

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم
قسم علوم الإعلام والاتصال
تخصص وسائل الإعلام والمجتمع

مذكرة تخرج لنيل درجة ماستر موسومة بـ:

تأثير البرامج الإذاعية على سائقي الأجرة - إذاعة تيارت نموذجا -

تحت إشراف الأستاذ:

* صلاح فلاق شبرة

من إعداد الطالب:

* خالد خوجة محمد

السنة الجامعية: 2012 / 2013

مقدمة :

- إن الإعلام ليس علما بالمعنى الموضوعي أو الكيميائي مثلا، إنه ليس قوانين علمية ثابتة وحتى حقائق العلم الثابتة عرضة للتغيير مستقبلا إنه عملية تحليلية وفكرية، إجتماعية ثقافية وإقتصادية سياسية وفنية بل إقليمية ومن حيث أنها تناسب البلد أو الإقليم الذي تجري في نطاقه حيث يشهد العالم اليوم ثورة في تقنيات وسائل الإعلام والاتصال الذي يشمل وسائلها المتعددة من السمعية، البصرية، المكتوبة التي تعكس الأثر الكبير وتساعد على رقي وتنمية الفرد والمجتمع في جميع مجالات الحياة، من بين هذه الرسائل الإذاعة التي تعتبر وسيلة إتصال ذات تأثير كبير فهي قادرة على تغيير الإتجاه نظرا لأهميتها والدور التي تلعبه في المجتمع من توعية وإرشاد ومن الخصائص التي جعلتها أداة فعالة وللمساهمة في تكوين جماهير عريضة بكل مستوياتها .

- إن الإذاعة المحلية وجدت لتملأ الثغرات الموجودة في الشبكة الإتصالية عبر العالم سعيا وراء الوصول إلى أبعد النقاط والحفاظ على العادات والتقاليد نظرا لكزن كل منطقة لها خصوصياتها وظروفها ومتطلباتها الخاصة .

- فالإذاعات المحلية عبر العالم موجودة مثل الجزائر التي أخذت بالتجربة وذلك مع مطلع تسعينات القرن الماضي بإعتبار المجتمع الجزائري غني بشفافيته وتقاليده وبالتالي هو بحاجة إلى مثل هذه المنابر الإعلامية من أجل فك العزلة والتعبير عن آفاق وتوجيهات المجتمعات المحلية .

- تختلف البرامج الإذاعية تشمل ميادين عديدة في المجتمع سياسية ثقافية -ترفيهية -دينية رياضية لأجل التأثير في سلوك المستمعين .

- ونحن في بحثنا هذا حاولنا تسليط الضوء على الإذاعة المحلية بالضبط إذاعة تيارت نموذجا ودورها في تنمية الوعي والتأثيرات التي تحدثها على سائقي الأجرة من خلال مختلف البرامج التي تبثها .

- لقد قسمنا بحثنا هذا إلى إطار نظري، إطار تطبيقي، إحتوى المنهجي على مشكلة البحث أسباب إختيار الموضوع، أهداف الدراسة، صياغة الإشكالية، الفرضيات، تحديد المفاهيم وأخيرا الدراسات السابقة التي إعتمدناها وأهم الصعوبات .

- أما الإطار النظري فتضمن فصلين، في كل فصل ثلاث مباحث تحت كل مبحث ثلاث مطالب، الفصل الأول تناولنا فيه فن الإستماع وتحدث عن الإتصال ونظريات التأثير، أما فيما يخص الفصل الثاني فقد تناول الإذاعة، والإذاعة المحلية في العالم والجزائر .

- أما فيما يخص الجانب التنطبيقي فتطرقنا فيه إلى مجتمع البحث ،متغيرات البحث وتحدثنا أيضا عن إذاعة تيارت ونشأتها.

شكر وتقدير

" من اجتهد وأصاب فله أجران ومن اجتهد ولم يصب وأخطأ فله أجر واحد"
الحمد لله الذي وهبنا نعمة العقل سبحانه و الشكر له على نعمه وفضله وكرمه.

تبارك الله ذو الجلال والإكرام

نشكر كل من قدم لي يد العون والمساعدة في إنجاز هذه المذكرة ونخص بالذكر الأستاذ
المحترم الذي لم يبخل علينا بنصائحه وإرشاداته من خلال إشرافه على عملي خطوة بخطوة،
وبكل جدية وتفاني.

كما أتقدم بالشكر الخالص إلى كل من:

الأساتذة وعمال إدارة قسم علوم الإعلام والاتصال.

عمال المكتبة المركزية ومكتبة العلوم الاجتماعية بالجامعة.

والشكر والتحية إلى السيد مدير إذاعة ولاية تيارت

وكذلك نائب المدير والمكلف بالإشهار على مستوى الإذاعة نفسها.

ونشكر في الأخير كل من قدم لنا يد المساعدة سواء من قريب أو من بعيد.

إهداء

إلى من نزلت فيهما الآية الكريمة: بعد بسم الله الرحمن الرحيم: " ووصينا
الإنسان بوالديه، حملته أمه وهنا على وهن وفصاله في عامين أن أشكر لي
ولوالدك وإلي المصير "

إلى من كان الدليل المنير، إلى من أعطى ولم يطلب، إلى من تمنى لي أكثر
ممن تمنى لنفسه.

إلى من تمنى وصولي إلى هنا ولم يشهد ذلك لبعده ، إلى أختي الناس
"والدي العزيز" أطال الله عمره في طاعته
إليك يا أختي أم حفظها الله.

إلى من وسعه قلبي ولم يسعه قلبي

إلى من تشرفت بمعرفته خلال سنوات الدراسة

وإلى كل هؤلاء ، أهدي ثمرة جهدي، وأقول للأجيال القادمة

" انظر إلى من دونك في الدنيا تسترح

وانظر إلى من فوقك في العلم تجتهد "

الفهرس

مقدمة عامة..... أ

الإطار المنهجي

- 1- تحديد الموضوع 2
- 2- أهداف الموضوع 2
- 3- أهمية الموضوع 2
- 4- أسباب اختيار الموضوع 3
- 5- تحديد الإشكالية 4
- 6- بناء الفرضيات 4
- 7- الدراسات السابقة 4
- 8- تحديد المفاهيم 6
- 9- صعوبات الدراسة 6

الإطار النظري

الفصل الأول: مدخل إلى علم الاجتماع ونظريات التأثير في الاتصال

- تمهيد 8
- المبحث الأول: علم الاستماع 9
- المطلب الأول: تعريف الاستماع 9
- المطلب الثاني: أثر الاستماع 10
- المطلب الثالث: قدرات ومقومات المستمع 11
- المبحث الثاني: مدخل إلى علم الاتصال 12
- المطلب الأول: تعريف الاتصال وأنواعه 12
- المطلب الثاني: عناصر العملية الاتصالية 19

20	المطلب الثالث: أهداف الاتصال وخصائصه.....
23	المبحث الثالث: تأثير وسائل الإعلام.....
23	المطلب الأول: المجتمع الجمهوري ونظرية القذيفة السحرية.....
24	المطلب الثاني: نظريات التأثير الانتقائي.....
25	المطلب الثالث: نظريات التأثير غير المباشر.....
26	الخاتمة.....
الفصل الثاني: الإذاعة والإذاعة المحلية	
28	تمهيد.....
29	المبحث الأول: الإذاعة كوسيلة إعلامية.....
29	المطلب الأول: تعريف الإذاعة ونشأتها.....
30	المطلب الثاني: أنواع الإذاعة.....
32	المطلب الثالث: وظائف الإذاعة وأهميتها.....
34	المطلب الرابع: سلبيات وإيجابيات الإذاعة.....
35	المبحث الثاني: الإذاعة المحلية في العالم.....
35	المطلب الأول: تعريف الإذاعة المحلية.....
36	المطلب الثاني: نشأة الإذاعة المحلية.....
37	المطلب الثالث: سماتها – أهدافها- وظائفها.....
40	المبحث الثالث: الإذاعة المحلية في الجزائر.....
40	المطلب الأول: نشأة الإذاعة المحلية في الجزائر.....
40	المطلب الثاني: أسباب تأسيسها وخصائصها.....
42	المطلب الثالث: إيجابياتها.....
44	الخاتمة.....

الجانب التطبيقي

- 1- تحديد منهج البحث وتقنياته 46
- 2- تحديد مجتمع البحث 46
- 3- تحديد عينة البحث 46
- 4- بطاقة فنية حول إذاعة تيارت 47
- 5- تحليل وتفسير النتائج 55
- 6- النتائج العامة للدراسة 69
- الخاتمة 71

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المحتويات

قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية:

- 1- إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، دار العرفي، القاهرة، الطبعة الثانية، 1985م.
- 2- إياد شاكر البكري، سمات الاتصال بين زمنين، دار المشرف للنشر والتوزيع، عمان – الأردن، الجامعة الأولى، 2003.
- 3- إبراهيم أبو عرقوب، الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي، عمان، دار مجدلاوي، ط1، 1989م.
- 4- جمال محمد أبرشنب، الاتصال والإعلام والمجتمع، المفاهيم والقضايا والنظرية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية.
- 5- حسين عماد مكاوي، الاتصال ونظرياته المعاصرة، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط ، سنة 200.
- 6- حسين عبد الحميد أحمد رشوان، العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع بالمكتب الجامعي الحديث، الطبعة الرابعة، 2003.
- 7- زهير إحدان ، مدخل العلوم والإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، 2002.
- 8- زهير إحدان، مدخل العلوم والإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط1، 1984.
- 9- سامية محمد جابر، تقنيات أحمد عثمان، الاتصال والإعلام، تكنولوجيا المعلومات، دار المعرفة الجامعية، ط1، سنة 2003.
- 10- عبد الفتاح محمد دويدار، ببيكولوجية الاتصال والإعلام أصوله ومبادئه، دار المعرفة الجامعية، جامعة الإسكندرية، بدون طبعة، سنة 2005.
- 11- عاطف عدلي العبد، الاتصال الرأي العام، الأسس النظرية والإسهامات، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 1414 هـ.

- 12- عبد المجيد شكري، تزن الراديو في ظل تغيرات العمر، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى.
- 13- عبد العزيز شريف، مدخل إلى وسائل الإعلام، دار الكتاب المصري اللبناني، الطبعة الثانية 1989م.
- 14- عبد الحفيظ محمد سلامة، وسائل الاتصال والتكنولوجيا في التعليم، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، ط2، 1918م.
- 15- مصطفى عيسى ، الإذاعة السمعية وسيلة اتصال تعليم، جامعة الملك سعود الرياضي، بدون طبعة، سنة 1418 هـ.
- 16- منال طلعت محمود، مدخل إلى الاتصال، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، بدون طبعة، سنة 2001، 2002.
- 17- محمد عمر الطبري، نظريات الاتصال، الطبعة الأولى، 2001.
- 18- منال أبو الحسن، أساسيات علم الاجتماع الإعلامي، النظريات والوظائف والتأثيرات، جامعة القاهرة، سنة 1994م.
- 19- محمد عمر نوال، الإذاعات الإقليمية، دراسة نظرية مقارنة، دار الفكر العربي، 1993م.

القواميس والموسوعات:

- 1- محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2003.
- 2- الجيلالي حاج، يحي الهادي بن هادية، القاموس الجديد معجم عربي للطلاب، تونس، الشركة التونسية للتوزيع.

الكتب باللغة الفرنسية:

- Robert le bac : la publicité, dunod, survis, 1974.

المذكرات:

- 1- تأثير البرامج الإذاعية الدينية على النساء الماكثات في البيت، إذاعة مستغانم نموذجا، مذكرة لنيل شهادة ليسانس، جامعة مستغانم.
- 2- مدى فاعلية الإشهار المسموع وتأثيره على المستهلك، تخصص اتصال علاقات علمية، مذكرة ليسانس، معهد علوم الإعلام والاتصال، وهران.

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم-

كلية العلوم الاجتماعية

قسم الإعلام والاتصال

تخصص: وسائل الإعلام والمجتمع

استمارة بحث حول مدى تأثير البرامج الإذاعية على سائقي الأجرة

- إذاعة تيارت نموذجًا-

أنا طالب السنة الثانية ماستر، وسائل الإعلام والمجتمع بصدد إنجاز مذكرة تحت عنوان "تأثير البرامج الإذاعية على سائقي الأجرة" -إذاعة تيارت نموذجًا- الرجاء من عزيزي المستمع لإذاعة تيارت المحلية الإجابة على أسئلة الاستمارة بكل دقة وموضوعية وذلك بوضع علامة (x) في كل خانة مناسبة للسؤال المقترح. كما نحيطكم علما أن المعلومات المقدمة من قبلكم تستعمل استعمالا بحثا. شكرًا لكم

تحت إشراف الأستاذ:

صلاح فلاق شبرة

من إعداد الطالب:

خالد خوجة محمد

محتوى الاستمارة

المحور الأول: بيانات شخصية

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2- السن: من سنة إلى 30 سنة من 31 سنة إلى 40 سنة من 41 سنة فما فوق
- 3- المستوى التعليمي: أمي تعليم ابتدائي تعليم متوسط
تعليم ثانوي تعليم جامعي
- 4- الخبرة في العمل: أقل من خمس سنوات أكثر من خمس سنوات

المحور الثاني: الاستماع إلى إذاعة تيارات

- 1- هل تستمع إلى إذاعة تيارات: أحيانا دائما نادرا
- 2- ما هو الدافع الذي يجعلك تستمع إلى إذاعة تيارات؟ الإعلام الترفيه التثقيف
- 3- ما نوع البرامج التي تفضل الاستماع إليها؟ إخبارية رياضية اقتصادية
ثقافية دينية ترفيهية
- 4- ما هو المكان الذي تفضل فيه الاستماع إلى إذاعة تيارات؟
البيت العمل مكان آخر
- 5- ما هو الوقت الذي تفضل فيه الاستماع إلى إذاعة تيارات؟ صباحا مساء ليلا

المحور الثالث: تقييم البرامج الإذاعية

- 1- البرمجة على مستوى إذاعة تيارات؟ ملائمة غير ملائمة
- 2- كيف تجد مستوى تقديم البرامج في إذاعة تيارات؟ مقبول غير مقبول
- 3- ما رأيك في البرامج التي تقدم في إذاعة تيارات مقارنة مع الإذاعات الأخرى؟

.....
.....

المحور الرابع: تأثير البرامج الإذاعية على المبحوثين

- 1- هل تأثير البرامج الإذاعية على مستوى إذاعة تيارات؟ نعم لا
- 2- إذا أجبت بنعم فهل يتمثل هذا التأثير في:
 - أ- على المستوى الشخصي
 - ب- على المستوى الاجتماعي
 - ج على المستوى الأسري
- 3- هل ساهمت إذاعة تيارات بتغيير على حياتك؟ نعم لا
- 4- إذا كان نعم فهل مسّ هذا التغيير؟ العادات التقاليد الأفكار السلوك
- 5- هل ترى أن البرامج في إذاعة تيارات قد لعبت دورا في تنمية الوعي لديك؟ نعم لا
- 6- كيف؟

.....

.....

- تحديد الموضوع .
- أهداف الموضوع
- أهمية الموضوع.
- أسباب إختيار الموضوع
- تحديد الإشكالية
- بناء الفرضيات
- الدراسات السابقة
- تحديد المفاهيم
- صعوبات الدراسة

1-تحديد الموضوع : نجد أن القطاع السمعي خطى خطوة عملاقة نحو الأفضل وذلك من خلال فكرة إنشاء إذاعات محلية حيث أصبحت تنشط عبر التراب الوطني حوالي 39 إذاعة محلية تهدف إلى تحقيق النمو والتطور للمنطقة وتحقيق الأمن والإستقرار للفرد والجماعة . كما تسعى للتعبير عن إنشغالات وإهتمامات جمهورها وتزويدهم بالمعلومات وآخر المستجدات والأحداث سواء على المستوى المحلي والوطني وحتى الدولي بالإضافة إلى مساهمتها في نشر الوعي والمحافظة بالدرجة الأولى على العادات والتقاليد والقيم السائدة لكل منطقة حيث نجد كل ولاية من التراب الوطني لها خصوصياتها ومتطلباتها وظروفها الخاصة . وعلى هذا الأساس أصبحت الإذاعة المحلية تشكل منعرجا قويا للمجتمع يكمن ذلك من خلال البرامج والخصص المتنوعة منها إخبارية ودينية وثقافية وسياسية وإقتصادية وترفيهية .

-ومن بين هذه الإذاعات المحلية نجد إذاعة تيارت التي تسهر على تقديم الأفضل لمستمعيها وذلك من خلال تعدد برامجها مما أدى إلى ميلاد علاقة وطيدة بين جمهور الإذاعة في ولاية تيارت ونحن في دراستنا نسعى إلى الغوص في العلاقة بين إذاعة تيارت وطرف من جمهورها يتمثل في سائقي الأجرة بالولاية .

2-أهداف الموضوع :

قياس تأثير البرامج الإذاعية على سائقي الأجرة .

تحليل ما ينجر من إستماع سائقي الأجرة للبرامج الإذاعية وإنعكاسات ذلك عليهم .

معرفة مدى إسهام البرامج الإذاعية في تنمية الوعي لدى سائقي الأجرة .

خلق نوع من الإهتمام حول هذه الدراسة التي تحدد العلاقة بين الإذاعة وسائقي الأجرة.

3-أهمية الموضوع :

قد تعتبر هذه الدراسة بمثابة تهيئة أرضية ينطلق منها الطلبة الجدد لإنجاز دراسات أكثر علمية وأدق منهجية بخصوص الموضوع .

-إن أهمية الموضوع تكمن في كونها تتناول موضوعا يجمع بين طرفين أساسيين وجهة إعلامية تتمثل في الإذاعة المحلية ووجهة أخرى تتمثل في سائقي الأجرة .

- دراسة القطب الإذاعي لولاية تيارت وتتركز أهمية هذه الدراسة من خلال التعريف ما إذا كانت إذاعة تيارت حققت نجاحا في إستقطاب أكبر عدد من الجمهور ومدى الإستماع إليها خصوصا بالنسبة لفئة سائقي الأجرة .

4-أسباب إختيار الموضوع:

ما هو معلوم أنه لأي باحث مشروع للخوض في دراسة ما أسباب معينة تدفعه إلى إختيار الموضوع .

أ-الأسباب الذاتية:

-الإنتباه الكبير لتأثر سائقي الأجرة بالبرامج الإذاعية ورغبتنا الجارحة في دراسة وتفسير هذه العلاقة .

- يرجع سبب إختيارنا لإذاعة تيارت وسائقي الأجرة فيها كعينة يعود إلى تواجدنا بالمنطقة وكذلك القيام بترصد ميداني على مستوى إذاعة تيارت في اليسانس .

- الميول إلى هذا النوع من الدراسات الذي يسعى إلى معرفة ودراسة العلاقة والتأثر بين وسيلة إعلامية من جهة وفئة معينة في المجتمع من جهة أخرى .

