الجمهوريـــــة الجزائريـــــة الديمقراطيـــــة الشعبية

وزارة التعليم العالـــــي والبحث العلمـــــي

جامعة عبد الحميد بن باديس-مستغانم-

قسم علوم الإعلام و الاتصال

مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر تخصص وسائل الاتصال و المجتمع

الموضوع

دور الإعلام في التنمية الثقافية

إذاعة مستغانم كنموذج

من إعداد الطالب:

العربي مداح

تحت إشراف الأستاذ:

العربي بوعمامة

السنة الجامعية: 2012-2013

الفـــــــهرس

الشكر و التقدير

الإهداء

مقدمة عامة 02

الإطار المنهجي

1- تحديد الموضوع.....05

2- مفاهيم الدراسة(الإعلام، التنمية، الثقافة، الإذاعة).....06

3- تحديد مشكلة البحث.....08

4- فرضيات 08

5- أسباب اختيار الموضوع 09

6- أهمية البحث.....10

7- أهداف الدراسة.....10

8- دراسات سابقة.....11

9- منهج الدراسة 12

10- العينة و المعاينة 13

11- صعوبات البحث.....13

الإطار النظري

الفصل الأول: ماهية الإعلام

تمهيد الفصل الأول.....16

1- مفهوم الإعلام.....17

2- التطور التاريخي للإعلام.....19

3- خصائص ودور الإعلام

1- خصائص الإعلام.....21

2- دور الإعلام.....22

4- أهم التصورات الغربية والعربية لوظائف وسائل الإعلام.....27

5- عوامل زيادة فعالية دور وسائل الإعلام في التنمية.....28

خاتمة الفصل الأول.....31

الفصل الثاني: الإذاعة المحلية وواقع التنمية على المجتمع المحلي

تمهيد الفصل الثاني.....33

1- تعريف الإذاعة

1- تعريف الإذاعة.....34

2- تعريف الإذاعة الجزائرية.....36

3- نشأة الإذاعة الجزائرية.....37

4- تعريف الإذاعة المحلية.....39

4-1 أسباب تأسيس الإذاعة الجهوية.....42

4-2 أهداف تأسيس الإذاعة الجهوية.....43

4-3 خصائص الإذاعة الجهوية.....46

2- المذيع الوظائف والخصائص

1- وظائف المذيع.....48

2- خصائص المذيع.....49

3-أهم حقول برامج الإذاعة والإنتاج الإذاعي و دوره في التنموي

1- أهم حقول البرامج الإذاعية.....50

2- الإنتاج الإذاعي بالراديو.....51

3- الدور التنموي للراديو.....54

4- مفهوم التنمية.....56

5- الأبعاد الإستراتيجية وواقع التنمية

1- أبعاد إستراتيجية التنمية.....59

2- أبعاد دراسة واقع التنمية.....63

خاتمة الفصل الثاني.....65

الإطار التطبيقي

1- عرض و تحليل الاستمارة.....67

2- المقابلة 69

3- تحليل الجداول الاحصائية 70

4- نتائج الفرضيات.....88

الخاتمة العـــامة.....89

الملاحق.....90

إذاعة مستغانم الجهوية

مستغانم FM

101.1 MHz ***107.2MHz***

معكم على الهواء

أرقام الهاتف

045-21-67-89

045-21-26-10

045-21-27-10

الفاكس 045-21-51-09

البريد الالكتروني

WWW.radiomostaganem.com

العنوان البريدي

ص ب 1014,حي المطمر

الأركـــان اليوميـــــة

للشبكة البرامجية العادية 2011/2010

التوقيت	الركن	المدة	أيام البث
06:46	حديث الصباح	05د	كل أيام الأسبوع
07:35	ركن الفلاح	03د	كل أيام الأسبوع
07:45	من أجل سلامتك	05د	كل أيام الأسبوع
08:17	ضيف الصباح	05د	كل أيام الأسبوع
08:17	ضيف التحرير	05د	الخميس
08:40	إرشادات نفسية	05د	السبت، الثلاثاء، الخميس
08:40	طبيبك معك	05د	الأحد، الاثنين، الأربعاء
08:40	التربية المرورية	05د	الجمعة، السبت
08:40	أسعار الأسواق	03د	كل أيام الأسبوع
09:03	ما جاءت به الصحف	03د	كل أيام الأسبوع ما عد الجمعة
09:10	الحماية المدنية	05د	كل أيام الأسبوع ما عدا الجمعة
09:18	لقطة اليوم	02د	كل أيام الأسبوع
09:30	مختصرات رياضية	05د	كل أيام الأسبوع
09:40	إرشادات استهلاكية	05د	الأحد الثلاثاء الخميس
09:40	تعليق الإذاعة	03د	الأحد
09:40	هل تعلم	03د	الاثنين الأربعاء
09:50	مأساة الطريق	05د	السبت الأربعاء

المـــــــديـــــــــر

المحور الأول :الخصائص الفردية للمبحوث

1-الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

2-المستوى التعليمي:

يقرأ ويكتب ☐ ابتدائي ☐ متوسط ☐ ثانوي ☐ جامعي ☐

3-مكان الإقامة: الريف ☐ المدينة ☐

المحور الثاني: استقبال البث الإذاعي

4- هل تستمع إلى إذاعة مستغانم الجهوية

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

5- إذا كان الجواب بنعم,متى تستمع إليها؟

الفترة الصباحية ☐ الفترة المسائية ☐

6-اين تستمع إلي الإذاعة؟

في البيت ☐ في السيارة ☐ في أماكن العمل ☐

7- ما هي المواضيع التي تعالجها الإذاعة بشكل كبير؟

مواضيع اجتماعية ☐ مواضيع سياسية ☐ مواضيع اقتصادية ☐

مواضيع تربوية ☐ مواضيع ترفيهية

8-مانوع البرامج التي تاستهويك أكثر؟

إخبارية ☐ رياضية ☐ اجتماعية ☐

ترفيهية ☐ إرشادية ☐ اقتصادية ☐

9 -لماذا تتابع برامج الإذاعة الثقافية؟

للترفيه ☐ لمعرفة الأخبار الثقافية ☐ لغرض التثقيف ☐ لملا أوقات الفراغ ☐

10- هل اتصلت مرة بالإذاعة أو ببرنامج من برامجها؟

نعم ☐ لا ☐

11- اذا كان الجواب ب"نعم",لماذا؟

لطرح فكرة ☐ لإيصال انشغالك ☐

لإظهار رأيك ☐ للمشاركة في نافسة فكرية ☐

12- إذا كان ب"لا" لماذا؟

عدم وجود رغبة ☐ عدم وجود فراغ ☐ لم تتح لك الفرصة ☐

13- هل إذاعة مستغانم تقوم بدور فعال في المجتمع من خلال المواضيع التي تعالجها؟

نعم ☐ لا ☐

14- أي نوع من المشاكل تعرف بها أكثر ؟

مشاكل اجتماعية ☐ مشاكل اقتصادية ☐ مشاكل سياسية ☐

مشاكل البيئة ☐ جميع المشاكل ☐

15- هل تساعد الإذاعة على إيجاد الحلول لتلك المشاكل ؟

نعم ☐ لا ☐

16- هل الإعلام بصفة عامة عنصر هام في عملية الإعلام ؟

نعم ☐ لا ☐

17-هل الإذاعة تعتبر أهم عنصر فبعملية الإعلام؟

نعم ☐ لا ☐

18 -رتب وسائل الإعلام حسب الأهمية من الأكثر شعبية إلى الأقل؟

الإذاعة ☐

التلفزيون ☐

الصحف ☐

الانترنيت ☐

المقابلة:

توجهت نحو إذاعة مستغانم الجهوية وقمت بزيارة قسم الإنتاج فهذا الأخير.

يضم منشطين ومخرجين مكلفين بتقديم الفترات التنشيطية ,إنتاج الحصص والبرامج الإذاعية.

المسجلة والمباشرة إلى جانب اختيار الوصلات الغنائية حسب أذواق المستمعين .

وقد قمت بمقابلة مع المنشطين وذلك بطرح عدة أسئلة عليهم وبدورهم الإجابة عنها

أسئلة المقابلة:

س1 ماهو الحافز الذي دفعك لاختيار هذه المهنة ؟

س2 ما نوع البرامج التي تقدمينها؟

س 3مامدى استجابة المستمعين للبرامج التي تقدمينها؟

س4 ماهو دور الإذاعة داخل المجتمع ؟

س5 هل تساهم الإذاعة في التنمية وبالخصوص في التنمية الثقافية؟

س6 برأيك هل البرامج التي تقدمينها تنمي فعلا ثقافة المستمع؟

س 7هل البرامج الثقافية ساهمت في الوصول إلى مبتغاها الأساسي؟

س 8ما هو البرنامج الناجح بالنسبة للثقافة في إذاعة مستغانم؟و لماذا؟

1- جدول توزيع المبحوثين حول اتصالهم بالإذاعة:

الاتصال بالإذاعة	ك	%
نعم	15	20.89%
لا	50	79.10%
المجمـــــــوع	65	100%

التحليل:

-من خلال الجدول يتبين لنا أن الأفراد لا يتصلون بالإذاعة و ذلك بنسبة 79.10 % أما الأفراد الذين يتصلون بالإذاعة يمثلون 20.89 %.

من خلال هذه النسب يتضح لنا أن أكثر الأفراد لا يتصلون بالإذاعة و ذلك لأسباب متعددة لكن الأقلية منهم يتصلون بالإذاعة و ذلك لطرح مشاكلهم أو أي شيء يريدون معرفته.

2- جدول توزيع المبحوثين حول الإجابة بنعم أي اتصالهم بالإذاعة:

الإجابة بنعم	ك	%
لطرح فكرة	02	%14.28
لإيصال انشغالك	05	%28.57
لإظهار رأيك	05	%28.57
للمشاركة في منافسة فكرية	05	%28.57
المجمـــــــــوع	17	%100

التحليل:

من خلال الجدول يتبين لنا أن الذين اتصلوا بإذاعة مستغانم من أجل إيصال انشغالاتهم و إظهار رأيهم و المشاركة في منافسة فكرية و ذلك بنسبة 28.57% و لكل منها أما الذين اتصلوا لطرح فكرة فبنسبة 14.28%.

من خلال النسب التي لدينا نستنتج أن الأفراد الذين يتصلون بالإذاعة و ذلك لأسباب متعددة منها إيصال انشغالاتهم و إظهار رأيهم و المشاركة في منافسة فكرية و ذلك من خلال البرامج التي تقدمها إذاعة مستغانم من برامج فكرية و يكون مضمونها الاستماع إلى اهتمامات و انشغالات الأفراد، كما أن بعض الأفراد يتصلون بالإذاعة لطرح أفكارهم التي يرون بأنها مناسبة للبرامج و التي فعلا تساعد إذاعة مستغانم في زيادة فعالية برامجها.

3- جدول توزيع المبحوثين حول عدم اتصالهم بالإذاعة:

الإجابة ب لا	ك	%
عدم وجود لرغبة	25	%49.05
عدم وجود فراغ	16	%28.30
لم تتح لك فرصة	12	%22.64
المجموع	53	%100

التحليل:

من خلال الجدول يتبين لنا أن الذين أجابوا بلا أي عدم اتصالهم بإذاعة مستغانم لأسباب متعددة فالذين أجابوا بعدم وجود رغبة 49.50% و الذين ليس لديهم فراغ 28.30% أما الذين لم تتح لهم فرصة 22.64%.

يتضح لنا من خلال النسب التي لدينا أن الأفراد لا يتصلون بإذاعة مستغانم لعدة أسباب منها:

عدم وجود رغبة ربما لأنهم لا يرون من سبب مقنع لاتصالهم بالإذاعة، و عدم وجود فراغ يوجد بعض الأفراد يقضون النهار بطوله في العمل فليس لهم فراغ للاتصال و الذين لم تتح لهم فرصة وذلك لعدم وجود الهاتف أو إمكانيات مادية تمكنه من الاتصال.

4- جدول توزيع المبحوثين حول البرامج التي تستهويهم:

الجنس / البرامج التي تستهويهم	ذكور		إناث	
	ك	%	ك	%
إخبارية	02	%2.94	05	%10.60
رياضية	16	%22.05	00	%00
اجتماعية	06	%7.35	09	%13.63
ترفيهية	03	%4.41	19	%28.78
إرشادية	07	%10.29	07	%12.12
اقتصادية	02	%2.94	00	%00
المجموع	36	%50	35	%50

التحليل: من خلال الجدول يتبين لنا أن البرامج التي تستهوي الذكور هي البرامج الرياضية و بنسبة % 22.05 ثم تليها البرامج الإرشادية بنسبة 10.29% ثم البرامج الاجتماعية 7.35% ثم الترفيهية 4.41% ثم تليها البرامج الاقتصادية و الإخبارية بنفس النسبة 2.94% لكل منهما أما البرامج التي تستهوي الإناث هي البرامج الترفيهية (28.78%) ثم تليها البرامج الاجتماعية (13.63%) ثم الإرشادية (12.12%) ثم الإخبارية (10.60%) أما البرامج الرياضية و الاقتصادية (00%).

إن المستمع لإذاعة مستغانم ينقسم بين ذكور و إناث و تختلف أنواع البرامج المستمعة بالنسبة إلى الذكور فنجد البرامج الرياضية أكثر استماعا من قبل الذكور و هذه طبيعة الرجال و ميولهم و ابتعادهم عن الأمور الأخرى و البرامج الإرشادية و ذلك لكثرة مشاكل الرجال و خاصة في العمل أما الإناث فأكثر البرامج استماعا هي الترفيهية فالمرأة العاطفية تبحث عن أي شيء يزيد من فرحتها و تستمع إلى البرامج الاجتماعية لأنها تتناول مشاكل الطلاق و مشاكل أخرى .

5- جدول توزيع المبحوثين حول تتبع برامج الإذاعة الثقافية:

الجنس / تتبع البرامج الثقافية	ذكور		إناث	
	ك	%	ك	%
للترفيه	07	%11.76	03	%4.54
لمعرفة الأخبار الثقافية	03	%4.41	07	%10.60
لغرض التثقيف	18	%23.52	17	%25.75
لملأ أوقات الفراغ	08	%10.29	06	%9.09
المجموع	36	%50	33	%50

التحليل: من خلال الجدول يتبين لنا أن تتبع البرامج الثقافية من طرف الذكور لغرض التثقيف (23.52%) ثم للترفيه (11.76%) ثم لغرض لملأ أوقات الفراغ (10.29%) أما لمعرفة الأخبار الثقافية (4.41%).

أما الإناث فتتبعهم لبرامج الإذاعة الثقافية لغرض التثقيف (25.75%) أما لمعرفة الأخبار الثقافية (10.60%) ثم لملأ أوقات الفراغ (9.09%) و أخيرا للترفيه (4.54%),

من خلال الجدول يتضح لنا أن كلا من الذكور و الإناث الهدف من تتبعهم للبرامج الثقافية بإذاعة مستغانم هو لغرض التثقيف و هذا يعني أن جمهور ولاية مستغانم شعب مثقف أما من أجل معرفة الأخبار الثقافية فالنسبة متفاوتة بين الذكور و الإناث أما لملأ أوقات الفراغ فهي آخر اهتمامات الإناث فهم يبحثون عن الترفيه على عكس الذكور الذين يفضلون ملأ أوقات فراغهم أكثر من حبهم للترفيه.

6- جدول توزيع المبحوثين حول الاستماع لإذاعة مستغانم:

	ذكور		إناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	10	%11.25	13	%13.75	23	%25
لا	06	%7.5	08	%8.75	14	%16.25
أحيانا	25	%31.25	20	%27.5	45	%58.75
المجموع	41	%50	41	%50	82	%100

التحليل: حسب الجدول يتضح أن أفراد العينة يستمعون للإذاعة الجهوية بولاية مستغانم بصفة غير منتظمة و ذلك بنسبة (58.75%) من إجمالي المبحوثين و25% من المبحوثين يستمعون إلى ذلك بصفة دائمة و هذا راجع إلى انشغالاتهم المختلفة، و13% لا يستمعون لإذاعة مستغانم الجهوية.

إن الاستماع لإذاعة مستغانم الجهوية ينقسم بين رجل و امرأة ، مستمع و لا وأحيانا و من خلال النسب الإناث أكثر استماعا الإذاعة و ذلك لميول الإناث إلى التطلع عن كل ما هو جديد و وجودهم بالبيت أما الرجل فانشغالاته كثيرة و يميل إلى الهدوء و التفكير فهو أحيانا يستمع إليها إذا فرضت الإذاعة نفسها على الرجل و ذلك لأسباب متعددة.

7- جدول توزيع المبحوثين حول فترة الاستماع:

فترة الاستماع	ك	%
الفترة الصباحية	32	%49.25
الفترة المسائية	34	%50.74
المجموع	66	%100

- التحليل:

- من خلال الجدول يتبين أن أفراد العينة يستمعون لإذاعة مستغانم في الفترة المسائية و ذلك بنسبة 50.74% و هذا راجع إلى انشغالاتهم بالعمل في الفترة الصباحية فهم يمثلون 49.25%

إن الاستماع للإذاعة يكون في الفترة المسائية و ذلك لوجود فراغ أي الوقت الذي تنتهي فيه الأعمال بالنسبة للرجل و المرأة على عكس الفترة الصباحية التي تكون فيها كل الناس مشغولين.فالإذاعة تعتبر وسيلة ترفيهية يلجأ إليها ليروحوا عن أنفسهم و ينسون متاعب اليوم بطوله.

8-جدول توزيع المبحوثين حول مكان الاستماع:

مكان الاستماع	ك	%
في البيت	45	%65.67
في السيارة	10	%16.41
في أماكن العمل	11	%17.91
المجموع	66	%100

التحليل:

من خلال الجدول يتبين أن أفراد العينة يفضلون الاستماع للإذاعة في البيت وذلك راجع إلى مكوث الإناث بالمنزل أكثر من الذكور بنسبة 65.67% أما الأفراد الذين يستمعون للإذاعة في السيارة 16.41% أما في أماكن العمل فنسبة17.91% .

باعتبار الإذاعة وسيلة إعلام يمكن الاستماع إليها عن طريق المذياع و عن طريق الهاتف و في الراديو الخاص بالسيارة فيمكن للناس الاستماع إليها في أي مكان يتواجدون فيه و يكون الاستماع إليها في البيت بنسبة عالية و ذلك لمكوث الكثير من النساء في البيت على عكس الرجال الذين قد يتواجد بعضهم في السيارة أو أماكن العمل مما يسمح لهم بالاستماع لها في حالما وجد وقت الفراغ.

9- جدول توزيع المبحوثين حول مكان الإقامة:

مكان الإقامة	ك	%
المدينة	57	%71.25
الريف	23	%28.75
المجموع	80	%100

التحليل:

من خلال الجدول يتبين أن أفراد العينة يتوزعون حسب مكان الإقامة كالتالي:

71.25% منهم يقيمون بالمدينة

28.75% منهم يقيمون بالريف

المدينة و الريف هي المناطق المتوفرة في الدراسة فأخذنا عينة ريفية و عينة من المدينة لكن النسبة الأكثر للمدينة لأن مجتمع مستغانم مجتمع حضري أما وجود الريفيين فذلك لكثرة النزوح الريفي.

