

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم



كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الانسانية

شعبة علوم الاعلام و الاتصال

تخصص: وسائل الاعلام و المجتمع

مذكرة تخرج لليل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال

أثر التكنو لوجيا الحديثة للاتصال على جمهور الاذاعة

مقاربة في الاستخدامات والإشباعات
- دراسة مسحية تحليلية لشباب مدينة وادي رهيو-

تحت إشراف الأستاذ:

د/ عبد الله ثاني محمد نذير

إعداد الطالبة:

عبد المولى فاطمة

الموسم الجامعي: 2014 - 2015

الفهرس

الصفحة	المحتويات
	شكر
	الاهداء
	الفهرس
أ	مقدمة
	الجانب المنهجي
04	تحديد الموضوع
04	تحديد الدراسات السابقة
07	طرح الاشكالية
	تحديد المصطلحات 09
	تحديد منهج البحث 12
	تحديد الأداة المستعملة 12
	تحديد مجتمع البحث 12
	تحديد العينة 12
	صعوبات البحث 13
	أهمية الدراسة 13
	أهداف الدراسة 12
14	أسباب اختيار الموضوع

الجانب النظري :

الفصل الأول : تكنولوجيا الاتصال الحديثة

تمهيد

المبحث الأول : مفهوم تكنولوجيا الاتصال الحديثة و نشأتها 17

المبحث الثاني : وظائف تكنولوجيا الاتصال وخصائصها 20

المبحث الثالث : وسائل الاتصال الحديثة 24

خلاصة

الفصل الثاني : بحوث نظرية الاستخدامات و الإشباعات

تمهيد

المبحث الأول : مفهوم و اصول النظرية لبحوث الاستخدامات و الإشباعات 35

المبحث الثاني : فروض نظرية الاستخدامات و الإشباعات 37

المبحث الثالث : الاستخدامات و الإشباعات المحققة من وسائل الإعلام 42

خلاصة

الفصل الثالث : الإذاعة و الاستماع

تمهيد

المبحث الأول: تعريف الإذاعة و نشأتها 49

المبحث الثاني : وظائف الإذاعة وأهميتها 51

المبحث الثالث :الاستماع و مقوماته 54

خلاصة

الجانب التطبيقي :

	61	الدراسة الاستطلاعية
63		الجداول البسيطة والجداول المركبة
	126	نتائج الدراسة
		خاتمة
		قائمة المراجع
		الملاحق

كلمة شكر

بسم الله الرحمن الرحيم

" ربي اوزعني ان اشكر نعمتك عليا وعلى والديا وان اعلم صالحا
ترضاه"

الحمد لله كثيرا مباركا و الشكر له اولا على نعمه الظاهرة والباطنة
وصلى الله وسلم على سيد الخلق اجمعين محمد المبعوث رحمة للعالمين
استاذي الفاضل " عبد الله ثاني محمد نذير " كل شكري وامتناني لك على
رحابة صدرك و صبرك علي ،الشكر موصول الى كل من قدم لي يد
المساعدة علميا ومعنويا خاصة اخواتي كريمة، مهديّة، هوارية .
واخوتي الحبيب، عابد، ابوبكر، عبد الحكيم .

ورفيقة دربي كوثر، ولا انسى من ساندتني زوليخة، والشكر الكبير الى
من وقف بجانبني طيلة بحثي الى الذي اعتبره بمثابة الأخ
بن حامد طارق.

الإهداء

لأن عطفكما تجاوز كل عطف ولأنكما فعلا أروع من كل وصف
أبي عبد القادر و أمي مامة
حفظكما الله و رعاكما و أدامكما تاجا على رأسي
ووساما على صدري، فأنتما عزّي وفخري
إلى كل من حظيت بمعرفتهم في حياتي
أعتز بكم جميعا
وأسأل الله العظيم الذي جمعنا في دنيا فانية أن يجمعنا
في جنة قطوفها دانية

مقدمة

مقدمة :

لقد شهد العقد الأخير من القرن الماضي و بداية القرن الواحد و العشرين ثورة هائلة في تقنيات الاعلام و الاتصال و ارتكزت هذه الثورة أساسا على التقدم الكبير، القائم على التطورات التكنولوجية الهائلة في مجال الإعلام و الاتصال و ما نتج عنها من خصائص جديدة للبيئة الاتصالية وان تنعكس هذه المتغيرات على الإذاعة المسموعة باعتبارها أحد الوسائل التقليدية الراسخة، و عليه يطرح اليوم و من جديد مسألة مستقبل الإذاعة غالبا ما تزامن مع تحولات شملت المشهد السمعي البصري و ذلك في فترات تاريخية شهدت ميلاد وسيلة اتصالية جديدة دعت في أغلب الحالات إلى التساؤل حول مصير الوسيلة الاتصالية السابقة من ناحية و التخوف من انعكاسات المبتكر الحديث من ناحية أخرى، لكن يظهر أن الإذاعة لم تكن غائبة عن هذا المشهد فقد استفادت هي الأخرى من التقنيات المتطورة و أتاحتها الأقمار الصناعية و أجهزة الكمبيوتر، فضلا عما وفرته التقنية الرقمية من إمكانيات مذهلة أدت إلى نقاء الصوت و دمج المعلومات مع الخدمات الصوتية والتي ستشهد المزيد من التطورات في السنوات القادمة مع التطور الكبير الحاصل في تكنولوجيا الإعلام و الاتصال و ارتباطها المطلق بحياة الناس برزت إلى وجود آثار جديدة أو عوارض نجمت عن تعامل أفراد المستمر مع تكنولوجيات الإعلام و الاتصال، من هذا المنطلق تسعى الدراسة الى الكشف عن أثر البيئة الاتصالية الحالية على الإذاعة من جهة على عملية الاستماع للإذاعة من طرف الشباب من جهة أخرى، و قد خصصنا دراسة هذه الفئة تحديدا و هي الفئات الأكثر تلقيا و استخداما لمختلف التكنولوجيات الحديثة، و كان اختياري لموضوعي هذا و الذي تناولته من خلال خطة البحث التي شملت:

-المقدمة هي عبارة عن تقديم و إثارة للموضوع.

- **الجانب المنهجي** : فقد أثرت فيه إشكالية الدراسة و الفرضيات و تساؤلات الدراسة و المنهج المتبع، عينة الدراسة و مجتمع البحث، صعوبات البحث، الهدف من الدراسة و أهميتها و أخيرا أسباب اختيار الموضوع.



- **الجانب النظري:** تضمن 3 فصول و كل فصل ينقسم إلى 3 مباحث فالفصل الأول تناولت فيه تكنولوجيا الاتصال الحديثة، و الفصل الثاني بحوث نظرية الاستخدامات و الإشباعات، و الفصل الثالث الإذاعة و الاستماع.

- أخيرا **الجانب التطبيقي:** أين تطرقت فيه دراسة استطلاعية ثم إلى تحليل استمارة استبيان ثم عرض النتائج المتوصل إليها والخاتمة.

الاطار المنهجي

الاطار المنهجي

تحديد الموضوع

تحديد الدراسات السابقة

طرح الاشكالية

تحديد المصطلحات

تحديد منهج البحث

تحديد الأداة المستعملة

تحديد مجتمع البحث

تحديد العينة

صعوبات البحث

اهمية الدراسة اهداف الدراسة

اسباب اختيار الموضوع

تحديد الموضوع:

يعتبر ظهور وتطور التكنولو جيا منعرجا حاسما في الحياة الإنسانية، بحيث دخلت مرحلة جديدة تختلف باختلافها عما لاحظنا من مرحلة السالفه من مراحل تطور البشرية، القائمة أساسا على العلاقة المباشرة لتأثير الأختراعات والاكشافات فتدخل الآلة في مجال التعداد لتصبح شريك الإنسان في علاقاته عمله.

تعتبر الإذاعة من بين الوسائل الإعلامية المستفيدة من التطور التكنولوجي والاتصالي وتأثيرها يتأثر بتأثيرات إيكاديجير من شكلها التقليديو يقدم بالفعلي بعض البدائل العلمية لها، وبالتالي أصبحت مغايرة تماما لما كانت عليه في الماضيو التي تقدمو فقا شكالمتنوعة كالإذاعة الرقمية إذا عاتالسا تكابلو إذا عاة الإنترنت، واتسعت أقالترددات الإذاعة واتجاهها نحو المزيد، من خلال ظهور فنون الأخبار المستمر ة وقنوات متخصصة في جميعا لمجالاتو ذلك حسب السنو الذوق والنوع.

التركيز على فئة الشباب نظر الأهمية هذه الفئة في المجتمع وما يحتلها من طاقة وحر كية وفعالية، وهو في الوقت ذاته يمثل تحديا حقيقيا لجميعة الأمام بسبب تطلعاتهم وأمالهم العريفة، بحيث يمتاز الشباب في المرحلة العمرية التيمر بها ويحتاج فيها إلى الاستقلالية والفر دانية في بناء ذاتهم وشخصيتهم امتلاك حساساتكشافيو خيال كبير و التعر ر فعلنا العالم الخارجي.

الدراسات السابقة:

إننا ننظر قبالدراسات السابقة هو عامل مساعد للبحثو هذا المعرفة من قبل ما وفر الباحثون من أراء ونظرياتومعار فومعلومات، تساهم في توفير قاعدة للباحثين لئلا نطلقا في أعداد بحثهم هذا كلما أقيمت دراسة علمية لحققتها دراساتأخر بتكملها وتعتمد عليها وتعتبر بمثابة ركيزة أو قاعدة للبحوث المستقبلية إذ أنهم بالضرورة يربطون المصادر الأساسية من الدر اسات السابقة ببعضها البعض حتى تسد لنا التصنيف وتحليل معطيات البحثو الربط بينهما وبين الموضوع الواردو البحث فهو من المواضيع التي يسبقت وتناولت لبعض الجوانب لهذا الموضوع عنجد الدر اسات الأتية ذكرها:

الدراسة الأولى:

استماع شباب الجزائر إلى الإذاعة الأجنبية لدى الطلبة الجامعيين، من إعداد عبد القادر قندوز مذكر ة لنيلش هادة الماجستير 2006-

2007 وكانت إشكالية الدراسة حول معرفة عادات و دوافع الاستماع للبرامج الإذاعية الأجنبية لدى الطلبة الجامعيين في الجزائر وقد استهدفت الإجابة على عدد من التساؤلات وقد استخدم المنهج المسحي الوصفي وما استخدمه الاستبيان من أجل جمع البيانات الميدانية.
مناهج النتائج التي توصل إليها في الدراسة ما يلي:

المستمع الجزائري يبتعد كثيرا بين المحطات الإذاعية مقارنة بما تبثه من معلومات الترويجية.

قمة الاستماع تكون في الفترة المسائية تليها فترة الصباح وكانت فترة الظهيرة أقل لفرات التي تعترض فيها الـمبحوثين للإذاعة، تصدر إذاعة البحر الأبيض المتوسط MEDIA 1 تريا للإذاعات الأجنبية الأكثر تنبـ عامنظر فالطلبة الجزائريين تليها إذاعة FRANCE INTERNE⁽¹⁾.

الدراسة الثانية :

الإذاعة والتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة من أعداد الطلبة شارف نصيرة لنيل شهادة الليسانس 2012-2013 وكانت إشكالية الدراسة حول مدى تطبيق تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في إذاعة غليزان استخدمت المنهج المسحي الوصفي وتم استخدام الملاحظة والمقابلة من أجل جمع المعلومات والبيانات .

أهم النتائج المتوصل إليها في الدراسة :

تسعى إذاعة غليزان أداء وظائفها وبلوغ أهدافها المتجسدة في نقل المعلومات والأفكار بين شخصين أو أكثر بطريقة مباشرة أو غير مباشرة باستخدام وسيلة أو عدة وسائل ، فيما يخص تكنولوجيا الاتصال الحديثة تعتمد عليها في العمل وذلك للتأثيرات الإيجابية التي تحدثها على الإنتاج الإذاعي من خلال المساهمة في تسهيل عمل مستخدميها وتنظيمه بدقة

¹ - عبد القادر قندوز، مذكرة ماجستير حول استماع شباب الجزائر إلى الإذاعة الأجنبية لدى الطلبة الجامعيين، جامعة الجزائر، 2006-2007 ص34.

واختصار الوقت وتوفير الجهد ، وتحقيق أعلى مستوى من الأداء ، كما تعتبر مؤشر يضمن استمرارية وبقاء المؤسسة الإذاعية ، ورغم ما يتلقونه من صعوبات وعراقيل بسيطة تعيقهم عن اداء عملهم داخل إذاعة غليزان من مشاكل تقنية أو غير ذلك محاولين تجاوزها والمساهمة في حلها إلا أن مزاياها غطت سلبياتها¹.

الدراسة الثالثة :

الإذاعة المحلية وتأثيرها على الرأي العام من اعداد الطالبة درساية مول الجليلينيل شهادة الليسانس 2012- 2013 وكانت اشكالية الدراسة حول مدى اسهام الإذاعة المحلية في تكوين الرأي العام استخدمت المنهج المسحي الوصفي وتم استخدام استمارة استبيانمن اجل جمع المعلومات و البيانات .

من اهم النتائج المتوصل اليها في الدراسة :

الإذاعة تخص بمكانة واهتمام لدى أفراد العينة المدروسة ،وتخدم المجتمع المحلي و المدني وتنقل اراء المستمعين بكل موضوعية ودقة وسرعة في نشر الأخبار ،و تأثر في الرأي العام بشكل كبير في تكوينه و توجيهه كأى وسيلة من وسائل الاتصال وقوتها وتأثيرها على الجماهير وتزداد أهمية وسائل الاتصال في مدى تأثيرها على الرأي العام بصورة قوية².

طرح الإشكالية:

إن الإنسان اليوم بحاجة ملحة إلى وسيلة إعلامية جماهيرية تترصد له مختلف الظواهر والمحيطات به، وتنقلها لأخبار والآراء حول الأحداث وتحافظ على بناء ثقافتهم حول نسق القيمة الذي يعيش فيه وقد أصبحنا نعيش في قرية صغيرة تتميز بتطور هائل في التكنولوجيا والتدفق في المعلومات، أصبحنا نلعب هذا المجتمع بمجتمع عالم علمانية بحيث أتاحت التفاعل بين مستمعيها و يعد من أهم السمات الأساسية المعاصرة

¹ - شارف نصيرة ، مذكرة ليسانس حول أثر تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الإذاعة ، جامعة مستغانم ، 2012-2013 ص140.
² - درساية مول الجليلي ، مذكرة ليسانس حول الإذاعة المحلية و تأثيرها على الرأي العام ، جامعة مستغانم ، 2012-2013 ص150.

لتحقيق التفاعل الحميمي بين الإذاعة وجمهورها، فعلى الإذاعة الاستمرار في ظل التنافس الحاد مع وسائل الاتصال الأخرى، تعتبر الإذاعة من بين الوسائل الإعلامية المستفيدة من التطور التكنولوجي الاتصالي، ظهرت أشكال جديدة للإذاعة جددت أنماط البرامج واستخدام الراديو وأساليب الاستماع فوجد المستمع فرصاً للاختيار لم يعددها من قبل فباستطاعة المستمعين اليوم بناء شبكاتهم و برامجهم الخاصة بفضل برمجيات الإبحار و البحث كل هذا أدى إلى تجديد أنماط البرامج و استخدامات الإذاعة و أساليب الاستماع و ممتاز الشباب طبيعة الحال بسما تنفسية تتميز هم معاً قيماً للمجتمع الأخر ففترة الشباب هي مرحلة عمرية يمر بها الفرد ويحتاج فيها البناء ذاتها و شخصيته ويستكشف كل ما هو جديد، فالشباب أكثر من غيرهم ارتباطاً بآلة تكنولوجيا جديدة بحثاً عن الإثارة و المغاير و يميلون إلى التفاعل مع كل ما هو جديد، فالشباب بطبعهم عنصر تجديد و تغيير و أول من يتبنوا التكنولوجيا الجديدة و اعتبرها هأسر عفتة قبل للجدد و أكثر استخداماً للسائر التطبيقات

المختلفة للتكنولوجيا الحديثة للإعلام و الاتصال للتحقيق الحاجات و الرغبات اليومية و على هذا الأساس جات دراسة للبحث في تعرض الشباب بالجزائر للإذاعة في ظل التطورات الحاصلة و البحث عن الإشباع المأمون منه :

ما مدى إقبال الشباب على الاستماع للإذاعة من أجل تلبية حاجاتهم الثقافية من خلال تطور تكنولوجيا الإعلام و الاتصال؟

التساؤل الفرعية:

ما مدى اهتمام الشباب بالإذاعة؟

هل الإذاعة تلبي الحاجات الثقافية للشباب؟

كيف تساهم تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في إقبال الشباب على الإذاعة؟

كيف يتفاعل الجمهور المستمع مع المضمون الإذاعي؟

الفرضيات:

هناك إقبال للشباب بالاستماع للإذاعة .

يوجد عادات استماعيه للشباب .

هناك دوافع معرفية وثقافية للتعرض للإذاعة فإذاعة في ظل استخدامهم للتكنولوجيا الحديثة.

تفاعل الجمهور مع المضمين الإذاعي يلبي الحاجات المعرفية لديهم.

تحديد المصطلحات:

يعتبر تحديد المفاهيم إحدى الخطوات الهامة التي يحتاجها الباحث في دراسته وبحوثه بهدف الاتفاق على المحددات الخاصة بكل مفهوم و لتأكيد الاتفاق على هذه المحددات و التعميمات والتفسيرات العلمية التي تقوم على بناء المفاهيم تظهر حاجتنا الى هذه المرحلة

لكي نحدد من خلالها جملة من المفاهيم والتي تتصادم في ذهن الباحث مع مفاهيم متشابهة⁽¹⁾.

الأثر :

لغة : الأثر مفرد وجمع أثار وأثور ويطلق على معاني متعددة منها ،الأثر بالتحريك عما بقي من رسم شيء والتأثر إبقاء الأثر في الشيء وتارك فيه أثرا⁽²⁾.

اصطلاحا : تهدف وسائل الإعلام المختلفة إلى التأثير على جمهورها في آراءه وعاداته ومواقفه واتجاهاته ،لهذا فهي تترك أثرا معين على الأفراد قد تكون سلبا أو إيجابا فنقول: "أثر فيه تأثيرا وترك فيه أثرا ينشأ عن التأثير مؤثر"⁽³⁾.

