1- التذكير بفرضيات الدراسة:

/الفرضية الأولى:

الإعلان في الإذاعة فعال ومؤثر في إقناع المستمع.

/الفرضية الثانية:

يؤدي التأثير الإعلاني لإذاعة الأغواط إلى إقبال المستمع على المنتجات المعلن عنها.

2- الدراسة الاستطلاعية:

وقد طبقت الدراسة الاستطلاعية على مستوى إذاعة الأغواط الجهوية , التي تحصلنا فيها على معلومات كثيرة من خلال التعريف بجوانب العمل داخل المؤسسة الإذاعية والتي أوضحت لنا الجوانب المختلفة للدراسة والهدف من هذه الدراسة وكما ساعدت على كسب معلومات أفادت في تحديد الموضوع وبلورة الأسئلة في الاستبيان.

3- الدراسة الأساسية:

1:3- منهج الدراسة:

يعتبر المنهج الوصفي أكثر المناهج شيوعا وانتشارا و استخداما في الدراسات التربوية والنفسية بصفة خاصة والإنسانية بصفة عامة ,ويركز على ماهو كائن في وصفه وتفسيره للظاهرة (موضوع البحث) ولهذا تم استخدام هذا المنهج في هذه الدراسة باعتباره يتماشى والموضوع الموسوم ب:الاعلان الإذاعي وتأثيره على سلوك المستهلك.

(محمد داودي,محمد بوفاتح ,2007,ص:18)

2:3- عينة الدراسة

من الصعب على الباحث أن يتصل بعدد كبير من المعنيين بدراسته ليطبق أدوات جمع البيانات والمعلومات التي تخص دراسته، لذلك فهو ملزم باللجوء إلى أسلوب انتقاء عينة تمثل جزءا من وحدات المجتمع الأصلي، بطريقة ما ، حيث يجب أن تعكس وتعبر عن واقع المجتمع الأصلي.

وقد اعتمد في هذه الدراسة ؛ على **العينة العشوائية** لكبر حجم المجتمع الأصلي. وتعرف العينة العشوائية على أنها:" الاختيار على أساس إعطاء فرص متكافئة لكل فرد من أفراد المجتمع الأصلي."

(عمار بوحوش، محمد محمود الذنيبات , 1999 ,ص64)

وقد حددت هذه العينة على أساس عدد المستمعين لإذاعة الاغواط الجهوية خلال شهر، و ذلك حسب الإحصاء الذي أجرته الإذاعة ؛ حيث قدر عددهم ، بمئة ألف مستمع في اليوم، وقد حددت العينة بالطريقة التالية:

- عدد المستمعين في اليوم = 100 ألف مستمع.
- عدد الحصص الزمنية خلال البث اليومي = 12 حصة.

- عدد المستمعين خلال حصة زمنية واحدة = $\frac{100.000}{12} \approx 8400$ مستمع.

- حجم العينة = 1% من عدد المستمعين خلال حصة زمنية

- ومنه العينة = $\frac{8400}{100}$ =84 مستمعا.

3:3- مجالات الدراسة:

1- المجال الجغرافي:

بما أن أثير إذاعة الأغواط الجهوية، يغطي مساحة دائرية نصف قطرها يزيد عن مئة كيلومتر (+100كلم)، حدد المجال المكاني لهذه الدراسة في جانبها الميداني ببلدية الأغواط*، والتي تقدر مساحتها الإجمالية ب25057كم^2

2- المجال البشري:

نظرا لكبر مجتمع الدراسة من جهة، ولقلة الإمكانيات المتاحة وضيق الوقت وصعوبة الوصول إلى كافة جمهور إذاعة الأغواط الجهوية من جهة أخرى أخذت عينة عشوائية ممن يستمعون لها، لتمثيل المجتمع الأصلي الذي يقدر ب: 03مليون مستمع خلال شهر، وهم من سكان ولاية الأغواط من الجنسين، وكذا جميع الفئات العمرية (اكبر من 19 سنة)، ومختلف المستويات التعليمية والمهن.

3- المجال الزمني:

يرتبط المجال الزمني لهذه الدراسة بداية؛ باختيار الموضوع مع بداية السنة الجامعية، وتحديدا في شهر سبتمبر2012، حيث تم القيام مبدئيا بعملية إحصائية للمراجع المتعلقة بشكل مباشر أو غير مباشر بموضوع الدراسة (البحث البيبليوغرافي)، ثم مرحلة البحث الوثائقي، التي كانت مرحلة هامة لتسطير الخطة المنهجية للدراسة. وبالنسبة للجانب الميداني للدراسة، كانت الانطلاقة بالضبط في شهر مارس 2013 حيث حدد منهج الدراسة الملائم وكذا أدوات جمع البيانات، وذلك بعد ضبط عينة البحث.