10- جدول توزيع المبحوثين حول المواضيع التي تعالجها الإذاعة:

المواضيع التي تعالجها	ك	%
مواضيع اجتماعية	39	%58.20
مواضيع سياسية	11	%16.41
مواضيع اقتصادية	04	%5.97
مواضيع تربوية	05	%7.46
مواضيع ترفيهية	07	%11.94
المجموع	66	%100

التحليل:

من خلال الجدول يتبين لنا أن المواضيع التي تعالجها إذاعة مستغانم هي المواضيع الاجتماعية (58.20%) ثم تليها المواضيع السياسية (16.41%) ثم المواضيع الترفيهية (11.94%) ثم المواضيع التربوية (7.46%) ثم أخيرا المواضيع الاقتصادية (5.97%).

من خلال النسب التي لدينا يتبين أن إذاعة مستغانم الجهوية تعالج المواضيع الاجتماعية لأن مختلف برامجها تتناول قضايا المجتمع مثل السرقة، البطالة أي تحاكي مشاكل الأفراد، ثم المواضيع السياسية التي تعالج أوضاع البلاد ثم المواضيع الترفيهية تلقى اهتماما متوسط من قبل الإذاعة أما المواضيع التربوية و الاقتصادية لتتناولها الإذاعة بشكل كبير.

11- جدول توزيع المبحوثين حول دور الإذاعة في المجتمع:

دور الإذاعة	ك	%
نعم	57	%86.56
لا	09	%13.44
المجموع	66	%100

التحليل:

من خلال الجدول يتبين لنا أن إذاعة مستغانم تقوم بدور فعال في المجتمع من خلال المواضيع التي تعالجها و ذلك بنسبة 86.56% أما الذين أجابوا بلا فبنسبة 13.44%.

من خلال النسب التي لدينا يتضح لنا أن للإذاعة دور فعال في المجتمع و ذلك لإسهامها في توصيل المعلومات و الأخبار عن طريق المواضيع التي تعالجها خلال بثها للبرامج المتنوعة فهي تنمي معارف و خبرات أفراد المجتمع.

12- جدول توزيع المبحوثين حول الجنس:

الجنس	التكرار	النسب
ذكر	40	%50
أنثى	40	%50
المجموع	80	%100

التحليل:

من خلال الجدول يتبين أن أفراد العينة يتوزعون بالتساوي بين الذكور و الإناث بنسبة 50% لكل منهما وهذا راجع إلى طبيعة الموضوع وطبيعة مفردات البحث تعكس هذا التوزيع أثناء الدراسة الاجتماعية التي قمنا بها وزعنا الدراسة على الجنسين الذكور و الإناث و ذلك بالتساوي لمعرفة ميول كل منهما أي من هم الأكثر استماعا و تفاعلا معها ومع برامجها المختلفة.

13- جدول توزيع المبحوثين حول المستوى التعليمي:

المستوى التعليمي	ك	%
يقرأ ويكتب	03	%5
ابتدائي	06	%7.5
متوسط	12	%15
ثانوي	22	%27.5
جامعي	39	%48.75
المجموع	82	%100

التحليل:

يتضح من خلال الجدول أن أفراد العينة يتوزعون حسب المستوى التعليمي كالتالي :

% 48.75 منهم مستوى جامعي و%27.5 مستوى ثانوي و%15 منهم مستوى متوسط و%7.5 ابتدائي و%5 لا يقرؤون ولا يكتبون.

من خلال النسب يتبين لنا أن جمهور مستغانم مجتمع متعلم الأقل منهم يقرأ و يكتب و البقية فهم بمستويات مختلفة لكن النسبة الأكثر هي نسبة الجامعيين، وهذا التنوع في أفراد العينة يلعب دورا هاما لإثراء البحث بمختلف الآراء والاقتراحات.

14- جدول توزيع المبحوثين حول نوع المشاكل التي تعرف بها الإذاعة:

نوع المشاكل	ك	%
اجتماعية	28	%41.79
اقتصادية	04	%5.97
سياسية	00	%00
بيئية	02	%2.98
جميع المشاكل	32	%49.25
المجموع	66	%100

التحليل:

من خلال الجدول يتبين لنا أن نوع المشاكل التي تعرف بها الإذاعة هي جميع المشاكل 49.25% لكن المشاكل التي تعرف بها أكثر هي الاجتماعية 41.79% ثم المشاكل الاقتصادية 5.97% و البيئية ب 2.98% أما السياسية فب 00%

إذاعة مستغانم تعرف بجميع المشاكل و خاصة الاجتماعية منها لأن الإذاعة لقيت استقطابا حول بعض المشاكل إذ أن الإذاعة تعرف بالمشاكل الاجتماعية لان مشاكل الأفراد كثرت مقارنة بأنواع المشاكل الأخرى كالاقتصادية والبيئية و السياسية فالفرد المستغانمي يعاني من مشاكل منها: البطالة، السكن، الزواج، الآفات الاجتماعية، فيلقى المستمع ملاذا لحلول بعض المشاكل ولو نفسيا.

15- جدول توزيع المبحوثين حول إيجاد الإذاعة حلول تلك المشاكل:

إيجاد الحلول	ك	%
نعم	43	%65.67
لا	23	%34.32
المجموع	66	%100

التحليل:

من خلال الجدول يتبين لنا أن إذاعة مستغانم تضع بعض الحلول للمشاكل التي تعرف بها بنسبة 65.67% حيث يرى البعض الأخر أن الإذاعة لا تجد حلول لتلك المشاكل بنسبة 34.32%

من خلال النسب التي لدينا نرى بأن إذاعة مستغانم تساعد على إيجاد بعض الحلول ولو بشكل بسيط وان كانت الإذاعة وجدت حلول أم لم تجد فهذا راجع لرأي المستمعين فأغلبهم يرون بأن إذاعة مستغانم تجد الحلول لتلك المشاكل.

16- جدول توزيع المبحوثين حول دور الإعلام في عملية التنمية:

دور الإعلام في التنمية	ك	%
نعم	65	%98.50
لا	01	%01.92
المجموع	66	%100

التحليل:

من خلال الجدول يتبين لنا أن الإعلام يساهم في التنمية بنسبة 98.50% أما الذين أجابوا ب لا فبنسبة 01.92%

من خلال النسب التي لدينا يتبين لنا أن للإعلام دور فعال في عملية التنمية فكل المبحوثين تقريبا اجابو بنعم و ذلك لأن الإعلام تظهر أهميته في توصيل وتبسيط وتحسين التنفيذ ومشاركة الأهداف المحلية و التنموية ويساعد على تبادل الثقافات وتحويل العالم إلى قرية صغيرة وسرعة انتقال الخبر و تنمية الفكر البشري.

17- جدول المبحوثين حول أهمية الإذاعة في عملية الإعلام:

أهمية الإذاعة في عملية الإعلام	ك	%
نعم	50	%74.62
لا	16	%25.37
المجموع	66	%100

التحليل:

من خلال الجدول يتبين لنا أن للإذاعة أهمية في عملية الإعلام وذلك بنسبة 74.62% أما الذين أجابوا ب لا فب 25.37%

تعتبر الإذاعة وسيلة من وسائل الإعلام ولها أهمية ودور فعال فالأغلبية كانت مؤيدة لهذا الرأي وذلك لأنها تقدم حلول لبعض المشاكل و تتحدث بلغة الجمهور و تبرز الثقافة الشعبية وتعرف بتقاليد منطقة مستغانم وخصوصية سكانها و المجيبون ب لا يميلون للوسائل الأخرى.

18- جدول توزيع المبحوثين حول مرتبة الإذاعة بين وسائل الإعلام:

مرتبة الإذاعة	ك	%
1	2	%2.98
2	16	%23.88
3	33	%50.74
4	15	%22.38
المجموع	66	%100

التحليل:

من خلال الجدول يتبين لنا أن الإذاعة احتلت المرتبة الثالثة ب 50.74% ثم المرتبة الثانية ب23.88% ثم المرتبة الرابعة ب22.38% و المرتبة الأولى ب 2.98%

من بين تصريحات المبحوثين كانوا أغلبية الأفراد وضعوا الإذاعة في المرتبة الثالثة لأن هناك وسائل أكثر شعبية من الإذاعة منها الإنترنيت و التلفزيون.

نتائج الفرضية الأولى:

الوظيفة الثقافية للإذاعة هي تثقيف المستمعين وإثراء معارفهم العلمية.

تقوم الإذاعة بدور أساسي في عملية التنمية الثقافية في المجتمع والتي تؤدي الى نقل عناصر الثقافة داخل الثقافة نفسها ومن خلال الدراسة الميدانية التي قمنا بها توصلنا إلى أن إذاعة مستغانم تؤدي وظيفة ثقافية وهذا ما صرح به اغلب المبحوثين والنتائج النسبية حول أهميتها التثقيفية التي تقدمها على شكل مسامع حية تتميز بجذبها للانتباه.

نتائج الفرضية الثانية:

ـتساهم الإذاعة في عملية التنمية الثقافية من خلال محتوى البرامج التي تقدمها لمستمعيها.

ان عملية التنمية هي عميلة شاملة والاهم فيها هو تنمية العنصر البشري الا وهو العنصر الذي أنشئت من اجله الإذاعات المحلية ومن بينها إذاعة مستغانم التي تقوم بدور كبير في إكساب الشعب خلال برامجها الثقافية التي تكسبهم ثقافة سريعة النمو المستغانمي إدراكا جديدا ,وذلك من والمحافظة على مقومات المنطقة من عادات و تقاليد وذلك من خلال ما صرح به المبحوثين حول إسهام إذاعة مستغانم في عملية التنمية الثقافية.

الخـــاتمة العامـــــة

إن الهدف الحقيقي لبرامج التنمية الشاملة في المجتمعات هو إحداث تغيير في اتجاهات الناس وفي البنية الطبيعية و إنشاء علاقات جديدة بينهم وتهدف الجهود التنموية إلى توفير الحلول عن طريق التخطيط لبرامج التنمية والتي تتناول كافة زوايا الحياة وهنا يأتي دور الإعلام ...

ليس في انه يساهم مباشرة في التنمية وإنما الإعلام يدفع محيط أخر هو الأهم في عملية التنمية وهو العنصر البشري فرغم إن جميع أشكال التطور الإنساني اللازمة للتنمية تتطلب وقتا وهي باهظة التكاليف إلا أن المطلب الأساسي للتطور في اي مجتمع هو ضرورة تقويم الناس أنفسهم لان نجاح التنمية يعتمد على استحداث التغيير الملائم في اتجاهات الناس لتصبح مواتية لقبول اتجاهات الحداثة والمشاركة.

وهكذا تقوم وسائل الإعلام عامة والإذاعة خاصة بالتبسيط والتفسير والتكامل وتوصيل الجيل للمعرفة بأشكالها و أنواعها المختلفة للفئات المختلفة من الجماهير وذلك في مختلف برامجه وخاصة تلك التي تعالج جوانب الثقافة ,فالإذاعة تقوم بتزويد الجماهير بزاد ثقافي فالإذاعة وسيلة جماهيرية مؤثرة بمعنى انه ليس أداة إعلام وترفيه ووسيلة ثقافية فحسب ولكنه أيضا وسيلة ذات تأثير تتمتع بقوة أدبية معنوية واجتماعية وعليه يجب :

الاهتمام بتنمية وسائل الأعلام الجماهرية والمحلية من خلال التنسيق بينها وبين مؤسسات الخدمة في المجتمع لضمان تحقيق الأهداف المحددة.

الاهتمام بالاحتياطات التنموية الفعلية للجمهور وخاصة التنمية الثقافية واعتبارها المنطلق الأساسي لتخطيط البرامج الإعلامية مع الالتزام بالمعايير الثقافية والاجتماعية السائدة.

التركيز على الإنتاج المحلي الإعلامي وخاصة الإذاعات المحلية وعدم الاعتماد على البرامج المستوردة وذلك لعدم مناسبتها للظروف المحلية واتخاذ كافة الإجراءات لتوفير الإنتاج الإعلامي عدم توافر وسائل بث المعلومات يعني دورا اقل لهذه الوسيلة في الإسهام في المحلي . فنقص آو التنمية , فأصبحت العلاقة الارتباطية واضحة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وعملية دفع التنمية إلى الأمام والثقافة منها خاصة.

إن أدوار الإذاعة متعددة فالإذاعة يمكنها أن تعمل على رفع مستوى الخدمة التعليمية و الثقافية كما أنها وسيلة اقتصادية من الطراز الأول و لكن لكي يتم الاستفادة الكاملة من هذه الوسيلة لا بد من إيجاد نوع من التعاون و التنظيم بين السلطات المسؤولة عن المجالات الاجتماعية.**(1)**

1- تحديد الموضوع :

تعمل الإذاعة المحلية مع الجماهير على الدعوة للمشاركة في عملية التنمية و شرح إستراتجية حكومتها على إنجازها و تحقيقها فهي تعمل على إيجاد المشاركة الايجابية للمستمعين، فالإذاعة تقدم كل ألوان الإنتاج الإذاعي من برامج ترفيهية و دينية و ثقافية و تعليمية و أخرى اقتصادية فهي تبرز من خلال برامجها الثقافية الشعبية خوفا من اضمحلالها كونها أساس من أسس الشخصية الوطنية.

كيف تساهم الإذاعة في التنمية ؟ وما هي الوظيفة الثقافية التي تؤديها ؟

إن الغاية من إنشاء الإذاعة الجهوية في الدول النامية و مع تعقد الاتصال و الغزو الثقافي الكبير وتعمق الصراع الحضاري و ازدياد السكان في شكل غير محسوب كان من الضروري إنشاء الإذاعات الجهوية لحماية الثقافة و أبرزها وسط الزخم الثقافي الكبير الذي يصلنا من جميع الجهات.**(2)**

ومن بين هذه الإذاعات، إذاعة مستغانم الكائن مقرها بوسط المدينة، بالحي المسمى بالمطمر و أمام

(1) د محمد منير حجاب المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر و التوزيع، 2004 ص 10.

(2) د محمد منير حجاب الإعلام و التنمية الشاملة، دار الفجر للنشر و التوزيع، 2000 ص 138.

معلم معروف ضريح سيدي عبد الله الخطابي و زاوية سيدس محمد بن تكوك السنوسي و هي حديثة الافتتاح فهذه الأخيرة تقدم شبكة برامجية.

متكونة من عدة برامج متنوعة حسب تطلعات الجمهور المستمع فهي تعمل على خدمة الثقافة والمحافظة على الإرث الثقافي لمنطقة مستغانم.

2- مفاهيم الدراسة :

أ.الإعلام : هو تزويد الناس بالمعلومة الصحيحة و الأخبار الصادقة من أجل الوصول إلى هدف معين.

ب.التنمية : إن مصطلح التنمية من المصطلحات التي أصبحت تستخدم كوسيلة للانتقال من مرحلة التخلف الاقتصادي و الاجتماعي إلى مرحلة أكثر تقدما كذلك فان اصطلاح التنمية أصبح مرادفا لرفع مستوى المعيشة و اتخاذ الإجراءات الايجابية، لا شك أن الإنسان هو محور قضية التنمية و عنصرها الفعال و هو في الوقت نفسه هدفا فمنه تبدأ عملية التنمية و تنمو كل اتجاهاتها و إليه تعود ثمارها و من هنا فان عملية التنمية تعتمد إلى حد كبير على إعداد الموارد البشرية و تنميتها و إكساب أفرادها المهارات و تأهيلهم لإحداث عملية التنمية و زيادة معدلاتها فالتنمية كمثلث متساوي الأضلاع يعبر كل ضلع من أضلاعها عن أبعادها الثلاثة الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية.

إن الاهتمام بالتنمية أو التحديث لم تعد قضية تشغل رجال الصناعة أو الإدارة أو مخططي السياسة العامة بل أصبحت ميدانا هاما بتعاظم شانه في علوم الإعلام و الاتصال لأنه الامتداد الطبيعي لدراسات التغير الاجتماعي و الثقافي.

إن التركيز على التنمية الثقافية كأساس جوهري للتنمية الذاتية الشاملة المستمرة يستند بشكل أساسي إلى مدى تأثير في حياة المجتمع، فالثقافة و القيم الثقافية تخلق بالتنشئـــة الاجتماعية.

إن أهم الأهداف الأساسية للتنمية الثقافية إلـــى جانب بناء الإنسان معنويا إثراء الوجدان العربي بالقيم الروحية و التقاليد الأصلية.

ج.الثقافة : إن انتشار الثقافة في العصر الحديث أصبح ماثل للعيان، فالمخترعات الحديثة قد عمت كل مكان، وقبل أن ننظر في انتشار الثقافة من خلال برامج الإذاعة لا بد أن نسجل أن الثقافة كمضمون لا يمكن أن ننفصل في سير في الوعاء الذي يحملها و الوعاء هنا وسيلة الاتصال الإذاعي بالجماهير وهي وسيلة تحدد معالم برامجها الثقافية بحيث تيسر للجمهور الحصول على الثقافة دون عناء، فالبرامج الثقافية في الإذاعة تتحمل مسؤولية تطوير الإنتاج الثقافي من ناحية و تيسره للناس من ناحية أخرى، فتحقق بذلك الركيزتان اللتان تقف عليها الثقافة: النمـــو و التقدم المستمر و تحقيق الديمقراطية العقلية و الوجدانية في المجتمع. **(1)**

د. الإذاعة : تمثل الإذاعة وسيلة اتصال جماهيرية قوية نظرا لارتفاع عدد الجمهور الذي يشاهد برامجها و كذلك ساعات البث الطويلة التي تستغرقها هذه البرامج. كما تتجلى قوة هذه الآلة أيضا في غنى سننها الثقافي، فهي وسيلة اتصال غير مرئية بين وسائل الاتصال الأخرى.

(1) د سهير جاد، د سامية أحمد علي، البرامج الثقافية في الراديو و التلفزيون، دار الفجر للنشر و التوزيع 1999 ص 18.

3- تحديد مشكلة البحث :

- ما هو دور الذي تلعبه وسائل الإعلام و بما في ذلك الإذاعة في عملية التنمية الثقافية؟

4- الفرضيات :

تعتبـر صياغة الفرضيات من أهم المراحل المنهجية في الدراسات الاجتماعية بعد بناء الإشكالية ومـــــا تتضمنه من تساؤلات حيث:

يعرفها علماء المنهج على أنها "الإجابة المؤقتة على السؤال الوارد في الإشكالية" فهذه الفرضيات تساعدنا في الوصول إلى النتائج.

أما الفرضيات المتعلقة ببحثنا "دور الإعلام في التنمية الثقافية" -الإذاعة نموذجا- كالتالي:

1. الوظيفة الثقافية للإذاعة هي تثقيف المستمعين و إثراء معارفهم العلمية.

2. تساهم الإذاعة في عملية التنمية الثقافية من خلال محتوى البرامج التي تقدمها لمستمعيها.

5- أسباب اختيار الموضوع :

تتمثل أسباب و دوافع اختياري لهذا الموضوع فيما يلي:

الأسباب الذاتية التي دفعتني إلى اختيار هذا الموضوع أسباب مختلفة منها محاولة إنجاز دراسة علمية موضوع إفادة للطلبة مستقبلا بالإضافة إلى الميل لهذا النوع من المواضيع ذات البعد الاجتماعي الواسع و إزاء اهتمامنا لهذا الموضوع -الإذاعة- باعتبارها وسيلة إعلامية و نود معرفة الدور الذي تلعبه هذه الوسيلة في تنمية ثقافة الناس، أما الأسباب الموضوعية فهي زيادة على الأسباب الذاتية دخول الموضوع محل الدراسة في مجال تخصصنا، بالإضافة على المكانة التي تحتلها الإذاعة باعتبارها وسيلة إعلام استحوذت على اهتمام عدد كبير من الناس و ذلك نتيجة لما تقدمه من خدمات إلى العديد من المجالات، الترفيهية و التثقيف.

