جامعة محمد بوضياف المسيلة
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

دور إذاعة المسيلة الجهوية في التوعية المرورية

دراسة ميدانية على عينة من المستمعين بمدينة المسيلة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال
تخصص اتصال

إعداد الطالب:
- خوني صلاح الدين

إشراف الأستاذ:
- بوحيلة رضوان

أعضاء لجنة المناقشة

سلامي سعيداني	رئيسا
بوحيلة رضوان	مشرفا ومقررا
بلقبي فطوم	مناقشا

السنة الجامعية: 2015/2014

بسم الله الرحمن الرحيم :

" اللَّهُ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَنْعَامَ لِتَرْكَبُوا مِنْهَا
وَمِنْهَا تَأْكُلُونَ (79) وَلَكُمْ فِيهَا مَنَافِعُ
وَلِتَبْلُغُوا عَلَيْهَا حَاجَةً فِي صُدُورِكُمْ وَعَلَيْهَا
وَعَلَى الْفُلْكِ تُحْمَلُونَ (80) وَيُرِيكُمْ آيَاتِهِ
فَأَيَّ آيَاتِ اللَّهِ تُنكِرُونَ (81) "صدق الله العظيم

(سورة غافر الآية 79 – الآية81).

شكر وعرفان

يقول تعالى :" لئن شكرتم لأزيدنكم "

قبل كل شئ أحمد الله تعالى وأشكره على نعمه وفضله وتوفيقه وإحسانه

الذي رزقنا من العلم ما لم نكن نعلم و أعطانا من القوة ما نحتاجه للوصول

إلى هذا المستوى من الفهم،وإتمام هذا العمل وعرفانا منا بالجميل باتجاه من ساهم

من قريب أو بعيد في إنجاز مذكرتنا هذه.

أتقدم بالشكر الجزيل للأستاذ المشرف :الأستاذ بوحيلة رضوان

الذي لم يبخل علينا بنصائحه وتوجيهاته القيمة،

كما لا يفوتني أن أتقدم بالشكر لمسئولي

خلية الإعلام والاتصال: بالحماية المدنية والأمن الوطني و الدرك الوطني،

كما أتقدم بالشكر إلى

كل من ساعدنا من قريب أو بعيد ولو بالكلمة الطيبة

3DLAT.CO

الإهـــــداء

إلى أبي وأمي

إلى كل من عرفنا وعرفناه ...

وقدرنا وقدرناه ....

وإلى كل إنسان... أحب لأخيه الإنسان

ما يحب لنفسه .

صلاح الدين

فهرس المواضيع

فهرس المواضيع

المحتوى الصفحة الصفحة

فهرس الموضوعات

فهرس الجداول

فهرس الأشكال والرسوم البيانية

مقدمة ..... أ

الفصل الأول الإطار المنهجي

1- الإشكالية 04

2- التساؤلات 04

3- أهمية الدراسة 05

4- أهداف الدراسة 06

5- مفاهيم الدراسة 06

6- المنهج المستخدم 08

7- مجال الدراسة.....14

8- الدراسات السابقة 15

9- المدخل لوظيفي للدراسة: مدخل أو نظرية الاستخدامات والاشباعات.....17

الفصل الثاني الاذاعة المحلية المحلية في الجزائر

I. **الإذاعة المحلية في الجزائر**..... 28

1- نشأة الإذاعة المحلية في العالم و الجزائر..... 29

2- خصائص الإذاعة المحلية..... 32
3- أسباب انتشار الإذاعة المحلية.....33
4- وظائف الإذاعة المحلية.....34
5- محتوى برامج الإذاعة المحلية 39
6- عوامل نجاح البرنامج الإذاعي.....40
7- أنواع البرامج الإذاعية.....41

II. التوعية المرورية
1- تعريف التوعية المرورية..... 43
2- أهداف التوعية المرورية.....44
3- وسائل التوعية المرورية.....44
4- أساليب التوعية المرورية 45
5- تطبيق أساليب التوعية المرورية.....46

الفصل الثالث :عرض وتحليل النتائج.

I. بطاقة فنية عن إذاعة المسيلة الجهوية 52
II. واقع حوادث المرور بولاية المسيلة 56
III. عرض البيانات، تحليلها وتفسير النتائج 60
IV. النتائج العامة.....124
- الاقتراحات 128
- التوصيات 131
- خاتمة 133
- الملاحق 135
- الملخص باللغة العربية 157
- الملخص باللغة الفرنسية.....158
- قائمة المراجع والمصادر..... 159

فهرس الجداول

فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	توزيع عينة الدراسة وفقا للجنس	60
02	توزيع عينة الدراسة وفقا للفئة العمرية	61
03	توزيع عينة الدراسة وفقا للمستوى التعليمي	62
04	توزيع عينة الدراسة وفقا للوضعية المهنية	63
05	يوضح توزيع عينة الدراسة وفقا للحالة العائلية	64
06	يوضح المتحصلين على رخصة السياقة و مستوى خبرتهم	65
07	يوضح العينة التي تجيد السياقة	66
08	يوضح مستوى القيادة لأفراد العينة	67
09	يوضح عدد العينة التي وقع لها حادث	68
10	يوضح عدد العينة التي وقع لها حادث ومتغير السن	69
11	توزيع عينة الدراسة وفقا لوتيرة الاستماع للإذاعة المحلية بالمسيلة	70
12	يبين وتيرة الاستماع مع متغير السن	71
13	توزيع عينة الدراسة وفقا لفترة الاستماع المفضلة	73
14	يبين أوقات الاستماع مع متغير الجنس	74
15	توزيع عينة الدراسة وفقا لأماكن الاستماع المفضلة	75
16	توزيع عينة الدراسة وفقا لوسيلة الاستماع المستخدمة	76
17	توزيع عينة الدراسة وفقا لمع من يفضلون الاستماع	78
18	يوضح ترتيب البرامج الإذاعية التي يتابعها المبحوثين حسب تفضيل المبحوثين.	79
19	توزيع عينة الدراسة حسب متابعة برامج التوعية المرورية	81
20	توزيع عينة الدراسة حسب متابعة برامج التوعية المرورية و متغير الجنس	82

21	يوضح متابعة برامج الاذاعة حسب متغير السن	83
22	يوضح متابعة برامج الاذاعة حسب متغير الخبرة	85
23	توزيع عينة الدراسة حسب وقت بث برامج التوعية المرورية	87
24	توزيع عينة الدراسة حسب وقت بث برامج التوعية المرورية و متغير الخبرة	88
25	توزيع عينة الدراسة حسب وقت بث برامج التوعية المرورية و متغير الحالة المهنية	90
26	يوضح مدة الاستماع لبرامج التوعية المرورية.	92
27	يوضح لنا برامج التوعية المرورية التي يتابعها المبحوثين	93
28	يوضح لنا أسباب تفضيل أحد البرنامجين	94
29	يوضح لنا أسباب الاهتمام بالبرنامج	95
30	يوضح لنا مدى تواصل المبحوثين مع برامج التوعية المرورية	97
31	يوضح لنا أسباب عدم تواصل المبحوثين مع برامج التوعية المرورية	98
32	يوضح لنا مدى اتصال المبحوثين ببرامج التوعية المرورية ومتغير السن	99
33	يوضح ترتيب دوافع الاستماع لبرامج التوعية المرورية في إذاعة المسيلة الجهوية	101
34	يبين أخذ بعين الاعتبار النصائح التي تقدمها حصص التوعية المرورية بإذاعة المسيلة الجهوية	103
35	يبين مدى كفاية عدد برامج التوعية المرورية	104
36	يبين مدى كفاية عدد برامج التوعية المرورية ومتغير السن	106
37	يبين مدى كفاية مدة برامج التوعية المرورية	107
38	يوضح مدى كفاية المدة الزمنية لبرامج التوعية المرورية حسب متغير الخبرة	109
39	يوضح مدى صعوبة فهم مواضيع برامج التوعية المرورية	111
40	يوضح صعوبة فهم موضوعات برامج التوعية المرورية ومتغير المستوى	112

	التعليمي.	
41	يبين مدى مناسبة برامج التوعية المرورية لاهتمامات المبحوثين	113
42	يوضح مدى مناسبة مواضيع برامج التوعية المرورية لاهتمامات الجمهور و متغير الخبرة	115
43	مدى معالجة مواضيع برامج التوعية المرورية على تساؤلات المبحوثين	117
44	يبين مدى اجابة مواضيع برامج التوعية المرورية على تساؤلات المبحوثين و متغير السن	118
45	يوضح أسباب إجابة 42 % من مجتمع البحث بأن برامج التوعية المرورية تجيب على "بعض التساؤلات" أو "لا تجيب أصلا على تساؤلات" المبحوثين	120
46	يوضح أسباب إجابة 42 % من مجتمع البحث بأن برامج التوعية المرورية تجيب على "بعض التساؤلات" أو "لا تجيب أصلا على تساؤلات" المبحوثين ومتغير الخبرة.	122

فهرس الأشكال و الرسوم البيانية

فهرس الأشكال و الرسوم البيانية

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	يبين نموذج كاتز للاستخدامات والاشباعات	20
02	يبين توزيع عينة الدراسة وفقا للجنس	60
03	يبين توزيع عينة الدراسة وفقا للفئة العمرية	61
04	يبين توزيع عينة الدراسة وفقا للمستوى التعليمي	62
05	يبين توزيع عينة الدراسة وفقا للوضعية المهنية	63
06	يبين توزيع عينة الدراسة وفقا للحالة العائلية	64
07	يبين المتحصلين على رخصة السياقة و مستوى خبرتهم	65
08	يبين العينة التي تجيد السياقة	66
09	يبين مستوى القيادة لأفراد العينة	67
10	يبين عدد العينة التي وقع لها حادث	68
11	يبين عدد العينة التي وقع لها حادث ومتغير السن	69
12	يبين توزيع عينة الدراسة وفقا لوتيرة الاستماع للإذاعة المحلية بالمسيلة	70
13	يبين وتيرة الاستماع مع متغير السن	71
14	يبين توزيع عينة الدراسة وفقا لفترة الاستماع المفضلة	73
15	يبين أوقات الاستماع مع متغير الجنس	74
16	توزيع عينة الدراسة وفقا لأماكن الاستماع المفضلة	75
17	توزيع عينة الدراسة وفقا لوسيلة الاستماع المستخدمة	77
18	يبين توزيع عينة الدراسة وفقا لمع من يفضلون الاستماع	78
20	يبين ترتيب البرامج الإذاعية التي يتابعها المبحوثين حسب تفضيل المبحوثين.	80
21	يبين توزيع عينة الدراسة حسب متابعة برامج التوعية المرورية	81

22	يبين توزيع عينة الدراسة حسب متابعة برامج التوعية المرورية و متغير الجنس	82
23	يبين متابعة برامج الاذاعة حسب متغير السن	84
24	يبين متابعة برامج الاذاعة حسب متغير الخبرة	86
25	يبين توزيع عينة الدراسة حسب وقت بث برامج التوعية المرورية	87
26	يبين توزيع عينة الدراسة حسب وقت بث برامج التوعية المرورية و متغير الخبرة	89
27	يبين توزيع عينة الدراسة حسب وقت بث برامج التوعية المرورية و متغير الحالة المهنية	91
28	يبين مدة الاستماع لبرامج التوعية المرورية.	92
29	يبين لنا برامج التوعية المرورية التي يتابعها المبحوثين	93
30	يبين لنا أسباب تفضيل أحد البرنامجين	95
31	يبين لنا أسباب الاهتمام بالبرنامج	96
32	يبين لنا مدى تواصل المبحوثين مع برامج التوعية المرورية	97
33	يبين لنا أسباب عدم تواصل المبحوثين مع برامج التوعية المرورية	98
34	يبين لنا مدى اتصال المبحوثين ببرامج التوعية المرورية ومتغير السن	99
35	يبين ترتيب دوافع الاستماع لبرامج التوعية المرورية في إذاعة المسيلة الجهوية	102
36	يبين أخذ بعين الاعتبار النصائح التي تقدمها حصص التوعية المرورية بإذاعة المسيلة الجهوية	103
37	يبين مدى كفاية عدد برامج التوعية المرورية	105
38	يبين مدى كفاية عدد برامج التوعية المرورية ومتغير السن	106
39	يبين مدى كفاية مدة برامج التوعية المرورية	108
40	يبين مدى كفاية المدة الزمنية لبرامج التوعية المرورية حسب متغير الخبرة	110
41	يبين مدى صعوبة فهم مواضيع برامج التوعية المرورية	111

42	يبين صعوبة فهم موضوعات برامج التوعية المرورية ومتغير المستوى التعليمي.	112
43	يبين مدى مناسبة برامج التوعية المرورية لاهتمامات المبحوثين	114
44	يبين مدى مناسبة مواضيع برامج التوعية المرورية لاهتمامات الجمهور و متغير الخبرة	116
45	يبين مدى معالجة مواضيع برامج التوعية المرورية على تساؤلات المبحوثين	117
46	يبين مدى اجابة مواضيع برامج التوعية المرورية على تساؤلات المبحوثين و متغير السن	119
47	يبين أسباب إجابة 42 % من مجتمع البحث بأن برامج التوعية المرورية تجيب على "بعض التساؤلات" أو "لا تجيب أصلا على تساؤلات" المبحوثين	120
	يبين أسباب إجابة 42 % من مجتمع البحث بأن برامج التوعية المرورية تجيب على "بعض التساؤلات" أو "لا تجيب أصلا على تساؤلات" المبحوثين ومتغير الخبرة.	123

مقدمة

مـقــدمـــــة

لقد مس تطور الإنسان مختلف العلوم و العديد من التقنيات و شمل ميدان النقل بكل وسائله منذ القدم إلى اليوم خاصة المركبات، و التي حظيت بأهمية كبيرة من قبل الإنسان لفائدتها و ما تلبيه من طلبات واحتياجات و خدمة مصالح الأشخاص ,حيث شهدت الحظيرة ارتفاعا ملحوظا في عدد هذه المركبات في السنوات الأخيرة .لكن، بقدر ما طور الإنسان هذه المركبات و متن من شكلها و زاد من قوتها، بقدر ما أصبحت تتسبب في مآسي و فقدان الآلاف من الأرواح البشرية، و أصبح بذلك العامل البشري هو أهم عامل يتسبب في حوادث المرور بالإضافة إلى العوامل الأخرى، كعامل المركبة و عامل المحيط.

كل هذا جعل من حوادث المرور تعتبر من أخطر المشكلات، لأنها تمس الإنسان إما بالموت، أو بالعجز الدائم، أو بإصابة تعوقه عن تقديم الخدمات، وهذا بدوره يضعف من إسهامه المباشر في خطط التنمية الاجتماعية و الاقتصادية.

على هذا الأساس، صارت هذه الظاهرة تحتل المرتبة الأولى في مصاف المخاطر الكبيرة، فأدركت جميع الدول مدى خطورة هذه المشكلة و وجوب التفكير في كيفية القضاء عليها، و ذلك بتثمين المناهج التوعوية و الوقائية، و من بين هذه الدول نجد الجزائر التي تعاني من ارتفاع نسبة خطورتها.

إن للإعلام أهمية كبيرة في حياة المجتمع لماله من دور رئيسي في حياة الأفراد و الجماعات، يتمثل أساسا في نقل و تبادل المعلومات و اكتساب السلوك والتصرفات، والتوجيه والإرشاد و التوعية و الوقاية من سلوكيات غير مرغوب فيها.

و لقد أصبحت الأنظمة و الهيئات تلجأ إلى أساليب مختلفة للإعلام من خلال و سائله الحديثة و المتنوعة لنشر أو بث برامج اجتماعية و اقتصادية و ثقافية...، تتعلق باكتساب أو تنظيم أو وقاية أو منع ظواهر معينة ترتبط بمصلحة الفرد و الجماعة مثل الصحف و المجلات و الراديو و التلفزيون... بهدف نشر الرسائل الإعلامية على نطاق واسع و بسرعة كبيرة إلى الجماهير.و يكون هذا الإعلام في شكل حملات إعلامية و إعلانات تقدمها الهيئات العامة و المؤسسات الخدماتية بقصد التأثير و اكتساب أو تغيير السلوك .وتعد الإذاعة باعتبارها وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري

وأكثرها انتشارا, وأنها تؤثر في الرأي العام تأثيرا فعالا في نفوس الجماهير وتعدد الوسائط والتنوع الجغرافي يجعلها تلقى صدى واسعا من الجمهور وعلى غرارها الإذاعات المحلية مثل إذاعة المسيلة الجهوية فهذه الأخيرة لها أهمية كبيرة في مواكبة مختلف الأحداث و التغيرات في البلاد وسعيها الدائم لتلبية مختلف حاجيات الجمهور المحلي .

وللإطلاع أكثر على الدور الذي تقوم به إذاعة المسيلة الجهوية في سبيل التوعية والتحسيس بخطورة حوادث المرور ارتأينا إجراء هذه الدراسة التي تم تقسيمها إلى ثلاثة فصول :

الفصل الأول الإطار المنهجي والإطار النظرية للدراسة تم فيه تحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، أسباب اختيار الدراسة أهمية وأهدافه، وتحديد المصطلحات، والمنهج المتبع وطريقة تحديد العينة وأدوات جمع المعلومات، ومجالات الدراسة والدراسات السابقة والإطار النظرية للدراسة

و الفصل الثاني تجربة الإذاعة المحلية في الجزائر وتناولنا في هذا الفصل نشأة الإذاعة المحلية في العالم والجزائر، ومراحل إنشاء الإذاعات المحلية وظروف ومبررات قيام الإذاعة المحلية والخصائص التي تتميز بها وأسباب انتشارها وأسس التخطيط للإذاعة المحلية وأهم الوظائف وتعريف التوعية المرورية وأهدافها ووسائل التوعية المرورية وأساليبها.

أما الفصل الثالث فقد خصصناه للفصل التطبيقي عرض وتحليل النتائج وتناولنا في هذا الفصل بطاقة فنية عن إذاعة المسيلة الجهوية باعتبارها نموذج عن الإذاعات المحلية في الجزائر وإعطاء نظرة على واقع حوادث المرور بولاية المسيلة، ثم تطرقنا إلى التحليل الكمي والكيفي للبيانات حسب المحاور الأساسية التي تم طرحها في تساؤلات الدراسة وأخيرا عرض النتائج العامة.

كما لا يخفى علينا أن الباحث تصادفه العديد من العقبات أثناء قيامه ببحثه ومن بين هذه العقبات التي صادفتنا : ضيق الوقت خاصة منذ البداية في الفصل التطبيقي ،وكذلك قلة المراجع المتعلقة بالتوعية المرورية ،بالإضافة إلى مشكل رفض بعض المبحوثين الإجابة على استمارة الاستبيان .

الإطار المنهجي

الإشكالية:

فرض التطور الإعلامي المعاصر سواء في العالم أو في الجزائر الحديث عن الإذاعة المحلية حيث أكدت الدراسات والأبحاث على أهمية الإذاعة خاصة المحلية. باعتبارها وسيلة إعلامية معالجة لقضايا المجتمع لما تملكه من إمكانيات هائلة يمكن استغلالها في تناول المشكلات التي تواجه المجتمع.

للإذاعة المحلية أهمية كبيرة لما لها من دور في توعية المواطنين وتثقيفهم من خلال ما تقدمه من برامج ذات الصبغة المحلية بهدف خدمة المجتمع المحلي بالدرجة الأولى في شتى مجالات الحياة اليومية.

فهي أداة مهمة في معالجة المشاكل الراهنة للمجتمع المحلي وتوعية المجتمع المحلي في مختلف القضايا التي تشغله على غرار مشكلة تلوث البيئة المشاكل الصحية وكذلك التوعية في مجال المرور نظرا لاستفحال ظاهرة حودث المرور وحصدها عشرات الآلاف من الأرواح و تخليفه لخسائر مادية كبيرة سواء في المحيط الحضري أو خارج المدينة،فهذه الظاهرة صارت تؤرق المواطنين ووجب مكافحتها بشتى الطرق والوسائل بما فيها الإذاعة خاصة منها المحلية لإيقاف ذلك .

- فما مدى إسهام الإذاعة المسيلة المحلية في التوعية المرورية ؟

وهذا ما جعلنا نطرح عدة تساؤلات

التساؤلات :

- ما هي عادات وأنماط استماع الجمهور لإذاعة المسيلة الجهوية ؟
- ما هي دوافع الجمهور لمتابعة برامج التوعية المرورية بإذاعة المسيلة الجهوية ؟
- هل برامج التوعية المرورية تلبي حاجات الجمهور في تناول مختلف القضايا التي تهمه ؟
- كيف يقيم الجمهور لما تقوم به إذاعة المسيلة الجهوية من جهود في التوعية المرورية ؟

أهمية الدراسة :

يمتاز الإعلام المحلي بمحدودية نطاقه , فهو يختص باهتمام منطقة معينة تمثل مجتمعا محليا فهو انعكاس واقعي لثقافة ذلك المجتمع المحلي قصد خدمة احتياجاته بما في ذلك التوعية والتحسيس .

ونظرا للدور الذي يلعبه الإعلام المحلي خاصة المسموع باعتبار أننا ندرس كنموذج الإذاعات المحلية في الجزائر – دراسة حالة إذاعة المسيلة المحلية – كما أن هته الأخيرة لا تتوفر على قنوات تلفزيونية محلية، فقد كان لزاما علينا إبراز أهمية الإعلام المحلي المسموع في تحسيس المجتمع المحلي وكذلك تعزيز الدور التحسيسي التوعوي للإذاعة المحلية في المجتمع المحلي من خلال هته الدراسة .

أهداف الدراسة :

أهداف ذاتية :

- أهمية الموضوع الذي صار لا تخلوا صحيفة أو نشرة أخبار إذاعية أو متلفزة بأخبار حوادث المرور والخسائر البشرية أو المادية التي تخلفها، خلق لدي الرغبة في تسليط الضوء على هذه الظاهرة وضرورة معالجة هذا الموضوع لما له من أهمية وتأثير بالغ على الحياة الاجتماعية.
- الميل لهذا النوع من المواضيع ذات البعد الاجتماعي.
- محاولة منا المساهمة في إنجاز دراسة علمية، تبقى موضع إفادة للطلبة مستقبلا.

أهداف موضوعية:

- دراسة الموضوع دراسة أكاديمية قصد محاولة معرفة جميع جوانبه .
- توضيح مكانة الإذاعة المحلية في توعية المجتمع المحلي .
- محاولة تقيم البرامج التي قدمتها إذاعة المسيلة المحلية في التوعية المرورية .
- محاولة فتح المجال للاهتمام بهذا الموضوع لقلة الدراسات فيه.
- تطبيق أدوات البحث العلمي ميدانيا
- تزويد رصيد المكتبة بدراسة ميدانية .

تحديد مفاهيم الدراسة:

الإذاعة:

لغة: لغة :من ذاع الشيء والخبر" يذيع "ذيوعا وذيوعه "وذياعانا "فشا وانتشر و"والمذياع "بالكسر من لا يكتم السر

أو من لا يستطيع كتم خبره.

وأذاع سره وبه أفشاه وأظهره أو نادى به في الناس.[1]

[1]عبد العزيز شرف :مدخل إلى وسائل الإعلام، ط2 ، لقاهرة:دار الكتاب المصري، ا 1989 ، ص403.

اصطلاحا:

الإذاعة كجهاز هي وسيلة اتصال جماهيرية, شعبية لا تعرف الحواجز القائمة بين الحدود, وهي وسيلة تتحقق فيه فورية التدفق الإعلامي على درجة عالية من الكفاءة.[1]

وهي ما يبث عن طريق الأثير باستخدام موجات كهرومغناطيسية، بإمكانها اجتياز حاجز الأمية، والحواجز الجغرافية والسياسية وربط مستمعيها الدتباعدين برباط مباشر وسريع .[2]

الإذاعة المحلية:

تبث الإذاعة المحلية برامجها مخاطبة مجتمعا محدودا ومتجانسا من الناحية الاقتصادية والثقافية والاجتماعية لحد ما بسب الفروق الفردية والاجتماعية لجمهور هذه الإذاعة هم سكان قرية واحدة أو مجموعة قرى متقاربة متجانسة وقد يكون جمهور مدينة كبيرة[3].

هي جهاز إعلاميا يقوم على خدمة المجتمع المحلي بمعنى ان الإذاعة المحلية تبث برامجها من أجل مخاطبة مجتمع خاص محدود العدد يعيش فوق أرض محدودة المساحة، مجتمع متجانس من الناحية الاقتصادية والناحية الثقافية والناحية الاجتماعية .[4]

والإذاعة المحلية هي :جهاز إعلامي يخدم المجتمع المحلي، معنى ذلك أن الإذاعة المحلية تبث برامجها لمخاطبة مجتمع خاص، محدود العدد يعيش فوق أرض محدودة المساحة[5]

التعريف الإجرائي: الإذاعة المحلية هي جهاز إعلامي يخاطب جمهور خاص متناسق فيما بينه اجتماعيا ثقافيا، يعيش في رقعة جغرافية محدودة, تقدم له برامج متنوعة منها ذات طابع محلي، وتعطي للجمهور الحق في المشاركة في بعضها.

[1] خيضر شعبان : مصطلحات في الإعلام والاتصال , ط1 , دار اللسان العربي للتأليف والنشر , 2001 , ص 19.

[2] فضيل دليو :مدخل إلى الاتصال الجماهيري، الجزائر: مخبر علم اجتماع الاتصال، 2003، ص88 .

[3] عصام أنيس، عبد الحميد زكي :**الوسائل المسموعة والمرئية: النشأة والتطور**، دار المصرية البنانية، 2004 ، ص116 .

[4] عبد المجيد شكري :**الإعلام المحلي في ضوء متغيرات العصر**، ط1 ، دار الفكر العربي، 2007 ، ص107 .

[5] عبد المجيد شكري :**الإذاعات المحلية لغة العصر**، مصر: دار الفكر العربي، 1987 ، ص14 .

التوعية المرورية:

مفهوم التوعية :

جاء في قاموس (Le petit Larousse- grand Format) تعريف الوعي كما يلي :

"الوعي هو إحساس (إدراك)،معرفة واضحة أو قليلة الوضوح التي يمتلكها شخص ما حول نفسه والعالم الخارجي .

والوعي- حسب فاروق مداس –هو" :اتجاه عقلي انعكاسي يمكن الفرد من الوعي بذاته وبالبيئة المحيطة به بدرجات متفاوتة من الوضوح أو التعقيد، يتضمن وعي الفرد لوظائفه العقلية، والجسمية ووعيه بالأشياء وبالعالم الخارجي[1]."

اختلف الباحثين في تحديد تعريف للوعي

يرى علماء النفس أن الوعي :" حالة من اليقظة تتمثل في مجموعة من الأنشطة العقلية، تعكس درجة من درجات الانتباه و الفهم التلقائي لمجموعة من الأفكار، أو تعينه على الإدراك بإختلاف درجاته – للقضايا التي تحيط به "1

أما علماء الاجتماع فيعرفون أن الوعي أنه " إدراك الفرد لذاته باعتباره عضوا في جماعة معينة "2[2]

فالوعي هو الأساس في الوقاية من أخطار استعمال الطريق، و الوعي يعني أيضا :إدراك المرء لقواعد السلامة و إلمامه بالكيفية السليمة للسياقة و السير في الطريق، ثم الاقتناع بجدوى الالتزام بتطبيق هذه التدابير و إتباع تلك الوقائع عن قناعة، حفاظا على سلامته و سلامة غيره، و ليس خوفا من العقوباتو الإجراءات الردعيةعلى كل مستعملي الطريق أن يتحلى بهذا الوعي و لابد أن يكتسب ذلك عن طريق التوعية[3].

أما التوعية المرورية تعتبر نوعا من أنواع التوعية الاجتماعية.

[1] شعباني مالك ،المرجع السابق ، ص .212

[2] مؤتمر السلامة المرورية.الاردن ،2012 .

[3] بن عباس فتيحة : المرجع السابق ،298 .

فالتوعية المرورية :هي عملية منظمة مدروسة مبنيّة على أسس علمية لنشر الوعي المروري لدى الأفراد .فهي تستهدف استيعاب أفكار واتجاهات و مواقف تؤدي إلى سلوكات مرورية تتماشى مع قواعد المرور و آدابه[1].

التوعية المرورية:تعرف على أنها: عبارة عن منظومة السياسات والخطط والبرامج الهادفة الى إنتاج مضامين ورسائل تتعلق بمختلف جوانب الحياة ا لم روريه وتقوم بنشاطات وفعاليات مختلفة وتستخدم وسائل إتصالية مختلفة من أجل نشر هذه المضامين التي تشكل خطابا مروريا توعويا متكاملا إلى مختلف الشرائح الاجتماعية ومختلف الجماهير المعنية بالتوعية المرورية[2]

التعريف الاجرائي للتوعية المرورية : هي تنمية وتعزيز المعارف والقدرات وقواعد المرور وآداب السلامة المرورية لدى الفرد بمختلف الوسائل الاتصالية لتجنب الوقوع في حوادث سير محتملة .

المنهج المستخدم للدراسة:

يقصد بالمنهج في اللغة العربية الطريق الواضح, أما في اللغة الفرنسية فإن كلمة منهج هي : M'ETHODEالتي تعبر عن الخطوات الفكرية المنظمة والعقلانية الهادفة إلى بلوغ نتيجة ما.[3]

يعرفه موريس انجرز: هو مجموع الإجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة من اجل الوصول إلى نتيجة .

فالمنهج هو :فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة من أجل الكشف عن الحقيقة حيث نكون بها جاهلين، أو من أجل البرهنة عليها للآخرين، حيث نكون بها عارفين.[4]

تعرفه الباحثة دلال القاضي المنهج " بمجموعة القواعد والأنظمة التي تساعد الباحث على الوصول إلى حقائق منطقية مقبولة خاصة بالمشكلة المبحوثة ."[5]

وعليه فان المنهج هو جملة الخطوات المنظمة التي يجب على الباحث إتباعها في إطار الالتزام بتطبيق قواعد معينة تمكنه من الوصول إلى النتيجة المسطرة كما أن اختيار المنهج المناسب مرتبط

[1] أديب محمد خصور، **حملات التوعية المرورية العربية مركز دراسات البحوث**,جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية, الرياض: 2012 ص12.

[2] نفس المرجع السابق،ص13.

[3] احمد بن مرسلي , **الأسس العلمية لبحوث علوم الإعلام والاتصال** , الجزائر: الورسم للنشر والتوزيع , 2013 , ص 92.

[4] عبد الرحمن البدوي, **مناهج البحث العلمي**، ط3 ، الكويت: وكالة المطبوعات، 1977 ، ص04.

[5] احمد بن مرسلي , المرجع السابق, ص 91.

بطبيعة المشكلة المبحوثة والمجال الذي تنتمي إليه إضافة إلى الإمكانيات المتاحة لدى الباحث, ولهذا فان المنهج المستخدم في دراستنا هو المنهج المسحي والمسح في اللغة العربية يفيد إمرار اليد على الشئ الذي علقت به أجسام غريبة . ومن هذا المنطق فقد تم استخدام المنهج المسحي الذي يعتبر أحد المناهج الأساسية في البحوث الميدانية للحصول على الحقائق والمعلومات، فهو يدرس المتغيرات في وضعها الطبيعي كما هي في الواقع دون تدخل من الباحث[1].

أما المسح في البحث العلمي فيقصد به التعرف على الظاهرة المدروسة في الوضع الطبيعي الذي تنتمي إليه , من خلال إجراء جرد – مسح – المعلومات ذات العلاقة بمكوناتها الأساسية , وما يسودها من علاقات داخلية وخارجية.

يعرفه الباحث محمد عبد الحميد بأنه الطريقة الأمثل لجمع المعلومات من مصادرها الأولية وعرضها في صورة يمكن الاستفادة منها حاضرا أو مستقبلا.

أما الباحث محمد زيان عمر "اعتبر المسح دراسة عامة لظاهرة معينة في مكان معين في الحاضر .[2]

وقد تم استخدام هذا المنهج قصد التعرف على كيفية تقديم إذاعة المسيلة المحلية لموضوع حوادث المرور إضافة إلى معرفة مدى تأثير الإذاعة أو الرسالة الإعلامية التي بثتها حول موضوع حوادث المرور على المتلقي

مجتمع البحث و عينة الدراسة :

تعريف العينة :

تعد مرحلة تحديد طريقة اختيار عينة البحث من مراحل البحث العلمي المهمة ليس من باب أنها من أهم أدوات جمع البيانات الميدانية، ولكن لأن البحث بواسطة الحصر الشامل لم تعد تستخدم على نطاق واسع لكونه يتطلب وسائل ضخمة ومجهودات كبرى تفوق قدرات الباحثين ، خصوصا الفرادى منهم، واستغراق الكثير من الوقت[3] وبما أن مجتمع الدراسة يتمثل في كل جمهور ولاية

[1] أحمد بدر :**أصول البحث العلمي ومناهجه**، ط5 ، الكويت:وكالة المطبوعات، 1981 ، ص79.

[2] احمد بن مرسلي , المرجع السابق، ص 96.

[3] صالح بن نوار :**مبادئ في منهجية العلوم الاجتماعية والإنسانية**،، قسنطينة: منشورات مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة،2012،ص 184.

المسيلة، فإن إجراء مسح شامل لمجتمع البحث يتطلب زمن طويل نسبيا، فضلا عن الجهد الكبير لإتمام عملية جمع البيانات، كل هذه الأسباب لجأت إلى استخدام أسلوب المسح بالعينة، وتعرف العينة بأنها" مجموعة فرعية من عناصر مجتمع بحث معين.[1]

العينة هي الطريقة الأكثر شيوعا في معظم البحوث العلمية نظرا لكونها أيسر في التطبيق وأقل في التكاليف من دراسة المجتمع الأصلي، كما أنه لا حاجة لدراسة المجمع الأصلي، إذا أمكن الحصول على عينة كبيرة نسبيا ومختارة بشكل عشوائي تمثل المجتمع الأصلي .[2]

من الصعب على الباحث أن يتصل بعدد كبير من المعنيين بالدراسة أو يدرس مجتمع بحثه كله نظرا لضيق الوقت وكذلك قلة الإمكانيات ولهذا فهو ملزم باللجوء إلى الأسلوب انتقاء العينات بغية تمثيل جزء من وحدات المجتمع الأصلي.وقد اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية وهي العينة التي يتعمد الباحث فيها أن تكون من وحدات معينة اعتقادا منه أنها تمثل المجتمع الأصلي خير تمثيل، فالباحث في هذه الحالة قد يختار مناطق محددة تتميز بخصائص ومزايا إحصائيا تمثيلية للمجتمع وهذه تعطي نتائج أقرب ما تكون إلى النتائج التي يمكن أن يصل إليها الباحث بمسح المجتمع كله حيث تقوم على اختيار المفردات بطريقة تحكمية لا مجال فيها للصدفة .

وفي هذه الدراسة توجهت مباشرة وعن قصد إلى الأفراد الذين يستمعون لبرامج التوعية المرورية بإذاعة المسيلة المحلية، اعتقادا أن مفردات العينة تفيد في الحصول على البيانات والحقائق المتعلقة بالتوعية والثقافة المرورية ،وأعتقد أن مستعملي السيارات وأصحاب المحلات ، وبعض الأحياء السكنية هم من أكثر الفئات الاجتماعية تعرضا للبرامج الإذاعية بإذاعة المسيلة المحلية.

أما تحديد حجم العينة، فتجدر الإشارة منا إلى كون العينة ممثلة لمجتمع الدراسة، أو غير ممثلة تخضع للاختبار المنهجي الصحيح لها، لذا بالاتفاق مع الأستاذ المشرف، و مراعاة الوقت المخصص لإنجاز هذه الدراسة فقد تم تحديد 100مفردة كحجم لعينة هذه الدراسة.

[1] موريس أنجلس :**منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية**، ط2 ، الجزائر: دار القصبة للنشر، 2006 ، ص301 .

[2] عبود عبد الله العسكري :**منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية**، ط2 ، سوريا: دار النمير، 2002 ، ص168 .

المعالجة الإحصائية المستخدمة:

طريقة حساب التكرار المعدل :

$$\text{ك م} = \frac{(5\times \text{ك}_1)+(4\times \text{ك}_2)+(3\times \text{ك}_3)+(2\times \text{ك}_4)+(1\times \text{ك}_5)}{5(\text{عدد الرتب})}$$

حيث :

ك1 : تكرار المرتبة الأولى ، ك2 : تكرار المرتبة الثانية ، ك3 : تكرار المرتبة الثالثة ، ك4 : تكرار المرتبة الرابعة ، ك5 : تكرار المرتبة الخامسة .[1]

أدوات الدراسة:

إن الباحث ملزم باستخدام جملة من الوسائل والتقنيات، تمكنه من جمع أكبر عدد ممكن من المعلومات التي تخدم بحثه، حيث تساعده على استقصاء المعطيات من المبحوثين بأسلوب علمي مضبوط. وقد استخدمنا في دراستنا جملة من الأدوات المضبوطة علميا ومنهجيا لجمع المعلومات التي تخص بحثنا، وذلك بمراعاة توفقها من منهج دراستنا (المنهج المسحي) وهي:

المقابلة:

تعتبر المقابلة مصدر غني بالمعلومات عبر المقابلة وجها لوجه في شكل حوار منظم كما ذكر مصطفى محمود الطائي وخير الدين ميلاد أبو بكر "بفن المواجهة والمحادثة والمحاورة بين الباحث والمبحوث المجيب لتحقيق الأهداف العلمية المطلوبة "[2],

وأشار محمد عبد الحميد إليها بالتفاعل اللفظي بين المنظم بين الباحث والمبحوث أو المبحوثين للحصول على المعلومات و البيانات ذات الصلة بالظاهرة المدروسة [1]، وقد تم الاعتماد عليها في دراستنا بغية الحصول على معلومات كافية حول موضوع الدراسة.

[1] رضوان بوحيلة ، **جمهور الصحافة الرياضية في الجزائر** دراسة ميدانية على عينة من الشباب بولاية جيجل رسالة ماجستير غير منشورة ، قسنطينة : جامعة الأمير عبد القادر، -2008،ص17.

[2]احمد بن مرسلي , نفس المرجع , ص :172.

وقد استخدمت المقابلة المفتوحة (غير المقننة)بغية جمع البيانات المتعلقة بالبحث، ويستخدم هذا النوع من المقابلات في حالة عدم وجود بيانات أو معلومات واضحة عن طبيعة المشكلة، حيث أن هذه المعلومات الأولية تمكن الباحث من صياغة أسئلة الاستمارة، وصياغة الإشكالية صياغة جيدة، وتعديل التساؤلات بالإضافة إلى الميزة الهامة التي تتميز بها المقابلة المفتوحة بأنها تترك للمبحوث كل الحرية للحديث في إطار الأهداف التي سطرها الباحث، والحصول على بيانات ومعلومات قد تكشف عن جوانب جديدة للمشكلة.

وقد استخدمت المقابلة في كثتير من مراحل البحث وهي مقابلة مع كل من وكذلك ومقابلة مع معد ومقدم برنامج "حق الطريق" ، والمكلفين بالإعلام في مختلف الأجهزة الأمنية " شرطة ،درك ،حماية مدنية " ومقابلة المبحوثين وتوزيع الاستمارة النهائية، ولنطرح الأسئلة حول:

- التعريف ببرامج التوعية المرورية في الإذاعة، أوقات بثها،و أهم المواضيع التي تتطرق إليها
- وهل هناك مشاركة من قبل الجمهور، وما مدى مساهمة الإذاعة في التوعية المرورية ؟
- كيف تقيم مختلف الأجهزة الأمنية لما تقوم اذاعة المسيلة المحلية من توعية مرورية ؟

الاستبيان:

عند اختيار المنهج المسحي كأسلوب بحث، فإن أهم أداة يمكن استخدامها لجمع البيانات من مجتمع البحث الذي نقوم بمسحه هي الاستبيان، يعد الاستبيان أداة أساسية من أدوات جمع البيانات التي يتطلبها البحث الميداني في العلوم الإعلامية وهي تستخدم لجمع قدرا أكبر من المعلومات عن الظاهرة موضع الدراسة وهي تستخدم بكثافة أكثر

في البحوث الوصفية لتقرير ما توجد عليه الظاهرة في الواقع ويمكن القول أن الاستبيان يستخدم عادة في البحوث التي تتطلب جمع بيانات كثيرة عن الظاهرة أو مشكلة موضوع البحث.[2]

الاستبيان لغة مشتقة من الفعل استبان الأمر أي أوضحه وعرفه ،والاستبيان بذلك هو التوضيح والتعريف لهذا الأمر[3] .

---

[1] محمد عبد الحميد :**البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**،ط2 ، القاهرة:عالم الكتب، 2004،ص392.

[2] عبد الله محمد عبد الرحمان,محمد علي البدوي:**مناهج وطرق البحث الاجتماع**(,د,ط,)القاهرة,مصر:دار المعرفة الجامعية, 2012 , ص221 .

[3] قاموس المعاني www.almaany.com

الاستبيان: هو أداة ملائمة للحصول على المعلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في المجال المبحوث.[1] ويقصد بالاستبيان مجموعة من الأسئلة المصممة لجمع البيانات اللازمة عن المشكلة قيد الدراسة, وهي من أهم الوسائل الفعالة في جمع البيانات المطلوب جمعها.[2]

وحتى يحقق الاستبيان الهدف المرجو منه لابد أن تكون أسئلته ذات مواصفات خاصة بحيث تكون هذه الأسئلة معبرة بحق عن الموضوع المبحوث وتتيح من ناحية أخرى أجوبة يمكن التعامل معها فيما بعد ويرى علماء المنهجية أن الإجابة الواضحة القابلة للتحليل أو التعامل العلمي إنما ترتبط بالدرجة الأول بمدى ضبط الأسئلة المتمثلة في الاستبيان سواء من حيث الشكل أو المحتوى.[3]

وقد تم إخضاع الاستبيان للتحكيم من طرف الأساتذة :

- الأستاذ: بوعزيز بوبكر [4]
- الأستاذ: بوقرة رضوان [5]

الأستاذ: سلامي سعيداني [6]

مجال الدراسة

المجال الزمني:

تم الشروع في هذه الدراسة بداية من شهر جانفي 2015 وبداية العمل في الإطار التطبيقي من مارس 2015 إلى غاية 07 ماي 2015

المجال المكاني:

تم أخذ محيط مدينة المسيلة بمختلف أحيائها كمجال مكاني لإجراء للدراسة الميدانية.

المجال البشري:

يمثل المجال البشري في هذه الدراسة كل أفراد المدينة من الجنسين من يساوي أو يفوق سنهم 18سنة.

---

[1] احمد بن مرسلي , مرجع سابق, ض 220 .

[2] محمد عبد الفتاح الصيرفي , **البحث العلمي** , ط 1 , الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع ,ص115 .

[3] صلاح أبو الفوال:**مناهج البحث في العلوم الإنسانية**(,د,ط) ، القاهرة: ,مكتبة غريب 1982 , ص306.

[4] أستاذ مساعد أ بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة.

[5] أستاذ مساعد أ بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة

[6] أستاذ مساعد أ بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة

الإطار الجغرافي : تقديم ولاية المسيلة :

تحتل ولاية المسيلة موقعا متميزا في الجزء الأوسط من شمال الجزائر بشكل عام ،فهي من منطقة الهضاب العليا التي تمتد على مساحة 18175 كلم2 ،عدد سكانها يقارب 1035922 نسمة بكثافة سكانية تجاوز 57 نسمة في كلم 2 ولقد أصبحت المسيلة ولاية وفقا للتقسيم الإداري لسنة 1974، تتكون الولاية من 47 بلدية، مسيرة من طرف منتخبين : ضمن المجالس الشعبية البلدية ، أما الدوائر فتضم واحدة إلى أربع بلديات لتشكيل محافظات إدارية وهي 15 دائرة تحدها الولايات التالية :

يحدها من الشمال :ولاية برج بوعريريج ، ويحدها من الشمال الشرقي :ولاية سطيف ويحدها من الشمال الغربي :ولاية البويرة ويحدها من الشرق : ولاية باتنة ويحدها من الغرب : ولاية المدية ويحدها من الجنوب الشرقي : ولاية معسكر ويحدها من الجنوب الغربي : ولاية الجلفة .[1]

الدراسات السابقة :

الدراسة الأولى :من إعداد الباحثة هيبة شعوة، تحت عنوان : دور القناة الإذاعية الأولى في التوعية المرورية – دراسة تحليلية ميدانية (مذكرة مكملة لنيل درجة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال) جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة 2007

تمحورت إشكالية الدراسة حول معرفة دور الإذاعة الوطنية ممثلة في القناة الأولى في التوعية المرورية للسائقين ولرجال الأمن ، و اندرج ضمنها جملة من التساؤلات وهي كالتالي:

-ما مدى إقبال السائقين ورجال الأمن على برامج التوعية المرورية؟

-ما مدى أهمية برامج التوعية المرورية لدى السائقين ورجال الأمن؟

-ما مكانة الإذاعة كأحد المصادر التي يعتمد عليها السائقين في الحصول على معلومات مرورية؟

ولقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج من بينها:

-احتلال التلفزيون والإذاعة المراتب الأولى في ترتيب وسائل الإعلام المفضلة للتوعية المرورية.