إجرائيا : هو ذلك الذي يحدث تغيرا في اتجاهات وميولات المتلقي ومن خلاله يقع التعديل في السلوك والقناعات .

الدوافع والحاجات :

اصطلاحا : الحاجة او أمر يضع المرء في موقف صعب أو محنة ،وفي زمن المصاعب والمتاعب وبما يشعره بالعوز والرغبة إلى شيء ضروري⁽⁴⁾.

والدوافع هي عبارة عن أي شيء مادي أو معنوي يعمل على تحفيز وتوجيه الآراء والتصرفات⁽⁵⁾.

إجرائيا : هي تلك الرغبة في إشباع حاجيات سوأءا كانت ثقافية أو اجتماعيةإلخ الناتجة عن دوافع معنوية ومادية والتي من شأنها أن تدفع وتوجه الفرد نحو هدف معين أو مجموعة من الأهداف لها رد إشباع .

الاستخدام :

¹ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات العلمية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، د س، الصفحة 159.
² مجلة البحوث الإسلامية، عدد 66، إصدار ربيع الأول- جمادى الثانية، 1423هـ، ص259.
³ عبد المنعم الخفني، المعجم الشامل للمصطلحات الفلسفية، ط1، مكتبة مدبولي، القاهرة، 2000، ص173.
⁴ ميشيل مان، ترجمة عادل مختار، موسوعة العلوم الاجتماعية، د ط، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1999، ص483.
⁵ محمد محمود بني يونس، سيكولوجية الدافعية و الإنفعالات، ط1، دار المسيرة، عمان، 2007، ص19.

لغة : من خَدَمَ ، خِدْمَةٌ وَخَدَمَهُ ، عمل له فهو خَادِمٌ (ج) خُدَامٌ بضمالهاء وَخَدَمَ وهي خادم¹ .
استخدمه ، اتخذها خادما ، وسأله أن يخدمه وستوهبه خادما (2) واستخدمه أي سألته أن
يَخْدُمَنِي بضم الدال ، وقوم مُخَدَّمُونَ بفتح الخاء والدال أي مخدمون بضم الدال³ .

اصطلاحا : يعرفه **يا فيسفر نسولو كوياديك** بأنه نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في
المجتمع بفضل التكرار والقدم فحينما يصبح الاستعمال متكرر ويندمج في ممارسات
وعادات الفرد يمكن حينئذ الحديث عن الاستخدام⁽⁴⁾ .

إجرائيا : هي تلك العادات اليومية التي يمارسها المستخدم .

الإشباع :

اصطلاحا : هو إرضاء رغبة أو بلوغ هدف أو تحقيق دوافع وهي الحاجة والرغبة و
الدوافع⁽⁵⁾ ، والإشباع في نظرية التحليل النفسي ، التخلص من التوتر والتراكم والتنبية
يحدث إحساسا بالألم ويدفع الجهاز إلى العمل لكي يحدث مرة أخرى حالة إشباع يدرك
فيها خفض التنبية وكأنه لذة⁽⁶⁾ .

إجرائيا : إشباع مجموعة من الحاجات الناتجة عن الميول والرغبات والدوافع والحاجيات
ويكون هذا الإشباع ماديا أو معنويا .

الشباب :

¹ - المنجد في اللغة و الإعلام ، ط40 ، دار المشرق للنشر ، بيروت ، 2003 ، ص171 .
² - ابراهيم أنيس و عبد الحلیم منتصر و آخرون ، المعجم الوسيط : ج 1 ، ط2 ، القاهرة ، 1972 ، ص221 .
³ - ابن منظور ، لسان العرب ، المجلد 5 ، ط1 ، دار صادر ، بيروت ، 2000 ، ص31 .
⁴ - Philippe, berton , sergeprouloux , op, cip, p2578.
⁵ - محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دط، دار الفجر، مصر، 2004، ص2874.
⁶ - رشيد حجاب، الموسوعة الإعلامية، المجلة 7، دار الفجر للنشر و التوزيع، 2003، ص403.

اصطلاحاً YOUTH: جاء في قاموس المحيط، لمجد الدين الفيروز أبادي وغيره من المعاجم العربية أن كلمة شب من شيب وأن الشباب هو الفناء والحدائث، ويعد الشباب أكثر الشرائح الاجتماعية تفاعلاً مع التغيير وخاصة التغيير التكنولوجي (1).

إجرائياً: هي فئة عمرية تتميز بمجموعة من الخصائص والطاقات الهامة عن غيرهم من الفئات العمرية الأخرى .

الإذاعة:

لغة: الإذاعة من ذاع الشيء والخبر أي انتشر، ذاع ذيعاً وذيوماً وذيوعة وذيعاً، أذاع إذاعة أي نشر الخبر و أظهره (2).

اصطلاحاً: وسيلة جماهيرية وأداة تربطنا بالعالم في جميع المجالات (3) وهي الانتشار المنتظم والمقصود بواسطة الراديو ل مواد إخبارية، ثقافية، تعليمية (4) وتهدف إلى تحقيق أهداف منشودة من خلال بث خدمات ورسائل إذاعية (5).

إجرائياً: كلمة الإذاعة تعني نشر وذيوع الخبر .

تحديد منهج الدراسة:

1 سامية الساعاتي، الشباب العربي و التغيير الاجتماعي، د ط، دار المصرية اللبنانية، 2003، ص27.
2 علي بالهادية بن الحاج، المنجد في اللغة العربية و الإعلام، د ط، دار النشر الأهمية، بيروت، 1982، ص13.
3 إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني و البث الفضائي، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985، ص256.
4 عبد العزيز شرف، مدخل إلى وسائل الإعلام، ط2، دار الكتاب المصري اللبناني، 1989، ص409.
5 أنطوان الناشف، البث التلفزيوني والإذاعي و التلفزيوني، ط1، دار الفكر العربي، لبنان، 2003، ص205.

المنهج المسحي : نظرا لطبيعة الدراسة والموضوع فقد اعتمدنا على المنهج المسحي الذي يعتمد عليه اعتمادا في البحوث الكشفية والوصفية والتحليلية وذلك عبارة عن دراسة عامة ظاهرة موجودة في جماعة معينة ومكان معين في الوقت الحاضر كما أنه يعتبر من افضل المناهج التي تبحث في اتجاهات الجمهور وخصائصه وكذا احتياجاته في بحوث الإعلام⁽¹⁾ .

الأداة المستعملة للدراسة :

استمارة استبيان : يعرف الاستبيان بأنه مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين يتم وضعها في استمارة ترسل لأشخاص المعنيين بالبريد أو يجري تسليمها باليد لهدف الحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها وبواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع أو التأكد من معلومات متعارف عليها لكنها غير مدعمة بحقائق⁽²⁾.

تحديد مجتمع البحث:

ان اساس نجاح التعيين يقوم اولا على تحديد مجتمع البحث وما يحتويه من مفردات من خلال الاعتماد على الاساليب العلمية المعروفة ويمكن حصر مفردات مجتمع البحث الأصلي⁽³⁾ وذلك باختيار مجموعة الشباب القاطنين بدائرة وادي ارهيو ويتم إجراء دراسة على الافراد المستمعين للبرامج الاذاعية .

تحديد عينة البحث:

يختار الباحث عمدا افراد المبحوثين مايناسب تحقيق هدف معين لاختيار مفردات عينة المبحوثين واستبعاد لمفردات التي لا تتوفر فيها السمات وخصائص العينة ،وهي تتغير من حالة الى أخرى ، قمنا باختيار عينة البحث وقد تكونت العينة من 100 شخص وقد تم

¹ عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي و طرق إعداد البحوث، ط7، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2014، ص137.

² عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، د ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1995، ص56.

³ نفس المرجع، ص67.

اختيارهم بطريقة قصدية بحيث نختر بقصد معين ، وتكون العينة القصدية مفيدة في الحالات التي نرغب فيها الوصول الى العينة المرغوبة بسرعة⁽¹⁾.

تحديد صعوبات البحث :

- نقص المراجع التي نستند إليها للتعمق في الموضوع.

- صعوبة إيجاد عينة المبحوثين و عدم أخذهم للاستبيان بجدية

أهمية الدراسة :

- ظهور وسائل إعلامية اتصالية جديدة وتعرض الشباب الجزائري إليها من خلال التطورات التكنولوجية .

- تستمد هذه الدراسة أهميتها من كونها تهتم بدراسة علاقة الجمهور بالإذاعة من خلال تحقيق الإشباع.

- السن لدى الشباب يتحكم في تحقيق خصائص ثقافية وسلوكية وعندما يحدث التعرف على هذه الحاجات يمكن التوصل إلى الطريقة المثلى لإشباعها .

- الكشف عن واقع الجمهور وخاصة فئة الشباب كأحد أكثر الشرائح استخداما للتكنولوجيا.

أهداف الدراسة:

- توضيح مكانة الإذاعة لدى الجمهور المستمع .

- قياس مدى تأثير تكنولوجيات الإعلام والاتصال على الإذاعة و المستمع .

- التعرف على الوسائل الإعلامية والاتصالية الأكثر استخداما من طرف الشباب .

- الكشف عن مدى تلبية الإذاعة الحاجيات الثقافية لدى الشباب عند استخدامهم لمختلف الوسائل التكنولوجية الإعلامية والاتصالية.

¹ عناية غازي، منهجية إعداد البحث العلمي، د ط، دار المنهج للنشر و التوزيع، الأردن، 2008، ص202.

أسباب اختيار الموضوع:

الذاتية :

- ميولي ورغبتي في انجاز هذا الموضوع وقدرتي على انجاز هذه الدراسة .
- الاهتمام الشخصي بدراسات الجمهور و الإذاعة .
- الفضول هو أحد الأسباب التي دفعتني إلى محاولة معرفة أثر التكنولوجيا الاتصالية الحديثة على الإذاعة وجمهورها ، وأثر استخدام التقنيات الاتصالية المختلفة على عملية الاستماع للبرامج الإذاعية.

الموضوعية:

- الموضوع محل الدراسة في مجال تخصصي وسائل الإعلام والمجتمع حيث أن موضوع الإذاعة وجمهورها له عدة ابعاد .
- التكنولوجيا الحديثة وسرعة التطور للوسائل الإعلامية و الاتصالية بصفة مستمرة جعل منها ظاهرة تتطلب البحث والدراسة .
- إن معظم الدراسات تناولت موضوع الإذاعة والجمهور بصفة حصرية مما عزز الرغبة في الخوض والبحث عن مدى تلبية الحاجات الثقافية لدى الشباب من خلال الإذاعة .



الاطار النظري

الفصل الأول: تكنولوجيا الاتصال الحديثة

المبحث الأول :

مفهوم التكنولوجيا الحديثة و نشأتها

المبحث الثاني :

وظائف تكنولوجيا الاتصال الحديثة

المبحث الثالث :

وسائل الاتصال الحديثة

تمهيد :

إن تكنولوجيا الاتصال الحديثة هي الرصيد التقني الهائل الذي دعم مجال الإعلام و الاتصال ، خاصة مع اختراع جوهر الثورة الإلكترونية ، الكومبيوتر في ستينيات القرن الماضي و ما تبعه من تطبيقات غيرت الكثير من معالم المجتمع و الملاحظ أن محطات تطور المجتمعات الحديثة و درجة تقدمها تقاس بإنتاجها ، ثقافة استخدامها تسييرها او ، تحكمها لتكنولوجيا الاتصال ، حتى أن مسميات تلك المجتمعات تعزى بالأساس إلى التكنولوجيا كمجتمع الملتيميديا ، الموجة الثالثة ، المجتمع المعلوماتي ، مجتمع المعرفة ، وغيرها .

المبحث الأول : مفهومها ونشأتها

قبل أن نعرف تكنولوجيا الاتصال نحدد ماهية التكنولوجيا عموماً فالشيء الحديث في التكنولوجيا هو اللفظ ذاته، أما الظاهرة نفسها فهي قديمة قدم الإنسان ومن الخطأ أن نربط بين التكنولوجيا والمخترعات الحديثة هي آخر المراحل في تطور طويل بدأ منذ فجر الوعي البشري والمسافة الزمنية بين ظهور البحث النظري واكتشاف تطبيقاته العملية فقد قلت إلى ابعدهد في عصرنا الحالي وكلمة تكنولوجيا كلمة معربة ولا أصل لها في كتب اللغة والقواميس اللغوية العربية وما يقابلها كلمة "تقنية" والتي يمكننا نطقها على كلمة (1) TECH وكلمة تكنولوجيا مكونة من مقطعين كما حدد الباحثون هي (2) "تكتيك" والذي معناه الطريق أو الوسيلة الذي بها يستطيع الإنسان أن يبلغ مراده .

وهي مجمل المعارف والخبرات المتراكمة والمتاحة والأدوات والوسائل المادية و التنظيمية والإدارية المستخدمة في جمع المعلومات ومعالجتها وإنتاجها وتخزينها واسترجاعها ونشرها وتبادلها، أي توصيلها إلى الأفراد والمجتمعات (3) والتكنولوجيا هي وضع أساليب وتصميم معدات ووسائل الاتصال، لاتعتمد على أسس علمية بل تتكون التقنية بذاتها فقط، وهناك تقسيم آخر وهو التكنولوجيا الملموسة PHYSICALORVISIBLE TECHNOLOGY التكنولوجيا الغير المرئية أو غير الملموسة INVISIBLE TECH (4).

تاريخ تكنولوجيا الاتصال :

منذ أن خلق الله الإنسان كان لابد له من وسائل يعبر بها عن أفكاره و مطالبه فنبداً بالحديث و الإشارة والرسم ومن ثم الكتابة. ولكي ينقل الإنسان خبرات للأخرين ويتم التواصل معهم فقد ابتكر حينها وسائل بدائية فاستخدم صوته ثم يده في الكتابة والرسم والإشارة بها وذلك لكي يوصل مراده للأخرين وكانت تلك هي الثورة الأولى في مجال الاتصال سماه "دانييل بيل"

1- محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات و صناعة الاتصال الجماهيري، د.ط، العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، 1992، ص18.

2- أشرف صالح، مشكلات التكنولوجيا الطباعة الحديثة في مصر، د.ط، العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، 1987، ص95.

3- عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1996، ص10.

4- مجد الهاشمي، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن- عمان، 2012، ص45.

بمرحلة اللغة الملفوظة حتى وصلت اخيرا تلك الرموز والاشارات والكتابات لحروف هجائية منظمة⁽¹⁾ ولولا حروف الكتابة هذه لظلت الغالبية العظمة من سكان العالم تعاني من الامية⁽²⁾ وسماها "دانييل بيل" بمرحلة اللغة المكتوبة واستطاع الانسان بها ان يحفظ ما ابتكره عند المكان في سجلات مادية وكانت اكثر فعالية من الحديث و الكلام وبعد هذه الثورة الثانية في مجال الاتصال .

وكانت اقرب وسيلة حينها في الأحجار والعظام والخشب وإن كان نقلها عبر المكان رغم بدائيتها ثم تطور الأمر لاكتشافه ورق البريدي فسهل عليه حمله وظل العقل البشري يتطلع للمزيد من التطور حتى وصل به لاختراع الطباعة في منتصف ق 15 تقريبا، وسهلت تلك الوسيلة سبل المعرفة للإنسان بفضلها انتشرت الصحف في العالم وتعد هذه الثورة الثالثة في مجال الاتصال الإنساني ومهدت هذه الوسيلة أيضا وسائل أخرى تعتمد غالبيتها على وجود أشياء مصاحبة لما يستطيع من خلالها نقل الوسائل المبسطة للآخرين والتي سماها " دانييل بيل " بمرحلة الوسائل أكثر قدرة على الاتصالات السلوكية واللاسلكية .

TELECOMMUNICATION وكانت هذه الوسائل أكثر قدرة على تلبية الحاجات وإن كانت تتطلب وجود خطة رؤية بين المرسل والمستقبل فقد ظهر التلغراف كأداة اتصال عبر شبكات من الأسلاك ففي عام 1876 استطاع "جراهيم بال" أن يخترع التليفون لنقل الصوت إلى مسافات بعيدة⁽³⁾ وأمكن من خلالها أن تصل أطراف نائية بواسطة البرق والهاتف والمذياع وبظهورها بعد تفجر الثورة الرابعة في مجال الاتصال قد رأى النور⁽⁴⁾ ثم استخدمت تكنولوجيا أخرى وهي الكاميرا خاصة في مجال السينما ثم تلاها محاولة الاتصال عن طريق جهاز لاسلكي فكانت الإذاعة وأهم ما يميزها السرعة . ولا يوجد ما يعيقها عن المستقبلين لها ، ونتيجة لذلك ظهرت أول محطة للراديو وأخرى في KA ، 1920 KB في امريكا الذي كان نجاحها دفعا لإنشاء محطات ثم التوصل إلى اختراع اشترطة كاسيت المسموعة والمرئية مسهلا بذلك للإنسان التواصل مع الآخرين ، واصبح الراديو اهتمام

1- حمدي حسن محمود، مقدمة في دراسة وسائل الاتصال و أساليب الاتصال، د.ط، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987، ص13-39.

2- حسن عماد، ليلي حسن السيد، الاتصال و نظرياتها المعاصرة، الطبعة الأولى، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص96.

3- حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، ط1، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1993، ص43.

4- حمدي قنديل، اتصالات الفضاء، ط1، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1985، ص41.