-إهتمامنا الشخصي بوسائل الإعلام المسموعة .

- معرفة كيفية سيرورة العمل داخل الإذاعة وكيفية تعاملها مع الجمهور الخارجي .

ب- الأسباب الموضوعية :

الإذاعة هي الوسيلة الإعلامية الوحيدة المتوفرة في السيارة .

الإعتماد الكلي على البرامج الإذاعية من طرف سائقي الأجرة كوسيلة إعلامية وحيدة لمعرفة الأخبار وفي مختلف المجالات .

-ندرة البحوث المتعلقة بهذه الدراسة حيث تناولت عدة أبحاث ودراسات تأثير البرامج الإذاعية على مختلف طبقات المجتمع ما عدا سائقي الأجرة

-محاولة إثراء المكتبة الجامعية بهذه النوعية من الدراسات المهمة

5-تحديد الإشكالية: إن الإنسان اليوم بحاجة ملحة إلى وسيلة إتصال إعلامية جماهيرية ترصد له مختلف الظروف المحيطة به وتنقل له الآراء والأخبار والآراء حول مجريات الأحداث وتحافظ على بناء ثقافته حول النسق القيمي الذي يعيش فيه كما تسعى إلى نقل حكمة الأجيال السابقة والتطلعات السائدة في المجتمع إلى الأجيال الناشئة خصوصا وقد أصبحنا نعيش في قرية صغيرة تميز بتطور هائل في التكنولوجيا والتدفق في المعلومات ،حتى أصبح يطلق على هذا المجتمع بمجتمع المعلوماتية ،وإمدادهم بالمعلومات والأخبار ،وعلى هذا الأساس أصبحت جزء لا يتجزأ من الحياة اليومية للمواطن ونحن نسعى إلى الغوص في العلاقة التي تربط بين البرامج الإذاعية وسائقي الأجرة وإن الإشكالية التي تحرك هذه الدراسة هي :

-ماهو تأثير البرامج في الإذاعات المحلية على سائقي الأجرة ؟ وما مدى مساهمتها في تبلور الوعي لديهم ؟

-ومنه تفرعت مجموعة من التساؤلات :

1- ماهي العلاقة بين الإذاعة وسائقي الأجرة ؟

2- كيف يمكن إعتبار إذاعة تيارت المحلية الصديق اليومي لسائقي الأجرة بالولاية ؟

6- صياغة الفرضيات : للإجابة على الأسئلة السابقة لقد تم صياغة الفرضيات التالية :

البرامج في الإذاعات المحلية تؤثر على سائقي الأجرة .

التنوع في البرامج وإختلافها له دور في عملية التأثير .

الإهتمام بمختلف الأحداث والمستجدات اليومية دافع إلى الإستماع إلى البرامج الإذاعية من طرف سائقي الأجرة.

7-الدراسات السابقة :

الدراسة الأولى :

العنوان : تأثير البرامج الإذاعية الدينية على المرأة الماكثة في البيت .إذاعة مستغانم نموذج من إعداد الطالبة سباحة مريم .

إشكالية الدراسة: ما مدى تأثير البرامج الدينية على النساء الماكثات في البيوت في تنمية الوعي الديني ؟

المنهج المتبع في الدراسة: كان المنهج المعتمد هو منهج المسح الإجتماعي كون البحث وصفي. الذي يعتمد على تحليل المعطيات، إحصائيات بيانات وصولاً إلى نتائج كمية .

العينة المدروسة: مجموعة نساء ماكنات بالبيت لبلدية ماسرى والتي تبعد عن ولاية مستغانم بـ 13 كلم
أهم النتائج المتوصل إليها :

- 1- كلما كان توقيت بث البرامج الدينية مناسباً كلما زاد الإقبال على متابعتها .
- 2- درجة التأثير تعود إلى تركيز المستمعة .
- 3- المستوى التعليمي له دور في التنمية عند المرأة الماكثة بالبيت
- 4- إستماع المبحوثة الدائم للبرامج الدينية لا يعني أنه كان لها تأثير على المبحوثة .
- 5- إذاعة مستغانم المحلية ومن خلال مجموع البرامج الدينية التي تقدمها فهي تطمح إلى تبليغ الرسالة الإعلامية.

الدراسة الثانية :

-العنوان : دور الإذاعة المحلية في المحافظة على التراث المحلي -دراسة تحليلية لجمهور إذاعة مستغانم من إعداد الطالب تواتي عبد الله.

إشكالية الدراسة: إلى أي مدى ساهمت إذاعة مستغانم في المحافظة على التراث المحلي من خلال حصص التراث الموجهة إلى الجمهور المحلي .

-المنهج المتبع في الدراسة: كان المنهج المتبع هو الوصفي التحليلي .

العينة المدروسة : العينة مكونة من 100 وحدة أي أنها كافية لبناء بحث وهي مقسمة إلى نصفين 50% ذكور و 50% إناث.

أهم النتائج المتوصل إليها :

- 1- سكان المدينة هم الأكثر إستماعاً من سكان الريف .

2- النساء في البيت والذكور في العمل هم الأكثر إستماعا وفترة الصباح هي التي يكون فيها الإستماع أكثر .

3- إن حصص التراث لعبت دورا فعالا في المحافظة على التراث المستغامي سواء في المدن أو الأرياف .

8- تحديد المفاهيم :

التأثير : هو التغير الذي يطرأ على مستقبل الرسالة .

البرنامج : لغة : المنهج أو المخطط ورقة يكتب فيها الحساب وجدول الأعمال .

إجرائيا : يستعمل هذا المصطلح للتعريف بالمحتويات المستخدمة في الإذاعة من إشهار وحصص وإعلانات.... إلخ

1

الإذاعة المحلية : هي جهاز إعلامي يخدم مجتمعا محليا ، الجمهور المستهدف لكل إذاعة محلية هم أفراد هذا المجتمع المحلي فهي تتفاعل معهم وتعطي لهم خدمات متنوعة² .

سائقي الأجرة : هم عبارة عن نخبة من الناس يشغلون بسيارات لنقل الركاب مقابل مبالغ مالية تحدد المسافة ، ويتعاملون بخطوط النقل والتي تسهر على تنظيمها مديرية النقل .

9- صعوبات الدراسة : من أهم الصعوبات التي واجهتنا في الدراسة

-الضيق والوقت .

-الصعوبة في التعامل مع أفراد العينة خصوصا المتقدمين في السن .

قلة المراجع المتعلقة بفن الإستماع .

¹ -علي بلهادية بلحسن إلياس الجليلي بن الحاج .-القاموس المدرسي -الطبعة السابعة 1991 ص42

² عبد المجيد شكري -الإذاعة المحلية لغة العصر-القاهرة دار العربي 1987 ص10.

الفصل الأول : مدخل إلى علم الإستماع ونظريات التأثير في الإتصال.

تمهيد.

المبحث الأول : علم الإستماع

المطلب الأول : تعريف الإستماع

المطلب الثاني :أنواع الإستماع

المطلب الثالث: مقومات وقدرات المستمع

المبحث الثاني : مدخل إلى علم الإتصال

المطلب الأول : تعريف الإتصال وأنواعه

المطلب الثاني: عناصر العملية الإتصالية

المطلب الثالث: أهدافه الإتصال وخصائصه

المبحث الثالث: تأثير وسائل الإتصال.

المطلب الأول : المجتمع الجمهوري ونظرية القديفة السحرية

المطلب الثاني : نظريات التأثير الإنتقائي

المطلب الثالث: نظريات التأثير الغير مباشر

ملخص.

تمهيد :

إن الإتصال والإعلام لم يعود مجرد مفهومين لعملية بسيطة يتم على إثرها نقل وتبادل المعلومات وإنما صارا علمين قائمين بذاتيهما يعتمدان على مجموعة من الأدوات والتقنيات المختلفة والمتنوعة المتطورة جدا ،وقد أدى هذا التطور والتنوع إلى ظهور مجموعة كبيرة من النظريات في الميدان التي تعكس آراء العلماء والباحثين الأسس التي تبني عليها عمليات الإتصال .ونحن في هذا الفصل نسعى إلى تقديم مفاهيم حول الإتصال إضافة إلى بعض من هذه النظريات خصوصا تلك المتعلقة بالتأثير .

الفصل الأول : مدخل إلى علم الإجتماع ونظريات التأثير في الإتصال

المبحث الأول :مدخل إلى علم الإستماع.

المطلب الأول : تعريف الإستماع

أ-وفق المنبهات الصوتية :

-سبيرت : الإستماع هو العملية النشطة التي تتضمن ربط المعنى بالصوت

كولتون وسيرج: النشاط الإنتقائي للتمييز بين المدخلات الشفهية المتاحة من خلال أي معطيات بيئية

ب- وفقا للغة الحديث :

فلويوب: الإستماع هو السماع والانتباه والفهم والتقويم والإستجابة للرسائل المنطوقة .

ج- تعريفات وفق اللغة المنطوقة والإشارات المصاحبة:

-إن الإستماع لدى كتاب آخرين لا يتضمن فقط الرموز اللفظية ولكن يتطلب بالإضافة إلى ذلك إشارات بيئية أخرى .

براون وكارليسوف: عملية إستعاب كل من الرموز المنطوقة والإشارات الشفهية والمرتبة المنظمة في موقف الإتصال المواجهي بين المرسل والمستقبل .

ميكيورني وراج : الإنتباه لكل من المنبهات اللفظية والغير اللفظية للحديث.

إن هذه التعريفات تؤكد على أهمية الإشارات الغير لفظية في تأكيد المعنى الفعلي للإشارات اللفظية . وكنتيجة لذلك فالإستماع غالبا ما يؤكد بكل من الإشارات اللفظية وغير اللفظية وهذا ما أكده وولف وآخرون في تعريف الإستماع بأنه سماع وفهم وإختبار وتنظيم وإسترجاع الإشارات والإستجابة لها¹.

¹ - محمد منير حجاب - الموسوعة الإعلامية - المجلس الأول - دار الفجر للنشر والتوزيع الطبعة الأولى 2003 ص 245.

-المطلب الثاني : أنواع الإستماع

1الإستماع الذاتي : هو عملية التحدث مع النفس أو عملية التفكير التأملي لإختيار الأفكار والآراء التي تستحق العرض والتقدير للآخرين وهي عملية موازية لعملية الإستماع ذاتها فعندما نجلس للإستماع لمحاضرة أو ندوة أو موعظة دينية . سنجد أنفسنا نعطي آذانا صاغية للمتحدث وفي الوقت نفسه ننصت لتيار آخر من الأفكار والآراء والمشاعر والإنفعالات بسرعة 600 كلمة داخل عقولنا .

2الإستماع بين فردين : وتتمثل في عملية الإستماع التي تحدث أثناء الأحاديث التي نتبادلها مع بعضنا البعض في الطرقات والميادين ومجالات العمل داخل الأسرة وبين الأصدقاء ..إلخ وتتكون من طرفين متحدث ومستمع وسرعان ما يتحول المستمع إلى متحدث .

3الإستماع الجماعي : وهو عملية إتصال منظم ومدروس من خلال رسائل معينة إلى عدد كبير من الجمهور ويأخذ أشكالا متعددة مثل الدروس والمحاضرات والخطب السياسية والدينية والمؤتمرات الصحفية والسياسية وأيضا أشكال الإتصال المسرحي وعبر وسائل الإتصال الجماهيريوذلك بغرض التأثير في الجمهور وتزويده بالمعلومات

كما أنه هناك أنواع من الإستماع من خلال أهداف عملية الإتصال .

1-إستماع تعليمي وترفيهي : وهو عملية إتصال هادفة من قبل المتحدث مدرسا كان أو عالما أو صحفيا أو مديعا وذلك بغرض نقل المعلومات الجديدة أو لتعلم المستمعين أفكار وطرق جديدة أو مهارات وتأخذ أشكالا متعددة أهمها الدرس والمحاضرات والاجتماعات والندوات .

2- إستماع التوجيهي: هو هادف يسعى إلى التوجيه والإرشاد . بغرض التأثير في المستمعين ويكون المتحدث هنا مديرا أو رئيسا أو واعضا أو مسؤولا سياسيا أو مسؤولا عن أسرته ويأخذ في الغالب صفة النصح والإرشاد.

3- إستماع ترفيهي : يهدف للترفيه عن المستمع أو مساعدته على قضاء أوقات الفراغ بطريقة ممتعة وهذا النوع من الإستماع يريح أعصابنا ويدخل السرور إلى نفوسنا ومن أمثلته الإستماع إلى الموسيقى والأدب والشعر¹.

المطلب الثالث: نظريات وقدرات المستمع :

-المستقبل هو أهم حلقة في عملية الإتصال .فالمستمع هو الشخص المهم عندما نتحدث والقارئ هم المهم عند ما نكتب...ويجب أن يضع المصدر في إعتباره طبيعة المستقبل ويتفهمه حتى يضمن تحقيق الهدف من الرسالة .

-وهناك مقومات وقدرات يجب أن تتوفر لدى المستمع لنجاح عملية الإستماع وهي :

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

2- القدرة على تحصيل التفاصيل الفردية .

3- تميز العلاقات الواضحة بين الأفكار .

4- القدرة على إستدعاء الأفكار والتفاصيل الرئيسية² .

5- القدرات التي تحد مدى فاعلية عملية الإستماع وهي :

-الإنتباه وسعة الأفق

-إدراك هدف المتحدث .

-تمييز إتجاه المتحدث.

- التمييز بين حبل الحقيقة والرأي

-التمييز بين البراهين المنطقية والعاطفية .

-ملاحظة مدى الحيد أو الإنحياز للمتحدث .

¹ - محمد منير حجاب - الموسوعة الإعلامية - مرجع سبق ذكره ص 252 - 254 - 255.

² - محمد منير حجاب - الموسوعة الإعلامية - مرجع سبق ذكره.

- تتميز المناقشات بين الرسائل الشفهية وغير الشفهية للمتحدث.

- إستخدام الأسلوب الأمثل للإستماع.

- أما عن الإستجابة رجع الصدى للمستمع فتتكون من جانبين .

1-الإستجابة اللفظية : وتأخذ شكل الإعلام المنطوق أو الحوار أو الإستفسار وتتضمن إستمرار عملية الإتصال.

2-الإستجابة غير اللفظية : وقد أشارت الدراسات إلى أنواع عديدة من هذه الإستجابات ،تعطي معاني عديدة مؤكدة لعملية الإتصال اللفظي وتتراوح هذه المعاني ما بين الموافقة والتأكيد والرغبة للإستفسار عن جوانب مرتبطة للحدث ويترجم ذلك آنيا أو فيما بعد سلوك المستمع¹.

المبحث الثاني : مدخل إلى علم الإتصال.

المطلب الأول : تعريف الإتصال:

-ليس هناك تعريف واحد متفق عليه لمفهوم الإتصال لأنه نشاط يتدخل في جميع نواحي الحياة لكن ليس معنى ذلك أنه لا يوجد تعريف شامل فدائرة المعارف تعرف الإتصال على أنه "أسلوب لتبادل المعاني بين الأشخاص من خلال نظام متعارف أو من خلال إشارات محددة "ويقول ديل" إن الإتصال أسلوب يهتم المشاركة بالأفكار والمشاعر في حالة متزنة " فالإتصال هو وسيلة لتبادل المعاني والأفكار بين أفراد المجتمع ويشترط في ذلك أن تكون هذه المعاني مفهومة والأفكار تلي حاجة المرسل والمتلقي.

-الإتصال هو وسيلة لنقل الأفكار والمشاعر والأفكار الشخصية وذلك يتم بإستخدام أدوات وتقنيات مختلفة لا ترتبط بزمان أو مكان معين.

- الإتصال وسيلة مهمة في العملية التعليمية فمثلا نجاح نشاط تعليمي داخل المدرسة بين المعلم والطالب يعتمد على الإتصال الجيد¹.

¹ - Rebert Leduc: la publicité ,dumad, paris,1974.pp12.13.

مكلمة إتصال أصلها لا تيني وهي تعني عام أو مشترك ومعنى ذلك أن الإتصال عملية تضمن المشاركة والتفاهم حول فكرة ما، فالإتصال ليس مجرد رسالة موجهة من طرف لآخر فهو لا يتم إلا بعد أن يتلقى الطرف الأول ردا فوريا أو مؤجلا عن رسالته.

هناك تعريفات عديدة للإتصال منها تعريف هوفكانت الذي يرى بأن العملية التي يقدم من خلالها القائم بالإتصال². منبهات لتعديل سلوك الأفراد الآخرين ويرى الباحث جورج كاند برج أن الإتصال نوع فاعل يحدث بواسطة الرموز ويرى "سمير حسين" أنه نشاط يستهدف إنتشار فكرة .

أو موضوع من خلال إنتقال معلومات أو أفكار أو آراء أو معلومات من شخص أو جماعة إلى أشخاص أو جماعة بإستخدام رموز لها معنى³.

نجد أن الإتصال مفهوم حديث جدا فكان أول من إستخدمه علماء الإجتماع فهو بالمفهوم العام إنتقال المعلومات والأفكار والحقائق والآراء والمشاعر وهو نشاط إنساني حيوي ونحن بحاجة إليه بإستمرار بإعتبار أن الإنسان كائن حي لا يستطيع العيش بمفرده فمثلا تقول لشخص مرحبا يلقي ردا للتحية نلاحظ أن العملية تتم في ثواني لكنها تتضمن إنجاز أنشطة متعددة ذهنية وسيكولوجية وثقافية وسوسيلوجيا ، كما يشير مفهوم الإتصال إلى الطريقة التي تنتقل بها الأفكار والمعلومات بين الناس داخل نسق إجتماعي معين⁴. كما تطرقنا إلى تعريف كلودن شانون حيث يحدد لنا عناصر الإتصال كما يلي :

- المرسل - الرسالة - المستقبل - القناة .

- يرى أنه كما يجري في المكالمات الهاتفية هو حال العملية الإتصالية ويشترط أن تكون علاقة تتأثر وتأثير بين أطراف العملية الإتصالية⁵ لدينا كذلك تعريف حسب خبراء العلاقات العامة الذين أجمعوا على أن الإتصال طريق

¹ - مصطفى محمد عيسى فلاته - الإذاعة السمعية وسيلة الإتصال والتعليم - جامعة الملك سعود الرياضي، بدون طبعة سنة 1418هـ ص ص4
5.

² حسين عماد مكاي - الإتصال ونظرياته المعاصرة - الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1 سنة 2002.

³ - مرجع سبق ذكره ص ص 23- 24.

⁴ - منال طلعت محمود - مدخل لعلم الإتصال - الأثرطية - المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، بدون طبعة سنة 2001-2002.

⁵ - عبد الفتاح محمد دويداز - سيكولوجية الإتصال والإعلام أصوله ومبادئه - دار المعرفة الجامعية جامعة الإسكندرية بدون طبعة ، سنة 2005
ص: 18.