-بينت الدراسة وجود إقبال على الاستماع إلى الإذاعة من طرف السائقين وعلى رأسها الإذاعة الوطنية.

[1] الموقع الرسمي لولاية المسيلة http//www.msila.dz.org يوم 22- 02-2015 على الساعة 14:00 .

-بينت الدراسة أن أكثر الأماكن التي يستمع فيها السائق للإذاعة هي المركبة وذلك بنسبة تجاوزت 73%و أن الفترة الصباحية هي أفضل الفترات للاستماع لبرامج التوعية المرورية.

-تفضيل نسبة معتبرة من السائقين :تقديم برامج التوعية المرورية من طرف الرجال.

-فيما يتعلق باللغة فقد احتلت اللغة الفصحى المركز الأول في تفضيلات الجمهور للغة برامج التوعية، في حين احتلت الدارجة المركز الثاني والفرنسية المركز الثالث.

- بينت الدراسة أن برامج وحملات التوعية ساهمت في إقناع السائقين بتجنب الإفراط في السرعة حيث فاقت نسبة المقتنعين 22 %

- بينت الدراسة أن برامج التوعية ساهمت في إقناع أزيد من % 99 من أفراد العينة بالاستخدام الإرادي لحزام الأمن دون مراقبة رجال المرور.

-اعتبر الأسلوب العلمي أفضل الأساليب الاقناعية والأكثر تأثيرا على السائقين، ثم أسلوب التخويف ثم الأمر أما الأسلوب الهزلي فقد احتل المرتبة الأخيرة وبنسبة ضئيلة جدا.[1]

الدراسة الثانية : من إعداد الباحثة بن عباس فتيحة "دور الإعلام في التوعية والوقاية من حوادث المرور في الجزائر :مقارنة بين المناطق الريفية و المناطق الحضرية – دراسة وصفية استطلاعية – أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال (جامعة الجزائر 3 ،الجزائر:2012 .

وتناولت الدراسة حوادث المرور على المستوى الوطني، و هي دراسة وصفية، استطلاعية وتحليلية، قارنت من خلالها بين حوادث المرور التي تحدث في المناطق الريفية و التي تتكلف بمراقبتها قيادة الدرك الوطني، و حوادث المرور التي تحدث في المناطق الحضرية و التي تتكلف بمراقبتها المديرية العامة للأمن الوطني وكذا الدور الذي يلعبه الإعلام في التوعية و الوقاية من هذه الظاهرة .

وخلصت الدراسة بجملة من النتائج :

[1] هيبة شعوة : **دور القناة الإذاعية الأولى في التوعية المرورية** : دراسة تحليلية ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة) جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة: 2007.

[1]بن عباس فتيحة : **دور الإعلام في التوعية والوقاية من حوادث المرور في الجزائر** :مقارنة بين المناطق الريفية و المناطق الحضرية ،أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه (غير منشورة)،جامعة الجزائر 3 ،الجزائر:2012 .

- التركيز على وضع إستراتيجية اتصال متميزة مطابقة لواقع المعاش وذات مصداقية، كما يجب أن تتسم بالشمولية كل التظاهرات التي لها علاقة بالموضوع وأن تكون مستمرة عبر الزمن.
- إسناد عملية الاتصال والتوعية المرورية لهيئة تشرف على عمليات التنسيق بين الأخصائيين والمتعاملين في مختلف القطاعات.
- نقل الأخبار عن الحوادث وتغطيتها في ساعات البث الأساسية والتعليق عنها من طرف أخصائيون في الحالات القصوى.
- تخصيص حصص إذاعية وتلفزيونية قارة وكذلك ومضات تحسيسية .
- ضرورة البحث الجاد والدائم في ميدان الإعلام المروري وكذا التخصص في الأدوار والاستعداد التام لبث معلومات تبين خطورة حركة المرور باعتبار أنها تابعة من سلوكات مخالفة لقانون المرور مجسدة من طرف جميع شرائح المجتمع.
- التركيز في عملية التوعية المرورية على الجانب البشري باعتباره يمثل أعلى نسبة تتسبب في وقوع الحادث.
- مراجعة قانون المرور من أجل أقلمته مع الظروف الحالية[1] .
- ضرورة إقحام الحركة الجمعوية في عملية التحسيس والتوعية.

- غير أن كلا الدراستين السابقتين لم تتناول دور الإذاعة المحلية في التوعية المرورية بل ركزتا على دور الإذاعة الوطنية و الإعلام بصفة عامة في التوعية المرورية .

المدخل الوظيفي : نظرية الاستخدامات والاشباعات

تختلف المسميات التي تطلق على مدخل الاستخدامات و الاشباعات، فهناك من يطلق عليه " نموذج"، و هناك بعض الباحثين يرتقون بها إلى مرتبة النظرية، و هناك من يطلق عليه" مدخل"، في حين يفضل البعض و هم الأقلية تسميته باسم نظرية المنفعة[2]

مفهوم النظرية- :

الاستخدام في اللغة :من استخدم استخداما، أي اتخذ الشخص خادما، ومنه خدمه خدمة فهو خادم وخدام .

[2] نبيلة جعفري :**الإعلام الجهوي وتحقيق إشباعات الجمهور**، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري، 2010 ، ص 26.

وأما الإشباعات في اللغة :مأخوذة من الشبع (بفتح الشين و فتح التاء)، والشبع(بكسر الشين) مثل عنى ضد الجوع، وتدل على امتلاء في أكل وغيره، وثوب شبيع الغزل أي كثيرة ، وشبيع العقل أي وافره.

ونظرية الاستخدامات والإشباعات في الاصطلاح الإعلامي :تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة، استجابة لدوافع الحاجات الفردية.[1]

تطور بحوث الاستخدامات و الاشباعات:

رغم الشعبية الهائلة التي يحظى بها هذا المدخل في دراسة الاتصال الجماهيري، إلا أن تطور هذا المدخل كان بطيئا لسيطرة اتجاهات بحوث التأثير قبل و بعد الحرب العالمية الثانية على دراسات الاتصال الجماهيري كما أن المراحل الأولى من تطور بحوث الاستخدام و الإشباع كانت تفتقر إلى افتراضات نظرية، و يمكن بلورة مراحل تطور بحوث الاستخدامات و الاشباعات كما يلي:

أولا :المرحلة الوصفية:

تمتد هذه المرحلة خلال الأربعينات و الخمسينات من القرن الماضي، و اهتمت هذه المرحلة بتقديم وصف عميق لتوجيهات الجماعات الفرعية لجمهور وسائل الإعلام فيما يتعلق باختيارها للأشكال المختلفة من محتوى وسائل الاتصال، و نشرت أبحاث هذه المرحلة خلال الحرب العالمية الثانية مثل لازرسفيلد وهيرزوج و ساشمان.

ويرى ماكلويد و بيكر أن هذه الدراسات اعتمدت على تحديد نوع معين من المضمون و تحديد قائمة الحاجات التي يشبعها هذا المضمون لمجموعة من الناس.

و تشابهت هذه البحوث بدرجة كبيرة في إطارها المنهجي، و حاولت تجميع الاشباعات في قوائم متجاهلة بشكل كبير توزيعها تكراريا بين المبحوثين و لم تحاول بحوث هذه المرحلة الكشف عن الروابط بين الاشباعات التي يتم الحصول عليها و بين الأصول النفسية و الاجتماعية للحاجات، و فشلت هذه الأبحاث في الكشف عن العلاقات المشتركة بين الوظائف المتعددة لوسائل الإعلام إما بطريقة كمية أو كيفية بحيث يؤدي ذلك إلى الكشف عن البيئة الكامنة للاشباعات التي توفرها وسائل الإعلام، لذا لم ينتج عن نتائج أبحاث هذه المرحلة رصيد معرفي يوضح الصورة الفعلية تحققها وسائل الإعلام.

[1] ياسين فضل ياسين :**الإعلام الرياضي**، ط1 ، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011 ، ص69.

ثانيا :مرحلة تحديد المفاهيم:

تتميز هذه المرحلة بطبيعة توجهها الميداني حيث حاولت توضيح المفاهيم الخاصة بالمتغيرات الخاصة بالمتغيرات النفسية و الاجتماعية التي يفترض أنها تؤدي لنماذج مختلفة من استهلاك الوسائل تتميز هذه المرحلة أيضا بإمكانية قياس ميول الجماهير و اتجاهاتها للسعي نحو تحقيق اشباعات بعينها من وسائل الاتصال بإتباع الأسلوب الكمي ، و هو ما افتقدته بحوث المرحلة الأولى ، بصفة عامة تعد دراسات هذه المرحلة استنباطية حيث يتم استنباط و استنتاج الاشباعات المرتبطة بسلوكيات الأفراد أكثر من اكتشافها بشكل محدد، وساهمت بحوث هذه المرحلة في تطوير مناهج لدراسة الاشباعات و توضيح العلاقة بين الميول النفسية و الواقع الاجتماعي واستخدام وسائل الاتصال.

ثالثا :المرحلة التفسيرية:

تتسم هذه المرحلة بمحاولة استخدام التراث العلمي الذي أتاحته المرحلة الوصفية و مرحلة تحديد المفاهيم لتوضيح الجوانب الأخرى في عملية الاتصال التي يمكن أن ترتبط بها دوافع و توقعات الجمهور لوسائل الإعلام و الاشباعات المتحققة منها.

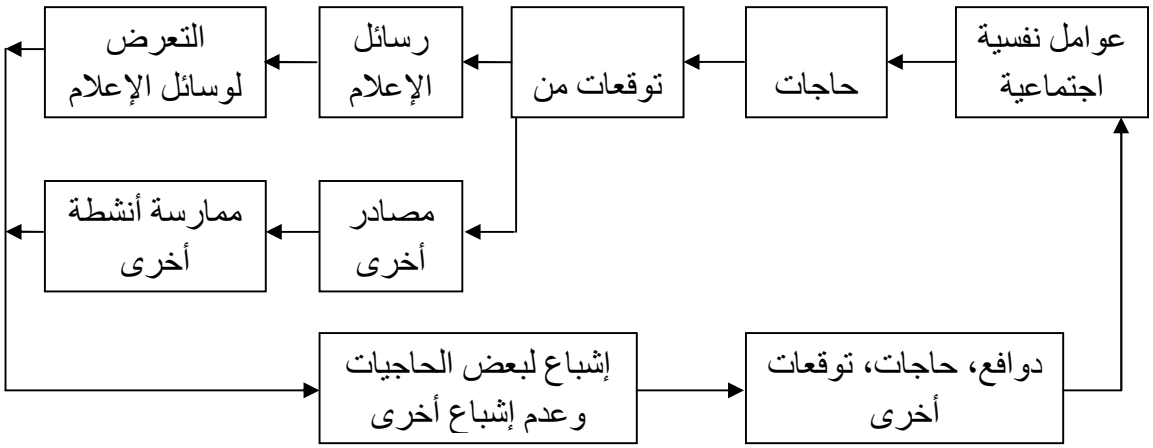
و على الرغم من اختلاف نقاط الانطلاق الخاصة بهذه الدراسات إلا أنها مكنت من تحويل الكثير من الخطوات المنهجية التي كانت ضمنية في البحوث الأولى إلى مسائل قابلة للقياس، واهتمت هذه الدراسات بالأصول النفسية و الاجتماعية للحاجات التي تولد توقعات مختلفة من التعرض لوسائل الإعلام أو الاشتراك في نشاطات أخرى ينتج عنها إشباع الحاجات غير المقصودة في إطار الخصائص الفردية والإطار الاجتماعي للفرد[1].

2- نماذج الاستخدامات والإشباعات:

تتعدد نماذج الاستخدامات و الاشباعات وفقا للمنظور الذي ترتكز عليه، و حدد كل من "ماكويل " و " جورفيش "أنه يمكن النظر إلى نماذج الاستخدامات و الاشباعات إما وفقا للمنظور الوظيفي الذي يؤكد على انسجام الجمهور في إطار السياق الاجتماعي الذي ينتمون إليه و يستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق اشباعاتهم الشخصية، أو وفقا إلى البنية الثقافية السائدة في المجتمع، أو وفقا لدوافعهم الشخصية الدافعة بهم الى التعرض لوسائل الاتصال، و يمكن عرض نماذج الاستخدامات و الاشباعات كالأتي:

[1] مرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد :**نظريات الاتصال**، القاهرة: دار النهضة العربية، 2006 ، ص 256.

أولا –نموذج كاتز و زملاؤه للاستخدامات و الاشباعات:



نـموذج كـاتـز وزمـــلاؤه

بصياغة العلاقة بين حاجات الجمهور و اتجاهاته السلوكية التي يسعى لإشباعها من بين مختلف البدائل المتاحة أمامه،و منها وسائل الإعلام و محتواها ، وبناءا على نتائج العديد من البحوث صاغ كاتز و زملاؤه نموذجا للعلاقة بين استخدام الأفراد لوسائل الإعلام و ما يمكن أن تشبعه من حاجات لدى هؤلاء الأفراد، مقارنة بالبدائل الوظيفية الأخرى التي قد يتجه إليها الفرد لتلبية هذه الحاجات مثل الأنشطة الثقافية الأخرى ، ويعد هذا النموذج من أهم أكثر النماذج شيوعا ، ويرتكز النموذج على أن لدى الأفراد عددا من العوامل الاجتماعية و الأصول النفسية تولد حاجات معينة لديهم،و من خبرة الفرد المباشرة تتولد لديه توقعات عن مدى تلبية وسائل الإعلام لحاجاته مع المصادر الاتصالية الأخرى ، الأمر الذي يترتب عليه اتخاذ القرار إما بالتعرض للوسائل أو بالقيام بأنشطة أخرى لتلبية حاجاتهم، و مع التعرض المكثف لوسائل الاتصال يتم إشباع بعض الحاجات و نتائج أخرى غير مقصودة و نتيجة التعرض المكثف لوسائل الاتصال يتم إشباع بعض الحاجات مما يؤدي إلى نشوء حاجات و توقعات جديدة تبدأ في التفاعل مع الأصول الاجتماعية و النفسية للفرد. و يرى كاتز و زملاؤه أن المواقف الاجتماعية التي يجد الأفراد أنفسهم فيها،،هي التي تعمل على إقامة العلاقة بين وسائل الإعلام و إشباع الحاجات.

ثانيا :نموذج روزنجرين للاستخدامات و الاشباعات:

وضع روزنجرين نموذجا للاستخدامات و الاشباعات حدد فيه أهمية الحاجات التي تقع في أعلى هرم ماسلو و التي تدفعه للتعرض لوسائل الإعلام لاشباع دوافعه، وتتحدد المحددات البنائية لنموذج روزنجرين للاستخدامات و الاشباعات في أن هناك حاجات إنسانية لدى الفرد بحيث تتفاعل مع

الخصائص الفردية و مع البناء الاجتماعي المحيط بالفرد بما فيه بنية وسائل الإعلام و يؤدي ذلك إلى ظهور مشكلات لدى الفرد فيحاول الفرد حلها في محاولة لإشباع سلوك معين ، و يرى روزنجرين أن تطور حاجات الأفراد لا يحدث من فراغ و إنما نتيجة تفاعل عناصر داخل الفرد و حوله من خلال تركيزه غلى هرم ماسلو للحاجات[1].

ثالثا :نموذج" سفن وناهل "للاستخدامات و الاشباعات :

انطلق وناهل من مدخل نظري يحاول التوفيق بين نظرية الغرس و فروض مدخل الاستخدامات والإشباعات حيث يمكن تفصيل العناصر الرئيسية للنموذج بحيث تتفاعل الخصائص الشخصية و الخارجية للفرد بما فيها الاهتمامات و الحاجات و تتحدد أثار استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام إما وفقا لنوعية الوسيلة و نوعية المحتوى معا أو نتيجة الاستخدام أكثر من الحتوى نفسه و هذه الآثار يمكن أن تحدث مع المتلقي كما يمكن أن تحدث على أي مستوى اجتماعي آخر .

رابعا :نموذج ماكويل للاستخدامات و الاشباعات:

اقترح دينيس ماكويل في صيغته للاستخدامات و الاشباعات التأكيد على الخلفية الاجتماعية للفرد و طبيعة التجربة الاتصالية لديه و درجة توقعاته مسبقا من وسائل الإعلام و المقارنة بين الاشباعات المتوقعة و بين الاشباعات التي لم تتحقق نتيجة استخدام وسائل الاتصال، حيث أكد ماكويل على أن هناك ظروفا اجتماعية شخصية و سيكولوجية تؤثر في أنماط التعرض للوسائل الإعلامية، و من ثم طبيعة استخدامها و توقعات تقدمها تلك الوسائل و التي تشكل سلوكا يترتب عليه اختيار الأفراد لنوعيات مضامين معينة مما يؤدي إلى نتائج تدفع بالأفراد إلى استخدام الوسائل الإعلامية أكثر فأكثر

ج–فروض نظرية الاستخدامات والإشباعات:

فروض النظرية– :

تقوم نظرية الاستخدامات والإشباعات على خمسة فروض أساسية والتي ركز عليها أنصار هذه النظرية كاتز Katz، بلومر Blumer ، وغورفتش Gurevitch ، في مؤلفهم : Communication Mass Research وهي كالآتي[2] :

1 أن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال، واستخدامهم لوسائل الإعلام يحقق لهم أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.

[1] نفس المرجع السابق، ص 266.

[2] .أماني عمر الحسيني :**الإعلام والمجتمع**، ط1 ، القاهرة: عالم الكتب،2005 ، ص77 .

2 يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود عليه وبدوافعه واهتماماته، فهو يستطيع أن لمد الباحث بصورة فعلية لاستخدامه لوسائل الإعلام.

3الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة واختيار وسيلة إعلام محددة، يرجع إلى أن الجمهور نفسه وتحدده الفروق الفردية.

4يكون الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليس وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد .

5-تتنفس وسائل الإعلام مصادر الاتصال الأخرى الموجودة في محيط الفرد على عمليات الانتقاء والاستخدام التي يقوم بها الفرد من أجل إشباع رغباته وحاجاته، فقد يستعملها الفرد كإضافة عندما تنقص علاقاته الاجتماعية، وقد تلعب دور مكمل للعلاقات الاجتماعية، كما يمكن أن تكون بديلة للعلاقات الإنسانية الطبيعية[1]

أهداف النظرية- :

ويهدف مدخل الاستخدامات والإشباعات إلى تحقيق ثلاثة أغراض أساسية هي:

1- محاولة اكتشاف كيفية استخدام الأشخاص لوسائل الاتصال عن طرق الأخذ في الاعتبار أنهم جمهور نشط يستطيع أن يختار وينتقي من بين تلك الوسائل ما يشبع حاجاته وتوقعاته.

2- تفسير دواع التعرض لوسيلة ما من وسائل الاتصال والتفاعل الذي يحدث بسبب هذا التعرض .

3- التأكيد على نتائج استخدامات وسائل الاتصال بغرض تفسير عملية الاتصال الجماهيري.

ويربط" ألان روبن " الأهداف الثلاثة السابقة بمنظور التحليل الوظيفي من خلال التأكيد على نمط السلوك الفردي حيث يكون الفرد هو وحدة التحليل Unit ، وتكون علاقات الفرد بمحيطه الاجتماعي هي البناء Structure ، ويكون ملاحظة سلوك الأفراد عند استخدامهم لوسائل الاتصال هو الأنشطة Activities، وتكون نتائج نمط السلوك الفردي في علاقته مع كل من : وسائل الاتصال، والمحتوى، والاهتمامات العامة للجماهير هي الوظائف. Functions [2]ويعرض "روز نجرين "لمجموعة من العناصر التي تشكل منظور الاستخدامات والإشباعات، والتي تبدأ من تولد حاجات بيولوجية ونفسية واجتماعية لدى الإنسان، وتتفاعل هذه الحاجات مع الخصائص الفردية

[1] محمود حسن إسماعيل، **مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير**، ط1 ، مصر: الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2003 ، ص 254.

[2] حسن عماد مكاوي وليلى حسن السيد :**الاتصال ونظرياته المعاصرة**، ط5 ، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2004 ، ص 242-243.

والإطار الاجتماعي المحيط بالفرد، وينتج عن ذلك مشكلات فردية تختلف في حدتها، وحلول محتملة لتلك المشكلات وبالتالي تتولد الدوافع لحل المشكلات أو إشباع الحاجات، ويتم ذلك من خلال التعرض لوسائل الإعلام أو ممارسة أنشطة أخرى، ويؤدي ذلك إلى اشباعات أو عدم إشباع، ثم تتولد حاجات إضافية تمر بنفس المراحل السابقة

عناصر الأساسية لنظرية الاستخدامات والإشباعات :

- الجمهور النشط.

-الأصول الاجتماعية والنفسية للاشباعات.

-دوافع الجمهور وحاجاته.

-التعرض لوسائل الاتصال.

-الاشباعات الناتجة عن التعرض.

- دوافع الجمهور للتعرض

-توقعات الجمهور من وسائل الاتصال.

حاجات و دوافع استخدام وسائل الإعلام:

***الحاجات** :تختلف الحاجات التي يمكن إشباعها بواسطة وسائل الاتصال الجماهيري من شخص لآخر قد صنفها الباحثون إلى خمسة أنواع:

حاجات معرفية :و ترتبط بتدعيم المعارف ، ترتكز على إشباع الفضول والرغبة في الفهم و السيطرة على البيئة.

حاجات عاطفية :و ترتبط بتدعيم الخبرات الجمالية و العاطفية، و تشمل الحاجة الى الحب و الصداقة و السعي وراء التسلية.

حاجات التوحد الشخصي :عرف أيضا بالحاجات المتسقة مع بنية الفرد و ترتبط بتدعيم المصداقية و الثقة و مكانة الفرد في محيطه.

حاجات التوحد الاجتماعي: ترتبط بتقوية العلاقة مع مختلف الجماعات الأولية بحيث ترتكز على رغبة الفرد في الاندماج.

حاجات الهروب: بالهروب و الرغبة في اللهو[1]

[1] محمد فضل الحديدي :**نظريات الإعلام**، ص37.

نقد نظرية الاستخدامات والإشباعات:

3 1الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباعات- :

لقد تعرض مدخل الاستخدامات والإشباعات إلى مجموعة من الانتقادات، وهذا بالنظر إلى المعلومات القليلة التي قدمها حول احتياجات الجمهور من وسائل الإعلام حيث لم يتطرق المدخل إلى الأسباب الحقيقة التي تدفع الفرد إلى اختيار نوع الوسيلة الإعلامية خاصة الأسباب الذاتية، وينتقد بعض الباحثين مدخل الاستخدامات والإشباعات لكونه أعاد صياغة نظريات أخرى كنظرية الفروق الفردية ونظرية التأثير الانتقائي [1].

بالإضافة إلى أف المدخل يعد إستراتيجية لجمع المعلومات من خلال التقارير الذاتية للحالة العقلية التي يكون عليها الفرد أثناء تعامله مع الرسالة الإعلامية، فضلا عن الاختلافات التي تتخلل تحديد المصطلحات والمفاهيم المكونة لمدخل الاستخدامات والإشباعات مثل مفهوم الحاجات Needs ،[2] وفيما يلي عرض بعض هذه الانتقادات التي وجهت لهذه النظرية:

لقد جلب أحد فروض هذه النظرية نقد بعض الباحثين وهو الفرض القائل :إن التعرض لوسائل الاتصال موجه من العقل وذو هدف حيث يرى بعض الباحثين أن هذا الفرض لم يتم إشباعه نظريا أو علميا عند تصميم الأبحاث الخاصة بالاستخدامات والإشباعات.

ففي حالة تعرض شخص أو برنامج ما في أحدى وسائل الاتصال وهو متوقع الحصول على هذه الإشباعات الجديدة، فمن المتوقع أن يحرص على مشاهدة نفس البرنامج مرة أخرى، وبذلك فإن التعرض لوسائل الاتصال قد لا يكون موجه فقط من العقل وذو هدف محدد كما تدعي هذه النظرية[3] .

3 2الرد على الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباعات- :

يعتبر المؤيدون لمدخل الاستخدامات والإشباعات في ردهم على الانتقادات الموجهة إليه، أن كل ما أثير حول المدخل لا يمكن أن ينفي دوره في دراسة علاقة الفرد بوسائل الاتصال، وينطلق هؤلاء من إمكانية حدوث تغيرات في سلوكيات أفراد الجمهور تجاه الوسيلة التي يمكن أن يتغير نوعها ومضمونها، ويرى البعض أن هذه التغيرات المتبادلة في سلوك الأفراد، ومحتويات وسائل الاتصال يعود

[1] ملفين ديفلير، ساندرا بول روكيتش :**نظريات وسائل الإعلام**، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1993 ، ص267.

[2] محمد عبد الحميد :**نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، ط3 ، مصر: عالم الكتب، 2004 ، ص291.

[3] أماني عمر الحسني :المرجع السابق، ص 89.

بالدرجة الأولى إلى الاختلاف الذي قد يحدث بين الإشباعات التي تحققها وسائل الاتصال، و بين الإشباعات التي يرغب الفرد في تحقيقها، حيث لا بد من مراعاة التطور الذي تعرفه وسائل الاتصال والذي تقابله تغيرات في حياة الأفراد سواء على المستوى السيكولوجي أو الاجتماعي أو الاقتصادي. بالإضافة إلى ذلك، فإف قياس اتجاهات الأفراد ومدى إشباع حاجاتهم لا يمثل مشكلة تعترض مدخل الاستخدامات والإشباعات فقط وانما هي عوائق تقف أمام مختلف الأبحاث الاجتماعية لأنها تتعامل م الفرد الذي تتسم سلوكياته بالتغير وعدم الثبات[1].

[1] نور الدين الهادف :التك**نولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال :الاستخدامات والإشباعات**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، 2008 ، ص108 109 .

الفصل الثاني

تمهيد

يرتبط مفهوم الإذاعة المحلية بمفهوم المجتمع المحلي بالتنمية المجتمعية ،مما يجعل تحديد مفهوم المجتمع المحلي ضرورة قبل التعرض لهذا النوع من الإذاعات فقد تعددت تعريفات المجتمع المحلي من قبل الباحثين نذكر منها :

تعرف كل من منى سعيد الحديدي و سلوى إمام علي : المجتمع المحلي على أنه عبارة عن مجتمع محدود المساحة يؤدي معظم أفراده نشاطا اقتصاديا رئيسيا محددا، وقد يكون النشاط الرئيسي تجاريا فيصبح المجتمع تجاريا ،وقد يكون النشاط الرئيسي حرفيا ،وهكذا ينسب المجتمع إلى الحرفة أو النشاط الذي يمارسه معظم أفراده كحرفة رئيسية أو كنشاط.[1]

ويمكن تلخيص سمات المجتمع المحلي في أنه :

- مجموعة من الأفراد يقيمون في منطقة جغرافية معينة
- تسود بينهم قيم وعادات وتقاليد وسلوكيات وثقافة واحدة
- يمارس أغلب أفراد هذا المجتمع نشاطا رئيسيا،بالإضافة للأنشطة الأخرى المرتبطة بخدمة هذا النشاط الرئيسي .
- يسود المجتمع نوع من العلاقات الوطيدة بين أفراده، وتجمعهم المصالح والاهتمامات المشتركة .

أما الإذاعة المحلية فهي إذاعة تخدم مجتمعها محدودا و متناسقا من الناحيتين الجغرافية والاجتماعية والاقتصادية ،مجتمعا له خصائص البيئة الاقتصادية والثقافة المتميزة ،على أن تحده حدود جغرافية حتى تشمله رقعة الإرسال المحلي فالإذاعة المحلية مرتبطة أساسا بمجتمع خاص محدد المعالم والظروف.

ومن سمات الإذاعة المحلية أنها:

- الجمهور المستهدف للإذاعة المحلية هو جمهور مجتمع محلي بعينه،محدود من حيث العدد ومقارنة بجمهور الإذاعات القومية أو الإذاعات الدولية.
- محتوى المواد التي تقدمها الإذاعة المحلية نابع ومستمد من المجتمع المحلي ذاته ولخدمته بحيث تعكس البرامج المختلفة عادات السكان وتقاليدهم وتراثهم واهتماماتهم.

[1] منى سعيد الحديدي:**الاعلام والمجتمع** ، القاهرة:الدار المصرية اللبنانية ، 2004 ،ص160

- تتحدث الإذاعة المحلية بلغة الجمهور المستهدف وتخاطبه بها، وقد يظهر فيها أيضا لهجة سكان المنطقة المستهدفة.[1]

نشأة الإذاعة المحلية في العالم:

نظرا للتطور الكبير الذي حدث وما يزال يحدث في وسائل الاتصال الجماهيرية، كان لظهور الإذاعة المحلية تأثير فعالا في النهوض بالشعوب وارتقائها، فالإذاعات المحلية لغة العصر، تلك حقيقة لا خلاف عليها، ويؤكد تلك الحقيقة ذلك الاتجاه الواضح لدى الدول الأكثر تقدما، والدول الآخذة بطريق النمو سواء بسواء نحو نشر الإذاعات المحلية في كافة أرجائها.

وتعد المملكة المتحدة بريطانيا من الدول السباقة في إنشاء إذاعات محلية حيث بدأت في 8 نوفمبر 1967بإذاعة" ليستر المحلية "أصبحت ثمان محطات محلية سنة 1969 ، ثم عشرين محطة سنة 1973ثم تضاعف عدد تلك المحطات سواء ما كان منها تابعا لهيئة الإذاعة البريطانية، أو الإذاعة المستقلة، بينما تتنافس المدن في أوربا الغربية على إنشاء محطات الإذاعة المحلية في ألمانيا الغربية والسويد والنرويج وفرنسا وبلجيكا وغيرها.

وقد بلغ عدد محطات الإذاعة المحلية في الأخيرة بلجيكا ما يزيد على 250 محطة إذاعة محلية، بينما بلغ عدد الإذاعات المحلية في إيطاليا عددا يفوق كل معقول، إذ يزيد العدد على أربعة آلاف) (4000محطة إذاعة محلية، وفي الولايات المتحدة يوجد ما يزيد على (1000) محطة إذاعة محلية ، بالإضافة إلى إذاعة قومية واحدة هي صوت أمريكا .[2] وتعتبر مصر أولى الدول العربية التي أسست مثل هذه الإذاعات، وكانت" إذاعة الإسكندرية هي أولى هذه المحطات" حيث أنشئت في 1954 /07/14[3]

[1] نفس المرجع السابق ،ص163،161

[2] عبد المجيد شكري :**الإذاعات المحلية لغة العصر**، القاهرة : المركز الجامعي للطباعة الإلكترونية، دار الفكر العربي ، 1987، ص17

[3] إبراهيم عبد الله :**الإعلام الإقليمي الدولي**، القاهرة :دار النشر والتوزيع، القاهرة:1993 ،ص 162

الإذاعة المحلية في الجزائر :

شأنها شأن الدول التي كانت خاضعة للاستعمار فقد ظهرت الإذاعة في الجزائر أواخر العشرينات، عندما قام أحد الفرنسيين بإنشاء محطة إرسال على الموجة المتوسطة، لم تتعدى قوتها 100 كيلوواط، وذلك سنة 1925 ، ثم ارتفعت عام 1928 إلى 600كيلوواط [1] وذلك لا لأجل سواد عيون الجزائريين ولكن من أجل الأقليات الأوروبية، وكانت تبث برامج لا علاقة لها بصحة الأحداث الجارية في الجزائر وكانت الإذاعة تابعة [2]للحكومة الفرنسية، مع توزيع إشراف بينها وبين الحاكم العام للجزائر الذي أسندت إليه الحصص الموجهة للجزائريين، وهي تشرف على الحصص الموجهة للأوروبيين، ولتعزيز نشاطها السياسي والتأثير في الجزائريين، بدأت في إنشاء قناة باللغة العربية عام 1943 ، حتى تتمكن من الاتصال بالجزائريين الذين لا يفهمون الفرنسية ، فالإذاعة الجزائرية لم يكن لها رواج جماهيري معتبر إلا بعد هذه السنة، وتعتبر هذه السنة هي الانطلاقة الحقيقية لهذا المنبر الإعلامي وكانت موجهة مسخرة لخدمة الخطاب السياسي والاستعماري، وليس لخدمة الشعب حيث يقول فرانس فانون" :هذه الإذاعة كانت تقابل بالرفض، والنفور من قبل شعب الجزائر، لأنها لم تكن تعبر عن آرائه، وتطلعاته وطموحاته في التحرر، والعيش الكريم، بل إنها كانت تحمل أفكارا، وسموما لتهديم أصالة، ودين هذا الشعب وكل ما يتعلق بشخصيته."[3]

أما بعد استقلال واستعادة السيادة الوطنية على مبنى الإذاعة والتلفزيون في 28 أكتوبر 1962 فيعتبر هذا التاريخ تحديا كبيرا، ولم يكن سهلا رفع التحدي في ذلك الوقت، لكن بالإرادة الكبيرة والعزيمة الفولاذية استمر البث، وبسرعة كبيرة تم تطوير البرامج [4] فقد ركزت الجزائر على استغلال القطاع السمعي البصري وذلك لما له من دور هام في :

- محاولة القضاء على الأمية المتفشية في المجتمع الجزائري والتي تقدر بحوالي 80 %

[1] ماجي الحلواني وعاطف عدلي العبد :الأنظمة الإذاعية في الدول العربية، القاهرة : دار الفكر العربي ،1987 ،ص202

[2] شعباني مالك ، **دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي** "دراسة ميدانية بجامعتي قسنطينة وبسكرة"،أطروحة دكتوراه غير منشورة ،جامعة منتوري بقسنطينة ، 2006 ص 111

[3] زهير إحدادن :**تاريخ الإذاعة والتلفزيون**، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية،1989 ،ص 90

[4] نور الدين تواتي ، **الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية في الجزائر**، الجزائر: دار الخلدونية ، 2008 ،ص91

– نشر الوعي الثقافي والفكري، وتربية الذوق الجمالي للمواطن الذي عانى من الحرمان الفكري والثقافي، وحملت الإذاعة على عاتقها تنوير هذا الشعب ليرقى إلى مستوى أفضل.

–وكانت الإذاعة لا تمارس دورها إلا ارتباطها بالقيادة، لتبلغ قراراتها للجماهير وتدعم كل أفكار الثورة وغرسها في ذهنية المجتمع الجزائري.

–للإذاعة دور في رفع الوعي الفكري ومحاربة الأفكار المعارضة للاشتراكية وقيمها.

–كما أنها لعبت دورا فعالا في إبعاد فئة الفلاحين عن الأفكار الإقطاعية، وإقناعها بفكرة التعاون والاشتراك والتسيير الجماعي لوسائل الإنتاج لتحقيق أهداف الثورة الزراعية، وترقية عملية الإنتاج.

لكن في فترة الثمانينات، وبعد ما آلت إليه الجزائر، نتيجة لعوامل معينة خاصة بعد حوادث05 أكتوبر 1988 ، دخلت الجزائر مرحلة جديدة سمحت بتعدد الأحزاب وحرية التعبير عن طريق وسائل الإعلام، وسمح بموجبه وجود الصحافة المعارضة ولضمان تلك الحريات، جاء قانون الإعلام 1989الذي يوضح الممارسة الإعلامية بمختلف أنواعها[1]. ويمكننا القول أن دستور 1989 يشكل نقطة التحول في النظام السياسي الجزائري، بما كرسه من مبادئ التعددية وآلياتها، وأتاح العديد من الحقوق والحريات خاصة السياسية منها، كحرية التعبير والحق في تشكيل الأحزاب السياسية، وكذا حرية تكوين النقابات إضافة إلى حرية الصحافة والإعلام، فتغير النظام السياسي الجزائري نحو التعددية، وتوسيع المشاركة السياسية والتداول على السلطة، أفسح المجال لوجود حقيقي للحقوق والحريات، مما أدى إلى ارتقاء الممارسة السياسية، وتجسيد المبادئ الديمقراطية خاصة بعد إزالة رواسب أحادية لتبني النظام التعددية السياسية.

بدأ التأسيس لشبكة الإذاعات الجهوية (المحلية) وكذا الإذاعات الموضوعاتية، في سنة 1991 ، تحت إشراف المدير العام للإذاعة الجزائرية آنذاك، المرحوم الطاهر وطار، الذي كان يُولي أهمية كبيرة لهذا الصرح الإعلامي الكبير الذي صار يؤدي دورا حيويا في مجال الإعلامي الجواري، معززا بذلك، فضاء الخدمة العمومية، بالنسبة للإذاعة الجزائرية.أولى لبنات هذا المد الإذاعي الجواري، كان إذاعة الساورة بشار ،إذاعة البهجة العاصمة ثم إذاعة متيجة منطقة متيجة على امتدادها، في ولايات

[1] نجاة بوبيدي :**عادات وأنماط مشاهدة الأولياء لبرامج التلفزيون**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة قسنطينة،: 1998،ص83

البليدة، بومرداس وتيبازة، ثم توالى مجهود بناء الإذاعات الجهوية، إلى أن اكتمل بالعدد 48 ، مع تدشين إذاعة بومرداس، في05 جويلية2012 [1]

خصائص الإذاعة المحلية:

للإذاعة مجموعة من السمات أهمها ما يلي:

1-خدمة البيئة على المستوى المحلي :وذلك من خلال ما يلي:

أ-الارتباط الوثيق والمباشر بالحياة اليومية لمواطني المجتمع المحلي.

ب-المساهمة الفعالة والايجابية في معالجة مشاكل وقضايا المجتمع المحلي.

ج -العمل من أجل تطوير سلوكيات المواطن في المجتمع المحلي.

د-إعلام المواطن في المجتمع المحلي لما يدور حوله على المستوى الإقليمي والدولي.

هـ-مواكبة اهتمامات ابناء المجتمع المحلي وخلق روح المشاركة بينهم.

و-تقديم خدمات خاصة بأبناء المجتمع المحلي الى جانب الخدمات المحلية العامة مثل المرور.

ز-خدمة مقومات التنمية المحلية وضرورياتها بما يخدم أهداف التنمية على المستوى الوطني في جميع جوانبه

ومجالاته.

2-تحقيق نوع من المشاركة الجماهيرية في برامج الإذاعة المحلية:

ويتحقق ذلك في اطار عرض قضايا المحلية مناقشتها ومحاولة إيجاد حلول لها من خلال إتاحة الفرصة الكاملة لكل مواطن في المجتمع المحلي للتعبير عن ر أيه، و أيضا مناقشة المسؤولين والقيادات المحلية في كافة الأمور والقضايا والمشكلات الخاصة بمجتمعهم.

[1] كتيب **الإذاعة الجزائرية النشأة والمسار : الإذاعة الجزائرية** ،ص25

3-القائمون بالإعلام المحلي من أبناء الإقليم:

يتطلب الإعلام المحلي أن يكون القائمون بأداء رسالته من أبناء المجتمع المحلي المستهدف ممن يمثلون كوادر إعلامية نابعة من البيئة التي يعملون فيها مدركين للقيم والعادات والتقاليد ا لسائدة، متلاحمين معا لديهم الرغبة بالنمو من مجتمعهم المحلي بحكم الانتماء اليه .

4-تتحدث الإذاعة المحلية بلغة المستهدف وتخاطبه بها، وقد يظهر فيها أيضا لهجة سكان المنطقة المستهدفة.

أسباب انتشار الإذاعات المحلية:

هناك عدة أسباب أدت إلى انتشار الإذاعات المحلية من أهمها:

-العامل الجغرافي : يعد العامل الجغرافي من أهم العوامل التي تؤثر على النظام الإذاعي في أية دولة فحجم وشكل الأرض في أية منطقة أو دولة له تأثير كبير على نظامها الإذاعي حيث لا نستطيع أحيانا الإذاعة المركزية أن تغطي كل أجزاء الدولة، ولا يمكنها أيضا احتياجاتها.[1]

-عامل اللغة : حيث تعتبر اللغة احد العوامل التي تؤثر على الأنظمة الإذاعية إذ أن تعدد اللغات واللهجات داخل الدولة الواحدة قد تشكل عائقا أمام الإذاعة في بعض الأحيان وهذا يؤكد الحاجة إلى الإذاعات المحلية لمخاطبة التركيبات السكانية المختلفة بلغتهم كما هو الحال بالنسبة لسويسرا على سبيل المثال حيث يتحدث سكانها ثلاث لغات الألمانية والفرنسية والايطالية.

-العامل الديمقراطي : فإزاء تعقد المصالح بين الفئات الاجتماعية المختلفة وتشابك المصالح وما تأكد من أهمية تماسك المجتمع وحرص كل فرد على استقلالية مجتمعه والدفاع عن مصالحه ومصالح هذا المجتمع في إطار وحدة الوطن ووجود حكومة مركزية قوية، كان الاتجاه العام نحو وجود حكومات أكثر ديمقراطية تعترف بحقوق مواطنيها وتعمل على التخفيف من قبضة الحكم المركزي، دائرة الحكم المحلي والإدارة المحلية وإعطاء حقوق أكثر للأقليات وتوجههم نحو ما هو أفضل لهم ...هكذا نجد أن الإذاعة المحلية ذاتها قد فرضت نفسها كلغة أولى من لغات العصر

[1] شريفي فطيمة ،**دور الاذاعة المحلية في تلبية احتياجات الثقافية لدى المرأة** – اذاعة المسيلة نموذجا – مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال، 2014 ص 35

العامل التكنولوجي:

لقد استطاعت الإذاعة المسموعة أن تطور نفسها في ضوء متغيرات العصر فالموجه التكنولوجية والتطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال جعلت دافعا للإذاعة لتطوير نفسها والتوسع في مجالات عملها وإرسالها شكلا ومضمونا كما أنها أي التطورات خلقت نوعا من المنافسة بين الإذاعة والوسائل الإعلامية الأخرى مما أدى ذلك إلى البحث عن استراتيجيات جديدة للعمل الإذاعي وفي هذت الصدد يقول" عبد المجيد شكري "وكان أيضا على الإذاعة المسموعة) الراديو (أن تطور نفسها أمام منافسة الإذاعة المرئية) التلفزيون (بعد أن فقدت الكثير من أهميتها بسبب سحر الصوت والصورة والحركة واللون وكان من أبرز صور التطور هو العودة إلى المحلية وارتباطها الوثيق بالمجتمع الذي يقوم على خدمته وخدمة المصالح الاستيطانية التي تربط بين أفراد هذا المجتمع[1]

- **التحفيز للمشاركة في عمليات التنمية :**

تمثل التنمية بكافة أبعادها من احد الدوافع الأساسية لإنشاء الإذاعات لمحلية من اجل تفعيل المشاركة في التنمية، حيث أن الدول النامية لا تستطيع أن تحقق أهداف التنمية وقد أدركت دول عديد أن أفضل أساليب الإعلام وتحقيق مشاركة فعالة من جانب الجماهير في خطط وبرامج التنمية هو الوصول إلى هذه الجماهير وفي بيئاتهم المحلية، فأنشأت عديدا من وسائل الإعلام المحلية كالصحف لمجلات والإذاعات وقنوات التلفزيون المحلية .ومن هنا جاءت الإذاعات المحلية ، لتلعب الدور المساعد في عمليات التنمية حيث تعول على أجهزة الحكم المحلي لبعث بذور التغيير في نفوس أهالي المجتمع المحلي هي وسيلة توفيق بين المطالب المواطنين وتبيين الإدارة المحلية فعن طريق الإذاعة المحلية تصل المواطنين خطط وتعليمات وقرارات وإشارات الإدارة المحلية وعن طريق الإذاعة المحلية أيضا يسمع المسؤولين نبض المواطنين وأفكارهم، وأرائهم، مطالبهم، شكواهم.