6- أهمية البحث:

تكمن أهمية هذا البحث في كونه من البحوث العلمية الحديثة التي ترتكز على استخدام الناس للإذاعة باعتبار هذه الأخيرة وسيلة إعلام حديثة يمكن الاستفادة مها في العديد من المجالات ويكشف عن طبيعة العلاقة بين الناس والإذاعة وكذا دورها في تنمية ثقافة هؤلاء الأفراد ومحاولة التعرف على نوعية الثقافة التي يكتسبونها من خلال هذه الوسيلة.

7- أهداف الدراسة :

أما أهداف دراسة بحثنا بالدرجة الأولى في التنقيب عن الحقائق و اكتشاف أفاق جديدة و تسليط الضوء على الجوانب المراد كشفها في الظواهر الاجتماعية، كما نريد أن نصل من خلال هذا البحث إلى معرفة طبيعة هذه الوسيلة الإعلامية وما تقدمه من خدمات للناس و مدى تقبل هذا الأخير لهذه الوسيلة و التجاوب معها و نود معرفة نوعية الثقافة التي يرغب الأفراد إلى اكتسابها من خلال استخدامه للإذاعة.

8- دراسات سابقة :

في الدراسات السابقة تناول العديد من الباحثين موضوع التنمية و الإعلام في المجتمع حيث درس محمد زين عبد الرحمن "دور الإعلام الإقليمي في تنمية المجتمع المحلي" إذ بين فيه دور الإذاعة في شمال الصعيد في تنمية ذلك المجتمع بوسائل مختلفة و للتعرف على مدى إمكانية تحقيق أهداف التنمية في المجتمعات المحلية إضافة إلى ذلك تحدث باحثون آخرون عن موضوع الإعلام و التطور الذي وصل إليه في توعية الأفراد وإمكانية التواصل بينهم و بين الدولة وهذا ما جعل الكثير من الباحثين الاجتماعيين بالجزائر بتناول ظاهرة الرأي العام و الإذاعة والإذاعة المحلية في ولايات مختلفة خصوصا الولايات الداخلية التي لم يكن البث الإذاعي يصلها.

9- منهج الدراسة :

اخترت لبحثي المنهج الوصفي التحليلي لأنه يتناسب مع موضوع الدراسة باعتبار المنهج الوصفي كما يعرفه:" بأنها الدراسة التي تتضمن معرفة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة الظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع".**(1)**

فالدراسات الوصفية عموما هي جمع المعلومات و الحقائق المتعلقة بظاهرة ما وتحليلها و تفسيرها بشكل علمي من أجل الوصول لأغراض محددة.

فالمنهج الوصفي التحليلي عموما يساعد إلى الحصول على المعلومات الشاملة حول موضوع البحث و تحليل النتائج المحصل عليها، فالتحليل بعد الدراسة الميدانية من خلال المعطيات المحصل عليها ميدانيا عن طريق الاستبيان و المقابلة ودراسة النتائج والتحقق من صحة الفرضيات.

اعتمدت الدراسة التي قمت بها على المقابلة و الاستبيان و يقصد بهما تلك الأداتين التي من خلالها يمكن التعرف على معلومات أراء وأفكار المبحوثين حول موضوع الدراسة ولقد استخدمت كوسيلة لجمع البيانات الميدانية.

(1) عبد الهادي الجوهري، معجم علم الاجتماع، ص54.

10- العينة و المعاينة :

عينة المقابلة: عمدت أن تكون عينة مقصودة تضم 07 منشطين بإذاعة مستغانم وهم من منشطي البرامج الثقافية و قمت بإجراء المقابلات في إذاعة مستغانم.

عينة الاستمارة: عمدت أن تكون عينة عشوائية تضم 80 و تتألف من ذكور و إناث و هم من مستمعي الإذاعة و قد قمت بتوزيع الاستمارات على المبحوثين وجمع كل الاستمارات بعد الإجابة عن الأسئلة.

11- صعوبات البحث :

مما لا شك فيه أن أي بحث تعترضه مجموعة من العوائق والصعوبات أنا بدوري صادفت مجموعة من المشاكل خلال إنجاح هذه الدراسة و المتمثلة في :

- قلة المراجع المتعلقة بموضوع البحث في جامعة خروبة.

- عدم تفهم بعض أفراد العينة لأهمية الموضوع و تماطلهم في ملأ الإستمارات و كذلك الإجابة عن بعض الأسئلة مما اضطرنا للمحاولة و التكرار عدة مرات للحصول على الإجابة.

تمهيد الفصل الأول :

يعتبر الإعلام آلية مهمة لإحداث التغيير داخل المجتمع وكذا لربط مختلف التفاعلات التي يمكن لها أن تنشأ بين أفراده.

منذ غابر الأزمنة عرف الإنسان صورا عديدة للاتصال و الإعلام الذي يعني بشكل أو بآخر مسألة ربط الناس ببعضهم البعض عبر مشاهد من التقاليد والسلوكات والإيماءات والحركات فيحدُث بينهم التفاهم و اللقاء الذي تتشكل بماهيته الخرجات الحضارية التي تعطي تمايزات عدة لشعب عن شعب آخر. تطور أسلوب الإعلام ليصل في العصر الحديث إلى كونه ضروريا لتحقيق النمو والكشف عن المزالق. التي تعصف بكل الجهود الرامية لتحرير الإنسان من العقدة الذاتية. إذن انشغالات العالم في ميدان الإعلام عديدة و متنوعة وهي التي سأتعرض لها بالطرح و التحليل على قدر ما أمتلكه من معلومات وما أعتقده أنه الأصح من جانب التصورات فيما يخص هذا المجال.

1- مفـــهـوم الإعـــلام:

كلمة إعلام مشتقة من العلم، تقول العرب استعلمه الخبر فأعلمه إياه يعني صار يعرف الخبر بعد أن طلب معرفته فلغويا معنى الإعلام هو نقل الخبر.

يقول الدكتور عبد اللطيف حمزة:"الإعلام هو تزويد الناس بالأخبار الصحفية و المعلومات السليمة والحقائق الثابتة" أو صور وبصفة عامة بواسطة جميع العلامات التي يفهمها الجمهور".**(1)**

يقول فرنان تيرو:"الإعلام هو نشر للوقائع و الآراء في صيغة مناسبة بواسطة ألفاظ و أصوات

والإعلام كلمة اتسع مدلولها بدرجة أصبح من الصعب تعريفها فهي تعني لغويا الإبلاغ أو الإخبار أما من الناحية العلمية النظرية فتعرف بإيجاز أنها كل أشكال و صور إرسال المعلومات من إنسان إلى آخر أو من حيوان إلى آخر".

"نقل المعلومات أو المعرفة العلمية إلى الجماهير العريضة عن طريق العمل الاتصالي عبر وسائل الاتصال من صحافة، إذاعة أو تلفزيون من حيث هي أيضا هي قنوات و مسالك للاتصال بجانب كونها نظم إعلامية أصلية."

وتغيير موضوعي غير ذاتي من الجانب الإعلامي صحفيا كان إذاعيا أو مشتغلا بالسينما التلفاز لا يتصل بكل أفراد المجتمع بل يختار بعض فئاته الوسيلة الإعلامية التي تستهويهم و لغة الإعلام لغة حضارية تسعى للشرح و التفسير و التكامل الحضاري باعتبارها من أهم وسائل صوغ الفكر العالمي ونقل المعلومات في المجتمع البشري كله وبالتالي صياغة الحضارة فهي كمنشور تحليل الطيف الذي ينظر من خلاله إلى العالم و حضارته.**(2)**

---

(1) د زهير إحدادن، الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص13-14

(2) د محمد منير حجاب المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر و التوزيع، 2004 ص 1

الإعلام هو تزويد الناس بالمعلومات الصحيحة و الأخبار الصادقة بقصد معاونتهم على تكوين الرأي السليم إزاء مشكلة من المشاكل أو مسألة عامة أي أن الإعلام يقوم على مخاطبة العقل لا الغريزة و العاطفة و دور الإعلام هو نقل صورة الشيء لإنشاء هذه الصورة و بالتالي فان الإعلام الناجح. لا لكن الإعلام من الناحية التطبيقية قد استخدم للتأثير الانفعالي على الناس عن طريق نقل الأخبار يمكن أن يصدر عن سياسة فاشلة ضعيفة و الإعلام لا يرسم سياسة الدولة بل هو معبر عنها فقط و الحقائق و إغفال البعض الآخر أو عن طريق أسلوب و عرض بعض الأخبار و الصور و الحوادث و المعلومات.**(1)**

(1) د عبد العزيز شرف، وسائل الإعلام و مشكلة الثقافة، دار الجيل، بيروت ط1 ص63

2- التطور التاريخي لمفـــهـوم الإعـــلام:

انتقل مفـــهـوم الإعـــلام عبر التاريخ على مراحل ثلاثة وهي الأطوار الثلاثة التي مرت عليها المرحلة الأخيرة وهي تطوير الاكتشافات و حسن استعمالها.

أ- المرحلة البدائية: كان الإعلام عبارة الأخبار التي ينقلها شخص إلى شخص فكان الكلام الوسيلة المواتية لذلك و كان يحتوي الخبر في الغالب على تنقلات الصيد و حركات العدو و غيرها.

وإضافة إلى الكلام قد استعمل الشخص كذلك في هذه المرحلة وسائل أخرى تقوم مقام الكلام وهي كانت تعتبر اكتشافات لأن الإنسان لم يستعملها إلا بعد فترة طويلة من حياته الاجتماعية فهي غير متطورة ولم تفتح له آفاقا واسعة للاتصال وهي وسائل الاتصال أشد الارتباط بحاسة البصر و السمع و بقدرتها المحلية الفطرية لم تغير كثيرا من نوعية الاتصال الذي بقي شخصيا.

ب- مرحلة الاكتشافات: لقد اتسمت هذه المرحلة باكتشاف الكتابة ثم الورق ثم الطباعة بحيث أصبح الخبر يكتب و يوزع على عدة جهات و أصبح الاتصال بهذه الكيفية اتصالا جماعيا و قد تنقسم هذه المرحلة إلى قسمين:

1_ترقية و تطوير وسيلة اللسان و الكلام و خصوصا باستعمال الخطاب و الشعر و الدو.

2_ظهور الكتاب و تسجيل الأحداث و حفظها و نقلها عبر الأجيال و الأجناس.

و في هذه المرحلة ظهرت الحضارات الكبرى في الصين و مصر و الفرس و اليونان وانتشرت الأديان بفضل استعمالها للكلام و الكتابة.

ج-المرحلة الثالثة: وهي تشمل العصر الحديث بالتقريب الذي اتسم بصفة عامة بانتشار التصنيع

وإدخال تقنيات جديدة و متطورة على الاكتشافات المختلفة ومن بينها الطباعة و لقد أصبح الاهتمام ينكب أكثر فأكثر على الوسيلة الإعلامية دون مضمونها فالأحداث تكاثرت و التظاهرات تعددت بتوسيع **(1)** القدرة على تغطيتها دون الإكتراث للمكان الذي تقع فيه فالمادة التي تنقلها الوسيلة

---

(1) د زهير إحدادن، الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص20-21.

متوفرة بوفرة يفرض تصفيتها و انتقاءها و يفرض كذلك في نفس الوقت بذل مجهود كبير لإيجاد تقنيات جديدة لتسجيل الأحداث و نشرها و حفظها لاستعمالها في الوقت المناسب مما أدى إلى اكتشافات جديدة مثل الكاسيت، الفيديو و التلفزة و مازالت الجهود مبذولة لإيجاد صيغ أخرى فنية متطورة و على هذا أصبحت هذه المرحلة تصطبغ صناعية واقتصادية. **(1)**

(1) د زهير إحدادن، الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص19-

3- خصائص الإعلام:

الإعلام العصري يتصف بثلاث خصائص:

1_فهو يأخذ اتجاها واحدا من فوق إلى تحت و الإعلام يفرق بين مصدر الخبر و المستقبل له، فاللذين يقومون بإصدار الخبر ممن يصدر منهم الحدث أو ممن ينقلون خبر الحدث من الصحافيين و غيرهم، فهؤلاء كلهم تكون لهم المبادرة بالإدلاء بالخبر و تلك هي مهمتهم، أما الذين يستقبلون الخبر فإنهم لا يقومون بشيء سوى بتلقي هذا الخبر بالقراءة و الاستماع أو بالرؤية بدون أن يكون لهم دور آخر في استقبال الخبر.

2_الإعلام يصف الواقع فلا يمكن أن يكون الإعلام بدون وقائع و حوادث سواء كانت مادية ملموسة أو معنوية و فكرية فالخبر الذي يصفه الواقع وينقله الإعلام ليس وليد الخيال فالخبر المبني على الخيال كذب ووهم غير أن نقل الخبر يثير الخيال فإن كان من طرف المرسل فإن ذلك قد يشوه الخبر و إن كان من طرف المرسل فإن ذلك يدفعه لاكتشاف الحقيقة و الواقع فالخيال عنصر من عناصر الخبر.

3_كلفة الخبر ضئيلة جدا فسعر الخبز رخيص وهو في متناول الجميع فتعدد وسائل الإعلام يجعل الخبر ينتشر بسرعة و يطلع عليه الجميع.**(1)**

(1) د زهير إحدادن، الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص19-

دور الإعـــــلام:

يتمثل دور الإعلام في:

-تكوين الصور اللغوية الحضارية فيتحرك المجتمع التقليدي نحو العصرية يبدأ في الاعتماد على الوسائل الجماهيرية مما يؤدي إلى تجميد حصيلة كبيرة من الآراء عن الأشخاص المرموقين و الأشياء الهامة و غير الهامة عن طريق وسائل الإعلام، الصحف و المجلات و الإذاعة يتعين عليها تقرير ما تبلغ عنه عملية اختيار من تكتب عنه أو تلط عليه الأضواء كما تتحكم هذه العملية فيما يعرفه الناس أو يتحدثون عنه وهو أمر له دلالته بالنسبة للغة الحضارية.

حيث يرتكز اهتمام الجمهور على التحضر و الاهتمام لمصطلح أو بلفظ جديد أو أسلوب أو سلوك حضاري.

تستطيع وسائل الإعلام التحكم في بعض الدلالات التي يتم بنشأها الاهتمام المتبادل بين الأشخاص باعتبار أن الاتصال الإعلامي عملية ديناميكية **(1)**

حيث يصرخ أحد المبحوثين المقابلة رقم 3 أن دور الإذاعة:

- "دور الإذاعة هو توعية و تثقيف المجتمع و كذلك ليكون على علم بكل ما يحصل أي الأخبار بكل أنواعها."

ويضيف مبحوث آخر المقابلة رقم 7 أن:

- " دور الإذاعة هو تنمية ثقافة المستمع."

الإذاعة بالنسبة للمذيع هي وسيلة لتوعية أفراد المجتمع كما أنها عملية إعلامية بين المستمع المراسل وذلك من خلال المقابلة التي أجريتها إذ أن للإذاعة دور كبير في التنمية الثقافية.

بالنسبة للمستمع و آرائه التي يطرحها من خلال اتصالاته.

---

(1) د عبد العزيز شرف، وسائل الإعلام و مشكلة الثقافة، دار الجيل، بيروت 1993 ص67

من خلال المقابلة التي أجريتها إذ أن للإذاعة دور كبير في تنمية الثقافة بالنسبة للمستمع و آرائه التي يطرحها من خلال اتصالاته.

- ويضيف أيضا مبحوث آخر المقابلة رقم 6 أن "دور الإذاعة الجهوية في الجهوية في المجتمع دور إعلامي تثقيفي تنموي."

- أستخلص أن للإذاعة دور إعلامي كبير و هذا من خلال التصريحات التي اتفق عليها المنشطون.

- إن النظرة الشاملة للإعلام على تغلغله في كيان الحضارة فعملية الاتصال تتم على مستويات مختلفة من حيث الاستخدام. لغة الرموز و التواصل بمستويات ثلاثة في مجال التعبير اللغوي هي:

_المستوى التذوق الجمالي وهو المستعمل في الأدب.

_المستوى العلمي النظري وهو المستعمل في العلوم.

_المستوى الاجتماعي الوظيفي الهادف الذي يستخدمه الإعلام بمختلف أجناسه.**(1)**

(1) د عبد العزيز شرف، وسائل الإعلام و مشكلة الثقافة، دار الجيل، بيروت ط1 ص68

دور الإعلام في تدعيم و تغيير الاتجاهات:

تعتبر دراسة وسائل الإعلام من أهم أركان عملية الاتصال.

التأثير الوظيفي لوسائل الإعلام أي التأثير الذي يأخذ الظروف الأخرى في الاعتبار وهو الذي يسميه الباحث المعروف "جوزيف كلاير" الذي يهتم بالظواهر الأخرى.وقد قسم الباحثين وسائل الإعلام إلى تأثيرات ظاهرة و أخرى كامنة ويقسمها آخرون إلى تأثيرات عمدية وغير عمدية وإشارة كل من لازرقيلة وبيرسلون وجوديت في دراستهم الشهيرة حول الانتخابات الأمريكية إلى تأثير وسائل الاتصال على السلوك السياسي في ثلاث جهات: التنشيط، التدعيم، التحويل.

ومن هذه الأدوار يتمثل دور الإعلام من خلال تدعيم الاتجاهات أنه يكون أكثر من دوره في تغييرها أو تقليدها، كما أن الاتجاهات المترسبة تعبر عن نفسها في العمليات الانتقائية مثل التعرض الانتقائي لوسائل الإعلام المرغوبة لديه أو الإدراك الانتقائي للرسالة التي تحملها وسائل الإعلام أي المخالفة لاتجاهاته – كما نجد دور التدعيم لا التغيير، الجماعة وتقاليد الجماعة و الاتصال المواجهي الشخصي

ودور الإعلام في أحداث و تبني الجمهور لآراء جديدة قد يتم بالنسبة للموضوعات التي لا يكون الجمهور قد كون نحوها آراء مسبقة.

وفي الحالات التي تقوم فيها وسائل الإعلام بتحويل الآراء و الاتجاهات فإن عمليات التعرض الانتقائي و الإدراك الانتقائي و التذكر الانتقائي بالنسبة للتدعيم لا تكون موجودة أو يتوقف عملها، بالإضافة إلى دور الجماعة والتأثير الشخصي للإقتناع.**(1)**

(1) د عبد العزيز شرف، وسائل الإعلام و مشكلة الثقافة، دار الجيل، بيروت 1993 ص70.71

1. تصورها رولد لازويل: يعدها رولد من لفت الاهتمام إلى الوظائف التي يؤديها الإعلام للمجتمع وقد حدد ثلاث وظائف لوسائل الإعلام في أي مجتمع و هي:

أ- مراقبة البيئة: وتعني تجميع و توزيع المعلومات المتعلقة بالبيئة و هي ما تسمى بوظيفة الأخبار أي أن تكون الأحبار في متناول الجميع.

ب- الترابط: وتعني التفسير والتحليل والتعليق على الأحداث في البيئة والسلوك فالاتصال هو الذي يوجه الرأي العام وبذلك فمن الضروري وجود قدر من الإجماع في المجتمع تجاه القضايا الأساسية.

