وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة مولود معمري – تيزي وزو – تامدة

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

فرع علوم الإعلام و الإتصال

تخصص إعلام سمعي بصري

البنية اللغوية للخطاب الإذاعي في البرامج التحسيسية الإذاعية لحوادث المرور

–دراسة تحليلية سيميولوجية لبرنامج tiklidegbardan في إذاعة تيزي وزو الجهوية –

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال، تخصص إعلام سمعي بصري

إعداد الطالبتين :

–كهينة بوعزيز

– حكيمة حوازن

إشراف الأستاذ :

– د.عبد النور بوصابة

السنة الجامعية : 2020–2021

كلمة شكر

بعد بسم الله الرحمان الرحيم و الصلاة و السلام على اشرف المرسلين ، أما بعد لا يسعنا في البداية إلا أن نتقدم بعظيم الشكر إلي المولى عز و جل الذي وفقنا في عملنا هذا ،و نسأله تبارك و تعالى أن يكون علما نافعا لوجهه الكريم . نتقدم أيضا بالامتنان و التقدير للأستاذ الفاضل "**عبد النور بوصابة**" المشرف على هذه المذكرة لما قدمه لنا من نصائح و توجيهات قيمة .

علاوة على هذا فإننا نشكر كل من وقف إلى جانبنا من قريب أو بعيد و أعاننا على انجاز هذه المذكرة، راجينا من العزيز الغفور أن يجزيهم خير الجزاء.

إهداء

إلى من أنارا طريقي و أزالا عقبات دربي إلى من لا تكفي كل عبارات الحب و التقدير في إعطائهما حقهما، إلى أعز ما أملك في هذا الوجود العزيزين أمي **طاوس** و أبي **علي** حفظهما الله وأطال الله في عمرهما.

إلى كل من هم خير عون وسند لي إلى من بهم تضيء حياتي إلى إخوتي وأخواتي وفقهم الله في كل خير.

إلى من سرنا سويا ونحن نشق الطريق نحو النجاح إلى صديقاتي "**سارة، ديهية، فطة، لويزا، تسعديت**" وزميلتي في المذكرة "**كهينة**"

و إلى أخي و زميلي **محمد** الذي كان يد عون في هذه المذكرة .

إلى كل هؤلاء اهدي ثمرة جهدي.

حكيمة

إهداء

أهدي ثمرة جهدي إلى والدي العزيزين ، إلى أمي العزيزة **نورة** التي سهرت الليالي من اجلي ، وإلى أبي العزيز **مصطفي** الذي لطالما شجعني و ساندني و أضاء دربي بقلبه الصافي ، حفظهم الله و أطال في عمرهما .

أهدي أيضا هذا العمل المتواضع إلي روح جدي **حسين** الذي لطالما كان إلى جانبي رحمه الله، و إلى جدتي **فاطمة** أطال الله في عمرها ،و إلى كل من إخوتي أخي **يحي** و أختي **كاتية** مع أولادها :**لعمارة ،شابحة،منال** .

والى إخوتي التي لم تلدهما أمي ،صديقتاي العمر و رفيقتي دربي **إلزة** و **ناجية**. و صديقي و أخي **محمد** الذي كان إلى جانبنا في إعداد هذا العمل . ومع زميلتي التي شاركتني في هذه المذكرة **حكيمة** ،و إلى ابن خالتي العزيزة **سارة** و إلى كل من حواهم قلبي و نسيهم قلمي.

كهينة

ملخص الدراسة باللغة العربية :

تتلخص دراستنا في معرفة البنية اللغوية في الخطاب الإذاعي الذي تحمله البرامج الإذاعية التحسيسية لحوادث المرور ، فمن خلال التحليل السيميولوجي لعينة من هذا البرنامج المتمثل في ثلاثة حصص بثت خلال شهر رمضان 2021 في اذاعة تيزي وزو الجهوية ، باستخدام مقاربة رومان جاكبسون . بدءا بالإطار النظري الذي قسمناه إلي فصلين ، الأول متمثل في البنية اللغوية للنص الصوتي الإذاعي ، أما الثاني متعلق بالبرامج الإذاعية و التوعية المرورية ، ليأتي بعدها الإطار التطبيقي الذي بدأناه ببطاقة فنية حول برنامج tikli deg bardan ثم قمنا بكيفية إعداد البرنامج و بعدها قمنا بتحليل البرنامج وفق وظائف مقاربة رومان جاكبسون ، لنصل بعدها إلى مجموعة من النتائج أهمها :

- ✓ الاعتماد على أسلوب لغوي واضح و جذاب و مقنع في إيصال الرسائل إلى المستمعين.
- ✓ الاعتماد على لغة مختلطة تتمثل في اللغة الامازيغية الدارجة ،التي تتخللها بعض الكلمات باللغة الفرنسية بالإضافة إلى اللغة العربية الفصحى ،و ذلك من اجل إيصال الرسالة إلى مختلف الجماهير كون المنطقة فيها تعدد ثقافي .
- ✓ يعتمد برنامج tikli deg bardan على أساليب متعددة تهدف إلى إقناع مستعملي الطريق بضرورة الحفاظ على قواعد السلامة المرورية .

الكلمات المفتاحية :

- **البنية اللغوية .**
- **البرامج إذاعية التحسيسية .**
- **حوادث المرور.**
- **الخطاب الإذاعي .**

ملخص الدراسة باللغة الفرنسية :

Notre étude se résume a Connaitre la structure linguistique dans le discours radiophonique porte par les programmes radio de sensibilisation aux accidents de la circulation, a travers l'analyse sémiologique de l'échantillon de ce programme représente en 3 séances qui ont été diffusée durant le mois du Ramadan 2021 a la radio régionale de la Wilaya TIZI-OUZOU , en utilisant l'approche de Roman Jacobson . On a commencé par le cadre théorique que nous avons divisé en deux chapitres, le premier représentait la structure linguistique du texte audio radio , tandis que le seconde était lié aux programme radio et a la sensibilisation au trafic , vient ensuite le cadre applicatif que nous avons commencé avec une fiche technique sur le programme TIKLI DEG BARDAN, nous avons détailler la procédure suivie dans la préparation du programme, enfin, nous avons analysé le programme selon les fonctions de l'approche de Roman Jacobson, pour arriver a un ensemble de résultats, dont les plus importants son :

- ✓ S'appuyer sur un style linguistique clair, attractif et convaincant pour délivrer des messages aux auditeurs .
- ✓ S'appuyer sur une langue mixte représentée dans la langue vernaculaire berbère, qui est entrecoupée de quelques mots en

français, en plus de la langue arabe classique, afin de délivrer le message aux différents publiques, car la région a une pluralité culturelle.

- ✓ Le programme TIKLI DEG BARDAN s'appuie sur diverses méthodes visant a convaincre les usagers de la route de la nécessite de maintenir les règles de sécurité routière.

– خطة الدراسة –

– مقدمة .

– الإطار المنهجي–

– إشكالية الدراسة .

–تساؤلات الدراسة .

– أسباب اختيار الموضوع .

– أهمية الدراسة .

– أهداف الدراسة .

– منهج الدراسة و أدواته .

– مجتمع البحث و عينته .

– تحديد المصطلحات و المفاهيم .

–الدراسات السابقة .

– الإطار النظري –

– **الفصل الأول : البنية اللغوية في الخطاب الإعلامي .**

– **المبحث الأول** :ماهية البنية اللغوية .

– المطلب الأول :مفهوم البنية اللغوية .

- المطلب الثاني :السمات الأساسية للبنية اللغوية .
- المطلب الثالث : نظريات العلامات عند فردناند ديسوسير .
- **المبحث الثاني** : تحليل الخطاب الإعلامي .
- المطلب الأول : مفهوم الخطاب الإعلامي .
- المطلب الثاني : أهداف و خصائص الخطاب الإعلامي .
- المطلب الثالث : مستويات تحليل الخطاب الإعلامي .
- **الفصل الثاني : البرامج الإذاعية و التوعية من حوادث المرور .**
- **المبحث الأول** : ماهية البرامج الإذاعية .
- المطلب الأول : تعريف البرامج الإذاعية .
- المطلب الثاني : أهداف و أنواع البرامج الإذاعية و عوامل نجاحها .
- المطلب الثالث : تنسيق و تخطيط البرامج الإذاعية ..
- المطلب الرابع : الخطوات العلمية في إعداد البرامج الإذاعية ..
- **المبحث الثاني** : الإذاعة و التوعية المرورية .
- المطلب الأول : مفهوم التوعية المرورية .
- المطلب الثاني : التخطيط للتوعية المرورية .
- المطلب الثالث : أهمية الحملات التحسيسية حول حوادث المرور .
- المطلب الرابع : دور الإذاعة في التوعية المرورية .

-الإطار التطبيقي- التحليل السميولوجي لحلقات برنامج tikli deg bardan.

- الفصل الثالث : لمحة تاريخية حول برنامج " tikli deg bardan .

-المبحث الأول : بطاقة فنية لإذاعة تيزي وزو .

-المبحث الثاني : بطاقة فنية لبرنامج " tikli deg bardan ".

-المبحث الثالث : كيفية اعداد برنامج اذاعي tikli deg bardan .

المبحث الرابع : مهمة المخرج في إعداد برنامج tikli deg bardan

– الفصل الرابع : تحليل النص الصوتي لحصص برنامج tikli deg bardan" وفق مقاربة رومان جاكبسون .

- تحليل الحصة الأولى .

-تحليل الحصة الثانية .

-تحليل الحصة الثالثة .

– النتائج العامة للدراسة .

– خاتمة.

– قائمة المصادر و المراجع .

مقدمة

مقدمة :

ترتبط وسائل الإعلام و الاتصال المسموعة ارتباطا وثيقا بالمجتمع، وتتأثر تأثرا بالغا بالأوضاع الاجتماعية و السياسية و الثقافية و الاقتصادية ،فهي في بنية المجتمع بشكل جد فعال مكونة بذلك قوى هائلة و فعالة بفضل ما تقدمه من خدمات ،و ما توفره من أسباب التوجيه و التثقيف و الترفيه ، و ما تحمله من قدرة على الإقناع و التغيير بحيث انه باستطاعتها أن تدخل جملة من التغيرات و التعديلات على أنماط حياتنا و سلوكياتنا وحتى على مخزون أفكارنا ، بالرغم أن تلك التغيرات لا تحدث بصفة تلقائية . قد تختلف وسائل الإعلام في تأثيرها ومدى قدرتها في تغيير سلوك الناس لدرجة الصلة بينها و بين هؤلاء الناس و مدى تغلغلها في حياتهم اليومية ، و سهولة المادة التي تقدمها لهم سواء كانت وسائل محلية ، إقليمية ، جوارية .