وقد طبقت أول مقابلة على مستوى إذاعة الأغواط الجهوية، مع **مسؤول إداري مكلف الإعلان** يوم الأربعاء 27 فيفري 2013، أين أفاد الباحث بمعلومات غير رقمية، لأسباب أرجعها على حد قوله إلى عدم توفر الوثائق، نظرا إلى أسباب مجهولة , دون أن ننفي أنه ساعدنا في معرفة الجوانب الإدارية و التقنية الفنية، التي تمر بها الرسالة الإعلانية المسموعة في مراحل إعدادها.

أما المقابلة الثانية كانت يوم الاثنين 8 افريل2013مع **مدير** الإذاعة نفسه ليوضح لنا أكثر النشاط الذي تمارسه الإذاعة في مجال الإعلان، ولقد أفادنا بعدد تقديري لمستمعي الإذاعة خلال شهر.

وفيما يخص الاستمارات، فكانت مرحلة التجريب والتحكيم يوم الأحد 7افريل2005، وكان عدد المحكمين خمسة أين ضبطت المحاور والأسئلة، ومن ثم البدأ في توزيع الاستمارات يوم 14 افريل2013،التي كانت عددها 84 استمارة جمعت كلها يوم 17افريل 2013، لتفريغها وتحليل بياناتها.

4:3- أدوات الدراسة :

إن الباحث ملزم باستخدام جملة من الوسائل والتقنيات, تمكنه من جمع أكبر عدد من المعلومات التي تخدم بحثه، حيث تساعده على استقصاء المعطيات من المبحوثين بأسلوب علمي مضبوط،وقد استخدمت في هذه الدراسة ؛ جملة من الأدوات المضبوطة علميا ومنهجيا لجمع المعلومات ذات الصلة بالموضوع ، وذلك بمراعاة توافقها مع المنهج المعقد وهو(المنهج الوصفي)

1- الملاحظة البسيطة:

تعد الملاحظة أساس الدراسة الميدانية, وهي" توجيه الحواس لمشاهدة ومراقبة سلوك معين أو ظاهرة معينة, وتسجيل جوانب ذلك السلوك أو خصائصه".

(عمار بوحوش,محمد محمود الذنيبات ,1999,ص64)

ويعرفها البعض على أنها:" توجيه الحواس والانتباه إلى ظاهرة معينة أو مجموعة من الظواهر, رغبة في الكشف عن صفاتها أو خصائصها, بهدف الوصول إلى كسب معرفة جديدة عن تلك الظاهرة أو الظواهر..."

(عمار بوحوش ومحمد محمود الذنيبات ,1999,ص 81-82)

والملاحظة البسيطة تسمى أيضا؛ الملاحظة بغير المشاركة, لأنها لا تتطلب أكثر من النظر أو الاستماع, ومتابعة موقف اجتماعي معين دون مشاركة فعلية فيه.

ومن خلال ملاحظة الباحث واستماعه للإعلانات المنبثة عبر إذاعة الأغواط المحلية؛ برزت لديه مجموعة من التساؤلات والتي عبر عنها في إشكالية البحث, وظهرت الرغبة في الكشف عن خصائصها كظاهرة, انطلاقا من علاقتها بالسلوك الاستهلاكي للمستمعين, وذلك ما يتجلى بوضوح من خلال الفرضيات التي بنيت عليها الدراسة.

2-المقابلة:

تعتبر المقابلة "من الأدوات الرئيسية لجمع المعلومات والبيانات في دراسة الأفراد والجماعات الإنسانية, كما أنها تعد من أكثر وسائل جمع المعلومات شيوعا وفاعلية في الحصول على البيانات الضرورية لأي بحث...".

كما أنها :" محادثة موجهة يقوم بها فرد مع آخر أو مع أفراد بهدف حصوله على أنواع من المعلومات, لاستخدامها في بحث علمي والاستعانة بها في عمليات التوجيه, التشخيص والعلاج".