ج- نقل التراث الاجتماعي: "الوظيفة الثقافية" يعتمد التراث الثقافي أساسا على توصيل المعلومات و القيم و المعايير الاجتماعية عن طريق إعطاءه قاعدة أوسع من القواعد الشائعة و القيم و الخبرات الجماعية التي يتقاسمها أعضاء المجتمع.

2. اوشيما والوظيفة التنموية لوسائل الإعلام: فلوسائل الإعلام كما يقول اوشيما صفة مضاعف المؤدي إلى التنمية الإنتاجية و تتميز أكثر الدول النامية بأنها مجتمعات في عجلة من أمرها و القصد من ذلك أنها مجتمعات تبغي اللحاق بالركب بأسرع **(1)** ما يمكن و لهذا فهي تحتاج نظرية للتنمية الاقتصادية و إلى سياسة للاتصال تشرح كيفية اللحاق وما تريد اللحاق به ومن الواضح أن وسائل الإعلام هي المصدر الأول لتنمية المجتمعات التي هي في عجلة من أمرها إذ أنها تنقل إلى الجماهير بأسرع ما يمكن.

(1) د محمد منير حجاب الإعلام و التنمية الشاملة، دار الفجر للنشر و التوزيع، 2000 ص 131

3- وظائف الإعلام:

3.وظائف الأعلام عند شارم: يحددها شارم على أساس كل فرد و المجتمع فبالنسبة للفرد فان هذه الوظائف تنحصر في: الإعلام –التعليم –الترفيه –الإقناع.

أما بالنسبة للمجتمع فأهدافه هي:

- فهم ما يحيط به من ظواهر وأحداث

- تعلم مهارات جديدة

- الاستمتاع و الاسترخاء و الهرب من مشاكل الحياة

- الحصول على معلومات جديدة تساعده على اتخاذ القرارات

أما بالنسبة لدور وسائل الأعلام في خدمة التنمية فيحدد شارم ثلاث وظائف أساسية هي:

أ- وظيفة الأعلام:وذلك لإحاطة عامة الشعب علما بالتنمية القومية و في أطار هذه الوظيفة يحدد ثلاث وظائف أخرى فرعية هي:

- توسيع الأفاق : عن طريق أعطاء الفرد فرصة ليرى و يسمع عن أشياء لم يرها من قبل وأن يعرف أناسا لم يقابلهم قط.

- تركيز الاهتمام: تركز وسائل الأعلام اهتمام الملايين من مختلف الأفراد على نفس الموضوع وفي نفس الوقت مما يساعد على خلق مناخ لتبادل الآراء بين السكان .

- رفع مستوى التطلعات:وذلك بدفع الناس للتطلع نحو الحياة أفضل و نحو النمو وبدون ذلك وسائل الأعلام خدماتها العامة و الضرورية نحو التنمية ككل. يصبح حدوث التنمية أمرا صعبا بعيد المنال.

ب- وظيفة اتخاذ القرارات: فمن خلال انسياب المعلومات يتم الحوار بين المسئولين و عامة الناس و تتاح الفرص للإسهام بذكاء في عملية اتخاذ القرارات ووسائل الإعلام هي وحدها القادرة على أن تساعد على أداء هذه الوظيفة ،فهي تفرض أساليب جديدة للحياة الاجتماعية و تسهم في تكوين الذوق العام.**(1)**

(1) د.محمد منير حجاب، نفس المرجع ص134

- وظيفة التعليم : فتعليم المهارات المطلوبة و تعليم الكبار و تزويد الناس بأساليب العناية بصحتهم قوتهم فالإذاعة مثلا لا تستطيع أن تشرح أية خبرة أو مهارة في الزراعة و لكن بمجرد تعليم المهارة فان الراديو يستطيع أن يقدم المعلومات.

4 تصورات العلماء العرب لوظائف الأعلام:

1- وظائف الأعلام عند الدكتور محمد السيد ' ويحدد هذه الوظائف كما يلي:

- الوظائف الاجتماعية

- وظيفة التنمية- الوظيفة التربوية- الوظيفة الديمقراطية

- الوظيفة الترفيهية – الوظيفة التسويقية- وظيفة الخدمات العامة

2- وظائف الأعلام عند الدكتور أحمد عبد الغفار النكلاوي:

و تنحصر أبعاد هذا الدور الوظيفي في أطار المجتمع في العناصر الآتية:

-مقاومة الشائعات و القضاء عليها

- القضاء على الرواسب الثقافية التي تعتنق التقدم و النمو

- أبراز الشخصية القومية و أنمائها

3- وظائف الأعلام من وجهة نظر الدكتور عبد الغفار رشاد:

هي ليست وظائف ثابتة ولكنها تختلف وفقا للهدف الذي تعمل من أجله أو بمعنى أدق حسب نوع المسؤولية 'وقد تكون مسؤوليتها دعائية أمام الدولة التي تعيش نزاعات أو صراعات حربية أو أساسية أو دبلوماسية ' و قد تكون مسؤوليتها تنموية كما هو الحال في الدول النامية.

4- تصور الدكتورة جيهان رشتي لوظائف الأعلام:

- غرس الشعوب بالانتماء إلى أمة أو الوطن

- تعليم الشعب مهارات جديدة

- غرس الرغبة في التغيير و زيادة أمال الجماهير

- تشجيع الناس على المساهمة و نقل ونقل صوتها إلى القيادة السياسية.**(1)**

(1) د. محمد منير حجاب ، نفس المرجع،ص135،136

5-عوامل زيادة فعالية دور وسائل الأعلام في التنمية

- أن الهدف الحقيقي لبرامج التنمية الشاملة في المجتمعات النامية هو أحداث تغيير في اتجاهات الناس و في البنية الطبيعية و أنشاء علاقات جديدة بينهم و بين الموارد الاقتصادية و إدخال الوسائل التكنولوجية الحديثة في الإنتاج و ما يتبع من تغييرات لأساليب الأنتاج و لمفاهيم الثروة و الدخل و الاستهلاك مما يترتب عليه تغيير في التركيب الاجتماعي و العلاقات و مجموع القيم الاجتماعية و إدخال مفاهيم علمية جديدة في السلوك ، العادات و الخبرات التقليدية في مجالات العمل الجماعي و عملية التنمية عندما تتم لا تحدث دون مشاكل أو معوقات تتمثل في القيم و العادات السيئة المتوارثة و تهدف الجهود التنموية ألى توفير حلول لهذه المشكلات عن طريق التخطيط لبرامج التنمية و الأعلام يدفع المحيط الآخر هو الأهم في عملية التنمية هو العنصر البشري و من ناحية أخرى فأن نجاح الأعلام في تهيئة هذا المناخ تتوقف على مدى قدرتنا على توفير متطلبات أخرى مما يساعد الأعلام ووسائله على تحقيق الأهداف المنشودة و فيما يلي سنتحدث عن المتطلبات الضرورية لزيادة فعالية دور الأعلام ووسائله في التنمية .**(1)**

- حيث يصرح أحد المبحوثين في المقابلة رقم01عن الإذاعة أي أن:

-"الإذاعة تساهم في الإذاعة تساهم في التنمية مثل برنامج عالم الفلاحة جواهر أسلامية ، زهر نرد، ضاعف أو غادر أو تكون بطرح أسئلة على المستمعين وبدورهم يتصلون و يجاوبون عليها و بالتالي تنمي ثقافتهم"

-كما يضيف مبحوث أخر في المقابلة رقم 04أن:

"الإذاعة عبارة عن مدرسة تساهم في التنمية الثقافية و حتى في تربية الأجيال"

(1) د. محمد منير حجاب، الأعلام و التنمية الشاملة، دار الفجر للنشر و التوزيع 2000 ص 279-280

أستخلص أن للإذاعة دور كبير في عملية التنمية الثقافية و ذلك من خلال البرامج التي يقدمها في إطار ثقافي.

كما اتفق المنشطون على أن الدور التي تقوم به الإذاعة اتجاه التنمية و ذلك من خلال تصريحاتهم على ذلك.

أولا: متطلبات السياسات الإعلامية:

تتمثل في المنطلقات التالية:

-إقامة نظام ديمقراطي يكفل المشاركة الفعالة للجمهور في عملية اتخاذ القرارات و التنمية الشاملة.

-تصفية أنماط التنمية المتخلفة في الزراعة و تطبيق إصلاح زراعي واسع.

-تطبيق تخطيط شامل لإنماء اجتماعي واقتصادي متناسق و دفع عملية التنمية.

-إيجاد بنية أساسية تكنولوجية تساعد على تحقيق التنمية الاجتماعية و تكفل سيادة الدولة.

-اعتماد مبادئ عادلة لتوزيع الدخول القومية.

-أن تكون موجهة نحو تحقيق الاستقلال الاقتصادي و ضمان السيادة و السيطرة على الثروة القومية.

-أن تكون موجهة لخدمة مصالح أقسام التعريفة من السكان.

-أن توفر الظروف للاعتماد الجماعي على النفس.

-ألا تقتصر على مجرد النمو الاقتصادي و عليها أن تهدف إلى التنمية الشاملة للمجتمع.

-الاهتمام بالاحتياجات التنموية الفعلية للجمهور واعتبارها المنطلق الأساسي لتخطيط البرامج الإعلامية مع الالتزام بالمعايير الثقافية و الاجتماعية.

-الاهتمام بتنمية وسائل الإعلام الجماهرية و المحلية في إطار خطة محددة.

-الاهتمام بالتكوين العلمي في مجالات الاتصال التنموي ووضع الخطط للتدريب المستمر بما يستجد من مهارات و ذلك لضمان تحقيق الأهداف المحددة.**(1)**

(1) د. محمد منير حجاب، الأعلام و التنمية الشاملة، دار الفجر للنشر و التوزيع 2000 ص 281-283

ثانيا:التنمية الثقافية:

تحمل مشارف القرن الحادي و العشرين تحديات أكثر تجعل قضية التنمية أكثر ضرورة و حيوية كما أن التقدم الهائل الذي حققته تكنولوجيا الاتصال يجعل دورها في التنمية أكثر فعالية بل أن السياسات التنموية ذاتها و في كافة أشكالها لا بد و أن ترتبط بالتطورات التكنولوجية التي تقوم عليها بالضرورة تكنولوجيا المعلومات و تكنولوجيا الاتصال، فوسائل الإعلام المتاحة الآن للتنمية لم تعد تقتصر أيضا على الوسائل المطبوعة كالجرائد والمجلات و الكتب و الملصقات ولم تعد تقتصر أيضا على الوسائل المرئية كالراديو و التلفزيون، و أصبحت العلاقة الارتباطية واضحة بين تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و عملية دفع التنمية إلى الأمام.

و بالنسبة للدول العربية فإن دور اقتصاديات الإعلام و الاتصال مازال متواضعا سواء بسبب ندرة الصناعات الإعلامية أم بسبب ضعف الاستثمار في هذه المجالات و لذلك تلجأ البلدان العربية إلى استيراد المنتجات التكنولوجية.

فالتنمية باعتبارها الخيار الوحيد الحاسم أمام الدول النامية كتعبير مهذب عن التخلف الذي تتسع دائرته لتصبح الفجوة أكثر اتساعا بين الدول المتقدمة و بين تلك الدول و أن الخيار الوحيد الحاسم أيضا أن تلحق الدول النامية بركب العصر و انجازاته بتبني سياسات تكنولوجية مناسبة في اختيار التنمية المتواصلة الشاملة.**(1)**

كما يقترح بعض المبحوثين في المقابلة رقم(2) إن:

"الإذاعة المحلية وجدت من أجل المساهمة في التنمية على جميع الأصعدة و من بينها الثقافية.
نستخلص أن الإذاعة المحلية ساهمت في التنمية بمختلف أنواعها و خاصة الثقافية و يظهر هذا في تصريحات المذيعين للحصص الثقافية التي يبثونها و التي نجحت في أحياء النمو الثقافي.

(1)د. محمد منير حجاب، نفس المرجع، ص284

خاتمة الفصل الأول

تهدف جهود التنمية الى توفير حلول لمشاكل الأفراد عن طريق التخطيط لبرامج التنمية و التي تتناول كافة زوايا و جوانب الحياة و هنا يأتي دور الأعلام ... ليس في أنه يساهم مباشرة في التنمية وإنما لأن الأعلام يدفع المحيط أخر هو الأهم في عملية التنمية هو العنصر البشري .

فرغم أن جميع أشكال التطور الإنساني اللازمة للتنمية تتطلب وقتا إلا أن المطلب الأساسي للتطور في أي مجتمع هو ضرورة تقويم الناس أنفسهم لأن النجاح التنمية يعتمد على استحداث التغيير المناسب في اتجاهات الإنسان لتصبح مواتية لقبول اتجاهات الحداثة و المشاركة و من ناحية أخرى فان نجاح الإعلام في تهيئة هذا المناخ تتوقف على مدى قدرتنا على توفير متطلبات أخرى في البيئة الحيطة إضافة إلى السيطرة كافة مكونات العملية الاتصالية و إدارتها أفضل بشكل أفضل مما يساعد الأعلام ووسائله على ووسائله على تحقيق الأهداف المنشودة.

تمهيد الفصل الثاني

الإذاعة هي وسيلة أعلام مسموعة ، كان أول إذاعة بثت برامجها لأول مرة عام1906 تعد الإذاعة أهم الوسائل الصوتية المسموعة ، كانت لها الصدارة بين مسائل الأعلام قبل انتشار التلفزيون الذي أزاحها إلى الثانية، ثم طلعت الانترنت فأرجعتها إلى المرتبة الثالثة ، لكنها لم تزل أحدى الوسائل الهامة واسعة الانتشار ، وتهدف الإذاعة بشكل أساسي إلى مخاطبة المستمع الواسع المتباين في ثقافته و مستوياته التعليمية وأعماره و تتعدد أنواعها، فأغلبها حكومي تابع للدولة ، ومنها الأهلي.

التنمية هي العمليات التي تتوحد بها جهود المواطنين والحكومة لتحسين الأحوال الاجتماعية و الاقتصادية و الثقافية في المجتمعات والأعلام هو المصدر الأول لتنمية هذه المجتمعات و من بين وسائل الإذاعة ، فالإذاعية تخاطب جميع أفراد المجتمع عن طريق مجموعة برامج تبثها هذه الأخيرة ذات طابع ترفيهي و تثقيفي وإعلامي فهي بالتالي تنمي ثقافة المستمع.

1- تعريف الإذاعة:

لغة: الإذاعة اسم مشتق من الفعل أذاع – يذيع- أذاع و تعني الإذاعة بمعنى النشر العام و ذيوع حتى أن العرب قديما يصفون الرجل لا يكتم السرانه مذياع فيقال" فلان مذياع الأسرار مذياع و للأسباب مضياع "

اصطلاحا: عبارة عن تنظيم هيكل في شكل وظائف و أدوار تقوم على بث مجموعة من البرامج ذات الطابع الترفيهي والإعلامي.

و ذلك لاستقبالها في أن واحد من طرف جمهور متناثر يتكون من أفراد و جماعات بأجهزة مناسبة و هذا يعني أن الإذاعة عبارة عن مؤسسة تبث ومجموعة من البرامج الإعلامية و التعليمية والترفيهية عن طريق جهاز يسمح بإرسالها في آن واحد. **(1)**

كما يعرفها محمد منير حجاب بأنها أوسع وسائل الاتصال انتشارا و أكثرها شعبية و أكثرها شعبية و جمهور عام بجميع مستوياته ، فتستطيع الوصول اليه مخترقة حواجز الامية و العقبات الجغرافية و القيود السياسية التي تمنع بعض الرسائل الأخرى من الوصول الى مجتمعاتنا كما أنها لا تحتاج إلى تفرغ تام . هذا يعني أن الإذاعة تخاطب جميع أفراد المجتمع ذلك أنها لا تعرف الحدود أذا قارناها ببعض الوسائل الأخرى.**(2)**

كما يعرفها فضيل دليو على أنها ما يبث عن طريق الأثير باستخدام موجات كهرومغناطيسية بإمكانها اجتياز الحواجز الجغرافية و السياسية و ربط مستمعيها بربط مباشر و سريع من ثمة فقد شاركت مع التلفزيون خاصة و وسائل الأعلام الأخرى في تكوين الثقافات و تكوين رأي عام عالمي تحاول دول الشمال تسيطر عليه كما يمكننا تعريف الإذاعة بأنها وسيلة إعلام تؤدي مع غيرها من وسائل الأعلام الأخرى ، دورا حيويا في حياة الناس

---

(1) مكاوي عماد أنتاج برامج الراديو، مكتبة الانجلو مصرية ، مصر،1989 ، ص403

(2) محمد منير حجاب ،المعجم الإعلامي دار الفجر للنشر و التوزيع ط1،2004

خاصة إنسان الربع الأخير من القرن العشرين ، مما أدى إلى تسمية هذا العصر بعصر "ثورة الأعلام"**(1)**

و من التعاريف السابقة نجد الإذاعة كجهاز أعلامي تشتمل على:

- الإذاعة تنظيم مهيكل في شكل وظائف و أدوار.

- الإذاعة أوسع وسائل الاتصال انتشار أو أكثر شعبية و جمهورها عام.

3- تغطي الإذاعة مجالا جغرافيا محدودا(الإذاعات المحلية، الجهوية، الوطنية، الإقليمية...)

4- تقدم الإذاعة خدمات في طبوع متنوعة (إخبارية، ترفيهية ،اجتماعية، تثقيفية،سياسية...) **(2)**

(1) فضيل دليو، الاتصال مفاهيمه ، دار الفجر للنشر ، القاهرة، 2003 ص 175

(2) عبد الدائم عمر الحسن، الكتابة و الإنتاج الإذاعي بالراديو، دار الفرقان للنشر، عمان 1998، ص170

تعريف الإذاعة الجزائرية:

هي مؤسسة عمومية ذات طابع تجاري و صناعي خاضعة لوصاية وزارة الاتصال و تعرف اصطلاحا بالإذاعة الجزائرية وهي تتمتع بالشخصية المعنوية من القانون العام و الاستقلال المالي في التسيير و هي تمارس مهامها في إطار الخدمة العمومية كونها إذاعة مسموعة وفقا لمقتضيات دفتر الشروط العام.

وتعود نشأة الإذاعة الجزائرية إلى سنة 1929 من طرف الاحتلال الفرنسي. وتؤدي الإذاعة الوطنية بقنواتها المختلفة مهاما بشكل منتظم استنادا للأوامر الإدارية المسطرة لمعالجة الأحداث من خلال النقاش و التعرض لها من مختلف الجوانب وهذا نظرا للنصوص القانونية التي أوكلت للإذاعة الجزائرية عدة مهام كضمان الخدمة العمومية للإذاعة المسموعة و الإعلام و المساهمة في رفع المستوى الثقافي و التكويني و التعريف بالتراث الثقافي و كذلك في تنمية إنتاج الأعمال الفكرية و بثها و تشجيع التواصل الاجتماعي و الدفاع عن اللغة الوطنية و الوفاء في حدود إمكانياتها باحتياجات التربية و الترفيه و الثقافة لمختلف الفئات و يمكن القول أن المهمة الأصلية للإذاعة هو الخدمة العمومية عن طريق الإعلام، التثقيف، الترفيه و تسعى للاستجابة لأنواع كثيرة من الرغبات و التطلعات الآخرة بعين الاعتبار التغيرات التي قلبت أساليب الحياة و أبرز حاجات و أذواق جديدة. **(1)**

(1) د. نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع ط2، 2009، ص152- 153

نشأة الإذاعة الجزائرية:

ارتبط ظهور الإذاعة بالجزائر تاريخيا مع تواجد الاحتلال الفرنسي أي مع ظهور الإذاعة في فرنسا و كان ذالك في أواخر العشرينيات من ذلك و بقيت تحت ظلها إلى غاية 1945 م، تقاسمت أدوار الحاكم العام الجزائري الذي يكمن دوره في مراقبة الحصص الموجهة للجزائريين و الحكومة الفرنسة المؤقتة.