حسب نظريات التأثير و الدراسات الإعلامية فكلما كانت وسائل الإعلام قريبة من بيئة الفرد لتعالج القضايا النفسية والاجتماعية التي تخصه كلما كان التأثير قويا ،لذا يعد حدوث التأثير الإعلامي لتغيير أو تعديل سلوك الفرد أو تجديده ، لابد منه لأنه يساعد على بناء علاقات مع الآخرين .

أصبح الإعلام المحلي في عصرنا الحالي واحد من الحقائق البارزة في العلوم الاجتماعية لا يمكن الاستغناء عنه أو تهميش دوره ، ومن هذا المنطلق كان الاهتمام بالإعلام المحلي و وسائله بما فيها الإذاعات المحلية التي هي في المقام الأول إذاعات خدماتية ، مما جعلها وسيلة تلبي الحاجات التي ليس بمقدور الإذاعات المركزية تلبيتها للمجتمعات المحلية .

فالتطور الذي عرفته صناعة السيارات قد أدى إلى تسهيل تنقل الإنسان و سفره ، كما جعل من هذه الوسيلة وسيلة للمتعة و التسفح لاسيما بعد انخفاض أسعارها نسبيا ،إلا أن زيادة عدد المركبات و كثرة استعمالها لها تسبب في بروز سلبيات خطيرة و في مقدمتها تزايد حوادث المرور المأساوية التي تحصد مئات الآلاف من أرواح الأبرياء ، و تخلف ملايين الجرحى و المعاقين ، و تكبد المجتمعات و الأفراد خسائر مادية معتبرة ، تؤثر على حياتها و على اقتصاديتها . لذا كان من الضروري التصدي لهذه الظاهرة الخطيرة و ذلك باتخاذ التدابير الفاعلة للحد من ثقافتها كالاهتمام بالسلامة المرورية بالخصوص ، و نشر توعية مرورية سليمة من خلال برامج إذاعية توعوية .

و انطلاقا من كل هذا جاءت دراستنا كالتالي :

في البداية قمنا بضبط الإطار المنهجي، ثم تطرقنا من خلاله إلى كل الخطوات المنهجية المتبعة في دراستنا ، فبعد طرح موضوع الدراسة و طرح الإشكالية و تساؤلات الدراسة ،مع تحديد الأسباب التي دفعتنا لاختيار الموضوع ، قمنا بتحديد الأهداف التي نسعى لتحقيقها ، مع ذكر مختلف الدراسات السابقة التي استعنا بها لإجراء هذه الدراسة .

بعدها خصصنا فصلين في الإطار النظري ، حيث يتضمن الفصل الأول حول ماهية البنية اللغوية و سماتها و أهم نظريات العلامات عند فردناند ديسوسير ، تم تطرقنا للحديث عن الخطاب الإعلامي كمفهوم وخصائص و أهداف مع التطرق إلى أهم مستويات الخطاب الإعلامي . أما الفصل الثاني تطرقنا إلى : البرامج الإذاعية كمفهوم و أهداف و أنواع و كيفية التنسيق و تخطيطها و الخطوات العلمية في إعدادها، أما فيما يخص المبحث الثاني تحدثنا عن مفهوم التوعية المرورية وكيفية التخطيط لها و أهم حملات التحسيسية حول حوادث المرور، و دور الإذاعة في التوعية المرورية .

أما في الإطار التطبيقي فقد يتضمن فصلين،حيث تناولنا في الفصل الثالث بطاقة فنية حول برنامج tikli deg bardan، أما الفصل الرابع تناولنا فيه كيفية تحليل النص الصوتي للبرنامج الإذاعي التوعوي " tikli deg bardan " الذي يبث في إذاعة تيزي وزو وفق مقاربة رومان جاكبسون، و في الأخير تطرقنا إلى أهم نتائج الدراسة .

الإطار المنهجي

الجانب المنهجي

1- الإشكالية و التساؤلات الفرعية

2- أسباب اختيار الموضوع

3- أهمية الدراسة

4- أهداف الدراسة

5- منهج الدراسة

6- أدوات جمع المعلومات

7- مجتمع البحث و عينة البحث

8- تحديد المفاهيم و المصطلحات

9- الدراسات السابقة

1- الإشكالية:

تعتبر وسائل الإعلام المصدر الأكبر للحصول على المعلومات و المعارف بما تقدمه من برامج و منوعات وأخبار حول كل ما يحصل في العالم .

و من أهم ما تقدمه هذه الوسائل، الحملات الإعلامية التي تعتبر واحدة من أكثر الموضوعات التي تجذب اهتمامات الإعلاميين و الجمهور، نظرا لإمكانياتها الهائلة القائمة و المحتملة الإعلام و المعلومات في رقي و وعي الجمهور ، ففي ضرورة ملحمة تتبناه الدول العام، و هدفها العام هو رفع مستوى الوعي و تعزيز مشاركة الجماهير في العملية التنموية التي تديرها و تنفذها الوزارات و الإدارات و الحكومات للتعريف بالإنجازات و تقوية الثقة بين الدولة و الجمهور، و رفع المستوى الثقافي و يساعد أيضا على تقبل الأفكار و الأنماط السلوكية الحديثة.

تقوم وسائل الإعلام بدور الوسيط في هذه العملية بما لها من إمكانيات متسعة الانتشار و الهيمنة و عمق الرسالة التي تحملها، فهي المحور الأساسي لمختلف الظواهر الإنسانية كما يشمل العديد من التخصصات المتعلقة بالحياة اليومية، تساهم وسائل الإعلام و الاتصال خاصة الإذاعة التي تخطت الحاجز المكاني إلى قدرتها على مخاطبة كافة شرائح المجتمع ، و هي من أهم المؤسسات الاجتماعية التي تقوم بتقديم برامج و حصص حول قضايا مختلفة وتعمل على حل المشاكل و نشر الوعي، بالنظر إلى ما خلفته الحياة الاجتماعية من تعقيدات و مشاكل من بينها حوادث المرور التي يعاني منها المجتمع اليوم نتيجة مخلفاته السلبية خاصة في الآونة الأخيرة ، مما تطلب تطلب تضافر الجهود لمواجهتها و التقليل من حدتها ، فهذا ما دفع بوسائل الإعلام إلى بث برامج توعوية من أجل التقليل من منها، و تعمل على القيام بالتخطيط السليم لمثل هذه البرامج ، و إتباع الأسس الصحيحة و الخطوات العلمية التي تساعد على نجاحها و معرفة أسباب العملية التوعوية و أهدافها التي نستطيع من خلالها الوصول إلى جمهور هذه البرامج التي توجه إلى قطاع كبير من الجماهير، و هذا ما يقودنا إلى محاولة و معرفة أهم الأسس والقواعد و الخطوات التي تتبناها هذه الوسيلة من أجل وضع حد لهذه الظاهرة و عليه نطرح التساؤل التالي:

ما هي البنية اللغوية للخطاب التوعوي في البرامج التحسيسية الإذاعية لحوادث المرور لإذاعة تيزي وزو الجهوية؟

2- التساؤلات الفرعية :

و من هذا السؤال الرئيسي تتفرع أسئلة فرعية و هي:

- ما هي المعاني و الدلالات المستخدمة في الخطاب التوعوي للبرامج التحسيسية لحوادث المرور في إذاعة تيزي وزو؟

- ما هي الوظائف اللغوية المستخدمة في الخطاب الصوتي للبرامج التحسيسية لحوادث المرور في إذاعة تيزي وزو؟

- هل الأسلوب اللغوي المستخدم في البرامج التحسيسة في إذاعة تيزي وزو ملائم مع اللغة المحلية؟

3- أسباب اختيار الموضوع:

الأسباب الذاتية:

- اهتمامنا الشخصي بتحليل الخطاب الصوتي الإذاعي و ما يحمله من معاني.

- ارتباط عنوان الدراسة بمجال تخصصنا.

- إثبات أن لغة الصوت تكفي لإيصال الرسالة.

الأسباب الموضوعية:

- معرفة الدلالات اللغوية التي يستخدمونها في البرامج التحسيسية لحوادث المرور.

- معرفة أهم وظائف الرسالة اللغوية السمعية.

- قلة الدراسات التي تتناول اللغة السمعية.

4- أهمية الدراسة:

ترتكز أهمية دراستنا في المكانة التي تحظى بها اللغة و مساهمتها في الخطاب الإذاعي، فاللغة المسموعة لها قوة تأثيرية و قدرة فائقة على التحكم في الجماهير من حيث أدائهم اللغوي و توجيههم خاصة في البرامج التحسيسية التي تقوم بها الإذاعة للتوعية من خلال خطاباتهم للتي تتغلغل في النفوس و تؤثر مباشرة في العقل، و هذا ما دفعنا لإختيار هذا الموضوع.

و تبرز قيمة دراستنا من خلال الأهمية التي تكتسبها الإذاعة كونها من أهم الوسائل المستخدمة في التوعية لإنها تعتبر أكثر الوسائل قربا من المجتمع، فهي تهتم بنشر المعرفة و نقل المعلومات و تسعى للتوعية إذ تعتبر الحوادث المرورية من المشاكل المعرقلة لتطور المجتمعن فتسعى الإذاعة لتقديم برامج تحسيسية للحد من حوادث المرور، وتكمن أيضا أهمية دراستنا أننا سنقوم بالغوص في كل المضامين و الرسائل التي تحاول الإذاعة ترسيخها و الهم من ذالك التخطيط الجيد للبرامج التوعوية.

5- أهداف الدراسة:

- إبراز مكانة الإذاعة و دورها في التأثير على الجمهور من خلال البرامج التوعوية .
- الكشف عن خصائص الصوت التي تتكون منها البرامج التوعوية الإذاعية.
- إبراز مختلف المعاني و دلالات الأصوات و المؤثرات و تحليل الرسائل الشفوية للحملات الإعلامية.
- معرفة دور الصوت في إيصال مضامين مختلفة للجمهور المتلقي.
- التعرف على الإشارات و النصائح المختلفة التي تؤثر في الجمهور من أجل الحد من ظاهرة حوادث المرور.

6- منهج الدراسة:

لكل بحث منهج يسير عليه لدراسة المشكلة، فمنهج البحث هو طريقة موضوعية يتبعها الباحث لدراسة ظاهرة من الظواهر يقصد تشخيصها و تحديد أبعادها و معرفة أسبابها و طرق علاجها، و الوصول إلى نتائج عامة يمكن تطبيقها، فالمنهج فن تنظيم الأفكار سواء لكشف عن الحقيقة الغير معلومة لنا أو لإثبات حقيقة نعرفها.

