة إلى الذين مهدوا لنا طريق العلم و المعرفة ، إلى كل من أشعل شمعة في دروب عملنا و إلى من وقف على المنابر و أعطى من حصيلة فكره لينبر دربنا ،إلى جميع أساتذتنا الأفاضل في كلية العلوم الاجتماعية.

كما نتوجه بجزيل الشكر و الامتنان إلى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد على انجاز هذا العمل و في تذليل ما وجهناه من صعوبات ،و نخص بالذكر الأستاذ المشرف **محمد مرواني** الذي لم يبخل علينا بتوجيهاته و نصائحه القيمة التي كانت عونا لنا في إتمام هذا البحث، فجزاه الله عنا كل التقدير و الاحترام .

كما نتقدم بالشكر الخاص إلى طاقم الإذاعة بمستغانم من عون الأمن حتى المدير ،الذين بصراحة كانوا عونا لنا في تجاوز عقبات واجهتنا في بعض مراحل إعداد بحثنا و إلى إخوتي و أصدقائي و نشكر في الأخير كل من قدم لنا يد المساعدة سواء من قريب أو بعيد.

و الحمد لله الذي تتم بنعمه الصالحات

إهداء

إلى من كلله الله بالهيبة و الوقار ،إلى من علمني العطاء بدون انتظار ،إلى من احمل اسمه بكل افتخار ،أرجو من الله أن يمد في عمرك لترى ثمارا قد حان قطافها بعد طول انتظار ،و ستبقى كلماتك نجوما اهتدي بها اليوم و في الغد و إلى الأبد

والدي العزيز أطال الله في عمره.

إلى ملاكي في الحياة ،إلى معنى الحب و إلى معنى الحنان و التفاني ،إلى بسمة الحياة و سر الوجود ،إلى من كان دعاؤها سر نجاحي و حنانها بلسم جراحي ،إلى من ربتني و أنارت دربي و أعانتني بالصلوات و الدعوات ،إلى القلب الناصح بالبياض إلى اغلي إنسان في هذاالوجود.

أمي الحبيبة الغالية أطال الله عمرها .

إلى جميع الإخوة و الأخوات جميعا صهبة ،خيرة ،ابوبكر ،حسيبة و أولاد إخوتي أمينة،زينو،سندس،زكرياء ،روان.

إلى الإخوة و الأخوات التي لم تلدهن أمي ،إلى من معهم سعدت و برفقتهم في دروب الحياة الحلوة و الحزينة سرت ،إلى من كنوا معي على طريق النجاح و الخير والى جميع من عرفته

إلى هؤلاء جميعا اهدي ثمرة جهدي.

زهرة

قائمة المراجع

قائمة المراجع

1.احمد بن مرسلي،مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال،ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر،ط2 ،2005.

2.إبراهيم التوهامي و آخرون،الدراسات السابقة في البحث العلمي،منشورات جامعة منتوري ، قسنطينة،1999 .

3.إبراهيم وهبي،الخبر الإذاعي،دار الفكر العربي،القاهرة،1985.

4.ألبير بيار أندري جاك تودستك،تاريخ الإذاعة و التلفزة ،ترجمة محمد قدوش،ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر،1984 .

5.أيمن علي عمر،قراءات في سلوك المستهلك،الدار الجامعية ،الإسكندرية،ب ط،2006.

6.حسن عماد مكاوي،إنتاج البرامج للراديو- النظرية و التطبيق - مكتبة الانجلومصرية،القاهرة،دط ،1989.

7.حمد الله محمد الله،حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك،دار الفكر العربي،الرياض،ب ط،1997.

8.حمدي حسن،مقدمة في دراسة وسائل و أساليب الاتصال،دار الفكر العربي،القاهرة،1987

9.خالد حامد،منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية و الإنسانية،جسور للنشر و التوزيع،الجزائر ط1،2008.

10.خالد ممدوح إبراهيم،حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية،الدار الجامعية،الإسكندرية ،ب ط،2007.

11.ربحي مصطفى عليان،عثمان محمد غنيم،أساليب البحث العلمي:الأسس النظرية و التطبيق العلمي،دار صفاء للنشر و التوزيع،ط2،2008

12.زهير احددن،مدخل إلى علوم الإعلام و الاتصال،ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر،ب ط،1991.

13.سهير جاد،سامية احمد،البرامج الثقافية في الراديو و التلفزيون،دار الفجر للنشر و التوزيع،القاهرة،د ط،1999.

14.صلاح مصطفى الفوال،مناهج البحث العلمي في العلوم الاجتماعية،مكتبة غريب،القاهرة،دط،1983.

15.طارق سيد احمد،الإعلام المحلي و قضايا المجتمع،دار الفكر الجامعية، الازاريطة،دط،2004.

17.عبد الله مسلمي،الراديو و التلفزيون في تنمية المجمتع المحلي،دار الفكر العربي للنشر و التوزيع،القاهرة ،دط،1996.

18.عبد المجيد شكري الإذاعة المدرسية في ضوء تكنولوجيا التعليم،نظرة مستقبلية للقرن21،دار الفكر العربي،القاهرة،2000 .

19.عبد المجيد شكري ،الإذاعة المحلية لغة العصر،المركز الجامعي للطباعة الالكترونية،دار الفكر العربي،القاهرة،1987.

20.عبد المجيد شكري،فنون الراديو في ضوء متغيرات العصر،العربي للنشر و التوزيع،القاهرة،ط1،1995.

21.عبد العزيز شرف،مدخل إلى وسائل الإعلام و الاتصال،دار الكتاب المصري،ط2،1989.

22.علي عجوة،الإعلام و قضايا التنمية،عالم الكتب للنشر و التوزيع،مصر،ط1،2005.

23.عمار بوحوش،مناهج البحث العلمي و طرق إعداد البحوث ـ الجزائرـ ديوان المطبوعات الجامعية ،ط1،1995.

24.عنابي بن عيسى،سلوك المستهلك:عوامل التاثير النفسية،ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر،2003.

25.غريب سيد احمد،علم اجتماع الاتصال و الاتصال،دط،1996.

26.فضيل دليو،مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية ،ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر،دط،1998.

27.ماجي الحلواني،مدخل إلى الإذاعات الموجهة،دار الفكر العربي،القاهرة،ط1،1982.

28.ماجي الحلواني،عاطف العبد،الأنظمة الإذاعية في الدول العربية،القاهرة،دط،2003.

29.محمد جودت ناصر،الدعاية و الإعلان و العلاقات العامة ،دار مجدلاوي للنشر و التوزيع،عمان ،ط1،2008.

30.محمد سعيد عبد الحميد،التليفون المحمول و ثقافة الاستهلاك في المجتمع المصري،دار و مكتبة الإسراء للطبع و التوزيع،ط1،2006.

31.موريس أنجرس،منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ترجمة بوزيد صحراوي و آخرون،دار القصبة،الجزائر،ط2،2006.

32.نبيل صادق،طريق تنظيم المجتمع في الخدمة الاجتماعية،دار الثقافة،القاهرة،دط،1983.

33.نوال محمد عمر،الإذاعات الإقليمية،دراسة نظرية المقارنة،دار الفكر العربي،القاهرة،دط،1993.

ب) المعاجم و القواميس و الموسوعات والدوريات :

34.أماني قنديل،التكامل بين أجهزة الثقافة و التعليم و الإعلام،وقفة بين الأمل و الواقع المستقبل العربي،مركز الدراسات للوحدة العربية،بيروت،1982.

35.إحسان محمد الحسن،موسوعةعلم الاجتماع،الدار العربية للموسوعات بيروت،ط1،1999.

36.خضيرشعبان،مصطلحات في الإعلام و الاتصال،دار اللسان العربي،الجزائر،ط1،2002.

37.فؤاد أقوام البستاني،منجد الطلاب،دار الشروق ،بيروت،دت.

38.فاروق مداس،قاموس مصطلحات علم الاجتماع،دارمدني للطباعة و النشر و التوزيع،الجزائر،دط،2003.

39.القاموس المجاني للطلاب،"عربي عربي"،منشورات دار المجاني ،بيروت،ط1،1995.

40.المنجد في اللغة و الإعلام،دار المشرق،بيروت،ط39،2002.

جـ)الأطروحات و الرسائل الجامعية:

41.حورية بن عياش،صراع الأدوار لدى المرأة الجزائرية،رسالة ماجيستر،جامعة قسنطينة،1994.

د) مواقع الانترنت:

42. www.fepedia.com 15/04/2015 16h45

هـ)مصادراخرى:

43. قانون الإعلام الجزائري03افريل 1990.

مقدمة عامة

مقدمة عامة:

برزت حاجة الإنسان إلى التواصل و التفاعل مع الآخرين منذ أن وجد على سطح المعمورة من حيث هو كائن اجتماعي بطبعه ،فانه يعبر عن أفكاره و يوصل معلوماته بشتى الطرق إلى أن وصل أكثر تطورا للاتصال و التواصل سعيا لحشده المزيد من المعلومات و إشباع حاجاته و اهتماماته المعرفية ،و مع انتشار وسائل الإعلام بمختلف أنواعها على نطاق واسع و اتساع دائرة العلوم و اكتشاف التقنية و تكنولوجيات المعلومات أصبح العالم قرية واحدة و ليس هناك مجال للاعتزال و التفرد أي ضرورة المشاركة و التفاعلات الإنسانية و من بين هذه الوسائل الإعلامية الإذاعة التي استطاعت و بفضل خصائصها المختلفة أن تستحوذ على اهتمام العديد من الجماهير،الأمر الذي أهلها أن تكون أداة فعالة و مساهمة في تكوين جماهير عريضة و في ظل هذا التطور الإعلامي الهائل و تزايد عدد الأفراد استدعت الحاجة إلى ضرورة إنشاء إذاعات خاصة بكل منطقة و التي يطلق تسمية الإذاعات المحلية و ذلك بغية المحافظة على الأفكار و القيم و الاتجاهات و السلوك و في هذا الصدد تجسيد للمبدأ الذي ينص على حق المواطن في الإعلام،قررت الدولة الجزائرية إنشاء إذاعات محلية بمختلف المناطق بغية تقريب صوت السلطة من المواطن ،و تقديم مختلف الخدمات و جعله يتفاعل معها خاصة الخدمة الاجتماعية و التوعية التحسيسية و التثقيفية من خلال ما تبثه من برامج يومية تقدم فيها معلومات و نصائح و إرشادات خاصة بالثقافة الاستهلاكية و هذا خدمة للمجتمع المحلي بالدرجة الأولى.

و كنموذج عن هذه الإذاعات أخذنا بعين الاعتبار إذاعة الظهرة مستغانم باعتبارها مؤسسة إعلامية تثقيفية و من هذا المنطلق جاءت دراستنا كمحاولة للكشف عن دور الإذاعة المحلية في نشر الثقافة الاستهلاكية حيث تناولنا دراسة هذا الموضوع من خلال خطة البحث التي اشتملت على مقدمة ،ثلاث اطر،الإطار المنهجي الى النظري وصولا الى الميداني و خاتمة في الأخير.

اشتمل الجانب المنهجي على تحديد الموضوع ،طرح تساؤلات ،صياغة الفرضيات ،أسباب اختيار الموضوع و كذا الأهداف و الأهمية المرجوة من هذه الدراسة مرورا بتحديد بعض المفاهيم المتعلقة بالموضوع،منهج الدراسة ،مجالات الدراسة وصولا إلى مجتمع البحث و عينة الدراسة و الأدوات المستخدمة وصعوبات البحث.

أما الإطار النظري أو الجانب التوثيقي من الدراسة فاشتمل بدوره على فصلين حيث تم التطرق في الفصل الأول منه إلى الإذاعة المحلية و دورها في المجتمع المحلي الذي انقسم إلى ثلاث مباحث الأول تمثل في مفهوم الإذاعة و تطورها عبر التاريخ أما المبحث الثاني الوظيفة الإعلامية للإذاعة و أهميتها بالنسبة للجمهور و الثالث تجلى في الإذاعة المحلية و الوظيفة التثقيفية .

أما بالنسبة للفصل الثاني فكان بعنوان وسائل الإعلام و السلوك الاتصالي و احتوى هو الأخر على ثلاث مباحث تناول المبحث الأول تعريف المستهلك و تقسيماته أما الثاني الإذاعة و دورها في توجيه السلوك الاستهلاكي أما الثالث الإعلام الجواري و برامج التوعية الاستهلاكية.

لنختم الدراسة بالإطار التطبيقي أين تم إجراء مقابلات مع بعض الموظفين من الصحفيين و تم تقسيم هذا الإطار إلى جزأين الأول تحليل المقابلات أما الجزء الثاني منه استخلاص النتائج لتأتي الخاتمة في الأخير تحدد أهم ما استنتج من الدراسة بجانبيها النظري و التطبيقي .

