– جامعة المسيلة –

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استخدامات الطلبة الجامعيين لبرامج الإذاعة المحلية والإشباعات المتحققة

دراسة ميدانية على عينة من

طلبة جامعة الجلفة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الإعلام والاتصال

تخصص : اتصال

إعداد الطالب :

❖ بابي الطاهر

إشراف :

أ. براردي نعيمة

أعضاء اللجنة المناقشة:

أ.براردي نعيمة .....مشرفا ومقررا

أ.بوقرة رضوان.....رئيسا

أ.باجي سهام:.....مناقشا وممتحنا

سبتمبر 2013

كلمة شكر

قال تعالى

[رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَى وَالِدَيَّ وَ أَنْ أَعْمَلَ صَالِحاً تَرْضَاهُ وَأَدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ]

سورة النمل الآية 19.

و قال ε: [من لم يشكر الناس لم يشكر الله]

أتقدم بالشكر إلى الأستاذة برارديي نعيمة التي رافقتني في مختلف مراحل هذا البحث بالتوجيه والتصويب ، مبدية جميل الصبر وحسن النصيحة.

كما أشكر الأستاذ بوعزيز بوبكر على مساعدته وتوجيهه ، وكل الأساتذة الذين تلقيت منهم حسن المعونة.

كما لا يفوتني أن أشكر كل من ساعدني لإعداد هذا البحث المتواضع من : بلقاسم إلى محمد إلى عثمان... وغيرهم كثير.

بابي الطاهر

إهداء

الحمد لله الذي لن نوفيه حقه مهما حمدناه

إلى رمز الحنان و عنوان الأمومة

إلى التي أرضعتني من لبنها ، و غذتني من حنانها

إلى الحائرة دوما عني....والمشتاقة دائما لي....والحنونة أبدا علي

إلى من حملتني كرها ووضعتني كرها وغمرتني حبا

أمي الغالية

إلى الذي علمني أن الإخلاص هو أساس النجاح وأن الحياة عمل وصبر و دفعني بكل حزم لأنتهل العلم

أبي الغالي

إلى الأخ عبد القادر حفظه الله ، إلى جميع أفراد العائلة .

إلى الكتكوتين رقية ، ونور الدين .

إلى كل الزملاء والإخوة الأحبة ، إلى كل من ذكرت ومن لم أذكر

..... أهدي ثمرة عملي هذا المتواضع .....

Nkl.net

خطة الدراسة

مقدمة .

الفصل الأول : موضوع الدراسة و الإجراءات المنهجية

المبحث الأول : موضوع الدراسة

01 -تحديد الإشكالية

02– أسباب اختيار الموضوع

03– أهداف الدراسة

04– تحديد المفاهيم

05– عرض الدراسات السابقة

المبحث الثاني:الإجراءات المنهجية

01– مجالات الدراسة

02– المنهج المستخدم

03– أدوات جمع البيانات .

04– عينة الدراسة

هوامش الفصل الأول

الفصل الثاني : الإطار النظري للدراسة

المبحث الأول : نظرية الاستخدامات و الإشاعات

01– نشأة و تطور نظرية الاستخدامات و الاشباعات

02– فروض و أهداف نظرية الاستخدامات و الاشباعات

03– عناصر نظرية الاستخدامات و الاشباعات

04– أبرز الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات و الاشباعات

المبحث الثاني : الإذاعة المحلية في الجزائر

01– نشأة وتطور الإذاعة في العالم

02– نشأة الإذاعة في الجزائر .

03– أسباب إنشاء الإذاعة المحلية في الجزائر

04– التخطيط الإذاعي المحلي

05– أدوار و وظائف الإذاعة المحلية

06– أهم الإذاعات المحلية في الجزائر

07– المنطلقات القانونية لتشغيل الإذاعة المحلية

08– خصائص الإذاعة المحلية

09– إنتاج البرامج في الإذاعة المحلية

المبحث الثالث : إذاعة الجلفة المحلية

01– نشأة و تطور إذاعة الجلفة المحلية

02– هياكل إذاعة الجلفة المحلية و إمكانياتها

03– جمهور إذاعة الجلفة المحلية وأهدافها

04– الإطار القانوني لإنشاء إذاعة الجلفة المحلية و تمويلها

05– برامج إذاعة الجلفة المحلية

هوامش الفصل الثاني

الفصل الثالث : الإطار التطبيقي للدراسة

المبحث الأول : بيانات حول عادات وأنماط الاستماع لبرامج إذاعة الجلفة المحلية

المبحث الثاني : بيانات حول الاشباعات التي تحققها إذاعة الجلفة المحلية للطلبة

المبحث الثالث : النتائج النهائية للدراسة

خاتمة

فهرس المحتويات

مقدمة ..... **أ–ب**

الفصل الأول : موضوع الدراسة و الإجراءات المنهجية

المبحث الأول : موضوع الدراسة..... **04**

1 – تحديد الإشكالية 04

2 - أسباب اختيار الموضوع..... 05

3 – أهداف الدراسة..... 06

4 – تحديد المفاهيم 06

5 – عرض الدراسات السابقة 09

المبحث الثاني : الإجراءات المنهجية **13**

1 – مجالات الدراسة 13

2 – المنهج المستخدم 15

3 – أدوات جمع البيانات 15

4 – عينة الدراسة 16

هوامش الفصل الأول..... 18

الفصل الثاني : الإطار النظري للدراسة

المبحث الأول : نظرية الإست خدامات و الإشاعات **21**

1 – الخلفية المعرفية لنظرية الاستخدامات والاشباعات..... 21
2 – مفهوم نظرية الاستخدامات والاشباعات و فروضها..... 22
3 – عناصر نظرية الاستخدامات و الاشباعات 23
4 – أبرز الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات و الاشباعات 25
المبحث الثاني : الإذاعة المحلية في الجزائر .....
26
1 – نشأة وتطور الإذاعة في العالم 26
2 – نشأة الإذاعة في الجزائر 28
02-1- السياسة الإذاعية الجزائرية.....30
3 – أسباب إنشاء الإذاعة المحلية في الجزائر 33
4 – التخطيط الإذاعي المحلي 36
5 – أدوار و وظائف الإذاعة المحلية 38
أولا :دور الإذاعة المحلية 38
ثانيا : وظائف الإذاعة المحلية.....39
6 – أهم الإذاعات المحلية في الجزائر 40
7 – المنطلقات القانونية لتشغيل الإذاعة المحلية 42
8 – خصائص الإذاعة المحلية 42
9 – إنتاج البرامج في الإذاعة المحلية 46
09-1- مكونات البرنامج الإذاعي.....46
09-2- أنواع البرامج الإذاعية و أشكالها.....48

09-3- عملية البث الإذاعي.....51
09-4- إخراج البرامج الإذاعية.....54
09-5- خصوصية العملية الإنتاجية للبرامج في الإذاعة المحلية.....55
المبحث الثالث : إذاعة الجلفة المحلية .....
56

1 – نشأة و تطور إذاعة الجلفة المحلية 56

2 – هياكل إذاعة الجلفة المحلية و إمكانياتها 57

3 – جمهور إذاعة الجلفة المحلية وأهدافها 57

4 – الإطار القانوني لإنشاء إذاعة الجلفة المحلية و تمويلها 58

5 – برامج إذاعة الجلفة المحلية 58

هوامش الفصل الثاني 59

الفصل الثالث : الإطار التطبيقي للدراسة

1 – بيانات حول عادات وأنماط الاستماع لبرامج إذاعة الجلفة المحلية..... 67

2 – بيانات حول الاشباعات التي تحققها إذاعة الجلفة المحلية للطلبة 82

3 – عرض النتائج النهائية للدراسة 96

03-1- عادات وانماط الاستماع لبرامج إذاعة الجلفة المحلية.....96

03-2- الاشباعات التي تحققها إذاعة الجلفة المحلية للطلبة.....98

03-3- نتائج عامة.....99

خاتمة .....
102

قائمة المراجع.....
103

الملاحق

مقدمة:

تعتبر دراسة موضوع الإعلام المحلي واحدة من أهم الموضوعات في حقل الإعلام والاتصال ، إذ أن هذا النوع من الإعلام يكتنف أهمية كبرى في عصر تزايدت فيه سرعة تدفق المعلومات.

و يمثل الإعلام المحلي انعكاسا تام للبيئة التي ينشط فيها ، فهو يعبر عن قيم وعادات وتراث أفراد هذه البيئة ، ويهدف إلى خدمة احتياجاتهم ومناقشة قضاياهم ، كما أن تميزه بعنصر المشاركة جعله يقترب من المفهوم الإنساني للاتصال.

والتحولات الجارية في العالم من الإعلام الوطني ، إلى الإعلام المحلي أو الجواري ، زادت من أهمية هذا النوع من الإعلام (المحلي) الذي لم تعرفه الجزائر إلا بعد سنة 1990م ، أين لوحظ اهتمام كبير بالإعلام المحلي ، وبنشر الإذاعات المحلية في كافة أرجاء الوطن ، هذا الانتشار الواسع للإذاعات المحلية ، والتنوع الذي تتميز به رسائلها ومضامينها الإعلامية ، يعكس التنوع في احتياجات و رغبات واهتمامات المستخدمين لهذه الوسيلة ، كما أن الآثار المختلفة لوسائل الإعلام على مستخدميها يعكس تنوعا في طرق تفسير الرسائل ، وكل ذلك يعكس أنماط الاهتمام والتفضيل.

ومن هذا المنطلق ، تسعى هذه الدراسة إلى البحث في موضوع "استخدام الطلبة الجامعيين للإذاعة المحلية و الاشباعات المحققة " والتي أخذنا إذاعة الجلفة المحلية كنموذج عنها ، وهل أن نشر هذه الإذاعات يعمل على تحقيق الاشباعات والاحتياجات و الاهتمامات المتوقعة من طرف جمهورها ممثلة في طلبة جامعة الجلفة.

ومن أجل الإحاطة بالموضوع تم تقسيم الدراسة إلى فصول على النحو التالي:

الفصل الأول :

جاء ليقدم مدخلا للدراسة من حيث التعريف بالموضوع ، وتحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها ، والأسباب التي كانت وراء اختيار هذا الموضوع ، وتحديد المفاهيم ، وعرض الدراسات السابقة . ثم التطرق للإجراءات المنهجية للدراسة.

الفصل الثاني :

خصص لتقديم المنظور المتبنى في هذه الدراسة ، " نظرية الاستخدامات و الاشباعات " و " الإذاعة المحلية في الجزائر " ، أين تم التطرق إلى نشأة وتطور الإذاعة في العالم ثم في الجزائر ، وأيضا تم ذكر أسباب إنشاء الإذاعة المحلية بالجزائر ، ظهورها وتطورها ، إضافة إلى التخطيط الإذاعي المحلي ، و أدوارها ووظائفها ، و أهم الإذاعات المحلية في الجزائر ، و المنطلقات القانونية لتشغيلها ، كما تم التطرق إلى خصائص الإذاعة المحلية في هذا الفصل وإنتاج البرامج فيها

، و أخيرا التطرق إلى إذاعة الجلفة المحلية – النموذج – وذلك بذكر نشأتها ، تطورها ، هياكلها و إمكانياتها ، جمهورها وأهدافها ، إطارها القانوني وتمويلها ، وفي الأخير برامج هذه الإذاعة المحلية .

وتم في **الفصل الأخير** تناول النتائج النهائية للدراسة الميدانية وتحليلها وتفسيرها.

الفصل الأول : موضوع الدراسة و الإجراءات المنهجية

المبحث الأول : موضوع الدراسة

المبحث الثاني : الإجراءات المنهجية

المبحث الأول : موضوع الدراسة :

01- تحديد الإشكالية

يمكننا القول بكل ثقة أن الإعلام المحلي صار محورا أساسيا في المجتمع المعاصر، خاصة بعد الثورة التي تولدت عنها تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.لذلك ليس من الغريب أن تتعدد و تتنوع اتجاهات الدراسات التي أجريت وتجرى في مجال الإعلام والاتصال ،مساهمة بذلك في إثراء هذا الميدان الجديد والخصب.

وهذا ما حدث بالفعل،بل تعدى الأمر ذلك إلى حد تناقض بعض الاتجاهات التي أسفر عنها ظهور مدارس ونظريات ،اختلفت في النظر وفي كيفية النظر إلى عناصر العملية الاتصالية فمنها ما رأت أن تتناولها بشكلها الكلي الأوسع ومنها ما رأت أن تجزأ نظرتها إلى هذه العملية .هذه الأخيرة فمنها ما ركز على الوسيلة ،ومنها ما ركز على القائم بالاتصال،ومنها ما ركز على الرسالة ومنها ما ركز على المتلقي أو جمهور و وسائل الإعلام ،هذا الأخير الذي حضي بنصيب كبير من النقاش والجدال خاصة بعد ظهور **نظرية الاستخدامات و الاشباعات** التي جاءت بفروض أكثر جرأة ووضوحا وأكثر تحولا من رؤية الجمهور على أنه عنصر سلبي ، وذلك باعتباره نشطا وواع وفعال ،يستخدم عن اختيار وسائل الاتصال لأغراض مقصودة .

هذه الوضعية الجديدة التي وضعت الجمهور في مكانه المتحكم في زمام استخداماته لوسائل الاتصال الجماهيري دفعت هذه الأخيرة إلى التجدد المستمر لإعادة التموقع في سلم أولويات هذه الاستخدامات .

والإذاعة المحلية المسموعة واحدة من أهم وسائل الإعلام المحلي ،حيث تأتي أهميتها من كونها تتجه أساسا إلى مجتمعات محلية ،لها خصائصها المميزة واهتماماتها المشتركة ،مما يجعلها وسيلة تعكس هذا الوجود وتناقش قضاياه ومشاكله ، كما تقدم المعلومات عنه وله،وتقترح الحلول والتوجيهات والخدمات،وتلبي الحاجات التي لا تستطيع الإذاعة المركزية أن تلبيها بالنسبة إلى مجتمعات محلية متعددة ومختلفة ، وبالتالي اعتبرت الإذاعة كوسيلة مساعدة اجتماعية ،تقوم على ربط العلاقات خاصة مع المستمعين الذين هم من بيئة واحدة ،تجمعهم القضايا والاهتمامات كما أنها الوسيلة التي يستخدمها المجتمع المحلي للتعبير عن ذاته فالمباشر يزيد من درجة التفاعلية في الاتصال بين المرسل و المستقبل، و يتيح فرصة النقاش و إبداء الرأي و طرح الاهتمامات و المشاكل لأفراد المجتمع المحلي ،وبذلك حققت الإذاعة المحلية حلا لمعادلة الوحدة والتنوع ، فهي تستمد هويتها من هوية مجتمعها المحلي ،وفي ذات الوقت تعمل على بث الحيوية في التراث الفكري والأدبي والفني ،كما تجعل ارتباطه بالثقافة الوطنية وثيقا.

وفي الجزائر،تعد إذاعة الجلفة المحلية واحدة من الإذاعات المستحدثة التي أثبتت في فترة قصيرة قدرة كبيرة في استقطاب جمهور متباين ومتنوع، ونجحت في ذلك لإدراكها التام بان جمهورها ليس جمهورا سلبيا ولا يتلقى كل ما يقدم له،بل يأخذ ما يريد فقط ما يعرض عليه ،ويرفض مالا يشبع رغباته واحتياجاته .

وبما أن جمهور الطلبة الجامعيين فئة نوعية من فئات هذا المجتمع المعاصر،على افتراض انه الأكثر تعلما و وعيا، وبالتأكيد ليس بمعزل عن استخدام وسائل الإعلام المختلفة بما فيها الإذاعة المحلية،التي يتوقع أن تشبع حاجاته المختلفة والمتنوعة.لذلك فقد جاءت هذه الدراسة–التي تبنت تطبيق فروض نظرية الاستخدامات و الاشباعات– لنحاول التعرف على استخدامات الطلبة الجامعيين للإذاعة المحلية– من خلال إذاعة الجلفة المحلية التي أخذناها كنموذج – و الاشباعات المترتبة، وذلك بالإجابة على التساؤل الرئيسي الآتي :

ماهي استخدامات واشباعات طلبة جامعة الجلفة من إذاعة الجلفة المحلية ؟

وقد انطلقت الدراسة من مجموعة تساؤلات فرعية تمحورت حول "الاستخدامات و الاشباعات "كالأتي:

1. ماهي عادات و أنماط استخدام طلبة جامعة الجلفة لإذاعة الجلفة المحلية ؟
2. – ماهي دوافع إقبال طلبة جامعة الجلفة للاستماع لبرامج إذاعة الجلفة المحلية؟
3. – ماهي الاشباعات المحققة جراء الاستماع ؟
4. – هل هناك علاقة بين الاستماع لإذاعة الجلفة المحلية والاشباعات المترتبة ومتغيري:
   - ✓ الجنس؟
   - ✓ التخصص؟

02 – أسباب اختيار الموضوع :

يمكن تلخيص الأسباب التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع للدراسة إلى مجموعة النقاط الآتية :

1. يعود سبب اختيار الإذاعة المحلية من بين الوسائل الأخرى بسبب الأهمية المتزايدة التي صارت تتمتع بها هذه الوسيلة الإعلامية بالإضافة إلى تراجع الأبحاث و الدراسات التي تتناولها.
2. – اختيار الطلبة الجامعيين لإجراء هذه الدراسة يرجع لأهمية هذه الفئة في المجتمع انطلاقا من اعتبارها الشريحة المتعلمة و المثقفة بالإضافة إلى حجمها الكبير في الجزائر.
3. – الرغبة في معرفة عادات و أنماط استخدام الطلبة الجامعيين للإذاعة المحلية و الاشباعات المترتبة من خلال هذا الاستخدام . و ذلك استنادا إلى نظرية الاستخدامات و الاشباعات التي ما تزال فروضها

تمثل حقلا خصبا لإجراء الدراسات انطلاقا منها ،أو اختبارا لها في ظل ظهور معطيات جديدة جاءت بها تكنولوجيات الاتصال و الإعلام الجديدة .

03 – أهداف الدراسة:

يمكن إيجاز أهداف هذه الدراسة فيما يأتي :

1. – معرفة عادات و أنماط استخدام الطلبة الجامعيين للإذاعة المحلية .
2. – الكشف عن الاشباعات التي تتحقق للطلبة من خلال الاستماع لبرامج الإذاعة المحلية .
3. – معرفة ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الاستخدامات و الاشباعات وفق متغيري الجنس –التخصص .
4. – التدرب على كيفية إجراء بحث علمي و ميداني للتحكم في إجراءات البحث العلمي
5. – هدف إجراء الدراسة كدراسة هو نيل شهادة الماستر.

04 – تحديد المفاهيم :

04–1– الاستخدام : نقصد بالاستخدام في هذه الدراسة عملية الاستماع التي يقوم بها الفرد اتجاه برامج الاذاعة المحلية و أنماط هذا الاستماع .

04–1–1– تعريف الاستماع :

- لغة:السمع : وهو حس الأذن و الاستماع :هو الإصغاء[1] .
- اصطلاحا :عملية إنسانية تعمد إلى تلقي أي مادة صوتية بقصد : الاكتساب، الفهم ،التحليل،التفسير ،والاشتقاق،ثم البناء الذهني...[2]
- إجرائيا: هو عملية التعرض الإعلامي للإذاعة المحلية كوسيلة إعلامية تستلزم امتلاك المتلقي (المستمع) الوسيلة و المهارة و الوقت والاستعداد و الرغبة و توظيف كل هذا بطريقة قصدية (اختيارية) .

04–1–02– أنماط الاستماع :

01- الاستماع التذوقي : ويظهر حين نستمع من أجل الاستمتاع كأن نستمع إلى صوت عذب ، أو عمل رائع ، أو محاضرة بموضوع ممتع جداً ، أو إلى من تحب ، فأنت في هذه الحالة تتذوق وكأنك تستمتع بعمل فني جميل.

02- الاستماع النشيط : ويظهر في تركيز الانتباه لتفسير كلام ، أو قراءة المشاعر أو الحركات ، وهذا النوع يتضمن التعاطف مع المتحدث ، أو التأمل في كلامه ، أو التفاعل معه .

03- الاستماع الاستيعابي : هو الاستماع إلى درس ، أو ندوة عملية ، أو محاضرة ؛بقصد فهم ما يدور فيها .

04- الاستماع الناقد : وهو الاستماع لاتخاذ قرار وحسم موقف ، فحين تستمع إلى متكلم في مجال متخصص فأنت تحاول أن تستمع بإصغاء لتقرر موقفك من هذا الحديث .

05- الاستماع الدفاعي : وفيه محاولة اكتشاف نقاط ضد المتكلم لنقده ، أو مهاجمته ، أو الرد عليه . وهذا من أكثر أنواع الاستماع انتشاراً ، وغالباً ما يكون في المناقشات أو المجادلات الدفاعي .

06- الاستماع الازدواجي : وهو الاستماع إلى موقفين معاً ، تتحدث مع شخص ، وتستمع إلى حديث آخر يدور حولك ، كأن تكون منشغلاً في حديث مع زميل لك ،وفي الوقت نفسه تسترق السمع إلى حديث يدور بين مجموعة أشخاص بجوارك ، ويتحدثون في موضوع ترغب الخوض معهم ، أو تستمع في الوقت ذاته إلى مذياع أو تلفاز .

07- الاستماع المميز : وهو الاستماع إلى صوت مميز كأن يستمع الطبيب ليميز صوتاً غير طبيعي في القلب أو حشرجة الأمعاء ، أو الميكانيكي الذي يستمع ليميز صوت المحرك.

08- الاستماع التعاطفي : وهو الاستماع والحلول مكان المتحدث لفهم ما يقوله ولماذا يقول؟ وحين الاستماع إلى من نحب أو إلى طفلنا فنحن في هذه الحالة نتعاطف معه ونشعر بانفعالاته.

09- الاستماع العاكس : ويظهر عندما يتم الاستماع لإعادة صياغة ، أو تلخيص موضوع ، أو توضيح رسالة المتحدث ، وبخاصة حين يطلب تقديم تغذية راجعة عنه .

04-2- الاشباعات :

يعرف الباحث "منير حجاب" الإشباع بأنه"إرضاء رغبة أو بلوغ هدف ،أو خفض دافع ،و تدل الكلمة أيضا على الحال التي يتم فيها ذلك ،ويعني الإشباع في نظرية التحليل النفسي خفض التنبيه و التخلص من التوتر "[3].و يرتبط مفهوم الإشباع بمفاهيم أخرى هي : الحاجة،الرغبة ،والدافع .

04-2-1- الحاجة :

ورد في موسوعة العلوم الاجتماعية أن الحاجة "حالة أو أمر يضع المرء في موقف صعب أو محنة ،وفي زمن المصاعب و المتاعب ،بما يشعره بالعوز و الرغبة إلى شيء ضروري "[4].

وفي علم النفس تعني"حالة من التوتر أو عدم الإشباع ،يشعر بها فرد معين ، و تدفعه إلى التصرف متجه نحو الهدف الذي يعتقد أنه سوف يحقق له الإشباع "[5].

04 -2-2-الرغبة :

هي الشعور بالميل نحو أشخاص أو أشياء معينة ، تنشأ من تفكير الفرد فيها ، أو تذكره إياها ، أو إدراكه لأشياء مرغوبة ، فالرغبة تستهدف التماس اللذة ، و الحاجة تستهدف تجنب الألم [6].

04-2-3-الدافع :

عرف الدافع بأنه "المحرك على بلوغ غاية أو هدف ، و قد تكون الدوافع داخلية كالغرائز ، و قد تكون خارجية كالبواعث ، و قد تكون بنائية تعبر عن نفسها في دوافع الأنا و الجنس ، أو تدميرية تعبر عن نفسها في دفاعات العداء الموجهة نحو الذات و الآخرين"[7].

و تكون العلاقة بين الحاجة و الدافع في أن الحاجة سبب لتولد الدافع ،كما أن الدافع يؤدي إلى إشباع تلك الحاجة ،و بمجرد حدوث ذلك ينتهي دور الدافع .

التعريف الإجرائي :

المقصود بالحاجات و الدوافع في هذه الدراسات الأسباب التي تدفع الطلبة إلى الاستماع للإذاعة المحلية كوسيلة من وسائل الإعلام المحلي ، أما الإشباع فيقصد به الأهداف التي يسعى الطلبة لتحقيقها من خلال هذا الاستماع.

04-3- الإذاعة المحلية :

أ- الإذاعة:

- **لغة** :نقول أذاع ، يذيع ،إذاعة الخبر ،أي بنشره، وإذاعة السر إفشاؤه .
- **اصطلاحا:** يعرفها الباحث "فضيل دليو" على أنها "ما يبث عن طريق الأثير باستخدام موجات كهرومغناطيسية ،بإمكانها اجتياز الحواجز الجغرافية و السياسية ،وربط مستمعيها برباط مباشر و سريع "[9].

و المحطة الإذاعية هي مكان البث، و الإذاعة هي نشر عن طريق الاتصال اللاسلكي ،بصرف النظر عن استخدام الفن الإبداعي ، لأنها تقوم على الإرسال و نقل الصوت عبر موجات لاسلكية لمتوسط الطول ،قصيرة متناهية القصر ،والتي تسمى بموجات الميكروفون السنتيمترية [10]

☜ **إجرائيا** :"عبارة عن هيكل تنظيمي في شكل وظائف وادوار تقوم ببث مجموعة من البرامج ذات الطابع الترفيهي والتثقيفي و الإعلامي ،و ذلك لاستقبالها في آن واحد ،من طرف جمهور متناثر ،يتكون من أفراد و جماعات مزودة بأجهزة استقبال مناسبة"[11].

ب– الإذاعة المحلية :

جهاز إعلامي يخدم المجتمع محليا ،معنى ذلك أن الإذاعة المحلية تبث برامجها مخاطبة "مجتمعا خاصا " محدود العدد ،يعيش فوق ارض محدود المساحة [12].

و نقصد بالإذاعة المحلية في هذه الدراسة بأنها وسيلة اتصال جماهيرية ،تخاطب جمهورا محليا معينا ،في منطقة جغرافية معينة ،عن طريق برامج متنوعة ،وبذلك فهي تهتم بكل ما هو محلي .

05–الدراسات السابقة :

05–1–عرض الدراسات :

– الدراسة الأولى / خلاف بومخيلة :جمهور الطلبة الجزائريين ووسائل الإعلام المكتوبة ، دراسة في استخدامات و اشباعات طلبة جامعة منتوري –قسنطينة– مذكرة ماجستير نوقشت بتاريخ (07-07-2007)[13].

تتدرج هذه الدراسة ضمن بحوث "الاستخدامات والاشباعات " وذلك أنها تهدف إلى معرفة جوانب العلاقة القائمة بين جمهور الطلبة الجزائريين و وسائل الإعلام المكتوبة حيث تتمثل هذه العلاقة في مظاهر استخدام جمهور الطلبة الجزائريين للصحف،و مظاهر الإشباع المترتبة عن هذا الاستخدام،وذلك على اعتبار أن جمهور الطلبة هو جمهور واع و نشط، و يستخدم الصحف بدوافع متعددة من اجل تحقيق اشباعات متنوعة ، و ذلك حسب أنماط تفضيل واهتمام متباينة .

و قد تم بلورة الهدف من الدراسة في مجموعة من التساؤلات سعت الدراسة للإجابة عنها ، هذه التساؤلات اندرجت تحت التساؤل الرئيسي التالي:

ماهي مظاهر استخدام جمهور الطلبة الجزائريين لوسائل الإعلام المكتوبة،و ماهي مظاهر الإشباع التي يحققها هذا الاستخدام؟

و تفرغ عن هذه التساؤل الرئيسي التساؤلات الآتية:

1. ماهي دوافع إقبال جمهور الطلبة الجزائريين على قراءة الصحف؟

2. ماهي عادات قراءة جمهور الطلبة الجزائريين للصحف؟
3. -ماهي أنماط قراءة جمهور الطلبة الجزائريين للصحف؟
4. -ماهي الاشباعات المتحققة عن قراءة الصحف؟
5. -هل هناك علاقة بين عادات و أنماط القراءة و الاشباعات المترتبة و متغيري الجنس و التخصص؟

واقتضت طبيعة الدراسة وهدفها استخدام منهج المسح الميداني بالعينة من خلال استمارة اشتملت على محاور متعددة،وزعت على عينة حجمها مئة (100)طالب وطالبة،بشكل متساوي حسب متغيري الجنس و التخصص لتمثيل الفروع العلمية و التقنية والفروع الإنسانية و الاجتماعية في جامعة منتوري-قسنطينة-و ذلك في الموسم الجامعي (2006/2005)،مستخدما بذلك العينة العشوائية الطبقية متعددة المراحل .

ومن أهم النتائج التي وصلت إليها الدراسة ما يلي

1. دوافع إقبال الطلبة على الصحف هي :
   - من الاستطلاع و الرغبة في معرفة الأخبار و المعلومات الجديدة .
   - الرغبة في قضاء وقت الفراغ و البحث على الترفيه
   - الرغبة في تحقيق الذات و الظهور بمظهر الطالب المثقف .
2. الطلبة الذين يقرؤون الصحف بانتظام يمثلون الثلث من مجموع الطلبة .
3. الذكور أكثر انتظاما في قراءة الصحف من الإناث .

4 . يفضل اغلب الطلبة قراءة الصحف في الفترتين الصباحية و المسائية ، كما يفضلون قراءة الصحف في المنزل (الغرفة الجامعية)،الحافلة ، الجامعة ،طابور المطعم .

5- أغلبية الطلبة يفضلون قراءة اليوميات على الأسبوعيات ، كما يفضلون قراءة الصحف الوطنية على الصحف المحلية ، الناطقة منها بالعربية ، قد جاءت "الخبر اليومي" ،"الشروق اليومي "، "النصر " و "الهداف"على رأس العناوين الصحف المفضلة .

6- يحقق الجمهور (الطلبة) من خلال القراءة للصحف الاشباعات الآتية :

- ✓ الإعلام و الإلمام بما يجري في العالم و تحصيل معلومات جديدة.
- ✓ قضاء وقت الفراغ و تحقيق الترفيه .
- ✓ تحقيق العادة.

❖ **الدراسة الثانية/حفيظة سنوسي** : الإذاعات المحلية و العادات الاستماعية للمجتمع المحلي في الجزائر .

و هي رسالة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال ، بجامعة الجزائر ، قدمتها الباحثة عام (1999)[14].

و حددت إشكالية بحثها في "دراسة ظاهرة البث المحلي في الجزائر لمعرفة طبيعتها "، محاولة الإجابة على التساؤل الأتي :

"هل كان ظهور الإذاعات المحلية في الجزائر استجابة لمطالب الجمهور،أم مجرد مسايرة فترة امتازت بالكثير من التغيير؟"

و تمحورت تساؤلات الدراسة حول النقاط الآتية :

- ✓ هل تعتبر الإذاعة في شكلها المحلي وسيلة الاتصال الأكثر ملائمة لتحقيق مبدأ حرية التعبير و الحق في الإعلام ؟
- ✓ هل الإذاعة المحلية هي وسيلة الاتصال الملائمة للواقع الجزائري لما يتميز به من خصائص لا تملكها وسائل الاتصال الأخرى ومنها الخصائص الاقتصادية نظرا لأن إنشاء المحطات الإذاعية ذات المدى المحدود لا يتطلب ما يتطلبه إنشاء المحطات التلفزيونية من حيث الأجهزة اللازمة و التسيير ، و كذا الخصائص السوسيوثقافية كون عدد الأميين الجزائريين يتجاوز السبعة ملايين أميا ؟
- ✓ و هل العادات الاستماعية لأفراد العينة مؤشر على ذلك ؟
- ✓ هل البث الإذاعي المحلي هو الأكثر ملائمة للواقع الاجتماعي الثقافي إذا أخذنا بعين الاعتبار تميز كل منظمة من البلاد عن غيرها بخصائص ثقافية متوارثة شفويا ؟
- ✓ وهل لتوجيهات الاستماع لدى أفراد العينة لمحطات الإذاعة المركزية نفسها مؤشر على ذلك ؟
- ✓ هل يمكن أن تقدم تجربة البث الإذاعي المحلي في الجزائر شكلا من أشكال ديمقراطية الحياة الاجتماعية في الجزائر المحركة من الإرادة في تنشيط المجتمع المحلي –أم أنها محركة من إرادة السلطة في إرفاق تغيرات التسعينات بما يتوافق مع مظاهر التغيير ؟
- ✓ ماذا يريد المجتمع المحلي من المحطة المحلية ؟
- ✓ ألا يمكن أن يكون جمهور المجتمع المحلي قد سبق الإرادة الرسمية و أصبح يطمح إلى وسائل أحدث من الإذاعة كقنوات محلية ،و ماهو موقع الإذاعة منها؟

أما أهداف الدراسة فقصرتها الباحثة على هدفين ،أولهما تحديد طبيعة البث الإذاعي المحلي في تماثلها أو في اختلافها عن تجربة البث الإذاعي المحلي في أوروبا و أمريكا ،ومدى توافق الاتجاه الرسمي في التعامل مع الظاهرة مع اتجاهات المجتمع المحلي

و من اجل تحقيق الأهداف استخدمت الباحثة المنهج المسحي للإجابة على التساؤلات التي طرحتها،أما العينة فقد وقع اختيارها على منطقتين محليتين كمجتمعي بعث، و قد تضمنت العينة الإجمالية(287) مبحوثا من كلا المجتمعين ،و اختارت الباحثة" عينة عشوائية" لم تتعرض لطريقة اختيارها ،أما أداة جمع البيانات فق استخدمت الاستبيان ،و وزعت الدراسة على مقدمة ،ثلاثة فصول وخاتمة ،وتوصلت إلى النتائج الآتية :

- ✓ الاتجاه نحو القناة الأولى هو الأساسي لدى أفراد العينة .
- ✓ أفراد العينة من القسم اللغوي الشاوي ابرزوا توجها ايجابيا نحو القناة الثانية.
- ✓ نسبة(56.2%)من أفراد العينة يستمعون للإذاعة لمدة أكثر من ساعتين .
- ✓ نسبة (80%) من أفراد العينة يستمعون للإذاعة بطريقة متقطعة .
- ✓ البرامج الترفيهية هي الأكثر حيازة .
- ✓ توجه ايجابي لأفراد العينة نحو إنشاء محطة محلية.
- ✓ التوجه الأساسي لأفراد العينة نحو المحطة الإعلامية الترفيهية .
- ✓ ذوو الانحدار اللغوي العربي يفضلون قناة الناطقة باللغة العربية الفصحى ،وذوو الانحدار اللغوي الشاوي يفضلونها بالشاوية .

❖ **الدراسة الثالثة /مسعود جودي** : تجربة الإعلام المحلي في الجزائر .

رسالة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال ،بجامعة الجزائر ،قدمتها الباحثة عام (2003)[15].

و إشكالية الدراسة كانت تدور حول التساؤل :ماهي الأهداف التي أنشئت الإذاعات المحلية في الجزائر لتحقيقها ؟و ماهي أنماط التنظيم والتسيير و التمويل التي تسير وفقها هذه الإذاعات؟وهل استطاعت عبر برامجها الإعلامية تلبية احتياجات المجتمعات المحلية التي تخدمها؟

وطرحت الدراسة جملة من التساؤلات حول النقاط الآتية :

- ♦ ماهي أهداف إنشاء إذاعة محلية ؟
- ♦ كيف يتم تنظيم وتمويل الإذاعات المحلية ؟
- ♦ ما مدى توفر هذه الإذاعات على التجهيزات التقنية والاتصالية و المعلوماتية ؟
- ♦ ماهي طبيعة المنتوج الإعلامي التي تقدمه الإذاعات المحلية ؟
- ♦ كيف عالجت الإذاعات المحلية موضوع الثقافة المحلية عبر برامجها ؟

تعتبر هذه الدراسة استطلاعية ،هدفها وصف الظاهرة بظروفها و متغيراتها على ما هي أثناء إجراء الدراسة ، لذلك اعتمدت الباحثة على أسلوب المسح الوصفي كمنهج بحث ، مستخدمة الاستبيان و المقابلة كأدوات لجمع البيانات .

و جاءت نتائج هذه الدراسة مناقشة للمتغيرات المتعلقة بالبرامج والمضامين الإعلامية التي تقدمها الإذاعات المحلية من خلال تناولها للنقاط المتعلقة بمقاييس تسطير الشبكات البراميجية و الجهات المشاركة في تسطيرها ،الوسائل التي تستخدمها الإذاعات المحلية في تقييم برامجها ،مع تقديم عرض مفصل .

05-2- تعقيب عن الدراسة:

كانت هذه الدراسات عونا كبيرا للطالب ،و اقرب إلى دراسته ،من حيث المنهج ومن حيث الإطار النظري للدراسة الذي يشمل نظرية الاستخدامات و الاشباعات (الدراسة الأولى).لذلك فقد كانت أكثر إفادة خاصة فيما يتعلق بالجانب المنهجي ،غير أنها تختلف عن دراسته في طبيعة الأهداف و التساؤلات.

المبحث الثاني :الإجراءات المنهجية

01- مجالات الدراسة :

01-1-المجال المكاني[16]:أجريت هذه الدراسة بجامعة زيان عاشور في ولاية الجلفة ،والتي انطلق التعليم العالي بها بإنشاء معهد وطني للتعليم العالي للإلكترونيك خلال السنة الجامعية 1991/1990م ،ثم تم ترقية هذا المعهد إلى مركز جامعي بموجب المرسوم رقم 2000 - 197 المؤرخ في 25 جويلية 2000 المتعلق بإنشاء مركز جامعي بالجلفة.

و بعد التطورات البارزة التي عرفها المركز،و التوسع الذي شهده سواء على مستوى التخصصات المفتوحة أو على المستوى الهياكل البيداغوجية ،تم ارتقاء المركز الجامعي إلى جامعة و ذلك بموجب المرسوم التنفيذي رقم 09-09 المؤرخ في 04 جانفي 2009 المتعلق بإنشاء جامعة الجلفة .

يبلغ عدد الهيئة التدريسية بالجامعة حاليا 794 أستاذا من رتب مختلفة ،منهم 09 أساتذة تعليم عالي ،579 أستاذا محاضر ، ،181 أستاذ مساعدة (أ) ،25 أستاذ مساعد (ب).