و الإجابة عن الإشكالية المطروحة اعتمدنا في منهج البحث على استخدام منهج التحليل في عرض الدراسة حيث استعملنا منهج مقاربة التحليل السيمولوجي لرومان جاكسون، لتحليل البرامج التوعوية الإذاعية لحوادث المرور، حيث لخص هذه المقاربة في ستة وظائف للغة استنادا على العناصر الستة الضرورية و الأساسية لكل عملية اتصال لساني و هي[1]:

1- الوظيفة المرجعية: يقابلها السياق

2- الوظيفة التعبيرية: يقابلها المرسل

3- الوظيفة الندائية أو الإفهامية: يقابلها المرسل إليه

4- الوظيفة التوصيلية أو إقامة الاتصال: يقابلها القناة أو الاحتكاك

5- الوظيفة الشعرية أو الجمالية: يقابلها الرسالة

6- الوظيفة التحقيقية للغة أو تعدي اللغة: يقابلها الشفرة

7- أدوات جمع المعلومات

تعتبر أدوات جمع البيانات من الوسائل الأساسيةالمعتمدة ،في الحصول على المعطيات و المعلومات و الحقائق في ميدان البحث و من بين الأدوات التي اعتمدنا عليها في بحثنا هذا هي:

المقابلة:

تعتبر المقابلة من أكثر التقنيات التي لا يمكن لأي باحث الاستغناء عنها و التغاضي عن الإمكانيات لما لها من نتيجة في تحقيق كم هائل من البيانات .

[1]-الطاهر بن حسين بومزبر ،**التواصل اللساني و الشعرية** ،مقاربة تحليلية لنظرية رومان جاكبسون ،دار العربية للعلوم ناشرون ، الطبعة الاولى ، الجزائر،2007،ص36.

يمكن تعريف المقابلة بأنهاعبارة عن محادثة موجهة بين الباحث و شخص أوأشخاصآخرين بهدف الوصول إلى حقيقة أو موقف معين ، يسعى الباحث لتعرفه من اجل تحقيق أهداف الدراسة ، و من الأهداف الأساسية للمقابلة ، الحصول على البيانات التي يريدها الباحث ، بالإضافة إلى تعرف ملامح أو مشاعر أو تصرفات المبحوثين في مواقف معينة [1].

و تعرف أيضا بأنها مجموعة من الأسئلة و الاستفسارات و الإيضاحات ، التي يطلب الإجابة عليها و التعقيب عليها وجها لوجه بين الباحث و الأشخاص المعنيين بالبحث[2].

7- مجتمع البحث و عينته:

1- مجتمع البحث:

بعد أن ينتهي الباحث من اختيار البحث و تحديد أبعاده و منهجيته، يلجأ إلى تحديد مجتمع البحث الذي يعرف على أنه " مجموعة من العناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى و التي يجرى عليها البحث"[3].

بما أن موضوع دراستنا هو التحليل السميولوجي للبرامج التحسيسية الإذاعية لحوادث المرور، فمجتمع البحث في هذه الحالة هي عينة الدراسة من البرامج التحسيسية التي بثت في إذاعة تيزي وزو.

و تهتم هذه الدراسة بتحليل عينة من برنامج الحصة الإذاعية للبرامج التحسيسية برنامج Tiklidegbardan نموذجا.اذ تم اختيار 3 أعداد من هذه الحصة في الفترة الممتدة ما بين 11 أفريل إلى غاية 13ماي 2021.

2- العينة:

[1]- محمد عبيدات، **منهجية البحث العلمي**، كلية الإقتصاد و العلوم الإدارية، الجامعة الأردنية،1999، ص55.
[2]- عامر قندجيلي، **البحث العلمي و استخدام مصادر المعلومات**، دار اليازوري العلمية، عمان، 1999، ص168.
[3]- موريس انجرس ،**منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية** ،تدريبات عملية ،دار القصبة للنشر،الجزائر،2004،ص198.

اعتمدنا في انجازنا لهذه الدراسة إلى تحديد العينة التي هي في البحث العلمي الجزء الذي يختاره الباحث وفق طرق محددة ليمثلا مجتمع البحث تمثيلا علميا سليما، و تستخدم طريقة العينة في البحث في حالات المجتمعات الكبيرة التي تعد مفرداتها بالآلاف و الملايين، حيث يتعذر إجراء الدراسة عن طريق الحصل الشامل.

من الصعب على الباحث أن يتصل بعدد كبير من المعنيين بدراسته لذالك اعتمدنا في هذه الدراسة على العينة القصدية، التي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات و بيانات ، و هذا لإدراكه المسبق و معرفته الجيدة لمجتمع البحث و عناصره الهامة التي تمثله تمثيلا صحيحا[1].

8- تحديد المفاهيم و المصطلحات:

تعتبر عملية تحديد المفاهيم عملية مهمة جدا في البحث لا يمكن الاستغناء عنها، لإنها تعد عنصرا موجها للباحث أثناء إجراء دراسته.

البنية اللغوية:

لغة: ما بنى جمع بنى و هيئة البناء، و منه بنية الكلمة أي صيغتها ، و فلان صيحيح البنية و أيضا بنية الطريق يتشعب من الجادة.[2]

اصطلاحا: يشكل التنظيم الفنولوجي في اللغة العربية وحدة متكاملة و تخضع لمجموعة من القوانين و الأنظمة الصوتية و الصرفية و الدلالية و تنشئ هذه "تجاوز" الأصوات و موقعها و إمكانية تواجدها في المقاطع، و كذالك من قابلتها لتحقيق و لإظهار و تداخل في التراكيب اللغوية، أثناء قيامها الفعلي بوظائفها و مهامها، و قد تؤدي تلك إلى دلالات تتطابق و تختلف و هي في كل هذا و ذالك تسير وفق نظام متناسق لا تعارض فيه.

إجرائيا:

[1]-سمير محمد حسن ،**دراسات مناهج البحث العلمي** ،عالم الكتاب،القاهرة،1990،ص131.

[2]-إبراهيم مصطفى و آخرون، **مجمع اللغة العربية** بالقاهرة، معجم الوسيط، المكتبة الإسلامية للطباعة و النشر و التوزيع، ج1،2013،ص72.

هي مجموعة من الخطط و القواعد التي تتبعها المؤسسات كالإذاعة المحلية، في التخطيط لإعداد البرامج التحسيسية.

تعريف الخطاب:

لغة: جاء في معجم الوسيط خطاب الناس و عليهم خطابة و خطبة ، ألقى عليهم خطبة.[1]

اصطلاحا: هو نص مكتوب ينقل من مرسل إلى مرسل إليه يتضمن عادة أنباء لا تخص سواهما، و لكن تكتب لأغراض أدبية ، و كانت مدارس الإذاعة في العالم اليوناني تدرس قواعد تحرير الخطابات.[2]

إجرائيا: هو مجموعة من الرسائل اللغوية التي تستخدم في البرامج الإذاعية خاصة التوعوية من أجل التحليل وتوعية الناس من مخاطر حوادث المرور.

الإذاعة:

لغة: ذاع الحديث ذيعا، و ذيوعا انتشر و ظهر إذاعته أي أظهرته.[3]

اصطلاحا: هي الانتشار المنظم و المقصود بواسطة الراديو لمواد إخبارية و ثقافية و تعليمية و تجارية و غيرها من البرامج التي تلتقط في وقت واحد من طرف المستمعين المنتشرين في شتى أنحاء العالم فردي و جماعي باستخدام أجهزة استقبال مناسبة.[4]

إجرائيا: هي وسيلة اتصال جماهيرية تستخدم الصوت والموسيقى للوصول إلى جمهور غير محدد نشره مختلف الأخبار و التي تمس شتى المجالات سياسية ، اقتصادية، ثقافية و غيرها قصد تفعيل دورها داخل المجتمع و جعل المستمعين مدمنين على هذا النوع من الوسائل الاتصالية، بالإضافة إلى خلق مجتمع مثقف واعي و مدرك أن الكلمة المسموعة لها تأثير قد يغير سلوكيات الأفراد السلبية إلى إيجابيات تطور المجتمع و ترتقي به في جميع التخصصات و كذا مجالات حياته.

[1]- مجمع اللغة العربية ، معجم الوسيط، المكتبة الإسلامية ، إسطنبول، تركيا، مادة الخطب، 2008،ص 30.

[2]- صابر محمود الحباشة، **الأسلوبية و التداولية** ، مراحل تحليل الخطاب ، عالم الكتب الحديث، الأردن، ط1، 2011، ص 102.

[3]- أحمد بن محمد بن علي المقري القيومي، **المصباح المنير**، ط1، عمان، الأردن، دار أسامة للنشر و التوزيعن2013، ص15.

[4]- رفعت عارف ضبع، **الإذاعة النوعية في إنتاج البرامج الإذاعية**،ط1، مصر، دار الفجر للنشر و التوزيع، 2003، ص182.

البرنامج الإذاعي:

اصطلاحا:تقدم الإذاعة برامج ثقافية وقائية: الخطة المرسومة في كل يوم لعملها.

إجرائيا: البرامج الإذاعية هي العنصر الأساسي الذي تعتمد على أي محطة إذاعية فمجموع البرامج المبثة يعطي محصلة الهوية للحصة، و تتنوع هذه البرامج من إخبارية إلى سياسية إلى تسجيلية و إلى برامج و منوعات و برامج ثقافية و أدبية ، دينية و تتجه للوصول على قطاع من المجتمع كالأسرة عموما ثم تضيف زاوية التوجه إلى الفئة العمرية أو الجنس أو المهن، فهي تخدم في مجالات أساسية ثلاث، التعليم، الإعلام و الترفيه.

حوادث المرور:

لغة: الحادث: حدوث ، وقع، جمع أحداث، الأمر حادث، أحدث الدهر و مصائبه، و حدثان الدهر نوائبه.[1]

و الحادث هو أمر طارئ، لا إرادي إجمالا يحمل الشر و يسبب الضرر كاصطدام سيارتين أو سقوط طائرة.[2]

المرور : من مر، مرورا، ممرا، جاز و ذهب و مر به عليه، اجتيازه ، مرر الشيء، دحاه على وجه الأرض.[3]

اصطلاحا: يعرف أحمد رمزي الحادث: كل ما يؤدي إلى ضرر جسدي مفاجئ عندما كانت الضحية تبعة لمستخدمها المعتاد.[4]

الحادث: حدث غير متوقع و غير مخطط له يحدث نتيجة ظروف و عوامل محيطة خاطئة تسبب في خسائر مادية و بشرية.[5]

[1]- أحمد محمد بوفي، **الجوانب النفسية لمشكلة حوادث المرور**، الهيئة القومية للبحث العلمي، الجماهيرية الليبية الشعبية العظمى،2015، ص14.

[2]- مسعود حيران، **الرائد معجم لغوي**، دار العلم للملايين، بيروت،2015، ص 539.

[3]- منجد الطلاب، دار المشرق، ط17، بيروت، 1993، ص7.

[4]- أحمد رمزي، **مساهمة في دراسة ظروف العمل**، ديوان المطبوعات الجزائرية، الجزائر، 1997، ص43.