الإذاعة في الجزائر قبل الاستقلال:

في سنة 1945م تم إنشاء قناة باللغة العربية خصص لها أستوديو مستقل لانجاز البرامج باللغة العربية و جاء هذا تبعا للجهود المبذولة من طرف السلطات الفرنسية قصد تمكين الفئة المعربة من الجزائريين من الإطلاع على النشاط السياسي الفرنسي و لذلك لقد كانت اللغة العربية وسيلة اتصال فقط لا علاقة لها بالمحتوى. و في عام 1945م أدمجت الإذاعة الجزائرية بالإذاعة الفرنسية التي كانت تحت الإشراف رئيس الحكومة و الإدارة المستقلة لشؤون التسيير الفنية أنى ذاك و فيها تحصل الحاكم العام الجزائري على امتيازات مكنته من الإشراف على اللجنة الجزائرية بالإذاعة و المتكونة من ستة أعضاء من المجلس الجزائري (3 مسلمين، 3 أوروبيين). وفي سنة 1948 تم إنشاء قناة تبث باللغة القبائلية التي تبث على القنوات العربية مقتصرة على النشرات الإخبارية وبعض الريبورتاجات.

الإذاعة في الجزائر بعد الاستقلال:

في سنة 1962 ورثت الجزائر نسبة للراديو تستمع في المدن الكبرى و المتوسطة كما ورثت كذلك وضعية قانونية تلاءم مع النظام الاشتراكي الجديد و هو احتكار الدولة الإذاعية في تسيير المراقبة و كان على الدولة **(1)**

(1) د إحدادن زهير، الصحافة المكتوبة في الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1984، ص 147.

الجزائرية مواصلة التنظيم القائم و إدخال مقاييس مراقبة كان لها الأثر في توجيه السياسة في ميدان الإعلام، كما صادق الاستقلال الجزائر ظرفين هامين كانا تدافع الدولة بمجال الإعلام و هما: استعمال الراديو الترانزيستور من جهة و انتشار التلفزيون الجزائري من جهة أخرى، أما الظرف الثاني فيمثل في الواقع الجزائري و الموروث و التمييز بارتفاع ظاهرة الأمية التي كانت تعادل 80% مما أوجب السلطات الجزائرية تكثيف جهودها في المجال السمعي البصري و ريثما يتم التغلب على الأمية و هذا ما جعل السلطات الجزائرية تبذل جهودا كبيرة للتقوية من وسائل الاتصال الجماهيرية من إذاعة و التلفزيون منذ 1966 و تمركزت هذه الجهود حول ثلاث ميادين:

أولا: زيادة المنحة من طرف الحكومة قدرت الميزانية المخصصة للإذاعة ب 79% من مجموعة الإعانة الحكومية للإعلام، أي ما يقارب 100 مليون دينار.

ثانيا: توسيع شبكة الإرسال في سنة 1978 أصبحت التغطية تشمل 98% من التراب الوطني و 100% ليلا.

ثالثا: توفير أجهزة الاستقبال، وصل العدد سنة 1976إلى مليون 1982 إلى 5 ملايين أي ما يعادل جهاز لكل أربعة أشخاص. **(1)**

(1) د إحدادن زهير، نفس المرجع، ص 148.

الإذاعة المحلية:

مفهومـــها: هي الإذاعة التي تخاطب مستمعا محددا له مصالحه و ارتباطاته الاجتماعية المعروفة و له تقاليده و عاداته و تراثه الفكري الخاص.

وهي تبث برامجها مخاطبة مجتمعا خاصا محدود العدد يعيش فوق أرض محدودة المساحة...

مجتمعا له خصائص البيئة الاقتصادية و الثقافية المتميزة.... قد يكون هذا المجتمع مدينة أو مجموعة قرى أو مدنا صغيرة متقاربة.

سماتها: تتميز الإذاعة المحلية عن غيرها من الأنماط الإذاعية الأخرى بما يلي:

- الجمهور المستهدف للإذاعة المحلية هو جمهور مجتمع محلي بعينة محدودة.

- العدد مقارنة بجمهور الإذاعات الوطنية أو الدولية.

- محتوى المواد التي تقدمها الإذاعة المحلية نابع و مستمد من المجتمع المحلي ذاته.

- و لخدمته بحيث تعكس البرامج المختلفة عدد السكان و تقاليدهم و تراثهم و اهتماماتهم.

- تتحدث الإذاعة المحلية بلغة الجمهور المستهدف تخاطبه بها، و قد يظهر فيها أيضا لهجة سكان المنطقة المستهدفة.

طريق الاتصال: تتصل الإذاعة المحلية بالمجتمع أو بالجمهور المستهدف من خلال البرامج التي تقدمها سواء كانت مسجلة أو تبث مباشرة على الهواء أو من خلال نشرات الأخبار و القصص الإخبارية و التقارير المهمة، إن ما يميز الإذاعة أنها الوسيلة الوحيدة غير المرئية بين كل

وسائل الاتصال و الصوت في الإذاعة عموما يخلق مسرحا خياليا للمستمع و هو خيال يجتاز و يتجاوز كل ما سبق أن رآه أو يعرفه أو يخزنه في مخيلته من صور و مرئيات.

حيث صرح أحد المبحوثين في المقابلة رقم1 أن:

- " البرامج التي أقدمها هي برامج تفاعلية و تربوية".

وصرح مبحوث آخر مقابلة رقم 8 أن:

- " البرامج التي أقدمها من النوع الثقافي".

أستنتج أن الإذاعة تقدم برامج مختلفة و متنوعة للجمهور سواء كانت مسجلة أو تبث مباشرة عبر الهواء و هذا من خلال ما صرح به المبحوثون حول نوع البرامج التي يقدمونها.

حيث صرح أحد المبحوثين مقابلة رقم 5 أن:

- " بما أن المجتمع الجزائري يمثل 70% شباب فإن البرامج تتلقى استجابة ايجابية.

و يضيف مبحوث آخر مقابلة رقم 7 :

- " تلقيت استجابة العديد من المستمعين و الدليل على ذلك أني أتلقى العديد من الاتصالات و مشاركة المستمعين أرائهم و انشغالاتهم"

نستنتج أن للإذاعة جمهور متتبع لبرامجها و هو جمهور متفاعل معها فهو جمهور متفاعل معها فهو جمهور خليط من الأطفال و النساء و الرجال و في شتى مراحل العمر و المستوى التعليمي و أينما كان هذا ما صرح به المبحوثين استجابة الناس للبرامج التي يقدمونها.

جمهور الإذاعة: انتهت الكثير من الدراسات و البحوث التي حاولت على التعرف على جمهور الإذاعة إلى الكشف عن العديد من المواصفات هذا الجمهور على النحو التالي:

- شخص متوسط قد يكون أميا أو عالما أو مجهول غير متجانس مع الآخرين.

- ليس مضطرا للاستماع أو المتابعة.

- له اهتمامات خاصة وعامة يشترك بها مع الآخرين.

- المستمع يمكنه متابعة المواد و البرامج و الاستمتاع بها إلى جانب قيامه بعمل آخر (قيادة السيارة، أعمال منزلية...إلخ)

أسباب تأسيس الإذاعة الجهوية: هي عديدة الأسباب التي تفاعلت لتبلور عنها مشروع إنشاء المحطات المحلية و من بين هذه الدوافع أذكر:

- فنظرا للتغيرات العديدة التي أفرزتها التعددية كان إلزاما على القطاع السمعي البصري و خاصة الإذاعي الذي لا تطلب استثمارات كبرى أن يقترب أكثر من المواطن و هكذا أصبح من الضروري فتح قنوات إعلام على مستوى أفقي و منح الولايات الداخلية إذاعات محلية تتجه بالدرجة الأولى إلى سكان المناطق.

- ظهور الصحافة المستقلة، فقد طبعت فترة التغير السياسي لما بعد 1989 بتغيرات جذرية في ميدان الإعلام و كانت أهم مظاهر هذه التغيرات التسريح القانوني لإمكانيات إطلاق صحافة خاصة سواء كانت معرضة أو مستقلة أو الاستفادة الخاصة من الموجات.

- الرغبة في العزلة الثقافية و الإعلامية عن المناطق النائية حتى تكون حافزا جديدا في التنمية المحلية في كافة المجالات.

- الطلبات التي ميزت هذه الفترة من الجهات لإنشاء هياكل بث تسمح لها بإيصال صوتها عبر القناة و هذا يعني محاولة تبني صيغة البرامج الجهوية و ذلك لملء الفراغ الإعلامي الذي تعاني منه مختلف المناطق البعيدة من المراكز.**(1)**

(1) د. نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع ط2، 2009، ص164.

أهداف تأسيس الإذاعة الجهوية:

إن الغاية من إنشاء الإذاعة الجهوية في الدول النامية و التي تصنف الجزائر من ضمنها ليست نفسها في الدول الأكثر تقدما و التي وصلت اليوم إلى ما تطلق عليه الإذاعات المتخصصة مثل الإذاعات التعليمية ومع تعقد الاتصال و الغزو الثقافي الكبير و تعمق الصراع الحضاري و ازدياد السكان في شكل غير محسوب، كان من الضروري إنشاء الإذاعات المحلية لحماية الثقافة و إبرازها وسط الزخم الثقافي الكبير الذي يصلنا من جميع الجهات.

حيث يصرح أحد المبحوثين في المقابلة رقم 1 عن الوصول الإذاعة إلى مبتغاها أن "60 % وصلنا إلى مبتغانا و لكن 40% لم تصل إلى مبتغانا الأساسي و ذلك لنقص بعض الوسائل و انعدام حرية التعبير مع وجود بعض التحفظات."

ويضيف مبحوث آخر في المقابلة رقم 4 أنه "لا يمكننا القول أن الإذاعة وصلت إلى مبتغاها الحقيقي و إنما هو الهدف المرجى الوصول إليه."**(1)**

(1) د. نور الدين تواتي، نفس المرجع، ص 165.

حيث صرح أحد المبحوثين في المقابلة رقم 2 أن: "البرنامج الناجح هو برنامج 100 % شباب لأنه يتحدث عن الحقائق المتعلقة بمشاكل الشباب و استعمل الأسلوب الصريح و المتواضع فنجعل أي برنامج يعتمد على الأسلوب."

و يضيف آخر في المقابلة رقم 4 أن:" البرامج الثقافية الناجحة هي صور من مجتمع مستغانم، تاريخ و سياحة، التعريف التاريخي للولاية."

أستنتج أن المبحوثين اختلفوا في آرائهم بالنسبة لطريقة نجاحهم في برامجهم، حيث التصريح في المقابلة الأولى يضم برنامج ناجح وهو 100% شباب، و في المقابلة 4 أن البرامج الثقافية الناجحة هي متعددة و لقد تعددت إجابات المنشطين على تنشيط البرامج، حيث كل منهم صرح بنجاح برنامجه و ذلك بالنسبة إلى الحصص التي يقدمونها و يبدعون في أداءها من أجل الحصول على هدفهم العام.

و الهدف منها أيضا هو خدمة الثقافة الوطنية و تعمق جذورها عن طريق ما يقدم من برامج و أبحاث حفاظا على الإرث الحضاري و الثقافي لكل منطقة و إبرازها.

- إبراز الثقافة الشعبية المحلية خوفا من اضمحلالها كونها أساس من الشخصية الوطنية و التعريف بتقاليد المنطقة و خصوصيات سكانها خاصة أن المجتمع الجزائري يهمل العادات و التقاليد.

- توسيع المستوى الديمقراطي و الحق في الإعلام و تحقيق النهوض بكل جهات الوطن و مواجهة مشكلاته و البحث عن حلول لها.

- تحقيق التنمية الفكرية عن طريق نقل ما يريده الجمهور المحلي مستندين في ذلك خبرة الناس و شعورهم و نظرتهم إلى الحياة و الاقتراب منها.

- الاهتمام بالبحوث و رغبات الجمهور و التعرف على مشكلاتهم و الوقوف على اهتماماتهم و معنى ذلك أن الإذاعة تأخذ في اعتبارها رغبات جمهور المستمعين و اقتراحهم و ما يتوقعون منها.

- الإعلام المحلي: تظهر أهميته الإعلامية في توصيل و تبسيط و حسن تنفيذ و متابعة الأهداف المحلية و التنموية العليا و تغطية الأخبار.

- تحقيق فرصة الاتصال الجماهيري (الاتصال بالجمهور و حرية التعبير)

- و تهدف أيضا إلى المشاركة بالإنتاج لصالح القناة المركزية الوطنية. **(1)**

(1) د. نور الدين تواتي، نفس المرجع، ص 166.

خصائص الإذاعة الجهوية:

صاحبت الإذاعة الجهوية عدة ظروف أعطتها صبغة و مميزات خاصة و طبعت الجانب الشكلي والضمني لها و من بين ما تتميز به الإذاعة الجهوية بالجزائر نذكر ما يلي:

1- تجربة الجزائر في ميدان البث الإذاعي الجهوي حديثة تقترن بالتجربة الديمقراطية نفسها.

2- المحطات الجهوية مشروع من المشاريع التوسعية للإذاعة الوطنية، وبالتالي هي امتداد للمؤسسة الوطنية للإذاعة.

3- الإذاعة الجهوية قطاع عمومي مع أن قانون الإعلام لعام 1990 يسمح بتحرير الموجات و بإطلاق المشاريع الخاصة.

4- سبقت المحطات الجهوية الهياكل المديرية لها من حيث النشأة فكان إنشاء مديرية تنمية الإذاعات الجهوية.

5- الإطلاق السريع و المفاجئ للمحطات كان يعبر عن مسايرة الوضع العام أكثر منه من الحاجة إلى الإذاعة المحلية.

6- بعض الإذاعات تتجاوز الحدود المحلية لتغطي أكثر من ولاية مما يجعلها جهوية أكثر.

وعموما يمكن القول أن إطلاق المحطات الإذاعية الجهوية تزامن مع تغيرات جذرية في كثير من الجوانب و ظروف فوران سياسي واقتصادي وثقافي. **(1)**

(1) د. نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع ط2، 2009، ص168.

أستنتج أن البرامج الثقافية لإذاعة مستغانم الجهوية لم تصل إلى مبتغاها الأساسي حيث صرح أحد المبحوثين في المقابلة 1 عن نسبة الوصول إلى المبتغى و هي 60%، كما قام الثاني بتصريحه أن البرامج بكامل أنواعها تسعى لتحقيق هدف عام و ذلك لإرضاء الجمهور و تحسين الأداء كما اتفق المنشطون في مقابلتهم على أن البرامج الإذاعية لم تصل إلى هدفها المرجو بعد.

- فتقد الإذاعة الجهوية كل ألوان الإنتاج الزراعي من برامج ترفيهية، دينية، ثقافية، إعلامية وبرامج تعليمية وأخرى اقتصادية كما تقدم بعض الخدمات التجارية ضمن برامجها.

- خدمة مستمعي المجتمع المحلي و تقديم المواد التي لا تسير تقديمها في البرنامج العام للإذاعة المركزية بالنظر إلى القاعدة الشعبية العريضة للمستمعين بتقديم ما يحتاجونه دون مضايقة الراغبين في هذه المواد المقدمة.**(1)**

(1) د. نور الدين تواتي، نفس المرجع، ص 187.

2. المذيع: الوظائف و الخصائص:

- **الوظائف:**كلمة مذيع مثلها مثل كلمة معلم أو طبيب أو طيار أو محاسب و كلها أسماء تشير إلى الوظيفة التي يؤديها لشخص ما و بطبيعة الحال فان لكل وظيفة طبيعتها الخاصة. يمكن تحديد تعريف المذيع بأنه الشخص الذي يحترف نقل و تقديم المعلومات بصوته إلى الجماهير بواسطة الراديو وبطريقة تخضع لمواصفات معينة و هذا التعريف على هذا النحو يشمل على العناصر الآتية:

1. انه عمل على نقل و تقديم المعلومات صوتيا.

2. الاحتراف بمعنى أن يكون هذا العمل هو الحرفة و الوظيفة التي يؤديها الشخص.

3. أن يتم هذا العمل من خلال الراديو.

4. أن تخضع عملية نقل المعلومات صوتيا لمواصفات معينة هي التي تفرق بين عمل المذيع وكل من الخطيب أو الممثل أو الواعظ.

فالمذيع في الراديو هو حلقة الربط و الإيضاح التي تربط بين الإذاعة و الجمهور وهو المقدم و الناقد أي القائم بالاتصال و الشارح والمفسر.

الخصائص: هناك عدد من الخصائص ينبغي توافرها في الشخص الذي يتقدم للعمل كمذيع وهي:

1. المستوى التعليمي: المقصود بذلك أن يكون الشخص قد حصل على قسما معقولا من التعليم.**(1)**

(1) عبد الدائم عمر الحسن، الكتابة الإنتاج الإذاعي بالراديو، دار الفرقان للنشر، عمان، 1998، ص181.

حيث يصرح أحد المبحوثين مقابلة رقم 6 أن:

-" التكوين الذي تلقيته في الجامعة دفعني لاختيار مهنة الصحافة."

ويصرح مبحوث آخر المقابلة رقم 3 أن:

-" حب المهنة منذ الطفولة واختيار تخصص إعلام واتصال دليل على ذلك."

أستنتج أن أي مذيع بالإذاعة يجب أن يكون له المستوى التعليمي الكافي في مجال الإعلام و الاتصال و هذا ما صرح به المبحوثين في إجابتهم حول اختيارهم لهذه المهنة.

2. المستوى الثقافي: هذه الخاصية تختلف عن سابقتها بطبيعة الحال و المقصود بالمستوى الثقافي للمذيع و معارفه، و درايته بالحياة و الناس وإدراكه الكامل للأحداث التي تجري من حوله.

3. الصوت و طريقة التحديث: من الطبيعي أن يكون الصوت الجيد جزءا من المؤهلات الأساسية لشخص يحترف الاتصال بالجماهير عن طريق الكلام و لذلك يجب أن يملك المذياع صوتا جيدا يؤدي وظيفته على النحو الأكمل و القدرة على الكلام بطريقة سليمة.

4. الذكاء و السرعة البديهية: يعرف الذكاء بأنه القدرة على التعامل مع المشاكل و المواقف الجديدة و المفاجئات وهو ما يعرف بسرعة البديهة أو القدرة على حسن التصرف. **(1)**

(1) عبد الدائم عمر الحسن، نفس المرجع، ص 182-183.

أهم حقول البرامج الإذاعية:

بالرغم من صعوبة الجزم بأن طريقة معينة في المثلى في تقسيم البرامج الإذاعية فإني سوف أعمد إلى التقسيم التالي:

1. البرامج الثقافية: يطلق مفهوم الثقافة على كل مصدر علم و معرفة يزيد من حصيلة المستفيد ويوسع أفقه و تفكيره، قد يرتبط ذلك بتخصصه و لكن غالبا ما يكون خارج نطاق تخصصه و يمكن القول أن أقرب إلى أن تكون تعليمية غير منهجية.