مزدوج الإتجاه وهو عملية عن طريقها يمكن نقل الأفكار من فرد إلى آخر فلعلها التعريف لم يلقى إستحسانا كبيرا بأنه عملية نقل لأن هذه الكلمة تناسب الماديات أكثر من المعنويات¹ كما يعترض كذلك على كلمة فكرة لأن هذه الكلمة متى كانت صحيحة لكنها ليست شاملة أو معبرة عن كل ما يمكن أن تحدثه نتائج الإتصال كذلك لأن هذا المفهوم حدد بأن الإتصال لا يحدث إلا بين شخص وآخر ولدنيا جون ديوي يعرف الإتصال على أنه عملية مشاركة في الخبرة وجعلها مألوفة بين إثنين أو أكثر من أفراد فكلمة مشاركة أدق من كلمة نقل من الناحية اللغوية والعلمية لأنها لا تعني أن الموجه لا يفقد ما يقوم بتعليمه أو توجيه الآخرين من أفكار وإنما تعني أن يشركهم معه فيها بالمستوى الذي يرغب فيه كما ذهب البعض أن تبادل الحقائق والأفكار والأراء والمفاهيم والإتجاهات بإستخدام صيغة أو أكثر² لدينا هناك أيضا مجموعة من التعريفات للإتصال بصورة مبسطة فحسب شتاغون وريغي الإتصال يمثل كافة الأساليب والطرق التي تؤثر بموجبها عقل على عقل آخر بإستخدام الرموز أما مارتن إندرسون على أن الإتصال العملية التي من خلالها تفهم من خلالها الآخرين وبمفهومنا أن جمعية إدارة الأعمال الأمريكية تعرف الإتصال على أنه السلوك الرمزي المرسل للتأثير على المستقبل أما بالنسبة للتعريفات التي وضعها المتخصصين العرب لدينا³.

إبراهيم سان إمام 1996 يعرف الإتصال بأنه حامل العملية الإجتماعية أما محمود عودة يرى أن الإتصال يشير إلى العملية التي تنتقل بها الأفكار بين الناس داخل نسق معين⁴. فتطرق إلى تعريف الإتصال في هذه المرحلة حسب مجال عمل كل باحث في مجال علم النفس يكون الإتصال بإعتباره نسق يؤثر بطريقة أو بأخرى في العلاقات المتبادلة بين أعضاء الجماعة وأرائهم أما علماء الإجتماع يرون أن الإتصال ظاهرة إجتماعية لها دور في تماسك المجتمع عن طريق ترابط العلاقات الإجتماعية⁵ كما تتعرف إلى تعريف آخر في مجال علم النفس الإجتماعي في طريقة التحليل النفسي التي تقول أن الطفل من نوع الإتصال تعبيره إنطلاقا غريزة الشهرة كالحب والتعلق بالأم.

¹ - حسين عبد الحميد محمد رشوان - العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الإجتماع، المكتب الجامعي الحديث. الطبعة الرابعة، سنة 2003، ص: 202.

² - حسين عبد الحميد أحمد رشوان، العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الإجتماع - مرجع سبق ذكره ص: 254 - 255.

³ - عاطف عدلي العبد، الإتصال والرأي العام، الأسس النظرية والإسهامات، دار الفكر العربي، القاهرة، دار المناهل للطباعة 1414 هـ، ص ص : 13-12.

⁴ - عاطف عدلي العبد - الإتصال والرأي العام - الأسس النظرية والإسهامات، مرجع سبق ذكره، ص: 12-13.

⁵ جمال محمد أبو شنب - الإتصال والإعلام والمجتمع . - المفاهيم والقضايا والنظرية - دار المعرفة الجامعية الإسكندرية، ص: 2005.

أو الأب وغريزة التقليد أو الإعتماد على النظريات الإجتماعية التي ترى أن الإنسان عند ولادته تحتاج إلى غيره. لذلك نرى الطفل يقوم بتصرفات يحاول إلفات النظر إليه بأنه طريقة بحث على الحنان والعطف وإقامة علاقات مع من حوله ولكسب حبهم¹ فالإختلاف في التعاريف يختلف طبقا لهدف من يقوم بالتعريف وتتبعها لجوانب الإتصال الإنساني ومن أكثر التعريفات شمولاً الإتصال هو ذلك الذي ينتمي إليه بإعتباره عملية إشتراك ومشاركة في المعنى من خلال التفاعل الرمزي. تتميز بالإنتشار في الزمان والمكان فضلا عن إستمراريتها وقابليتها للتغير. فمن خلال هذا التعريف نلاحظ إشماله على عناصر ذات معنى في فهم الإتصال الإنساني².

تم تقسيم الإتصالات وفق دوافعها وظروفها فهذا التقسيم يعطينا أنواع كثيرة منها الإتصال الموجه والإتصال المطلوب والإتصال الهادف³. لدينا كذلك تصنيفين مختلفين لأنواع الإتصال الأول يقوم على أساس اللغة المستخدمة من حيث الإتصال اللفظي والغير اللفظي والثاني على مستوى الإتصال من حيث ذاتي وجمعي ووسطي وجماهيري وسنتطرق لذلك مع نوع من الشرح⁴.

أولا : نوع الإتصال من حيث اللغة :

يرى الدارسون أن كلمة لغة لا ينبغي أن تقتصر على اللغة اللفظية وحدها فكذلك التعبير بالصور والموسيقى والحركة واللون يصبح لغة يتيح للإنسان نقل أحاسيسه وأفكاره للغير حيث يرى "سوزان لانجر" 1954 أنه يجب توفر خاصيتين ضروريتين في اللغة : الخاصة الأولى هي أن تتكون اللغة من مجموعة من المفردات والخاصية الثانية هي أن يكون للبعض منها نفس المعنى الذي تعتبر عنه مجموعة المفردات الأخرى وبناء على ذلك يمكن تقسيم الإتصال الإنساني حسب اللغة إلى مجموعتين أساسيتين هما الإتصال اللفظي والذي يدخل فيه كل أنواع الإتصال التي يستخدم فيها اللفظ كوسيلة لنقل رسالة من المصدر إلى المتلقي أما الثاني : الإتصال غير اللفظي يدخل ضمن أنواع الإتصال التي تعتمد على اللغة الغير اللفظية والتي يطلق عليها أحيانا اللغة الصامتة وهو ينقسم إلى ثلاث لغات : لغة الإشارة تتكون من الإشارات البسيطة أو المعقدة ولغة الحركة أو الأفعال وتتضمن الحركات التي تعبر

1 - زهير إحدادن- مدخل لعلوم الإعلام والإتصال -ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، 2002، ص: 09.

2 - سامية محمد جابر، نعمات أحمد عثمان، الإتصال والإعلام تكنولوجيات المعلومات، دار المعرفة الجامعية بدون طبعة، سنة 2003، ص: 09-

10

3 - عبد الفتاح محمد دريدار - سيكلوجية الإتصال والإعلام -أصوله ومبادئه، دار المعرفة الجامعية، بدون طبعة: 2005، ص 24-25.

4 - حسين عماد مكاوي - ليلي حسين السيد- الإتصال ونظرياته المعاصرة - دار المصرية اللبنانية ط1، ط2، 2001، ص: 54-55.

عن المعاني والمشاعر ثم تأتي لغة الأشياء وهي غير الإشارات والأدوات والحركة بل هي عبارة عن شيء غير ناطق أو متحرك مثل اللون الأسود الذي يعبر عن الحزن والأدوات الفرعونية والملابس التي تستخدم على المسرح فإستعمالها يوحي بنقل الإحساس .والجرر الزمن الفرعوني للمشاهدين يقسم "راندل هارسون" الإشارات الغير اللفظية إلى أربعة أقسام والتي هي رموز لأراء تشمل حركات الجسد ورموز إصطناعية مثل نوع الملابس ورموز إعلامية نتيجة الابتكارات من خلال إستعمال وسائل الإعلام ورموز ظرفية تتبع من خلال إستعمالنا للوقت أو المكان¹ وفيما يخص مهام الإتصال الغير اللفظي في علاقة الإتصال اللفظي يعرض لنا "مارك تاب" ذلك على النحو التالي :

1- التكرار أو الإعادة والتناقض ،البديل مكمل أو معدل التأكيد والتنظيم ومعنى كل هذا هو أن كل هذه المهام يؤديها الإتصال غير اللفظي في علاقته بالإتصال اللفظي فمثلا في عملية التناقض يمكن للسلوك الغير اللفظي أن يناقض السلوك اللفظي يطلب المدير من موظف بإحضار أدوات معينة أمام أحد العملاء ثم يعطي له إشارة ما بعد إحضارها ويعود هذا الموظف ليخبر المدير أنه لم يجد على الأوراق هنا يلقي الموظف رسالتين إحداهما لفظية والأخرى غير لفظية فالتنظيم يمكن الإتصال غير اللفظي أن ينظم الإتصال بين المشاركين مثل حركة الرأس .

2- نوع الإتصال من حيث حجم المشاركين في العملية الإتصالية وهو ستة أنواعه كالاتي :

الإتصال الذاتي : ما يحدث داخل الفرد عندما يتحدث مع نفسه يتم داخل عقل الفرد يتضمن أفكاره وتجاربه ومدركاته.

الإتصال الشخصي : هو الإتصال المباشر أو الإتصال المواجهي حيث يمكن أن تستخدم فيه حواسنا الخمس تتكون نتيجة المحادثات والعلاقات الحميمة بين الأفراد ويتيح فرصة التعرف الفوري على تأثير الرصاصة ومن ثم يصبح القائم بالإتصال أكثر فعالية وإقناعا لرسالة بحيث هذا التعرف يسمح له بتعديلها وتوجيهها وبالتالي تكون النتيجة أكثر إقناعا وهو يتميز ب:

1- إنخفاض تكلفة الإتصال .

2- إستخدام اللغة المناسبة .

¹ - حسين عماد مكاوي - ليلي حسين السيد ،الإتصال ونظرياته المعاصرة ،مرجع سبق ذكره ص ص :26-27.

3- سهولة تقدير حجم التعرض للرسالة .

4- تلقائية الإتصال¹ .

-هذا فيما يخص أنواع الإتصال من حيث هدف الإتصال وبشكله ومن حيث اللغة وحجم المشاركين إضافة إلى ذلك توجد تقسيمات عديدة لأنواع الإتصال سنتطرق لأهمها مع نوع من الشرح على النحو الآتي :

1-أنواع الإتصال من حيث الوسائل المستخدمة : يقسمها الباحثون إلى :

أ-الإتصال اللفظي : وهو الذي يستخدم فيه اللفظ كوسيلة .

ب-الإتصال الغير المباشر : هو تعبيرات منظمة ينقسم إلى لغة الصمت والتعبيرات الحسية وغير بيولوجية .

2- أنواع الإتصال من حيث درجة رسميته:وهو نوعين:

أ-الإتصال الرسمي :وهو الذي يتم بين المستويات الإدارية المختلفة في حياة أو مؤسسة بالطرق الرسمية يعتمد على الخطابات والمذكرات والتقارير .

ب-الإتصال الغير الرسمي : يتم فيه التفاعل بطريقة غير رسمية بين العاملين بتبادل المعلومات والأفكار أو وجهات النظر .

3-أنواع الإتصال من حيث إتجاهه: وهو ثلاثة أنواع:

أ-الإتصال الهابط: من الأعلى إلى الأسفل وهو يتم بين الإدارة العليا وأعضاء الإدارة الوسطي وبين هؤلاء رجال الإدارة المباشرة أو المشرفين يتكون من مجموعة من العناصر التي تربط بالتعليمات والوظيفة الإعلامية منها : تعليمات الوظيفة .

ب- الإتصال الصاعد : هو الذي تبدأ فيه عملية التفاعل بين المرؤوسين تتجه إلى مستويات الإدارة العليا .

¹ - محمد عماد مكاوي - ليلي حسين السيد ،الإتصال ونظرياته المعاصرة ،مرجع سبق ذكره ص ص:28-29.

ج- **الإتصال الصاعد الهابط**: يسير فيه التفاعل بين المرؤوسين في إتجاهين لا يضع الرؤساء فيه خطة قبل أن يعرفو رأي المشرفين من مناقشتهم فيما يهم العمل .

4- أنواع الإتصال من حيث درجة التأثير : وفيه نوعين من الإتصال الجماهيري والمباشر وسنقف بشيء من التفصيل¹:

أ-الإتصال الجماهيري : هو أكثر تعقيدا مقارنة مع عملية الإتصال بين فردين مثلا محطة إذاعية تتميز بأن لها مشاكل إتصال خاصة لأن لها إتصالات داخلية خاصة وهي بحاجة إلى إتخاذ قرارات مما أن عليها أن تقوم بعملية تطبيع الأفراد الجدد حتى يعرفوا أدوارهم ومؤسسة الإتصال تعمل مثل الفرد القائم بالإتصال فهي تقوم بعملية فك الكود والتفسير ووضع الفكر في كود.

-إن الإتصال الجماهيري هو إتصال جماهيري ومدروس يقوم على إرسال رسالة علنية وعامة ومن خصائصه أن الجمهور بنظامه حجمه وتجانسه من حيث القدرات والمعارف والأعمار وإمتلاك الميول والأذواق هنا المرسل لا يرى الجمهور ولا يتمتع منه إلا بالقليل ورجع الصدى قليل نسبيا وهو أحادي الإتجاه .

ب-الإتصال المباشر : يتضمن الإتصال الشخصي والإتصال الجمعي ويطلق بعض الخبراء على هذا النمط من الإتصال مصطلح التأثير عن طريق كلمة الفم ومن خصائصه المرونة والتلقائية فالأولى عندما يواجه الإتصال الشخصي مقاومته من المستقبل لتوفر رجع الصدى بدرجة كبيرة أما الثانية أي التلقائية يكون الإتصال المباشر بشكل عضوي غير مقصود من خلال شبكة العلاقات الشخصية غير الرسمية ومن دوافع الإهتمام بدراسة الإتصال الشخصي الحالات الإعلامية دراسة أساليب الدعاية ودراسة أساليب تكوين الرأي العام².

المطلب الثاني : خصائص العملية الإتصالية :

أيما تنشأ الحاجة تنقل المعلومات أو تبادلها يجب تفاعل عدد من الشبكات يطلق عليها عناصر الإتصال وهي الرسالة والمرسل والمستقبل على سبيل المثال تتوقف السيارة عند إشارة المرور تسير عنه عندما تكون

¹ عاطف عدلي العبد،الإتصال والرأي العام - الأسس النظرية،الإسهامات،دار الفكر العربي،دار المناهل للطباعة، بدون طبعة، سنة 1993م ص.ص: 39-40-41.

² - عاطف عدلي العبد -الإتصال والرأي العام - مرجع سبق ذكره، ص ص 42-43

حمراء وعندما تكون خضراء تسير دون الحاجة إلى رجل مرور ضمن النشاط هو عملية إتصالية متكاملة تتكون من عدد من العناصر اللون الأحمر وهنا رسالة والسائق يعتبر مستقبل الرسالة وهنا تعتبر إشارة المرور بمثابة المرسل لأنها هي التي تضع الإشارات الحمراء وتبرمجها زمنيا والعمود الذي يحمل الإشارة وتوابعها ويقوم مقام الوسيلة ما يهمنا هو الدور الذي يلعبه عند النشاط¹ للتوضيح أكثر سوف نتناول هذه العناصر بالشرح ونبدأ بالمرسل أو المصدر والذي يقصد به الشخص أو مجموعة الأشخاص أو الهيئة أو الجهاز الذي يود أن يؤثر في الآخرين بشكل معين ليشاركون في أفكاره وإتجاهاته وخبرات معينة قد تكون من إبتكار الآخرين ويعتبر المرسل هو المسؤول عن إعداد وتوجيه المعلومات والمفاهيم والمهارات والمبادئ والإتجاهات التي يحتاجها الأفراد أو الجماعات التي يتعامل معها في موقف معين وهذا يتطلب من المرسل تحديد الفكرة أو المهارة التي يرغب في توصيلها ثم دراستها وتنظيمها والوسيلة لنقلها ثم نشر وتوضيح هذه الفكرة كما هو حاجة إليها².

أما العنصر الثاني فهو المستقبل ويقصد به في عملية الإتصال الشخصي أو مجموعة الأشخاص الذي يستقبل محاولات التأثير وقد يكون المستقبل شخصا أو جماعة ثم لدينا الرسالة والتي هي مجموعة الأفكار والمفاهيم والمهارات والمبادئ والقيم والإتجاهات التي يريد المرسل إرسالها للأفراد أو الجماعات مثلا لذلك الحقائق العلمية التي يقدمها المدرس لتلميذه والأفكار التي يرغب في نقلها للناس لدينا كذلك العنصر الرابع الذي هو وسيلة الإتصال تستخدم في نقل الرسالة فالرمز أو الشكل أو اللغة تعتبر رسائل يستعملها المرسل ليعبر عن رسالته قد تكون هذه الرسائل غير لفظية فالصور والرسوم التوضيحية لدينا كذلك الرجوع أو التغذية العكسية وهي الإجابة التي يجيب بها مستقبل الرسالة يرى البعض أنه إستجابة مضادة يتلقاه المصدر ويستقبلها³.

فيما يخص العنصر الخامس الذي هو رد فعل أو الإستجابة فيلاحظ أن مضمون الإتصال يسبب إدراك الناس له لمعاني مختلفة ويرجع فالأثر هنا سيكون مختلفا أيضا يعود ذلك لعدة عوامل هي :

- إن الأثر الذي يحدثه الإتصال يعتمد إلى حد كبير في المشاعر والإتجاهات التي يكونها كل طرف وإتجاه الطرف الآخر .

¹ - مصطفى محمد عيسى فلاتة، الإذاعة السمعية وسيلة إتصال وتعليم، جامعة الملك آل سعود، 1417. ص: 8، 9.

² - جمال محمد أبو شنب - الإتصال والإعلام والمجتمع المفاهيم والقضايا والنظرية، دار المعرفة الجامعية، بدون طبعة، 2005، ص: 15.

³ - جمال محمد أبو شنب - الإتصال والإعلام والمجتمع - مرجع سبق ذكره، ص: 16.

- الأثر الذي يمكن أن يحدثه الإتصال يتوقف على مدى التوافق بين أهداف وإهتمامات أطراف الإتصال.
- إن الأثر الذي يمكن أن يحدثه الإتصال يتوقف على درجة الثقة بين أطرافه.
- إن الأثر الذي يمكن أن يحدثه الإتصال يتوقف على مقدار التعضيد والتأييد الذي يحصل عليه الفرد من ثقافته في العمل¹.