[5]- رقية سعيد الفرالة، **المسؤولية المدنية و الجنائية المترتبة عن حوادث المرور**، رسالة ماجستير، قسم الفقه و أصوله، جامعة مؤتة، عمان،2012.

إجرائيا: هي كل حدث فجائي متعمد أو غير متعمد ينجم عنه إصابات حركية أو صدمات نفسية و خسائر مادية و بشرية، تقع على الطريق أو خارجه يتسبب فيها العامل البشري و عامل المركبة و الطريق و عوامل أخرى كالطقس و الحيوانات.

9-الدراسات السابقة:

من بين الدراسات السابقة المشابهة لدراستنا نجد :

الدراسة الأولى: مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال و علاقات عامة من إعداد الطالبة وفاء كعوس لسنة 2016/2015 تحت عنوان " دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي المروري إذاعة أم البواقي، نموذج دراسة ميدانية على عينة من مستخدمين الطرق بمدينة أم البواقي".

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، حيث استخدمت المنهج الوصفي لأنه أكثر ملائمة، فهو يهدف إلى جمع بيانات دقيقة على الظاهرة المدروسة، نظرا لأهمية الإذاعة و الدور الذي تقدمه في هذه الدراسة، تطرقت الطالبة إلى الإشكالية التالية:

– ما هو دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي المروري من خلال الأفراد المستمعين؟

و تفرع هذا السؤال إلى تساؤلات فرعية و هي:

– هل تلقي البرامج في الإذاعة أم البواقي المحلية إقبالا من طرف المستمعين؟

– ما هي دوافع إقبال الأفراد المستمعين على إذاعة أم البواقي و برامج التوعية؟

– ما مدى مساهمة إذاعة أم البواقي المحلية في نشر الوعي المروري؟

ز من أبرز النتائج التي توصلت إليها هي:

– أغلب أفراد العينة يستفيدون من برامج الوعي المروري في إذاعة أم البواقي بصفة منتظمة.

– أغلب أفراد العينة يكتسبون سلوك الحد من السرعة.

– أغلب أفراد العينة ساهموا في إثراء حصص كانت عن طريق الاتصال بالهاتف[1]

– أغلب أفراد العينة يرون أن المدة التي تقدم من خلالها برامج الوعي المروري كافية.

– أغلب أفراد العينة يرون أن الحصول على إرشادات مرورية شأنها هي الإذاعة التلفزيونية.

أوجه التشابه و الإختلاف:

في هذه الدراسة ركزوا أكثر على الدور الذي تلعبه الإذاعة المحلية في نشر الوعي المروري من خلال البرامج التي تقدمها ، أما دراستنا ركزنا على الجانب اللغوي للبرامج التحسيسية الإذاعية لحوادث المرور.

في الدراسة السابقة تم الاعتماد على عينة من مستخدمين الطرق لمدينة أم البواقي أما نحن أخذنا برنامج تحسيسي كعينة لتحليلها.

أما فيما يخص المنهج المستخدم فالدراسة السابقة اعتمدت على المنهج الوصفي أما نحن اعتمدنا على المنهج السيميولوجي.

في الدراسة السابقة تم استعمال الاستمارة لسائقين ولاية أم البواقي، أما نحن اعتمدنا على مقاربات السيميولوجيا هي مقاربة رومان جاكبسون مع مقاربة تحليل الخطاب اللغوي.

الدراسة الثانية:

أطروحة دكتوراه في لسانيات النص من إعداد الطالب بن يحي ناعوس في جامعة وهران لسنة 2013/2012 تحت عنوان تحليل الخطاب في ضوء لسانيات النص، دراسة تطبيقية في سورة البقرة..

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية حيث استخدموا المنهج الوصفي الاستنباطي التحليلي الذي يقوم على تتبع التطورات و التغيرات التي عرفت في هذا المجال، طرح الطالب دراسته إلى إشكالية تتمحور بسؤال رئيسي و هو كيف يتم تحليل الخطاب و ما سر تغيير آليات تحليل الخطاب عبر العصور الأدبية المختلفة؟

و تفرع هذا السؤال إلى تساؤلات فرعية و هي:

[1] وفاء كعوس، **دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي المروري**، مذكرة ماستر في علوم الإعلام و الاتصال ، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2015.

– كيف يتم تحليل خطاب النص من منظور لسانيات النص، و هل يمكن تطبيق ذالك على النص القرآني ؟

– هل هناك علاقة بين البلاغة و علم النص من جهة و بين الأسلوبية من جهة أخرى؟

و من أبرز النتائج نجد:

– أثبت البحث أن الاتساق يؤدي دوره في تماسك النص من خلال جملة من الأدوات أبرزها الحذف.

– أشار البحث إلى أنه بالرغم من تباين تعريفات النص إلا أنها تشترك في تأكيدها على خاصية ترابط النص وتماسكه.

– أكد البحث أن كل تكرار في القرآن الكريم يأتي ليؤكد فكرة أو يثبت عقيدة فلا يتكرر اللفظ بالمعنى نفسه في السياق نفسه.[1]

أوجه التشابه و الإختلاف:

الدراسة السابقة تركز على تحليل الخطاب لسورة البقرة أما نحن في دراستنا ركزنا على الخطاب اللغوي للبرامج التحسيسية الإذاعية.

في الدراسة السابقة اشتملت العينة لسورة البقرة أما نحن أخذنا عينة للبرامج التحسيسية لحوادث المرور.

أما المنهج المستخدم في الدراسة السابقة هو المنهج الوصفي الاستنباطي التحليلي أما نحن اعتمدنا على المنهج السيميولوجي.

الدراسة الثالثة:

مذكرة ماجستر في علوم الإعلام و الاتصال تخصص وسائل الإعلام و المجتمع، من إعداد الطالبة تباني عبير، في جامعة محمد خيضر بسكرة لسنة 2012/2011 ، تحت عنوان الحملات الإعلامية الإذاعية الخاصة بالتوعية المرورية ف الجزائر، دراسة ميدانية على عينة من جمهور السائقين بولاية سطيف"

[1]– بن يحي نعوس، **تحليل الخطاب في ضوء لسانيات النص**، أطروحة الدكتوراه في لسانيات النص، قسم اللغة العربية و آدابها، جامعة وهران، 2012 .

هذه الدراسة تندرج ضمن الدراسات الوصفية حيث تم الاعتماد على المنهج المسحي يعتبر هذا من أبرز المناهج العلمية المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية الوصفية، الإشكالية التي طرحت في هذه الدراسة هي ما مدى فعالية الحملات الإعلامية (الفواصل الإعلامية) الخاصة بالتوعية المرورية و المقدمة من طرف إذاعة سطيف؟

أما التساؤلات الفرعية هي:

– ما هي آراء الجمهور السائقين لهذه الفواصل الإعلانية الخاصة بالتوعية المرورية و لمضامينها؟.

– هل استطاعت هذه الفواصل التأثير على المستوى السلوكي لجمهور سائقين بولاية سطيف؟

– ما هو الدور الذي يلعبه القانون في عملية التوعية المرورية في وجهة نظر جمهور السائقين بولاية سطيف؟.[1]

أهم نتائج الدراسة:

– أكدت النتائج أن أغلبية السائقين يستمعون إلى هذه الفواصل و يرجع ذالك إلى خصوصية هذا النوع الإعلامي من حيث قصر مدته و تكرر و استمرار بثه و اقتحامه لأجندة التعرض.

– بنيت الدراسة فيما يخص آراء و توجيهات جمهور السائقين نحو الحملات الإعلامية الخاصة بحوادث المرور أن السائقين يفضلون بالدرجة الأولى أن تقدم هذه الفواصل بالعامية اللهجة المحلية كونها الأقرب إلى كل فئات المجتمع.

– بينت النتائج الخاصة بمدى تذكر جمهور السائقين للفواصل الإعلانية الخاصة بالتوعية أن هناك نسبة معتبرة من السائقين يتذكرون أنهم استمعوا إلى هذه الفواصل من مدة قريبة و يتذكرون أيضا المواضيع المعالجة فيها.

– كشفت النتائج الخاصة بمدى تأثير الحملات الإعلامية الخاصة بالتوعية المرورية على سلوك الجمهور.

– بينت أيضا الدور الذي يمكن أن يلعبه القانون في عملية التوعية المرورية الدور الفعال الذي يلعبه الاتصال الشخصي في اطلاع السائقين بفحوى القانون الجديد.

أوجه التشابه و الإختلاف:

[1]–تباني عبير، **الحملات الإعلامية الإذاعية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر**، مذكرة ماجستر في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة محمد خيضر، بسكرة،2011.

الدراسة السابقة تركز على الحملات الإعلامية الإذاعية الخاصة بالتوعية المرورية، أما نحن ركزنا على على البرامج التحسيسية لحوادث المرور ، أما العينة المستخدمة هي عينة لسائقين ولاية سطيف، إما نحن اعتمدنا على عينة البرامج التحسيسية لإذاعة تيزي وزو الجهوية.

أما المنهج اعتمد على المنهج المسحي أما نحن على المنهج السيميولوجي.

الإطار النظري

الفصل الأول: البنية اللغوية في الخطاب الإعلامي

المبحث الأول: ماهية البنية اللغوية.

المطلب الأول: مفهوم البنية اللغوية.

المطلب الثاني: السمات الأساسية للبنية اللغوية.

المطلب الثالث: نظرية العلامات عند فردناند ديسوسير.

المبحث الثاني: تحليل الخطاب الإعلامي.

المطلب الأول: مفهوم الخطاب الإعلامي.

المطلب الثاني: أهداف و خصائص الخطاب الإعلامي.

المطلب الثالث: مستويات تحليل الخطاب الإعلامي.

الفصلالأول: البنية اللغوية في الخطاب الإذاعي

المبحثالأول: ماهية البنية اللغوية:

المطلب الأول: مفهوم البنية:

لغة :

البنية جمع بنبحيث يقال: فلان صحيح البنية أي الجسم، بنى يبني الكلمة ألزمها البناء، أعطاها بنيتها أي صيغتها و المادة التي تبنى منها.[1]

يمكننا القول أن بنية الكلمة تعني جسمها و هيئتها التي تظهر عليها نطقا و كتابة و أن كلمة البنية و ما يتصل بها من مشتقاته بنبجميع مدلولاتها الحسية و المعنوية لا يكاد تخرج عن هياكل الشيء، قول تعالى" إن الله يحب الذين يقاتلون في سبيله صفا كأنهم بنين مرصوص "[2].