[1] نفس المرجع السابق ،ص 36

وظائف الإذاعة :

أ –الوظيفة الإخبارية:

لا يقصد بها مجرد الأخبار المحلية بل الأخبار التي تهم أفراد المجتمع المحلي، سواء أكانت محلية، قومية، أو عالمية، فجمهور الإذاعة المحلية يريد معرفة أخبار الوطن وأيضا أخبار العالم، بل إن هناك من الأخبار القومية والعالمية ماله ارتباط وثيق ومباشر بالمجتمع المحلي، لهذا فإن الوظيفة الإخبارية أو الإعلامية من أهم وظائف الإذاعة[1].

ب – الوظيفة التعليمية والتثقيفية:

مما لا شك فيه أن الأمية من العوامل المدمرة لكافة عمليات التنمية والتطور، والإذاعة المحلية تستطيع القيام بدور فعال في محو الأمية لا عن طريق تقديم برامج يتعلم بواسطتها الأفراد الأميون القراءة والكتابة، لكن الإذاعة المحلية تستطيع أن تلعب دورا أساسيا في التوعية بالمشكلة وحث المواطنين الأميين على التقدم لمدارس محو الأمية ، أما البرامج التعليمية فتلعب الإذاعة المحلية دورا كبيرا في تقدمها كخدمة للطلبة والطالبات في المدارس، والمعاهد وفي الجامعات أيضا،دون أن ننسى البرامج الدينية، التي تساهم في دعم القيم الروحية بتقديم المفاهيم الصحيحة بعيدا عن الخرافات والبدع المستخدمة التي تحاول تضليل الأفراد بأفكار دخيلة

ج /الوظيفة التنموية:

يتمثل دور الإذاعة المحلية في المجال الاقتصادي من خلال الإعلانات التجارية والبرامج الإرشادية والتوعية بالمشكلات القائمة وبالحاجة إلى التنمية مع إبراز الأسباب وتقديم الحلول وإبراز أهمية مشاركة المواطنين الايجابية في عمليات التحول، و إتاحة الفرصة للأفراد والجماعات لمناقشة مشكلاتهم معا وبحضور المسؤولين.

د /الوظيفة الترفيهية:

لا تقل أهمية عن الوظائف الأخرى، فالإذاعة تعلم وتنمي وتثقف وتسلي في قالب هزلي أو عن طريق مسابقة أو برامج من نوع آخر:

[1] عبد المجيد شكري :المرجع السابق ، ص79

إضافة إلى الوظائف السابقة للإذاعة المحلية يمكن ذكر وظيفة اجتماعية هامة هي رعاية المواهب والعمل على بلورتها من خلال إتاحة الفرصة كاملة لكل هؤلاء لكي ينطلقوا من الإذاعة المحلية .... وفي مختلف أنحاء العالم يكون انطلاق مثل تلك المواهب في أول الأمر داخل مجتمعهم المحلي وعن طريق إذاعتهم المحلية [1]

هـ –وظيفة دعم اتخاذ القرار:

يمكن للإذاعة المحلية أن تتيح الفرصة للإسهام في دعم عملية اتخاذ القرار على المستوى المحلي، خاص وان هذه الإذاعة بما لها من إمكانات تستطيع أن تتيح الفرصة لمناقشة المشكلات التي تحتاج الى اتخاذ القرارات الخاصة بالتنمية المحلية وان تناقش البدائل، والمقصود من ذلك أن تنساب معلومات من خلال الإذاعة المحلية بين أعضاء المجتمع الذين يجب عليهم اتخاذ قرار معين من عملية التنمية داخل المجتمع المحلي والإذاعة المحلية هي وحدها القادرة على أن تساعد على أداء وظيفة دعم اتخاذ القرار وفي كثير من الأحيان تتطلب وظيفة دعم اتخاذ القرار في التنمية تغيير الاتجاهات والاعتقادات و أساليب الحياة الاجتماعية وبناء على ذلك تصبح عملية اتخاذ القرارات الجماعية، بما تسهم به الإذاعة المحلية في دعمها وتغذيتها بالمعلومات[2]

و –تطوير الشخصية:

تعمل على تطوير الشخصية للإنسان في المجتمعات المحلية باعتبارها المحور الرئيسي في عملية التنمية والتي يمكن تطويرها من الجمود إلى الحركة ومن التواكل إلى الإقدام ومن الخوف إلى المغامرة، ومن الفشل إلى الأمل ومن الاستكانة إلى الانجاز والاعتماد على النفس حتى يتحقق النزوع الجماعي إلى العمل الجاد من اجل النهضة بالمجتمع المحلي والتنمية وتحقيق الأهداف الوطنية

ز –رفع الذوق العام:

تتعاون الإذاعة المحلية مع المؤسسات التربوية داخل المجتمع في تكوين الذوق العام وتربيته لدى المستمع، وذلك عن طريق البرامج الثقافية والفنون القومية، وجعل معظم برامجها مألوفة للمستمع المحلي مم ا يؤثر في تربية الذوق لديه .

[1] – نفس المرجع السابق،ص،104

[2] .ناصر محمود عبد الفتاح امين :مرجع سابق، ص108

سيحل في المستقبل محل التعليم في المدرسة، وأن عملية تكوين العقول، وإعدادها لمواجهة الحياة ستعود مرة أخرى، ولكن على مستوى أرفع بكثير إلى المنزل، بحيث يمكن الاستغناء على التعليم الرسمي التي تقدمه المدارس."[1]

ج /الوظيفة التنموية:

يتمثل دور الإذاعة المحلية في المجال الاقتصادي من خلال الإعلانات التجارية والبرامج الإرشادية والتوعية بالمشكلات القائمة وبالحاجة إلى التنمية مع إبراز الأسباب وتقديم الحلول وإبراز أهمية مشاركة المواطنين الايجابية في عمليات التحول، و إتاحة الفرصة للأفراد والجماعات لمناقشة مشكلاتهم معا وبحضور المسؤولين[2].

ومن أجل تحقيق التنمية، في الدولة الحق في التدخل في نشاطات وسائل الاتصال أو تقيدها، وهذا ما يبرر وسائل المراقبة، التمويلات والمراقبة المباشرة وفي دراسة لمستمعي" الراديو "في مدينة نيويورك عام 1961، سنحت أمام" هارولد مندلسون فرصة لكشف أبعاد وظائف عديدة تجاوز وظيفتي الإعلام والترفيه :اللتين يحققهما الراديو، ومن أهم هذه التي كشفت عنها هذه الدراسة ما يلي : [3]

أ– .يعتبر أغلب المستمعين الذين كانوا موضوعا للبحث (% 78) أن الراديو يلعب دورا هاما في حياتهم اليومية، هذا لدور الشامل والموحد للراديو إنما هو نوع من الوجود الهام المتعدد الجوانب والمزايا، والذي يستطيع أن يثير، وأن يريح، وأن يهدئ وهو بمثابة رفيق عزيز وغير طفيلي، كما أنه في الوقت الذي يستطيع فيه أن يعرض الأحداث الكبرى، التي تقع في العالم الخارجي، فإنه يستطيع أيضا أن ينبئ بارتداء ملابس معينة تصلح لحالة الطقس التي يعلن عنها .ولقد ذكرت سيدة تقطن إحدى الضواحي "...إنني أشعر بأن البيت خلو أثناء إغلاق الراديو، كما أحس أن الحياة مرتبطة بتشغيله ...إنني أحب الاستماع إلى الأخبار من الراديو علما بأنني قد أكون سمعتها من مصدر آخر، أو قادرة على الاستماع إليها من مصادر أخرى، ومع أنني استمع إلى الموسيقى من جهاز التسجيل، إلا أنني لا أستطيع الاستغناء عن الاستماع إلى الموسيقى المنبثقة من الراديو ...إن الراديو مهم جدا، وخاصة إذا كان الإنسان يسكن الضواحي."

[1] نفس المرجع سابق،ص109

[2] عبد المجيد شكري :المرجع السابق، ص104

[3] عبد العزيز شرف:**المدخل إلى وسائل الإعلام** ، لبنان :دار الكتاب اللبناني للطباعة والنشر ، دس ،ص 423

ب .يحصر الراديو يوم المستمع أو ينظمه، أو يضعه بين قوسين:

يرتبط الراديو بوظيفة هامة أيضا، وهي أنه يحقق نغمة أو إيقاعا معينا للنشاط اليومي، فالأسلوب الإذاعي يناسب إلى المستمع في الصباح وبعده، قبل أن يخرج إلى العالم الخارجي بأن يقدم له ما جرى في العالم من أحداث بالأمس، وحال هذا اليوم، والتهديدات المحتملة الروتينية اليومية، كما يساهم الإرسال الصباحي مساهمة كبيرة في تشكيل مزاج المستمع وفي تحديد إطاره العقلي، كما أن إرسال نهاية السهرة يهدئه– سيكولوجيا –ويساعده على الاستغراق في النوم، ومن ثم فإنه يهيئه لاستقبال يوم جديد، بهمة ونشاط.

ج .وظيفة المرافقة:

ولقد تبين أن الراديو يلعب دور الرفيق– بصفة عامة –ويساعد في خفض التوترات الناتجة عن روتين العمل اليومي من جهة، والشعور بالعزلة من جهة أخرى.

د .الوظائف المزاجية للراديو:

يرى" مندلسون "أن قابلية الراديو للتعديل وفقا لمزاج المستمع، وإطاره السيكولوجي في وقت معين، من أهم وظائف الراديو ومميزاته، حيث أن وجود محطات إرسال عديدة إنما يعني– في نفس الوقت – وجود مجال واسع للاختيار، والانتقاء، بحيث يصبح من السهل– أمام المستمع –أن يدير المؤشر لكي يستمع إلى ما يوافقه سيكولوجيا ومزاجيا، ومن ثم فإن الراديو يتطابق مع الحالة المزاجية للمستمع، كما يمكن أن يؤثر على تغير مزاجه أيضا.

هـ .الراديو كوسيلة لنقل المعلومات ونشرها:

إذا كانت المناقشة السابقة تشير إلى الترفيه الظاهر الراديو كوظيفة، فإن الباحث يناقش جانبا آخر وهو الدور الإعلامي للراديو، حيث لا حظ أن مستمعي الإرسال الإذاعي عادة ما يديرون مؤشرات الراديو للاستماع إلى الأخبار الهامة، وحيث يتضح أن الراديو وسيلة هامة تربط المستمع بما يدور حوله من أحداث، كما أن هناك وظائف أخرى مشتركة بين الراديو والصحافة، وهي تقديم أخبار شخصية تحدد نمط السلوك اليومي كأخبار الطقس، والتغيرات المنتظرة فيه[1].

[1] نفس المرجع السابق،ص424،425

و .الوظيفة الاجتماعية للراديو أو وظيفة التسهيل الاجتماعي

وكما يتيح الراديو الفرصة أمام المستمع في أن يشارك– سيكولوجيا –في أحداث اليوم، وأخباره، فإنه يسمح له أيضا أن يشترك مع الآخرين في تشكيلة منوعة من الأحداث ذات المغزى والاهتمام المشتركين، وحيث يستخدم المستمع الراديو لتحقيق نوع من الاقتراب، أو الارتباط بينه، وبين غيره من المستمعين لمجرد اشتراكه في الاستماع إلى الأخبار نفسها والبرامج ذاتها، بالإضافة إلى ما يتبع ذلك، من أنه قد يناقش الآخرين فيما سمعه من أخبار، أو فيما تابعه من برامج إذاعية، ومن هنا نلاحظ أن الراديو قد يخلق مجال اهتمام مشترك، ومن ثم فإنه قد يدعم التفاعل الاجتماعي بموضوعات جديدة، وتتلخص أهم الوظائف التي خرج بها" مندلسون "من خلال تحليله فيما يلي[1]:

أ .الوظيفة الإعلامية.

ب .الوظيفة المزاجية.

ج .وظيفة الاسترخاء، والتحرر النفسي.

د .وظيفة الرفقة والصداقة.

هـ .وظيفة التفاعل الاجتماعي.

البرامج الإذاعية

.تعريف البرنامج الإذاعي:

يقصد بالبرنامج الإذاعي مختلف الحصص الإذاعية التي تتناول مواضيع متنوعة سياسية، ثقافية، اقتصادية، اجتماعية تربوية، ترفيهية، سواء في شكل الإلقاء العادي للأخبار، أو في أشكال فنية إعلامية خاصة ومؤثرات صوتية مناسبة.

[1] نفس المرجع السابق،ص425

محتوى برامج الإذاعة المحلية:

*يعكس مضمون البث في الإذاعة المحلية، حياة الجماعة المحلية، بكل أوجهها الاجتماعية، الاقتصادية، السياسية، الثقافية والإبداعية، وينبغي أن تعكس الجوانب المرتبطة بتسيير المدينة، فيما يتعلق بالحياة اليومية للمواطن، وبالأخص في مجالات : السكن، الشغل، التربية، الصحة، النظافة، الأمن، السياحة والترفيه.

*تحرص الإذاعة (المحلية) في إعداد برامجها، على مراعاة انشغال التجاوب مع حاجيات كل فئات جمهور المستمعين في مجالات الإعلام، الترفيه والإثراء الثقافي، بحكم المهام الثقافية، الاجتماعية والمهنية المنوطة بها تضمن، من خلال برامجها، إبراز التراث و المساهمة في إثرائه، بواسطة الإبداع الإذاعي الذي تقترحه في برامجها.

*تساهم في ضمان الحق في الإعلام والتعبير، لجميع المكونات الثقافية والاجتماعية والمهنية للمجتمع المحلي، وتضمن التعبير التعددي لمختلف تيارات الفكر والرأي.

*تساهم الإذاعة الجهوية، في إبراز اللغتين الوطنيتين وترقيتهما، في إطار احترام الدستور

*تساهم في الحفاظ على خصوصيات المجتمع المحلي، في مجال التعبير، بمختلف مكونات اللغة الأمازيغية[1].

عوامل نجاح البرنامج الإذاعي:

يتوقف نجاح البرامج الإذاعية في مراحلها المختلفة البرمجة، الإعداد، الصياغة، الإلقاء، الإخراج على عدة عوامل أهمها [2] :

-البرمجة المناسبة من حيث الترتيب، والتوقيت الساعي، والتنويع.

- ان تكون المادة على درجة كبيرة من الاهمية .

- اختيار أعذب الأصوات المحملة بالألفة والصداقة

[1] كتيب الإذاعة الجزائرية النشأة والمسار : الإذاعة الجزائرية ،المرجع السابق ،ص26

[2] فضيل دليو: **مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية**، الجزائر:ديوان المطبوعات الجامعية،1998،ص140

-حسن إلقاء المذيع وتنشيطه للبرنامج بحيوية، وعفوية، بعد التحضير الجيد لموضوعه . و يخاطب المستمع باللهجة المألوفة، حيث تكون الكلمات والجمل والعبارات بسيطة وواضحة نابعة من فكرة واضحة، وهذه اللهجة المألوفة هي اللغة أو اللهجة الدارجة أي لغة التخاطب الراقية .[1]

-الدقة في الإخراج، وجعله مناسبا لطبيعة البرنامج، وموافقا لرغبة المستمع، مع استخدام المؤثرات الصوتية المثيرة للاهتمام.

-هذا بالإضافة طبعا إلى حسن الإرسال، والاستقبال الخاصين بالجانبين المادي والتقني.

أنواع البرامج الإذاعية:

يمكن تصنيف البرامج الإذاعية إلى ما يلي :

أ .البرامج الإخبارية:

وتضم النشرة الإخبارية، التحقيقات واللقاءات، وكل البرامج الإخبارية التي تصحب النشرات من تعليق وتفسير، وقد يدخل ضمن هذا الإطار البرامج الخاصة بالمناسبات الوطنية والعالمية، وكذا البرامج الإخبارية التي تهتم بالندوات الصحفية، واللقاءات مع الشخصيات البارزة في المجتمع، وتقديم المعلومات والأحداث والحقائق عن العالم من خلال مراسلين أكفاء، ووكالات أنباء، كما يدخل ضمن هذا البرنامج المواضيع والأحداث الرياضية في الوطن، والعالم، المسجلة والمباشرة.

ب .البرامج الرياضية:

تحظى البرامج الرياضية في غالبية محطات الإذاعة والتلفزيون العالمية باهتمام بالغ، نظرا لما للرياضة من أثر عظيم في بناء الإنسان وتنشئته، وتتميز الفقرات الرياضية بالحيوية والحركة، وهما من أهم عوامل التشويق، وجذب انتباه المشاهدين، وإثارة اهتماماتهم، وتقديم الفقرات الرياضية يكون في العروض الإخبارية أو في برامج خاصة بها.

[1] عبد المجيد شكري :**تكنولوجيا الاتصال الجديد في انتاج البرامج في الراديو والتلفزيون** ، مصر:دار الفكر العربي ، 1996 ،ص82

ج .البرامج الثقافية التربوية:

وتندرج ضمنها كل البرامج التي تبرز قيم وعقائد الشعوب وأفكار معينة لتنوير الجمهور، إما أن تكون على شكل مجلة ذات فقرات متنوعة تشمل لقاءات حية، أو ندوات أو معارض ...، أو كل ما من شأنه أن ينشر الثقافة والتعليم.

د .البرامج الدينية:

ويشمل هذا النوع من البرامج :تلاوة القرآن الكريم، الأحاديث النبوية الشريفة والصلوات، محادثات أو ندوات في مجال الدين، والتي تتعلق بجوانب، التوجيه والسيرة والتربية....

هـ .البرامج السياسية:

وهي البرامج التي تهتم بالحياة السياسية الوطنية منها والدولية، كمناقشة القرارات الصادرة عن السلطة، طرح البدائل، وإعطاء وجهات نظر، وإجراء مقابلات، ولقاءات حول موضوع من المواضيع التي تهتم بالحكومة والدولة.

و .البرامج الاجتماعية والاقتصادية: وتهتم بالقضايا الاجتماعية المختلفة للأفراد، والتعريف بالأوضاع الاقتصادية والاجتماعية للدولة أو المجتمعات والمساهمة في دفع عجلة التنمية، وهي بذلك تقدم خدمة اجتماعية مميزة للمجتمع، كما تهتم بقضايا الطفولة، وحقوق الإنسان، ومشاكل الشباب ومنها البرامج التوعية في مختلف المجالات[1]

ز .البرامج الترفيهية:

وتشمل البرامج المتنوعة التي تتميز بالخفة، والحركة الطليقة والمشتركة في معظم محطات الإذاعة، وتصدر منوعات من الأغاني والوجوه الفنية، الألعاب الجماعية، الألغاز والمسابقات، وهي تهدف إلى التسلية والترفيه من جهة، وتنشيط فكر المستمع وتثقيفه من جهة أخرى، لذلك فهي تحاول جذب أكبر فئة من الجمهور لها، كما تشتمل كذلك المسلسلات الإذاعية، لكن ورغم تنوع البرامج الإذاعية ومضامينها إلا أنه ثار جدل كبير خلال القرن العشرين حول المضامين التي تبثها الوسائط الإعلامية –والتي منها الإذاعة –تزعمته مدرسة فرانكفورت النقدية ومدى صلاحيتها داخل المجتمعات الغربية

[1] محمد معوض :**المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني**، القاهرة: دار الفكر العربي، دس،197

على وجه الخصوص، ويقسم كل من" ساندرا بول روكتيش "و"ملفين ديفلر "مضمون أي وسط إعلامي إلى ثلاث درجات :

أ. **المضمون الهابط** :مثل دراما الجرائم التلفزيونية التي تؤكد على العنف أو البرامج الجنسية الفاضحة ...أو كوميديا الجريمة أو الموسيقى، أو أي محتوى آخر يؤدي إلى الإسهام في خفض مستوى الذوق وإفساد الأخلاق أو الإثارة للقيام بسلوك غير مقبول اجتماعيا، ويكون هذا المضمون عرضة دائما لاستياء النقاد وهو ما يعرف بالثقافة الجماهيرية.

ب .المضمون الذي لا يثير الجدل : لم يقل عنه النقاد سوى القليل جدا مثل :تقارير الطقس، ومحتوى أخبار معينة والموسيقى التي لا هي سيمفونية ولا شعبية، والمجلات التي تركز على الاهتمامات المتخصصة ...ولا شك أن هذا المحتوى لا يرفع مستوى الذوق ولا يحط من قدره، كما لا ينظر إليه على أنه يهدد المستويات الأخلاقية.

ج .مضمون الذوق الراقي :وهو المحتوى الذي يشعر النقاد الإعلاميون بأنه يقع ضمن الذوق الأفضل أو الأسمى، وأنه يرقى بالأخلاق والتعليم، ومن أمثلته الموسيقى الجادة والدراما المعقدة والمناقشات السياسية[1].

البرامج الإذاعية التوعوية :هي تلك الحصص والبرامج الإذاعية التي تأخذ حيزا زمنيا محددا في الإذاعة ،والتي يكون الموضوع التوعوي مضمونها الأساسي في شتى المجالات " الصحية ،الدينية ، الأسرية ، المرورية .." من خلال تناول مختلف المواضيع التي تشغل المجتمع ، توجيه والنصح والإرشاد وتوعية مختلف أفراد المجتمع .

التوعية المرورية:

مفهوم التوعية :

الوعي هو الأساس في الوقاية من أخطار استعمال الطريق، و الوعي يعني إدراك المرء لقواعد السلامة و إلمامه بالكيفية السليمة للسياقة و السير في الطريق، ثم الاقتناع بجدوى الالتزام بتطبيق هذه التدابير و إتباع تلك الوقائع عن قناعة، حفاظا على سلامته و سلامة غيره، و ليس خوفا من العقوبات و

[1] جمال العيفة :**الثقافة الجماهيرية**، عنابة:منشورات جامعة باجي مختار،2003 ،ص51 - 52

الإجراءات الردعية على كل مستعملي الطريق أن يتحلى بهذا الوعي و لابد أن يكتسب ذلك عن طريق التوعية[1].

إن التوعية المرورية عملية منظمة مدروسة مبنيّة على أسس علمية لنشر الوعي المروري لدى الأفراد . فهي تستهدف استيعاب أفكار واتجاهات و مواقف تؤدي إلى سلوكات مرورية تتماشى مع قواعد المرور و آدابه[2].

التوعية المرورية:تعرف على أنها: عبارة عن منظومة السياسات والخطط والبرامج الهادفة الى إنتاج مضامين ورسائل تتعلق بمختلف جوانب الحياة المروريه وتقوم بنشاطات وفعاليات مختلفة وتستخدم وسائل إتصالية مختلفة من أجل نشر هذه المضامين التي تشكل خطابا مروريا توعويا متكاملا إلى مختلف الشرائح الاجتماعية ومختلف الجماهير المعنية بالتوعية المرورية.

أهداف التوعية المرورية:

نجد من أهم أهداف التوعية المرورية:

- العمل على تبصير الفرد بالمشاكل الناجمة عن حوادث المرور و أثرها على سلامته و سلامة جميع أفراد المجتمع.
- ترسيخ سلوكات مرورية تتفق و قواعد المرور ، حيث يكون الالتزام بها طواعية.
- التعريف بقانون المرور و تفاصيله بشكل مستمر و منتظم.
- توظيف معلومات علمية قصد بعث روح الاحترام و المساعدة بين جميع مستخدمي الطريق.
- العمل على إيجاد علاقة إيجابية و مثمرة بين مستعملي الطريق و شرطة المرور.
- وضع و إثراء وسائل اتصال تسهل التفاعلات بين جميع مستخدمي الطريق.

و من أجل تحقيق الأهداف السالفة الذكر ، تستعين التوعية المرورية بوسائل أهمها الأسرة ،المدرسة ، وسائل الإعلام.

[1] بن عباس فتيحة : المرجع السابق ،ص 298.

[2] أديب محمد خصور، **حملات التوعية المرورية العربية مركز دراسات البحوث**, الرياض :جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية 2012، ص12 .

وسائل التوعية المرورية:

إن القصد من توظيف هذه الوسائل هو الاستعانة بها من أجل متابعة تهيئة الأفراد للقيام بسلوكات متلائمة مع شروط حركة المرور ، و أهمها:

1- **الأسرة** :تُكوِّن الأسرة البيئة الاجتماعية الأولى لجميع الأفراد ، فيمكن أن تلعب دورا هاما في تشكيل الممارسات الاجتماعية المتلائمة مع شروط حركة المرور . بالفعل يقتدي الأبناء بأوليائهم في جميع الميادين الاجتماعية و حتى فيما يتعلق باستعمال الطرق . فلهذا يجب أن يسند إلى الأولياء دور جديد في تهيئة أبنائهم لتفادي أخطار جديدة متعلقة بحركة المرور ، و عليه يجب تعريف هذا الدور الجديد و تحديد طرق التعرف عليه .

2- **المؤسسات التعليمية** :المؤسسات التعليمية مثل العائلة ، فلا يمكن أن ننسى دورها الجديد المنوط بها في تهيئة الأجيال من أجل الامتناع عن ممارسة السلوكات المضادة لراحتهم و راحة الآخرين في جميع الميادين، و حتى فيما يتعلق بحركة المرور ،خصوصا أنه بإمكاننا الوعي المروري بالاعتماد على مناهج تربوية علمية واضحة المقاصد و الغايات ، تراعي الخصائص العمرية والعقلية للأفراد من أجل تحقيق رغبة أكيدة و عمل إيجابي لاحترام نظام المرور و تحقيق الأمان في استعمال الطريق.

3– **الإعلام** : لوسائل الإعلام دور بالغ الأهمية في إذكاء الوعي المروري بين أفراد المجتمع، و نقصد بها الإذاعة، التلفزيون، الوسائل الإعلامية المكتوبة .لهذه الوسائل جمهورها، فيجب استغلالها لإثارة الانشغال الاجتماعي بالقضايا التابعة لحركة المرور.[1]

أساليب التوعية المرورية :

تتحقق التوعية المرورية من خلال ثلاثة أساليب رئيسية و هي:

1-**الأسلوب المعرفي** :

يعني، تزويد الفرد بكل المعارف و المعلومات الخاصة بالمرور و قواعد تنظيمه ،أي تمكينه من الإلمام بقواعد تنظيم المرور و القوانين و التنظيمات التي تحكم سير المركبات و المشاة في الطريق العام ،

[1] http://www.rt.gov.sa/sefty.php وسائل التوعية المرورية يوم: 25 – 02- 2015 على الساعة 21:20 ليلا.

مثل الإشارات و العلامات ، و مبادئ الأولوية ، و شروط التجاوز و المكوث و غيرها ، و إلمام الجمهور بهذه المعارف يحقق وحدة الفكر و المفاهيم بين مستخدمي الطريق العام.

2- الأسلوب المهاري :

يعني تنمية قدرات الجمهور و صقل مهارته في الاستعمال الأمثل للطريق ، سواء أثناء سياقة المركبات ، مثل الامتثال للإشارات و اللوحات ، و الالتزام بأولويات المرور ، و ترك مسافة الأمان،أو أثناء السير مترجلا ، مثل المشي على الرصيف و التقيد بقواعد قطع الطريق أي التدريب على تطبيق ما تلقاه من معارف نظرية تطبيقا سليما أثناء استعمال الطريق.

3- الأسلوب السلوكي :

يعني، تهذيب سلوك مستعمل الطريق من خلال التركيز على الجوانب النفسية له ، و السعي إلى إقناعه بتقبل قواعد السلامة المرورية و جعله يؤمن بجدوى الامتثال لها، وغرس قيم التسامح في نفسه والإحساس بمسؤوليته على سلامته و سلامة غيره من مستخدمي الطريق.

تطبيق أساليب التوعية المرورية :

يمكن تطبيق أساليب التوعية المرورية علميا حسب المراحل التالية:

إعلام و توعية مستعملي الطريق :

إن تبسيط قواعد المرور الجديدة لكافة مستعملي الطريق أمر ضروري، إذ يجب أن تكون عملية التوعية مستمرة على مدار السنة و ذلك بتفهم و دعم الجميع لمختلف المبادرات التي من شأنها ضمان توعية دائمة. [1]

1- التربية المرورية :

تعني تربية النشء تربية متينة , تؤهله للإلمام بشروط السلامة المرورية ،و تمكنه من الاقتناع بوجوب التقيد بقواعد الوقاية من شتى الأخطار التي تحدق بمستعملي الطريق مشاة و سواق إلى درجة أنها تصبح عادة راسخة فيه مثل العادات الاجتماعية و المبادئ الأخلاقية التي يتلقاها و يكتسبها منذ الطفولة.

لذا، نجد المجتمعات المتقدمة تولي عملية التربية المرورية عناية فائقة ، حيث أدرجتها ضمن مناهج التربية و التعليم و جعلتها مادة أساسية ،فحددت مواضيع كل طور ،تناسب أعمار الأطفال و الطلاب وقدراتهم العقلية و ميولهم النفسية، كما اجتهدت لتطوير أساليب تعليم هذه المادة حسب أحدث

[1] بن عباس فتيحة : المرجع السابق ،ص300

النظريات التربوية و البيداغوجية ، فوفرت لها الوسائل المناسبة لتحبيبها إلى قلوب الأطفال و تشويقهم للإقبال عليها و تبسيط مفاهيمها لهم و تسهيل عملية استيعابها و تمرينهم على تطبيق نظمها و تدريبهم على الالتزام بقواعد السلامة المرورية خلال تعاملهم مع الطريق في حياتهم اليومية.

2- التدريب و التكوين :

تعتبر عملية تدريب و تأهيل المترشحين للحصول على رخص السياقة عملية جد هامة فكلما كانت عملية التأهيل و التدريب جيدة فكلما قلت أخطاء السائقين و نقصت المخالفات المرتكبة عبر الطرق، وبالتالي تقل الأخطار و تعم السلامة

3-**التربية :**

لمواجهة الظاهرة لا بد من حلول و من بين هذه الحلول التربية المرورية ، فباعتبار طفل اليوم رجل المستقبل وجب على المجتمع أن يحميه و يقوم بتربيته تربية سليمة ، و تعتبر المدرسة أحسن وسيلة لتعليم الطفل التربية المرورية ، هذه الأخيرة تدرج في المرحلة الابتدائية وفقا لبرنامج تربوي يتماشى مع سنهم[1].

[1] المرجع السابق ،ص301

خاتمة

تعتبر الإذاعة المحلية وسيلة اتصال وتثقيف وتوعية تعمل على تبصير الفرد بالمشاكل الناجمة حوله و تنمية القدرات العقلية والمعلومات لدى المستمعين وذلك عن طريق البرامج المتنوعة التي بدورها تهدف إلى تطوير سلوك أفراد المجتمع المحلي للمنطقة وذلك ن خلال عرض القضايا المحلية ومناقشتها ومحاولة إيجاد حلول لها عبر الفرصة الكاملة لكل مواطن في المجتمع المحلي للتعبير عن رأيه، وأيضا مناقشة المسؤولين والقيادات المحلية في كافة الأمور والقضايا والمشكلات الخاصة بمجتمعهم.

الإطار التطبيقي

تمهيد

سنتطرق في هذا الفصل من الجانب الميداني للإجابة على أسئلة الدراسة، والتعريف بإذاعة المسيلة الجهوية ، وإعطاء نظرة على واقع حوادث المرور بولاية المسيلة، و عرض وتحليل النتائج التي تحصلنا عليها من المبحوثين وتحليلها حيث يتم التعريف بمفردات العينة التي وزعنا عليهم الاستمارة من خلال التعرف على البيانات الشخصية من حيث السن والمستوى التعليمي والحالة العائلية، لنصل في الأخير إلى النتائج العامة للدراسة.

نشأة وتطور إذاعة المسيلة الجهوية:

يأتي إنشاء إذاعة المسيلة الجهوية فمن مخطط وطني يهدف إلى إعلام جواري يهتم ويتفاعل مع انشغال المواطنين اليومية في مختلف مجالات التنمية والحياة الاجتماعية، والخدمة العمومية المنبثقة من إدارة وطنية جسدتها الإذاعة الجزائرية من خلال تحويل مبدأ حق المواطن في الإعلام الى وقاع ملموس تؤكده عشرات الإذاعات المنتشرة عبر ربوع الوطن.

وقد بدأ التجسيد الميداني لمشروع إذاعة المسيلة الجهوية بداية 2002 ، وذلك باستغلال مقر المجلس الشعبي الولائي سابقا وإعادة تهيئته، حيث اشرف فخامة رئيس الجمهورية عبد العزيز بوتفليقة على انطلاق بثها يوم الثلاثاء 07 أكتوبر 2003 ، أين أمضى على أول ورقة طريق للبث اليومي[1].

-إن انطلاق بث هذا الصرح الإعلامي لم يكن عاديا بالنسبة لسكان ولاية المسيلة، إذ تحقق حلمهم الذي انتظروه طويلا، وأصبح بإمكان المواطن أن يتابع الإخبار يوميا وخاصة المحلية من مختلف ربوع الولاية، وان يشارك ويتفاعل مع البرامج القريبة من اهتماماته وقضاياه عبر الموجتين 104.5 و 102.1 F.M

لقد شهدت إذاعة المسيلة الجهوية منذ انطلاق بثها تطورات ومراحل خاصة فيما يتعلق بتنوع الشبكات البرامجية إلى الحجم الساعي للبث اليومي وهو ما توضحه النقاط التالية:

-انطلاق البث بشبكة برامجية على مدى 4 ساعات يوميا من 9:00 إلى 13:00 ظهرا، وذلك من تاريخ

07 .أكتوبر. 2003 إلى 04 جويلية2004

-ثم تطور الحجم الساعي للبث اليومي ليرتفع 5 جويلية 2004 إلى 8 ساعات بث يوميا من الساعة 8:00

صباحا إلى 16:00 مساء.

-وبتاريخ 15 جوان 2006 تقرر حجم البث الساعي 12 ساعة بث يوميا.

-حاليا البث اليومي يقارب 14 ساعة يوميا، ووفق شبكة برامجية متنوعة

[1] http://radiomsila.jimdo.com/موقع اذاعة المسيلة الجهوية، زيارة بتاريخ :12-03-2015 على الساعة 9:20 صباحا.

تنظيم إذاعة المسيلة المحلية وتمويلها:

1-التنظيم القانوني:

منذ بدايته كان قطاع الإعلام في الجزائر يقوم على القنوات الإذاعية الثلاث إلى جانب قناة تلفزيونية واحدة وصحف وطنية عمومية، حيث كان الإعلام المركزي يتشكل من إذاعة وطنية واحدة ومما أدى إلى إغفال متطلبات المواطنين الإعلاميين الخاصة.

وبعد صدور قانون الإعلام العام 1990 الذي أقر التعددية الإعلامية، وحق المواطن في الإعلام كمابجاء في المادة الثابتة، بإضافة إلى تضمنه مواد أخرى، حيث تناولت المادة (2)الصفة الشخصية والاستقلالية المادية والمعنوية للإذاعة الوطنية مما سمح لها بإنشاء محطات محلية عبر الوطن حسب المادة (13)من قانون الإعلام بعام 1990 والتي تنص على أن تولى أجهزة الإذاعة الصوتية المسموعة التابعة للقطاع العام في قناتها المتخصصة في بث الثقافة الشعبية والتكفل باستعمال اللهجات الشعبية لتبليغ وترسيخ الوحدة الوطنية والقيم

العربية الإسلامية في المجتمع الجزائري وتحديد كيفية تطبيق هذا الإجراء عن طريق التنظيم.

وهكذا أصبح فتح قنوات الإعلام المحلية ضرورة ملحة، وهذا ما شرعت فيه المؤسسة الوطنية، حيث إقامة محطات محلية في منتصف 1991 بهدف إلى فك العزلة الثقافية والإعلامية عن المناطق النائية ومن اهادفها كذلك تغطية الأخبار المحلية وإبراز الثقافة الشعبية المحلية.

وفي إطار تحقيق هذه الأهداف تم أنشاء مجموعة من الإذاعات المحلية على مستوى كامل التراب الوطني، وبذلك ظهرت إذاعة المسيلة المحلية، والتي تعد إذاعية محلية من حيث كوناه مؤسسة عمومية ذات طابع اقتصادي وصبغة اجتماعية، ثقافية تتمتع بالشخصية المعنوية، كما انها محطة ذات مديرية فرعية ووحدة إنتاج تابعة للإدارة العامة أي الإذاعة المركزية[1].

2-التسيير المالي:

تعتمد إذاعة المسيلة الجهوية ككل المحطات الإذاعية الموزعة عبر التراب الوطني من الناحية المالية على المحطة المركزية بالعاصمة بصفتها إذاعة محلية تابعة للدولة، إذ أنها تملك ميزانية خاصة وإنما ترتكز في تسييرها المالي على الميزانية مخصصة لها من طرف المديرية العامة وتكون ملزمة بتقديم تقارير إلى المديرية العامة تتضمن الكشوف او السجلات التي تثبت صرف الميزانية إلى حين انتهائها.

ويتم إنفاق هذه الميزانية المحصل عليها في إطار عمل إذاعة الداخلي والخارجي وكذلك لتغطية

[1] شريفي فطيمة، مرجع سابق ،ص 62

المتطلبات الإدارية من حيث شراء اللوازم ومعدات البريد والفواتير الهاتفية...

كما يدخل ذلك في إطار التكاليف العامة، بالإضافة إلى مصاريف ونفقات المنتجين والمراسلين وفيما يخص العاملين الدائمين بالإذاعة، فإن مرتباهم لا تدخل ضمن إطار الميزانية، وإنما يحصلون عليها كموظفين من طرف الإذاعة المركزية[1].

1-التنظيم التقني:

إذاعة المسيلة المحلية مجهزة تقنيا بثلاث استوديوهات تحتوي على أجهزة جد متطورة من الناحية التقنية تتمثل:

أ -أستوديو البث المباشر:

يتم من خلاله البث الإذاعي المباشر ابتداء من الساعة 6:55 صباحا إلى غاية 20:00 يحتوي على الذي يقوم بعملية الربط بين إذاعة المسيلة والإذاعة المركزية « CDM» عارضة تقنية رقمية متطورة، وجهاز بالجزائر العاصمة.

ب – أستوديو الإنتاج والتسجيل:

يتم التسجيل البرامج الإذاعية المعتمدة في الشبكة البرنامجية، التي لها طابع البرنامج " المسجل."

ج -أستوديو المزج والترتيب:

يتم فيه مراقبة البرامج المسجلة قبل بثها وتصحح الأخطاء أن وجدت وعند القيام بالتحقيقات والريبورتاجات خارج المحطة، فإن الإذاعة تمتلك ثلاث أجهزة مصغرة للتسجيل ولقراءة الأشرطة من نوع يستعملها وهي الإذاعة في عمله الخارجي 2 PMP) .وMAG.

هياكل إذاعة المسيلة المحلية:

مثل كل الإذاعات توجد بإذاعة المسيلة الجهوية عدة أقسام تتكامل فيما بينها لتضمن استمرار البث والمادة الإذاعية وهي كالأتي:

***قسم الإدارة :**ويضم – مدير الإذاعة المشرف العام على المؤسسة.

-مكلف بالإشهار.

-ملحق إداري.

-كاتبة إدارية.

[1] نفس المرجع السابق ،ص 63

***قسم الأخبار** :ويضمن وفق برنامج عمله تقديم الفقرات التالية:

-المواجيز الإخبارية.

-إعداد الريبورتاجات الميدانية لنشرة الأخبار المحلية اليومية.

-تقديم نشرة الأخبار المحلية يوميا.

-يساهم قسم الأخبار أسبوعيا في إعداد وتقديم برامج إخبارية متنوعة وبتواجد به 8 صحفيين و 6 مراسلين من مختلف دوائر الولاية.

***قسم الإنتاج** :يتكون من 4 مخرجين و 5 منشطين بالإضافة إلى 05 متعاونين ويضمن يوميا المهام التالية:

-تحضير ورقة العمل اليومي التي تتضمن برنامج البث.

-ضمان البث اليومي إخراجا وتنشيطا.

-المساهمة في إعداد وتقديم العديد من البرامج.

***القسم التقني** :ويضم كل التقنيات والآلات والتجهيزات ويشرف عليه مختصون في مجال الصيانة وبه 04 تقنيين ومهندس ويضمن المهام التالية:

-ضمان البث اليومي المباشر.

-ضمان مختلف التسجيلات اليومية الداخلية والخارجية.

-المراقبة اليومية للأجهزة والوسائل وصيانتها[1].

***قسم الأمن والحظيرة** :ويضم 06 أعوان أمن بالإضافة إلى سائقين (02) عاملة تنظيف.

أهداف إذاعة المسيلة الجهوية:

ان الإذاعة الجزائرية من المسيلة تسعى كغيرها من الإذاعات المحلية إلى تحقيق الأهداف الثابتة.

*إبراز ثقافة وحضارة منطقة المسيلة العريقة وتنميتها، ورفع العزلة عن بعض مناطقها لتقرب المواطنين من

بعضهم البعض.

*تشغيل الطاقات الإعلامية الشابة، وتنشيط الجو الثقافي والإعلامي للمنطقة.

*الإعلام عن طريق البث والنقل لكل التحقيقات، والحصص والبرامج الإذاعية المحلية.

[1] نفس المرجع السابق ،ص 64

*المساهمة في نشر الثقافة الوطنية، والتعريف بالتراث الثقافي الوطني، والفنون الشعبية، ومحاولة إحياء التراث المحلي، والمحافظة على بقائه.

*المساهمة في رفع المستوى الثقافي والتكويني لدى المواطنين وتوعيتهم من اجل تحقيق الأهداف من اجل الدفاع عن مصالح البلاد.

*العمل على تحقيق التفاعل في عملية الاتصال الجماعي[1]

واقع حوادث المرور بولاية المسيلة

نظرا للموقع الجغرافي لولاية المسيلة حيث انها تشكل همزة وصل بين الشرق و الغرب و كذا الشمال و الجنوب فإنها تخترقها شبكة هامة من الطرقات تتكون من 44 طريق بمسافة تقدر ب :4022كم موزعة كتالي :

- الطرق الوطنية 09 - الطرق الولائية 14 - الطرق البلدية 12 [2]

تمتد هذه الطرق على أراضي مسطحة ومكشوفة تشجع على الإفراط في السرعة مع كثافة السير غالبًا مما تتسبب في حوادث مميتة إن حوادث الطرقات التي أصبحت تشكل خطرا كبيرا على المجتمع لما تسببه من خسائر في الأرواح والممتلكات، وهذه الخسائر أخذت تزداد خطورتها يوما بعد يوم مما أوجب معالجة هذه الظاهرة بشتى الطرق والوسائل وضرورة معرفة أسبابها الحقيقية التي ساعدت في ارتفاعها في السنوات الأخيرة خاصة ومن خلال الإحصائيات المقدمة من طرف الحماية المدنية وعدد تدخلاتها خلال 10 سنوات نلاحظ أنه من سنة 2005 – 2010 لم يتجاوز عدد تدخلات الحماية المدنية 535 تدخل وسجل خلالها اكبر نسبة في الوفيات بـ101 ضحية سنة 2007 و100ضحية سنة 2008 . وأقل نسبة سجلت سنة 2010 بـ 52 ضحية ، في حين عرفت سنتي 2013 و2014 ارتفاعا في عدد الحوادث حيث سجل سنة 2013 عدد التدخلات بـ 1055 حادث خلف 88 قتيلا و1806 جريح وسجل سنة 2014 عدد الحوادث 1283 حادث خلف

[1] نفس المرجع السابق،ص 67

[2] أنظر الملحق رقم 2،ص148

103 قتيل و 2107 جريح ومقارنة بالسنوات السابقة نجد أن عدد الحوادث ارتفع أكثر من الضعف من عدد حوادث السنوات السابقة من **2005 إلى 2010**[1]

وعلى المستوى الحضري سجلت مصالح الأمن الوطني بولاية المسيلة بإقليم الاختصاص 612 حادث مرور جسماني سنة 2013 خلف 18 قتيلا و728 جريحا ومن خلال مقارنتها مع سنة 2012 نجد أنه هناك انخفاض في عدد الحوادث بحادثين 02 وانخفاض عدد الجرحى بـ35 إضافة إلى انخفاض في عدد القتلى بـ 3 قتلى.