وتضم الجامعة حاليا 05 كليات هي :

- كلية الآداب والعلوم الاجتماعية والإنسانية واللغات .
  - قسم اللغات العربية و الأدب العربي.
  - قسم اللغات الأجنبية
  - قسم العلوم الإنسانية
  - قسم العلوم الاجتماعية .
- كلية الحقوق والعلوم السياسية :

- قسم العلوم الإدارية والقانونية.
- قسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية .

➢ كلية العلوم الطبيعية والحياة :

- قسم علوم الأرض والكون
- قسم البيولوجيا
- قسم الفلاحة والرعوية والبيطرة .

➢ كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير:

- قسم العلوم الاقتصادية .
- قسم علوم التسيير.
- قسم العلوم التجارية .

➢ كلية العلوم والتكنولوجيا :

- قسم العلوم والتكنولوجيا .
- قسم علوم المادة.
- قسم الرياضيات والإعلام الآلي.

بالإضافة إلى 10 مخابر بحث .

01-2-المجال البشري[17]:يشتمل المجتمع الأصلي لهذه الدراسة في الطلبة الذين يزاولون دراستهم الجامعية في مرحلة التدرج بجامعة زيان عاشور – بالجلفة خلال الموسم الجامعي 2013/2012 .

وقدر عدد الطلبة خلال هذا الموسم الجامعي (21252) طالبا ، من بينهم (3201) طالب مسجل في مرحلة ما بعد التدرج .

ويقصد بالطالب الجامعي في هذه الدراسة " ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية ...من الانتقال إلى الجامعة ، تبعا لتخصصه الفرعي في العملية التربوية طيلة مسار التكوين الجامعي ؛إذ انه يمثل عدديا النسبة الغالبة في المؤسسة الجامعية [18].

01 -3- المجال الزمني :

أنجزت هذه الدراسة خلال الموسم الجامعي 2013/2012م.وقد شرع الطالب في الجانب الميداني منها بداية من شهر ماي 2013م وذلك من خلال تصميم استمارة الاستقصاء وتوزيعها(أواخر ماي ،وبداية جوان)،

وتفريغ البيانات بعد ذلك في جدول والقيام بالعمليات الإحصائية ، ثم ما تبع ذلك من تحليل وتفسير وتعليق والوصول إلى النتائج النهائية.

02- المنهج المستخدم :

إذا كان المنهج "هو مجموعة من القواعد العامة للوصول إلى الحقيقة في العلوم ،أو هو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة بواسطة مجموعة من القواعد العامة التي تهيمن على سير العقل و تحديد عملياته للوصول إلى نتيجة معلومة "و"هو أداة اختيار الفروض و يقع عليه عبء تطويرها و تحقيقها "[19].فهذا يعني انه لا يمكن الاستغناء عنه بالنسبة لأي بحث علمي .

أما نوع المنهج المختار فيفرضه موضوع البحث و الهدف المرجو من الدراسة .وبما أن هذه الدراسة تهدف إلى وصف مظاهر استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للإذاعة المحلية و الاشباعات المترتبة من خلال هذا الاستخدام ، و هي بذلك تنتمي إلى الدراسات الوضعية التحليلية .فان المنهج الملائم لهذه الدراسة **هو منهج المسح الميداني بالعينة** الذي يعتبر جهدا عمليا منظما للحصول على بيانات و معلومات و أوصاف عن الظاهرة أو مجموعة من الظواهر موضوع البحث من العدد الحدي من المفردات المكونة لمجتمع البحث ،و لفترة زمنية محددة كافية للدراسة"[20].

و يهتم المسح (الوصفي) في مجال دراسة جمهور المتلقين بوصف حجم و تركيب هذا الجمهور ،و تصنيف الحاجات و الدوافع ، والمعايير الثقافية و الاجتماعية ،و كذلك الأنماط السلوكية و درجاتها أو شدتها و مستويات الاهتمام و التفضيل [21].

03-أدوات جمع البيانات:

إن الأدوات التي استخدمناها لجمع البيانات الميدانية في هذه الدراسة هي :

أ – المقابلة :

تعتبر المقابلة أسلوبا منظما يقوم على مجموعة من الخطوات والاجراءت العلمية والمنهجية التي تنظم اللقاء و تدير الحوار في إطار الأهداف البحثية لتنظيم المقابلة[22] .

و قد استخدم الطالب المقابلة المقننة ،التي استهدف بها القائمين على إذاعة الجلفة المحلية ،وعلى رأسهم المدير .هذا الأخير،ونظرا لانشغالاته الكثيرة في فترة الزيارة الاستطلاعية التي قام بها الطالب إلى مقر الإذاعة .أحاله مباشرة إلى المكلف بالأرشيف ،وكذا المكلفة بالإنتاج ،مع التوصيات بتقديم كل المساعدات اللازمة .

وعلى هذا أجرى الطالب مقابلة مع المكلف بالأرشيف من اجل معرفة البطاقة التقنية للإذاعة هياكلها وإمكانياتها .كما أجرى مقابلة أخرى مع المكلفة بالإنتاج ،بغية معرفة طبيعة البرامج التي تقدمها الإذاعة ،جمهورها وأهدافها ،الشبكة البرامجية الخاصة بالإذاعة

ب– استمارة الاستبيان :

لأنها تناسب غرض الدراسة أولا ،و لما تتميز به من خصائص تسهل على الباحث و المبحوث اختصار الوقت والجهد ثانيا ."وهي عبارة عن شكل مطبوع ،يحتوي مجموعة من الأسئلة ،موجهة الى عينة من الإفراد ،حول موضوع معين أو موضوعات ترتبط بموضوع الدراسة .[23]

ولقد تم تصميم الشكل النهائي للاستمارة من خلال المرور بعدة مراحل من الاستفادة من الدراسات السابقة إلى ملاحظات الأستاذة المشرفة ،...،إلى توزيع الاستمارة التجريبية .لتأتي في صيغتها النهائية مقسمة إلى محورين رئيسيين :محور حول استخدامات الإذاعة المحلية و يحتوي على عادات و أنماط الاستخدام ،و محور الاشباعات المترتبة من الاستماع للإذاعة المحلية :بالإضافة إلى بيانات الشخصية .

04 – عينة الدراسة :

العينة في البحث العلمي "هي الجزء الذي يختاره الباحث ،وفق طرق محددة ،ليمثل مجتمع البحث تمثيلا علميا سليما"، و تستخدم العينة في البحث في حالات المجتمعات الكبيرة التي تعد مفرداتها بالآلاف و الملايين ،حيث يتعذر إجراء الدراسة عن طريق الحصر الشامل [24] .

ولان مجتمع الطلبة كبير جدا ،و لكن يمكن معرفته وضبط مفرداته في إعداد و قوائم محددة . فان العينة المناسبة للدراسة هي العينة العشوائية الطبقية متعددة المراحل ،وهي "العينة التي يختار ها الباحث بمراحل متعددة لغرض تركيز وحصر البحث[25].

أما الخطوات المتبعة في اختيار العينة ومفرداتها فكانت كمايلي :

- اختيار كليتين مختلفتين ،و وقع الاختيار عمديا مع كلية الآداب واللغات والعلوم الاجتماعية و الإنسانية، وكلية العلوم الطبيعية والحياة ،لأننا قصدنا معرفة ما إذا كان هناك علاقة بين الاستخدامات واشباعات الطلبة من الإذاعة المحلية و التخصصات العلمية والتخصصات الاجتماعية
- اختيار قسم من أقسام الكليتين ،و وقع الاختيار عشوائيا على قسمي علوم الإعلام والاتصال من كلية الآداب واللغات والعلوم الإنسانية والاجتماعية و البيولوجيا من كلية علوم الطبيعة والحياة .

- اختيار سنة من السنوات الدراسية ووقع الاختيار عشوائيا على السنة الثالثة من كل قسم .

و بذلك توصلنا إلى مجتمع بحث يتوزع عدد أفراده حسب الجدول الأتي :

التخصص	إعلام واتصال		بيولوجيا		المجموع	
الجنس	ت	%	ت	%	ت	%
ذكور	145	30.85	125	36.76	270	33.33
إناث	325	69.14	215	63.23	540	66.66
مجوع	470	100	340	100	810	100

جدول (1) يوضح عدد أفراد المجتمع المبحوث حسب التخصص والجنس.

ثم قمنا بعد ذلك بأخذ ما نسبته (15%) من المجتمع المتاح ،كعينة للبحث ،وهو ما يمثل (120) مفردة موزعة حسب الجنس والتخصص ،كما هو موضع في الجدول الآتي :

التخصص	إعلام واتصال		بيولوجيا		المجموع	
الجنس	ت	%	ت	%	ت	%
ذكور	24	34.28	20	40	44	36.66
إناث	46	65.71	30	60	76	63.33
مجموع	70	100	50	100	120	100

جدول رقم (2) يوضح تمثيل العينة حسب الجنس والتخصص.

هوامش الفصل الأول :

01 – فيروز أبادي : **القاموس المحيط** ، ص-ص 943-944 .

02 – نافل محمد محمد والي : **تدريس اللغة العربية** ، ص-ص 143-144 .

03 – محمد منير حجاب : **المعجم الإعلامي** ، دار الفجر ،مصر،2004م ،ص4874 .

04 – ميشيل مان : **موسوعة العلوم الاجتماعية** ،ترجمة عادل مختار الهواري ، سعد عبد العزيز مصلوع ، دار المعرفة الجامعية ،مصر،1999م ،ص 483 .

05 – محمد منير حجاب :المرجع السابق ،ص 208.

06 – محمد محمود بني يونس : **سيكولوجية الدافعية والانفعالات** ،دار المسيرة ، الأردن ،2007م ،ص –ص 17-18 .

07- عبد المنعم الحنفي : **موسوعة عالم علم النفس** ، دار نوبلس ،لبنان ،2005م ، ص 296 .

08 – عبد العزيز شرف : **المدخل لوسائل الإعلام** ،ط2 ،دار الفكر العربي ،القاهرة–مصر ،1989م ،ص 103 .

09 – فضيل دليو :**مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية** ،ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر ، 1998 ، ص 135 .

10 – إبراهيم إمام : **الإعلام الإذاعي والتلفزيوني** ، ط2 ،دار الفكر العربي ، مصر، 1985م ،ص 256.

11 – عبد العزيز شرف : مرجع سابق ،ص 103.

12 – عبد المجيد شكري : **الإذاعة المحلية لغة العصر** ،المركز الجامعي للتصوير والطباعة الالكترونية، مصر، 1987م ، ص 13 .

13 – خلاف بومخيلة :**جمهور الطلبة الجزائريين ووسائل الإعلام المكتوبة** ، رسالة ماجستير غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال ،جامعة قسنطينة ، 2007 .

14 – حفيظة سنوسي : **الإذاعة المحلية والعادات الاستماعية للمجتمع المحلي في الجزائر** ، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر ،1996 ،ص 04 .

15 – مسعودة جودي : **تجربة الإعلام المحلي في الجزائر** ، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال ،جامعة الجزائر ، 2003 .

16-مقابلة مع السيدة :ربيعي وسيلة، المكلفة بالإحصاء على مستوى جامعة زيان عاشور بالجلفة، بمقر الجامعة،يوم 17 افريل 2013م، على الساعة التاسعة صباحا.

17- المقابلة نفسها .

18- فضيل دليو :**مجلة الباحث**،ع 11 ،معهد علم الاجتماع ، جامعة منتوري-قسنطينة ،1995م ص 226

19- محمد عبد الحميد : **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية** ،ط 2،عالم الكتب ،القاهرة- مصر ،2004م ، ص 15 .

20 – سمير محمد حسين ، **دراسات في مناهج البحث العلمي** ،بحوث الإعلام ، ط3 ،عالم الكتب ،مصر 1999م ، ص 147 .

21 – محمد عبد الحميد : المرجع السابق ، ص 159 .

22 – المرجع نفسه ،ص 353 .

23 – محمد عبد الله عبد الرحمان ،محمد علي البدوي : **مناهج وطرق البحث الاجتماعي** ،دار المعرفة الجامعية ،القاهرة- مصر ، 2002م ،ص 371.

24 – محمد بن مرسلي : **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال** ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ،2003م ، ص 170 .

25 – إحسان محمد الحسن : **مناهج البحث الاجتماعي** ،دار وائل للنشر ،عمان-الأردن ،2005، ص 205 .

الفصل الثاني : الإطار النظري للدراسة

المبحث الأول : نظرية الاستخدامات و الاشباعات

المبحث الثاني : الإذاعة المحلية في الجزائر

المبحث الثالث : إذاعة الجلفة المحلية

المبحث الأول : نظرية الاستخدامات والاشباعات :

01- الخلفية المعرفية لنظرية الاستخدامات والاشباعات:

من بين أكثر المفاهيم الخاصة بالعملية الاتصالية عرضة للتغير و التحديث بتأثير عوامل عديدة،هو مفهوم جمهور المتلقين لوسائل الإعلام حتى أن المراقب لهذا التغيير يكاد لا يجد إجابة حاسمة ،هل يأتي التغيير نتيجة البحوث والدراسات العلمية في مجال الجمهور ؟أم أن التغيير يؤثر في مسار البحوث ونتائجها ؟[1].

وكانت البداية مع نظرية الرصاصة الإعلامية التي ترى أن جمهور وسائل الإعلام يتأثرون على انفراد بالوسائل التي يتعرضون لها، و أن رد فعلهم تجربة "فردية "أكثر منه تجربة جمعية[2].كما كانت ترى هذه النظرية التي ظهرت بعد الحرب العالمية الأولى متأثرة بالدور الكبير الذي لعبته الدعاية أثناءها ،"أن رسائل الدعاية تصل إلى كل أفراد الجمهور،وان القوة الاقناعية تحقق أهدافها بسهولة،أي بمجرد وصول رصاصة الدعاية إلى الفرد فان تلك الدعاية تصيب الهدف الذي وضعته نصب عينيها "[3].

بالإضافة إلى ذلك فان تأثر هذه النظرية النفسية الشائعة في تلك الفترة والمتعلقة بالمنبه و الاستجابة التي ترى أن كل منبه يحقق استجابة مؤكدة .جعلها تفترض أن جمهور وسائل الإعلام عبارة عن منبه تتعرض له الجماهير،لذلك يجب أن تستجيب لها بشكل أو بأخر[4].

ولكن سرعان ما تم التخلي عن فكرة أن التعرض لوسائل الإعلام ينتج تأثيرات فورية ومتساوية على الجمهور ،وذلك بسبب حدثين رئيسيين،الأول هو بدء الأبحاث الامبرقية على نطاق واسع ، وظهور نتائج تتعارض مع نظرية الرصاصة السحرية ، والحدث الثاني هو أن علماء الاجتماع وعلماء النفس توصلوا إلى نتائج جديدة تماما حول الخصائص الشخصية و الاجتماعية للإنسان [5].

ومن خلال حصيلة عامة لهذه الأبحاث،نشأت نظريات التأثير الاصطفائي(الاختياري)وهي عبارة عن صياغات متفرقة غير أنها مترابطة ومتفاعلة فيما بينها وهي :الفروق الفردية،ونظرية التباين الاجتماعي و نظرية العلاقات الاجتماعية [6] وكانت هذه النظريات بدحضها لنظرية الرصاصة،بمثابة طريق ممهد لبروز و انتشار نظرية **الاستخدامات و الاشباعات** خاصة بإتيانها بمبادئ تمنح من خلالها الجمهور حيزا من السيادة في عملية اختيار المضمون الإعلامي، وتتلخص هذه المبادئ في(مبدأ الاهتمام الانتقائي ، مبدأ الإدراك الانتقائي،مبدأ التصرف الانتقائي) [7].

02 –مفهوم نظرية الاستخدامات والاشباعات و فروضها :

تهتم نظرية الاستخدامات والاشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة.فخلال الأربعينيات من القرن العشرين ميلادي، أدى إدراك عواقب الفروق الفردية و التباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام،إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام[8].إذ صار الاهتمام منصب على "رضا المستخدمين" وذلك بطرح التساؤل الجديد ألا وهو:(ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام ؟)[9].

من خلال هذا التساؤل الذي طرحته نظرية الاستخدامات والاشباعات على أنقاض التساؤل القديم الذي كان سائدا قبل ذلك وهو (ماذا تفعل وسائل الإعلام بجمهورها؟)،يمكننا أن ندرك أن محور العملية الاتصالية حسب النظرية يتمثل في الملتقى الذي يعتبر نقطة البدء وليس الرسالة الإعلامية أو الوسيلة الاتصالية [10].

فمن خلال منظور الاستخدامات لا تعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين لرسائل الاتصال الجماهيري،وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض لها، ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية و الاجتماعية من خلال قنوات المعلومات و الترفيه المتاحة (11).

و يلخص (كاتز) و زملاؤه افتراضات هذه النظرية في النقاط الآتية :

01- جمهور المتلقين هو جمهور نشط ، و استخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة .

02- يمتلك أفراد الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات و اختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته .

03- تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات مثل الاتصال الشخصي ، او المؤسسات الاكادمية ، أو ...،الخ.

04- الجمهور هو وحده القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدامه وسائل الإعلام لأنه هو الذي يحدد اهتماماته وحاجاته و دوافعه، وبالتالي اختيار الوسائل التي تشبع حاجاته .

05- الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور و استخدامه لوسيلة أو محتوى معين يجب أن يحددها الجمهور نفسه ، لان الناس فد تستخدم نفس المحتوى بطرق مختلفة بالإضافة إلى أن المحتوى يمكن أن يكون له نتائج مختلفة.

و تحقق نظرية الاستخدامات و الاشباعات ثلاث أهداف رئيسية[13]:

1) محاولة تحديد كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام ،وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ، ويستخدم الوسائل و المضامين التي تشبع احتياجاته .
2) شرح دوافع التعرض لوسائل الإعلام و الاشباعات المتحققة من هذا التعرض .
3) التأكيد على نتائج استخدام وسائل الإعلام بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري .

03 – عناصر نظرية الاستخدامات و الاشباعات :

03 –1– افتراض الجمهور النشط :

ويرى بالمغرين (PALMAGREEN) أن الجمهور يكون نشطا من خلال ثلاث أبعاد أساسية هي :

– الانتقاء ؛ حيث ينتقي الجمهور الوسائل الإعلامية و المضامين وفقا لما يتفق واحتياجاته واهتماماته .

– الاستغراق ؛ ويتم ذلك من خلال الاندماج مع ما يتعرض له الفرد من مضامين .

– الايجابية ؛ بمعنى الدخول في مناقشات والتعليق على مضمون الاتصال [14] .

03 –2– الأصول النفسية والاجتماعية لمستخدمي وسائل الإعلام :

لقد أدى ظهور الإدراك الانتقائي المرتكز على الفروق الفردية إلى افتراض أن الأنماط المختلفة من البشر يختارون الأنشطة بأنفسهم و يفسرون وسائل الإعلام بطرق مختلفة و متباينة ، أي أن العوامل النفسية يمكن أن تؤدي إلى وجود حوافز وان تحدد أصول كثير من استخدامات وسائل الإعلام [15] .

وقد قدمت العديد من الدراسات الدليل الامبريقي على دور العوامل الديمغرافية و الاجتماعية في التعرض لوسائل الإعلام مثل : ارتباط هذا التعرض بالنوع ، والعمر ،و المهنة ، والمستوى التعليمي و الاجتماعي و الاقتصادي [16] .

03–3– دوافع استخدام الجمهور لوسائل الأعلام :

و ترتبط دوافع التعرض لوسائل الإعلام بمجموعة من الحاجات تتلخص أساسا في :

- ✓ حاجات معرفية ؛ أي الحاجة إلى الخبر و المعرفة بشكل عام .
- ✓ حاجات عاطفية ؛ كالحاجة إلى الإحساس بالأخوة و المحبة و الفرح .

- ✓ حاجات اجتماعية ، و حاجات تحقيق الذات ، و الحاجة إلى الترفيه[17] ، يضاف إليها الحاجة الهروبية كالحاجة إلى إزالة التوتر[18] .

أما الدوافع يقسمها روبن(Robin) إلى فئتين :

- ➢ الدوافع الوظيفية (النفعية) : تعني اختيار النوع المعين من المضمون من طرف الفرد ، و لوسيلة اتصالية معينة لإشباع حاجته من المعلومات و المعرفة .
- ➢ الدوافع الطقوسية : و تستهدف تمضية الوقت ، والتنفيس و الاسترخاء ، و الهروب من الروتين اليومي و المشكلات [19] .

03-4- توقعات الجمهور من وسائل الإعلام :

يرى (كاتز) أن التوقعات هي " الاشباعات التي يبحث عنها " [20] . وبذلك فالتوقعات تساهم في عملية اختيار الوسائل و المضامين . ويرى (شرام) في هذا الشأن أن الإنسان يختار إحدى وسائل الإعلام المتاحة التي يظن أنها سوف تحقق له الإشباع النفسي المطلوب [21] . فعلى سبيل المثال الشخص الميال للعنف والمغامرات يستخدم التلفزيون لإشباع هذا الميل من خلال مشاهدة أفلام العنف و المطاردات . و المرأة التي لديها نزعة تحرر و تمرد على القيم تجد راحتها النفسية في ذلك النوع من البرامج التي تتبنى مثل هذا التوجه ، وهكذا ...[22] .

03-5- استخدام الجمهور لوسائل الإعلام :

يشير **"سيفن"** و **"نداهل"** إلى أن الاستخدام ربما يشير إلى عملية معقدة تتم في ظروف معينة يترتب عليها تحقيق وظائف ترتبط بتوقعات معينة للإشباع ، ولذلك فانه لا يمكن تحديده في إطار مفهوم التعرض فقط ، ولكن يمكن وصفه في إطار كمية المحتوى المستخدم ، نوع المحتوى ، العلاقة مع وسيلة الإعلام ، طريقة الاستخدام ، وعلى سبيل المثال تحديد ما إذا كان الاستخدام أوليا أو ثانويا [23] .

03-6- اشباعات الجمهور من وسائل الإعلام :

ويفرق (لورانس وينر) بين نوعين من الاشباعات :

أ) اشباعات المحتوى : و تنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام ، و هي نوعين : اشباعات توجيهية تتمثل في مراقبة البيئة و الحصول على المعلومات . و اشباعات اجتماعية ويقصد بها ربط المعلومات التي يتحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية .

ب) اشباعات العملية : و تنتج عن عملية الاتصال و الارتباط بوسيلة محددة ، وهي نوعين: اشباعات شبه توجيهية و تتحقق من خلال الإحساس بالتوتر ، والدفاع عن الذات ، وتنعكس في برامج التسلية و الترفيه والإثارة ، واشباعات شبه اجتماعية مثل التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام ، وتزيد هذه الاشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية و إحساسه بالعزلة [24] .

04 – ابرز الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات و الاشباعات :

يبدو مما سبق أن هذه النظرية تقع على النقيض من النظريات التي تقدس تأثير وسائل الاتصال ،و لأجل ذلك تلقت مجموعة من الانتقادات ،أكثرها شهرة هي التي أوردها (ماكويل)[25]:

- تعتبر مقاربة نفسية جدية ومبالغ فيها،فهي تلغي احتمالات التواصل مع تفسيرات أخرى .
- تعتمد بإفراط على دفاتر ذاتية للحالات النفسية للمستخدمين .
- تتراوح باستمرار بين جبرية الدوافع و الحاجات الأساسية للمستخدم و بين تطوعية(المستخدم) التفاعلية مع الرسائل ،و هما حدان متناقضان .
- نفترض بان السلوك اتجاه الوسيلة يعتمد على الاختيار الواعي و العقلاني ،إلا أن الملاحظ عادة أن عادات الاستخدام هي الموجهة له .
- تواجد فلسفة "الاستخدامات و الاشباعات " باستمرار مسالة قوة تأثير مضمون الاتصال .

و من بين الانتقادات الموجهة لهذه النظرية أيضا أنها لا تشكل نظرية مستقلة ،و إنما هي إعادة صياغة مختصرة لبعض أوجه نظريات التأثير الاصطافي [26].

أما أقوى الانتقادات الموجهة لهذه النظرية فتكمن في الطابع الوظيفي لها وهو ما يعني تكريس الوضع القائم والتنكر للتغيير الاجتماعي [27].ونجد (هربرت شيلر)/يعتبر في هذا المجال حرية الاختيار مجرد وهم ، و ذلك بسبب الخلط بين وفرة الكم الإعلامي ، و بين تنوع المضمون ، و ذلك بسبب التطابق الكامن للمصالح المادية و الإيديولوجية ، لأصحاب الملكية (الخاصة) ، و من الطابع الاحتكاري لصناعة وسائل الاتصال بوجه عام ... و هو ما يوفر أسباب القوة للنظام السائد لتعليب الوعي [28].

هذه الانتقادات و أخرى غيرها ، ساهمت بشكل مباشر أو غير مباشر في تطوير نظرية الاستخدامات و الاشباعات ، و أدت إلى ظهور اتجاهات جديدة في محاولة استدراك النقائص المسجلة:اتجاه يهتم بالربط بين دوافع الاستخدامات و أنواع الاشباعات ، و طبيعة المضمون ، و طبيعة الوسيلة المستخدمة ، و اتجاه يهتم بدراسة تأثير العوامل

النفسية و الاجتماعية عند تعرض الأفراد للوسائل ، و اتجاه ثالث يهتم بالعلاقات المتداخلة بين دوافع الاستخدام، و بين سلوكيات تلك الوسائل باتجاهها[29].

المبحث الثاني : الإذاعة المحلية في الجزائر :

إن الحديث عن الإذاعة المحلية حديث فرضته ظروف التطور الإعلامي المعاصر سواء في العالم أو في الجزائر بفضل التكنولوجيات والظروف المتغيرة فقد كان الإعلام القديم كله محليا لأن شبكة المواصلات لم تكن متطورة بالقدر الذي يمكننا من الوصول إلى مناطق عديدة في ظرف قياسي ، و بالتقدم و التطور الذي عرفه الراديو كوسيلة إعلام.أصبح الإعلام على المستوى الدولي حقيقة ملموسة وتعبير القرية الإعلامية كتعبير عن الكرة الأرضية حقيقة ملموسة تاريخيا و جغرافيا و حقيقة تكنولوجيا في نقس الوقت ،و في ظل التطور الإعلامي برزت الحاجة الملحة إلى الصحافة المحلية و الإذاعة المحلية نتيجة لأسباب مختلفة لتؤدي وظائف مختلفة، وجملة القول أن الصحافة و الإذاعة الوطنيتين يقف القارئ أو المستمع حيالها مثل الطفل في دار الحضانة أما الصحافة المحلية و الإذاعات المحلية يقف حيالها مثل الابن في دار العائلة أو القبيلة له مالها وعليه ما عليها وبالرغم من أن هذا القرن سمي "بالمدينة العالمية" بدلا من القرية العالمية التي ناد بها **ماكلوهان** و بالرغم من انغماس الإنسان في الشؤون العالمية إلا أن الحاجة إلى الإعلام المحلي سيزداد في القرن القادم وستصبح التنمية معتمدة عليه لتكتسب ملامحها الخاصة في عالم يندمج ويتداخل لتلغى فيه الفوارق والمسافات .

01- نشأة الإذاعة في العالم :

يقال بدا التاريخ منذ اليوم الذي اكتشف فيه الإنسان أن الأصوات التي تنبعث منه أثناء الكلام يمكن تسجيلها بعلامات ظاهرة فباستطاعته أن يخلف سجلا خالدا عن حياته .

و كان التاريخ ينقل عن طريق الكلمة المسموعة كما هي الحال في الأساطير القديمة [30] ، و قد تحقق عالم الطبيعة الألماني "هينرش هيرتز"عام (1887) من نظرية "ماكس ويل" ، من خلال تجارب على الموجات التي يمكن نقلها عبر الفضاء دون استخدام أسلاك و بسرعة الضوء [31] ، و يرجع فضل اختراع المذياع إلى الايطالي "جاليلو ماركوني" (1874_1937) باعتباره أول من اكتشف و استخدم نظام إرسال و استقبال الإشارات الكهرومغناطيسية لاسلكيا وكان ذلك عام (1894) عندما استطاع إرسال أول إشارة إلى مسافة (04امتار) ثم واصل تجاربه و تحسيناته لنظام الإرسال و الاستقبال على مدى سبع سنوات ، حتى تمكن في (1901/09/12) من إرسال موجات الراديو عبر المحيط الأطلنطي بين "كونوول " و"تيفوندلاند"حيث كانت المسافة بينهما حوالي 3200كلم ، و لقد كان أعظم انتصار حققه ماركوني [32] ، و قد بدا هذا الأخير الإرسال من بيته بلندن سنة 1901 و بعد أشهر من ذلك اتفق مع هيئة البريد البريطانية على تشغيل نظام البث الإذاعي في بريطانيا ، من خلال شركة واحدة وهي(البي. بي .سي) ، فتم

الإرسال من ثلاث محطات : لندن ، برنغهام ، مانشستر، و من هنا تضاعف عدد المحطات، و قد تكللت جهود العلماء بالنجاح عام 1920 حيث ظهرت أول إذاعة سمعية ذات برامج موسيقية ،إخبارية منتظمة و كانت أحداث الساعة آنذاك الانتخابات الأمريكية بين "هارينغ" و "كوكسي" فتنافست محطة (كا.دي.ار.آ) في "بسترج" و محطة (جي . دوبلفي. دوبلفي) في "دترويت" في إذاعة أخبار الانتخابات التي فاز بها هارينغ [33] ، ومع نهاية العشرينات استطاع الراديو أن يحقق مستوى عالميا من التطور في البرامج المقدمة ، و أصبح على مشارف الدخول في مرحلة جديدة من التطور ، و احد المجالات الرئيسية التي حقق الراديو فيها نموا كبيرا هو مجال الإعلان و قد أصبح الراديو وسيلة إعلانية جماهيرية سنة 1929 [34] ، و قد استطاع الراديو أن يلبي أربعة متطلبات ضرورية :

01- التنافس الفني في مجال هذه الصناعة كان قد وصل إلى درجة عالية مما جعل استقبال المحطات يتم بشكل يبعث على الثقة .
02- خلق جمهور عريض من المستمعين على أسس ثابتة و منتظمة .
03- رغبة القائمين على الإذاعات في قبول المعلنين كشركاء في إنتاج البرامج .
04- تطور أشكال البرامج الإذاعية ، و بنهاية الحرب العالمية الثانية عمت المحطات الإذاعية العديد من بلدان العالم و منها العربية التي عرفتها في فترات مختلفة و في ظروف متباينة ذلك بدءا من المبادرات الفردية لبعض المهندسين العرب ، و مرورا بالقوى الاستعمارية المحتلة التي أوجدتها أساسا لخدمة تواجدها و تعتبر الجزائر و مصر أولى الأقطار العربية التي عرفت الإذاعة في منتصف العشرينات ، ثم توالى ظهورها تدريجيا في باقي الأقطار العربية حتى عمتها سنة 1970 [35] .

و لقد تزايدت موجة " FM" في الستينات و السبعينات ،ففي عام 1961سمحت لجنة الاتصالات الفدرالية باستخدام موجة "FM" ،ومع منتصف الستينات صار أكثر من 50%من جميع المحطات تعمل بالإذاعة المجسمة [36]. وهنا نشير بالذكر أن الإذاعات أنواع فقد توجه الصرح الإعلامي الحالي إلى نوع محدد من الإذاعات وهي الإذاعة المحلية وتعتبر بريطانيا هي الدولة السباقة إلى إنشاء إذاعات محلية فقد بدأت في 08 نوفمبر 1976 بإذاعة " لستر المحلية " ،ثم تضاعف عدد تلك المحطات ، بينما تتنافس المدن في أوربا الغربية على إنشاء محطات محلية في ايطاليا ،حيث فاق أربعة ألاف محطة إذاعية محلية في الولايات المتحدة الأمريكية ، أما في العالم العربي فالإذاعات المحلية الإقليمية تتخذ وضعا متميزا في المغرب العربي خاصة المملكة المغربية ، تونس ، مصر ،سوريا و العراق ،كما أن العديد من الدول الإفريقية يبرز فيها دور مثل تلك الإذاعات ،لأنها عامل من عوامل تثبيت اللهجات و اللغات المحلية المختلفة ،والتي يطالب سكانها بإذاعات خاصة بهم.

02- نشأة الإذاعة في الجزائر

ورثت الجزائر عن السلطات الاستعمارية هياكل إذاعية محدودة الانتشار كانت موجهة و مسخرة لخدمة الخطاب السياسي الاستعماري فقط ،حيث يقول فرانس فانون :"هذه الإذاعة كانت تقابل بالرفض والنفور من قبل شعب الجزائر ،لأنها لم تكن تعبر عن آراءه ،وتطلعاته وطموحاته في التحرير والعيش الكريم بل أنها تحمل أفكارا وسموما لتهديم أصالة ودين هذا الشعب ، وكل ما يتعلق بشخصيته وهويته الثقافية " ولقد كانت الإذاعة خارج التراب الوطني ، ففي سنة 1958 شهدت انطلاق ثماني إذاعات هي:

01- صوت الجزائر من إذاعة طرابلس .
02- فرع أخر في إذاعة بنغازي بليبيا.
03- صوت الجزائر من دمشق وكان يشرف عليها محمد مهري و أبو عبد الله غلام الله.
04- صوت الجزائر من الكويت .
05- الإذاعة اليوم ، إذاعة موجهة باللهجة الجزائرية أنشئت مابين 1960،1961 بالقاهرة .
06- إذاعة الجزائر من الأردن ، من أشهر العاملين فيها عبد الرحمان العقون .
07- إذاعة الجزائر من المملكة السعودية (كلف عبد الرزاق بن يحي زلاقي بالإعلام)[37].

كما أنشأت في العهد الفرنسي فرع لديوان البث الإذاعي والتلفزي وذلك لضرب النشاط الثوري في العمق و تجنيد وسائل الإعلام للتأثير على الشعب [38].

وقد كان على الجزائر بعد الاستقلال أن تواجه هذا التحدي الإعلامي و التقني لإسماع صوت الجزائر ،ومحاولة إشباع مختلف رغبات الشرائح الاجتماعية ،بما يخدم التراث و الثقافة التي تعبر عن الامتداد التاريخي لهذا الشعب ،و ذلك بإنشاء العديد من المحطات الإذاعية المحلية في جميع مناطق القطر الجزائري ، وهذا بقرار من المدير العام للإذاعة ويشترط من اجل إنشائها قدرة السلطات المحلية على تغطية ميزانيتها بنفسها ،وقد ظهرت الإذاعة المحلية في الجزائر متأخرة ،مقارنة مع باقي الدول العربية ،فلم تنشأ إلا بعد التعددية السياسية و الإعلامية ،هذا التأخير ناجم عن جملة من العوائق السياسية والقانونية المفروضة قبل تلك الفترة ، ويتضح هذا بداية من سنة 1988،التي تعتبر سنة جوهرية للإعلام الوطني إذ بعد التطورات و التحولات الاجتماعية ،الاقتصادية ،الثقافية ،السياسية والإعلامية ، سنت الهيئات التشريعية في الجزائر مجموعة من القوانين الخاصة بالإعلام ،وتتعلق أساسا بحرية التعبير وتحسين أساليب إعلام وتثقف أفراد المجتمع وإحياء الثقافات الوطنية ورغم وجود إقرار من الميثاق الوطني سنة 1976 بحق المواطنين في الإعلام وبعد أحداث أكتوبر 1988فرضت التعددية السياسية على السلطة ومن ثمة ضرورة استعمال وسائل كفيلة بتهيئة الجو للتعبير عن الآراء والأفكار الخاصة بالأحزاب و الأفراد ،ومن هنا فالإذاعة الجزائرية كانت محدودة الانتشار في البداية وكانت مسخرة لخدمة الخطاب السياسي وليست لخدمة الشعب ،وعلى هذا كان على الجزائر بعد أن تواجه التحدي الإعلامي و التقني ، لإسماع صوت الجزائر ،ومحاولة إشباع مختلف رغبات الشرائح الاجتماعية ،بما يخدم التراث والثقافة التي تعبر عن رغبات

المواطن و إنشاء العديد من المحطات الإذاعية المحلية في مناطق من القطر الجزائري بتحول جديد في مسيرة الإعلام الجزائري،و ذلك بقرار من المدير العام للإذاعة ويلاحظ أن ظهورها في الجزائر جاء متأخرا ،مقارنة مع باقي الدول العربية ،فلم تنشأ إلا بعد التعددية السياسية و الإعلامية ،وهذا التأخير ناجم عن جملة من العوائق السياسية والقانونية المفروضة قبل تلك الفترة ،وقد تم إصدار أول قانون للإعلام في الجزائر يوم1982/02/06فورد في مادته الأولى :"الإعلام هو قطاع من قطاعات السياسة الوطنية ،وهو ترجمة لمطامح الجماهير الشعبية ،يعمل على تعبئة كل القطاعات وتنظيمها لتحقيق الأهداف الوطنية ،"[39] ،ولم يتم تعديل إلا ما ورد في قانون الإعلام 1990،حيث نصت المادة 13 على أن "تتولى أجهزة الإذاعة الصوتية المسموعة التابعة للقطاع العام في قناتها المتخصصة في بث الثقافات الشعبية ، و التكفل باستعمال كل اللهجات الشعبية لتبليغ و ترسيخ الوحدة الوطنية و القيم العربية الإسلامية في المجتمع الجزائري ، تحدد كيفيات تطبيق هذا الإجراء عن طريق التنظيم "[40] ، ومن خلال هذا فقط قسم العديد من الباحثين تاريخ الإذاعة في الجزائر إلى :

أ- قبل 1962:

شهدت الجزائر أول جهاز إرسال إذاعي على الموجة المتوسطة في بداية العشرينات من القرن (20) ، و ذلك سنة 1925 بمبادرة من احد الخواص الفرنسيين ، و كان الإشراف الفني لمصلحة البريد و المواصلات آن ذاك، و بالتالي فقد ظهرت تقريبا مع ظهورها في فرنسا [41]وفي سنة 1940 عرفت أجهزة الإرسال نموا كبيرا ، في الجزائر العاصمة و قسنطينة ،وهران و حتى تلمسان لتمكين الجمهور من التقاط البرامج التي تبث باللغتين الفرنسية ، والعربية في آن واحد ، و قد كانت تشرف عليها سنة 1945 إدارة مستقلة لشؤون التسيير و الشؤون الفنية ، غير انه أعطيت بعض الصلاحيات للحاكم العام للجزائر الذي أصبح يترأس مجلسا يدعى "**اللجنة الجزائرية للإذاعة**" و قد أسندت إليه الحصص الموجهة للجزائريين الذين لا يفهمون الفرنسية ، فهنا الإذاعة لم يكن لها رواجا جماهيريا معتبرا [42] و قد تم إرسال الإذاعة العربية في سنة 1943 و القابلية في سنة 1948 و واكب هذا إصلاحات تقنية على المحطات الخاصة بالإرسال ، مما ضاعف عدد المستمعين لبرامج الإذاعة الجزائرية فقد بلغ سنة 1956 أكثر من 38800 مستمع من بينهم 15700 جزائري و 23100 غير جزائري و قفز عدد المستمعين من 15509 مستمع عام 1948 ليصل عام 1956 إلى 358 ألف مستمع ، و ابتداء من سنة 1947 بدأ المواطن الجزائري يهتم بالأخبار المذاعة [43] ، كما أنشأت عام 1948 قنوات مجهزة باستوديوهات خاصة بها في مختلف المدن [44] ، و لقد أدخلت إصلاحات تقنية جديدة على محطات الإرسال الإجمالية تصل إلى 322 كيلواط سنة 1954 في حين لم تكن إلا 200 كيلواط سنة 1946 تبث على الموجة المتوسطة و القصيرة ، و مع بداية الستينات عرفت الإذاعة في الجزائر جملة من المتغيرات و الإصلاحات مست كل القنوات الفرنسية ،العربية و القبائلية ، هذا التغيير لحق بمحتوى البرامج كما لحق بساعات البث و ظهرت معه محطة **ألجي انتر Alger inter** التي أخذت تبث برامجها بالفرنسية والعربية و القبائلية ، وعلى الموجات الخاصة بالقناة القبائلية في

توقيت مواز لذاك الخاص بالقناتين الفرنسية و العربية، وهذا بحجم يفوق 115 ساعة في الأسبوع ،و قد اعتمدت الثورة عند انطلاقها على سلاح الإعلام المضاد للحملات الإعلامية التي شنتها الإذاعة الفرنسية في الجزائر ، و بعد إعلان الحكومة المؤقتة في سبتمبر 1958 أصبحت هناك وزارة كاملة للإعلام و الدعاية . و مع تنامي و تطور الثورة التحريرية الكبرى ر زيادة تعطش الجزائريين لمعرفة أخبار الثورة كان على جبهة التحرير أن تنشا إذاعتها الخاصة فظهرت الإذاعة السرية الجزائرية "صوت الجزائر المكافحة " التي كانت تبث أولا من محطة متنقلة في منطقة الريف المغربية ، ثم محطة ثابتة في منطقة "الناطور " بالمغرب .