اصطلاحا:

أما عن البنية في مجال الاصطلاح فهي ترجمة لمجموعة من العلاقات الموجودة بين عناصر مختلفة و عمليات أولية تتميز فيما بينهابالتنظيم و التواصل في عناصرها المختلفة.[3]

تعنى البنية ،الكيفية التي تنظم بها عناصر مجموعة ما ،أي أنها نعطي مجموعة من العناصر المتماسكة فيما بينها بحيث يتوقف كل عنصر على باقي العناصر الأخرى ، بحيث يتحدد هذا العنصر أو ذاك بعلاقته بمجموعة من العناصر.[4]

مفهوم البنية اللغوية:

يشكل التنظيم الفنولوجي للغة العربية، وحدة متكاملة تخضع لمجموعة من القوانين و الأنظمة الصوتية و الصرفية والدلالية، و تنشأ هذه تجاوز الأصوات، و مواقعها و إمكانية تواجدها في المقاطع ، و كذالك قابليتها للتحقيق

[1]- ابن منظور، **لسان العرب(ج.أ)** ،دار إحياء التراث العربي و مؤسسة التراث العربي،1993،ص510 .

[2]- القران الكريم، **سورة الصف**، الأية4،ص453.

[3]- صلاح فضل، **النظرية البنائية في النقد الأدبي** ،دار الأفاق الجديدة،بيروت،ط3 ،1935 ،ص121 .

[4]-بغورة الزراوي،**مناظرة حول مفهوم البنية**،**مجلة فصلية تعني بالمفاهيم و المناهج**، جامعة قسنطينة، العدد الخامس،1991، ص 95 .

والإظهار و التداخل في التراكيب اللغوية، أثناء قيامها الفعلي بوظائفها و مهامها ، و قد تؤدي تلك إلى دلالات تتطابق و تختلف ، وهي في كل هذا و ذاك تسير وفق نظام متناسق.

تقوم البنية اللغوية على وحدتي(الصوت و الصرف) و مجال (الفونيم و المرفيم) و يعرف الأول أنه وحدة صوتية غير قابلة للتغير و يعرف آخرون : بأنه كل صوت قادر على إيجاد تعبير دلالي.[1]

المطلب الثاني: السمات الأساسية للبنية اللغوية:

إذا كانت البنية اللغوية عبارة عن نظام له قوانينه التي يحكم بها أجزاءه ،إذأن كل تحول في البنية يؤدي إلى تحول في الدلالة ، فهناك 3 سمات للبنية الغوية و تتمثل فيما يلي:

1- الكلية أو الشمولية

2- فكرة التحول

3- فكرة الضبط الذاتي

1-الكلية أو الشمولية:و المقصود بهذه السمة ،أن البنية لا تتألف من عناصر خارجية تراكمية مستقلة عن الكل ، بل هي تتكون من عناصر خارجية خاضعة للقوانين المميزة للنسق، و ليس المهم في النسق العنصر أو الكل ، بل المهم هو العلاقات القائمة في هذه العناصر ، فهي تعني خضوع العناصر التي تشكل البنية لقوانين تميز المجموعة أو الكل ككل واحد.[2]

2-التحولات أو فكرة التحول: و تعني هذه السمة أن كل بنية تنطوي على قانون داخلي من شأنه أن يحدث تغيرات داخلها، فالبنية لا يمكن أن تظل في حالة ثبات و سكون بل هي في تغير و تحول دائم ، فكل نص في نظر البنيوية يحتوي ضمنيا على نشاط داخلي يجعل من كل عنصر فيه عنصربانيا لغيره، و مبنيا في الوقت ذاته ،و هذه الخاصية تحاصر تحول البنية و ما من بعض التغير.[3]

[1]- عبد القادر عبد الجليل،**علم الصرف الصوتي**، دار صفاء للنشر و التوزيع،عمان ، الأردن،ط1 ، 2001،ص96.

[2]- محمد بلعفير ، **البنيوية النشأة و المفهوم**،مجلة الأندلس للعلوم الإنسانية و الاجتماعية، العدد15، المجلد16، 2017 ،ص 264.

[3]-**المرجع نفسه**،ص 264.

3 – التنظيم الذاتي:

و تعني هذه السمة أن البنية تستطيع أن تحافظ على وحدتها و إستمراريتها من خلال تنظيم ذاتها بذاتها، فبإمكان أي بنية أن تنظم نفسها مما يحفظ لها وحدتها و يكفل لها المحافظة على بقائها ، و يحقق لها ضربا من الانغلاق الذاتي.[1]

المطلب الثالث: نظرية العلامات عند فردناندديسوسير:

اللغة ليست مجرد آلةمادية ، صوتية ، بل إنها نظام لغوي مشترك بين الجماعات اللغوية التي تنتمي لرقع جغرافية متشابهة ، قصد تحقيق عملية التواصل.[2]

1–أنظمة العلامات و السيميولوجيا:

كان من نتيجة تعمق ديسوسور في تحليل الرموز اللغوية المندرجة في نظم متكاملة، إذ قادهحدسه إلى تصور علم جديد لم يكتب له النمو إلا بعد من القرن الماضي ، و قد اقترح له اسم "السميولوجيا أو علم العلامات،sémiologie، و السيميولوجيا هي العلم الذي يوضح ماهية العناصر التي تتكون منها العلامات وماهية القوانين التي تحكمها، فهو مشتق من الكلمة اليونانية sémio بمعنى علامة و هو علم يدرس أنظمة، الإشارة اللغوية و غير اللغوية ، ويذهب ديسوسور إلى أن واجب عالم اللغة هو تحديد ما يجعل من اللغة نظاما خاص في مجموعة من الظواهر السيميولوجيةبناء على دراستها من الناحية الاجتماعية ، و هذه الصفة الجوهرية لا تتضح إلا في اللغة ، و هذا ما أكد ديسوسور على أنه إذا أردنا أن نكتشف الطبيعة الحقيقية للغة، فإنه يجب علينا أولا أن ندرسها من حيث الذي يشترك فيه مع سائر الأنظمة الأخرى.[3]

[1]– إبراهيم زكريا، **مشكلة البنية**، مكتبة مصر، القاهرة، 1999،ص35.

[2]– حليمة بن عزوز، **السند البداغوجيلمقايس اللسانيات البنيوية**، الجزائر، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان،2016،ص 24.

[3]–فردناندديسوسور،ترجمة يوئل يوسف عزير،**علم اللغة العام**، ط2، بغداد، دار الأفاق، 1985،ص39.

2- ثنائية النظم اللغوية:

ا/ ثنائية اللغة و الكلام:

حيث يرى ديسوسور أن اللسان له جانبين جانب فردي و جانب اجتماعي و لا يمكن تصور أحدهما دون الأخر.

ب/ثنائية الصوت و المعنى:

فالصوت اللغوي فيما يرى ديسوسور لا وجود له إلا بفضل جانبين ن جانب النطق و جانب السمع، و إن الصوت اللغوي هو وحدة تركيبية من النطق و السمع تربط بفكرة معينة هي فكرة الإيحاء .

ج/ ثنائية المحور التوافقي المتطور و الثابت:

إن اللسان كما يذكر ديسوسور في بحثه (علم اللغة العام) ينطوي على وجود نظام ثابت ، بإضافة إلى عملية التطور ، فهو في كل لحظة نظام قائم بذاته ، ونتاجللزمن الماضي وهو قول لا تثريب عليه.

3- الفرد في اللغة و الكلام:

من التصورات الجديدة التي ادخلها سوسير في مجال علم اللغة هو تفرقيه بين ثلاث مصطلحات أساسية و هي **اللغة** و تعني ظاهرة أساسية لها أشكال كثيرة تنتج من المملكة اللغوية ، و **اللسان** الذي هو جزء معين متحقق من اللغة بمعناها الإنساني الواسع، و هو اجتماعي مكتسب ، و **الكلام** هو شيء فردي ينتمي إلى اللسان، فقد فرق بني النظام اللغوي الذي يشترك فيه جماعة من الجماعات و بين الاستعمال الفعلي الذي يقوم به المتكلم باللغة لهذا النظام.

و قد أكد ديسوسور أن اللغة تتميز بعدة من الخصائص[1]:

- تعد اللغة شيء محدد يتم استخدامه من وقائع الكلام المتناثرة ،فهي تقع ضمن دائرة الكلام التي تشمل اللفظ المنطوق ،و قناة التوصيل الطبيعية و الصورة السمعية و التصور الذهني للمتلقي ، فتقع اللغة في

[1]-Porcher louis,**inroduction a une semiotique des images sur quelques exemples d'images publicitaire**,ed credif,1981,p173.

الجزء الذي تقوم فيه صورة سمعية ما باستدعاء تصور ذهني خاص ، و لهذا المعنى تعد اللغة في العنصر الاجتماعي للكلام و الفرد في حاجة إلى تعلمها .

- اللغة تختلف عن الكلام ، في إنهاشيء يمكن دراستها بصورة مستقاة ،فاللغات البادئة (الميتة)مع أنه لم تعد تستخدم في الكلام، نستطيع بسهولة أن نتعلم أنظمتها اللغوية، و بالتالي فإن اللغة ليست أقل من الكلام في أنها الشيء ذو طبيعة محددة مما يعتبر ميزة كبيرة في دراستها.
- اللسان غير متجانس، أما اللغة فمتجانسة فهي نظام منالإشارات،جوهره الوحيد الربط في المعاني والصورة الصوتية .فبالتالي إن اللغة تمتاز بالتناسق و التوافق ،فهي نظام من الرموز يتم فيها اتحاد المعنى بالصورة السمعية على العكس تماما من الكلام الذي يتنافر الجرار .
- اللغة هي نظام من العلامات التي تعبر عن الأفكار ، فهي بهذا المعنى يتم مقارنتها بنظام الكتابة أو الالفباء المستخدمة عند فاقدي السمع و النطق و الطقوس الرمزية أو العلامات العسكرية أو غيرها من الأنظمة .

4- علم اللغة الداخلي و الخارجي:

لقد دعا ديسوسور إلى التميز في دراسة اللغة في العناصر الداخلية فيها و العناصر الخارجية عنها، فالنوع الأول (العنصر الداخل) تكون فيه اللغة نسق له قواعدهالخاصة و له تنظيمه الداخلي في حد ذاته ، بينما النوع الثاني (العنصر الخارجي) يهتم بمظاهر اللغة الخارجية من حيث علاقتها بالظواهر المؤثرة عليها كالحضارة أو التاريخ، أو علم النفس.فقد اتجه ديسوسور إلى تثبيت الظواهر اللغوية و عزلها عن التطور التاريخي، فقد ألغى تزامن تلك الظواهر بالزمان و التاريخ، و اكتفى بعلاقتها الداخلية و تزامنها مع زمنها الداخلي الخاص، حيث قام ديسوسيربتشبيه اللغة بلعبة الشطرنج.[1]

كون اللغة قد انتقلت من بلاد الفرس إلى أوروبا واقعة ذات طبيعة خارجية، في حيث أنها تتعلق بنظام الفقه وقواعدها ، إنما يمثل واقعة ذات طبيعة داخلية و لو إنني عمدت إلىأن استعيض عن قطع الشطرنج الخشبية بقطع عادية لما كان لهذا التغيير أي أثر على نظام اللعبة نفسها، أماإذا عمدت إلى زيادة عدد القطع آو نقصها ، فلا بد أن يكون من شأن هذا التغيير المساس بنظام اللعبة و قواعدها في التصميم .