أما سنة 2014 فقد شهدت 616 حادث جسماني نتج عنه 704 جريحا و24 قتيلا، ومن خلال مقارنتها مع سنة 2013 نجد أن هناك ارتفاع في عدد حوادث بـ 4 حوادث وانخفاض في عدد الجرحى بـ 24 جريحا صاحبه ارتفاع في عدد القتلى ب 6 قتلى.[2]

وقد سجل المحيط الحضري لمدينة المسيلة 299 حادث نتج عنه 350 جريحا و14 قتيلا

ومقارنة بسنة 2013 نجد أن هناك ارتفاع في عدد الحوادث ب21 حادث وتراجع قليل في عدد الجرحى صاحبه ارتفاع في عدد القتلى بـ 10 قتلى وتليها دائرة بوسعادة ب 105 حادث ثم دائرة عين الملح بـ 28 حادث .

ومن خلال توزيع عدد الحوادث على أيام الأسبوع نجد أنها منخفضة يوم الجمعة والسبت وترتفع تدريجيا على التوالي خلال الأيام " الثلاثاء والخميس والاثنين والأربعاء "وتبلغ الذروة يوم الأحد.

الملفت للانتباه خلال السنة إن حوادث المرور ازدادت بالطرق الحضرية بحيث سجل 238 حادث خلف 297 جريح و 05 حالات وفاة ثم تأتي بعدها الطرق الطرق الوطنية

وفي اطار التحريات ومحاضر حوادث المرور التي واقعة سواء في المحيط الحضري أو على مستوى مختلف الطرق الوطنية والولائية والبلدية صنفت اسبابها في ثلاث عوامل رئيسية :

- عامل العنصر البشري - عامل المرتبط بالمركبة - العامل المرتبط بالمحيط

[1] أنظر الملحق رقم2 ،ص149
[2] أنظر الملحق رقم3، ص 152

فقد استخلصت مختلف مصالح الأمن الوطني و الحماية المدنية و الدرك الوطني بالمسيلة أن **العنصر البشري** هو العامل الرئيسي المتسبب في حوادث المرور بارتكابه مختلف المخالفات التالية :

السرعة الفائقة و المفرطة: وهي السبب الرئيسي لحوادث المرور التي يذهب ضحيتها الكثير من الناس وقد لا تكون السرعة لوحدها العامل المباشر ولكن تعتبر السرعة المفرطة من إحدى العوامل التي تعجل في الحادث وتزيد من خطورته .

- **عدم الانتباه و التركيز** : منها انشغال السائق أثناء قيادة المركبة إما بجهاز الراديو أو جهاز التبريد أو التحدث مع الركاب أو استخدام الهاتف النقال.
- السياقة في حالة التعب و النعاس و السياقة في حالة سكر
- المناورات الخطيرة التجاوزات الخطيرة
- عدم احترام قانون المرور وقلة الوعي لدى البعض وجهلهم لقوانين المرور.

ثم **العامل المرتبط بالمركبة:** عدم توفر شروط المتانة والأمان من فرامل ، أضواء حمولة زائدة ،خلل في جهاز التوجيه...

ثم **عامل المحيط** : تشوهات الطريق، تهيئة غير مناسبة بالطريق، انعدام الإشارات المرورية، حفر بالطريق، و العوامل الأخرى التي لها علاقة بالعوامل الطبيعية أمطار، ثلوج ضباب، جليد .. فالحوادث الواقعة خلال تقلبات الجو تكون أكثر خطورة، لذا نجد أنه لمصالح الأرصاد الجوية دور كبير من خلال توجيه معلومات وإرشادات يومية عبر الوسائل السمعية للوقاية والحد من هذه الحوادث .[1]

من خلال هذا يتضح لنا ان مختلف الحوادث سببها العامل البشري وخاصة فئة الشباب التي تحتل المرتبة الأولى من المتسببين في حوادث المرور خاصة الفئة العمرية ما بين 20 – 39سنة 459 حادث و الفئة العمرية 31– 40 سنة 455 حادث

لتبدأ في الانخفاض مع ازدياد العمر .في حين يسجلن النساء اقل عدد من حوادث المرور بـ 5 حوادث

[1] أنظر الملحق رقم 3،ص 155

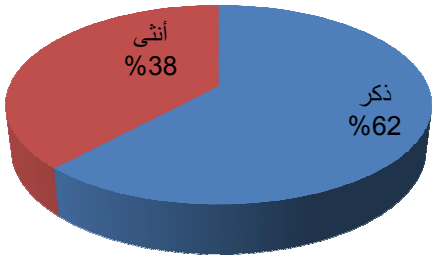
عرض البيانات وتحليلها

ما يشار إليه في مرحلة العمل الميداني و توزيع الاستبيان وجمع البيانات وتفريغها أنه تم إلغاء 17 استمارة لكون الإجابات التي تضمنتها ليست كاملة ولا تخدم موضوع البحث وقد تم استبدالها بـ 17 استمارة وزعت على عينة أخرى ،تم تحليل البيانات ببرنامج spss.

الجدول رقم (01) : توزيع عينة الدراسة وفقا للجنس

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	68	% 68
أنثى	32	% 32
المجموع	100	% 100

تمثيل بياني لتوزيع عينة الدراسة وفقا للجنس

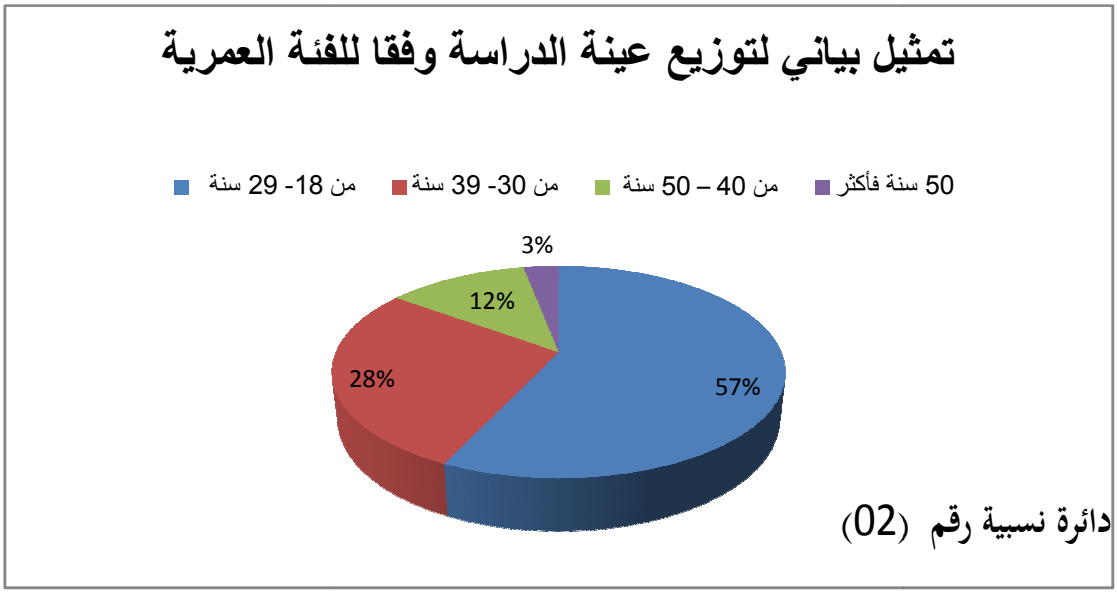


دائرة نسبية رقم (01)

من خلال الجدول رقم (01) يتضح لنا أن نسبة الذكور تفوق نسبة الإناث ، حيث جاءت بمعدل 68% من مجموع أفراد العينة، في حين بلغت نسبة الإناث 32% و ذلك بسبب أن العينة قصدية حيث تم تحديد ثلثي أفراد العينة من عنصر الذكور بسبب أنه يشكل الأغلبية الساحقة من السائقين في المجتمع .

الجدول رقم (02) : توزيع عينة الدراسة وفقا للفئة العمرية

السن	التكرار	النسبة
من 18- 29 سنة	57	% 57,0
من 30- 39 سنة	28	% 28,0
من 40 – 50 سنة	12	% 12,0
50 سنة فأكثر	3	% 3,0
المجموع	100	% 100,0



دائرة نسبية رقم (02)

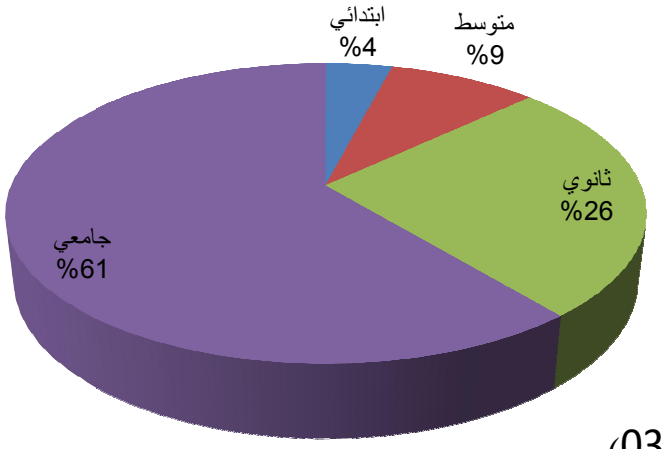
من خلال الجدول رقم (02)الذي يبين توزيع عينة الدراسة وفقا للفئة العمرية نلاحظ أن الفئة 18- 29 احتلت المركز الأول بنسبة 57 % ثم تليها فئة 30- 39 بنسبة 28 % ثم فئة 40- 49 سنة احتلت المرتبة الثالثة بـ : 12% أما أضعف نسبة سجلت في فئة 50 سنة فأكثر بـ 3 % وقد جاءت نسبة الشباب عالية لكون طريقة اختيار أفراد العينة كانت قصدية بالتركيز على فئة العمرية **18– 29 سنة** النسبة الغالبة بحوالي 57 % بين عدد أفراد العينة لكون هذه المرحلة يكون فيها الفرد أكثر تتبعا وحماسا وتفاعلا وفي أوج طاقته و لما تتميز به من روح مغامرة لدى الشباب

وذلك لكون مختلف حوادث المرور يتسبب فيها الشباب حسب ما وضحته إحصائيات حوادث المرور المقدمة من طرف الحماية المدنية.[1]

الجدول رقم (03): توزيع عينة الدراسة وفقا للمستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرارت	النسبة
ابتدائي	4	% 4,0
متوسط	9	% 9,0
ثانوي	26	% 26,0
جامعي	61	% 61,0
المجموع	100	% 100

تمثيل بياني لتوزيع عينة الدراسة وفقا للمستوى التعليمي



دائرة نسبية رقم (03)

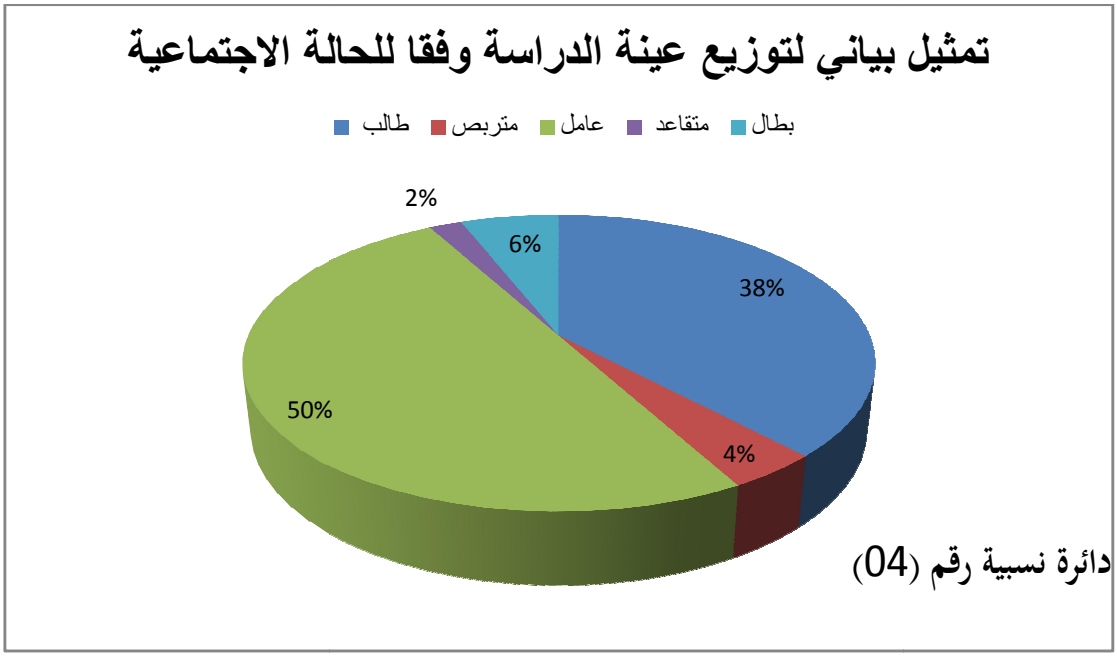
من خلال الجدول رقم (03) الذي يبين توزيع عينة الدراسة وفقا للمستوى التعليمي نلاحظ أن المستوى الجامعي جاء في المركز الأول بنسبة 61% أي أكثر من نصف أفراد العينة وجاء ذلك متناسبا مع المرحلة العمرية الغالبة 18 – 29 التي بلغت 57 % حسب الجدول رقم 01 وهي

[1] أنظر الملحق رقم2 ص 150

متفقة مع المرحلة العمرية للتعليم الجامعي ثم يليها المستوى التعليمي "الثانوي والمتوسط" الذي بلغ بنسبة 35 % ثم المستوى الابتدائي بنسبة 4 % .

الجدول رقم (04): توزيع عينة الدراسة وفقا للوضعية المهنية

الحالة المهنية	التكرارت	النسبة
طالب	38	% 38,0
متربص	4	% 4,0
عامل	50	% 50,0
متقاعد	2	% 2,0
بطال	6	% 6,0
المجموع	100	% 100,0



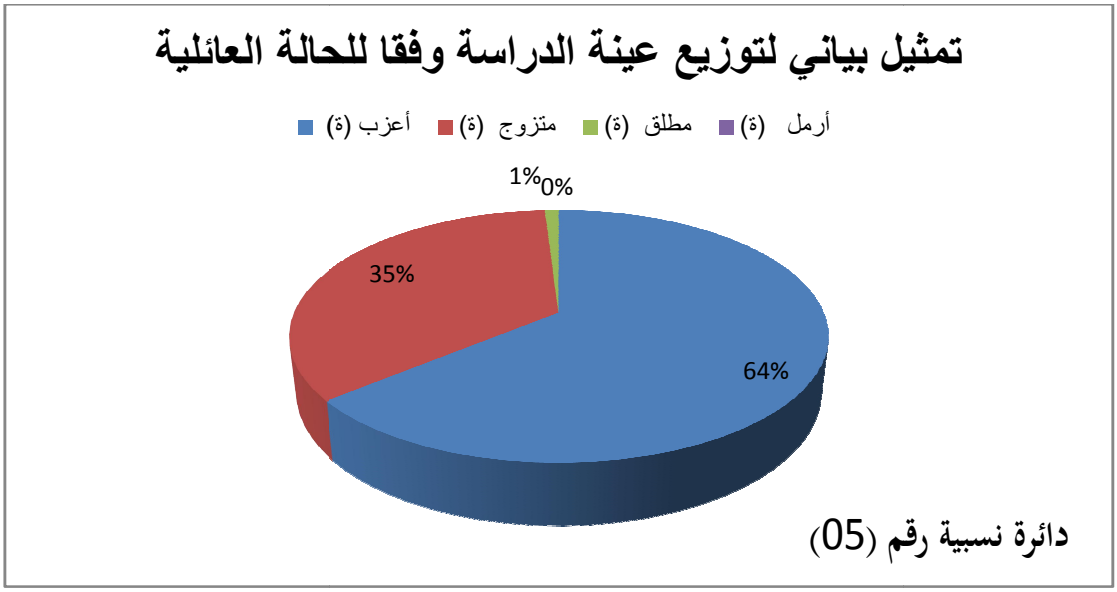
دائرة نسبية رقم (04)

من خلال الجدول رقم (04) الذي يبين توزيع عينة الدراسة وفقا للوضعية المهنية نلاحظ أن فئة العاملين تشكل نصف أفراد العينة بـ 50 % ثم تليها الطلبة بنسبة 38 % ثم البطالين بنسبة 6% وتبقى نسبة 4%متربص و2 % متقاعد

أي أن نسبة فئة الدخل الدائم جاءت متقاربة من نسبة الفئة غير العاملة .

الجدول رقم (05) يوضح توزيع عينة الدراسة وفقا للحالة العائلية

الحالة العائلية	التكرارت	النسبة
أعزب (ة)	64	% 64,0
متزوج (ة)	35	% 35,0
مطلق (ة)	1	% 1,0
أرمل (ة)	00	% 00
المجموع	100	% 100,0



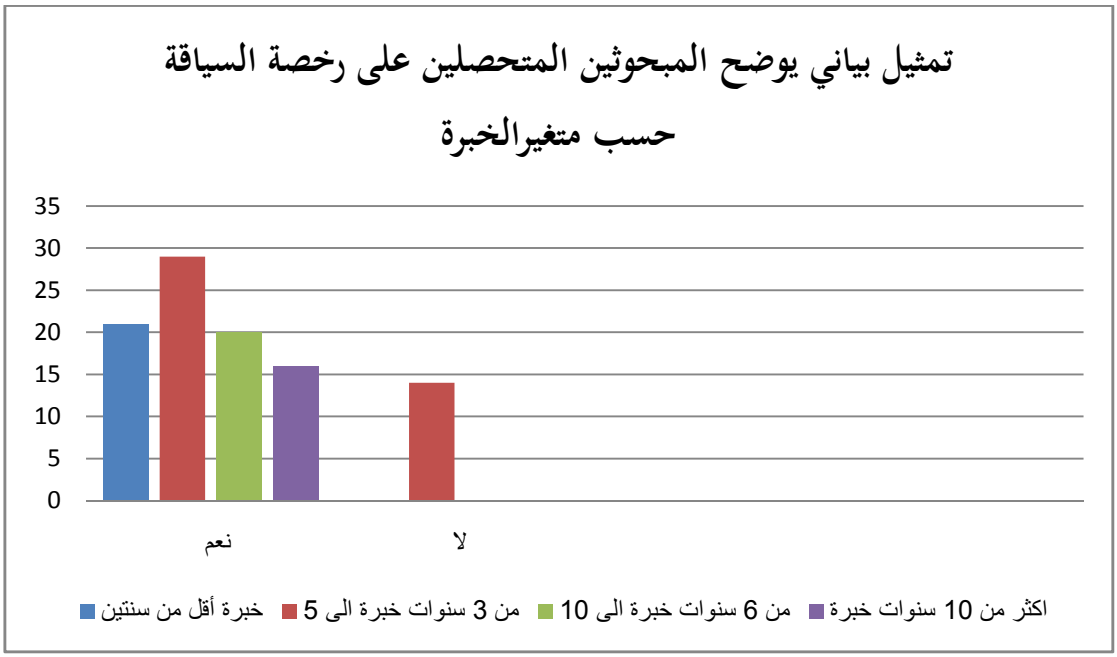
دائرة نسبية رقم (05)

من خلال الجدول رقم (05)الذي يبين توزيع عينة الدراسة وفقا للحالة العائلية نلاحظ أن العزاب يشكلون أعلى نسبة ضمن جملة أفراد العينة بـ 64 % ثم تليها المتزوجين بنسبة 35 % في حين جاءت نسبة المطلق ضئيلة ب1% وتنعدم فئة الأرامل بنسبة 00 %

نستنتج من خلال بيانات الجدول أن فئة العزاب هي الفئة الغالبة كون أكبر نسبة لأفراد العينة هم من الفئة العمرية (18- 29) بـ 57 % حسب الجدول رقم (02) السابق.

جدول (06): يوضح المتحصلين على رخصة السياقة و مستوى خبرتهم .

متحصل على رخصة سياقة			التكرارات		النسبة	
نعم	مستوى الخبرة	خبرة أقل من سنتين	86	21	86,0	% 21,0
		من 3 سنوات خبرة الى 5		29		% 29
		من 6 سنوات خبرة الى 10		20		% 20,
		اكثر من 10 سنوات خبرة		16		% 16
لا			14		% 14,0	
المجموع			100		100,0	



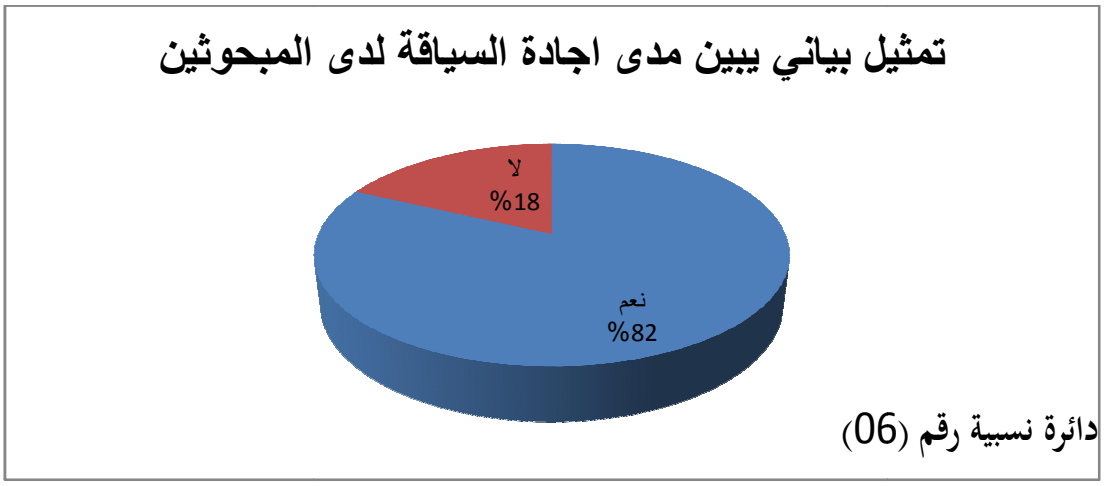
أعمدة بيانية رقم (01)

من خلال الجدول رقم (06) الذي يبين المتحصلين على رخصة السياقة وعدد سنوات خبرتهم في مجال السياقة نجد أن 86 % من أفراد العينة متحصلين على رخصة السياقة و جاءت نسب الخبرة متقاربة حيث سجلت أعلى نسبة في الخبرة لدى فئة 3- 5 سنوات بنسبة 29 % ثم المتحصلين على رخصة سياقة جديدة أقل من سنتين بـ 21 % وتليها فئة من 6- 10 سنوات بـ 20 % ثم فئة

أكثر من 10 سنوات بـ 16 % ، في حين بلغ عدد الغير متحصلين على رخصة السياقة 14 % وهي نسبة متقاربة فيما بينها.

جدول رقم (07) يوضح العينة التي تجيد السياقة

هل تجيد القيادة	التكرارت	النسبة
نعم	82	82 %
لا	18	18%
المجموع	**86**	**100,0 %**

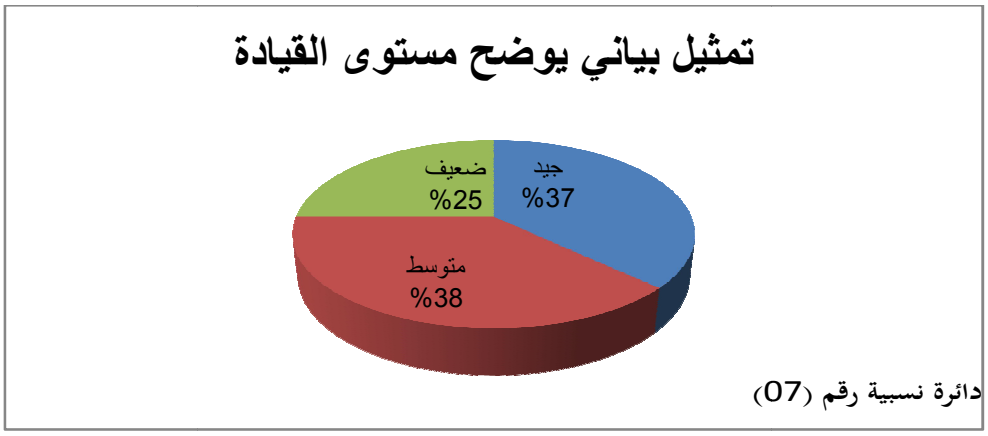


دائرة نسبية رقم (06)

من خلال الجدول رقم (7) الذي يبين ما اذا كان المبحوثين يجيدون السياقة نلاحظ أن 82 % يجيدون السياقة بينما 18 % المتبقية لا يجيدون السياقة بالرغم من حيازة 4 منهم لرخص السياقة، وبما أن أغلبية العينة يجيدون السياقة فإن ذلك مؤشر جيد لدلالة البيانات المحصل عليها.

جدول رقم (08): يوضح مستوى القيادة لأفراد العينة

مستوى القيادة	التكرارت	النسبة
جيد	37	% 37,0
متوسط	38	% 38,0
ضعيف	25	% 25,0
المجموع	100	% 100,0

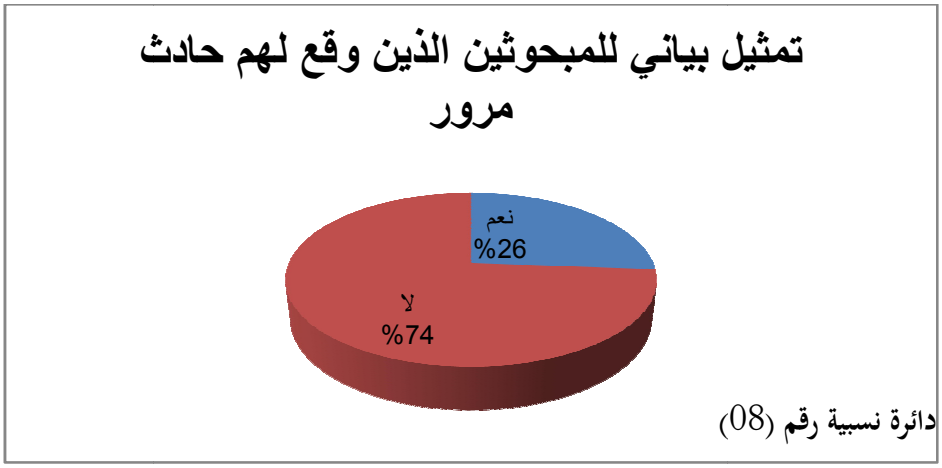


من خلال الجدول رقم (08) نجد أن النسب متقاربة في مستوى القيادة حيث نجد جيد ومتوسط بنسب متقاربة 37 % جيد 38 % متوسط على التوالي و25 %ضعيف.

وهذا ما يعزز ما جاء في الجدول رقم (07) حيث أن نسبة 75 % مستوى قيادتها ليس ضعيف .

جدول رقم (09) : يوضح عدد العينة التي وقع لها حادث

هل وقع لك حادث	التكرارت	النسبة
نعم	26	% 26,0
لا	47	,04% 7
المجموع	**100**	% **100,0**

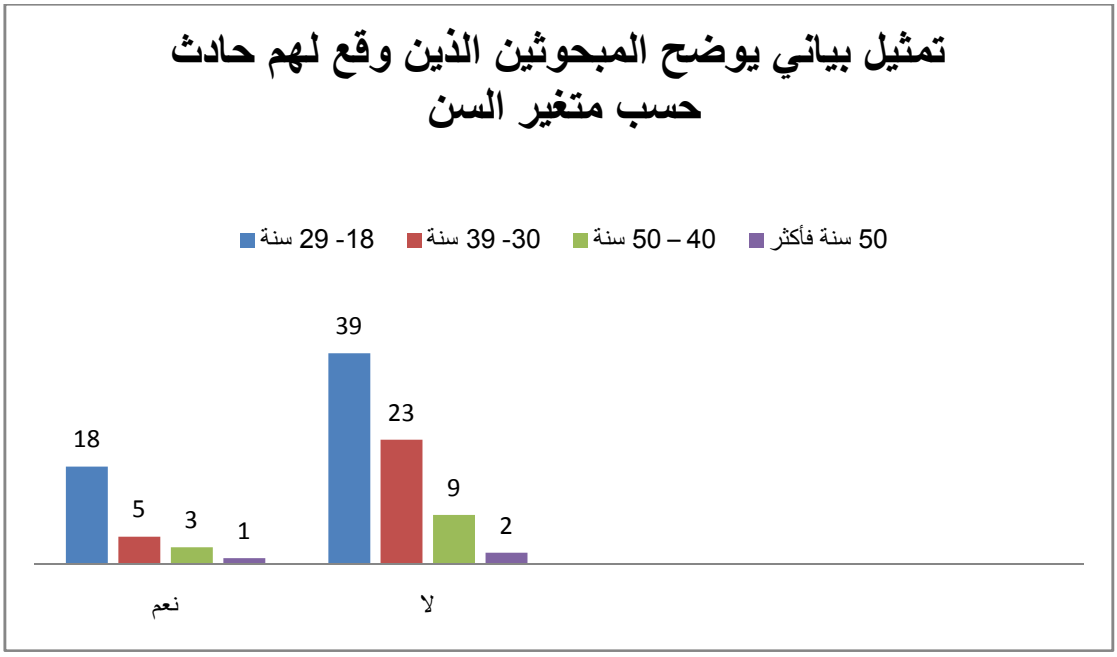


دائرة نسبية رقم (08)

من خلال الجدول رقم (09) نلاحظ أن حوالي ربع المبحوثين وقع لهم حادث مرور بنسبة 26 % في حين نسبة 74% الباقية هي نسبة المبحوثين الذين لم يقع لهم حادث، بالرغم من أن ربع أفراد العينة فقط سبق وأن وقع لهم حادث مرور إلا أن النسبة 26% لها دلالة ووزن فيما سيأتي من البيانات.

جدول رقم (10) : **يوضح عدد العينة التي وقع لها حادث ومتغير السن .**

هل وقع لك حادث	السن				النسبة
	18– 29 سنة	30– 39 سنة	40 – 50 سنة	50 سنة فأكثر	
نعم	18	5	3	1	27%
لا	39	23	9	2	73%
المجموع	57	28	12	3	% 100



أعمدة بيانية رقم (02)

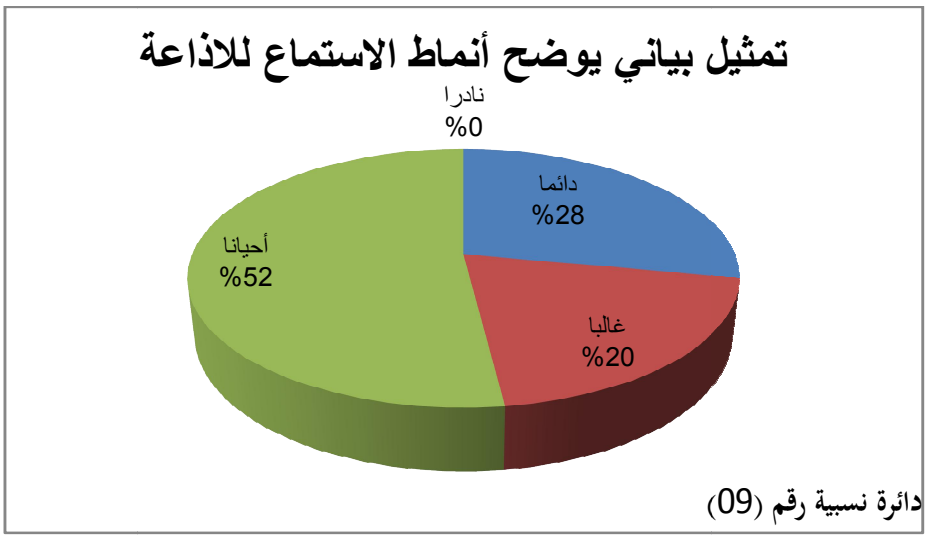
من خلال الجدول رقم (10) الذي يوضح المبحوثين الذين وقع لهم حادث مرور مع متغير السن نلاحظ من خلال الجدول أن الفئة العمرية 18-29 لها النسبة الأكبر بـ 18 حادث أي ما يمثل نسبة 66,66 % ،ثم الفئة العمرية 30-39 بـ 5 حوادث اي بنسبة 18,57 % من مجموع الأفراد المبحوثين الذين وقع لهم حادث مرور وهذا يتوافق مع احصائيات حوادث المرور المقدمة من طرف الحماية المدنية .[1]

[1] أنظر الملحق رقم2،ص 150

المحور الثاني : عادات وأنماط الاستماع لبرامج التوعية المرورية بإذاعة المسيلة الجهوية.

الجدول رقم (11): توزيع عينة الدراسة وفقا لوتيرة الاستماع للإذاعة المحلية بالمسيلة

وتيرة الاستماع	التكرارت	النسبة
دائما	28	28%
غالبا	02	20%
أحيانا	52	% 52,0
نادرا	00	% 00
المجموع	100	% 100,0

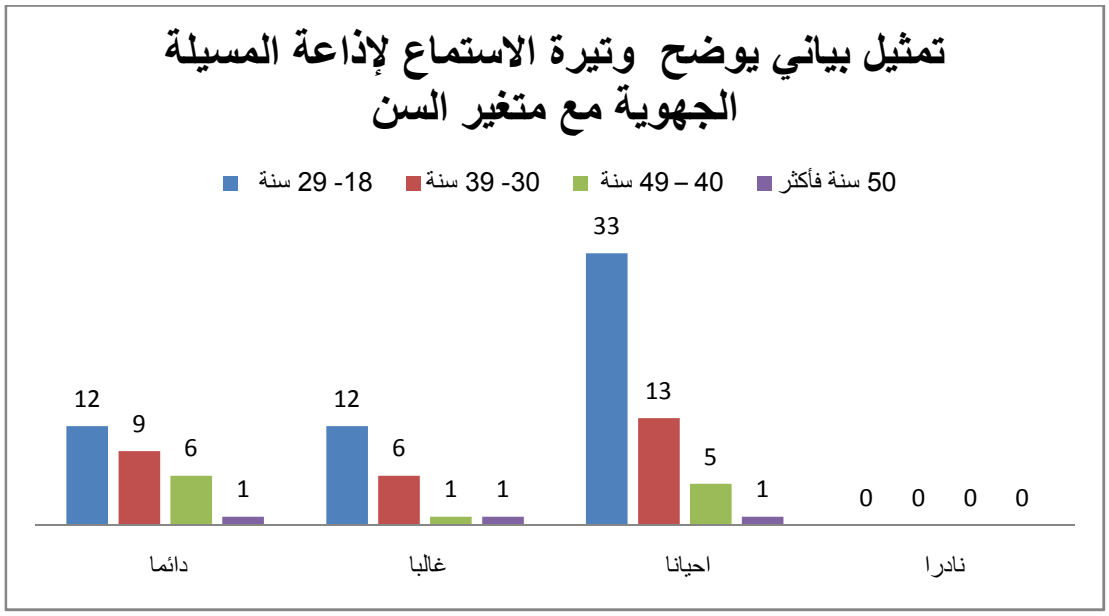


دائرة نسبية رقم (09)

نلاحظ من خلال الجدول رقم (11) المتعلق بوتيرة الاستماع لإذاعة المسيلة الجهوية أن أفراد العينة لا يستمعون بانتظام للإذاعة المحلية في حين بلغت نسبة المنتظمين دائما للإستماع 28% و 20% للفئة المستمعة في أغلب الأحوال، فيما بلغت نسبة الفئة التي نادرا ما تستمع للإذاعة 0% بسبب أن العينة قصدية حيث أن هذه الفئة لا تتوفر فيها شروط الدراسة

جدول رقم (12) يبين وتيرة الاستماع مع متغير السن

السن	18– 29 سنة		30– 39 سنة		40 – 49 سنة		50 سنة فأكثر		النسبة	
وتيرة الاستماع	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
دائما	12	12%	9	9 %	6	5 %	1	1 %	27	27%
غالبا	12	12%	6	6 %	1	2 %	1	1 %	21	21%
أحيانا	33	33%	13	13 %	5	5 %	1	1 %	52	52%
نادرا	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00
المجموع	57	57%	28	28%	12	12%	3	3%	100	100%



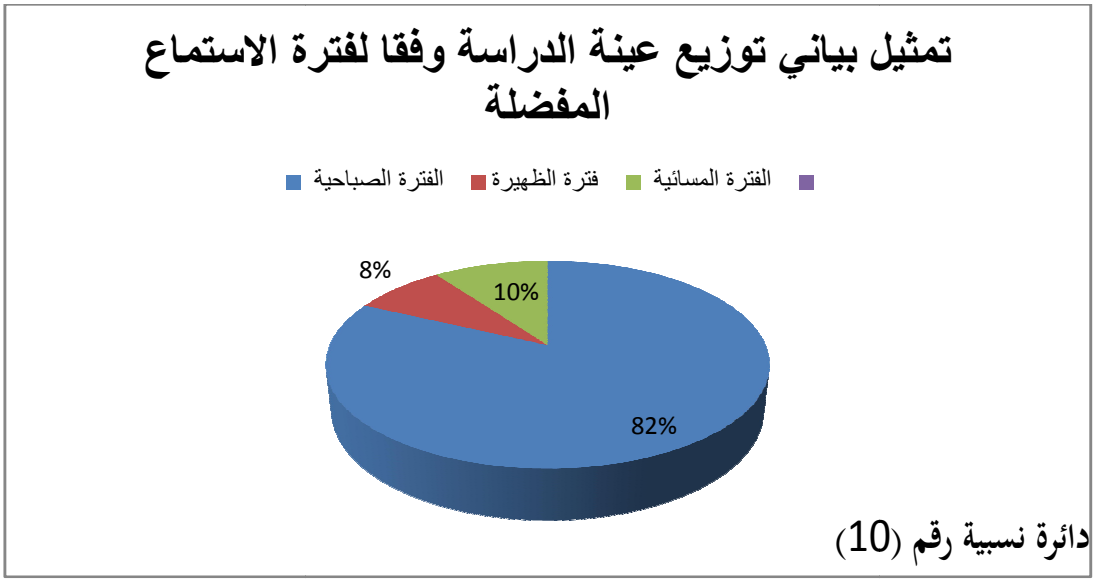
أعمدة بيانية رقم (03)

الجدول رقم (12) يوضح وتيرة الاستماع لإذاعة المسيلة الجهوية مع متغير السن، نلاحظ ان الفئة العمرية 18-29 تستمع أحيانا بنسبة 33% ثم تليها الفئة العمرية 30-39 يستمعون أحيانا أيضا بنسبة 13% أما الفئة العمرية 40 -49 يستمعون دائما بنسبة 6% وأخيرا نجد الفئة العمرية 50سنة فأكثر بنسبة ضئيلة 1 % .

ومنه نستنتج أن الفئة العمرية 18-29 تستمع غالبا وأحيانا بنسبة "(12 % ، 33 %) وذلك راجع إلى استماعهم للإذاعة المواصلات باستعمال الهاتف النقال أو مذياع المركبة أثناء ذهابهم للدراسة أو العمل ، وتليها الفئة العمرية 30- 39 سنة بنسبة 13 % بسبب ارتباطهم بأمور أخرى، ونجد الفئة العمرية 40 سنة فأكثر يستمعون بصفة منتظمة، مما نستنتج أنه كلما اقتربنا من فئة الشباب زادت وتيرة الاستماع للإذاعة.

الجدول رقم(13): توزيع عينة الدراسة وفقا لفترة الاستماع المفضلة

فترة الاستماع المفضلة	التكرارت	النسبة
الفترة الصباحية	82	% 82,0
فترة الظهيرة	8	% 8,0
الفترة المسائية	10	% 10,0
المجموع	100	% 100,0



دائرة نسبية رقم (10)

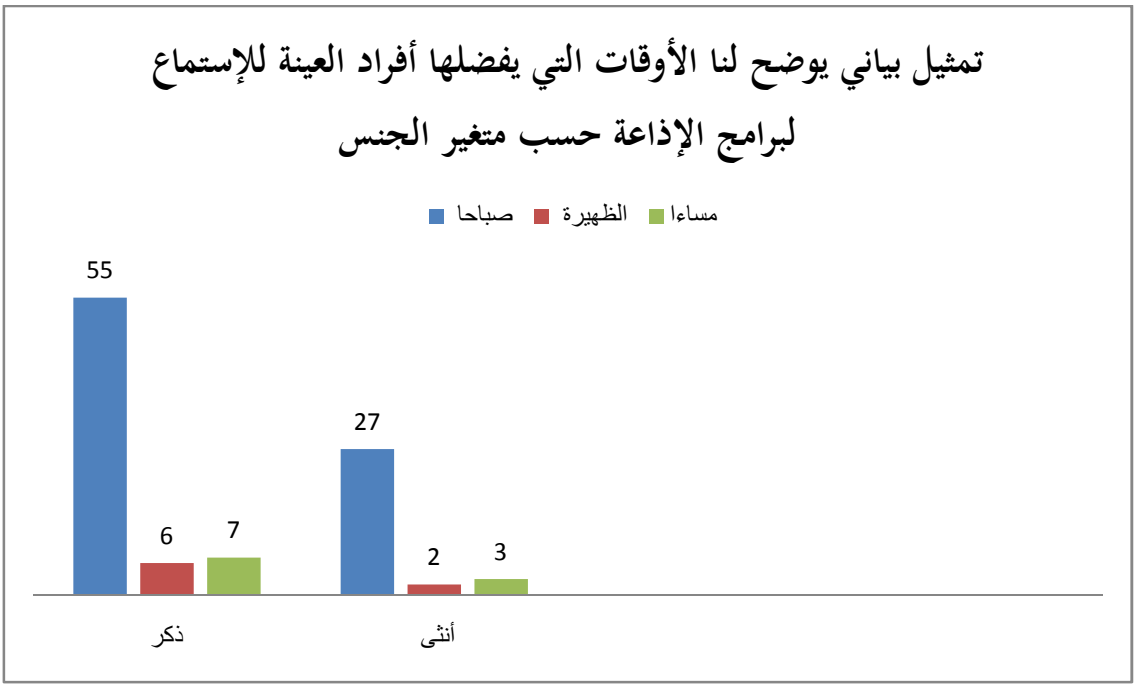
من خلال الجدول رقم (13) يتضح أن الفترة المفضلة لأفراد العينة للاستماع للإذاعة هي الفترة الصباحية بنسبة 82 % ثم تأتي فترة الظهيرة 8 % والمساء 10 % بنسب متقاربة

نلاحظه أن أغلب المبحوثين يستمعون لبرامج الإذاعة صباحا بنسبة 82 % ويرجع ذلك لأن الكثير من الأفراد عندما يستيقظون،يشتغلون مباشرة جهاز الراديو، لان البرامج الصباحية تهيئء الناس لليقظة و التفاؤل، كما يرغبون في معرفة الجديد، بدء انشغالهم بأمور الحياة، كما أن متابعة وسائل إعلامية أخرى في هذه الفترة من شأنه أن يعرقل أدائهم لأعمالهم لأنها تحتاج إلى التفرغ، على عكس وسيلة الإذاعة.

في حين أن نسبة 8 %من أفراد العينة يستمعون للإذاعة في الظهيرة وذلك أن هذه الفترة غالبا ما تكون فترة استراحة، وفترة لتجنب أي نشاط عقلي لدى البعض أما الفترة المسائية بلغت نسبة 10%

جدول رقم (14) يبين أوقات الاستماع مع متغير الجنس

أوقات الاستماع / الجنس	أوقات الاستماع			النسبة	
	صباحا	الظهيرة	مساءا		
ذكر	55	6	7	68	68 %
أنثى	27	2	3	32	32%
المجموع	82	8	10	100	100



أعمدة بيانية رقم (04)

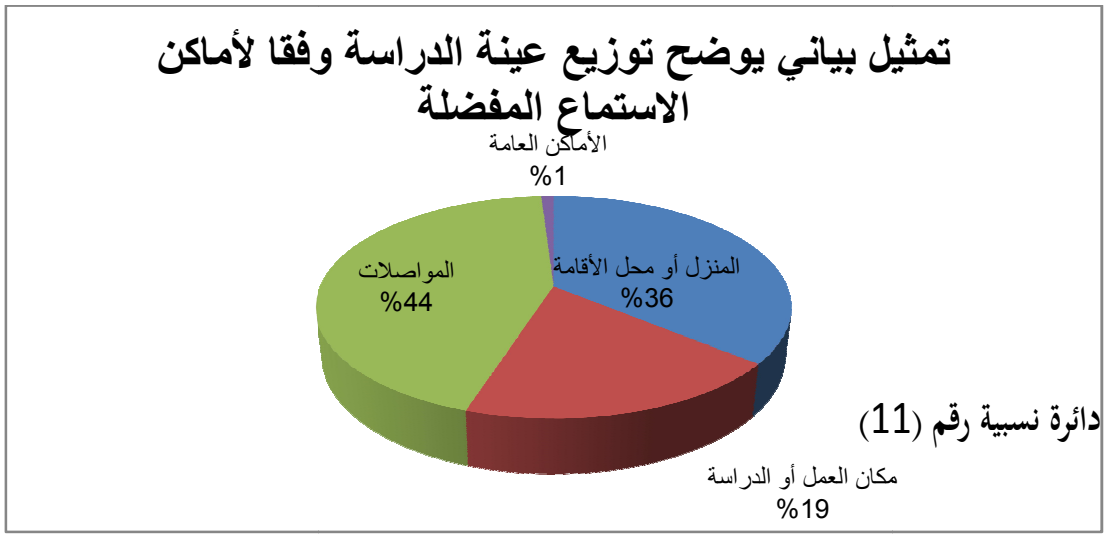
الجدول رقم (14) يوضح لنا أوقات الاستماع التي يفضلها أفراد العينة للاستماع لبرامج إذاعة المسيلة الجهوية حسب متغير الجنس وما نلاحظه أن أغلب المبحوثين من الذكور والإناث يفضلون الفترة

الصباحية حيث بلغت نسبة الذكور 55 % ونسبة الإناث 27 % مقارنة بالفترات الأخرى حيث نجد 7% ذكور و3 % إناث للفترة المسائية و6 % ذكور و2 % إناث لفترة الظهيرة .