2.البرامج الاجتماعية: و هي ترابط المجتمعات أفراد الأسرة و المجتمع و تتفاعل مع العادات و التقاليد و تميل الى ترسيخ مبادئ التربية .

3.البرامج الدينية : و هي برامج روحية ذات طبيعة خاصة لكنها تتداخل ضمن البرامج و المواد العامة و هي موجهة للغالبية العظمى من طبقات المجتمع.

4. البرامج الرياضية: وهي برامج موجهة إلى شريحة معينة من المجتمع على عكس البرامج الثقافية و الاجتماعية التي تقوم على قاعدة الاتصال العريضة.

5. المواد الغنائية و الموسيقية: تقدم الأغاني و الموسيقى كفقرات ترويحية و كمؤشرات سمعية قد تكون محلية أو أجنبية و قد تكون دينية أو عاطفية.

6. البرامج و المواد السياسية: و أهمها الأخبار و التعليق السياسي و المناسبات الوطنية. **(1)**

7. البرامج الإرشادية: ترتبط بمناسبات معينة، حيث يتم بث نصائح أو إرشادات تتعلق بأهمية الحدث.

(1) د مصطفى محمد عيسى فلاتة، الإذاعة السمعية وسيلة اتصال، جامعة الملك سعود للنشر و المطابع، ص53.

الإنتاج الإذاعي بالراديو:

لكل وسيلة إعلامية أسلوبها الخاص في عملية الإنتاج وفقا لطبيعتها و خواص جمهورها لذلك يرى الباحث من الضروري الوقوف على عملية الإنتاج الإذاعي بالراديو فهو يمثل حرفية و فن ، و حسب تصور الكثيرين أن الإنتاج الإذاعي هو مجرد عمل أو حرفة يمارسها الإذاعيون الذين يحملون مؤهلات دراسية معينة تؤهلهم لهذا العمل ، إن الفن الإذاعي و تطوره السريع قد يوحي بعراقة تاريخ الإذاعة و قدم اكتشافها.

كما صرح أحد المبحوثين في المقابلة رقم 1 عن البرامج أنها:

-" نعم البرامج التي أقدمها نجحت فهي تنمي ثقافة المستمع"

كما يضيف مبحوث آخر في المقابلة رقم 5 أن:

-" لا يمكن إعطاء رأي خاص بل أترك ذلك للمستمع."

نستنتج أن المبحوثين لم يتفقوا على إعطاء رأيهم على البرامج بل اختلفوا في ذلك فكل مبحوث صرح برأيه حول تنمية البرامج الثقافية للمستمع فبعضهم صرح بأنها تساهم في التنمية و البعض الآخر ترك الإجابة لأراء المستمعين في ذلك و إعطاء رأيهم الخاص بالنسبة للبرامج و أنواعها.

الواقع أن الإذاعة المسموعة رغم كونها ظاهرة لها صفة الشيوع و الانتشار و كوسيلة تحتل المركز **(1)**

(1) عبد الدائم عمر الحسن، الكتابة الإنتاج الإذاعي بالراديو، دار الفرقان للنشر، عمان، 1998، ص83.

الأول بين غيرها من وسائل الاتصال الجماهيرية فهي وليدة العصر الحديث ولم تبلغ سن الرشد إلا في الربع الأول من القرن الحالي و بالرغم من ذلك فالإنتاج الإذاعي بمقوماته الفنية يقف حاليا على قدم المساواة مع أعرق الفنون التي عرفها الإنسان في تاريخه الطويل.

حيث صرح أحد المبحوثين المقابلة رقم 5 أن:

-" بما أن المجتمع الجزائري يمثل % 70 شباب فان البرامج تتلقى استجابة ايجابية."

و يضيف مبحوث أخر المقابلة رقم 6 أن:

-" تلقيت استجابة العديد من المستمعين و الدليل على ذلك أني أتلقى العديد من الاتصالات و مشاركتهم بطرح الآراء و انشغالاتهم."

نستنتج أن للإذاعة جمهور متتبع لبرامجها وهو جمهور متفاعل معها فهو جمهور خليط من الأطفال و النساء و الرجال و في شتى مراحل العمر و المستوى وأينما كان و هذا ما صرح به المبحوثين حول استجابة الناس للبرامج التي يقدمونها.

عناصر الإنتاج الإذاعي: الإنتاج الإذاعي باعتباره فنا مثله مثل أي فن آخر، عبارة عن شكل ومضمون و جميع الأعمال الإذاعية تدور في أشكال محددة داخل إطار معين تحدده طبيعة الإذاعة كوسيلة من وسائل الاتصال و عناصر الإنتاج الإذاعي تشتمل على عناصر و أخرى صوتية**(1)**

(1) عبد الدائم عمر الحسن، نفس المرجع، ص 84.

أ- عناصر هندسية: هي التي تقوم بالجانب الهندسي في الإنتاج الإذاعي وتشمل على:

1. الأستوديو: هو عنصر أساسي في عملية الإنتاج الإذاعي و لا بد أن يكون مهما بما يتضمن من نجاح.

2. الميكروفونات: تعتبر الأداة الأساسية لنقل الأصوات و تحتل الصدارة في الإذاعة المسموعة.

ب- عناصر صوتية: يمكن تفصيلها في ما يلي:

1. الكلمة المنطوقة: سلاح الإذاعة هو الكلمة المسموعة لا المكتوبة فهي تحقق ما يسمى باللهجة القومية ومن مميزات الكلمة المنطوقة أنها كلمة مقبولة، مفهومة، بسيطة، غير متكلفة.

2. الموسيقى: للموسيقى أثر في تدعيم برامج الراديو و تأكيد مكانته في الحياة المعاصرة وتشكل الموسيقى جزءا أساسيا في الإنتاج الإذاعي كما تلعب الموسيقى دورا تعبيريا بارزا، لا يمكن التقليل من أهميتها نظرا لأنها تضفي على البرنامج الإذاعي الكثير من ملامحه التي تكسبه التميز و التفرد.

3. المؤثرات الصوتية: تستعمل بنجاح لأداء كثير من الأغراض و لإعطاء عدد من التأثيرات كتصوير المكان و توجيه اهتمام المستمع و عاطفته و تحديد الوقت و المؤثرات الصوتية تعتبر عنصرا هاما من عناصر الإنتاج الإذاعي و هي تنقسم إلى قسمين:

المؤثرات الصوتية المسجلة و المؤثرات الصوتية الحية التي تؤدي داخل الأستوديو كخطوات أقدام الممثلين أو مؤثرات طبيعية من مصادرها الأصلية و عادة المؤثرات الصوتية الحية تكون أكثر تأثيرا.

(1) عبد الدائم عمر الحسن، نفس المرجع، ص 84.

الراديو و دوره التنموي :

إن الراديو صوت دون العوائق أو الحواجز أو الواسطة مادية التنبيه يعني أنه هادف و هو وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري توصف بأنها وسيلة اتصال ساخنة تتحقق فيها فورية التدفق الإعلامي و هو أيضا وسيلة اتصال انفعالية ذهنية ديمقراطية لتداول الأخبار و الآراء و الأفكار عن طريق المشاركة، فالمستمع يتلقى الرسائل الإعلامية عن طريق الراديو يتلقاها من خلال الأذن كأصوات و هو يتأثر بالأداء الصوتي و ما يتسم به من تلقائية الحياة ذاتها و هكذا يصبح تأثر انفعالا ذهنيا لأنها الوسيلة الأرخص و الأكثر شعبية و الوسيلة التي أسقطت حواجز المكان و الزمان و الثقافة و القدرة الشرائية و المهنة و الجنس و نحن نستطيع سماع الراديو في أي مكان في الشارع، في المصنع، في السيارة..... بمفردنا في أي وقت فلا حاجة إلى وجود الشخص في الجماعة لكي تكتمل متعته، مثلما هو الحال مع السينما أو التلفزيون أو المسرح و نحن نسمع ونحن في كامل يقظتنا أو نحن نتهيأ للنوم حتى يغلبنا النعاس أثناء العمل أو في وقت الفراغ يستمع إليه الجميع، المثقف و الجاهل و الأمي و الذي لا يقرأ و لا يكتب.

و الرسالة المذاعة قد تكون أكثر فعالية من الرسالة التي تنقل باتصال الموجه لأنه يمكننا تفويتها بواسطة الموسيقى و التأثيرات الخاصة التي تترك انطباعا قويا و قد أظهرت التجارب أن المواد البسيطة الهامة التي تقدم بواسطة الراديو يسهل تذكرها مما قدمت مطبوعة خاصة بين **(1)** الأفراد الأقل تعليما و الأقل ذكاءا.

(1) د عبد المجيد شكري، الاتصال الإعلامي و التنمية، آفاق المستقبل وتحديات القرن الجديد، ص87.

إن الراديو بهذه المساحة الواسعة من المميزات المؤهلة لأنه يلعب دورا فعالا في نقل الأخبار و المعلومات و الآراء و الأفكار و البرامج التنموية المختلفة، صحيح أن التنمية مختلفة عن الخدمات فالخدمات غيرها غير التنمية، لكن الراديو يمكنه أن يلعب دورا حيويا واسع النطاق بما يخدم بشكل غير مباشر توجيهات التنمية خاصة و أن الراديو له دوره المؤثر لدى الجهات التنفيذية و الجهات الشعبية و الأفراد سواء بسواء فالراديو يلعب دورا مؤثرا في مجالات الإرشاد الصحي و البيئي وفي مجال الحقوق و الإرشاد الزراعي و التسويق بالإضافة إلى مجالات التثقيف العام و التثقيف السياسي و المعرفي و الديني و الأخلاقي و الاجتماعي. **(1)**

(1) د عبد المجيد شكري، نفس المرجع، ص 88.

4- مفهوم التنمية:

التنمية هي "العمليات التي تتوحد بها جهود المواطنين و الحكومة لتحسين الأحوال الاجتماعية و الاقتصادية و الثقافية في المجتمعات" وهي "عملية تغير ثقافي ديناميكية و موجهة تتم في إطار اجتماعي معين و ترتبط التنمية بازدياد أعداد المشاركين من أبناء الجماعة في دفع هذا التغيير وتوجيهه" و كما أنها عملية هادفة إلى تنمية الوعي و الاعتماد المتبادل بين المواطنين و تنمية قدراتهم على تحمل مسؤولية مواجهة مشكلاتهم. وهي "هدف عام و شامل لعملية ديناميكية تحدث في المجتمع و نجد مظاهرها في تلك السلسلة من التغيرات البنائية و الوظيفية التي تصيب مكونات المجتمع و تعتمد على التحكم في حجم و نوعية الموارد المادية و البشرية المتاحة للوصول بها إلى أقصى استغلال ممكن في أقصر فترة مستطاعة و ذلك بهدف تحقيق الرفاهية الاقتصادية و الاجتماعية المنشودة للغالبية من أفراد المجتمع.

تهدف التنمية إلى استغلال كافة الطاقات و الموارد المتاحة في المجتمع.

تهدف التنمية تنمية الوعي للأفراد و تنمية قدراتهم على مواجهة، و تستهدف التنمية وضع إشباع الحاجات في المقدمة إلى جانب محاولة القضاء على الفقر.

أساس تعريف التنمية بأنها "زيادة محسوسة في الإنتاج و الخدمات" فإن ذلك يعكس أهمية و ضرورة الاقتصاد كعصب للتنمية الشاملة و عمودها الفقري في نفس الوقت، فالتنمية الاقتصادية هي ثورة العلم الثالث ضد الفقر و البؤس و التخلف بصفة عامة.**(1)**

إن التنمية عملية تغيير واع يحدث في المجتمع من خلال التوحد و المشاركة بين المواطنين و الحكومة بهدف الاستفادة من كافة الموارد المتاحة في المجتمع و تحقيق الرفاهية.

---

(1) د محمود شلبية، الثقافة ودورها في التنمية، المنظمة العربية للتربية و الثقافة وإدارة الثقافة، تونس، 1996، ص96.

الاجتماعية و الاقتصادية و يتم ذلك وفقا لخطة مرسومة. **(1)**

تعني التنمية الاعتماد على الذات و التقليل من الاعتماد الثقافي على قوة أو أكثر من قوى عظمى وبمعنى آخر زيادة استخدام اللغة الوطنية في المدارس و تخصيص فترات زمنية أطول للبرامج المنتجة محليا، فهو يعني النمو الاقتصادي و التغير البنائي الاقتصادي و تحقيق الذات و الاعتماد على الذات شخصيا وقوميا وإقليميا وثقافيا ويمكن النظر إليها على أنها عملية تراجعية كخطوات بعيدة عن الحالة المرغوب في تحقيقها. **(2)**

(1) د حسان حفظي، علم اجتماع التنمية، دار المعرفة الجامعية، 2003، ص33

(2) د ديفيد هارسون، علم اجتماع التنمية و التحديث، دار الصفاء للنشر و التوزيع، 1998، ص218،

التنمية منطلق لابد منه: التنمية مصطلح جديد و من أكثر المصطلحات تداولا و خاصة في الدول النامية و امتد هذا المفهوم ليشمل كافة جوانب الحياة و على الرغم من صعوبة تحديد تعريف جامع للتنمية و نظرا لتعدد و تنوع الجوانب المتصلة بها و اختلاط مفهوم التنمية بمصطلحات أخرى كالنمو والتحديث و التغيير والتطور بالإضافة إلى كون التنمية عملية مركبة تتداخل فيها العناصر الثقافية و الاجتماعية و السياسية والاقتصادية و غيرها من العناصر إلا أن محاولات الباحثين استمرت في وصف هذا المفهوم و مرتكزاته فقد وصفت التنمية بالعملية الشاملة التي تنطوي على الإرادة الواعية بالتغيير و هي بشموليتها تتصل بكافة الأنشطة الإنسانية في النسق الاجتماعي الواحد لذا فهي تتصل بالعلاقات الاجتماعية و المؤسسات التنظيمية و الحضارية و سلم القيم و الأطر الثقافية و بحجم الإنتاج و وسائله و ما يرتبط بذلك من مفاهيم تحكم البناء الاجتماعي معرفة و سلوكا، فالتنمية عملية إنسانية مخططة و مقررة و مقصودة و تتطلب تهيئة شروط معينة لتحقيقها و لا تترك للصدفة و الظروف الطارئة.

و على الرغم من أن مثل هذا الفهم للتنمية يبدو عاما و محيطا بمختلف أبعادها إلا أن هذه الورقة المعينة بشكل أساسي و لأسباب عملية تتصل بالقضية التي تعالجها بالتركيز على ما تعتبره المنطلق الذي لا بد منه للتنمية و الذي يتجسد في بعدين أساسيين، البعد الأول يتمثل في فهم التنمية على أنها عملية ذاتية أي تبدأ من الذات أما البعد الثاني يتمثل في تنمية الموارد و القوى البشرية أي تحقيق كل الأبعاد. **(2)**

(1) د مريم أحمد مصطفى، مرجع سبق ذكره، ص 6-7.

(2) د محمود شلبية، مرجع سبق ذكره، ص 205.

5- أبعاد إستراتيجية التنمية:

أ. تنمية اجتماعية: التنمية الاجتماعية هي تغيير الأوضاع الاجتماعية القديمة التي لم تعد تساير روح العصر بطرق ديمقراطية تهدف إلى بناء اجتماعي جديد تنبثق عنه علاقات جديدة وقيم مستحدثة و يسمح للأفراد بتحقيق أكبر قدر من إشباع المطالب و الحاجات.

ب. تنمية إدارية: جهد هادف لتطوير و تنمية القدرة الإدارية في المؤسسات و الأجهزة المعنية بتنفيذ المشروعات الإنمائية بالقدر الذي تصبح فيه إدارة التنمية ذات كفاءة و فعالية مميزة في تحديد الأهداف و اختيار البدائل و رصد الأسبقيات اللازمة للخطط و البرامج الإنمائية ووضعها على ضوء نظم متكاملة موضع التنفيذ الفعلي.

ج. تنمية اقتصادية: هي التي تؤثر على الجانب المادي للتنمية فتهتم بطريقة تحسين وتنظيم واستغلال الموارد الاقتصادية بغية تحقيق زيادة كافة المجالات و الزراعية والصناعية والمالية والتجارية و غيرها.

د. تنمية بشرية: تعرف التنمية البشرية طبقا لما ورد في تقارير التنمية البشرية الصادرة عن البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة بأنها عملية توسيع اختيارات الناس الاختيارات نهائية بطبيعتها غير أنها تتحد من الناحية الواقعية بمحددات اقتصادية واجتماعية وثقافية وسياسية، بالإضافة إلى أن يكون متاحا من سلع و خدمات و معارف لتلبية هذه الاختيارات التي يمتد مجالها من الحاجات إلى الطعام و الشراب والسكن وإلى التوعية في المشاركة في كل ما يجري في المجتمع. **(1)**

---

(1) د محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر و التوزيع،2004 ، ص173

ذ. تنمية بيئية: تعني استغلال العدد الضخم من السكان في الإنتاج و تصبح القوى العاملة المحلية أقل تكلفة وأكثر فائدة من استيراد التكنولوجيا المتطورة جدا في عمليات الزراعة و البناء ولا يعني هذا رفض التكنولوجيا الحديثة بقدر ما يعني وضع مصفاة تسمح بدخول المطلوب و المفيد لعملية التنمية.

ت. تنمية تكنولوجيا: هي الجهود المبذولة لإتاحة معلومات أو معرفة جديدة يمكن استخدامها بكفاءة في العمليات الإنتاجية ولها تأثير ملحوظ التكلفة وعلى نوعية المنتج وكمية الإنتاج وجودته.

ث. تنمية روحية: تمثل التنمية الروحية للمجتمعات العربية و الإسلامية محور الارتكاز الذي تتمحور حوله كافة أبعاد التنمية الأخرى و تتمثل في التركيز على الجانب الديني و الخلقي خلال التمسك بالقيم الدينية و الأخلاقية ونشرها وترسيخها.

ر. تنمية ريفية: تعني مجموعة من البرامج و المشروعات و العمليات التي تنفذ لإحداث تغيير اجتماعي ريفي مرغوب فيه لتطوير و تنظيم المجتمع الريفي و موارده المتاحة و تنميتها إلى أقصى حد ممكن بالاعتماد على المجهودات المحلية و الحكومية المتناسقة على أن يكتسب كل منها قدرة أكبر على مواجهة المشكلات الموجودة.

ز. تنمية سياسية: هي تعبئة الجماهير وتفاعلها مع النظام القائم وعدم وقوفها موقف لامبالاة ويتسم ذلك بدرجة من المشاركة الشعبية الموسعة وهناك من يعرف التنمية السياسية بأنها الاستقرار و التغيير المنظم ويرتبط الاستقرار بمفهوم التنمية على أساس أنه أي شكل من التقدم الاقتصادي و الاجتماعي و يعتمد على البيئة الملائمة لذلك. **(1)**

---

(1) د محمد منير حجاب، نفس مرجع السابق، ص 174-175.

ح. التنمية الشاملة: عملية مجتمعية ذاتية موجهة وفقا لإرادة وطنية مستقلة من أجل إيجاد تحولات هيكلية وإحداث تغيرات سياسية واقتصادية واجتماعية تسمح بتحقيق تصاعد دائم لقدرة المجتمع المعني و تحسين مستمر لنوعية الحياة فيه. التنمية الشاملة عملية تطور جذورها في كل جوانب الحياة وتفضي إلى مولد حضارة جديدة أو مرحلة جديدة من مراحل التطور الحضاري بل هي ما يميزها من قيم وعادات وسلوك وأساليب إنتاج و أوضاع اجتماعية و نظم سياسية وتقدم علمي وتجدد أدبي وفني.