المطلب الثالث: أهداف الإتصال :

- يحقق الإتصال أكثر من هدف ويختلف حسب إختلاف الإحتياجات من فرد لآخر وبصفة عامة يمكننا تصنيف إستخدامات الإتصال إلى ست فئات :

1-الإعلام: بدون إعلام تتوقف المؤسسات والمنظمات الإجتماعية والمصانع والمكاتب والمحطات وغيرها عن العمل ويقوم الإعلام بعدة مهام إجتماعية أهمها :

-قيادة الجماهير نحو عمل معين أو ما يسمى بتعبئة الرأي العام

- يعمل على تأكيد تدعيم الإتجاهات الإيجابية ومحاولة تعديل الإتجاهات السلبية .

2- التعليم والتدريب :

- لايستطيع الإنسان أن يشارك في الحياة الإجتماعية والإقتصادية بدون قدر معلوم من التعليم لذلك يتطلب على المجتمعات الإنسانية أن يقضي كل فرد من أفرادها فترة معينة في التعليم الإجباري ،وهنا تدخل عملية الإتصال بين الفرد والمجتمع أو الطفل وأبويه إلى أن يصبح شابا وحتى إلى آخر العمر بحيث أنه من خلال عملية الإتصال لا يمكنه أن يكتسب العادات والقاليد والقيم الإجتماعية وهذا لا يقتصر على الأبوين فقط بل يتعدى إلى الأقارب والأصدقاء والجيران والمؤسسات والمنظمات ومصادر أخرى متعددة وتدخل في ذلك عملية التدريب.

3- الإقناع :

¹ - حسين عبد الحميد أحمد رشوان - العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الإجتماع ،المكتب الجامعي الحديث،ط4،2003،ص ص:263-264.

-الفرد دخل المجتمع وفي علاقاته مع أفراد آخرين يريد أن تكون هذه العلاقة مبنية على التفاهم والإتفاق والصدقة فكثيرا ما يجد نفسه في حالة إختلاف وتعارض في الرأي معهم ومن ثم فإن جزء كبير من النشاط الإتصالي للفرد يبدل في سبيل التخلص من هذا التعارض وفي نفس الوقت يحاول فيه إقناع الآخرين بوجهة نظره وكذلك الأفراد الذين يتعامل معهم يفعلون نفس الشيء لتحقيق التوازن¹.

4- الترفيه:

فالترفيه من أهم إستخدامات الإتصال فعالبا ما يشترك الناس في عملية الإتصال بهدف الترفيه والإجتماع فعالبا ما يكون لهذا الغرض وليس لأغراض وظيفية أو مرتبطة بالعمل وينطبق هذا على الإتصال بكافة أنواعه الفردي أو الجماعي أو الجماهيري فعلى سبيل المثال، الفرد نجد واضحا في دردشة الجيران والأصدقاء والمقاهي والتلفزيون والزيارات العائلية ونفس الشيء بالنسبة للإتصال الجماهيري في الأفلام السينمائية والتلفزيونية والدراما والمسلسلات فمقارنة البرامج الثقافية والتعليمية بالبرامج الترفيهية فإن نسبة قليلة من يسمعون البرامج الثقافية التعليمية. لذلك فإن الترفيه يعد أكثر أنواع الإتصال جد بالجمهور.

5- الجزاء (الإثابة) والعقاب :

كل الناس يحطمحون إلى الجزاء الإيجابي في شكل الشكر أو المدح بدلا عن النبذ الإجتماعي فكثير من أفعال الإتصال تكرر لمكافآت الآخرين على أعمال مقبولة إجتماعيا وقد يكون التوبيخ أكثر إيلا ما من العقاب المادي ولذلك يستحسن التصريح بهذه الوظيفة الإتصالية أو هذا الهدف الإتصالي في المرافق التعليمية إذ يمكن أن يثير المعلم التنافس والحماس بين الدارسين.

6-التعبير عن العواطف :

-يعتقد البعض أن الإنسان يشرف بشكل بدون عواطف وإنفعالات لكن في الحقيقة الإنسان له حياة عقلية وأخرى عاطفية فالإنسان عندما يقوم بالإتصال وكأنه يعبر عن عواطفه بالإضافة إلى التعبير عن أفكاره فعالبا ما

¹ - محمد عمر الطنزي ، ، نظريات الإتصال ، الطبعة الأولى ، 2001، ص ص : 39-40-41.

يحتوي الإتصال التعبير عن الغضب والحزن والإكتئاب والسعادة والفرح وقد تكون أحيانا مكرسة للعواطف¹ فيما يخص خصائص الإتصال يمكن تناولها على النحو التالي:

1-إنتشار الإتصال في الزمان والمكان : يعتبر الخاصية الإنسانية الشاملة التي تشمل في إستخدام الرموز وهي متطورة إلى أبعد الحدود فإستخدام الرموز هو ما يربط بين الناس ويربطهم بأنشطتهم .

2- إستمرارية الإتصال: تكمن إستمرارية الإتصال في كونه يمتد من الماضي مارا بالحاضر ومتجها نحو المستقبل وليس له بداية أو نهاية واضحة أو فاصلة .

3- الإشتراك والمشاركة في المعنى : ذهب فريق من الباحثين إلى أن الإتصال يهدف إلى توصيل المعلومات ونقل الأفكار بينما إعتقد آخرون منهم أن الإتصال يستهدف خلق معنى فعندما يتصل الإنسان ببيئته يحاول أن يعبر على معاني .

4- قابلية الإتصال للتنبؤ: إرتكز إهتمام الباحثين من أكثر من عشرين عاما حول معرفة آثار الإتصال على الآخرين وفهم ما يحدث داخل الشخص أثناء قيامه بفعل إتصالي حيث إعتقدوا أن ما حدث عندما تأتي رسالة معينة من مصدر محدد وتصل إلى جمهور معين هو مسألة قابلة للتنبؤ بها² .

المبحث الثاني : تأثيرات وسائل الإعلام

سنتناول في هذا المبحث بعض نظريات التأثير الإعلامي على الجمهور وهي تغطي فكرة واسعة حول مدى قدرة وسائل الإعلام على التأثير المباشر على الجمهور وقدرة الجمهور على التأثير الإنتقائي لوسائل الإعلام وعوامل هذا التأثير وقواعده وقد يكون بشكل مباشر أو غير مباشر.

المطلب الأول : المجتمع الجماهيري ونظرية القذيفة السحرية :

¹ - محمد عمر الطنوبي- نظريات الإتصال -مرجع سبق ذكره .ص ص : 44-54.

² -سامية محمد جابر -نغمات أحمد عثمان -الإتصال والإعلام- تكنولوجيا المعلومات ،دار المعرفة الجامعية :ط1، سنة 2003 ص ص :13-14.

- مع نهاية القرن العشرين كانت صورة المجتمع الجديد أنه يتغير نظام إجتماعي تقليدي مستقر إلى مجتمع يتميز بتعقيد أكبر ففكرة المجتمع الجماهيري لا تعني المجتمع الضخم الكثير العدد في حين أن المجتمع الجماهيري يشير إلى العلاقة القائمة بين الأفراد والنظام الإجتماعي المتعلق به ويفترض في هذه النظرية أن :

1- يتسم الأفراد في المجتمع الجماهيري بالعزلة النفسية عن الآخرين.

2- إنعدام المشاعر الشخصية يسود خلال تفاعلهم مع الآخرين.

3- يتحررون نسبيا من المتطلبات المتصلة بالالتزامات الإجتماعية العامة .

-أهم نقاط هذه النظرية :

1- تقدم وسائل الإعلام وسائلها ويدركونها بشكل مقارب .

2- تؤثر وسائل الإعلام في مشاعر الأفراد بقوة

3- تقود المنبهات إلى إستجابة الأفراد بقوة .

4- تأثيرات وسائل الإعلام قوية ومباشرة بسبب الضعف في الضبط الإجتماعي مثل العادات والتقاليد¹.

المطلب الثاني : نظريات التأثير الإنتقائي:

-هناك أربعة قواعد أساسية تقع في بؤرة التأثير الإنتقائي :

1- مبدأ الإهتمام الإنتقائي:

-الإختلافات الفردية في هيكل المعرفة تؤدي إلى نماذج متميزة من الإهتمام بالمضمون الإعلامي.

- إن الإهتمام لفئات إجتماعية معينة يؤثر في الإهتمام بوسائل إعلامية معينة .

¹ - منال أبو الحسن - أساسيات علم الإجتماع الإعلامي، النظريات والوظائف والتأثيرات - دار النشر جامعة القاهرة، الطبعة الأولى سنة 2002 ،ص120-121.

- الذين يقيمون علاقة إجتماعية وطيدة يحتمل أن يهتموا بموضوعات يعرفون أنها ذات أهمية لأصدقائهم أو عائلاتهم.

2- مبدأ الإدراك الإنتقائي :

وقاعدته أن الذين لديهم صفات نفسية وسلوكات خاصة بفتة محددة يعتبرون نفس المضمون الإعلامي بأساليب مختلفة .

3- مبدأ التذكر الإنتقائي : هناك أنواع معينة على المحتوى لأنواع معينة من الناس يتم تذكرها بسرعة لوقت طويل والآخرين ممن لهم هياكل معرفة وروابط إجتماعية بأن نفس المادة الإعلامية قد تنسى بسرعة .

4- مبدأ التصرف الإنتقائي :

كل فرد لنا يتصرف بنفس الأسلوب نتيجة التعرض للرسالة الإعلامية .

-يمكن أن نضم جميع الأفكار ونضع الإفتراضات الأساسية لنظريات التأثير الإنتقائي :

1- جميع التغيرات في هياكل المعرفة تنتج من تعلم التجارب في البنيات الثقافية والإجتماعية .

2- المجتمعات الحضرية يحتفظ فيها الناس بالعلاقات الإجتماعية .

3- الفوارق الفردية في هياكل المعرفة تؤدي إلى نماذج إنتقائية من الإهتمام¹ .

المطلب الثالث : نظريات التأثير غير المباشر :

-يرى أصحاب هذه النظرية أن الإعلام يؤثر على الجمهور وبشكل غير مباشر ويرى البعض أن هذا التأثير يعتمد على تقديم النماذج ويرى آخرون أنه يأتي من خلال المعنى وفيما يلي توضيح لبعض الأفكار :

نظرية التأثير المعتمد على تقديم النموذج:

¹ - منال أبو الحسن - أساسيات علم الإجتماع الإعلامي النظريات الوظائف والتأثيرات - مرجع سبق ذكره، ص ص 125 - 126.

يرى أصحاب هذه النظرية أن التأثير يأتي بشكل غير مباشر يأخذ وقتاً متأخراً حيث يتعرض الفرد إلى العديد من نماذج السلوك يرى أنه يمكن أن يتبناها باعتبار أن وسائل الإعلام مصدر من مصادر التعلم الاجتماعي يأتي ذلك بالتدرج ويفترض في النموذج أن هذا النمط يؤدي إلى دعم الفرد وزيادة قدرته على التفاعل في بعض المواقف ويحقق له مكافأة مزيدة.

نظرية المعنى :

يرى أصحاب هذه النظرية أن وسائل الإعلام أصبحت جزءاً أساسياً في النظام الاجتماعي وفي عملية الإتصال حيث تلعب دوراً أساسياً في تشكيل المعاني والرموز اللغوية وهي بدورها تشكل السلوك نحو جوانب النظام الاجتماعي والمادي يتم تأثير وسائل الإعلام على الفرد من خلال مراحل تبدأ بالإدراك لرسالة إعلامية. فالفرد عندما يدرك موقفاً معيناً يأخذ مصطلحاً من خلال الرموز الاجتماعية وعندما تقدم وسائل الإعلام لهذا المصطلح في مواقف معينة فإنها تؤثر على الفرد بمعاني جديدة وتضيف للمعاني القديمة عناصر جديدة وتستبدل القديمة بالجديدة وهي بالتالي تؤثر تأثيراً طويلاً غير مباشرة على الفرد¹.

الخلاصة : من خلال عرض منهجية الإتصال وأنواعه وخصائصه إضافة إلى التأثير الذي يحدثه على المستمع يتبين أنه يلعب دوراً عاماً في الحياة الإنسانية .

أصبح الإنسان في كل يوم وفي كل مكان سواء في العمل أو في المنزل أو في الشارع أو في النادي يعتمد على وسائل الإعلام كمصدر رئيسي للحصول على المعلومات وهذا ما يعكس لنا قوة تأثيره.

¹ - منال أبو الحسن - أساسيات علم الاجتماع الإعلامي النظريات والوظائف والتأثيرات ، مرجع سبق ذكره ، ص 125-126.

الفصل الثاني : الإذاعة والإذاعة المحلية

تمهيد :

المبحث الأول : المفهوم والنشأة

المطلب الأول : تعريف الإذاعة ونشأتها

المطلب الثاني : أنواع الإذاعة

المطلب الثالث : وظائف الإذاعة وأهميتها .

المطلب الرابع : سلبيات وإيجابيات الإذاعة.

المبحث الثاني : الإذاعة المحلية في العالم

المطلب الأول : تعريف الإذاعة المحلية

المطلب الثاني : نشأة الإذاعة المحلية

المطلب الثالث : صفاتها - أهدافها - وظائفها.

المبحث الثالث : الإذاعة المحلية في الجزائر

المطلب الأول : نشأة الإذاعة المحلية في الجزائر

المطلب الثاني : أسباب تأسيسها وخصائصها

المطلب الثالث : إيجابياتها.

خلاصة.

تمهيد :

يعتبر الإعلام المسموع أو ما يعرف بالإذاعة أحد الركائز الأساسية للإتصال ونقل وتبادل المعلومات والأخبار الإجتماعية والسياسية والثقافية وكل ما يجذب ويثير إنتباه الجمهور من مواد إعلامية وهذا ما جعله يحتل مكانة وسط الساحة الإعلامية ويكتسب ديمقراطية شعبية واسعة .

فالإذاعة تنقل أخبار قد تخص دولة أو مدينة أو فئة أو حتى تجمعاً سكانياً واحداً بلغة وثقافة الشريحة المستهدفة مما يخلق فضاء إتصالي يسوده طابع المرونة والديناميكية في تناقل المعلومات .

-ولقد مرت الإذاعة بعدة مراحل تاريخية متسلسلة حتى وصلت إلى ما هي عليه اليوم من المرحلة الأولى الممتدة من 1840 إلى 1919 م التي ظهر فيها الراديو نسخة البحوث العلمية وفي منتصف العشرينات من القرن 20 وفي المجتمعات المتطورة صناعياً نشأت الإذاعة وفتحت بذلك مجالاً جديداً لوسائل الإعلام فهي بذلك توصف بأنها جماهيرية الإتصال فهي أداة تربطنا بالعالم سياسياً - إجتماعياً - ثقافياً - إقتصادياً .

-وسنحاول في هذا الفصل تقديم لمحة عن الإذاعة ،وظائفها ،خصائصها ،إيجابياتها.

الفصل الثاني : الإذاعة كوسيلة إعلامية وخصوصية الإذاعة المحلية في العالم والجزائر

المبحث الأول : الإذاعة كوسيلة إعلامية

المطلب الأول : تعريف الإذاعة ونشأتها :

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

إصطلاحا : هي تلك الوسيلة التي توصف بأنها جماهيرية .فهي أداة تربطنا بالعالم في جميع المجالات .ويعتبر الراديو إحدى تكنولوجيات الإعلام التي سهلت عملية إنتقال المعلومات والأفكار إلى الجماهير المستمعة أو ما يعرف بالإعلام الجماهيري.

والمذيع هو من لاكتهم السر أو من لا يستطيع كتم خبره والعرب يصفون الرجل الذي لا يكتهم السر بأنه مذيع¹.

-والإذاعة هي الإنتشار المنظم والمقصود بواسطة الراديو لمواد إخبارية وثقافية وتعليمية وتجارية وغيرها من البرامج لتلتقط في وقت واحد لدى المستمعين فرادى وجماعات بإستخدام أجهزة الإستقبال المنافسة².

- وهي وسيلة من وسائل الإتصال الجماهيري . توصف بأنها وسيلة إتصال ساخنة بمعنى أنها وسيلة تتحقق فيها فورية التدفق الإعلامي .توصف بأنها وسيلة إنفعالية ذهنية ديمقراطية لتداول الأخبار والأفكار والآراء عن طريق المشاركة فالمستمع يتلقى الرسائل الإعلامية عن طريق الراديو وهو يتأثر بالأداء بالصوتي وما يتسم به ذلك من تلقائية وهكذا يصبح التأثير إنفعالا ذهنيا .وهو وسيلة ديمقراطية لأنه الأرخص والأكثر شعبية .أسقطت حواجز الزمان والمكان فنحن نستطيع سماع الراديو في أي مكان وفي أي وقت³.

نشأة الإذاعة : تبدأ قصة الإذاعة في عام 1865 عندما بنا عالم الطبيعيات الإنجليزي جيمس كلارك ماكس ريل **Jaimes clarks marx nell** الأستاذ بجامعة لندن بوجود الموجات الكهرومغناطسية وفي سنة أعين العالم الألماني "هين ريتش هيرتز" . **Henro hert** صحة نظرية ماكسويل وقام بإجراء عدة تجارب في

¹ - إبراهيم إمام - الإعلام الإذاعي والتلفزيوني - دار الفكر العربي - القاهرة - الطبعة الثانية ، 1985، ص 256.

² - عبد العزيز شرف - مدخل إلى وسائل الإعلام - دار الكتاب المصري اللبناني - الطبعة الثانية 1989، ص 409.

³ - عبد المجيد شكري - فنون الراديو في ضوء متغيرات العصر - دار العربي للنشر والتوزيع - القاهرة. الطبعة الأولى ، ص 95.

السنوات العشر التالية حول طرق إنتاج تلك الموجات الكهرومغناطيسية وخصائصها وسرعتها التي تبلغ 300 متر في الثانية وهي سرعة الضوء وأطولها التي تتراوح بين 1500 متر ومليمتر واحد .

-وقد حفزت هذه النتائج عالما شابا في العشرين من عمره يدعى **ماركوني Marconi** في عام 1894 على إجراء المزيد من التجارب العلمية من خلال إرسال إشارات سلكية عن طريق الراديو التليغرافي ،فأنشأشركة لتطوير إختراعه على أساس تجاري ولزيادة المسافة التي يمكن إرسال الإشارات اللاسلكية عبرها عام بعد عام وفي سنة 1901 إستمع ماركوني لرسالة بعث بها عبر المحيط الأطلنطي من محطة إرسال كوؤنول بإنجلترا إلى سان جون في " نيوفرند لاند بالوم أ " وقد تأكد الدور الخطير الذي يمكن أن تلعبه الإذاعة علميا عندما فقد الإرسال اللاسلكي سفينة الركاب _____ استاينك سنة 1912م .

- وفي نفس الوقت كانت جهود العلماء تتضافر في جميع أنحاء العالم لتطوير الإذاعة :ففي سنة 1904م إخترع **سيرجرن فليمينغ Starjahn Fleminc** الصمام الموحد الثلاثي وإخترع **أي فورست Eee Foreest** الأمريكي المكبر الصمام الثلاثي فكان خطوة كبيرة فب تنمية الإلكترونيات ،فتوجت الجهود بنجاح في إذاعة صوت الإنسان والموسيقى ،وبذلك إكتملت جميع العناصر الإذاعية على النحو الذي نعرفه الآن .

