



جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم

كلية العلوم الاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص وسائل الإعلام والمجتمع



مذكرة تخرج لنيل درجة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

الموسومة بـ :

الإذاعة المحلية والرأي العام

"إذاعة تيارت نموذجا"

تحت إشراف الأستاذ

* صالح فلاق شبري

من إعداد الطالبة

درسية مو الجيلالي

اللجنة المناقشة :

رئيسا

-

مناقشا

-

مشرفا

-

السنة الجامعية : 2012 . 2013

الإهداء

أهدي ثمرة جهدي إلى منبع الحب والحنان، إلى التي أهدت لنا بنفس راضية عمرها لمنحنا
حياة أفضل، إلى لوجمعت الدنيا كلها ووضعتها بين يديها ما وفرت لها جزء بسيطاً من
حقها إلى "أمي الغالية"

إلى النور الذي أمنى دربي إلى من علمني حب العلم والإجتهاد إلى "أبي العزيز" حفظه الله
إلى من قاسموني أخطان المحبة كبيرهم وصغيرهم الإخوة "مختار، قادة، محمد"
إلى أعز الناس إلى قلبي إلى أخوات "خالدية، أمال، أم الخير"
إلى كل رفيقاتي في امشوار الدراسي وبالأخص "فاطمة، وسهيلة"

كل من حملهم قلبي ونسيهم قلبي.

كلمة شكر وتقدير

الحمد لله الذي وفقني لإتمام هذا البحث وإنجاز هذا العمل، فله الحمد أولاً وأخيراً
كما أتقدم بجزيل الشكر والتقدير للأستاذ المشرف فلاق صلاح شبيرى على مجهوداته
وتوجيهاته من أجل إنجاز هذا البحث وإلى من قدم لي يد المساعدة والعون لإنجاز هذه
المذكرة وإلى كل أساتذة علوم الإعلام والاتصال.

❖ النتائج:

تبعاً للنتائج المحصل عليها في الدراسة الميدانية وبعد تحليلها تحليلاً إحصائياً توصلت إلى أن الإذاعة المحلية تحظى بمكانة وإهتمام لدى أفراد العينة المدروسة، حيث وجدت أن أفراد العينة تهتم بالإذاعة المحلية، نظراً للمميزات التي تمتاز بها وبأنها تخدم المجتمع المحلي والمدني، وتنقل آراء المستمعين بكل موضوعية ودقة وسرعة في نشر الأخبار وجرأة الإذاعة المحلية في طرح القضايا التي تهتم المواطنين وتغطية الأخبار المحلية، كما أنها تؤثر على الرأي العام بشكل كبير في تكوينه وتوجيهه.

❖ مقدمة عامة:

تعد الإذاعة من أهم وسائل الإعلام في نشر الأخبار والمعلومات ولديها السرعة والفورية في نقل هذه الأحداث عند حدوثها ووقوعها وتهتم الإذاعة بجوانب مختلفة لحياة الإنسان والعديد من المجالات والقضايا التي تهم الأفراد بحيث أصبحت الإذاعة منتشرة في كل المجتمعات المحلية حتى أصبح لكل مجتمع محلي إذاعة تهتم بأخباره وبتطلعاته نحو مشاكل معينة وتنقل آراء هذا المجتمع المحلي بكل موضوعية ودقة، حيث أن الإذاعة تكون رأي حول قضية أو قضايا معينة في مجال أو عدة مجالات سواء كانت سياسية أو إقتصادية أو إجتماعية هذا ما يسمى بالرأي العام تجاه قضايا معينة تهتم وتأسيا على ما سبق كان إختياري لموضوعي هذا والذي تناولته من خلال خطة البحث التي شملت مقدمة والجانب المنهجي، الجانب النظري وكذا الجانب التطبيقي.

فقد جاءت المقدمة عبارة عن تقديم وإثارة للموضوع، أما الجانب المنهجي فقد أثرت فيه إشكالية الدراسة والفرضيات والتساؤلات الدراسة، أسباب إختيار الموضوع، والهدف من الدراسة وأهميتها، المنهج المتبع ومجتمع البحث، وأخيرا عينة الدراسة.

أما الجانب النظري تضمن فصلين، كل فصل ينقسم إلى أربعة مباحث، فالفصل الأول تناولت فيه ماهية الإذاعة ونشأتها في الجزائر والثاني ماهية الرأي العام.

وأخيرا الجانب التطبيقي أين تطرقت فيه إلى تحليل الإستمارة تم عرض النتائج المتوصل إليها ثم الخاتمة.

مقدمة عامة:

تعد الإذاعة من أهم وسائل الإعلام في نشر الأخبار والمعلومات ولديها السرعة والفورية في نقل هذه الأحداث عند حدوثها ووقوعها وتهتم الإذاعة بجوانب مختلفة لحياة الإنسان والعديد من المجالات والقضايا التي تهتم الأفراد .

توجه الإذاعة برامجها من دولة إلى أخرى أو من منطقة إلى أخرى ويصل إرسالها بلغات الشعوب، والإذاعة من أوسع وسائل الإعلام انتشارا وأكثرها شعبية وجمهورها هو الجمهور بجميع مستوياته وتستطيع تخطي كل الحواجز والعقبات الجغرافية والقيود السياسية التي تمنع بعض الوسائل الأخرى من الوصول إلى مجتمعاتها .

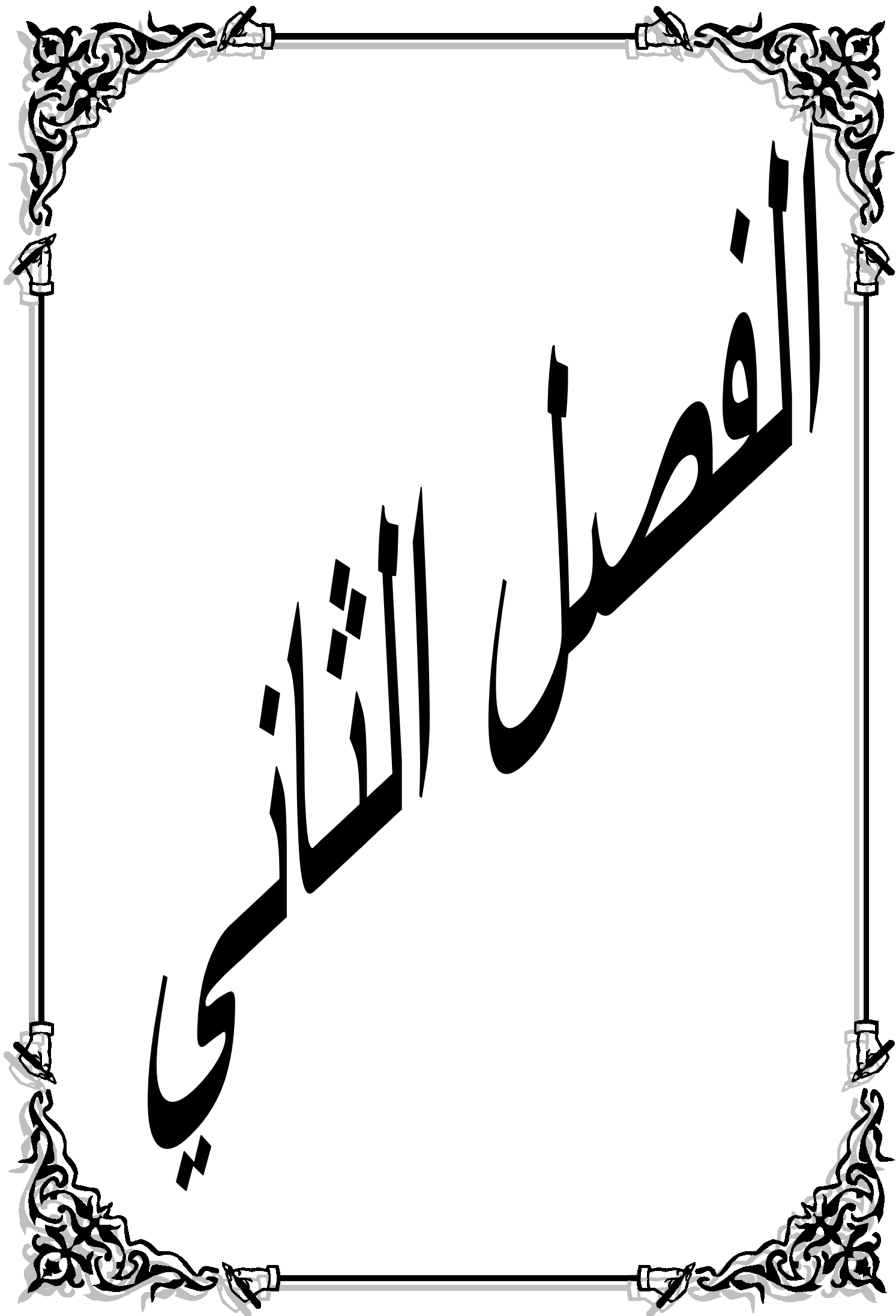
بحيث أصبحت الإذاعة منتشرة في كل المجتمعات المحلية حتى أصبح لكل مجتمع محلي إذاعة تهتم بأخباره وتطلعاته نحو مشاكل معينة وتنقل آراء هذا المجتمع المحلي بكل موضوعية ودقة، حيث أن الإذاعة تكون رأيا حول قضية أو قضايا معينة في مجال أو عدة مجالات سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية هذا ما يسمى بالرأي العام تجاه قضايا معينة وتهتم وتأسيا على ما سبق كان اختياري لموضوعي هذا والذي تناولته من

خلال خطة البحث التي شملت مقدمة والجانب المنهجي، الجانب النظري وكذا الجانب
التطبيقي فقد جاءت المقدمة عبارة عن تقديم وإثارة للموضوع، أما الجانب المنهجي فقد أثرت
فيه اشكالية الدراسة والفرضيات، وتساؤلات الدراسة، أسباب اختيار الموضوع، والهدف من
الدراسة وأهميتها والمنهج المتبع ومجتمع البحث، وأخيرا عينة الدراسة .
وأما الجانب النظري تضمن فصلين، كل فصل ينقسم إلى أربعة مباحث، فالفصل الأول
تناولت فيه ماهية الإذاعة ونشأتها في الجزائر والثاني ماهية الرأي العام
وأخيرا الجانب التطبيقي أين تطرقت فيه إلى تحليل الاستمارة ثم عرض النتائج المتوصل
إليها ثم الخاتمة

الْحَمْدُ

أفضل الأمل

الفصل الثاني



الإطار
النقطة

الفصل الأول: الإذاعة المحلية

تمهيد

- 1- تعريف الإذاعة: نشأتها
- 2- ظهور الإذاعة المحلية في العالم
- 3- الإذاعة المحلية في الجزائر: نشأتها، خصائصها، أهدافها
- 4- نماذج من الإذاعات المحلية في الجزائر

الخلاصة

الفصل الثاني: الرأي العام

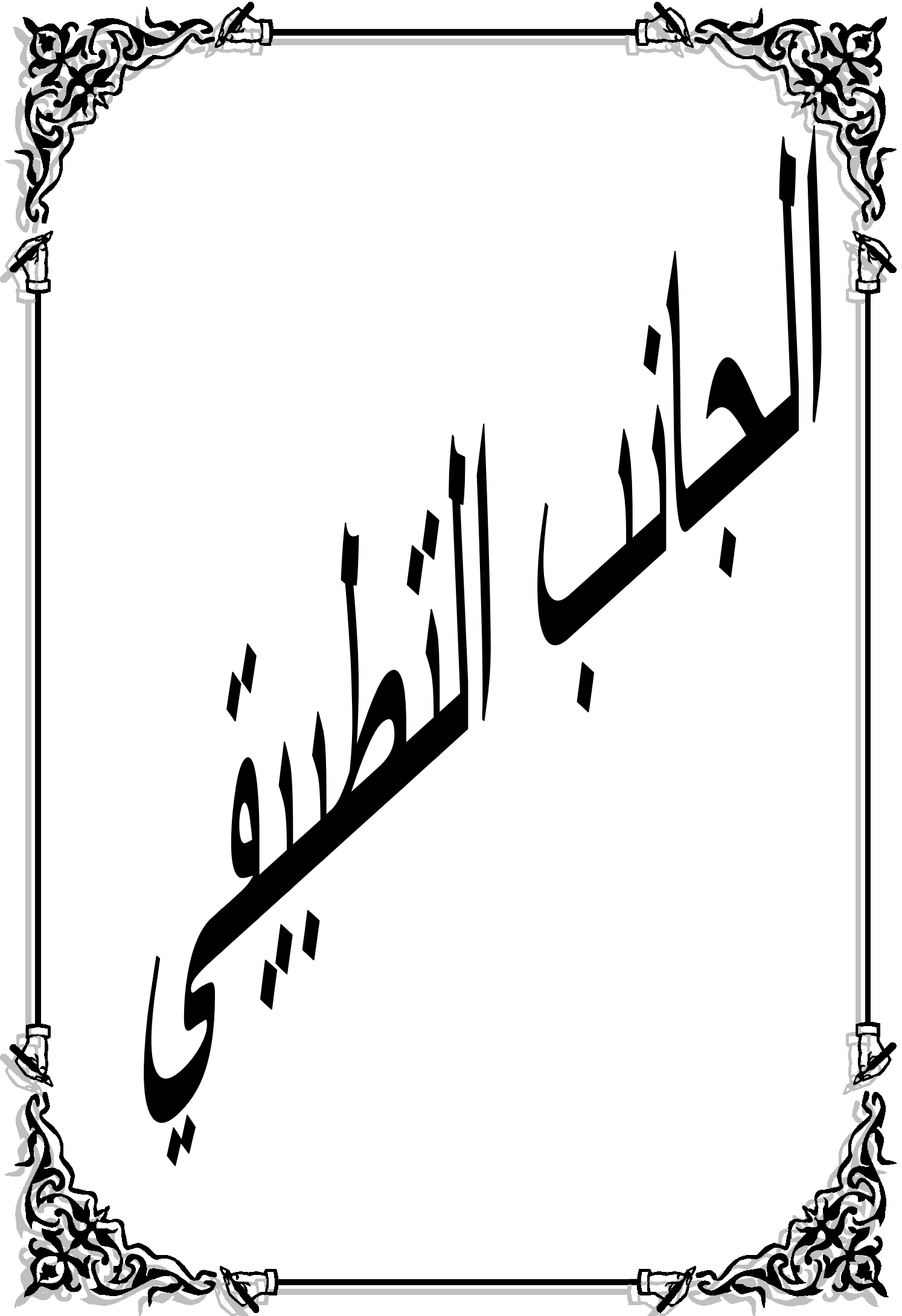
تمهيد

- 1- تعريف الرأي العام: نشأته، أنواعه، خصائصه.
- 2- تقسيمات الرأي العام.
- 3- طرق قياس الرأي العام.
- 4- أثر وسائل الإعلام على الرأي العام.

خلاصة

كتاب
الفضيلة

بَابُ
النَّظْمِ



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

كلية العلوم الاجتماعية

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص وسائل الإعلام والمجتمع

بناء الاستمارة

أنا طالبة سنة ثانية ماستر علوم الإعلام والاتصال تخصص وسائل الإعلام والمجتمع بصدد اجراء بحث ميداني بعنوان "الإذاعة المحلية والرأي العام"، (دراسة تحليلية للمستمعين إذاعة تيارات المحلية)، لذا أرجوا منكم تملؤا هذه الاستمارة بكل دقة وموضوعية وذلك بوضع علامة (X) أمام الخانة المناسبة للإجابة وأعدكم أن الاجابات المقدمة من قبلكم ستوظف علميا وشكرا على المساعدة .

تحت اشراف

من اعداد الطالبة

أ/فلاق صالح شبرة

درساية مول الجيالي

السنة الجامعية: 2012- 2013

السمات الأولية:

- 1-الجنس : ذكر أنثى
- 2-السن : 18-28 28-38 38-48 48 فما فوق
- 3-الحالة الاجتماعية : أعزب متزوج مطلق أرمل

- 4-المستوى التعليمي: أمي ابتدائي متوسط ثانوي جامعي

5-المهنة:

.....

- 6-المستوى الاجتماعي: مرتفع متوسط منخفض
- 7-مكان الإقامة : حضري شبه حضري ريفي

المحور الأول: مدى اهتمام المستمعين بالإذاعة المحلية

8-هل تستمع إلى برامج إذاعة تيارت المحلية ؟

باستمرار

أحيانا

نادرا

9- ما هي الأوقات التي تفضل فيها الاستماع إلى إذاعة تيارت المحلية ؟

في الصباح

في الظهيرة

في المساء

في الليل

10- في أي مكان تستمع إلى إذاعة تيارت ؟

البيت

السيارة

مكان آخر

11- أماكن أخرى أذكرها:

12- هل يصلك بث محطة إذاعة تيارت المحلية من مكان اقامتك ؟

نعم

لا

المحور الثاني: تأثير الإذاعة المحلية على الرأي العام :

13- حدد السبب الرئيسي الذي يدفعك إلى استماع للإذاعة :

المصداقية

السرعة في نقل الأخبار

الجرأة في طرح القضايا التي تهتمك

التسلية والترفيه

14- أسباب أخرى أذكرها.....

.....

15- ما هي البرامج المفضلة لديك في إذاعة تيارت المحلية ؟

الاجتماعية

الثقافية

السياسية

الغنائية

الفكاهية

16- برامج أخرى.....

.....

17- هل تعتمد على هذه الإذاعة كمصدر للأخبار السياسية والوطنية ؟

نعم

لا

18- أذكر مثالا عن القضايا الوطنية والسياسية التي تناولتها هذه الإذاعة

.....

19- إلى أي مدى في رأيك وفقت الإذاعة في نقل آراء المواطنين تجاه القضايا الوطنية :

جيدة

متوسطة

ضعيفة

20- ما هو تبريرك؟.....

.....

21- هل تلعب إذاعة تيارات المحلية دورا مهما في نشر الأخبار بمختلف أنواعها ؟

نعم

لا

22- هل أنت راض عن أداء العاملين بهذه الإذاعة ؟

نعم

لا

23- اذا كنت راض عن أدائهم بما تتصح العاملين :.....

.....

منهج البحث:

تتطلب تقنيات البحث العلمي، تحديد نوع المنهج الذي يسلكه ليصل في النهاية على نتائج علمية دقيقة قابلة للتفسير والتأويل وبناء على ذلك تم اختيار النهج الوصفي وهو المنهج المناسب لطبيعة الموضوع المدروس.

مجتمع البحث:

لقد تم الاعتماد في هذا الموضوع على مجتمع البحث هو المستمعين لإذاعة تيارت المحلية.

عينة البحث:

لقد كانت عينة البحث وفقا لطبيعة الدراسة الميدانية التي أجريت على جمهور مستمعين إذاعة تيارت المحلية وتم إختيار 100 شخص لتكوين العينة بطريقة قصدية حسب طبيعة الدراسة وكبر حجم المجتمع الأصلي.

أدوات جمع البيانات:

بما أن الدراسة التي قمنا بها هي دراسة مسحية لمدى تأثير الإذاعة المحلية على الرأي العام فاستخدمنا الاستبيان أداة لجمع البيانات وهو أحد الأساليب التي تستخدم في جمع المعلومات الأولية والأساسية مباشرة من العينة المختارة أو من أفراد مجتمع البحث عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المعدة والمحددة مسبقاً.

يتكون الاستبيان من 16 بند موزع على محورين رئيسيين:

المحور الأول: مدى اهتمام المستمعين بإذاعة تيارت المحلية.

المحور الثاني: تأثير الإذاعة المحلية على الرأي العام.

تحليل الجداول البسيطة:

الجدول رقم 1 حسب الجنس:

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
%42	42	ذكر

58	58	انثى
%58		
100	100	المجموع
%100		

الجدول رقم (01)

نلاحظ من خلال الجدول رقم (01) ان نسبة الاناث تقدر بـ 58% اكثر من الذكور التي

تقدر بـ 42% في الاستماع الى اذاعة تيارت المحلية.