الجانب النظري

الفصل التمهيدي

الإطار المنهجي و المفاهيمي

الفصل الأول

الإذاعة المحلية و دورها في المجتمع المحلي

الفصل الثانـي

وسائل الإعلام و السلوك الاتصالـي

مقدمة عامة

الجانب التطبيقي

الخاتمة

قائمة المراجع

الملاحق

شكـــــــر و تقـــــــدير

لا بد ونحن نخطو خطواتنا الأخيرة في الحياة الجامعية من وقفة تعود إلى أعوام قضيناها رحاب الجامعة مع أساتذتنا الكرام الذين قدموا لنا الكثير باذلين بذلك جهودا كبيرة في بناء جيل الغد لتبعث الأمة من جديد ،و قبل أن نمضي أتقدم باسمي آيات الشكر و الامتنان و التقدير و المحبة إلى الذين مهدوا لنا طريق العلم و المعرفة ، إلى كل من أشعل شمعة في دروب عملنا و إلى من وقف على المنابر و أعطى من حصيلة فكره لينبر دربنا ،إلى جميع أساتذتنا الأفاضل في كلية العلوم الاجتماعية.

كما نتوجه بجزيل الشكر و الامتنان إلى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد على انجاز هذا العمل و في تذليل ما وجهناه من صعوبات ،و نخص بالذكر الأستاذ المشرف **محمد مرواني** الذي لم يبخل علينا بتوجيهاته و نصائحه القيمة التي كانت عونا لنا في إتمام هذا البحث، فجزاه الله عنا كل التقدير و الاحترام .

كما نتقدم بالشكر الخاص إلى طاقم الإذاعة بمستغانم من عون الأمن حتى المدير ،الذين بصراحة كانوا عونا لنا في تجاوز عقبات واجهتنا في بعض مراحل إعداد بحثنا و إلى إخوتي و أصدقائي و نشكر في الأخير كل من قدم لنا يد المساعدة سواء من قريب أو بعيد.

و الحمد لله الذي تتم بنعمه الصالحات

إهداء

إلى من كلله الله بالهيبة و الوقار ،إلى من علمني العطاء بدون انتظار ،إلى من احمل اسمه بكل افتخار ،أرجو من الله أن يمد في عمرك لترى ثمارا قد حان قطافها بعد طول انتظار ،و ستبقى كلماتك نجوما اهتدي بها اليوم و في الغد و إلى الأبد

والدي العزيز أطال الله في عمره.

إلى ملاكي في الحياة ،إلى معنى الحب و إلى معنى الحنان و التفاني ،إلى بسمة الحياة و سر الوجود ،إلى من كان دعاؤها سر نجاحي و حنانها بلسم جراحي ،إلى من ربتني و أنارت دربي و أعانتي بالصلوات و الدعوات ،إلى القلب الناصح بالبياض إلى اغلي إنسان في هذاالوجود.

أمي الحبيبة الغالية أطال الله عمرها .

إلى جميع الإخوة و الأخوات جميعا صهبة ،خيرة ،ابوبكر ،حسيبة و أولاد إخوتي نينة،زينو،سندس،زكي ،روان.

إلى الإخوة و الأخوات التي لم تلدهن أمي ،إلى من معهم سعدت و برفقتهم في دروب الحياة الحلوة و الحزينة سرت ،إلى من كنوا معي على طريق النجاح و الخير والى جميع من عرفته

إلى هؤلاء جميعا اهدي ثمرة جهدي.

زهرة

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس ـ مستغانم ـ

كلية العلوم الاجتماعية

قسم علوم الإعلام و الاتصال

دور الإذاعة المحلية في نشر الثقافة الاستهلاكية لدى الجمهور

نحن طلبة علوم الإعلام و الاتصال سنة ثانية ماستر وسائل الإعلام و المجتمع ،نحن بصدد انجاز مذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر حيث تمحورت الدراسة حول دور الإذاعة المحلية في نشر الثقافة الاستهلاكية لدى الجمهور بولاية مستغانم .

لذا نرجو من سيادتكم المحترمة إفادتنا في هذا الأخير بغية الخروج بنتائج يقينية لذا نطلب الموضوعية و المصداقية و شكرا .

صاحبتا البحث:مباركي زهرة/ جابو عبد الله كريمة.

السنة الجامعية:2014-2015

دليل المقابلة

السمات العامة :

الجنس:

السن:

المستوى التعليمي:

المهنة :

الخبرة:

المحور الأول:الإذاعة و دورها في المجتمع؟.

1/ما هو دور الإذاعة المحلية في المجتمع المحلي ؟.

2/ما هي الخدمات التي تقدمها الإذاعة المحلية للجمهور؟.

3/كيف تساهم الإذاعة المحلية في توعية الجمهور؟

المحور الثاني:الإذاعة المحلية و دورها في نشر الثقافة الاستهلاكية لدى الجمهور؟

1/كيف تساهم الإذاعة المحلية في نشر الثقافة الاستهلاكية لدى الجمهور ؟

2/هل تخصص الإذاعة حيزا معتبرا لبرامج التحسيس بالثقافة الاستهلاكية؟

3/كيف تساهم برامج الثقافة الاستهلاكية بالإذاعة في توعية الجمهور ؟

المحور الثالث:الإذاعة المحلية و الرسالة الإعلامية؟

1/كيف تتم معالجة مواضيع الثقافة الاستهلاكية عبر الإذاعة المحلية ؟

2/إلى أي مدى تساهم برامج الإذاعة المحلية في تحديد السلوك الاستهلاكي؟

3/هل يتفاعل الجمهور مع برامج التحسيس و التوعية الاستهلاكية؟

الفهرس

- الشكر و التقدير
- الإهداء
- مقدمة عامة

الفصل التمهيدي :الإطار المنهجي و المفاهيمي

1. تحديد الإشكالية.....
2. الفرضيات.....
3. دوافع اختيار الموضوع.....
4. أهمية الدراسة.....
5. الدراسات السابقة.....
6. منهج الدراسة.....
7. أداة البحث.....
8. عينة الدراسة.....
9. تحديد المصطلحات.....
10. مجالات الدراسة.....
11. صعوبات البحث.....

الجانب النظري

ـ مقدمة

الفصل الأول:الإذاعة المحلية و دورها في المجتمع المحلي

تمهيد.....

المبحث الأول:مفهوم الإذاعة و تطورها عبر التاريخ.....

المبحث الثاني:الوظيفة الإعلامية للإذاعة و أهميتها بالنسبة للجمهور.....

المبحث الثالث:الإذاعة المحلية و الوظيفة التثقيفية.....

خاتمة.....

الفصل الثاني:وسائل الإعلام و السلوك الاتصالي

تمهيد:.....

المبحث الأول:الإذاعة و دورها في توجيه السلوك الاستهلاكي.....

المبحث الثاني:سلوك المستهلك و تقسيماته.....

المبحث الثالث:الإعلام الجواري و برامج التوعية الاستهلاكية.....

خاتمة.....

الإطار التطبيقي

إذاعة مستغانم الجهوية

تمهيد:.....

البطاقة الفنية لإذاعة مستغانم الجهوية.....

1.الموقع.....

2.النشأة.....

3.التأسيس.....

الدراسة الميدانية

المحور الأول :

المحور الثاني:

المحور الثالث:

خلاصة عامة:

خاتمة عامة:

الملاحق

قائمة المراجع

إذاعة مستغانم الجهوية

مستغانم FM

101.1MHZ 107.2MHZ

معكم على الهواء

أرقام الهاتف:

045.21.67.89

045.21.26.10

045.21.27.10

الفاكس:

045.21.51.09

البريد الالكتروني:

www. Radiomostaganem.com

العنوان البريدي:

ص.ب 1014 حي المطمر.

موجات إذاعة مستغانم

100.1FM 107.2FM

تبث برامج إذاعة مستغانم الجهوية عن طريق جهازي بث:

واحد بمدينة مستغانم بقوة 400 واط موجة 107.2 و يغطي 06 بلديات :

بلدية استيدية ـ بلدية مزغران ـ بلدية حاسي ماماش ـ بلدية الصيادة ـ بلدية خير الدين.

و الثاني يتواجد ببلدية سيدي علي بقوة 100 واط و يغطي 03 بلديات :

بلدية سيدي علي ـ بلدية الحجاج ـ بلدية سيدي لخضر.

تمهيد :

تعتبر الإذاعة المحلية حديثة العصر ،و قد برزت عدة عوامل عديدة أكدت ضرورة وجود الإذاعة المحلية لتلبية رغبات و احتياجات المجتمع المحلي ، و قد استطاعت بفضل مميزاتها أن تتجاوز العزلة الجغرافية ، نظرا لتعدد الثقافات و اللهجات في البلد الواحد لذا أصبحت الإذاعة الرفيق الدائم لجمهور المستمعين

المبحث الأول : مفهوم الإذاعة وتطورها عبر التاريخ

تعريف الإذاعة :

لغة: الإذاعة تطلق على الدار التي تنشر الأخبار بواسطة الجهاز اللاسلكي ، أذاع يذيع إذاعة الخبر أي نشر وإذاعة السر وإفشائه وهي أيضا نقل الأخبار وسواها أو الإرسال الإذاعي أو الموسيقى بالطريقة الكلاسيكية الكهربائية ونقو محطة إذاعية بمعنى مكان البث

والأصل اللغوي لكلمة وهي إشاعة ،بمعنى النشر العام وذيوع ما يقال والعرب يصفون الرجل المفشي للأسرار بالرجل المذياع [1].

اصطلاحا : هي عبارة عن تنظيم مهيكل في شكل وظائف وادوار تقوم ببث مجموعة من البرامج ذات الطابع الترفيهي والتثقيفي والإعلامي وذلك لاستقبالها في أن واحد من طرف جمهور متناثر يتكون من أفراد وجماعات بأجهزة استقبال مناسبة. [2]

واهم ما يميز الإذاعة المسموعة الآن أنها الوسيلة الوحيدة غير المرئية بين كل الوسائل الاتصال لذا يطلق عليها الباحثين اسم" الوسيلة العمياء " .

فهي قادرة على أن تصل إلى ابعد مما يتصوره الخيال ،فهي سلاح يخاطب العقول والقلوب والنفوس فهي تعتمد على التوجيه والإقناع أكثر مما تعتمد على الإنذار والتمهيد ،فقد قال عنها "هتلر" في كتابه "كفاحي" "إنني اعلم إن تأثير كلمة مكتوبة على كل الأفراد ،اقل بكثير من تأثير كلمة يسمعونها ،وان كل حركة كبيرة على هذه الأرض يعود فضلها الكبار الخطباء وليس لكبار الكتباء".[3]

[1] ـ القاموس المجاني للطلاب، مرجع سبق ذكره ،ص366

[2] ـ عبد العزيز شرف،المدخل إلى وسائل الإعلام و الاتصال ،دار الكتاب المصري ،القاهرة،ط19892،ص103

[3] ـ غريب سيد احمد ،علم اجتماع الاتصال و الإعلام،دار المعرفة الجامعية،الإسكندرية،1996، ص202

نشأتها و تطورها :

تعود بداية ظهور الإذاعة الدولية في العالم إلى بداية استخدام الموجة القصيرة ،ذلك أنها تعتبر ثورة علمية كبيرة في مجال الاتصالات و ذلك لقدرتها على الوصول لمسافات بعيدة ،و هي تعرف أيضا بالموجة القصيرة إلى عدد من العلماء منهم **جاك كلارك** و**ماكس ويل** ،هذا الأخير الذي اثبت وجود الكهرومغناطيسية ،أو موجات الراديو سنة **1967** ،كذلك هناك علماء بريطانيين **أمثال هنري جاكسون** و **الكسندر بوبوف** أيضا من ايطاليا **جاليليو ماركو ني** و **توماس أديسون** و**فليمينغ** و **دي فرست** ،الذين لهم فضل القيام بتجارب ساعدت على إنتاج أطوال الموجات اللازمة للإرسال من خلال موجة قصيرة ،إلا أن **هينرش هرتز** وهو عالم الطبيعة الألماني كان أول من قاد أبحاث الراديو، وهو أول من قام بإجراء تجارب على الموجة القصيرة ، حيث تحقق من إن التيار الكهربائي متغير يحدث موجات يمكن نقلها عبر الفضاء دون استخدام أسلاك وبسرعة الضوء ،ذلك سنة 1888. [4]

ويرجع اختراع الراديو للعالم الفيزيائي الايطالي **جاليليو ماركوني** (1874.1937) الذي حقق لأول مرة في تاريخ الاتصالات اللاسلكية بواسطة الموجات الهرتزية وذلك عام 1836 وكان ذلك على بعد 400 متر ،ثم على بعد 2000 متر ، وازدادت المسافة شيئا فشيئا إلى أن تمكن سنة 1899 من المواصلة بين مدينتين كانت المسافة بينهما حوالي 46 كلم ،وقد كان أعظم انتصار حققه **ماركوني** عام **1901** ،حيث أرسل موجات الراديو عبر المحيط الأطلنطي بين **كونوول** و **نيوفوندلاند** اللذين كانت المسافة بينهما حوالي 3200 كلم . وقد بدا **ماركوني** الإرسال الإذاعي من بيته بلندن سنة 1921 وبعد أشهر اتفق مع هيئة البريد البريطانية على تشغيل نظام البث الإذاعي في بريطانيا من خلال شركة واحدة وهي ال B B C ، فتم الإرسال من ثلاث محطات هي" لندن" ،**برمنغهام** و **مانشيمتر** ومن ثم تضاعف عدد المحطات بعد إثبات نجاح الراديو . البث الإذاعي .