خ. التنمية الذاتية: الاعتماد على قوى العمل المحلية والمواد الخام الأولية المتوفرة في البيئة وعمليات الإنتاج و المعرفة المحلية وتحويلها وفقا للتكنولوجيا المستوردة إما الاعتماد على استيراد التنمية المتقدمة من الخارج فهو وان كان يؤدي إلى تنمية أسرع من تلك التي تحقق بفعل التغير الاجتماعي الطبيعي إلا أنه يؤدي إلى تقليل إمكانية الاعتماد على الذات ويخلق أشكالا جديدة من التبعية و يزيد من إمكانيات التأثير الأجنبي.

ج. تنمية نفسية: تعني تنمية طموحات المواطنين بالصورة التي تدفعهم نحو التطلع إلى المستقبل والسعي لتحقيق حياة أفضل وتعد أحد أبعاد الأساسية للتنمية الشاملة لأنه واقعيا لا يمكن تحقيق أي إنجاز ما لم تكن هناك طموحات دافعة إليه وهذا الحافز النفسي النظريات الأولى للتنمية احد المحركات الأساسية وان الفرد الذي يملك هذه القدرة في المجتمعات النامية وهو الأكثر ارتباطا بالاتجاهات الجديدة وان هذه الصفة يمكن إيجادها عن طريق وسائل الاتصال الجماهيرية.

د. تنمية ثقافية: إن الثقافة جزء أساسي من حياة كل فرد وكل جماعة وإن التنمية التي ينبغي أن تتخذ من الإنسان غاية لها ينبغي بالتالي إن تنطوي على بعد ثقافي وان اعتراف المجتمع بضرورة**(1)**

(1) د محمد منير حجاب، نفس مرجع السابق، ص 176

وضع الثقافة في صلب عملية التنمية بدا ينعكس في إشكال عملية بالفعل وان لم يكن على نطاق واسع بعد غير أنه هناك ثمة نقصا حادا في الموارد البشرية اللازمة لإعداد و تنفيذ استراتيجيات التنمية الثقافية فالناس لا تشارك في عملية التغيير الاقتصادي و الاجتماعي أو في التقدم العلمي تصورا منهم إن هذه العملية غير ذات صلة بهويتهم الخاصة أو خصوصية ثقافتهم أنهم يشعرون بأنهم قد تعرضوا للتجاهل و الحرمان لذلك فليس متصورا إن توضع برامج التنمية دون أن يؤخذ في الحساب تنوع الثقافات والتفاعل الثقافي و مناطق العالم المختلفة. **(1)**

(1) د محمد منير حجاب، نفس مرجع السابق، ص 177.

أبعاد دراسة الواقع التنمية:

أولا : إن دراسة لواقع التنمية في أي دولة تقتضي معالجة تاريخية لأسباب التخلف و باعتباره ظاهره في المجتمع و أن الاعتراف بالتخلف مقدمة ضرورية للإصلاح و التغيير و تقتضي دراسة التخلف إبراز دور العوامل الداخلية و التي يمكن أن تعوق الجهود التنموية و تضاعف فاقد التنمية و يرتبها و يرتبها بهذه العوامل الداخلية ما يمكن وصفه بإتباع استراتجيات خاصة للتنمية و يقتضي هذا دراسة المراحل التي مرت بها عملية التنمية و الكشف عن الإطار الفكري لكل مرحلة من المراحل بالإضافة إلى المعوقات و الإمكانيات .

ثانيا: لا بد من فهم التنمية لا على أنها ميكانيزم و إنما باعتبارها عملية تغيير مقصود و شامل يتضمن أبعاد الحياة الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية و السياسية و التي يجب أن تتكامل و ينسق لها و تحقق لها الإمكانات لتحقق ما أتفق عليه من أهداف تؤدي إلى إزالة كافة ظروف المعاناة التي طرحها التقدم التاريخي أو خلفها الاستعمار أو الامبريالية لذلك فان عملية التنمية تتطلب تحريك كافة الجوانب لتغييره وفهمه على المستوى النظري ليصبح جزءا من عملية الفهم الكلي للمجتمع و بالتالي يكون التغيير إرادة هدف من دراسة مجموعة العمليات البيكولوجية و السياسية و الاقتصادية التي تسهم في عملية التغيير و التحول العقلاني.

ثالثا: ينطوي نجاح عملية التغيير الموجه بقدر كبير على نمو الوعي و ذلك على مستوى القيادات و على مستوى الجماهير المشتركة و أن تنشيط أعداد متزايدة باستمرار من البشر للمشاركة الفعالة في اتخاذ القرارات و تحديد الاحتياجات الأساسية و تنفيذ المشروعات أمر ضروري لإنجاح التغيير و التنمية و من هنا تظهر أهمية الأبعاد السيكولوجية في دفع عمليات التغيير و تحقيق فعاليتها **(1)**

(1) د. مريم أحمد مصطفى ، قضايا التنمية في الدول النامية ، دار المعرفة الجامعية ،2002 ص71.

و في هذا المجال فان أي محاولة نظرية لدراسة الواقع التنموي لا بد من الكشف عن الأبعاد السيكولوجية المتعلقة بوعي الجماهير من ناحية و تطوير الوعي لدفع عمليات المشاركة الإيجابية من ناحية أخرى.

رابعا: إن التنمية ترتكز في جانب كبير منها على الإرادة الإنسانية ومن ثم تظهر أهمية البعد الأخلاقي للتنمية، فالتنمية كعملية ليست مفهوم يمكن أن يحدده الخبراء فالتنمية أسلوب مرغوب فيه من قبل أفراد المجتمع أنفسهم ومن هنا تظهر أهمية البعد الذاتي في دراسة الواقع التنموي في المجتمعات فالإنسان غاية ووسيلة التنمية. فهو يمثل جانب من الواقع المجتمعي الذي يشكل تعريفات متمايزة لدى أفراد المجتمع. **(1)**

(1) د. مريم أحمد مصطفى، نفس المرجع السابق، ص 72.

خاتمة الفصل الثاني

إذا كانت الإذاعة من وسائل الإعلام فان ذلك يشير إلى أهميته التثقيفية ,حيث يمكن أن تصل إلى الجميع بسهولة متخطيا حواجز الأمية والحواجز الجغرافية فأصبحت الإذاعة هي الوسيلة السهلة التي تبقيهم على علم بما يحدث والرسالة المذاعة قد تكون أكثر فعالية من الرسائل التي تنقل بالاتصال ويزيد من أهمية الإذاعة وشدة الإقبال الإنسان المعاصر عليها إنها تمثل اقل الجهود في تحصيل الثقافة إذ قيست بالقراءة التي تتطلب مجهودا عقليا وعصبيا لا تتطلبه الإذاعة حيث إن غالبية الناس أصبحوا مشغولين وليس لديهم وقت للتفرغ للقراءة أو المشاهدة, والإذاعة المسموعة تقوم بدور أساسي في عملية الانتشار الثقافي في المجتمع والتي تؤدي إلى نقل عناصر ثقافية داخل الثقافة نفسها من جزء إلى أجزاء أخرى لتشمل مجموع الثقافة ,او تنقل هذه العناصر الثقافية من ثقافة إلى أخرى مما يساعد على تنمية الثقافة وعلى تقديم الحضارة بصفة عامة.

الإهـــــداء

قال الله تعالى : "ووصينا الإنسان بوالديه إحسانا"

إلى نبع الرضا و نعمة السعادة و المحبة إلى من سهرت الليالي

صاحبة الصدر الرحب التي حضنتني بدفئها و غمرت كياني

بعطفها و حنانها **أمـــــي**

إلى من حمل على عاتقه دروب الشقاء وخفف عني الهموم

إلى الذي لم يبخل برعايته و من ساندني في مشواري الدراسي

أبـي الغالي رحمه الله

إلى إخوتي و زملائي

وإلى عمال إذاعة مستغانم أستاذ عابر

إلى كل أصدقائي بالمركز الجامعي

وإلى كل من ساندني في إنجاز هذه المذكرة

وخاصة الأستاذ بوعمامة الذي أشرف على إنجاز المذكرة

وإل كل طلبة علم الاعلام و الاتصال و خاصة طلبة قسم وسائل الإعلام و الاتصال

الـــــــعربي

التعريف بولاية مستغانم

مستغاليم باللام والياء هو الاسم المتداول بين سكان هاته الولاية الساحلية الجذابة شواطئها أما عند الغريب فتحتفظ الولاية بنونها.

جذابة,جميلة,و خضراء بغاباتها وأشجارها النادرة من صنف التينيات التي تبلغ من العمر ثلاثة قرون.

لقبت مستغانم خطا بمدينة الميموزا إذ لا يوجد بها إلا تسع من صنف هاته الأشجار.

تقع مستغانم على علو م104 متر وتتسع على مساحة قدرها 2269كيلومتر فيما يقطن 676 الف نسمة طول ساحلها 124 كيلومتر يشمل شواطئ خلابة ,مناظرها مختلفة قل ما توجد بمنطقة واحدة:

صخرية,رملية غابية تجلب كل صائفة آلاف ا لمصطافين .

مدينة مستغانم تنقسم إلى مدينة عتيق وأخرى حديثة يصل الأولى بالثانية وادي عين الصفراء الذي كانت مياهه في السبعينات موطنا للأسماك الصغيرة.

ميناء المدينة يقع بالجهة الغربية,ويرتكز اقتصاديا على الصيد البحري ,الزراعة ,السياحة وصناعات موجودة أساسا على الساحل(صناعة الورق,السكر.....)

معالم سياحية عديدة تدل على تاريخ عريق و حضارات نيرة عرفتها الولاية إن تجعل منها قطبا سياحيا عالميا.متاحف,منارة ,ومساجد عتيقة,إحياء شعبية بها أزقة ودروب (درب اليهود ,البطانة) تدل على شعوب عاشت بها وحضارات اقتبست مستغانم من نورها طابعها المحافظ.

جغرافية المدينة لا تنحصر في الشواطئ فحسب بل بها غابة جميلة تقرب البحر وتبعد عنه وتخفي كهوفا عميقة و مناطق تنقيب لحفريات وبقايا الشعوب والقبائل التي عاشت في المنطقة منذ آلاف السنين.

العمل الإذاعي والتنمية المحلية من بين المؤسسات العمومية التي تستهدف من وراء إذاعة الظهرة الجهوية مستغانم خدماتها الإعلامية تفعيل الجانب التنموي وترشيده عبر كافة بلديات الولاية وذلك من خلال:

1-ترسيخ ثقافة اتصالية لدى المواطن أيا كان مستواه العلمي والثقافي

2-التوعية والتحسيس في جميع مجالات الخدمات المتنوعة (الصحية,الثقافية ,الاجتماعية,التربوية, التعليمية ,الاقتصادية والرياضية)

3-تقريب الإدارة العمومية من انشغالات واهتمامات المواطنين

4-فسح المجال وعطاء الفرصة لمختلف الشرائح والفئات الاجتماعية ,للتعبير عن انشغالاتها وتقديم اقتراحاتها البناءة. اللثام عن التراث الثقافي و التاريخي المكنونات الأثرية والمخزون السياحي عبر تراب الولاية.

5-الارتقاء بالمستمع تربويا,علميا وثقافيا.

6-العمل على تقريب وجهات النظر في ما يخص تحقيق تنمية محلية شاملة ومتكاملة.

1- جدول توزيع المبحوثين حول اتصالهم بالإذاعة:

الاتصال بالإذاعة	ك	%
نعم	15	20.89%
لا	50	79.10%
المجمـــــــوع	65	100%

التحليل:

-من خلال الجدول يتبين لنا أن الأفراد لا يتصلون بالإذاعة و ذلك بنسبة 79.10 % أما الأفراد الذين يتصلون بالإذاعة يمثلون 20.89 %.

من خلال هذه النسب يتضح لنا أن أكثر الأفراد لا يتصلون بالإذاعة و ذلك لأسباب متعددة لكن الأقلية منهم يتصلون بالإذاعة و ذلك لطرح مشاكلهم أو أي شيء يريدون معرفته.

2- جدول توزيع المبحوثين حول الإجابة بنعم أي اتصالهم بالإذاعة:

الإجابة بنعم	ك	%
لطرح فكرة	02	%14.28
لإيصال انشغالك	05	%28.57
لإظهار رأيك	05	%28.57
للمشاركة في منافسة فكرية	05	%28.57
المجمـــــــــوع	17	%100

التحليل:

من خلال الجدول يتبين لنا أن الذين اتصلوا بإذاعة مستغانم من أجل إيصال انشغالاتهم و إظهار رأيهم و المشاركة في منافسة فكرية و ذلك بنسبة 28.57% و لكل منها أما الذين اتصلوا لطرح فكرة فبنسبة 14.28%.

من خلال النسب التي لدينا نستنتج أن الأفراد الذين يتصلون بالإذاعة و ذلك لأسباب متعددة منها إيصال انشغالاتهم و إظهار رأيهم و المشاركة في منافسة فكرية و ذلك من خلال البرامج التي تقدمها إذاعة مستغانم من برامج فكرية و يكون مضمونها الاستماع إلى اهتمامات و انشغالات الأفراد، كما أن بعض الأفراد يتصلون بالإذاعة لطرح أفكارهم التي يرون بأنها مناسبة للبرامج و التي فعلا تساعد إذاعة مستغانم في زيادة فعالية برامجها.

3- جدول توزيع المبحوثين حول عدم اتصالهم بالإذاعة:

الإجابة ب لا	ك	%
عدم وجود لرغبة	25	%49.05
عدم وجود فراغ	16	%28.30
لم تتح لك فرصة	12	%22.64
المجموع	53	%100

التحليل:

من خلال الجدول يتبين لنا أن الذين أجابوا بلا أي عدم اتصالهم بإذاعة مستغانم لأسباب متعددة فالذين أجابوا بعدم وجود رغبة 49.50% و الذين ليس لديهم فراغ 28.30% أما الذين لم تتح لهم فرصة 22.64%.

يتضح لنا من خلال النسب التي لدينا أن الأفراد لا يتصلون بإذاعة مستغانم لعدة أسباب منها:

عدم وجود رغبة ربما لأنهم لا يرون من سبب مقنع لاتصالهم بالإذاعة، و عدم وجود فراغ يوجد بعض الأفراد يقضون النهار بطوله في العمل فليس لهم فراغ للاتصال و الذين لم تتح لهم فرصة وذلك لعدم وجود الهاتف أو إمكانيات مادية تمكنه من الاتصال.

4- جدول توزيع المبحوثين حول البرامج التي تستهويهم:

الجنس	ذكور		إناث	
البرامج التي تستهويهم	ك	%	ك	%
إخبارية	02	%2.94	05	%10.60
رياضية	16	%22.05	00	%00
اجتماعية	06	%7.35	09	%13.63
ترفيهية	03	%4.41	19	%28.78
إرشادية	07	%10.29	07	%12.12
اقتصادية	02	%2.94	00	%00
المجموع	36	%50	35	%50

التحليل: من خلال الجدول يتبين لنا أن البرامج التي تستهوي الذكور هي البرامج الرياضية و بنسبة % 22.05 ثم تليها البرامج الإرشادية بنسبة 10.29% ثم البرامج الاجتماعية 7.35% ثم الترفيهية 4.41% ثم تليها البرامج الاقتصادية و الإخبارية بنفس النسبة 2.94% لكل منهما أما البرامج التي تستهوي الإناث هي البرامج الترفيهية (28.78%) ثم تليها البرامج الاجتماعية (13.63%) ثم الإرشادية (12.12%) ثم الإخبارية (10.60%) أما البرامج الرياضية و الاقتصادية (00%).

إن المستمع لإذاعة مستغانم ينقسم بين ذكور و إناث و تختلف أنواع البرامج المستمعة بالنسبة إلى الذكور فنجد البرامج الرياضية أكثر استماعا من قبل الذكور و هذه طبيعة الرجال و ميولهم و ابتعادهم عن الأمور الأخرى و البرامج الإرشادية و ذلك لكثرة مشاكل الرجال و خاصة في العمل أما الإناث فأكثر البرامج استماعا هي الترفيهية فالمرأة العاطفية تبحث عن أي شيء يزيد من فرحتها و تستمع إلى البرامج الاجتماعية لأنها تتناول مشاكل الطلاق و مشاكل أخرى .

5- جدول توزيع المبحوثين حول تتبع برامج الإذاعة الثقافية:

الجنس / تتبع البرامج الثقافية	ذكور		إناث	
	ك	%	ك	%
للترفيه	07	%11.76	03	%4.54
لمعرفة الأخبار الثقافية	03	%4.41	07	%10.60
لغرض التثقيف	18	%23.52	17	%25.75
لملأ أوقات الفراغ	08	%10.29	06	%9.09
المجموع	36	%50	33	%50

التحليل: من خلال الجدول يتبين لنا أن تتبع البرامج الثقافية من طرف الذكور لغرض التثقيف (23.52%) ثم للترفيه (11.76%) ثم لغرض لملأ أوقات الفراغ (10.29%) أما لمعرفة الأخبار الثقافية (4.41%).

أما الإناث فتتبعهم لبرامج الإذاعة الثقافية لغرض التثقيف (25.75%) أما لمعرفة الأخبار الثقافية (10.60%) ثم لملأ أوقات الفراغ (9.09%) و أخيرا للترفيه (4.54%),

من خلال الجدول يتضح لنا أن كلا من الذكور و الإناث الهدف من تتبعهم للبرامج الثقافية بإذاعة مستغانم هو لغرض التثقيف و هذا يعني أن جمهور ولاية مستغانم شعب مثقف أما من أجل معرفة الأخبار الثقافية فالنسبة متفاوتة بين الذكور و الإناث أما لملأ أوقات الفراغ فهي آخر اهتمامات الإناث فهم يبحثون عن الترفيه على عكس الذكور الذين يفضلون ملأ أوقات فراغهم أكثر من حبهم للترفيه.

6- جدول توزيع المبحوثين حول الاستماع لإذاعة مستغانم:

	ذكور		إناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	10	%11.25	13	%13.75	23	%25
لا	06	%7.5	08	%8.75	14	%16.25
أحيانا	25	%31.25	20	%27.5	45	%58.75
المجموع	41	%50	41	%50	82	%100

التحليل: حسب الجدول يتضح أن أفراد العينة يستمعون للإذاعة الجهوية بولاية مستغانم بصفة غير منتظمة و ذلك بنسبة (58.75%) من إجمالي المبحوثين و25% من المبحوثين يستمعون إلى ذلك بصفة دائمة و هذا راجع إلى انشغالاتهم المختلفة، و13% لا يستمعون لإذاعة مستغانم الجهوية.

إن الاستماع لإذاعة مستغانم الجهوية ينقسم بين رجل و امرأة ، مستمع و لا وأحيانا و من خلال النسب الإناث أكثر استماعا الإذاعة و ذلك لميول الإناث إلى التطلع عن كل ما هو جديد و وجودهم بالبيت أما الرجل فانشغالاته كثيرة و يميل إلى الهدوء و التفكير فهو أحيانا يستمع إليها إذا فرضت الإذاعة نفسها على الرجل و ذلك لأسباب متعددة.