الجدول رقم (02) متغير السن:

النسبة المئوية	التكرار	السن
28	28	28-18
%28		
39	39	38-28
%39		
22	22	48-38
%22		
11	11	38- فما فوق
%11		
100	100	المجموع
%100		

الجدول رقم (02)

يبين الجدول رقم (02) ان نسبة السن من 28-38 تقدر بـ 39%، ثم تأتي نسبة السن 18-28 بـ 28%، و بعدها تأتي نسبة السن من 38-48 بـ 22%، و في الأخير تأتي نسبة السن من 48- فما فوق بـ 11% في متابعة إذاعة تيارت المحلية.

الجدول رقم (03) حسب الحالة الاجتماعية:

النسبة المئوية	التكرار	الحالة الاجتماعية
53%	53	اعزب
27%	27	متزوج
13%	13	مطلق
07%	07	ارمل
100%	100	المجموع

الجدول رقم (03)

يظهر الجدول رقم (03) ان نسبة العزاب تقدر بـ 53%، ثم تأتي نسبة المتزوجين التي تقدر

بـ 27%، و بعدها تأتي نسبة المطلقين بـ 13%، و في الأخير تأتي نسبة الأرملة بنسبة

7% في الاستماع الى اذاعة تيارت المحلية.

الجدول رقم (04) حسب المستوى التعليمي:

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
8%	08	أمي
17%	17	ابتدائي
22%	22	متوسط

09%	09	ثانوي
44%	44	جامعي
100%	100	المجموع

الجدول رقم (04)

يبين الجدول رقم (04) حسب المستوى التعليمي بحيث تأتي نسبة الجامعيين بـ 44% في

المرتبة الأولى، و من ثم نسبة الأشخاص في المتوسط التي تقدر بـ 22%، و بعدها تأتي

نسبة الابتدائي بـ 17%، ثم نسبة الثانوي بـ 09%، و في الأخير نسبة الأمي التي تقدر بـ

08%.

الجدول رقم (05) حسب المهنة:

النسبة المئوية	التكرار	المهنة
%16	16	أساتذة
%04	04	حلاق
%12	12	تاجر
%09	09	سائق
%44	07	ماكثة بالبيت
%37	37	بدون عمل
%06	06	حرفي

متقاعد	09	%09
المجموع	100	%100

الجدول رقم (05)

يظهر الجدول رقم (05) حسب المهنة أن نسبة الأشخاص بدون عمل تقدر بـ 37%، ثم

نسبة الأساتذة بـ 16%، ثم تأتي التجار بـ 12%، و بعدها نسبة المتقاعدين و السائقين بـ

09%، ثم الماكثات بالبيت بـ 07%، و في الأخير نسبة الحلاق بـ 04%.

الجدول رقم (06) حسب المستوى الاجتماعي:

النسبة المئوية	التكرار	المستوى الاجتماعي
%14	14	مرتفع
%44	44	متوسط
%42	42	منخفض
%100	100	المجموع

الجدول رقم (06)

يظهر الجدول رقم (06) حسب المستوى الاجتماعي أن نسبة الأشخاص الذين دخلهم

متوسط تقدر بـ %44، ثم نسبة الأشخاص الذين دخلهم منخفض التي تقدر بـ %42، و في

الأخير نسبة الأشخاص الذين دخلهم مرتفع بـ %14.

الجدول رقم (07) حسب مكان الإقامة:

النسبة المئوية	التكرار	مكان الإقامة
44%	44	حضري
34%	34	شبه حضري
22%	22	ريفي
100%	100	المجموع

الجدول رقم (07)

يظهر الجدول رقم (07) أن نسبة متابعي إذاعة تيارت الذين يعيشون في المدن تقدر بـ

44%، و من ثم نسبة الأشخاص الذين يعيشون في شبه حضري بـ 34%، و في الأخير

نسبة الأشخاص الذين يعيشون في الريف التي تقدر بـ 22%.

الجدول رقم (08) حسب الاستماع إلى برامج إذاعة تيارت المحلية:

النسبة المئوية	التكرار	الاستماع إلى البرامج
----------------	---------	----------------------

37%	37	باستمرار
40%	40	أحيانا
23%	23	نادرا
100%	100	المجموع

الجدول رقم (08)

يظهر الجدول رقم (08) أن نسبة الأشخاص الذين يتابعون برامج إذاعة تيارت المحلية

أحيانا تقدر بـ 40%، ثم تأتي نسبة الأشخاص الذين يتابعون برامج إذاعة تيارت باستمرار

تقدر بـ 37%، و في الأخير نسبة الأشخاص الذين يتابعون برامج الإذاعة نادرا بـ 23%.

الجدول رقم (09) حسب الأوقات المفضلة:

النسبة المئوية	التكرار	الأوقات المفضلة
38.35%	56	في الصباح
11.64%	17	في الظهيرة
34.93%	51	في المساء
15.06%	22	في الليل
100%	100	المجموع

الجدول رقم (09)

يبين الجدول رقم (09) حسب الأوقات المفضلة أن نسبة بعض الأشخاص يفضلون في

الصباح بحيث تقدر بـ 38.35%، ثم نسبة الأشخاص الذين يفضلون أوقات المساء بـ

34.93%، و بعدها نسبة الأشخاص الذين يفضلون أوقات الليل بـ 15.06%، و في

الأخير نسبة الأشخاص الذين يفضلون الظهيرة بـ 11.64%.

الجدول رقم (10) حسب الأماكن التي تسمع فيها إذاعة تيارت المحلية:

النسبة المئوية	التكرار	أماكن الاستماع
%55.96	61	البيت
%22.93	25	السيارة
%21.10	23	مكان آخر
%100	100	المجموع

الجدول رقم (10)

نلاحظ من خلال الجدول رقم (10) أن نسبة الأشخاص يستمعون إلى إذاعة تيارت المحلية في البيت تقدر بـ 55.96%، ومن ثم نسبة الأشخاص الذين يستمعون إلى الإذاعة في السيارة بـ 22.93%، وفي الأخير الأشخاص يستمعون إلى الإذاعة في مكان آخر بـ 21.10%.

النسبة المئوية	التكرار	أماكن أخرى
41%	41	المحل
28%	28	المقهى
31%	31	أماكن عمومية
100%	100	المجموع

الجدول رقم (11) حسب أماكن أخرى:

الجدول رقم (11)

نلاحظ من خلال الجدول رقم (11) أن هناك نسبة الأشخاص الذين يستمعون إلى إذاعة تيارت المحلية في المحل تقدر بـ 41%، ثم تأتي نسبة الأشخاص يستمعون إلى الإذاعة في أماكن عمومية بـ 31%، و في الأخير الأشخاص الذين يستمعون إلى الإذاعة في المقهى بنسبة 28%.

الجدول رقم (12) حسب إمكانية البث:

النسبة المئوية	التكرار	
83%	83	نعم
17%	17	لا
100%	100	المجموع

الجدول رقم (12)

الجدول رقم (12) يظهر لنا أن أغلبية الناس يصلهم بث إذاعة بنسبة 83%، و في حين أن هناك أشخاص لا يصلهم البث و التي تقدر نسبتهم بـ 17%.

الجدول رقم (13) حسب الأسباب الرئيسية التي تدفع إلى الاستماع للإذاعة:

النسبة المئوية	التكرار	الأسباب الرئيسية
%18.86	30	المصداقية
%20.12	32	السرعة في نقل الأخبار
%26.41	42	الجرأة في طرح القضايا التي تهمك
%34.59	55	التسلية و الترفيه
%100	159	المجموع

الجدول رقم (13)

الجدول رقم (13) يبين أن تأثير الإذاعة على الأشخاص بدافع أسباب مهمة فهناك من تدفعه التسلية و الترفيه إلى متابعة إذاعة تيارت بنسبة 34.59%، ثم الجرأة في طرح القضايا التي تهم الناس بنسبة 26.41%، و بعدها تأتي أسباب الشرعة في نقل الأخبار التي تقدر بنسبة 20.12%، و في الأخير تأتي المصدقية بنسبة 18.86%.

الجدول رقم (14) حسب أسباب أخرى:

النسبة المئوية	التكرار	أسباب أخرى
52%	52	الموضوعية
48%	48	الكفاءة و الخبرة
100%	100	المجموع

الجدول رقم (14)

نلاحظ من خلال الجدول رقم (14) أن هناك أسباب أخرى تدفع الأشخاص إلى متابعة

إذاعة تيارت مثل الموضوعية و الدقة التي تقدر بنسبة 52%، و بعدها أسباب الكفاءة و

الخبرة في نشر الأخبار بنسبة 48%

الجدول رقم (15) حسب البرامج المفضلة:

النسبة المئوية	التكرار	البرامج المفضلة
28.64%	53	الاجتماعية
17.29%	32	الثقافية
15.13%	28	السياسية
18.91%	35	الفنية
20%	37	الفكاهية
100%	185	المجموع

الجدول رقم (15)

يظهر الجدول رقم (15) أن هناك من يفضلون البرامج الاجتماعية بنسبة 28.64%، ثم تأتي البرامج الفكاهية بنسبة 20%، و بعدها البرامج الفنية التي تقدر بنسبة 18.91%، و من ثم البرامج الثقافية بنسبة 17.29%، و في الأخير البرامج السياسية بنسبة 15.13%.

الجدول رقم (16) حسب برامج أخرى:

النسبة المئوية	التكرار	برامج أخرى
11%	11	برامج الأطفال
24%	24	دينية
28%	28	رياضية
11%	11	الطبخ

صحية	16	%16
تعليمية	10	%10
المجموع	185	%100

الجدول رقم (16)

يظهر الجدول رقم (16) أن هناك أشخاص يفضلون برامج رياضية بنسبة 28%، و بعدها البرامج الدينية التي تقدر نسبتهم 24%، و من ثم البرامج الصحية بنسبة 16%، و من ثم تأتي برامج الأطفال و برامج الطبخ بنسبة 11%، و في برامج تعليمية بنسبة 10%.

الجدول رقم (17) حسب الاعتماد على الإذاعة كمصدر للأخبار السياسية و الوطنية:

النسبة المئوية	التكرار	الاعتماد على الإذاعة
%47	47	نعم
%53	53	لا
%100	100	المجموع

الجدول رقم (17)

نلاحظ من خلال الجدول رقم 17 أن هناك الأشخاص الذين لا يعتمدون على إذاعة تيارت

المحلية بنسبة 53%، و من ثم الأشخاص الذين يعتمدون على الإذاعة كمصدر للأخبار

السياسية و الوطنية بنسبة 47%.

الجدول رقم (18) حسب الأمثال عن القضايا الوطنية و السياسية التي تناولتها هذه

الإذاعة:

النسبة المئوية	التكرار	القضايا الوطنية و السياسية
%47	31	الانتخابات
%53	18	أحداث عين أمнас

12%	12	السنة 50 لاستقبال الجزائر
11%	11	دور الجمعيات في تفصيل المجتمع
18%	18	ظاهرة اختطاف الأطفال
10%	10	ارتفاع صادرات البترول
100%	100	المجموع

الجدول رقم (18)

نلاحظ من خلال الجدول رقم (18) أن بعض الأشخاص يرون أن إذاعة تيارت تحدثت عن الانتخابات بنسبة 31%، و من ثم تحدثت عن أحداث عين أمناس و ظاهرة اختطاف الأطفال التي تقدر بـ 18%، و من ثم قضية السنة 50% لاستقلال الجزائر بنسبة 12%، و بعدها قضية دور الجمعيات في تفصيل المجتمع بـ 11%، و في الأخير قضية ارتفاع صادرات البترول بنسبة 10%.

الجدول رقم (19) حسب توفيق الإذاعة في نقل آراء المواطنين تجاه القضايا الوطنية:

النسبة المئوية	التكرار	توفيق الإذاعة في نقل الآراء
54%	54	جيدة
34%	34	متوسطة
12%	12	خفيفة
100%	100	المجموع

الجدول رقم (19)

و نلاحظ من خلال الجدول (19) أن هناك بعض الأشخاص يروي أن إذاعة تيارت وقفت

في نقل آراء المواطنين بصفة جيدة بنسبة 54%، و من هناك من يرى أنها متوسطة بنسبة

34%، و في الأخير من يرى أنها خفيفة بنسبة 12%.

الجدول رقم (20) حسب التبرير:

النسبة المئوية	التكرار	التبرير
%31	31	نقل الآراء بكل حيادية
%33	33	تهتم بأماكن محدودة
%36	36	خدمة المواطنين
%100	100	المجموع

الجدول رقم (20)

يظهر لنا الجدول رقم (20) أن إذاعة تيارت المحلية تخدم المواطنين بنسبة 36%، و بعدها

أنها تهتم بأماكن محدودة و محلية بنسبة 33%، و في الأخير تنقل أراء بكل حيادية بنسبة

.31%

الجدول (21) حسب الدور الذي تلعبه الإذاعة:

النسبة المئوية	التكرار	الدور الذي تلعبه الإذاعة
79%	79	نعم
21%	21	لا
100%	100	المجموع

الجدول رقم (21)

نلاحظ من خلال الجدول رقم (21) أن إذاعة تيارت المحلية تلعب دور مهم في نقل الأخبار

بنسبة 79%، و في حين هناك من يرى أن الإذاعة لا تلعب دور مهم بنسبة 21%.

الجدول رقم (22) حسب رضا المواطنين عن أداء العاملين:

النسبة المئوية	التكرار	الدور الذي تلعبه الإذاعة
%80	80	نعم
%20	20	لا
%100	100	المجموع

الجدول رقم (22)

يظهر لنا الجدول رقم (22) أن بعض المواطنين راضين عن أداء العاملين في إذاعة تيارت المحلية بنسبة 80%، و البعض غير راضين عن أداء العاملين و التي تقدر نسبتهم بـ 20%.

الجدول رقم (23) حسب النصائح المقدمة من طرف المواطنين للعاملين:

النصائح المقدمة	التكرار	النسبة المئوية
الاستمرار و المواصلة	44	44%

28%	28	العمل الجدي
28%	28	التوفيق في العمل
100%	100	المجموع

الجدول رقم (23)

يظهر لنا الجدول رقم (23) النصائح التي قدمها المواطنين للعاملين بحيث ينصحون

بالاستمرار و المواصلة بنسبة 44%، و بعدها تأتي العمل الجدي و التوفيق في العمل بنسبة

28%.

نادرا		أحيانا		باستمرار		الاستماع	
%7.5	12	%2.86	08	%8.49	22	ذكر	الجنس
%6.87	11	%11.46	32	%5.79	15	أنثى	
%4.37	07	%6.86	19	%1.58	03	28-18	السن
%05	08	%4.65	13	%6.56	17	38-28	
%3.12	05	%1.79	05	%4.63	12	48-38	
%1.87	03	%1.07	03	%1.93	05	48- فما فوق	
%9.35	15	%10.75	30	%3.47	09	أعزب	الحالة الاجتماعية
%2.5	04	%2.86	08	%5.79	15	متزوج	
%1.25	02	%0.35	01	%3.47	09	مطلق	
%1.25	02	%0.35	01	%1.54	04	أرمل	
%0.62	01	%0.35	01	%1.93	05	أمي	المستوى التعليمي
%3.75	06	%2.15	06	%1.93	05	ابتدائي	
%2.5	04	%2.15	06	%3.83	10	متوسط	
%1.25	02	%0.71	02	%1.95	05	ثانوي	
%6.25	10	%8.96	25	%4.63	12	جامعي	

3.12	0	%3.22	09	%0.77	02	أساتذة	المهنة
/	04	%0.35	01	%1.15	03	حلاق	
%2.5	02	%1.43	04	%1.54	04	تاجر	
%1.25	02	/	0	%2.70	07	سائق	
%1.25	02	/	0	%1.93	05	ماكثة بالبيت	
%05	08	%8.60	24	%1.93	05	بدون عمل	
%1.25	02	/	0	%1.54	04	حرفي	
%0.62	01	%0.35	01	%2.70	07	متقاعد	
%1.25	08	%1.79	05	%2.70	07	مرتفع	
%05	13	%7.52	21	%5.79	15	متوسط	
%8.12	11	%5.01	14	%5.79	15	منخفض	
%6.87	07	%7.16	20	%6.56	17	حضري	مكان الإقامة
%4.37	05	%3.58	10	%5.01	13	شبه حضري	
%3.12	05	%3.58	10	%2.70	07	ريفي	
%100	160	%100	279	%100	259	المجموع	

الجدول رقم 24: الاستماع إلى الإذاعة المحلية

نلاحظ من خلال الجدول رقم 24 أن المواطنين الذين يهتمون و يستمعون إلى إذاعة تيارت المحلية أحيانا هم الإناث التي تقدر نسبتهم بـ 11.46%، و في حين أن نسبة السن 18-28 هي أكبر نسبة بـ 6.86%، و نسبة العزاب الذين يتابعون إذاعة تيارت المحلية أحيانا تقدر بـ 10.75%، في حين أن نسبة الجامعيين هي أعلى نسبة بحيث تقدر بـ 8.60%، في حين أن نسبة المواطنين الذين دخلهم متوسط هي أعلى نسبة تقدر بـ 7.52%، و نسبة المواطنين الذين يعيشون في الحضري بـ 7.16%، و بعدها تأتي نسبة المواطنين الذين

يستمعون إلى إذاعة تيارت المحلية باستمرار هم الذكور بـ 8.49%، و في حين أن السن من 28-38 هي أعلى نسبة بـ 6.56% في الاستماع، و المتزوجين هم أكثر نسبة بـ 5.79%، بينما تأتي نسبة الجامعيين في المركز الأول بـ 2.70%، و نسبة الحضري بـ 6.56%، و تأتي نسبة المواطنين الذين لا يستمعون إلى إذاعة تيارت المحلية و الجهوية إلا نادرا هم الذكور بنسبة الذكور بنسبة 7.5%، في حين أن السن من 18-28 حقق أعلى نسبة بـ 1.37%، و الفئة التي حققت أعلى نسبة بـ 9.25%، هي فئة العزاب، و في الوقت ذاته نسبة الجامعيين تقدر بـ 6.25%، و تأتي نسبة المواطنين بدون عمل 05%، و تليها نسبة المواطنين الذين مستواهم الاجتماعي منخفض بـ 8.12% و نسبة الحضري بـ 6.87%.