وقد كان أول بث قامت به محطة **ماركوني** عبارة عن نقل حفلات موسيقية بلندن ، غير أن مصادر أخرى تؤكد إن أول بث كان لإذاعة نتائج الانتخابات في الولايات المتحدة الأمريكية من محطة نيويورك[5].

حيث انه تم الإعلان عن نتائج الانتخابات الأمريكية 1920 على الهواء التي فاز بها " **Hading**"وكان نجاح محطة **ستبرج**،دافع لإنجاح محطات أخرى فبدأت تلك المحطات بإذاعة برامج متنوعة من الموسيقى وغناء وبرامج سياسية ورياضية...الخ. [6]

[4]- ماجي الحلواني ،مدخل إلى الإذاعات الموجهة،دار الفكر العربي ،القاهرة،ط1،1982،ص09.
[5]- إبراهيم وهبي ،الخبر الإذاعي ،دار الفكر العربي ،القاهرة،1985،ص18
[6] - نوال محمد عمر،الإذاعات الإقليمية ،دراسة نظرية المقارنة،دار الفكر العربي،القاهرة،1993،ص10

و بعد عامين من بداية اشتغال الإذاعة من محطة نيويورك أي في عام 1922 أصبح في الولايات المتحدة الأمريكية نصف مليون جهاز راديو ، و بعد عام آخر كان معدل إنتاج أجهزة الراديو يزيد عن مليون و نصف سنويا ،هذه السرعة التي حل بها هذا العصر تعد مفتاحا ثوريا للأهمية التي يمكن إن تنطوي عليها الإذاعة ، و لقد كانت بذلك قفزة واسعة في خبرات كل رجل و امرأة و طفل في كل المجتمعات [4] . [8]

وفي سنة 1923 كان أكثر من مليون شخص يستمعون للبرامج المنقولة من صالات الموسيقى ،والمسارح والملاعب الرياضية، ومع تزايد المحطات الإذاعية التي تبث برامجها عبر الهواء ،بدا يحدث التداخل فيما بينهما ،فقد قام الكونجرس عام 1927 بإصدار قانون الإذاعة الفيدرالية لتنظيم أنظمة الاتصال التليفونية والتلغرافية والإذاعية لما تقتضيه الضرورة والصالح العام ، وهذا القانون مزال ساري المفعول حتى اليوم ،بعد تعديله بطبيعة الحال بما يتفق والظروف السياسية والاجتماعية والاقتصادية السائدة [5] .

ومع نهاية العشرينات استطاع الراديو أن يحقق مستوى عالميا من التطور في البرامج المقدمة ،وأصبح على مشارف الدخول في مرحلة جديدة من التطور ، واحد المجالات الرئيسية التي حقق الراديو فيها نموا كبيرا هو: مجال الإعلان وقد رأى المؤرخ الإذاعي جون **سبورنج ان** العام الإذاعي 1928 1929. يمثل المنطقة التي صار الراديو وسيلة إعلانية جماهيرية ،في ذلك العام استطاع الراديو أن يلبي أربعة متطلبات ضرورية :

أول هذه المتطلبات : إن التنافس الفني في مجال هذه الصناعة كان قد وصل على درجة عالية بما جعل استقبال المحطات يتم بشكل يبعث الثقة .

ثانيا : خلق جمهور عريض من المستمعين للراديو على أسس ثابتة منتظمة .

ثالثا :رغبة القائمين على الإذاعات في قبول المعلنين كشركاء في إنتاج البرامج .

رابعا: تطور أشكال البرامج مما جعلها وسيلة إعلانية مرضية ومن هنا كان للاستقرار الاقتصادي الذي بثه الإعلان اثر في تمهيد المسرح لظهور العصر الذهبي لشبكة الإذاعة

ولقد كان منتصف عقد الثلاثينات هو الوقت الذي تم فيه تنقية وتحسين البرامج القائمة بدلا من محاولة التوسع في ابتكار برامج جديدة ، وواصلت الشبكات الإذاعية هيمنتها على العصر ،

خصوصا في مجالي الإعلان وإنتاج البرامج ،فقد كان أكثر من 50% من دخل جميع الإذاعات [6]

[4]- حمدي حسن ،مقدمة في دراسة وسائل و أساليب الاتصال،دار الفكر العربي،القاهرة،1987،ص39-40
[8] - نوال محمد عمر،الإذاعات الإقليمية ،دراسة نظرية المقارنة،دار الفكر العربي،القاهرة،1993،ص10
[5]- نوال محمد عمر،مرجع سبق ذكره،ص10-12.
[6]- نوال محمد عمر ،مرجع سبق ذكره،ص12-13.

من الإعلانات يذهب للشبكات الإذاعات القومية الأربع ، حتى إن هذا الدخل قد بلغ عام 1941 وحده 75 مليار دولار[7].

ولقد كانت الحرب العالمية الثانية سببا في دفع عملية إنتاج المعدات الإذاعية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى حالة من الجمود ، ورغم تناقص عدد أجهزة الراديو خلال سنوات الحرب ، إلا إن العائد من الإعلانات ظل في حالة تصاعد ، وكانت حاجة الشعب إلى المعلومات عن الحرب دافعا لمضاعفة البرامج الإخبارية في النصف الأول من سنوات الحرب ولكن مع استقرار الوضع بالنسبة للحرب خلال الثمانية عشر شهرا الأخيرة منها بدأت البرامج الترفيهية تعود مرة أخرى لتضيق الخناق على الزمن المخصص للأخبار وذلك مع سعي الأمريكيين إلى الهروب من الواقع[8].

وبعد الحرب العالمية الثانية عمدت المحطات الإذاعية العديد من بلدان العالم ومنها العالم العربي الذي عرفها في فترات مختلفة وفي ظروف متباينة وذلك بدءا من المبادرات الفردية لبعض المهندسين العرب ، ومرورا بالقوى الإستدمارية المحتلة التي أوجدتها أساسا لخدمة تواجدها ،وانتهاء بالظهور العادي في فترة الاستقلال ،وتعتبر الجزائر ومصر أولى الأقطار العربية التي عرفت الإذاعة في منتصف العشرينات عن طرق المبادرات الفردية لبعض المستوطنين (باللغة الفرنسية) وبعض المصريين على التوالي ثم توالي ظهورها تدريجيا في باقي الأقطار العربية حتى عمتها سنة 1970 [9].

ولقد تزامنت موجة ال (FM) في الستينات والسبعينات بمعدل أشبه بالظاهرة ،وكانت هناك أسباب كثيرة لهذا التزايد ، ففي عام 1961 سمحت لجنة الاتصالات الفيدرالية باستخدام موجة ال(FM) في الإذاعة المجسمة مع منتصف الستينات صار أكثر من 50% من جميع محطات ال(FM) يعمل بالإذاعة المجسمة [10].

ويمكن القول إن الإذاعة المسموعة كانت في الستينات تعتبر المصدر الأساسي للإعلام والسلاح الأول في الحروب النفسية والباردة وخاصة بعد التطور التكنولوجي الذي طرا ، أولا على محطات الإرسال التي أصبحت تستعمل الموجات المتوسطة والقصيرة وترددات الإرسال فوق العالي ، وثانيا على أجهزة الاستقبال التي أصبحت اقل وزنا وحجما من اختراع "الترانزيستور"

ومن جهة أخرى فان العامل الأساسي الذي ساعد الإذاعة على تحقيق هذه المكانة هو عامل الترفيه، وكان ذلك على حساب المواد الإخبارية التي لم تعرف نفس التطور لأسباب داخلية وخارجية ، كان أهمها منع الصحف ووكالات الأنباء بيع الأخبار لمحطات الإذاعة .

[7]- نوال محمد عمر،مرجع سبق ذكره،ص12-13
[9]- فضيل دليو ،مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر،1998،ص136
[10]- نوال محمد عمر،مرجع سبق ذكره،ص15

اضافة إلى هذا المشكل الإخباري أضيف بعد الحرب العالمية الثانية مشكل ثان تمثل في ظهور التلفزيون كوسيلة اتصال جماهيرية بالغة التأثير و خاصة في مجال الترفيه،ثم في توجيه الرأي العام[11]

11- فضيل دليو،مرجع سبق ذكره،ص136-137

الإذاعة المحلية في الجزائر: نشأتها، خصائصها،أهدافها :

نشأتها :

نشأت الإذاعة المحلية في الجزائر خلال الاستعمار:

عرفت الجزائر الراديو عام 1925منعدما قام احد الفرنسيين بإنشاء محطة إرسال في قسنطينة تذاع باللغة الفرنسية ثم تعاقب المحطات عام 1942م في كل من وهران و الجزائر العاصمة .

بعد نهاية الحرب العالمية الثانية كان الإرسال الإذاعي يغطي جزء كبير منها تحت الرقابة الفرنسية و ذلك انه استفاد منها في طمس الشخصية الجزائرية و القضاء على مقوماتها أي أن ظهور الإذاعة تزامن مع ظهور الاستعمار في الجزائر .

كانت الإذاعة في تلك الفترة أواخر العشرينات من القرن 20 تابعة للحكومة الفرنسية تحت إشراف وزارة البريد حتى 1945 و من مميزات الإذاعة آنذاك :لم تكن أداة إذاعية جماهيرية بل تابعة لاستعمالها من طرف المعمرين و شملت كل من قسنطينة، وهران و الجزائر فأما المناطق الداخلية لم تلقى اهتمام إلا لخدمة أغراضه كإذاعة البويرة ،توقرت ،باتنة بحيث يلخص **فروتسفانون Frantysanon**مضمون الرسالة التي تحملها هذه الإذاعة في عبارة "فرنسيون يبحثون مع فرنسيين ".[1]

رغم الدور الذي لعبته هده الإذاعة غي فترة الحرب العالمية الثانية و كانت بوجود الحكومة المؤقتة لمدينة الجزائر ولكن أثناء الفترة الاستثنائية ،أصبح الإشراف للحاكم العام للجزائر الذي أسندت له مراقبة الحصص الموجهة للجزائريين و قامت الحكومة الفرنسية بعدة إجراءات من بينها قناة ناطقة باللغة العربية سنة 1934 و كان يشرف عليها رئيس الحكومة و إدارة مستقلة لشؤون التسيير و الشؤون الفنية يترأسها مجلس يدعى اللجنة الجزائرية للإذاعة ،و يتكون هذا المجلس من 06 أعضاء :03 مسلمين و 03 أوربيين إضافة إلى 06 شخصيات لهم اهتمام بالإذاعة و 06 ممثلين من الموظفين و العمال التابعين للإذاعة

صوت الجزائر الحرة عام 1956: في هذه السنة وصل صوت الراديو إلى الجزائريين لان في هذه الفترة بدأت توزع المنشورات أي كانت الحاجة إلى ما يدور حولهم كان يخاطبهم من أعلى الجبال عن أمجاد الثورة و تطوراتها ،لذا زاد الاهتمام بالإذاعة لأنها همزة وصل بين الشعب و الثورة من خلال صوت الثورة الجزائرية الذي كان ينبعث من بلدان مختلفة من الوطن العربي كتونس ،القاهرة ،بغداد ،دمشق ،بغداد ،المغرب،إلا أن

[1] ـ ماجي الحلواني ،عاطف العبد ،الأنظمة الإذاعية في الدول العربية ،القاهرة ،دط ،2003،ص107

التحول الحقيقي كان مع نهاية 1956 م بعد الإعلان عن وجود إذاعة الجزائر الحرة و لجأت فرنسا إلى حر الموجات بعد تحديد طول الموجات الجزائرية حيث سيطرت ظاهرة التشويش على ساعات بث سماع صوت الجزائر.[2]

الإذاعة بعد الاستقلال :في 17اوت 1962اعلنت الهيئة التنفيذية المؤقتة بالاتفاق على جبهة التحرير بتكيف شخصية جزائرية و تعيين رئيس التحرير البرامج المذاعة باللغة الفرنسية ،هذا بدلا من العمال الفرنسيين الموجودين سابقا في المؤسسة الإذاعية و قامت بذلك السيطرة على مباني الإذاعة و التلفزيون و أعلن المذيع "هنا إذاعة و تلفزيون الجزائر" بعد ذلك كانت تسمى الإدارة المؤقتة للراديو و التلفزيون الفرنسي .