إن تفضيل الفترة الصباحية يرجع إلى نوعية الحصص التي تبث الطاقة والحيوية في الصباح بالإضافة إلى كونها الفترة التي يكون فيها الفرد في في ذروة طاقته سواء في القراءة أو الاستماع أو الفهم وهي الفترة التي تصلح للفئة العاطلة عن العمل أو التي تعمل أو المشاريع الخاصة بالإضافة إلى الاستماع للإذاعة أثناء ذهابهم للعمل، أما المبحوثات الماكثات بالبيت يفضلن الاستماع وهن يقمن بأشغال البيت التي تكون أغلبها في الفترة الصباحية حيث يستخدمون الإذاعة كمسل ومعين على أداء أعباء البيت.

الجدول رقم (15): توزيع عينة الدراسة وفقا لأماكن الاستماع المفضلة

أماكن الاستماع	التكرارت	النسبة
المنزل أو محل الأقامة	36	% 36,0
مكان العمل أو الدراسة	19	% 19,0
المواصلات	44	% 44,0
الأماكن العامة	1	% 1,0
المجموع	100	% 100,0



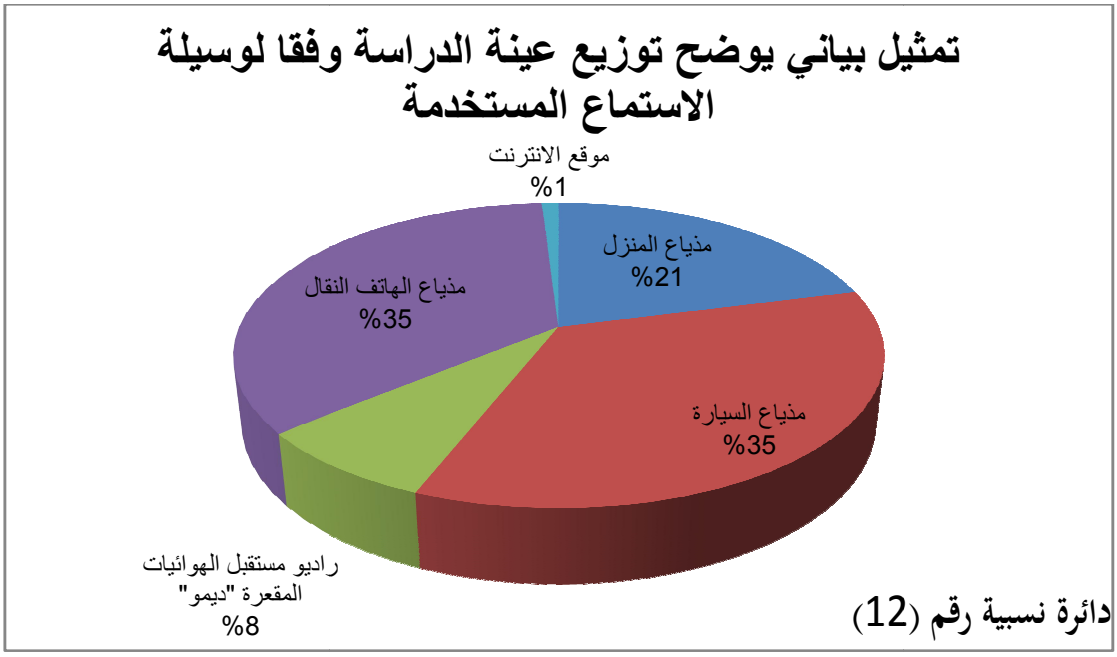
دائرة نسبية رقم (11)

من خلال الجدول رقم (15) الذي يبين لنا الأماكن التي يفضل المبحوثين الاستماع فيها لبرامج إذاعة المسيلة الجهوية نلاحظ أن نسبة 44 % من المبحوثين يستمعون في المواصلات و36 % يستمعون في المنزل أو محل الإقامة ثم مكان العمل أو الدراسة بـ 19 % وفي الأخير الأماكن العامة بنسبة ضئيلة جدا 1 % .

نلاحظ من خلال البيانات أن نسبة 44 % الذين يفضلون الاستماع للإذاعة في المواصلات يعود ذلك لوجود مذياع في السيارة أو استعمال راديو الهاتف في الحافلة كما نلاحظ أن نسبة الاستماع في المنزل أو محل الإقامة بلغت 36% وهذا راجع لتوفر جهاز الراديو في المنزل حيث يساعد على التعرض لها أثناء القيام بأعمال أخرى خاصة في المنزل بالنسبة أكثر للإناث وهذا يتوافق مع الجدول رقم (14) ونسبة الاستماع في مكان العمل أو الدراسة بلغت 19% وهذا راجع إلى أن أغلب المبحوثين عمال خاصة الخواص منهم و طلبة يملكون جهاز راديو و استعمالهم للتقنيات الحديثة كالهاتف النقال وغيرها من الأجهزة،

الجدول رقم (16): توزيع عينة الدراسة وفقا لوسيلة الاستماع المستخدمة

الوسيلة المستخدمة للاستماع	التكرارت	النسبة
مذياع المنزل	21	% 21,0
مذياع السيارة	35	% 35,0
راديو مستقبل الهوائيات المقعرة "ديمو"	8	% 8,0
مذياع الهاتف النقال	35	% 35,0
موقع الانترنت	1	% 1,0
المجموع	100	% 100,0



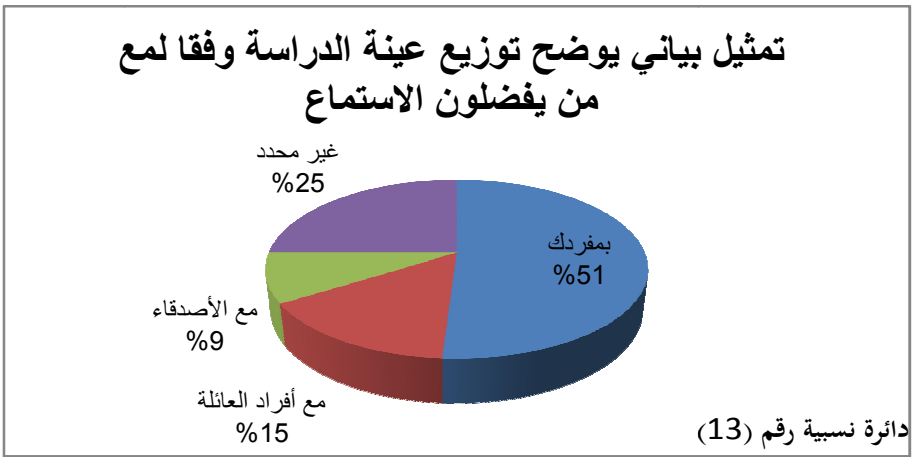
دائرة نسبية رقم (12)

الجدول رقم (16) يوضح الوسيلة التي يستعملها المبحوثين للاستماع لإذاعة المسيلة الجهوية ، نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يستعملون مذياع السيارة ومذياع الهاتف النقال بنسب متساوية 35 % ، بينما نجد نسبة 21 % من المبحوثين يستعملون مذياع المنزل و8 % من المبحوثين يستعملون راديو مستقبل الهوائيات المقعرة " ديمو" وسجلنا نسبة ضئيلة لاستعمال موقع الانترنت للاستماع لبرامج الإذاعة ب1%

نستنتج من خلال بيانات الجدول أن أغلبية المبحوثين يفضلون استعمال راديو السيارة أثناء السياقة، وهذا يتوافق مع النتائج التي توصلت إليها الباحثة هيبة شعوة وهي أن السائقين يفضلون الاستماع للإذاعة في المركبة أثناء السياقة في الفترة الصباحية، و راديو الهاتف المحمول في المواصلات أو مكان العمل أو الدراسة ، كما أن هناك من يفضل الاستماع بواسطة راديو المنزل سواء في المنزل أو محل الإقامة أو المحلات بينما فئة قليلة من المبحوثين يستعملون راديو الهوائيات المقعرة "ديمو" و الانترنت وذلك لما تتيحه هذه الوسائل من بدائل أفضل من الإذاعة للاستماع أو المشاهدة.

الجدول رقم (17) : توزيع عينة الدراسة وفقا لمع من يفضلون الاستماع

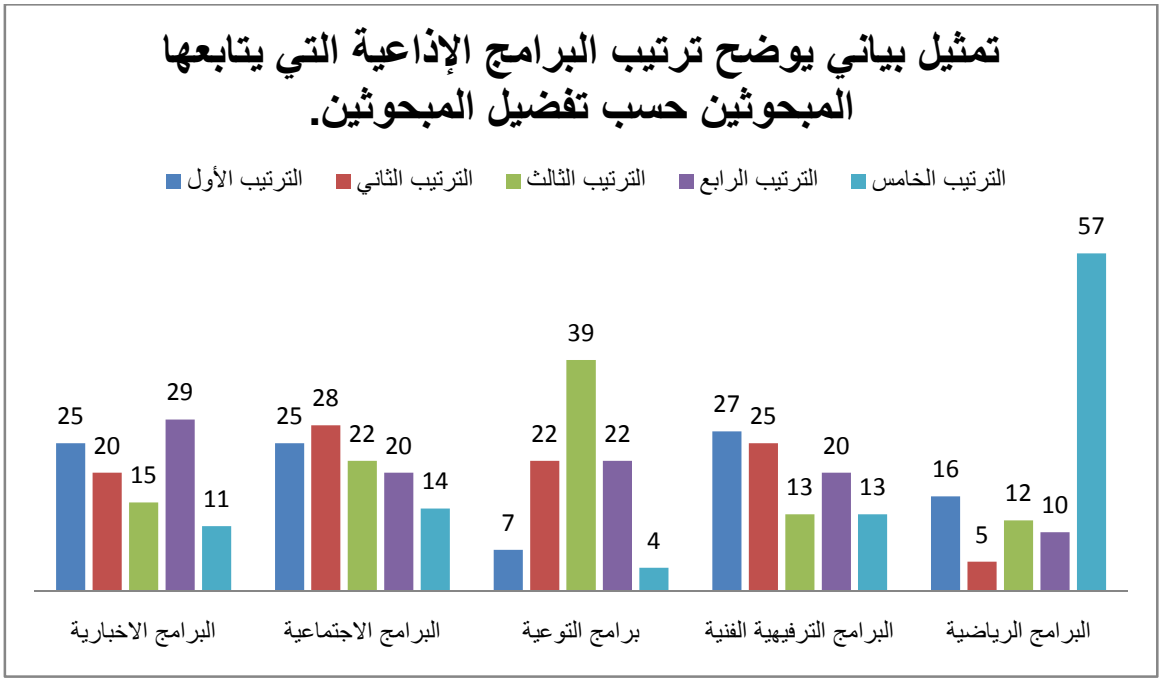
مع من يفضلون الاستماع	التكرارت	النسبة
بمفردك	51	% 51,0
مع أفراد العائلة	15	% 15,0
مع الأصدقاء	9	% 9,0
غير محدد	25	% 25,0
المجموع	100	% 100,0



يوضح الجدول رقم (17) مع من يفضل المبحوثين الاستماع لإذاعة المسيلة الجهوية حيث أن 51 % من المبحوثين يفضلون الاستماع بمفردهم وقد يعود ذلك لكون الفرد أصبح يستخدم أكثر الهاتف المحمول الشخصي في الاستماع للإذاعة و خصوصية جهاز الراديو كوسيلة إعلامية يمكن استخدامها بشكل منفرد، كما أن الاستماع للإذاعة أصبح نشاط فردي أكثر منه نشاط جماعي، فبفضل التكنولوجيات الحديثة، وظهور المحمولات الشخصية التي تمتاز بالخفة والحركية وتعدد الوسائل الاتصالية، بالإضافة الى أن أغلبية المبحوثين يستعملون راديو السيارة أو راديو الهاتف المحمول مما يفسر انخفاض نسبة المبحوثين الذين يستمعون للإذاعة مع أفراد عائلتهم و التي قدرت بـ15 % و9 %الذين يستمعون مع أصدقائهم حيث نجد أن بعض المبحوثين خاصة من فئة الجامعيين المقيمين بالأحياء الجامعية يتابعون الإذاعة مع أصدقائهم،في حين بقي 15 % ليس لهم تفضيل محدد وهي نسبة مهمة إلا أنها لا تعني قلة الاهتمام لأن كثير من الأفراد قد تحكمهم بعض الظروف المتغيرة.

الجدول رقم (18): يوضح ترتيب البرامج الإذاعية التي يتابعها المبحوثين حسب تفضيل المبحوثين.

البرامج المفضلة في الإذاعة المحلية 15	الترتيب الأول		الترتيب الثاني		الترتيب الثالث		الترتيب الرابع		الترتيب الخامس		ك م	%
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
البرامج الاخبارية	25	%25	20	20,0	15	15,0	29	29	11	11,0	319	21.21 %
البرامج الاجتماعية	25	%25	28	28	22	22,0	20	20,0	14	14,0	321	21.34 %
برامج التوعية	7	7,0	22	22	39	39,0	22	22,0	4	4,0	312	20.74 %
البرامج الترفيهية الفنية	27	,027	25	25,0	13	13,0	20	20,0	13	13,0	339	22.53 %
البرامج الرياضية	16	16,0	5	5,0	12	12,0	10	10,0	57	57,0	213	14.16 %
المجموع	100	%100	100	%100	100	%100	100	%100	100	%100	1504	100 %



أعمدة بيانية رقم (05)

من خلال الجدول أعلاه الذي يبين درجة تفضيل البرامج الإذاعية التي يريد المبحوثين الاستماع إليها نجد البرامج الترفيهية في الترتيب الأول بنسبة 22.74 % من جملة التكرارات المعدلة ويؤكد هذا التصدر احتلالها نسبة 27 % من جملة تكرارات الاختيار الأول لدى أفراد العينة، ثم البرامج الاجتماعية بنسبة 21.34 % في الترتيب الثاني بنسب متقاربة مع الترتيب الثالث بنسبة 21,21 للبرامج الإخبارية وتتأكد هذه المرتبة من خلال احتلالها أكبر نسبة للاختيار الثالث بنسبة 39 % ضمن تكرارات الاختيار الثالث، ثم برامج التوعية بنسبة 20.74 % في الترتيب الرابع والمرتبة الخامسة نجد البرامج الرياضية بنسبة 14.16 % .

من خلال بيانات الجدول نستنتج أن البرامج الإذاعية متنوعة تحظى باهتمام من طرف الجمهور بنسب متقاربة وتشغل حيز من اهتمامات المبحوثين، أما البرامج الرياضية فلا تحظى بكثير من الاهتمام من طرف المبحوثين وهذا راجع إلى أنهم يتابعونها في وسائل إعلامية أخرى بدلا من الإذاعة.

الجدول رقم (19) : توزيع عينة الدراسة حسب متابعة برامج التوعية المرورية

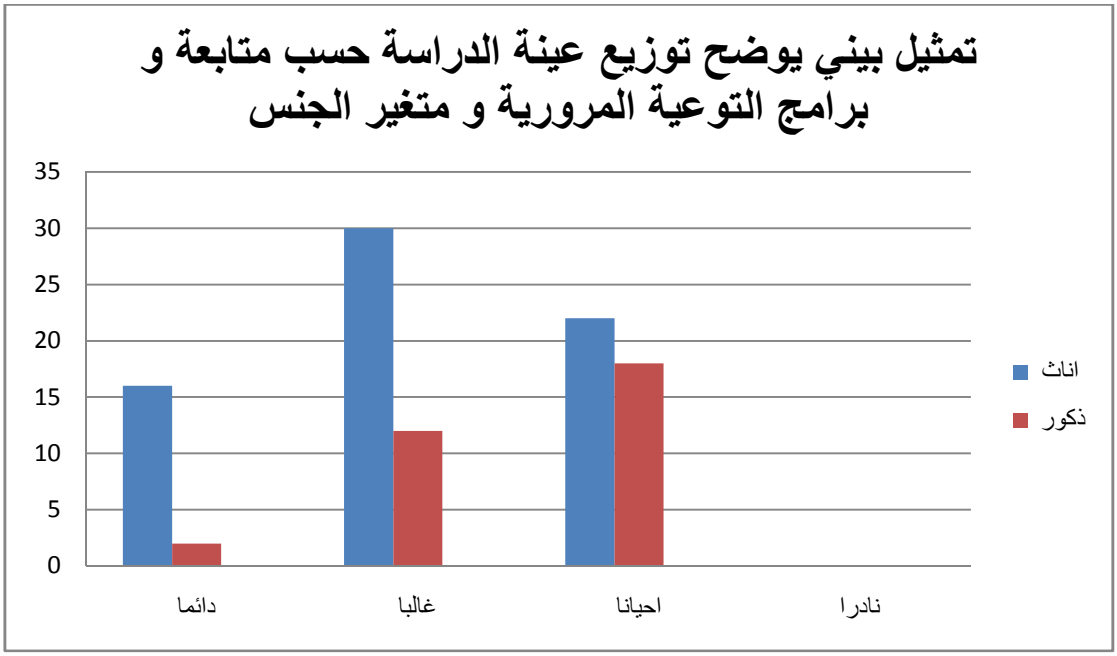
متابعة برامج التوعة المرورية		التكرارت		النسبة	
نعم	دائما	100	18	100	18,0
	غالبا		42		42,0
	أحيانا		40		40,0
	نادرا		00		00
لا		0		0	
المجموع		100		100,0	

أعمدة بيانية رقم (06)

من خلال الجدول الرقم (19) يتبين أن نسبة 100% من المبحوثين يتابعون برامج التوعية المرورية بإذاعة المسيلة الجهوية ونلاحظ أن نسبة 42% يتابعون غالبا و 40 % يتابعون أحيانا في حين بلغت نسبة المستمعين دائما 18%، وذلك بسبب أن العينة قصدية من خلال إقصاء من لا يتابع أو نادرا ما يتابع برامج التوعية المرورية.

الجدول رقم (20) : توزيع عينة الدراسة حسب متابعة برامج التوعية المرورية و متغير الجنس

الجنس / متابعة برامج التوعية المرورية	الجنس				المجموع	
	ذكور		اناث			
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
دائما	16	88.9	2	11.1	18	100
غالبا	30	71.4	12	28.6	42	100
احيانا	22	55	18	45	40	100
نادرا	00	00	00	00	00	00
المجموع	68	68	32	32	100	100



أعمدة بيانية رقم (07)

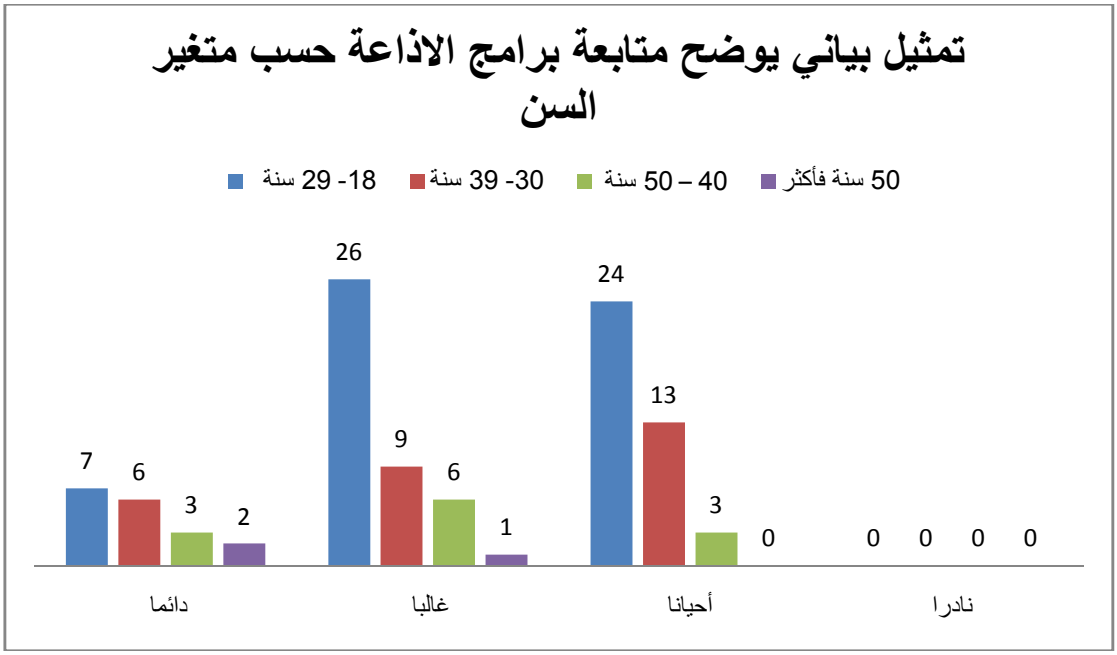
الجدول رقم (20) يوضح مدى متابعة برامج التوعية المرورية حسب متغير الجنس حيث نلاحظ أن نسبة الذكور و الإناث في المتابعة المنتظمة "غالبا " 30% ذكور و12 % إناث و دائما 16 %

ذكور 2 % إناث في حين كانت النسب متقاربة في المتابعة غير المنتظمة أحيانا 22 % ذكور 18% إناث .

ونلاحظ من خلال البيانات أن برامج التوعية المرورية لا تحظى باهتمام كبير من طرف الإناث عكس الذكور الذين يهتمون بهذا المجال أكثر وهذا أمر طبيعي حيث أن الذكور بفطرتهم أكثر اهتماما بعالم القيادة و السيارات لما تستهويهم من الحركة والقوة والتحدي على عكس طبيعة الأنثى.

الجدول رقم (21) : يوضح متابعة برامج الاذاعة حسب متغير السن

السن	18– 29 سنة		30– 39 سنة		40 – 50 سنة		50 سنة فأكثر		المجموع	
متابعة برامج التوعية المرورية	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
دائما	7	38,9 %	6	33,3 %	3	16,7 %	2	11,1 %	18	100 %
غالبا	26	61,9 %	9	21,4 %	6	14, 3%	1	2,4 %	42	100 %
أحيانا	24	60,0 %	13	32,5 %	3	7,5 %	0	,0%	40	100 %
نادرا	00	00	00	00	00	00	00	,0%	00	,0%
المجموع	57	57 %	28	28 %	12	12 %	3	3 %	100	100



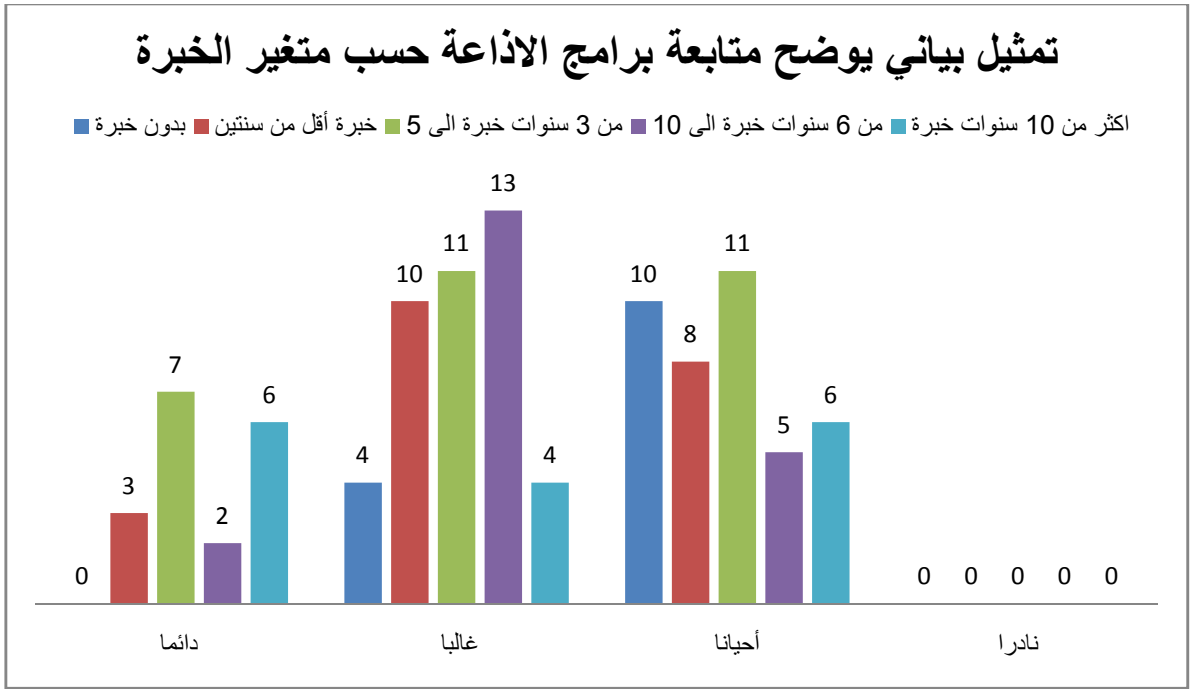
أعمدة بيانية رقم (08)

الجدول رقم (21) يوضح مدى متابعة برامج التوعية المرورية حسب متغير السن حيث نلاحظ أن نسبة 26% أفراد الفئة العمرية 18-29 سنة (26%) يستمعون غالبا لبرامج التوعية المرورية وأحيانا بنسبة 24 % ، ثم يأتي أفراد الفئة العمرية 30-39 سنة بنسبة 13 % يستمعون احيانا ، وفي الترتيب الثالث أفراد الفئة العمرية 40 - 50 بنسبة 6% غالبا وفي الأخير النسبة ظئيلة بالنسبة للفئة العمرية الأكثر من 50 سنة بنسبة 2% .

نستنتج مما سبق أن أفراد الفئة العمرية 18 – 29 يستمعون لبرامج التوعية المرورية غالبا وذلك راجع لما توليه هذه الفئة من اهتمام بمجال السياقة و عالم السيارات وأحيانا 24 % مع أفراد الفئة العمرية 30-49 سنة وذلك راجع لكثرة انشغالهم بالدراسة أو العمل مما يجعلهم غير دائمي الاستماع لبرامج التوعية المرورية أما أفراد الفئة العمرية 40 – 50 سنة يستمعون غالبا بنسبة 6% و3 % دائما لأفراد الفئة العمرية الأكثر من 50 سنة .

الجدول رقم (22) : يوضح متابعة برامج الاذاعة حسب متغير الخبرة

الخبرة	بدون خبرة		خبرة أقل من سنتين		من 3 سنوات خبرة الى 5		من 6 سنوات خبرة الى 10		اكثر من 10 سنوات خبرة		المجموع	
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
دائما	0	0%	3	16,7 %	7	38,9 %	2	11,1 %	6	33,3 %	18	100%
غالبا	4	9,5%	10	23,8 %	11	26,2 %	13	31,0 %	4	9,5%	42	100%
أحيانا	10	25,0 %	8	20,0 %	11	27,5 %	5	12,5 %	6	15,0 %	40	100%
نادرا	00	0%	00	00	00	00	00	00	00	,0%	00	,0%
المجموع	14	14%	21	21%	29	29%	20	20%	16	16%	100	100%



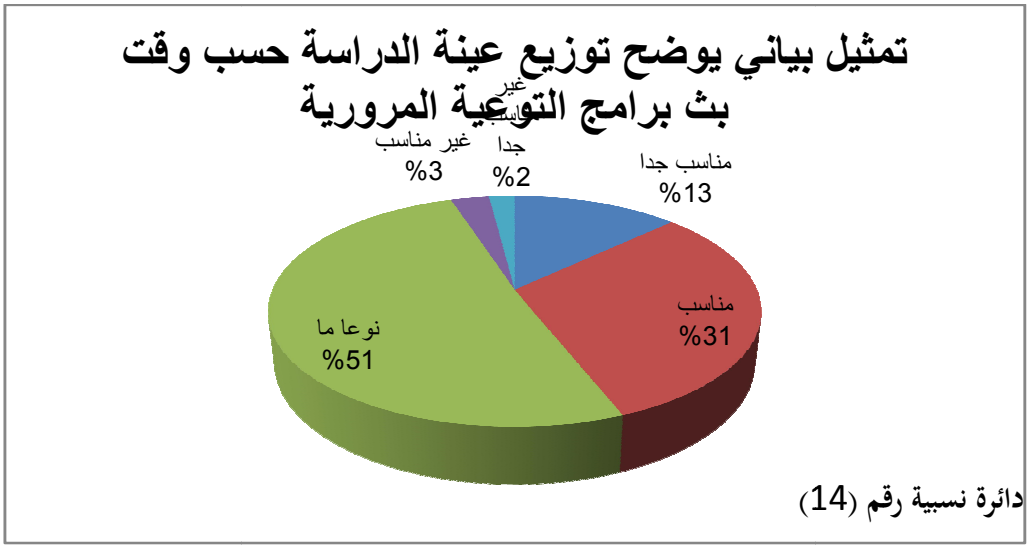
أعمدة بيانية رقم (09)

من خلال الجدول رقم(22) الذي يوضح متابعة برامج التوعية المرورية حسب متغير الخبرة نلاحظ أن النسب متقاربة بين الأفراد المبحوثين على اختلاف خبرتهم في السياقة، حيث أن الافراد الذين لهم خبرة ما بين6 و10 سنوات يستمعون أحيانا بنسبة بلغت **13** % ثم الأفراد الذين لديهم خبرة من 3 إلى 5سنوات يستمعون غالبا وأحيانا بنسبة 11 % ثم تليها الأفراد الذين ليس لديهم خبرة بحيث يستمعون أحيانا بنسبة 10 % ونفس النسبة سجلناها لدى الأفراد الذين لهم خبرة أقل من سنتين في حين سجلنا أعلى نسبة تستمع دائما لدى الأفراد الذين لديهم خبرة من 3 إلى5 سنوات بـ7 % أما الأفراد الذين لديهم خبرة أكبر من 10 سنوات فهي تستمع بصفة دائمة بنسبة 6 % وغالبا 4% وأحيانا 6% .

من خلال البيانات يتضح لنا أن برامج التوعية المرورية تحظى بمتابعة من طرف المستمعين على اختلاف خبرتهم في السياقة وهذا راجع لدرجة وعي المبحوثين بأهمية السلامة المرورية وذلك لما تشهده طرقاتنا من حوادث و ما تحصده من أرواح يوميا .

الجدول رقم (23) : توزيع عينة الدراسة حسب وقت بث برامج التوعية المرورية

وقت بث البرنامج	التكرارت	النسبة
مناسب جدا	13	13,0
مناسب	31	31,0
نوعا ما	51	51,0
غير مناسب	3	3,0
غير مناسب جدا	2	2,0
المجموع	100	100,0



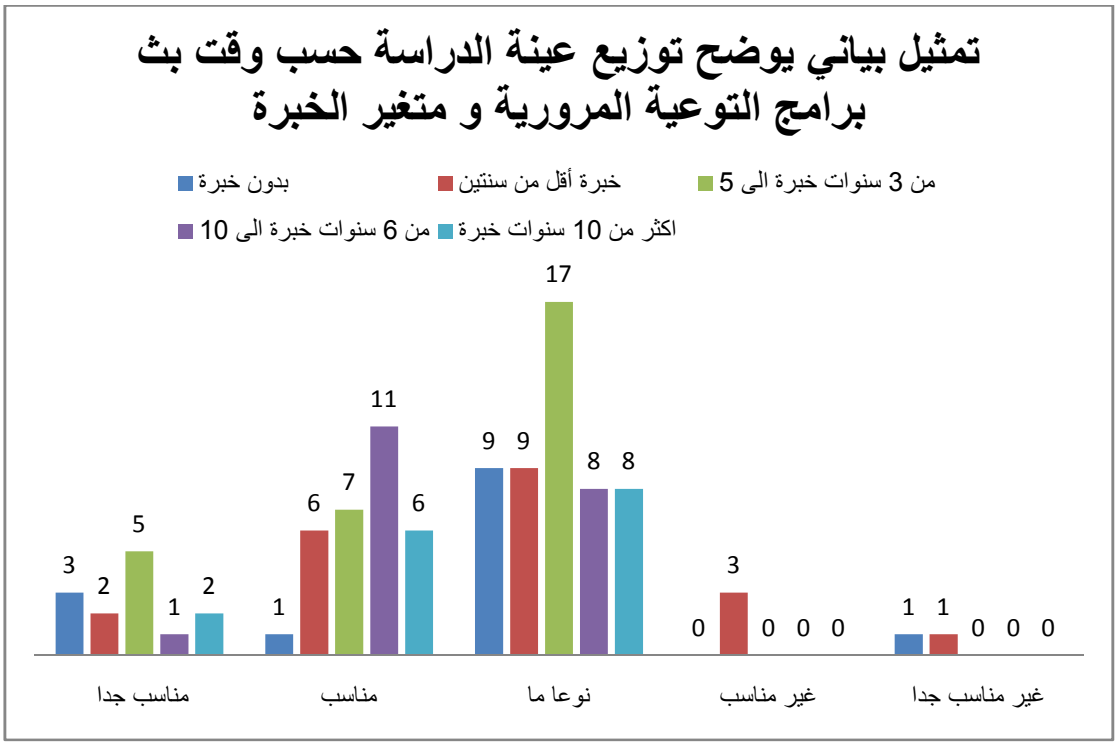
دائرة نسبية رقم (14)

من خلال الجدول رقم 21 نلاحظ أن وقت البرنامج مناسب نوعا ما لدى 51 % من المبحوثين، في حين بلغت نسبة 31 % لدى المبحوثين الذين يرون أن وقتها مناسب و13% مناسب جدا في حين لاحظنا نسب ضئيلة لغير مناسب 3% وغير مناسب جدا 2% .

من خلال البيانات نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يرون أن وقت البرنامج مناسب نوعا ما وقد يراجع ذلك لكثرة انشغالهم بالدراسة أو العمل ، أو بأعمال أخرى في وقت بث البرنامج .

لجدول رقم (23) : توزيع عينة الدراسة حسب وقت بث برامج التوعية المرورية و متغير الخبرة

الخبرة	بدون خبرة		خبرة أقل من سنتين		من 3 سنوات خبرة الى 5		من 6 سنوات خبرة الى 10		اكثر من 10 سنوات خبرة		المجموع	
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
مناسب جدا	03	23,1 %	2	15,4 %	5	38,5 %	1	%7,7	2	15,4 %	13	100 %
مناسب	1	%3,2	6	19,4 %	7	22,6 %	11	35,5 %	6	19,4	31	100 %
نوعا ما	9	17,6	9	33,3 %	17	17	8	15,7 %	8	15,7 %	51	100 %
غير مناسب	00	0	3	001	00	00	00	00	00	,0%	3	100 %
غير مناسب جدا	1	%50	1	%50	0	0	0	0	0	0	02	100
المجموع	14	14%	21	21%	29	29%	20	20%	16	16%	100	100%



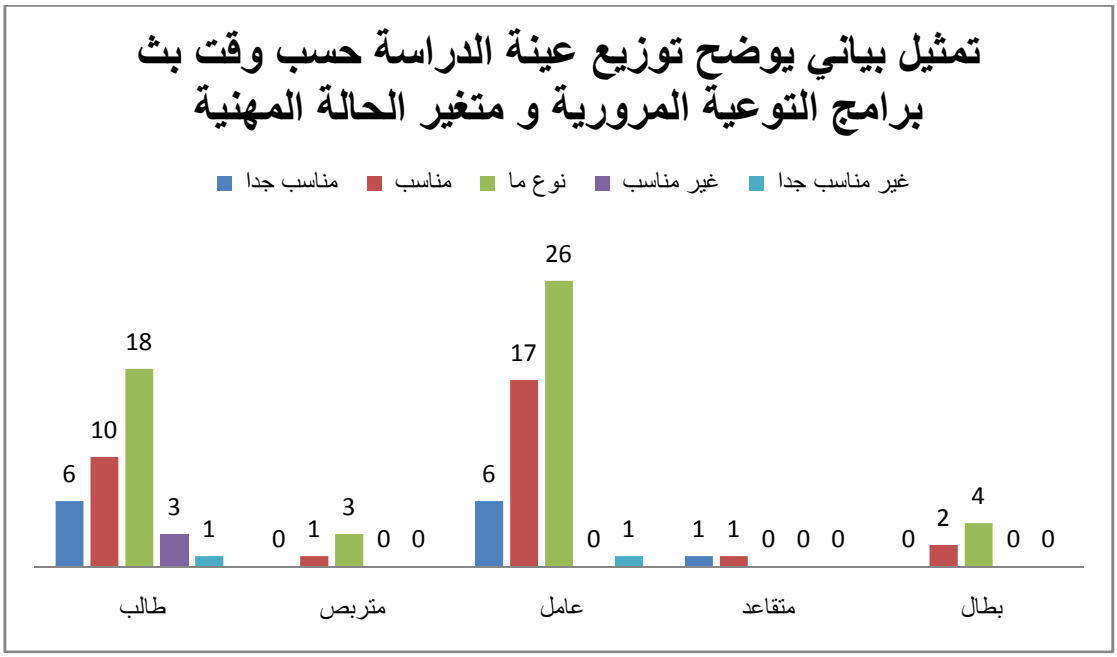
أعمدة بيانية رقم (10)

من خلال الجدول رقم (23) الذي يوضح توزيع العينة حسب وقت بث برامج التوعية المرورية ومتغير الخبرة نلاحظ أن نسبة 17 % "نوعا ما "سجلت لدى الأفراد الذين لديهم خبرة من 3 إلى 5 سنوات ثم تليها 11% "مناسب" لدى الأفراد الذين لديهم خبرة من 6 إلى 10 سنوات في حين سجلنا نسب متقاربة في " مناسب جدا " لدى الأفراد الذين ليس لديهم خبرة بـ 3% و5 % لدى الأفراد الذين لديهم خبرة من 3 إلى 5 سنوات أما الذين لا يناسبهم وقت بث برامج التوعية المرورية نسبة 3 % لدى الأفراد الأقل من سنتين خبرة و الذين لايناسبهم جدا نسبهم ضئيلة 1%

نلاحظ من خلال البيانات أن المبحوثين يرون أن وقت بث برامج التوعية المرورية مناسب نوعا وذلك قد يرجع لارتباطات العمل والدراسة لدى المبحوثين حسب الجدول رقم (04)

الجدول رقم (24) : توزيع عينة الدراسة حسب وقت بث برامج التوعية المرورية و متغير الحالة المهنية .

الحالة المهنية	طالب		متربص		عامل		متقاعد		بطال		المجموع	
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
مناسبة جدا	6	46,2%	0	11.%1	6	46,2%	1	7,7%	0	11.1 %	13	100%
مناسبة	10	32,3%	1	3,2%	17	54,8%	1	3,2%	2	6,5%	31	100%
نوعا ما	18	35,3%	3	5,9%	26	51,0%	0	%10	4	7,8%	51	100%
غير مناسبة	3	100,0 %	0	%40	0	%30	0	%10	0	0	3	100%
غير مناسبة جدا	1	50,0%	0	0	1	50,0%	0	0	0	0	2	100%
المجموع	38	%38	4	4%	50	50%	2	2%	6	6%	100	100%



أعمدة بيانية رقم (11)

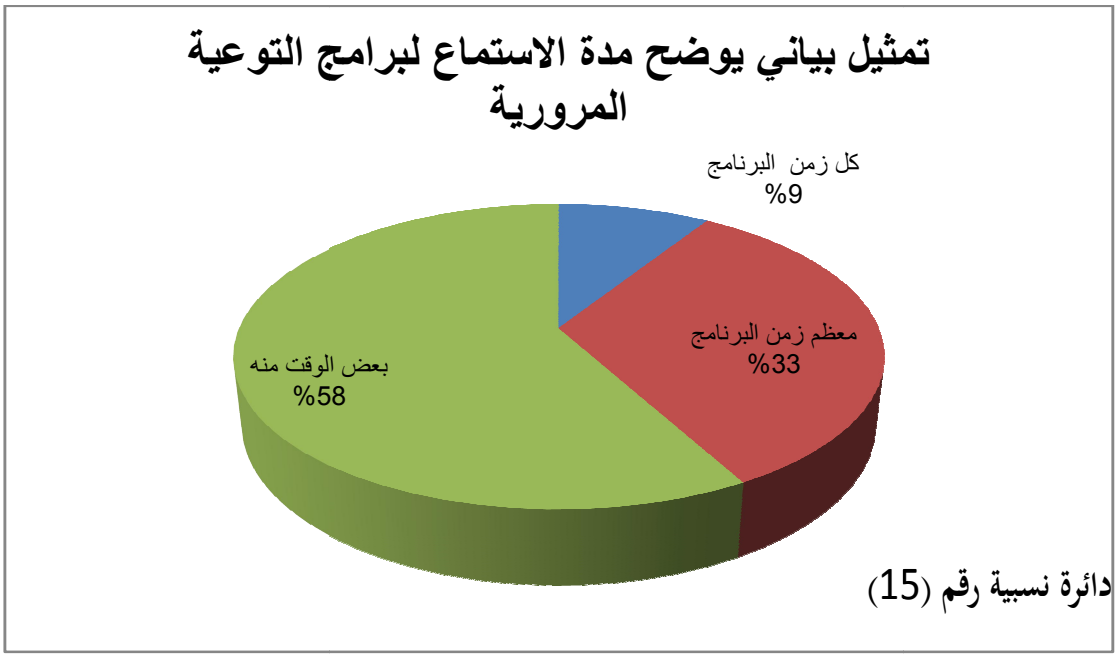
من خلال الجدول رقم (24) الذي يوضح توزيع عينة الدراسة حسب وقت بث برامج التوعية المرورية ومتغير الحالة المهنية، نلاحظ أن فئة العمال والطلبة هي الغالبة فقد جاءت نسب الخيارات "مناسب"و" نوعا ما" متقاربة بين الفئتين حيث سجلنا لدى فئة العمال 17 % مناسب و26% نوعا ما ولدى فئة الطلبة 10 % مناسب و 18% نوعا ما في حين لاحظنا تساوي بين الفئتين في الخيار الأول "مناسب جدا " بنسبة 6 % أما فئات المتربصين والبطالين والمتقاعدين سجلنا نسب ضئيلة في " نوعا ما" 4 % و 3% ومناسب 2% ومناسب جدا 1%

من خلال البيانات نستنتج وقت بث برامج التوعية المرورية حسب فئة العمال والطلبة الغالبة بين "المناسبة" و"نوعا ما" وذلك نتيجة اختلاف في طبيعة العمل و نشاط كل منهم وإمكانية استماع العمال لبرامج التوعية المرورية في أماكن عملهم في حين فئة الطلبة عبرت على أن فترات برامج التوعية المرورية مناسبة على العموم في الفترة الصباحية وهذا ما يؤكد النتيجة التي توصلت إليها الباحثة هيبة

شعوة حيث وجدت أن أكثر الأماكن استماعا هي المركبة و أفضل الفترات التي يفضلها المستمعون هي الفترة الصباحية .

الجدول رقم (25): يوضح مدة الاستماع لبرامج التوعية المرورية.