مكان آخر		السيارة		البيت		أماكن الاستماع	
%10.55	17	%6.28	11	%3.51	15	ذكر	الجنس
%3.72	06	%08	14	10.77	46	أنثى	
				%			
%3.10	05	%3.42	06	%4.68	20	28-18	السن
%5.59	09	%6.28	11	%5.38	23	38-28	
%2.48	04	%4.57	08	%2.81	12	48-38	
%3.10	05	/	00	%1.40	06	48- فما فوق	
%7.45	12	%6.85	12	%8.19	35	أعزب	الحالة الاجتماعية
%1.86	03	%5.14	09	%4.21	18	متزوج	
%3.10	05	%1.14	02	%1.17	05	مطلق	
%1.86	03	%1.14	02	%0.70	04	أرمل	
%1.86	03	/	00	%0.93	04	أمي	المستوى التعليمي
%4.34	07	%1.71	03	%1.40	06	ابتدائي	
/	00	%04	07	%3.27	14	متوسط	
%0.62	01	%1.14	02	%1.87	08	ثانوي	

%7.45	12	%7.42	13	%6.79	29	جامعي	المهنة
%1.24	02	%1.71	03	%2.81	12	أساتذة	
%1.24	02	%0.57	01	%0.23	01	حلاق	
%3.10	05	%04	07	%0.23	01	تاجر	
%1.86	03	%2.28	04	%0.70	03	سائق	
/	00	/	00	%1.63	07	ماكثة بالبيت	
%3.72	06	%3.42	06	%6.55	28	بدون عمل	
/	/	1.71	03	%1.40	06	حرفي	
%3.10	05	%0.57	01	%0.70	03	متقاعد	
%3.10	05	%2.28	04	%1.63	07	مرتفع	
%4.96	08	%6.28	11	%6.55	28	متوسط	
%6.21	10	%5.71	10	%6.08	26	منخفض	
%7.45	12	%7.42	13	%6.08	26	حضري	مكان الإقامة
%4.34	07	%04	07	%4.91	21	شبه حضري	
%2.48	04	%2.85	05	%3.27	14	ريفي	
%100	161	%100	175	%100	427	المجموع	

الجدول رقم 25: أماكن الاستماع

نلاحظ من خلال رقم (25) أن هناك من يفضل الاستماع إلى الإذاعة في البيت هم الإناث بنسبة 10.77%، في حين أن فئة السن من 28-38 هي أعلى نسبة بـ 5.38%، و تأتي فئة العزاب بـ 8.19%، و تليها فئة الجامعيين بنسبة 6.79% حسب المستوى التعليمي في الاستماع إلى إذاعة تيارت المحلية في البيت، بينما يفضل المواطنون بدون عمل الاستماع إلى الإذاعة في البيت بينما بنسبة 6.55%، أما المستوى الاجتماعي للمواطنين فهو

المستوى المتوسط بنسبة 6.55%، أما مكان العيش فهو الحضري بنسبة 6.08%، و بعدها يأتي المواطنون الذين يستمعون إلى إذاعة تيارت المحلية في مكان آخر هم الذكور بنسبة 10.55%، و السن هو من 28-38 بنسبة 5.59%، و الفئة الاجتماعية هي العزاب بنسبة 7.45%، بينما يفضل الجامعيون الاستماع إلى إذاعة بنسبة 7.45%، و تظل نسبة المواطنين بدون عمل هي الأولى ب 3.72%، أما المستوى الاجتماعي للمواطنين فهو المستوى المنخفض ب 6.21%، و مكان العيش الحضري بنسبة 7.45%، و في الأخير يأتي المواطنون الذين يفضلون الاستماع إلى في السيارة و هم الإناث بنسبة 8%، و فئة السن من 28-38 بنسبة 6.28%، و تحتل فئة العزاب المركز الأول بنسبة 6.85%، أما المستوى التعليمي للمواطنين فهو المستوى الجامعي بنسبة 7.42%، في حين أن التجار هم الذين يفضلون الاستماع إلى الإذاعة في السيارة بنسبة 4%، و المستوى الاجتماعي هو المستوى المتوسط بنسبة 6.28%، في حين يفضل السكان الحضري بنسبة 7.42% الاستماع إلى إذاعة تيارت في السيارة.

الجانب التطبيقية

في الليل		في المساء		في الظهيرة		في الصباح		الأوقات	
%4.34	07	%6.44	23	%6.72	08	%5.23	17	ذكر	الجنس
%9.93	16	%7.84	28	%7.56	09	%8.92	29	أنثى	
%3.14	06	%3.92	14	%1.68	02	%3.38	11	28-18	السن
%5.59	09	%5.04	18	%7.56	09	%6.15	20	38-28	
%4.34	07	%3.36	12	%2.52	03	%3.38	11	48-38	
%0.62	01	%1.96	07	%2.52	03	%1.23	04	48- فما فوق	
%7.45	12	%07	25	%4.20	05	%7.38	24	أعزب	
%4.96	08	%4.48	16	%5.04	06	%04	13	متزوج	الحالة الاجتماعية
%1.24	02	%1.12	04	%3.36	04	%1.84	06	مطلق	
%0.62	01	%1.68	06	%1.68	02	%0.92	03	أرمل	
/	/	%1.40	05	%0.84	01	%1.23	04	أمي	
%1.24	02	%2.80	10	%1.68	02	%2.46	08	ابتدائي	المستوى التعليمي
%1.86	03	%3.36	12	%3.36	04	%3.07	10	متوسط	
%2.48	04	%1.12	04	%1.68	02	%2.15	07	ثانوي	
%8.69	14	%5.60	20	%6.72	08	%5.23	17	جامعي	

الجانب التطبيقية

%3.10	05	%1.96	07	%0.84	01	%1.23	04	أساتذة	المهنة
/	/	%0.84	23	/	/	%0.30	01	حلاق	
%1.86	03	%1.68	06	%1.68	02	%1.53	05	تاجر	
%1.24	02	%0.56	02	%3.36	04	%2.15	07	سائق	
%0.62	01	%0.84	03	%0.84	01	1.84	06	ماكثة بالبيت	
%3.14	06	%0.60	20	%2.52	03	%4.61	15	بدون عمل	
%4.34	04	%1.12	04	%2.52	03	%1.53	05	حرفي	
%1.24	02	%1.68	06	%2.52	03	%0.92	03	متقاعد	
%4.34	07	%1.96	07	%1.68	02	%1.53	05	مرتفع	
%4.96	08	%6.44	23	%5.88	07	%6.76	22	متوسط	
%4.96	08	%5.88	21	%6.72	08	%5.84	19	منخفض	
%7.45	12	%6.44	23	%6.72	08	%6.46	21	حضري	مكان الإقامة
%6.2	10	%4.76	17	%4.20	05	%4.92	16	شبه حضري	
%0.62	01	%3.08	11	%3.36	04	%2.76	09	ريفي	
%100	161	%100	357	%100	119	%100	325	المجموع	

يبين الجدول رقم (26) الأوقات التي يفضل المواطنون الاستماع لإذاعة تيارت المحلية بحيث تفضل الإناث الاستماع إلى الإذاعة في الليل بنسبة 9.93%، و فئة السن من 28-38 هي أكبر نسبة ب 5.59%، و نسبة العزاب ب 7.45%، و تليها نسبة الجامعيين ب 8.69%، و نسبة المواطنين بدون عمل ب 3.14%، و بحيث أن الدخل الاجتماعي المتوسط و المنخفض نسبتها ب 4.96%، و المواطنون الذين يعيشون في الحضري نسبتهم 7.45%، و تليها المواطنون الذين يختارون أوقات الصباح لمتابعة إذاعة تيارت هم أيضا

الإناث بـ 8.92%، و فئة السن من 28-38 هي أعلى نسبة بـ 6.15%، و تأتي فئة العزاب بنسبة 7.38%، و نسبة الجامعيين في المركز الأول بـ 5.23%، و تلحقها نسبة المواطنين بدون عمل بـ 4.61%، و المستوى الاجتماعي المتوسط بنسبة 6.76%، في حين نسبة الحضري تقدر بـ 6.46%، و تليها الأوقات المفضلة في الاستماع هي المساء التي يفضلها الإناث بنسبة 7.84%، بينما فئة السن من 28-38 هي اعلى نسبة بـ 5.04%، و نسبة العزاب بـ 7%، و نسبة الجامعيين بـ 5.60%، بينما تظل نسبة المواطنين بدون عمل في المركز الأول بـ 5.60%، أما المستوى الاجتماعي فيأتي المستوى المتوسط بـ 6.44%، أما الحضري يأتي بنسبة 6.44%، و في الأخير تأتي الأوقات المفضلة في الظهيرة التي يفضلها أيضا الإناث بنسبة تقدر بـ 7.56%، و تأتي فئة السن من 28-38 بنسبة 7.56%، و فئة المتزوجين بنسبة 5.04%، و تبقى فئة الجامعيين بنسبة 6.72%، في حين يفضل السائقين الاستماع للإذاعة في الظهيرة بنسبة 3.36%، أما المستوى الاجتماعي فهو المستوى المنخفض بنسبة 6.72%، و تظل نسبة الحضري بـ 6.72%.

أماكن عمومية		المقهى		المحل		أماكن الاستماع	
%1.83	04	%9.18	18	%6.96	20	ذكر	الجنس
%12.38	27	%5.10	10	%7.31	21	أنثى	
%7.79	17	%1.02	02	%3.13	09	28-18	السن
%3.21	07	%6.12	12	%6.96	20	38-28	
%1.37	03	%4.08	08	%3.83	11	48-38	
%1.83	04	%3.06	06	%0.34	01	48- فما فوق	
%11.42	24	%4.08	08	%7.66	22	أعزب	الحالة الاجتماعية
%2.75	06	%4.59	09	%4.18	12	متزوج	
%0.45	01	%3.57	07	%1.39	04	مطلق	
/	/	%2.04	04	%1.04	03	أرمل	
%0.45	01	%1.53	03	%1.04	03	أمي	المستوى التعليمي
%0.91	02	%4.08	08	%2.78	08	ابتدائي	
%0.91	02	%4.59	09	%3.13	09	متوسط	
%1.37	03	%1.02	02	%1.39	04	ثانوي	
%11.42	24	%3.06	06	%5.92	17	جامعي	

%2.75	06	%1.53	03	%2.43	07	أساتذة	المهنة
/	/	/	/	%1.39	04	حلاق	
/	/	%1.53	03	%3.13	09	تاجر	
/	/	%3.57	07	%0.69	02	سائق	
%0.91	02	%2.55	05	/	/	ماكثة بالبيت	
%10.09	22	%2.04	04	%3.83	11	بدون عمل	
/	/	/	/	%2.09	06	حرفي	
%0.45	01	%3.06	06	%0.69	02	متقاعد	
%1.37	03	%1.53	03	%2.78	08	مرتفع	المستوى الاجتماعي
%7.79	17	%7.14	14	%4.52	13	متوسط	
%5.04	11	%5.61	11	%6.96	20	منخفض	
%8.25	18	%4.59	09	%5.92	17	حضري	مكان الإقامة
%3.66	08	%6.12	12	%4.87	14	شبه حضري	
%2.29	05	%3.57	07	%3.48	10	ريفي	
%100	218	%100	196	%100	287	المجموع	

الجدول رقم 27: أماكن أخرى للاستماع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (27) أن هناك مواطنون يفضلون الاستماع إلى إذاعة تيارت المحلية في أماكن أخرى من بينها الأماكن العمومية بحيث يفضل الإناث الاستماع في هذه الأماكن بنسبة 12.38%، في حين أن السن من 18-28 هم الذين يفضلون أماكن بنسبة 7.79%، و فئة العزاب تقدر نسبتهم بـ 11.42%، و تقدر نسبة الجامعيين بـ 11.42%، و تحتل نسبة المواطنين بدون عمل المركز الأول بـ 10.09%، و تأتي نسبة المواطنين الذين دخلهم متوسط بـ 7.79%، و في حين أن نسبة الحضري تقدر بـ 8.25% في الاستماع، و تليها نسبة المواطنين الذين يستمعون إلى إذاعة تيارت المحلية في المحل هي من 28-38 بنسبة 6.96%، و يفضل العزاب الاستماع إلى الإذاعة في المحل بنسبة 7.66%، و المستوى التعليمي فهو المستوى الجامعي بنسبة 5.92%، و تقدر نسبة المواطنين بدون عمل بـ 3.83%، و المستوى الاجتماعي هو المستوى المنخفض بنسبة 6.96%، و تليها نسبة السكان الحضري بـ 5.92%، و في الأخير تأتي نسبة المواطنين الذين يفضلون الاستماع إلى الإذاعة في المقهى هم الذكور بنسبة 9.18%، في حين فئة السن من 28-38 تفضل الاستماع إلى الإذاعة بنسبة 6.12%، و المتروجين هم الذين

يفضلون المقهى بنسبة 4.59%، بحيث ان مستواهم التعليمي هو المستوى المتوسط بـ

4.59%، و السائقين هم الذين يختارون المقهى للاستماع بنسبة 3.57%، في حين

المستوى الاجتماعي هو المستوى المتوسط بنسبة 7.14%، بحيث ان السكان شبه الحضري

يفضلون المقاهي بنسبة 6.12%.

لا		نعم		إيصال البث	
%5.04	06	%6.19	36	ذكر	الجنس
%9.24	11	%8.08	47	أنثى	
%6.72	08	%3.44	20	28-18	السن
%5.04	06	%5.67	33	38-28	
%1.68	02	%3.44	20	48-38	
%0.84	01	%1.72	10	48- فما فوق	
%10.92	13	%7.05	41	أعزب	
%1.68	02	%4.30	25	متزوج	الحالة الاجتماعية
/	/	%2.06	12	مطلق	
%1.68	02	%0.86	05	أرمل	
/	/	%1.20	07	أمي	المستوى التعليمي
%3.36	04	%2.23	13	ابتدائي	
%3.36	04	%2.75	16	متوسط	
%0.84	01	%1.37	08	ثانوي	
%6.72	08	%6.71	39	جامعي	

/	/	%2.75	16	أساتذة	المهنة
/	/	%0.68	04	حلاق	
%1.68	02	%1.72	10	تاجر	
%2.52	03	%1.03	06	سائق	
%0.84	01	%1.03	06	ماكثة بالبيت	
%8.40	10	%4.64	27	بدون عمل	
%0.84	01	%0.86	05	حرفي	
/	/	%1.54	09	متقاعد	
%0.84	01	%2.23	13	مرتفع	
%8.40	10	%5.85	34	متوسط	
%5.04	06	%6.19	36	منخفض	
%6.72	08	%6.71	39	حضري	مكان الإقامة
%4.20	05	%4.47	26	شبه حضري	
%3.36	04	%3.09	18	ريفي	
%100	119%	100%	581	المجموع	
الجدول رقم 28 : إيصال بث الإذاعة					

الجدول رقم (28) يبين نسبة المواطنين الذين لا يصلهم البث هم الاناث بـ 9.14%، في حين ان نسبة السن من 18-28 هي اعلى نسبة بـ 6.72%، و تأتي نسبة العزاب في المركز الاول بـ 10.92%، و تقدر نسبة الجامعيين بـ 6.72%، و المواطنين لاي صلهم بث اذاعة تيارت هم مواطنين بدون عمل بنسبة 8.40%، و المستوى الاجتماعي هو المستوى المتوسط بنسبة 8.40%، في حين ان مكان الإقامة هو الحضري بنسبة 6.72%، ثم نسبة المواطنين الذين يرون ان بث اذاعة تيارت المحلية يصلهم بشكل جيد هم الاناث بنسبة 8.08%، بينما تأتي فئة السن من 28-38 بنسبة 6.67%، في حين أن نسبة العزاب تقدر بـ 7.05%، و تقدر نسبة الجامعيين بـ 6.71%، و تليها نسبة المواطنين بدون عمل بـ 4.64%، في حين ان نسبة المستوى الاجتماعي المنخفض تقدر بـ 6.19%، و تفوق نسبة السكان الحضري بـ 6.71%.

التسلية و الترفيه		الجرأة في طرح القضايا التي تهتمك		السرعة في نقل الأخبار		المصداقية		الأسباب التي تدفعك	
24	6.23%	20	6.80%	16	7.14%	08	3.80%	ذكر	الجنس
31	8.05%	22	7.48%	16	7.14%	22	10.47%	أنثى	
21	5.45%	11	3.74%	03	1.33%	07	3.33%	28-18	السن
16	5.15%	19	6.46%	15	6.69%	09	4.28%	38-28	
10	2.59%	10	3.40%	10	4.46%	11	5.23%	48-38	
08	2.07%	02	0.68%	04	1.78%	03	1.42%	48- فما فوق	
31	8.05%	23	7.82%	13	5.80%	15	7.14%	أعزب	الحالة الاجتماعية
12	3.11%	13	4.42%	12	5.35%	09	4.28%	متزوج	
05	1.29%	06	2.04%	04	1.78%	03	1.42%	مطلق	
07	1.81%	/	/	03	1.33%	03	1.42%	أرمل	
06	1.55%	02	2.68%	03	1.33%	02	0.95%	أمي	المستوى التعليمي
11	2.85%	07	2.38%	06	2.67%	04	1.90%	ابتدائي	
11	2.85%	08	2.72%	07	3.12%	04	1.90%	متوسط	
07	1.81%	04	1.36%	04	1.18%	04	1.90%	ثانوي	
20	5.19%	21	7.14%	12	5.35%	16	7.61%	جامعي	

%1.03	04	%2.38	07	%2.23	05	%3.80	08	أساتذة	المهنة
%0.51	02	%0.68	02	%0.89	02	/	/	حلاق	
%1.81	07	%2.04	06	%1.33	03	%1.90	04	تاجر	
%1.03	04	%2.38	07	%1.33	03	%0.47	01	سائق	
%1.03	04	%0.34	01	%0.89	02	%1.90	04	ماكثة بالبيت	
%5.97	23	%5.10	05	%3.57	08	%3.80	08	بدون عمل	
%1.29	05	%0.68	02	%2.23	05	%1.42	03	حرفي	
%1.55	06	%0.68	02	%1.18	04	%0.95	02	متقاعد	
%1.55	06	%1.36	04	%3.12	07	%3.33	07	مرتفع	المستوى الاجتماعي
%6.75	26	%8.16	24	%5.35	12	%4.76	10	متوسط	
%5.97	23	%4.76	14	%5.80	13	%6.19	13	منخفض	
%5.97	23	%6.46	19	%6.25	14	%6.66	14	حضري	مكان الإقامة
%4.76	18	%3.74	11	%6.69	15	%5.23	11	شبه حضري	
%3.63	14	%4.08	12	%1.33	03	%2.38	05	ريفي	
%100	385	%100	294	%100	224	%100	210	المجموع	

الجدول رقم 29: أسباب التي تدفع الى الاستماع للاذاعة

نلاحظ من خلال الجدول رقم (29) ان هناك اسباب تدفع المواطنين الى متابعة اذاعة تيارت المحلية بحيث ترى الاناث ان المصدقية هي التي تدفع الى متابعة الاذاعة بنسبة 10.47%، و تقابلها فئة السن من 38-48 بنسبة 5.23%، و تليها فئة العزاب الذين يرون أن الاسباب الرئيسية لمتابعة اذاعة تيارت المحلية هي المصدقية بنسبة 7.14%، و ترى فئة الجامعيين المصدقية من الدوافع الرئيسية بنسبة 7.61%، في حين تأتي نسبة الاساتذة و بدون عمل بـ 3.80%، و بينما المستوى الاجتماعي هو المستوى المنخفض بنسبة 6.19%، في حين ان مكان الاقامة هو الحضري بنسبة 6.66%، و تليها اسباب اخرى من بينها التسلية و الترفيه التي تفضلها الاناث بنسبة 8.05%، بينما فئة السن التي حققت اعلى نسبة من 18-28 بـ 5.45%، و فئة العزاب هي اعلى نسبة بـ 8.05%، و فئة الجامعيين هي اكبر نسبة بـ 5.19%، و بحيث تقدر نسبة المواطنين بدون عمل الذين يرون ان التسلية و الترفيه هي التي تدفعهم الى الاستماع للاذاعة 5.97%، و المستوى الاجتماعي هو المستوى المتوسط بنسبة 6.75%، في حين مكان الاقامة هو الحضري بنسبة 5.97%، و من ثم تأتي اسباب اخرى و هي الجراءة في طرح القضايا التي تهم الافراد

و المواطنين التي يفضلها ايضا الاناث بنسبة 7.48%، في حين ان فئة السن من 28-38%، هي اعلى نسبة 6.46% و تليها فئة العزاب حسب الحالة الاجتماعية بنسبة 7.82%، اما المستوى التعليمي فهو المستوى الجامعي بنسبة 7.14%، بينما نسبة المواطنين بدون عمل هي اكبر نسبة ب 5.10%، و من ثم يأتي المستوى الاجتماعي المتوسط بنسبة 8.16%، و مكان الإقامة الحضري بنسبة 6.46%، و في الاخير تأتي اسباب السرعة في نقل الاخبار هي متساوية بين الذكور و الاناث بنسبة 7.14% في حين فئة السن من 28-38 تقدر بنسبة 6.69%، و فئة العزاب بنسبة 5.80%، و تقدر نسبة الجامعيين ب 5.35%، و تليها نسبة المواطنين بدون عمل ب 3.57%، و المستوى الاجتماعي هو المنخفض بنسبة 5.80%، و يعيش المواطنين في شبه حضري بنسبة 6.69%.