العائلات في العديد من دول العالم في ساعات المساء من الثلاثينات حتى منتصف السبعينات ومازال مستأثراً بذلك الاهتمام في أماكن متعددة ولكن أقل ماكان في الماضي لوجود المنافسين له كالتلفزيون وبعد الحرب العالمية الثانية شهدت التكنولوجيا التلفزيون تحسناً في تقديم صور أكثر دقة من أهم اختراعات القرن 20 اختراع الحاسب الإلكتروني في الأربعينات من هذا القرن على يدي العالمين " فرد فيرمان " و"وليام شوكاي" ثم أخيراً ما أحدثته أقمار الصناعية من إمكانية نقل الحدث لحظة وقوعه على شاشة التلفزيون من أي مكان وإلى أي مكان في العالم⁽¹⁾ وتعد هذه الثورة الخامسة في مجال الاتصال فالناس في كل عصر قد أظهروا مقدرة ملحوظة على الأخر بتكنولوجيا عصرهم وطبقوها بطرق عصرية تناسب حل مشكلات حياتهم العلمية ولعل أبرز مظاهر تلك الثورة الاتصالية يمثل في انتشار الأنترنت فقد أجمع العلماء الاتصال والمعلومات أن انجازها تعتبر أهم إنجاز في أواخر القرن 20⁽²⁾ من الواضح أن العلم و التكنولوجيا كانا في العصور السابقة يسيران بخطى بطيئة نسبياً فإن تطورها وخاصة بعد الحرب العالمية الثانية بدأ يأخذ شكل قفزات متلاحقة الأمر الذي يجعل المرء الذي يملك درجة عالية من الثقافة يشعر بصعوبة متزايدة في ملاحقة واستيعاب هذا التدفق الصادر من انجازات العلم والتكنولوجيا⁽³⁾.

قد استطاع الإنسان عن طريق الاختراع هذه الوسائل الفنية وتحسينها وزيادة عددها أن يحرر عملية الاتصال من قيود الزمان والمكان ومحور هذه الثورة الاتصال والتطور الراهن في تكنولوجيا المعلومات الذي يعتمد على مزيج بين كل الأدوات أو الوسائط أو الأجهزة أو الأنظمة الفنية التالية :

الأقمار الصناعية - الحاسبات الإلكترونية - الاتصالات السلكية واللاسلكية - شبكات الميكروويف - الألياف الضوئية - أشعة الليزر - التصوير المصغر (الميكروويفي) - الجمع بين التصوير للحروف.

¹ - محمد كرم شلبي، معجم المصطلحات (انجليزي-عربي)، ط2، دار الجبل، بيروت، 1994، ص202.
² - محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات و صناعة الاتصال الجماهيري، مرجع سبق ذكره، ص45-49.
³ - حمدي حسن، مقدمة في دراسات و أساليب الاتصال، مرجع سبق ذكره، ص57.

المبحث الثاني :وظائف تكنولوجيا الاتصال و خصائصها:

وظائف تكنولوجيا الاتصال: لتكنولوجيا الاتصال الحديثة وظائف من اهمها ماييلي:

أ / التحول من الصوتي إلى الرقمي :

بعد استخدام شبكات الهاتف لنقل بيانات الكمبيوتر فقد كانت تلك الخدمات رديئة ولكن مع انتشار تطبيقات المعلوماتية تضاعفت الحاجة لتبادل البيانات وانقلب الوضع رأسا على عقب، وأصبحت الشبكات تصمم أصلا لنقل البيانات في حين اعتبرت مكالمات الهاتفية عملا ثانويا وأدى نقل البيانات رقميا إلى تحسين واضح في مستوى الخدمات والحد منالتشويش وتقليص حجم معدات الاتصال والتحقق من وزنها.

ب/التحول نحو الرخيص المتاح دوما:

عندما استخدام التكتيك الرقمي في الأجهزة الالكترونية فان ذلك أدبإلى تصغير المعدات وبالتالي إلأرخصها.

ج/التحول من الإلكتروناى الفوتون:

الإشارة الهاتفية تنقل عبر الأسلاك النحاسية كتيار كهربائي ضعيف فتبقى من الالكترونات إلأن حدثت النقلة النوعية باختراع الألياف الضوئية وهكذا حل تيار الفوتون (جسيمات الضوء)النقي الواسع محل تيار إلكترون المعرض للتشويش و الضوضاء⁽¹⁾.

د/التحول من الخاص إلى العام ومن المتنوع إلى المتكامن:

بدلا من احتكارالشخصي لخطتليفوني واحد استحدث أسلوب تحويل حزم الرسائل SWITCHING PAQUET بديل عن تحويل الدوائرفي ظل هذا الاسلوب تخزين الرسائل SWITCHING MESSAGE الى غاياتها يتم ذلك عبر أي مسار ROUTE متاح يربط بين نقطة الأصل ونقطة الهدف دون الالتزام بمبدأ نقل عن طريق اقصر مسار بينهما والنظام المتكامل لايفرق بين البيانات التي ينقلها سواء كانت عبارة عن مكالمات هاتفية أوبيانات مسارات الشبكة في هيئة دفعات إلأن تصل إلى غايتها.

¹ - عبد الباسط محمد عبد الوهاب، استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي و التلفزيوني، د.ط، القاهرة، ص40.

ه/ العمل على التحول من السلبي (أحادي الاتجاه) إلى التجاوبي (ثنائي الاتجاه) :

معظم نظام بث المعلومات تعمل على أساس الطور السلبي حيث تنقل المعلومات في اتجاه واحد من المرسل للمستقبل . وظهرت أخيرا مرافق المعلومات التي تعمل على أساس الطور التجاوبي فظهرت شبكات الفيديو تكس.

ثنائية الاتجاهويمكن للمشارك في هذه النظم تبادل الرسائل مع مراكز المعلومات .

و/ التحول من الثابت إلى النقال :

لكي ينقل الإنسان بما يحتاجه من مصادر معلوماتية ومراجع وبيانات كثيرة ما عليه إلا اقتناء كمبيوتر نقال الأول يحمل له ملفات وبرامجه والثاني هو نافذته التي يطل منها على العالم⁽¹⁾ حيثما كان محققا بذلك أقصى درجات الشفافية الجغرافية و المعلوماتية.

2 – خصائص تكنولوجيا الاتصال :

لكل شكل خاصة وسمة تميزه عن غيره من الأشياء وبها يعرف دون غيره وهكذا بالنسبة لتكنولوجيا الاتصال الحديثة وما أتحدثنا به من الخدمات جليلة لها أيضا خصائص وسمات تعرف بها وأبرز هذه الخصائص :

أ / التفاعلية : هناك سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد أن يأخذ فيها موقع شخص ويقوم بأفعاله الاتصالية . فالمرسل يستقبل ويرسل في نفس الوقت وكذلك المستقبل ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ المشاركين بدلا من مصادر ومثال على ذلك التفاعلية في بعض أنظمة النصوص المتفزة فقد أورد الباحثون في هذا الموضوع بعض الرسائل التي يوجد فيها التفاعل بين المستخدم في الاتصال وكذلك البريد الإلكتروني والفيديو تكسب وغير ذلك من الوسائل الإعلامية التي يستخدمها الجمهور تبادل المعلومات مع المرسل⁽²⁾ .

¹- محمد تيمور، محمد علم الدين، الحاسبات الالكترونية لتكنولوجيا الاتصال، مرجع سابق، ص196.
²- عبد الباسط محمد عبد الوهاب، استخدام التكنولوجيا في الإنتاج الإذاعي و التلفزيوني، مرجع سابق، ص260.

ب / اللاماهيرية : وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعات معينة وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي وتعني أيضا درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها⁽¹⁾.

ج / اللاتزامنية : وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم ولا تتطلب من كل من المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه ، فمثلا في نظم البريد الإلكتروني ترسل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت دون الحاجة لتواجد المستقبل .

د / قابلية التحرك أو الحركية : فهناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدميها الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان في أثناء حركته مثل التلفزيون النقال ، تليفون السيارة ، التليفون المدمج في ساعة اليد وهناك آلة لتصوير المستندات وجهاز الفيديو يوضع في الجيب وجهاز فاكس يوضع في السيارة وحاسب نقال وألي⁽²⁾.

هـ / قابلية التحول : CONVERTIBILITY وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط لآخر كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة لرسالة مطبوعة وبالعكس وهي في طريقها لتحقيق نظام لترجمة الآلية وقد ظهرت مقدماته في نظام ميت يتل الفرنسي فالحدود أو الفروق التي كانت تميز وسائل الاتصال الجماهيرية عن بعضها ، فقد زال بعضها وبعضها الآخر في طريقه للزوال .

و / قابلية التوصيل : CONNECTIVITY وتعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية كبرى من أجهزة أخرى بغض النظر عن الشركة الصانعة لها أو البلد الذي يتم فيه صنع⁽³⁾ .

ت / الشبوع والانتشار : UBUQUITE ويعني به الانتشار المنهجي لنظام الاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة ويعينه به الانتشار المنهجي لنظام الاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع إلا ليكون حكرا على الأثرياء فقط وإنما يشمل كل فئات

¹- محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و مستقبل صناعة الصحافة، ط1، دار السحاب للنشر و التوزيع، القاهرة، مصر ، 2005 ، ص122.

1 - عبد الباسط محمد عبد الوهاب، مرجع سابق، ص263.

³- محمود علم الدين، مرجع سابق، ص24.

المجتمع يأتي ذلك بدعم الأثرياء لتلك النظم الجديدة لكي تشمل القادرين وغير القادرين على استخدامها فقد انقضى عصر الانعزال ومن لم يتقن فنون العصر الجديد سيحكم على نفسه بالانقراض بالمعنى التاريخي للكلمة⁽¹⁾ .

ح / الكونية: globalisation: البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية حتى تستطيع المعلومة ان تتبع المسارات المعقدة ،تتعقد المسالك التي يتدفق عليها رأس المال الالكتروني عبر الحدود الدولية ذهاب وإياب من اقصى مكان في الارض إلى ادناه في جزء على الألف من الثانية إلى جانب تتبعها مسار الأحداث الدولية في أي مكان في العالم وكان النمط الإنتاج في السابق لتكنولوجيا الاتصال هو ظهور مراكز توزيع إلى اعداد من الجماهير لا ترتبط بوحدة زمنية ولا مكانية بينما النمط الحالي لتكنولوجيا الاتصال الراهنة يتميز بالتوحد إلى جماهير قليلة محدودة جغرافيا من خلال مراكز إقليمية مختلفة توازن بين المركز والأطراف وهذا يعني زيادة الاتجاه نحو الإعلام المتخصص و لامركزية الاتصال التي تعتمد على تقديم رسائل متعددة تخاطب الحاجات الفردية الضيقة والجماعات بدلا من المتجانسة الرسائل الموحدة التي تخاطب الجماهيرية الغفيرة أما أكثر السمات بروزا في تطوير تقنيات الاتصال فهي بدون شك حركة اندماج ميادين الاتصال المختلفة والاختفاء التدريجي للحدود التي كانت تفصلها من قبل⁽²⁾.

3 - عبد الباسط محمد عبد الوهاب، مرجع سابق، ص24.

²- شريف درويش اللبان، تكنولوجيا الطباعة و النشر الالكتروني، ثورة الصحافة في القرن القادم، ط 4، دار العربي للنشر و التوزيع، مصر، د س، ص64.

المبحث الثالث : وسائل الاتصال الحديثة

سوف نتبادل في هذا المبحث بعض وسائل الاتصال الحديثة التي تنقسم إلى قسمين :
تفاعلية وتعتمد على نشر الإلكتروني المتلفز كالفديو تكست والتيليتكس والتفاعلية مثل الفيديو كاسيت والفيديو ديسك وألة تسجيل الموسيقى⁽¹⁾.

أولاً : ماهية النشر الإلكتروني :

هو نوع من النشر يهدف لإحلال الماد التي تنتج الكترونياً وتعرض على شاشة التلفزيون الخاص محلول décoder ونهاية عرض ضوئي محل المادة التي تنشر سواء في شكل مطبوعات ورقية و نصوص ورسومات غير قنوات إلكترونية مثل الراديو والتلفزيون العام والخاص المتصلة بالكبل وخطوط الهاتف و للنشر الإلكتروني مجموعة طرق بها يتم توزيع بياناته :

أ / طريقة الإرسال المنفرد : وتشمل نظم التليتكست والكابلات المخصصة للاتصالات .

ب / طريقة الإرسال المزدوج : وتشمل نظم الفيديوهات ، فيديو تسكت ، وخط الاتصال المباشر .

وهذه التقنيات من النشر الإلكتروني تعتمد على معظم مكونات تكنولوجيا المعلومات كالحاسبات الإلكترونية السلكية واللاسلكية وأشعة الليزر والأقمار الصناعية⁽²⁾ .

ثانياً : وسائل الاتصال الحديثة الغير تفاعلية :

وقد قسمها هنا إلى فيديو كاست وكذلك ألة التسجيل الموسيقي⁽³⁾ .

1 – الفيديو كاسيت : اتاح الفيديو زيادة في استخدام أجهزة التلفزيون وأصبح المشاهد يستطيع ان يتحكم بوقته و يشاهد ما يتوقف على رغبته.

¹- حسن حمدي، مقدمة في دراسة وسائل و أساليب الاتصال، مرجع سابق، ص13.

²- حشمت محمد شفيق، الإعلام الإلكتروني، د ط، دار الكتب العلمية، مصر – القاهرة، 2005، ص32.

³- محمود علم الدين، تكنولوجيا الاتصال و صناعة الاتصال الجماهيري، مرجع سابق، ص112،

2 - الفيديو ديسك : يعمل بأشعة الليزر التي ظهرت عام 1979 ويعمل بنظام اللغة الإلكترونية ظهرت في عام 1981.

3 - الفيديو تكست: و يعد نموذجا للتزاوج بين التلفزيون وتكنولوجيا المعلومات حيث ينقل المعلومات في مختلف مجالات المعرفة.

4- تكنولوجيا وسائط التخزين: TARAGE MEDIA يمكننا ان نقول أن مجتمعات ما قبل التعلم كانت بالمضمون الثقافي في ذاكرة أجيال متعاقبة ولكن تغير أسلوب تخزين المعرفة ما حيثما اصبحت المعلومات تخزن عن طريق الحروف الهجائية وذلك في الجلود والحجار أو الاوراق وتوسعت تلك العملية بعد اكتشاف المطبعة على يد يوحنا جوتنبرغ.

قدم العلم للبشرية عدة وسائط لتخزين بياناته ومعلوماته للرجوع إليها وقتما يريد سواء كانت وسائط بيانية مكتوبة أو مسموعة أو مرئية وتتفاوت قدرات تلك الوسائط من حيث السعة وسهولة الاستخدام والسرعة التكلفة.

بداية بالة التصوير التي صنعت عام 1890مرورا بأسطوانة الكاست التي تم اختراعها عام 1897وانتهاء بالوسائل الكترونية ومن ثم الأقراص الضوئية والتي تعتمد على التكنولوجيا الرقمية⁽¹⁾.

5- الإنترنت: نتناول هنا منا هم مقدمة خدمة الإنترنت التي بها استطاع الإنسان ان يبحر إلى عوالم عدة من مراكز وشبكات علمية وأخذ منها ما يتناسب مع ميوله ورغباته ويشبع حاجاته وللمساهمة في الاستفادة من المعلومات التي تخزنها الحاسوبية وهو ما سأسلط عليه الضوء في التطورات التالية⁽²⁾:

أ / ماهية الإنترنت :

هي عملية تتم بطريقة إلكترونية دون تدخل بشري ، ولذلك فليس هناك مؤسسة تدعى الأنترنت وإنما هي وسيلة تواصل إلكتروني بين أي شبكة معلومات وأخرى في العالم ،

¹- حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، ط 4، الدار المصرية اللبنانية، 2005، ص77.
²- محمد فتحي عبد الهادي، مقدمة في علم المعلومات، د ط، المكتبة المصرية، القاهرة، 1984، ص212.

وهناك من يعرفها بأنها دائرة معارف عملاقة يمكن للمشاركين فيها الحصول على معلومات حول أي موضوع معين في شكل نص مكتوب أو مرسوم أو خرائط أو التراسل عن طريق البريد الإلكتروني ، لأنها تضم ملايين من أجهزة الحاسب تتبادل المعلومات فيما بينها وتستخدم الجوانب المرتبطة بالشبكة بما يعرف تقنيا بالبروتوكول للنقل والسيطرة ولغرض تأمين الاتصالات الشبكية .

استخداماتها :

يتم استخدام لشبكة الأنترنت بواسطة اربع طرق⁽¹⁾ وهي :

1 – الاتصال الدائم المباشر : يقتصر هذا النوع على الجامعات والشركات الكبرى أو يتاح من خلال مقدمي الأنترنت .

2 – الاتصال المباشر عند الطلب : وهذا النوع يقدم خدمة ممتازة بشرط أن يكون المودم المستخدم فائق السرعة .

3 – الاتصال الطرفي الهاتفي : وباستخدام هذا الأسلوب يتم الربط بأحد مقدمي الخدمة وبواسطته يتم كافة الأنترنت وجميع أدواتها وبرامجها .

4 – الاتصال البريدي فقط : ويمكن من خلاله إرسال واستقبال البريد الإلكتروني فقط وهو الأرخص من كل أنواع الاتصال بالأنترنت وذلك من خلال قيمة الاشتراك وأخيرا أصبحت هذه الخدمة تقدم مجانا لكل من أراء الاشتراك .

- إرسال وتلقي الرسائل الإلكترونية .

- تبادل الملفات بين أجهزة الكمبيوتر .

- البحث عن المعلومات⁽²⁾ .

¹- بهاء شاهين، شبكة الأنترنت، ط2، الدار العربية لعلوم الحاسب، القاهرة، 1996، ص125.

²- أسامة يوسف أبو الحجاج، دليل شخصي إلى عالم الأنترنت، د ط، نهضة مصر للطباعة و النشر، مصر، 1998، ص85.

مزايا الأنترنت :

- 1 – تمكين المستخدم من السيطرة على المسافات والوقت .
- 2 – تتيح لأي شخص أو مؤسسة الحكومية أو الخاصة بواسطتها بث واستقبال مايشاء من معلومات سواء كانت مكتوبة أو مسموعة من غير رقيب فهي غير تابعة لجهة ما تتحكم فيها.
- 3 – قلة تكاليف إرسال واستقبال المعلومات عبرها .
- 4 – توسيع دائرة المستخدمين لها ومن ثم انعكس ذلك على رخص أجهزة الحواسيب نظرا للمنافسة الهائلة بين المنتجين لتلك الأجهزة في عديد من الدول .
- 5 – بخدماتها المتنوعة أصبحت بديلا متاحا عن أنظمة الفاكس و التيليكس و الفيديو تكس و التيليكست وغيرها من وحدات الاتصال الأخرى التي تستخدم في إرسال واستقبال المعلومات وتخزينها⁽¹⁾ .
- 6 – يرتبط بها معظم الصحف و المحطات الإذاعية و العالم كله لتلفزيون العربي للاستفادة منها وبث إرسالها إلى جمهورها في العالم كله .
- 7 – تقديم خدمات متنوعة لكل المستخدمين لها متخصصين وغير متخصصين ومن ذلك تقديمها خدمات التسويق وأخبار الطقس ومعرفة أسعار البورصات وحجز تذاكرهم بالنسبة للسفر .
- 8 – وسيلة الاتصال الخارجية بالمندوبين والمراسلين وتلقي رسائلهم عن طريق بريدها الإلكتروني .
- 9 – يستخدمها المرشحون في الانتخابات للترويج والدعاية عن برامجهم ومواقعهم .
- 10 – بواسطتها يتحول الجمهور من الاستهلاك السلبي للراديو والتلفزيون لاستخدام قوة التسجيلات الصوتية و المرئية وذكاء الكمبيوتر .