بعد استرجاع السيادة على التلفزيون و الإذاعة في 28 أكتوبر 1962 م أصبحت تعمل جاهزة على وضع نظام اشتراكي في الميدان الإعلامي كان هناك سببين في توجيه السياسة الجزائرية في ميدان الإعلام :

- ✓ صادف استقلال الجزائر انتشار التلفزيون في العالم العربي و استخدام الراديوفيات من الأحسن الاعتناء بهذه التقنيات هذا ما قامت به السلطات الجزائرية .

في الفاتح أوت 1963 تم إصدار قانون ينظم راديو الجزائر الذي اعتبرته عنصر فعالا في التنمية القومية و بناء المجتمع الجزائري و كانت الإذاعة تذاع بثلاث لغات :العربية ،الفرنسية ،الامازيغية .

و بعد الاستقلال مباشرة و خاصة في سنة 1966 عملت السلطات الجزائرية لتقوية شبكات الراديو و التلفزيون و تمركزت هذه الجهود فيما يلي :

ـ المنحة الحكومية :بعد 1966 انشات الميزانية المخصصة للثقافة و الإعلام بنسبة 70 %من مجموع الإعلانات ثم انخفضت إلى 67 %سنة 1975 و 64 %سنة 1976 الوحيد لمؤسسة الراديو [3].

ـ توسيع شبكات الإرسال :في 1966انشات محطاتان جديدتان للإرسال هما بعين البيضاء قرب قسنطينة و الأخرى وهران ،كانت تذيعان على الموجة المتوسطة 300كيلو هرتز و في عام 1968 ارتفعت هذه القوة إلى 600 كيلو هرتز في 1970 انشات محطة الموجة الطويلة قوتها 100كيلو واط وهكذا أصبحت شبكات الإرسال تغطي جميع و في عام 1978 وصل صوت الإذاعة إلى الخارج و تعمل 24 ساعة باللغات الثلاث[4].

ـ توفير أجهزة الاستقبال :وفرت الحكومة الجزائرية عددا كبيرا من أجهزة الراديو خصوصا نوع الترنزستور يعني جهاز واحد لأربعة أشخاص أو جهاز لكل عائلة أو أكثر .

---

[2] ـ ماجي الحلواني ،عاطف العبد،مرجع سبق ذكره،ص109.

[3] ـ زهير احدادن،مدخل إلى علوم الإعلام و الاتصال،ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر،1991،ص107

[4] ـ ألبير البيار اندري جاك تودستك،تاريخ الإذاعة و التلفزة، ترجمة محمد قدوش،ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر،1984،ص180

بعد القرار المتعلق بإعادة هيكلة المؤسسة الوطنية للإذاعة من ناحية الاستقلال المادي والمعنوي وظهرت التعددية الإعلامية فأصبحت السلطة تنظر إلى المجتمع الجزائري من منطلق الأفكار و الآراء، فوجب عليها البحث عن الوسيلة التي يمكن لكل جماعة التعبير عن رأيها هذا ما أكده دستور فيفري 1989 ،اقر لأول مرة التعددية الفكرية والسياسية من حلال مواده (35،36،39،40)

مس هذا التغيير قطاع الإعلام الذي أخرجه من دائرة الاحتكاك وإقامة العديد من اللغات المحلية في العديد من ولايات الوطن بعدما اقتصر الإعلام على قنوات 4 فقط .

تغير الوضع بعد صدور قانون الإعلام سنة 1990 بموجب شارك فيه " طاهر وطار" لأنه كان على رأس الإذاعة الوطنية ،فأكد هذا القانون في المادة 602 على حق المواطن في الإعلام وانه لم يقتصر من خلال أجهزته ورسائله ومضمونه على نخبة معينة بل تعدى أي أصبح إعلاما جماهيريا يستهدف جميع المواطنين وهكذا بدا انتشار الإذاعات المحلية في عدة مناطق من الوطن .

مع النمو الديموغرافي كان من الواجب إنشاء محطات محلية وهذا ما فعلته الجزائر ولقد خطت الجزائر خطوات عملاقة في مجال البث الإذاعي المحلي وأصبح لكل ولاية إذاعتها [5].

الخصائص:

كون الإذاعة أداة اتصال جماهيرية شعبية هامة بمقارنتها مع وسائل الإعلام الأخرى هي الأكثر استعمالا في العالم ،والآن هي تحاول قصار جهدها التخلق أسواق تجارية جديدة وجمهور اكبر وأوسع وهي تتميز بما يلي:

ـ وسيلة اتصال تخاطب حاسة السمع وجميع الطبقات الاجتماعية

– تقدم خدمات هامة من خلال برامجها المتنوعة

–إن الراديو يؤثر في اغلب الناس تأثيرا خاصا ونعني به تأثير التوجيه الشخصي الذي ينقل إلى السامع عالما من التفاهم غير منظور بشكل يوفر له خبرة خصوصية ،كما إن الطبيعة الخاصة بالراديو كأداة مملوكة للسامع بملكة وحدة لحديث الراديو ،يرجع إلى وضوح الصوت حيث إن الراديو يقدم صورة صوتية واضحة ويمثل امتداد للقوى السمعية والصوتية عند الإنسان والصورة السمعية هي أول ما يربط بين أفراد المجتمع الإنساني .

ـ الفورية في نقل الأحداث والأخبار التي تحدث فجأة وتقديمها للجمهور مثل الكوارث والفيضانات .....الخ

ـ الإذاعة تحتفظ بالتأثير لدى فئة معينة من الجمهور[6].

[5] ـ قانون الإعلام الجزائري 03افريل 1990

[6] ـ محمد جودت ناصر،الدعاية و الإعلان و العلاقات العامة ،دار مجدلاوي للنشر و التوزيع، عمان،ط1،2008 ،ص26

ـ إعداد برامج الإذاعة يكون أكثر تنظيما .

ـ كسر الحاجز النفسي القائم حول الإذاعة المحلية .

ـ أهمية هذه الإذاعات كسند إعلامي لا يمكن الاستغناء عنه في تلبية الحاجيات الإعلامية ذات الخصوصية المحلية .

ـ الرسالة المذاعة تكون أكثر فعالية من الرسائل الشفوية و تقويتها بمؤثراتها الموسيقية لإثارة إحساس المستمع

ـ إن الإعلام الإذاعي يتميز بان تأثيره يزداد عمقا و خطورة كلما كانت البيئة قليلة الحظ من الثقافية و التعليم و كذلك كلما انخفض المستوى الاقتصادي و المعيشي للأفراد و كذلك نظرا لان أجهزة الراديو تتوافر لدى الغالبية العظمى من البيوت ،إذ لا يكاد يخلو منها مقهى أو مطعم أو باخرة أو سيارة أو قطار أو منزل.

ولكن ما يؤخذ على هذه الوسيلة الإعلامية هو إن الراديو يلزم المستمع بتحديد فئة و تجبره على هذا التحديد نظرا لأنه كثيرا ما تفوته فرصة الاستماع لبرنامج ما بسبب كونه مشغولا أثناء بث هذا البرنامج[7].

أهداف إنشائها :

- تقديم خدمة إعلامية خاصة و متخصصة لضرورة يتطلبها واقع الإقليم الذي تقام فيه .
- يستهدف تقديم خدمة لمشاريع إعلامية يرجى انجازها بالواقع من اجل تحقيق الارتباط الجماهيري بها و حسن الاستفادة من عطائها .
- تنمية الوعي السياسي و دعم الانتماء الوطني و تغطية المناسبات الوطنية .
- معالجة موضوعية للقضايا المجتمعية و القومية بما يحفز كل الطاقات للمساهمة في إيجاد الحلول لهدف القضايا .
- الهدف الاستراتيجي لحشد الطاقات الإعلامية لتحقيق أهداف التنمية الشاملة و المتكاملة للمجتمع .
- التعريف بالقضايا المجتمعية التي لها تأثير على تنمية المجتمع .
- تقوم بنقل التراث و تعمل على الربط بين الدول الأخرى لتكوين علاقات حميمية .
- التصدي للعادات و التقاليد التي هي ليست مع جميع قيمهم و نشر المفاهيم و السلوكيات الجديدة،كالتغطية الواقعية المركزة لجوانب الحياة ذات الوضع المحلي الخاص[8].

[7] ـ محمد جودت ناصر،مرجع سبق ذكره،ص26 -27

[8]- www.fepedea.com/15/04/2015.16h 4 5

وظائفــها:

أصبحت الإذاعة تشكل منذ نشأتها جزءا من حياة كل فرد مستمع ملتصقة به،و لا تكاد تفارقه بحيث انه ينظر إليها على أنها الصديق و الرفيق و الناصح و مصدر راحة و سعادة وأمل و غيرها من الوظائف التي تسعى الإذاعة لتحقيقها و يمكن أن نذكر هذه فيما يلي:

الإعلام: ونقصد به الأخبار ،أي نقل الأخبار التي تهم المستمع و يجب أن تتمتع بالمصداقية و الموضوعية لكسب اكبر عدد من الجمهور.

التثقيف: من خلال نقل المعارف الإنسانية من علم،فن و ثقافة و أدب ،و مجمل الموروثات و التقاليد و العادات و أسلوب الحياة و السلوك العام و القيم المختلفة و المتوارثة التي تفرضها متغيرات العصر فعن الراديو قادر على المساهمة في تقديم الثقافة بهذا المفهوم الواسع مع التأكيد على القيم الايجابية و نبذ القيم السالبة كالتخلف و الجمود التي تعوق المجتمع.

الإعلان: الإعلان في حقيقته دعوة دعوة لترويج سلعة ما أو سلعة معينة عن طريق إبداء محاسنها لكي يتقبل الآخرين شرائها أو الدعوة لطلب خدمات محددة و ما يتبع ذلك من تعريف بالأشخاص و المؤسسات و الأفكار أيضا ،الراديو هنا يمثل أداة لترويج السلع لا أداة للاتصال الإعلامي و يتحول فيه العاملون على البائعين و هم لا يبيعون السلع فقط بل يبيعون المستمعين أيضا (المستهدفين) لأصحاب رؤوس الأموال المعلنين[9] .

التنمية:التنمية وظيفة من أهم وظائف الراديو و خاصة بالنسبة للدول النامية التي هي في طريق النمو ،و التنمية مشتقة من النماء و نمو أي رفع من المستوى الأفراد من خلال محاولة القائم بالاتصال على جعل الأفراد المستمعين يتخلون تدريجيا و ليس كليا عن القيم السلبية التي تعيق من نمو و التنمية تتم على مستويات مختلفة على المستوى الثقافي آو الاجتماعي أو الاقتصادي[10] .

[9]- عبد المجيد شكري،فنون الراديو في ضوء متغيرات العصر،العربي للنشر و التوزيع،القاهرة،1995،ط1،ص22-23،
[10]- عبد المجبد شكري،المرجع نفسه،ص45

المبحث الثاني :الوظيفة الإعلامية للإذاعة و أهميتها بالنسبة للجمهور.

لقد تحدث رواد الإذاعة المسموعة (الراديو)عما سموه بأهداف الإذاعة أو الراديو و مازال الحديث عن تلك الأهداف مستمرا ،و قد حددوا تلك الأهداف في الإعلام (الإخبار و التثقيف ، و الإعلان)فإذا تحدثت عن الإعلام كهدف في حد ذاته ن كان معنى ذلك إن مجرد قيامي بعملية الأخبار أكون قد حققت كل أهدافي ، بينما إذا تحدثت عن الإعلام كوظيفة من وظائف الراديو ، كان معنى ذلك أنني أقوم بعمليات اتصالية معينة من اجل هدف محدد ،هو وجود مجتمع على علم بكل ما يجري من حوله ،قادر على التصرف طبقا لما توافر له من معلومات ، و قد يكون هدفي هو خلق رأي عام مؤيد أو معارض لفكرة أو قضية معينة فالوظيفة شيء تمارسه من اجل الوصول إلى هدف بينما الأهداف يسعى إلى تحقيقها الإذاعيون أنفسهم ،أهداف يضعونها نصب أعينهم ، و يعملون من اجل مستخدمين إمكانيات الراديو ، و هو ما نوجه إليه كافة أسلحتنا و لعل استخدام" أهداف الراديو " كانت مناسبة لفترة لم تكن الأهداف الحقيقية فيها واضحة ، فاختلط مفهوم الوظائف بالأهداف ، إذ كان الإعلام هو الهدف الأساسي ثم تحدثوا عن الإعلام بمعنى الإخبار كهدف رئيسي آخر ،ثم كانت هناك موسيقى ، و مواد ترفيهية بين الأخبار ، ثم دخلت المواد الثقافية من اجل جذب عدد كبير من المثقفين إلى سماع الراديو ،لأنهم قوة شرائية كبيرة ، و كلما زاد عدد المستمعين زاد عدد المعلنين و ازداد ربح المحطات الإذاعية و كان ذلك هو السمة الأساسية في الولايات المتحدة الأمريكية ، حيث كان الراديو . ولا يزال . قائما على أسس تجارية بحتة [1] .