ب-بعد 1962 :

ورثت الجزائر بعد الاستقلال شبكة للراديو تسير وفق النظام الفرنسي ، ثم أصدرت السلطة الجزائرية منذ 1963 عدة مراسيم متعلقة بقطاع الإعلام ، منها خمسة مراسيم اهتمت بميدان السمعي البصري ، حيث اعتبرت الإذاعة في الأول نيابة مديرية تمثل هي و نيابة مديرية التلفزة مديرية واحدة . ثم بعد ذلك أصبحت الإذاعة تشترك مع التلفزة في مؤسسة واحدة تابعة لوصايا وزارة الإعلام و الاتصال ،ثم جاء مرسوم 02 نوفمبر1967 ليعطي تنظيما و هيكلا جديدا للإذاعة و التلفزة الجزائرية ، ففي ميدان الإذاعة كان الهدف هو التغطية الشاملة للبلاد[45] و بعدها أجهدت الدولة نفسها ليتجاوز صوت الجزائر الحدود الوطنية ذلك باستعمال الموجات الطويلة و القصيرة و قامت بتخصيص دارين للإذاعة: قسنطينة ووهران سنة1968 و توسعت دار الإذاعة بالعاصمة [46] و بعدها شهدت الإذاعة بعض التطورات في مجال توسيع صلاحيتها و تجديد تنظيمها الإداري ، و هذا بداية سنة 1980 إلى أن انتهى الأمر بصدور قرار إعادة الهيكلة الذي مسها و التلفزة سواء ، حيث أصبحت بمقتضى ذلك القرار مؤسسة قائمة بحد ذاتها ، منفصلة عن مؤسسة التلفزة و هذا في سنة 1986 و الساري لحد الساعة .

02_01-السياسة الإذاعية الجزائرية:

فرضت التحولات التي يشهدها الإعلام السمعي في العالم على جميع الدول التكيف مع حيثيات هذا الكم الكبير من المعلومات، التكيف بالنسبة للدول النامية كان صعبا بالنظر إلى الإمكانيات المادية التي تتطلبها عملية مسايرة هذا السيل الجارف من القنوات الفضائية المختلفة و قد حاولت كل دولة افتكاك بقعة تستظل فيها لإثبات خصوصيتها و المحافظة على كيانها و هذا حسب إمكانيتها و الجزائر لم تشذ عن هذا الركب و سخرت إمكانيات معتبرة أفضت إلى تجسيد مشاريع خاصة بالإذاعات المحلية [47] ، وقد اهتمت السياسة الجزائرية بقطاع الإعلام ، حيث قامت بجهود متواصلة و خاصة في مؤسسات الإذاعة و لعل سبب ذلك هو الانتشار الواسع للراديو و كانت ظاهرة الأمية متفشية في

أوساط المجتمع الجزائري و لهذا فقد قامت السلطات الجزائرية بتقوية الإذاعة و تدعيمها و تمحورت هذه الجهود في أربعة ميادين :

أ/الإعانة الحكومية:

كانت الميزانية المخصصة للإعلام بعد الاستقلال ضعيفة ،في حين بدأت في التحسين منذ سنة 1966 و فيما يخص الميزانية الخاصة بالإذاعة فكانت 50% إلا النسبة تزايدت بالمقارنة مع الوسائل الإعلامية الأخرى ، ففي سنة 1978 وصلت حتى 79 أي بمبلغ قدره 159مليون دينار ، و يعتبر هذا المبلغ ضخم جدا إذا قورن بالإعانة المخصصة للصحافة المكتوبة و الذي يقدر في نفس السنة ب7.35 مليون دينار فقط .

و تبقى الإعانة الحكومية المورد الوحيد للمؤسسات الإذاعية و التلفزيون ، حيث يوظف أغلبها في توسيع شبكات الإرسال[48].

ب/ توسيع شبكة الإذاعة:

بدا الاهتمام بتوسيعها بعد سنة 1966 ، حيث كانت الإذاعة تسمع بشكل ضيق في شمال البلاد فقط .لهذا فلقد انصب اهتمامها على توسيع الشبكات ، حيث أنشأت في نفس السنة محطتان : الأولى بعين البيضاء قرب قسنطينة والثانية قرب وهران "،و كانت هاتان المحطتان بمثابة مركز إعلامي يبث برامجه على الموجة المتوسطة بقوة 500كيلواط و محطة أخرى ب"**بوشاوي**" قرب الجزائر العاصمة "**متيجة**" ، و هذه الجهود جعلت من الأمواج الإذاعية تصل إلى جميع مناطق التراب الوطني ، ففي سنة 1970 كانت نسبة المناطق التي يصلها البث نهارا 98 %، بينما يستمع إليها المهاجرون في الليل [49] .

ج/انتشار استعمال أجهزة الراديو:

بذلت الجزائر جهودا معتبرة من اجل توفير أجهزة الراديو و جعلها في متناول الجميع ،و خاصة منها "**الترانزستور**" و ذلك ابتداء من سنة 1962 ، و ارتفع عدد الأجهزة سنة 1972 الى3 ملايين و هذه النسبة تبين أن الجزائر من البلدان التي اهتمت كثيرا بهذا المجال ، حيث أنها سنة 1972 أصبحت تصنع الراديو[50].

د/القوانين التشريعية الخاصة بالإذاعة :

تعتبر الفترة التي وضعت فيها القوانين التشريعية الخاصة بالإعلام في الجزائر قصيرة إضافة إلى سن مثل هذه القوانين في مجال الإعلام تعتبر صعبة و الدليل على ذلك أن الدول المتقدمة التي لها تجربة رائدة في ميدان التشريع الإعلامي ، مازالت في عملية تطور مستمر نظرا للتقدم السريع و المتواصل في ميدان الإعلام ،و الجزائر قد أخذت بتدابير التجربة الفرنسية ، حيث اخذ المجلس التأسيسي في 1961/12/31 بالقوانين التي كانت مطبقة في الجزائر قبل الاستقلال و عمل بها ما لم تمس بالسيادة الوطنية . و تنقسم المراحل التشريعية الخاصة بالإذاعة إلى :

المرحلة الأولى (1963-1965):

يعتبر مرسوم 01اوت1963 الإذاعة مؤسسة عمومية تابعة للدولة ، طابعها تجاري و صناعي و أعطيت لها صلاحيات الاحتكار في النشر "الراديو فوني ".

المرحلة الثانية (1966-1974):

في سنة 1967 أخذت عدة مراسيم خاصة بجميع المؤسسات الإعلامية و منها الإذاعة و التي تم تعيين مهامها على أنها تؤدي مصلحة عمومية ، و في هذه المرحلة تحددت مهام المؤسسات الإعلامية على أنها تؤدي المصلحة العمومية .

المرحلة الثالثة (1974 إلى يومنا هذا):

شعرت السلطات الجزائرية بضرورة توحيد النظرة في ميدان الإعلام و هذا ما حاول الدستور الوصول إليه ، و كذلك المؤتمر الرابع لحزب جبهة التحرير الوطني ،و قانون الإعلام فيما بعد و قد أثبته دستور 1976[51] ، و العبارة المأخوذة من الميثاق الوطني لنفس السنة و التي نصها كما يلي :"....و على الصحافة و الإذاعة و التلفزة و دور الطباعة و المتاحف ، إلى جانب الشبكات الواسعة من المكتبات المنتشرة في البلديات و الأحياء و الوسائل السمعية البصرية أن تعمل على نشر ثقافة كفيلة بالاستجابة للحاجيات الجماعية مع رفع المستوى الفكري لدى المواطن و على الدور الذي ينبغي على وسائل الإعلام أن تلعبه من اجل تنمية الفرد و تطوير الوطن و خلق ثقافة رفيعة و العمل على تنوير عقل المواطن و تنميته" ، و لقد أكدت هذا لائحة الإعلام التي صادق عليها المؤتمر الرابع لحزب جبهة التحرير الوطن عندما أشار إلى الإعلام على انه عملية اتصال و توصيل ينبغي أن يعمل على ضمان وحدة الفكر بين الجماهير الشعبية ، و أن يسعى إلى تحقيق مستوى أعلى من الترابط الاجتماعي بين القمة و القاعدة و هو أداة تثقيف سياسي و تربوي [52].

03- أسباب إنشاء الإذاعة المحلية في الجزائر:

✓ الانتشار الكبير لأجهزة الراديو دفعها لإقامة نظام للاتصال السمعي حتى لا تبقى في معزل عن الحركات الدولية .

✓ محاولة القضاء على الأمية المتفشية في المجتمع الجزائري و باعتبارها وسيلة تعليمية فقد خصصت ميزانية كبيرة مما أدى إلى زيادة الفرق بينها وبين باقي الميزانيات المخصصة للوسائل الإعلامية الأخرى [53] ،لكن و بوجود نسبة كبيرة من الأمية تقارب 80%، هذه النسبة التي لا يمكن لها قراءة الصحف ، و بالتالي فهي تشكل عائقا في وجه عملية الاتصال بينها و بين السلطة عن طريق الوسائل المكتوبة ، مما أدى بالسلطات إلى استعمال الوسائل الشفوية لتحقيق الاتصال المرغوب فيه[54] ، و هذا يتأكد في الميثاق الوطني الجزائري لعام 1976 الذي نص على ضرورة نشر ثقافة كفيلة بالاستجابة للحاجات الإيديولوجية ، بواسطة وسائل الإعلام و في مقدمتها الإذاعة . و استمر عمل الإذاعة على هذا المنوال حتى صدور دستور 23 فبراير 1989 و الذي خصص مادته الأولى لحرية الصحفي و حمايته من التعسف الإداري ،و تطبيقا لهذا التوجه الجديد صادق المجلس الوطني الشعبي على قانون جديد للإعلام في افريل 1990 يختلف تماما عن قانون 1982 الذي الغي و ينص هذا القانون الجديد على إلغاء الرقابة الإدارية و على حق المواطن في إعلام موضوعي و نزيه و على إنشاء مجلس أعلى للإعلام حددت مهمته في الحرس على الممارسة الفعلية لحرية الإعلام . و من أسباب إقامة الإذاعات المحلية في الجزائر ما يلي :

– عجز كبير في مجال الاتصال المؤسساتي ،مما عمق أزمة الثقة بين الدولة و المواطن .

– غياب تطبيق حق المواطن في الإعلام لاسيما في المناطق المحرومة .

– غياب قنوات التعبير التي تمكن من ترقية الثقافات المحلية و ترقية الشباب .

– عزلة عدة مناطق خاصة التي لا تغطيها برامج الإذاعة الوطنية، و بقيت لهذا السبب عرضة لتأثير وسائل الإعلام التابعة للبلدان المجاورة.وبعبارة أخرى حاجيات المجتمع متنوعة يعبر عنها في وسائل جهوية ومن بينها الإذاعة المحلية كوسيلة للتعبير و التطور الاجتماعي [55] و نشير بالذكر انه لم يرد في قانون الإعلام الجزائري أي مرسوم حول الإذاعة المحلية ،و رغم هذا ظهرت أول إذاعة محلية سنة 1990 وهي إذاعة التكوين المتواصل ، إذاعة القران الكريم ،إذاعة البهجة 1991،و الإذاعة الثقافية 1992 ،و إذاعة متيجة ،إلى جانب الإذاعة المحلية الأولى ببشار و ورقلة 1991 و الاغواط [56] ، وكان مصممو المشروع يرمون إلى تقليص التفاوتات في مجال الاتصال بين الدولة و المواطن ، و هنا تجدر الإشارة إلى أن الإعلام الرسمي يواجه في كثير من المجتمعات مشاكل أمام الإعلام الوافد في سيادة الخطاب السلطوي الذي لا يعبر بالضرورة عن رأي الجمهور و مصلحته و الذي تضيق معه دائرة المشاركة إلى حد الذي تحرم معه فئات مهمة من حقها في التعبير، الأمر الذي قد يؤدي إلى شيوع الأفكار المتطرفة والعنف كوسيلة بديلة للتعبير عن

المواقف و الآراء علانية .فالإعلام الرسمي هنا يبادر إلى توسيع القاعدة الاجتماعية و السياسية والاقتصادية التي يمثلها وان يتبنى قضايا المجتمع بجميع فئاته و طبقاته و اتجاهاته ،كذلك انه من الإنصاف – بالرغم من كل هذه المعوقات – أن نذكر انه في مجمله يغلب عليه الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية و الابتعاد عن الإثارة الرخيصة التي تقدم مبدأ الربح على ما سواه [57] .و بالرغم من تسليمنا بأهمية وجود الإعلام الرسمي الوطني و الحاجة إليه بعد أن تطابه يد الإصلاح و التحسين ، فإننا نقترح عن قناعة بان الساحة المحلية تتسع ،بل تحتاج إلى إعلام مرئي ومسموع ذي صبغة وخطاب محلي وذلك للمبررات التالية :

أولا :هناك حاجة دائما و ملحة للمعلومات ذات الطبيعة المحلية ،و نظرا لبعد مركز البث الرسمي الوطني قد لا يستطيع البث المركزي أن يكون مصدرا للمعلومات في كل ناحية من نواحي البلاد ،ومن المعلوم أن لكل مجتمع محلي اهتماماته و أولوياته في مسيرة التنمية و التقدم المنشود و الوسيلة المحلية بحكم قربها والتصاقها بواقع المجتمع المحلي أسرع استجابة في تلبية هذه الاهتمامات و التعامل بشكل ينسجم مع توجهات الإعلام الوطني الرسمي و السياسة الوطنية ومن الضروري أن تدخل الوسائل المحلية في حوار بناء يكون القصد منه الإثراء المعلوماتي و المعرفي في تناول القضايا المحلية بغية الوصول إلى أساليب أكثر نجاعة في التعامل معها .

ثانيا :التطورات التي تشهدها الكثير من المجتمعات اليوم في مجالات الاستثمار و الخوصصة وتنشيط السياحة الداخلية و برامج التوظيف تحتاج إلى دعم إعلامي ينبري لهذه القضايا الهامة فيعطيها ما تستحقه من اهتمام مع الأخذ في الاعتبار طبيعة كل منطقة و خصائصها

ثالثا: من شان الإعلام المحلي معاونة الأجهزة الرسمية التنفيذية ودوائر اتخاذ القرار على الصعيد المحلي في أداء مهماتها على أساس من المشاركة الهادفة إلى تحسين الأداء و الارتقاء به تماشيا مع السياسة الوطنية التنموية .

رابعا:العمل على تنشيط الاقتصاد المحلي في كل مجتمع والذي يرغب أصحاب الأعمال وبائعو المنتجات ومقدمو الخدمات في الوصول إلى جمهور المستهلكين المرتقبين المحليين بطريقة سهلة ميسورة وبتكاليف مالية تتفق مع حجم نشاطهم الاقتصادي دون تحمل التبعات المالية زائدة نتيجة نشر الرسالة الإعلانية على الجمهور من غير المعنيين بها مع استفادة هذه الوسيلة المحلية من العائد الإعلاني كمصدر هام ورئيسي من مصادر تمويلها .

خامسا :العمل على تفعيل الثقافة المحلية في الإقليم أو المنطقة التي تخدمها الوسيلة المحلية وإتاحة الفرصة للأفكار المبدعة والمواهب المحلية في الظهور و الانتشار مع العناية بالحوار الثقافي المحلي والفعاليات الإبداعية و التي تقصر اهتمامات الوسيلة الرسمية المركزية في الإحاطة بها ،و لأهمية الإشراف على هذا المشروع الإعلامي الطموح يمكن تكوين هيئة مستقلة تكون عضويتها لأكاديميين وممارسين، ويجب أن ينظر إلى هذا المقترح في سياق فلسفة وطنية شاملة لمواجهة

التأثيرات السلبية للعولمة وكخط دفاعي يتجاوز مرحلة الشكوى من طوفان إفرازات للعولمة لمرحلة الفعل القائم على الثقة في القدرات الذاتية التي بها يكون التصدي. والواقع أن عملية الإعلام المحلي تجري في سلسلة ذات حلقات متماسكة و يؤدي ضعف أي حلقة فيها إلى ضعف السلسلة كلها . ذلك أن عملية الإعلام المحلي تتضمن عددا من العناصر و المواقف المحيطة بها فهناك خمسة عناصر أساسية في عملية الإعلام المحلي وهي :

- المصدر المباشر ، أو المرسل .
- صياغة الفكرة في رموز معينة .
- فك هذه الرموز وفهمها .
- استجابة المستقبل
- الردود والأصداء الراجعة من المستقبل إلى المرسل ، الذي يستطيع عن طريقها أن يكيف عملية الاتصال ،فالمرسل والرسالة والمستقبل و وسيلة الاتصال حلقات متصلة وكاملة ومن واجب المرسل أن يعرف أقصى ما يمكن أن يعرفه من جماهير المستقبلين ، وذلك عن طريق قياس اتجاهاتهم النفسية وإجراء اختبارات تجريبية مسبقة على رسائله التي ينوي إذاعتها على الناس ، فليس هناك ما يجبر المستمع على الاستماع إلى إذاعة دون غيرها ، فالمستقبل حر في اختيار ما يشاء من الرسائل المتاحة و إن كان "**فرانك لوثر موت**" قد توصل إلى قاعدة تقول أن الاختيار متوقف على العلاقة بين الفائدة التي ينتظرها المستقبل من جهة والجهد الذي يبذله من جهة أخرى ويعبر عن ذلك على النحو التالي :الاختيار = الفائدة المرجوة من الرسالة + الجهد المبذول في الحصول عليها [58].

ومن الأسباب الأولى أيضا تصدي الإذاعة المحلية لزحف الإعلام الغربي ،هذا الأخير يعمد عن طريق وسائل الإعلام إلى تدمير القوى الفكرية والروحية والسياسية فالاحتياج الإعلامي جزء من خطة ترمي إلى استعادة ما فقده من مسيطرة سياسية بسيطرة فكرية لان نزع الحصانة الفكرية للشعوب مهمة تولاها الإعلام الغربي نظرا لكونها تتطلب اقل الجهود واقل الوقت[59] فمفهوم القرية الالكترونية كمرادف لعصر الاتصالات ، لم يكن إلا دعوة للتقريب فيما بين الشعوب والتعرف على ثقافاتهم ،لكنه اليوم يكاد يصبح علامة على مزجها وصبها في قالب واحد لا يعترف بالتفاصيل الفارقة ولا يعني بها ، مما يجعل من القرية الالكترونية قرية معادية لروح الثقافة التي تقوم ثرواتها على التنوع وتستمد خصبها من التعدد.

04- التخطيط الإذاعي المحلي :

تكون الخدمة الإذاعية فيه موجهة إلى إقليم صغير نسبيا فأساس إقامة الخدمة الإذاعية هنا التجانس من الناحيتين الطبيعية و الاجتماعية لهذا المجتمع فالإذاعة هنا مرتبطة بمجتمع خاص تجمعه وحدة اقتصادية و ثقافية متميزة ولا شان لها بالتقسيمات الإدارية أو التخطيطية التي قد تصطلح عليها الحكومة في فترة معينة ، وفي هذا تختلف الإذاعة المحلية المرتبطة بالمجتمع المحلي الخاص ،فالإذاعة المحلية هي تلك الإذاعة التي تخدم مجتمعا محدودا ومتناسقا من الناحيتين الطبيعية والاجتماعية والثقافية المتشابهة و المتميزة وتجمع أفراده وحدة فكرية و ثقافية ، تراثية خاصة وتكون الإذاعة في مجالهم الطبيعي للتعبير عن مصالحهم ، بل و حتى لهجتهم المحلية وتعكس اتجاهاتهم [60] . وهذا النوع من التخطيط انتهجته الدولة الجزائرية في مجال الإعلام بمشروع إذاعة في كل ولاية، و هذا بغرض تقريب السلطة من المواطن، وكذا حماية الثقافات المحلية من الاضمحلال أو الذوبان في ثقافة العولمة ، باعتبار المجتمع المحلي هو المجتمع الذي تتعامل معه الإذاعة المحلية – العمل ،السكن،الترفيه – وقد حدد **جورج بالوينلي** مجموعة من الدلالات لتي يوحي بها مفهوم المحلي :

- تتحدد الرهانات الخاصة بالحياة اليومية والآنية على المستوى المحلي .
- نكتشف المجتمع ونتمرن عليه على الصعيد المحلي ، ففيه تتحدد وتتشكل هويتنا .
- تتشكل شبكة من العلاقات و بذلك يوظف المحلي كبديل وكمخرج للمشاكل التي لم تجد لها حل على المستوى المركزي ،وقد استعرض **هيلري 94** تعريفا للمجتمع المحلي و استنتج :انه لا يوجد اتفاق بين التعريفات جميعا أكثر من الإشارة إلى أن الناس يعيشون في مجتمع محلي أو منطقة معينة و علما أن المصطلح قد يستخدم كمرادف لمصطلحات أخرى مثل : المجتمع ، التنظيم الاجتماعي ،النسق الاجتماعي ،إلا أن كثيرا من الدارسين يتفقون على انه يشير إلى منطقة محلية محددة لها طابع خاص و يمكن أن يتفق مع هذه التعريفات ما قدمه **بارسونز** في مؤلفه "النسق الاجتماعي" وذلك في أن المجتمع المحلي هو تجمع الفاعلين في المنطقة محددة بصورة تتيح ظهور أنشطة مشتركة ويتضمن هذا التعريف تفاعل الأفراد في إطار نظامي محلي معقد يقدم خدمات أساسية للإفراد مع الأخذ في الاعتبار أن المجتمع المحلي ليس وحدة مستقلة ذاتية بالضرورة ،ويبدو أن المجتمع المحلي يستخدم كمرادف للمجتمع أو النسق الاجتماعي، لكن يضيف إليه خاصية أخرى هي نوع من التكامل أو الشعور بالانتماء بين أعضائه[61] ،وينظر دارسون آخرون إلى المجتمع المحلي نظرة بيولوجية ،أكثر منها اجتماعية ، ثقافية، فنجد **هيوجز** يقابل بين المجتمع المحلي والمجتمع على أساس عوامل المنافسة و التكامل و تقسيم العمل الذي يحصل عن طريقه المجتمع المحلي على تدعيم البيئة [62] ،وقد اهتم الباحثون بالمحلي نتيجة لعدة عوامل :
  - ✓ تطور الحياة الاجتماعية وما أنتجه من تجانس وتنميط .
  - ✓ بروز النزعة الفردية وتفكيك الروابط الاجتماعية و الأسرية .
  - ✓ تزايد وقت الفراغ.

✓ حركة المجتمع المدني والحاجة الملحة إلى تجسيد حق المشاركة في الحياة المحلية ، لهذا فقد وضع الباحثون شروطا لقيام المجتمع المحلي والتي نلخصها في مايلي :

1. المكان المحدود النطاق و المعلم .
2. الاشتراك الفعلي في النشاط الجمعي.
3. أن يكون المجتمع ذو تكوين مميز يتمثل في فواعد معينة منظمة لسلوك أفراده وللعلاقات المتبادلة فيما بينهم ومعبرة عن اتجاهاته وتاريخه المشترك [62].ومن هنا فقد أدرك الباحثون أهمية الاتصال بالجماهير على نطاق واسع ، انه يقرب الجمهور سواء أكان هذا الجمهور متفرجا أم مستمعا ،كما اخذوا بعين الاعتبار تحضير الجو المناسب لتقديم الحصص وهذا يظهر من خلال المقدمات التي تسبق المذيع ،وقد أصبحت الرغبة في الاستحواذ على انتباه الجماهير كما نعرف من تاريخ وسائل الإعلام عرضة للتنافس المتزايد ، الأمر الذي أدى إلى أمرين :

1) ازدياد عوامل الإثارة في الأعمال الفنية والعناوين و المؤثرات الصوتية و الموسيقية .
2) المشاركة ، فنحن لا نستولي على الجمهور استيلاء تاما إلا حين يقوم بدور ايجابي [62] .

لكن أهمية دراسة المجتمع المحلي تأخذ طابع الخطورة إذا أخذنا بعين الاعتبار البعد التاريخي لعلم الاجتماع في بلادنا ويتمثل ذلك في مجموعة من العوامل نذكر منها حالة الانسحاق الثقافي الذي مس بالدرجة الأولى جماهير الريف وتصلب الثقافة التقليدية التي يمكن اعتبارها سلاحا ذو حدين فقد كان التصلب والانزواء من جهة شكلا من أشكال المقاومة وجوابا قاطعا على محاولات الضغط و الاستهواء والتشويه الحضاري للشعب و الثقافة التقليدية التي تغوص في الماضي [65] .

وما يمكن استخلاصه في هذا المجال أن التعددية الحزبية و الانفتاح بكل أشكاله عمل أكثر على ظهور صحافة وطنية عامة وظلت الصحافة المحلية منحصرة في مدن محدودة كانت لها تقاليد صحفية قديمة (وهران ، قسنطينة ،عنابة) ، وقد أطلقت تسميات عديدة للصحافة المحلية في الجزائر كالإقليمية والجهوية للدلالة على مسمى واحد وهي الوسيلة الإعلامية التي تبث أو تصدر في إقليم و منطقة جغرافية محددة ، وتتوجه بحكم أخبارها إلى جمهور المنطقة التي توجد فيها و تنقل تفاعلات الحياة بها وهو جمهور عام ذو مستويات ثقافية وعلمية متباينة والملاحظ انه كلما تقلصت دائرة التغطية الإعلامية للوسيلة الإعلامية المحلية اقتربت من نوع الاتصال داخل الجماعات الصغيرة التي لا تكون بحاجة ماسة إلى دراسة الجمهور .

ومن هنا كان لابد من الحديث عن أهمية الإعلام المحلي ، فرغم تسليمنا بأهمية وجود الإعلام الرسمي والوطني والحاجة إليه ، فان الساحة المحلية يجب أن تتوافر على إعلام سمعي ومرئي ومكتوب ذي صبغة وخطاب محلي .

05- ادوار و وظائف الإذاعة المحلية :

أولا :دور الإذاعة المحلية :

يعد الإعلام ضرورة اجتماعية واقتصادية ، وسياسية ولكونه يتفاعل مع البيئة الاجتماعية فعملية الاتصال تجري تحت مجموعة من الوسائل الإعلامية والمتدخلة فيما بينها التي تقدم مواد إعلامية متنوعة ، ولذلك تقوم وسائله بترسيخ القيم السائدة وتثبيت بين شتى المؤسسات [66] إضافة إلى الإعلان الذي يعتبر هدفا من أهداف الإذاعة المحلية من خلال التعريف بالسلع ،والخدمات وكذا المؤسسات التي ينتجها المجتمع المحلي ويرجع الفضل إلى القيام بدراسات مختلفة تهتم بالمحيط العام الذي يتم فيه إعداد وتبادل الرسائل الإعلامية بين المرسل و المتلقي عبر قنوات مختلفة إلى ظهور وسائل الإعلام الجديدة التي من بينها الراديو[67] ، ومن هنا فالإذاعة تلعب دورا هاما في المجتمع فمن خلال ما تقدمه من برامج مختلفة تحاول فيها أن تحلل الواقع الاجتماعي المعيش ، بطرح قضايا ومشاكل اجتماعية ومناقشتها بهدف إيجاد حلول مناسبة كما يمكن أيضا أن تساهم في تشكيل الملامح الحضارية للمجتمع بمواكبة العلم ونشره والأسلوب الذي يمكن من استيعابه ،وبناءا على هذا فالإذاعة تعد وسيلة هامة للمساهمة في البناء الثقافي و الاجتماعي ،خاصة وان البيئة الاجتماعية و الحضارية لها تأثير على تكوين الرموز الاجتماعية التي تأتي سواء من خلال العروض أو من خلال وسائل الإعلام الجديدة[68]. كما يمكن من خلال الإذاعة المحلية معرفة مايلي :

- التعرف على الاحتياجات المحلية و العمل على تعريف الناس بها .
- تكيف البرامج المذاعة بحيث تتفق مع ردود الفعل المحلية .
- تحقيق التكامل بين أنشطة المجتمع المحلي و الإعلام الإذاعي ، و تفسير الأمور المحلية للجمهور وتشجيع أفراد الجمهور على التعبير على أنفسهم ومجتمعهم و المحافظة على الثقافة المحلية [68] .

كما تلعب وسائل الإعلام دور الحارس، وكما وصفها علماء الاجتماع بأنها استطلاع للبيئة كما هو الحال بالنسبة للإذاعة المحلية ،فهي تحاول معرفة ما يحدث من خلال استقائها للمعلومات ، والآراء ، والمواقف وبالتالي تساعد الفرد على تكوين تصور للعالم الذي يحي فيه .

حيث يرى شرام أن "حولي 70 % من الصور التي يبنيها الإنسان لعالمه مستمدة من وسائل الإعلام الجماهيرية"، وعلى اعتبار الإذاعة المحلية وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيرية ،تحاول تبليغ رسالتها الإعلامية إلى جمهور متلقي ، يحاول هذا الأخير أن يكيف مضمونها بطريقة تتفق مع رغباته وتوقعاته ، ودوافعه ، ذلك راجع لسمات الإذاعة في حد ذاتها ، والتي قضت على عزلة الناس وفتحت مجال الخيال والتصورات الذهنية وأصبحت أكثر الوسائل تناولا مما زاد من تعدد برامجها .

ثانيا : وظائف الإذاعة المحلية :

- **الوظيفة الإعلامية :**

تعمل الإذاعة المحلية على نقل المعلومات كالأخبار و الأنباء، كما تعطي للجمهور معلومات مفيدة تمكن الأفراد من اتخاذ القرارات في حياتهم اليومية إلى جانب أنها تأثر على الجمهور المتلقي وتكشف عن مختلف خبايا المجتمع ، ولقد أوضحت العديد من الدراسات الميدانية العربية منها والأجنبية "أن التعرض لوسائل الإعلام يزيد من معلومات الفرد و خاصة إن كان التعرض لا يقل على 06 ساعات يوميا" [70] . كما بينت دراسة أجريت في 05 دول افريقية أن :"الإذاعة هي المصدر الرئيسي للأنباء "[71] .

- **وظيفة تحديث المجتمع :**

تعمل الإذاعة المحلية على نشر المعرفة ، وتنمية المجتمع ، كما أنها تعمل على تهيئة مناخ الحوار وسط الجمهور المستمع ، وفي هذا الصدد "بينت الدراسة التي أجراها اتحاد الإذاعة و التلفزيون على 1500 من ربات البيوت في 05 مدن مصرية ،أن الإذاعة استطاعت أن تؤثر في الأفكار خاصة بالنسبة لتعليم المرأة ونمو الأطفال "[72] .

- **وظيفة تربوية وتعليمية:**

إن التعليم يساعد على تنمية الفكر ،وتقوية ملكة النقد ، وتربية الشخصية الإنسانية لذا أولت له الإذاعة أهمية كبيرة خاصة المحلية منها من اجل نقل التراث الاجتماعي المحلي من جيل إلى جيل وتكوين الفرد خلقيا وتوسيع معارفه ،حيث أثبتت دراسة على عينة من الذكور عددهم 125 بقرية مصرية يسمح أهاليها للأبناء بالاستماع للإذاعة المحلية ، وأثبتت الدراسة وجود علاقة ايجابية بين الاستماع للإذاعة وممارسة التعليم إلى غير ذلك وهذا ما ترك تأثير واقتناع ربات البيوت على ترك بناتهن يتعلمن .

- **وظيفة التثقيف :**

تقوم ببث الأفكار والمعلومات والقيم التي تحافظ على الثقافة المحلية وتساعد على النشأة الثقافية والاجتماعية عن طريق التوعية ، الإذاعة المحلية تسعى إلى تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات التي تسود مجتمعاتنا وأنماط سلوكها ، مما يجعل الفرد و الآخرين يتكيفون مع بيئتهم .فالتثقف له أثره في تشكيل الاتجاهات النفسية وفي إعادة بناء القيم و العادات و التقاليد .

- **وظيفة الترفيه :**

تساعد الإذاعة المحلية عل الترفيه والتنفيس على المتاعب اليومية للجمهور نظرا لما يحمله الترفيه من درجة عالية في كسب الجمهور والتأثير فيه ، فالإذاعة المحلية تساهم من خلال برامجها في ملا وقت الفراغ .

وقد أثبتت دراسة قامت بها **هرنا هيرزوج** في دراستها لأسباب استماع الناس إلى الراديو عن طريق المقابلات العميقة [74] وقد قسمتها إلى 03 أسباب هي : التعويض ،تحقيق الرغبة ، النصيحة .

والإذاعة المحلية بصفة عامة لا تقتصر في أداء عملها على هذه الوظائف ،في حين أن هناك وظائف أخرى تعتبر مكملة لبعضها البعض والتي تخدم في نهاية الأمر جمهور سواء كان محليا أو وطنيا في جميع المجالات الاقتصادية والاجتماعية .

ونشير بالذكر أن معظم الإذاعات المحلية الموجودة في الوطن تلجأ كثيرا إلى الترفيه وهذا بغرض تلطيف الجو وكذلك جذب انتباه الجمهور والترويح عنه أكثر فأكثر ولفت انتباهه للمواضيع و البرامج التي تبثها .

06- أهم الإذاعات المحلية في الجزائر:

تمثل المحطات الإذاعية المحلية في نظر مسؤولي قطاع الاتصال في الجزائر "نسيجا منسجما " و كثيفا وحيا و إن لم يكن بالضرورة موحد النمط و يضمن التغطية الوطنية ، كما تمثل ثمرة عمل توافق بين لا مركزية مؤسسة ثقيلة مع متطلبات الحضور الدائم للوحدة الوطنية كتجربة يراد أن تكون مثالية ، وكما سبق أن ذكرنا ، فقد انطلقت التجربة بثلاث محطات سنة 1991 (بشار ، ورقلة، الاغواط)، ثم تلتها إذاعات محلية عبر التراب الوطني منها (معسكر ، غرداية ، اليزي ، الوادي ، البيض، الشلف ، بسكرة، بجاية ، باتنة ، عنابة ، ادرار ، تندوف ، تيارت ، تبسة ، تمنراست ، سكيكدة ، سطيف ، ورقلة ، وهران ، النعامة ، المسيلة ، مستغانم ، غليزان ، سوق اهراس ، جيجل ، **الجلفة** ، البهجة ، وتلمسان فهناك أكثر من 48 إذاعة محلية توجد اليوم في الجزائر تقدم برامج متنوعة : ثقافية ،ترفيهية ، اجتماعية واقتصادية وإخبارية ضمن شبكات برامجية عادية وصيفية ، ورمضانية تكيف البرامج وفق مقتضيات المناسبة وفصول السنة ونشير بالذكر أن ظهور الإذاعة المحلية في الجزائر مر بعدة مراحل نوجزها فيما يلي :

مرحلة الانطلاق (1991-1994):

عرفت كمرحلة انطلاق بعض الضعف في تطبيق الخطة بسبب عدم تجهيز المحطات بمرتكزات إرسال بقوة كافية لتجسيد المهام الموكلة إليها واقتصرت الوسائل التي وفرها القطاع آنذاك على توفير المعدات الأولية طبقا لتصور موحد لجميع المحطات [75] ، أي أستوديو للبث وأستوديو للإنتاج وخلية للتركيب وخلية للمزج ووحدة للريبورتاج وكل الإمدادات العادية كالطاقة والتكييف والهندسة الصوتية والنقل ... وقد بلغت تكلفة ذلك ما يقارب 13 مليار سنتيم لكل محطة وقد تولت الإدارات المحلية تهيئة المرافق ، أما بالنسبة للمستخدمين فتم اعتماد نمط واحد يحدد عددهم ب 21(بين مدير و صحفيين وثلاثة تقنيين و ثلاثة منشطين والباقي مخرجون وإداريون) لكل محطة .