- وفي سنة 1920 م أصبحت الإذاعة حقيقة واقعة في الو م أ وتؤرخ الإذاعة الأمريكية عادة بشهر نوفمبر 1920 عندما أذاعت محطة K.D.K.A نتائج الإنتخابات للرئاسة الأمريكية بين **كوكس ومارينج** وفي سنة 1922 بلغ عدد المحطات 50 محطة ثم وصلت إلى 550 محطة في العام التالي مباشرة

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

المطلب الثاني :أنواع الإذاعة :

-يمكن تصنيف الإذاعات إلى عدة أنواع حسب السيطرة - التمويل - الأهداف التي تسعى الإذاعة إلى تحقيقها وهي كالآتي

¹ - إبراهيم الإمام - الإعلام الإذاعي والتلفزيوني - مرجع سبق ذكره،ص256-257.

أ- **إذاعات حكومية** : تقع تحت سيطرة الحكومة المباشرة تموله الدولة من خزينتها وتشرف على مضمون برامجها وتحدد الأهداف التي يجب أن تعمل على تحقيقها وهذا النمط من الإذاعات موجود في أغلب الدول النامية .

ب- **إذاعات تجارية** : تمتلكها مؤسسات تجارية أو أفراد أو شركات وفي الغالب تسعى إلى تحقيق الكسب المادي من خلال ما تبثه من إعلانات تجارية ويضفي جانب الترفيه على برامجها لا تسعى إلى تحقيق أهداف سياسية في غالب الأحيان .

ج- **إذاعات دينية** : تكون ممولة من قبل المؤسسة الدينية وتقوم ببث برامج تفسير وشرح لمبادئ ديانة معينة قد لعبت دورا بارزا في حملات التبشير ولا زالت تقوم بنشاط ملموس في هذا الجانب خاصة في الدول الفقيرة .
- كما تصنف حسب الجمهور الموجهة له فهناك :

1- الإذاعات الوطنية : هي التي يكون إرسالها يغطي كامل تراب الدولة وتوجه برامجها إلى كل المستمعين من سكان هذه الدولة .

2- الإذاعات الإقليمية : توجه إلى مستمعين في إقليم واحد قد يشمل عدة دول ،إذاعة صوت الغرب من القاهرة .

3- إذاعات موجهة : توجه برامجها إلى خارج حدود الدولة صاحبة البث في الغالب تخاطب الجمهور المستهدف بلغته المحلية في الأوقات التي تناسبه . وذلك بهدف تحقيق أهداف معينة مثل إذاعة بريطانيا -راديو موسكو- راديو مونت كارلو من فرنسا وإذاعة صوت أمريكا¹ .

4- الإذاعات المحلية : هي إذاعة تخدم مجتمعها محليا بمعنى أنها تبث برامجها مخاطبة مجتمعا خاصا محدود العدد يعيش فوق أرض محدودة المساحة وتخاطب مجتمعا متجانسا من الناحية الإقتصادية والثقافية والاجتماعية بحيث يشكل هذا المجتمع بيئة متجانسة بالرغم من وجود الفروق الفردية فهي تتفاعل مع هذا المجتمع وتأخذ منه وتقدم له خدمات مختلفة فجميع أبناء المجتمع المحلي قد جمعهم ما نسميه بالمصالح الإستطانية التي أصبحت مصالح شخصية لكل فرد. من أفراد المجتمع المحلي .

¹ - إباد شاعر البكري -تقنيات الإتصال بين زمنين -دار الشرق للنشر والتوزيع ،عمان الأردن .الطبعة الأولى . 2003 ص50-51.

فالجمهور المستهدف لكل إذاعة محلية هم أفراد هذا المجتمع المحلي كأن يكون سكان قرية واحدة أو مجموعة قرى متقاربة أو مدينة صغيرة أو مدن متقاربة وقد تكون مدينة كبيرة¹.

المطلب الثالث: وظائف الإذاعة وأهميتها

أ-وظائف الإذاعة: إن عمر الراديو أكثر من 70 عاما وقد أصبح جزءا من حياة كل فرد وملتصقا بالإنسان كأحد أعضائه إنه لا يكاد يفارقه أبدا، إنه الصديق الرفيق والناصر الأمين ومصدر السعادة والنشرة والأمل والراحة والإسترخاء. وقد لا تكون وظائف وإستخدامات الراديو قد تغيرت كثيرا من الناحية النظرية خلال تلك السنوات .

-لكن الذي لا شك فيه أن تلك الوظائف قد تنوعت وإتسعت وإختلفت من دولة إلى أخرى وإتسعت دائرة ذلك التنوع ليشتتمل العديد من الجوانب الحيوية الهامة في حياة الأفراد والشعوب والدول

- تؤدي الإذاعة المسموعة وظائف رئيسية يمكن أن تندرج تحتها وظائف فرعية حسب الإحتياجات والمتطلبات لكل مجتمع وهي :

1-الأخبار والمعلومات: لفاالإذاعة تعتبر المصدر الرئيسي للأخبار المحلية الوطنية العالمية وخاصة الأخبار الفورية.

2- الإعلانات بنوعها التجارية والإعلانية².

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

4-الترفيه والتسلية : وتدخل فيها برامج الموسيقى -الرقص والغناء -الدراما، الفكاهة، المسلسلات ،المسابقات ،الألغاز الفوازير والألعاب المختلفة.

¹ - عبد المجيد شكري، مرجع سبق ذكره ص 87، 88.

² - إباد شاكر البكري، المرجع السابق ص 09.

5- البرامج الفنية والعلمية والأدبية: تشمل المسرح -الأدب- الشعر- الفقه،القصص ،الأدب ، العلم، هذا إضافة إلى الخدمة ، الخراسنة ، التحريض ،الدعاية ، والإعلان¹.

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

- 1-سرعة الإنتشار والإتصال عن طريق الإذاعة لا يتطلب خصائص معينة في المستمع.
- 2- قدرتها على إستحواذ الجماهير وجذبهم من خلال أسلوب العرض والمواد الموسيقية وهذا يبعث على التشويق .
- 3-تخطيها حواجز المستمع كالفقر أو الإعاقة البدنية والبصرية وتخطيها الحدود السياسية والجغرافية حيث تصل إلى المغترب.
- 4- سهولة إنتقاطها حيث لا يحتاج جهاز الراديو إلى مهارة في التشغيل ولا تكلفة في الإقتناء.
- 5- تتيح الإذاعة للمستمع حرية الإختيار وفق ما يتلائم مع مزاجه .
- 6- جمهور الإذاعة عريض وغير متجانس وبرامجها متنوعة².
- 7- إستطاعت الإذاعة من خلال الترونزيستر أن تحقق ميزة الحجم المتناهي الصغير والذي سهل جملة في أي مكان كذلك التنوع في الحجم والشكل.
- 8- التغطية الجغرافية الواسعة للإتصال الإذاعي فهي تتخطى الحواجز والمواقع الطبيعية والمصطنعة مثل البحار والصحاري والجبال ومحطات التشويش.
- 9- النسق الإخباري للإذاعة فهي تسبق وسائل الإعلام الأخرى في نقل الأخبار .

¹ - الدكتور سميح جاد ،الدكتور سامية أحمد علي -البرامج الثقافية للراديو والتلفزيون -دار الفجر للنشر والتوزيع -مصر -الطبعة الأولى -1997- ص68.

² - الدكتور عبد الحفيظ محمد سلامة -وسائل الإتصال والتكنولوجيا في التعليم -دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع عمان .ط2 سنة 1918 ص82- 83.

10 الإذاعة وسيلة إعلامية هامة حيث توصل الإعلانات إلى شرائح المجتمع العريضة حيث أن المداخل تدعم إقتصاديات الإذاعة.

11- دور الإذاعة في خدمة العملية التعليمية يمكن إستخدام الإذاعة في التعليم بالنسبة للمناطق النائية مثلما تقدم جمهورية مصر العربية برامج لتعليم اللغة العربية بالراديو وذلك للمسلمين الغير الناطقين باللغة العربية¹.

المطلب الرابع : سلبيات وإيجابيات الإذاعة :

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

من أهم إيجابياتها نجد:

-وفية لجماهيرها طوال 24 سا .

- أصبحت بمثابة الرفيق الوحيد إضافة إلى تعدد لغاتها وبرامجها وتلبية رغبات جماهيرها وإمكانية البث المباشر لفترة طويلة .

- التنوع من حيث الشكل والحجم وقدرتها على الوصول إلى أكثر البلدان بعد من خلال أجهزة الراديو المتعددة الموجات سواء الطويلة أو القصيرة .

- القضاء على ما يسمى بالقرية من خلال التطور الذي تشهده أجهزة الإعلام المختلفة وعلى رأسها الإذاعة التي تجعل الفرد على دراية بكل ما يحدث في وطنه الأم .

- إهتمام النظم السياسية على إختلافها بإعداد برامج ذات أهداف سياسية ودينية وتجارية بغية جذب جماهير معينة مستهدفة من خلال هذه البرامج².

-سلبيات الإذاعة :

¹ - ماجي الحلواني حسين ومحمد مهني -مقدمة في الفنون الإذاعية السمعية -مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح .سنة 1999.ص25.

² - ماجي الحلواني -مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والقضائي -عالم الكتب ،2000 ص24.

تفتقد الإذاعة السمعية إلى عنصر هام جدا من عناصر الإتصال ألا وهو رجع الصدى الفوري .

-عدم القدرة من طرف الجمهور على التحكم في وقت التعرض للإستماع إلى الإذاعة . فالجمهور إذا فاته البرنامج ولم يستمع إلى موعد لا يمكن الإستماع إليه مرة أخرى وهذا جانب سلبي بعكس الصحيفة التي يستطيع القارئ اللجوء إليها وقت ما شاء .

- تعرض الإذاعة في بعض الأحيان إلى التشويش .

- المنافسة الشديدة للراديو من طرف التلفزيون والقنوات الفضائية التي سحبت البساط إلى حد بعيد من الإذاعة المسموعة بالإضافة إلى الوسيلة الجديدة التي دخلت خلية المنافسة ألا وهي الإنترنت¹ .

المبحث الثاني : الإذاعة المحلية في العالم :

المطلب الأول : تعريف الإذاعة المحلية

-يرتبط مفهوم الإذاعة المحلية بمفهوم المجتمع المحلي وبالتمنية المجتمعية مما يجعل تحديد مفهوم المجتمع المحلي ضرورة قبل التعرض للإذاعة المحلية .

- يعرف المجتمع العربي المحلية ب:

المحلية : مأخوذة من المحل . والمحل هو ذلك المكان الذي يجعل فيه أي الثابت والمحلي هي كلمة عكس إرتحال .أي الترحال² .

فالمحلية : هي المسائل الخصوصية المرتبطة بجهة محددة في بلد ما . ومفهومها مقترن بالمفهوم الذي يحدده التقسيم الإداري في البلد "أو الولاية" الذي تفرضه الجغرافيا الطبيعية³ . وما زال هذا المفهوم سائدا حتى يومنا هذا إذ يمكن

¹ - إبراهيم أبو عرقوب - الإتصال الإنساني ودوره في التفاعل الإجتماعي - عمان دار مجدلاوي ط1 1989 .ص 89 .

² - الجيلالي بن الحاج - يحلى الهادي بن هادية - القاموس الجديد - معجم عربي للطلاب - تونس الشركة التونسية للتوزيع .ص 1020

³ - إتحاد إذاعات الدول العربية ، مجلة الإذاعات العربية ، العدد2 سنة 1998 ص34 .

إعتبرها (جهاز إعلامي يخدم مجتمعا محليا والجمهور المستهدف لكل إذاعة محلية هم أفراد هذا المجتمع المحلي فهي تتفاعل معهم وتأخذ وتعطي وتقدم له خدمات مختلفة¹.

لذا الإذاعة المحلية تخدم مجتمعا محدودا ومتناسقا من الناحية الجغرافية والاجتماعية والإقتصادية. ذو خصائص ثقافية متميزة على أن تحده حدود جغرافية حتى تشمله رقعة الإرسال المحلية، فالإذاعة المحلية - كوسيلة إتصال جماهيرية - مرتبطة أساسا بمجتمع خاص محدد المعالم والظروف².

المطلب الثاني : نشأة الإذاعة المحلية في العالم.

لقد كانت الدول العربية السبابة في إنشاء الإذاعات المحلية تبعا للبحوث والإجراءات المقدرّة والتي توصل إليها الإتحاد الدولي للإتصال من خلال إحدى المؤتمرات التي مولها اليونسكو بخصوص الزيادة في نشر القرار. تبعا لتلك المحطات الإذاعية التي ظهرت بطرق غير شرعية وغير مرخص لها. مدافعة عن مصالح الأقليات المنتشرين هنا وهناك لدفع الظلم عنهم ومن خلال برامج تهدف إلى تحسين الرأي العام³.

ومن أبرز الدول التي ظهر فيها هذا النوع من الإذاعات المحلية إيطاليا وكان بين 1968-1969 وكان يسمى هذا النوع من الإذاعات بالإذاعات الحرة لدرجة أن مدينة نابولي كانت تملك 250 إذاعة حرة

وبعد أن دخلت الشرعية في إنشاء محطات الإذاعة المحلية وصلت فرنسا إلى 2000 إذاعة محلية إثر قانون 1989/01/17. الذي قدم رخص إنشاء محطات إذاعية وجاء هذا القانون تبعا للإقتراح الذي عرضته الحكومة الفرنسية على البرلمان على لسان وزير الثقافة والإتصال في يوم 1979/09/13.

ولقد حققت الدول الأوروبية تطورا كبيرا وسريعا في مجال الإذاعات المحلية نظرا لتزايد عدد جمهورها.

أما في العالم العربي فتعتبر مصر من الدول الرائدة والسبابة في إنشاء محطات إذاعية محلية وجاء هذا القانون تبعا للإقتراح الذي قدمته الحكومة الفرنسية على البرلمان على لسان وزير الثقافة والإتصال يوم 1979/09/03⁴.

¹ - عبد المجيد شكري - الإذاعة المحلية إذاعة العصر - دار الفكر العربي، القاهرة، سنة 1998 ص10.

² - بن سعيد الحديدي - سلوى إمام علي - الإعلام والمجتمع - الدار المصرية اللبنانية، القاهرة ط1 و2. 2006. ص161.

³ - شون ماك برايد وآخرون - أصوات متعددة وعالم واحد - الشركة الجزائرية للنشر والتوزيع الجزائر 1981 ص192.

⁴ - تيليلي حسان، إعلامنا المعتدل، المنشورات الجامعية والعلمية، باريس، 1984، ص 103.

أ-سمات الإذاعة المحلية: الجمهور المستهدف لإذاعة محلية هو جمهور محلي محدود من حيث الشكل مقارنة بجمهور الإذاعات القومية والدولية .

محتوى المواد التي تقدمها الإذاعة المحلية نابع ومستمد من المجتمع المحلي ذاته لخدمته بحيث تعكس البرامج المختلفة عادات السكان وتقاليدهم وتراثهم وإهتماماتهم .

-تحدث الإذاعة المحلية بلغة الجمهور المستهدف وتخاطبه بها .وقد يظهر فيها لهجة سكان المنطقة المستهدفة .

- الإذاعة تعرف تقنيا في ضوء البث المنخفض إلى منطقة سكانية متجانسة وربما تشير إلى مشاركة جمهور المجتمع المحلي في إنتاج البرامج .أكثر من مشاركتهم السياسية والتخطيط .

ب- أهداف الإذاعة المحلية :

تهدف الإذاعة المحلية إلى حشد الطاقات الإعلامية لتحقيق أهداف التنمية الشاملة والمتكاملة للمجتمع وهذا من خلال:

-التوعية المستمرة لمتطلبات التنمية زما تفرضه على كل مواطن مع ضرورة بذل الجهد من أجل المساهمة في كافة مجالاتها وتكاملاتها .

- الإعلام المستمر عن مشروعات التنمية وجهود الدولة فيب هذا المجال ،وما تحقق فيها من إنجازات ،والدعوة إلى مساندة تلك المشروعات.

- الحث على المشاركة في مشروعات التنمية وتشجيع مساهمات الجهود الذاتية فيها.

- التركيز على عرض كافة الحقائق المتعلقة بالواقع التنموي مع فتح قنوات الحوار الدائمة لتحديد أنسب السبل لمواجهة المشكلات ودفع عجلة التقدم¹.

- الإهتمام ببرامج التنمية الإقتصادية والثقافية والتعليمية والإجتماعية .

¹ - منى سعيد الحديدي، سلوى إمام علي ، الإعلام والمجتمع -القاهرة، الدار المصرية، الطبعة الأولى، 2004، ص177.

- التركيز على تقديم كل ما هو من شأنه إثراء حركة التنوير والتثقيف من خلال الإرتباط بالقيم الدينية وتراث المجتمع الحضاري.

- الإهتمام ببرامج التنمية البشرية بإعتبارها الهدف الرئيسي لكافة جهود التنمية بكافة أشكالها .

- كما تهدف لمعالجة القضايا المجتمعية بما يحفز كل الطاقات للمساهمة في إيجاد الحلول الكفيلة بحل هذه القضايا من خلال :

-المعالجة الموضوعية لكافة القضايا وتحديد الأولويات.

- إتاحة الفرصة الكافية للأراء ووجهات النظر للتعبير عن نفسه فيما يتعلق بمشكلات المجتمع وقضاياه الملحة .

- التوعية المستمرة بخطورة القضايا والمشاكل التي تواجه المجتمع والإعلان في كافة الجهود التي تبذل والنجاحات التي تتحقق في هذا الإطار¹.

- وعموما تنقسم أهداف الإذاعات المحلية إلى قسمين :

أ- الأهداف المباشرة :

1-تحقيق نوع من الديمقراطية الثقافية

2- إثراء الأرشيف الثقافي للإذاعات المركزية وكذا إثراؤها بالبرامج .

3- إبراز الإختلافات والتنوعات الثقافية

4- القضاء على العزلة الثقافية عن طريق الإذاعات الوطنية.

ب- الأهداف الغير مباشرة:

1-خدمة المجتمع المحلي وتلبية حاجاته .

¹ - منى سعيد الحديدي، سلوى إمام علي ، الإعلام والمجتمع، مرجع سبق ذكره ص 178.

2- إبراز الثقافة المحلية

3- تغطية الأخبار المحلية¹.

د-وظائف الإذاعات المحلية:

يمكن حصر وظائف الإذاعة المحلية في :

1- تثقيف المجتمع المحلي وتربيته وتوعيته، وهذا من خلال تلبية أدواقه بما يناسب عاداته وتقاليده

2- نقل التراث الإجتماعي والثقافي

3- نقل الأحداث للجمهور

4- تقدم الجماهير اتمحلية بالبرامج التي تخدم إحتياجاتهم².