وقد برر عبد المجيد شكري هذا التنوع في الوظائف بقوله :"وقد حدثت متغيرات عالمية عديدة :حضارية و عقائدية و سياسية فرضت وجود وظائف عديدة أخرى غير تلك التي كانت تسمى "أهداف"، لكنها لم تفقد الوظيفة الأولى للراديو و هي "الإعلام أهميتها"و نستطيع إن نحدد وظائف الراديو في الوظائف العشر التالية :

أ. الإعلام بمعنى الإخبار . و. الخدمة .

ب . التثقيف . ز. المؤانسة .

ج . الترفيه . ح . التحريض .

د. التعليم . ط . الدّعاية .

هـ . التنمية . ي . الإعلان. [2]

[1]- فضيل دليو، مرجع سبق ذكره،ص28-29

[2]- عبد المجيد شكري ،مرجع سبق ذكره،ص29-30

إن حدود الدور الذي يقوم به الجهاز الإعلامي في التنمية الثقافية و الاجتماعية ينبع من حقيقة مهمة ،و هي الإعلام ليس متغيرا مستقلا نو من ثمة فان أداء دوره ينبع من حقيقة مهمة ، و هي إن الإعلام ليس متغيرا مستقلا ، و من ثمة فان أداء دوره يتحدد إلى حد كبير بالبيئة الاقتصادية و السياسية التي يمارس دوره فيها ، كما يتحدد إلى مدى بعيد بطبيعة و فعالية الدور الذي تقوم به أجهزة الثقافة و التعليم الأخرى ،و يتحدد أخيرا بمضمون الرسالة الإعلامية التي يسعى إلى نقلها ،و مدى صدق هذا المضمون من ناحية و صدق مصدرها من ناحية أخرى.[3]

[3] ـ أماني قنديل،التكامل بين أجهزة الثقافة و التعليم و الإعلام ،وقفة بين الأمل و الواقع ،المستقبل العربي،مركز الدراسات للوحدة العربية،بيروت،1982،ص129

المبحث الثالث :الإذاعة المحلية و الوظيفة التثقيفية.

يقوم الراديو بدور أساسي و حيوي في تثقيف الشعب ،فإذا كانت الثقافة عبارة عن مجموعة من المعلومات و المدركات التي تتناول شتى المعارف الإنسانية ،من علم و فن و ثقافة و أدب بما في ذلك اللغة ،و مجمل الموروثات و التقاليد و العادات و أسلوب الحياة و السلوك العام و القيم المختلفة المتوارثة ، و القيم المستحدثة التي تفرضها متغيرات العصر ،و التحولات لدى الشعب ...فان الراديو قادر على المساهمة في تقديم الثقافة بهذا المفهوم الواسع ، مع التأكيد على القيم الايجابية و نبذ القيم السالبة التي تعوق تقدم الشعب ،و تقلل من سرعة انطلاقه نحو ما هو أفضل ،و القيم السالبة لا يقصد بها جميع القيم المتوارثة القديمة ،فمن بين هذه القيم ما هو ايجابي ،و تقدمي ،و يفوق في تقدمه ما هو قائم في عصرنا الحاضر ،و هناك من القيم السالبة ما هو مستحدث و يضم بعض مجتمعاتنا بالتخلف و الجمود ، أو اللامبالاة و الضعف آو العنف و الشر ،فقد يتصف عصر بثقافة العنف و القهر مثلما كان الحال في أوربا القرن السادس عشر حيث الفتوحات و الاكتشافات الجغرافية ،و قد يتصف عصر آخر بثقافة الجمود و التخلف .

فثقافة الشعب هي مجمل مدركاته، و أفكاره ، و معارفه و معتقداته و أسلوب حياته و نظرته إلى الحياة[1] .

وقبل أن ننظر في انتشار الثقافة من خلال برامج الإذاعة لابد أن نسجل أن الثقافة كمضمون لا يمكن أن تنفصل في سير عن الوعاء الذي يحملها ، والوعاء هنا هو وسيلة الاتصال الإذاعي بالجماهير ،وهي وسيلة تحدد معالم برامجها الثقافية ،من حيث طبيعة الثقافة من ناحية وديمقراطيتها من ناحية ثانية ، وطبيعة الفن الإذاعي وخصائصه من ناحية ثالثة ، بحيث تيسر للجمهور الحصول على الثقافة دون عناء.

فالبرامج الثقافية في الإذاعة تتحمل مسؤولية تطوير الإنتاج الثقافي من ناحية ،وتيسيره للناس من ناحية أخرى ، فتتحقق بذلك الركيزتان اللتان تقف عليهما الثقافة التقدم المستمر في غير تراخ ، وتحقيق الديمقراطية العقلية والوجدانية في المجتمع .

ويستلزم هذا من الإذاعة أن تبحث دائما عن صيغ جديدة مبسطة تقدم فيها البرامج الثقافية ، ويصبح من واجب الفنانين والمثقفين أن يشاركوا الإذاعة في الوصول إلى صيغ ملائمة يقدمون بها ثمرات الفكر وزهرات الفن على أوسع نطاق وفي أرحب دائرة ، دون أن يمس ذلك المستويات ذات القيم الكبرى في الإنتاج الثقافي إلا دفعا لها إلى مزيد من التفوق والإجادة.

فالإذاعة تقدم خدماتها لجميع المواطنين على اختلاف أذواقهم وميولهم وأعمالهم ،وهذا ما فرض عليها أن تنوع برامجها وفقا لأهدافها إلى :برامج الإعلام ،برامج الترويح ،برامج التثقيف ،وقبل التحدث عن هذه البرامج يجب الإشارة إلى أهمية الإذاعة وتفوق أثرها في المجتمع وتكمن هذه العوامل في :

[1]- عبد المجيد شكري،مرجع سبق ذكره ،ص22-23

1 ـ ارتفاع نسبة الأمية ضاعف من أهمية الإذاعة كوسيلة للتثقيف وجعلها تتميز عن غيرها من أجهزة الثقافة الأخرى .

2ـ الاستماع إلى الإذاعة يمثل موقفا من المواقف الاجتماعية إذا ما قورن بقراءة كتاب أو الاطلاع على صحيفة ، فالمستمع يتفاعل مع صوت المتحدث أو المذيع بفضل ما تثيره طريقة الإلقاء أو تنغيم الصوت من معان واستجابات ومشاعر .

3ـ إن التحصيل الثقافي عن طريق الراديو لا يحتاج إلى جهد كبير إذا ما قورن بالقراءة التي تتطلب مجهودا عقليا وعصبيا لا تتطلبه الإذاعة وهذا ما يريد من إقبال الجماهير عليها[2] .

4ـ تعتبر الإذاعة أكثر شمولا من غيرها من وسائل الثقافة العامة لتنوع برامجها وموضوعاتها وطرق أدائها ،مما يقال من جفاف المعلومات ومن حاجة المستمع إلى التركيز العقلي .

5ـ تقابل الإذاعة مختلف الأذواق والميول والحرف بسبب تنوع برامجها وجمعها بين ألوان مختلفة من المعارف الإنسانية ، فوق أنها تستخدم لغة مفهومة للجميع .

وإذا كنا نخلص من كل ما تقدم إلى أن الراديو قد أصبح من أكثر أجهزة الثقافة انتشارا وقوة و إقبالا من الناس ـ فقد بقى علينا أن ننظر في مدى قدرة هذا الجهاز على تثقيف الناس و إعدادهم للحياة الحقة.

و على امتداد تاريخ الثقافة نلاحظ هنا نوعا من التوازن و التعاقب بين القيم الملموسة للغة المرئية التي تسيطر عليها الصورة و كذلك الحال في الإذاعة المسموعة التي تعتمد على اللغة و الصوتيات من ناحية و الناحية الأخرى القيم المجردة للكلمة المكتوبة المعتمدة على التعبير الهجائي و العلامات الرياضية و النوطة الموسيقية ...الخ [3] .

[2] ـ د. سهير جاد،سامية علي احمد،البرامج الثقافية في الراديو و التلفزيون،دار الفجر للنشر و التوزيع،القاهرة،د ط،1999،ص18

[3] ـ د.سهير جاد،سامية علي احمد،مرجع نفسه ،ص19

خاتمـــــة :

إذا كانت الإذاعة من وسائل الإعلام فان ذلك يشير إلى أهميتها التثقيفية ،حيث يمكن أن تصل إلى الجميع بسهولة متخطية حواجز جغرافية فأصبحت الإذاعة هي الوسيلة السهلة التي تبقيهم على علم بما يحدث و الرسالة المذاعة قد تكون أكثر فعالية من الرسائل التي تنقل بالاتصال و يزيد من أهمية الإذاعة و شدة إقبال الإنسان المعاصر عليها أنها تمثل اقل الجهود في تحصيل الثقافة إذا قيست بالقراءة التي تتطلب مجهودا عقليا و عصبيا لا تتطلبه الإذاعة حيث ان غالبية الناس أصبحوا مشغولين و ليس لديهم وقت للتفرغ للقراءة أو المشاهدة ،و الإذاعة المسموعة تقوم بدور أساسي في عملية التنمية الثقافية للمستمعين وإرشادهم و توجيه سلوكهم الاستهلاكي نحو الشراء و التأثير عليهم .

إذاعة مستغانم الجهوية

مستغانم FM

101.1MHZ 107.2MHZ

معكم على الهواء

أرقام الهاتف:

045.21.67.89

045.21.26.10

045.21.27.10

الفاكس:

045.21.51.09

البريد الالكتروني:

www. Radiomostaganem.com

العنوان البريدي:

ص.ب 1014 حي المطمر.

موجات إذاعة مستغانم

100.1FM 107.2FM

تبث برامج إذاعة مستغانم الجهوية عن طريق جهازي بث:

واحد بمدينة مستغانم بقوة 400 واط موجة 107.2 و يغطي 06 بلديات :

بلدية استيدية ـ بلدية مزغران ـ بلدية حاسي ماماش ـ بلدية الصيادة ـ بلدية خير الدين.

و الثاني يتواجد ببلدية سيدي علي بقوة 100 واط و يغطي 03 بلديات :

بلدية سيدي علي ـ بلدية الحجاج ـ بلدية سيدي لخضر.

تحديد الموضوع:

الإشكالية :

شهد العقد الأخير من القرن العشرين و السنوات الأولى من القرن الحادي و العشرين تطورا تكنولوجيا هائلا مس جميع مجالات الحياة خاصة مجال الإعلام و الاتصال الذي مثل ميدانا خصبا للانفجار ألمعلوماتي الهائل الذي له دور كبير في التأثير على مختلف وسائل الإعلام.

كما أصبحت وسائل الإعلام في وقتنا الحاضر من أهم أدوات التأثير و التوجيه والتثقيف و الإعلام و التعليم خاصة في ظل العولمة الاتصالية ؛ و ما تتميز به زخم في البث الإعلامي...وهو ما ساهم في انهيار البعد الزماني و المكاني بين الحضارات و الثقافات و صار العالم قرية كونية صغيرة ؛إن لم نقل بيت صغير؛ و تعد الإذاعة واحدة من ابرز وسائل الإعلام الجماهيري و أكثرها تأثيرا رغم المنافسة الشديدة و المنقطعة النظير التي تفرضها عليها وسائل الإعلام الأخرى فلقد تربعت الإذاعة على عرش وسائل الإعلام الجماهيري باعتبارها الوسيلة الأكثر تأثيرا و الأكثر شعبية و الأكثر انتشارا و تسعى الإذاعة كغيرها من وسائل الإعلام الأخرى إلى تحقيق أهداف مختلفة تعود على الفرد و المجتمع كالتثقيف و التربية و التوعية و مع مرور الوقت و زيادة عدد السكان و تباين عاداتهم ؛ صار من المستحيل على الإذاعة المركزية (الإذاعة الأم) أن تلبي جميع متطلبات و انشغالات جمهورها قامت الجزائر في ظل التعددية السياسية و الإعلامية بإنشاء محطات الإذاعات المحلية في مناطق مختلفة من الوطن .

وقد أولت الإذاعة المحلية أهمية معتبرة من خلال برامجها الإذاعية في نشر الثقافة الاستهلاكية بين مختلف أفراد المجتمع المحلي ؛و لهذا و بناءا على ما سبق فان الدراسة ستتمحور حول موضوع رئيسي و هو الدور الذي تؤديه الإذاعة المحلية في تغيير و نشر السلوك الاستهلاكي لدى الجمهور المحلي .

و عليه يتبادر إلى الذهن **سؤال محوري** ترتكز عليه الدراسة وهو كالتالي:

ـ كيف تساهم الإذاعة المحلية في نشر الثقافة الاستهلاكية؟

و بناءا على ما تقدم يتفرع السؤال المركزي أي دراسة **التساؤلات الفرعية** بغية تحديد موضوع

الدراسة بصفة دقيقة أو تبيان التي سنعالجها و عن تساؤلات دراستنا ما يلي:

ـ ما هو دور الإذاعة المحلية في المجتمع المحلي؟

ـ كيف تساهم الإذاعة المحلية مستغانم في توعية الجمهور ؟

الفرضيات :

- تولي الإذاعة المحلية مستغانم أهمية معتبرة للمواضيع الاجتماعية

- تقدم الإذاعة المحلية مستغانم برامج ثقافية شاملة تتضمن نصائح و توجيهات لمستمعيها.