¹- فاروق حسين، الأنترنت شبكة دولية للمعلومات، د ط، دار الراتب الجامعية، بيروت- لبنان، 1979، ص56.

5 - البريد الإلكتروني :

ماهيته: هو نظام يستخدم الكمبيوتر لتلقي وتخزين وتوجيه والتحكم في الرسائل الإلكترونية لتصل للأشخاص أو الجماعات المراد التخاطب معها سواء كانوا في منازلهم أو مكاتبهم .

مزايا استخدامه :

- يعد وسيلة اتصال أفضل من الهاتف لكونه لا يحتاج لوجود الشخص للرد الفوري على الرسائل ولا يقاطع المرسل إليه أثناء انشغاله بعمل ما مثل جرس التليفون
- لا يقتصر فقط على تبادل الرسائل بين شخص أو آخر عن طريق إحدى الشبكات، ولكنه يقدم خدمات أكبر فهو يزيل حواجز الزمان والمكان بين عدد من المستخدمين له أيا كانوا سواء أكاديميين أو إعلاميين .
- يزداد عدد مستخدمي البريد الإلكتروني لأنه وسيط غير متزامن كما انه يمكن قراءته بالحاسب.
- يتيح للمستخدمين القدرة على الحركة والتجوال بدون الحاجة لان يعرف اي شخص مكانك مع الامكانية في ارسال اي مضمون لأكثر من شخص مشترك في نفس الوقت.
- امكانية ارسال واستقبال اي نوع من المعلومات من خلاله سواء كان ذلك عبارة عن وثيقة، رسالة، رسم بياني، ملف بيانات، تهنئة، رسالة صوتية، صفحة منقولة من خلال الفاكس، اعلانات او رسالة فيديو.
- تستطيع محطة لعمل المستقبل للرسالة ان تطبع الرسالة وتقرأها وترسلها لأي مكان اخر.

الشبكات الارضية والالياف البصرية:**اولا: الكابلات الارضية**

- عندما نتحدث عن الشبكات الارضية نقصد بها شبكات الموجات المتناهية في الصفر .

- الميكروويف او الكابلات الارضية او البحرية سواء النحاسية منها او تلك التي تستعمل فيها الالياف الضوئية والمقصود ايضا شبكات الاتصال بصفة عامة

ما هيها: هي وسيلة يتم من خلالها نقل المعلومات الصوتية و المرئية والنصوص و بالأسلوب التماثلي والرقمي أليا عبر اسلاك معزولة عن بعضها البعض بصورة متوازنة ولكن توضع في غلاف واحد من البلاستيك ويتم تداولها بين المستخدمين منها وبواسطة اجهزة الحاسبات الالية ويوجد منها عدة انواع :

مابين مزدوجة وهي الكثر استخداما وتصل سرعتها في نقل البيانات لعشرة ملايين ميغابايت في الثانية.

محورية ظهرت في اواخر الستينات حيث تصل سرعتها لمائتين مليون ميغابايت في الثانية الواحدة

كابلات الالياف الضوئية التي تنقل بيانات ضوئيا عبر الياف من الزجاج بسرعة تصل الى 1,6 مليون في الثانية الواحدة⁽¹⁾.

استخداماتها ومزاياها:

على الرغم من ضالة ما يقدمه الاتصال الكابلي من خدمات لجمهور محدد خاصة لو قورن بالاتصال عبر الاقمار الصناعية والاتصال عبر كهرومغناطيسية كما هو الحال في ارسال الراديو و التلفزيون اللذان يقدمان خدمات واسعة لجمهور عام ومناطق شاسعة الى ان الاتصال عبره له مزايا نشير لبعضها ما يلي⁽²⁾:

- تحقيق جودة عالية في استقبال الخدمة التلفزيونية وطول عمرها اذا ما قورنت بالأقمار الصناعية.

- يتيح للمشاهدين الاختيار من قنوات متعددة.

¹- حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، مرجع سابق، ص225.
²- صديق بوتبوتة، نفسيات الاتصالات عبر الأقمار الصناعية، ط 1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، د س، ص 19.

- تتيح الاتصال في اتجاهين لإحداث التفاعل بين الحاسب الشخصي في المنزل وشبكة الحاسب الالكتروني او بأصحاب الكمبيوترات الأخرى.

- تقديم للمشارك خدمات أهمها الاشتراك عن بعد وكذلك التعليم عن بعد عن طريق المحادثة مع مركز تقديم الخدمة.

ثانيا : تكنولوجيا الاتصال عبر الميكروويف :

يعد الاعتماد على وصلات المكرويف في ظل المنافسة للوصول للجماهير في أي مكان يتواجد فيه لتقدم له بيسر وسهولة خدمات متعددة ، لكي يصل البث للأماكن البعيدة والنائية أو لتعديل نظام الكابلات خاصة في الأماكن التي يصغي إضافة خدمات فيها سواء تحت الأرض وفوقها أو تحقيق الاتصال بواسطة الأقمار الصناعية أو غيرها .

ماهيتها : هي إحدى الوسائل لنقل الصوت والبيانات والصور عن بعد باستخدام موجات متناهية الصغر وعالية التردد للطيف الإذاعي معتمدة في ذلك على هوائيات تدعم على قمم الجبال الشاهقة أو غير المرتفعات أو البيوت العالية على أن يكون بين كل هوائي وآخر خط وهمي لايفصل بينهما شيء ، بحيث يرى كل هوائي الآخر على ان تكون هذه المسافة بين كل هوائي و آخر تقريبا ثلاثون ، أربعون ، خمسون ألف كيلو إلى 100 مليون ميغابايت في الثانية الواحدة⁽¹⁾.

الخصائص الأساسية للميكروويف :

- 1 - يستخدم للمسافات الأكثر من عشرون كيلو متر .
- 2 - تكون المسافة بين البرجين حوالي 50 كلم طبقا لانبطاح الأرض .
- 3 - تكون أطباق الهوائيات محمولة على أبراج من الرصاص STEEL TOWER لا يكون كبيرا ، حيث يكون خط الهوائي أقل من قدمين إلى نحو 12 قدما .

¹- أحمد قنديل إتصالات الفضاء، مرجع سابق، ص 59.

4 – يستخدم أسلوب تردد في FM في نقل البيانات تسافر في خطوط مستقيمة وهمية بحيث يرى كل منها الآخر ولا تنعكس من خلال طبقة الأيونوسفير كما هو الحال في موجات الراديو التقليدية⁽¹⁾.

5 – تتراوح المسافة بين كل محطة وأخرى من 20 إلى 30 ميلا ويتوقف ذلك على قوة الترددات المستخدمة و أحوال الطقس المتوقعة التي تعيق ترددات إشارات الميكروويف.

استخداماته :

- يستخدم في تسهيل الاتصال بين المكاتب .

- يستخدم في تشغيل العديد من محطات الراديو التي تعمل على ترددات مختلفة القوة مما يسمح لها بتقديم عدد ضخم من القنوات الإذاعية في منطقة جغرافية واحدة وبدون تدخل بين تلك الموجات .

- يستخدم أيضا في إعادة تقوية الإشارات التلفزيونية لكي تصل إلى مناطق نائية .

- يستخدم في الاستوديوهات التلفزيونية لتدعيم مرور الإشارات من تلك الاستوديوهات إلى نقاط التغذية الرئيسية للأقمار الصناعية ويمكن القول بأنها كل ما تقدمه لنا التكنولوجيا الحديثة من وسائل متطورة سواء كانت أقمار صناعية أو كابل محوري ألياف ضوئية أو ميكروويف و ما يقومون به من حمل البيانات و المعلومات و الصور و الرسوم و الموسيقى لنا⁽²⁾.

¹ - عبد الحميد البيسوني، التعليم و الدراسة على الانترنت، د ط، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 2001، ص19.
² - سمير محمد حسين، الإعلام و الاتصال الجماهيري و الرأي العام، د ط، عالم الكتب، مصر، 1984، ص31.

خلاصة :

تعد تكنولوجيا الاتصال الحديثة من آخر المراحل في تطور طويل بدأت منذ فجر الوعي البشري و مهدت لميلاد وسائل أخرى ، وكانت هذه الوسائل أكثر قدرة لتلبية الحاجات بواسطتها رأى الاتصال النور وهذا بسبب التكنولوجيا الحديثة المخترعة و المتطورة ، و قد استطاع الإنسان عن طريق اختراع هذه الوسائل الحديثة أن يحرر عملية الاتصال من قيود الزمان والمكان ، ومحور هذه الثورة الاتصالية التطور الراهن في تكنولوجيا المعلومات الذي يعتمد على مزج بين كل الأدوات و الوسائل و الأجهزة .

الفصل الثاني : بحوث نظرية الاستخدامات و الإشباعات

المبحث الأول :

مفهوم النظرية

المبحث الثاني :

اصول و فروض نظرية الاستخدامات و الإشباعات

المبحث الثالث :

الاستخدامات و الإشباعات المتحققة من وسائل الاعلام

تمهيد :

بدأ الاهتمام بمدخل الاستخدامات والإشباع عبر وسائل الإعلام منذ الأربعينيات، تسعى بحوث الاستخدام و الإشباع إلى الإجابة عن التساؤل: لماذا يستخدم المتلقي وسائل الاتصال؟ ومن خلال هذا التساؤل يمكننا أن ندرك بأن هذه الدراسات تعتبر المتلقي نقطة البدء وليس الرسالة الإعلامية أو الوسيلة الاتصالية، ومن خلال هذا التركيز على المتلقي يرى أصحاب هذا الاتجاه أن الأفراد يستخدمون وسائل الإعلام ومحتوياتها لأمر كثيرة قد لا تكون لها علاقة بالهدف الذي يريده القائم بالاتصال، ذلك أن الأفراد بدلا من أن يكونوا مستقبلين لرسائل الاتصال فإنهم يسعون إلى استخدام وسائل الاتصال بما يتفق مع حاجاتهم ويشبعون بذلك حاجات عديدة لديهم وليس بالضرورة أن يتم إشباعها عن طريق وسائل الإعلام .

المبحث الأول : مفهوم نظرية الاستخدامات و الإشباع

خلال أربعينيات القرن العشرين الميلادي بدأ إدراكه و قبوله و قال الفردية و التباين الاجتماعي، و إدراك السلوك كالمبرر تبطو وسائل الإعلام البديعية منظور جديد للعلاقة بين الجمهور و وسائل الإعلام، وكان ذلك نحو لا من أيا لجمهور علنا عنصر سلبي بالأنه عنصر فاعلي انتقاء الرسائل المضامين المفضلة من وسائل الإعلام، و نظرية الاستخدامات و الإشباع القائمة على افتراض الجمهور

النشط تركز على كيفية استجابة وسائل الإعلام لمدى و فاعلية احتياجات الجمهور

يشير الباحثون إلى أن الباحثين أو ااحتياجات التي تحققها استخدام وسائل الإعلام مقدمبدا في الثلاثينيات من القرن الميلادي الماضي، عندما جرى بتدراسات عديدة من هذا المنظور للتعرف على أسباب استخدام الجمهور لوسيلة معينة، و بدأت أبحاث النظرية منذ عام 1944 فيدراسة ميرتا و هيرزج، التي استهدفت الكشف عن إشباع مستمع " المسلسلات اليومية " (1) و توصلت إلى أنها تهتم بإشباع الحاجات العاطفية، و في عام 1945 جاء تدراسه لسنو التي أجراها إلى أن الصحف تقو مبعده أدوار تعد السبب في ارتباط الجمهور بهامثل دور نقل المعلومات و الأخبار، و الهروب من العمل اليومي، و كانوا و لظهور لهذا النظرية بصورة كاملة في كتاب " استخدام وسائل الاتصال الجماهيري " من تأليف اليهو كاتز و بلومر 1974 و دار هذا الكتاب و لتصور الوظائف التي تقو مبهها وسائل الإعلام من جانب، و دورها في استخدامها لفر دمن جانب آخر (2).

ويرد ينيسما

كويلاً أنها لبد من دراسة العلاقة بين الدوافع النفسية التي تحرك الفرد لتلبية حاجاته في وقت معين، و التعرض لوسائل الإعلام هو بهذا المقدم المدخل لدراسة العلاقة بين المتلقيين، و وسائل الإعلام ذلك لان هذا المدخل يقو أساسا على تصور الوظائف التي تقو مبهها الوسائل محتواها من جهة و دورها في استخدامها من جهة أخرى.

و في السبعينيات الميلادية بدأ الباحثون في استهداف و عبر البحوث المنظمة ببناء الأسس النظرية لمدخل استخدام الإشباع، و ذلك عبر طرح وصياغة الكثير من التساؤلات العديدة التي ظهر تفيا لدراسات التقليدية التطبيقية المق

1- عبد الله مي، نظريات الاتصال، د ط، دار النهضة العربية، 2010، ص 50.

2- ملفين ل، ديفير، ساندا بول - روكيتش، ترجمة كمال عبد الرؤوف، نظرية وسائل الإعلام، ط 4، دار الدولية للاستثمارات الثقافية، القاهرة، 2002، ص 120.

دما فنيا لأربعينيات من القرن نفسه، وأدب ذلك بدور هاليقيام عدد من البحوث التطبيقية في مجال الاستخدامات¹ إشبه
 اعو كانت كدراسة تسعي إلى الإسهام في بلورة ما وصلنا إليها من دراسات سابقة في هذا المجال فجعلوا أكثر من الخ
 طوات المنطقية التي كانت تغير ظاهره في تلك الدراسات السابقة خطوات عملية.

لذا كان إليه كاتزوز ميله يميز انه هذا المرحلة بأنها تحاول استخدام المادة العلمية المتاحة حول الإشباع عشر
 حوت توضيح الجو انبأ آخر بمنع عملية الاتصال، التي يمكن أن ترتبط بها دوافع الجمهور وتوقعاته.

1959

وفي عام

قدم عالما الاتصال المشهور كاتز هذا المصطلح بضرورة التركيز على كيفية تعاملنا مع وسائل الإعلام

بدلا من الإكثار من الحديث عن تأثير وسائل الإعلام في الناس وماذا تفعل وسائل الإعلام في الناس، وطالب بضرورة
 دراسة المتغير التوسطية التي تلعب دورا وسطيا في هذا التأثير من خلال الإجابة على السؤال :
 ماذا يفعل الجمهور مع وسائل الإعلام؟⁽²⁾

المبحث الثاني : اصول وفروض نظرية الاستخدامات و الاشباع

² - ملفين ديفير، نفس المرجع، ص 122.

تركز بحوثنا لاستخدامات

الإشباعا تلد راسة استخدام وسائل لإعلام والاتصالو التعرض ليهامنمختلفالفئاتالاجتماعية فيمحاولة الرطببينهذها لأسبابو الاستخدامو العائدمنهذالاستخدام، فهذها لبحوثتسعبالبالإجابة عنالسؤاللماذايستعملامتلقيو وسائلالاتصال؟ منخلالهذا السؤالاليمكننا التركيز علالمتلقي، ير بأصحابهذالاتجاهأنالأفراديستعملون وسائل لإعلامو محتوياتها لأموركثيرة قدلا تكونلها علاقةبالهدفالذياستهدفها المتصلاذلكأنالأفرادلا منأن يكونوا مستقبلينلر وسائلالاتصالإنهميسعونالباستخدامو وسائلالاتصالبمايتفقمعاجياتهم، ويشبعونبذللكاجاتلديهمليستبالضرورة أنيتماشباعها عنطر يقو وسائل لإعلام، فالفر دقديلا للبدائلأخر بغير وسائل لإعلام لإشباع حاجاته.

تعتبر بحوثنا لاستخدامات الإشباعا تمنالمقارباتالتيتندر جضمنظرياتالتأثير المحدودلوسائل لإعلام)⁽¹⁾ بالإشارة فهناكمنيطلقعلنظرية الاستخداماتو

الإشباعا تنسمية نموذجو البعضالأخر مدخلكما هناكمنيطلقعليها تسمية " منظور " أو " المقتررب " (2)

تعتبر هذها النظرية تيار افكر ياجديد اظهر فيالولايات المتحدة الأمر يكية فيالأربعينياتمنالقرنالماضي، وقد عملوا هذالتيار أمثالبر نار دبر لسون، بوللازر سفيد، هارولد لاسويل، إلبالتخلصمنمصادقيةالنموذجالأول،

المنبه، الاستجابةو الذييفيدبأنتأثير وسائل لإعلامو تأثير قويو فعال مباشر علأفرادالجمهورو هو ما عبر ر عنهنظرية الحقة تحتالجلد⁽³⁾ بالمقابلعملهؤلاءالباحثينعلصيا غة نموذجالاستخداماتو الإشباعا، واعتمدوا فيذلكعلمنهجية جديدة ومدخلأخر لفهمعلاقة الفردبوسائل لإعلامو حاولتالنظرية منذالبداية توضيحفائدة وسائلالاتصالللجمهورو ذلكعنطر يقدر راسة استخداماتهلهاو الإشباعا التييحصلعليهامنتلكالوسائل كمتغير اتمتد اخله فيما بينو وسائلالاتصالو افعو احتياجاتالجمهور منمنظور لدراسة الوظيفة.

1- صالح خليل أبو أصبح، استراتيجيات الاتصال و تأثيراته، ط1، دار مجدلاوي للنشر و التوزيع، الأردن، 2005، ص108.

2- حسن حمدي، وظائف الاتصال الجماهيري، د ط، دار الفكر العربي، مصر، 1991، ص8.