[1]-محمد رشوان، **مدخل إلى الفلسفة المعاصرة**، القاهرة، دار الثقافة للنشر و التوزيع، 1992، ص38.

5- العلامة اللغوية:ذهب سوسير إلى استعمال مصطلح signeأي الرمز آو علامة الدلالة على الكلمة لفظا و معنى ، و الرمز اللغوي له وجهان لا ينفصل احدهما الآخر؛ يتمثل الوجه الأول في الدال و هي الصورة الصوتية في حين أنالوجه الثاني يتمثل في المدلول و هو الصورة المفهومية التي تعبر عن المتصور الذهني الذي يحيلها إليه الدال ، و تتم الدلالة باقتران الصورتين الصوتية و الذهنية و بحصولها يتم الفهم .[1]

- و بناء عليه فإن العلامة اللغوية واجهتان:

الأولى: واجهة ذهنية مجردة تتألف من "مفهوم" و "صورة صوتية" .

الثانية : واجهة حسية تتكون من شيء مقصود "المدلول" و " الرمز" . و الرسم التالي يوضح:

مفهوم.

*

العلامة اللغوية = صورة اللغوية

نجمة

فالمفهوم هو الانطباع العقلي الناتج من نطقنا لمجموعة من الأصوات، أما الصورة الصوتية ليست الكلمة المنطوقة فعلا ، بل هي الأثر النفسي المتشكل ، نتيجة النطق الفيزيائي المتكرر، و بالتالي فإن الصورة الصوتية تمثل الجانب المجرد من الصوت ، و ليس الجانب الحسي.[2]

6- العلاقات التركيبية و العلاقات الترابطية:

إن العلاقات اللغوية تنطبق من مستويين مختلفين وكل مستوى منها يكون نظاما معينا من القيم و التقابل بينها هو الذي يجعلنا تفهم طبيعة كل منهما .

1- علاقات تركيبية (سياقية)

2- علاقات ترابطية (إيحائية)

ا/ **العلاقة التركيبية:** هي تلك العلاقات التي ننشأ بين الوحدات المتتالية الكلام وبذلك تتشكل توليغات من الوحدات التي تسمى التركيب ، فهناك علاقات تقوم بين الكلمات و في تسلسلها تعتمد على خاصية اللغة الزمنية ، بخط مستقيم، يستبعد فيه إمكانية النطق بعنصرين في وقت واحد ، بل تتابع العناصر بعضها البعض .[3]

[1]- سعيد بنكراد، **السميائيات مفاهيمها و تطبيقاتها**، مطبعة النجاح الجديدة، الدار البيضاء، المغرب، منشورات الزمن ،2003،ص51.

[2]- نور الهدى لوشن، **مباحث في علم اللغةو مناهج البحث اللغوي**، المكتب الجامعي الجديد ،جامعة الشارقة ،الاسكندرية ،2008،ص319.

[3]- محمد يوسف علي، **أصول اتجاهات المدارس اللسانيات الحديثة**، عالم الفكر، العدد الأول، المجلد 32، 2003،ص138.

ب/ العلاقة الترابطية:

هي تلك العلاقات التي تنشأ خارج الكلام ،بين الكلمات التييقوم بينها شيء ما مشترك ، هذه الكلمات ترتبط في الذاكرة و تشكل بداخلها علاقة متنوعة التنوع .[1]

7/ التزامن و التعاقب:

إن ثنائي التزامن و التعاقب هي بلا شك الثنائية التي شهدت اتساعا كبيرا في ثنائية سوسير كلها ، إن ضرورية الاهتمام بالتحديد الدقيق للمحاور التي تدرس الأشياء على أساسها ، إذ ينبغي أن نميز فيما بينهما ، و نفصل بوضوح في محورين "محور التزامن " و " محور التعاقب ".

فالتزامن يمثل محورا أفقيا تقوم فيه العلاقات في الأشياء المتواجدة أو المتوافقة على أساس ثابت ليس لزمان فيه أي مدخل ، أما **التعاقب** فيمثل محورا رأسيا تقوم فيه العلاقات في الأشياء المتتابعة على أساس التغير الزمني أو التاريخي .[2]

و قد أكدسوسور العلامة اللغوية مؤلفة من اتجاه الواجهتين، فالمدلول قد يتكون من اتحادالمفهوم بالشيء المقصود، في حين أن اتجاه الصورة الصوتية بأصوات الكلمة المنطوقة فعلا يكون الدال.

ا/ اعتباطية العلامة: يرى سوسور أن العلامة اعتباطية ، فالرابط الذي يربط صورة صوتية معينة مع مفهوم محدد، و يصبح عليه قيمة العلامة هو جذريا رابط اعتباطي، بمعنى أنه ليس لها مع المدلول أي ارتباط طبيعي بالواقع.

ب/ الصفة الخطية للدال:

تعد هذه الصفة على السمع و هو يظهر إلى الوجود في حيز زمني فقط، و يستمد منا هاتين الصفتين :

- أنه يمثل فترة زمنية.

- تقاس ببعد واحدا فقط.

و هذا يعني أن الدال وحده هو الذي يتأثر بالصفة الخطية، فالعناصر التي تستخدم لبناء وحدات اللغة والعلامات، هي تسلسل بطريقة خطية، فهي تشكل دعما إضافيا لمبدأ الثاني، أن الدوال الصوتية ليس لها ما تتصرف به عن خط الزمن، أما عناصرها فتأتي واحدة تلوى الأخرى لتكون بذالك سلسلة و تبرز هذه الخاصية

[1]-فردناندديسوسور، **أصول اللسانيات الحديثة و علم العلامات**، ترجمة عزالدين اسماعيل، المكتبة الأكاديمية، القاهرة،2000،ص150.

[2]-**المرجع نفسه**،ص89.

للعيان مجرد أن ترسم تلك العناصر بالكتابة و بمجرد أن يحل الخطأ المكاني للعلامات الكتابية محل التعاقب في الزمن.

المبحث الثاني: تحليل الخطاب الإعلامي:

المطلبالأول: مفهوم الخطاب الإعلامي:

تعريف الخطاب:

هو مراجعة الكلام بين الطرفين أو أكثر بحيث يتم تبادل رسائل لغوية، و هو نفس المعنى الذي نجده عندالتهانوي حيث عرف الخطاب بأنه توجيه الكلام نحو الغيربالإفهام .[1]و نجده كذلك عند أبي البقاء الكفوي

حيث يقول :"الخطاب هو الكلام الذي يقصد به الإفهام ، إفهام من هو أهل الفهم و الكلام الذي لا يقصد به إفهام المستمع فانهلا يسمى خطابا [2].

و الخطاب كذالكحسب العديد من الأدباء و المؤلفين بأنه اتصال لغوي بين المتكلم و المستمع و هو ذالك تجربة دينامكيةتساهم فيها أطراف متعددة عن طريق التفاعل من أجل تحديد الأدوار: المؤلف، خطاب، قارئ، مستمع.

فالخطاب هو اللغة المستخدمة لتمثيل ممارسة اجتماعية محددة من جهة نظر معينة و هو عكس ما يطلق عليه اللغويين نظام كون لغة فالخطاب هو حدث الكلام.

مفهوم الخطاب الإذاعي:

يطلق هذا المصطلح على المادة الكلاسيكية التي تعرض لموضوع معني يوجه أحد المتخصصين إلى جمهور المستمعين و المشاهدين من خلال الإذاعة الصوتية أو المرئية أو يعرف أحيانا بالحدث المباشر نظرا لأن المتحدث يلتزم فيه أسلوب السرد و يوجه أفكاره و أرائه إلى المستمع مباشرة فيما يشبه المحادثة الشخصية و قد يكون هذا الحديث دينيا أو سياسيا ، اقتصاديا، اجتماعيا علميا، أدبيا فنيا، رياضيا أو تاريخيا أو عسكريا..الخ، و في كل

[1]-إبن منظور، **مرجع سابق**،ص40.

[2]-وتج لطفي ،**كشاف اصطلاحات الفنون**، النهضة العامة للكتاب، ط2، مصر، 1996ص12.

الحالات فإنه يكون بمثابة معلومات و معاني و أفكار ، قد يضمن كذالك مقترحات و أراء ووجهات نظر حول الموضوع أو القضية المطروحة.[1]

و قد شرح العلامة عبد الله العلايلي مفهوم الخطاب الإذاعي على أنه إبلاغ الصوت الإسماع الأداء بمخارج الحروف، و تكثيف الصوت حسب المقامات و إنطاق الإشارة بالمعنى، و هو أيضا فن النطق بالكلام على صورة توضح ألفاظه و معانيه.[2]

المطلب الثاني: أهداف و خصائص الخطاب الإعلامي:

يعد الخطاب الإعلامي في صناعة ثقافية، يأتي معنىالكلمة تتكاثف على إنتاجها و مبادئها متعددة و الخطاب ممارسة اجتماعية متغيرة و يتعرض دائما للتغيير و التطور، و من خصائصه[3]:

* خطاب حجاجي يستهدف استجابة المتلقي و لإقناعه بما وجد من أخبار.

* موضوعية الخبر الذي يعرضه الصحفي وفق شروط أخلاقية و مهنية توجب عليه الأمانة و الدقة و المسؤولية .

* يعتمد على مظاهر الإثارة الشكلية و المضمونية و التوثيقية في نقل الحدث.

* يصاغ صياغة حجاجية تستهدف الإقناع و الإتيان بالتشبيه، السرد و الوصف و إدراج الأساليب اللغوية كالتوكيد ن النفي والشرط و الاستفهام.

* يعتمد في نقل الخبر على مصادر متنوعة رسمية أو غير رسمية كقول شاهد عيان، أو وكالة الأنباء.

[1]- كرم شبلي، **الخبر الإذاعي، فنونه و خصائصه في الراديو و التلفزيون**، دار الشروق للطباعة و النشر و التوزيع، بيروت، لبنان،2008،ص97.

[2]- فاروق سعدن،**فن الإلقاء العربي الخطابي و القضائي و التمثيلي**،ط2، شركة الحلي للطباعة و النشر و التوزيع، بيروت ، لبنان، 1999،ص11.

[3]-نبيل علي، **الثقافة العربية و عصر المعلومات، رؤية المستقبل الخطاب الثقافي العربي**، عالم المعرفة، رقم 265، 2001، ص344.

أهداف الخطاب الإعلامي:

يسعى الخطاب الإعلامي إلى تحقيق مجموعة من الأهداف التالية:

* البحث عن طريق اكتشاف مجموعة من الأحداث و الأخبار الجديدة التي لم تكن معروفة سابقا.