- تساهم الإذاعة المحلية في تكوين ثقافة استهلاكية لدى الجمهور المحلي.

- تؤدي الإذاعة المحلية مستغانم sدورا هاما في التأثير على تغيير السلوك الاستهلاكي.

دوافع اختيار الموضوع:

بناءا على المعطيات السابقة لابد من إبراز الدوافع الحقيقية الذاتية و الموضوعية التي دفعتنا إلى اختيار هذا الموضوع من غيره و التي تتمحور حول ما يلي :

ا ـ ***الأسباب الذاتية*** :

ـ اهتمامنا بدور الإذاعة في التنمية الاجتماعية و الثقافية .

ـ معرفة كيف تكون الإذاعة المحلية جمهور خاص بها و تؤثر فيه

ـ حداثة ظهور الإذاعات المحلية على مستوى الولايات و أهمية قياس دورها في المجتمع من خلال البحوث العلمية .

ـ الميل لهذا النوع من المواضيع التي تحتوي على البعد الجمالي و الفني .

ـ المحاولة في انجاز دراسة علمية تبقى موضوع إفادة الطلبة مستقبلا.

ب ـ ***الأسباب الموضوعية*** :

ـ مساهمة البرامج الإذاعية بوصفها وسيلة جماهيرية في إيصال الثقافة الاستهلاكية إلى الجمهور.

ـ التعرف على دور الإذاعة في توعية الجمهور المحلي بالثقافة الاستهلاكية .

ـ التعرف على خصائص الجمهور المحلي و مدى تفاعلها مع البرامج الخاصة بالثقافة الاستهلاكية.

أهمية الدراسة :

تعد الإذاعة من أهم وسائل الاتصال الجماهيري بما لها من خصائص و أكثرها نفاذا و تأثيرا في البنية الاجتماعية و الثقافية للمجتمع و الإذاعة المحلية تنطلق في أداء وظائفها من منطلق

محلي يضع في اعتباره السمات الرئيسية للجمهور الذي تخاطبه الوسيلة الإعلامية.

و هذا ما دفعنا في هذه الدراسة هو محاولة معرفة دور الإذاعة المحلية في تجسيدها للواقع من خلال برامجها الإذاعية في نشر سلوكيات مختلفة منها الثقافة الاستهلاكية و تقدم الشبكة البرامجية للإذاعة مجموعة من الحصص و الأركان التي تعتني بتوعية الجمهور بالثقافة الاستهلاكية و من هنا تأتي دراستنا لقياس هذا الدور الذي تمارسه الإذاعة المحلية .

الدراسات السابقة:

إن نمو المعرفة و تشبعها يفرض على الباحث عندما يفكر في القيام بأية دراسة أو بحث؛ الاقتناع بان عمله هذا عبارة عن حلقة متصلة بمحاولات كثيرة ؛ فكل عمل علمي من هذا القبيل لابد وان تكون و قد سبقته جهود أخرى مجسدة في شكل دراسات سابقة ميدانية أو معملية أو مكتبية [1].

إن الدراسات السابقة أو ما يعرف بالتراث أو الإطار المعرفي (الذي يضم إضافة إلى الدراسات السابقة كتابا أو ثقافة عامة أو فنا من الفنون ...الخ) تشكل أساسا صالحا لاهتمامات الباحثين و هم يتخيلون حلولا للمشكلات البحثية المطروحة . [2]

وفي الدراسات السابقة تناول العديد من الباحثين موضوع الإذاعة المحلية و علاقتها بالمجتمع المحلي حيث درس "عبد المجيد شكري" "الإذاعات المحلية لغة العصر"إذ يبرز دور الإذاعة المحلية في توصلها مع أفراد المجتمع المحلي و ما تساهم فيه من تغيرات ثقافية و اجتماعية إضافة إلى "الإعلام المحلي و قضايا المجتمع " إذ يبرز دور الإذاعة في معالجة القضايا الاجتماعية و كيف تساهم في التنمية ؛حيث درس آخرون الإعلام و التطور الذي أدى إلى توعية المجتمعات و إمكانية التواصل بينهم و إسماع كلمتهم و هذا ما جعل الكثير من الباحثين الاجتماعيين بالجزائر يتناولون دور الإذاعة المحلية في تواصلها مع الآخرين .

[1] ـ إبراهيم التوهامي و آخرون ،الدراسات السابقة في البحث العلمي ،منشورات جامعة منتوري ،قسنطينة ،1999،ص103.

[2] ـ صلاح مصطفى الفوال ،مناهج البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ،مكتبة غريب،1983،ص66.

منهج الدراسة:

يعد اختيار الباحث للمنهج المناسب لدراسته موضوع بحثه خطوة أساسية و ضرورية يلجا إليها لتحديد أساليب و أدوات البحث و جمع المعلومات و الطريقة المثلى التي يتعامل بها موضوع الدراسة بالوصف و التحليل للوصول إلى نتائج مضبوطة حيث يعطي الاختيار الدقيق للمنهج مصداقية لتحليل النتائج المتوصل إليها [1].

فالمنهج هو الطريق الذي يجب أن نستهلكه للوصول إلى الحقيقة العلمية ،كما انه هو الطريقة المتبعة للإجابة عن الأسئلة التي تثيرها إشكالية الدراسة [2].

كما أن اختياره لا يأتي صدفة أو ميل أو رغبة الباحث لمنهج دون أخر ، بل إن موضوع الدراسة وأهدافها هما اللذان يفرضان نوع المنهج المناسب ،وهذا الاختيار الدقيق الذي يعطي مصداقية وموضوعية أكثر من النتائج المتوصل إليها .

وبما أن دراستنا تتناول دور الإذاعة المحلية فالمنهج الملائم لها هو المنهج الوصفي الشائع في بحوث الإعلام والاتصال ،لان هذا النوع من المناهج يرتبط بواقع الإحداث والآراء وتحليلها وتفسيرها بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة أما لتصحيح هذا الواقع أو تحديثه أو استكماله ويعرف المنهج الوصفي بان دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث [3].

كما أن المنهج الوصفي تنطبق تماما مع أهداف دراستنا والمتمثلة في التعرف على الإذاعة المحلية ودورها داخل المجتمع من خلال برامجها ،وهذا عن طريق جمع المعلومات والبيانات وتحليلها وتفسيرها مما أتاح تقديم صورة دقيقة وموضوعية في الدراسة ،وقد تم توظيف المسح بالعينة الذي يعتبر من أهم الطرق المعتمدة عليها في المنهج الوصفي الذي يكون فيها المجتمع الأصلي كبيرا جدا مما يصعب على الباحث أن يتصل بكافة الأفراد .

فمنهج المسح يقوم أما على مسح كل الوحدات المكونة لجمع البحث وهو بذلك مسح شامل أو على مسح جزئي أي عينة ممثلة من مجتمع البحث والذي يسمى مسح العينة [4].

[1]- موريس أنجرس،منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية،ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون،دار القصبة،الجزائر،ط2،2006،ص57

[2]- خالد حامد،منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية و الإنسانية،جسور للنشر و التوزيع،الجزائر،ط1،2008،ص24.

[3]- ربحي مصطفى عليان،عثمان محمد غنيم،أساليب البحث العلمي:الأسس النظرية والتطبيق العلمي،دار صفاء للنشر و التوزيع،ط2،2008،ص52.

[4]- احمد بن مرسلي ،مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال،ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر،ط2،2005،ص286

أداة البحث :

يستعين كل باحث بأدوات بحث مساعدة لكي يحصل على معلومات لها صلة ببحثه و لإجراء هذه الدراسة تم الاعتماد على **أداة المقابلة** والتي يعرفها احمد بن مرسلي بأنها :"أداة من أدوات البحث العلمي و يستخدمها الباحث في جمعه للمعلومات و البيانات."[1]

و يعرفها كذلك موريس أنجرس بأنها :"تقنية مباشرة تستعمل من اجل مساءلة الأفراد و اكتشاف الأسباب المشتركة لسلوكه من خلال خصوصية كل حالة " [2]
إضافة إلى أن المقابلة تتيح للباحث أن يزيل أي لبس أو غموض فيما يتعلق بالبيان فالمطلوب من الواقع ما يدلي به المبحوث".

عينة الدراسة :

مجتمع البحث هو" مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى و التي يجري عليها البحث أو التقصي [3]

و بما أن الدراسة تهدف إلى معرفة دور الإذاعة المحلية في نشر الثقافة الاستهلاكية لدى الجمهور فان مجتمع بحثنا تمثل في إذاعة الظهرة بمستغانم .

و العينة حسب تعريف "عمار بوحوش"هي جزء من مجتمع البحث بمعنى ان تكون وجهات نظر العينة متشابهة لوجهات نظر المجتمع الأصلي[4]
و اعتمدنا في هذه الدراسة على العينة القصدية عن طريق الشامل لكل الصحفيين العاملين بإذاعة مستغانم و تعرف العينة القصدية بأنها" التقنية التي تستخدم في حال معرفة الباحث للمعالم الإحصائية للمجتمع و خصائصه لأنها تتكون من مفردات تمثل المجتمع الأصلي تمثيلا جيدا [5]

وقد اختير هذا النوع من العينة لكوننا نعلم بالمعالم الإحصائية لهذه العينة و خصائصها و كذلك للقرب المكاني .

و تمثل العينة في إذاعة مستغانم ستة مبحوثين باختلاف وظائفهم.

[1] ـ احمد بن مرسلي،مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال،الجزائر،ديوان المطبوعات الجامعية،ط2،2005،ص219.
[2] ـ موريس أنجرس،منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية،ترجمة:بوزيد صحراوي و آخرون،الجزائر ،دار القصبة،ط2،ص197
[3] ـ موريس أنجرس،مرجع سبق ذكره ،ص62
[4] ـ عمار بوحوش،مناهج البحث العلمي و طرق إعداد البحوث،الجزائر،ديوان المطبوعات الجامعية،ط1،1995،ص45
[5] ـ خضير شعبان،مصطلحات في الإعلام و الاتصال ،الجزائر ،دار اللسان العربي،ط20021 ،ص76

تحديد المصطلحات :

1- دور:

لغة : يعرف الدور "بأنه الحركة أي الفعل و العمل[1] " ؛و نلاحظ من خلال هذا التعريف إن الدور مرتبط بالقدرة على الحركة و النشاط.
و حسب معجم (wouburg blooh) فان كلمة الدور مشتقة من العبارة اللاتينية (rotuias)التي تعني من جهة ورقة مطوية تحمل مكتوب ؛ومن جهة ثانية ما يجب أن يستظهره ممثل المسرحية ؛و ابتدءا من القرن 11م بدا استعمال مفهوم الدور بمعنى وظيفة اجتماعية آو مهنية[2]

اصطلاحا: إن هناك العديد من الأبحاث التي تناولت مفهوم الدور و توصل العدد من العلماء إلى إعطاء تعار يف متباينة كل حسب تخصصه و اتجاهاته العلمية و فيما يلي نورد بعض التعاريف التي تناولت مفهوم الدور:

أ**ـ تعريفLINTON** :هو مجموعة من النماذج الاجتماعية المرتبطة بمكانة معينة ؛و يحتوي على مواقف و سلوكيات محددة من طرف المجتمع لكل فرد يشغل هذه المكانة .

ب ـ تعريف MORENO:يمثل الدور تجربة خارجية بين الأفراد تفرض عدة ممثلين على المستوى التفاعلي ؛ فالدور هو تصرف مزدوج ؛فهو منبه وفي نفس الوقت استجابة ؛و بذلك يحدد تصرفين متتابعين لدى الأفراد ؛إذ أن إدراك الدور يعني تعيين المنبه و الإجابة عليه[3]
ج ـ و يعرف على انه :"أنماط سلوكية تكون وحدة ذات معنى ؛و تبدو ملائمة لشخص يشغل مكانة معينة في المجتمع ؛أو يشغل مركزا محددا في علاقات شخصية متبادلة مثلا:قائد[4]
هـ ـ و هناك تعريف آخر للدور مفاده بأنه: "السلوك المتوقع من شاغل أو لاعب المركز الاجتماعي ؛و المركز الاجتماعي هو العلامة أو الإشارة التي تحدد طبيعة الدور الاجتماعي مما يدل على أن هناك علاقة وثيقة بين الدور الاجتماعي و المركز الاجتماعي[5]

ـ و يعرف الدور بأنه :"وظيفة الفرد في الجماعة أو الدور الذي يلعبه الفرد في جماعته أو الموقف الاجتماعي " .