(عمار بوحوش ومحمد محمود الذنيبات, 1990. ص 75)

- وقد طبقت في هذه الدراسة مقابلتان مفتوحتان؛ الأولى مع **مسؤول إداري مكلف بالإعلان** بإذاعة الأغواط الجهوية بمقرها الكائن بشارع 03ماي قرب المعهد الجهوي للتكوين الموسيقي ؛ يوم27 فيفري 2013, حيث أدلى بمعلومات هامة حول الإستراتيجية المنتهجة في إعداد الرسائل الإعلانية المسموعة, من وصول عرض المعلن إلى إدارة المؤسسة الإذاعية, حتى بثها في شكل ومضة إعلانية عبر أثير الإذاعة, وكذا أسس التسعيرة الإعلانية وامتيازات الإذاعة في هذا النشاط, بالرغم من عدم تحصلنا على السلم الزمني لبث الومضات الإعلانية.

وفي يوم 8 افريل2013 أجريت ثاني مقابلة مع **مدير الإذاعة** نفسه , حيث أفاد الباحث من خلالها بمعلومات قيمة وظفت في هذه الدراسة , من خلال الملف التقني الذي يحمل معلومات قيمة عن الإذاعة محل الدراسة, بما فيها معلومات رقمية عن إيراداتها من النشاط الإعلاني في السنوات الست الأخيرة. بالإضافة إلى العدد التقديري لمستمعي الإذاعة, وهو ما ساعدنا في ضبط حجم عينة الدراسة .

3-الاستبيان :

الاستبيان هو:" وسيلة للاتصال بالمبحوثين واستفسارهم واحدا واحدا, وبشكل مماثل, وهي تقنية مباشرة لتقصي المعلومات من الأشخاص تسمح باستفسارهم مباشرة, قصد الحصول على علاقات رياضية وعقد مقارنات كمية .

(MauriceAngers:1997.p.146)

وكما يعرف أيضا بأنه:" مجموعة من الأسئلة المرتبة, حول موضوع معين يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد, أو يجري تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها, و بواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع أو التأكد من معلومات متعارف عليها, لكنها غير مدعمة بحقائق"

(عمار بوحوش ومحمد محمود الذنيبات, 1990.ص 66)

ولأن الأسلوب المثالي أن يملأ الاستبيان بحضور الباحث, ويسجل المفحوص بنفسه الأجوبة والملاحظات التي تثري البحث؛ فقد طبقت على 84 فردا من جمهور إذاعة الأغواط الجهوية بمدينة آفلو اكبر دوائر الولاية .

يتكون استبيان هذه الدراسة من ثلاثة محاور رئيسية؛ تحتوي في مجملها على 28 سؤالا, 04 منها مفتوحة.

يمثل المحور الأول **البيانات الشخصية** الضرورية، واحتوى على خمسة أسئلة، منها سؤال مفتوح.ويحمل الأرقام 1-2-3-4-5

المحور الثاني يتعلق بأسئلة الفرضية الأولى للدراسة – الإعلان في الإذاعة فعال ومؤثر **في** إقناع المستمع.ويضم 17 سؤالا؛ أولها خارج المؤشرات, ويتعلق بمدى استماع أفراد العينة لبرامج إذاعة الأغواط الجهوية, ثم وزعت الـ 16 سؤالا الباقية على 03 مؤشرات, الأول؛ حول **انتباه** المبحوثين للومضات الإعلانية المنبثة عبر الإذاعة محل الدراسة, ويتفرع إلى ستة أسئلة وسؤال مفتوح, ويحمل الأرقام 13-14-15-16- 17 ثم المؤشر الثاني؛ الذي يعبر عن **اهتمام** المبحوثين بالومضات الإعلانية المسموعة ويتفرع إلى خمسة أسئلة مغلقة, يليه المؤشر الثالث؛ الذي يعبر عن **اقتناع** المبحوثين بمضمون الومضات الإعلانية , ويحتوي على خمسة أسئلة ,ويحمل الأرقام 18-19-

20-21-22في حين أن المحور الثالث؛ والذي يعبر عن الفرضية الثانية- **يؤدي التأثير الإعلاني لإذاعة الأغواط إلى إقبال المستمع على المنتجات المعلن عنها.**

ويضم ستة أسئلة,منها اثنين منها مفتوحين ويحمل الأرقام 23-24-25-26-27-28

5:3- الأساليب الإحصائية المستخدمة :

الأساليب الإحصائية المستخدمة للحصول على نتائج تساعدنا في عرض وتحليل تفسير البيانات هي

النسب المئوية.