حجم الاستماع للبرنامج	التكرارت	النسبة
كل مدة بث البرنامج	9	9,0
معظم مدة بث البرنامج	33	33,0
بعض مدة بث البرنامج	58	58,0
المجموع	100	100,0



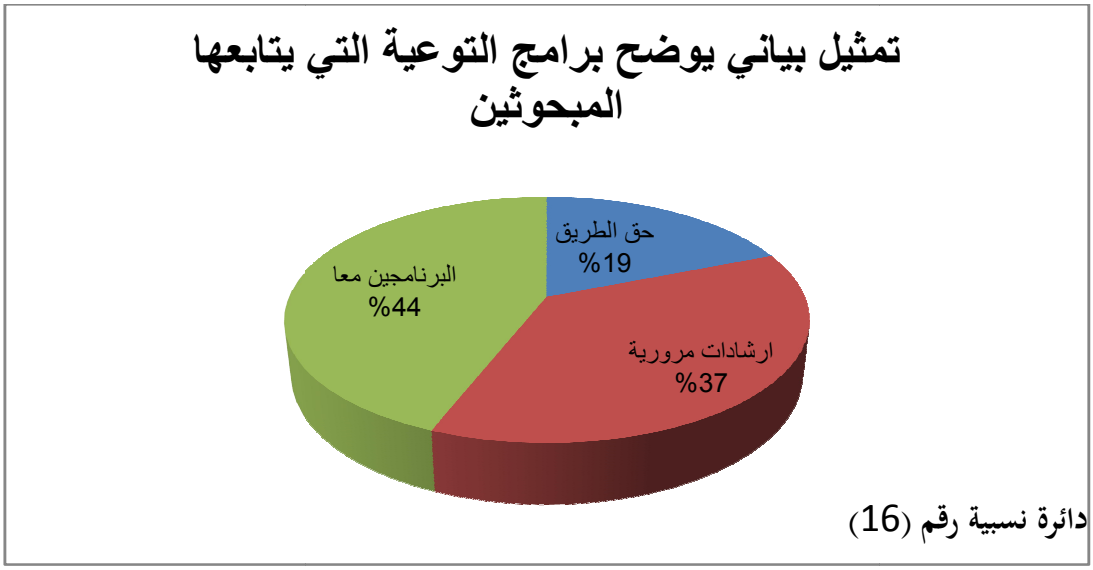
دائرة نسبية رقم (15)

من خلال الجدول رقم (25) الذي يوضح حجم الاستماع لبرامج التوعية المرورية نلاحظ أن 58 % من المبحوثين يستمعون لبعض مدة برامج التوعية المرورية و 33% من المبحوثين يستمعون لمعظم زمن برامج التوعية المرورية في حين 9 % يستمعون كل مدة بث برامج التوعية المرورية .

نلاحظ من خلال البيانات أن نصف أفراد العينة يستمعون لبعض الوقت من برامج التوعية المرورية أي أن حجم استماع أفراد العينة لبرامج التوعية متوسط على العموم وهذا مؤشر على نقص درجة الاهتمام بكل ما يبث في برامج التوعية المرورية وهذا ما يؤكد احتلال برامج التوعية المرورية المرتبة الرابعة من حيث درجة التفضيل في الجدول رقم

الجدول رقم (26): يوضح لنا برامج التوعية المرورية التي يتابعها المبحوثين.

19البرامج التوعوية التي يتابعها	التكرارت	النسبة
حق الطريق	19	19,0
ارشادات مرورية	37	37,0
البرنامجين معا	44	44,0
المجموع	100	100,0



دائرة نسبية رقم (16)

الجدول رقم (26) يوضح لنا برامج التوعية المرورية التي يتابعها المبحوثين، نلاحظ أن 44 % يتابعون "البرنامجين معا" ثم 37 % يتابعون برنامج "إرشادات مرورية" وتليها 19% يتابعون برنامج "حق الطريق".

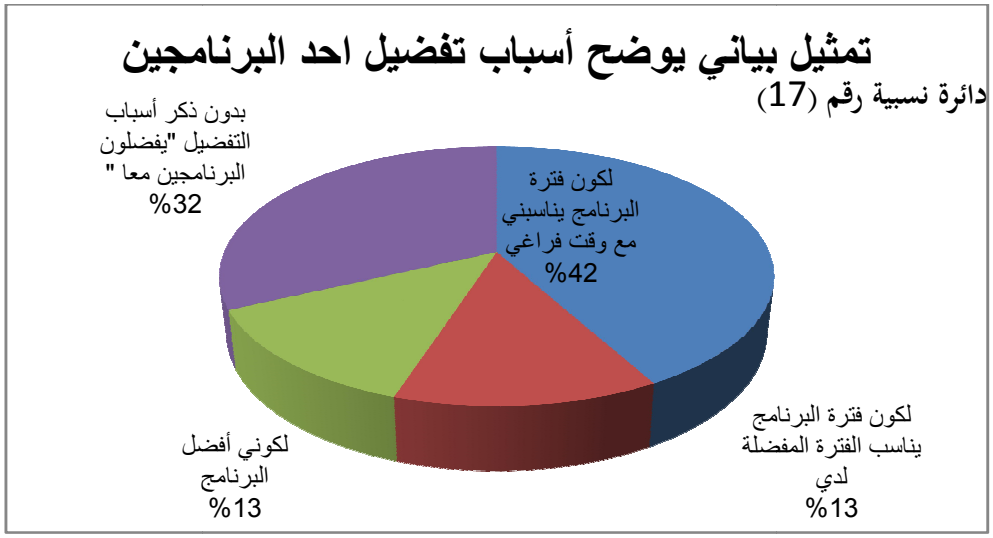
نستنتج مما سبق أن أفراد العينة يتابع برنامج " إرشادات مرورية" بالاستماع لبرامج التوعية المرورية في إذاعة المسيلة الجهوية فبرنامج "إرشادات مرورية" يقدم النصائح و الإرشادات التي تعنى بالثقافة المرورية لجمهور المستمعين وبث رسائل لتوعية وزيادة وعي السائقين خاصة ،لأخذ الحيطة والحذر وكيف يتصرف في بعض المخاطر التي تصادفه أثناء السياقة والإجابة على بعض التساؤلات التي تشغل السائقين .

أما برنامج " حق الطريق" فهو برنامج أسبوعي مدته 52 دقيقة يتناول فيه مختلف القضايا التي تشغل جمهور المستمعين و يستضيف فيه ضيوف من شتى القطاعات لتقريب المسؤول من المواطن ويفتح فيها المجال لتدخلات المواطنين لطرح انشغالاتهم .[1]

الجدول رقم (27): يوضح لنا أسباب تفضيل أحد البرنامجين

20اسباب تفضيل أحد البرنامجين	التكرارت	النسبة
لكون فترة البرنامج يناسبني مع وقت فراغي	42	42,0
لكون فترة البرنامج يناسب الفترة المفضلة لدي	13	13,0
لكوني أفضل البرنامج	13	13,0
بدون ذكر أسباب التفضيل "يفضلون البرنامجين معا "	32	32,0
المجموع	100	**%** 100,0

[1] أنظر الملحق رقم4،ص 156



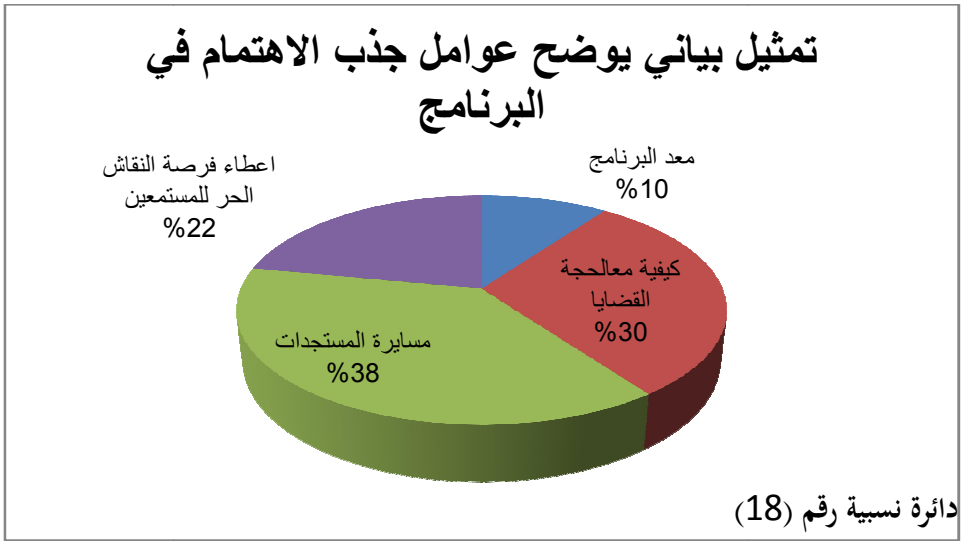
دائرة نسبية رقم (17)

الجدول رقم (27) يوضح لنا أسباب تفضيل أحد البرنامجين ، جاءت إجابة 42% منهم "لكون فترة البرنامج تناسب وقت فراغهم" ،ثم تليها "لكون فترة البرنامج يناسب الفترة المفضلة لديهم" بنسبة متساوية مع "كونهم يفضلون البرنامج في حد ذاته" بنسبة 13% لكل منهما في حين تبقى النسبة المتبقية 32 % للأفراد المبحوثين الذين يفضلون البرنامجين معا .

نلاحظ أن42 % من جملة أفراد العينة كان تفضيلهم وفقا لفترة الفراغ و ليس لمضمون برامج التوعية المرورية في حد ذاته وهذا مؤشر آخر على قلة الاهتمام بالمضمون مقارنة مع وقت البث، أي أن درجة الاستماع تتماشى أكثر مع وقت البث و الفراغ وليس مع درجة الاهتمامبالبرامج وما تقدمه.

الجدول رقم (28): يوضح لنا أسباب الاهتمام بالبرنامج.

أسباب الاهتمام بالبرنامج	التكرارت	النسبة %
معد البرنامج	10	% 10,0
كيفية معالجة القضايا	30	% 30,0
مسايرة المستجدات	38	% 38,0
اعطاء فرصة النقاش الحر للمستمعين	22	% 22,0
المجموع	100	% 100,0



دائرة نسبية رقم (18)

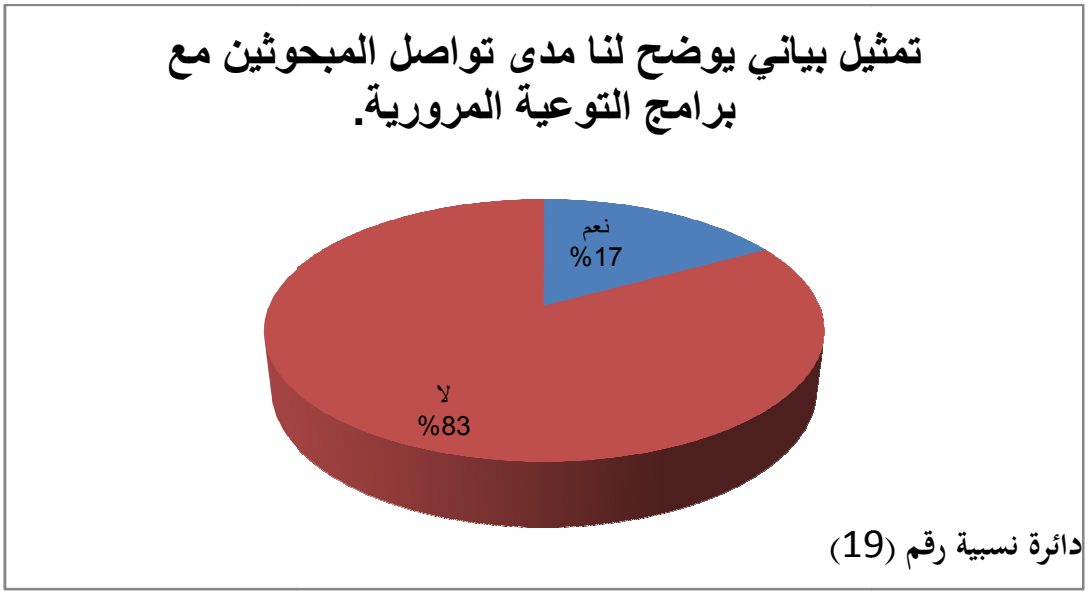
الجدول رقم (28) يوضح لنا أسباب الاهتمام بالبرنامج حيث احتلت المرتبة الأولى "مسايرة المستجدات" بنسبة 38 % وتليها في المرتبة الثانية "كيفية معالجة القضايا" بنسبة قدرت 30 % وتليها "إعطاء فرصة النقاش الحر للمستمعين" بنسبة 22% وأخيرا "معد البرنامج" بنسبة 10 %.

نستنتج من خلال البيانات أن "مسايرة المستجدات" تحتل المرتبة الأولى وذلك لكون معد ومقدم البرنامج السيد : سليم عمرون "خبير سيارات " وابن المنطقة " المسيلة " ومن خلال الملاحظة الميدانية والمشاكل التي تعانيها الطرقات واطلاعه واحتكاكه اليومي بحوادث المرور جعلته يعالج مواضيع آنية تشغل الرأي العام وجمهور المستمعين، ثم في المرتبة الثانية "كيفية معالجة مختلف القضايا "والمواضيع بطريقة ميسرة وبلغة يفهماها المجتمع المحلي تصل للمستمع في صورة مبسطة واستضافة ضيوف مختصين في المجال لتوضيح الأمور أكثر، كما أن "إعطاء الفرصة للنقاش الحر للمستمعين" ساهمت في إيصال صوتهم للمسئولين فقد أصبح وسيط بين الجمهور و المسؤولين ولا يوصل الرسالة فقط وإنما يستضيف مسؤولين في مختلف القطاعات لتكون أكثر شفافية وربطهم بهم بصفة مباشرة، في حين 10% يجذب اهتمامهم "معد ومقدم البرنامج" لما يمتلكه من ثقة من طرف الجمهور ومؤهلاته الخاصة بصفته خبير في السيارات.[1]

[1] أنظر الملحق رقم 4،ص156

الجدول رقم (29): يوضح لنا مدى تواصل المبحوثين مع برامج التوعية المرورية.

التواصل مع البرنامج	التكرارت	النسبة
نعم	17	17%
لا	83	83 %
المجموع	100	% 100



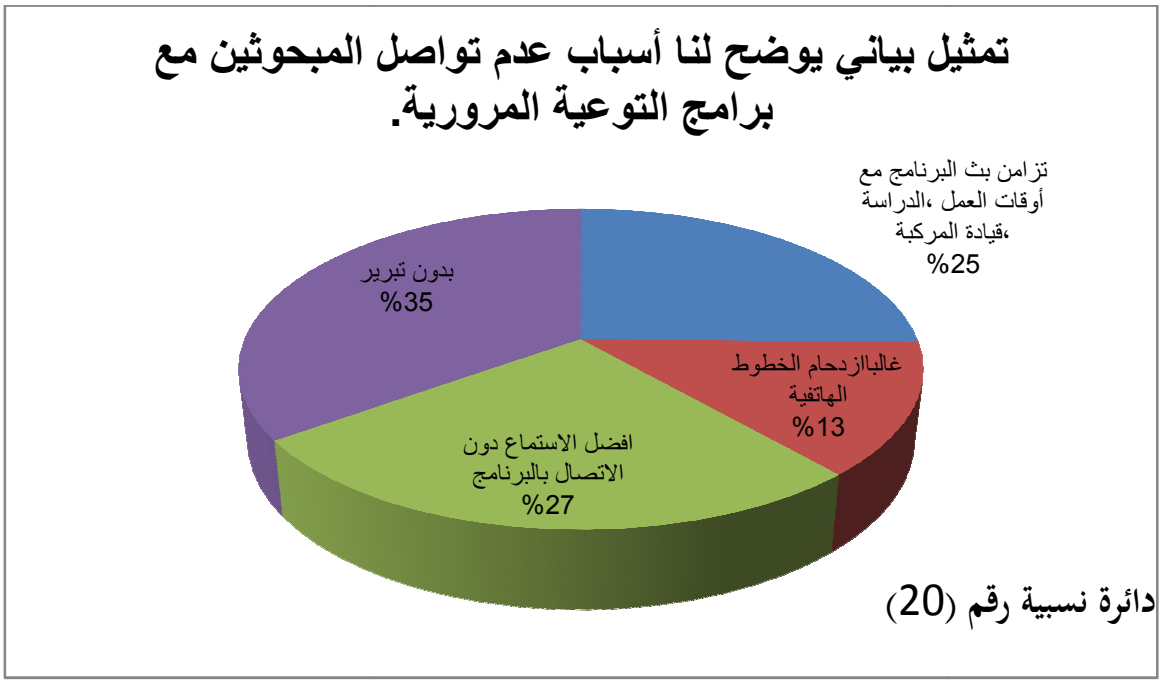
دائرة نسبية رقم (19)

الجدول رقم 30 الذي يوضح مدى تواصل المبحوثين مع برامج التوعية المرورية نلاحظ أن أغلبية المبحوثين لا يتواصلون مع برامج التوعية المرورية بنسبة **83%** وقدرت نسبة الذين يتواصلون مع برامج التوعية المرورية بنسبة **17%** .

نستنتج من خلال بيانات الجدول رقم 30 أن أغلبية المبحوثين الذين لا يتواصلون مع برامج التوعية المرورية قد يكون بسبب ارتباطاتهم المهنية أو الدراسة ولكون أن أسباب جذب الاهتمام بالبرنامج مسايرة المستجدات وكيفية معالجة القضايا بنسبة 68 % أم الاتصال و المشاركة فكانت نسبتها ضئيلة حيث قدرت بـ 22% حسب الجدول رقم 29.

الجدول رقم (30): يوضح لنا أسباب عدم تواصل المبحوثين مع برامج التوعية المرورية.

أسباب عدم التواصل مع البرنامج	التكرارت	النسبة %
تزامن بث البرنامج مع أوقات العمل ،الدراسة ،قيادة المركبة	21	25.10%
غالباازدحام الخطوط الهاتفية	11	13.25%
افضل الاستماع دون الاتصال بالبرنامج	22	26.50%
بدون تبرير	29	43.93%
المجموع	**83**	**100, %**

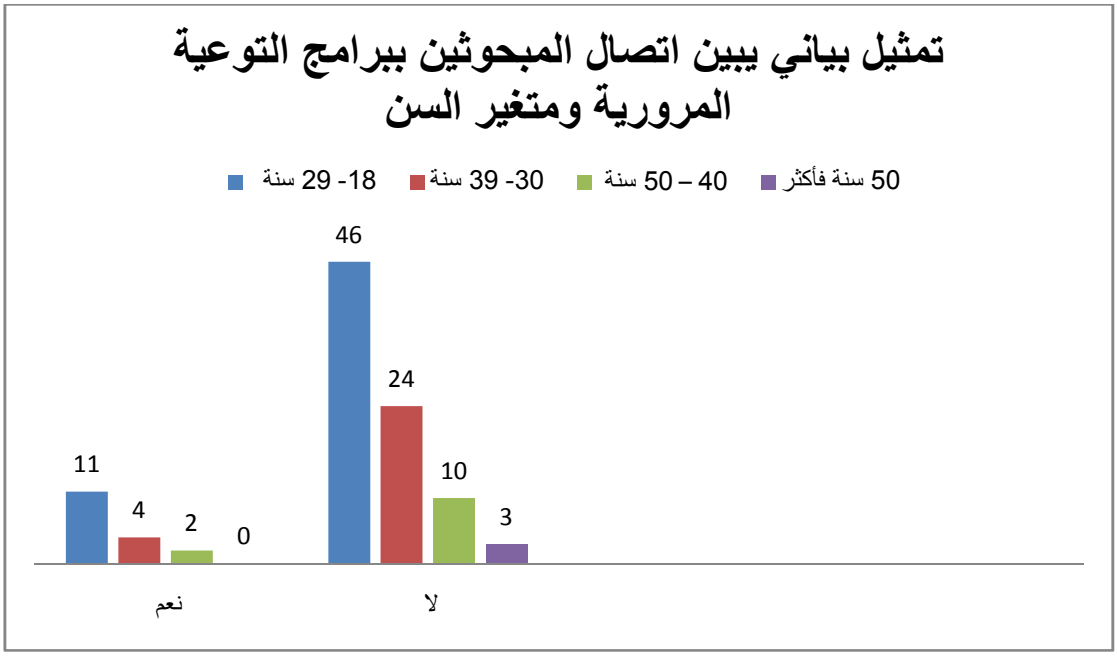


الجدول رقم (30) يوضح لنا مدى اتصال المبحوثين ببرامج التوعية المرورية ، نلاحظ أن 83 فرد من المبحوثين لا يتصلون ببرامج التوعية المرورية لأن 25.10% من المبحوثين برروا عدم اتصالهم بتزامن بث البرنامج مع أوقات العمل ، الدراسة ،قيادة المركبة ، و26.50 % منهم يفضلون الاستماع دون الاتصال بالبرنامج ونسبة 13.25% برروا عدم اتصالهم بسبب ازدحام الخطوط الهاتفية ،في حين 43.93 % لم يبرروا سبب عدم اتصالهم ببرامج التوعية المرورية .

نستنتج من خلال البيانات أن أغلب المبحوثين لا يتصلون ببرامج التوعية المرورية لكون فترة بثها يتزامن مع فترات العمل أو الدراسة أو السياقة ،بينما هناك من المستمعين من يحب الاستماع دون المشاركة والاتصال ببرامج التوعية المرورية ويكتفي بتدخلات غيره من المتصلين وما يقدم في هذه البرامج، بالإضافة إلى ازدحام الخطوط لكون الإذاعة تفتح خطين لمشاركات المستمعين فإنها تشهد ازدحام مما لا يسمح لأغلب المستمعين بالاتصال .

الجدول رقم (31): **يوضح لنا مدى اتصال المبحوثين ببرامج التوعية المرورية ومتغير السن .**

السن / مدى التواصل بالبرنامج	18– 29 سنة		30– 39 سنة		40 – 50 سنة		50 سنة فأكثر		المجموع	
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%		
نعم	11	64 .7	4	23.5	2	11.8	0	0	17	100
لا	46	55.4	24	28.9	10	12	3	3.6	83	100
المجموع	57	%57	28	%28	12	%12	3	3%	100	100



أعمدة بيانية رقم (12)

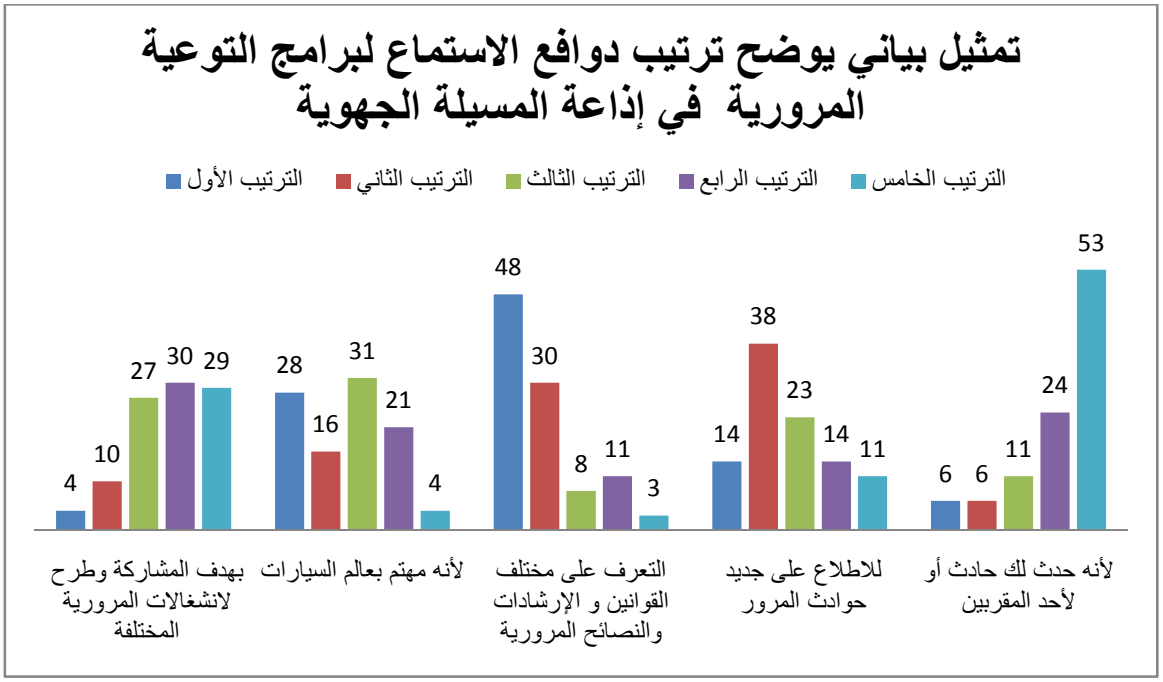
من خلال الجدول رقم (31) نلاحظ أن الفئة العمرية 18-29 سنة تحتل المرتبة الأولى بنسبة 55.4% من الذين لا يتصلون ببرامج التوعية المرورية وتليها الفئة العمرية 30-39 سنة بنسبة 28 % ثم تليها الفئة العمرية 40 – 50 سنة بنسبة 12% وأخيرا الفئة العمرية 50 سنة فأكثر بنسبة 3.6 %، أما المبحوثين الذين اتصلوا ببرامج التوعية المرورية بنسبة 27 % ونلاحظ أنها بنفس الترتيب و بنسب ضئيلة حيث قدرت نسبة الفئة العمرية 18 – 29 سنة بـ11 % وتليها 30 - 39 سنة ب 4 % ثم الفئة العمرية 40- 50 سنة بنسبة 2 % لتنعدم النسبة في الفئة العمرية 50 سنة فأكثر .

نستنتج من خلال البيانات أن برامج التوعية المرورية تحظى بمتابعة من طرف الفئة العمرية 18-29 سنة و الفئة العمرية 30-39 سنة لكونها الفئة الأكثر نشاطا وحيوية واهتماما بمجال السياقة .

المحور الثالث : دوافع الجمهور للإستماع للبرامج التوعية المرورية بإذاعة المسيلة الجهوية.

الجدول رقم (32): يوضح ترتيب دوافع الاستماع لبرامج التوعية المرورية في إذاعة المسيلة الجهوية.

دوافع الاستماع لبرامج التوعية المرورية	الترتيب الأول		الترتيب الثاني		الترتيب الثالث		الترتيب الرابع		الترتيب الخامس		ك م	%
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
بهدف المشاركة وطرح لانشغالات المرورية المختلفة	4	%4	10	10	27	27	30	30	29	29	230	15.33%
لأنه مهتم بعالم السيارات	28	28%	16	16	31	31	21	21	4	4	343	22.88%
التعرف على مختلف القوانين و الإرشادات والنصائح المرورية	48	48	30	30	8	8	11	11	3	3	409	27.26
للاطلاع على جديد حوادث المرور	14	14	38	38	23	23	14	14	11	11	330	22
لأنه حدث لك حادث أو لأحد المقربين	6	6	6	6	11	11	24	24	53	53	188	12.53
المجموع	100	%100	100	%100	100	%100	100	%100	100	%100	1500	100%



أعمدة بيانية رقم (13)

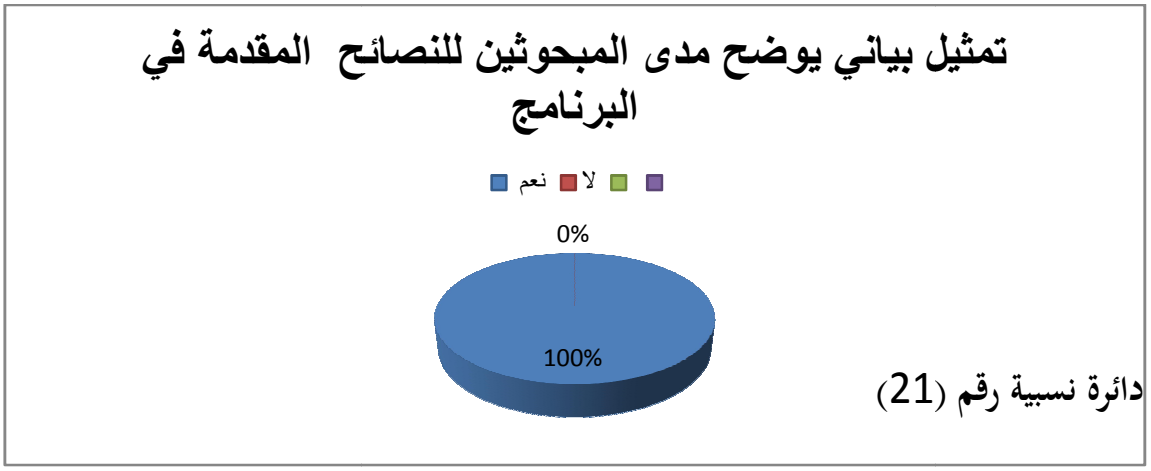
من خلال الجدول رقم (32):الذي يبين دوافع الاستماع لبرامج التوعية المرورية في إذاعة المسيلة الجهوية نجد دافع " التعرف على مختلف القوانين و الإرشادات والنصائح المرورية " أخذت النسبة الأكبر في الترتيب الأول بنسبة 27.26% من جملة التكرارات المعدلة ويؤكد هذا التصدر احتلالها نسبة 48 % من جملة تكرارات الاختيار الأول لدى أفراد العينة ،ثم دافع " الاهتمام بعالم السيارات" بنسبة 22.88% في الترتيب الثاني وتليها في المرتبة الثالثة دافع " للاطلاع على جديد حوادث المرور" بنسبة 22 % ثم دافع "بهدف المشاركة وطرح لانشغالات المرورية المختلفة" في المرتبة الرابعة بنسبة 15.33% والمرتبة الخامسة الدافع "لأنه حدث لك حادث أو لأحد المقربين " بنسبة 12.53 % في الترتيب الخامس وتتأكد هذه المرتبة من خلال احتلالها أكبر نسبة للاختيار الخامس .

يتضح لنا من خلال الجدول أن دوافع المبحوثين للاستماع لبرامج التوعية المرورية بالإذاعة المحلية بدافع التعرف على مختلف القوانين والإرشادات و النصائح المرورية و للاطلاع على جديد حوادث المرور لكون معد البرنامج مختص في الميدان " خبير سيارات " بالإضافة إلى استضافة ضيوف أكفاء متخصصين في المجال، في حين يأتي دافع اهتمام المستمعين بعالم السيارات لكون الأفراد المبحوثين أغلبيتهم شباب فهم

يولون اهتمام أكبر بجديد عالم السيارات و السياقة ثم دافع طرح الانشغالات والاستفسارات المتعلقة بالمجال التوعوي وتكوين ثقافة مرورية لدى بعض المستمعين و نلاحظ أن الدوافع الأساسية لمتابعة برامج التوعية المرورية لدى أفراد العينة كانت عن حاجات متعلقة بالمجال التوعوي سواء كانت تخص الجانب المعرفي أو الجانب الاجتماعي أو الجانب النفسي حيث نجد الحاجات الخاصة بالجانب المعرفي من خلال دافع رقم 02 والدافع رقم 03 والدافع رقم 04 حسب الجدول والخاصة بالجانب الاجتماعي نجد الدافع رقم 01 هذا الأخير له صلة بالجانب المعرفي لأن المشاركة تتطلب معرفة وثقافة قبل أن تكون سلوكا فرديا أو اجتماعيا، الدافع رقم 05 الذي أخذ أكبر نسبة في الترتيب الخامس وهي ناتج عن حاجة نفسية اجتماعية وهي حاجة الاحساس بما تخلفه هذه الحوادث من ألم سواء في النفس ومع الآخرين .

الجدول رقم (33): يبين أخذ بعين الاعتبار النصائح التي تقدمها حصص التوعية المرورية بإذاعة المسيلة الجهوية .

اخذ النصائح المقدمة في برامج التوعية المرورية	التكرارت	النسبة
نعم	100	% 100,0
لا	00	% 00,0
المجموع	100	% 100,0



دائرة نسبية رقم (21)

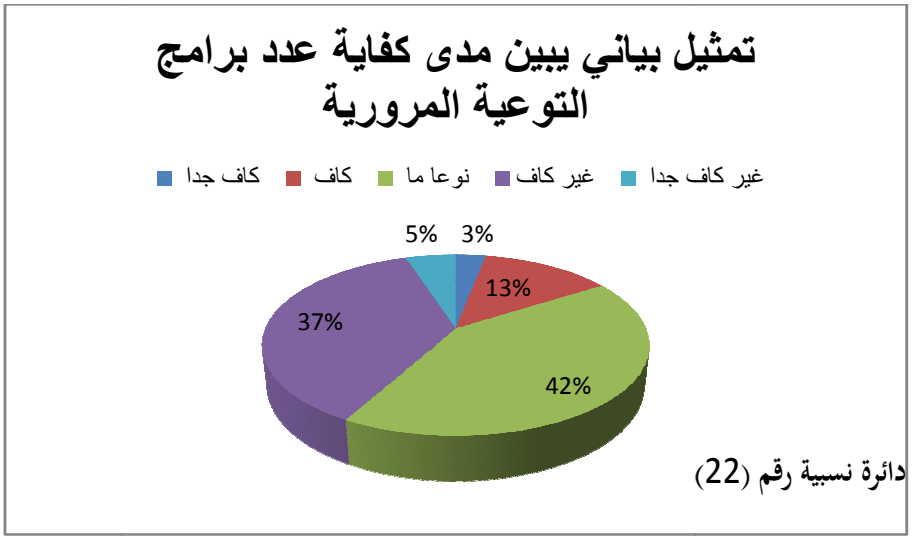
من خلال الجدول رقم (33) الذي يبين أخذ بعين الاعتبار النصائح التي تقدمها برامج التوعية المرورية بإذاعة المسيلة الجهوية نلاحظ أن جميع أفراد العينة تأخذ بعين الاعتبار النصائح المقدمة في برامج التوعية المرورية بنسبة 100 % سواء من ذكور وإناث على اختلاف أعمارهم و مستوياتهم وأنماط استماعهم للإذاعة .

نستنتج من خلال الجدول أن الإذاعة المحلية نوعا ما أثرت ايجابيا في تشكيل نوع من الثقافة و الوعي بالمسائل المرورية التي بدورها تساهم في التخفيف من حوادث المرور و إلتزام بقواعده بصورة أفضل .

المحور الرابع : الإشباعات المحققة عند الاستماع لبرامج التوعية المرورية بإذاعة المسيلة الجهوية.

الجدول رقم (34): يبين مدى كفاية عدد برامج التوعية المرورية

25عدد برامج التوعية المرورية	التكرارت	النسبة %
كاف جدا	3	% 3,0
كاف	13	% 13,0
نوعا ما	42	% 42,0
غير كاف	37	% 37,0
غير كاف جدا	5	% 5,0
المجموع	100	% 100,0



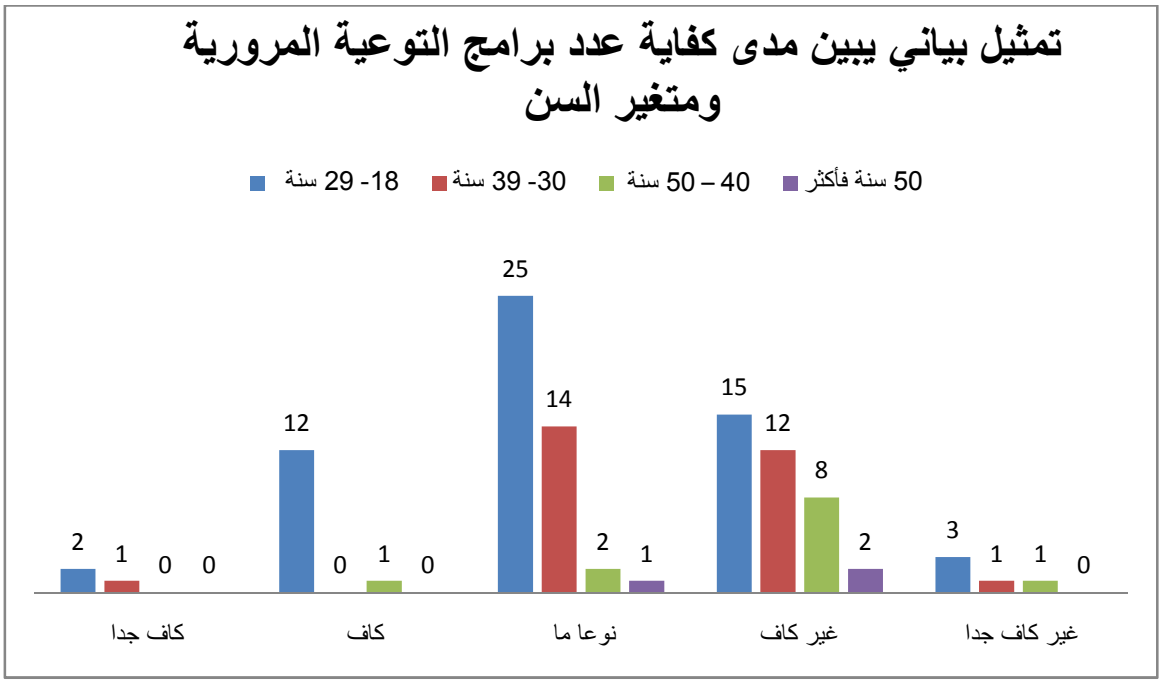
دائرة نسبية رقم (22)

من خلال الجدول رقم (**34**)الذي يبين مدى كفاية عدد برامج التوعية المرورية، نلاحظ أن 42 % من المبحوثين يرون أن عدد برامج التوعية المرورية "نوعا ما كافية" بينما يرى 37 % من المبحوثين أن عدد برامج التوعية المرورية "غير كاف " في حين يرى 13 % من المبحوثين بكفاية عدد برامج التوعية المرورية بينما سجلنا نسب ضئيلة للخيار "كاف جدا" بـ 3 % و "غير كاف جدا" بنسبة 5 %.

نستنتج من خلال بيانات الجدول أن أغلبية المبحوثين يرون أن عدد برامج التوعية المرورية "نوعا ما كافية" و "غير كافية" بنسب متقاربة وهذا راجع إلى أنهم وجدوا اهتماماتهم في برامج التوعية المرورية لكن يطلبون المزيد، أما من يرون بكفاية برامج التوعية وجدوا ما يحقق احتياجاتهم ورغباتهم ويناسب ميولا تهم .

الجدول رقم (35): يبين مدى كفاية عدد برامج التوعية المرورية ومتغير السن.

	18– 29 سنة		30– 39 سنة		40 – 50سنة		50 سنة فأكثر		المجموع	
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
كاف جدا	2	66,7	1	33,3	0	0	0	0	3	100%
كاف	12	92.3	0	0	1	7.7	0	0	13	100%
نوعا ما	25	59.5	14	33.3	2	4.8	1	2,4	42	100%
غير كاف	15	40.5	12	32.4	8	21.6	2	5.4	37	100%
غير كاف جدا	3	60	1	20	1	20	0	0	5	100%
المجموع	57	57 %	28	28 %	12	12 %	3	3 %	100	100%



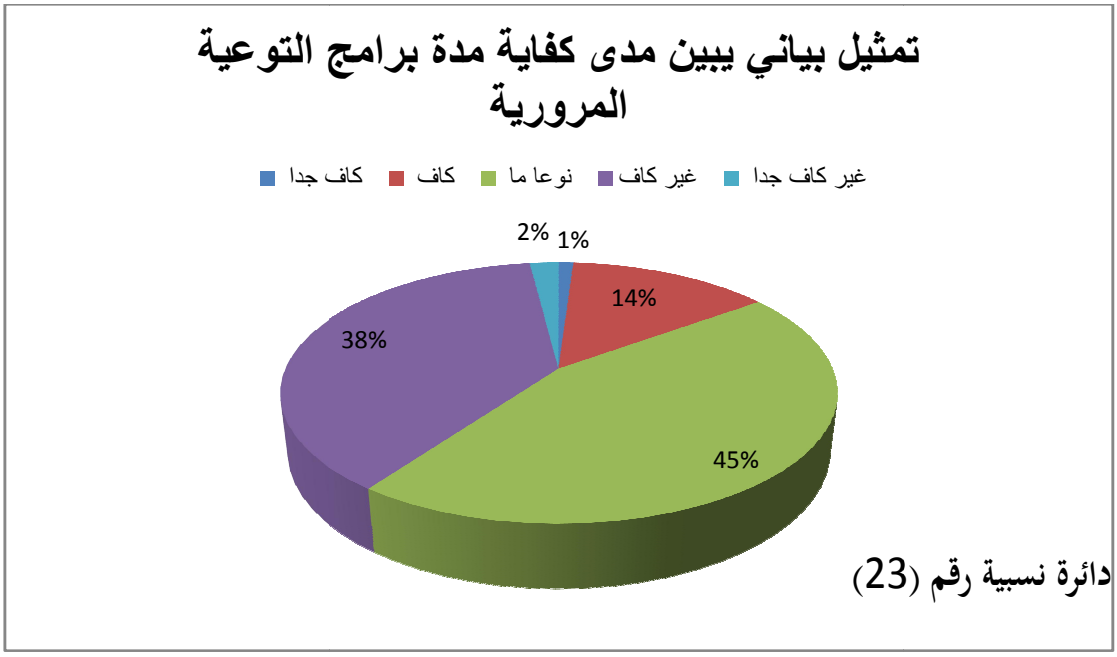
أعمدة بيانية رقم (14)

من خلال الجدول رقم (35) الذي يوضح مدى كفاية عدد برامج التوعية المرورية حسب متغير السن نلاحظ أن عدد برامج التوعية المرورية " نوعا ما كافية " بنسبة 59.5 % لدى الفئة العمرية 18-29 سنة و"غير كافية" بنسبة 40.5 % لدى نفس الفئة العمرية ثم تليها الفئة العمرية 30-39 سنة بنسبة 33.3 % "نوعا ما كافية" و"غير كافية"بنسبة 32.4 % وتليها الفئة العمرية 40 -50 سنة بنسبة 21.6 % ترى بأن عدد برامج التوعية المرورية غير كافية وأخيرا الفئة العمرية 50 سنة فأكثر بنسبة 5.4 % غير كافية

نستنتج من خلال الجدول أن عدد برامج التوعية المرورية بإذاعة المسيلة الجهوية غير كافي باتفاق بين مختلف الفئات العمرية من المبحوثين وحتى المصالح الأمنية والحماية المدنية وذلك لكون برامج التوعية المرورية تناسب اهتماماتهم لكن يطلبون المزيد .

الجدول رقم (36): يبين مدى كفاية مدة برامج التوعية المرورية.

مدة برامج التوعية المرورية 26	التكرارت	النسبة %
كاف جدا	1	% 1,0
كاف	14	% 14,0
نوعا ما	45	% 45,0
غير كاف	38	% 38,0
غير كاف جدا	2	% 2,0
المجموع	100	% 100,0



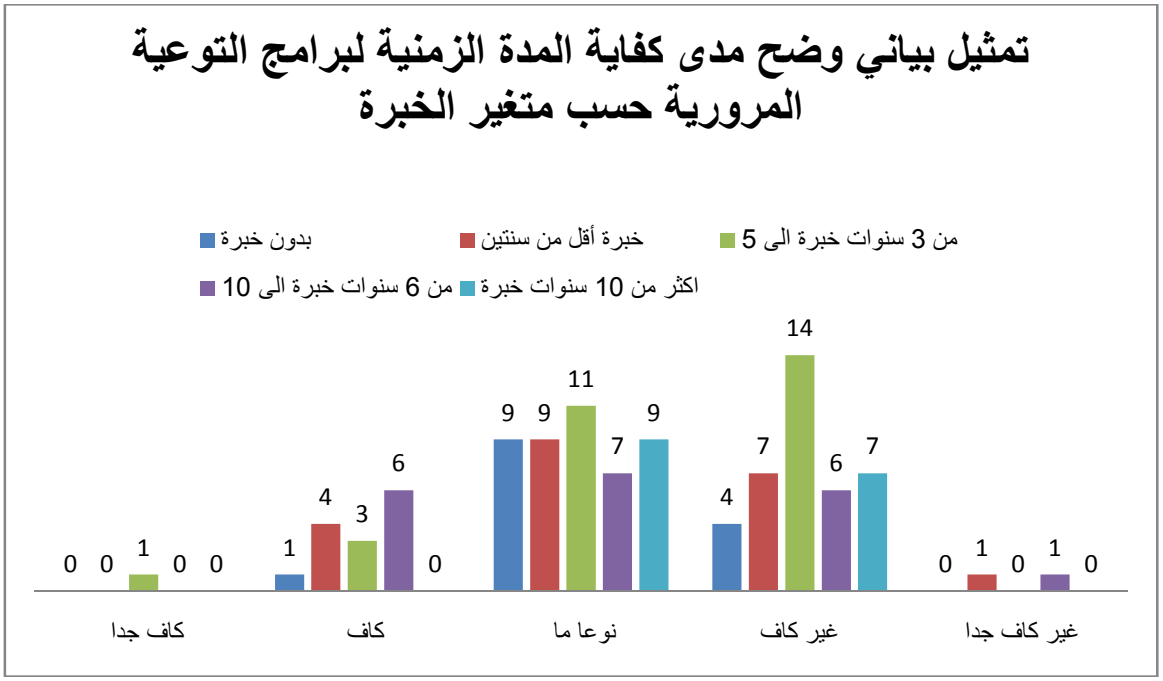
دائرة نسبية رقم (23)

الجدول رقم (**36**) يبين مدى كفاية مدة برامج التوعية المرورية ، حيث نلاحظ أن 45 % من المبحوثين يرون بأن مدة برامج التوعية المرورية "نوعا ما كافية " و 38 % من المبحوثين يرون أنها "غير كافية " بينما 14 % يرون أن مدة برامج التوعية المرورية كافية في حين قدرت بنسبة ضئيلة الخيارين" كافية جدا" و"غير كافية جدا "1 % و2 % على التوالي .