* يعد وسيلة من وسائل دعم الرأي العام من خلال توجيه أراء الناس و التأثير بهم.

* يساهم في تعزيز ربط القراء مع الواقع الاجتماعي الذي يعيشون فيه.

* الاستفادة من كافة الظروف المحيطة بطبيعة الخطاب الإعلامي من أجل التعريف به بشكل واضح.[1]

المطلب الثالث: مستويات الخطاب الإعلامي:

– المستوى النحوي التركيبي:

بنية اللغة لا تكتب بمجرد صياغة المفردات وفق قواعد العربية بل تحتاج إلى وظائف معينة تسمى الوظيفة النحوية وهي تحتل الكلمات فيها مواقع معينة " رتب" و تشير إليها علامات معنية علامات الإعراب في العربية و التي تدل أنواع العلاقة الوظيفية و الدلالية التي تربط بين الكلمات أو المفردات داخل التركيب، فالموقع هو ذاته وظيفة، فاعل ، مفعول به، تميز،صفة، فهي إشارة الموقع إلى وظائف هي علاقات دلالية تربط الكلمات بعضها البعض في الكلام أو وسط الكلام و تزيد هذه العلاقات الدلالية تحديد بالعلاماتالإعرابية التي هي مؤشرات إضافية، وبالتالي تزيد في بيان نوع العلاقة الوظيفية و النحوية و الدلالية التي تربط الكلمات ببعضها البعض داخل التركيب.[2]

– المستوى الصوتي:

[1]–نبيل علي، **مرجع سابق**، ص345.

[2]–دندوقة، **محاضرة حولتحليل الخطاب و لسانيات النص و التداولية**، جامعة زيان عاشور، كلية الآدب، الجلفة،2017،ص108.

المستوى الصوتي هو علم الفنولوجيا الذي يعني بالأصوات و إنتاجها في الجهاز النطقي و خصائصها الفيزيائية ، مرت الكتابة في عدة مراحل و تطورها بالنقوش و الرسوم إلى أن وصلت إلى الكتابة المعروفة و تصنيفها إلى نوعين:

* الصامتة و الأصوات ، الحركات أصوات أو حروف يطلق على أصغر وحدة صوتية(فونيمات) و تتمثل على الأصوات يطلق على أصغر وحدة صوتية ذات أثر في الدلالة ، أي إذا حلت محل غيرها مع اتحاد السياق لصوتي و تغيرت الدلالة و اختلفتالفونيم.[1]

المستوى الصرفي:

يعني الدرس الصرفي الحديث و هو نوع من فروع اللسانيات و مستوى من مستويات التحليل اللغوي يتناول البنية التي تمثلها الصيغ و المقاطع و العناصر الصوتية التي تؤدي معاني صرفية أو نحوية ، و يطلق الدارسون على هذا الدرس مصطلح المرفولوجيا ، و هو يشير عادة على دراسة الوحدات الصرفية أي المورفيمات، دون أن يتطرق إلى مسائل التركيب النحوي و تأتي دراسة الصرف على هذا النحو من تسلسل العناصر اللغوية الذي انتهجته اللسانيات الحديثة و هو يبدأ من االاصوات إلى البنية فالتراكيب النحوية الدلالية ثم الدلالات التي تمثل قمة هذه العناصر و ثمرتها .[2]

– المستوى الدلالي و البلاغي:

كل المستويات اللغوية السابقة من أصوت و أبنية صرفية تركيبية لا بد أن تكون حاملة للمعاني و الدلالات.

و قضية الدلالة من أقدم ما تتعلق به الحضارات من قضايا في دراستها الفلاسفة و اللغويين و البلاغيون و علما الأصول من العرب و غيرهم، فقد بحثت الدلالة قضاياها من جانبين و بعد البحث الدلالي محور من محاور اللغة.[3]

فهناك جانبين الأول نظري و الثاني جانب علمي خالص يتمثل في المعاجم بمختلف أنواعها،فهناك مباحث تدخل تحت ما يسمى بالمعجمية أو علم العجم.

---

[1]-**المصدر نفسه**، ص 109.

[2]- عبد الحميد بوزوينة،**بناء الأسلوب في المقالة عند الإبراهيمي**،دراسة وصفية تحليلية فنية، ط1،ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1988،ص 22-26.

[3]- سعيد يقطي ، **تحليل الخطاب الروائي**،ط3، المركز الثقافي العربي، بيروت،1997،ص130.

الفصل الثاني: البرامج الإذاعية و التوعية من حوادث المرور

المبحث الأول: ماهية البرامج الإذاعية.

المطلب الأول : تعريف البرامج الإذاعية.

المطلب الثاني: أهداف و أنواع البرامج الإذاعية و عوامل نجاحها.

المطلب الثالث: تنسيق و تخطيط البرامج الإذاعية.

المطلب الرابع: الخطوات العلمية في إعداد البرامج الإذاعية.

المبحث الثاني: الإذاعة و التوعية المرورية.

المطلب الأول: مفهوم التوعية المرورية.

المطلب الثاني: التخطيط للتوعية المرورية.

المطلب الثالث: أهمية الحملات التحسيسية حول حوادث المرور.

المطلب الرابع: دور الإذاعة في التوعية المرورية.

الفصل الثاني: البرامج الإذاعية و التوعية من حوادث المرور

المبحث الأول:ماهية البرامج الإذاعية:

المطلب الأول :تعريف البرامج الإذاعية:

يعرف البرنامج الإذاعي بأنه مادة صوتية أو مادة مصورة يمكن تقسيمها من خلال الإذاعة، كما أنه يخاطب جمهور معين في فترة زمنية معينة، و يتكون من مقدمة و نهاية و محتوى، بينهم يتم مخاطبة الجمهور من خلاله يتوصل رسالة معينة.

و الإذاعة هي أكثر وسائل الاتصال انتشارا ، إذ تعتبر نقطة تحول رئيسية في الحياة الاجتماعية منذ نشأتها 1906 على يد ماركوني ، كما أنها وسيلة لنقل المعلومات و الأفكار إلى المستمعين، و تشرع في تقديم المحتوى ، فتقدم محتوى ترفيهي أو تثقيفي أو محتوى إخباري كما تعمل على توعية المواطنين و توسيع أفاقهم[1].

المطلب الثاني :أهداف و أنواع البرامج الإذاعية و عوامل نجاحها:

2-1 أهداف البرامج الإذاعية:

تتمثل أهداف البرامج الإذاعية من خلال تقديمها للموضوعات و القضايا المختلفة للجمهور في عدة أهداف تتمثل في:

-إمدادالجمهور بالمعلومات و المعارف حول القضايا و الموضوعات و الشخصيات المختلفة.

- تدعيم اتجاهات و قيم إيجابية مسبقة موجودة أصلا لدى فئات الجمهور المستهدف.

- تدعيم سلوكيات إيجابية موجودة أصلا لدى الجمهور مسبقا.

[1]-موقع إلكتروني
https://www.almrsal.com/post/972736#%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%81_%D8%A7%D9%84%D8%A8%D8%B1%D8%A7%D9%85%D8%AC_%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B0%D8%A7%D8%B9%D9%8A%D8%A9، 13/08/2021(14:30) .

– خلق اتجاهات و سلوكيات و قيم إيجابية حول موضوعات و أفكار جديدة تصرح في المجتمع و تحتاج إلى تحسيس الجمهور المستهدف لها.

– محاولة تغيير سلوكيات سلبية لدى الجمهور المستهدف.

و تفيد خطوة تحديد أهداف المعالة الإذاعية في وضع الإطار التنفيذي الصحيح للبرنامج الإذاعي ، بحيث نضمن عدم خروج البرنامج الإذاعي و تعزه إلى نقاط عديدة تحوج عن الهدف الرئيسي للبرنامج[1].

2–2 أنواع البرامج الإذاعية و عوامل نجاحها:

ا/ أنواع البرامج الإذاعية:

تختلف البرامج الإذاعية من بلد إلى أخر و لكنها تتفق في توفير التسلية و المعرفة، و يراعي العديد من البلدان أن تكون برامج المنوعات بنسبة 90 منها أما الباقي يخصص للمواد الثقافية بكل وجوهها ، وتحضي البرامج الدينية في الإذاعات العربية بنسبة كبيرة من برامجها المختلفة و هي تتضمن تلاوة القران الكريم و تفسيره و شؤون إسلامية متنوعة.

و تتمثل الإعلانات جزء من البرامج المذاعة ،إذتبث من خلالها أو خارج أوقاتها في المحطات التجارية أو المحطات غير التجارية ، مثل هيئة الإذاعة البريطانية فلا تبث أي نوع من الإعلانات كتلك التي تنوه ببرامجها.

و تحاول معظم الإذاعات جذب المستمعين بواسطة برامج تهم ذوي الأهواء المختلفة كالموسيقى الصاخبة للمراهقين و الأخبار العلمية للمثقفين و تشير الموسيقى المسجلة في برامج التسلية و الترويج و المنوعات و معظم الإذاعات المتخصصة بها تذيع نوعا معينا منها، مثل موسيقى البوب أو الموسيقى الهادئة موسيقى الجاز أو الموسيقى الشعبية ، كما تذيع بعض المحطات الأخرى أنواع مختلفة من الموسيقى من دون أن تتخصص بها.

و يسهم المذيعون الذين يقدمون الموسيقى و يعلقون عليها في اجتذاب المستمعين و لذلك فان معظم المحطات الإذاعية تسعى إلى توظيف معلقين متميزين ذوي أساليب شيقة ، و لا تقتصر البرامج المسلية على الموسيقى بل

[1]-نسمة احمد البطريق،عادل عبد الغفار، **الكتابة للإذاعة و التلفزيون**، دار الفكر العربي، مصر،2005،ص 17.

تتعداها إلى الفكاهة و التمثيليات ذات الحلقات و المسرحيات التي تنقل نقل مباشر أو مسجلة و بعض التمثيليات تكتب للبث الإذاعي فقط[1].