المبحث الثالث:

المطلب الأول : نشأة الإذاعة المحلية في الجزائر :

تعد أحداث 1988 نقطة تحول في مسار إنفتاح الجزائر أمام التعددية الإعلامية والسياسية وأصبحت السلطة الجزائرية ينظر للمجتمع الجزائري من منطلق تعدد الأفكار والآراء .وهذا ما أكدده الدستور لسنة 1989 من خلال مواده (35- 36-39-40) حين أوجد فكرة التعددية الإعلامية وهذا ما ساهم في تطور وحدات تغييرات إيجابية لقطاع الإعلام ،حيث شهدت الصحافة المكتوبة ريادة العناوين ،كما عرف القطاع السمعي إقامة

¹ - محمد عمر نوال -الإذاعات الإقليمية -دراسة نظرية مقارنة -دار الفكر العربي .1993 ص26.

² محمد عمر نوال -الإذاعات الإقليمية- مرجع سابق ص26.

محطات إذاعية، محلية عمومية، في عدة ولايات من الوطن بعدما كان الإعلام يقتصر على أربع قنوات، فالأولى تبث باللغة العربية، والثانية بالأمازيغية، والقناة الثالثة تبث برمجتها باللغة الفرنسية أما القناة الرابعة تخرج بين الإسبانية والإنجليزية في فترات بث محدود لكن كان المواطن بالمناطق النائية يعاني نقص التهميش على المستوى المحلي ولكن بعد صدور قانون الإعلام سنة 1990 أكد على حق المواطن في الإعلام من خلال عدم إقتصار الإعلام بأجهزته على نخبة معينة، بل يتعدى ذلك ويصبح إعلاما جماهريا. يستهدف كل مواطني القطر الجزائري مما يجعل الحاجة ملحة لفتح إذاعات محلية تخدم بالدرجة الأولى أفراد المجتمع المحلي .

-ومن هنا شرعت المؤسسة الوطنية للإذاعة المحلية في إقامة محطات إذاعية محلية تهدف إلى فك العزلة في المناطق الداخلية والثانية من المواطن حيث بلغ عدد الإذاعات سنة 2008م إلى 39 إذاعة في إنتظار وصول الإذاعات المحلية إلى 48 إذاعة خاصة بمنطقة معينة وهذا يدل على الإنفتاح أمام التعددية الإعلامية¹ .

المطلب الثاني :

أ-أسباب تأسيس الإذاعة المحلية في الجزائر : هناك أسباب عديدة تبلورت ظهر من خلالها مشروع إنشاء محطات محلية ومن بين هذه الدوافع

1-منظر المتغيرات الجديدة التي أفرزتها التعددية كان لزاما على القطاع السمعي البصري وخاصة الإذاعي الذي لا يتطلب إستثمارات كبرى أن يقترب أكثر من المواطن وهنا أصبح ضرورة فتح قنوات إعلامي على مستوى أفقي ومنح الولايات الداخلية إذاعات محلية تتجه بالدرجة الأولى إلى سكان هذه المناطق أمرا ملحا .

2- ظهور الصحافة المستقلة فقد طبعت فترة التغير السياسي بعد 1989 بتغيرات جذرية في الميدان الإعلامي وكانت هذه أهم تغييرات التشريع القانوني لإمكانيات إطلاق صحافة خاصة سواء كانت معارضة أو مستقلة أو الإستفادة الخاصة من الموجات

3- الطلبات التي ميزت هذه الفترة من الجهات لإنشاء هياكل بث تسمح لإيصال صوتها عبر القناة وهذا يعني محاولة تبني صعبة "برامج الجهوية " وذلك لملء الفراغ الإعلامي الذي تعاني منه مختلف المناطق البعيدة عن المركز¹ .

¹ - زهير أجدادن -تاريخ الإذاعة والتلفزة الجزائرية ديوان المطبوعات الجامعية -الجزائر - 1984 ص83.

ب- خصائص الإذاعة المحلية الجزائرية :

-صاحبت الإذاعة المحلية عدة ظروف أعطتها صبغة وميزات خاصة وطبعت الجانب الشكلي والضمني لها ومن بين ما تتميز به الإذاعة المحلية الجزائرية نذكر ما يلي :

- 1- تجربة الجزائر في ميدان البث الإذاعي المحلي حديثة تقترن بالتجربة الديمقراطية نفسها .
 - 2- المحطات المحلية مشروع من المشاريع التوسعية للإذاعة الوطنية وبالتالي فهي إبتداء المؤسسة الوطنية للإذاعة .
 - 3- الإذاعة الجهوية أو المحلية قطاع عمومي مع أن قانون الإعلام لعام 1990م يسمح بتحرير الموجات وبإطلاق موجات خاصة .
 - 4- سبقت المحطات المحلية الهياكل المديرية لها من حيث النشأة فكان إنشاء مديرية تنمية الإذاعات المحلية والتي مهمتها تسيير هذه المحطات وتنسيق مهامها وتوجيه برامجها في سبتمبر 1993 في حين أن عدد المحطات في هذا التاريخ كان 5 محطات .
 - 5- الإطلاق السريع والمفاجئ للمحطات كان يعبر عن مساندة الوضع العام أكثر منه عن الحاجة إلى الإذاعة المحلية .
- بعض الإذاعات تتجاوز الحدود المحلية لتغطي أكثر من ولاية مما يجعلها جهوية أكثر منها محلية .
- وعموما يمكن القول إطلاق المحطات الإذاعية والمحلية تزامن مع تغيرات جذرية في الكثير من الجوانب وظروف حواران سياسي وإقتصادي وثقافي لم تعرف له الجزائر مثيلا منذ ثلاثة عقود من الزمن لذا نقول أن كل هذه الظروف صاحبت ميلاد الإذاعات المحلية في بلادنا وأعطتنا طابعا مميزا² .

المطلب الثالث: إيجابياتها :

- 1-خدمة مستخدمي المجتمع المحلي وتقديم المواد التي لا يتم تسييرها في البرنامج العام للإذاعة المركزية بالنظر إلى القاعدة الشعبية العريضة للمستمعين بتقديم ما يحتاجون دون مضايقة الراغبين في هذه المواد المقدمة.

¹ -الدكتور نور الدين تواتي -الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر الطبعة 1 سنة 2008 دار الخلدونية ص- 142.

² - نور الدين تواتي - مرجع سابق ص. 144.

- 2- خدمة الثقافة الوطنية وتعميق جذورها عن طريق ما يقدم من برامج وأبحاث حفاظا على الإرث الحضاري والثقافي لكل منطقة وإبرازها .
- 3- إبراز الثقافة الشعبية المحلية خوفا من إضمحلالها كونها أساس من أسس الشخصية الوطنية والتعريف بتقاليد المنطقة وخصوصيات سكانها خاصة أن للمجتمع الجزائري جملة من العادات والتقاليد .
- 4- توسيع المستوى الديمقراطي والثقافي في الإعلام وتحقيق النهوض بكل جهات الوطن ومواجهة مشكلاته والبحث عن حلول لها .
- 5- تحقيق التنمية الفكرية عن طريق ما يريد الجمهور المحلي مسندين في ذلك إلى خبرة الناس وشعورهم ونظرتهم إلى الحياة والإقتراب منهم .
- 6- الإهتمام بالبحوث ورغبات الجمهور والتعرف على مشكلاتهم والوقوف على إهتماماتهم إنهم ملك لهم وليس ملكا لسلطة أخرى كما هو الحال مع إذاعة الصومام وشعورهم أن الإذاعة لا تعبر عن إنشغالهم وإنهم ملك لسلطة أخرى .
- 7- تحقيق فرصة الإتصال الجماهيري (الإتصال المستمر بالجمهور المحلي) وحرية التعبير هو منبر حر بالنسبة للأشخاص الأعضاء الراغبين في تبليغ السكان بالمواضيع ذات المصلحة المشتركة وكذلك تحقيق التفاعل في عملية الإتصال الجماعي .

الخلاصة :

إن عمر الإذاعة اليوم أكثر من 80 عاما .وقد أصبحت في حياة كل فرد منا ملتصقة بالإنسان كأحد أعضائه ،إنها لا تكاد تفارقه أبدا كالصديق والرفيق والناصح والأمين ومصدر السعادة والنشرة والأمل والراحة والإسترخاء ولربما التوتر والقلق .

-وقد لا تكون وظائف الإعلام ومستخدمات الراديو المتمثلة أساسا في الإعلام والأخبار وتداول المعلومات والتثقيف والترفيه والتنمية .وغيرها من الخدمات الأخرى كالتعليم والتوجيه وقد تغيرت كثيرا من الناحية النظرية خلال تلك السنوات الثمانية .لكن الذي لا شك فيه أن تلك الوظائف قد تنوعت ووسعت دائرة ذلك التنوع لتشمل العديد من الجوانب الحيوية الهامة في حياة الأفراد والشعوب والدول .وهذا ما زاد من الإهتمام بالإذاعات المحلية والجهوية والإقليمية وغيرها من أنواع الإذاعات .

الجانب التطبيقي :

- 1 تحديد منهج البحث وتقنياته
- 2 تحديد مجتمع البحث
- 3 تحديد عينة البحث
- 4 بطاقة فنية حول إذاعة تيارت
- 5 تحليل وتفسير النتائج
- 6 النتائج العامة للدراسة.

1-تحديد منهج البحث وتقنياته:

أ-منهج البحث : حسب عززي عبد الرحمن "المنهج هو التنظيم الصحيح لسلسلة الأفكار الجديدة من أجل الكشف عن الحقيقة حيث نكون جاهلين بها وإما من أجل البرهنة عليها للأخرين من حيث نكون عارقين بها " ومنه فإن في دراسته أكاديمية تستوجب منهجا علميا معيناً ينظمها ويحدد الخطوات التي يعمل الباحث في إطارها ويتوقف إستعمال وإختيار المنهج على أساس طبيعة الموضوع وميدان الدراسة حتى تصل إلى نتائج موضوعية وتدخّل دراستنا ضمن البحوث الوصفية وتهدف إلى توضيح خصائص الظاهرة أو حدث أو وضعية أو جماعة بحيث تركز هذه الدراسات الوصفية التحليلية على تفسير الأوجه البارزة في الظاهرة .

-إعتدنا في دراستنا على منهج المسح الذي ينتمي إلى المناهج الوصفية التحليلية حيث يعتمد على تحليل المعطيات من إحصائيات وبيانات وصولاً إلى النتائج الكمية .

تقنية جمع البيانات : إن أي باحث يحتاج في دراسته إلى أداة وأدوات تساعده في بحثه وتكون ملائمة لموضوع الدراسة ومنهجها . وإستعملنا في دراستنا تقنية الإستارة والتي هي " نموذج يضم مجموعة من الأسئلة التي توجه إلى عينة البحث . بهدف الحصول على بيانات معينة " .

2- تحديد مجتمع البحث : تمثل مجتمع البحث لهذا الموضوع من مجموعة سائقي الأجرة لولاية تيارت والتي تقع قرب الجزائر على بعد 300 كلم عن العاصمة وكانت تسمى عاصمة الرستميين ولاية رقم 14 وبمساحة إجمالية تقدر ب 2005005 وتتكون من 14 دائرة و26 بلدية وبتعداد سكاني يبلغ 950 ألف نسمة .

3- تحديد عينة البحث : " تعرف العينة على أنها : " جزء من المجتمع الكلي . وتشرط بأنها تكون العينة ممثلة لمجموع خصائص المجتمع .

-يتوقف أي بحث على العينة المختارة ومدى تمثيلها للمجتمع الأصلي وتقديمها على أساس إحصائي دقيق . إن عينة البحث مختارة وهي عينة مقصودة المتمثلة في دراسته على سائقي الأجرة . أخذنا عينة تتكون من 50 مبحوث لتسهيل عملية التحليل . وقد كانت ضوابط تحكم العينة حيث أنها متجانسة من حيث أنهم كلهم

يشغلون كسائقي الأجرة .والسنن قد حددناه 20 سنة فما فوق حيث يكونون في حالة نضوج فكري ولديهم حرية التعبير والرأي .

-إن إستمارة البحث قسمت على محاور تتمثل في :

1- بيانات شخصية

2- الإستماع إلى إذاعة تيارت

3-تقييم البرامج الإذاعية على مستوى إذاعة تيارت .

4-نشأة وتطور إذاعة تيارت :

تعريف الإذاعة المحلية لولاية تيارت : هي جهاز إعلامي يخدم المجتمع المحلي لولاية تيارت أي أنها إذاعة محلية برامجها محاطة وخاصة بمجتمع خاص ومحدود يعيش فوق أرض محدودة المساحة بحيث يخاطب مجتمع متناسق من الناحية الثقافية ،الإجتماعية والإقتصادية وهذا المجتمع تحكمه تقاليد عادات قيم وأعراف ومميزات تجعله يختلف عن المدن الأخرى .

أصل التسمية : تستمد إذاعة تيارت تسميتها من تاهرت أو تيهرت وهي كلمة بربرية تعني أنثى الأسد "اللبؤة" ومحطة القوافل وهذا ما دلت عليه المواقع الأثرية العديدة .

تأسيس ونشأة الإذاعة : يعتبر تاريخ 25 أكتوبر 1998 حدثا محليا وجهويا وحتى وطنيا إذ يسجل هذا التاريخ إنطلاقا أول بث تجريبي محلي إذاعة تيارت التي شرعت في إرساله عبر الأمواج المحلية إلى عامة مواطنيها ومستمعيها

على الموجة الترددية FM 92.5

تعريف المجتمع المحلي لولاية تيارت : هو عبارة عن جمع من الأفراد المقصودة منه أفراد تساهم بوجودها في

تجارب معينة وما يميز المجتمع التيارتي أنه مجتمع

أهداف إنشائها :

1- تقديم خدمة إعلامية خاصة ومتخصصة للتعريف بتقاليد المنطقة وخصوصياتها لضرورة يتطلبها الواقع المحلي والإقليمي الذي تقام فيه .

2- تستهدف تقديم خدمة لمشاريع ميدانية يجري بإنجازها بالواقع من أجل تحقيق إرتباط جماهيري وحسن الإستفادة من إعطاء إنجازاتها أي العمل على تحقيق التفاعل في الإتصال الجماهيري .

3- التغطية التنموية الشاملة بكل مجالاتها ومتطلباتها على المستوى الجهوي وتكريس جهودهم حول تقييم المعلومات والأخبار من كل المستويات وتحقيق التنمية الإقتصادية إجتماعية -سياسية -إعلامية -رياضية... إلخ

4- التصدي للمشاكل المعينة والعمل على إعادة بناء الفرد كمنتج .

5- تساعد الجماهير على النهوض بواقعها والتخلص من التخلف الإعلامي أي محاولة إحياء التراث المحلي والمحافظة عليه.

6- تدعيم وإرساء أداء الإذاعة الوطنية المركزية الموجهة لكافة التراب الوطني وذلك حتى لتزويد الإذاعة المركزية بما يعمق عطائها ويضاعف من تأثيرها .

ويعني بالدرجة الأولى تحكمه عادات وتقاليد خاصة .عريقة ممتدة من القديم والمنطقة الجغرافية تعكس طموح هذا المجتمع على أنه يهتم بالفلاحة .

نشأة الإذاعة وأهداف إنشائها:

نشأتها: في حدود الساعة التاسعة صباحا من يوم 25 أكتوبر 1998 قام وزير الإتصال حمراوي حبيب شوقي بتدشين صرح إعلامي بحمي الإخوة قيطون إسمه إذاعة تيارت وقد كان الحظ حليف المنشطة حنان قوراري ليكون لها الشرف بإلقاء أول تحية عبر الموجة العاملة FM92.5 لتعم الفرحة في شوارع المدينة وتدخل البهجة إلى هاته المؤسسات الإعلامية ولأن المرطون يبدأ خطوة بخطوة فإن مرطون إذاعة تيارت في يومه الأول دام 4 ساعات من البث فقط من التاسعة صباحا إلى الواحدة ظهرا. وقد كان السي محمد كمال على رأس الطاقم الإداري للإذاعة ومن أوائل الصحفيين: أحمد مخاتي - عبد الرحمان شيخاني - لويس خياطي. نوال قوراري كمنشطين فتيحة آل كبيش كمهندسة صوت وشفيق بلقصة كمنخرج إذاعي على سبيل المثال لا الحصر وآخرون حملو اللواء مهنة المتاعب بعاصمة الرستميين وسخروا هؤلاء كل إمكانياتهم من أجل إرضاء المستمعين.

- في 05 جوان 2006 قام السيد إبراهيم مراد والي ولاية تيارت بتدشين مقر إذاعة تيارت الجديد هو بوسط مدينة تيارت بمحاذاة ساحة محمد بوضياف بمساحة 2000م ويوري 3 طرائق وهو من أوسع المقرات الإذاعية على مستوى الوطن.

الظروف التي تواجدت فيها إذاعة تيارت :

- واجهت إذاعة تيارت في بداياتها عدة مشاكل وصعوبات وتواجدت هذه الأخيرة في ظروف جد ملحة لإنشائها. وهذا كله راجع إلى الحاجة الأكيدة للمجتمع المحلي الخاص بهذه الولاية ومن بين أهم الصعوبات التي واجهت هذه الإذاعة ما يلي :

فئة التقنيين المؤهلين : بما أن القطاع السمعي حديث النشأة فقد كانت إذاعة تيارت تفتقر إلى تقنيين مؤهلين وهذا نظرا لدور المؤهل في صناعة الصوت فهو حجر الزاوية في نقل الصوت من الأستوديو إلى المستمع أثر ذلك على جودة العمل وصفوة العمل الإذاعي .

إنقطاع البث هو من المشاكل التقنية وأصعبها نظرا لكثرة الأجهزة وتعقدتها وهذا راجع إلى الكفاءة المحددة للتقنيين ،
،ضف إلى ذلك نقص الإمكانيات المالية رغم توفر الإطار البشري والخبرات فيما بعد.

-عدم وصول البث الإذاعي في أغلب الأحيان وهذا راجع إلى الطبيعة الجغرافية للمنطقة والمتمثلة في هضاب
وجبال وتعتبر حاجز أمام ذبذبات الإذاعة .

- وضع المقر القديم الذي بات يهدد بشكل خطير حياتهم فكان ينعدم لأدنى الشروط المهنية لكنهم رفعوا
التحدي وواصلوا المثابرة ليفرضوا أنفسهم في الساحة الإعلامية ولكن إنعكس ذلك إيجابا عليهم فتعددت أقسام
الإذاعة .

الهيكل التنظيمي لإذاعة تيارت حاليا:

تحتوي إذاعة تيارت هياكل عديدة مرتبطة بنوعية وخصوصية الرسالة والمهمة التي تؤديها وتتكون من بناية ثلاث
طوابق تنقسم إلى عدة أقسام وهي:

1-أستوديو الإنتاج: يوجد الطابق الأول وهو يقوم بإنتاج الحصص المباشرة بعض الأحيان والتي لها وزن ثقيل
لمنتدى الإذاعة وهو ذو مساحة معتبرة مقارنة مع مساحة الأستوديويات الإذاعية الأخرى .