التعريف الإجرائي للدور:هو الوظيفة التي تؤديها الإذاعة المحلية "إذاعة مستغانم" "FM"من خلال برامجها الثقافية الموجهة الى الجمهور المحلي وهو المقصود بالدور في مذكرتنا.

---

[1]ـ فؤاد أقوام البستاني ،منجد الطلاب ،دار الشروق ،بيروت ،دط ،ص211.
[2]ـ حورية بن عياش ،صراع الأدوار لدى المرأة الجزائرية،رسالة ماجيستر ،جامعة الجزائر،1994،ص18

[3]ـ حورية بن عياش ،مرجع سبق ذكره،ص18
[4]ـ نبيل صادق،طريق تنظيم المجتمع في الخدمة الاجتماعية ،القاهرة ،دار الثقافة،دط،1983،ص367 .
[5] ـ إحسان محمد الحسن ،موسوعة علم الاجتماع ،الدار العربية للموسوعات ،بيروت،ط1،1999.

2 ـ الإذاعة المحلية:

تعريف الإذاعة :

أ ـ **لغويا**: الاسم الذي اختاره اللغويون للراديو...هو" المذياع" و المذياع في اللغة هو الرجل أو الشخص الذي لا يستطيع أن يكتم السر و يعمل على نشره و إذاعته [1]

والأصل اللغوي بكلمة "إذاعة "إشاعة بمعنى النشر العام.

و الذيوع و ما يقال و العرب يصفون الرجل المفشي للأسرار بالرجل المذياع [2].

و قبل تحديد مفهوم الإذاعة المحلية يجدر بنا تحديد معنى المحلية و يعرفها المعجم العربي كالأتي:المحلية مأخوذة من المحلي وهو ذلك المكان الذي يحل أي ثابت.[3]

ب ـ **اصطلاحا**:هو وسيلة إعلام و اتصال جماهيرية مرتبطة أساسا بمجتمع خاص له ارتباطاته و اهتماماته المختلفة و له تقاليده و قيمه المشتركة.

والإذاعة المحلية جهاز إعلامي يخدم مجتمعا محليا بمعنى أنها تبث برامجها مخاطبة مجتمعا خاصا،محدود العدد يعيش فوق ارض محدودة المساحة ،ولعل أول الملاحظات التي تتعلق بمفهوم الإعلام المحلي و هو وجود نوع من الارتباك أو اللبس الذي غالبا ما يصاحبه سواء كان ناتجا عن السياق الذي يأتي فيه أم كان نتيجة ارتباطه بمفهوم أخر هو الإعلام الإقليمي. [4]

ـ الإذاعة المحلية هي التي تحاول توصيل كل ما هو محلي للمستمع من تراث و سياسة و المشاكل الاجتماعية و الاقتصادية و الأخبار و المعلومات ،بمعنى العمل الموجز الذي تقوم به هو المركزية بطريقة معمقة[5].

ج ـ **إجرائيا:**هي الوسيلة الإعلامية التي تعتمد على إنتاج المواد السمعية ونقلها للجماهير بما يحقق وظائف الاتصال .

---

[1] ـ عبد المجيد شكري،الإذاعة المدرسية في ضوء تكنولوجيا التعليم،نظرة مستقبلية للقرن 21 ،دار الفكر العربي ،القاهرة ،2000،ص24

[2] ـ القاموس المجاني للطلاب ،"عربي عربي"،منشورات دار المجاني بيروت ،ط1،1995،ص366.

[3] ـ عبد الله مسلمي،الراديو و التلفزيون في تنمية المجتمع المحلي ،دار الفكر العربي للنشر و التوزيع ،القاهرة،ب ط ،1996،ص190

[4] ـ علي عجوة ،الإعلام و قضايا التنمية،عالم الكتب للنشر و التوزيع ،مصر،ط1،2005،ص212

[5] ـ علي عجوة ،مرجع سبق ذكره،ص214

3- الثقافة الاستهلاكية :يرتبط مفهومها بمجموعة من المفهومات مثل مفهوم النزعة الاستهلاكية "consumérisme" والتي تعني تحول معاني ورموز الاستهلاك إلى هدف في حد ذاته.ومن هذه المفاهيم أيضا الذي يشير أنماط محددة وواعية من التفضيلات تميز السلوك الاستهلاكي وتضفي عليه طابعا أسلوبيا متميزا.ومن هذه المفاهيم"رموز الاستهلاك"الذي يشير إلى تحول الاستهلاك إلى لغة أشبه بلغة الحياة اليومية يخاطب بها الأفراد بعضهم بعضا ويكونون من خلالها رصيدا رمزيا يحدد مكانة الأفراد ونطاق تفاعلهم . ومن هذه المفاهيم أيضا "مفهوم استهلاك الصور image of consomption حيث يرتبط استهلاك سلعة معينة بصورة تلتصق بهذه السلعة من خلال أسلوب العرض أو الإعلان عن هذه السلعة [1]

4 ـ المجتمع المحلي :

أ ـ المحلي ـ المحلية : هما من المصطلحات المختلف عليها ؛ فكثيرا ما نتناول المصطلح تناولا يختلف من معنى إلى أخر حسب الإطار الذي نضعه فيه ؛فعندما نقول أخبار محلية فنحن نعني الأخبار الخاصة الداخلية مقابل الأخبار العالمية والدولية ؛وقد نعني في الوقت نفسه الأخبار المتعلقة بمجتمع محلي أو إقليم من أقاليم الدولة ؛ وعندما نقول صناعة محلية فإننا نعني أساسا إن الصناعة صناعة وطنية وليست أجنبية وقد نعني صناعة داخل مجتمع محلي ؛ وهكذا تتعدد استخدامات المصطلح الذي يعني كل ما يتعلق بالوطن ككل ؛ وينفي عنه صفة الأجنبية أو ما يتعلق بمجتمع محلي اصغر أو إقليم محدد .

فالمحلي بالمعنى الضيق يعني جزءا من إقليم كمنطقة حضرية أو مدينة وبالتحديد مجتمع محلي معين .... ومن ثم نستبعد إن نعني بالمحلي ينطبق على الدولة ككل[2].

ب ـ المجتمع المحلي : هو عبارة عن مجتمع محدود العدد؛فوق ارض محدودة المساحة ،يؤدي معظم أفراده نشاطا اقتصاديا محدد، وقد يكون النشاط الرئيسي الذي يمارسه أفراد المجتمع نشاطا زراعيا ، فيكون المجتمع زراعيا، وقد يكون النشاط الرئيسي تجاريا، فيصبح المجتمع تجاريا، وقد يكون النشاط حرفيا مثل صيد الأسماك، فينسب المجتمع إلى الحرفة التي يمارسها معظم أفراد المجتمع كحرفة رئيسية[3].

وهناك تعريف أخر للمجتمع المحلي أكثر تحديدا ودقة وهو يرى بان:

" المجتمع المحلي "société local " مجموعة من الناس تقيم منطقة جغرافية محددة ويشتركون معا في الأنشطة السياسية والاقتصادية، ويكوّنون فيما بينهم وحدة اجتماعية ذات حكم ذاتي، تسودها قيم عامة ويشعرون بالانتماء نحوها مثل المدينة الصغيرة أو القرية [4].

---

[1]- محمد سعيد عبدالمجيد،التيليفون المحمول و ثقافة الاستهلاك في المجتمع المصري،دار و مكتبة الإسراء للطبع و النشر و التوزيع،ط1،2006،ص23.

[2]- طارق سيد احمد ،الإعلام المحلي و قضايا المجتمع،دار الفكر الجامعية الازاريطة،2004،ص71-72

[3]- عبد المجيد شكري،الإذاعات المحلية لغة العصر المركز الجامعي للطباعة الالكترونية،دار الفكر العربي ، القاهرة،1987، ص12

[4]- فاروق مداس،قاموس مصطلحات علم الاجتماع،دار مدني للطباعة و النشر و التوزيع،الجزائر،2003،ص231

مجالات الدراسة :

المجال الجغرافي:أجريت هذه الدراسة في مدينة مستغانم الواقعة بالغرب الجزائري بالضبط في الإذاعة المحلية .

المجال الزمني:وقع اختيارنا للموضوع بداية من شهر أكتوبر2014 ؛ثم توجهنا نحو البناء المنهجي للدراسة بعد القراءة و الاحتكاك بعدد لا باس به من المصادر و الكتب الورقية ؛و تم الانتهاء من الجانب المنهجي في بداية شهر جانفي 2015 .

ثم الشروع في أواسط شهر جانفي 2015 في الجانب النظري بعد جمع اكبر عدد ممكن من المصادر و المراجع حول الموضوع المراد تناوله .

ثم توقفت الدراسة بسبب شروع الطالبتين في امتحانات السداسي الأول ؛لنستأنف فيما بعد؛ليتم الانتهاء من الجزء النظري في شهر مارس 2015 .

بعد العطلة مباشرة شرعت الطالبتين المقابلات في شهر بداية ماي ليتم في أواسط شهر ماي الشروع في الجانب التطبيقي و الذي استمر إلى غاية أواخر شهر ماي 2015.

صعوبات البحث:

بدون شك إن أي جهد و بحث علمي يعترض صاحبه صعوبات في انجازه،حتى وان اختلفت من واحد إلى
آخر ،ومن بين الصعوبات التي صادفتنا طوال فترة قيامنا بهذا البحث نخلصها فيما يلي :

- قلة المراجع المتعلقة بموضوع البحث في جامعة خروبة .
- صعوبة في إجراء المقابلات بالإذاعة بصفة عادية بسبب انشغالات الصحفيين و الضغوطات التي كانت
تمارس و الانقطاع المتواصل و المتكرر أثناء استجوابهم مما أدى إلى استغراق وقت و جهد كبير منا .

تمهيـــد:

تعتبر الإذاعة المحلية جهاز إعلامي هام دعت الحاجة إلى ظهورها في كل منطقة من القطر الجزائري خدمة للمجتمع المحلي.

وما لفت انتباهنا أن إذاعة الظهرة هي إحدى الإذاعات المحلية ،التي تمثل عامل جوهري و أساسي لخدمة الأفراد و سماع صوتهم من خلال الاهتمام بآرائهم و انشغالاتهم و تلبية حاجات و رغبات أفراد المجتمع المحلي من خلال ما تقدمه من برامج مختلفة في كل مجالات الحياة .

بطاقة فنية عن إذاعة مستغانم:

سنتناول في هذا المبحث بطاقة فنية حول إذاعة مستغانم المحلية،من حيث تأسيسها و موقعها الجغرافي و ظروف نشأتها بالمنطقة.

لقد فتحت التجربة الديمقراطية و التعددية السياسية في الجزائر أفاقا جديدة وفرت مناخا ملائما للاهتمام بالجمهور العريض و التقرب منه،وهذا ما سمح بإنشاء إذاعات محلية عبر كامل التراب الوطني باعتبارها وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري و الأكثر تأثيرا على الجمهور ووسيلة سهلة وفعالة لنقل انشغالات و أراء المواطنين ،لكن تأثير و مصداقية هذه الإذاعات مرهون بكفاءة من يسهرون على هذه المحطات و نوعية العمل المقدم انطلاقا من مميزات الجمهور المتنوع وإذاعة مستغانم هي عينة من هذه الإذاعات المنتشرة عبر التراب الوطني فلقد ظهرت هذه الإذاعة نتيجة لعوامل و ظروف جيو إستراتيجية في منطقة تتميز بعدة خصائص من الناحية الجغرافية و البشرية و الثقافية ،وما سنقوم به هو التقديم الفني لإذاعة مستغانم FM.

النشأة و الموقع :

تأخذ إذاعة مستغانم موقعا استراتيجيا مميزا بحيث أنها تقع في عاصمة الظهرة مستغانم يقع مقر الإذاعة بمنطقة سكنية شعبية في موقع مرتفع في حي المطمر وسط مدينة مستغانم.

التأسيس:

تعتبر إذاعة مستغانم المحلية رقم 34 على المستوى الوطني من مجموع 38 إذاعة محلية في هذه السنة، إلى 05 ماي2008 بتدشين إذاعة عين الدفلى المحلية فبعد إعادة هيكلة الإذاعة و التلفزيون الجزائري و أصبحت الإذاعة الجزائرية مؤسسة مستقلة بذاتها و منه أصبحت المحطات الإذاعية في تنامي مستمر.

تأسست إذاعة مستغانم المحلية في 10 فيفري2004 من طرف فخامة رئيس الجمهورية بحضور السلطات المحلية ضمن الثمانية إذاعات محلية التي تم افتتاحها و من خلال ثلاث سنوات الأخيرة بعد أنس كانت مجرد مشروع لعدة سنوات.

دراسة ميدانية

تحليل المقابلات :

المحور الأول :الإذاعة و دورها في المجتمع

ـ اتجهنا في معالجتنا للموضوع إلى إذاعة مستغانم "الظهرة "كمصدر أساسي للمعلومات باعتبارها وسيلة إعلامية متاحة لدى الجميع .