الجانب التطبيقي

الكفاءة و الخبرة		لا نعم		أسباب أخرى	
%5.35	18	%6.68	24	ذكر	الجنس
	30		28	أنثى	
%5.95	13	%4.17	15	28-18	السن
	20		19	38-28	
	09		13	48-38	
	06		05	48- فما فوق	
%2.97	29	%6.96	25	أعزب	الحالة الاجتماعية
	10		17	متزوج	
	04		08	مطلق	
	05		02	أرمل	
	02		05	أمي	
%2.38	08	%2.50	09	ابتدائي	المستوى التعليمي
	12		08	متوسط	
	03		06	ثانوي	
	23		24	جامعي	
	07		09	أساتذة	
%2.08	01	%2.50	03	حلاق	المهنة
	05		07	تاجر	
	04		05	سائق	
	02		05	ماكئة بالبيت	
	23		14	بدون عمل	
	02		04	حرفي	

الجانبي التطبيقية

%1.19	04	%1.39	05	متقاعد	
%1.78	06	%2.22	08	مرتفع	المستوى الاجتماعي
%5.95	20	%6.68	24	متوسط	
%6.54	22	%5.57	20	منخفض	
%6.25	21	%6.40	23	حضري	
%4.46	15	%5.29	19	شبه حضري	مكان الإقامة
%3.57	12	%2.78	10	ريفي	
%100	336	%100	359	المجموع	

الجدول رقم 30 اسباب أخرى للاستماع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (30) ان هناك اسباب اخرى لمتابعة اذاعة تيارت المحلية و

الاستماع اليها و هي الكفاءة و الخبرة هم الاناث بنسبة 8.92%، و فئة السن من 28-38

بنسبة 5.95%، و تأتي فئة العزاب في المركز الاول 8.63%، و تليها فئة الجامعيين بنسبة 6.84%، و نسبة المواطنين بدون عمل هي 6.84%، اما المستوى الاجتماعي فهو المستوى المنخفض بنسبة 6.54%، و مكان الإقامة هو الحضري بنسبة 6.25%، و تأتي الموضوعية و الدقة في نقل الاخبار و الاحداث التي يفضلها ايضا الاناث بنسبة 7.79%، و فئة السن من 28-38 هي اعلى نسبة ب 5.29%، و فئة العزاب هي اكبر نسبة ب 6.96%، و تقدر نسبة الجامعيين ب 6.68%، و نسبة المواطنين بدون عمل تقدر ب 3.89%، اما المستوى الاجتماعي فهو المستوى المتوسط بنسبة 6.68%، و مكان الإقامة هو الحضري بنسبة 6.40%.

الفكاهية		الفنية		السياسية		الثقافية		الاجتماعية		البرامج المفضلة	
%6.39	17	%4.89	12	%8.16	16	%5.35	12	%5.39	20	ذكر	الجنس
%7.89	21	%9.38	23	%6.12	12	%8.92	20	%8.89	33	أنثى	
%3.75	10	%3.67	09	%3.06	06	%5.35	12	%4.04	15	28-18	السن
%5.26	14	%5.71	14	%4.59	09	%4.91	11	%5.12	19	38-28	
%3.75	10	%3.26	08	%4.08	08	%3.12	07	%3.77	14	48-38	
%1.50	04	%1.63	04	%2.55	05	%0.89	02	%1.34	05	48- فما فوق	
%7.51	20	%6.93	17	%5.10	10	%8.92	20	%07	26	أعزب	الحالة الاجتماعية
%4.13	11	%4.48	11	%5.10	10	%3.57	08	%4.58	17	متزوج	
%0.75	02	%1.63	04	%2.55	05	%1.33	03	%1.61	06	مطلق	
%1.87	05	%1.22	03	%1.53	03	%0.44	01	%1.07	04	أرمل	
%0.75	02	%1.63	04	%1.53	03	%0.44	01	%1.61	06	أمي	المستوى التعليمي
%03	08	%2.44	06	%3.57	07	%0.89	02	%2.15	08	ابتدائي	
%2.63	07	%3.26	08	%2.55	05	%3.12	07	%1.88	07	متوسط	
%1.12	03	%2.04	05	%2.55	05	%1.78	04	%1.61	06	ثانوي	
%6.76	18	%4.89	12	%4.08	08	%8.03	18	%07	26	جامعي	
%1.87	05	%1.63	04	%0.51	01	%2.67	06	%2.69	10	أساتذة	المهنة
%0.37	01	%0.81	02	%1.02	02	%0.44	01	%0.53	02	حلاق	
%1.87	05	%1.22	03	%2.04	04	%1.78	04	%1.34	05	تاجر	
%1.50	04	%1.63	04	%2.04	04	%0.44	01	%1.61	06	سائق	
%1.12	03	%2.04	05	%0.51	01	%0.44	01	%1.34	05	ماكثة بالبيت	
%4.13	11	%4.48	11	%4.59	09	%6.69	15	%4.58	17	بدون عمل	
%1.87	05	%1.22	03	%2.04	04	%0.89	02	%1.34	05	حرفي	
%1.50	04	%1.22	03	%1.53	03	%0.89	02	%0.80	03	متقاعد	
%2.25	06	%1.22	03	%2.04	04	%3.12	07	%1.88	07	مرتفع	
%6.39	17	%6.53	16	%6.63	13	%6.69	15	%6.73	25	متوسط	اجتماعي

%5.63	15	%6.53	16	%5.61	11	%4.46	10	%5.66	21	منخفض	مكان الإقامة
%6.39	17	%4.48	11	%5.10	10	%7.58	17	%07	26	حضري	
%5.26	14	%6.53	16	%6.63	13	%5.80	13	%3.77	14	شبه حضري	
%2.63	07	%3.26	08	%2.55	05	%0.89	02	%3.50	13	ريفي	
%100	266	%100	245	%100	196	%100	224	%100	371	المجموع	

جدول رقم 31 : برامج التي تبثها الإذاعة

نلاحظ من خلال الجدول رقم (31) ان اذاعة تيارت المحلية تبث برامج مختلفة لارضاء المواطنين و من بين هذه البرامج برامج فنية التي يفضلها الإناث بنسبة 9.38%، و فئة السن من 28-38 بنسبة 5.71% هي اعلى نسبة و فئة العزاب هي اكبر نسبة ب 6.93%، و تقدر نسبة الجامعيين ب 4.89%، و نسبة المواطنين بدون عمل 4.48%، في حين المستوى الاجتماعي هو المستوى المتوسط و لمنخفض بنسبة 6.53%، و أماكن الإقامة هو شبه حضري بنسبة 6.53%، و تليها البرامج الثقافية التي تفضلها الاناث عن الذكور بنسبة 8.92%، و نسبة السن من 18-28 بنسبة 5.35%، و فئة العزاب بنسبة 8.92%، و نسبة فئة الجامعيين تقدر ب 8.03%، و نسبة المواطنين بدون عمل هي 6.69%، اما المستوى الاجتماعي فهو المستوى المتوسط بنسبة 6.69%، و مكان الإقامة هو الحضري بنسبة 07.58%، و من ثم تأتي البرامج الاجتماعية التي يفضلها ايضا الاناث

بنسبة 8.89%، و فئة السن من 28-38 بنسبة 5.12%، و فئة العزاب بنسبة 07%، و تقدر نسبة الجامعيين ب 07%، و نسبة المواطنين بدون عمل 4.58%، و المستوى الاجتماعي هو المستوى المتوسط بنسبة 6.73%، و مكان اقامة المواطنين هو شبه حضري بنسبة 3.77%، و من تأتي البرامج السياسية التي يفضلها الذكور بنسبة 8.16%، و فئة السن من 28-38 بنسبة 4.59%، و فئة العزاب و المتزوجين بنسبة 5.10%، و تقدر نسبة الجامعيين ب 4.08%، و نسبة المواطنين بدون عمل ب 4.59%، و المستوى الاجتماعي هو المستوى المتوسط بنسبة 6.63%، و نسبة شبه حضري هي اعلى نسبة ب 6.63%، و في الاخير تأتي البرامج الفكاھية التي تختارها الاناث بنسبة 7.89%، و فئة السن من 28-38 بنسبة 5.26% و فئة العزاب بنسبة 7.51%، و تقدر فئة الجامعيين بنسبة 6.76%، و نسبة المواطنين بدون عمل تقدر ب 4.13%، اما المستوى الاجتماعي فهو المستوى المتوسط بنسبة 6.39%، و في حين ان مكان الاقامة هو الحضري بنسبة 6.39%.

الجانب التطبيقية

التعليمية		الصحية		الطبخ		رياضية		دينية		برامج الأطفال		برامج أخرى	
%7.14	05	%6.25	07	%1.29	01	%7.76	10	%5.95	10	%3.89	03	ذكر	الجنس
%7.14	05	%8.03	09	%12.98	10	%5.82	14	%8.33	14	%10.38	08	أنثى	
%7.14	05	%5.35	06	/	/	%2.91	05	%2.97	05	%7.79	06	28-18	السن
%2.85	02	%5.35	06	%7.79	06	%5.33	09	%5.35	09	%6.49	05	38-28	
%1.42	01	%2.67	03	%3.89	03	%8.25	08	%4.76	08	/	/	48-38	
%2.85	02	%0.89	01	%2.59	02	%1.94	02	%1.19	02	/	/	48- فما فوق	
%8.57	06	%8.92	10	%5.19	04	%6.79	11	%6.54	11	%11.68	09	أعزب	الحالة الاجتماعية
%1.42	01	%4.46	05	%5.19	04	%3.39	08	%4.76	08	%2.59	02	متزوج	
%2.85	02	%0.89	01	%2.59	02	%1.94	03	%1.78	03	/	/	مطلق	
%1.42	01	/	/	%1.29	01	%1.45	02	%1.19	02	/	/	أرمل	
/	/	/	/	%2.59	02	%0.97	02	%1.19	02	%1.29	01	أمي	المستوى التعليمي
%2.85	02	%1.78	02	%2.59	02	%3.39	07	%2.38	04	/	/	ابتدائي	
%4.28	03	%3.57	04	%1.29	01	%3.39	07	%2.97	05	/	/	متوسط	
%1.42	01	%0.89	01	%2.59	02	%2.42	05	/	/	/	/	ثانوي	
%5.71	04	%8.03	09	%5.19	04	%3.39	07	%7.73	13	%12.98	10	جامعي	
/	/	%1.78	02	%7.79	06	%0.48	01	%2.97	05	%2.59	02	أساتذة	المهنة
%1.42	01	/	/	/	/	/	/	%1.19	02	%1.29	01	حلاق	
%1.42	01	%3.57	04	/	/	%1.94	04	%1.78	03	/	/	تاجر	
%2.85	02	/	/	/	/	%2.42	05	%1.19	02	/	/	سائق	
%1.42	01	%0.89	01	%5.19	04	/	/	%0.59	01	/	/	ماكثة بالبيت	
%5.71	04	%7.14	08	%1.29	01	%4.85	10	%3.57	06	%10.38	08	بدون عمل	
/	/	/	/	/	/	%1.94	04	%1.19	02	/	/	حرفي	
%1.42	01	%0.89	01	/	/	%1.94	04	%1.78	03	/	/	مقاعد	
/	/	%1.78	02	/	/	%2.91	06	%2.97	05	%1.29	01	مرتفع	
%8.57	06	%6.25	07	%5.19	04	%5.82	12	%5.95	10	%6.49	05	متوسط	الإجتماعي

الجانب التطبيقية

%5.71	04	%6.25	07	%9.09	07	%4.85	10	%5.35	09	%6.49	05	منخفض	مكان الإقامة
%7.14	05	%8.03	09	%5.19	04	%4.36	09	%7.14	12	%6.49	05	حضري	
%7.14	05	%4.46	05	%6.49	05	%2.91	06	%4.76	08	%6.49	05	شبه حضري	
/	/	%1.78	02	%2.59	02	%6.31	13	%2.38	04	%1.29	01	ريفي	
%100	70	%100	112	%100	77	%100	206	%100	168	%100	77	المجموع	

الجدول رقم 32 برامج أخرى

نلاحظ من خلال الجدول رقم (32) أن بعض المواطنين يفضلون بعض البرامج في اذاعة تيارات المحلية هي برامج الطبخ التي يختارها الاناث بنسبة 12.98%، و فئة السن من 28-38 بنسبة 7.79%، و فئة العزاب و المتزوجين بنسبة 5.19%، و تقدر فئة الجامعيين بنسبة 5.19%، و فئة الاساتذة تقدر نسبتهم ب 7.79%، و المستوى الاجتماعي هو المستوى المنخفض بنسبة 9.09%، و مكان الاقامة هو شبه حضري بنسبة 6.49%، و تليها برامج الاطفال التي يفضلها الاناث بنسبة 10.38%، و فئة السن من 18-28 بنسبة 7.79%، و فئة العزاب بنسبة 11.68%، و تقدر فئة الجامعيين بنسبة 12.98%، و نسبة المواطنين بدون عمل تقدر ب 10.38%، أما المستوى الاجتماعي هو المستوى

المتوسط و المنخفض بنسبة 6.49%، و مكان الإقامة هو الحضري و شبه حضري بنسبة 6.49%.

و من ثم تأتي البرامج الدينية التي يختارها ايضا الاناث بنسبة 8.33%، و فئة السن من 28-38 بنسبة 5.35%، و تعد فئة العزاب هي اعلى نسبة ب 6.54%، و تقدر فئة الجامعيين بنسبة 7.73%، و المواطنين بدون عمل بنسبة 3.57%، أما المستوى الاجتماعي هو المستوى المتوسط بنسبة 5.95%، و مكان الإقامة هو الحضري بنسبة 7.14%.

و من ثم تأتي البرامج الصحية التي يختارها الاناث بنسبة 8.03%، و فئة السن من 18-28 و من 28-38 بنسبة 5.35%، و فئة العزاب بنسبة 8.92%، و تقدر فئة الجامعيين بنسبة 8.03%، و المواطنين بدون عمل تقدر نسبتهم ب 7.14%، اما المستوى الاجتماعي فهو المستوى المتوسط و المنخفض بنسبة 6.25%، و مكان الإقامة هو الحضري بنسبة 8.03%، و تليها البرامج الرياضية التي يفضلها الذكور بنسبة 7.76%، و فئة السن من 38-48 هي اعلى نسبة ب 8.25%، و فئة العزاب بنسبة 6.79%، اما المستوى التعليمي

فهو المستوى الابتدائي و المتوسط و الجامعي بنسبة متساوية بينهم ب 3.39%، و نسبة المواطنين بدون عمل تقدر ب 4.85%، اما المستوى الاجتماعي فهو المستوى المتوسط بنسبة 5.82%، اما مكان الإقامة فهو الريف بنسبة 6.31%، و في الاخير برامج تعليمية هي متساوية بين الذكور و الاناث بنسبة 7.14%، و فئة السن من 18-28 بنسبة 7.14%، و فئة العزاب هي اعلى نسبة ب 8.57%، و تقدر فئة الجامعيين بنسبة 5.71%، و نسبة المواطنين بدون عمل تقدر ب 5.71%، و المستوى الاجتماعي هو المستوى المتوسط بنسبة 8.57%، و مكان الإقامة هو الحضري و شبه حضري بنسبة 7.14%.

الجانب التطبيقية

لا		نعم		أسباب أخرى	
%6.73	25	%5.16	17	ذكر	الجنس
%7.54	28	%9.11	30	أنثى	
%3.77	14	%4.25	14	28-18	السن
%5.39	20	%2.43	19	38-28	
%3.77	14	%1.82	08	48-38	
%1.34	05	%7.90	06	48- فما فوق	
%7.54	28	%7.90	26	أعزب	الحالة الاجتماعية
%4.04	15	%3.64	12	متزوج	
%1.61	06	%1.82	06	مطلق	
%1.07	04	%0.91	03	أرمل	
%0.80	03	%0.91	03	أمي	
%2.69	10	%2.43	08	ابتدائي	المستوى التعليمي
%2.42	09	%3.34	11	متوسط	
%1.07	04	%1.51	05	ثانوي	
%7.27	27	%6.07	20	جامعي	
%2.69	10	%1.82	06	أساتذة	المهنة
%0.53	02	%0.60	02	حلاق	
%2.42	09	%0.91	03	تاجر	
%1.07	04	%1.51	05	سائق	
%0.80	03	%1.21	04	ماكئة بالبيت	
%4.58	17	%6.07	20	بدون عمل	
%1.34	05	%0.30	01	حرفي	

الجانبي التطبيقية

%0.80	03	%1.82	06	متقاعد	
%2.15	08	%1.82	06	مرتفع	المستوى الاجتماعي
%5.39	20	%7.29	24	متوسط	
%6.73	25	%5.16	17	منخفض	
%5.92	22	%6.68	22	حضري	مكان الإقامة
%5.12	19	%4.55	15	شبه حضري	
%3.23	12	%3.03	10	ريفي	
%100	371	%100	329	المجموع	

الجدول رقم 33 اعتماد المواطنين على الإذاعة

نلاحظ من خلال الجدول رقم (33) أن اغلب المواطنين يعتمدون على إذاعة تيارت

كمصدر للأخبار السياسية و الوطنية بحيث تفضل الإناث التي نسبتهم تقدر بـ 9.11%، و

فئة السن من 28-38 بنسبة 5.77%، و تعد فئة العزاب هي أعلى نسبة بـ 7.90%، و
فئة الجامعيين بنسبة 6.07%، و نسبة المواطنين بدون عمل تقدر بـ 6.07%، أما المستوى
الاجتماعي فهو المستوى المتوسط بنسبة 7.29%، و مكان الإقامة هو الحضري بنسبة
6.68%، و من ثم بعض المواطنين لا يعتمدون على هذه الاذاعة كمصدر للأخبار بل
يعتمدون على مصادر اخرى مثل الصحف و التلفزيون هم الاناث بنسبة 7.54%، و فئة
السن من 28-38 بنسبة 5.39%، و تعد فئة العزاب هي اعلى نسبة بـ 7.54%، و تقدر
نسبة الجامعيين بـ 7.27%، بينما نسبة المواطنين بدون عمل هي اكبر نسبة بـ 4.58%،
و المستوى الاجتماعي فهو المستوى المنخفض بنسبة 6.73%، و مكان الإقامة هو
الحضري بنسبة 5.92%.

تمهيد:

تتميز الإذاعة كوسيلة إعلامية جماهيرية بالسرعة والفورية من مواقع الحدث، الاتساع من طرف التغطية الجغرافية على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي، واستخدام الموجة القصيرة والمتوسطة ولا توجد حواجز في بث هذه الموجات الإذاعية نظرا لتخطيها الحواجز الطبيعية والحدود السياسية. وجمهور الإذاعة عريض وغير متجانس بحيث أن المادة الإعلامية تناسب معظم أذواق الجماهير، ويمكن أيضا مخاطبة كل مستمع بلفتة.

1- تعريف الإذاعة:

أنها تلك الإذاعات التي توجه برامجها من دولة إلى أخرى أو منطقة أو يصل إرسالها إلى أنحاء العالم بلغات شعوب الدول التي تشهد فيها تلك الإذاعات ووفق للزمن الذي يوافق تلك الشعوب أي أن ما يبث من إرسال الصوت والموسيقى عبر حدود الدولة الواحدة إلى شعوب دولة أخرى تكون موجهة للغير وليس للجمهور المحلي¹.

الإذاعة من أوسع وسائل الإعلام انتشاراً، وأكثرها شعبية وجمهورها هو الجمهور العام بجميع مستوياته، فتستطيع الوصول إليه مختربة حواجز الأمية والعقبات الجغرافية والقيود السياسية التي تمنع بعض الوسائل الأخرى من الوصول إلى مجتمعاتها كما أنها لا تحتاج إلى تفرع تام.

¹ محمد هاشم الهاشمي، "الإعلام المعاصر وتقنياته الحديثة"، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2006، ص107.

وباستعمال الموسيقى والمؤثرات الصوتية يمكن تهيئة ذهن الجمهور لتلقي الرسالة الإعلامية وخلق الجو النفسي المناسب لتقبل الفكرة والافتتاح بها، إلا أنه يجب ألا يغيب عن الذهن أن فترات اليوم تختلف من حيث مناسبتها للموضوعات المختلفة فما يصح إذاعته في الصباح، ليصح في المساء وتمتاز إلى جانب ذلك بدفء الصوت البشري وتأثيره، وهذا يجعلها أكثر الوسائل قدرة على الاستهواء بالإضافة إلى الإحساس الجماعي الذي يتوفر في جمهورها مهما تباعدت الأماكن¹.