2-خلية المزج والتركيب : فيها يتم التعديل والتركيب

3- قاعة التحرير والتنشيط: تحتوي على عشرة مكاتب خاصة ثمانية خاصة للصحفيين كما يوجد بقاعة التحرير
جهاز إعلام اللي يسمح بالمونتاج.

4- قاعة الإنترنت: توجد بقاعة التحرير وبها الإنترنت .ويتم من خلالها الإشراف على الإذاعة عبر الإنترنت

من خلال الموقع : www.radiotiaret.dz

5- الإدارة المالية : وتتكون من مكتب المدير -النائب -السكرتيرة -مسؤول المالية - المسؤول عن الالأمور الإدارية ،المكتب المكلف بالإشهار .

6- أستوديو البث المباشر : ومنه يتم البث الحي للإذاعة .

7-مكتبة الإذاعة : تحتوي على أشرطة الإذاعة .

8-قاعة العمل : خاصة بالمنشطين بها خمسة مكاتب.

9- قاعة الإستقبال والتوجيه: لإستقبال الوافدين والزوار .

10- قاعة الأرشيف : بها كل ما يخص إذاعة تيارت

11- قاعة المحاضرات "على معاشي " وهي مخصصة لعقد الندوات والإجتماعات .

12- مخزن ومستودع السيارات .

-وسائل الإذاعة :

الوسائل البشرية : يعتبر العنصر البشري بمثابة الشريان الذي ينبض له قلب الإذاعة ويحرك دواليبها ويتكون من

34 عامل يتوزعون على المناصب التالية :

1-فئة الصحفيين:09

2- فئة التقنيين :05.

3- فئة المنشطين: 03.

4- المخرجين : 02.

5- الإداريين :05.

6-الأعوان: 06.

7-السائقين: 03.

8-المدير : 01.

-الوسائل التقنية : تتوفر إذاعة تيارت حاليا على أجهزة تقنية ذي النظام التماثلي من أستوديوهات البث والإنتاج وتبعا للسياسة العامة التي رسمتها المديرية العامة سنتظر : إعادة تجهيز إذاعة تيارت بأجهزة تقنية رقمية خلال صيف 2009 للإرتقاء بالعمل الإذاعي عامة.

- تطور مقياس الحجم الساعي : كانت إنطلاقة إذاعة تيارت في 25 ببت تجريبي بمعدل أربع ساعات في اليوم

مقياس الحجم الساعي	التاريخ
4ساعات يوميا	25 أكتوبر 1998 إلى أكتوبر 2000
8ساعات يوميا	أكتوبر 2000 إلى 1 جويلية 2006

12 ساعات	1 جويلية 2006 إلى جوان 2007
15 ساعة	25 جوان 2007 إلى 9 فيفري
16 ساعة	10 فيفري إلى يومنا هذا

مجالات البث :

4- جزء كبير من ولاية غليزان

1- ولاية تيارت

5- جزء كبير من ولاية شلف.

2- جزء كبير من ولاية معسكر

3- جزء كبير من ولاية تيسمسيلت.

الربط مع الإذاعات الموضوعية : تجسيد لسياسة المديرية العامة حول فتح الإذاعات الموضوعية على المستمع

المحلي ثم يوم 10 فيفري 2008 على الساعة الخامسة صباحا لإنطلاق تبث برامج الإذاعات الموضوعاتية

الجزائرية .

-الربط-	الإذاعات الموضوعية
17H00 الأخبار الوطنية	-القناة الأولى .
13H00 الأخبار الوطنية	
17H00 الأخبار الجهوية	
19H00 الأخبار الوطنية	
00H00 -23H00 القناة الأولى	
5H00 -00H00 صباحا	-إذاعة القرآن الكريم
19.00H - 18H00	-الإذاعة الثقافية

الإشهار والخدمات : تسهر إذاعة تيارت على خدمة مستمعيها وتلبية رغباتهم وطلباتهم وهذا تبعا للعمل الذي يسهر من أجله عمال الإذاعة في تفانيهم وإبداعهم الدائمة هذا تحت :

1-العنوان الإداري لإذاعة تيارت الجهوية - ب- 671 تيارت.

2- العنوان الإلكتروني : www.wradiotiaret.dz

3- البريد الإلكتروني : radiotiaret@ mail.com

4- الخدمات الهاتفية للأستوديو ،الإدارة ، الإشهار .

5- الفاكس.

-الوسائل الإتصالية المستعملة في الإذاعة : الفاكس ،الهاتف ،الإجتماعات ، الندوات ، الملاحظات ، التقارير .

-مدخول المؤسسة يقدم إلى مؤسسة كل 25 في الشهر budget وهي ميزانية لتغطية متطلباتها وتقدر بـ 30 مليون دج.

- الجوائز التي تحصلت عليها الإذاعة في مشوارها العملي :

1-الميكرفون الذهبي الطبعة الأولى 2007 على أحسن تحقيق إذاعي حول الحرقه .

2- ميكرفون ذهبي طبعة ثانية 2008 على أحسن إخراج وتنشيط.

3- أحسن تحقيق حول الإعتداءات الجنسية على الأطفال.

5- تحليل وتفسير البيانات :

الجدول رقم (01): يبين توزيع أفراد العينة على حسب متغير الجنس.

النسب المئوية	التكرار	الفئات
100 %	50	-ذكر
0 %	0	-أنثى
100 %	50	-المجموع

-لقد بين لنا الجدول الأول أن كل أفراد العينة ذكور بنسبة 100 % حيث لا وجود لجنس الإناث من أفراد العينة بنسبة 0% ويعود هذا لسببين رئيسيين :

1- النفور الكلي لفئة الإناث من مهنة سائقي الأجرة.

2- النظرة في المجتمع إلى المرأة عندما تمارس نشاطا يحتكره الرجال .خصوصا في ولاية تيارت حيث لا يزال مجتمعا متحفظا بدرجة أكبر مقارنة مع باقي المجتمعات الأخرى .

3- طبيعة العمل كسائقي الأجرة الذي يتطلب جهدا كبيرا وصبرا أكبر .خصوصا في التعامل مع الركاب .والتنقل بصفة دائمة والذي يؤدي إلى تعب كبير كلها أسباب جعلت المرأة تنفر من هذا العمل .

جدول رقم 02: جدول يبين لنا سن أفراد العينة :

- الفئات	- التكرار	- النسبة المئوية
- من 20 إلى 30 سنة	11	22 %
من 31 سنة إلى 40 سنة	18	36 %
من 40 سنة فما فوق	21	42 %
المجموع	50	100 %

- نلاحظ من خلال الجدول أن الفئة العمرية أكثر من 40 سنة قد كانت لها النسبة الأكبر بـ 42 % أي 21 فرد من أفراد العينة. ثم تلتها الفئة العمرية من 30 سنة إلى 40 سنة بنسبة 36 % بمعدل 18 فرد من أفراد العينة. أما بالنسبة للفئة العمرية من 20 إلى 30 سنة فقد كان 11 فرد بنسبة 22 % ومن خلال هذا نلاحظ أنه فيه وسطية في أعمار أفراد العينة من شباب إلى كهول حيث أن العمل تجدد فيه أغلب الفئات العمرية تتراوح أعمارها من 20 سنة كأقل تقدير إلى 55 سنة كأعلى تقدير. بحكم طبيعة هذا العمل الذي يتطلب نوعاً من النشاط والحيوية .

جدول رقم 03: جدول يبين المستوى التعليمي لأفراد العينة .

- الفئات	التكرار	النسبة
أمي	08	16 %
إبتدائي	11	22 %
متوسط	14	28 %
ثانوي	12	24 %
جامعي	05	10 %
المجموع	50	100 %

- يبين لنا الجدول أعلاه أن المستوى التعليمي لأفراد العينة يختلف من فرد إلى آخر حيث نجد نقصاً في فئة الجامعيين بمعدل 5 أفراد بنسبة 10 % في حين أن نسبة الأميين قد بلغت 16 % بمعدل ثمانية أفراد. أما بالنسبة للتعليم الإبتدائي فقد كانت النسبة 22 % بمعدل 11 فرداً من أفراد العينة ثم تلتها بعد ذلك الحاصلين

على التعليم الثانوي بنسبة 24 % وبمعدل 12 فردا من أفراد العينة .لتبقى أعلى نسبة للحاصلين على التعليم في المتوسط بنسبة 28 % وبمعدل 14 فرد من أفراد العينة .

ومنه يتبين لنا أنه هناك تفاوت بالنسبة للمستوى التعليمي لأفراد العينة.

جدول رقم 04: يبين لنا الجدول الخبرة في العمل لدى أفراد العينة .

النسب	التكرار	البدائل
20%	10	أقل من خمس سنوات
80%	40	أكثر من خمس سنوات
100%	50	المجموع

-يبين لنا الجدول أعلاه أن أكبر نسبة من أفراد العينة يحملون كسائق أجرة لمدة تزيد عن الخمس سنوات نسبة 80 % في حين أن نسبة 20 % يعملون كسائقي أجرة لفترة تقل عن الخمس سنوات بمعدل 10 أفراد من العينة . وقد لمخنا أن جزءا كبيرا من أفراد العينة يمارسون هذه المهنة لمدة طويلة حيث صادفنا منهم من يملك حوالي 30 سنة كخبرة في الميدان .

جدول رقم 05: يبين مدى الإستماع إلى إذاعة تيارت من طرف أفراد العينة .

النسب المئوية	التكرار	الفئات
78%	39	دائما
16%	08	أحيانا
06%	03	نادرا
100 %	50	المجموع

-لقد تبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة كبيرة من أفراد العينة بلغت 78% وبمعدل 39 فردا تستمع إلى البلامج في إذاعة تيارت بصفة دائمة في حين أن 8 أفراد وبنسبة 16% يستمعون إليها نادرا وبمعدل 6 % لنستنتج مدة قوة العلاقة التي تربط بين أفراد العينة والبرامج في إذاعة تيارت المحلية.

-هذا ما يدل على وجود إقبال كبير عن أفراد العينة على برامج إذاعة تيارت المحلية ويرجع ذلك أساسا إلى طبيعة المؤسسة كإذاعة محلية تخدم بالدرجة الأولى ثقافة المجتمع المحلي الذي تنتمي إليه عينة بحثنا .

جدول رقم 06: يبين الدافع للإستماع لإذاعة تيارت :

الفئات	التكرار	النسب المئوية
الإعلام	20	40%
الترفيه	18	36%
التثقيف	12	24%
المجموع	50	100%

-يتضح لنا من خلال الجدول أنه فيه تباين من حيث أهداف المستمع إلى البرامج في إذاعة تيارت حيث أن 20 فردا من العينة وبنسبة 40 % يفضلون الإستماع إلى البرامج الإخبارية في حين أن 18 فردا وبنسبة 36 % يفضلون الإستماع إلى البرامج الترفيهية أما 12 فردا من أفراد العينة فيفضلون الإستماع إلى البرامج الترفيهية أما 12 فردا من أفراد العينة فيفضلون الإستماع إلى البرامج الترفيهية وبنسبة 24% .

هذا ما يبين التنوع في البرامج على مستوى إذاعة تيارت . مما أدى إلى تنوع في الأذواق لدى أفراد العينة.

جدول رقم 07: يبين نوع البرامج التي يفضل أفراد العينة الإستماع إليها :

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
إخبارية	11	22%
رياضية	09	18%
إقتصادية	03	6%
ثقافية	06	12%
دينية	11	22%
ترفيهية	10	20%
المجموع	50	100%

-لقد تبين لنا من خلال الجدول أعلاه أنه هناك تنوع من حيث الإهتمام بالبرامج لدى أفراد العينة . حيث أن 11 فردا وبنسبة 22% يهتمون بالبرامج الإخبارية . ونفس النسبة تهتم بالبرامج الدينية . في حين أن 10 أفراد يهتمون بالبرامج الرياضية وبنسبة 18 % . و 06 أفراد من العينة يهتمون بالبرامج الثقافية وبنسبة 12 % في حين أن ثلاث أفراد يهتمون بالبرامج الإقتصادية وبنسبة 6% .

-نستنتج من خلال النتائج التي عرضت في الجدول رقم 07 أن نوعية البرامج المستهدفة من أفراد العينة تختلف من فرد لآخر على حسب الميول و الأهواء.

جدول رقم 08: يبين المكان الذي يفضل فيه الأفراد الإستماع إلى إذاعة تيارت.

البدائل	التكرار	النسب
العمل	41	82%
البيت	06	12%
مكان آخر	03	6%
المجموع	50	100%

-نستنتج من الجدول رقم 08 أن نسبة كبيرة من أفراد العينة بلغت نسبة 82 % ومعدل 41 فردا يستمعون إلى البرامج الإذاعية أثناء تواجدهم بالعمل . أي أثناء عملية سيطرة سيارات الأجرة . في حين أن 6 أفراد بنسبة 12% يستمعون إليها في البيت . وثلاث أفراد بنسبة 6% يستمعون إليها في مكان آخر سواء أثناء إقتناء الحاجات أو الذهاب إلى المساجد بواسطة سيارات الأجرة.

-لقد تبين لنا الجدول أن التأثير الكبير لأفراد العينة بالبرامج الإذاعية على مستوى ولاية تيارت يعود إلى كون أن الإذاعة هي الوسيلة الإعلامية الوحيدة التي تزودهم بالمعلومات أثناء تواجدهم بالعمل داخل سيارات الأجرة.

جدول رقم 09: يبين الوقت الذي يفضل فيه أفراد العينة الإستماع إلى برامج الإذاعة.

البدائل	التكرار	النسب
-صباحا	31	62%
مساء	13	26%

ليلا	06	12%
المجموع	50	100%

-يبين لنا الجدول رقم 09 الزمن الذي يفضل فيه أفراد العينة الإستماع إلى البرامج الإذاعية حيث نسبة كبيرة تعدت النصف بلغت 62% وبمعدل 31 فردا من أفراد العينة يفضلون إلى إذاعة تيارت خلال فترة الصباح . في حين أن 13 فردا ونسبة 26% يفضلون الإستماع إليها خلال فترة المساء في حين أن نسبة قليلة بلغت 12 % وبمعدل ستة أفراد يفضلون الإستماع إليها خلال فترة الليل وهو ما يبين بصورة مباشرة من أفراد العينة يميلون للإستماع إلى البرامج الإذاعية كثيرا أثناء تواجدهم بميدان عملهم.

جدول رقم 10: يبين تقييم البرامج الإذاعية من طرف أفراد العينة .

البدايل	التكرار	النسب
ملائمة	43	86%
غير ملائمة	07	14%
المجموع	50	100%

-لقد بين لنا الجدول أعلاه أن نسبة كبيرة بلغت 86% وبمعدل 43 فردا من أفراد العينة يجدون أن البرامج على مستوى إذاعة تيارت ملائمة ومقبولة . كون أن البرامج المهمة والتغطيات الإعلامية لمختلف الأحداث تتماشى بصورة مباشرة مع طبيعة الوقت الذي يكونون متواجدين أثناء العمل . في حين أن 7 أفراد من العينة خصوصا بالنسبة للفتة العمرية الأكثر من 40 سنة يجدون أن البرامج الدينية التي يرون أنها تبث فقط يوم الجمعة .

جدول رقم 11: جدول حول تقييم البرامج من طرف أفراد العينة على مستوى إذاعة تيارت.

البدايل	التكرار	النسب المئوية
-مقبول	42	84%
غير مقبول	08	16%
المجموع	50	100%

بلغت 84 % وبمعدل 42 فردا نجدهم راضين على نوعية البرامج حيث أنها لا تلبى طموحاتهم ولا تشبع رغباتهم ،حيث يرون أن المواضيع صارت روتينية ولا تحمل الجديد ما عدا البرامج الإخبارية والتي يرون أنها تقوم بدورها كما ينبغي .

جدول رقم 12: يبين مدى تأثر أفراد العينة بالبرامج الإذاعية على مستوى إذاعة تيارت.

البدائل	التكرار	النسب المئوية
-نعم	43	86%
-لا	07	14%
المجموع	50	100%

-لقد تبين لنا من الجدول أعلاه أن نسبة كبيرة بلغت 43 فردا وبنسبة 86 % تتأثر بالبرامج على مستوى إذاعة تيارت تأثيرا مباشرا كونهم تمدهم بجميع المعلومات كما أنها تعرفهم بثقافتهم وتراث أجدادهم في حين أن 07 أفراد من العينة وبنسبة بلغت 14% لا يتأثرون بهذه البرامج حيث أنها أصبحت روتينية ويومية .تستمد في أغلب الأحيان على تكرار نفس الأساليب حيث لا تعتمد على التجديد.

جدول رقم 13: يبين هذا الجدول مستويات التأثير على أفراد العينة .

البدائل	التكرار	النسب المئوية
المستوى الشخصي	19	44.18%
المستوى الإجتماعي	11	25.81%
المستوى الأسري	13	30.23%
المجموع	43	100%

لقد تبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 44.18% وبمعدل 19 فردا نجدهم يتأثرون بالبرامج على مستوى إذاعة تيارت من حيث المستوى الشخصي . من خلال مختلف البرامج سواء تلك التي لها مغزى ثقافي أو إجتماعي أو ديني .أما بالنسبة للمستوى الإجتماعي نجد 11 فردا من أفراد العينة يتأثرون بذلك وبنسبة بلغت

25.81 % في الوقت الذي نجد 13 فردا يتأثرون بها على المستوى العائلي والأسري وبنسبة 30.23% وهو ما يبين التباين في الأهداف من خلال مختلف البرامج التي تعرضها الإذاعة.

جدول رقم 14: جدول يبين إذا كانت إذاعة تيارت ساهمت بتغيير على أفراد العينة .

البدائل	التكرار	النسب المئوية
نعم	45	90%
لا	05	10%
المجموع	50	100%

-لقد بين لنا الجدول أعلاه أن البرامج التي تقدم على مستوى إذاعة تيارت قد ساهمت بتغيير على حياة 45 فرد من أفراد العينة ونسبة بلغت 90% وهو ما يعكس بصورة مباشرة سهر الصحفيين على مستوى إذاعة تيارت بتقديم الأفضل لصالح المجتمع التياري. ومن جهة أخرى نجد خمسة أفراد من العينة لم تساهم بأي تغيير على ذاتهم والسبب في ذلك قد يعود إلى عدم أخذ هذه البرامج بالجدية التامة .أو عدم التركيز معها وهو أهم عامل لكي يحدث التأثير وهو ما تم التطرق إليه خلال تعريف الإستماع.

جدول رقم 15: يبين مدى مساهمة البرامج في تنمية الوعي لدى أفراد العينة .