3- جيهان أحمد رشدي، الأسس، العلمية لنظريات الإعلام، د ط، 1978، ص 440.

ويشير روز

نجير بين الضرورة اهتمام الباحثين بالتمييز بين النواحي، سواء في الدراسات النظرية أو التطبيقية، إذ أن الخلط بينهما أو العجز الواضح في التمييز بينهما أو قبح بعض البحوث في نتائج خاطئة وتداخل المفاهيم حيث أن الفصل نظر يمثّل ضرورة ملحّة وقائمة ويجسد خطوة مهمة وحاسمة لتقديمها أفضل حلو لم تغير اتا لإشباع وإنما طه، وارتباطها بسلو كالتعرض للاستخدام أو عوامل اختيار الوسائل ومعايير انتقاء محتوى الرسائل.

وقد أثبتت دراسات جديدة قدرة الجمهور على التمييز بين الوسائل لإعلام أساسا لإشباعا التي يبحثون عنها، والتحقق من نواحيها.

يمكن أن نضع أهم الإشباعات على الشكل الآتي:

إشباعات فورية:

تحدث للجمهور بشكل سريع مع مثلا لمعرفة السريعة أو الترفيه الضحك.

إشباعات بطيئة:

تحدث بشكل متأخر علمد بعيد مثل تكوين اتجاهات والآراء وتتبع الإعلانات.

أشباعات تنفيس:

تحدث من أجل مساعدة الأفراد للحصول على الراحة والتخلص من القلق والاضطراب.

إشباعات مراقبة البيئة:

تحدث من أجل مساعدة الأفراد في الحصول على المعلومات والمعرف في التفسير.

إشباعات المحتوى:

تحدث بسبب التعرض لضمائم الإعلام (أفلام، أخبار، دراما، صور)

إشباع عملية:

تحدث نتيجة التعود والارتباط بالوسيلة (عادات الناس في التعامل مع الوسائط الإعلامية) .
 مثل الجلوس أمام التلفاز مباشرة عند العودة إلى المنزل أو التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي يومياً أو أثناء العمل⁽¹⁾.

الإشباع المتحققة:

و التي تحدث بفعالات تعرض ضيق شعور عام.

الإشباع المطلوب:

و التي يسعها الأفراد لها مثال البحث المرهقين في الفضاءات الخ.

الإشباع ذاتية:

و هي تحدث وتكسب الفرد مهارات تطويرية ذاتية.

الإشباع الاجتماعي:

و هي تحدث مع الفرد من أجل التعامل والاندماج مع شبكة العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع⁽²⁾.

فروض نظرية الاستخدامات والإشباع:

¹ - حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد، الاتصال و نظرياته المعاصرة، ط3، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2003، ص248.
² - محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، ط1، عالم الكتب، مصر، 2005، ص86.

وضعدانيالوكاتزوزملاءهمنعلماءالاتصالخمسةفروضرئيسيةتتعلقبكيفيةاستخدامالأفرادلوسائلالاتصالوالإشباعالتبليغاتلوتحققهامنهذاالاستخدام.

وهذهالفروضالخمسةهيمنقبلكاتز،بلومر،غروفتش⁽¹⁾:

-1

أعضاءالجمهورمشاركونفعالونفيعمليةالاتصالالجماهيري،يستخدمونوسائلالاتصاللتحقيقأهدافمقصودةتليبتوقعاتهم.

-2

يعبراستخدامالأفرادلوسائلالاتصالعنحاجاتالتبليدركهاأعضاءهذاالجمهور،ويتحكمفيذلكالفروقالفرديةفيمابينهم.

-3

إنأعضاءالجمهورهمالذينيختارونالرسائلوالمضمونالذييشبعاحتياجاتهم،وانوسائلالإعلامتنافسفيمابينهاومعصادرالإشباعالأخرفيتلبيةهذهالحاجات.

-4

إنأفرادالجمهورلديهمالقدرةعلىتحديدوافعترضهموحاجاتهمالتييسعونإلىتبليتها،ومنثمفهميختارونالوسائلالمناسبةلإشباعهذهالحاجات.

5- يمكنالاستدلالعلبالمعاييرالثقافيةالسائدةفيالمجتمعمنخلالاحتواها فقط.

وتحققنظريةالاستخداماتوالإشباعاتالأهدافالرئيسيةالتالي:

الكشفعنذوافعالاستخداملوسائلالإعلام.

الكشفعنذوافعالاستخداملوسيلةمعينة.

الفهمالعميقلعمليةالاتصالمنخلالانتائجالتبليغاتوصلاإليها.

¹ - فضيل ديلو، الاتصال مفاهيمه، نظرياته، وسائله، ط 1، دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر، 2003، ص 31.

الكشف عن الإشباع المطلوب التيسر الفردي لتحقيقها من خلال استخدام مهلو وسائل تواصلية.

الإشباع المحقق من وراء هذا الاستخدام.

الكشف عن العلاقات المتبادلة بين دوافع الاستخدام والتعرض للإشباع الناتجة عن ذلك التعرض.

معرفة دور المتغير الوسيط من حيث تأثيرها في كل من استخدامات الوسائل وإشباعاتها. (1)

¹ - عبد الرحمان درويش، دراسات اتصال، د ط، مكتبة نانسي ديماط، مصر، 2005، ص 104.

المبحث الثالث : الإشباع واستخدامات المحققة من وسائل الإعلام

وفق نظرية الاستخدامات والإشباع، يتيم وصف الجمهور بأنهم مدفوعون بعوامل نفسية، واجتماعية للحصول على نتائج معينة يطلعون عليها بالإشباع، ويشكل هذا النشاط الذي يستخدمه (1) الجمهور لوسائل الإعلام في ثلاث مستويات:

الانتقائية

الاستغراق

الإيجابية

ويختلف الباحثون فيما بينهم حول تحديد صور واضحة لحجم ونوع الإشباع التي تلبيها عيننا أساسين هما:

1- الإشباع المطلوب:

والمقصود بها تلك الإشباع التي يسعى أفراد الجمهور في البحث عنها بهدف الحصول عليها، وتحقيقها من خلال استخدامهم المستمر والمتواصل وسائل الاتصال الجماهيري، وتعرضهم لمحتوى رسائلها وليس بالضرورة أن كل ما يسعى لأفراد الإعلام للإشباع التي تحقق لاسيما وأن نتائج العديد من الدراسات تؤكد أن المستهلكين للإشباع المكتسب، أو المتحقق بصورة عامة تتناسب مع مستوى الإشباع المطلوب.

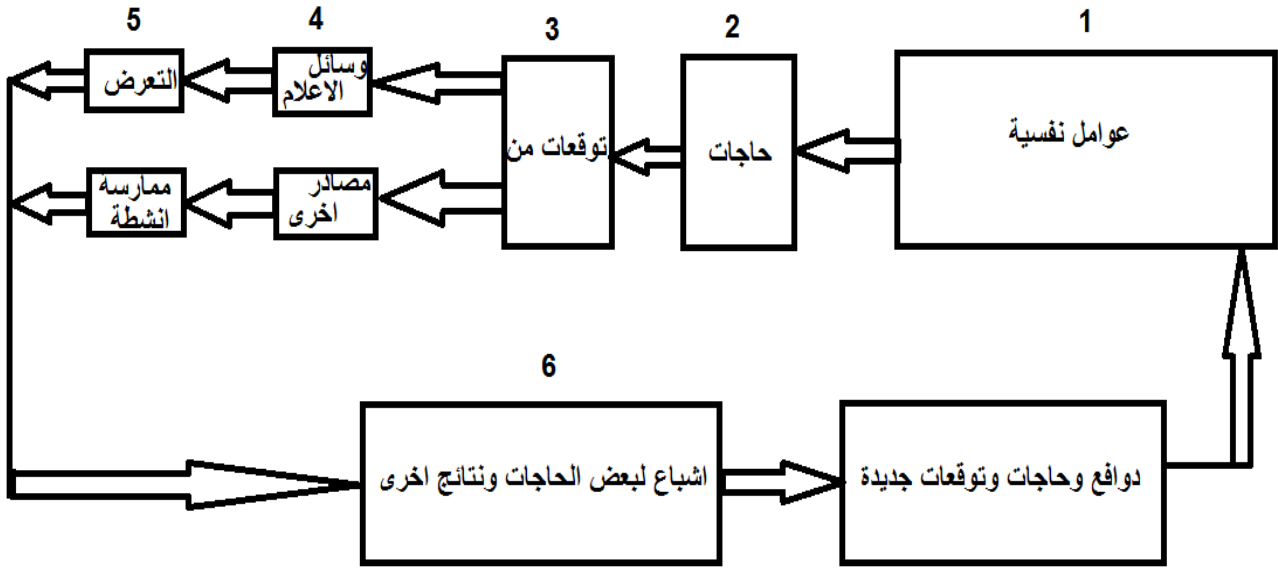
2- الإشباع المتحققة أو المكتسبة:

وهي تلك الإشباع التي اكتسبها الأفراد، ويحصلون عليها بتحققهم بالفعل من خلال استخدامهم لوسائل الاتصال الجماهيري وتعرضهم لمحتوى رسائلها، والمتمثلة في تلك القيمة أو المنفعة التي تحملها الرسالة الإعلامية في طبيعتها أو الفائدة التي ينطوي عليها المحتوى، أو تتمتع بها خصائصها الواسعة وسماها وتحقق إشباعا حقيقيا بالحاجات لأفرادها.

وتسبب بعض الدراسات استخدام الإشباع التي تبين هذا التصنيف من خلال التركيز على جانبين:

أما يحتاج إليها الجمهور من وسائل الإعلام.

1- رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، ط 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2007، ص 20.



نموذج كاتز وبلومر للاستخدامات والإشباع

الانتقادات الموجهة إلى النظرية:

1- الانتقادات الموجهة للمفهوم والوظيفية، فهو كما يرى دينيسما كويليستخدم بمعنا الهدف أو النتيجة أو المطلوب أو التوقع.

2

يرى بعض الباحثين أن النظرية لا تعدو كونها استراتيجية لجمعية المعلومات من خلال التقارير الذاتية للحالة العقلية.

3- مركز ما

كويلي أعلن أن النتائج هذه بالبحوث يمكن أن تتخذ ريعة الإنتاج المحتو بالباطل لأنها تلبية لحاجات الجمهور في مجال التسلية والترفيه.

4- يرى بلومر عدم تحديد مفهوم النشاط الذي وصفها المتلقون نه هو العمد أو المنفعة

5- عدما لاتفاق علم مصطلحات النظرية، ومن ثم توظيفها وربطها بالماذبا المختلفة.

6- دخول وسائل جديدة إلى الواقع فتتطلب مفاهيم جديدة.

7- تنظر بحوث النظرية بالفرد بعيدا عن البيئة التي يعيش فيها، وتأثير كل منهما في الآخر⁽¹⁾.

¹- فضيل ديلو ، مرجع سابق ، ص 162.

خلاصة :

ساهمت نظرية الاستخدامات والإشباع بتقديم إستراتيجية جديدة لدراسة وتفسير استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام والاتصال و إشباعاته، حيث ازداد إدراك الباحثين بأهمية الاستخدام النشط للجمهور المتلقي باعتباره عاملا وسيطا في إحداث الأثر سواء كان كبيرا أو محدودا

الفصل الثالث : الإذاعة والاستماع

المبحث الأول :

تعريف الإذاعة ونشأتها

المبحث الثاني :

وظائف الإذاعة وأهميتها

المبحث الثالث :

تمهيد :

تتميز الإذاعة كوسيلة إعلامية جماهيرية بالسرعة و الفورية من مواقع الحدث ، و الاتساع من طرف التغطية الجغرافية على المستوى المحلي و الإقليمي و العالمي ، واستخدام الموجة القصيرة و المتوسطة ولا توجد حواجز في بث هذه الموجات الإذاعية نظرا لتخطيها الحواجز الطبيعية و الحدود السياسية .

والجمهور المستمع عريض و غير متجانس بحيث أن المادة الإعلامية تناسب معظم أذواق الجماهير ، ويمكن أيضا مخاطبة كل مستمع بلفتة خاصة .

المبحث الأول : تعريف الإذاعة ونشأتها

لغويا : كلمة الإذاعة تعني الإشاعة بمعنى النشر العام وذيوع الخبر .

اصطلاحا : هي تلك الوسيلة التي توصف بأنها جماهيرية .

فهي أداة تربطنا بالعالم في جميع المجالات ، ويعتبر الراديو إحدى تكنولوجيات الإعلام التي سهلت عملية انتقال المعلومات و الأفكار إلى الجماهير المستمعة أو ما يعرف بالإعلام الجماهيري .

والمذيع هو من لا يكتفم السر أو من لا يستطيع كتم خبره والعرب يصفون الرجل الذي لا يكتفم السر بالمذيع⁽¹⁾ .

والإذاعة هي الانتشار المنظم والمقصود بواسطة الراديو لمواد إخبارية وثقافية وتعليمية وتجارية وغيرها من البرامج لتلتقط في وقت واحد لدى المستمعين فرادى وجماعات باستخدام أجهزة الاستقبال المنافسة⁽²⁾ .

وهي وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري ، توصف بأنها وسيلة اتصال ساخنة بمعنى أنها وسيل تتحقق فيها فورية التدفق الإعلامي ، توصف بأنها وسيلة انفعالية ذهنية ديموقراطية لتداول الأخبار و الأفكار و الآراء عن طريق المشاركة فالمستمع يتلقى الرسائل الإعلامية عن طريق الراديو وهو يتأثر بالأداء الصوتي وما يتسم به ذلك من تلقائية وهكذا يصبح التأثير انفعالا ذهنيا ، وهو وسيلة ديموقراطية لأنه الأرخص و الأكثر شعبية ، أسقطت حواجز الزمان و المكان فنحن نستطيع سماع الراديو في أي مكان وفي أي وقت⁽³⁾ .

¹ - ابراهيم إمام، الإعلام الإذاعي و التلفزيوني، ط 2، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985، ص256.
² - عبد العزيز شرف، مدخل إلى وسائل الإعلام، ط 2، دار الكتاب المصري اللبناني، القاهرة، 1989، ص409.
³ - عبد المجيد شكري، فنون الراديو في ضوء متغيرات العصر، ط1، دار العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، دس، ص95.

نشأة الإذاعة : تبدأ قصة الإذاعة في عام 1865 عندما قام عالم الطبيعيات الإنجليزي جيمس كلارك ماكس ريل الأستاذ بجامعة لندن بوجود الموجات الكهرومغناطيسية وأعلن العالم الألماني هين ريتش هيرتز صحة النظرية لماكسويل وقام بإجراء عدة تجارب في السنوات العشر التالية حول طرق إنتاج تلك الموجات الكهرومغناطيسية و خصائصها و سرعتها التي تبلغ 300 متر في الثانية وهي سرعة الضوء وأطولها التي تتراوح بين 1500 متر ومليمتر واحد .

وقد حفزت هذه النتائج عالما شابا في العشرين من عمره يدعى ماركوني في عام 1894 على إجراء المزيد من التجارب العلمية من خلال إرسال إشارات سلكية عن طريق الراديو التلغرافي ، فأنشأ شركة لتطوير اختراعه على أساس تجاري ولزيادة المسافة التي يمكن إرسال الإشارات اللاسلكية عبرها عام بعد عام وفي سنة 1901 استمع ماركوني لرسالة بعث بها عبر المحيط الأطلنطي من محطة إرسال كونل بإنجلترا إلى سان جون في " نيو زيلاند " بالوم أ وقد تأكد الدور الخطير الذي يمكن ان تلعبه الإذاعة علميا عندما فقد الإرسال اللاسلكي سفينة الركاب استتلينك سنة 1912 .

وفي نفس الوقت كانت جهود العلماء تتضافر في جميع أنحاء العالم لتطوير الإذاعة ففي سنة 1904 اخترع سيرجن فليمنغ الصمام الموحد الثلاثي واخترع أي فورست الأمريكي المكبر الصمام الثلاثي فكان خطوة كبيرة في تنمية الإلكترونيات، الجهود بنجاح في إذاعة صوت الإنسان و الموسيقى، وبذلك اكتملت جميع العناصر الإذاعية على النحو الذي نعرفه الآن .

وفي سنة 1920 أصبحت الإذاعة حقيقة واقعة في الو.م.أ وتورخ الإذاعة الأمريكية عادة بشهر نوفمبر 1920 عندما أذاعت المحطة نتائج الانتخابات للرئاسة الأمريكية بين كوكس ومارين وفي سنة 1922 بلغ عدد المحطات 50 محطة ثم وصلت إلى 550 محطة في العام التالي مباشرة .

وانتشرت الإذاعة بسرعة في بريطانيا - فرنسا - ألمانيا - أستراليا ، وما إن حلت سنة 1952 حتى أصبح ف العلم نحو 600 محطة إذاعية ثم ارتفع عدد المحطات إلى 7500 سنة 1962 وهي السنة التي شهدت مولد التلفزيون في معظم دول العالم (1).

المبحث الثاني : وظائف الإذاعة وأهميتها

أ - وظائف الإذاعة : إن عمر الراديو أكثر من 70 عاما وقد أصبح جزءا من الحياة كل فرد وملتصقا بالإنسان كأحد أعضائه إنه لا يكاد يفارقه أبدا ، إنه الصديق الرفيق و الناصر الأمين و مصدر السعادة والنشرة و الأمل و الراحة والاسترخاء ، وقد لا تكون وظائف و استخدامات الراديو قد تغيرت كثيرا من الناحية النظرية خلال تلك السنوات .

لكن الذي لاشك فيه أن تلك الوظائف قد تنوعت واتسعت واختلفت من دولة إلى أخرى واتسعت دائرة ذلك التنوع ليشتمل العديد من الجوانب الحيوية الهامة في حياة الأفراد و الشعوب و الدول .

تؤدي الإذاعة المسموعة وظائف رئيسية يمكن أن تندرج تحتها وظائف فرعية حسب الاحتياطات و المتطلبات لكل مجتمع وهي :

1 - الأخبار والمعلومات : الإذاعة تعتبر المصدر الرئيسي للأخبار المحلية الوطنية العالمية و خاصة الأخبار الفورية .

2 - الإعلانات بنوعيتها التجارية و الإعلانية (2) .