مرحلة التوسيع (1995–2000):

انضمت إلى شبكة 13 محطة جديدة وتم التوسيع دون إدخال تعديلات على المعطيات التقنية التي تم توضيحها سابقا إلا انه تم التركيز على زيادة الحجم الساعي للبث ، ومرت معظم المحطات من ساعتين إلى أربع ساعات والى ثماني ساعات في اليوم وهو مؤشر معبر على إرادة السلطات العمومية في تسريع وتيرة تنفيذ برامج الدولة في مجال الاتصال وقد ترجمت شبكات البرامج الجوانب الرئيسية للبرنامج الاتصالي مع بعض الاختلافات الخاصة بكل محطة وضمت تلك الشبكات الجانب الإخباري الذي يركز على الأحداث المحلية والجانب الثقافي و التربوي المتفتح على مظاهر التعبير، الخصوصية وجانب التسلية مع استعمال المرتكزات اللغوية :

- العربية بنسبة 62 %.
- واللهجات (القبائلية الشاوية ،المزابية ، التارقية)بنسبة 20 %.

وتجدر الإشارة إلى أن الشبكة البرامجية كانت ذات طابع شمولي ، حيث لم تحدد الجماهير المستهدفة ولم يعتمد إعدادها على أي سبر ويستنتج من ذلك أن النموذج المقترح اعتمد على الثقل الاجتماعي و الثقافي للمناطق في غياب دراسة مسبقة .

مرحلة التثبيت (2001– إلى اليوم):

تم استغلال هذه المرحلة لتحقيق أهداف محددة تخدم ديمومة الخدمة العمومية عن طريق الاستثمار المكثف في مرتكزات الإرسال ، وإدخال استعمال التكنولوجية الحديثة للإعلام والاتصال و رسكلة المستخدمين تبعا للمقاييس المهنية العصرية وتطوير الأساليب التفاعلية في مجالات أكثر مردودية من الماضي ، هذا في إطار الاختيار الرامي إلى إنشاء " إذاعة في كل الولاية " الذي يبدو أن السلطات العمومية استقرت عليه نهائيا .ومما يدعم هذا الاحتمال أن أكثر من عشرين محطة جديدة بدأت تشتغل .

وتجدر الإشارة أن الجزائر لم تضع قوانين قائمة بذاتها لتسيير شؤون الإذاعات بل تركت الأمر لما نتج عن قانون الإعلام 1990 و2012 وكذلك ما تعلق بقوانين تسيير الإذاعة الوطنية .

07- المنطلقات القانونية لتشغيل الإذاعات المحلية :

إن النظام القانوني الذي أطر الإذاعات المحلية إلى اليوم غير مكتمل ويتألف من مواد مستقاة من عدة قوانين ومراسيم ودفاتر للشروط في تسيير قطاع الاتصال وفيما يلي أهم المنطلقات القانونية :

- المواد 12-13-65 من قانون الإعلام الصادر في افريل 1990 ،التي تفرض على المؤسسة العمومية ضمان بث الثقافات الشعبية عبر قنوات متخصصة .
- المرسوم 146-86 الصادر في 01 جويلية 1986 المتضمن إنشاء المؤسسة العمومية للإذاعة السمعية .
- المادة السادسة من المرسوم التنفيذي رقم 11- 102 والمواد 3- 10 و 12 من المرسوم التنفيذي رقم 103-93 التي تكلف المؤسسة بمهمة ترقية مختلف مظاهر الثقافة الوطنية .
- قرار المجلس الوزاري المشترك لسنة 1994 ومجلسي الحكومة لسنة 1995 ،1996 .
- دفاتر شروط المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة الصادر في 8 فيفري 2003 التي من جملة مقاييس الإنتاج والبث التي تطبق على الإذاعات المحلية .

إضافة إلى ضرورة انتشال بعض الولايات الشاسعة كأدرار وتندوف من التأثير الإعلامي للبلدان المجاورة [76] .

08- خصائص الإذاعة المحلية :

هناك عدة خصائص تميز الإذاعة المحلية ،والتي يجب مراعاتها عند التخطيط الإعلامي ومخاطبة الجمهور ونذكر منها :

08-1- خصائص تقنية و تكنولوجية :

- تعتبر وسيلة اتصال قوية تستطيع الوصول إلى مختلف الأفراد والجماعات والمناطق ، حيث يتغلب الإرسال الإذاعي على الحواجز الطبيعية(كالجبال والأنهار والبحار المحيطات والصحاري ...) وغير الطبيعة أي المصطنعة (كسوء العلاقات السياسية بين الدول وقلة المواصلات ، وكل الطرق التي تمنع من استقبال الإرسال الإذاعي).[77].
- هي أسرع وسائل الاتصال الجماهيري مقارنة بالصحف والتلفزيون فهو ينفرد بالسبق وأولوية النشر ، والأثر الأول للخبر أو لا يمحى بسهولة ولا يمكن معارضته كما يقول "جوبلز "ان من تقول الكلمة الأولى على حق دائما" .

- استخدام المؤثرات الصوتية للتعبير عن المكان والزمان والحركة وتنقسم المؤثرات إلى نوعين

01- **المؤثرات الطبيعية الحية** :مثل :صهيل الخيل ،خرير المياه ،الرعد أمواج البحر ... .

02- **المؤثرات المصطنعة**: فمثلا للتعبير عن الزمان نستعمل صوت صياح الديك ... .

- الراديو سهل الاستخدام حيث لا يتطلب معلومات معقدة مثل التلفزيون .

08-2- خصائص مادية :

- الانتشار الكبير لأجهزة الراديو نظرا لانخفاض ثمنه ، إذ تبين انه كان يوجد عام 1969 حوالي 653 مليون جهاز راديو لاستقبال البرامج الإذاعية ، وتشير أخر التقديرات إلى أنه وصل إلى مليار و مئتين ومليونين وثلاث مئة وست وثلاثين جهاز موزعة على 216 دولة [78].

08-3- خصائص اجتماعية وبشرية :

لن ينجح التخطيط الإعلامي إذا لم يأخذ في الاعتبار أن هناك عدة ظروف خاصة بالمجتمع المحلي وهي م يطلق عليها سمات أو مميزات المجتمع المحلي والتي تختلف من مجتمع إلى أخر ومن منطقة محلية إلى أخرى [79].

فهناك علاقة جدلية بين التغيير الاجتماعي ووسائل الاتصال ومن بين هذه الخصائص :

- تزايد الاستماع للراديو حيث أصبح سلوك بغض النظر عن النوع والسن أو الحالة الاجتماعية .
- تعمل الإذاعة على رسم الإطار النفسي للمستمعين ،فالبرامج الصباحية تهيؤ الناس لليقظة والعمل و التفاؤل بينما تقوم برامج السهرة بالترفيه و الإمتاع ، وفي النهاية تخلق جوا من الاسترخاء والاستلام للنوم.
- لا يحتاج الاستماع إلى الراديو معرفة القراءة والكتابة مما يجعلها وسيلة ملائمة لظروف المجتمعات التي ترتفع فيها الأمية.
- لا يحتاج إلى جهد عضلي أو عصبي ولا يحول بين المستمع وأداء عمله ، لكن هناك عيب، فالاستماع إلى الإذاعة عادة ما يكون استماعا عرضيا و بأذن واحدة .
- يوفر الراديو للمستمع الإحساس بالألفة حيث يحس بأنه عضو في جمهور كبير من المستمعين ، كما يزود الراديو الأفراد بالانفعال و الحركة وهو سبب تركه مفتوحا دائما ، أيضا كصديق ورفيق مطيع يتحدث ويصمت متى شئت [80] ، كما تتيح الإذاعة للوصول إلى جمهورها أشكالا اتصالية مختلفة مثل التمثيلية والريبورتاج الإذاعي والأغنية ،باستعمال الموسيقى والمؤثرات الصوتية يمكن تهيئة أذهان الجمهور لتلقي الرسالة الإعلامية وخلق الجو النفسي المناسب لتقبل الفكرة و الاقتناع بها إلا انه يجب ألا يغيب عن الذهن أن فترات اليوم تختلف من حيث مناسبتها للموضوعات المختلفة ...فما صح إذاعته في الصباح لا يصح في المساء [81] ، والاتصال عن طريق

الراديو يساهم في إشباع حاجيات الأفراد والتي قسمها **ماسلو** إلى خمسة صور و أشكال متتابعة نوردها فيما يلي :

- الحاجات الفيزيولوجية .
- الحاجة إلى الأمان .
- الحاجة لاحترام النفس ، وتحقيق الذات .
- الحاجات الاجتماعية للانتماء حيث يميل الفرد إلى التعامل والاندماج مع الآخرين بما يضمن له حياة اجتماعية تولد لديه الشعور بالانتماء [82] .

وهنا نشير انه على الإذاعة المحلية إدراك الاستراتيجيات الخاصة بالإقناع وخاصة منها :

- **الإستراتيجية الثقافية الاجتماعية :**

قاعدتها أن الثقافة تؤدي وظيفة حيوية في تشكيل السلوك البشري ،وأكثر من ذلك أنها تتحكم في الأنماط السلوكية المنبثقة عن الشخصية ، فهي الخلفية الفكرية و الاعتقادية للسلوك. و الثقافة تحمل في طياتها الأشكال السلوكية ، والقوالب الفكرية التي يطبع عليها الفرد وهنا فالتنشئة الاجتماعية لها دور في صياغة السلوك ويضاف إليها كذلك عملية التعلم الاجتماعي التي هي احد أشكالها فالثقافة لا تحتاج إلى مؤسسات رسمية لتعلمها و تطبيعها في الأفراد بل قد يحدث ذلك بطريقة عفوية و تلقائية نتيجة التفاعل مع المحيط والاندماج في زمر بشرية معينة ، وهذا يضمن مسالة التوقعات الاجتماعية المتضمنة في النظم الاجتماعية التي يتفاعل من خلالها الأفراد مع بعضهم البعض [83] .

- **إستراتيجية إنشاء المعاني :**

تقوم على مفاهيم علماء الانثربولوجيا للسلالات البشرية ،والقاضية بان المعاني ترتبط مباشرة باللغة ،والتي من خلالها يعبر الإنسان عما بداخله من معاني ، ومن ثم فالإنسان يتصرف حيال العالم الخارجي من خلال ما يحمله من معاني ، وهذه البنية المعرفية الداخلية تزود الإنسان بتعريفات للمواقف التي تواجهه ، ويلاحظ أن التراث العالمي للاتصال يربط دائما عملية الاتصال الإنساني باستخدام اللغة باعتبارها الوسيلة التي تربط الأفراد يبعضهم البعض[84] .

- **نظرية العلاقات الاجتماعية :**

تنطلق من افتراض مفاده أن العلاقات الاجتماعية القائمة بين الجماعات والأفراد تتدخل بدور كبير في تحديد استجابة الناس للرسائل الإعلامية . فالرسائل الإعلامية تمر عبر شبكة العلاقات الاجتماعية ،لتصل إلى ذهن الفرد وعواطفه وبنيته النفسية [85] ،فالقائم بعملية الإقناع يجب أن يكون مدركا لنمط العلاقات الاجتماعية وواعيا بالمداخل والمخارج لهذه العلاقات . وللتأكد من هذا الافتراض قام **لازارسفيلد و بيرلسون و جوديت** عام 1940 بدراسة لمعرفة

مدى تأثير الفئات الاجتماعية و العلاقات القائمة بينهم على السلوك الانتخابي ، اختيرت لذلك عينة من مدينة **أيري كاونتي** بولاية **أوهايو** وكان عددها 600 شخص ، و قد تبين أن لأفرد العينة ميول كامنة للتصويت في اتجاه معين ، وفقا للانتماء إلى فئة اجتماعية معينة ، إن التأثير الذي أحدثته الفئات الاجتماعية المختلفة على النوايا الانتخابية و السلوك الانتخابي ، قد يظهر في حالات كثيرة وبالتالي فقد حددت هذه الانتماءات الفئوية كمظاهر يجب الاهتمام بها، لأنها تؤدي إلى اتخاذ القرارات [86] .

- **نظرية التنظيم الاجتماعي :**

تنظم الأفراد قواعد يفهمونها ويتعاملون بها والتنظيم لسلوك الأفراد لا مناص منه ، إذ هي مرتبطة بطبيعة الإنسان الاجتماعية الميالة إلى الاجتماع مع بني جنسه والانضواء تحت لواء جماعة بشرية معينة متفقة مع حاجاته ودوافعه وخصائصه وميوله واتجاهاته .

ففي الجماعة الأولية يكون متسما بالبساطة والتلقائية والعفوية ويزداد في التعقيد كلما زاد حجم الجماعة [87] .

- **نظرية التعلم الاجتماعي :**

كانت بدايتها في أواخر الأربعينيات مع **جوليان روتر** ، وذلك من خلال تطويره لمجموعة من الدراسات حول إمكانية تعلم الفرد السلوك الاجتماعي من المحيط الاجتماعي عبر الملاحظة .وقد أجرى **روتر** نقاشا واسعا مع طلبته من اجل الوصول إلى الإطار النظري للنظرية فهو يرى انه يمكن للفرد أن يتعلم الكثير من الأشياء في بيئته المليئة بالمعاني ، ويتم ذلك عن طريق الملاحظة . فالفرد أثناء تفاعله الاجتماعي مع المحيط يلاحظ الكثير من الأشياء ، ويتلقى منبهات عديدة وعبر هذه الآلية يقوم بنقل و تعلم الأشكال السلوكية المختلفة التي تلبي وتشبع حاجاته .وهذا ما يسميه روتر بالتعلم الاجتماعي التي يؤكد على الحقيقة القائلة "إن أشكال السلوك الأساسية أو الرئيسية يجري تعلمها في المواقف الاجتماعية وهي تلتحم بصورة لا فكاك فيها مع الحاجات التي يتطلب إرضاؤها توسط الآخرين "،ثم جاء **ألبرت باندورا** وطور مفاهيم نظرية التعلم الاجتماعي من خلال إعطاء معنى لعمليات المعرفة ،فعن طريق ملاحظة المحيط يتعلم القيم والمفاهيم ويتقمص الأنماط والنماذج السلوكية التي تقع تحت بصره .

09- إنتاج البرامج في الإذاعة المحلية :

لابد أن نتعرف على مكونات البرامج الإذاعية وأدوات إنتاجها :

09-1- مكونات البرنامج الإذاعي :

المكونات الرئيسية للبرنامج الإذاعي هي :

أ. الصوت البشري :

تعتبر الكلمة المنطوقة أهم مكوناته على الإطلاق . وقد يقتصر البرنامج عليها ويستخدم البرنامج الموسيقى أو المؤثرات الصوتية كعنصر مساعد لهذه الكلمة المنطوقة رغم اعتمادها غالبا على نص مكتوب إلا أنها تستخدم الإمكانيات الاقناعية بصورة تؤثر على المستمعين [88] ، كما يعتبر الصوت البشري من أهم وسائل التعبير عما في النفس ويحدث الصوت عندما يتموج الهواء الخارج من الجوف في عملية الزفير وذلك باصطدام الأوتار الصوتية في الحنجرة ، أثناء الاندفاع بفعل الرئتين اللتين تقومان بما يشبه عمل المنفاخ ، إذ طبيعة النظام الإذاعي ومدى الحرية التي يتمتع بها تحدد شكل و نوعية البرامج التي تقدم على الهواء مباشرة خاصة البرامج التي يشارك فيها الجمهور العادي وطبيعة هذا النظام أيضا يرتبط بقوالب برامج المشاركة الإذاعية .

ب. الموسيقى :

وتتكون من نوعيين من الموسيقى هما :

01- الموسيقى الخالصة :

وهي الموسيقى التي تذاع لذاتها من خلال برنامج موسيقي ، أو كفقرة في إطار برنامج منوع ، أو لملئ مساحة زمنية بين فقرات البرنامج، أو قبل أذان الصلاة أو بعد أذان الصلاة أو إلى أن يحين وقت إذاعة نشرة الأخبار ، إن الموسيقى لغة عالمية يستطيع كل فرد أن يفهمها وينفعل ويتأثر بها وهي إما موسيقي ذات طابع قومي أو محلي أو شعبي أو فلكلوري تراثي أو مؤلفة ولكل شعب الموسيقى التي يعتز بها ، وهناك الموسيقى العالمية التي ترتفع عن مستوى القوميات مثلما هو الحال مع الكثير من الموسيقى الكلاسيكية الغربية .

02- الموسيقى الدرامية (المصورة) :

وهي الموسيقى التي يتم توظيفها واستخدامها للتعبير عن مواقف معينة ، من حب إلى فرح إلى حزن إلى غضب إلى صراع إلى سخرية أو ترقب أو الم أو انتصار أو يأس أو جو أسطوري أو خيال علمي أو جو ديني أو عسكري أو معركة سريعة أو حركة بطيئة أو براءة ، وغير ذلك وهذا كلغة للتأثير ، كما تستخدم الموسيقى الدرامية في عمل الألحان المميزة للبرامج والأعمال الدرامية مثل : التمثيليات والمسلسلات وكنقلات وفواصل من مستمع إلى مستمع أو فقرة إلى أخرى ، وتستخدم كذلك كمؤثر صوتي يحدد المكان أو الزمان ، إن الموسيقى الدرامية يمكن أن تكون مصاحبة للحدث مصورة له ودافعه له في أحيانا كثيرة بحيث تقوم مقام بعض أجزاء الحوار والمواقف[89].

ج- الأغنية:

وهي من أحب المواد الإذاعية في الراديو وتعتبر من وسائل الجذب الإذاعي ، وهي تقدم لذاتها كفقرة بين البرامج المختلفة أو خلال فترة غنائية محددة أو من خلال برنامج معين ، كما تدفع الأغنية بالأحداث إلى الأمام .

د- المؤثرات الصوتية :

وهي الأصوات التي تعطي تعريفا بنوع المصدر الصوتي والتي نحصل عليها من موقعها أو مسجلة على أشرطة أو اسطوانات أو حية من الأستوديو مثل فتح الباب أو المشي، صوت حيوان ، صوت الرعد ، وهي تحدد أيضا الإطار المكاني و الزماني للأحداث مثل صوت الصراصير التي لا تظهر نهارا ،بل يمكن أن تقدم بدقة وصفا للمكان مثل صوت الضفادع الذي يوحى وجودها بوجود مجرى الماء ، وبالتالي عن طريق المؤثرات الصوتية تنشط مخيلة المستمع ويعيش واقع الأحداث .

هـ- المؤشرات الالكترونية :

وهي أصوات يمكن توليدها باستخدام إمكانيات أستوديو الإذاعة ومعداته التي يمكن بواسطتها تغير الصوت البشري وتغيير خصائصه ومعالجة كافة الأصوات [90] .

و- مدة البرنامج :

عندما يتاح في الخريطة الإذاعية فترة زمنية قد تكون قصيرة أو طويلة لتقدم فكرة معينة فان هذا يساهم في تحديد القالب البرامجي لتقديمها.

ي- الجمهور المستهدف :

إلى من توجه فكرة البرنامج الإذاعي ؟ من هو الجمهور المستهدف ؟ هل هو الجمهور بكافة فئاته و طبقاته ؟ أم أن هناك جمهور محددا ينبغي الوصول إليه ، بشكل أساسي بهذه الفكرة للتأثير فيه ؟ الإجابة على هذا السؤال تساهم في اختيار قالب البرنامج الذي تقدم الفكرة من خلاله ، بل إن تحديد الجمهور المستهدف بدقة يساهم في الصياغة المناسبة للفكرة والاختيار الدقيق لمفرداتها ،كما يساهم أيضا في تحديد مضمون الفكرة وأسلوب صياغتها ولغتها الإعلامية [91] .

لذلك فلا يمكن إهمال أهمية تصور القائم بالاتصال للجمهور كأحد العوامل المؤثرة على طريقة المعالجة للرسالة الإعلامية ، فنحن حينما نتصل نحاول أن نصل إلى استجابة معينة من المتلقي ، لهذا فيجب أن نعرف الكثير عن الجمهور أو المستقبل من حيث مهاراته الاتصالية ، وكذلك من حيث خصائصه النوعية واتجاهاته و ثقافته ومعارفه وقيمه، فالجمهور من زاوية المضمون عنصر أساسي ، ويجب أن تكون المعلومات المقدمة مرتبطة باحتياجات الجمهور حتى تضمن

استجابته وكذلك لابد أن ترتبط الرسائل الإعلامية بالتصورات القائمة لدى الجمهور ، فإذا استقبل مادة لا تتفق وهذه القيم أو تتنافر معها فإنها تواجه بمقاومة شديدة ، ومن أهم البرامج الجماهيرية البرامج التي تسمى ببرامج "المشاركة " وهي البرامج التي يعدها و يقدمها الجمهور نفسه ، وتمثل هذه البرامج أهمية واضحة في خلق علاقة بين الراديو و جمهوره ومشاركة الجمهور في البرامج الإذاعية ، ومن هنا لابد من الحديث عن مصداقية الوسيلة وهي هنا –الإذاعة المسموعة – تتوقف على الصورة الذهنية لها لدى الجماهير ، وتحدد الصورة الذهنية كوسيلة اتصالية معينة في آراء الجماهير واتجاهاتها نحو هذه الوسيلة أو تلك . هذه الصور من حصيلة عوامل وعناصر متعددة داخلية و خارجية مرتبطة بالواقع الذي تعيشه فيه هذه الجماهير و اتجاهاتها نحو الوسيلة ذات صفة ايجابية أو طابع ايجابي وأصبحت هذه الوسيلة تتمتع بصورة ايجابية والعكس صحيح [92].

09–2– أنواع البرامج الإذاعية و أشكالها :

09 –02–1 تعريف البرنامج الإذاعي :

يقصد بالبرنامج الإذاعي مختلف الحصص الإذاعية التي تتناول مواضيع متنوعة :سياسية ، اقتصادية ، تثقيفية تربوية ، ترفيهية سواء كانت هذه الحصص في شكل الإلقاء العادي للأخبار أو في أشكال فنية إعلامية خاصة ومؤثرت صوتية مناسبة [93] .

09–02–2 أنواع البرامج الإذاعية :

- **البرامج الثقافية:**

تندرج ضمنها كل البرامج التي تبرز قيم وعقائد الشعوب وأفكار معينة لتنير الجمهور ، إما أن تكون على شكل مجلة ذات فقرات متنوعة تشمل لقاءات حية أو ندوات أو كل ما من شأنه أن ينشر الثقافة ،حيث يرى **بيار ألبير** أن غاية الإذاعة هي الثقافة والتسلية فدور الإذاعة الثقافي مؤكد خاصة في أوربا حيث يعد أكثر من نصف البرامج عموما للموسيقى وتسعى الإذاعات في بث التراث الثقافي ،كما تساعد في تدعيم الطابع الثقافي [94].

- **البرامج الاجتماعية و الاقتصادية :**

تهتم بالقضايا الاجتماعية المختلفة للأفراد و التعريف بالأوضاع الاقتصادية والاجتماعية للدولة و المساهمة في دفع عجلة التنمية .

- **البرامج السياسية :**

وهي البرامج التي تهتم بالحياة السياسية الوطنية منها و الدولية ، كمناقشة القرارات الصادرة عن السلطة و إجراء مقابلات ولقاءات حول موضوع من المواضيع التي تهتم بالحكومة والدولة .

- **البرامج الدينية :**

وهي برامج روحية ذات طبيعة خاصة ،ويشمل هذا النوع من البرامج : تلاوة القرآن الكريم ، الأحاديث النبوية الشريفة و الصلوات ، محادثات أو ندوات في مجال الدين .

- **البرامج الرياضية :**

تحضى البرامج الرياضية في غالبية محطات الإذاعة باهتمام بالغ ، نظرا لما للرياضة من اثر عظيم في بناء الجسم وتنشئته وتتميز الفقرات الرياضية بالحيوية والحركة، وهما من أهم عوامل الجذب والتشويق لدى الجمهور .

- **البرامج الترفيهية :**

و تشمل البرامج المتنوعة التي تتميز بالخفة والحركة الطليقة في معظم محطات الإذاعة وتصدر منوعات من الأغاني والمسابقات وهي تهدف إلى التسلية والترفيه من جهة وتنشيط فكر المستمع وتثقيفه من جهة أخرى .

- **البرامج الإخبارية :**

تشمل البرامج الإعلامية سواء نشرات الأخبار أو التسجيلات والتعليقات وتأخذ حوالي خمس زمن البث الإذاعي ، مع الأخذ في عين الاعتبار الاختلافات بين قيم الأخبار في الثقافات المختلفة .

09-02-3 أشكال البرامج الإذاعية :

لا تتخذ البرامج على اختلاف أنواعها شكلا واحدا بل إن هناك أشكالا عديدة من الممكن أن يتم تنفيذها من خلالها ، وتختلف البرامج في أشكالها وفقا للأفكار المتعددة و المختلفة وكذلك فإن الفترة الزمنية المخصصة للبرامج تلعب دورا أساسيا في تحديد شكل تنفيذه ، ويمكن تصنيف البرامج الإذاعية من حيث أشكالها إلى أربعة أصناف رئيسية :

أ. **برامج المتن:**

وهي البرامج التي تعتمد على النص المكتوب فقط بحيث يكون البرنامج معتمد على قراءة من قبل المقدم دون تقسيم البرنامج إلى زاويا وفقرات بل يتم فيه سرد المادة المكتوبة ، وقد تتخلله بعض الفواصل الموسيقية فقط اذا كان هذا النص مطولا وهذه البرامج تكون ذات فترة زمنية قصيرة لا تتجاوز 10 دقائق .

ب. **اللقاءات والندوات :**

هذه البرامج التي تقدم داخل الأستوديو وتعتمد على استضافة شخصيات اجتماعية ، فنية سياسية أو ثقافية و للحديث عن موضوع ما بحيث يكون البرنامج بأكمله معتمدا على هؤلاء الأشخاص ، وقد يتضمن هذا البرنامج بعض الاستراحات القصيرة كالفواصل الموسيقية أو المقاطع الغنائية . وهذه البرامج تسمى برامج (الطاولة المستديرة).

والتي تستضيف أكثر من شخصية للحديث عن موضوع ما أو مواضيع مختلفة وغالبا ما تكون اللقاءات الثنائية (المقدم مع شخص أخر كاستضافة أديب للحديث عن موضوع أدبي معين كفقرة من فقرات هذا البرنامج) و في برنامج الندوات يكون الاعتماد الأكبر على مقدم البرنامج بوصفه المحرك لحيثياته وهو الرأس والمرتب لمجريات الأمور .

ج. المجلة :

وهذا الشكل من البرامج يعتبر الأكثر تعددا وشيوعا لان المقصود ببرامج المجلة البرنامج الذي يحتوي على أكثر من زاوية وربما أكثر من موضوع في الحلقة الواحدة ، وهذه البرامج هي برامج متعددة الزوايا والفقرات ينتقل المقدم خلالها من فقرة إلى أخرى ويتجول من موضوع إلى أخر وقد تكون مسجلة أو على الهواء مباشرة .

د. البرامج الجماهيرية المباشرة (الارتجالية) :

وهذا الشكل من أشكال البرامج يقوم المقدم من خلاله بإعداد محاور عامة للموضوع الذي يتناقش عبر الهواء مباشرة بمشاركة الجماهير من خلال الخط الهاتفي أو الفاكس أو البريد الالكتروني أو مع جمهور داخل الأستوديو ، فهو يقوم على مبدأ المشاركة حول موضوع أو أكثر .

09-3- عملية البث الإذاعي :

09-03-1 خطوات إعداد البرنامج :

- الفكرة :

إن أهم خطوة في الإعداد هي معرفة الأساس الذي يقوم عليه البرنامج ، فتحديد الفكرة أو مجموعة الأفكار التي تهدف في مجملها إلى خلق برنامج متكامل يعتبر أمرا ضروريا وعليه فان المعد كمن يضع الفراش قبل الاستلقاء ليكون مريحا ، والفكرة هي بصيص النور الذي يضيء طريق المعد .وفكرة البرنامج إما أن تكون بناءا على حاجات المحطة

لبرنامج ما فيكلف مسئول الوحدة البرامجية احد المعدين بالعمل على إنتاج برامج ضمن فكرة مسبقة ،وإما تأتي هذه الفكرة من قبل المعد نفسه .

- **تحديد المحاور العامة :**

و هذه المحاور تبلور الفكرة الرئيسية المشتملة على الهدف ، وهذا البند من الممكن أن يضع فيه المعد جميع المحاور والزوايا التي قد تلامس الفكرة وتتحدث في صلبها دون استثناء ، وعليه أن يضع جميع تصوراته لزوايا البرامج وحتى كيفية معالجتها .

وبعد كتابة جميع المحاور التي سيتضمنها البرنامج ،لابد من توضيح كل محور منها والعمل على تحديد المادة المقصودة في الحلقة .

- **تحديد المواضيع .**
- **التوقيت :**

يجب تحديد الوقت المخصص للبرنامج ،الأمر الذي يلعب دورا هاما في أسلوب معالجة المواضيع المطروحة ويلعب دورا هاما في تحديد المواضيع أيضا والفترة الزمنية المتاحة للبرامج تسهل على المعد تحديد وقت لكل زاوية من زوايا برامجه ، وتحديد هذا الوقت يعتمد على طبيعة الزاوية وأهميتها بالنسبة للمحطة التي ستبث هذه البرامج ، ومن الممكن أن يعيد معد البرامج النظر في بعض الزوايا أو الأفكار التي وضعها لبرنامجه كأن يحذف إحداها أو أكثر ليتمكن من معالجة الزوايا الأخرى بشكل مناسب ، ومن الممكن أن يركز المعد في بعض حلقاته على زوايا لم يركز عليها في حلقات سابقة .

- **جمع المعلومات :**

في هذه الخطوة يقوم المعد بجمع كل ما يتعلق بمادة البرنامج لاسيما الفقرات التي تحتاج إلى جهد من قبل المعد للحصول على مادة مكتوبة وكذلك بعض التسجيلات أو المقابلات التي يحتاجها أحيانا للحصول على معلومات عن الطرف الذي سيتم استضافته في البرنامج .كما أن المعلومات قد يجمعها معد البرنامج من خلال المكتبات بالرجوع إلى المراجع والكتب المتخصصة أو العامة وكذلك بإمكانه الحصول على المعلومات اللازمة من خلال الأشخاص ذوو العلاقة بالموضوع المقصود فضلا عن الثقافة العامة والمتخصصة للمعد ،تلك الثقافة التي تنير له الطريق في إعداد البرامج ، وجمع المعلومات أمر يكفل للمعد أن يحضر برنامجا ناجحا ويسهل عليه التعامل مع حيثياته .

- **التنسيق**

المقصود به أن يعمل معد البرنامج على ترتيب المواعيد مع كافة الأطراف المعنية بالبرنامج و تحديد الأوقات الملائمة للطرفين ، أي الشخص المقصود بالمقابلة و المعد أو مقدم البرنامج وكذلك يقصد بالتنسيق العمل على ترتيب السجلات اللازمة وتحضير الأستوديو و الأرشيف وتحديد موعد التسجيلات إذا كان البرنامج غير مباشر ،وعلى المعد أن ينسق كذلك مع المكتبة الموسيقية لتزويد بالفواصل اللازمة أو ربما الأغاني التي قد يحتاجها .

- **تحديد توقيت البرنامج :**

ونقصد بتوقيت البرامج أمرين أساسيين هما:

- **الفترة الزمنية للبرنامج** : هي مدة العرض أو بث البرنامج .
- **موعد بث البرنامج** :إن أهمية الحديث عن مدة البرنامج والفترة التي يبث فيها تنبع من ضرورة التزام المعد بالفترة الزمنية المحددة للبرنامج وأن يلتزم أيضا بانجازه قبل موعد بثه بفترة مناسبة وعلاوة على ذلك فإن توقيت البرنامج يوجه المعد لاختيار الشكل المناسب لبرنامجه و الأسلوب الأمثل لعرض أفكاره ، فإذا كانت الفترة المتاحة لبرنامج ما لا تتجاوز 5 دقائق فلا يعقل أن يعمل على إعداد هذا البرنامج بشكل "مجلة" بل انه سيعمل على اختيار شكل المتن وسيعمل أيضا على تكثيف المادة والرسالة التي سيوصلها إلى الجمهور كي لا يتجاوز الفترة المحددة ،كذلك عند معرفة الفترة الزمنية لبث البرنامج تساعد على اختيار مواضيع برنامجه .أما عن توقيت البرنامج فعلى المعد أن يكون مدركا لأهميته ،فإلقاء قصيدة شعرية رومانسية ضمن برنامج صباحي أمر غير مرغوب فيه لدى الجماهير التي لم تستيقظ بعد من نومها تماما ، فهي تحتاج في تلك اللحظة إلى من ينشطها ويبث فيها.

عندما يطلب منا وضع خطة برامجية يومية أو شهرية أو فصلية فعلى المخطط أن يدرس أوضاع جماهير المحطة التي يعمل فيها ويراعي ظروفهم كأوقات فراغهم و أوقات قيلولتهم و أوقات استيقاظهم بشكل عام و أوقات سهرهم وما إلى ذلك .

09-03-2 تقديم البرامج الإذاعية :

إن الاختلاف الذي نلمسه في البرامج الإذاعية يؤدي بالتالي إلى اختلاف في أسلوب تقديم كل منها ، لأننا نركز في الإلقاء أي التقديم مع التفاعل مع النص ، أي فهم النص ونقل أفكاره إلى الجمهور ويضيف إليه المقدم مشاعره وأحاسيسه وتصوراته الذاتية ،التي تعتمد على مدى انسجامه مع المادة المكتوبة أمامه ، وسنتطرق فيما يأتي إلى العناصر التي تؤخذ بعين الاعتبار في تقديم المواد البرامجية :

- **طبيعة البرامج :**

إن تقديم البرنامج باختلاف أنواعه يختلف عن تقديم مادة إخبارية (نشرة ،موجز..) من حيث الرسمية في التقديم و الأداء ، إذ أن النشرة الإخبارية أو غيرها من المواد تتطلب من مقدمها تقديم الخبر دون تدخل منه على صعيد النص المكتوب للنشرة الإخبارية ،بينما يكون مقدم البرامج اقل رسمية واقل تشبثا بحرفيات البرنامج وبحرفيات النص المكتوب على الرغم من تباين تلك الرسمية من برنامج لأخر حسب طبيعته ومضمونه وشكله ،فقد تنعدم الرسمية في بعض البرامج الخفيفة المنوعة ،وتلك التي تكون على الهواء مباشرة وتعتمد على المشاركة الجماهيرية ،وقد تصل فيها الأمر إلى التحدث بالعامية وفي برامج أخرى تزداد الرسمية كالبرامج الثقافية أو الدينية .

- **مضمون البرنامج :**

إن مضمون البرنامج يلعب دورا أساسيا في تحديد أسلوب تقديمه ،فالبرامج الرياضية ونقل المباريات يتطلب سرعة وتعليقا ساخرا أحيانا، ويتطلب أيضا عبارات تثير في الجماهير شوقها . والبرامج الدينية التي تقوم على الوعظ و الإرشاد تحتاج إلى أسلوب خاشع وصوت حنون فيه الخوف والقوة معا ،وفيه التذرع للخالق وفيه الرسمية و الجدية لاسيما عند قراءة بعض النصوص الدينية المقتبسة ،أما البرامج الاجتماعية فإنها تتميز بمخاطبتها لكافة الناس على اختلاف مستوياتهم ، وتتحدث بلغة ولهجة الناس في بيوتهم وفي شوارعهم ومؤسساتهم كي يكون وقعها أقوى وتأثيرها أسرع وأعظم ، وبالنسبة للبرامج المنوعة تحتاج إلى مقدم يستخدم العبارات السهلة الواضحة والخفيفة التي تبعث المرح والسرور والبهجة في نفوس الجماهير ،بأسلوب حيوي وسريع ليبقى هذا البرنامج محافظا على حيويته ومشجعا للجماهير على المتابعة والتفاعل معه بأحاسيسهم ووجدانهم لان هذا البرنامج أساس للترفيه ، أما البرامج السياسية والاقتصادية فهي برامج رسمية إلى حد ما ، يكون محور التركيز فيها على المعلومة لذا فهي تقدم بأسلوب متزن غير مفرط بالرسمية لكنه بعيد عن الخفة والسرعة .

- **وقت بث البرنامج:**

إن الوقت الذي يخرج فيه برنامج ما يحدد طبيعة التقديم ، بمعنى لكل وقت ولكل فترة أسلوبها ، فالبرنامج الذي يتم في الفترة الصباحية بحاجة إلى الرشاقة وحيوية وتفاعل يعمل على تنشيط المستمعين لذا فان البرامج الصباحية يجب أن تكون ذات وقع سريع على المستمع وان تلقى عباراتها بسرعة ورشاقة ،بينما برامج الظهيرة فإنها تحتاج إلى تقديم وإلقاء اقل رشاقة من البرامج الصباحية ، ولكن لا يقصد بهذا الهدوء التام أو الخمول إلى درجة أن تبعث اليأس والكسل من جديد في نفوس الجماهير ، أما البرامج الليلية فيتم تقديمها بأسلوب هادئ وشفاف ، وعلى المقدم أن يأخذ بعين الاعتبار أن الليل له سمة الرومانسية والهدوء ، وقد يستمع الجمهور إلى المذياع في الليل وهو مستلق ينتظر لحظات النوم ،فهو ينتظر أيضا أن يقدم له ما يريح أعصابه بأسلوب مريح وهادئ غير صاخب .