1-1- نشأة الإذاعة:

دراسة تاريخ الإذاعة يعطينا فكرة عن المشاكل التي تواجه الإذاعة، والجدير بالذكر أنها ما هي إلا أحد تطبيقات استخدام اللاسلكي، وقد جاء الراديو ضمن موجة الاختراعات في مجال الاتصال، وعند ظهور الإذاعة أو الراديو كانت معظم بلدان العالم تربطها أسلاك التلغراف كما استخدام اللاسلكي كوسيلة للاتصال بين السفن وبعضها في أعالي البحار وبينها وبين الشاطئ. وترتبط الإذاعة في مجال الاتصال بالجماهير باختراعين هما:

أولاً: الصحافة التي كانت توزع في جميع أنحاء العالم، والتلفزيون الذي ظهر كمنافس لها.

وينقسم دراسة تاريخ الإذاعة إلى ثلاث أقسام:

- دراسة ظهور اللاسلكي واستخدامه الأولى.

- استخدام اللاسلكي في البحرية.

¹ محمد منير حجاب، "وسائل الاتصال، نشأتها وتطورها"، دار النشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2008، ص 151.

- دراسة الإذاعة كفرع مستقبل عن اللاسلكي.

- دراسة ظهور اللاسلكي واستخداماته الأولى: أن فكرة اللاسلكي كأى اختراع آخر مرت بأذهان

علماء عديدين في مناطق مختلفة وفي أزمان متفاوتة ولقد ظهر نتيجة لاختراعات مورس وفاراداي

وكوك، وقد درس هؤلاء موضوع الكهرومغناطيسية، وطريقة انتشارها موجاتها وقد جاء من بعدهم

ماكسويل الذي تنبأ بإمكان انتشارها في الفضاء بسرعة الضوء 186 ألف ميل /ث¹. وكذلك

اكتشافه للموجات القصيرة عام 1888م بدور مهم

وجاء من بعده هيرتز الذي اكتشف وجود هذه الموجات وكانت نتائج هذه الاكتشافات معروفة

لعلماء العالم وجدير بالذكر أنه في الفترة ما بين 1895-1896، قام ثلاثة علماء هم ماركوس

وهو إيطالي، وجاكسون وهو انجليزي، وبولوف الروسي بإرسال الروسي بإرسال إشارات لا سلكية

على بعد بعض الأمتار وينسب هذا الاختراع إلى ماركوني لأنه أول من سجل سنة 1896م،

وعندما رفضت الحكومة الإيطالية شراء اختراعه ذهب إلى إنجلترا حيث اشترته الحكومة منه

واستمر في تجاربه إلى أن استطاع إرسال إشارات لا سلكية على بعد 34 في العام التالي

1897م، وقبل ذلك نجح المخترع

المجري تيفادور بوشكاش في نقل الصوت إلى عدد كبير من المستمعين: وبدأ أول بث لا سلكي

للجمهور في 15 فبراير 1893م في المجر، وقد كتبت الصحف المجرية في ذلك الوقت تقول: "لقد

¹ محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، ص 152.

ولدت الآن صحيفة الكلمة المسموعة" وكان اهتمام الجماهير بهذا الاختراع يتزايد بزيادة المسافة وبخاصيته كجهاز يسلي ويمتع وكان بمثابة الرفيق والصديق اللذان يلازمان أينما ذهبنا ويساعد على تحقيق التقارب والتفاهم بين الناس¹.

الاستخدام اللاسلكي في البحرية:

عرف العاملون في البحرية أهمية هذا الاختراع فبينما كان اللاسلكي يلقي على الأرض منافسة شديدة من التلغراف كان بلا منافس في البحار، وفعلا تم تجهيز السفن أطلانبك أهمية كبيرة على هذا الاختراع، فتكونت شركة ماركوني الإنجليزية التي ساعدت على إنشاء شركات في مختلف أنحاء العالم، وكان للشركة حق في تصنيع وتجهيز أجهزة الإرسال والاستقبال الخاصة باللاسلكي ولم يكن لها منافس لمدة طويلة إلى أن تكونت شركات أمريكية وألمانية أخرى منافسة.

ظهور الإذاعة كفرع مستقل عن اللاسلكي:

كان الاتصال بطريق اللاسلكي يتم إلى عام 1900م باستخدام إشارات مورس وبدأ استخدام الصوت بعد اختراع ألكسندرسون وافاستون لجهاز الإرسال، ثم اخترع لي دي فورست للصمام

¹ محمد منير حجاب، سبق ذكره، ص 153.

الكهربائي وبذلك تم نقل الأصوات بوضوح تام، وأول محطة راديو قدمت برنامجاً منتظماً كانت في بيت سبارج بولاية بنسلفانيا بالولايات المتحدة، وقد بدأت تذيع برامجها في 02 نوفمبر 1920م، ووافق افتتاحها إجراء الانتخابات على رئاسة الولايات المتحدة الأمريكية¹.

وتعتبر أول محطة إذاعة تجارية كاملة متخصصة، واشتمل البرنامج على أرقام نتائج الانتخابات كما تكهن بها هارنج كوكس وكانت أقرب إلى الحقيقة، وحصلت المحطة على النتيجة النهائية للانتخاب من مكتب بريد مدينة بيتسبرج، وكانت الصحف الأخرى مندمجة مباشرة بالإذاعة، منها صحيفة ديترويت نيوز، حيث بدأت في إذاعة الأخبار بانتظام منذ يوم 31 أوت 1920م في محطة تجريبية، أصبحت فيما بعد محطة إذاعة تجارية في 1921م، وأسّرت صحف أخرى بتأسيس محطات إذاعية منها: ميلودكي جورنال، وشيكاغو جورنال، لوس أنجلوس تايمز، ولويزيفيل كوريا جورنال وأطلانطا جورنال، ودلاس نيوز، كمحطات تمتلكها الصحف اليومية كما قدمت 97 صحيفة الأنباء على الهواء، وظن الناشرون أن إذاعة الأخبار حثت على زيادة بيع الصحف وأثبتت الأحداث التي أعقبت ذلك خطأ ظنهم.

وارتفع عدد محطات الإذاعة من 30 محطة في 1921م إلى 530 محطة منها 21 محطة من نيويورك إلى كاليفورنيا التي انضمت في مارس 1925م لتذيع تنصيب الرئيس كالفن كوليج².

¹ محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، ص 154.

² محمد منير حجاب، سبق ذكره، ص 155.

ويذكر خليل صابات أنه ما إن انقضت سنة 1924م حتى كان هناك محطة راديو على الأقل في كل دولة من دول العالم المتقدم وقفز عددها عام 1960م إلى أكثر من 7500 محطة¹.
تعمل على الهواء و80 مليون جهاز راديو للاستقبال AM وبحلول 1950م لأصبح في البلاد 2086 محطة إذاعة (إيه.أم) أجريت تجارب على تغيير طبقة الصوت (أف.أم) FM ابتداء من 1963م وقدمت هذه الإذاعة على الهواء 30 محطة في 1942 عندما جمدت الحرب الأنباء والتراخيص وفي سنوات ما بعد الحرب حصلت كثير من المحطات التي تستخدم تردد (أف.أم) في 1950م نحو 734 محطة وقليل من محطات (أف.أم) كانت تعمل مستقلة².

¹عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، "وسائل الإعلام، نشأتها تطورها آفاقها المستقبلية"، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 2008، ص 12.

² محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، ص 156.

2- ظهور الإذاعة المحلية في العالم:

يرتبط مفهوم الإذاعة المحلية بمفهوم المجتمع المحلي ولقد تعددت التعاريف حوله نذكر منها:
المجتمع المحلي هو عبارة عن مجتمع محدود العدد، فوق أرض محدودة المساحة يؤدي معظم أفرادها نشاطا اقتصاديا رئيسيا محددًا وقد يكون النشاط الرئيسي تجاريا فيصبح المجتمع تجاريا وقد يكون النشاط الرئيسي حرفيا وهكذا ينسب المجتمع إلى الحرفة أو النشاط الذي يمارسه معظم أفرادها والإذاعة المحلية هي الإذاعة التي تخدم مجتمعا محدودا ومتناسقا من الناحية الجغرافية والاجتماعية والاقتصادية ... مجتمعا له خصائص البيئة الاقتصادية والثقافية المتميزة على أن تحده حدود جغرافية حتى تشمله رفعة الإرسال المحلي، فالإذاعة المحلية كوسيلة اتصال جماهير مرتبطة أساسا بمجتمع خاص محدد العالم أو الظروف¹.

¹ منى سعيد الحديدي، سلوى إمام علي، مرجع سبق ذكره، ص 160-161.

والإذاعة المحلية هي لغة العصر ويؤكد على أن الاتجاه العالمي يتجه نحو نشر مثل هاته الإذاعات¹، وتؤكد محمد عمر نوال أن الإذاعات المحلية أضحت ثورة العصر نظرا لما لها من دور في تقديم خدمات².

عرف العالم تطورات باهرة في مجال التكنولوجيا الاتصال وهذا في النصف الثاني من القرن الماضي، تعددت الوسائل والمحطات على مستوى كل دولة، وهذا ما نتج عنه فكرة إنشاء الإذاعات المحلية المتخصصة في البث المحلي حسب المساحة المغطاة³.

ومن هنا نجد الإذاعة المحلية فرضت نفسها بشكل مذهل تنقل كل ما يجري على المستوى المحلي للأفراد وتلبية متطلباته من تثقيف توجيه، وإرشاد للجماهير وتسليية، وهنا تلقى نظرة وجيرة على نشأة الإذاعات المحلية في العالم:

ساهمت ح ع 2 مساهمة كبيرة في إبراز الدور السياسي الذي لعبته الإذاعة وخطورة استعمالها في الدعاية كوسيلة ناجحة أي أن الدول الغربية ساحة لإنشاء الإذاعة المحلية فنجد:

التجربة الفرنسية: وصل عدد الإذاعات المحلية إلى 100 بعد أن دخلت الشرعية إثر قانون 17 جانفي 1979 الذي قدم رخص بإنشاء محطات إذاعية وظهور التخصص في مجال الإعلام⁴.

¹ زهير إحدادن، "تاريخ الإذاعة والتلفزيون"، ديوان المطبوعات الجزائرية، د ط، 1984، ص 108.

² محمد عمر نوال، "الإذاعات الإقليمية دراسة نظرية ومقارنة"، دار الفكر العربي، القاهرة، د ط، 1993، ص 62.

³ عبد المجيد شكري، "الإذاعة المحلية، لغة العصر"، دار الفكر العربي، مصر، د ط، 1987، ص ص 21، 22.

⁴ رؤوف الباسطي، "رأي عن فعل المنشورات اتحاد إذاعة الدول العربية"، شركة فنون الرسم والنشر والصحافة، تونس، 1998، ص 77.

إن أول إرسال إذاعي في فرنسا قامت به (س ، ر ، ف ، S،T،F) في 26 نوفمبر 1921م ببرامج مذاعة على 50 كم، كما أرجع بعض المؤرخين نمو وتطور الإذاعة في فرنسا إلى تجارب الجيش التي كان يشرف عليها عام 1921 الجنرال فيري وكان مقرها ببرج إيفل، وبدأ إرسالها بانتظام منذ 1922م، ظهر الدور الخطير الذي لعبته في خدمة الدعاية وكانت هدفا عسكريا استراتيجيا ومع نهاية الحرب وضعت تحت نظام الاحتكار بقرار صدر في 10 نوفمبر 1944 وفي 23 مارس 1945 إلغاء كل الفرص الممنوحة وضمها إلى مؤسسة (ر،ت ، ف ، R،T،F)، وفي أحداث ماي 1986 اعتبر نقطة تحول فعلية مست الإعلام المحلي تحول إلى إعلام متخصص، ومعارضته لإعلام السلطة واعتبر بذلك إعلام عن حرب من طرف وسائل الإعلام العمومية¹.

¹ البير البيار أندري جاك تودستك، "تاريخ الإذاعة و التلفزة"، تر: محمد قدوش، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1984، ص 41.

التجربة الأمريكية:

عرفت هي الأخرى إنشاء الكثير من المحطات التي بلغ عددها سنة 1987م (8800) محطة منها ما كانت ذات طابع تجاري هدفها الترويج وحرصها زيادة المداخل المالية وهناك كانت تابعة لمنظمات ومؤسسات هدفها هو تطوير البحث العلمي وزيادة توعية المجتمع الأمريكي وتثقيفه، كانت البداية الأولى مع بداية القرن العشرين (20) خلال إنشاء المحطة الأولى بتسبورغ "Bugro ePets" المنتمية إلى ويسترن إلكترونيك ما نفلتريك في 02 نوفمبر 1912م، وفي 1922م بلغ عدد المحطات 451 محطة و578 محطة في 1925م، ومن هنا ظهر دور الإذاعة وتحولت في نظر الجمهور من وسيلة ترفيه إلى الاعتراف بدورها الكامل كوسيلة إخبارية هامة جدا، وقدمت هذه الإذاعة على الهواء 30 محطة في 1942م وكثير من محطات الراديو الخاصة في الولايات المتحدة الأمريكية تعمل بالتعاون، وبث برامج وأخبار تعدها شبكات إذاعية رئيسية هي: CBS، ABC، NBC، Mutal وأحيانا تكون محطات الراديو مملوكة لأي من هذه الشبكات¹.

¹ محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، ص 157.

في 1933م كان الرئيس الأمريكي فرانكلين روزفلت وهو أول رئيس دولة يستخدم الإذاعة بشكل مكثف في الدعاية السياسية وقد استطاع توظيف هذه الوسيلة ليبنى لنفسه صورة ذهنية ايجابية لدى الأمريكيين وكانت لغته الإذاعية سهلة وبسيطة ومفهومة من جانب الجماهير¹.

هذا يتعلق بالدول الغربية فماذا عن الدول العربية؟

التجربة المصرية: تعتبر مصر الرائدة والسبابة في الدول العربية إلى إنشاء محطات إذاعية ومن بينها إذاعة الإسكندرية المحلية التي أنشأت في 26 جوان 1945 وإذاعة العاصمة القاهرة التي دشنت في أول أبريل 1981 ثم إذاعة وسط دلتا من طنطا في 22 يوليو 1982 وإذاعة شمال الصعيد من ألمانيا في ماي 1983 إذاعة جنوب سناء في 23 أبريل 1985، وهناك محطات أخرى كمحطة شرق دلتا، إسماعيلية، الساحل الشمالي، جنوب صعيد البحر الأحمر، الوادي الحديـد وكانت اللغات هي الفرنسية، العربية والإنجليزية واختلفت ظهور الإذاعات من دولة إلى أخرى حسب ظروف كل منها مثلاً بدأت في الجزائر عام 1925، المغرب في 1928، تونس في 1935، سوريا 1941، السعودية 1949، الكويت 1951، الإمارات 1966، سلطنة عمان 1970، وهكذا نشأت الإذاعة في معظم الدول العربية بواسطة الاحتلال².

¹ محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، ص 158.

² حسن عماد المكاوي، عادل عبد الغفار، "الإذاعة في القرن الحادي والعشرين"، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط 1، 2008، ص 30.

الإذاعة المحلية في الجزائر، نشأتها، خصائصها، أهدافها:

3-1 نشأتها:

3-1-1 نشأة الإذاعة المحلية في الجزائر خلال الاستعمار:

عرفت الجزائر الراديو عام 1925م عندما قام أحد الفرنسيين بإنشاء محطة إرسال في قسنطينة تذاغ بالغة الفرنسية وأخرى بالغة العربية ثم تعاقب إنشاء المحطات عام 1942م في كل من وهران والجزائر العاصمة.

بعد نهاية الحرب العالمية الثانية كان الإرسال الإذاعي يغطي جزء كبير منها تحت الرقابة الفرنسية وذلك أنه استفاد منها في طمس الشخصية الجزائرية والقضاء على مقوماتها، أي أن ظهور الإذاعة تزامن مع ظهور الاستعمار في الجزائر.

كانت الإذاعة في تلك الفترة أواخر العشرينات من القرن 20 تابعة للحكومة الفرنسية تحت إشراف وزارة البريد حتى 1945م، ومن مميزات الإذاعة آنذاك:

لم تكن أداة إذاعية جماهيرية نل تابعة لاستعمالها من طرف المعمرين وشملت كل من قسنطينة، وهران، الجزائر فأما المناطق الداخلية لم تلقى اهتمام إلا لخدمة أغراضه كإذاعة البويرة،

توقرت، باتنة، بحيث يلخص فروتسفاتون Frantysanon مضمون الرسالة التي تحملها هذه الإذاعة في عبارة "فرنسيون يبحثون مع فرنسيين"¹.

رغم الدور الذي لعبته هذه الإذاعة في فترة الحرب العالمية الثانية وكانت بوجود الحكومة المؤقتة لمدينة الجزائر ولكن أثناء الفترة الاستثنائية، أصبح الإشراف للحاكم العام للجزائر الذي أسندت له مراقبة الحصص الموجهة للجزائريين، وقامت الحكومة الفرنسية بعدة إجراءات من بينها قناة ناطقة باللغة العربية سنة 1934م وكان يشرف عليها رئيس الحكومة وإدارة مستقلة لشؤون التسيير والشؤون الفنية يترأسها مجلس يدعى اللجنة الجزائرية للإذاعة. ويتكون هذا المجلس من 06 أعضاء 03 مسلمين 03 أوروبيين بإضافة إلى 06 شخصيات لهم اهتمام بالإذاعة و06 ممثلين من الموظفين والعمال التابعين للإذاعة.

صوت الجزائر الحرة عام 1956م:

في هذه السنة وصل صوت الراديو إلى الجزائريين لأنها في هذه الفترة بدأت توزع المنشورات أي كانت الحاجة إلى ما يدور حولهم كان يخاطبهم من أعلى الجبال عن أمجاد الثورة وتطوراتها، ولهذا زاد الاهتمام بإذاعة لأنها همزة وصل بين الشعب والثورة من خلال صوت الثورة الجزائرية، الذي كان ينبعث من بلدان مختلفة من الوطن العربي كتونس، القاهرة، دمشق، بغداد، المغرب، إلا أن التحول الحقيقي كان مع نهاية 1956م بعد الإعلان عن وجود إذاعة الجزائر الحرة ولجأت

¹ ماجي العلواني، عاطف العبد، "الأنظمة الإذاعية في الدول العربية"، القاهرة، د ط، 2003، ص 107.

فرنسا إلى حرب الموجات بعد تحديد طول الموجات الجزائرية حيث سيطرت ظاهرة التشويش على ساعات بث سماع صوت الجزائر¹.

الإذاعة بعد الاستقلال:

في 17 أوت 1962م أعلنت الهيئة التنفيذية المؤقتة بالاتفاق مع الجبهة التحرير بتكليف شخصية جزائرية وتعيين رئيس لتحرير البرامج المطاعة باللغة الفرنسية، هذا بدلا من العمال الفرنسيين الموجودين سابقا في المؤسسة الإذاعية.

وقامت بذلك السيطرة على مباني الإذاعة والتلفزيون وأعلن المذيع "هنا إذاعة وتلفزيون الجزائر" بعد ذلك ما كانت تسمى الإدارة المؤقتة للراديو والتلفزيون الفرنسي.

بعد استرجاع السيادة على التلفزيون والإذاعة في 28 أكتوبر 1962م أصبحت تعمل جاهدة على وضع نظام اشتراكي في الميدان الإعلامي كان هناك سببين في التوجيه السياسة الجزائرية في ميدان الإعلام:

-صادف استقلال الجزائر انتشار التلفزيون في العالم العربي واستخدام الراديو فبات من الأحسن الاعتناء بهذه التقنيات هذا ما قامت به السلطات الجزائرية.

-انتشار الأمية بنسبة كبيرة 80% بين الجزائريين وهو واقع موروث ومتميز وهذا يعني أن معظمهم لا يجيدون القراءة والكتابة ومطالعة الصحف هذا ما جعلهم يتقربون منهم عن طريق الإذاعة.

¹ ماجي العلواني، عاطف العبد، مرجع سبق ذكره، ص 109.