3 - التثقيف و التوعية : تعتبر الإذاعة المسموعة وسيلة هامة من وسائل توعية أفراد المجتمع و إرشادهم في مختلف المجالات الصحية - الزراعية - الصناعية - الدينية - السياسية وغيرها وذلك من خلال ما تقدمه من برامج مختلفة وتزداد أهمية هذا الدور خصوصا في المجتمعات المتخلفة التي تفتقر إلى وسائل الإعلام الأخرى كالصحف و التلفزيون وهي من الوسائل المؤثرة في تكوين الرأي .

¹ - إبراهيم الإمام، الإعلام الإذاعي و التلفزيوني، مرجع سابق، ص 256-257.
² - إياد شاكر البكري، تقنيات الإتصال بين زمنين، ط 1، دار الشرق للنشر و التوزيع، عمان - الأردن، 2003، ص 50-51.

4 - الترفيه والتسلية : وتدخل فيها برامج الموسيقى - الرقص والغناء - الدرام - الفكاهة - المسلسلات - المسابقات - الألغاز - الفوازير - و الألعاب المختلفة .

5 - البرامج الفنية و العلمية و الأدبية : تشمل المسرح - الأدب - الشعر - الفقه - القصص - العلم ، هذا إضافة إلى الخدمة ، الدعاية ، الإعلان (1).

ب - أهمية الإذاعة : تتميز الإذاعة بجملة من الخصائص مما يجعلها أداة فعالة للمساهمة في تكوين جماهير عريضة بكل مستوياتها ومن أهم المزايا ما يلي :

1 - سرعة الانتشار و الاتصال عن طريق الإذاعة لا يتطلب خصائص معينة في المستمع .

2 - قدرتها على استحواذ الجماهير وجذبهم من خلال أسلوب العرض و المواد الموسيقية وهذا يبعث على التشويق .

3 - تخطيها حواجز المستمع كالفقر أو الإعاقة البدنية و البصرية وتخطيها الحدود السياسية و الجغرافية حيث تصل إلى المغترب .

4 - سهولة التقاطها حيث لا يحتاج جهاز الراديو إلى مهارة في التشغيل و لا تكلفة في الاقتناء .

5 - تتيح الإذاعة للمستمع حرية الاختيار وفق ما يتلائم مع مزاجه .

6 - جمهور الإذاعة عريض و غير متجانس و برامجها متنوعة (2).

7 - استطاعت الإذاعة من خلال الترانزستور أن تحقق ميزة الحجم المتناهي الصغير و الذي سهل جمع في أي مكان كذلك التنوع في الحجم و الشكل .

8 - التغطية الجغرافية الواسعة للاتصال الإذاعي فهي تتخطى الحواجز و المواقع الطبيعية و المصطنعة مثل البحار و الصحاري و الجبال ومحطات التشويش .

¹ - د. سمير جاد، د. سامية أحمد علي، البرامج الثقافية للراديو و التلفزيون، ط 1، دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر 1997، ص 68.
² - د. عبد الحفيظ محمد سلامة، وسائل الاتصال و التكنولوجيا في التعليم، ط 2، دار الفكر للطباعة و النشر و التوزيع، عمان، 1998، ص 82-83.

- 9 - النسق الإخباري للإذاعة فهي تسبق وسائل الإعلام الأخرى في نقل الأخبار .
- 10 - الإذاعة وسيلة إعلامية هامة حيث توصل الإعلانات إلى شرائح المجتمع العريضة حيث أن المداخل تدعم اقتصادية الإذاعة .
- 11 - دور الإذاعة في خدمة العملية التعليمية يمكن استخدام الإذاعة في التعليم بالنسبة للمناطق النائية مثلما تقدم جمهورية مصر العربية برامج لتعليم اللغة العربية بالراديو وذلك للمسلمين الغير الناطقين باللغة العربية (1).

سلبيات وإيجابيات الإذاعة :

تتمتع الإذاعة كغيرها من وسائل الإعلام الجماهيري بالعديد من الإيجابيات التي تساهم في تعظيم مكانة في الوسط الإعلامي .

من أهم ايجابياتها نجد :

- وفي لجماهيرها طوال 24 سا .
- أصبحت بمثابة الرفيق الوحيد إضافة إلى تعدد لغاتها وبرامجها و تلبية رغبات جماهيرها و إمكانية البث المباشر لفترة طويلة .
- التنوع من حيث الشكل و الحجم و قدرتها على الوصول إلى أكثر البلدان بعد من خلال أجهزة الراديو .
- القضاء على ما يسمى بالقرية من خلال التطور الذي تشهده أجهزة الإعلام المختلفة و على رأسها الإذاعة .
- اهتمام النظم السياسية على اختلافها بإعداد برامج ذات أهداف سياسية و دينية و تجارية بغية جذب جماهير معينة مستهدفة من خلال هذه البرامج (2).

¹ - ماجي الحلواني، حسين و محمد مهني، مقدمة الفنون الإذاعية السمعية، د ط، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، مصر، 1999، ص25.

² - ماجي الحلواني، مدخل إلى الفن الإذاعي و التلفزيوني الفضائي، د ط، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص 24.

سلبيات الإذاعة :

- تفقد الإذاعة السمعية إلى عنصر هام جدا من عناصر الاتصال ألا وهو رجع الصدى الفوري.

- عدم القدرة من طرف الجمهور على التحكم في وقت التعرض للاستماع إلى الإذاعة فالجمهور إذا فاتته البرنامج و لم يسمع إلى موعد لا يمكن الاستماع إليه مرة أخرى وهذا جانب سلبي .

- تعرض الإذاعة في بعض الأحيان إلى التشويش .

- المنافسة الشديدة للراديو من طرف التلفزيون و القنوات الفضائية التي سحبت البساط إلى حد بعيد من الإذاعة المسموعة بالإضافة إلى الوسيلة الجديدة التي دخلت خلية المنافسة ألا وهي الأنترنت (1).

المبحث الثالث : الاستماع ومقوماته**تعريف الاستماع :****أ - وفق المنبهات الصوتية :**

سيريت : الاستماع هو العملية النشطة التي تتضمن ربط المعنى بالصوت .

كالتون و سبيرج : النشاط الانتقائي للتمييز بين المدخلات الشفهية المتاحة من خلال أي معطيات بيئية .

ب - وفقا للغة الحديث :

فلويب : الاستماع هو السماع و الانتباه و الفهم و التقويم و الاستجابة للرسائل المنطوقة .

¹- إبراهيم أبو عرقوب، الاتصال الإنساني و دوره في التفاعل الاجتماعي، ط 1، دار مجدلاوي، عمان، 1989، ص 89.

ج - تعريفات وفق اللغة المنطوقة و الإشارات المصاحبة :

إن الاستماع لدى كتاب آخرين لا يتضمن فقط الرموز اللفظية و لكن يتطلب بالإضافة إلى ذلك إشارات بيئية أخرى .

براون و كارل يسوف : عملية استيعاب كل من الرموز المنطوقة و الإشارات الشفهية و المرتبة المنظمة في موقف الاتصال الموجه بين المرسل و المستقبل .

ميك يورني وراج : الانتباه لكل من المنبهات اللفظية و الغير اللفظية للحديث .

إن هذه التعريفات تؤكد على أهمية الإشارات الغير لفظية في تأكيد المعنى الفعلي للإشارات اللفظية ، و كنتيجة لذلك فالاستماع غالبا ما يؤكد بكل من الإشارات اللفظية و الغير اللفظية وهذا ما أكده وولف و آخرون في تعريفات الاستماع بأنه سماع وفهم واختيار و تنظيم واسترجاع الإشارات و الاستجابة لها⁽¹⁾.

أنواع الاستماع :

1 - الاستماع الذاتي : هو عملية التحدث مع النفس أو عملية التفكير التأملي لاختيار الأفكار و الآراء التي تستحق العرض و التقدير للآخرين وهي عملية موازية لعملية الاستماع ذاتها فعندما نجلس للاستماع لمحاضرة أو ندوة أو موعظة دينية ، سنجد أنفسنا نعطي أذانا صاغية للمتحدث وفي الوقت نفسه ننصت لتيار آخر من الأفكار و الآراء و المشاعر و الانفعالات بسرعة 600 كلمة داخل عقولنا .

2 - الاستماع بين فردين : وتتمثل في عملية الاستماع التي تحدث أثناء الأحاديث التي نتبادلها مع بعضنا البعض في الطرقات و الميادين و مجالات العمل داخل الأسرة و بين الأصدقاء..... الخ

وتتكون من طرفين متحدث و مستمع وسرعان ما يتحول المستمع إلى متحدث .

¹ - محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية - المجلس الأول-، ط 1، دار الفجر للنشر و التوزيع، 2003، ص245.

3 - **الاستماع الجماعي** : وهو عملية اتصال منظم و مدروس من خلال رسائل معينة إلى عدد كبير من الجمهور و يأخذ أشكالاً متعددة مثل المحاضرات و الخطب السياسية و الدينية و المؤتمرات الصحفية و السياسية و أيضا أشكال الاتصال المسرحي و عبر وسائل الاتصال الجماهيري و ذلك بغرض التأثير في الجمهور و تزويده بالمعلومات .

كما أنه هناك أنواع من الاستماع من خلال أهداف عملية الاتصال :

1- **استماع تعليمي و ترفيهي** : وهو عملية اتصال هادفة من قبل المتحدث مدرسا كان أو عالما أو صحفيا أو مديعا و ذلك بغرض نقل المعلومات الجديدة أو لتعلم المستمعين أفكار و طرق جديدة أو مهارات و تأخذ أشكالاً متعددة أهمها الدرس و المحاضرات و الاجتماعات و الندوات.

2 - **استماع التوجيهي** : هو هادف يسعى ألى التوجيه و الإرشاد بغرض التأثير في المستمعين ويكون المتحدث هنا مديرا أو رئيسا أو واعضا أو مسؤولا عن أسرته و يأخذ في الغالب صفة النصح و الإرشاد .

3 - **استماع ترفيهي** : يهدف للترفيه عن المستمع أو مساعدته على قضاء أوقات الفراغ بطريقة ممتعة و هذا النوع من الاستماع يريح اعصابنا ويدخل السرور إلى نفوسنا ومن أمثلته الاستماع إلى الموسيقى و الأدب و الشعر (1).

مقومات وقدرات المستمع :

المستقبل هو أهم حلقة في عملية الاتصال ، فالمستمع هو الشخص المهم عندما نتحدث و القارئ هم المهم عندم نكتبويجب أن يضع المصدر في اعتباره طبيعة المستقبل ويتفهمه حتى يضمن تحقيق الهدف من الرسالة .

و هناك مقومات وقدرات يجب أن تتوافر لدى المستمع لنجاح عملية الاستماع وهي :

1 - القدرة على فهم اللغة الشفهية للحديث وتميز الأفكار الرئيسية .

1- محمد منير الحجاب، الموسوعة الإعلامية، مرجع سابق، ص252-254-255.

- 2 - القدرة على تحصيل التفاصيل الفردية .
- 3 - تمييز العلاقات الواضحة بين الأفكار .
- 4 - القدرة على استدعاء الأفكار و التفاصيل الرئيسية⁽¹⁾ .
- 5 - القدرات التي تحد مدى فاعلية عملية الاستماع و هي :
 - الانتباه و سعة الأفق .
 - إدراك هدف المتحدث .
 - تمييز اتجاه المتحدث .
 - التمييز بين حبل الحقيقة و الرأي .
 - التمييز بين البراهين المنطقية و العاطفية .
 - ملاحظة مدى أو الانحياز للمتحدث .
 - تمييز المتناقضات بين الرسائل الشفهية و غير الشفهية للمتحدث .
 - استخدام الأسلوب الأمثل للاستماع .

¹ - محمد منير حجاب، المرجع السابق، ص256

أما عن الاستجابة رجع الصدى للمستمع فنتكون من جانبين :

1 - الاستجابة اللفظية : وتأخذ شكل الإعلام المنطوق أو الحوار أو الاستفسار وتتضمن استمرار عملية الاتصال .

2 - الاستجابة غير اللفظية : وقد أشارت الدراسات إلى أنواع عديدة من هذه الاستجابات تعطي معاني عديدة مؤكدة لعملية الاتصال اللفظي ، و تتراوح هذه المعاني ما بين الموافقة والتأكد

و الرغبة للاستفسار عن جوانب مرتبطة للحديث ، ويترجم ذلك أنيا أو فيما بعد سلوك المستمع⁽¹⁾.

¹-Rebert leduc : la publicité, dumad, paris, 1974, p12-13.

خلاصة :

كانت الإذاعة ولا زالت من أهم وسائل الإعلام الأخرى في نقل الأخبار و الأحداث وتوصيلها إلى جميع السكان متخطية حاجز الأهمية و الحواجز الجغرافية و بذلك تستطيع الإذاعة الوصول إلى الأقل تعليما و المتعلمين الذين يصعب الوصول إليهم من خلال وسائل الإعلام الأخرى ، و لا تحتاج إلى أي مجهود من المستمعين ، فكثير من الناس ليس لديهم وقت للقراءة أو الاطلاع ، فالإذاعة وسيلة سهلة تجعلهم على علم بما يحدث .

الدراسة الاستطلاعية ونتائجها:

من المهم ان يكون لدى الباحث فكرة عن مجتمع البحث الذي يقصده في دراسته فهاذا يتيح له تحديد اطار الدراسة وبالتالي التركيز على اهم المتغيرات، ويعتبر ذلك كسبا للجهد والوقت، وتعد هذه الميزة من بين الايجابيات التي تسمح بها " الدراسة الاستطلاعية " وفي موضوعنا ركزنا على دراسة اثر تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الاذاعة وجمهورها وهي النقطة التي حاولنا ابرازها في الاسئلة.

لقد قمنا بدراسة استطلاعية على مجموعة من شباب واد رهيو بصفة متقطعة من 18 ديسمبر 2014 الى غاية 20 جانفي 2015، واستعملنا استمارة استبيان لأننا ركزنا من جهة على معرفة اثر التكنولوجيا على الشباب كمستوى نظري، ومن جهة اخرى مدى تطبيق الشباب للتكنولوجيا في التواصل، ومن خلال الدوافع التي توجه الى استخدام الشباب للوسائل التكنولوجية وكذلك معرفة المضامين الاذاعية التي تعتبر بالنسبة لهم ذات قيمة عالية وذلك من خلال التعرض والتفاعل مع الاذاعة .

وذلك من خلال طرح الاسئلة التالية والتي افادتنا فيما بعد في ضبط اسئلة الاستمارة للدراسة :

- هل تستمع للإذاعة؟
- ماهية الفترة التي تستمع فيها للإذاعة؟
- ماهي الاجهزة التي تستخدمها لتلقي برامج الاذاعة ؟
- في ظل التطورات التكنولوجية المتسارعة كيف ترى مستقبل الاذاعة ؟
- ماهي الوسائل الاعلامية الاحسن للاستماع لمضمون الاذاعة ؟
- هل اثر استخدامك للوسائل الاتصالية المختلفة في تغيير عاداتك الاستماعية للبرامج الاذاعية ؟

و قد توصلنا الى ان معظم الشباب يستخدمون الوسائل التكنولوجية بهدف مواكبة العصر، اما عن اسس التعاطي (التعرض والتفاعل) مع المضامين وهي تعتبر عند بعض الشباب

اساسا وما يشكل استنادا الى ما تم الوصول اليه سابقا وفق اجابات الشباب هو معنى تحقيق الاستخدامات و الاشباعات لديهم .

والملاحظ هنا ان الاستخدامات و الاشباعات لدى الطلبة يركز على استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة .

تحليل وتفسير النتائج الميدانية :

يتكون مجتمع البحث من مجموعة من الشباب وادي رهيو حيث تم توزيع 100 استمارة استقصاء، شملت جامعة غليزان و الشارع وقد وزعت لكل فئة كالتالي :

50 استمارة استبيان للشارع .

50 استمارة استبيان للجامعة .

اما الاستبيانات التي تم ارجاعها كانت 80 استمارة و التي ماثلت الدراسة

الجداول البسيطة :

الجدول رقم 01 :يمثل توزيع افراد العينة حسب الجنس .

النسبة	التكرار	الجنس
% 40	32	الذكور
% 60	48	الإناث
%100	80	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبة حسب نتائج الاستبيان

التعليق:

تتكون عينة الدراسة من 80 فردا منهم 32 ذكور و 48 اناث، حيث يوضح الشكل اعلاه

و المتمثل في توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس ، ان نسبة الاناث كانت مرتفعة

مقارنة بنسب الذكور حيث بلغت نسبة الاناث 60% في حين قدرت نسبة الذكور بحوالي

%40

الجدول رقم 02 :يمثل توزيع افراد العينة حسب السن .

النسبة	التكرار	السن
%58,75	47	24 – 18
%27,5	22	30 – 25
%13,75	11	ما فوق 30
%100	80	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبة حسب نتائج الاستبيان

التعليق:

من خلال الجدول رقم 02 اعلاه و الخاص بتوزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير السن نلاحظ تباين الاعمار افراد عينة الدراسة هي الفئة العمرية من 18 - 24 بنسبة %58,75 ، تليها فئة السن من 25 - 30 بنسبة %27,5 ، ثم تأتي فئة السن ما فوق 30 بنسبة %13,75 ، لذا فان الفئة العمرية الاكثر تكرارا في عينة الدراسة تميل الى الفئة الفتية اي لها رغبة كبيرة في الاستماع للإذاعة .

الجدول رقم 03 : يمثل توزيع افراد العينة حسب المستوى التعليمي .

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
%21,25	17	متوسط
%13,75	11	ثانوي
%58,75	47	جامعي
%05,25	05	مهني
%100	80	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبة حسب نتائج الاستبيان

التعليق:

نلاحظ من خلال الجدول رقم 03 اعلاه بتوزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي ان اغلبية افراد العينة من مستوى جامعي حيث بلغ عددهم 47 فرد بنسبة %58,75 وهي نسبة مرتفعة، في حين بلغت نسبة مستوى المتوسط %21,25، ونسبة

قليلة من المستوى الثانوي و المهني اي ان معظم كل افراد الجامعة لديهم مستوى جامعي و هذا ما يزيد من اهمية البحث و النتائج المتحصل عليها .