09-4- إخراج البرامج الإذاعية :

أثناء عملية الإخراج يتحدد عمل المخرج الإذاعي فيما يلي :

- دراسة النص الذي سيقوم بإخراجه ، ويقوم بتعديله إذا كان بحاجة إلى تعديل بالاتفاق مع أطراف أخرى ، وقد يضطر لإدخال بعض التعديلات بنفسه وخاصة تلك اللازمة لتحويل العمل إلى عمل إذاعي جيد .
- يقوم باختيار الموسيقى المناسبة من تسجيلات الإذاعة أو مكتبة الأسطوانات
- تجديد المؤثرات الصوتية المسجلة على اسطوانات أو أشرطة .
- يقدم نصا لمهندس الصوت به كافة التعليمات محددا به النقلات الموسيقية والمؤثرات الصوتية وأبعاد الميكروفون والمستويات الصوتية .
- التسجيل الفعلي على شريط التسجيل المتكامل ، كما يجب على المخرج الإذاعي مراعاة عدد من العوامل التي تتحكم في تسجيل أي برنامج إذاعي طبقا لطبيعة البرنامج والأجواء الصوتية المناسبة له ، وهذه العوامل هي :
- اختيار الوسط الصوتي المناسب :ويتم ذلك عن طريق :
  - اختيار حجم الأستوديو تبعا لعدد المشتركين في البرنامج .
  - مراعاة زمن الرنين المناسب لحجم المشتركين .
  - اختيار نوع الميكروفونات : ويتوقف ذلك على الخواص الصوتية للأستوديو و على طبيعة الإخراج الصوتي ومكان المشتركين في البرنامج .
  - اختيار عدد الميكروفونات : يتوقف على طبيعة المصدر الصوتي ، فقد يشترك في البرنامج عدد من المتحدثين أو المناقشين ، وقد يكون من الأفضل وضع ميكروفون لكل متحدث .
  - وضع الميكروفون بالنسبة للمصدر الصوتي : عادة نضع الميكروفون مباشرة أمام المتحدث المذيع أو غيره بزاوية 45 درجة بحيث يكون مواجها لفكه السفلي.

09-5- خصوصية العملية الإنتاجية للبرامج في الإذاعة المحلية :

تتميز العملة الإنتاجية في الإذاعة بالعديد من الخصوصيات يجب على القائمين عليها الالتزام بها نذكر :

- معرفة الغاية من المادة الإعلامية المقدمة :إذ يجب على كل إذاعي أن يسال نفسه قبل تقديم أي برنامج "لماذا انظم هذا البرنامج ؟ وماهو الهدف من الرسالة الإعلامية التي احملها ؟ كيف أقدم الرسالة الإعلامية ؟

- الحرص على أن يكون الإيقاع العام للبرامج المختلفة والموسيقى والغناء والألحان المميزة للبرامج إيقاعا سريعا ،هذا لكي يتأثر به المستمع في المجتمع المحلي .
- اختيار أعذب الكلمات ومراجعة المحتوى الإعلامي مراجعة جيدة لتجنب الآثار السلبية التي تفسد الرسالة الإعلامية الإذاعية المحلية ، لذا يجب معرفة اثر كل كلمة على متلقي الرسالة .
- تعبر الإذاعة المحلية عن واقع الحكم المحلي، فهي على اتصال دائم بأجهزة الحكم المحلي ، كما يجب أن تحرص على التوفيق بين متطلبات الجمهور وبين الإدارة المحلية ، فبواسطة الإذاعة المحلية يتعرف الجمهور عن المخططات وتعليمات الإدارة المحلية ، و عن طريقها يتعرف المسؤلون عن انشغالات الموطنين .
- لابد أن يكون الشعار السائد في الإذاعة المحلية "نحن في خدمتك "، "نحن نصغي اليك " ،"ثق بنا دائما "[95] .
- التنويع في المواد الإعلامية المقدمة من ترفهيه و أغان وموسيقى وتمثيليات .

الحرص على تقديم المادة المذاعة إلى المستمع في ثوب فني .

المبحث الثالث : إذاعة الجلفة المحلية :

01- نشأة و تطور إذاعة الجلفة المحلية :

عرفت "إذاعة الجلفة المحلية "خلال فترة قصيرة على تأسيسها جملة من التحولات،مست عدة مستويات ، خاصة تلك التي تتعلق بحجم ساعات البث ،و هي الإذاعة الثالثة و الثلاثون من جملة الإذاعات المحلية بالجزائر.

وعموما ، كان المسار التطوري لإذاعة الجلفة المحلية كالآتي[96] :

- بدأت كمشروع نهاية سنة 2006 و بداية سنة 2007.
- انطلقت رسميا في التاسع من سبتمبر 2007 الموافق ل27 شعبان 1428 هـ ،على الساعة (09) صباحا و17 دقيقة .
- المقر الحالي للإذاعة :حي الفلاح –ص ب 117 –ولاية الجلفة.
- نوع البث :يومي .
- فترة البث وحجمها الساعي :13 ساعة و 05 دقائق ،من السادسة صباحا و 55 دقيقة إلى غاية الثامنة مساء.

- التردد: تبث على الموجة 91.1 ميغا هرتز ، وبتاريخ 07 افريل 2009 تم إضافة الموجة الاحتياطية 97.6 ميغا هرتز لتعمل كتقوية للبث على مستوى مدينة عين وسارة و ضواحيها.شبكة البرامج :ثلاث (03) شبكات في العام (العادية –الصيفية –الرمضانية).
- المنطقة الرئيسية للبث والإرسال : مدينة الجلفة.

من أهم التغيرات التي عرفتها إذاعة الجلفة المحلية ، تلك المتعلقة بفترة وحجم ساعات البث حيث طرأت أربع تغيرات عليها ،إذ في البداية كانت تبث برامجها منذ التاسعة صباحا إلى غاية الثالثة زوالا أي بحجم ساعي قدره (06) ساعات ،ثم مددت ساعات البث إلى غاية الخامسة مساءا ، بعدها أصبحت تبث برامجها منذ السابعة صباحا إلى غاية السابعة مساءا ،إلى أن وصل حجم بثها الساعي الذي قدره 13 ساعة و 05 دقائق ،وبذلك أصبح لها فترة بث صباحية و مسائية.

02- هياكل إذاعة الجلفة المحلية وإمكانياتها:

تتوفر إذاعة الجلفة المحلية على خمسة (05) أقسام ،و هي كالآتي :

- **قسم الأخبار**: يسهر على إعداد مواجيز و نشرات الأخبار ، بالإضافة إلى الحصص الإخبارية ويتواجد به (10) صحفيين ،يقدمون الأخبار باللغة العربية .
- **قسم الإنتاج**:هو المسؤول على إعداد البرامج الترفيهية و الثقافية ،والتربوية ،ويضم المخرجين والمذيعين على حد سواء ،فالمخرج الإذاعي هو فنان ذو دراية واسعة و تامة بتقنيات العمل ولطبيعة الأستوديو الإذاعي وطرق التسجيل و المونتاج[97] .ويبلغ عددهم في هذه الإذاعة أربعة (04) مخرجين ،أما المذيع فهو الذي يربط بين المواد في المحطة الإذاعية ،و يعمل على تقديم البرامج إلى الجمهور ،ويتنقل بهم من فترة إلى أخرى ومن برنامج إلى آخر[98] ، و يتواجد في هذه الإذاعة ثمانية (08) مذيعين .
- **القسم التقني** : ويضم التقنيات و الآلات و التجهيزات ويشرف عليه متخصصون في مجال الصيانة و التقنية ، و به ستة (06) تقنيين .
- **القسم الإداري و المالي**: وهو المسؤول عن الإدارة والمالية والإشهار و الأرشيف،ويضم بالإضافة إلى المدير سكرتيرة واحدة ،وعاملا مكلف بالإدارة وعاملان آخران،احدهما مكلف بالإشهار وآخر مكلف بالأرشيف.

- **قسم الأمن والحظيرة** : ويضم ثمانية (08) أعوان أمن بالإضافة إلى سائقين اثنين و عاملة نظافة واحدة .

أما عن **الإمكانيات التقنية** : فقد حظيت إذاعة الجلفة المحلية منذ نشأتها بالعديد من التجهيزات، خاصة تلك التي شملت الأستوديو بنوعيه، أستوديو البث المباشر وأستوديو التسجيل .

03- جمهور إذاعة الجلفة المحلية و أهدافها:

تبث إذاعة الجلفة المحلية برامجها إلى كامل أنحاء الولاية(36 بلدية و 12دائرة)، و يشمل جمهورها جميع أطياف المجتمع المحلي للولاية بكافة فئاته، سواء الجنس (ذكور،إناث) أو السن (أطفال –شباب- كهول – شيوخ....) أو المستوى التعليمي (أميين –محدودي المستوى –مثقفين ...)

و نلمس جمهورها بصفة خاصة في البرامج ذات الطابع التفاعلي ، و الذي يعتبر الأخذ بآرائه ،اقتراحاته وحتى انتقاداته من أولويات القائمين على هذه الإذاعة .

أما عن أهدافها ،فإذاعة الجلفة المحلية تسعى إلى تقريب المواطن المحلي من السلطة و التي يريد نقل إليها انشغالاته واهتماماته واحتياجاته ،بالإضافة إلى ذلك تسعى هذه الإذاعة لإعلام جمهورها بما يجري من حوله من أحداث ،و الترفيه عنه من خلال الأغاني و المنوعات،كما تقوم بتقديم برامج تربوية ،ثقافية ،اجتماعية ....إلى غير ذلك من البرامج المنوعة التي يتطلع إليها الجمهور .

04- الإطار القانوني لإذاعة الجلفة المحلية و تمويلها :

بما أن إنشاء الإذاعة المحلية بالجزائر ،كان بقرار إداري يفتقر إلى السند القانوني و التشريعي (أي تسيير بطرق إدارية بحتة)،فذلك الذي ينطبق على إذاعة الجلفة المحلية التي لا توجد نصوص قانونية خاصة بها ،فهي احد فروع المؤسسة الوطنية للإذاعة.

ويعتبر مدير إذاعة الجلفة المحلية –كباقي مدراء الإذاعات المحلية الأخرى – هو المسؤول عن كل ما يجري ،في المؤسسة ،وينسق معه في ذلك رؤساء الأقسام طواعية ،وهم لا يتقاضون عليها أجرا ،ولا يترقون.

وتمويل هذه الإذاعة يكون من المؤسسة الوطنية للإذاعة ،إلى جانب مدا خيل الإشهار.

05- برامج إذاعة الجلفة المحلية:

يشتمل البرنامج الإذاعي على مجموعة من المعلومات السمعية التي أعدت لخدمة أهداف محدودة ،وتختلف المعلومات السمعية وتتعدد تبعا لطبيعة البرنامج ،و تبذل كل إذاعة جهدها لتطوير برامجها و موادها

سعيا وراء الحفاظ على اكبر قدر ممكن من المستمعين ،و برامج الإذاعة تتنوع مع تنوع خصائص المستمعين ،الذين يتباينون من حيث السن ،المستوى التعليمي والخبرة العلمية ...،وليس هناك اتفاق كامل بين الإذاعيين على تقسيم واحد لبرامج الإذاعة .

و بالرغم من صعوبة الجزم بان طريقة معينة هي المثلى ،فان الطالب هنا سيأخذ بالتقسيم الذي تعتمد عليه إذاعة الجلفة المحلية[99] وهو:

برامج ذات طابع سياسي ،برامج ذات طابع إخباري ،برامج ذات طابع اجتماعي ،برامج ذات طابع ثقافي وتاريخي برامج ذات طابع تربوي ديني ،وأخرى ذات طابع رياضي وترفيهي ،بالإضافة إلى البرامج الموجهة للأطفال . وتنقسم هذه البرامج على حسب الأقسام الإذاعية إلى قسمين :

- **برامج قسم الأخبار** :وهي البرامج ذات الطابع السياسي و الإخباري؛والتي – بالإضافة إلى مواجيز ونشرات الأخبار- تتكون من برنامج (انجازات وصروح ،واحدة من 36،...).
- **برامج قسم الإنتاج** : وتضم البرامج ذات الطابع الترفيهي و الفني (تحية و سلام، موعد مع الشباب،...)، و الاجتماعي (دبر عليَ ،فضاء الأسرة ،ألطاف دافئة،...)، والثقافي والتاريخي (مسيرة كفاح ،صنع المجد ،..)، والرياضي (المساء الرياضي ،ميادين رياضية ،...)، بالإضافة إلى البرامج التي تهتم بقطاع البيئة من خلال برامج (نحن والبيئة،خيرات السهوب ،...)، والبرامج التي تهتم بشؤون الطلبة الجامعيين وكل ما يتعلق بالحرم الجامعي من خلال برنامج (في رحاب الجامعة)والبرامج الخدماتية (نوافذ على التكوين ،..) إلى جانب البرامج الموجهة للأطفال (دنيا البراعم ،..)
- ولهذه البرامج مقاسات يجب أن تحترم ،كأن لا تقل نسبه البرامج بقسم الأخبار عن 20% ونسبة برامج قسم الإنتاج عن 80% .

ورغم الاختلاف في تقسيم برامج الإذاعة ،إلا أنها من مكونات البرامجية الشبكة الإذاعية والتي تمر بثلاث مراحل :

أ. الشبكة البرامجية العادية : وتتسم –عادة- بالجدية في برامجها .

ب. الشبكة البرامجية الصيفية : تركز على عامل التخفيف والابتعاد عن البرامج الثقيلة ،ويعتمد فيها تجريب البرامج الجديدة .

ت. الشبكة البرامجية الرمضانية: والتي تشكل استثناء موازاة لروحانية الشهر ،و تركز على البرامج الدينية والتضامنية .

من خلال استعراض أهم البرامج و الحصص الإذاعية الواردة ضمن البرنامج اليومي لاحظنا وجود اهتمام من القائمين على الإذاعة لتقديم برامج تفاعلية ،و هي البرامج التي يفسح فيها المجال للجمهور للاتصال و إبداء الرأي والمشاركة في البرامج ،فالبرامج التي توفر اكبر مساحة من التفاعلية ،تكسب الإذاعة أكبر من المصداقية ، باعتبار أن ذلك يعزز التقارب بينهما وبين جمهور المستمعين ،ويتيح فضاءات واسعة للتعبير والمشاركة في إبداء الرأي، و نذكر من هذه البرامج : برنامج فضاء الأسرة ، نحن والبيئة ، دبر علىَ ، انجازات وصروح ، تحية وسلام ، واحدة من 36 ، موعد مع الشباب ،... .

هوامش الفصل الثاني :

1. محمد عبد الحميد :**نظريات الإعلام واتجاهات التأثير:عالم** الكتاب ،ا قاهرة – مصر ،2000، ص 165
2. عاطف عدلي العبد : **مدخل إلى الاتصال و الرأي العام ،الأسس النظرية و الإشعاعات العربية** ،دار الفكر العربي القاهرة – مصر ،1997،ص 198.
3. فريال مهنا :**علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية** ،ط1 دار الفكر دمشق – سوريا ، 2002،ص 140.
4. عاطف عدلي العبد: المرجع السابق ،198.
5. ميلفين ديفلير وساندرا بول روكيتش :**نظريات وسائل الإعلام** ، ترجمة كمال عبد الرؤوف ، الدراما الدولية للنشر و التوزيع ، القاهرة – مصر ،1993م ،ص 241.
6. فريال مهنا : المرجع السابق،ص145.
7. أديب خضور :**دور الإعلام في مكافحة المخدرات ط1** ،دار الأيام ،الجزائر ،1999م ، ص 9.
8. ميلفين ديفلير وساندرا بول روكيتش: المرجع السابق،266.

9. Armand et Michèle mattelart :**histoire des théories de la communication**, la découverte, paris ,1997,p87.

10. صالح خليل أبو أصبع : **الاتصال و نظرية المعاصرة** ، ط4،دار الآرام ،الأردن ،2004 م ،ص240.

11. حسن عماد مكاوي ،ليلى السيد : **الاتصال و الإعلام في المجتمعات المعاصرة** ،ط1 الدار المصرية اللبنانية ،القاهرة – مصر ، 2003م ص 240.

12. محمد عبد الحميد : المرجع السابق،ص222.

13. مرزوق عبد الحكيم : **الإعلانات الصحفية :دراسة في الاستخدامات والاشباعات** ،ط1 ، دار الفجر ،القاهرة-مصر ،2004 ،ص126 .

14. المرجع نفسه ،ص-ص 115- 116.

15. حمدي حسن :**الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام**، دار الفكر العربي ،مصر ،1991م ،ص 21.

16. حسن عماد مكاوي ، ليلى حسين السيد : مرجع سابق ، ص244 .

17. عبد الرحمان عزي : **دراسات في نظريات الاتصال (نحو فكر إعلامي متميز)** ،ط1 ،مركز دراسات الوحدة العربية ،لبنان ، 2003 ، ص 115 .

18. صالح خليل أبو أصبع ، مرجع سابق ، ص 214 .

19. مرزوق عبد الحكيم العادلي ، مرجع سابق ، ص 118 .

20. حمدي حسن ، مرجع سابق ، ص 23 .

21. وليام ريفرز و آخرون :**الاتصال الجماهيري و المجتمع المعاصر** ، ترجمة احمد طلعت البشيشي ، دار المعرفة الجامعية ، مصر ،2005 ،ص 296 .

22. محمد بن عبد الرحمان الحصيف : **كيف تؤثر وسائل الإعلام** ،ط1 ، مكتبة العبيكان ، الرياض- السعودية ، 1998م،ص 26 .

23. محمد عبد الحميد ،مرجع سابق ، ص 228 .

24. حسن عماد مكاوي ، ليلى حسين السيد ، مرجع سابق ، ص 249.

25. فضيل دليو : **الاتصال:مفاهيمه،نظرياته** ،وسائله ،ط1 ، دار الفجر ، القاهرة-مصر ،2003م ، ص-ص 31 – 32 .

26. فريال مهنا : مرجع سابق ، ص 156 .

27. حمدي حسن : مرجع سابق ، ص 228 .

28. هربرت .أ.شيللر :**المتلاعبون بالعقول** ،ترجمة عبد السلام رضوان ،عالم المعرفة ، الكويت ، 1999م ،ص ص 25-28

29. مرزوق عبد الحكيم العادلي :مرجع سابق ، ص 131 .

30. مصطفى عيسى محمد فلاته : **الإذاعة السمعية وسيلة اتصال و تعليم** ، دار النشر العلمي ، دون سنة ، ص 17 .

31. ماجي الحلواني : **مدخل إلى الإذاعات الموجهة** ، ط1 ،دار الفكر العربي ، القاهرة-مصر ،1982 ، ص 09 .

32. إبراهيم وهبي : **الخبر الإذاعي** ،دار الفكر العربي ، القاهرة – مصر ، 1985 ،ص 18 .

33. مصطفى عيسى فلاته : المرجع سابق ،ص 19 .

34. نوال محمد عمر : **مناهج البحث الاجتماعية و الإعلامية** ،مكتبة الانجلومصرية ،القاهرة – مصر ، 1986 ، ص 12 .

35. المرجع نفسه ، ص 15 .

36. مجلة أمواج ، مقال للحسين العيادي بعنوان : **نشأة الإذاعة السرية** ،ع1، الجزائر ، ديسمبر2006 ،ص 45 .

37. مجلة الشاشة الصغيرة :العدد34 ،الجزائر ، اكتوبر1997 ، ص14 .

38. الجريدة الرسمية : العدد 6 ،قانون رقم 82-10 ،المؤرخ في 12 ربيع الثاني 1402هـ ،الموافق ل 1982/02/06م ،المتعلق بالإعلام .

39. الجريدة الرسمية : العدد 14 ،قانون 79 المؤرخ في 08 رمضان 1410 هـ ، الموافق ل 1990/03/04 المتعلق بالإعلام .

40. أبو القاسم سعد الله : **التاريخ الثقافي الجزائري** ،دار المغرب الإسلامي ، بيرت – لبنان ، 1998 ، ص 300 .

41. بيار ألبير : **تاريخ الإذاعة و التلفزيون** ، ترجمة زهير احد ادن ،ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر ،1984 ، ص107 .

42. Fanon Frantz : **Sociologie d'une révolution Maspero** , petite collection , 1968 ,p 57.

43. عبد المجيد شكري :**الإذاعات المحلية لغة العصر** ، المركز الجامعي للطباعة الالكترونية ، القاهرة – مصر ، 1987 ، ص 14 .

44. عبد العزيز شرف" جريدة المنهل " :**تركيب الرسالة الإعلامية** ،ص 113 .

45. زهير احد ادن : **مدخل لعلوم الإعلام و الاتصال** ،ط1 ، ديوان المطبوعات الجامعية ،2007 ،ص 68 .

46. عواطف عبد الرحمان : **الصحافة العربية في الجزائر** ، المؤسسة الوطنية للكتاب ، الجزائر ، 1985 ، ص 59 .

47. زهير احد ادن : المرجع السابق ،ص 113 .

48. عواطف عبد الرحمان : المرجع السابق ، ص 61 .

49. وزارة الإعلام و الثقافة : الذكرى العاشرة للاستقلال ،1972 ،ص 265 .

50. زهير احد ادن : **تاريخ الإذاعة و التلفزيون** ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1989 ،ص 99 .

51. ماجي الحلواني ، عاطف العبد : مرجع سابق ، ص 205 .

52. بيار ألبير : مرجع سابق ،ص 109 .

53. مجلة جمعية المرأة في الاتصال : **الفضاء الإذاعي – حالة الإذاعة المحلية** - ،2006 ،ص 3 .

54. المرجع نفسه ، ص 5 .

55. عبد العزيز شرف : مرجع سابق ،ص 11 .

56. مجلة المجاهد لحزب جبهة التحرير الوطني ، العدد 1128 ،1982، ص 27 .

57. مجلة العربي ، حديث الشهر ، **الثقافة المهيمنة ،مرض العصر** ، بقلم سليمان إبراهيم العسكري ، العدد 530 ، 2003م ،ص 11 .

58. ماجي الحلواني ، مرجع سابق ، ص 39 .

59. نخبة من أساتذة قسم علم الاجتماع : **مصطلحات العلوم الاجتماعية** ،دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، ص172 .

60. المرجع نفسه ، ص 173 .

61. إسماعيل علي السعد :**الدعاية و الرأي العام :دراسة في الاتصال الإنساني** ، دار المعرفة الجامعية ،مصر ،2005 ،ص 25.

62. مجلة المجاهد لحزب جبهة التحرير الوطني ، العدد 1378 ، 1987 ،ص 54 .

63. ماجي الحلواني : مرجع سابق ، ص 206 .

64. مجلة الوسيط في الدراسات الجامعية ، ج4 ، دار هومة للنشر و التوزيع ، الجزائر ، 2003 ،ص 77.

65. محمد مزيان : **مدخل إلى نظريات الاتصال المعاصرة** ، ط1 ،منشورات لالة سكينة للطباعة و النشر ، الجزائر ، 2000 ، ص 79 .

66. محمد منير حجاب : **الإعلام و التنمية الشاملة** ، دار الغجر للنشر و التوزيع ،مصر ، 1998 ، ص 41 .

67. عاطف عدلي العبد : مرجع سابق ، ص 287 .

68. المرجع نفسه ، ص 251 .

69. المرجع نفسه ، ص 205 .

70. عاطف عدلي العبد :**دور الإذاعة في تغيير النظرة التقليدية للمرأة في القرية** ، رسالة ماجستير ،1979 ، ص 205 .

71. شهيناز طلعت :**وسائل الإعلام و التنمية الاجتماعية** ،**القاهرة** –مصر ، 1980 ،ص 25 .

72. مجلة جمعية المرأة في الاتصال ، مرجع سابق ، ص 7 .

73. عامر مصباح : **الإقناع الاجتماعي –الخلفية النظرية و آلياته العلمية** ، ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر ، 2005 ، ص52 .

74. المرجع نقسه ، ص 54 .

75. محمد الجوهري و آخرون :**علم الاجتماع و دراسة الإعلام و الاتصال** ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية – مصر ،1992 ،ص 16 .

76. ميلفين ديفلر ، ساندرا روكيتش :مرجع سابق ، ص271 .

77. فضيل دليو :مرجع سابق ، ص ص 136 – 137 .

78. نوال محمد عمر : **الإذاعات الإقليمية –دراسة تطبيقية مقارنة –** ، دار الفكر العربي ، القاهرة – مصر ،1993 ، ص15 .

79. محمد منير حجاب : مرجع سابق ، ص 105 .

80. عاطف عدلي العبد : مرجع سابق ، ص-ص 161 – 148 .

81. محمد محمد عمر الطنوبي : **نظريات الاتصال ، مركز الإشعاع** ، مصر ، 2001 ، ص 339 .

82. عامر مصباح : مرجع سابق ، ص 30 .

83. جورج امغازدا ، ريموند جي كوسيني ،**نظريات التعلم** ، ج2 ، ترجمة علي حسين حجاج ، المجلس الوطني للثقافة و الآداب، الكويت ، 1986 ، ص 207 .

84. ماجي حلواني حسين ، محمد مهني : **مقدمة في الفنون الإذاعية و السمعي البصري** ، مركز الجامعة للتعليم المفتوح ، القاهرة – مصر ، 1999م ، ص 179 .

85. محمد منير حجاب : **مهارات الاتصال للإعلاميين و التربويين و الدعاة** ، ط1 ،دار الفجر للنشر و التوزيع ، 1998م ، ص 51 .

86. ماجي حلواني حسين ، محمد مهني : مرجع سابق ، ص 174 .

87. عبد المجيد شكري : **تكنولوجيا الاتصال – إنتاج البرامج في الراديو و التلفزيون-** ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1996 ،ص 67 .

88. ماجي حلواني حسين ، محمد مهني : مرجع سابق ، ص173 .

89. المرجع نفسه ، ص 180،181 .

90. ماجي حلواني حسين ، محمد مهني : مرجع سابق ، ص 169 .

91. نفس المرجع ، ص 38 .

92. فضيل دليو : مرجع سابق ، ص 102 .

93. بيار ألبير :مرجع سابق ، ص 25 .

94. نوال محمد عمر :المرجع السابق60.

95. نفس المرجع ،ص 61.

96. مقابلة مع السيد: "علي شعباني "،المكلف بالأرشيف على مستوى إذاعة الجلفة المحلية ، بمقر الإذاعة يوم 15 افريل 2013،على الساعة التاسعة صباحا .

97. عبد المجيد شكري: مرجع سابق ص 88.

98. المرجع نفسه ص 94.

99. مقابلة مع السيدة: "فتيحة هبول" المكلفة بالإنتاج على مستوى إذاعة الجلفة المحلية، بمقر الإذاعة يوم16 افريل 2013،على الساعة العاشرة صباحا .

الفصل الثالث : الإطار التطبيقي للدراسة

بيانات حول عادات وأنماط الاستماع لبرامج إذاعة الجلفة المحلية

بيانات حول الاشباعات التي تحققها إذاعة الجلفة المحلية للطلبة

النتائج النهائية للدراسة

المبحث الأول: بيانات حول عادات، وأنماط الاستماع لبرامج إذاعة الجلفة المحلية:

جدول رقم (03): يوضح مدى استماع أفراد العينة لبرامج إذاعة الجلفة المحلية

	التكرار	النسبة
دائما	36	30
أحيانا	60	50
نادرا	24	20
المجموع	120	%100

يوضح جدول رقم (03): مدى استماع أفراد العينة لبرامج إذاعة الجلفة المحلية، حيث يبين أن نسبة 50%، وهي النسبة الغالبة من أفراد العينة يستمعون بصفة غير منتظمة لهذه البرامج في حين بلغت نسبة المبحوثين الذين يستمعون لبرامج الإذاعة بصفة دائمة30%.

و يعود ارتفاع نسبة المستمعين أحيانا إلى تعدد الوسائل و تنوعها، حيث أن الفرد لا يستطيع أن يقضي معظم وقته في متابعة وسيلة إعلامية واحدة (الإذاعة)، لذا نجده ينوع اختياراته أثناء عرضه لوسائل الإعلام.كما أن انشغال أفراد العينة بأمور حياتهم الدراسية و اليومية وارتباطاتهم بالجامعة، تحول دون متابعة كل البرامج التي تبثها إذاعة الجلفة المحلية، إلا ما يناسب وقتهم.

أما الذين يتعرضون بصفة دائمة للإذاعة فهم أولئك الذين وجدوا فيها وسيلة تتناسب مع أوقاتهم وانشغالاتهم و اهتماماتهم، مما يجعل الإذاعة المحلية قريبة منهم. و يتضح من خلال الجدول أيضا أن نسبة 20% من أفراد العينة يستمعون لبرامج الإذاعة بصفة نادرة، ويفسر ذلك على أن بعض المبحوثين لا يفضلون الإذاعة المحلية كوسيلة إعلامية بل يستمعون إليها من باب الصدفة لا غير.

جدول رقم (04): يوضح مدى الاستماع للإذاعة المحلية حسب متغير الجنس:

الجنس	ذكور		إناث		المجموع	
الإجابة	**التكرار**	**النسبة %**	**التكرار**	**النسبة %**	**التكرار**	**النسبة %**
دائما	08	18.18	28	36.84	36	30
أحيانا	22	50	38	50	60	50
نادرا	14	31.81	10	13.15	24	20
المجموع	44	%100	76	%100	120	%100

يبين جدول رقم (04): مدى استماع أفراد العينة لبرامج إذاعة الجلفة المحلية حسب متغير الجنس، حيث نلاحظ أن نسبة 50% وهي نسبة الأغلبية من المبحوثين من كلا الجنسين يستمعون لبرامج الإذاعة أحيانا، في حين أن نسبة

المبحوثين الإناث التي تتابع برامج إذاعة الجلفة المحلية بصفة دائمة، هي 36.84%، وقدرت هذه النسبة عند الذكور 18.18%، و يمكن تفسير هذه الاختلافات بتواجد الإناث في مكان الإقامة لفترات طويلة مقارنة بالذكور.

و يبين الجدول أيضا أن المبحوثين الذكور يستمعون لبرامج الإذاعة المحلية بصفة نادرة بنسبة قدرت بـ 31.81%، وبلغت عند الإناث 13.15%، وهذا مؤثر على درجة الاهتمام العالية ببرامج الإذاعة المحلية عند فئة الإناث، أكثر مما هي عند فئة الذكور.

جدول رقم (05): يوضح مدى الاستماع للإذاعة المحلية حسب متغير التخصص:

التخصص	إعلام و اتصال		بيولوجيا		المجموع	
الإجابة	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائما	22	31.42	14	28	36	30
أحيانا	36	51.42	24	48	60	50
نادرا	12	17.75	12	24	24	20
المجموع	70	%100	50	%100	120	%100

يبين الجدول رقم (05): مدى استماع أفراد العينة لبرامج إذاعة الجلفة المحلية حسب متغير التخصص، حيث نلاحظ أن نسبة 51.42% وهي نسبة الأغلبية من المبحوثين من طلبة الإعلام و الاتصال يستمعون لبرامج الإذاعة بصفة غير منتظمة، وهذه النسبة تتقارب مع نسبة المبحوثين من طلبة البيولوجيا و التي تقدر بـ 48%.

في حين يبين الجدول أن نسبة المبحوثين من طلبة الإعلام و الاتصال الذين يتابعون برامج إذاعة الجلفة المحلية بصفة دائمة، قدرت بـ 31.42% ، و بلغت هذه النسبة عند المبحوثين من طلبة البيولوجيا 28%، و يمكن أن نفسر هذا الاختلاف الطفيف لضيق الوقت الكافي للاستماع لدى طلبة البيولوجيا نتيجة البرنامج الدراسي المكثف لديهم مقارنة بطلبة الإعلام و الاتصال. ويبين الجدول أيضا أن نسبة 24% من طلبة البيولوجيا يستمعون لبرامج الإذاعة المحلية بصفة نادرة، بينما بلغت هذه النسبة عند المبحوثين من طلبة الإعلام و الاتصال 17.15% وهذا يدل على درجة الاهتمام ببرامج الإذاعة المحلية عند طلبة الإعلام و الاتصال أكثر من طلبة البيولوجيا.

جدول رقم (06): يوضح الفترات المفضلة لدى الطلبة للاستماع لإذاعة الجلفة المحلية:

	التكرار	النسبة
صباحا	67	45.58
جميع الأوقات	06	04.08
مساءا	21	14.28
حسب الظروف	53	36.05
المجموع	147	%100

يمثل الجدول رقم (06) الفترات التي يفضلها الطلبة للاستماع لبرامج إذاعة الجلفة المحلية و ما نلاحظه أن أغلب المبحوثين يستمعون لهذه البرامج صباحا بنسبة 45.58%، و قد يفسر ذلك على أن الكثير من الطلبة عندما يستيقظون يشغلون مباشرة جهاز الراديو، لأن البرامج الصباحية تهيئ اليقظة للعمل و التفاؤل، كما أن معظم الطلبة يرغبون في معرفة جديد ذلك اليوم من الأخبار صباحا، قبل انشغالهم بأمورهم الخاصة،بالإضافة إلى أن الاستماع لبرامج الإذاعة لا يتطلب التفرغ التام له، فيمكنهم أن يمارسوا أنشطة أخرى و يستمعون للبرامج الإذاعية في نفس الوقت في هذه الفترة من اليوم.

في حين أن36.15% من الطلبة يستمعون للإذاعة حسب الظروف وذلك راجع ربما لانشغالاتهم و التزاماتهم، و أيضا عدم تحكمهم في وقت التعرض للاستماع إلى الإذاعة المحلية، فإذا فاتهم برنامج ما، لا يمكنهم الاستماع إليه مرة أخرى، عكس الصحيفة أو الانترنت.

و تأتي الفترة المسائية في المرتبة الثالثة من حيث نسبة الاستماع لبرامج إذاعة الجلفة المحلية فيها، وذلك بنسبة 14.28%، ويعود ذلك لأن هذه الفترة غالبا ما تكون فترة استراحة، كما يمكن أن يرجع ذلك إلى الميل لاستخدام وسائل إعلامية أخرى في هذه الفترة وخاصة التلفزيون و الانترنت، و هذا ما أثبتته نتائج دراسة الباحث"باديس لونيس" حول استخدامات و إشباعات جمهور الطلبة من الانترنت، حيث تعد الفترة المسائية أفضل فترة على الإطلاق للإبحار عبر هذه الشبكة.

و أخيرا تأتي نسبة04.08% تمثل الذين يستمعون لبرامج إذاعة الجلفة المحلية في جميع الأوقات، وهي تعبر عن فئة قليلة نظرا لانشغال الطلبة و كذا تفضيلهم التنوع في استخدام وسائل الإعلام المختلفة، و لا يركزون على استخدام وسيلة إعلامي وحيدة(الإذاعة) في جميع وجل الأوقات.

جدول رقم (07): يوضح الفترات المفضلة للاستماع عند الطلبة حسب متغير الجنس:

الجنس	ذكور		إناث		المجموع	
الفترات	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
صباحا	20	32.78	47	54.65	67	45.58
جميع الأوقات	02	03.27	04	04.65	06	04.08
مساءا	06	09.85	15	17.44	21	14.28
حسب الظروف	33	54.09	20	23.25	53	36.05
المجموع	61	%100	86	%100	147	%100

يبين الجدول رقم (07): الفترات التي يفضلها الطلبة للاستماع لبرامج إذاعة الجلفة المحلية حسب متغير الجنس، حيث تبين النتائج أن الفترة الصباحية هي الفترة المفضلة للاستماع لدى الإناث و الذكور على حد سواء، غير أن نسبة الإناث54.65% أكبر من نسبة الذكور 32.78%.

و تفسر هذه النسبة أن الطلبة من فئة الإناث عادة ما يتواجدن في مكان السكن (الإقامة الجامعية) في الفترة الصباحية مقارنة بالمبحوثين من فئة الذكور، و هذا ما يفسر ارتفاع نسبة الطلبة الذكور الذين يستمعون للإذاعة حسب الظروف مقارنة بالمبحوثين من فئة الإناث، و التي جاءت كما يلي (54.09 % للذكور مقابل 23.25% للإناث) لتليها من حيث الترتيب الفترة المسائية، التي تفضلها نسبة 17.44% من الإناث مقابل نسبة09.85% من الذكور، و تعتبر فترة جميع الأوقات الفترة الأقل نسبة سواء لدى الذكور أو الإناث، حيث تبين النتائج تقارب هاتين النسبتين (04.65% للإناث و 03.27% للذكور).

ومن خلال المعطيات الكمية للجدول، يمكننا القول بأنه لا توجد علاقة بين متغير الجنس و الفترات المفضلة للتعرض لبرامج إذاعة الجلفة المحلية عند فئة الطلبة الجامعيين.

جدول رقم (08): يوضح الفترات المفضلة للاستماع عند الطلبة حسب متغير التخصص:

التخصص	إعلام و اتصال		بيولوجيا		المجموع	
الفترات	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
صباحا	22	32.35	45	56.96	67	45.58
جميع الأوقات	03	04.41	03	03.80	06	04.08
مساءا	09	13.25	12	15018	21	14.28
حسب الظروف	34	50	19	24.05	53	36.05
المجموع	68	%100	79	%100	147	%100

يبين الجدول رقم (08): الفترات التي يفضلها الطلبة المبحوثين للاستماع لبرامج إذاعة الجلفة المحلية حسب متغير التخصص، حيث تبين النتائج أن الفترة الصباحية هي الفترة المفضلة للاستماع لدى كلا التخصصين على حد سواء، غير أن نسبة طلبة قسم البيولوجيا(56.96 %) أكبر من نسبة طلبة قسم الإعلام والاتصال(32.35%)، في حين نجد أن نسبة طلبة قسم الإعلام والاتصال في ما يخص متابعتهم حسب الظروف للإذاعة هي أكبر من نسبة متابعة طلبة البيولوجيا(50% لقسم الإعلام والاتصال، 24.05% لطلبة قسم البيولوجيا) لتليها في الترتيب الفترة المسائية، التي تفضلها نسبة15018% من طلبة البيولوجيا مقابل نسبة13.25% من طلبة الإعلام والاتصال، و تعتبر فترة جميع الأوقات الفترة الأقل نسبة لدى كلا التخصصين حيث تبين النتائج أنه هناك تقارب بين النسبتين (04.41% لدى طلبة الإعلام والاتصال و 03.80% لدى طلبة البيولوجيا).

ومن خلال المعطيات السابقة الموضحة على الجدول، يمكننا القول بأنه لا توجد علاقة بين متغير التخصص والفترات المفضلة للتعرض لبرامج إذاعة الجلفة المحلية.