في الفاتح أوت 1963م تم إصدار قانون ينظم راديو الجزائر الذي اعتبرته عنصر فعالا في التنمية القومية وبناء المجتمع الجزائري وكنت الإذاعة تذاق بثلاث لغات هي العربية، الفرنسية، الأمازيغية.

وبعد ذلك الاستقلال مباشرة وخاصة في سنة 1966م¹ عملت السلطات الجزائرية لتقوية شبكات الراديو والتلفزيون وتمركزت هذه الجهود فيما يلي:

-**المنحة الحكومية:** بعد 1966م أنشأت الميزانية المخصصة للثقافة والإعلام بنسبة 70% من المجموع للإعانات ثم انخفضت إلى 67% سنة 1975م و64% سنة 1976م، وارتفعت 1987 لتصل إلى 79% إلى 159 مليون دينار فتبقى الإعانة الحكومية هي المورد الوحيد لمؤسسة الراديو.

-**توسيع شبكات الإرسال:** في 1966م أنشأت محطتان جديدتان للإرسال هما بعين البيضاء قرب قسنطينة والأخرى وهران، كانت تذيعان على الموجة المتوسطة 300 كيلو هرتز، وفي عام 1968م² ارتفعت هذه القوة إلى 6000 كيلو هرتز، وفي 1970 أنشأت محطة الموجة الطويلة قوتها 100 كيلوات، وهكذا أصبحت شبكات الإرسال تغطي جميع التراب الوطني وفي 1978م وصل صوت الإذاعة إلى الخارج وتعمل 24 ساعة باللغات الثلاثة.

¹ زهير احدادن، "مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال"، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، دط، سنة 1991م، ص 107.

² ألبير البيار اندري جاك تودستك، "تاريخ الإذاعة والتلفزة"، تر: محمد قدوش، مرجع سبق ذكره، ص 180.

-توفير أجهزة الاستقبال: وفرت الحكومة الجزائرية عدد كبيرا من أجهزة الراديو خصوصا نوع الترانزستور يعني جهاز واحد لأربعة أشخاص أو جهاز لكل عائلة لكل عائلة أو أكثر.

بعد القرار المتعلق بإعادة هيكلة المؤسسة الوطنية للإذاعة من ناحية الاستقلال المادي والمعنوي وظهرت التعددية الإعلامية، فأصبحت السلطة تنتظر إلى المجتمع الجزائري من منطلق تعدد الأفكار والآراء فوجب عليها البحث عن الوسيلة التي يمكن لكل جماعة التعبير عن رأيها هذا ما أكدته دستور فيفري 1989م أقر لأول مرة التعددية الفكرية والسياسية من خلال مواده (40 ، 39 ، 36 ، 35) مس هذا التغيير قطاع الإعلام الذي أخرجه من دائرة الاحتكاك وإقامة العديد من اللغات المحلية في العديد من ولايات الوطن بعدما اقتصر الإعلام على قنوات 4 فقط.

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

مع النمو الديمغرافي كان من الواجب إنشاء محطات محلية وهذا ما فعلته الجزائر ولقد خطت الجزائر خطوات عملاقة في مجال البث الإذاعي المحلي وأصبح لكل ولاية إذاعتها¹.

¹ قانون الإعلام الجزائري 03 أفريل 1990م.

الخصائص:

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

- وسيلة اتصال تخاطب حاسة السمع وجميع الطبقات الاجتماعية.

- تقدم خدمات هامة من خلال برامجها المتنوعة.

- إن الراديو يؤثر في أغلب الناس تأثيراً خاصاً ونعني به تأثير التوجيه الشخصي الذي ينقل إلى السامع عالماً من التفاهم غير منظور بشكل يوفر له خبرة خصوصية، كما أن الطبيعة الخاصة بالراديو كأداة مملوكة للسامع تجعل من هذا السامع يشعر وكأن الحديث موجه إليه وإحساس السامع بملكية وحده لحديث الراديو، يرجع إلى وضوح الصوت، حيث أن الراديو يقدم صورة صوتية واضحة ويمثل امتداد للقوى السمعية والصوتية عند الإنسان والصورة السمعية هي أول ما يربط بين أفراد المجتمع الإنساني.

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

- الإذاعة تحتفظ بالتأثير لدى فئة معينة من الجمهور.¹

¹ محمد جودت ناصر، "الدعاية والإعلان والعلاقات العامة"، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، ط 1، 2008، ص 26.

- إعداد البرامج الإذاعية يكون أكثر تنظيماً.
- كسر الحاجز النفسي القائم حول الإذاعة المحلية.
- أهمية هذه الإذاعات كسند إعلامي لا يمكن الاستغناء عنه في تلبية الحاجيات الإعلامية ذات الخصوصية المحلية.
- الرسالة المذاعة تكون أكثر فعالية من الرسائل الشفوية و تقويتها بمؤثرات موسيقية لإثارة إحساس المستمع.
- إن الإعلام الإذاعي يتميز بأن تأثيره يزداد عمقا و خطورة كلما كانت البيئة قليلة الحظ من الثقافية والتعليم وكذلك كلما انخفض المستوى الاقتصادي والمعيشي للإفراد وذلك نظرا لأن أجهزة الراديو تتوافر لدى الغالبية العظمى من البيوت، إذ لا يكاد أن يخلو منها مقهى أو مطعم أو باخرة أو سيارة أو قطار أو منزل.
- ولكن ما يؤخذ على هذه الوسيلة الإعلامية هو أن الراديو تلزم المستمع بتحديد وفئة وتجبره على هذا التحديد نظرا لأنه كثيرا ما تفوته فرصة الاستماع لبرنامج ما بسبب كونه مشغولا أثناء بث هذا البرنامج¹.

¹ محمد جودت ناصر، مرجع سبق ذكره، ص ص 26، 27.

3-3 أهداف إنشائها:

-تقديم خدمة إعلامية خاصة ومتخصصة لضرورة يتطلبها واقع الإقليم الذي تقام فيه.

-
- يستهدف تقديم خدمة لمشاريع إعلامية يرجى انجازها بالواقع من أجل تحقيق الارتباط الجماهيري بها وحسن الاستفادة من عطائها.
 - تنمية الوعي السياسي ودعم الانتماء الوطني وتغطية المناسبات الوطنية.
 - معالجة موضوعية للقضايا المجتمعة والقومية بما يحفز كل الطاقات للمساهمة في إيجاد الحلول لهذه القضايا.
 - الهدف الإستراتيجي لحشد الطاقات الإعلامية لتحقيق أهداف التنمية الشاملة والمتكاملة للمجتمع.
 - التعريف بالقضايا المجتمعية التي لها تأثير على تنمية المجتمع.
 - تقوم بنقل التراب وتعمل على الربط بين الدول الأخرى لتكوين علاقات حميمية.
 - التصدي للعادات والتقاليد التي هي ليست من جميع قيمهم ونشر المفاهيم والسلوكيات الجديدة، كالتغطية الواقعية المركزة لجوانب الحياة ذات الوضع المحلي الخاص¹.

¹- www.fepedia.com 4/4/2013.13h30

4- نماذج من الإذاعات المحلية في الجزائر:

في ظل قانون 1990م الذي خص مختلف وسائل الإعلام المكتوبة، المسموعة والمرئية وفي 1991م شرعت المؤسسة الوطنية الداخلية تهدف إلى فك العزلة الثقافية والإعلامية عن المناطق الداخلية والنائية أي كان هدفها إعلام الجماهير بأخر المستجدات والأخبار والأحداث المحلية.

-إذاعة البهجة:

دشنت بتاريخ 01 أكتوبر 1991م تبث برامجها على مدى 18 ساعة، ومددت ساعات بثها إلى ساعتين، برامجها غنائية في الغالب سلطت الضوء على مختلف الإنتاجات الفنية الداخلية و الخارجية تغطي عدة ولايات، الجزائر، المدية، البليدة، بومرداس، تيارت.

-إذاعة سطيف:

انطلقت في 10 أكتوبر 1992م على موجة FM 100.3 تغطي كل من برج بوعريبيج، سطيف، باتنة، المسيلة، وهي تعكس ثقافة الشرق الجزائري.

-إذاعة الساورة (بشار):

دشنت بتاريخ 20 أبريل 1991 وتغطي كل من بشار، إدرار، تندوف بواسطة إرسال قدره 100 كيلو واط وهي تحاول أن تعكس تقاليد منطقة عريقة بالجنوب الجزائري.

-إذاعة تيارت:

دشنت في 05/أكتوبر/1998م وهي تغطي كل من تيارت، غليزان، تسمسليت وهي على موجة

1.92.5FM

خلاصة:

كانت الإذاعة ولازالت من أهم وسائل الإعلام الأخرى في نقل الأخبار والأحداث وتوصيلها إلى جميع السكان متخطية حاجز الأهمية والحواجز الجغرافية وبذلك تستطيع الإذاعة الوصول إلى الأطفال وإلى الأقل تعليما والمتعلمين الذين يصعب الوصول إليهم من خلال وسائل الإعلام

¹- www.fepedie.com 11/04/2013- 13h00.

الأخرى، ولا تحتاج إلى أي مجهود من جانب المستمعين، فكثر من الناس ليس لديهم وقت للقراءة أو الإطلاع، فالإذاعة وسيلة سهلة تجعلهم على علم بما يحدث.

تمهيد الفصل الثاني:

أصبح الرأي العام قوة كبيرة في مجتمعنا الحالي وذلك نتيجة للأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية الراهنة والاهتمام بالرأي العام من أهم سمات المواطنين في المجتمع الحديث، كأفراد وكأعضاء في المجتمع ومسؤولين في خدمة معينة وبهذا نقول أن الرأي العام هو في الواقع نتيجة نقاش وجدال حول موضوع معين بين الأفراد والجماعات الصغيرة بتدبير وحرية وهو الرأي السائد بين أعضاء الجماعة حول قضية معينة تهتم تلك الجماعة.

1-تعريف الرأي العام:

عرف البيج BIGALI سنة 1956 الرأي العام في كتابه الرأي العام الحديث ،تعبير عن موضوع معين، يكون موضوع مناقشة من جماعة ما". وعرفه د.إبراهيم إمام علي الرأي العام في كتابه الإعلام والاتصال الجماهيري بأنه، «الفكرة السائدة بين جمهور من الناس، تربطهم مصلحة مشتركة، إزاء موقف من المواقف، أو تصرف من التصرفات أو مسألة من المسائل العامة التي تثير اهتمامهم، أو تتعلق بمصالحهم المشتركة»¹.

وفي هذا يذهب شابلن J.P Chaplin في قاموسه Dhctionary of Psychology إلى تعريف الرأي العام بأنه، «ذلك المنحى العام لرأي أو اتجاه الغالبية العظمى من الأفراد نحو قضية معينة أو مجموعة من القضايا»².

تعريف ماكينون Mackinon ،"حدد الرأي العام بأنه نوع من الاتفاق حول موضوع ما يشعر به الأشخاص المتميزين بخصائص معينة مثل الذكاء وحسن الخلق كما يتسم هذا الاتفاق أو الرأي العام بالانتشار والتدرج فيقتنع به معظم الناس تقريبا حتى ولو تباينوا في مستواهم التعليمي والثقافي.

¹ عواشة محمد حقيق، "الرأي العام بين الدعاية والإعلام"، الجامعة المفتوحة، الجماهيرية الليبية العربية، 1993، ص 18، 19.

² ناهد رمزي، "سوسيولوجيا السياسة"، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، ط1، 1991، ص 15.

تعريب دوب Doob للرأي العام بأنه، "عبارة عن اتجاه جماعة الناس نحو مشكلة معينة أو حادت معين، ولذا يتكون هذا التعريف من ثلاثة عناصر أساسية هي كلمة الاتجاه Attitede والجماعة Group والمشكلة Problem والتي يتكون منها الرأي العام عموماً"¹

تعريف مختار التهامي:

للرأي العام، "هو الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية في فترة معينة نحو قضية معينة أو أكثر يحدث حولها الجدل والنقاش وتمس مصالح هذه الأغلبية أو قيمها الإنسانية مسا مباشراً"².

- أن الرأي العام كما يفسره أكثر الكتاب الفرنسيون وضوحاً في تناول الموضوع هو "اتفاق الكثيرين من مواطني دولة ما أو غالبيتهم فيما يتصل بالأحكام التي يصل إليها كل فرد على حدة نتيجة لتدبره أو لمعرفته العملية لمسألة بعينها"³.

تعريف دافيد ترومان الرأي العام هو أراء مجموعة من الأفراد الذين يكونون الجمهور وإنما يتضمن فقط أراء هؤلاء المتصلين بالمسألة"⁴.

¹ عبد الله محمد عبد الرحمان "سوسيولوجيا الاتصال والإعلام"، النشأة التطورية والاتجاهات الحديثة والدراسات الميدانية، دار المعرفة الجامعية، بيروت، دط، 2006، ص ص 243، 244.

² مختار التهامي، عاطف عدلي العبد، راجية أحمد قنديل، "الرأي العام"، مركز جامعة القاهرة التعليم المفتوح، د ط، 2000، ص 23.

³ إسماعيل علي سعد، "الدعاية والرأي العام، دراسة في الاتصال الإنساني"، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، دط، 2005، ص 146.

⁴ محمد منير حجاب، "أساسيات الرأي العام"، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 1998، ص 15.

تعريف فلو أو لبورت، "الرأي العام بأنه تعبير مجموعة من الأفراد عن آرائهم في موقف معين إما من تلقاء أنفسهم أو بناء على دعوة توجه إليهم تعبيراً مؤيداً أو معارضاً لمسألة معينة أو شخص معين أو اقتراح ذي أهمية واسعة بحيث تكون نسبة المؤيدين أو المعارضين (في العدد) والدرجة اقتناعهم وثباتهم واستمرارهم كافية لاحتتمال ممارسة التأثير على اتخاذ إجراء معين بطريق مباشر أو غير مباشر اتجاه الموضوع الذين هم بصدده"¹.

¹ عاطف عدلي العبد عبيد، "مدخل إلى الاتصال والرأي العام الأسس النظرية والإسهامات العربية"، دار الفكر العربي، القاهرة، ط3، 1999، ص ص 104، 105.

1-1 نشأة الرأي العام:

ظهر مصطلح الرأي العام بصورة واضحة محددة خلال الربع الثاني من القرن العشرين، وإن كان استخدام هذا المصطلح لأول مرة يعود إلى عهد الثورة الفرنسية إلا أن تجربة النظم الفاشية والنازية، وما ارتبط بهذه النظم من وظائف للدعاية ومن أهمية كبرى لعمليات التأثير على الرأي العام الداخلي والخارجي، تعد نقطة هامة، وعلامة على بداية الاهتمام الجاد والدراسة العلمية للرأي العام.

وخلال تطور الفكر السياسي أثرت مفاهيم تقترب كثيرا وتختلط أحيانا بالرأي العام والاتجاهات السائدة في عهد الإغريق ونقل الأفكار والأخبار والأفكار والمعاني من خلال متخصصين احترفوا هذا العمل في عهد الرومان، وفي ظل سيطرة الكنيسة تبلور مفهوم الاتفاق الجماعي التام وهيمنة التقاليد والأعراف المتوارثة، إلى أن جاء ميكيافيلي ليعبر عن مفهوم صوت الشعب الذي اعتبره من صوت الله، وحاول جون لوك أن يوضح الأسس الأخلاقية والقانونية لمفهوم الرأي العام.

تؤكد علاقة الفكر السياسي بالرأي العام على حقيقتين رئيسيتين هما:

أولا الانتماء المشترك للعلوم السياسية، وهو الانتماء الذي لا يمنع ولا يقيد من العلاقات المتبادلة بين الرأي العام والعلوم الاجتماعية الأخرى، وهذا ثانيا، غموض ظاهرة الرأي العام وعدم قابليتها للتحديد الدقيق، وهذا الغموض يبرر لدى بعض الكتاب التشكيك في وجود الرأي العام أساسا خصوصا في حالات غياب الحريات الأساسية، ومقومات

الديمقراطية التي تكفل المناقشة، وازدهار الآراء المعارضة لرأي النخبة السياسية المهيمنة¹.

ويمر الرأي العام بمراحل وهي:

-مرحلة إدراك الفرد للمؤثرات الخارجية من سمع أو بصر، فهو يتلقى المؤثرات الخارجية عن طريق حواسه.

-نتيجة لذلك ينمي له رأيا فرديا ويحدد له رأيا فرديا ويحدد له موقفا مؤيدا أو معارضا حول موضوع ما.

- ولكونه فردا في مجموعة، فله رأيه الذي يشكله وفق مدى إدراكه له وتأثره بميوله واتجاهه، لذا يبدأ الصراع بين هذه الآراء ويبدأ النقاش ويدافع كل فرد عن رأيه وفي جعبته العديد من الحجج و البراهين.

- وبعدها تبدأ الآراء بتقارب تمهيدا لوحدة الرأي، فتتفي الجماعة رأيا تراه مثلا: رأيا مركزيا يمثل غالبية أعضاء الجماعة إليه².

¹ عبد الغفار رشاد القسبي، "الرأي العام والتحول الديمقراطي في عصر المعلومات"، مكتبة الآداب، القاهرة، ط1، 2004، ص 13.

² عبد الرزاق محمد الديلمي، "مدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال"، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2011، ص 158.

1-2 أنواع الرأي العام:

يجمع الباحثين على أن الرأي ينقسم إلى نوعين هما:

الرأي الفردي والرأي العام:

أولاً: الرأي الفردي: وينقسم بدوره إلى نوعين هما:

-الرأي الشخصي: وهو الرأي الذي يكونه الفرد لنفسه ويختلف باختلاف ثقافة الفرد

وخبرته ومدى تفاعله مع أفراد مجتمعه ويعتبر الرأي الشخصي هو القاعدة الضرورية

لتشكيل الرأي العام يصرح به الفرد دون خوف أو حرج، ويعبر عنه علانية.

- الرأي الخاص: وهو جزء من الرأي الشخصي يحتفظ به الفرد لنفسه، فلا يبوح به ولا

يعبر عنه لأحد خشية أن يتعرض للعقوبة أو الضرر، ويظهر أثره في الرأي العام عند

الاقتراع السري.

ثانياً الرأي العام: وتعدد تصنيفاته ومن أهمها:

-التقييم الكيفي: وفيه ينقسم الرأي العام إلى:

- الرأي العام المسيطر: وهو الرأي العام الفائد أو الرائد ويمثله القادة والزعماء والسياسة

والحكومات في أغلب الأحيان، وكل من يتحمل مسؤولية اتخاذ القرار، وعادة ما يؤثر هذا

الرأي في وسائل الاتصال ولا يتأثر بها.

- الرأي العام المثقف: وهو الرأي العام القارئ ويمثله جماعة المثقفين، وهي الطبقة على

الحوار والمناقشة والدراسة والإقناع.

ويتفاوت حجمها من مجتمع لآخر حسب درجة التعليم فيه ويتأثر هذا الرأي بدرجات متفاوتة بوسائل الاتصال ويؤثر فيها إلى حدها، بما يبيده من نقد وأراء ومناقشات.

- الرأي العام المنقاد: وهو الرأي العام المنساق برأي السواد الأعظم من الشعب ممن لا يستطيعون متابعة الاطلاع والبحث والمناقشة والدراسة، وما ينساق هذا الرأي وراء الرأي المسيطر والرأي المتفرد دون تفكير أو تدبير.

- التقييم الكمي:

- رأي الأغلبية وهو رأي ما يزيد على نصف الجماعة والمقصود بالأغلبية إلى جانب الأغلبية الفعالة ذات التأثير.

- رأي الأقلية وهو رأي ما يقل على نصف الجماعة، ويرى بعض الباحثين أن لهذا الرأي وزن كبير في الأمة داوم على الفاعلية، والعمل الجاد والمثابرة.

- الرأي الائتلافي وهو اختلاف وتوافق بعض الجماعات رغم اختلاف الاتجاهات إزاء مشكلة معينة، في وقت محدد وتحت ظروف معينة، وكثيرا ما حققت هذه الأقليات الفوز على الأغلبية.