نستنتج من خلال بيانات الجدول أن أغلبية المبحوثين يرون أن مدة برامج التوعية المرورية "غير كافية" و"كافية نوعا ما" بنسب متقاربة ويرجع ذلك لثراء المواضيع التي يستمعون إليها وحداثتها وكذلك الأسلوب الشيق الذي يسير به البرنامج وحضور الضيوف المختصين في المجال .

الجدول رقم (37): يوضح مدى كفاية المدة الزمنية لبرامج التوعية المرورية حسب متغير الخبرة

الخبرة	بدون خبرة		خبرة أقل من سنتين		من 3 سنوات خبرة الى 5		من 6 سنوات خبرة الى 10		اكثر من 10 سنوات خبرة		المجموع	
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
كاف جدا	0	0	0	0	1	100	0	0	0	0	1	100
كاف	1	7.1	4	28.6	3	21.4	6	42.9	0	0	14	100
نوعا ما	9	20	9	20	11	24.4	7	15.6	9	20	45	100
غير كاف	4	10.5	7	18.4	14	36.8	6	15.8	7	18.4	38	100
غير كاف جدا	0	0	1	50	0	0	1	50	0	0	2	100
المجموع	14	14	21	21	29	29	20	20	16	16	100	100%



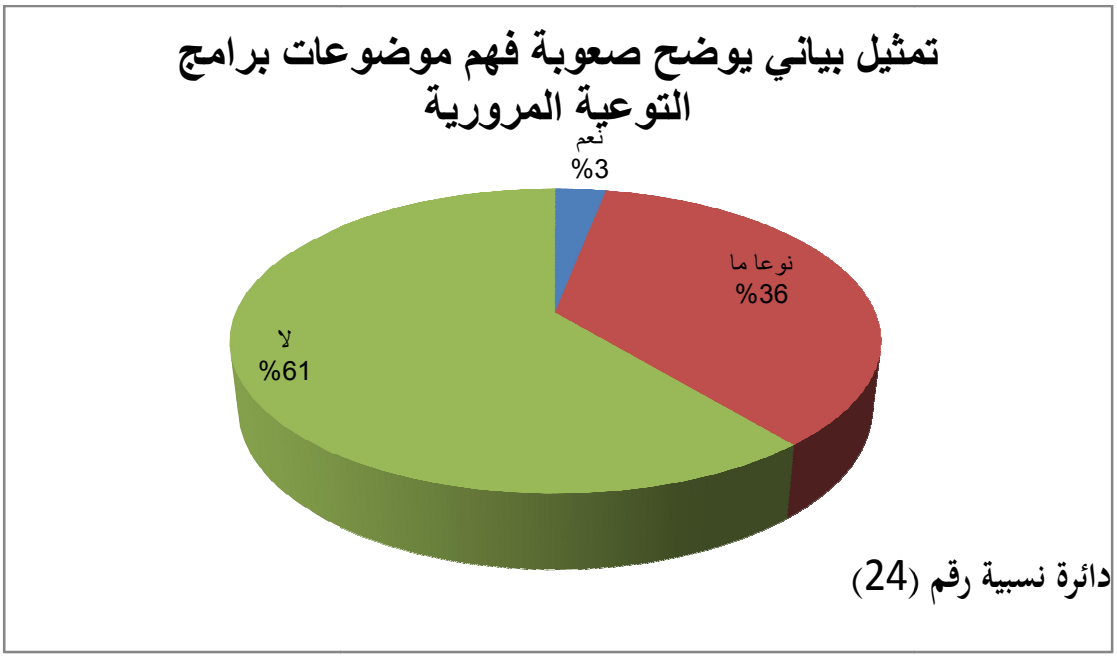
أعمدة بيانية رقم (15)

من خلال الجدول رقم (37) الذي يوضح مدى كفاية المدة الزمنية لبرامج التوعية المرورية حسب متغير الخبرة نلاحظ أن الحجم الساعي لبرامج التوعية المرورية "كافية نوعا ما" لمن ليس لديهم خبرة و خبرة أقل من سنتين بنسبة متساوية 20 % ، ومن لديهم خبرة على اختلافها يرون أن الحجم الساعي لبرامج التوعية المرورية "غير كافية " حيث قدرة نسبة 36.8 % لذى الأفراد الذين لديهم خبرة من 3 إلى 5 سنوات ونسبة 18.4 % لدى الأفراد الذين لديهم خبرة أكثر من 10 سنوات وبلغت نسبة 15.8 % لدى الأفراد الذين لديهم خبرة من 6 إلى 10 سنوات .

نستنتج من خلال الجدول أن مدة برامج التوعية المرورية كاف نوعا ما لدى الأفراد الذين ليس لديهم خبرة و خبرة اقل من سنتين وتكفيها لطرح مختلف انشغالاتها في حين أن الأفراد الذين لديهم خبرة 3 سنوات وأكثر يرون أن مدة برامج التوعية المرورية غير كافية ولا تكفي لطرح مختلف الانشغالات المرورية و لا تشبع رغباتهم

الجدول رقم (38): يوضح مدى صعوبة فهم مواضيع برامج التوعية المرورية

27 صعوبة فهم الموضوعات	التكرارت	النسبة %
نعم	3	% 3,0
نوعا ما	36	% 36,0
لا	61	% 61,0
المجموع	100	% 100,0



دائرة نسبية رقم (24)

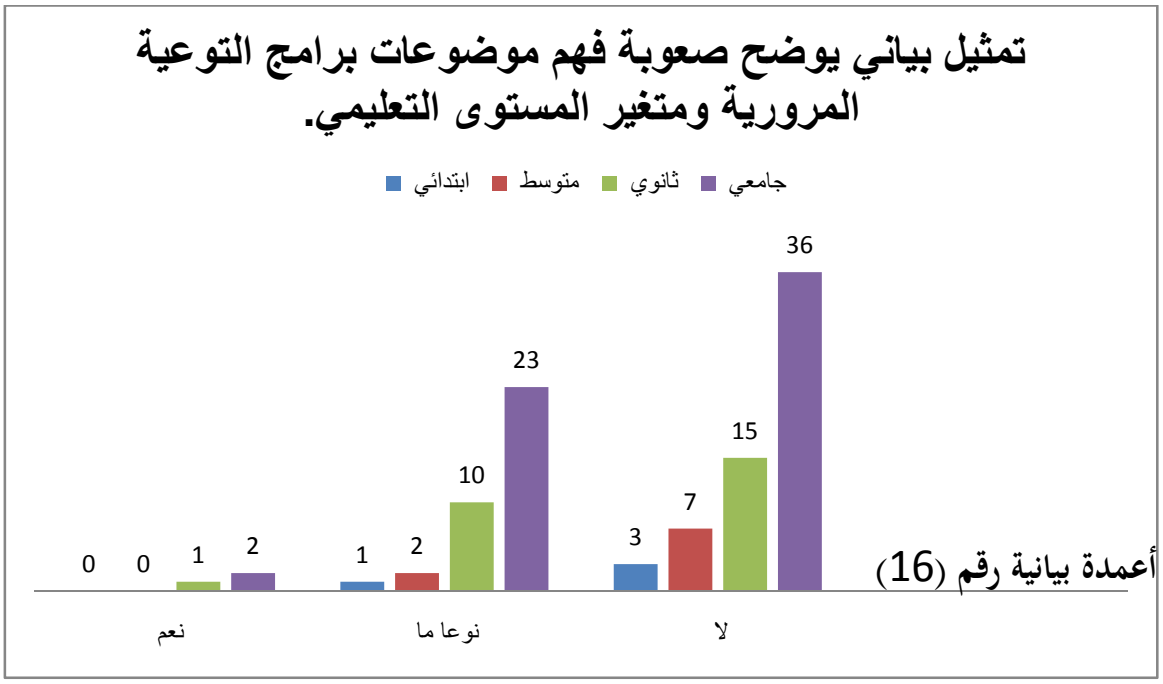
الجدول رقم (38) يوضح مدى صعوبة فهم مواضيع برامج التوعية المرورية ،نلاحظ أن أعلى نسبة كانت 61 % لدى الأفراد المبحوثين الذين لا يواجهون صعوبة في فهم موضوعات برامج التوعية المرورية ،بينما بلغت نسبة الأفراد المبحوثين الذين تصادفهم الصعوبات "نوعا ما " بـ36 % في حين كانت نسبة الأفراد الذين تواجههم صعوبات ضئيلة جدا بـ 3 % .

نستنتج أن أغلب المبحوثين لا تصادفهم صعوبات في فهم مواضيع برامج التوعية المرورية وهذا راجع لطبيعة الأسلوب فنجد اللغة الإعلامية البسيطة التي يفهمها العامة من المجتمع المحلي بالإضافة إلى تمكن

المذيع في إيصال المعلومة للمتلقي، أما من يجدون "نوعا ما " صعوبة في فهم المواضيع راجع إلى المستوى التعليمي .

الجدول رقم (39): يوضح صعوبة فهم موضوعات برامج التوعية المرورية ومتغير المستوى التعليمي.

المستوى	ابتدائي		متوسط		ثانوي		جامعي		المجموع	
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
نعم	0	0	0	0	1	3.33	2	7.66	3	100%
نوعا ما	1	2.8	2	5.6	10	27.8	23	63.9	36	100%
لا	3	4.9	7	11.5	15	24.6	36	59	61	100%
المجموع	4	4%	9	9 %	26	26%	61	61%	100	100%



أعمدة بيانية رقم (16)

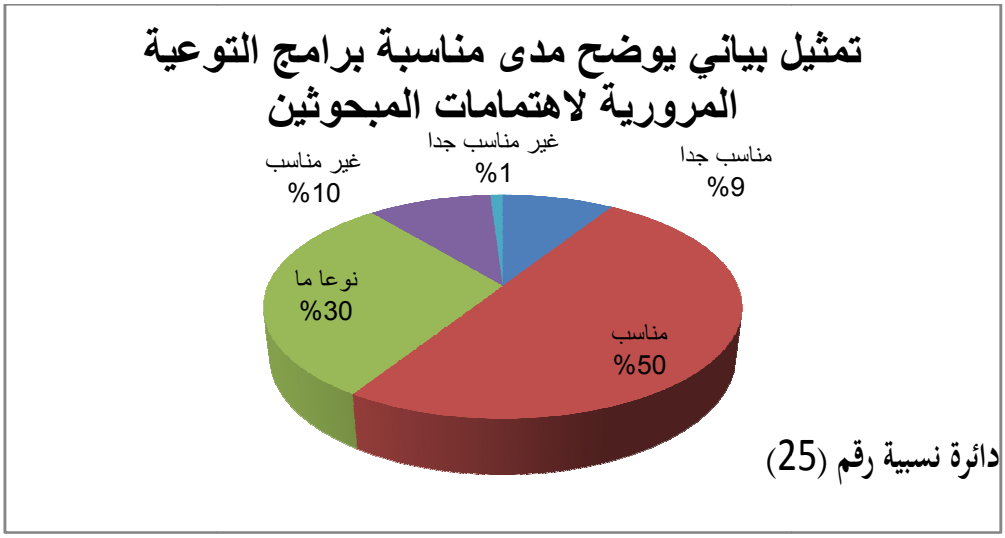
من خلال الجدول رقم (39) الذي يوضح صعوبة فهم موضوعات برامج التوعية المرورية و متغير المستوى التعليمي نلاحظ أن أغلبية المبحوثين لا تواجههم صعوبة في فهم موضوعات برامج التوعية المروية على اختلاف مستوياتهم التعليمية بنسبة 61% في حين بلغت نسبة الذين تواجههم صعوبات 3% (2 جامعي و1 ثانوي) أما من تواجههم نوعا ما الصعوبات فبلغت نسبتهم في المستوى الجامعي بـ 63.9 % والثانوي 27.8 % و المتوسط 5.6 % و ابتدائي 2.8 % من إجمالي المبحوثين الذين أجابوا بـ "نوعا ما".

نستنتج من خلال الجدول أن:

- أغلب المبحوثين وعلى اختلاف مستوياتهم لا يواجهون صعوبة في فهم الموضوعات لكون أغلبية العينة مستواهم جامعي وعمال ولديهم خبرة في السياقة وذلك راجع لدرجة وعي بضرورة الاهتمام بمواضيع التوعية المرورية .
- كما أن معد ومقدم البرنامج ابن المنطقة و يخاطب أبناء منطقته باللغة التي يفهمونها ويستوعبونها.
- أما بالنسبة للذين يجدون بعض الصعوبة في فهم موضوعات برامج التوعية المرورية راجع إلى استعمال بعض المصطلحات الفرنسية .

الجدول رقم (40): يبين مدى مناسبة برامج التوعية المرورية لاهتمامات المبحوثين.

الاهتمامات28	التكرارت	النسبة %
مناسب جدا	9	% 9,0
مناسب	50	% 50,0
نوعا ما	30	% 30,0
غير مناسب	10	% 10,0
غير مناسب جدا	1	% 1,0
المجموع	100	% 100,0



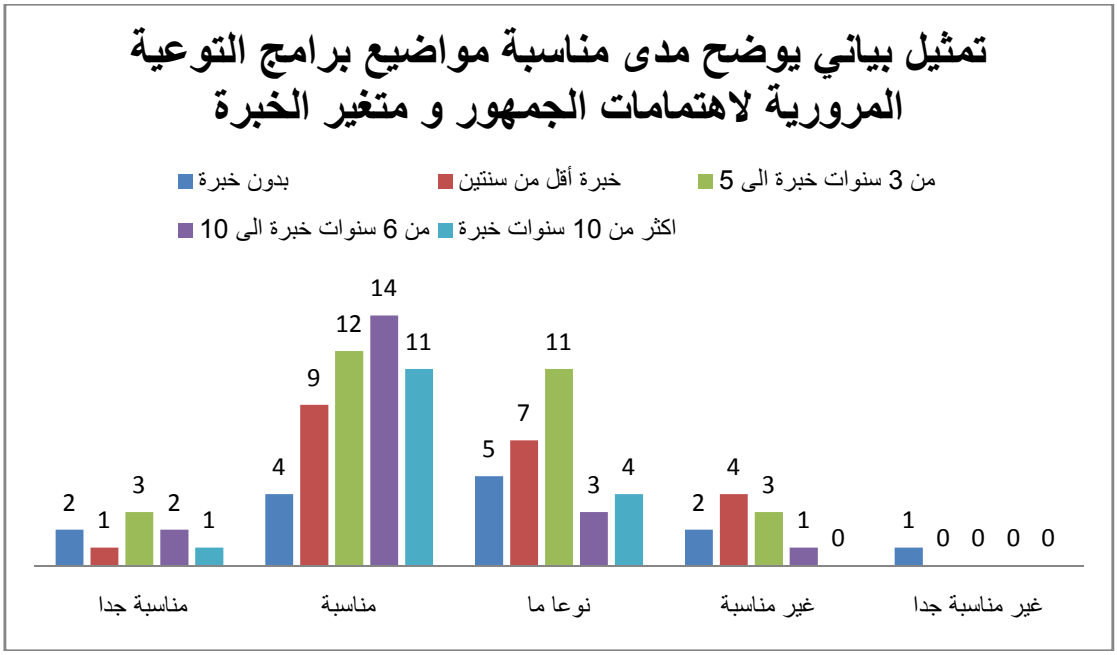
دائرة نسبية رقم (25)

من خلال الجدول الذي يبين مدى مناسبة برامج التوعية المرورية لاهتمامات المبحوثين نلاحظ من نصف أفراد العينة 50 % ترى أن برامج التوعية المرورية تناسب اهتماماتهم و30 % من المبحوثين تناسب اهتماماتهم "نوعا ما" ثم نجد نسب ضئيلة للخيارين "غير مناسب" 10**%** و"مناسب جدا" 9 **%**ونسبة ضئيلة جدا للخيار "غير مناسب جدا" ب1%

نستنتج أن برامج التوعية المرورية تناسب اهتمامات المبحوثين وتلبي حاجاتهم من خلال معالجة المواضيع التي تشغل اهتماماتهم، و"مناسبة نوعا ما " لثلث المبحوثين وذلك لاختلاف انشغالاتهم وأفكارهم وأن عدد الحصص والمدة الزمنية غير كافية لطرح انشغالاتهم التي تهمهم في حين 10% يرون أن مواضيع برامج التوعية المرورية "غير مناسبة" أرجعها المبحوثين لكون بعض المواضيع معالجة من قبل و خروج بعض الضيوف عن الموضوع مما يسبب لهم الشعور بالملل .

الجدول رقم (41): يوضح مدى مناسبة مواضيع برامج التوعية المرورية لاهتمامات الجمهور و متغير الخبرة.

الخبرة	بدون خبرة		خبرة أقل من سنتين		من 3 سنوات خبرة الى 5		من 6 سنوات خبرة الى 10		اكثر من 10 سنوات خبرة		المجموع	
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
مناسبة جدا	2	22.2	1	11.1	3	33.3	2	22.2	1	11.1	9	9
مناسبة	4	8	9	18	12	24	14	28	11	22	50	50
نوعا ما	5	16.7	7	23.3	11	36.7	3	10	4	13.3	30	100
غير مناسبة	2	20	4	40	3	30	1	10	0	0	10	100
غير مناسبة جدا	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	100
المجموع	14	14	21	21	29	29	20	20	16	16	010	100



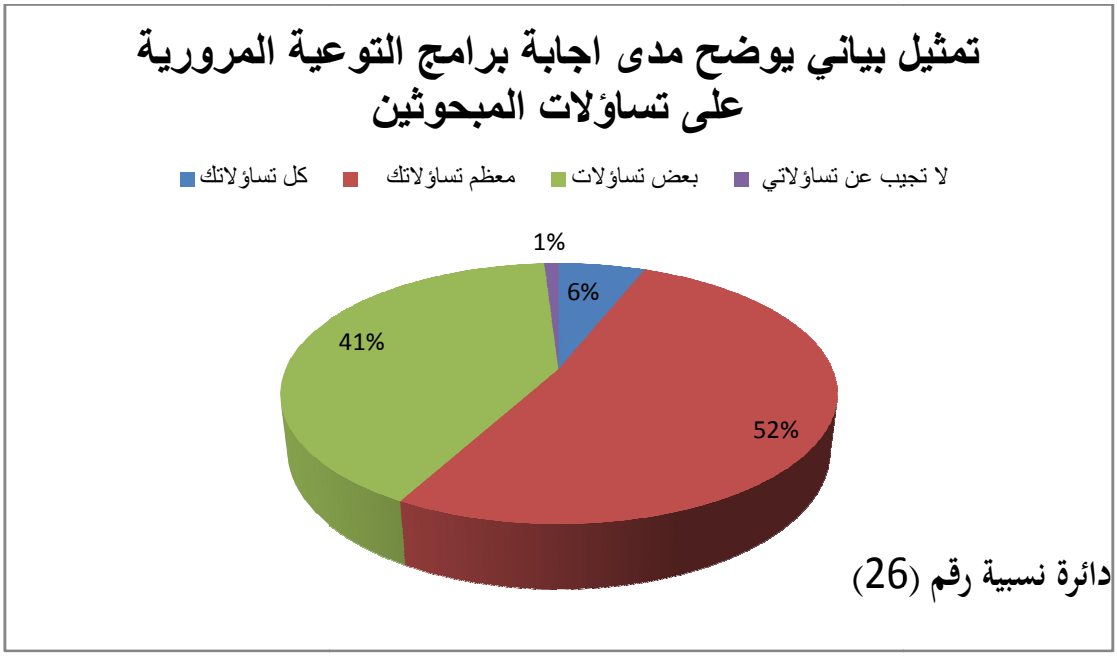
أعمدة بيانية رقم (17)

من خلال الجدول رقم 41 الذي يوضح مناسبة مواضيع برامج التوعية المرورية لاهتمامات الجمهور و متغير الخبرة، نلاحظ من خلال الجدول أن الأفراد الذين لديهم خبرة من 6-10 سنوات و10 سنوات فأكثر تناسب اهتماماتهم المواضيع المعالجة في برامج التوعية المرورية بنسبة 28 % و 22 % **على التوالي** ،أما من لديهم خبرة من من3 إلى 5سنوات خبرة وخبرة أقل من سنتين فبرامج التوعية المرورية تناسب اهتمامهم "نوعا ما" بنسبة 36.7 % و 23.7 % على التوالي، في حين الأفراد الذين ليست لديهم خبرة فيرون أن برامج التوعية المرورية تناسب اهتماماتهم بنسبة 8% و"نوعا ما" بنسة 16,7% وغير مناسبة بنسبة 20% من مجموع كل منها.

نستنتج أن برامج التوعية المرورية تناسب اهتمامات الأفراد المبحوثين خاصة من لديهم خبرة أكثر من 5 سنوات خبرة في السياقة وتناسب "نوعا ما" الأفراد الذين لديهم خبرة أقل من 5 سنوات،مما يبين لنا أنا برامج التوعية المرورية في إذاعة المسيلة الجهوية تقدم وتعالج مواضيع تشغل اهتمام المجتمع المحلي لكن قلة عدد البرامج والمدة الزمنية المخصصة لها غير كافية لطرح الانشغالات والتي تهمهم .

الجدول رقم (42):مدى معالجة مواضيع برامج التوعية المرورية على تساؤلات المبحوثين.

اجابة للتساؤلات	التكرارت	النسبة %
كل تساؤلاتك	6	% 6,0
معظم تساؤلاتك	52	% 52,0
بعض تساؤلات	41	% 41,0
لا تجيب عن تساؤلاتي	1	% 1,0
المجموع	100	% 100,0



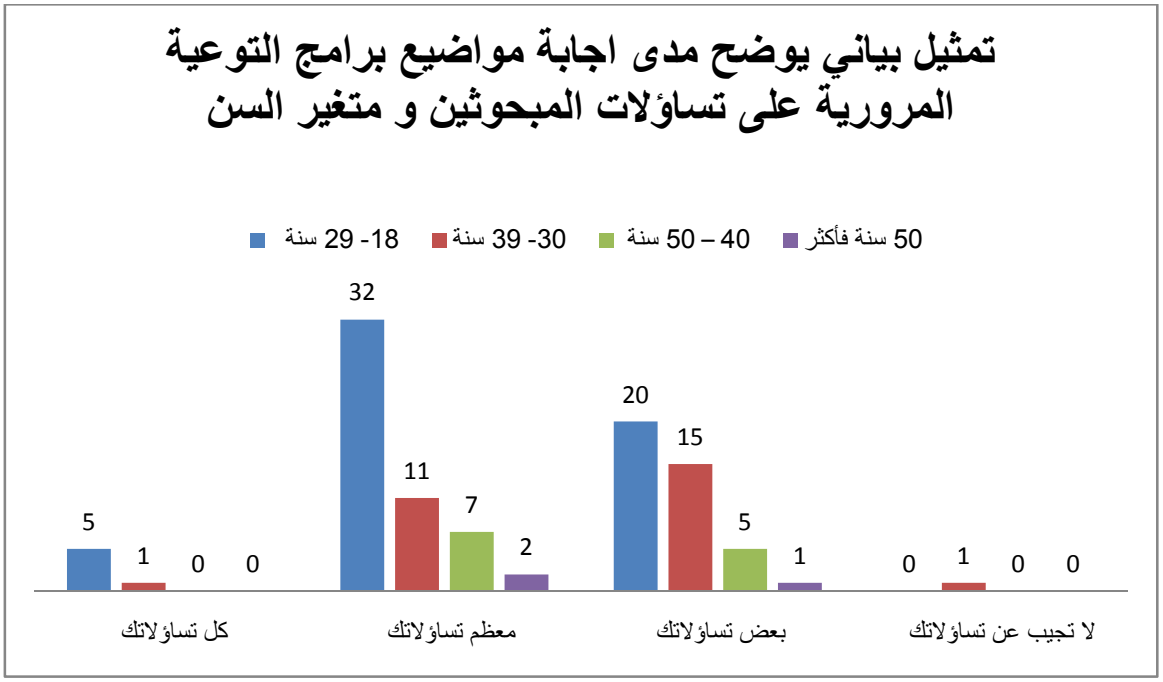
دائرة نسبية رقم (26)

من خلال الجدول رقم 42 الذي يبين مدى معالجة مواضيع برامج التوعية المرورية على تساؤلات المبحوثين، نلاحظ أن مواضيع برامج التوعية المرورية أجابت على معظم تساؤلات المبحوثين بنسبة 52 % في حين أن نسبة 41 % خصصت لمواضيع البرامج التي أجابت على بعض تساؤلات المبحوثين مع تضاؤل النسبة المقدرة بـ 6% لمواضيع البرامج التي أجابت على كل التساؤلات و 1% لمواضيع البرامج التي لا تجيب عن تساؤلات المبحوثين.

نستنتج من خلال بيانات الجدول أن معالجة برامج التوعية المرورية بإذاعة المسيلة نجدها تجيب تساؤلات معظم أفراد العينة بنسبة 43 % متوسطة على العموم، ومن جهة أخرى نجدها تجيب أغلبية التساؤلات 58% من أفراد العينة في حين أن نسبة 41% تعد مرتفعة للذين لا تجيب إلا عن بعض تساؤلاتهم وهو مؤشر سلبي يجب تداركه من خلال دراسة اهتمامات وتساؤلات هاته الفئة وتسهيل التواصل معها.

الجدول رقم (43): يبين مدى اجابة مواضيع برامج التوعية المرورية على تساؤلات المبحوثين و متغير السن.

	18– 29 سنة		30– 39 سنة		40 – 50سنة		50 سنة فأكثر		المجموع	
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
كل تساؤلاتك	5	83.3	1	16.7	0	0	0	0	6	100%
معظم تساؤلاتك	32	61.5	11	21.2	7	13.5	2	3.8	52	100%
بعض تساؤلاتك	20	48.8	15	36.6	5	12.2	1	2.4	41	100%
لا تجيب عن تساؤلاتك	0	0	1	100	0	0	0	0	1	100%
المجموع	57	57 %	28	28 %	12	12 %	3	3 %	100	100%



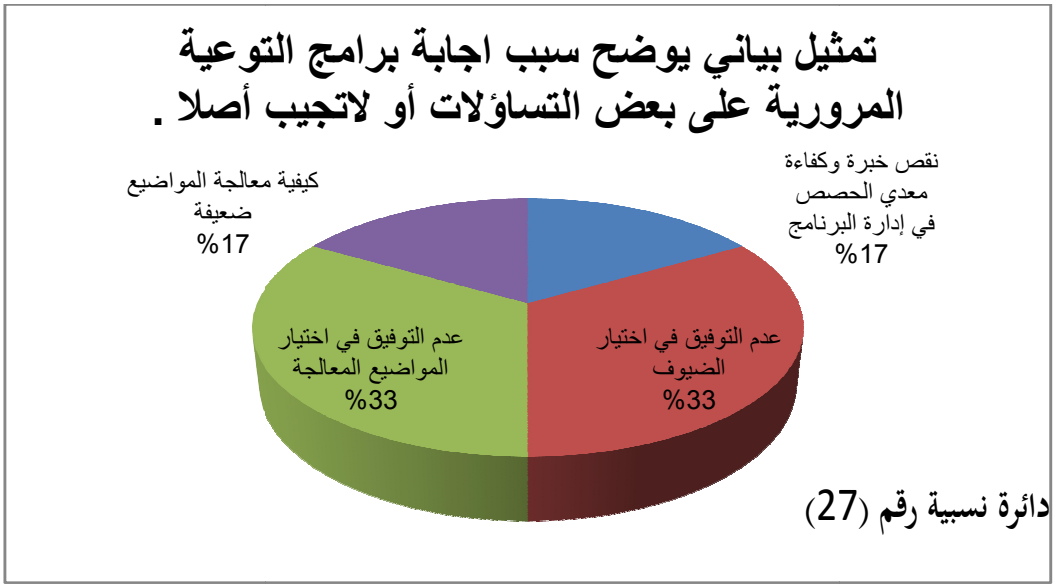
أعمدة بيانية رقم (18)

الجدول رقم (43) الذي يبين مدى اجابة مواضيع برامج التوعية المرورية على تساؤلات المبحوثين و متغير السن، نلاحظ أن برامج التوعية المرورية أجابت على "معظم تساؤلات" الفئة العمرية 18-29 سنة بنسبة 61.5 % وأجابت على "بعض تساؤلاتهم" بنسبة 48.8 % من مجموع كل منهما، في حين أجابت على "معظم تساؤلات" الفئة العمرية 30-39سنة بنسبة 21.2 % وأجابت على "بعض تساؤلاتهم" بنسبة 36.6 % ،أما الفئة العمرية 40 – 49 سنة فقد أجابت برامج التوعية المرورية على "معظم تساؤلاتهم" ،و"معظم التساؤلات" بنسب متقاربة 13.5 % و 12.2% ،ونفس الأمر للفئة العمرية الأكبر من50 سنة بنسبة 3,8% "معظم التساؤلات" ونسبة 2,4% "بعض التساؤلات".

نستنتج من خلال بيانات الجدول أن برامج التوعية المرورية أجابت على 50% من تساؤلات المبحوثين على اختلاف أعمارهم أي أن برامج التوعية المرورية تولي اهتمام بمواضيع تشغل اهتمام كل الفئات العمرية من أجل الاستفادة أكبر منها .

الجدول رقم (44): يوضح أسباب إجابة 42 % من مجتمع البحث بأن برامج التوعية المرورية تجيب على "بعض التساؤلات" أو "لا تجيب أصلا على تساؤلات" المبحوثين

30	التكرارت	النسبة %
نقص خبرة وكفاءة معدي الحصص في إدارة البرنامج	7	**16.66 %**
عدم التوفيق في اختيار الضيوف	14	33,33%
عدم التوفيق في اختيار المواضيع المعالجة	14	33,33%
كيفية معالجة المواضيع ضعيفة	7	**16.66 %**
المجموع	42	% 100,0



دائرة نسبية رقم (27)

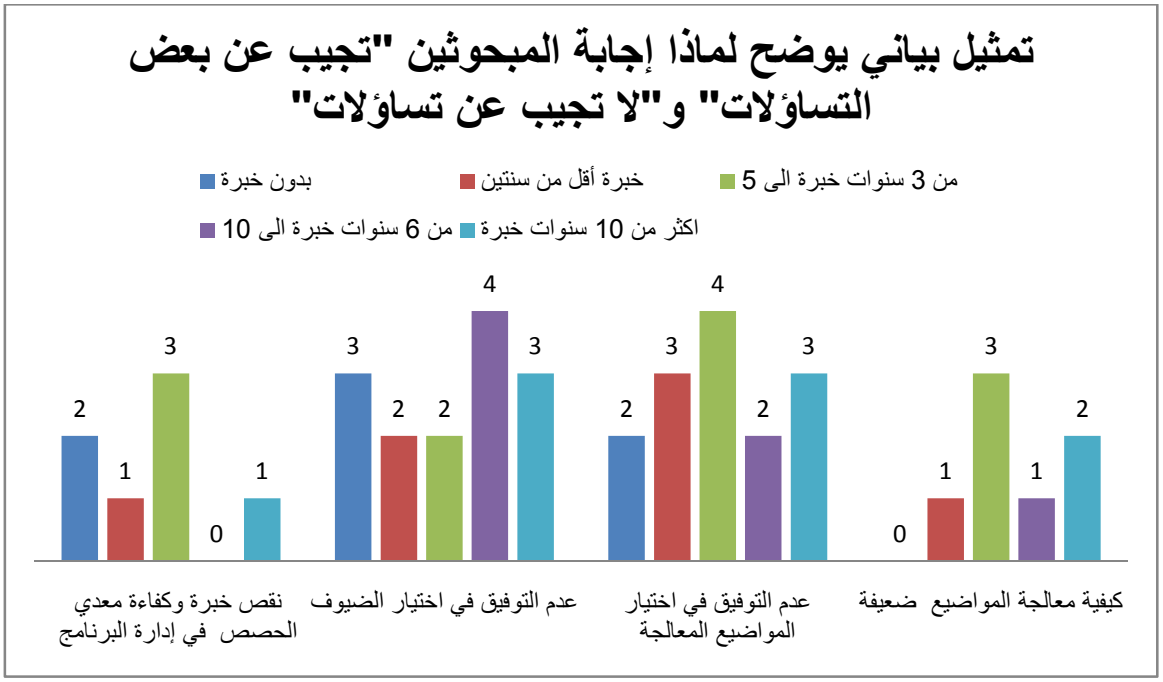
من خلال الجدول (44) الذي يوضح أسباب إجابة 42 % من مجتمع البحث بأن برامج التوعية المرورية تجيب على "بعض التساؤلات" أو "لا تجيب أصلا على تساؤلات" المبحوثين ، نلاحظ أن نسب الإجابة متساوية حيث بلغت نسبة 33 % لدى الأفراد الذين أجابوا بـ " عدم التوفيق في اختيار الضيوف "و نفس النسبة 33 % أجابوا بـ" عدم التوفيق في اختيار المواضيع المعالجة "،في حين بلغت نسبة الذين أجابوا بـ " كيفية معالجة المواضيع ضعيفة " و نقص خبرة وكفاءة معدي الحصص في غدارة البرنامج " 7 % لكل منهما .

نستنتج من خلال بيانات الجدول أن من أسباب اجابة برامج التوعية المرورية على بعض التساؤلات أو لا تجيب أصلا على التساؤلات يرجع إلى عدم التوفيق في اختيار الضيوف وذلك بسبب أن بعض ضيوف البرنامج يخرجون عن الموضوع مما يجعل المستمعين يشعرون بالملل،وكذلك بسبب "عدم التوفيق في اختيار المواضيع المعالجة " وتكرارها أحيانا أو تناول موضوعات لا تشغل رأي الجمهور المحلي

في حين ترجع إلى عدم مناسبة الموضوع البرنامج للرغبات وهذا الاختلاف انشغالاتهم وأفكارهم وتكرار بعض المواضيع أحيانا، في حين أرجع البعض منهم السبب إلى "ضعف كيفية معالجة المواضيع" سواء المعد و مقدم البرنامج أو الضيوف أو تدخلات المستمعين ، بينما البعض الآخر من المبحوثين إلى "نقص خبرة وكفاءة معدي الحصص في إدارة البرنامج " .

الجدول رقم (45): يوضح أسباب إجابة 42 % من مجتمع البحث بأن برامج التوعية المرورية تجيب على "بعض التساؤلات" أو "لا تجيب أصلا على تساؤلات" المبحوثين ومتغير الخبرة.

الخبرة	بدون خبرة		خبرة أقل من سنتين		من 3 سنوات خبرة الى 5		من 6 سنوات خبرة الى 10		اكثر من 10 سنوات خبرة		المجموع	
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
نقص خبرة وكفاءة معدي الحصص في إدارة البرنامج	2	28.6	1	14.3	3	42.9	0	0	1	14.3	7	100
عدم التوفيق في اختيار الضيوف	3	21.4	2	14.3	2	14.3	4	30.4	3	23.9	14	100
عدم التوفيق في اختيار المواضيع المعالجة	2	14.3	3	28	4	28.6	2	12	3	16	14	100
كيفية معالجة المواضيع ضعيفة	0	0	1	14.3	3	42.9	1	14.3	2	0	7	100
المجموع	7	16.7	7	16.7	12	28.6	7	16.7	9	21.4	42	100%



أعمدة بيانية رقم (19)

من خلال الجدول (45) الذي يوضح أسباب إجابة 44 % من مجتمع البحث الذين أجابوا بأن برامج التوعية المرورية تجيب على "بعض التساؤلات" أو "لا تجيب أصلا على تساؤلات" المبحوثين و متغير الخبرة، نلاحظ أن النسب متقاربة بين الأفراد المبحوثين على اختلاف سنوات خبرتهم في السياقة حيث بلغت نسبة 28.6 % " نقص خبرة وكفاءة معدي الحصص في ادارة البرنامج " لدر الأفراد الذين ليس لديهم خبرة، ثم تليها نسبة 28 % "عدم التوفيق في اختيار المواضيع المعالجة " لدى الأفراد الذين لديهم خبرة أقل من سنتين، وبلغت نسبة 42,9 % "كيفية معالجة المواضيع ضعيفة" لدى الأفراد الذين لهم خبرة من 3-5 سنوات، ثم تليها نسبة 30.4 "عدم التوفيق في اختيار الضيوف" لدى الأفراد الذين خبرتهم ما بين 6 – 10 سنوات،أما الأفراد الذين لديهم خبرة أكثر من 10 سنوات قدرت بنسبة 23.9 % بسبب " عدم التوفيق في اختيار الضيوف "من مجمع كل منها .

نستنتج من خلال بيانات الجدول أن الأفراد المبحوثين الذين أجابوا بأن برامج التوعية المرورية تجيب على "بعض التساؤلات" أو "لا تجيب أصلا على تساؤلات" يرجع إلى اختلاف انشغالاتهم وأفكارهم وقناعة كل منهم لما يبث من برامج التوعية المرورية بإذاعة المسيلة الجهوية .

نتائج الدراسة :

من خلال الملاحظات والاستنتاجات السابقة التي تم التوصل إليها خلال الدراسة الميدانية نخلص إلى النتائج التالية حسب محاور الدراسة:

السمات العامة :

- كشفت الدراسة عن اختلاف في سن أفراد العينة ، وقد واحتلت فئة الشباب أكبر نسبة أكثر من النصف من المجموع العام للمبحوثين،وذلك لكون العينة قصدية .
- بينت الدراسة أن أغلب المبحوثين متحصلين على رخصة السياقة بنسبة 86 % وبنسب متقاربة من حيث الخبرة و أغلبهم يجيدون السياقة بمستويات ما بين الجيد والمتوسط و 26 % منهم وقع لهم حادث مرور.

عادات وأنماط الاستماع لبرامج التوعية المرورية بإذاعة المسيلة الجهوية

- أكثر من نصف العينة يستمعون لبرامج الإذاعة " أحيانا بنسة 52 % والنسبة المتبقية يتابعون بانتظام بنسبة 48 % .
- بينت الدراسة أن المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 18-29 سنة يستمعون لإذاعة المسيلة الجهوية غالبا بنسبة 26 % أما المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 30- 39 سنة بنسبة 13 % أحيانا ،أما الفئة العمرية الأكثر من 40 سنة يستمعون دائما.
- بينت الدراسة أن أكثر الأماكن التي يستمع فيها المبحوثين للإذاعة هي المركبة وذلك بنسبة 44 % وأن الفترة الصباحية هي أفضل الفترات للاستماع لبرامج التوعية المرورية بنسبة 82 %
- توصلت الدراسة إلى أن المبحوثين يستمعون لبرامج التوعية المرورية بنسبة 100 % وذلك لكون العينة قصدية غير أن الاناث أقل متابعة مقارنة بالذكور دون أن يؤثر السن على المتابعة، وعلى اختلاف مستوياتهم التعليمية و خبرتهم في السياقة.

- تبين الدراسة أن اسباب جذب اهتمام لدى أغلب المبحوثين في برامج التوعية المرورية يرجع إلى مسايرتها المستجدات وكيفية معالجة القضايا .
- تبين الدراسة أن وقت بث برامج التوعية المرورية "نوعا ما مناسب" بنسبة 51 % و أكبر نسبة لدى العمال بـ51 % وبنسبة 35.3 % لدى الطلبة .

دوافع الاستماع لبرامج التوعية المرورية بإذاعة المسيلة الجهوية

- بينت الدراسة أن المبحوثين يتابعون برامج التوعية المرورية في إذاعة المسيلة الجهوية بدافع "التعرف على مختلف القوانين و الإرشادات والنصائح المرورية" و ولكون العينة أغلبها شباب فهم مهتمون "بعالم السيارات".
- بينت الدراسة أن جميع المبحوثين يأخذون بعين الاعتبار النصائح المقدمة في برامج التوعية المرورية.

الاشباعات المحققة عن الاستماع لبرامج التوعية المرورية بإذاعة المسيلة الجهوية

- بينت الدراسة أن أغلب المبحوثين يرون أن عدد برامج التوعية المرورية "نوعا ما كافية" بنسبة 42 % و"غير كافية" بنسبة 37 % على اختلاف أعمارهم، حيث بلغت لدى الفئة العمرية 18-29 سنة نسبة 59.5 "نوعا ما كافية"و " غير كافية " لدى الفئة العمرية 30-39 سنة بنسبة 32.4 % .
- بينت الدراسة أن أغلب المبحوثين يرون المدة المخصصة لبرامج التوعية المرورية "نوعا ما كافية" بنسبة 45 % وغير كافية بنسبة 38 % .
- كشفت الدراسة أن المبحوثين الذين لديهم خبرة في السياقة من 3-5 سنوات يرون أن المدة الزمنية "نوعا ما كافية " بنسبة 24.4 % و "غير كافية" بنسبة 36.8 % لدى نفس الفئة.
- بينت الدراسة أن المبحوثين لا يجدون صعوبة في فهم مواضيع التوعية المرورية على اختلاف مستوياتهم التعليمية.

- كشفت الدراسة أن برامج التوعية المرورية تناسب اهتمامات المبحوثين وتلبي حاجاتهم وخاصة الأفراد الذين لديهم خبرة سياقة من 6-10 سنوات و10 سنوات فأكثر بنسبة 28 % .
- بينت الدراسة أن برامج التوعية المرورية تجيب بنسبة 42 % على معظم تساؤلات المبحوثين و تجيب على بعض أسئلة المبحوثين بنسبة 52 % حيث أنها تجيب على معظم تساؤلات الفئة العمرية 18-29 سنة بنسبة 61.5 وبعض تساؤلات الفئة العمرية 30-39 سنة بنسبة 36.6 % .
- بينت الدراسة أن أسباب إجابة برامج التوعية المرورية على بعض التساؤلات أو لا تجيب أصلا على التساؤلات المبحوثين وعدم رضاهم راجع إلى عدم التوفيق في اختيار الضيوف والمواضيع المعالجة بنسب متساوية 14 % ، مما يؤدي إلى عزوف المستمعين عن متابعة برامج التوعية المرورية .

الاقتراحات

الاقتراحات المقدمة لتطوير برامج التوعية المرورية بإذاعة المسيلة الجهوية للمساهمة الفعالة في التوعية المرورية لدى الجمهور المحلي .

قدم المبحوثين جملة من الاقتراحات حيث أن أغلبها تركز على:

1- زيادة عدد حصص التوعية المرورية في الأسبوع والتكثيف منها وبثها في الأوقات أكثر استماعا أو وقت زيادة حركة المرور لأن معظم السائقين يستمعون للإذاعة أثناء القيادة و إعداد وتقديم برامج أخرى في نفس السياق حول الأمن والسلامة المرورية تكون يومية و زيادة الحجم الساعي "لمدة الزمنية" لحصص التوعية المرورية كافية للإجابة على كل تساؤلات وانشغالات المواطنين باتفاق بين ثلث المبحوثين الذين قدموا الاقتراحات من كلا الجنسين وعلى اختلاف أعمارهم .60 % من إجمالي 65 مبحوث قدموا اقتراحات.

2- في حين أضاف حوالي الربع من المبحوثين اقتراح استضافة ضيوف مختصين في المجال وأصحاب خبرة جيدة وكذلك أن يكونوا ذو مؤهلات كبيرة من جميع الجوانب وخاصة تحدث اللغة العربية جيدا من أجل إيصال الفكرة، و اختيار معدي برامج أكفاء مكونين في المجال و إدارتهم للبرنامج بكفاءة ودون خروج الضيوف عن الموضوع % 26 وهي متوافقة مع نتيجة الباحثة بن عباس فتيحة وهي إسناد عملية الاتصال والتوعية المرورية لهيئة تشرف على عمليات التنسيق بين الأخصائيين والمتعاملين في مختلف القطاعات.