7- جدول توزيع المبحوثين حول فترة الاستماع:

فترة الاستماع	ك	%
الفترة الصباحية	32	%49.25
الفترة المسائية	34	%50.74
المجموع	66	%100

- التحليل:

- من خلال الجدول يتبين أن أفراد العينة يستمعون لإذاعة مستغانم في الفترة المسائية و ذلك بنسبة 50.74% و هذا راجع إلى انشغالاتهم بالعمل في الفترة الصباحية فهم يمثلون 49.25%

إن الاستماع للإذاعة يكون في الفترة المسائية و ذلك لوجود فراغ أي الوقت الذي تنتهي فيه الأعمال بالنسبة للرجل و المرأة على عكس الفترة الصباحية التي تكون فيها كل الناس مشغولين.فالإذاعة تعتبر وسيلة ترفيهية يلجأ إليها ليروحوا عن أنفسهم و ينسون متاعب اليوم بطوله.

8-جدول توزيع المبحوثين حول مكان الاستماع:

مكان الاستماع	ك	%
في البيت	45	%65.67
في السيارة	10	%16.41
في أماكن العمل	11	%17.91
المجموع	66	%100

التحليل:

من خلال الجدول يتبين أن أفراد العينة يفضلون الاستماع للإذاعة في البيت وذلك راجع إلى مكوث الإناث بالمنزل أكثر من الذكور بنسبة 65.67% أما الأفراد الذين يستمعون للإذاعة في السيارة 16.41% أما في أماكن العمل فنسبة17.91% .

باعتبار الإذاعة وسيلة إعلام يمكن الاستماع إليها عن طريق المذياع و عن طريق الهاتف و في الراديو الخاص بالسيارة فيمكن للناس الاستماع إليها في أي مكان يتواجدون فيه و يكون الاستماع إليها في البيت بنسبة عالية و ذلك لمكوث الكثير من النساء في البيت على عكس الرجال الذين قد يتواجد بعضهم في السيارة أو أماكن العمل مما يسمح لهم بالاستماع لها في حالما وجد وقت الفراغ.

9- جدول توزيع المبحوثين حول مكان الإقامة:

مكان الإقامة	ك	%
المدينة	57	%71.25
الريف	23	%28.75
المجموع	80	%100

التحليل:

من خلال الجدول يتبين أن أفراد العينة يتوزعون حسب مكان الإقامة كالتالي:

71.25% منهم يقيمون بالمدينة

28.75% منهم يقيمون بالريف

المدينة و الريف هي المناطق المتوفرة في الدراسة فأخذنا عينة ريفية و عينة من المدينة لكن النسبة الأكثر للمدينة لأن مجتمع مستغانم مجتمع حضري أما وجود الريفيين فذلك لكثرة النزوح الريفي.

10- جدول توزيع المبحوثين حول المواضيع التي تعالجها الإذاعة:

المواضيع التي تعالجها	ك	%
مواضيع اجتماعية	39	%58.20
مواضيع سياسية	11	%16.41
مواضيع اقتصادية	04	%5.97
مواضيع تربوية	05	%7.46
مواضيع ترفيهية	07	%11.94
المجموع	66	%100

التحليل:

من خلال الجدول يتبين لنا أن المواضيع التي تعالجها إذاعة مستغانم هي المواضيع الاجتماعية (58.20%) ثم تليها المواضيع السياسية (16.41%) ثم المواضيع الترفيهية (11.94%) ثم المواضيع التربوية (7.46%) ثم أخيرا المواضيع الاقتصادية (5.97%).

من خلال النسب التي لدينا يتبين أن إذاعة مستغانم الجهوية تعالج المواضيع الاجتماعية لأن مختلف برامجها تتناول قضايا المجتمع مثل السرقة، البطالة أي تحاكي مشاكل الأفراد، ثم المواضيع السياسية التي تعالج أوضاع البلاد ثم المواضيع الترفيهية تلقى اهتماما متوسط من قبل الإذاعة أما المواضيع التربوية و الاقتصادية لتتناولها الإذاعة بشكل كبير.

11- جدول توزيع المبحوثين حول دور الإذاعة في المجتمع:

دور الإذاعة	ك	%
نعم	57	%86.56
لا	09	%13.44
المجموع	66	%100

التحليل:

من خلال الجدول يتبين لنا أن إذاعة مستغانم تقوم بدور فعال في المجتمع من خلال المواضيع التي تعالجها و ذلك بنسبة 86.56% أما الذين أجابوا بلا فبنسبة 13.44%.

من خلال النسب التي لدينا يتضح لنا أن للإذاعة دور فعال في المجتمع و ذلك لإسهامها في توصيل المعلومات و الأخبار عن طريق المواضيع التي تعالجها خلال بثها للبرامج المتنوعة فهي تنمي معارف و خبرات أفراد المجتمع.

12- جدول توزيع المبحوثين حول الجنس:

الجنس	التكرار	النسب
ذكر	40	%50
أنثى	40	%50
المجموع	80	%100

التحليل:

من خلال الجدول يتبين أن أفراد العينة يتوزعون بالتساوي بين الذكور و الإناث بنسبة 50% لكل منهما وهذا راجع إلى طبيعة الموضوع وطبيعة مفردات البحث تعكس هذا التوزيع أثناء الدراسة الاجتماعية التي قمنا بها وزعنا الدراسة على الجنسين الذكور و الإناث و ذلك بالتساوي لمعرفة ميول كل منهما أي من هم الأكثر استماعا و تفاعلا معها ومع برامجها المختلفة.

13- جدول توزيع المبحوثين حول المستوى التعليمي:

المستوى التعليمي	ك	%
يقرأ ويكتب	03	%5
ابتدائي	06	%7.5
متوسط	12	%15
ثانوي	22	%27.5
جامعي	39	%48.75
المجموع	82	%100

التحليل:

يتضح من خلال الجدول أن أفراد العينة يتوزعون حسب المستوى التعليمي كالتالي :

% 48.75 منهم مستوى جامعي و%27.5 مستوى ثانوي و%15 منهم مستوى متوسط و%7.5 ابتدائي و%5 لا يقرؤون ولا يكتبون.

من خلال النسب يتبين لنا أن جمهور مستغانم مجتمع متعلم الأقل منهم يقرأ و يكتب و البقية فهم بمستويات مختلفة لكن النسبة الأكثر هي نسبة الجامعيين، وهذا التنوع في أفراد العينة يلعب دورا هاما لإثراء البحث بمختلف الآراء والاقتراحات.

14- جدول توزيع المبحوثين حول نوع المشاكل التي تعرف بها الإذاعة:

نوع المشاكل	ك	%
اجتماعية	28	%41.79
اقتصادية	04	%5.97
سياسية	00	%00
بيئية	02	%2.98
جميع المشاكل	32	%49.25
المجموع	66	%100

التحليل:

من خلال الجدول يتبين لنا أن نوع المشاكل التي تعرف بها الإذاعة هي جميع المشاكل %49.25 لكن المشاكل التي تعرف بها أكثر هي الاجتماعية %41.79 ثم المشاكل الاقتصادية %5.97 و البيئية ب %2.98 أما السياسية فب %00

إذاعة مستغانم تعرف بجميع المشاكل و خاصة الاجتماعية منها لأن الإذاعة لقيت استقطابا حول بعض المشاكل إذ أن الإذاعة تعرف بالمشاكل الاجتماعية لان مشاكل الأفراد كثرت مقارنة بأنواع المشاكل الأخرى كالاقتصادية والبيئية و السياسية فالفرد المستغانمي يعاني من مشاكل منها: البطالة، السكن، الزواج، الآفات الاجتماعية، فيلقى المستمع ملاذا لحلول بعض المشاكل ولو نفسيا.

15- جدول توزيع المبحوثين حول إيجاد الإذاعة حلول تلك المشاكل:

إيجاد الحلول	ك	%
نعم	43	%65.67
لا	23	%34.32
المجموع	66	%100

التحليل:

من خلال الجدول يتبين لنا أن إذاعة مستغانم تضع بعض الحلول للمشاكل التي تعرف بها بنسبة 65.67% حيث يرى البعض الأخر أن الإذاعة لا تجد حلول لتلك المشاكل بنسبة 34.32%

من خلال النسب التي لدينا نرى بأن إذاعة مستغانم تساعد على إيجاد بعض الحلول ولو بشكل بسيط وان كانت الإذاعة وجدت حلول أم لم تجد فهذا راجع لرأي المستمعين فأغلبهم يرون بأن إذاعة مستغانم تجد الحلول لتلك المشاكل.

16- جدول توزيع المبحوثين حول دور الإعلام في عملية التنمية:

دور الإعلام في التنمية	ك	%
نعم	65	%98.50
لا	01	%01.92
المجموع	66	%100

التحليل:

من خلال الجدول يتبين لنا أن الإعلام يساهم في التنمية بنسبة 98.50% أما الذين أجابوا ب لا فبنسبة 01.92%

من خلال النسب التي لدينا يتبين لنا أن للإعلام دور فعال في عملية التنمية فكل المبحوثين تقريبا اجابو بنعم و ذلك لأن الإعلام تظهر أهميته في توصيل وتبسيط وتحسين التنفيذ ومشاركة الأهداف المحلية و التنموية ويساعد على تبادل الثقافات وتحويل العالم إلى قرية صغيرة وسرعة انتقال الخبر و تنمية الفكر البشري.

17- جدول المبحوثين حول أهمية الإذاعة في عملية الإعلام:

أهمية الإذاعة في عملية الإعلام	ك	%
نعم	50	%74.62
لا	16	%25.37
المجموع	66	%100

التحليل:

من خلال الجدول يتبين لنا أن للإذاعة أهمية في عملية الإعلام وذلك بنسبة 74.62% أما الذين أجابوا ب لا فب 25.37%

تعتبر الإذاعة وسيلة من وسائل الإعلام ولها أهمية ودور فعال فالأغلبية كانت مؤيدة لهذا الرأي وذلك لأنها تقدم حلول لبعض المشاكل و تتحدث بلغة الجمهور و تبرز الثقافة الشعبية وتعرف بتقاليد منطقة مستغانم وخصوصية سكانها و المجيبون ب لا يميلون للوسائل الأخرى.

18- جدول توزيع المبحوثين حول مرتبة الإذاعة بين وسائل الإعلام:

مرتبة الإذاعة	ك	%
1	2	%2.98
2	16	%23.88
3	33	%50.74
4	15	%22.38
المجموع	66	%100

التحليل:

من خلال الجدول يتبين لنا أن الإذاعة احتلت المرتبة الثالثة ب 50.74% ثم المرتبة الثانية ب23.88% ثم المرتبة الرابعة ب22.38% و المرتبة الأولى ب 2.98%

من بين تصريحات المبحوثين كانوا أغلبية الأفراد وضعوا الإذاعة في المرتبة الثالثة لأن هناك وسائل أكثر شعبية من الإذاعة منها الإنترنيت و التلفزيون.

شكـــــر و تقـــــــــدير

"من أجتهد و أصاب فله أجران، ومن اجتهد و أخطأ فله أجر واحد "

الحمد لله الذي وهبنا العقل سبحانه و الشكر له على كل نعمه و فضله

نعمه و فضله وكرمه

تبارك الله ذو الجلال و الإكرام

نشكر كل من قدم لنا يد العون و المساعدة في انجاز هذه المذكرة و نخص بالذكر الأستاذ المحترم "العربي بوعمامة" الذي لم يبخل علينا بنصائحه و إرشاداته ،من خلال إشرافه على عملنا خطوة بخطوة

و بكل جدية و تفاني

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

و الحمد لله الذي تتم بنعمته الصالحات

الفصل الأول

مـــاهيـــــــة الإعـــــلام

_تمهيد الفصل الأول

1- مفهوم الأعلام

2- التطور التاريخي للأعلام

3- خصائص و دور الأعلام

- خصائص الأعلام

- دور الأعلام

4- دور الأعلام

5- عوامل زيادة دور وسائل الأعلام في التنمية

خاتمة الفصل الأول

الفصل الثاني

1- تعريف الأذاعة

2- نشأة الأذاعة الجزائرية

3- تعريف الأذاعة المحلية

3-1- أسباب تأسيس الأذاعة الجهوية

3- 1- أهداف تأسيس الأذاعة الجهوية

3- 3- خصائص تأسيس الأذاعة الجهوية

2- المذيع

- وظائف المذيع

- خصائص المذيع

3- أهم حقول البرامج الاذاعية

- أهم حقول البرامج الاذاعية

- الانتاج الاذاعي بالراديو

- الدور التنموي للراديو

4- ماهية التنمية

- مفهوم التنمية

- التنمية منطلق لا بد منه

5- الأبعاد الاستراتيجية و واقع التنمية

- أبعاد دراسة واقع التنمية

- خاتمة الفصل الثاني

قائمة المراجع:

1- احمد الخشاب,المدخل السوسيولوجي لوسائل الإعلام ,دار الكتاب للنشر ,القاهرة,مصر.

2-احد ادن زهير ,الصحافة المكتوبة في الجزائر ,ديوان المطبوعات الجامعية الجزائرية 1984

3- د.حسان حفظي ,علم الاجتماع التنمية , دار المعرفة الجامعية , 2003

4-ديفيد هاريسون,علم اجتماع التنمية والتحديث ,دار الصفاء للنشر والتوزيع,ط1, 1998

5-سهير جاد ,د.سامية احمد علي ,البرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون ,دار الفجر للنشر والتوزيع 1999

6- عبد الدائم عمر حسن,الكتابة والإنتاج الإذاعي بالراديو ,دار الفرقان للنشر ,عمان 1998

7-عبدالمجيد شكري ,الاتصال الإعلامي والتنمية ,آفاق المستقبل وتحديات القرن الجديد.

8-د.عبد المجيد شكري ,تكنولوجيا الاتصال,دار الفكر العربي ,القاهرة ,مصر,ط1, 1996

9-محمد منير حجاب,الإعلام والتنمية الشاملة ,دار الفجر للنشر والتوزيع 2000

10-مكاوي عماد ,إنتاج البرامج بالراديو ,مكتبة الأنجلو المصرية ,مصر 1989

11- د.مصطفى محمد عيسى فلاته ,الإذاعة السمعية وسيلة اتصال وتعليم ,النسر والمطابع جامعة الملك سعود ,الرياض.

12- د. محمود شلبية ,الثقافة ودورها في التنمية ,المنظمة العربة للتربية ,تونس , 1996

13-د.مريم احمد مصطفى ،قضايا التنمية في الدول النامية ,دار المعرفة الجامعية 2002

14- د.محمد منير حجاب ,المعجم الإعلامي،دار الفجر للنشر والتوزيع،ط1، 2004

15-د.فضيل دلو ،الاتصال :مفاهيمه، نظرياته،دار الفجر للنشر والتوزيع ،القاهرة ،2003

16- د. نور الدين تواتي ،الصحافة المكتوبة والسمعية في الجزائر ،دار الخلدونية ،ط2009،2

معلومات عن الشبكة البرامجية

وعيا منها بأهمية الجمهور المستمع في حلقة إعداد الشبكة البرامجية لكل موسم من مواسم السنة ,فان المشرفين على إعداد هذه الشبكة يراعون الخصوصيات الجغرافية الثقافية والاجتماعية للمنطقة وسكانها على اختلاف مستوياتهم وفئاتهم العمرية وهو الاهتمام الذي يتجسد من خلال فقرات ,وبرامج تبث على أمواج محطة مستغانم على مدار 17 ساعة يوميا

هذه البرامج تعكس حياة المواطن وانشغالاته في مجالات مختلفة وتمد جسور التواصل بينه وبين المسؤول كما تنقل صوته الفني , الثقافي ,الاقتصادي , الرياضي والى غير ذلك من الاهتمامات التي يطمح إليها أو يرغب في الاستماع إليها عبر أمواج إذاعية.

وبما أن ولاية مستغانم تعرف باحتضانها لعدة مهرجانات ومناسبات فان الإذاعة تسهر على ضمان التغطية الكاملة لكل الأحداث بحصص تتكيف وطبيعة المناسبة محلية كانت أو وطنية.

كما تعمل إذاعة مستغانم على تكريس الإعلام الجواري الحق وتحرص على توعية المواطن وتوجيهه ضمن ما تقدمه له خلال البرنامج اليومي المستوحى من محاور مختلفة أهمها المحور الإخباري ,التنموي ,الاجتماعي , والتربوي الثقافي التاريخي الديني الفلاح، الترفيهي..... بالإضافة إلى المنوعات التي تلبي كل الأذواق.

موجات إذاعة مستغانم

FM100.1 FM107.2

تبث اذاعة برامج اذاعة مستغانم الجهوية عن طريق جهازي بث:

واحد بمدينة مستغانم بقوة 400 واط موجة 107.2

ويغطي06 بلديات

بلدية استدية ـ بلدية مزغران ـ بلدية حاسي ماماش ـبلدية صيادة ـ بلدية خير الدين.

والثاني يتواجد ببلدية سيدي علي بقوة 100 واط.

ويغطي 3 بلديات:

بلدية سيدي علي ـبلدية الحجاج ـبلدية سيدي لخضر

مقدمـــــة عامـــــة:

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

الإعلام كلمة اتسع مدلولها بدرجة أصبح من الصعب تعني لغويا الإبلاغ أو الإخبار أما من الناحية العلمية فهي كل أشكال و صور إرسال المعلومات من إنسان إلى إنسان كما هي نقل المعلومات أو المعرفة العلمية إلى الجماهير العريضة و تزويدهم بالأخبار الصحيحة **(1)** فمن خلال تغذية المناقشات بالمعلومات و إظهار رأي القادة و جعل المسائل المطروحة واضحة كل الوضوح و توسيع الحوار اتجاه سياسة ما تستطيع وسائل الإعلام أن تفرض أساليب جديدة للحياة الاجتماعية و أن تسهم في تكوين الدوق العام و وسائل الإعلام هي وحدها القادرة على أن تساعد على أداء هذه الوظيفة. **(2)**

فما هو الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام داخل المجتمع ؟

ومن بين وسائل الإعلام الأكثر انتشارا الإذاعة التي تعد أوسع وسائل الإعلام و أكثرها شعبية و جمهورها هو الجمهور العام بجميع مستوياته فتستطيع الوصول إليه مخترقا حواجز الأمية و العقبات الجغرافية و تتخذ الإذاعة للوصول أشكالا اتصالية مختلفة و باستعمال الموسيقى و المؤثرات الصوتية يمكن تهيئة ذهن الجمهور لتلقي الرسالة الإعلامية.

من أجل التوسع في شرح دور الذي يقدمه الإعلام في التنمية كما قسمنا بحثنا إلى ثلاث جوانب:

الإطار المنهجي لقد حددنا من خلاله العناصر التالية (تحديد الموضوع، مفاهيم الدراسة، مشكلة البحث، الفرضيات أسباب اختيار الموضوع، أهمية الدراسة، هدف الدراسة، دراسة سابقة، منهج الدراسة، العينة و المعاينة، صعوبات البحث.

و الإطار النظري فهو يضم فصلين، فالفصل الأول تحت عنوان ماهية الإعلام و الفصل الثاني

---

(1) د محمد منير حجاب المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر و التوزيع، 2004 ص 08.

(2) د محمد منير حجاب الإعلام و التنمية الشاملة، دار الفجر للنشر و التوزيع، 2000 ص 136.

و الجانب الأخير يخص الجانب التطبيقي إلى جانب عرض نتائج الدراسة الميدانية و تحليل النتائج التي جمعناها من الإستمارة و ذلك بتحليل نتائج إشكالية البحث ، كانت الخاتمة البحث متضمنة لأهم النتائج التي توصلنا إليها.