معظم البرامج التي تقوم ببثها تصب في خدمة المجتمع وكل ما يتعلق بالولاية التي تحتويها.

أما فيما يخص الأجوبة الخاصة بالمحور الأول هي:

يعرف المبحوث رقم **1** :أن الإذاعة هي فاعل اجتماعي و معنى ذلك أنها مؤسسة اجتماعية إستراتيجية ضمن ما يسمى بالمجتمع المحلي ،وهي عبارة عن برامج بحد بذاتها،حيث يضيف مبحوث آخر رقم **6** "الإذاعة تعتبر وسيط تعالج القضايا المحلية التي تواجه المواطن "

طبيعة الخدمات التي تقوم بها

إعلامية،اجتماعية،اقتصادية،تثقيفية،ترويجية،تعليمية،وترفيهية...الخ

كما يصرح المبحوث رقم **2** حول الخدمات المقدمة وذلك من خلال شبكة برامجية خاصة بكل موسم وهي تنقسم إلى ثلاث :شبكة عادية،صيفية و رمضانية،والتي تحتوي على أركان و برامج صباحية و مسائية متنوعة ومن بين هذه الخدمات حق المواطن في الإعلام أي انه يعلم بكل ما يخص الولاية من مشاريع على جميع الأصعدة كقطاع النقل مثلا مشروع ترامواي، فيما يؤكد المبحوث رقم **3** "أن الإذاعة تقدم خدمة توعوية أي تحسيس مختلف فئات الجمهور (نساء،رجال ،شباب،أطفال)كما لها خدمات اجتماعية من خلال التقرب من المواطن ونقل انشغالاتهم باعتبارها الصوت الأقرب إليه و همزة وصل بينه و بين المسؤولين كحصة "صور

من المجتمع" كل مرة تسلط الضوء على ظاهرة معينة كما تقدم أيضا خدمات التضامن للفئات الهشة وتقديم أرقام خضراء للمواطنين للاستفادة من هذه الخدمات ".

المبحوث رقم **4** يجيب عن سؤال كيف تساهم الإذاعة المحلية في توعية الجمهور وهذا عن طريق استعمال لغة اقرب منها إلى اللغة الشعبية كما أنها تعتمد على طريقة التقديم و الذكاء للمذيع حتى يوصل الرسالة ،و حسب قول المبحوث رقم **2** حول نفس السؤال "أنها تساهم من خلال حصص و أركان و بث ومضات اشهارية تحسيسية .

استنتاج المحور الأول:

لقد ركز المحور الأول ومن خلال أسئلته حول دور الإذاعة المحلية في المجتمع و قد اعتمدناه كمحور تمهيدي لجس نبض المؤسسات الإعلامية الجهوية باعتبارها وسيلة اتصال خدماتية بصفة أساسية بصفة أساسية دون إغفال الجوانب الأخرى .

من خلال أجوبة المبحوثين لمسنا إن المؤسسة الإذاعية المحلية تعتبر وسيط تعالج القضايا المحلية و جاءت كضرورة ملحة لإثراء المنطقة ،فالجمهور المحلي المستغانمي متنوع الانشغالات و الطموحات لما تمتاز به ولاية مستغانم كولاية فنية لها مؤهلات اقتصادية و سياحية و تنوع ثقافي في مختلف الطباعات تجسده تلك التظاهرات و المهرجانات التي تقام كل صائفة .

ـ أما عن دور الإذاعة المحلية و هو السؤال الذي اخذ الجميع إلى التأكيد عليه أنها خدماتية بالدرجة الأولى تمس عديد المجالات من اجل رضا الجمهور تلبية لرغباته و حاجاته هذا على المستوى المحلي خاصة و المجتمع بصفة عامة .

و عليه تبقى الإذاعة المحلية مستغانم المنبر الأول للمواطنين للتعبير عن أرائهم و إبداعاتهم و طموحاتهم في مختلف الميادين.

المحور الثاني:الإذاعة المحلية و دورها في نشر الثقافة الاستهلاكية لدى الجمهور

أما بالنسبة للسؤال الأول الخاص بالمحور الثاني فقد تبينت الإجابة على النحو التالي فالمبحث رقم **1** يجيب على السؤال :"يجب علينا أولا ضبط مصطلح الاستهلاك و أن يعرف الجمهور الكيفية الصحيحة للاستهلاك من خلال برامج مخصصة للتوعية الاستهلاكية كركن "رد بالك"

كما يصرح المبحوث رقم **4** " إن الإذاعة تخصص برامج أسبوعية و أركان يومية و حتى ومضات اشهارية كحملة تشجيع المنتوج الجزائري" .

أما الإجابة عن السؤال الثاني من نفس المحور صرح المبحوث رقم **5** "نعم الإذاعة تولي اهتمام كبير لبرامج الثقافة الاستهلاكية ضمن شبكتها البرامجية حيث تدرج فيها فقرات خاصة بثقافة المستهلك"كما يؤكد المبحوث رقم **6** " إن الإذاعة تقدم برامج كل مرة يجيبوا موضوع معين تدرسو و يناقشوه بالتنسيق مع غرفة التجارة كاقتناء شهادة الضمان الخاصة بهذا المنتوج إلي شراه كيما أجهزة التبريد في حالة ما إذا خسرلو الجهاز وكانت عندو هذه الشهادة يقدر هنا يرجع دراهمو هنا الإذاعة راهي توعي في المستهلك بهذا السلوك إلي بزاف ناس ما يعرفوش وهذا كلو من اجل حماية المستهلك"

المبحوث رقم **3** يجيب عن السؤال الثالث :"وكما سبق ذكرنا إن الإذاعة تخصص حصص و أركان و ومضات اشهارية تعنى بالثقافة الاستهلاكية حيث خصصت إذاعة مستغانم حصة أسبوعية بعنوان **ثقافة المستهلك** وهي حصة إخبارية اجتماعية تثقيفية قسم الإنتاج هو المختص تدوم 52 دقيقة من11:00الى 00 :12تبث يوم الأحد نسعى من خلالها إلى توجيه المستهلك لاقتناء أجود المنتجات و الإقلاع عن بعض السلوكيات الاستهلاكية السلبية التي اعتاد عليها المستهلك و تلفت له بعض الأخطار الصحية الناجمة العادات السيئة كشراء المواد الغذائية من أرصفة الطرقات و الأماكن المعرضة للشمس خاصة في فصل الصيف فهذه المنتوجات تكون أكثر عرضة للتلف مما تسبب تسممات غذائية،كما يؤكد المبحوث رقم **6** أن

الإذاعة تخصص و ليس بالشكل المعتبر وقت كافي لهذه الحصص أي ما يقدر بنسبة **20%** وهذا ما يستدعي بث برامج يومية و ليس أسبوعية.

استنتاج المحور الثاني:

من خلال أسئلة المحور الثاني التي تمحورت حول الإذاعة و دورها في نشر الثقافة الاستهلاكية فقد اجمع المبحوثين على أنها تخصص برامج وأركان و حتى ومضات اشهارية تبث من حين إلى آخر .

كما أفاد المبحوثين في إجابتهم على ضرورة تبني ثقافة استهلاكية تليق بالمستمع عن طريق الإذاعة المحلية "مستغانم".

استنتجنا أن للإذاعة دور فعال وهام من خلال برامجها التي ساهمت في تغيير السلوك الاستهلاكي و هذا عن طريق تزويده بالمعلومات التي تخدم المستهلك في حياته اليومية.

بالرغم من المجهودات التي تقوم بها الإذاعة المحلية "مستغانم" حيال جمهورها تبقى تعاني من نقائص في هذا المجال باعتبارها المنبر الإعلامي الأقرب للجمهور.

المحور الثالث :الإذاعة المحلية و الرسالة الإعلامية.

فيما يخص السؤال رقم **1** من هذا المحور فقد أجاب المبحوث رقم **2** "مواضيع ثقافة المستهلك تعتمد على الآنية و يتم اختيار الموضوع حسب الموسم مثلا عند الدخول المدرسي نتكلم عن اقتناء اللوازم المدرسية هناك بعض اللوازم سامة نحذر المستهلك من اقتنائها،ولما يسمع المستمع يعرف بلي هذا الموضوع راه في وقتو "في حين أكد المبحوث رقم **5** "مواضيع ثقافة المستهلك تتم معالجتها عن طريق استضافة أخصائيين و ضيوف في الحصة إضافة إلى ممثلين عن مديرية التجارة و بعض الجمعيات الناشطة في مجال حماية المستهلك" كما أضاف المبحوث رقم **1**"أن المعالجة تتم من خلال إعداد ربورتاج مع الجمهور المحلي يبث في بداية الحصة حتى يكون المستمع على دراية بالموضوع كما يتم إعداد أسئلة من قبل معد البرنامج "

وجاءت الإجابة عن السؤال رقم **2** لهذا المحور من قبل المبحوث رقم **4** "للإذاعة تأثير كبير على المدى القصير و المتوسط و الطويل كاين ألي دروك يسمعنا يبدل السلوك انتاعو " و أفاد مبحوث رقم **3**"أن الإذاعة المحلية تساهم بشكل كبير بنسبة **70%** من خلال تفاعل الجمهور مع هذه البرامج"

وأخر سؤال كانت إجابته على النحو التالي أن الجمهور المحلي فعلا يتفاعل مع هذه برامج التوعية لأنها توجهه و ترشده فالمستمع هنا يتفاعل عن الاتصال و مشاركته في البرنامج و هذا ما أكده جميع المبحوثين تقريبا فالمبحوث رقم **2** يصرح"أكيد صاحب البرنامج يعرف كيف يجلب الجمهور تخاطبو بلغتو و الدخول من عدة أبواب لتوصيل الرسالة و استعمال عدة طرق لتوصيل الفكرة "أما عن المبحوث رقم **5** "يتفاعل الجمهور لانه برنامج تفاعلي و فتح الخطوط للمشاركة"فيما يؤكد المبحوث رقم **6** "يتفاعل الجمهور من خلال البريد الالكتروني و البريد العادي و الاتصال المباشر بالبرنامج".

استنتاج المحور الثالث:

يعد المحور الثالث نقطة ارتكاز الدراسة ككل و قد حاولنا فيه توظيف إشكالية الدراسة بصيغ مختلفة ساعدنا على جمع اكبر قدر ممكن من المعطيات التي تفيدنا في عملية التحليل للوصول إلى نتائج موضوعية تصب مباشرة في الموضوع.

ومن خلال عملية التحليل و تبعا لأجوبة المبحوثين استنتجنا أن إذاعة مستغانم المحلية تلعب دور كبير في نشر الثقافة الاستهلاكية عبر برامجها وتغطية النقص المتواجد في الجمهور.

يفيد معظم المبحوثين أن الإذاعة المحلية ساهمت بشكل فعال في توعية وتحسيس الجمهور المحلي في تبيان العادات الاستهلاكية الصحيحة و السليمة و توجيهه وذلك حفاظا عليه.

كما يؤكد جل المبحوثين تجاوب الجمهور المحلي مع هذه البرامج التثقيفية من خلال مشاركته المكثفة أثناء بث البرنامج للاستفسار و الاستفادة من النصائح و التوجيهات المقدمة من قبل الأخصائيين باعتبار أن الإذاعة المحلية انسب وسيلة اتصال للجمهور المحلي و التي لها جمهور عريض جدا يلتقط برامجها باعتناء و وفاء و هذا بغرس هذه الثقافة في الأسرة لأنها تعتبر نواة المجتمع و بالتالي تنمي هذه الثقافة شيئا فشيئا.

خلاصة عامة:

من خلال دراستنا و بحثنا الذي قمنا بإجرائه في إذاعة مستغانم الظهرة توصلنا إلى أهمية هذه المؤسسة الإعلامية باعتبارها الأقرب من المجتمع بكل فئاته فهي بمثابة وسيط بين كل الأطراف الحاكم و المحكوم و طرح كل الانشغالات و دراسة الظواهر الآنية في المجتمع ،كما إن للإذاعة دور أخر تقوم به عبر برامجها و هو تثقيف الجمهور وتزويده بالمعلومات في شتى المجالات و نذكر من بينها البرامج التي تعنى بالصحة و الاستهلاك و الإرشاد و غيرها من البرامج التي تمس كل جوانب الحياة اليومية للمستمع.

أما فيما يخص دراستنا لموضوع الثقافة الاستهلاكية عبر الإذاعة المحلية بمستغانم **الظهرة** نجد إن هذه الأخيرة لعبت دور لا يستهان به وذلك لما طرا عنه من نتائج ظهر تجليها في تفاعل الجمهور مع البرنامج الأسبوعي ثقافة المستهلك حيث ساهم في إقلاع العديد من السلوكيات السلبية و تعويضها بسلوكيات استهلاكية سليمة وهذا حفاظا على الجمهور.

الجانب التطبيقي

الجانب النظري

خاتمة عامة