جدول رقم (09): يوضح المدة المخصصة للاستماع عند الطلبة:

	التكرار	%
أقل من ساعة	46	38.33
من ساعة إلى ثلاث ساعات	51	42.50
أكثر من ثلاث ساعات	23	19.16
المجموع	120	%100

يبين الجدول رقم (09): المدة أو الحجم الساعي الذي يقضيه الطلبة الجامعيين يوميا في الاستماع لبرامج إذاعة الجلفة المحلية، حيث نلاحظ أن الذين يستمعون للإذاعة من ساعة إلى ثلاث ساعات يوميا يمثلون أعلى نسبة و المقدرة بـ42.50%، و تقاربها بشكل طفيف نسبة الذين يستمعون للإذاعة بحجم أقل من ساعة في اليوم(38.33%) كثاني نسبة من حيث الترتيب، و يمكن تفسير النسبتين إلى انشغال الطلبة بظروفهم واهتماماتهم، بالإضافة إلى وجود بدائل إعلامية أخرى، وتوفر مصادر متنوعة للمعرفة والعلوم.

أما نسبة الذين يستمعون للإذاعة لأكثر من ثلاث ساعات يوميا فقدرت بـ19.16% من مجموع تكرارات المبحوثين، وذلك يعود لاعتماد هذه الفئة على الإذاعة كوسيلة إعلامية أساسية لأن ذلك لا يتعارض مع انشغالاتهم الخاصة واليومية، او لم تسمح لهم الظروف متابعة واستخدام وسيلة إعلامية أخرى.

جدول رقم (10): يوضح المدة المخصصة للاستماع للإذاعة المحلية حسب متغير الجنس :

الجنس	**ذكور**		**إناث**		**المجموع**	
المدة	**التكرار**	**النسبة %**	**التكرار**	**النسبة %**	**التكرار**	**النسبة %**
أقل من ساعة	24	54.54	22	28.95	46	38.33
من ساعةإلى ثلاث ساعات	14	31.85	37	48.68	51	42.50
أكثر من ثلاث ساعات	06	13.64	17	22.36	23	19.16
المجموع	44	%100	76	%100	120	%100

يبين الجدول رقم(10) العلاقة بين المدة المخصصة للاستماع للإذاعة المحلية و متغير الجنس، حيث توضح النتائج أن نسبة 48.68% من المبحوثين من فئة الإناث، وهي نسبة الأغلبية، تخصص مدة من ساعة إلى ثلاث ساعات في الاستماع لبرامج إذاعة الجلفة المحلية، في حين قدرت نسبة المبحوثين من فئة

الذكور الذين يقضون نفس المدة في الاستماع للإذاعة 31.81%، ويرجع هذا الاختلاف إلى كون فئة الإناث من الطالبات الجامعيات التي عادة ما تكون في البيت العائلي أو الإقامة الجامعية تقبل على الاستماع للإذاعة خاصة في الفترة الصباحية، أين نجدها تعتمد على الإذاعة المحلية كوسيلة إعلامية أساسية، وهذا ما يقل عند المبحوثين من فئة الذكور، الأمر الذي يمكننا من تفسير تعرض أكبر نسبة منهم (54.54%) للبرامج الإذاعية لمدة لا تزيد عن الساعة.

كما توضح نتائج الجدول أيضا أن نسبة 22.36% من المبحوثين الإناث يستمعون للإذاعة المحلية أكثر من ثلاث ساعات، و قد جاءت هذه النسبة متباينة نوعا ما مع نسبة المبحوثين الذكور و التي قدرت بـ 13.64% ونفسر هذا باعتماد المبحوثين من الإناث على الإذاعة المحلية لإشباع حاجاتهم و رغباتهم الإعلامية.

و بهذا يمكننا القول بأن فئة الطالبات أكثر تعرضا لإذاعة الجلفة المحلية من الطلبة الذكور.

جدول رقم (11): يوضح المدة المخصصة للاستماع لإذاعة الجلفة المحلية حسب متغير التخصص:

التخصص / المدة	إعلام و اتصال		بيولوجيا		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
أقل من ساعة	20	28.57	26	52	46	38.33
من ساعة إلى ثلاث ساعات	36	51.42	15	30	51	42.50
أكثر من ثلاث ساعات	14	20	09	18	23	19.16
المجموع	70	%100	50	%100	120	%100

يبين الجدول رقم(11) العلاقة بين المدة المخصصة للاستماع للإذاعة المحلية بالجلفة و متغير التخصص، حيث توضح النتائج أن نسبة51.42% من طلبة الإعلام والاتصال، وهي نسبة الأغلبية تخصص مدة من ساعة إلى ثلاث ساعات للاستماع لبرامج الإذاعة، في حين قدرت نسبة المبحوثين من طلبة البيولوجيا الذين يقضون نفس المدة في الاستماع للإذاعة 15%، ويرجع هذا الاختلاف إلى كون طلبة الإعلام والاتصال يشعرون بالقرب من الاذاعة المحلية كوسيلة إعلامية تخدم تخصصهم بشكل أساسي، وهذا ما يقل عند المبحوثين من طلبة البيولوجيا، الأمر الذي يمكننا من تفسير تعرض أكبر نسبة منهم52% للبرامج الإذاعية لمدة لا تزيد و تقل عن الساعة.

كما توضح نتائج الجدول أيضا أن نسبة 20% من طلبة الإعلام والاتصال يستمعون للإذاعة أكثر من ثلاث ساعات، وقد جاءت هذه النسبة متقاربة مع نسبة المبحوثين من طلبة البيولوجيا والتي قدرت بـ 18% ونفس هذا التقارب باعتماد المبحوثين من كلا التخصصين على الإذاعة المحلية لإشباع حاجاتهم و رغباتهم الإعلامية و المعرفية.

وبهذا يمكننا القول بأن طلبة الإعلام والاتصال أكثر تعرضا لإذاعة الجلفة المحلية من طلبة البيولوجيا.

جدول رقم (12): يوضح يوضح الأماكن التي يستمع فيها أفراد العينة لبرامج إذاعة الجلفة المحلية:

	التكرار	%
مكان السكن (الاقامة)	84	60
الحرم الجامعي	42	30
المركبة	14	10
المجموع	140	%100

يبين الجدول رقم(12) المكان المفضل لدى الطلبة للاستماع لبرامج إذاعة الجلفة المحلية، حيث نلاحظ أن نسبة60% من مجموع أفراد العينة و هي نسبة الأغلبية، يستمعون للإذاعة في مكان الإقامة الذي يكون إما في البيت العائلي أو الإقامة الجامعية التي تتراجع فيها فرص تعدد وسائل الإعلام و بالتالي يتم اللجوء إلى الإذاعة كوسيلة إعلامية أساسية، كما أن خصوصية الإذاعة من حيث أنها تساعد الطالب على التعرض لها و القيام بأشغال أخرى خاصة في البيت زاد من إمكانية استخدامها مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى .

كما نلاحظ أن نسبة الاستماع داخل الحرم الجامعي بلغت 30%، وذلك راجع لامتلاك أغلب الطلبة الجامعيين لجهاز الهاتف النقال و الذي يستمعون خلاله لبرامج الإذاعة كنقلة نوعية في استعمال التقنيات الحديثة في سماع برامج الإذاعة و خاصة في الهاتف النقال المزود بجهاز راديو.

و نسبة الاستماع في المركبة بلغت 10% و يمكن تقسيمها بين مستخدمي المركبات العمومية من يملكون مركبات خاصة بهم، ويعود ذلك لوجود جهاز الراديو في المركبة.

جدول رقم (13): يوضح الأماكن التي يستمع فيها الطلبة للإذاعة حسب متغير الجنس:

الجنس / مكان الاستماع	ذكور		إناث		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
مكان السكن (الإقامة)	32	52.45	52	65.82	84	60
الحرم الجامعي	21	34.42	21	26.58	42	30
المركبة	08	13.12	06	07.59	14	10
المجموع	61	%100	79	%100	140	%100

يبين الجدول رقم(13) المكان المفضل لدى الطلبة للاستماع لبرامج الإذاعة المحلية حسب متغير الجنس، حيث نلاحظ أن النتائج تبين أن مكان السكن (الإقامة الجامعية) هو المكان المفضل للاستماع لبرامج الإذاعة لدى الإناث والذكور على حد سواء، غير أن نسبة الإناث (65.82%) أكبر من نسبة الذكور (52.45%)، و تفسر هذه النسبة بأن فئة الإناث من الطلبة عادة ما تمكث في البيت أكبر فترة مقارنة بفئة الذكور، وهذا ما يفسر ارتفاع نسبة الطلبة الذكور الذين يستمعون لبرامج الإذاعة داخل الحرم الجامعي مقارنة بالمبحوثين من فئة الإناث، و التي جاءت على النحو الآتي (34.42% للذكور مقابل 36.58% للإناث) لتليها من حيث الترتيب نسبة استماع المبحوثين للإذاعة من خلال المركبة، حيث تفضلها نسبة13.12% من الذكور، مقابل نسبة07.59% من الإناث.

ومن خلال المعطيات التي سبقت يمكننا القول أن المنزل العائلي أو (الإقامة الجامعية) هو المكان المفضل للاستماع لبرامج إذاعة الجلفة المحلية عند الجنسين الذكور و الإناث على السواء.

جدول رقم (14): يوضح الأماكن التي يستمع فيها الطلبة لبرامج الإذاعة المحلية حسب متغير التخصص:

التخصص	إعلام و اتصال		بيولوجيا		المجموع	
مكان الاستماع	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
مكان السكن (الإقامة)	40	54.79	44	65.67	84	60
الحرم الجامعي	24	32.87	18	26.86	42	30
المركبة	09	12.33	05	07.46	14	10
المجموع	73	%100	67	%100	140	%100

يبين الجدول رقم(14) المكان المفضل لدى الطلبة للاستماع لبرامج إذاعة الجلفة المحلية حسب متغير التخصص حيث نلاحظ أن نسبتي(65.67%) (54.79%) وهما نسبتا الأغلبية على هذا الترتيب يستمعون للإذاعة في مكان الإقامة، الذي يكون إما البيت العائلي أو (الإقامة الجامعية) التي تتراجع فيها فرص تعدد وسائل الإعلام، و بالتالي يتم اللجوء للإذاعة كوسيلة إعلامية أساسية، حيث تمثل النسبة الأولى طلبة البيولوجيا و النسبة الثانية تمثل طلبة الإعلام والاتصال.

كما نلاحظ أن نسبة الاستماع داخل الحرم الجامعي مرتفعة أيضا حيث بلغت عند طلبة الإعلام والاتصال32.87 % و عند طلبة البيولوجيا26.86% وهذا مرده إلى سعي الطلبة الجامعيين إلى استعمال التقنيات الحديثة في سماع برامج الإذاعة المحلية و خاصة في الهاتف النقال المزود بجهاز الراديو.

أما نسبة الاستماع في المركبة جاءت في الأخير من حيث الترتيب، حيث بلغت عند طلبة الإعلام والاتصال12.33% و عند طلبة البيولوجيا07.46%، ويرجع ذلك لكونها تعبر عن الذين يستخدمون مركباتهم الخاصة، أو المركبات العمومية و هذا لوجود جهاز الراديو بالمركبة.

جدول رقم (15): يوضح الوسيلة التي يستمع من خلالها الطلبة لبرامج إذاعة الجلفة المحلية:

	التكرار	%
جهاز الراديو	83	58.45
شبكة الانترنت	06	04.22
الهاتف النقال	53	37.32
المجموع	142	%100

يوضح الجدول رقم(15) الوسيلة المفضلة التي يستمع من خلالها لبرامج الإذاعة المحلية، حيث يبين أن نسبة58.45% وهي النسبة الغالبة من أفراد العينة يستمعون لبرامج الإذاعة من خلال جهاز الراديو، و يعود ذلك إلى كونها تمثل المبحوثين الذين يستمعون للبرامج داخل السكن العائلي أو الإقامة الجامعية –غالبا– في حين بلغت نسبة المستمعين للبرامج الإذاعية من خلال جهاز الهاتف النقال المزود بجهاز الراديو

كما نلاحظ أن نسبة الاستماع داخل الحرم الجامعي بلغت 30%، وذلك راجع لامتلاك أغلب الطلبة الجامعيين لجهاز الهاتف النقال و الذي يستمعون خلاله لبرامج الإذاعة كنقلة نوعية في استعمال التقنيات الحديثة في سماع برامج الإذاعة و خاصة في الهاتف النقال المزود بجهاز راديو 37.32% كثاني نسبة من حيث الترتيب، سعيا منهم إلى استخدام التقنيات الحديثة في سماع برامج الإذاعة المحلية، وفي مقابل ذلك بينت النتائج أن نسبة المستمعين لبرامج الإذاعة من خلال شبكة الانترنت قدرت بـ04.22% فقط، و ذلك راجع –ربما- لعدم تفضيل أفراد العينة للاستماع للبرامج الإذاعية من خلال شبكة الانترنت، بالإضافة إلى عدم قدرة وصعوبة الاتصال على البعض من المبحوثين بشبكة الانترنت.

و بهذا يمكننا القول بأن جهاز الراديو مازال يحتفظ بريادته كوسيلة مفضلة للاستماع لبرامج الإذاعة المحلية و بدرجة ثانية جهاز الهاتف النقال.

جدول رقم (16): يوضح الوسيلة التي يستمع من خلالها الطلبة لبرامج الإذاعة حسب متغير الجنس:

الجنس	ذكور		إناث		المجموع	
مكان الاستماع	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
جهاز الراديو	30	44.78	53	70.66	83	58.45
شبكة الانترنت	02	02.98	04	05.33	06	04.22
الهاتف النقال	35	52.23	18	24	53	37.32
المجموع	67	%100	75	%100	142	%100

يوضح الجدول رقم(16) الوسيلة المفضلة للاستماع من خلالها لدى الطلبة لبرامج الإذاعة المحلية حسب متغير الجنس، حيث نلاحظ أن جهاز الراديو هو الوسيلة المفضلة للاستماع لبرامج الإذاعة لدى الإناث حيث بلغت النسبة70.66% مقابل 44.78 % للذكور، وهذا بسبب تواجد فئة الإناث- عادة- بالمنزل العائلي أو الإقامة الجامعية، في حين أن الوسيلة المفضلة للاستماع لبرامج الإذاعة المحلية عند الذكور هو الهاتف النقال المزود بجهاز الراديو، وقد قدرت النسبة بـ52.23% مقابل 24% للإناث.

كما توضح نتائج الجدول أيضا أن نسبة 05.33% من فئة الإناث يفضلون شبكة الانترنت للاستماع لبرامج الإذاعة المحلية ، وقد جاءت هذه النسبة متقاربة مع نسبة المبحوثين من فئة الذكور و التي بلغت 2.98%، و نفسر هذا التقارب باعتماد المبحوثين من كلا الجنسين على شبكة الانترنت للاستماع لبرامج إذاعة الجلفة المحلية لإشباع رغباتهم وحاجاتهم الإعلامية و المعرفية.

جدول رقم (17): يوضح الوسيلة التي يستمع من خلالها الطلبة لبرامج الإذاعة حسب متغير التخصص:

التخصص	إعلام و اتصال	بيولوجيا	المجموع

الوسيلة	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
جهاز الراديو	48	58.53	35	58.33	83	58.45
شبكة الانترنت	04	04.88	02	03.33	06	04.22
الهاتف النقال	30	36.58	23	38.33	53	37.32
المجموع	82	%100	60	%100	142	%100

يبين الجدول رقم(17) الوسيلة المفضلة التي يستمع من خلالها الطلبة لبرامج إذاعة الجلفة المحلية حسب متغير التخصص ، إذ نلاحظ أنه هناك تقارب شديد بين النسب في تفضيل الوسيلة المستعملة للاستماع لبرامج الإذاعة،حيث بلغت نسبة استخدام جهاز الراديو عند طلبة الإعلام والاتصال (58.53%) و تتقارب مع نسبة استخدام نفس الجهاز عند طلبة البيولوجيا و التي قدرت بـ (58.33%) و نفس الشيء يقال عن نسبة استخدام الهاتف النقال المزود بجهاز الراديو ، حيث بلغت عند طلبة البيولوجيا38.33% مقابل 36.58% عند طلبة الإعلام والاتصال، بالإضافة إلى تقارب نسبة استخدام شبكة الانترنت عند طلبة الإعلام والاتصال (04.88%) مع نسبة استخدام نفس الوسيلة للاستماع للبرامج الإذاعية عند طلبة البيولوجيا و التي قدرت بـ(03.33%). وعلى ضوء المعطيات السابقة يمكن أن نقول أنه لا توجد علاقة بين الوسيلة المفضلة للاستماع لبرامج إذاعة الجلفة المحلية و متغير التخصص.

جدول رقم (18): يوضح البرامج المفضلة لدى الطلبة عند الاستماع لبرامج إذاعة الجلفة المحلية:

	التكرار	%
برامج سياسية	35	08.81
برامج إخبارية	50	12.59
برامج دينية	45	11.33
برامج اقتصادية	25	06.29
برامج اجتماعية	52	13.09
برامج تاريخية	15	03.77
برامج رياضية	20	05.03
برامج ثقافية	40	10.07
برامج فنية	55	13.85
برامج ترفيهية	60	15.11
المجموع	397	%100

يوضح الجدول رقم (18) برامج إذاعة الجلفة المحلية التي يفضل أفراد العينة من الطلبة الاستماع إليها ، حيث نلاحظ أن نسبة من يفضلون البرامج الترفيهية هي الأكبر ، ما جعلها تكون في المرتبة الأولى (15.11%) و يعود هذا إلى كون

الإذاعة وسيلة تعتمد على البرامج التي تهدف إلى التسلية و الترفيه ، انطلاقا من الدراسات التي أثبتت أن نسبة البرامج الترفيهية في أي إذاعة تتجاوز نصف مساحة البرامج الموجودة في الشبكة البرامجية ، كم أن طبيعة هذا النوع من البرامج تروح عن نفس المستمع بعد تعب يوم كامل.

لتليها نسبة البرامج الفنية ، التي لا تحمل طابعا واحدا فقط ، وإنما تحتوي على عدة فنون في برنامج واحد ، تمكن المستمعين من تنويع معارفهم عند متابعتها ، و التي تأتي في المرتبة الثانية عند أفراد العينة من الطلبة، بنسبة قدرت بـ 13.85% لتتقارب معها من يفضلون البرامج الاجتماعية للمتابعة13.09%، ثم تأتي البرامج الإخبارية بنسبة بلغت 12.59%، ومن ثم البرامج الدينية بـ11.33%، إلى جانب البرامج الثقافية التي قدرت نسبتها 10.07% من مجموع تكرارات أفراد العينة و نفسر هذا التقارب في النسبة إلى كون إذاعة الجلفة المحلية تمثل بالنسبة لأفراد العينة وسيلة ترفيه و إخبار بالدرجة الأولى ، كما أنها وسيلة مهمة في المجال الاجتماعي و الديني ، لأنها تناقش مواضيع و قضايا اجتماعية قريبة من اهتماماتهم و انشغالاتهم ومن محيطهم المحلي المعاش.

وجاءت البرامج السياسية في المرتبة السابعة من حيث تفضيل أفراد العينة لمتابعتها ، وذلك بنسبة قدرت بـ08.81% ثم البرامج ذات الطابع الاقتصادي بنسبة قدرت 06.29%، و البرامج الرياضية بنسبة 05.03% من مجموع تكرارات أفراد العينة. و نفسر عدم تفضيل الطلبة متابعة البرامج الرياضية من خلال إذاعة الجلفة المحلية بكونهم يلجئون إلى وسائل إعلامية أخرى كالقنوات التلفزيونية ، الصحف و الانترنت و غيرها ، وربما راجع ذلك إلى كون اغلب البرامج هذه تذاع في فترة الظهيرة بما لا يتلاءم مع وقت الطلبة الذين يكونون في الغالب داخل حجرة الدراسة.

ومن خلال النتائج الكمية لاحظنا تقاربا بين معطيات هذا الجدول و معطيات الجدول الخاص بالبرامج المفضلة حسب نتغير الجنس ، وعليه تقول أنه لا توجد علاقة بين البرامج المفضلة لدى المبحوثين من أفراد العينة و متغير الجنس و نفس الشيء بالنسبة لمتغير التخصص.

جدول رقم (19): يوضح دوافع الاستماع لبرامج إذاعة الجلفة المحلية لدى الطلبة:

	التكـرار	%
لأنها توافق اهتماماتك الشخصية	55	33.33
لإعجابك بشخصية مقدمي البرامج	17	10.30
للإطلاع على ما يحدث في الواقع المحلي	88	53.33
أخرى تذكـر	05	03.03
المجمـوع	165	%100

يوضح الجدول رقم (19) دوافع استماع الطلبة لبرامج إذاعة الجلفة المحلية ، حيث يعتبر الاطلاع على ما يحدث في الواقع المحلي أهم دافع للاستماع إلى هذه البرامج ، وذلك بنسبة 53.33%، و يمكن تفسير هذا بأن إذاعة الجلفة المحلية تعتبر الوسيلة المحلية الوحيدة التي يمكن من خلالها أن يطلع الطلبة على واقعهم المحلي ، من خلال التعرف على الأنشطة

المحلية الخاصة بالسلطات و الهيئات و المصالح والمؤسسات ، والمصانع و دور العلم والثقافة ، والإعلام عن الحوادث و القضايا ، و أحوال الجو والأسعار ، وتذكيرهم بتاريخ المنطقة و مشاهيرها..... إلى غير ذلك من الأشياء التي تهم وتخص الواقع المحلي.

و يليه دافع موافقة البرامج للاهتمامات الشخصية للطلبة بنسبة 33.33% من مجموع تكرارات أفراد العينة ، وجاء في المرتبة الثالثة دافع الإعجاب بشخصية مقدمي البرامج بنسبة بلغت 10.30%، لتأتي في المرتبة الأخيرة دوافع أخر كقضاء وقت الفراغ ومتابعتها لأنها برامج ذات طابع محلي أو بدافع التثقيف و تأثيرها العميق ، أن تكون بدافع العادة ، و هذا عندما يكون الاستماع لبرامج إذاعة الجلفة المحلية سلوكا معتادا فقط ، و ليس بدافع معين وذلك بنسبة قدرت ب03.03% لأنها تلي أذواقهم بشكل عام.

جدول رقم (20): يوضح دوافع الاستماع لبرامج الإذاعة المحلية لدى الطلبة حسب متغير الجنس:

الجنس	ذكور		إناث		المجموع	
دوافع الاستماع	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة %
لأنهاتوافق اهتماماتك الشخصية	13	21.66	42	40	55	33.33
لإعجابك بشخصيةمقدمي البرامج	07	11.66	10	9.52	17	10.30
للإطلاع على ما يحدث في الواقع المحلي	37	61.66	51	48.57	88	53.33
أخرى تذكر	03	5	02	1.90	05	03.03
المجموع	60	%100	105	%100	165	%100

يبين الجدول رقم(20) دوافع الاستماع لبرامج إذاعة الجلفة المحلية عند الطلبة حسب متغير الجنس ، إذ تبين النتائج أن نسبة دافع "الاطلاع على ما يحدث في الواقع المحلي" هي النسبة الغالبة بين الدوافع الأخرى عند الجنسين على السواء ، حيث قدرت نسبة الذكور بـ 61.66% و الإناث 48.57 % ، و يفسر هذا بحكم طبيعة الذكور و الإناث التي تميل إلى حب الاطلاع و المعرفة بكل ما يدور و يحدث من مستجدات في محيطهم المحلي و في كل المجالات مما يزيدهم هيبة ومكانة وسط مجتمعهم.

و فيما يخص دافع الاهتمامات الشخصية بتوافقها مع البرامج الإذاعية ، فقد قدرت النسبة عند فئة الإناث 40% مقابل 21.66% للذكور ، و يرجع هذا الاختلاف في النسب إلى أن فئة الذكور لا تستخدم الإذاعة بدرجة كبيرة مقارنة بالمبحوثين من فئة الإناث التي تتناسب البرامج الإذاعية مع اهتماماتها الخاصة في البرامج التي تتناول مواضيع الأسرة و المرأة والطبخ... وغيرها.

كما شكلت نسبة الإعجاب بشخصية مقدمي البرامج أدنى مستوى من الدوافع المحفزة على الاستماع بين الجنسين ، حيث بلغت عند الذكور نسبة 05% و عند الإناث 01.90%، و هذا قد يعود لاهتمام المستمعين من أفراد العينة بأكبر نسبة بالموضوع المذاع في حد ذاته ، بغض النظر عن مقدمه.

جدول رقم (21): يوضح دوافع الاستماع لبرامج الإذاعة المحلية لدى الطلبة حسب متغير التخصص:

التخصص / الوسيلة	إعلام و اتصال		بيولوجيا		المجموع	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
لأنهاتوافق اهتماماتك الشخصية	40	40	15	23.07	55	33.33
لإعجابك بشخصية مقدمي البرامج	08	08	09	13.84	17	10.30
للإطلاع على ما يحدث في الواقع المحلي	48	48	40	61.53	88	53.33
أخرى تذكر	04	04	01	01.55	05	03.03
المجموع	100	%100	65	%100	165	%100

يبين الجدول رقم(21) دوافع الاستماع لبرامج إذاعة الجلفة المحلية عند الطلبة حسب متغير التخصص ، حيث نلاحظ أن نسبة الاستماع بدافع "الاطلاع على ما يحدث في الواقع المحلي" شكلت أعلى نسبة من حيث الترتيب عند طلبة كلا التخصصين ، حيث قدرت بـ 61.53% عند طلبة البيولوجيا و48% عند طلبة الإعلام والاتصال و يمكن تفسير ذلك بسعي طلبة كل التخصصين إلى الإلمام والدراية بما يحيط بهم في الواقع ، و خاصة ما يتلاءم مع الإدراكات العلمية و المعرفية في المجالات التي يبحثون فيها.

أما دافع " أنها تتوافق مع الاهتمامات الشخصية " فقد جاءت النسبة مرتفعة عند طلبة الإعلام والاتصال ، (40%) مقارنة بنسبة تمثيل طلبة البيولوجيا و المقدرة بـ (23.07%)، و يرجع هذا التفاوت في النسب إلى كون برامج الإذاعة تشكل اهتمام شخصي خاص بالنسبة لطلبة الإعلام والاتصال بحكم تخصصهم العلمي مقارنة ب طلبة البيولوجيا.

وبخصوص دافع " الإعجاب بشخصية مقدمي البرامج " فلم تتجاوز 04% عند طلبة الإعلام و الاتصال وبلغت نسبة 01.55% عند طلبة البيولوجيا وربما يكون هذا بسبب انشغال المستمعين من الطلبة من كلا التخصصين لما يدور حول الموضوع المذاع و تجاهل شخصية مقدم البرنامج.

جدول رقم (22): يوضح مدى مناسبة وقت بث البرامج المفضلة لدى الطلبة:

	التكرار	النسبة %
نعم	80	66.66

لا	40	33.33
المجموع	120	%100

يوضح الجدول رقم (22) مدى مناسبة وقت بث البرامج المفضلة لدى أفراد العينة ، حيث أجاب المبحوثين الطلبة بـ"نعم" بنسبة شكلت ضعف نسبة المجيبين بـ"لا" (66.66%- 33.33%) و يمكن تفسير ذلك على أن الفئة التي يناسبها وقت بث برامج الإذاعة المحلية هي فئة تعتمد على الإذاعة المحلية بشكل أساسي لإشباع مختلف حاجياتهم أما الذين لا يناسبهم وقت بث البرامج فيمكن أن يكون ذلك راجع لالتزاماتهم واهتماماتهم الخاصة ، و بالأخص داخل الحرم الجامعي أين يزاولون دراستهم.

جدول رقم (23): يوضح مدى مناسبة وقت بث البرامج المفضلة لدى الطلبة حسب متغير الجنس:

الجنس	**ذكور**		**إناث**		**المجموع**	
الاجابة	**التكرار**	**النسبة %**	**التكرار**	**النسبة %**	**التكرار**	**النسبة %**
نعم	33	75	47	61.84	80	66.66
لا	11	25	29	38.15	40	33.33
المجموع	44	%100	76	%100	120	%100

يوضح الجدول رقم(23) أن نسبة المبحوثين من الطلبة الذكور الذين يناسبهم وقت بث البرامج المفضلة من خلال إذاعة الجلفة المحلية قد بلغت نسبة 75% وهي نسبة الأغلبية ، مقارنة بنسبة المبحوثين من فئة الإناث التي قدرت بـ61.84%.

بينما شكلت نسبة المبحوثين الإناث الذين لا يناسبهم وقت بث برامج إذاعة الجلفة المحلية 38.15% مقابل 25% للمبحوثين الذكور ، ويمكن أن يكون ذلك راجع إلى عدم تحكم الطلبة من الجنسين في وقت تعرضهم لبرامج الإذاعة المحلية بحكم انشغالهم بالدراسة أو عدم انتظامهم في الاستماع خاصة عند فئة الذكور كما أشرنا إليه سابقا.

جدول رقم (24): يوضح مدى مناسبة وقت بث البرامج المفضلة لدى الطلبة حسب متغير التخصص:

التخصص	**إعلام و اتصال**		**بيولوجيا**		**المجموع**	
الإجابة	**التكرار**	**النسبة %**	**التكرار**	**النسبة %**	**التكرار**	**النسبة %**
نعم	60	85.71	20	40	80	66.66
لا	10	14.28	30	60	40	33.33
المجموع	70	%100	50	%100	120	%100

يوضح الجدول رقم(24) مدى مناسبة وقت بث برامج إذاعة الجلفة المحلية لدى الطلبة حسب متغير التخصص حيث شكلت نسبة المجيبين بـ"نعم" عند طلبة الإعلام والاتصال (85.71%) وهي ضعف النسبة التي تمثل طلبة البيولوجيا المجيبين بالإيجاب، والتي قدرت بـ 40% في مقابل ذلك نجد أن نسبة المبحوثين من طلبة البيولوجيا الذين أجابوا

بـ"لا"قد بلغت (60%) و(10%) عند المبحوثين من طلبة الإعلام والاتصال ، و هذا ما يفسر عدم تحكم طلبة البيولوجيا في وقت تعرضهم لبرامج إذاعة الجلفة المحلية وعدم انتظامهم في الاستماع بطلبة الإعلام والاتصال.

جدول رقم (25): يوضح مدى كفاية مدة بث البرامج المفضلة لدى الطلبة المبحوثين:

	التكرار	النسبة %
كافية	74	61.66
غير كافية	46	38.33
المجموع	120	%100

يوضح الجدول رقم (25) مدى كفاية المدة الزمنية المخصصة لبث برامج إذاعة الجلفة المحلية ، حيث نلاحظ أن نسبة 61.66% من أفراد العينة نسبة الأغلبية تجيب بأن هذه المدة كافية ، و هذا يعني أن إذاعة الجلفة المحلية تقدم المواضيع في برامجها لمعالجة مختلف الأحداث و القضايا وفق حجم زمني كافي.

غير أن نسبة 38.33% من المبحوثين يرون بان مدة بث برامجهم المفضلة غير كافية ، وهذا يعود- ربما- لأهمية المواضيع التي يتابعونها و ثرائها من مختلف الزوايا و الجوانب يتطلب مدة بث أطول من أجل معالجتها.

جدول رقم (26): يوضح مدى كفاية مدة بث البرامج الإذاعية لدى الطلبة حسب متغير الجنس:

الجنس	**ذكور**		**إناث**		**المجموع**	
الاجابة	**التكرار**	**النسبة %**	**التكرار**	**النسبة %**	**التكرار**	**النسبة %**
كافية	22	50	52	68.42	74	61.66
غير كافية	22	50	24	31.57	46	38.33
المجموع	44	%100	76	%100	120	%100

يبين الجدول رقم(26) مدى كفاية مدة بث برامج إذاعة الجلفة المحلية حسب متغير الجنس ، حيث تبين النتائج أن نصف المبحوثين من فئة الذكور يرون بأنها كافية ، فيما يرى النصف الآخر بأنها غير كافية ، أما عند فئة الإناث فالنسب تختلف ، حيث ترى نسبة 68.42% بأنها كافية ، و ترى منهن أنها غير كافية بنسبة 31.57%، وهذا راجع لكون فئة الذكور لا يستخدمون الإذاعة المحلية بدرجة تجعلهم يرون بأن مدة بث برامج الإذاعة المحلية غير كافية على غرار فئة الإناث التي تستخدم الإذاعة المحلية بدرجة تصل بهن إلى أن يرون بأن مدة بث برامج الإذاعة المحلية غير كافية نتيجة كثرة احتياجاتهن و انشغالاتهن واهتماماتهن التي يردن تحقيقها و إشباعها من خلال الإذاعة المحلية

جدول رقم (27): يوضح مدى كفاية مدة بث البرامج الإذاعية لدى الطلبة من خلال متغير التخصص:

التخصص	**إعلام و اتصال**		**بيولوجيا**		**المجموع**	
الإجابة	**التكرار**	**النسبة %**	**التكرار**	**النسبة %**	**التكرار**	**النسبة %**

كافية	30	42.85	44	88	74	61.66
غير كافية	40	57.14	06	12	46	38.33
المجموع	70	%100	50	%100	120	%100

يبين الجدول رقم(27) مدى كفاية المدة الزمنية المخصصة لبث برامج الإذاعة المحلية حسب متغير التخصص حيث نلاحظ أن 57.14% من المبحوثين من طلبة الإعلام والاتصال يرون بأن المدة غير كافية ونسبة42.85% يرونها كافية.

أما المبحوثين من طلبة البيولوجيا فقد عبر منهم ما نسبته 88% بأنها كافية ، في حين بلغت نسبة الذين يرون بأن المدة غير كافية 12% ، و يفسر ذلك على أن طلبة الإعلام والاتصال هم الذين يستخدمون الإذاعة المحلية بشكل كبير ، وعلى هذا الأساس فهم في أمس الحاجة لمدة أطول في الحجم الزمني لبرامجها ، على خلاف طلبة البيولوجيا الذين لا يستخدمون الإذاعة المحلية بشكل كبير و لا يستمعون لبرامجها إلا بالصدفة ، و بالتالي هم يرون بأن الحجم الزمني لبرامج الإذاعة المحلية هو كاف .

المبحث الثاني: بيانات حول الاشباعات التي تحققها إذاعة الجلفة المحلية للطلبة:

جدول رقم (28): يوضح مدى تلبية برامج إذاعة الجلفة المحلية لرغبات وميولات الطلبة

	التكرار	**النسبة**
دائما	37	30.83
أحيانا	65	54.16
نادرا	18	15
المجموع	120	%100

يوضح جدول رقم (28): مدى تلبية برامج إذاعة الجلفة المحلية لرغبات وميولات الطلبة أفراد العينة ، حيث ترى نسبة54.16% منهم وهي نسبة الأغلبية أن البرامج الإذاعية أحيانا ما تلبي رغباتهم وميولاتهم المعرفية و النفسية و الاجتماعية وغيرها عن طريق وسائل إعلامية أخرى غير إذاعة الجلفة المحلية.

وترى نسبة 30.83% من مجموع تكرارات أفراد العينة أن هذه البرامج تلبي رغباتهم وميولاتهم بصفة "دائمة" و يفسر هذا باعتماد هذه الفئة من المبحوثين على إذاعة الجلفة المحلية كوسيلة إعلامية أساسية، لموافقة برامجها اهتماماتهم وحصولهم دوما على مختلف تساؤلاتهم منها ، فيكون قد وجدوا فيها وسيلة إعلامية مكتملة ، تعلمهم بما يدور حولهم و خاصة داخل بيئتهم المحلية،التي لا توجد وسيلة إعلامية محلية أخرى تقوم بهذا الدور.

في حين توجد نسبة15% ترى أن برامج إذاعة الجلفة المحلية لا تلبي رغباتهم وميولاتهم "أبدا" ويعود هذا لوجود بعض المبحوثين لا يجدون ما يحتاجونه من خلال برامج الإذاعة المحلية بالجلفة.

جدول رقم (29): يوضح مدى تلبية برامج الاذاعة المحلية لرغبات وميولات الطلبة حسب متغير الجنس:

الجنس	ذكور		إناث		المجموع	
الإجابة	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائما	09	20.46	28	36.84	37	30.83
أحيانا	25	56.81	40	52.63	65	54.16
نادرا	10	22.72	08	10.52	18	15
المجموع	44	%100	76	%100	120	%100

يوضح جدول رقم (29): مدى تلبية البرامج الإذاعية المحلية لرغبات و ميولات الطلبة حسب متغير الجنس ، حيث ترى أكبر نسبة من الجنسين بأنها "أحيانا" تلبي رغباتهم و ميولاتهم ، حيث قدرت نسبة الذكور بـ56.81% وعند الإناث بـ 52.63% ، و يمكن تفسير هذا على أنهم يحصلون على اشباعاتهم من وسائل إعلام أخرى جنبا إلى جنب مع إذاعة الجلفة المحلية.

في حين أن نسبة الإناث التي ترى بأن برامج الإذاعة تلبي رغباتها أكبر من نسبة الذكور (36.84% للإناث مقابل 20.46% للذكور) ، ويعود هذا لاعتماد فئة الإناث وخاصة التي تتواجد مدة أطول بالبيت أو الإقامة الجامعية على إذاعة الجلفة المحلية كمصدر رئيسي لتحقيق اشباعاتها ، لتوافق البرامج مع اهتماماتها ، وهذا ما يفسر ارتفاع نسبة الذين يرون بأن البرامج لا تلبي رغباتهم و ميولاتهما" أبدا" عند فئة الذكور ، و التي بلغت 22.72% مقابل 10.52% لفئة الإناث ، وبالتالي فإنه هناك علاقة بين متغير الجنس ومدى تلبية برامج إذاعة الجلفة المحلية لرغبات و ميولات الطلبة الذين يتابعونها.

جدول رقم (30): يوضح مدى تلبية برامج الإذاعة المحلية لرغبات وميولات الطلبة حسب متغير التخصص:

التخصص	إعلام و اتصال		بيولوجيا		المجموع	
الإجابة	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائما	24	34.28	13	26	37	30.83
أحيانا	42	60	23	46	65	54.16
نادرا	04	05.71	14	28	18	15
المجموع	70	%100	50	%100	120	%100

يوضح الجدول رقم (30): مدى تلبية برامج إذاعة الجلفة المحلية لميولات ورغبات الطلبة حسب متغير التخصص إذ نلاحظ أن أكبر نسبة من التخصصين ترى بأنها تلبي "أحيانا"رغباتهم وميولاتهم ، حيث بلغت النسبة عند طلبة الإعلام و الاتصال 60%، وعند طلبة البيولوجيا 46%، وهذا يعني أنهم يحصلون على إشباعاتهم من خلال الوسائل الإعلامية الأخرى التي يستخدمونها بالتوازي مع إذاعة الجلفة المحلية.