- الرأي الساحق وهو عادة ما يكون نتيجة اندفاع وحماس الجماهير فتوافق أكثريتها الساحقة على مسائل كثيرة دون مناقشة أو دراسة أو اقتناع.

- التقسيم الزمني:

-الرأي العام اليومي: وهو الرأي العام المتقلب أو المتغير، تغذية الأحداث اليومية الجارية المتغيرة فيعيش عليها، ويرتبط بها ويشكل عادة من الأخبار والمعلومات القصيرة والصور التي تتلقفها وسائل الاتصال خاصة الصحف الإخبارية المثيرة التي تستغلها لزيادة عدد قرائها وعادة ما تؤثر الشائعات والمصالح الفردية المباشرة في هذا الرأي.

- الرأي العام المؤقت: يقوم هذا الرأي في وقت محدد على فكر جماعات أو منظمات أو أحزاب ذات أهداف محددة و ينتهي أما بزوال هذه الجماعات وأما بتحقيق أهدافها.

- التقسيم الجغرافي:

- الرأي المحلي: وهو المتواجد في شارع ما أو قرية أو مدينة أو منطقة أو ولاية أو محافظة.

- الرأي العام الوطني: وهو الرأي العام القومي، ويعني رأي مجموع سكان بلد معين تستند إليه السلطة القائمة.

- الرأي العام الإقليمي ويشمل رأي عدة أقاليم متجاورة جغرافيا أو متجانسة لغويا أو دينيا أو حضاريا في فترة معينة نحو قضية أو أكثر مصيرية يحتدم حولها النقاش والجدل، وتمس المصالح والقيم الإنسانية المشتركة مباشرة، ومن أمثلة الرأي: الرأي العام العربي، الرأي العام الإفريقي، الرأي العام الآسيوي.....الخ.

- الرأي العام العالمي: وهو رأي الشعوب لا رأي الحكومات حول قضايا مصيرية تهدد المجتمع الإنساني مثل الأسلحة النووية وسباق التسلح، والفقر والجوع والتمييز العنصري.....الخ¹.

التقسيم حسب التواجد:

-الرأي العام الظاهر وهو الرأي العام الصريح يعبر عن آراء الناس واتجاهاتهم في حرية دون خوف أو تردد، وعادة ما يقوم هذا الرأي في المجتمعات الديمقراطية الحقبة.
-الرأي العام الكامن: وهو الرأي العام الذي لم يظهر بوضوح ولم يعبر عنه بصراحة وإيجابية، يقوم عادة في مجتمعات الحكم الدكتاتوري ويتحول هذا الرأي إلى رأي عام ظاهر عندما تشتد الحاجة بال جماهير وتطول مدة الاحتمال، وعندما ترفع العوائق والقوانين الاجتماعية التي كانت تحول دون التعبير عنه.

التقسيم حسب التواجد:

- رأي عام موجود بالفعل وهو الرأي العام الموجود نتيجة لتواجد الأحداث والوقائع والمشاكل وتظهر آثاره في تعليقات ومناقشات دوائر الرأي العام.
- رأي عام متوقع وجوده: وهو لم يكن موجودا أصلا ولكن يتوقع وجوده عند حدوث بعض المشاكل أو الأحداث أو الوقائع فمثلا لو ألغيت مباريات كرة قدم لموسم الصيف

¹ عواشة محمد حقيق، مرجع سبق ذكره، ص ص 24، 25.

على سبيل المثال فإنه من المتوقع وجوده بين الشباب ضد هذا الإلغاء وتلعب مراكز
بحوث الرأي العام المتوقع¹.

¹ عواشة محمد حقيق، مرجع سبق ذكره، ص 26.

1-3- خصائص الرأي العام:

يعتبر الرأي العام عملية اجتماعية تحدث بصورة ظاهرة ومؤقتة، حسب نوعية وجود المشكلات والقضايا وظهورها أو اختفائها، ولقد ظهرت محاولات كثيرة لتحليل أهم السمات العامة والخصائص التي يتميز بها الرأي العام، سواء أكانت هذه الخصائص ايجابية أم سلبية من ناحية أخرى كشف تحليل التراث العلمي للرأي العام كظاهرة اتصالية عن وجود الكثير من التباين والتماثل والاختلاف بين الرأي العام في كل من الدول المتقدمة والنامية، وذلك حسب نوعية الظروف الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية والحضارية، التي توجد داخل هذه المجتمعات وتلعب دورا أساسيا في تشكيل الرأي العام وتكوينه وهذا ما نشير إليه فيما يلي.

أولا: خصائص الرأي العام الايجابية"العامة": ويمكن فيما يلي أن نوضح أهم الخصائص

العامة للرأي العام بصورة موجزة:

- يتميز الرأي العام بنوع من السكون وعدم الظهور، إلا عندما تظهر مشكلة أو قضية

معينة ويحدث نوع من الإحساس الجماهيري بأهمية مناقشته وتحليله.

- تمثل عملية ظهور الرأي العام نوع من التعبير عن آراء الجماهير، لمحاولة للتخفيف

من مظاهر الرأي الفردي والجماعي، اتجاه الآثار السلبية الناتجة عن استمرارية وجود هذه

المشكلة أو القضية.

- تبرز أهمية الرأي العام لغير الوجود عندما تظهر نوع من الدوافع والحاجات والمتطلبات الفردية لدى الجماهير بأمية التعبير عن وجود مشكلة والسعي لمناقشتها ودراستها وتحليلها بصورة جماعية¹.

- تشكل القيادات والزعامة خاصة هامة بالنسبة لتكوين الرأي العام وتحديد اتجاهاته، وإبراز فاعليته والعمل على تنظيمه بصورة تجعل من الرأي العام قوة خارجية لحل المشكلة أو القضية، التي يكون من أجلها الرأي العام.

ثانيا: الخصائص السلبية للرأي العام:

كما قد تظهر العديد من نقاط الضعف أو ما يمكن وصفه بالخصائص السلبية للرأي العام ومن أمثلتها:

- يكون الرأي العام سلبيا إذا حدث صراع جماهيري متساوي بينهما حول طبيعة المشكلة أو القضية، ويعكس هذا الصراع وجهات النظر المؤيدة والمعارضة.
- في حالة وجود صراع بين عناصر جماهير الرأي العام يتفوق العنصر الأكثر تنظيما و تأثيرا لما يضعف الروح العامة للجماعة أو الفئة أو الطبقة الاجتماعية ككل.
- يتعرض الرأي العام نتيجة للانهايار بسرعة إذا لم يكن قويا خاصة وإن ضعفت قوة الرأي العام تنهار بعد اختفاء المشكلة أو الظاهرة.

¹ عبد الله محمد عبد الرحمان، مرجع سبق ذكره، ص ص 252، 256.

- قد ينشأ الرأي العم نتيجة شحنة عاطفية وانفعالية بعيدة عن الواقع أو الوقوف على جانب المشكلة أو القضية بصورة موضوعية من جانب الأفراد والجمهير. تتطلب عملية وجود رأي عام محلي أو إقليمي وعالمي قوي مشاركة قوية بين الجماهير في العادات والتقاليد والمعتقدات الدينية والثقافية والمصالح الاقتصادية والسياسية والأمنية وهذا ما يتعذر تحقيقه في الواقع¹.

ثالثاً: خصائص الرأي العام في الدول المتقدمة و النامية:

بالإضافة إلى مجموعة الخصائص العامة المميزة للرأي العام، وأيضاً نقاط الضعف أو الخصائص السلبية له، توجد بعض التحليلات التي تسعى للتمييز بين الرأي العام في المجتمعات المتقدمة والنامية ويمكن الإشارة إليها بصورة موجزة كما يلي:

خصائص الرأي العام في الدول المتقدمة:

- الرأي العام متغير، يقوم على معلومات وعمليات التحليل والدراسة والإقناع.
- وجود نوع من الدينامكية والتعبير وحرية الرأي المستمر.
- الرأي العام متسامح.
- الرأي العام يعتمد على التخطيط.
- يقوم الرأي العام على الديمقراطية.

¹ عبد الله محمد عبد الرحمان مرجع سبق ذكره، ص 257

- يتم تشكيله بواسطة المؤسسات والأحزاب، ووسائل الاتصال الجماهيري وجماعات الضغط.

- يتسم الرأي العام بالحرية النسبية.

خصائص الرأي العام في الدول النامية:

- الرأي العام غير الناضج، نظرا لعوامل الجهل، ونقص المعلومات والحرية.

- الرأي العام ثابت نسبيا ويتسم بالجمود.

- الرأي العام غير متسامح وانفعالي.

- الرأي العام يظهر بدون تخطيط.

- الرأي العام موجه بصورة تسلطية.

- يتكون الرأي العام من خلال شبكات العلاقات الاجتماعية مع وجود تأكيد واضح للمعتقدات والدين.

- الرأي العام لا يتسم بالحرية النسبية.¹

¹ عبد الله محمد عبد الرحمن مرجع سبق ذكره، ص 258.

2-تقسيمات الرأي العام:

هناك تقسيمات كثيرة للرأي العام:

- هناك تقسيمات كثيرة للرأي العام، فيذهب بعض الباحثين مثلا إلى تقسيمه حسب إثارة الاتجاهات أم عدم إثارتها أو حسب مدى استمراره، أو حسب مدى درجة نشاطه ومشاركته، أو حسب مدى تأثيره بوسائل الدعاية أو غير ذلك من الزوايا التي ينظر منها الباحث إلى الرأي العام ويمكن أن نتناول هذه التقسيمات بشيء من التفصيل كما يلي:

الرأي العام المرتبط بإثارة الاتجاهات أو عدم إثارتها:

ويشتمل هذا التقسيم الرأي العام الفعلي والرأي العام الكامن ويشرح دوب Doob ذلك بقوله، عندما تكون هناك ردود فعل بالنسبة لقضية معينة فإن الرأي العام في هذه الحالة يمكن أن يكون خارجيا أو داخليا (أي معبر أو غير معبر عنه) كما أنه يكون رأيا عاما فعليا.

وعلى ذلك فالرأي العام الفعلي يدل على أن الاتجاهات قد أثرت وأن لها بعض أنواع التأثير على السلوك الداخلي والخارجي.

ومع ذلك فيمكن أن نتوقع في كثير من الأحيان، وجود رأي عام قبل ظهور قضية معينة ومن هناك جاء مصطلح الرأي العام للدلالة على أن هناك اتجاهات لم تتبلور بعد حيال قضية معينة أو أنه لم *public opinion latent* العام الكامن.

يحدث ما يشير هذه الاتجاهات، وعلى سبيل المثال فالرأي العام خلال فترة السلام يظل رأياً عاماً كامناً أما بالنسبة للحرب لأن قضية القتال ليست أمام أعين الناس بصفة مباشرة، وذلك في الوقت الذي يكون لدى الناس وبصفة مستمرة اتجاهات يمكن أن تثار عند حدوث نزاع معين، خصوصاً إذا كان مصحوباً بالدعاية.

الرأي العام حسب مدى استمراره:

ويذهب أميل دوفيفات Emile Dovifat مدير معهد الصحافة بجامعة برلين إلى هناك

للرأي العام أنواع ثلاثة:

-الرأي العام الكلي الذي يرتكز على قاعدة تاريخية وثقافية ودينية ويشترك فيه كل

الأفراد الجماعة، ويمتاز بالاستقرار والثبات جيلاً من بعد جيل، ولا تؤثر فيه الحوادث

الجارية أو الظروف الطارئة إلا نادراً وهو كما نرى يطابق الاتجاه العام.

- الرأي العام المؤقت وتمثله الأحزاب السياسية والهيئات ذات الأهداف البرامج المحددة

ومتى انتهت هذه الأحزاب أو الهيئات انتهى هذا النوع من الرأي العام.

- الرأي العام اليومي ويمثل الفكرة اليومية التي يعتنقها معظم أفراد الجماعة نتيجة

لحدث مفاجئ أو كارثة حلت بالجماعة أو حدث سياسي خطير، وهذا النوع من الرأي

العام متقلب من يوم إلى آخر، وتغذية بصفة خاصة الأحداث السياسية الجارية

والمناقشات البرلمانية والأعمال الحكومية.¹

¹ أحمد بدر، "الرأي العام، طبيعته وتكوينه، وقياسه ودوره في السياسة العامة"، مرجع سبق ذكره، ص 80.

وفي رأي دوفيفات أن الصحافة الإخبارية المثيرة Nerospapers sensational تعيش على الرأي العام اليومي، فهي تتلقف الأحداث اليومية الهامة وتجعل منها عناوين الضخمة بغرض الصحيفة (مانشيت) لجذب وإثارة انتباههم، الصحافة الحزبية فهي تختار من مادة الرأي العام اليومي ما يلاءم دعوتها السياسية، ويؤيد فكرتها السياسية لتعزيز رأيها، للوصول إلى الهدف وتستعين على ذلك بصيغة تلونها الحزبي وتحريره.

الرأي العام حسب نشاطه ومشاركته في السياسة العامة:

ويرتكز هذا التقسيم في الرأي العام السلبي والرأي العام الإيجابي أي أن هناك قطاعا عريضا من الجمهور يمكن أن يسمى بالقطاع السلبي Passive وهو القطاع الذي لا يكون لرأيه أهمية خاصة في السياسة العامة واهتمامه محصورا مثلا في الإدلاء بصوته في الانتخابات حين يدعى إليها وهذا القطاع يتلقى وجهات نظر خاصة بالأدوار العامة وينشرها ولكنه لا ينشئ هذه الآراء ولا يبار بها.

وهناك قطاع آخر يمكن أن يسمى نفسه بالقطاع النشط Activ وهو الذي يشغل نفسه بالقضايا ذات الصبغة العامة وهو الذي يرى نفسه طموحا وقادر على القيادة وأفراد هذا القطاع، سواء كانوا رجال دولة أو صحفيين أو محاضرين أو غير ذلك يحسون بأن لهم حكما أو رأيا في المسائل العامة الجارية، ولهم خلفية نظرية أو فكرية يصدر عنهم في

أرائهم Political theory or doctrine هذا بالإضافة إلى أن لهم دافعا أكبر من المواطن العادي من أجل الوصول بالجماعة وبالاتفاق معها أو بقيادتها إلى هدف معين¹.

الرأي العام من حيث مدى تأثيره وتأثره بوسائل الدعاية.

- الرأي العام النابه أو القائد:

في الأمة وهم بالضرورة قلة تستطيع فهم حقائق الأمور وتستطيع تفسيرها للجمهور و opinion leaders ويمثله قادة الرأي هذه الصفوة لا تتأثر بوسائل الإعلام المختلفة كل هي التي تؤثر في تلك الوسائل بأفكارها وآرائها.

- الرأي العام المثقف:

وهؤلاء يمثلون قطاعا وسطا بين قادة الرأي ومنشئيه وبين الأكثرية الساحقة التي تصدق كل ما تذكره وسائل الإعلام فالرأي العام المثقف يتأثر بوسائل الإعلام فالرأي العام المثقف يتأثر بوسائل الإعلام وقد يؤثر فيها بقدر محدود، وتتفاوت نسبة هذا الرأي في كل أمة تبعا لدرجة تطورها.

- الرأي العام المنساق:

وهذا النوع يكون الأكثرية في معظم الدول وهو الذي لا يهتم بالمسائل العامة إلا إذا دعي للانتخابات مثلا، وهو يصدق كل ما يقال في الإذاعة المسموعة أو المرئية أو الصحافة، وهو حين يناقش في آرائه، فيرد عفويا "أن هذه الآراء أو المعلومات منشورة في

¹ أحمد بدر، "الرأي العام، طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة"، مرجع سبق ذكره، ص 81.

الصحيفة It is written in the paper أي أن هذا القطاع يتأثر بكل ما ينشر بالصحيفة أو غيرها من وسائل الإعلام دون محاولة التعليل أو التفسير أو التدليل وهم أشبه بالقطيع يسوقه الرأي العام النابه أو القائد ويعتبر مادة دسمة لاستغلاله بواسطة الزعماء السياسيين وأعوانهم من خبراء الدعاية.¹

¹ أحمد بدر "الرأي العام طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة"، مرجع سبق ذكره، ص ص 82، 83.

3- طرق قياس الرأي العام:

إن الاهتمام بقياس الرأي العام يعود إلى أوائل القرن التاسع عشر حوالي عام 1924م حين كانت بعض الصحف وغيرها من المؤسسات التي تهتم بالتجارة والتسويق، فهو صافي الولايات المتحدة الأمريكية تحاول التعرف على الرأي العام عن طريق عمل، ولكن الطرق المتبعة في ذلك الوقت كانت طرق ينقصها straw polls مقابلات واستفتاءات فيما كان يسمى بالافتراء الأولى التيقن والدقة.

يمكن تقسيم بحوث الرأي العام إلى عدة أنواع رئيسية مع تأكيد على أهمية كل نوع منها وتكامله مع الأنواع الأخرى:

- استطلاع الرأي العام:

وهو النوع الأولى من البحوث يستهدف التعرف السريع والفوري للرأي العام حول قضية أو قضايا معينة في مجال أو عدة مجالات سواء كانت سياسية أو اقتصادية أم اجتماعية واستطلاع الرأي ما هو إلا وصف تلخيصي للرأي العام وتعتبر أكثر عوامل الوصف شيوعا في الاستخدام وذكر نسبة الأفراد المفضلين لاقتراح ما مرشح معين عند ما تواجههم أسئلة من نوعية "هل تؤيد أم تعارض"

وعلى أية حال، لا تمثل نسبة المستحبين لاستطلاع ما، المؤيدون لسياسة أو مرشح ما ألا مظهرا واحدا فقط للرأي العام، حيث يعتبر الاتجاه نحو التأييد أو

المعارضة، بعداً" واحدا فقط من أبعاد الرأي على مستوى الفردي، وهناك متغيرات أخرى كثيرة يمكن ملاحظتها أيضا من خلال أبحاث الاستطلاع.

فهناك عدة مقاييس يمكنها وصف الآراء الفردية ليس فقط اتجاهات للتأييد أو المعارضة ولكن أيضا تأييدا للمعلومات، والقوة والثبات والأهمية وما إلى ذلك، ويمكن استخدام هذه البيانات في أبحاث الرأي العام لدراسة الطرق التي تتطور بها الآراء وتتغير على المستوى الفردي ووصف آراء التجمعات والتغيرات بمرور الزمن وتعتمد الدراسات التجريبية الجماعية للرأي العام على أي من هذه¹ التصنيفات والأبعاد التحليلية شريطة أن يتم اختيار الاستطلاع المناسب، فيمكن تحليل التوازن في التأييد جماعة ما، أما بالنسبة لجانبي قضية معينة ليس فقط فيما بالمعدلات النسبية المعبرة عن التأييد أو المعارضة لعروض معينة، ولكن فيما يتعلق أيضا بالمستويات المقارنة لقوى الرأي وحقيقة ومعدلات النشاط السياسي الملاحظة على كل جانب من جانبي القضية.

وقد أثرت تساؤلات كثيرة حول الفرق بين المسوحات والاستطلاعات حيث يوجد عديد من أنواع المسوحات التي تغطي مجموعة عريضة من الموضوعات ذات الصلة بمواقف الأفراد وآرائهم وعاداتهم الشخصية وخصائصهم وسلوكهم ومعرفتهم وخياراتهم.

¹ جمال مجاهد، "الرأي العام وقياسه: الأسس النظرية والمنهجية"، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، د ط، 2006، ص 90.

واستطلاعات الرأي نوع من البحوث المسوحات، في حين أن كل مسح لا يعتبر بحثاً للرأي العام، إلا أن معظمها يكون ذا صلة لذلك فاستطلاع الرأي العام هو نوع من المسوحات ولا يوجد إلا فرق ضئيل بينهما.