البدائل	التكرار	النسب المئوية
نعم	39	78%
لا	11	22%
المجموع	50	100%

-لقد تبين لنا من خلال الجدول رقم 15 أن نسبة كبيرة بلغت أكثر من النصف بمعدل 39 فردا من أفراد العينة وبنسبة 78% يتأثرون بهذه البرامج وتساهم في تنمية الوعي لديهم . نتيجة للملازمة اليومية لهذه البرامج . حيث أصبحت مصدرهم الرئيسي للمعلومات كما أنها تعرفهم بمختلف التطورات والأحداث على مستوى الولاية .ومن جهة أخرى وجدنا أن 11 فردا من أفراد العينة وبنسبة 22% لا يتأثرون بهذه البرامج نتيجة لإعتمادهم عليها

كوسيلة لنقل أهم الأخبار أو الترويج عن الركاب حيث يرون فيها فقط مناخا إعلاميا مناسباً أثناء العمل يعرفون من خلاله مختلف مستجدات الحياة اليومية.

جدول رقم 16: يبين توزيع البرامج التي يفضل المبحوثون الإستماع إليها على حسب متغيرات المستوى التعليمي :

المجموع	مستوى جامعي		مستوى ثانوي		تعليم متوسط		تعليم ابتدائي		أمي		المستوى التعليمي
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	البرامج المفضلة
22	11	0	0	6	3	8	4	6	3	1	إخبارية
4	2	0	0	0	0	4	2	0	0	0	ثقافية
16	9	0	0	10	5	6	3	0	0	2	منوعات
32	16	8	4	6	3	8	4	6	3	4	رياضية
24	12	2	1	2	1	2	1	10	5	8	دينية
100	50	10	5	24	12	28	14	22	11	16	المجموع

- من خلال النتائج التي تحصلنا عليها من الجدول وجدنا أن أغلب أفراد العينة يفضلون الإستماع إلى الرياضة بنسبة 32% ثم تليها بعد ذلك البرامج الدينية بنسبة 24% ثم يأتي بعد ذلك الإهتمام بالبرامج الإخبارية بنسبة 22% ثم تأتي بعد ذلك البرامج الترفيهية والمنوعات بنسبة 18% ليكون في الأخير الإهتمام بالبرامج الثقافية ضئيل نوعاً ما بنسبة 4% فقط.

جدول رقم 17: جدول يبين تقييم البرمجة في إذاعة من طرف أفراد العينة .

المجموع	من 40 سنة فما فوق		من 31 سنة إلى 40 سنة		من 20 سنة إلى 30 سنة		معيّر السن	
	%	ت	%	ت	%	ت	تقييم البرمجة	
62	31	16	08	26	13	20	10	ملائمة
38	19	26	13	10	05	2	01	غير ملائمة
100	50	42	21	36	18	22	11	المجموع

-لقد تبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن البرمجة ملائمة بالنسبة للفئة العمرية من 20 سنة إلى 30 سنة كونها أن تحمل لهم مجموعة من البرامج التي تمهمهم سواء كانت إخبارية -رياضية أو ترفيهية ،وقد بلغت نسبة ذلك 22% في حين 2% لا يرضون بهذه البرمجة أما بالنسبة للفئة العمرية أكثر من 40 سنة فإن البرمجة نجدها ملائمة عند 08 فردا أي ما يعادل 16% في حين أننا نجدها عن 13 فردا غير ملائمة بنسبة 26%. من هنا نستنتج أن البرمجة على مستوى إذاعة تيارت لا تحقق رغبات الجميع خصوصا على مستوى الفئة العمرية أكثر من 40% في العينة المدروسة.

جدول رقم 18: جدول يبين تقييم البرامج الإذاعية ونوعيتها على حسب متغيرات المستوى التعليمي :

المستوى التعليمي	أمي		المستوى الابتدائي		المستوى المتوسط		المستوى الثانوي		المستوى الجامعي		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
مقبول	08	16	10	20	12	24	10	20	05	10	45	90
غير مقبول	0	0	01	2	02	4	02	4	0	0	05	10
المجموع	8	16	11	22	14	28	12	24	05	10	50	100

-لقد تبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن مجموع البرامج على مستوى إذاعة تيارت المحلية مقبولة جدا حيث بلغت نسبة ذلك 90% من حيث التنوع والإختلاف في البرامج والأهداف . حيث أن نسبة ضئيلة جدا بلغت 10% نجدها ترى أن البرامج على مستوى إذاعة تيارت غير مكبولة نوعا ما . خصوصا من حيث مدة العرض ووقت العرض وكذلك المواضيع التي أصبحت تتناولها روتينية لا يوجد الجديد فيها .

جدول رقم 19: جدول يبين تقييم البرامج الإذاعية في ولاية تيارت مقارنة مع الإذاعة المجاورة .

السن	من 20 إلى 30 سنة		من 30 إلى 40 سنة		من 40 سنة فما فوق		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%		
إذاعة تيارت	07	14	13	26	17	34	37	74
إذاعة غليزان	03	6	2	4	04	8	9	18

8	4	0	0	6	3	2	01	إذاعة تيسميسيلت
100	50	42	21	36	18	22	11	المجموع

-يبين لنا الجدول أعلاه أن البرامج في إذاعة تيارت أكثر جاذبية نوعا ما من البرامج في إذاعة غليزان وفيها لها والسبب الرئيسي في ذلك يعود إلى أنها تعكس الواقع المعاش وتنقل مختلف الأحداث داخل الولاية .وقد بلغت نسبة إعجاب أفراد العينة بالبرامج بنسبة 74% خصوصا بالنسبة للفئة العمرية أكثر من 40 سنة ب 17 فرد من أفراد العينة وكذلك تسعة أفراد من العينة بالنسبة للفئة العمرية من 20 إلى 30 سنة .وكذلك 13 فردا بالنسبة للفئة العمرية من 30 إلى 40 سنة لتبقى البرامج على مستوى إذاعة تيارت تنال إعجاب أفراد العينة أكثر من البرامج في الإذاعات المجاورة .

جدول رقم 20: جدول يبين تأثير البرامج الإذاعية في إذاعة تيارت على أفراد العينة على حسب متغير المستوى التعليمي .

المجموع	تعليم جامعي		تعليم ثانوي		تعليم متوسط		تعليم ابتدائي		أمي		المستوى التعليمي		
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	التأثير		
	88	44	10	05	18	09	24	12	20	10	16	08	نعم
	12	06	0	00	6	03	4	2	2	01	0	00	لا
المجموع	100	50	10	05	24	12	28	14	22	11	16	08	

يبين لنا الجدول أعلاه أن نسبة كبيرة بلغت 88% كلها تتأثر بالبرامج الإذاعية على مستوى إذاعة تيارت وبمعدل 44 فردا من أفراد العينة .حيث وجدنا أن فئة الأميين 8 أفراد من أصل 8 يتأثرون وبنسبة 16% أما بالنسبة للتعليم الإبتدائي فوجدنا أن عشرة أفراد يتأثرون مقابل فرد واحد لا يتأثر وبنسبة 20% أما بالنسبة للتعليم

المتوسط فوجدنا أن 9 أفراد يتأثرون من أصل 12 فردا بنسبة 18% وبالنسبة لأفراد العينة الجامعيين فكانت خمسة أفراد من أصل خمسة أفراد بمعدل 10% .

-من خلال العرض الكامل لنتائج الجدول رقم 11 وجدنا أن نسبة كبيرة بلغت 88% تتأثر بطبقة البرامج التي تقدمها إذاعة تيارت. ووجدنا أن 12% فقط لا تتأثر بهذه البرامج. وهو ما يؤكد أن أفراد العينة أصبحوا يجدون مجموع البرامج التي تلي رغبتهم على مستوى إذاعة تيارت.

جدول رقم 21: جدول يبين مستويات تأثير البرامج الإذاعية على حسب متغير المستوى التعليمي.

المستوى التعليمي	أمي		تعليم ابتدائي		تعليم متوسط		تعليم ثانوي		تعليم جامعي		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
المستوى الشخصي	05	11.36	07	15.90	08	18.18	08	18.18	5	11.36	33	75
المستوى الأسري	03	6.81	02	4.54	02	4.54	01	2.27	0	0	8	18.16
المستوى الجامعي	00	0	01	2.27	02	4.54	0	0	0	0	3	6.81
المجموع	08	18.18	10	22.72	12	27.27	09	20.45	5	11.36	44	100

-بعد التعرف على عدد أفراد العينة الذين يتأثرون بالبرامج التي تقدم على مستوى إذاعة تيارت أردنا في الجدول رقم 12 التعرف على المستويات التي حدث فيها هذا التغيير. فوجدنا أن الجانب الذاتي أو الشخصي هو الأكثر تأثراً حيث بلغت نسبة ذلك عند أفراد العينة الأميين حوالي 11.36% بمعدل 5 أفراد. أما بالنسبة للتعليم الإبتدائي فبلغت النسبة 15.90% بمعدل 07 أفراد. وفي التعليم الثانوي بلغت 8 أفراد من أصل 9 أفراد بنسبة 18% وقد كانت النسبة عند فئة الجامعيين من أفراد العينة كاملة وبنسبة 11.36% أما بالنسبة للتأثير على المستويين الأسري والإجتماعي فكان أقل نوعاً ما .

-من خلال تبين لنا مدى تأثر أفراد العينة أي سائقي الأجرة بالبرامج على مستوى إذاعة تيارت ذاتيا وشخصيا على عكس المرأة الماكثة في البيت أو العامل كموظف...إلخ.

جدول رقم 22: يبين لنا هذا الجدول إن كانت إذاعة تيارت ساهمت بتغيير على المبحوثين حسب متغير السن.

السن المغير	من 20 إلى 30 سنة		من 30 سنة إلى 40 سنة		من 40 سنة فما فوق		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
نعم	08	16	14	28	20	40	42	84
لا	03	6	04	8	01	2	08	16
المجموع	11	22	18	36	21	42	50	100

لقد تبين لنا من خلال الجدول رقم 13 أن البرامج التي تقدم على مستوى إذاعة تيارت تؤثر بشكل كبير على أفراد العينة. ففي الفئة العمرية من 20 إلى 30 سنة يتأثر 8 أفراد من أصل 11 فرد بنسبة 16 % في حين أن ثلاث أفراد لا يتأثرون بنسبة 6 % أما بالنسبة للفئة العمرية من 30 سنة إلى 40 سنة فإن 14 فردا يتأثرون في حين أن أربعة أفراد لا يتأثرون بنسبة 8 % أما بالنسبة للفئة العمرية من 40 سنة فما فوق فإن نسبة 40% أي 20 فردا من سائقي الأجرة لأفراد العينة يتأثرون بهذه البرامج في حين أن فردا واحدا لا يتأثر بنسبة 2% .

نستنتج من خلال الجدول أعلاه أن نسبة كبيرة من أفراد العينة بلغت 84% أي 42 من سائقي الأجرة أفراد العينة يتأثرون بالبرامج الإذاعية في حين أن نسبة 16% أي 8 أفراد لا تتأثر وهو ما يدل على وجود علاقة مبنية بين سائقي الأجرة والبرامج التي تقدم في إذاعة تيارت.

جدول رقم 23: جدول يبين الجانب في التأثير على حسب متغير العمر .

السن جانب التأثير	من 20 إلى 30 سنة		من 30 سنة إلى 40 سنة		من 41 سنة فما فوق		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
العادات	00	00	04	9.52	05	11.90	09	21.42
التقاليد	00	00	02	4.76	06	14.28	08	14.04
الأفكار	06	14.28	06	14.28	05	15.40	17	40.46

19.04	08	9.52	04	4.76	02	4.76	02	السلوك
100	42	47.60	20	33.32	14	19.04	08	المجموع

بعد التعرف على نسبة سائقي الأجرة الذين يتأثرون بالبرامج الإذاعية على مستوى إذاعة تيارت أردنا التعرف على الجانب الذي يمس التأثير فوجدنا أن نسبة **21.42%** يتأثرون بها من حيث العادات أما نسبة **40.46%** تؤثر فيهم من حيث السلوك من هنا يتبين لنا أن الطبقة البراجمية في إذاعة تيارت لها مجموعة من الأهداف المختلفة التي تسعى من خلال إلى الوصول إلى مجموعة من المتغيرات على مختلف المستويات الإجتماعية سواء من حيث العادات والتقاليد الأفكار حتى السلوك وهو ما ينعكس على أفراد عينتنا.

جدول رقم 24: يبين دور البرامج في إذاعة تيارت في تنمية الوعي على أفراد العينة على حسب متغير المستوى التعليمي:

المجموع	تعليم جامعي		تعليم ثانوي		تعليم متوسط		إبتدائي		أمي		مستوى التعليم	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	الإجابة	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	نعم	
	78	39	10	05	16	08	22	11	18	09	12	06
	22	11	00	00	8	04	6	03	4	02	4	02
	100	50	10	05	24	12	28	14	12	11	16	08

لقد تبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن البرامج التي تقدم على مستوى إذاعة تيارت تساهم تنمية الوعي لدى أفراد العينة بنسبة كبيرة بلغت **78%** وبمعدل **39** فردا من أفراد العينة. في حين أن **11** لا يتأثرون وبنسبة **22%** حيث وجدنا فئة الأميين من أفراد العينة **6** أفراد من أصل **8** يتأثرون وبنسبة **12%** أما بالنسبة للذين يملكون المستوى الإبتدائي من أفراد العينة فوجدنا **9** من أصل **11** فرد يتأثرون وبنسبة **18%** أما بالنسبة للتعليم المتوسط فوجدنا أن **11** فردا من أصل **14** فردا يتأثرون وبنسبة **22%** في حين أن **8** أفراد من أصل **12** بالنسبة للتعليم الثانوي يتأثرون وبنسبة **16%** أما بالنسبة للجامعيين فإنهم كلهم أي خمسة من أصل خمسة أفراد من العينة يتأثرون وبنسبة **100%**.

إن 11 فردا وبنسبة 22% لا تتأثر بالبرامج والسبب في ذلك يعود إما لعدم أخذ هذه البرامج بالجدية التامة أو لعدم الفهم .

5- النتائج العامة للدراسة :

من خلال الدراسة والبحث في الموضوع بجانبه النظري والتطبيقي ومن خلال التعامل مع من لهم علاقة بالموضوع خلصنا إلى النتائج العامة .

- كلما كان بث توقيت البرامج مناسباً لسائقي الأجرة وطبيعة عملهم كلما زاد الإقبال عليها

- كلما كانت مدة البث ملائمة كلما كان التأثير أبلغ .

- كلما كان الإستماع أقوى أكثر من سائقي الأجرة كلما كان التأثير أبلغ.

- إستماع سائقي الأجرة إلى البرامج الإذاعية لا يعني بالضرورة وجود تأثير .

-إذاعة تيارت المحلية ومن خلال مجموع البرامج التي تقدمها تسعى إلى تحقيق مجموعة من الأهداف على مختلف المستويات.

-المستوى التعليمي يلعب دوراً بارزاً في عملية التأثير

- درجة التأثير تعود إلى تركيزالمبحوثين.

إن نجاح أي إذاعة محلية لا يتحقق إلا برضى جمهورها .وهو ما يكون بالتواصل معهم وأخذ إنطباعاتهم وإقتراحاتهم.

نسبة كبيرة من أفراد العينة بلغت 88% على حسب الجدول رقم 20 كلما تتأثر بالبرامج التي تقدم على مستوى إذاعة تيارت .

إن التأثير على سائقي الأجرة من خلال البرامج الإذاعية تكون أكثر عمقا في الجانب الشخصي وهو ما بينه الجدول رقم 21، حيث أن نسبة 75% تتأثر ذاتهم بطبيعة البرامج التي تقدم على مستوى الإذاعة .

إن البرامج التي تقدم في إذاعة تيارت تؤثر في سائقي الأجرة في أغلب الجوانب سواء على مشرف العادات – التقاليد – الأفكار – السلوك .

يبين لنا الجدول رقم 24 أن نسبة كبيرة بلغت 78% من أفراد العينة كلها تساهم البرامج التي تقدم في إذاعة تيارت في تنمية الوعي لديهم .

وبالنظر إلى الإجابات السابقة يمكن الإجابة على فرضيات الدراسة في النقاط التالية :

- 1- البرامج التي تقدم في الإذاعات المحلية تؤثر بدرجة كبيرة على سائقي الأجرة .
 - 2- فاعلية الرسالة الإذاعية على سائقي الأجرة ترتبط ارتباطا وثيقا بطبيعة البرمجة والوقت الذي تبث فيه .
- إن سائقي الأجرة لهم أذواق مختلفة من حيث النوع في البرامج الإذاعية . لذلك يجب على الإذاعات أن تحترم التنوع في البرامج لأجل كسب جمهورها من سائقي الأجرة .
- البرامج الحديثة والمواضيع الآنية لها دور كبير في جلب إهتمام سائقي الأجرة .

الخاتمة:

الإذاعة المحلية هي تجربة جديدة لكن لمسنا من خلال طبيعة العمل المقدم والجهود التي تحاول القيام بها ومختلف الوسائل التوعوية والتحسيسية كلما تهدف إلى إعلام المواطنين وتثقيفهم وجعله على اطلاع بكل ما يحيط بهوتحسيسه بضرورة تدخله ومساهمته لتجعله فردا فردا لأنها تبحث بكل روح مهنية عن أحسن السبل لإنغماسها في النسيج الثقافي والفني والرياضي والإجتماعي والإقتصادي للمنطقة .

-وهدفها في إرساء معالم الإتصال من خلال الوظائف التي تقوم بها بالمنطقة ويتضح ذلك جليا في إقامة الإتصال ذي المحتوى المتنوع بين أبناء المنطقة والمسؤولين السياسيين والإداريين على المستوى المحلي .

-لم تعد الدولة الجزائرية هي التي تحتكر الأنشطة بإختلافها لذا لا بد من فسخ المجال لمختلف الفعاليات بالتدخل الإعلامي وبالتواصل حتى لا يقع شرخا بين الدولة والمجتمع أو تحل الدولة محل المجتمع . وترى أن الإتصال المحلي ومؤسساته المختلفة أفضل علاج لخلل في الإعلام المركزي وآداة فضلى للتفاعل بين أبناء المجتمع على الصعيد المحلي .

-إن الإذاعة تعد في ربوع العالم كله أكثر الوسائل الإعلامية إشهارا ووجودا في كل لحظة وفي كل بقعة من الأرض لتحقيق ما تصبو من أهداف علمية وثقافية وتعليمية وإعلامية وترفيهية ودينية ورجاؤنا وآمالنا في ذلك التطور والرقي الدائمين لها على أساس أنها لا تقوم دون إقتراحات وإنتقادات للمستمعين .

وفي الأخير أتمنى أن تكون هذه الدراسة قد بينت مدى أهمية موضوع الإذاعات المحلية ودورها في التنمية الإجتماعية خصوصا لدى فئة سائقي الأجرة .