وترى نسبة 34.28 % من طلبة الإعلام و الاتصال بأن البرامج تلبي رغباتهم بصفة"دائمة"، و يفسر هذا باعتماد هذه الفئة من الطلبة على إذاعة الجلفة المحلية كوسيلة إعلامية أساسية لموافقة برامجها اهتماماتهم ، و طريقة تسيير برامجها من طرف معديها ومقدميها المحكمة ، بالإضافة إلى حصولهم على مختلف تساؤلاتهم منها وتجيب على انشغالاتهم، وفي مقابل ذلك قدرت النسبة عند طلبة البيولوجيا بـ 26% .

و يرى طلبة البيولوجيا 28بأن هـ\ه البرامج لا تلبي احتياجاتهم وميولاتهم و رغباتهم "أبدا" بنسبة 28% مقابل 05.71% لطلبة الإعلام و الاتصال ، ويرجع هذا – ربما- لكون برامج الإذاعة المحلية من الجلفة لا توافق اهتماماتهم المعرفية و النفسية و الاجتماعية ، وقد وجدوا ما يحقق هذه الاشباعات في وسائل أخرى.

وبالتالي نستنتج أنه توجد علاقة بين متغير التخصص ومدى تلبية الإذاعة لرغبات و ميولات الطلبة.

جدول رقم (31): يوضح الاشباعات النفسية التي تحققها برامج إذاعة الجلفة المحلية للطلبة:

	التكرار	النسبة
التخلص من الشعور بالوحدة	41	30.59
تعمل على الترفيه عنك	87	64.92
أخرى تذكر	06	04.48
المجموع	134	%100
المجموع	147	%100

يوضح الجدول رقم (31) الاشباعات النفسية التي تحققها برامج إذاعة الجلفة المحلية للطلبة ، حيث نجد أن نسبة 64092% وهي نسبة الأغلبية ، ترى بأن البرامج تحقق إشباع "الترفيه" وهذا لأن الإذاعة وسيلة أساسية للتسلية و الترفيه كخاصية من خصائصها كوسيلة إعلامية ، بالإضافة إلى أن الطلبة يلجئون إلى الترويح عن أنفسهم من أجل التخفيف من الضغوطات التي يواجهونها يوميا في حياتهم العامة و الدراسية بصفة خاصة ، كما يمكن أن يعود هذا التنوع لطبيعة البرامج من أغاني و ألعاب و ألغاز و مسابقات.

ثم يأتي إشباع " التخلص من الشعور بالوحدة " في المرتبة الثانية بنسبة 30.59%، من مجموع تكرارات أفراد العينة خاصة الذين يتواجدون داخل غرفة الإقامة الجامعية أو المنزل العائلي بمفردهم.

و أخيرا هناك من يرى بأن البرامج الإذاعية تحقق اشباعات نفسية أخرى بنسبة بلغت 04.48% من تكرارات المبحوثين كطرح الانشغالات و البحث عن إجابات من خلال البرامج الإذاعية التي تبثها إذاعة الجلفة المحلية.

جدول رقم (32): يوضح الاشباعات النفسية التي تحققها برامج الاذاعة المحلية للطلبة حسب متغير الجنس:

الجنس	ذكور	إناث	المجموع

الاشباعات النفسية	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
التخلص من الشعور بالوحدة	12	27.28	29	32.22	41	30.59
تعمل على الترفيه عنك	29	65.90	58	64.44	87	64.92
أخرى تذكر	03	06.81	03	03.33	06	04.48
المجموع	44	%100	90	%100	134	%100

يوضح الجدول رقم (32): الاشباعات النفسية التي تحققها برامج إذاعة الجلفة المحلية حسب متغير الجنس ، حيث نلاحظ أن نسبة الإشباع النفسي الخاص بالترفيه هي الأكبر عند الجنسين ، كما نلاحظ تقاربا في نسبته بين الذكور و الإناث(65.90% للذكور ، 64.44% للإناث).

وفي المرتبة الثانية، نجد نسبة الإشباع النفسي الخاص بـ" التخلص من الشعور بالوحدة " حيث بلغت عند الإناث 32.22% مقابل 27.28% لفئة الذكور من الطلبة ، و قد يعود هذا الاختلاف –كما أشرنا سابقا – إلى تواجد من فئة الإناث داخل الإقامة الجامعية أو البيت العائلي ، مقارنة بفئة الذكور ، و جاءت اشباعات نفسية أخرى في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة بلغت عند الذكور 06.81% و نسبة 03.33% عند الإناث.

ومن خلال المعطيات التي ذكرنا ، يمكننا القول بأنه توجد علاقة بين متغير الجنس و الاشباعات النفسية التي تحققها برامج إذاعة الجلفة المحلية للطلبة.

جدول رقم (33): يوضح الاشباعات النفسية التي تحققها البرامج الاذاعية للطلبة حسب متغير التخصص:

التخصص / الاشباعات النفسية	إعلام و اتصال		بيولوجيا		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
التخلص من الشعور بالوحدة	16	20	25	46.29	41	30.59
تعمل على الترفيه عنك	60	75	27	50	87	64.22
أخرى تذكر	04	05	02	03.70	06	04.48
المجموع	80	%100	54	%100	134	%100

يبين الجدول رقم (33): الاشباعات النفسية التي تحققها إذاعة الجلفة المحلية من خلال برامجها للطلبة ، إذ نلاحظ أن نسبة الإشباع النفسي الخاص بـ "العمل على الترفيه" هي الأكبر بين النسب عند التخصصين ، حيث بلغت نسبة 75% عند طلبة الإعلام والاتصال و50% عند طلبة البيولوجيا ،وهذا راجع لكون أن الطلبة من المبحوثين يلجئون للاستماع لبرامج الإذاعة المحلية من أجل الترويح عن أنفسهم و إبعاد الضغوطات اليومية.

وترى نسبة 46.29% من طلبة البيولوجيا بأن البرامج الإذاعية تحقق لهم "التخلص من الشعور بالوحدة" مقابل نسبة 20% لطلبة الإعلام والاتصال، ثم تأتي النسب الخاصة بالإشباعات النفسية الأخرى بـ05% من طلبة الإعلام والاتصال و 03.70% لطلبة البيولوجيا .

وبهذا يمكننا القول بأن هناك علاقة بين متغير التخصص و الاشباعات النفسية التي تحققها برامج إذاعة الجلفة المحلية للطلبة.

جدول رقم (34): يوضح رأي الطلبة في مدى مساهمة البرامج في حل المشاكل الاجتماعية:

	التكرار	%
دائما	45	37.50
أحيانا	55	45.83
أبدا	20	16.66
المجموع	120	%100

يوضح الجدول رقم (34): رأي أفراد العينة في مدى سعي برامج إذاعة الجلفة المحلية في حل المشاكل الاجتماعية في المنطقة ، حيث نلاحظ أن نسبة 45.83% و هي نسبة الأغلبية يرون بأنها تسعى "أحيانا" لحل المشاكل الاجتماعية.

و ترى ما نسبته 37.50%أن البرامج الإذاعية تسعى"دائما" إلى حل المشاكل الاجتماعية ، و يعود هذا لاستماعهم الدائم للبرامج الاجتماعية بهذه الإذاعة واقتناعهم بأنها تصبو دائما أن تكون مرتبطة بحال البيئة الاجتماعية المحلية و طبيعة الواقع التي تتواجد فيه، مما سهل عملية اندماجها في هذا الواقع ، إلى أن أصبحت وسيلة توافق اجتماعي و ثقافي تساهم في استقرار النظام الاجتماعي بكامله. وفي المرتبة الأخيرة ترى ما نسبته16.66% من أفراد العينة أن هذه البرامج لا تسعى"أبدا" لحل المشاكل الاجتماعية ، وذلك لعدم توافق البرامج الاجتماعية في هذه الإذاعة مع اهتماماتهم، أو عدم طرحها بطرق تناسبهم في معالجتها ، مما جعلهم يرونها بأنها تعمل فقط على طرح المواضيع الاجتماعية دون المساهمة في حلها.

ومن خلال النتائج الكمية ، لاحظنا تقاربا بين معطيات هذا الجدول و معطيات الجدول الخاص بأفراد العينة في رأيهم في مدى مساهمة البرامج لحل المشاكل الاجتماعية و علاقتها بمتغير الجنس ،أي أنه لا توجد علاقة بين هذا المتغير و مدى مساهمة برامج الإذاعة في حل المشاكل الاجتماعية ، ونفس الشيء يقال عن المتغير الخاص بالتخصص.

جدول رقم (35): يوضح مدى الأخذ بالحلول التي تقترحها برامج إذاعة الجلفة المحلية لحل مشاكل الاخرين :

	التكرار	%

دائما	30	25
أحيانا	75	62.50
أبدا	15	12.50
المجموع	120	%100

يوضح الجدول رقم (35) مدى استفادة أفراد العينة من برامج إذاعة الجلفة المحلية ، و الأخذ بالحلول التي تقترحها لحل مشاكل بعض أفراد المجتمع المحلي خاصة الاجتماعية منها حيث نجد أن نسبة 62.50%، وهي نسبة الأغلبية تأخذ بالحلول "أحيانا" من هذه البرامج ، بينما تأخذ نسبة 25% من أفراد العينة بالحلول بصفة "دائمة" وهذا قد يكون سبب في تدني نسبة الذين لا يأخذون بالحلول المقترحة من طرف هذه البرامج "أبدا" و التي قدرت بـ 12.50%.

و عليه ومن خلال المعطيات المبينة سابقا نستنتج بأن برامج إذاعة الجلفة المحلية– غالبا– ما تحقق اشباعات اجتماعية متوقعة من طرف الطلبة، بتقديم حلول و اقتراحات و أفضل الطرق للتعامل مع الآخرين.

جدول رقم (36): يوضح مدى أخذ الطلبة بالحلول التي تقترحها البرامج الإذاعية لحل مشاكل الآخرين حسب متغير الجنس:

الجنس	**ذكور**		**إناث**		**المجموع**	
الإجابة	**التكرار**	**النسبة %**	**التكرار**	**النسبة %**	**التكرار**	**النسبة %**
دائما	06	13.63	24	31.57	30	25
أحيانا	30	68.18	45	59.21	75	62.50
أبدا	08	18.18	07	09.21	15	12.50
المجموع	44	%100	76	%100	120	%100

يوضح الجدول رقم (36) مدى أخذ الطلبة المبحوثين بالحلول التي تقترحها برامج إذاعة الجلفة المحلية حسب متغير الجنس ، حيث بينت نتائج الجدول أن أكبر نسبة لدى الذكور (68.18%) ترى بأنها تأخذ بالحلول المقترحة من البرامج "أحيانا" مقابل 59.21% لدى الإناث.

و ترى نسبة 31.75% من مجموع تكرارات الإناث أنها تأخذ بالحلول المقترحة بصفة "دائمة" مقابل 13.63% للذكور.

في حين لا تأخذ بالحلول المقترحة من برامج الإذاعة "أبدا" نسبة 18.18% عند الذكور و 09.21 % عند فئة الإناث.

وعليه نستنتج أن فئة الإناث تأخذ بالحلول التي تقترحها برامج إذاعة الجلفة المحلية لحل مشاكل الآخرين الاجتماعية و تستفيد منها ، أكثر من فئة الذكور من الطلبة.

جدول رقم (37): يوضح مدى أخذ الطلبة بالحلول التي تقترحها البرامج الإذاعية لحل مشاكل الآخرين حسب متغير التخصص:

التخصص	إعلام و اتصال		بيولوجيا		المجموع	
المدة	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائما	18	25.71	12	24	30	25
أحيانا	46	65.71	29	58	75	62.50
أبدا	06	08.57	09	18	15	12.50
المجموع	70	%100	50	%100	120	%100

يوضح الجدول رقم(37) مدى أخذ طلبة أفراد العينة بالحلول التي تقترحها برامج إذاعة الجلفة المحلية حسب متغير التخصص ، إذ نلاحظ أن نسبة (65.71%) من طلبة الإعلام والاتصال يأخذون بالحلول التي تقترحها برامج الإذاعة بصفة "أحيانا" ، مقابل نسبة (58%) لطلبة البيولوجيا .

في حين هناك نسبة 25.71%، من طلبة الإعلام والاتصال يأخذون "دائما" بالحلول المقترحة لحل المشاكل الاجتماعية لدى الآخرين خلال برامج الإذاعة وتقل عنها نسبة طلبة البيولوجيا في نفس صفة الأخذ بالحلول ، وذلك بـ24% وهذا ما يفسر ارتفاع نسبة الذين لا يأخذون "أبدا" بالحلول المقترحة لدى طلبة تخصص البيولوجيا والتي بلغت 18% مقارنة بطلبة تخصص إعلام واتصال التي قدرت نسبتهم بـ08.57% .

وعلى هذا يمكننا أن نقول بأن طلبة تخصص الإعلام والاتصال يأخذون بالحلول التي تقترحها برامج إذاعة الجلفة المحلية لحل المشاكل الاجتماعية لدى أفراد المجتمع المحلي ، و يستفيدون منها أكثر من طلبة تخصص البيولوجيا .

جدول رقم (38): يوضح ما إذا كان الطلبة يجدون نقائص في البرامج التي يستمعون اليها:

	التكرار	%
نعم	96	80
لا	24	20
المجموع	120	%100

يوضح الجدول رقم(38) رأي الطلبة المبحوثين فيما إذا كانت هناك نقائص في برامج إذاعة الجلفة المحلية التي يستمعون إليها ، إذ تبين أن 80% من أفراد العينة يرون بأنها تحتوي على نقائص ، و هذا يدل على وجود بعض السلبيات تشوب البرامج في عملية الاستماع ومتابعته.

في مقابل ذلك ترى نسبة 20% من مجموع تكرارات أفراد العينة من الطلبة بأنه لا توجد نقائص بهذه البرامج المتابعة من قبلهم ، مما يدل على أنها تلبي إشباعاتهم المعرفية والإعلامية ورغباتهم و ميولاتهم النفسية و الاجتماعية ، و بالتالي فهي في نظرهم مضامين لا نقائص فيها ، وهنا تبرز أهمية و درجة اهتمام هذه الفئة ببرامج إذاعة الجلفة المحلية.

و للإشارة عدم تغير أو اختلاف النتيجة عند تمثيل رأي أفراد العينة في ما إذا كانت هناك نقائص في البرامج التي يستمعون إليها من خلال إذاعة الجلفة المحلية حسب متغيري الجنس و التخصص ، فإننا نكتفي هنا بالجدول الذي تم شرحه و تفسير بياناته و معطياته ، وهذا ما يعني عدم وجود علاقة بين مشاركة أفراد العينة في برامج الإذاعة المحلية بالجلفة ومتغيري الجنس و التخصص .

في حالـة الرد بالإيجاب

جدول رقم (39): يوضح نوع النقائص التي يجدها الطلبة في برامج الإذاعة المحلية :

	التكرار	%
طريقة التنشيط	25	17
المواضيع المعالجة	48	32.65
الضيوف المشاركون	30	20.40
المدة الزمنية	38	25.85
أخرى تذكر	06	04.08
المجموع	147	%100

يوضح الجدول رقم(39) في ما تكمن النقائص التي يرى المبحوثين بأنها موجودة في برامج إذاعة الجلفة المحلية ، إذ نلاحظ أن نسبة 32.65% ترى النقائص تتمثل في طبيعة المواضيع المعالجة ، أي أن بعض المواضيع تكون عامة وبعيدة عن اهتماماته و انشغالاته الشخصية. وحسب هذه الفئة ، فقد ترى بأن بعض البرامج لا يتماشى الموضوع المعالج مع طبيعتها ، و بالتالي تكون المواضيع سطحية و لا تلبي إشباعاتهم.

وقدرت نسبة من يرون النقص في الضيوف المشاركين بـ20.40%، حيث أن بعض الضيوف المشاركين – حسب رأيهم – هم شخصيات غير مؤهلة للخوض في مواضيع هامة ، و لا يجيبون على انشغالاتهم و استفساراتهم ، و يعتبرونهم مملين في حديثهم نتيجة عدم تمكن الضيوف المشاركين من الموضوع المعالج.

كما أن المدة الزمنية عادة ما تكون غير كافية لمتابعة برامجهم وهذا ما يراه 25.85% من مجموع الطلبة المجيبين ففي بعض الأحيان يكون الموضوع مهما ، ولكن لا تخصص له المدة الكافية ، مما يؤثر على بناء فكرة متابعة البرامج لصياغة أفكار متكاملة لدى الطلبة.

و ترى نسبة 17% أن مواطن النقص في البرامج تكمن في طريقة التنشيط ، فقد تكون المواضيع جيدة ومحلية تعني بكل شؤون المجتمع المحلي ، لكن الضعف يكون في طريقة معالجة المواضيع من قبل مقدمي هذه البرامج ، الأمر الذي يفقد الموضوع قيمته.

بينما ترى نسبة 04.08% أنه هناك نقائص أخرى كغياب الموضوعية في طرح القضايا و المشاكل و المواضيع ونقص الخبرة وغيرها. ونشير هنا إلى الاكتفاء بجدول واحد يوضح مواطن النقص التي يرى المبحوثين بأنها موجودة في برامج إذاعة

الجلفة المحلية ، دون ربطه بمتغيري الجنس و التخصص ، وذلك لعدم تغير أو اختلاف النتيجة عند تمثيلها حسب المتغيرين السابقين ، وذلك ما يعني عدم وجود علاقة بين رأي الطلبة في وجود النقائص ومتغيري الجنس و التخصص.

جدول رقم (40): يوضح مدى مساهمة إذاعة الجلفة المحلية في التعريف بالثقافة المحلية للمنطقة :

	التكرار	%
دائما	84	70
أحيانا	30	25
أبدا	06	05
المجموع	120	%100

يوضح الجدول رقم(40) رأي المبحوثين في مدى مساهمة إذاعة الجلفة المحلية في التعريف بالثقافة المحلية للمنطقة حيث نجد أن 70% وهي نسبة الأغلبية من مجموع تكرارات المبحوثين يرون بأن إذاعة الجلفة من خلال برامجها تساهم بصفة "دائمة" في التعريف بالثقافة المحلية للمنطقة ، ويمكن أن يكون هذا راجع لكون المبحوثين من خلال إقبالهم على الإذاعة وجدوا أنها تركز على برامج تعرف بخصائص ومميزات ولاية الجلفة، إلى جانب خصوصياتها الثقافية وهذا ما يفسر انخفاض نسبة أفراد العينة الذين يرون بأن برامج الإذاعة لا تهتم بالموروث الثقافي "أبدا" للمنطقة ، و التي قدرت ب05%.

و يرى نسبة 25% من أفراد العينة بأن إذاعة الجلفة المحلية "أحيانا" ما تساهم في نشر الثقافة المحلية الخاصة بالمنطقة ، ذلك أن حجم البرامج التي تقوم بهذا الجانب صغيرة مقارنة بحجم البرامج العامة الأخرى التي تعني بمختلف شؤون الحياة.

جدول رقم (41): يوضح مدى مساهمة إذاعة الجلفة المحلية في التعريف بالثقافة المحلية للمنطقة حسب متغير الجنس :

الجنس	**ذكور**		**إناث**		**المجموع**	
الإجابة	**التكرار**	**النسبة %**	**التكرار**	**النسبة %**	**التكرار**	**النسبة %**
دائما	24	54.54	60	78.94	84	70
أحيانا	15	34.09	15	19.73	30	25
أبدا	05	11.36	01	01.32	06	05
المجموع	44	%100	76	%100	120	%100

يوضح الجدول رقم(41) رأي المبحوثين في مدى مساهمة إذاعة الجلفة المحلية في التعريف بالثقافة المحلية للمنطقة حسب متغير الجنس ، حيث نجد أن النسبة الغالبة من الجنسين ترى بأن الإذاعة تساهم في هذا التعريف "دائما" لكن

تعتبر نسبة الإناث (78.94%) أكثر من نسبة الذكور التي بلغت (54.54%)، و ذلك – ربما- لكثرة تعرض الإناث لبرامج الإذاعة أكثر من الذكور ، و بالتالي فئة الإناث لها معرفة اكثر بالبرامج التي تعني بالثقافة المحلية للمنطقة.

وترى نسبة 34.09% من فئة الذكور بأن برامج الإذاعة تساهم "أحيانا" في التعريف بالثقافة المحلية للمنطقة مقابل نسبة 19.73% من الإناث ترى نفس الشيء.

وحددت نسبة 11.36% من الذكور و 01.32% من فئة الإناث و التي ترى بأن الإذاعة لا تساهم في التعريف بالثقافة المحلية للمنطقة "أبدا".

ومما سبق ، نستنتج بأنه لا توجد علاقة بين متغير الجنس و رأي المبحوثين من الطلبة في مدى مساهمة إذاعة الجلفة المحلية في التعريف بالثقافة المحلية للمنطقة.

جدول رقم (42): يوضح مدى مساهمة إذاعة الجلفة المحلية في التعريف بالثقافة المحلية للمنطقة حسب متغير التخصص:

التخصص	إعلام و اتصال		بيولوجيا		المجموع	
الإجابة	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
دائما	51	72.85	33	66	84	70
أحيانا	17	24.28	13	26	30	25
أبدا	02	02.85	04	08	06	05
المجموع	70	%100	50	%100	120	%100

يوضح الجدول رقم(42) راي أفراد العينة من الطلبة في مدى مساهمة البرامج الإذاعية المحلية في التعريف بالثقافة المحلية للمنطقة حسب متغير التخصص ،حيث نلاحظ أن النسبة الغالبة من التخصصين ترى بأنها تساهم "دائما" في هذا التعريف بالموروث الثقافي المحلي غير أن نسبة طلبة الإعلام والاتصال (72.85%) تفوق نسبة طلبة تخصص البيولوجيا و التي قدرت بـ(66%) ، و يعود ذلك – ربما- لكثرة تعرض طلبة الإعلام والاتصال لبرامج الإذاعة مقارنة بطلبة البيولوجيا ، و بالتالي طلبة تخصص الإعلام والاتصال أكثر معرفة بالبرامج التي تعرف بالموروث الثقافي المحلي للمنطقة.

وترى نسبة 26% من طلبة تخصص البيولوجيا بأن الإذاعة تساهم " أحيانا" في التعريف بالثقافة المحلية للمنطقة وترى نسبة24.28% من طلبة تخصص الإعلام والاتصال نفس الشيء. و أجابت نسبة 08% من طلبة البيولوجيا بأنها لا ترى الإذاعة تقوم بهذا الدور "أبدا"، لتجيب نسبة 2.86%من طلبة الإعلام والاتصال نفس الشيء.

ومن خلال هذه المعطيات الكمية السابقة ، نجد أنه لا توجد علاقة بين متغير التخصص و رأي المبحوثين في مدى مساهمة الإذاعة في التعريف بالثقافة المحلية للمنطقة.

جدول رقم (43): يوضح مدى مساهمة الإذاعة المحلية بالجلفة في تمسك الجمهور بعادات و تقاليد المنطقة:

	التكرار	%

دائما	86	71.66
أحـيانا	28	23.33
أبدا	06	05
المجموع	120	%100

يوضح الجدول رقم(43) رأي المبحوثين في مدى مساهمة برامج إذاعة الجلفة المحلية في جعل الجمهور يتمسك بعادات وتقاليد المنطقة ، حيث نلاحظ ما نسبته 71.66% من المبحوثين ، وهي نسبة الأغلبية ترى بأنها تساهم بشكل "دائم" في تمسك الجمهور بعادات وتقاليد المنطقة ، وهذا الذي يفسر انخفاض نسبة أفراد العينة الذين يقولون بأن برامج الإذاعة لا تقوم بهذا الدور "أبدا" ، و التي قدرت بـ05%.و ترى نسبة 23.33% من المبحوثين أن الإذاعة المحلية "أحيانا" ما تقوم بالمساهمة في تمسك الجمهور بالعادات والتقاليد الخاصة بالمنطقة ، – وحسب أفراد العينة– فإن إذاعة الجلفة تقوم بهذا الدور ، لأن إنتاج البرامج فيها يتم انطلاقا من خصوصيات المنطقة المحلية،من جعل الجمهور يحافظ على ثقافته و عاداته وتقاليده المحلية ، في ظل التطورات التي يشهدها العالم في تكنولوجيات الإعلام والاتصال ، و التي نقلت إلى الجمهور ثقافات غريبة عنه وتحاول إزاحة ثقافته وعاداته وتقاليده ، و بمحافظة الجمهور على عاداته وتقاليده الخاصة به تكون له هوية ثقافية محددة يستطيع التعايش بها مع الظروف الحالية للعالم أجمع ، وكل هذا بفضل الدور الذي تلعبه الإذاعة المحلية.

جدول رقم (44): يوضح مشاركة أفراد العينة في البرامج التي يستمعون إليها

	التكرار	**النسبة**
نعم	30	25
لا	90	75
المجموع	120	%100

يوضح الجدول رقم (44): مدى مشاركة المبحوثين في برامج إذاعة الجلفة المحلية ، إذ نلاحظ أن ثلاثة أرباع أفراد العينة 75% لا يشاركون في هذه البرامج ، واكتفائهم بالاستماع فقط ، أي أن معظم الطلبة المتلقين لا يتفاعلون مع ما يستمعون من برامج ، وهذا قد يكون نتيجة عدم اهتمامهم بإبداء رأيهم حول ما يدور في المواضيع الإعلامية التي تبث.

في حين بلغت نسبة أفراد العينة الذين يشاركون في هذه البرامج25% و يمكن القول بأن هذه الفئة مهتمة بإبداء رأيها حول ما يقدم لها ، وجعلها منبرا للتعبير عنهم عما يشغلهم و يهتمون له.

و للإشارة ، فقد اكتفينا هنا بجدول واحد يوضح مشاركة أفراد العينة في البرامج التي يستمعون لها من خلال إذاعة الجلفة المحلية ، دون ربطه بمتغيري الجنس و التخصص ، و هذا لعدم تغير أو اختلاف النتيجة عند تمثيلها حسب متغيري الجنس و التخصص.

وذلك يعني أنه لا توجد علاقة بين مشاركة المبحوثين في برامج الإذاعة المحلية من الجلفة و متغيري الجنس و التخصص.

في حالة الاجابة بـ"لا" فلماذا؟

جدول رقم (45): يوضح أهم أسباب عدم مشاركة الطلبة في البرامج الإذاعية التي تبثها إذاعة الجلفة المحلية:

	التكرار	النسبة
راض بالشيء المقدم – بلا تردد	02	03.33
عدم التعود على الاتصال	12	20
لا يوجد وقت للاتصال	18	30
لعدم الانتظام في التعرض	04	06.66
صعوبة الاتصال بالإذاعة	09	15
عدم وجود الهاتف أو الرصيد	06	10
لأن اتصالات الآخرين تجيب على استفساراتي	08	13.33
نظرا لأنهم لن يأخذوا برأيي	01	01.66
المجموع	60	%100

يوضح الجدول رقم (45) أهم أسباب عدم مشاركة أفراد العينة في برامج إذاعة الجلفة المحلية ، حيث نلاحظ أن النتائج تبين أن نسبة 30% من المبحوثين ، و هي النسبة الغالبة ترجع عدم مشاركتها في البرامج الإذاعية لعدم وجود الوقت المتسع لذلك ، كما نجد أن نسبة 20% تقول بأن عدم اتصالها للمشاركة في هذه البرامج يعود لعدم التعود على الاتصال ، وغياب ثقافة الاتصال بالإذاعة ، كما يتضح أن نسبة 15% من أفراد العينة تقول بأن عدم اتصالها بالإذاعة راجع إلى صعوبة الاتصال بالإذاعة.

وتباينت الأسباب الأخرى بين اتصالات الآخرين و إجاباتهم عن أهم تساؤلات المبحوث 13.33، عدم وجود الهاتف أو الرصيد 10%، و بين عدم الانتظام في التعرض 06.66%، و الرضا بالشيء المقدم03.33%، والظن بأن لا يأخذوا برأي المبحوث 1.66%، وبهذا كانت كل هذه الأسباب الذاتية ، تتعلق بشخصية المبحوث – على الأغلب – إلا أننا نلاحظ عدم ذكر أي سبب موضوعي متعلق بمستوى البرامج،ونوعية المواضيع المقدمة ، لتبقى تلك الأسباب الشخصية.

جدول رقم (46): يوضح رأي الطلبة في برامج إذاعة الجلفة المحلية:

	التكرار	النسبة

ناجحة جدا	36	30
ناجحة إلى حد ما	72	60
غير ناجحة	12	10
المجموع	120	%100

يوضح الجدول رقم (46) رأي المبحوثين من الطلبة في برامج إذاعة الجلفة المحلية ، حيث نجد أن نسبة 60% من تكرارات أفراد العينة هي نسبة الأغلبية ، ترى بان برامج إذاعة الجلفة المحلية ناجحة "إلى حد ما"،وهذا ما يدل على أن المبحوثين يجدون بعض حاجاتهم في برامج إذاعة الجلفة المحلية ، مما جعلهم يقولون بأنها ناجحة "إلى حد ما"، وهذا ما يفسر انخفاض نسبة تكرارات أفراد العينة الذين يرون أن برامجها "غير ناجحة"و التي قدرت بـ10%.

و ترى نسبة30% من أفراد العينة بان برامج إذاعة الجلفة المحلية "ناجحة جدا " وذلك يعود – ربما- لأنها تحقق مختلف الإشباعات من طرف هذه الفئة من الطلبة الذين يتعرضون إلى برامجها.

ومن خلال المعطيات الكمية السابقة يمكن أن نقول بأن إذاعة الجلفة المحلية تعتبر –حسب أغلبية أفراد العينة- إذاعة ناجحة ، من خلال تقديمها لبرامج ناجحة تحقق مختلف الاشباعات المعرفية والإعلامية و النفسية والاجتماعية وغيرها ، المتوقعة من طرف متابعيها ومستمعيها.

جدول رقم (47): يوضح رأي الطلبة في برامج إذاعة الجلفة المحلية حسب متغير الجنس:

الجنس	**ذكور**		**إناث**		**المجموع**	
الإجابة	**التكرار**	**النسبة %**	**التكرار**	**النسبة %**	**التكرار**	**النسبة %**
ناجحة جدا	10	22.72	26	34.21	36	30
ناجحة إلى حد ما	25	56.81	47	61.84	72	60
غير ناجحة	09	20.46	03	03.94	12	10
المجموع	44	%100	76	%100	120	%100

يوضح الجدول رقم (47): رأي الطلبة في برامج إذاعة الجلفة المحلية حسب متغير الجنس ، حيث نجد أن نسبة الذين يرون بان برامج الإذاعة المحلية ناجحة "إلى حد ما" مرتفعة عند الجنسين ، اذ بلغت عند الإناث 61.84%مقابل نسبة 56.81% عند الذكور ، وهذا يدل على أن كلا الجنسين يجدون بعض حاجاتهم في برامج إذاعة الجلفة المحلية، مما جعلهم يقرون على أنها ناجحة إلى حد ما، لكن تعرض فئة الإناث لبرامج الإذاعة أكثر من فئة الذكور ، جعل الإناث

ترى بنسبة 34.21% أن برمج الإذاعة"ناجحة جدا "، و بالإضافة إلى تحقيق الإذاعة لمختلف إشباعاتهن ، كما تبين النتائج أن نسبة 22.72% من المبحوثين الذكور يرون بأن برامج الاذاعة المحلية من الجلفة "ناجحة جدا".

و ترى نسبة 20.46% من أفراد العينة الذكور بأن برامج إذاعة الجلفة المحلية "غير ناجحة "، وقد جاءت هذه النسبة مختلفة عند فئة الإناث ، و التي بلغت 03.94%.

وهذا ما يفسر على أن برامج إذاعة الجلفة المحلية تلبي حاجات فئة الإناث أكثر من فئة الذكور بحكم تعرضهم لها.

جدول رقم (48): يوضح رأي الطلبة في برامج إذاعة الجلفة المحلية حسب متغير التخصص:

التخصص	إعلام و اتصال		بيولوجيا		المجموع	
الإجابة	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
ناجحة جدا	22	31.42	14	28	36	30
ناجحة إلى حد ما	47	67.14	25	50	72	60
غير ناجحة	01	01.42	11	22	12	10
المجموع	70	%100	50	%100	120	%100

يوضح الجدول رقم (48): رأي الطلبة المبحوثين في برامج إذاعة الجلفة المحلية حسب متغير التخصص ، ونلاحظ على طلبة قسم الإعلام والاتصال أنهم يرون نسبة 67.14% أن البرامج " ناجحة إلى حد ما " بينما قدرت النسبة هذه عند المبحوثين من طلبة البيولوجيا 50% و تفسر ذلك بإقبال طلبة الإعلام على برامج الإذاعة أكثر من طلبة البيولوجيا ، مما جعل استماعهم لهذه البرامج يشبع بعض حاجاتهم ، و بالتالي فهم يقرون بأن البرامج التي تقدمها هذه الإذاعة ناجحة إلى حد ما ، في حين ترى نسبة 31.42% من طلبة الإعلام والاتصال أن برنامجها "ناجحة جدا " وذلك لتحقيق هذه الإذاعة لمختلف إشباعاتهم مقابل نسبة 28% لطلبة البيولوجيا.

كما يبين الجدول أن نسبة 22% من طلبة البيولوجيا يرون بأن برامج إذاعة الجلفة المحلية "غير ناجحة "، وقد جاءت هذه النسبة مختلفة عند طلبة الإعلام والاتصال ، والتي قدرت بـ01.42%.

و هذا ما يدل على أن الإذاعة المحلية تلبي حاجات طلبة الإعلام أكثر من طلبة البيولوجيا بحكم استخدامهم لها.

المبحث الثالث: عرض النتائج النهائية للدراسة.

تتمثل اهم النتائج التي وصلت اليها الدراسة فيما يلي :

01 – عادات وانماط الاستماع لبرامج إذاعة الجلفة المحلية :

توصلت الدراسة الى ان عادات و انماط استماع الطلبة للإذاعة المحلية هي كما يلي :

- مايقارب ثلث مجموع مفردات العينة يستمعون لبرامج اذاعة الجلفة المحلية بصفة دائمة (30%).
- نصف مجموع مفردات العينة تستمع بصفة غير منتظمة (أحيانا) ، لكن بشكل غالب (50%) .
- خمس (1/5) مجموع مفردات العينة يستمعون للاذاعة بصفة نادرة (20%).

– الإناث أكثر تعرضا للإذاعة المحلية ، وأكثر انتظاما في الاستماع للإذاعة من الذكور (84،36% للإناث18،18% للذكور).

– طلبة تخصص الإعلام و الاتصال أكثر انتظاما في التعرض للإذاعة المحلية و يستمعون بصفة دائمة من طلبة البيولوجيا (42،31% لطلبة الإعلام ، و 28 لطلبة البيولوجيا).

– تعتبر الفترة الصباحية هي الفترة المفضلة للاستماع عند أغلب أفراد العينة لبرامج الإذاعة المحلية بنسبة (58.45%) ، وتستمع نسبة (05،36%) للإذاعة حسب الظروف ، ونسبة 14.28% في الفترة المسائية ، وأخيرا نسبة (08.04%) تستمع في جميع الأوقات.

– لا توجد علاقة بين متغير الجنس و التخصص ، و الفترات المفضلة للتعرض لبرامج إذاعة الجلفة المحلية .

– يتعرض أغلب المبحوثين لإذاعة الجلفة المحلية لمدة تتراوح بين ساعة وثلاث ساعات ونسبة (19.16%) تستمع لأكثر من ثلاث ساعات .

– الإناث أكثر تعرضا للإذاعة المحلية من الذكور لفترة تتراوح بين ساعة و ثلاث ساعات (81. 48 %،6. 31%) وايضا أكثر تعرضا منهم لأكثر من ثلاث ساعات .

– الذكور أكثر تعرضا للإذاعة المحلية لأقل من ساعة من الإناث (54. 54 %، 95 . 28 %).

– طلبة الإعلام و الاتصال أكثر تعرضا للإذاعة المحلية من طلبة البيولوجيا لفترة تتراوح بين ساعة و ثلاث ساعات (42 . 51%- 30%) ، وايضا أكثر تعرضا منهم لاكثر من ثلاث ساعات .

– طلبة البيولوجيا أكثر تعرضا للإذاعة المحلية لأقل من ساعة من طلبة الإعلام و الاتصال (52 %، 57. 28 %).

* يفضل أفراد العينة الاستماع لبرامج الإذاعة المحلية في الأماكن الآتية:

- مكان السكن (الاقامة الجامعية) (60%).
- الحرم الجامعي (30%) .
- المركبة (10 %).

– الإناث أكثر تفضيلا لمكان السكن (أو الاقامة الجامعية) من الذكور (82 . 65 %، 45 . 52%) بينما الذكور أكثر تفضيلا للمركبة من الإناث (59 . 07 %، 12 . 13%)، كما أنهم أكثر تفضيلا للحرم الجامعي من الإناث (34.42%-26.58%).

– لا توجد علاقة بين متغير التخصص ومكان التعرض لبرامج الإذاعة المحلية بالجلفة.

– أكثر من نصف مفردات العينة يفضلون الإستماع لبرامج إذاعة الجلفة المحلية من خلال جهاز الراديو(58.45%).

– أكثر من ثلاث مفردات العينة يستمعون للبرامج الإذاعية المحلية من خلال الهاتف النقال(37.32%)، و يستمع ما نسبته 04.22% من خلال شبكة الأنترنت.

- الإناث أكثر تعرضا للإذاعة المحلية من الذكور من خلال جهاز الراديو (70.66%) و (44.78%) و أيضا أكثر منهم تعرضا من خلال شبكة الأنترنت(05.33%و 2.98%).
- الذكور أكثر تعرضا للإذاعة المحلية من خلال الهاتف النقال من الإناث(52.23%-24%).
- يتعرض طلبة الإعلام والإتصال بنسبة متقاربة مع طلبة البيولوجيا للإذاعة المحلية من خلال جهاز الراديو(58.53%-58.33%) وكذلك بالنسبة للإستماع عن طريق الهاتف النقال،(38.33%-36.58%)و نفس الشيء بالنسبة للاستماع عن طريق شبكة الأنترنت(04.87%-03.33%).
- لا توجد علاقة بين متغير التخصص و الوسيلة التي يفضلها الطلبة للاستماع لبرامج إذاعة الجلفة المحلية.
- توصلت الدراسة إلى أن البرامج التي يفضل أفراد العينة الاستماع إليها من خلال تعرضهم لإذاعة الجلفة المحلية هي:

1- البرامج الترفيهية (15.11%) .
2- البرامج الفنية (13.85%).
3- البرامج الاجتماعية (13.09%).
4- البرامج الإخبارية (12.59%).
5- البرامج الدينية (11.13%).
6- البرامج الثقافية (10.07%).
7- البرامج السياسية (08.81%).
8- البرامج الرياضية (05.03%).
9- البرامج التاريخية (03.77%).