وقد حاولت كاترين مارش Cathrine Marsk التفرقة بين المسوحات واستطلاعات الرأي اعتماداً على وظائف Functions كل منهما وليس اعتماداً على أي أساس تقني أو منهجي، فالمسح في رأيها يتم القيام به، لا فضل فهم شيء ما، أما الاستطلاع فهو جزء من العملية الديمقراطية ومردود على ذلك بأن الاستطلاع قد يكون لا فضل فهم لشيء ما والمسح يمكن أن يكون جزءاً من العملية الديمقراطية، كما افترضت أنه إذا تم تجاهل نتائج المسوحات فإنه لا يحدث شيء، ولكن إذا تم تجاهل نتائج الاستطلاع فإن بعض السياسيين سوف يدفعون الثمن وهذا الرأي مردود عليه أيضاً بأن المسح الجيد والمعلن عنه جيداً يمكن أن يكون موجهاً أيضاً للناس وقد ذهبت مارش إلى أن هناك بعض الخصائص التوضيحية للمسوحات والاستطلاعات فوظيفة كل منهما هي جمع المعلومات الواضحة من أجل هدف أبعد نوعاً ما وهذا يتم من خلال إلقاء بعض الأسئلة المرغوبة، يعتمد على الطرق المثبتة لاختيار العينة وهذه الطرق تحكم بقوانين رياضية عن الاحتمالية للتأكد من أن كل فرد في التعداد الموجود قد تم دراسته باعتباره جزءاً من العينة الممثلة.

الاستفتاء و الانتخاب:

تعتبر الاستفتاءات والانتخابات في جوهرها تعبيراً كلياً عن الرأي العام إزاء قضية حيوية، وينطلق هذا التعبير الدوري أو الطارئ من جمهور عريض يتكون من جميع المقيدين في جداول الانتخاب الذين يشاركون في الانتخاب أو الاستفتاء، ممارسين بذلك حقهم الدستوري، ويأتي تحليل النتائج معتمداً على قياس تحكمه الضوابط القانونية والضمانات الدستورية، ولكن هذه النتائج يعتبر في الوقت نفسه قراراً سياسياً تتخذه القاعدة العريضة للبناء لسياسي، ولا تدعي إلى اتخاذه إلا في مناسبات قليلة نص عليها الدستور¹.

وعلى الرغم من الاقتراب الشديد بين الاستطلاع والاستفتاء، إلا أن التمييز بينهما أمر أساسي ويزيل كثيراً من سوء الفهم، فمثلاً نجد أن وظيفة التصويت لا تقوم على الإعراب عن الآراء، فمهمته في الدرجة الأولى كما ذكر دوبريال تزويد الحكومة بالسلطة الضرورية لفرض قوة الدولة، فهو أساس السلطة، والغاية منه تعيين الأشخاص الذين يعهد إليهم تسيير الأعمال باسم الجماعة، فالتصويت عمل يتم في سبيل عمل، أما وظيفة الاستطلاع فهي خلاف ذلك تماماً، وتتمثل في التعريف بالرأي العام خارج الانتخابات وإتاحة الفرصة للمسؤولين لكي يحسبوا له حساباً ولكنه في الوقت نفسه لا يملئ عليهم سلوكهم، كما أن نتائج الاستطلاع لا تمنع تفويضاً لأحد.

¹ جمال مجاهد، نفس المرجع السابق، ص ص 91، 92.

وهناك أيضا فوارق أخرى بين الاستطلاع والاستفتاء فالتصويت غير قادر بذاته على التعريف بالرأي العام والأحزاب والمرشحون الذين يلتصقون الأصوات مضطرون إلى تبسيطات واسعة، فالناخبون يدلون بأصواتهم حول اتجاه عام دون أن يوافقوا على المجموع، كما أن الانتخابات والاستفتاء، فضلا عن ذلك ورغم صلتها الوثيقة بالرأي العام يشكلان عملية إجرائية محددة الهدف، تنتهي مهمتها بظهور النتيجة لتبدأ عمليات إجرائية أخرى ليس من بينها متابعة القياس.¹

تحليل المضمون:

يعرف برلسون Berelson تحليل المضمون بأنه أسلوب للبحث يتوفى وصف المضمون الواضح للاتصال وصفا موضوعيا، ومنظما وكميا وقد نشأ أسلوب تحليل المضمون باعتباره أداة بحثية استجابة للمطالب العلمية العديدة في مجال التعامل مع الوثائق الاتصالية وهي الوثائق التي تتضمن المواد المقروءة أو المسموعة أو المرئية من خلال وسائل الاتصال الجمعي التي تمثل جسرا رمزيا بين مرسل ومستقبل أو مستقبلين. وقياس الرأي عن طريق تحليل المواد الإعلامية عملية مكلفة وتحتاج إلى مجهود كبير، ولهذا ينصح هولستي بعدم اللجوء إلى منهج تحليل المضمون إلا بعد التأكد من أنه لا توجد وسيلة أخرى أقل عناء وأقل تكلفة، كما حذر ألبرت من خطورة الاعتقاد الخاطئ بأن الآراء التي تظهر في الصحافة هي الرأي العام، ولكنه اعترف بأن التقارير الصحفية

¹ جمال مجاهد، نفس المرجع السابق، ص 93 .

والمتابعة الإخبارية للرأي العام يمكن أن تصبح مدعمة لذاتها، فليس هناك خلط في المفاهيم بين وجهات النظر التي تقدمها وسائل الإعلام وتلك التي يعتنقها جمهورها ولكن هناك أسباب قوية للشك بأن الأولى تلعب دورا هاما في تشكيل الثانية وقد حاول فان Fan دراسة العلاقة بين رأي الجمهور الذي يظهر من خلال الاقتراعات والاتجاهات العامة في مضمون وسائل الإعلام ولتحقيق ذلك طور نموذجا فعالا للتنبؤ بنتائج اقتراح الحملة الانتخابية من خلال تحليل مضمون التقارير الإخبارية لووكالة الأسوشيتدبرس عن طريق تقدير الرسائل الايجابية والسلبية عن المرشحين وقد أتاح هذا النموذج توقعات دقيقة جدا وصائبة عن نتائج الاقتراعات.¹

وعند تحليل المضمون فإن الباحث يضع في اعتباره مدى انتشار الوسيلة الإعلامية ودرجة تأثيرها في مستمعيها أو قرائها ثم يقوم الباحث بعد التحليل بعمل جداول تدرج فيها البيانات ثم يتبعها بوصف دقيق لروح المادة الإعلامية ثم يقوم بعمل اختبارات للثبات والصدق للتأكد من صدق وصحة بياناته.²

المقابلات المتعمقة Depth interviewing

¹ جمال مجاهد، نفس المرجع السابق، ص ص 94، 95.

² محمد نصر مهنا، "مدخل إلى الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، في عالم متغير" مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، ط 2، 2007، ص 133.

يستخدم الباحثون بالإضافة إلى الأشكال السابقة طرقاً أخرى أقل تنظيماً منها، المقابلات المتعمقة وهي طريقة تعتمد على إجراء محاورات أثر مرونة وذلك بترك تحديد الإجابات والأسئلة للمستجيب في الغالب، وقد استخدمت هذه الطريقة في الدراسات المبكرة عن تأثير وسائل الإعلام، وتهدف هذه المقابلات أساساً إلى استخراج أفكار جديدة وافتراسات غير مسبقة، والتي كانت تخضع بعد ذلك للاختبار من خلال طرق محددة .

الجماعات المحورية focus groupe :

تعتبر أبحاث الجماعات المحورية شائعة بوجه خاص في دراسات سلوكيات المستهلك ومواقفه، كما أنها تطبق في بعض الأحيان في أبحاث الرأي العام، ومن خلالها يتم تجميع مجموعات من الناس سوياً لمناقشة موضوع معين، وتسجل تفاعلاتهم وتدرس وعلى الرغم من أن هذه الوسيلة تضحى بالتمثيل النموذجي لعينة الاستطلاع، إلا أن الأسئلة غير محددة الإجابة للجماعات المحورية يمكنها أن تساعد الدارس على فهم عملية التفكير المستخدمة للتوصل إلى الآراء، ويتم تحقيق ذلك بملاحظة محادثات مجموعة من الزملاء تركز على موضوع مستحوذ على الاهتمام العامة وموجهاً بواسطة أحد الأشخاص ثم يتم تحليل البيانات المكتوبة عن تلك المحادثات وتفسيرها من قبل المحللين لمعرفة أي من عناصر المناقشة أصبح جزءاً من اهتمام العام.¹

4- أثر وسائل الإعلام على الرأي العام، ووسائل التأثير في الرأي العام:

¹ جمال المجاهد، مرجع سبق ذكره، ص 96 .

اهتم كثير من المختصين في مجال الرأي العام ووسائل الاتصال الجماهيري والإعلامي، بدراسة العوامل المؤثرة في الرأي العام ولكن مع تطور وسائل الإعلام بصورة متزايدة خلال السنوات الأخيرة لعبت هذه الوسائل دورا أساسيا في التأثير على الرأي العام ولا سيما أن هناك علاقة قوية بين الاتصال والرأي العام ويعتبر الأخير نتاجا للعملية الاتصالية ذاتها.

وتعتبر محاولة برنارد بيرلسون B.berelson من أهم المحاولات الحديثة التي سعت لتحليل العلاقة التأثيرية بين الاتصال والرأي العام، ووضع خمسة مجموعات أو أنواع من العوامل التي تفسر طرق تأثير وسائل الاتصال على الرأي العام وهي بإيجاز:

أنواع الاتصال:

يوضح بيرلسون أن تزايد هيمنة أي وسيلة من وسائل الاتصال وقوتها كوسيلة إعلامية تعكس مدى فاعليتها وتأثيرها على الجماهير وتحويل آرائهم واتجاهاتهم، فالالاتصال الشخصي أو الفردي فقد أهميته بعد ظهور الوسائل المنشورة أو المكتوبة، كما فقدت الأخيرة أهميتها بالنسبة للإذاعة كما تحولت الأهمية إلى الصحافة وأخيرا إلى التلفزيون وربما تكشف السنوات القادمة على تأثير الشبكات المعلومات (الانترنت) في نفس الوقت تزداد أهمية وسائل الاتصال في مدى تخصصها في التأثير على الرأي العام ونوعية

الموضوعات والبرامج والمادة الإعلامية والاتصالية التي تقوم بها في تغيير آراء الجماهير والتشكيل الرأي العام بصورة قوية.¹

أنواع المشكلات والقضايا:

تحدد طبيعة حجم المشكلات والقضايا نوعية الرأي العام والتأثير فيه وبالطبع تظهر القضايا المرتبطة بالصالح العام اهتماما ملحوظا في قوة تأثيرها على الرأي العام من القضايا والمشكلات الفردية، وإن كانت الأخيرة (القضايا الفردية) قد تحدث حولها قوة للرأي العام، ومن ناحية أخرى نجد أن القضايا والمشكلات تعتبر من أهم عوامل حدوث التفاعل وجذب اهتمامات الأفراد والجماعات، تعكس مدى قوة وحجم المشكلات أو القضايا والأحداث وأولويتها لهم وتكوينها للرأي العام الجماهيري.

أنواع الناس:

تتأثر عمليات تكوين الرأي العام وتشكيله بنوعية الجمهور والطبيعة انتماءاته ومعتقداته واتجاهاته نحو المشكلات والقضايا والأحداث التي تقوم بعرضها وسائل الإعلام أو غيرها من المشكلات التي تواجههم في حياتهم اليومية، كما أن عملية الاهتمام بطبيعة الموضوع أو المشكلة تتحدد حسب نوعية درجة التعليم، ومستوى الثقافي، والاقتصادي والمهني وشخصية الأفراد، وتنشئتهم الاجتماعية ودرجة اقتناعهم بأهمية المشكلة والدافعية لديهم لحلها أو مواجهتها.

¹ عبد محمد عبد الرحمان، مرجع سبق ذكره، ص 265.

أنواع الظروف المحيطة بالاتصال:

ويقصد بهذه الظروف مجموعة العوامل المحيطة بوسائل الاتصال أو ما يعرف بالعوامل البيئة والاجتماعية، والسياسية، التي قد تلعب دورا تسلطيا أو احتكاريًا أو حرا، في تشكيل وسائل الاتصال، واختيار نوعية الوسائل الاتصال في كل من المجتمعات المتقدمة والنامية¹.

خلاصة الفصل الثاني:

الرأي العام عملية اجتماعية تحدث بصورة ظاهرة ومؤقتة حسب وجود المشكلات والقضايا وظهورها أو اختفائها، وهو وجهات النظر والشعور السائد بين جمهور معين حول موضوع معين في وقت معين إزاء موقف أو مشكلة من المشكلات وجماعة الرأي

¹ عبد الله محمد عبد الرحمان، مرجع سبق ذكره، ص 266.

العام هي جمهور مشترك في وحدة المصالح ولذلك يتولد لديهم اتجاه محدد وهو الرأي الذي تمثله الأغلبية.

النتائج :

تبعاً للنتائج المحصل عليها في الدراسة الميدانية وبعد تحليلها تحلياً احصائياً توصلت إلى الإذاعة المحلية تخص بمكانة واهتمام لدى أفراد العينة المدروسة، حيث وجدت أن أفراد العينة تهتم بالإذاعة المحلية نظراً للمميزات التي تمتاز بها وبأنها تخدم المجتمع المحلي والمدني وتنتقل آراء السامعين بكل موضوعية ودقة وسرعة في نشر الأخبار وجرأة الإذاعة المحلية في طرح القضايا التي تهتم المواطنين وتغطية الأخبار المحلية، كما أنها تؤثر على الرأي العام بشكل كبير في تكوينه وتوجيهه كأي وسيلة من وسائل الاتصال وقوتها وتأثيرها على الجماهير وتحويل آرائهم واتجاهاتهم وتزداد أهمية وسائل الاتصال في مدى تأثيرها على الرأي العام ونوعية الموضوعات والبرامج والمادة الإعلامية والاتصالية التي تقوم بها في تغيير آراء الجماهير وتشكيل الرأي العام بصورة قوية

خاتمة:

من خلال قيامنا بهذه الدراسة واعتمادنا على تطبيق تقنية الاستثمارة حاولنا الكشف عن تأثير الإذاعة المحلية على

الرأي العام وأهم ما تضمنته من مواضيع وقيم وأهداف ظاهرة كما حاولت جاهدة إبراز كيفية تعامل الإذاعة

تيارت المحلية مع الرأي العام.

في الجانب النظري، حاولنا في بضع صفحات إعطاء لمحة عن الإذاعة المحلية، باعتبارها تلعب دوراً في نقل الاخبار

والمعلومات وإبراز الحقائق، ولأن موضوعي يتناول الإذاعة المحلية وكما قمت في الجانب النظري بالحديث عن الرأي

العام وتطوره.

تم عرضة تحليل الاستثمارة التي اعتمدت فيها على التحليل الكيفي والكمي ترجمتها من تكرارات إلى أرقام لأستطيع

إصدار أحكام تكون موضوعية ومنطقية. وبعد الإنتهاء من الجوانب الثلاث وعرضنا للأهداف التي حققتها

والاستنتاج العام يمكنني القول أن بعد دراستنا لتأثير الإذاعة المحلية على الرأي العام باستعمال تقنية الاستثمارة التي

من أفضل التقنيات والطرف التي تساعد الباحث والطالب على دراسة مجموعة من التوضيحات الخاصة بموضوع

الدراسة.

خلاصة :

الرأي العام عملية اجتماعية تحدث بصورة ظاهرة ومؤقتة حسب نوعية وجود المشكلات والقضايا وظهورها أو اختفائها، وهو وجهات النظر والشعور السائد بين جمهور معين حول موضوع معين في وقت معين ازاء موقف أو مشكلة من المشكلات وجماعة الرأي العام هي جمهور مشترك في وحدة المصالح ولذلك يتولد لديهم اتجاه محدد وهو الرأي الذي تمثله الأغلبية.

قائمة المراجع:

أ/المعاجم:

محمد جمال الفار، "المعجم الإعلامي"، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط 1،
2006.

ب/ الكتب:

1- أحمد بدر، "الرأي العام، طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة"، دار
قبا لل طباعة والتوزيع، القاهرة، د ط، 1998.

2- أحمد بدر، "مناهج البحث في الاتصال والري العام والإعلام الدولي"، دار قبا
لل طباعة للنشر والتوزيع، القاهرة، د ط، 1998.

3- البير البيار، أندري جاك تودستك، "تاريخ الإذاعة والتلفزة"، تر: محمد قدوش،
ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1984.

4- إسماعيل علي سعد، "الدعاية والرأي العام، دراسة في الاتصال الإنساني"، دار
المعرفة الجامعية، الإسكندرية، د ط، 2005.

5- جمال مجاهد، "الرأي العام وقياسه: الأسس النظرية والمنهجية"، دار المعرفة
الجامعية، الإسكندرية، د ط، 2006.

6- جمال محمد أبو شنب، "البحث العلمي، المناهج والطرق والأدوات"، دار المعرفة
الجامعية، الإسكندرية، د ط، 2007.

7-زهير إحدادن، "تاريخ الإذاعة والتلفزيون"، ديوان المطبوعات الجزائرية ، د ط،
1984.

8-زهير إحدادن، "مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال"، ديوان المطبوعات الجامعية،
الجزائر، د ط، 1991.

9-حسن عماد المكاوي، عادل عبد الغفار، "الإذاعة في القرن الحادي والعشرين"،
الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط 1، 2008.

10- ماجي العلواني، عاطف العبد، "الأنظمة الإذاعية في الدول العربية"، القاهرة، د
ط، 2003.

11- مجد هاشم الهاشمي، "الإعلام المعاصر وتقنياته الحديثة"، دار المناهج للنشر
والتوزيع، عمان، ط 1، 2006.

12- محمد جودت ناصر، "الدعاية والإعلان والعلاقات العامة"، دار مجدلاوي
للنشر والتوزيع، عمان، ط 1، 2008.

13- محمد محمد قاسم، "المدخل إلى مناهج البحث العلمي"، دار المعرفة الجامعية
للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، د ط، 2003.

14- محمد منير حجاب، "وسائل الاتصال، نشأتها وتطورها"، دار الفجر للنشر
والتوزيع، القاهرة، ط 1، 2008.

15- محمد منير حجاب، "أساسيات الرأي العام"، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 1998.

16- محمد نصر مهنا، "مدخل إلى الإعلام وتكنولوجيا الاتصال في عالم متغير" مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، ط2، 2007.

17- محمد عمر نوال، "الإذاعات الإقليمية دراسة نظرية ومقارنة"، دار الفكر العربي، القاهرة، د ط، 1993.

18- منى سعيد الحديدي، سلوى إمام علي، "الإعلام والمجتمع"، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 2004.

19- مختار التهامي، عاطف عدلي العبد، راجية أحمد قنديل، "الرأي العام"، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، د ط، 2000.

20- عاطف عدلي العبد عبيد، "مدخل إلى الاتصال والرأي العام الأسس النظرية والإسهامات العربية"، دار الفكر العربي، القاهرة، ط3، 1999.

21- عبد الله محمد عبد الرحمان "سوسيولوجيا الاتصال والإعلام"، النشأة التطورية والاتجاهات الحديثة والدراسات الميدانية، دار المعرفة الجامعية، بيروت، د ط، 2006.

22- عبد المجيد شكري، "الإذاعة المحلية، لغة العصر"، دار الفكر العربي، مصر، د ط، 1987.

23- عبد الغفار رشاد القسبي، "الرأي العام والتحول الديمقراطي في عصر

المعلومات"، مكتبة الآداب، القاهرة، ط 1، 2004.

24- عواشة محمد حقيق، "الرأي العام بين الدعاية والإعلام"، الجامعة المفتوحة،

الجمهورية الليبية العربية، 1999.

25- عزيز داوو، "مناهج البحث العلمي"، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط 1،

2006.

26- عبد الرزاق محمد الدليمي، "مدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال"، دار الثقافة

للنشر والتوزيع، عمان، ط 1، 2011.

27- ناهد رمزي، "سوسيولوجيا السياسة"، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، ط 1،

1999.

28- رؤوف الباسطي، "رأي عن فعل المنشورات اتحاد إذاعات الدول العربية"،

شركة فنون الرسم والنشر والصحافة، تونس، 1998.

ج- المواقع الإلكترونية:

www. Fepedie. 11-04-2013 . 13h00