الجدول رقم 04 : يمثل توزيع افراد العينة حسب المستوى الاجتماعي .

النسبة	التكرار	المستوى الاجتماعي
56,25%	45	طالب
11,25%	09	موظف
10%	08	بطل
22,5%	18	مهنة حرة
100%	80	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبة حسب نتائج الاستبيان

التعليق:

من خلال الجدول رقم 04 الخاص بتوزيع افراد عينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية يتضح لنا ان اغلبية افراد العينة طلاب حيث بلغ عددهم 45 فرد بنسبة 56,25% وتليها

افراد العينة من المهنة الحرة بنسبة 22,5% ، وتليها افراد عينة الموظف بنسبة 11,25% و البطل بنسبة 10% .

الجدول رقم 05 : توزيع افراد العينة حسب الموقع الجغرافي .

النسبة	التكرار	الموقع الجغرافي
%53,75	43	حضري
%25	20	ريفي
%21,25	17	شبه ريفي
%100	80	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبة حسب نتائج الاستبيان.

التعليق:

يمثل الجدول رقم 05 توزيع افراد العينة حسب الموقع الجغرافي حيث نجد نسبة اعلى في افراد العينة من الذين يعيشون في الحضري 53,75% و ذلك لاستخدامه الوسائل المتطورة مقارنة مع الريفي بحيث كانت نسبته 25% اما الشبه الريفي بنسبة 21,25% .

الجدول رقم 06 : يمثل استماع المبحوثين لإذاعة غليزان .

النسبة	التكرار	هل تستمع لإذاعة غليزان؟
15%	12	بصفة منتظمة
73,75%	59	دائما
11,25%	09	غالبا
100%	80	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبة حسب نتائج الاستبيان.

التعليق:

من خلال الجدول رقم 06 و النتائج المبينة ان الاستماع لإذاعة غليزان فكانت نسبة 73,75% عن المستمعين دائما للإذاعة و ذلكنسبة للتطور التكنولوجي، تليها نسبة المستمعين بصفة منتظمة 15% و تأتي نسبة الذين يستمعون اليها غالبا 11,25% .

الجدول رقم 07 : يمثل الفترة التي يفضل فيها المبحوثين الاستماع لإذاعة غليزان .

النسبة	التكرار	ماهي الفترة التي تفضل الاستماع لإذاعة غليزان؟
%18.75	15	الصبيحة
%11.25	09	الظهيرة
%17.5	14	المسائية
%52.5	42	لا توجد فترة محدد
%100	80	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبة حسب نتائج الاستبيان

التعليق:

نلاحظ من خلال النتائج كما هو مبين في الجدول رقم 07 ان اغلبية المستمعين لا توجد فترة محددة للاستماع بنسبة 52,5% و ذلك نظرا لتنوع البرامج و توفر الوسائل الحديثة، ثم تليها الفترة الصباحية بنسبة 18,75%، تأتي الفترة المسائية بنسبة 17,5% و في الاخير نسبة فترة الظهيرة 11,25% .

الجدول رقم 08 : يمثل الأجهزة التي يستخدمها المبحوثين لتلقي برامج إذاعة غليزان .

النسبة	التكرار	ماهي الاجهزة التي تستخدمها لتلقي برامج إذاعة غليزان ؟
33,75%	27	أجهزة الراديو
41,25%	33	الهاتف النقال
25%	20	الأنترنت
100%	80	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبة حسب نتائج الاستبيان

التعليق:

من خلال النتائج كما هو مبين في الجدول 08 حيث ان الاجهزة المستخدمة لتلقي برامج اذاعة غليزان، اعلى نسبة كانت لجهاز الهاتف النقال 41,25%، ثم تليها اجهزة الراديو بنسبة 33,75%، تأتي نسبة الانترنت 25% .

الجدول رقم 09 : يمثل الأماكن التي يستخدمها المبحوثين لتلقى برامج إذاعة غليزان .

النسبة	التكرار	ماهي الأماكن التي تستخدمها لتلقى برامج إذاعة غليزان؟
%53,75	43	المنزل
%12,15	10	مكان العمل
%15	12	الحي الجامعي
/	/	مقاهي الانترنت
%18,75	15	وسائل النقل
%100	80	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبة حسب نتائج الاستبيان

التعليق:

من خلال النتائج المبينة في الجدول رقم 09 اعلاه ان الاماكن التي تستخدم لتلقي برامج إذاعة غليزان فغالبية الافراد يستمعون الى الإذاعة في المنزل بنسبة 53,75%، ثم تليها نسبة و سائل النقل 18,75%، تأتي نسبة الحي الجامعي 15%، و نسبة مكان العمل 12,15% .

الجدول رقم 10 : يمثل نوعية البرامج التي يفضل المبحوثين الاستماع إليها في إذاعة غليزان.

النسبة	التكرار	ماهي نوعية البرامج التي تفضل الاستماع إليها في إذاعة غليزان ؟
%18,75	15	الأخبار
%26,25	21	برامج تربوية
%55	41	برامج فنية
%100	80	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبة حسب نتائج الاستبيان

التعليق:

نلاحظ من خلال النتائج كما هو مبين في الجدول رقم 10 أن نوعية البرامج التي يفضل الاستماع إليها في إذاعة غليزان، فمعظم الأفراد يستمعون الى البرامج الفنية بنسبة 55%، تليها نسبة المستمعون للبرامج التربوية 26,25%، ثم تأتي نسبة الأخبار 18,75% .

الجدول رقم 11 : يمثل متابعة المبحوثين لبرامج إذاعة غليزان.

النسبة	التكرار	عندما تتابع برامج إذاعة غليزان فهل ؟
17,5%	14	تستمع إلى كل البرامج
82,5%	66	إلى جزء من البرامج
100%	80	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبة حسب نتائج الاستبيان

التعليق:

من خلال الجدول رقم 11 المبين اعلاه نجد ان معظم الأفراد يتابعون برامج إذاعة غليزان و ذلك عن طريق الاستماع الى جزء من البرامج بأعلى نسبة 82,5%، وحسب اهتمام معظم الشباب لبعض البرامج، ثم تليها نسبة الاستماع الى كل البرامج 17,5% .

الجدول رقم 12 : يمثل مشاركة المبحوثين في برامج إذاعة غليزان

النسبة	التكرار	هل سبق و ان شاركت برامج إذاعة غليزان ؟
15%	12	نعم
85%	68	لا
100%	80	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبة حسب نتائج الاستبيان

التعليق:

نلاحظ من خلال الجدول رقم 12 اعلاه الذي يمثل ان عدم مشاركة الشباب في إذاعة غليزان كان اعلى نسبة 85%، ولا يقومون بالمشاركة اطلاقا، ثم تأتي نسبة المشاركة 15% .

الجدول رقم 13 : يمثل دوافع المبحوثين للتعرض لإذاعة غليزان.

النسبة	التكرار	ماهي دوافعك للتعرض لإذاعة غليزان؟
%26,25	21	للترفيه و التسلية
%17,5	14	لتشغل أوقات الفراغ
%13,75	11	كسر الروتين
%13,75	11	التفاعل الاجتماعي
%2,5	02	لتعلم أنماط سلوكية

5%	04	مجرد عادة
21,25%	17	مصدر معلومات
100%	80	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبة حسب نتائج الاستبيان

التعليق:

من خلال النتائج كما هو مبين في الجدول رقم 13 نجد ان الدوافع للتعرض لإذاعة غليزان فقد حقق دافع الترفيه و التسلية بنسبة 26,25% وهي اعلى نسبة، ثم تليها نسبة مصدر معلومات 21,25%، تأتي نسبة تشغل اوقات الفراغ 17,5%، تليها بنسب متساوية لكسر الروتين والتفاعل الاجتماعي 13,75%، ثم تأتي مجرد عادة بنسبة 5%، و في الأخير نسبة تعلم انماط سلوكية 2,5% .

الجدول رقم 14 : يمثل مساعدة إذاعة غليزان للمبحوثين .

النسبة	التكرار	هل تسمع إذاعة غليزان من أجل مساعدتك على؟
48,75%	29	للتعرف على ظروف الآخرين
26,25%	21	ايجاد أرضية للنقاش و التفاعل الاجتماعي
10%	08	ايجاد بديل على الصحبة الحقيقية

أداء الأدوار الاجتماعية	09	%11,25
تمكنك من الربط بالعائلة و الأصدقاء و المجتمع	03	%3,75
المجموع	80	%100

المصدر: من اعداد الطالبة حسب نتائج الاستبيان

التعليق:

من خلال النتائج كما هو مبين في الجدول رقم 14 على ان استماع الإذاعة يساعد على التعرف على ظروف الآخرين و كانت اعلى نسبة 48,75%، ثم تليها نسبة ايجاد ارضية للنقاش و التفاعل الاجتماعي 26,25%، تأتي نسبة و اداء الادوار الاجتماعية و ايجاد بديل على الصحة الحقيقية بنسب متقاربة 11,25%، 10%، ثم في الاخير نسبة التمكن من الربط بالعائلة و الاصدقاء و المجتمع 3,75% .

الجدول رقم 15 : يمثل تركيز المبحوثين على برامج إذاعة غليزان .

هل عندما تستمع إلى برامج إذاعة غليزان ؟ تركز على	التكرار	النسبة
---	---------	--------

البرامج	42	52%
أم تقوم بأعمال أخرى	38	47,5%
المجموع	80	100%

المصدر: من اعداد الطالبة حسب نتائج الاستبيان

التعليق:

من خلال النتائج كما هو مبين في الجدول رقم 15 ان الاستماع الى برامج اذاعة غليزان ان معظم الشباب يركزون البرامج وكانت اعلى نسبة 52%، هذا ما يؤكد انهم يركزون على البرامج ومهتمين لها، ثم تأتي نسبة الذين يقومون بأعمال اخرى 74,5% .

الجدول رقم 16 : يمثل اعتماد المبحوثين على إذاعة غليزان لاستقاء المعلومات و الأخبار.

هل تعتمد على إذاعة غليزان
لاستقاء المعلومات و الأخبار ؟

التكرار

النسبة

51	نعم	%63,75
29	لا	%36,25
80	المجموع	%100

المصدر: من اعداد الطالبة حسب نتائج الاستبيان

التعليق:

من خلال الجدول المبين رقم 16 اعلاه ان الاعتماد على الإذاعة لاستقاء المعلومات و الأخبار كانت اكبر نسبة 63,75%، هذا يدل على ان الشباب يعتمد عليها واعتبارها مصدر اساسي، ثم تأتي نسبة عدم الاعتماد عليها لاستقاء الاخبار و المعلومات 36,25%.

الجدول رقم 17 : يمثل أساس اختيار استماع المبحوثين لبرامج إذاعة غليزان.

على أي أساس تختار
الاستماع إلى برامج إذاعة
غليزان ؟

التكرار

النسبة

23	28,75%	محتوى البرامج
06	07,5%	اللغة
44	55%	التنوع في البرامج
06	07,5%	مهنية و كفاءة الصحفيين
01	5,25%	أداء الصوت و البرمجة الجيدة
		المجموع
80	100%	

المصدر: من اعداد الطالبة حسب نتائج الاستبيان

التعليق:

من خلال النتائج كما هو مبين في الجدول رقم 17 ان الاختيار الاستماع الى برامج اذاعة غليزان على اساس اختيار التنوع في البرامج بأعلى نسبة 55%، ثم تليها نسبة محتوى البرامج 28,75%، ثم تأتي بنسب متساوية في اللغة و مهنية وكفاءة الصحفيين 07,5%، وبعدها نسبة اداء الصوت و البرمجة الجيدة 05,25% .

الجدول رقم 18 : يمثل ما يتحقق للمبحوثين عند الاستماع لبرامج إذاعة غليزان .

النسبة	التكرار	ماذا يتحقق لك عند الاستماع إلى برامج إذاعة غليزان ؟
%13,75	11	اكتساب مهارات جديدة
%13,75	11	الحصول على النصيحة
%28,75	23	تثقيف الذات
%17,5	14	فهم أكثر للموضوعات
%22,5	18	زيادة المعلومات
		المجموع
%100	80	

المصدر: من اعداد الطالبة حسب نتائج الاستبيان

التعليق:

من نلاحظ خلال الجدول رقم 18 أن الإذاعة تحقق للشباب من الاستماع لها وذلك بتثقيف الذات و كانت اعلى نسبة 28,75%، ثم تليها زيادة المعلومات بنسبة 22,5%، تأتي فهم اكثر للموضوعات بنسبة 17,5%، و بعدها اكتساب مهارات جديدة و الحصول على النصيحة بنسب متساوية 13,75% ، وبالتالي تحقيق رغبات المستمعين .

الجدول رقم 19 : يمثل مساعدة إذاعة غليزان للمبحوثين.

النسبة	التكرار	هل تساعدك إذاعة غليزان على؟
28,75%	23	حرية ابداء الرأي و التعبير
30%	24	حرية التصرف و العلاقات الاجتماعية
41,5%	33	التفاعل و الترابط الاجتماعي
100%	80	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبة حسب نتائج الاستبيان

التعليق:

من خلال الجدول رقم 19 نلاحظ نسبة مساعدة الإذاعة على التفاعل و الترابط الاجتماعي عند فئة الشباب بنسبة 41,5%، وتليها نسبة حرية التصرف و العلاقات الاجتماعية 30%، وبعدها حرية ابداء الرأي و التغيير بنسبة 28,75% .

الجدول رقم 20 : يمثل الشعور الذي يحسه المبحوثين بعد الاستماع لإذاعة غليزان .

النسبة	التكرار	ما هو الشعور الذي تحسه بعد الاستماع لإذاعة غليزان ؟
%47,5	38	مرتاح و راض
%22,5	18	لم أتغير
%3,75	03	منزعج
%26,25	21	لم ألاحظ
%100	80	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبة حسب نتائج الاستبيان

التعليق:

من خلال النتائج المتحصل عليها من الجدول رقم 20 نلاحظ ارتفاع نسبة شعور الأفراد بالارتياح و الرضى و ذلك بنسبة %74,5، يتبن لنا قدرة الإذاعة على تلبية حاجات المستمعين، تليها نسبة عدم الملاحظة %26,25، ثم تأتي نسبة لا وجود للتغيير %22,5، وكانت نسبة قليلة للذين انزعجوا من الإذاعة %3,75 .

الجدول رقم 21: يمثل استماع المبحوثين للمضامين الاذاعية حاليا.

النسبة	التكرار	حاليا هل استماعك للمضامين الاذاعية؟
%38,75	31	زاد
%27,5	22	تراجع
%33,75	27	لم يحدث تغيير
%100	80	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبة حسب نتائج الاستبيان

التعليق:

من خلال النتائج المتحصل عليها الجدول من رقم 21 ان الاستماع للمضامين الاذاعية بنسبة زاد حقق اعلى نسبة 38,75%، وهذا يرجع للبرامج المتزايدة بالنسبة للشباب، ثم تليها نسبة لم يحدث تغيير 33,75%، تأتي نسبة التراجع 27,5% .

الجدول رقم 22 :اعتقاد المبحوثين حول انماط البث الحديثة و مدى تعويضها للاستماع للمضامين الإذاعية الحالية .

النسبة	التكرار	هل تعتقد أن أنماط البث الحديثة (أنترنت ،فضائيات تلفزيونية)ستعوض استماعك للمضامين الإذاعية الحالية؟
%70	56	نعم
%30	24	لا
%100	80	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبة حسب نتائج الاستبيان

التعليق:

من خلال نتائج الجدول رقم 22 نلاحظ ان انماط البث الحديثة (انترنت، فضائيات تلفزيونية) ستعوض الاستماع للمضامين الإذاعية الحالية حيث كانت اعلى نسبة 70% ، وذلك راجع الى تأثر الشباب بالوسائل التكنولوجية الحديثة، مما يرجع سلبا على البث الإذاعي ، ثم تليها نسبة لا يمكن لأنماط البث الحديثة ان تعوض الاستماع للمضامين الإذاعية 30% بحيث ان لها مكانة خاصة .

الجدول رقم 23 :يمثل مناقشة المبحوثين للبرامج مع الغير.

النسبة	التكرار	هل تناقش البرامج الإذاعية مع الغير؟
%07,5	06	دائما
%56,25	45	أحيانا
%36,25	29	لا يحدث اطلاقا
%100	80	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبة حسب نتائج الاستبيان

التعليق:

من خلال النتائج المبينة من الجدول رقم 23 لاحظنا انه يوجد حوار و نقاش الإذاعية أحيانا حول البرامج الإذاعية مع الغير بنسبة %56,25 و ذلك راجع الى الاهتمام المشترك للموضوع المقدم في البرامج، ثم تليها نسبة لا يحدث اطلاقا مشاركة %36,25، تأتي نسبة هناك دائما مناقشة %07,5 .

الجدول رقم 24 :يمثل تأثير استماع المبحوثين للمحتويات و مضامين اذاعة غليزان في سلوكهم و عاداتهم و حياتهم اليومية .

النسبة	التكرار	هل أثر استماعك للمحتويات و مضامين اذاعة غليزان في سلوكك و عاداتك و حياتك اليومية ؟
51,25%	41	أثر
48,75%	39	لم يؤثر
100%	80	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبة حسب نتائج الاستبيان

التعليق:

من خلال نتائج الجدول رقم 24 المتحصل عليها أن اثر الاستماع للمحتويات و مضامين إذاعة غليزان في السلوك و العادات و الحياة اليومية له أثر على الشباب بنسبة 51,25%، ثم تليها نسبة لم يكن هناك اي اثر 48,75% .

نتائج الدراسة :

تبعاً لنتائج الدراسة الميدانية و بعد تحليلها تحليلاً احصائياً توصلنا الى :

- صحة الفرضية الأولى المقدمة والتي تمثلت في اقبال الشباب للاستماع للإذاعة لدى افراد العينة المدروسة .

- صحة الفرضية الثانية حيث وجدنا ان اغلب المبحوثين لديهم عادات استماعيه والمتمثلة في الاستماع بصفة دائمة و في فترات متعددة .

- توصلت الدراسة الى ان الاستماع للبرامج الاذاعية لم يتراجع الا عند نسبة قليلة من الشباب ما يؤكد ان الاذاعة لم تفقد مكانتها في اوساط الشباب في ظل واقع جديد يتميز بتعدد التقنيات التي يستخدمها الشباب و اتفاق جل الباحثين على ان هذه الفئة من اكثر الفئات استخداماً للتكنولوجيا الحديثة للإعلام و الاتصال بفضل تكيفها و تأقلمها مع التطورات التكنولوجية .