3- تقديم إحصائيات دقيقة أسبوعية ،شهرية في حصيلة حوادث المرور وتحديد النقاط السوداء الموجودة عبر مختلف طرق الولاية و الوطنية و محاولة الاتصال بالهيئات المختصة من اجل معالجتها بالإضافة إلى تدعيم الحصص الإذاعية بنماذج لحالات واقعية " أشخاص عاشوا تجارب أو وقعت لهم حوادث من قبل أو عائلة المتوفين اثر حادث مرور"وتحليل وشرح الأخطاء التي أدت إلى وقوع الحادث وبذلك تقرب الصورة أكثر للجمهور في اقتراحات حوالي 10 % من المبحوثين .

4- تنظيم أيام دراسية على ارض الميدان إقامة محاضرات حول الموضوع بمشاركة الإذاعة المحلية لتحسيس المواطنين واخذ انطباعاتهم و إشراك كافة الفاعلين " السائق ، مدارس تعليم السياقة ، الشرطة الدرك الوطني ، المراكز الثقافية المجتمع المحلي الجمعيات وحتى المساجد والتنسيق فيما بينهم لزيادة الوعي لدى المستمعين . 10%

5- إجراء مسابقات هادفة ترسخ الثقافة المرورية وتكون دائمة وليست مناسبتيه و إعداد برامج فكاهية في قالب توعوي.% 5

6- العودة إلى تحسين مدارس تعليم السياقة لأنها هي التي تعلم سائق المستقبل وتعليم الثقافة المرورية للطفل لترسخ فيه من الصغر 5%.

التوصيات

توصيات الدراسة :

- زيادة المدة الزمنية وعدد حصص التوعية المرورية في الأسبوع والتكثيف منها من خلال تخصيص حصص إذاعية قارة وكذلك ومضات تحسيسية .
- إسناد عملية الاتصال والتوعية المرورية لهيئة تشرف على عمليات التنسيق بين الأخصائيين والمتعاملين في مختلف القطاعات استضافة ضيوف أكفاء وذو خبرة في المجال.
- نقل الأخبار عن الحوادث وتغطيتها في ساعات البث الأساسية والتعليق عنها من طرف أخصائيون في الحالات القصوى.
- ضرورة البحث الجاد والدائم في ميدان الإعلام المروري وكذا التخصص في الأدوار والاستعداد التام لبث معلومات تبين خطورة حركة المرور باعتبار أنها نابعة من سلوكيات مخالفة لقانون المرور مجسدة من طرف جميع شرائح المجتمع.
- التركيز في عملية التوعية المرورية على الجانب البشري باعتباره يمثل أعلى نسبة تتسبب في وقوع الحادث.
- مراجعة قانون المرور من أجل أقلمته مع الظروف الحالية
- إجراء مسابقات هادفة لترسخ الثقافة المرورية من خلال البرامج الإذاعية.
- اعتماد خطة إعلامية وطنية شاملة في التوعية و الوقاية للحد من حوادث المرور تشتمل على تحديد دور كل مؤسسة و مصلحة و حتى كل مواطن.
- العودة إلى تحسين مدارس تعليم السياقة لأنها هي التي تعلم سائق المستقبل وتساهم في رفع مستوى الثقافة المرورية للسائقين .

الخاتمة العامة

خاتمـــة

تكتسب برامج التوعية أهمية كبيرة في توجيه السلوك الإنساني وبرامج التوعية المرورية من بينها ،وبهذا كان الهدف من دراستنا هو معرفة مدى مساهمة إذاعة المسيلة الجهوية في التوعية المرورية من خلال برامج التوعية المرورية التي تبث على أمواجها

لذا فإن الإذاعات المحلية تعتبر من أهم آليات تفعيل الحوار على المستوى المحلي إن لم تكن أهمها على الإطلاق، وهي بلا شك تسهم في توجيه وتثقيف وتوعية المجتمع المحلي وتتناول قضاياه وهمومه اليومية وتقديم المعارف والمعلومات وإيجاد تصور ورؤية مشتركة وإبراز للشأن العام المحلي وتدريب الأفراد على المشاركة في القضايا العامة وحشد الطاقات وتحريك الموارد نحو الحفاظ عليها. وباعتبار أن الفئة الأكثر المتسببين في حوادث المرور هم الشباب ولكونها تتميز بالحيوية والنشاط وروح المغامرة و التهور،وعليه قمنا بدراسة برامج التوعية المرورية التي تبث بإذاعة المسيلة الجهوية وتأثيرها على هذه الفئة وقد أفرزت نتائج الدراسة أن البرامج التوعوية تقوم بتقديم مواضيع تهم مختلف الفئات وتلبي بعض احتياجاتها، وقد أسهمت في التعريف بمختلف القوانين وتقديم النصائح لزيادة الوعي لدى الافراد ورفع المستوى الفكري وزيادة ثقافتهم المرورية لجعل المستمعين على إطلاع ومواكبة كل ما هو جديد.

وفي الأخير يمكننا نقول أن الإذاعة المحلية ليست فقط من تتحمل مسؤولية التوعية المرورية وتلبية احتياجات المختلفة للجمهور وإنما هناك مؤسسات عليها أن تسهم بدورها في تلبية هذه الاحتياجات وهذا من أجل بناء المجتمع، فعملية التوعية والوقاية من حوادث المرور تتطلب مشاركة كل من الأسرة، المدرسة، الدرك الوطني،والشرطة، الوزارات المعنية، المركز الوطني للوقاية و الأمن عبر الطرق، الجمعيات و خاصة القطاع الإعلامي،إن مسؤولية الكل مرهونة من أجل أمن أجود في الطرق والحفاظ على أكبر عدد من الأرواح البشرية،

ومن خلال هذه النتائج المحصل عليها يمكننا القول أن برامج التوعية المرورية التي تبث على أمواج إذاعة المسيلة الجهوية قد حققت نتيجة معتبرة سواء بتعديل سلوك أو اكتساب خبرة أو مهارة التعامل مع الطريق والقانون المسير للحياة المرورية بالرغم أن عدد ومدة برامج التوعية المرورية تبقى غير كافية.

الملاحق

الملحق رقم 01

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص ماستر اتصال

استمارة استبيان

هذه استمارة استبيان خاصة ببحث علمي ميداني لتحضير شهادة تخرج ماستر في علوم الإعلام والاتصال بعنوان : **دور الإذاعة المحلية في التوعية المرورية**

إذاعة المسيلة المحلية نموذجا

دراسة ميدانية على عينة جمهور إذاعة المسيلة الجهوية

هذه الوثيقة هي إجراء منهجي مهم جدا في الجانب التطبيقي للبحث العلمي ، و ليكن هذا الإجراء متماشيا مع الأطر الأكاديمية

-نرجوا منكم ملء هذه الإستمارة , وإعلمو أن إجابتكم على قدر كبير من الأهمية و أنها ستحظى بكل الحرية ولن تتجاوز حدود البحث العلمي.

وشكرا على تعاونكم معنا.

ملاحظة: ضع علامة(X) في الخانة المناسبة.

إعداد الطالب: **تحت إشراف الأستاذ:**

خوني صلاح الدين **بوحيلة رضوان**

السنة الدراسية : 2014- 2015

المحور الأول : البيانات الشخصية:

1-الجنس :

ذكر □ أنثى□

2-السن:

من 18- 29 سنة □ 30- 39سنة □ 40-49 سنة □ 50 -59 سنة □

60 سنة فأكثر □

3-المستوى التعليمي :

إبتدائي□ متوسط□ ثانوي□ جامعي□

4- الحالة الإجتماعية :

طالب□ متربص □ عامل □ متقاعد □ بطال □

5- الحالة العائلية :

أعزب (ة) □ متزوج (ة) □ مطلق (ة) □ أرمل (ة) □

6- هل متحصل على رخصة سياقة ؟

نعم □ لا □

إذا كانت الإجابة بنعم متى تحصلت عليها ؟

.....

من 1-2 سنة □ 3-5 سنة □ 6-10 سنة □ 10 سنوات فأكثر □

7- هل تجيد السياقة؟

نعم □ لا □

8- ما هو مستوى قيادتك ؟

جيد □ متوسط □ ضعيف □

9- هل سبق لك وأن وقع لك حادث مرور ؟

نعم □ لا □

المحور الثاني : عادات وأنماط الاستماع لبرامج التوعية المرورية بإذاعة المسيلة الجهوية .

10- هل تستمع لإذاعة المسيلة الجهوية ؟

دائما □ غالبا □ أحيانا□ نادرا□

11- ما هي الفترة الزمنية المفضلة لاستماعك للبرامج الإذاعية ؟

الفترة الصباحية □ فترة الظهيرة □ الفترة المسائية □

12- ماهي الأماكن التي تستمع فيها لبرامج إذاعة المسيلة الجهوية ؟

المنزل أو محل الإقامة □ مكان العمل أو الدراسة □ المواصلات □

الأماكن العامة □

أخرى تذكر:.....

13- ماهي الوسيلة المستخدمة أكثر للاستماع لإذاعة المسيلة الجهوية ؟

مذياع المنزل □ مذياع السيارة □ راديو مستقبل الهوائيات المقعرة " ديمو " □

مذياع الهاتف النقال □ موقع الانترنت □

14- مع من تستمع لبرامج إذاعة المسيلة الجهوية ؟

بمفردك□ مع أفراد العائلة □ مع الأصدقاء□ غير محدد □

15- رتب بالأرقام حسب تفضيلك البرامج التي تتابعها في إذاعة المسيلة الجهوية ؟

البرامج الإخبارية □ البرامج الاجتماعية□ البرامج التوعية □ برامج ترفيهية فنية □

البرامج الرياضية□

16- هل أنت من متتبعي برامج التوعية المرورية ؟ نعم□ لا □

اذا كانت اجابتك " نعم " هل تتابعها

دائما □ غالبا □ احيانا □ نادرا □

17- هل يعد وقت بث برامج التوعية المرورية بإذاعة المسيلة الجهوية ؟

مناسب جدا □ مناسب □ نوعا ما □ غير مناسب □ غير مناسب جدا □

18- كم تستغرق في سماع البرنامج بصفة عامة ؟

كل زمن البرنامج □ معظم زمن البرنامج □ بعض الوقت منه □

19- ماهي برامج التوعية المرورية التي تستمع إليها بإذاعة المسيلة الجهوية ؟

حق الطريق □ إرشادات مرورية □ البرنامجين معا □

20- اذا كنت تفضل أحد البرنامجين لماذا ؟

لكون فترة البرنامج يناسبني مع وقت فراغي □ لكزن فترة البرنامج يناسب الفترة المفضلة لدي □

لكوني افضل هذا البرنامج □

أخرى أذكرها:

.....

....

21- ما الذي يجذب اهتمامك في برنامجك المفضل ؟

معد البرنامج □ كيفية معالجة القضايا□ مسايرة المستجدات □

اعطاء فرصة النقاش الحر للمستمعين □

أخرى تذكر..... :

22- هل سبق لك و أن اتصلت ببرنامجك المفضل ؟

نعم □ لا □

المحور الثالث : دوافع الجمهور للإستماع للبرامج التوعية المرورية بإذاعة المسيلة الجهوية.

23- – رتب اجاباتك بالأرقام :

- أتابع برامج التوعية المرورية بإذاعة المسيلة المحلية بهدف المشاركة في طرح الإنشغالات المرورية المختلفة□
- أتابع البرامج التوعية المرورية بإذاعة المسيلة المحلية لأنك مهتم بعالم السيارات والقيادة □
- أتابع البرامج التوعية المرورية بإذاعة المسيلة المحلية للتعرف على مختلف القوانين والإرشادات والنصائح المرورية □
- أتابع البرامج التوعية المرورية بإذاعة المسيلة المحلية للاطلاع على جديد حوادث المرور □
- أتابع البرامج التوعية المرورية بإذاعة المسيلة المحلية لأنه حدث لك حادث مرور أو لأحد المقربين منك □
- أخرى أذكرها

:.....

....

24 – هل تأخذ بعين الإعتبار النصائح التي تقدمها الحصص التوعية المرورية بإذاعة المسيلة الجهوية ؟

نعم□ لا□

اذا كانت الاجابة " لا" لماذا ؟

.....

....

....

....

المحور الرابع : الإشباعات المحققة عند الاستماع لبرامج التوعية المرورية بإذاعة المسيلة الجهوية.

25– هل ترى أن عدد برامج التوعية المرورية بإذاعة المسيلة الجهوية ؟

كاف جدا□ كاف نوعا ما□ غير كاف□ غير كاف جدا□

26– هل ترى أن المدة الزمنية المخصصة لبرامج التوعية المرورية بإذاعة المسيلة الجهوية ؟

كافية جدا □ كافية □ نوعا ما □ غير كافية □ غير كافية جدا □

27– هل تجد صعوبة في فهم موضوعات برامج التوعية المرورية بإذاعة المسيلة الجهوية ؟

نعم□ نوعا ما □ لا□

28– هل ترى أن موضوعات برامج التوعية المرورية المقدمة بإذاعة المسيلة الجهوية تناسب اهتماماتك؟

مناسبة جدا □ مناسبة □ مناسبة نوعا ما □ غير مناسبة□ غير مناسبة جدا □

29- هل ترى أن معالجة موضوعات برامج التوعية المرورية المقدمة بإذاعة المسيلة الجهوية تجيب عن:

كل تساؤلاتك □ معظم تساؤلاتك □ بعض التساؤلات □ لا تجيب عن تساؤلاتي □

30- إذا كانت تجيب عن بعض تساؤلاتك فقط أو لا تجيب أصلا لماذا ؟

– نقص خبرة وكفاءة معدي الحصص في إدارة البرنامج □

- عدم التوفيق في اختيار الضيوف □

- عدم التوفيق في اختيار المواضيع المعالجة □

- كيفية معالجة المواضيع ضعيفة □

– أخرى تذكر .....

31- ما هي اقتراحاتك لتطوير برامج التوعية المرورية لإذاعة المسيلة الجهوية للمساهمة الفعالة في التوعية المرورية لدى الجمهور المحلي؟

.....

الملحق رقم 02 :وثائق الحماية المدنية

استمارة مقابلة

مقابلة مع رئيس مكتب الدراسات و الإحصاء الملازم الأول السيد سعيدي عبد الوهاب يوم 29– 03 – 2015 على الساعة 09:00 صباحا

بداية نشكركم على إتاحة هذه الفرصة لنا.

1- ما هو واقع حوادث المرور بولاية المسيلة ؟

2- من خلال الإحصائيات والأرقام المقدمة هل دائما العامل البشري من أهم العوامل المسببة لحوادث المرور.؟

3- إلى ماذا يرجع ذلك ؟ غياب روح المسؤولية ،نقص الوعي لدى السائق ،غياب الثقافة المروري.. أم ماذا ؟

4- في سبيل التوعية بهذه الظاهرة، ما هي الوسائل و الإجراءات المتخذة ؟

5- هل هناك تنسيق مع جهات أخرى مثل الدرك الوطني، الجماعات المحلية، الجمعيات.. للتوعية المرورية ؟

6- هل هناك تنسيق مباشر مع الإذاعة الجهوية بالمسيلة ؟

7- وما رأيكم في البرامج الإذاعية للتوعية المرورية التالية: برنامج حق الطريق ، إرشادات مرورية.

8- كيف تقيمون بصفة عامة الدور الذي تقوم به إذاعة المسيلة الجهوية في التوعوية بحوادث المرور؟

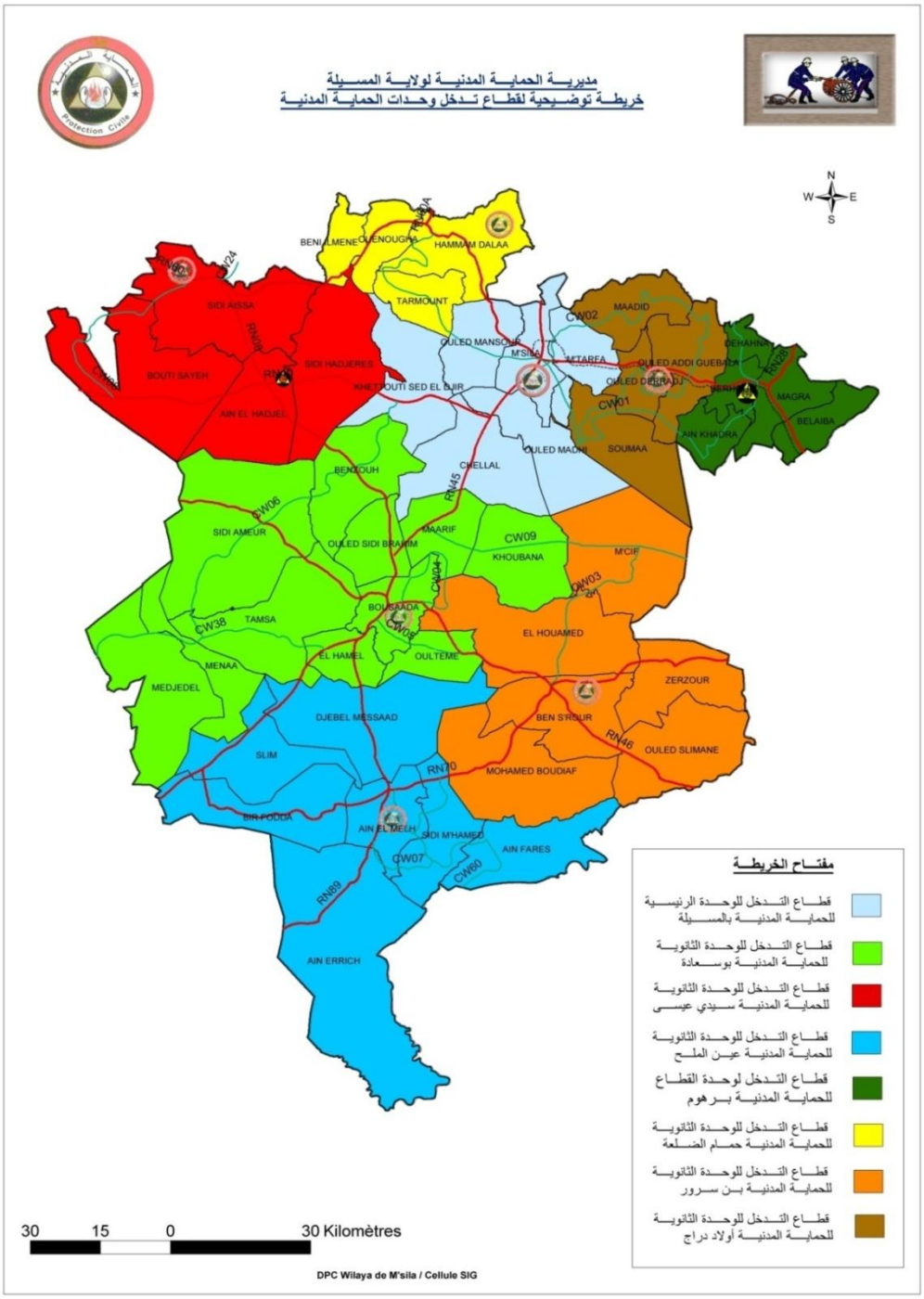
جدول يوضح طرق ولاية المسيلة

الطرق	العدد	المسافة
الطرق الوطنية	09	924كم
الطرق الولائية	14	798 كم
الطرق البلدية	21	2300كم

جدول يوضح حوادث المرور حسب احصائيات الحماية المدنية

سنوات	ضحايا تصادم المركبات			ضحايا انقلاب العربات			ضحايا مصدومين بالمركبات (الراجليـن)		
	عدد الحوادث	الجرحى	الوفيات	عدد الحوادث	الجرحى	الوفيات	عدد الحوادث	الجرحى	الوفيات
2013	509	1007	52	443	722	28	103	77	08
2014	642	1114	70	457	910	22	184	83	11

توضيحية لقطاع تدخل وحدات الحماية المدنية



جدوا يوضح طرق ولاية المسيلة وعدد الحوادث

	عدد الحوادث	الجرحى	الوفيات
الطرق الولائية	**100**	**184**	**11**
الطرق البلدية	**24**	**43**	**04**
الطرق البلدية	**238**	**297**	**05**

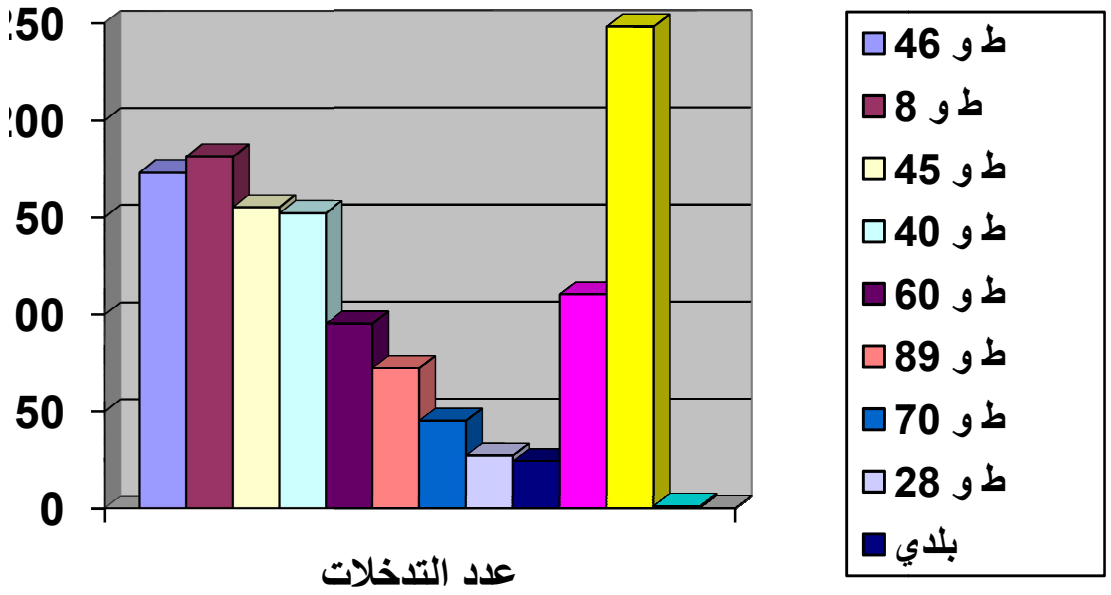
جدول يوضح المناطق الحضرية الأكثر عرضة لحوادث المرور

البلدية	عدد الحوادث	الجرحى	الوفيات
المسيلة	**131**	**175**	**02**
بوسعادة	**52**	**65**	
سيدي عيسى	**20**	**16**	

جدول يوضح توزيع الحوادث حسب بلديات ولاية المسيلة

البلدية	عدد الحوادث	الجرحى	وفيات
المسيلة	47	62	02
بوسعادة	14	22	
سيدي عيسى	21	27	
عين الحجل	07	08	01
عين الملح	06	08	01
حمام الضلعة	05	08	
بن سرور	04	05	01

- مخطط بياني للتدخلات حسب نوع الطريق



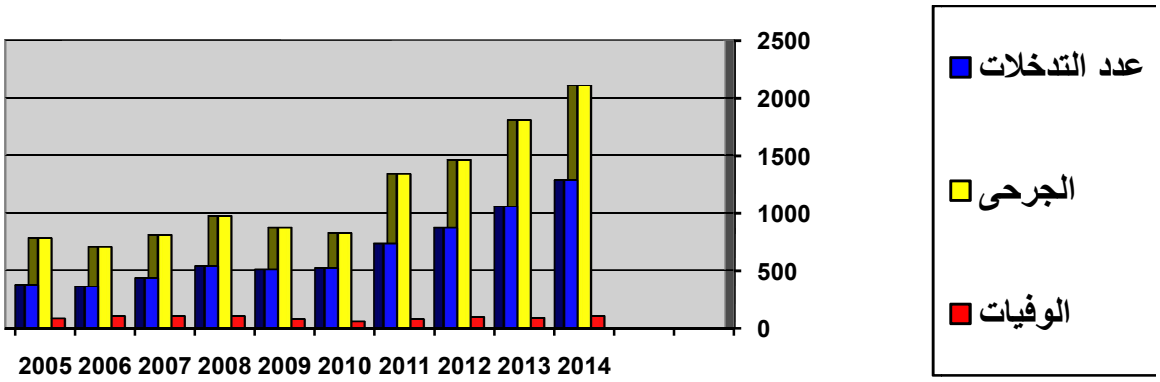
جدول يوضح حوادث المرور حسب الطرق:

الطرق	عدد الحوادث	الجرحى	وفيات
الطريق الوطني رقم 46	**173**	**284**	**14**
الطريق الوطني رقم 08	**181**	**288**	**16**
الطريق الوطني رقم 45	**155**	**294**	**12**
الطريق الوطني رقم 40	**152**	**255**	**11**
الطريق الوطني رقم 60	**95**	**193**	**08**
الطريق الوطني رقم 89	**72**	**114**	**14**
الطريق الوطني رقم 70	**45**	**67**	**04**
الطريق الوطني رقم 28	**27**	**59**	**02**
طرق حضرية	**248**	**314**	**05**
طرق ولائية	**110**	**194**	**12**
طرق بلدية	**24**	**43**	**05**
السكة الحديدية	**01**	**02**	
المجموع	**1283**	**2107**	**103**

جدول توضيحي لحوادث المرور خلال عشرة سنوات

السنوات	عدد التدخلات	الجرحى	الوفيات
سنة **2005**	370	781	82
سنة **2006**	359	704	102
سنة **2007**	431	809	101
سنة **2008**	535	972	100
سنة **2009**	508	872	76
سنة **2010**	519	824	54
سنة **2011**	733	1339	75
سنة **2012**	872	1461	95
سنة **2013**	1055	1806	88
سنة **2014**	1283	2107	103
المجموع	6665	11675	876

مخطط بياني للتدخلات خلال عشر سنوات



جدول يوضح مختلف الأعمار للسواق المتسببين في حوادث المرور

اقل من 20 سنة	من 20 الى 30	30 الى 40	40 الى 50	50 الى 60	60 الى 70	اكبر من 70	النساء	المجموع
31	459	455	247	192	63	16	05	1468
%2.4	%31.26	%30.99	%16.82	%13.07	%4.29	%1.08	%0.34	100%

الملحق رقم 03: وثائق الأمن الوطني

استمارة مقابلة

مقابلة أجريت مع مع رئيس خلية الاعلام بمحافظة الشرطة لولاية المسيلة السيد بوخاري السعيد يوم: 27-04-2015 على الساعة 15:30 مساءا

بداية نشكركم على إتاحة هذه الفرصة لنا.

1- ما هو واقع حوادث المرور بولاية المسيلة ؟

2- من خلال الإحصائيات والأرقام المقدمة هل دائما العامل البشري من أهم العوامل المسببة لحوادث المرور.؟

3- إلى ماذا يرجع ذلك ؟ غياب روح المسؤولية ،نقص الوعي لدى السائق ،غياب الثقافة المرورية ، ... أم ماذا ؟

4- في سبيل التوعية بهذه الظاهرة، ما هي الوسائل و الإجراءات المتخذة ؟

5- هل هناك تنسيق مع جهات أخرى مثل الدرك الوطني، الجماعات المحلية، الجمعيات.. للتوعية المرورية ؟

6- هل هناك تنسيق مباشر مع الإذاعة الجهوية بالمسيلة ؟

7- وما رأيكم في البرامج الإذاعية للتوعية المرورية التالية: برنامج حق الطريق ، إرشادات مرورية.

8- كيف تقيمون بصفة عامة الدور الذي تقوم به إذاعة المسيلة الجهوية في التوعوية بحوادث المرور؟

9- هل هناك خطة مستقبلية للتوعية والتعريف بخطورة هذه الظاهرة بالتنسيق مع جهات أخرى "بالأخص مع إذاعة المسيلة الجهوية "

جدول يبين إحصائيات حوادث المرور حسب ما قدمته خلية الإعلام بمحافظة الشرطة لولاية المسيلة.

السنة	عدد الحوادث الجسمانية	عدد الجرحى	عدد القتلى
2012	614	763	21
2013	612	728	18
2014	616	704	24

جدول يبين طبيعة مخالفات العامل البشري التي كانت سببا في وقوع حوادث المرور

طبيعة المخالفات	سنة2013	النسبة%	سنة 2014	النسبة%
عدم انتباه السائق داخل الأحياء	125	20.42	133	21.59
عدم احترام السرعة القانونية	120	19.60	80	12.98
عدم أخذ الحيطة والحذر من طر ف المشاة أثناء اجتياز الطريق	86	14.05	96	15.58
رفض الأولوية	37	6.04	38	6.16
عدم انتباه السائق عند خروجه من مكان التوقف	28	4.57	28	4.54
عدم أخذ الحيطة والحذر من طر ف السائق عند عبور سائق الدراجة النارية أو الهوائية	29	4,73	31	503
التجاوزات الخطيرة	23	3,75	17	2.75
السياقة في حالة سكر	23	3,75	13	2.11
عدم احترام مسافة الأمان	00	00	22	3.57
المناورات الخطيرة	20	3,26	18	2.92
فقدان السيطرة	18	2,94	16	2.59
عدم أخذ الحيطة و الحذر من طرف السائق عند محاولته الرجوع إلى الخلف	13	2.12	17	2.75
اللعب وسط الطريق	12	1,96	11	
السياقة دون الحيازة على الرخصة المقررة	09	1,47	16	2.59
السير في الاتجاه المعاكس	09	1,47	04	0,64
تغيير الاتجاه دون الاشارة	09	1,47	02	0,97
عدم احترام اشارة قف	09	1,47	08	1.29
السير على حافة الطريق	06	0,98	07	1.33
عدم استعمال ممرات الراجلين	04	0,65	04	0,64
السياقة تحت تأثير مخدر	02	0,32	01	0.16
الإبهار بالأضواء	01	0.16	04	0.64
تجاوز الخط المستمر	00	00	02	0.32
استعمال الهاتف النقال أو التصنت الإذاعي	00	00	01	0.16
الوقوف أو التوقف الخطيرين	00	00	03	0.84
عدم احترام ألواح الاشارات	00	00	00	00
السير على اليسار	00	00	03	0.84
عدم احترام الاشارات الضوئية	02	0,32	06	0.97
أخرى	02	0,32	04	0.64
المجموع	603	98.52	610	99.02%

جدول يبين العوامل المرتبطة بالمركبة التي كانت سببا في وقوع حوادث المرور

طبيعة المخالفات	سنة2013	النسبة%	سنة 2014	النسبة%
انعدام أضواء الوضعية	00	00	00	00
انعدام الغمازات	00	00	00	00
انعدام أضواء الكبح	00	00	00	00
انعدام أضواء الطريق	00	00	00	00
انعدام أضواء التلاقي	00	00	3	%0.48
فرامل غير فعالة	6	%0.98	00	00
ثقب وانفجار في الأطر	1	%0.16	00	00
اضاءة غير قانونية	00	00	00	00
حمولة غير مؤمنة	00	00	00	00
حمولة زائدة	00	00	1	%0.16
خلل في جهاز التوجيه	0	00	0	00
المجموع	07	%1.14	4	%0.64

جدول يبين العوامل المرتبطة بالمحيط التي كانت سببا في وقوع حوادث المرور

طبيعة المخالفات	سنة2013	النسبة%	سنة 2014	النسبة%
انعدام الإشارات الضوئية	00	00	00	00
تشوهات بالطريق	00	00	01	0.16
حفر بالطريق	02	0.32	00	00
حواجز بالطريق	00	00	00	00
تهيئة غير مناسبة	00	00	1	0.16
عبور الحيوانات	00	00	00	00
ضباب كثيف	00	00	00	00
أمطار	00	00	00	00
ثلوج	00	00	00	00
جليد	00	00	00	00
عواصف	00	00	0	00
إبهار الشمس	00	00	00	00
طريق زلج	00	00	00	00
طريق غير صالحة	00	00	00	00
أخرى	00	00	00	00
المجموع	02	% 0.32	02	%0.32

الملحق رقم 04

استمارة مقابلة

مقابلة مع السيد: سليم عمرون "خبير السيارات " معد ومقدم برنامج "حق الطريق "و "إرشادات مرورية " يوم:25- 03-2015 على الساعة : 08:30

بداية أشكركم على استقبالنا والتسهيلات المقدمة من سيادتكم.

بما أنك واحد من أبناء منطقة المسيلة وتعرف معظم المشاكل التي تعاني منها الولاية في مجال التوعية المرورية و النقائص التي تشغل رأي الجمهور المحلي تحاول تسليط الضوء عليها في برنامجك .

1-حدثنا عن فكرة هذا البرنامج وانطلاقته الأولى ؟ لماذا فضلتم الإذاعة المحلية على باقي الوسائل الأخرى؟

2-على ماذا تعتمد في إعداد مواضيع حلقات البرنامج؟

مواضيع آنية تشغل الجمهور المحلي، الملاحظة الميدانية..؟

3-هل تؤخذ بعين الاعتبار مشاركة الجمهور واقتراحاته وتصل للجهات المعنية ؟

4-بمعنى آخر أن البرنامج من خلال الإذاعة المحلية أصبح وسيط بين الجمهور و المسؤولين ؟

5-هل هناك تنسيق مع مختلف الجهات «الشرطة، الدرك الوطني، الحماية المدنية، الجمعيات، الجماعات المحلية.. .في تناول مواضيع يقترحونها ويسعون لمعالجتها و توضيحها عن طريق البرنامج؟

6-على ماذا تركزون في سبيل التوعية بخطورة ظاهرة حوادث المرور ،على الجانب القانوني " الردعي " أم العقلي المنطقي ،أم العاطفة ؟

7-هل تعتبر المدة الزمنية "1ساعة" كل أسبوع التي تقدم فيها البرنامج كافية لتناول القضايا المطروحة ؟

8-هل هناك تخطيط لزيادة المدة الزمنية أو جعل البرنامج أكثر من مرة في الأسبوع ؟

9-ما هي العوائق التي تصادفكم في إعداد البرنامج "سواء من الضيوف أو المستمعين.. ؟

10- كيف تقيم مسار البرنامج منذ انطلاقته إلى اليوم، هل أنت راض عما تقدمه مواضيع وإرشادات ونصائح؟

11- ما تقييمكم لدور الإذاعة المحلية في سبيل التوعية المرورية والسعي للتقليل من عدد حوادث المرور؟

12- هل هناك تخطط لبرامج مستقبلية للتوعية المرورية وتوعية المجتمع المحلي أكثر ،بالتنسيق بين مختلف الأجهزة الأمنية ،الجماعات المحلية ،جمعيات..والإذاعة المحلية؟

13- بحديثنا عن حوادث المرور إلى ماذا يرجع الارتفاع الرهيب في حوادث المرور من خلال خبرتكم في المجال ؟

ملخص الدراسة

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى دور الإذاعة المحلية في التوعية المرورية وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية وقد تم استخدام على المنهج المسحي وقد تم الاعتماد على العينة القصدية التي تكونت من 100 مفردة ممثلة للمجتمع الدراسة . والأدوات المستخدمة في جمع البيانات هي المقابلة واستمارة الاستبيان حيث تم تقسيم الاستمارة إلى 3 محاور أساسية محور الأول : عادات وأنماط الاستماع لبرامج التوعية المرورية، والمحور الثاني دوافع الاستماع لبرامج التوعية المرورية والمحور الثالث تضمن الاشباعات المحققة عن الاستماع للبرامج التوعية المرورية وقد توصلنا في الأخير إلى النتائج التالية:

أن أغلب المبحوثين متحصلين على رخصة السياقة بنسبة 83 %

لقد توصلت الدراسة أن المبحوثين يفضلون الفترة الصباحية هي الفترة المفضلة للاستماع لدى أغلبية مفردات العينة بنسبة82 %

كشفت أن معظم المبحوثين يستمعون لبرامج التوعية المرورية بدافع التعرف على مختلف القوانين و الإرشادات والنصائح المرورية وبدافع الاهتمام بعالم السيارات .

أظهرت الدراسة أن الحجم الساعي المخصص لبرامج التوعية المرورية نوعا ما كافي بنسبة **45 %**

أثبتت النتائج أن المبحوثين على اختلاف مستوياتهم التعليمية لا يجدون صعوبة في فهم موضوعات البرامج التوعية المرورية.

Résumé

L'étude a pour but de connaitre le rôle de la radio régionale pour l'éveil routier, celle-ci s'est basée sur la méthode descriptive tout en utilisant sur la méthode de balayage.

D'abord , Nous nous somme appuyés sur un échantillonnage par choix délibéré qui décompte de 100 individus de notre population visée, ainsi que nous avons utilisé l'entretien et le questionnaire comme étant un outil de recueil d'informations .

En outre, nous avons divisé notre questionnaire en trois sections principales : habitudes et types d'écoute pour la culture de la route, les motifs d'écoute pour la culture de la route et satisfactions atteintes d'écoute.

Nous sommes arrivés aux résultats suivants :

- **83%** d'enquêtés ayant un permis de conduire.

- **82%** d'enquêtés ont préféré la matinée comme étant le meilleur moment d'écoute quant au programmes radiologiques.

- la plus part d'enquêtés écoutent aux programmes de la culture de la route afin de connaitre les différents codes et des conseils, aussi la curiosité vis-à-vis le monde des voitures.

- il nous parait que **45%** d'enquêtés répondent que la durée consacrée pour ce programme est insuffisante.

Les résultats aboutis confirment également que les enquêtes à différents niveaux ne rencontrent aucuns problèmes concernant la compréhension de ces programmes.

قائمة المصادر والملاحق

المصادر والمراجع

1- إبراهيم عبد الله :الإعلام الإقليمي الدولي، القاهرة: دار النشر والتوزيع،1993

2- أحمد بدر :أصول البحث العلمي ومناهجه، ط5 ، الكويت :وكالة المطبوعات، 1981

3- احمد بن مرسلي , الأسس العلمية لبحوث علوم الإعلام والاتصال , الجزائر: الورسم للنشر والتوزيع , 2013

3- أديب محمد خصور، حملات التوعية المرورية العربية مركز دراسات البحوث, الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية, 2012

4- أماني عمر الحسيني :الإعلام والمجتمع، ط1 ، القاهرة: عالم الكتب،2005

5- جمال العيفة :الثقافة الجماهيرية، عنابة: منشورات جامعة باجي مختار، 2003

6- حسن عماد مكاوي وليلى حسن السيد :الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط5 ، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2004

7- خيضر شعبان , مصطلحات في الإعلام والاتصال , ط1 , دار اللسان العربي للتأليف والنشر , 2001

8- زهير إحدادن :تاريخ الإذاعة والتلفزيون، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية،1989

9- صالح بن نوار :مبادئ في منهجية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسنطينة: منشورات مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، 2012

10- صلاح أبو الفوال:مناهج البحث في العلوم الإنسانية،(,د,ط)،القاهرة مكتبة غريب ، 1982

11- عبد الرحمن البدوي :مناهج البحث العلمي، ط3 ، الكويت: وكالة المطبوعات، 1977

12- عبد العزيز شرف :مدخل إلى وسائل الإعلام، ط2 ، القاهرة: دار الكتاب المصري، 1989

13- عبد العزيز شرف:المدخل إلى وسائل الإعلام ، لبنان: دار الكتاب اللبناني للطباعة والنشر ، ،دس .

14- عبد الله محمد عبد الرحمان,محمد علي البدوي:مناهج وطرق البحث الاجتماع(,د,ط,)القاهرة:دار المعرفة الجامعية،2012

15- عبد المجيد شكري :تكنولوجيا الاتصال الجديد في انتاج البرامج في الراديو والتلفزيون ، مصر :دار الفكر العربي،1996

16- عبد المجيد شكري :الإذاعات المحلية لغة العصر، المركز الجامعي للطباعة الإلكترونية، القاهرة :دار الفكر العربي ، 1987

17- عبود عبد الله العسكري :منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط2 ، سوريا: دار النمير، 2002

12- عصام أنيس، عبد الحميد زكي :الوسائل المسموعة والمرئية، النشأة والتطور، دار المصرية البنانية، 2004

18- فضيل دليو :مدخل إلى الاتصال الجماهيري، الجزائر:مخبر علم اجتماع الاتصال، 2003

13- فضيل دليو: مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1998

14- كتيب الإذاعة الجزائرية النشأة والمسار : الإذاعة الجزائرية

15- ماجي الحلواني وعاطف عدلي العبد :الأنظمة الإذاعية في الدول العربية، القاهرة: دار الفكر العربي ،1987

16- محمد عبد الحميد :البحث العلمي في الدراسات الإعلامية،ط2 ، القاهرة:عالم الكتب، 2004

19- محمد عبد الحميد :نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3 ، عالم الكتب، مصر، 2004

20- محمد عبد الفتاح الصيرفي , البحث العلمي , ط 1 , عمان:دار وائل للنشر والتوزيع ،دس

21- محمد فضل الحديدي :نظريات الإعلام، دط، دمياط: مطبعة نانسي، 2006

17- محمد معوض :المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، د.س

22- محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1 ، مصر: الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2003

23- مرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد :نظريات الاتصال، القاهرة: دار النهضة العربية، 2006

24- ملفين ديفلير، ساندرا بول روكيتش :نظريات وسائل الإعلام، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1993

18- منى سعيد الحديدي:الاعلام والمجتمع ، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية ، 2004

19- موريس أنجلس :منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط2 ، الجزائر: دار القصبة للنشر، 2006

20- نور الدين تواتي ، الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية في الجزائر، الجزائر :دار الخلدونية ،2008

25- ياسين فضل ياسين :الإعلام الرياضي، ط1 ، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011

الأطروحات والرسائل

1-بن عباس فتيحة : دور الإعلام في التوعية والوقاية من حوادث المرور في الجزائر :مقارنة بين المناطق الريفية و المناطق الحضرية ،اطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال ،جامعة الجزائر 3 ،2012

2-شريفي فطيمة ،دور الاذاعة المحلية في تلبية احتياجات الثقافية لدى المرأة – اذاعة المسيلة نموذجا – مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال، 2014

3-شعباني مالك ، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي "دراسة ميدانية بجامعتي قسنطينة وبسكرة"،رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علم اجتماع التنمية،جامعة منتوري بقسنطينة ،2006

4- لامية صابر، الحملات الاعلانية في بقة MBC ودورها في التوعية الدينية للشباب رسالة لنيل ماجستير في علوم الإعلام والاتصال والعلاقات العامة ،الجزائر،2010

5-نبيلة جعفري :الإعلام الجهوي وتحقيق إشباعات الجمهور، رسالة ماجستيرغير منشورة ، جامعة منتوري، 2010

6-نجاة بوبيدي :عادات وأنماط مشاهدة الأولياء لبرامج التلفزيون، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد علم الاجتماع، جامعة قسنطينة، 1998

7-نور الدين الهادف :التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال :الاستخدامات والإشباعات، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الجزائر،2008

8-هيبة شعوة : دور القناة الإذاعية الأولى في التوعية المرورية : دراسة تحليلية ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة) جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة ، 2007

المراجع الالكترونية

1- قاموس المعاني: www.almaany.com ، زيارة بتاريخ :2015-02-10 على الساعة 20:30ليلا.

2- مؤتمر السلامة المرورية ، الأردن:2012

3- الموقع الرسمي لولاية المسيلة http//www.msila.dz.org ، زيارة بتاريخ :12-03-2015 على الساعة 9:40 صباحا.

4- موقع اذاعة المسيلة الجهوية http://radiomsila.jimdo.com/ ، زيارة بتاريخ :12-03-2015 على الساعة 9:20 صباحا.

المقابلات :

1- مقابلة مع السيد: سليم عمرون "خبير السيارات " معد ومقدم برنامج "حق الطريق" و" إرشادات مرورية " يوم:25- 03-2015 على الساعة : 08:30

2- مقابلة مع رئيس مكتب الدراسات و الإحصاء الملازم الأول السيد: سعيدي عبد الوهاب يوم 29- 03 – 2015 على الساعة 09:00 صباحا

3- مقابلة مع رئيس خلية الاعلام بمحافظة الشرطة لولاية المسيلة السيد: بوخاري السعيد يوم: 27-04-2015 على الساعة 15:30 مساءا