- لا توجد علاقة بين متغيري الجنس، التخصص و البرامج المفضلة.
- توصلت الدراسة إلى أن دوافع الاستماع عند الطلبة هي كما يلي:

1- الاطلاع على ما يحدث في الواقع المحلي(53.33%).
2- لأنها توافق الاهتمامات الشخصية للطلبة (33.33%).
3- لإعجاب الطلبة بشخصية مقدمي البرامج (10.30%).

- يستمع الذكور للإذاعة المحلية بدافع "الإطلاع على ما يحدث في الواقع" أكثر من الإناث، رغم أن كلا الجنسين يستمعان بنفس الدافع في المرتبة الأولى.
- تستمع الإناث بدافع موافقة برامج إذاعة الجلفة المحلية لاهتماماتهن الشخصية أكثر من الذكور.
- يستمع طلبة الإعلام و الاتصال بدافع"موافقة الاهتمامات الشخصية لهم" لبرامج الإذاعة أكثر من طلبة البيولوجيا.
- يستمع طلبة البيولوجيا بدافع" الإطلاع على ما يحدث في الواقع المحلي" أكثر من طلبة الإعلام و الاتصال.
- دائما ما يناسب وقت بث برامج الإذاعة المحلية المفضلة أفراد العينة.

- فئة الإناث يناسبها وقت بث البرامج الإذاعية أكثر من فئة الذكور.
- طلبة الإعلام والاتصال يناسبهم وقت بث برامج إذاعة الجلفة المحلية أكثر من طلبة البيولوجيا.
- أغلبية المبحوثين يرون بأن مدة بث برامجهم المفضلة كافية.
- فئة الإناث ترى بأن مدة بث برامجها المفضلة كافية أكثر من فئة الذكور.
- طلبة البيولوجيا يرون بأن مدة بث برامجهم المفضلة كافية أكثر من طلبة الإعلام والاتصال.

02- الاشباعات التي تحققها إذاعة الجلفة المحلية للطلبة .

- تلبي برامج إذاعة الجلفة المحلية رغبات و ميولات أفراد العينة أحيانا بنسبة 54,16% ودائما بنسبة 30,83%.
- تلبي برامج إذاعة الجلفة المحلية رغبات و ميولات الإناث أكثر من الذكور.
- تلبي برامج إذاعة الجلفة رغبات و ميولات طلبة الإعلام والاتصال أكثر من طلبة البيولوجيا.

ونستخلص منه بأن الإعلام المحلي ، من خلال إذاعة الجلفة المحلية كوسيلة من وسائله يحقق الاشباعات المتوقعة من طرف أغلب متابعيه.

الاشباعات النفسية:

تحقق مفردات العينة من خلال الاستماع لبرامج إذاعة الجلفة المحلية الاشباعات النفسية الآتية:

1- الترفيه.

2- التخلص من الشعور بالوحدة.

-لا علاقة لمتغير الجنس والتخصص بتحقيق الاشباعات النفسية للمبحوثين .

الاشباعات الاجتماعية:

- يرى أغلب أفراد العينة أن برامج إذاعة الجلفة المحلية تساهم في حل المشاكل الاجتماعية.
-لا توجد علاقة بين متغير الجنس و التخصص ، والإشباع الخاص بالمساهمة في حل المشاكل الاجتماعية.
- يرى اغلب أفراد العينة أنهم يستفيدون من الحلول المقترحة في حل مشاكل الآخرين من خلال البرامج الاجتماعية في إذاعة الجلفة المحلية ويأخذون بها.
-يتحقق هذا الإشباع عند فئة الإناث أكثر من الذكور.
- يتحقق هذا الإشباع عند طلبة الإعلام والاتصال أكثر من طلبة البيولوجيا.
-كما توصلت الدراسة إلى أن اغلب أفراد العينة يجدون نقائص في البرامج التي يستمعون لها، تتمثل في طبيعة المواضيع المعالجة إضافة إلى المدة الزمنية المخصصة للبرامج ثم اختيار نوع الضيوف المشاركين وأخيرا طريقة التنشيط.
- لا توجد علاقة بين متغير الجنس والتخصص ، ورأي الطلبة حول وجود نقائص في برامج إذاعة الجلفة المحلية.

– يرى أغلب المبحوثين أن إذاعة الجلفة المحلية تساهم في التعريف بالثقافة المحلية للمنطقة،كما تساهم في جعل الجمهور يتمسك بعادات وتقاليد المنطقة.

–أغلبية المبحوثين لا يشاركون في البرامج التي يستمعون إليها من خلال إذاعة الجلفة المحلية .

– لا توجد علاقة بين متغير الجنس والتخصص ومدى مشاركة الطلبة في البرامج التي يستمعون إليها من خلال إذاعة الجلفة المحلية.

–أغلبية أفراد العينة يرون بأن برامج إذاعة الجلفة المحلية ناجحة إلى حد ما.

– الإناث يرون بأن هذه البرامج ناجحة أكثر من الذكور.

– طلبة الإعلام والاتصال يرون بأن برامج إذاعة الجلفة المحلية ناجحة أكثر من طلبة البيولوجيا.

وهنا نستخلص أن الإعلام المحلي من خلال ما تبثه إذاعة الجلفة المحلية من برامج ، يحقق الاشباعات النفسية والمعرفية والاجتماعية المتوقعة من طرف المتابعين والمستمعين.

03– نتائج عامة:

- بينت النتائج أن عادات وأنماط استخدام الطلبة لإذاعة الجلفة المحلية تتمثل في أن أكثر من ثلاث أرباع الطلبة المبحوثين يستمعون بصفة دائمة وأحيانا لبرامج هذه الإذاعة ، كما بينت أن الأغلبية يتعرضون لها لمدة تتراوح بين ساعة وثلاث ساعات ،كما أنهم يتلقون هذه البرامج في مكان البيت أو الإقامة الجامعية وداخل الحرم الجامعي .خاصة خلال الفترة الصباحية التي يفضلونها بصفة غالبة .
- أثبتت الدراسة أن الدوافع التي من أجلها يلجأ الطلبة إلى الاستماع لهذه البرامج تتمثل أساسا – و في الغالب – في الإطلاع على ما يحث في الواقع المحلي ، وأيضا لتتوافق الاهتمامات الشخصية للطلبة مع البرامج ، بالإضافة إلى إعجابهم بشخصية مقدمي البرامج .
- نتائج الدراسة بينت بأن برامج إذاعة الجلفة المحلية غالبا ما تحقق ميولات ورغبات الطلبة من خلال تحقق الإشباعات النفسية الممثلة أساسا في الترفيه والتخلص من الشعور بالوحدة و الاشباعات المعرفية والاجتماعية التي تتركز في التزود بالمعلومات والأخبار وحل المشاكل الاجتماعية ، والأخذ بالحلول المقترحة لمشاكل الآخرين.
- هذه الدراسة بينت انه لا توجد علاقة بين استخدامات و اشباعات الطلبة الجامعيين للإذاعة المحلية من خلال إذاعة الجلفة المحلية ، ومتغيري الجنس والتخصص .

الخاتمة :

نظرا لأهمية الإعلام المحلي في لعبه دورا جوهريا وسط الأفراد و المجتمعات المحلية ، و اعتماده على عنصر التفاعل المغيب في وسائل إعلام وطنية ، قد حاولت هذه الدراسة الإحاطة بأهم جوانب موضوع الإعلام المحلي و تحقيقه لإشباعات المستمعين من خلال الطلبة الجامعيين ، بالتعرف إلى مختلف مفاهيم الإعلام المحلي ، و التركيز على الإذاعة المحلية ، كوسيلة من وسائل هذا الإعلام .

وإن الجمهور المستهدف لكل إذاعة محلية ، متكون من أفراد مجتمع محلي ، هم سكان قرى متقاربة أو مدن صغيرة متجاورة متجانسة أو مدينة كبيرة ، لهذا فالإذاعة المحلية تستمد هويتها من مجتمعها المحلي الخاص بها.

ومهما اختلفت أشكال الوصول إلى الجمهور فالإذاعة المحلية تلبي الحاجات التي لا تستطيع الإذاعة المركزية تلبيتها بالنسبة للمجتمع المحلي ، فهي تقدم المعلومات عنه و تتيح فرص الاتصال به ، وتغذي صفاته المميزة والتي تتمثل في تلبية الحاجات الثقافية والإعلامية والنفسية والاجتماعية له وإقناع المواطنين بضرورة المشاركة في تنمية و مناقشة المشكلات المحلية ومحاولة حلها .

و توصل الطالب من خلال الدراسة النظرية و الميدانية التي قام بها إلى أن الإعلام المحلي من خلال إذاعة الجلفة المحلية يحقق الاشباعات المتوقعة من طرف المستمعين و المستخدمين له .

و نشير في الأخير ، إلى أن هذه الدراسة قد تناولت الإعلام المحلي ، من زاوية واحدة فقط ، بينما لا تزال زوايا أخرى كبيرة و متعددة تقتضي البحث و الدراسة ، باعتباره موضوعا خصبا و يحتاج إلى دراسات و أبحاث للتعريف به و التعرف عليه أكثر . ومن ذلك ما يلي :

- مضامين الإعلام المحلي ومدى ارتباطها باهتمامات الجمهور .
- مقارنة مضامين الصحافة المحلية بمضامين الإذاعة المحلية وأيهما اقرب إلى توقعات واهتمامات الجمهور.
- دراسة علاقات و ارتباط هذا النوع من الإعلام بمختلف القوى الفاعلة في المجتمع .
- سبب تشابه الشبكات البرامجية بصفة عامة بين الإذاعات المحلية بالجزائر .

قائمة المراجع

1 – كتب باللغة العربية :

01 – إبراهيم إمام : **الإعلام الإداري و التلفزيوني**، دار الفكر العربي ، مصر ، 1985م،ص256 .

02 – إبراهيم وهبي : **الخبر الإذاعي** ، دار الفكر العربي ، القاهرة –مصر ،1985، ص 18 .

03 – أبو القاسم سعد الله : **التاريخ الثقافي للجزائر** ، دار المغرب الإسلامي ،بيروت،1999م،ص300.

04– إحسان محمد الحسن :**مناهج البحث الاجتماعي** ،دار وائل للنشر ،عمان-الأردن ،2005، ص 205

05– أديب خضور : **دور الإعلام في مكافحة المخدرات** ، دار الأيام ،الجزائر ،1999م ل ص 9.

06– إسماعيل علي السعد :**الدعاية و الرأي العام :دراسة في الاتصال الإنساني** ، دار المعرفة الجامعية ،مصر ،2005 ،ص 32.

07– بيار ألبير : **تاريخ الإذاعة و التلفزيون** ، ترجمة زهير احدادن ،ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر ،1984 ، ص 25- 107-109 .

08 – جورج امغازدا ، ريموند جي كوسيني ،**نظريات التعلم** ، ج2 ، ترجمة علي حسين حجاج ، المجلس الوطني للثقافة و الآداب، الكويت ، 1986 ، ص 207 .

09 – حسن عماد مكاوي ،ليلى السيد : **الاتصال و الإعلام في المجتمعات المعاصرة** ،ط1 الدار المصرية اللبنانية ،القاهرة – مصر ، 2003م ص 240 -244- 249 .

10 – حمدي حسن :**الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام**، دار الفكر العربي ،مصر ،1991م ،ص 21-23-33.

11 – زهير احدادن : **مدخل لعلوم الإعلام و الاتصال** ،ط1 ، ديوان المطبوعات الجامعية ،2007 ،ص 68 -113 .

12 – زهير احدادن : تاريخ **الإذاعة و التلفزيون** ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1989 ،ص 99 .

13 – سمير محمد حسين ، **دراسات في مناهج البحث العلمي ،بحوث الإعلام** ، ط3 ،عالم الكتب ،مصر 1999م ، ص 147 .

14 – شهيناز طلعت :**وسائل الإعلام و التنمية الاجتماعية** ،القاهرة –مصر ، 1980 ،ص 25 .

15 – صالح خليل أبو أصبع : **الاتصال و نظرية المعاصرة** ، ط4،دار الآرام ،الأردن ،2004 م ،ص 140- 214 .

16 – عاطف عدلي العبد : **مدخل إلى الاتصال و الرأي العام ،الأسس النظرية و الإشعاعات العربية** ،دار الفكر العربي القاهرة – مصر ،1997،ص 198 -205 - 251 -287 .

17 – عامر مصباح : **الإقناع الاجتماعي –الخلفية النظرية و آلياته العلمية** ، ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر ، 2005 ، ص52 – 54 .

18 – عبد الرحمان عزي : **دراسات في نظريات الاتصال (نحو فكر إعلامي متميز)** ،ط1 ،مركز دراسات الوحدة العربية ،لبنان ، 2003 ، ص 115 .

19 – عبد العزيز شرف" جريدة المنهل " :**تركيب الرسالة الإعلامية** ،ص 113 .

20 – عبد العزيز شرف : **المدخل لوسائل الإعلام** ،ط2 ،دار الفكر العربي ،القاهرة–مصر ،1989م ،ص 103 .

21 – عبد المجيد شكري :**الإذاعات المحلية لغة العصر** ، المركز الجامعي للطباعة الالكترونية ، القاهرة – مصر ، 1987 ، ص 13-14 .

22 - عبد المجيد شكري : **تكنولوجيا الاتصال – إنتاج البرامج في الراديو و التلفزيون–** ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1996 ، ص 67 – 88 .

23 – عواطف عبد الرحمان :**الصحافة العربية في الجزائر** ، المؤسسة الوطنية للكتاب ، الجزائر ، 1985 ، ص 59 -61 .

24 – فريال مهنا :**علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية** ،ط1 دار الفكر دمشق – سوريا ، 2002،ص 140 - 147 -156 .

25– فضيل دليو : **الاتصال:مفاهيمه،نظرياته ،وسائله** ،ط1 ، دار الفجر ، القاهرة–مصر ،2003م ، ص–ص 31 – 32 -136 -137.

26 – فضيل دليو :**مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية** ،ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر ، 1998 ، ص 135 .

27 – ماجي الحلواني : **مدخل إلى الإذاعات الموجهة** ، ط1 ،دار الفكر العربي ، القاهرة–مصر ،1982 ، ص 09 -203- 205 .

28 – ماجي حلواني حسين ، محمد مهني : **مقدمة في الفنون الإذاعية و السمعي البصري** ، مركز الجامعة للتعليم المفتوح ، القاهرة – مصر ، 1999م ، ص 174 -179 -180 .

29 – محمد الجوهري و آخرون :**علم الاجتماع و دراسة الإعلام و الاتصال** ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية – مصر ،1992 ،ص 16 .

30 – محمد بن عبد الرحمان الحصيف : **كيف تؤثر وسائل الإعلام** ،ط1 ، مكتبة العبيكان ، الرياض- السعودية ، 1998م،ص 26 .

31 – محمد بن مرسلي : **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال** ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ،2003م ، ص 170 .

32 – محمد عبد الحميد :**نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**:عالم الكتاب ،ا قاهرة – مصر ،2000، ص 165 -222- 228 .

33 – محمد عبد الحميد : **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية** ،ط 2،عالم الكتب ،القاهرة- مصر ،2004م ، ص 15 -353 .

34 – محمد عبد الله عبد الرحمان ،محمد علي البدوي : **مناهج وطرق البحث الاجتماعي** ،دار المعرفة الجامعية ،القاهرة- مصر ، 2002م ،ص 371.

35 – محمد محمد عمر الطنوبي : **نظريات الاتصال** ، مركز الإشعاع ، مصر ، 2001 ، ص 339 .

36 – محمد محمود بني يونس : **سيكولوجية الدافعية والانفعالات** ،دار المسيرة ، الأردن ،2007م ،ص –ص 17- 18 .

37 – محمد مزيان : **مدخل إلى نظريات الاتصال المعاصرة** ، ط1 ،منشورات لالة سكينة للطباعة و النشر ، الجزائر ، 2000 ، ص 79 .

38 – محمد منير حجاب : **الإعلام و التنمية الشاملة** ، دار الغجر للنشر و التوزيع ،مصر ، 1998 ، ص 41 – 105 .

39 – محمد منير حجاب : **مهارات الاتصال للإعلاميين و التربويين و الدعاة** ، ط1 ،دار الفجر للنشر و التوزيع ، 1998م ،ص 51 .

40 – مرزوق عبد الحكيم : **الإعلانات الصحفية :دراسة في الاستخدامات والاشباعات** ،ط1 ، دار الفجر ،القاهرة–مصر ،2004 ،ص126 .

41 – مصطفى عيسى محمد فلاتة : **الإذاعة السمعية وسيلة اتصال و تعليم** ، دار النشر العلمي ، دون سنة ، ص 17 -19 .

42 – ميلفين ديفلير وساندرا بول روكيتش :**نظريات وسائل الإعلام** ، ترجمة كمال عبد الرؤوف ، الدراما الدولية للنشر و التوزيع ، القاهرة – مصر ،1993م ،ص 241 -266 -271 .

43 – نوال محمد عمر : **مناهج البحث الاجتماعية و الإعلامية** ،مكتبة الانجلومصرية ،القاهرة – مصر ، 1986 ، ص 12 -15 .

44 – نوال محمد عمر : **الإذاعات الإقليمية –دراسة تطبيقية مقارنة –** ، دار الفكر العربي ، القاهرة – مصر ،1993 ، ص15 .

45 – هربرت .أ.شيللر :**المتلاعبون بالعقول** ،ترجمة عبد السلام رضوان ،عالم المعرفة ، الكويت ، 1999م ،ص ص 25-28 .

46 – وليام ريفرز و آخرون :**الاتصال الجماهيري و المجتمع المعاصر** ، ترجمة احمد طلعت البشيشي ، دار المعرفة الجامعية ، مصر ،2005 ،ص 296 .

2 – المعاجم و الموسوعات :

47 – فيروز أبادي : **القاموس المحيط** ، ص–ص 943-944 .

48 – محمد منير حجاب : **المعجم الإعلامي** ، دار الفجر ،مصر،2004م ،ص4874 – 208 .

49 – ميشيل مان : **موسوعة العلوم الاجتماعية** ،ترجمة عادل مختار الهواري ، سعد عبد العزيز مصلوع ، دار المعرفة الجامعية ،مصر،1999م ،ص 483 .

50 – نخبة من أساتذة قسم علم الاجتماع : **مصطلحات العلوم الاجتماعية** ،دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، ص172 .

51 – نافل محمد محمد والي : **تدريس اللغة العربية** ، ص-ص 143-144 .

3 – الرسائل الجامعية :

52 – حفيظة سنوسي : **الإذاعة المحلية والعادات الاستماعية للمجتمع المحلي في الجزائر** ، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر ،1996 ،ص 04 .

53 – خلاف بومخيلة :**جمهور الطلبة الجزائريين ووسائل الإعلام المكتوبة** ، رسالة ماجستير غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال ،جامعة قسنطينة ، 2007 .

54 – عاطف عدلي العبد :**دور الإذاعة في تغيير النظرة التقليدية للمرأة في القرية** ، رسالة ماجستير ،1979 ، ص 205 .

55 – مسعودة جودي : **تجربة الإعلام المحلي في الجزائر** ، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال ،جامعة الجزائر ، 2003 .

4 – المجلات :

56 – مجلة أمواج ، مقال للحسين العيادي بعنوان : **نشأة الإذاعة السرية** ،العدد الأول ، الجزائر ، ديسمبر2006 ،ص 45 .

57 – مجلة الباحث، ع 11 ،معهد علم الاجتماع ، جامعة منتوري-قسنطينة ،1995م ،ص226 .

58 – مجلة الشاشة الصغيرة :العدد34 ،الجزائر ، اكتوبر1997 ، ص14 .

59 – مجلة العربي ، حديث الشهر ، **الثقافة المهيمنة ،مرض العصر** ، بقلم سليمان إبراهيم العسكري ، العدد 530 ، 2003م ، ص 11 .

60 – مجلة الوسيط في الدراسات الجامعية ، ج4 ، دار هومة للنشر و التوزيع ، الجزائر ، 2003 ،ص 77.

61 – مجلة المجاهد لحزب جبهة التحرير الوطني ، العدد 1128 ،1982، ص 27 .

62 – مجلة المجاهد لحزب جبهة التحرير الوطني ، العدد 1378 ، 1987 ،ص 54 .

63 – مجلة جمعية المرأة في الاتصال : **الفضاء الإذاعي – حالة الإذاعة المحلية** - ،2006 ،ص 3 – 7 .

5 – مراجع أخرى :

64 – الجريدة الرسمية : العدد 6 ،قانون رقم 82-10 ،المؤرخ في 12 ربيع الثاني 1402هـ ،الموافق ل 1982/02/06م ،المتعلق بالإعلام .

65 – الجريدة الرسمية : العدد 14 ،قانون 79 المؤرخ في 08 رمضان 1410 هـ ، الموافق ل 1990/03/04 المتعلق بالإعلام .

66 – منشورات وزارة الإعلام و الثقافة : الذكرى العاشرة للاستقلال ،1972 ،ص 265 .

6 –كتب باللغة الأجنبية :

67- Armand et Michèle Mattelart :**histoire des théories de la communication**, la découverte, paris ,1997,p87.

68 – Fanon Frantz : **Sociologie d'une révolution Maspero** , petite collection , 1968 ,p 57.

69 – Voyenne Bernard : **L'information Aujourdoui**, A .collin ,paris,1979.

ملخص الدراسة

تمحورت إشكالية هذه الدراسة حول تساؤل رئيسي :**ماهي استخدامات واشباعات طلبة جامعة الجلفة من برامج إذاعة الجلفة المحلية ؟**

وإن اختيار الطالب لهذا الموضوع لم يأتي اعتباطيا ، بل من منطلق **عدة أسباب** منها الأهمية المتزايدة التي صارت تتمتع بها هذه الوسيلة الإعلامية (الإذاعة المحلية)، بالإضافة إلى تراجع الأبحاث و الدراسات التي تتناولها ،واختيار الطلبة الجامعيين لإجراء هذه الدراسة يرجع لأهمية هذه الفئة في المجتمع انطلاقا من اعتبارها الشريحة المتعلمة و المثقفة بالإضافة إلى حجمها الكبير في الجزائر، والرغبة في معرفة عادات و أنماط استخدامها للإذاعة المحلية و الاشباعات المتحققة من خلال هذا الاستخدام . و ذلك استنادا إلى نظرية الاستخدامات و الاشباعات التي ما تزال فروضها تمثل حقلا خصبا لإجراء الدراسات انطلاقا منها ،أو اختبارا لها في ظل ظهور معطيات جديدة جاءت بها تكنولوجيات الاتصال و الإعلام الجديدة .

وقد سعت الدراسة إلى **تحقيق الأهداف** التالية : معرفة عادات و أنماط استخدام الطلبة الجامعيين للإذاعة المحلية،الكشف عن الاشباعات التي تتحقق للطلبة من خلال الاستماع لبرامج الإذاعة المحلية ، معرفة ما إذا كان هناك علاقة بين الاستخدامات و الاشباعات وفق متغيري الجنس – التخصص ، بالإضافة إلى التدرب على كيفية إجراء بحث علمي و ميداني للتحكم في إجراءات البحث العلمي . وهدف إجراء الدراسة كدراسة هو نيل شهادة الماستر.

واقتضت طبيعة الدراسة وأهدافها استخدام **منهج المسح الميداني بالعينة** ، وتم إجراء الدراسة الميدانية باستخدام أداتي جمع معلومات ، **المقابلة واستمارة الاستبيان** ،التي وزعت على عينة طبقية متعددة المراحل ،متكونة من (**120**) مفردة موزعة حسب **الجنس والتخصص** (علوم الإعلام والاتصال ،وبيولوجيا) ،لتمثيل كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ،وكلية علوم الطبيعة والحياة ،في جامعة زيان عاشور بالجلفة في الموسم الجامعي: **2012/ 2013م** .

وتتمثل **أهم النتائج** التي توصلت إليها الدراسة فيمايلي :

01- مايقارب ثلث مجموع مفردات العينة يستمعون لبرامج إذاعة الجلفة المحلية بصفة دائمة.
02- الإناث أكثر تعرضا للإذاعة المحلية ، وأكثر انتظاما في الاستماع للإذاعة من الذكور .
03- طلبة تخصص الإعلام و الاتصال اكثر انتظاما في التعرض للإذاعة المحلية و يستمعون بصفة دائمة من طلبة البيولوجيا

04- يتعرض اغلب المبحوثين لإذاعة الجلفة المحلية لمدة تراوح بين ساعة وثلاث ساعات .

05- تعتبر الفترتين، الصباحية والمسائية هما المفضلتين ، وكذا مكان السكن (الإقامة الجامعية)هوالمكان المفضل للاستماع عند أغلب أفراد العينة لبرامج الإذاعة المحلية .

06- أكثر من نصف مفردات العينة يفضلون الإستماع لبرامج إذاعة الجلفة المحلية من خلال جهاز الراديو .

07- وتوصات الدراسة كذلك إلى أن دوافع تعرض الطلبة إلى برامج إذاعة الجلفة المحلية هي :

- الإطلاع على ما يحدث في الواقع المحلي .
- لأنها توافق الإهتمامات الشخصية للطلبة .
- لإعجاب الطلبة بشخصية مقدمي البرامج .

08- غالبا ما تلبي برامج إذاعة الجلفة المحلية رغبات وميولات أفراد العينة ، وبالتالي فان الإعلام المحلي، من خلال إذاعة الجلفة المحلية كوسيلة من وسائله يحقق الاشباعات المتوقعة من طرف أغلب متابعيه.

09- تحقق برامج إذاعة الجلفة المحلية الاشباعات النفسية المتوقعة من طرف الطلبة ، وخاصة منها ما تعلق ب

- الترفيه.
- التخلص من الشعور بالوحدة.

10- تحقق برامج إذاعة الجلفة المحلية الاشباعات المعرفية والاجتماعية المتوقعة من طرف الطلبة ، و الممثلة في :

- المساهمة في حل المشاكل الاجتماعية.
- الأخذ بالحلول المقترحة لحل مشاكل الآخرين والاستفادة منها .

11- كما توصلت الدراسة إلى أن اغلب أفراد العينة يجدون نقائص في البرامج التي يستمعون لها .

12- أن إذاعة الجلفة المحلية تساهم – في الغالب- في التعريف بالثقافة المحلية للمنطقة،كما تساهم في جعل الجمهور يتمسك بعادات وتقاليد المنطقة.

13- أغلبية المبحوثين لا يشاركون في البرامج التي يستمعون إليها من خلال إذاعة الجلفة المحلية .

14- أغلبية أفراد العينة يرون بان برامج إذاعة الجلفة المحلية ناجحة إلى حد ما.

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة المسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استخدام الطلبة الجامعيين لبرامج الإذاعة المحلية و الاشباعات المحققة

دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة الجلفة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص : اتصال.

إعداد الطالب :
بابي الطاهر

إشراف الأستاذة :
أ – براردي نعيمة

ملاحظة :

هذه المعلومات سرية ولا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي ، فنرجو منكم المساعدة

سبتمبر 2013

البيانات الشخصية

1. **الجنس**

- ✓ ذكر ☐
- ✓ أنثى ☐

2. **التخصص**

- ✓ إعلام واتصال ☐
- ✓ بيولوجيا ☐

I. بيانات حول عادات ،وأنماط الاستماع لبرامج إذاعة الجلفة المحلية .

3. هل تستمع لبرامج إذاعة الجلفة المحلية :

- ✓ دائما ☐
- ✓ أحيانا ☐
- ✓ نادرا ☐

4. متى تستمع لبرامج إذاعة الجلفة المحلية ذ

- ✓ صباحا ☐
- ✓ جميع الأوقات ☐
- ✓ مساء ☐
- ✓ حسب الظروف ☐

5. ماهي المدة التي تخصصها للاستماع لبرامج إذاعة الجلفة ؟

- ✓ اقل من ساعة ☐
- ✓ من ساعة إلى ثلاث ساعات ☐
- ✓ أكثر من ثلاث ساعات ☐

6. ماهي الأماكن التي تستمع فيها إلى برامج إذاعة الجلفة المحلية؟

- ✓ مكان السكن (الإقامة) ☐
- ✓ داخل الحرم الجامعي ☐
- ✓ المركبة ☐
- ✓ أماكن أخرى تذكر

:.....

7. هل تستمع إلى برامج إذاعة الجلفة المحلية من خلال؟

- ✓ جهاز الراديو ☐
- ✓ شبكة الانترنيت ☐
- ✓ الهاتف النقال ☐

8. ماهي البرامج التي تفضل الاستماع إليها في إذاعة الجلفة المحلية ؟

- ✓ برامج سياسية ☐
- ✓ برامج إخبارية ☐
- ✓ برامج دينية ☐

✓ برامج اقتصادية ☐

✓ برامج اجتماعية ☐

✓ برامج تاريخية ☐

✓ برامج رياضية ☐

✓ برامج فنية ☐

✓ برامج ثقافية ☐

✓ برامج ترفيهية ☐

✓ برامج منوعة ☐

- رتبها حسب الأولوية

9. ماهي دوافع استماعك لبرامج إذاعة الجلفة المحلية ؟

✓ لأنها توافق اهتماماتك الشخصية ☐

✓ لإعجابك بشخصية مقدمي البرامج ☐

✓ لأنها تطلعك على ما يحدث في الواقع المحلي ☐

أخرى

تذكر:.....

.....

10. هل وقت برنامجك (برامجك) المفضل مناسب؟

✓ نعم ☐

✓ لا ☐

11.هل مدة برنامجك (برامجك)المفضل:

✓ كافية ☐

✓ غير كافية ☐

II. بيانات حول الاشباعات التي تحققها إذاعة الجلفة للطلبة :

12.هل تلبي إذاعة الجلفة المحلية رغباتك و ميولاتك؟

✓ دائما ☐

✓ أحيانا ☐

✓ أبدا ☐

13.هل الاستماع لبرامج إذاعة الجلفة المحلية :

✓ يساعدك في التخلص من الشعور بالوحدة ☐

✓ يعمل عن الترفيه عنك ☐

أخرى تذكر .....

14.هل ترى أن إذاعة الجلفة المحلية تسعى لحل المشاكل الاجتماعية؟

- ✓ دائما ☐
- ✓ أحيانا ☐
- ✓ أبدا ☐

15.هل تحاول الأخذ بالحلول التي تقترحها برامج الإذاعة لمشاكل الآخرين ؟

- ✓ دائما ☐
- ✓ أحيانا ☐
- ✓ أبدا ☐

16.هل تجد نقائص في البرامج التي تتابعها ؟

- ✓ نعم ☐
- ✓ لا ☐

إذا كان الرد بالإيجاب ،فيما تمكن النقائص ؟

- ✓ طريقة التنشيط ☐
- ✓ المواضيع المعالجة ☐
- ✓ الضيوف المشاركون ☐
- ✓ المدة الزمنية ☐

أخرى تذكر:.....

17.هل ترى أن إذاعة الجلفة المحلية تساهم في التعريف بالثقافة المحلية للمنطقة ؟

- ✓ دائما ☐
- ✓ أحيانا ☐
- ✓ أبدا ☐

18.هل ترى أن برامج إذاعة الجلفة المحلية تساهم في جعل الجمهور يتمسك بعادات وتقاليد المنطقة؟

- ✓ دائما ☐
- ✓ أحيانا ☐
- ✓ أبدا ☐

III. بيانات حول مدى المشاركة في برامج إذاعة الجلفة المحلية :

19.هل تشارك في البرامج التي تقدمها إذاعة الجلفة المحلية ؟

✓ نعم ☐

✓ لا ☐

20.لماذا تشارك في برامج إذاعة الجلفة المحلية ؟

✓ لإبداء الرأي ☐

✓ لطرح مشاكلك وانشغالاتك ☐

أخرى تذكر :.....

21.إذا كنت لا تشارك في برامج إذاعة الجلفة المحلية، فلماذا ؟

.....

22.ما رأيك في برامج إذاعة الجلفة المحلية لحد الآن؟

✓ ناجحة جدا ☐

✓ ناجحة إلى حد ما ☐

✓ غير ناجحة ☐

23. ماهي اقتراحاتك على برامج إذاعة الجلفة المحلية ؟

.....

.....

.....

فهرس الجداول

01	يوضح عدد أفراد المجتمع المبحوث حسب التخصص والجنس	17
02	يوضح تمثيل العينة حسب الجنس والتخصص	18
03	يوضح مدى استماع أفراد العينة لبرامج إذاعة الجلفة المحلية	67
04	يوضح مدى الاستماع للإذاعة المحلية حسب متغير الجنس	67
05	يوضح مدى الاستماع للإذاعة المحلية حسب متغير التخصص	68
06	يوضح الفترات المفضلة لدى الطلبة للاستماع لإذاعة الجلفة المحلية	69
07	يوضح الفترات المفضلة للاستماع عند الطلبة حسب متغير الجنس	70
08	يوضح الفترات المفضلة للاستماع عند الطلبة حسب متغير التخصص	70
09	يوضح المدة المخصصة للاستماع عند الطلبة	71
10	يوضح المدة المخصصة للاستماع للإذاعة المحلية حسب متغير الجنس	72
11	يوضح المدة المخصصة للاستماع لإذاعة الجلفة المحلية حسب متغير التخصص	72
12	يوضح الأماكن التي يستمع فيها أفراد العينة لبرامج إذاعة الجلفة المحلية	73
13	يوضح الأماكن التي يستمع فيها الطلبة للإذاعة حسب متغير الجنس	74
14	يوضح الأماكن التي يستمع فيها الطلبة الإذاعة حسب متغير التخصص	74
15	يوضح الوسيلة التي يستمع من خلالها الطلبة لبرامج إذاعة الجلفة المحلية	75
16	يوضح الوسيلة التي يستمع من خلالها الطلبة لبرامج الإذاعة حسب متغير الجنس	76
17	يوضح الوسيلة التي يستمع من خلالها الطلبة لبرامج الإذاعة حسب متغير التخصص	76
18	يوضح البرامج المفضلة لدى الطلبة عند الاستماع لبرامج إذاعة الجلفة المحلية	77
19	يوضح دوافع الاستماع لبرامج إذاعة الجلفة المحلية لدى الطلبة	78
20	يوضح دوافع الاستماع لبرامج الإذاعة المحلية لدى الطلبة حسب متغير الجنس	79
21	يوضح دوافع الاستماع لبرامج الإذاعة المحلية لدى الطلبة حسب متغير التخصص	80
22	يوضح مدى مناسبة وقت بث البرامج المفضلة لدى الطلبة	80
23	يوضح مدى مناسبة وقت بث البرامج المفضلة لدى الطلبة حسب متغير الجنس	81
24	يوضح مدى مناسبة وقت بث البرامج المفضلة لدى الطلبة حسب متغير التخصص	81
25	يوضح مدى كفاية مدة بث البرامج المفضلة لدى الطلبة المبحوثين	82
26	يوضح مدى كفاية مدة بث البرامج الإذاعية لدى الطلبة حسب متغير الجنس	82
27	يوضح مدى كفاية مدة بث البرامج الإذاعية لدى الطلبة من خلال متغير التخصص	83
28	يوضح مدى تلبية برامج إذاعة الجلفة المحلية لرغبات وميولات الطلبة	83

29	يوضح مدى تلبية برامج الإذاعة المحلية لرغبات وميولات الطلبة حسب متغير الجنس	84
30	يوضح مدى تلبية برامج الإذاعة المحلية لرغبات وميولات الطلبة حسب متغير التخصص	84
31	يوضح الاشباعات النفسية التي تحققها برامج إذاعة الجلفة المحلية للطلبة	85
32	يوضح الاشباعات النفسية التي تحققها البرامج الإذاعية للطلبة حسب متغير الجنس	86
33	يوضح الاشباعات النفسية التي تحققها البرامج الإذاعية للطلبة حسب متغير التخصص	86
34	يوضح رأي الطلبة في مدى مساهمة البرامج في حل المشاكل الاجتماعية	87
35	يوضح مدى الأخذ بالحلول التي تقترحها برامج إذاعة الجلفة المحلية لحل مشاكل الآخرين	88
36	يوضح مدى أخذ الطلبة بالحلول التي تقترحها البرامج الإذاعية لحل مشاكل الآخرين حسب متغير الجنس	88
37	يوضح مدى أخذ الطلبة بالحلول التي تقترحها البرامج الإذاعية لحل مشاكل الآخرين حسب متغير التخصص	89
38	يوضح ما إذا كان الطلبة يجدون نقائص في البرامج التي يستمعون إليها	89
39	يوضح نوع النقائص التي يجدها الطلبة في برامج الإذاعة المحلية	90
40	يوضح مدى مساهمة إذاعة الجلفة المحلية في التعريف بالثقافة المحلية للمنطقة	91
41	يوضح مدى مساهمة إذاعة الجلفة المحلية في التعريف بالثقافة المحلية للمنطقة حسب متغير الجنس	92
42	يوضح مدى مساهمة إذاعة الجلفة المحلية في التعريف بالثقافة المحلية للمنطقة حسب متغير التخصص	92
43	يوضح مدى مساهمة الإذاعة المحلية بالجلفة في تمسك الجمهور بعادات و تقاليد المنطقة	93
44	يوضح مدى مشاركة أفراد العينة في البرامج التي يستمعون إليها	93
45	يوضح أهم أسباب عدم مشاركة الطلبة في البرامج الإذاعية التي تبثها إذاعة الجلفة المحلية	94
46	يوضح رأي الطلبة في برامج إذاعة الجلفة المحلية	95
47	يوضح رأي الطلبة في برامج إذاعة الجلفة المحلية حسب متغير الجنس	95
48	يوضح رأي الطلبة في برامج إذاعة الجلفة المحلية حسب متغير التخصص	96