- تعكس النتائج المتوصل اليها طبيعة الاذاعة وذلك انه ليس هناك فترة محددة للاستماع للإذاعة حيث لا يتطلب الاستماع الى الراديو جهداً عصبياً و عضلياً و لا يحول بين المستمع و اداء عمله .

- لقد قدمت التكنولوجيا الحديثة للإعلام و الاتصال وسائل عديدة للجمهور من اجل التواصل ، مما اتاح للمستمع امكانيات عديدة للمشاركة و التفاعل و الحوار بأشكال و ازمناً لم تسبق معرفتها لكنها بالنسبة لعينة الدراسة يبقى الهاتف النقال هو الاكثر استخداماً .

- اظهرت الدراسة ان شباب وادي رهيو يرون ان الاذاعة هي وسيلة للحصول على المعلومات و تعلم اشياء جديدة و اكتشاف العالم ، الامر الذي لا يتحقق لهم من خلال تعاملاتهم و تفاعلاتهم اليومية بدليل نوعية البرامج التي يتعرضون لها اكثر و المتمثلة في البرامج الفنية وهو ما يختلف عن التطورات الاجتماعية السائدة حول علاقة الشباب بوسائل الاعلام .

- كما كشفت الدراسة وجود ارتباط وثيق بين هذا النوع من البرامج و دوافع تعرضهم المتمثلة في الحصول على المعلومات و الإشباعات المحققة و المتمثلة في زيادتها بالنسبة لعدد كبير من المبحوثين .

- ان الشباب الاصغر سنا بمعنى الممتدة اعمارهم من 18 - 24 سنة اكثر تنوعا و استخداما لمختلف المحامل الاذاعية خاصة الحديثة منها و كذا مختلف الوسائل الاتصالية وهذا ما يتميز به من خصائص تتماشى مع طبيعة هذه الشريحة التي تمتاز بالميل الى التغيير و الولوج لكل ماهو جديد وهذا ما يحقق صحة الفرضية الثالثة .

- توصلت الدراسة الى ان هناك دوافع معرفية و ثقافية من خلا ايجاد ارضية للنقاش و التعرف على ظروف الاخرين و السبب الرئيسي راجع الى التنوع في البرامج و اداء الصوت و البرمجة الجيدة .

- توصلت الدراسة الى تفاعل الشباب مع المضامين الاذاعية من خلال تثقيف الذات و فهم الموضوعات و التفاعل و الترابط الاجتماعي ، فالاستماع للمضامين الاذاعية اثر قوي في السلوك و العادات اليومية للشباب و هذا ما تؤكد صحة الفرضية الاخيرة .

الخاتمة

الخاتمة :

إن التحول و التغيير عبر التطور التكنولوجي هو جوهر حياة الإعلام و الاتصال فالإعلام جديد في كل طور من أطواره ، فالناس لم تتوقف عن الاستماع للإذاعة و ذلك من خلال طبيعتها و خصائصها و منها ما يتصل بطبيعة جمهورها و متلقيها و الرسالة التي تبثها .

بالإضافة إلى ذلك فإن الإذاعة لم تقف على هامش التطور التكنولوجي ، فقد استفادت هي الأخرى من الثورة التكنولوجية حيث أصبحت مغايرة تماما لما كانت عليه في الماضي التي تقدم وفق أشكال متنوعة ، بحيث ظهرت أشكال جديدة للإذاعة جددت أنماط البرامج و استخدامات الراديو و أساليب الاستماع فوجد المستمع فرصا للاختيار لم يعدها من قبل و قد انصبت الدراسة على فئة الشباب للتعرف على تأثير عملية تعرضهم للإذاعة، و الواقع يظهر أن الوسائط الإلكترونية المتعددة باتت تشكل اليوم جزءا لا يتجزأ من المحيط و بيئة الشباب، على الصعيد التعامل بسرعة في استعمال الكمبيوتر و مختلف الأجهزة الإلكترونية كما أنها أصبحت جزءا من الحياة الاجتماعية للشباب شأنها شأن التلفزيون و الراديو.

في الجانب التطبيقي تبين لنا تحليل واقع استماع الشباب الجزائري للإذاعة في الوقت الراهن أنهم لا يزالون مرتبطين بهذه الوسيلة و مهتمين بها، فالاستماع إلى البرامج الإذاعية يكون قد زاد و مستقر لدى غالبية الشباب و هي كوسيلة أساسية مع تبنينهم للتقنيات الحديثة و سمحت الدراسة بالوقوف على واقع استماع الشباب الجزائري للإذاعة فهي تتميز بالتنوع و علاقتها بالتكنولوجيات الحديثة للإعلام و الاتصال و بالتالي يزداد استخدامهم و ارتباطهم بها يوما بعد يوم.

قائمة المراجع

قائمة المراجع باللغة العربية :

الكتب :

1. ابراهيم إمام، الإعلام الإذاعي و التلفزيوني، الطبعة الثانية ، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985.
2. ابراهيم إمام، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني و البث الفضائي، الطبعة الاولى، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985.
3. أسامة يوسف أبو الحجاج، دليل شخصي إلى عالم الانترنت، دون طبعة ، نهضة مصر للطباعة و النشر، مصر، 1998.
4. أشرف صالح، مشكلات التكنولوجيا الطباعة الحديثة في مصر، بدون طبعة، العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، 1987.
5. أنطوان الناشف، البث التلفزيوني والإذاعي و التلفزيوني، الطبعة الاولى ، دار الفكر العربي، لبنان، 2003.
6. إياد شاكرا البكري، تقنيات الاتصال بين زمنين، الطبعة الاولى، دار الشرق للنشر و التوزيع، عمان – الأردن، 2003.
7. بهاء شاهين، شبكة الانترنت، الطبعة الثانية ، الدار العربية لعلوم الحاسب، القاهرة، 1996.
8. جيهان أحمد رشدي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دون طبعة ، 1978 .
9. حسن حمدي، وظائف الاتصال الجماهيري، دون طبعة، دار الفكر العربي، مصر، 1991.
10. حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، الطبعة الرابعة ، الدار المصرية اللبنانية، 2005.
11. حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، بدون طبعة، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1993.

- 12.** حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد، الاتصال و نظرياته المعاصرة، الطبعة الثالثة، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2003.
- 13.** حسن عماد، ليلي حسن السيد، الاتصال و نظرياتها المعاصرة، الطبعة الأولى، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998.
- 14.** حشمت محمد شفيق، الإعلام الإلكتروني، دون طبعة، دار الكتب العلمية، مصر – القاهرة، 2005.
- 15.** حمدي حسن محمود، مقدمة في دراسة وسائل الاتصال و أساليب الاتصال، بدون طبعة، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987.
- 16.** حمدي قنديل، اتصالات الفضاء، دون طبعة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1985.
- 17.** رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الالكترونية، الطبعة الاولى، دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر، 2007.
- 18.** سامية الساعاتي، الشباب العربي و التغيير الاجتماعي، دون طبعة، الدار المصرية اللبنانية، 2003.
- 19.** سمير جاد، سامية أحمد علي، البرامج الثقافية للراديو و التلفزيون، الطبعة الاولى ، دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر 1997.
- 20.** سمير محمد حسين، الإعلام و الاتصال الجماهيري و الرأي العام، دون طبعة، عالم الكتب، مصر، 1984.
- 21.** شريف درويش اللبان، تكنولوجيا الطباعة و النشر الالكتروني، ثورة الصحافة في القرن القادم، الطبعة الرابعة، دار العربي للنشر و التوزيع، مصر، دون سنة.
- 22.** صالح خليل أبو أصبح، استراتيجيات الاتصال و تأثيراته، الطبعة الاولى، دار مجدلاوي للنشر و التوزيع، الأردن، 2005 .
- 23.** صديق بوتبوتة، نفسيات الاتصالات عبر الأقمار الصناعية، الطبعة الاولى ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، دون سنة .

- 24.** عبد الباسط محمد عبد الوهاب، استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي و التلفزيوني، بدون طبعة، القاهرة، 2001.
- 25.** عبد الحفيظ محمد سلامة، وسائل الاتصال و التكنولوجيا في التعليم، الطبعة الثانية، دار الفكر، دون سنة .
- 26.** عبد الحميد البسيوني، التعليم و الدراسة على الانترنت، دون طبعة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 2001.
- 27.** عبد العزيز شرف، مدخل إلى وسائل الإعلام، الطبعة الثانية، دار الكتاب المصري اللبناني، القاهرة، 1989.
- 28.** عبد العزيز شرف، مدخل إلى وسائل الإعلام، الطبعة الثانية، دار الكتاب المصري اللبناني، 1989.
- 29.** عبد الله مي، نظريات الاتصال، دون طبعة، دار النهضة العربية، 2010.
- 30.** عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال، الطبعة الأولى، دار الفكر العربي، القاهرة، 1996.
- 31.** عبد المجيد شكري، فنون الراديو في ضوء متغيرات العصر، الطبعة الاولى، دار العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، دون سنة.
- 32.** عمار بوحوس، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي و طرق إعداد البحوث، الطبعة السابعة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2014 .
- 33.** عمار بوحوس، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، دون طبعة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1995.
- 34.** عناية غازي، منهجية إعداد البحث العلمي، دون طبعة، دار المنهج للنشر و التوزيع، الأردن، 2008.

- 35.** فاروق حسين، الأنترننت شبكة دولية للمعلومات، دون طبعة ، دار الراتب الجامعية، بيروت- لبنان، 1979.
- 36.** فضيل ديلو، الاتصال مفاهيمه، نظرياته، وسائله، الطبعة الاولى ، دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر، 2003 .
- 37.** ماجي الحلواني، حسين و محمد مهني، مقدمة الفنون الإذاعية السمعية، دون طبعة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، مصر، 1999.
- 38.** ماجي الحلواني، مدخل إلى الفن الإذاعي و التلفزيوني الفضائي، دون طبعة، عالم الكتب، القاهرة، 2000.
- 39.** مجد الهاشمي، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن- عمان، 2012.
- 40.** محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير ، الطبعة الثالثة ، علم الكتب ، مصر ، 2004.
- 41.** محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات العلمية، الطبعة الاولى، عالم الكتب، القاهرة، دون سنة .
- 42.** محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، الطبعة الاولى ، عالم الكتب، مصر، 2005.
- 43.** محمد فتحي عبد الهادي، مقدمة في علم المعلومات، دون طبعة، المكتبة المصرية، القاهرة، 1984.
- 44.** محمد محمود بني يونس، سيكولوجية الدافعية و الانفعالات، الطبعة الاولى ، دار المسيرة، عمان، 2007 .
- 45.** محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و مستقبل صناعة الصحافة، الطبعة الأولى، دار السحاب للنشر و التوزيع، القاهرة، مصر، 2005.

46. محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات و صناعة الاتصال الجماهيري، بدون طبعة، العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، 1992.

47. ملفين ل، ديفير، - ساندرابول - روكيتش، ترجمة كمال عبد الرؤوف، نظرية وسائل الإعلام، الطبعة الرابعة، دار الدولية للاستثمارات الثقافية، القاهرة، 2002.

المذكرات :

48. درساية مول الجليلي، مذكرة ليسانس حول الإذاعة المحلية وتأثيرها على الراي العام في تكوين الراي العام، جامعة مستغانم، 2012 - 2013.

49. شارف نصيرة، مذكرة ليسانس حول أثر تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الإذاعة، جامعة مستغانم، 2012-2013.

50. عبد القادر قندوز، مذكرة ماجستير حول استماع شباب الجزائر إلى الإذاعة الأجنبية لدى الطلبة الجامعيين، جامعة الجزائر، 2006-2007.

المجلات ، المعاجم والموسوعات :

51. ابراهيم انيس و عبد الحليم منتصر و آخرون، المعجم الوسيط : -الجزء الاول-، الطبعة الثانية، القاهرة، 1972.

52. رشيد حجاب، الموسوعة الإعلامية، المجلة السابعة، دار الفجر للنشر و التوزيع، 2003.

53. عبد المنعم الخفني، المعجم الشامل للمصطلحات الفلسفية، الطبعة الاولى، مكتبة مدبولي، القاهرة، 2000.

54. علي بالهادية بن الحاج، المنجد في اللغة العربية و الإعلام، دون طبعة، دار النشر الأهمية، بيروت، 1982.

55. مجلة البحوث الإسلامية، عدد 66، إصدار ربيع الأول- جمادى الثانية، 1423 هـ.

56. محمد كرم شلبي، معجم المصطلحات (انجليزي-عربي)، الطبعة الثانية، دار الجبل، بيروت، 1994.

57. محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية -المجلس الأول-، الطبعة الاولى، دار الفجر للنشر و التوزيع، 2003،

58. محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دون طبعة ، دار الفجر، مصر، 2004.

59. المنجد في اللغة و الإعلام ، الطبعة الاربعون، دار المشرق للنشر، بروت، 2003.

60. ميشيل مان، ترجمة عادل مختار، موسوعة العلوم الاجتماعية، دون طبعة ، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1999 .

قائمة المراجع باللغة الاجنبية

61. Philippe, repol sergepro uloux op, cip.

62. Rebert leduc : la publicité, dumad, paris, 1974.

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس

كلية العلوم الاجتماعية

قسم وسائل الإعلام و المجتمع

في اطار اعداد مذكرة لنيل شهادة الماستر في تخصص وسائل الإعلام و المجتمع ،تحت عنوان المذكرة أثر التكنولوجيا الحديثة للاتصال على جمهور الإذاعة (مقاربة فيالاستخداماتوالإشباعات)دراسة مسحية تحليلية لمدينة وادي رهيو، نطلب منكم مساعدتنا بإجابتكم الدقيقة الصادقة ، ونعدكم بأن المعلومات التي تدلون بها ستكون في سرية تامة و لا نستعملها إلا لأغراض البحث العلمي .

ولكم منا فائق الاحترام و التقدير و الشكر الجزيل .

ملاحظة : ضع العلامة (x) في الخانة المناسبة

تحت اشراف الأستاذ :

محمد ندير عبدالله الثاني

من اعداد الطالبة :

عبد المولى فاطمة

السنة الجامعية : 2014 / 2015

البيانات الشخصية :

- 1 - الجنس : ذكر أنثى
- 2 - السن : 18 - 2425 - فوق 30
- 3 - المستوى التعليمي : متوسط ثانوي مهني
- 4 - المستوى الاجتماعي : طالب موظف بائنة حرة
- 5 - الموقع الجغرافي : حضريري ريفي

المحور الأول : العادات الاستماعية للشباب

- 6 - هل تسمع لإذاعة غليزان ؟
بصفة منتظمة دائماً غالباً
- 7 - ماهي الفترة التي تفضل الاستماع لإذاعة غليزان ؟
الصباحة الظهيرة المسائية
- 8 - ماهي الأجهزة التي تستخدمها لتلقي برامج إذاعة غليزان
أجهزة الراديو الهاتف النقال الأنترنت
- أخرى حدد ؟
- 9- ماهي الأماكن التي تسمع فيها إذاعة غليزان ؟
المنزل مكان العمل الحي الجامعي
- مقاهي الأنترنت وسائل النقل
- 10- ماهي نوعية البرامج التي تفضل الاستماع إليها في إذاعة غليزان ؟
الأخبار برامج تربوية برامج فنية

11 - عندما تتابع برامج إذاعة غليزان فهل ؟

- تستمع إلى كل البرامج إلى جزء من البرنامج

12- هل سبق و ان شاركت في برامج إذاعة غليزان ؟

نعم لا

المحور الثاني : الدوافع المعرفية والثقافية للتعرض للإذاعة

13 - ماهي دوافعك للتعرض لإذاعة غليزان

للترفيه والتسلية

لتعلم انماط سلوكية

لتعرف على ظروف الاخرين

كسر الروتين

لربط بالعائلة والاصدقاء والمجتمع

لإيجاد بديل على الصحبة الحقيقية

لإداء الادوار الاجتماعية

لإيجاد بديل على الصحبة الحقيقية

لإيجاد بديل على الصحبة الحقيقية

مجرد عادة مصدر ومات

14 - هل تسمع لإذاعة غليزان من اجل مساعدتك على ؟

للتعرف على ظروف الاخرين

للتعرف على ظروف الاخرين

لإيجاد بديل على الصحبة الحقيقية

لإيجاد بديل على الصحبة الحقيقية

لإيجاد بديل على الصحبة الحقيقية

15 - هل عندما تستمع الى برامج إذاعة غليزان ؟

البرامج

البرامج

16 - هل تعتمد على إذاعة غليزان لاستقاء المعلومات والأخبار ؟

لا

نعم

17 - على أي أساس تختار الاستماع لبرامج إذاعة غليزان

محتوى البرامج

اللغة

اللغة

مهنية وكفاءة الصحفيين

مهنية وكفاءة الصحفيين

المحور الثالث: تفاعل الجمهور مع المضامين الإذاعية

18 - ماذا يتحقق لك عند الاستماع إلى برامج إذاعة غليزان

- اكتساب مهارات جديدة

- الحصول على النصيحة

- تثقيف الذات

- فهم أكثر للموضوعات

- زيادة المعلومات

19 - هل تساعدك إذاعة غليزان على :

- حرية ابداء الرأي و التعبير

- حرية التصرف والعلاقات الاجتماعية

- التفاعل والترابط الاجتماعي

20 - ماهو شعورك الذي تحسه بعد الاستماع لإذاعة غليزان ؟

مرتاح وراض لم أتغير

منزعج لم ألاحظ

21 - حاليا هل استماعك للمضامين الإذاعية ؟

زاد تراجع لم يحدث تغيير

22 - هل تعتقد أن أنماط البث الحديثة (أنترنت ، فضائيات تلفزيونية)ستعوض استماعك

للمضامين الإذاعية الحالية ؟

نعم لا

23 - هل تناقش البرامج الإذاعية مع الغير ؟

دائما احيانا لا يحدث إطلاقا

24 - هل أثر استماعك للمحتويات ومضامين إذاعة غليزان في سلوكك وعاداتك وحياتك

اليومية؟

.....
.....