و يمكن تقسيم البرامج الإذاعية حسب طبيعة الموضوعات التي تعالجها و تبعا لطبيعة المستمعين منها فهناك:

- **البرامج الثقافية** : يطلق مفهوم الثقافة على كل مصدر و علم و معرفة يزيد من حصيلة المستفيد و يوسع أفقه و تفكيره ، و قد يرتبط ذالك بتخصصه و لكن غلبا ما يكون خارج نطاق تخصصه و يمكن القول أن البرامج الثقافية هي أقرب إلى أن تكون تعليمية غير منهجية.
- **البرامج الاجتماعية**: هي برامج ترتبط بترابط الأسرة و المجتمع و تتفاعل مع العادات و التقاليد ، و تميل إلى ترسيخ مبادئ التربية الفضيلة.
- **البرامج الدينية**: و هي برامج روحية ذات طبيعة خاصة و لكنها تتداخل ضمن البرامج و المواد العامة وهي موجهة للغالبية العظمى من طبقات المجتمع.
- **البرامج الرياضية**: و هي برامج موجهة إلى شريحة معينة في المجتمع على عكس البرامج الاجتماعية والثقافية التي تقوم على قاعدة الاتصال العريضة.
- **المواد الغنائية و الموسيقى**:تقدم الأغاني و الموسيقى كفقرات ترويحية و كمؤشرات سمعية.
- **البرامج الإرشادية المتنوعة**: ترتبط بمناسبات معينة بحيث يتم بث نصائح أو إرشادات تتعلق بأهمية الحدث، و تكرر الرسالة عدة مرات خلال فترة البث لإتاحة الفرصة أمام عدد كبير من المستمعين لاستقبال الرسالة و قد تستخدم هذه التقنية في موضوعات غير رسمية مثل السلامة المرورية أو الابتعاد عن التدخين...الخ.
- **البرامج التعليمية أو العلمية**:و هي التي يتم بنائها وفق أهداف واضحة محددة بحيث تضيف معلومات جديدة إلى المستمع و تعمل على إحداث تغير في اتجاه سلوكه ، و أن تكون مثيرة للانتباه لا مثيرة

[1]-فيصل أبو عيشة، **الدعاية و الاتصال**، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن،2011، ص 43.

للعواطف و أن تكون مترابطة الحلقات و الفقرات ، و أن تساعد على التخيل و التفكير المنطقي الجيد[1].

❖ **البرامج التوعية** و من بين هذه البرامج نجد الحملات التحسيسية: و هي مجموعة الأنشطة المخططة والمعتمدة لفترة محددة، و تشمل كل الفئات المؤثرة و المتأثرة بالمشكلة المطلوب التوعية بها، و هذا بهدف تغيير في اتجاهات و المعارف و تعديل السلوك، حيث أن الاستجابات يشترك فيها الملايين من الناس لذلك فالرسالة الواحدة يجب أن تتلاءم مع العديد من الناس باختلاف و تعدد خلفياتهم و معتقداتهموقيمهم[2].

و تقسمكذالك البرامج الإذاعية حسب الجمهور إلى:

- برامج الأطفال.
- برامج المرأة.
- برامج العمال.
- برامج الفلاحين.
- برامج الطلبة.
- برامج الشباب.
- برامج عامة.

و يمكن تقسيم البرامج حسب القالب الفني المستخدم إلى[3]:

- النشرة.
- الموجز.
- التعليق.
- التحليل.
- المقابلة.
- الحدث.

[1]-رفعت عارف الضبع،**الإذاعة التوعية و إنتاج البرامج الإذاعية**،دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة،مصر، 2004،ص38 - 39.

[2]- محمد مسعود قيراط،**إعداد البرامج التوعوية و التعليمية حول القضايا الأمنية**، الرياض، 2014، ص14.

[3]-طارق الشاري، **الإعلام الإذاعي**، دار أسامة للنشر، الأردن،2010، ص159 - 160.

-الندوات.

- البرامج الثقافية.

- الموسيقى.

ب/ عوامل نجاح البرامج الإذاعية:

يتوقف نجاح البرامج الإذاعية في مراحلها المختلفة (البرمجة، الإعداد، الصياغة، الإلقاء، الإخراج) على عدة عوامل أهمها:

- البرمجة المناسبة من حيث الترتيب، التوقيت و التنويع.

- حسن إلقاء المذيع و تنشيطه للبرامج و عفوية بعد التحضير الجيد لموضوعه.

- الدقة في الإخراج و جعله مناسبا لطبيعة البرامج ، و موافقا لرغبة المستمع استخدام المؤشرات الصوتية المثيرة للاهتمام .

- هذا بالإضافة أيضا إلى حسن الإرسال و الاستقبال الخاصين بالجانبين المادي و التقني[1].

المطلب الثالث :تنسيق و تخطيط البرامج الإذاعية:

هو وضع المادة المناسبة للمستمع المناسب في الوقت المناسب، ومن أجل معرفة عمل التنسيق و أهميته يحتم دراسة المادة الإذاعية المناسبة و معرفة المستمع و دراسته و إذا كان مناسبا ثم دراسة الوقت لتحديد المناسب منه للمستمع من هو المستمع؟ من المفترض أن يكون المستمع هو كل جماهير الشعب و السبب في ذلك أنه ليس من المستطاع عمل إحصاء لمعرفة عدد أجهزة الاستقبال.

ثم هل المستمع هو الأكثر دخلا من هذه الجماهير ؟ أم أن غير المستمع هو الأكثر دخلا-.هواحتمالا أن يكون مستمعا للإذاعة، و لكن هذا ليس بالإمكان القول بأن الأكثر دخلا هو الأكثر استماعا لجهاز الإذاعة ،ونفس الشيء يقال عن الفقير أنه لا يستطيع أن يشتري سوى الغذاء والكساء و لكن بمستوى الكفاف، و يبقى ذوي الدخل المتوسط و هؤلاء ثبت أنهم الأكثر استماعا للإذاعة و أيضا بالنسبة للمثقفين ، فهل المثقف ثقافة عالية هو المستمع، لقد تأكد عبر قياس الرأي أن هذا المثقف لا يستمع لجهاز الإذاعة لأنه يتوفر لديه الكثير من

[1]- فضيلدليو، **الاتصال(مفاهيمه نظرياته وسائله)**، دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر، 2003، ص 147.

وسائل الإطلاع، كذالك فإن المستمعين من ذوي الثقافة البسيطة، و يتبقى بعد ذلك ذو الثقافة المتوسطة كما يتبقى ذو الدخل المتوسط من المنتجين و العمال و هم المستمعون الأقل جهدا .

و النتيجة أن إنشاء أي برنامج يتم بموجب حساب أواسط الناس من حيث العقلية الثقافية و حتى الدخل، وبالنسبة للسن هناك تفاوت لا بد مراعاته ، فالطفل مثلا كثير الحركة لهذا يجب أن يكون البرنامج الموجه إليه منوعا، خفيفا، كثير الفقرات، و بارز الإيقاعات، أما المراهق فإن له اهتمامات خارج ركن الطفل، فهو يهتم بالموسيقى الصاخبة أو الموسيقى الراقصة، و عندما يكبر يهتم بالرياضة كشاب يافع، و العملية في مجملها تعتمد على علم النفس[1].

1-تخطيط البرامج الإذاعية:

هناك خطوط يجب أن يسير عليها الإذاعي حتى يضمن نجاح برنامجه الإذاعي، و هذا ما يطلق عليه التخطيط الإذاعي.

1-1مفهوم التخطيط الإذاعي:

قبل الخوض في التخطيط الإذاعي للبرامج لا بد من الوقوف عند مفهوم التخطيط ، و قد وردت عدة مفاهيم في هذا المجال، و نشير إلى أن التخطيط هو إعداد خطط قصيرة و طويلة الأمد و إستراتيجية و عملية لاستخدام الكفء المتساوي للمصادر الاتصالية في سياق المؤسسات الاجتماعية و السياسية، و التخطيط عملية يتم بمقتضاها تنظيم النشاط البشري لتحقيق أفضل النتائج[2].

أما التخطيط الإذاعي يعني التوظيف الأمثل للإمكانيات البشرية و المادية الموجودة التي يمكن وجودها في الإذاعة أثناء الفترة الزمنية للخطة، من أجل تحقيق الأهداف المعينة، و يستهدف التخطيط الإذاعي الوصول إلى أعلى كفاءة ممكنة للحصول على أعلى عائد ممكن من الاستثمارات الإذاعية أثناء و بعد تنفيذ الخدمات الاجتماعية[3].

و يقوم التخطيط الإذاعي على خطوات أساسية هي:

[1]-طارق الشاري،**مرجع سابق**، ص 145.

[2]-جيهان أمد رشيتي، **النظم الإذاعية في المجتمعات الفردية**، دار الفكر العربي، بيروت،1986،ص 87.

[3]-عبد العزيز الغنام، **مدخل في علم الصحافة و تخطيط البرامج الإذاعية و التلفزيونية**، مكتبة لأنجلو المصرية، القاهرة،1983،ص 83.

– اختيار نوعية البرامج التي يفضلها المستمع ، و يجب أن تكون هادفة و أن تعالج قضية أو ظاهرة اجتماعية ، وكلما كانت الفكرة مبتكرة ضمنت قدرا من التمييز، و يجب التركيز في الفكرة ، و أن يكون أسلوب الذي تقدمه جديد الاهتمام باختيار عنوان مميز حتى يجذب المتلقي.

– البرومو :هو عبارة عن إعلان للبرامج بشكل يجذب المتلقي و يتم عرضة قبل بدء البرنامج.

– الخلفية الموسيقية: و هي هامة جدا لأنها روح البرنامج، ستصبح متعلقة بذهن المستمع، كلما يسمعها يدرك أن هذا البرنامج ،كذلك و لا بد من اختيارها بعناية ، و أن تكون لمضمون البرنامج أيضا لا تدعها تشوش على المستمع أثناء الحوار ، فلا بد أن يكون صوتها خافضا و لذلك يسمى خلفية موسيقية[1].

– الإعداد السبق لمضمون البرنامج الإذاعي: و أن يكون المقدم مدرك لما يقدمه، المهم إعداد خط من الخطوط الأساسية لنجاح البرنامج.

– لكل شيء بداية و نهاية و لا بد أن يكون للبرنامج مقدمة في البرنامج لا بد من كلمات الشكر و الثناء على المستمعين للاستماع للبرامج و متابعته مع نبذة مختصرة لما سوف يقدمه بالحلقة القادمة من البرنامج أي تتعامل مع المستمع كما تستقبل الضيوف و تودعهم حتى يشعرون بانتهاء البرنامج.

–الفواصل: و هي عبارة عن أغنية أو إعلان أثناء إذاعة البرنامج تعطي فاصل، كل حين حتى لا يمل المستمع من تسلسل الحوار.

– تحديد موعد لإذاعة البرنامج و الالتزام به حتى يستطيع المستمع متابعته.

المطلب الرابع :الخطوات العلمية في إعداد البرامج الإذاعية:

يمكن توضيح أهمالخطوات العلمية في إعداد البرامج الإذاعية في النقاط الآتية:

– **اختيار الفكرة**: تتعدد الموضوعات و القضايا و الشخصيات التي يمكن أن تكون مادة صالحة للبرامج الإذاعية ، و يمكن تصنيف هذه الموضوعات و القضايا إلى النقاط التالية:

* موضوعات و قضايا تثير اهتمامات أوساط الرأي العام.

[1]–طارق الشاري، **مرجع سبق ذكره**، ص 153.

*موضوعات و قضايا تتصل بانجازات على أرض الواقع.

* موضوعات و قضايا تتسم بالآنية و الحداثة و تفرض نفسها على وسائل الإعلام.

* المبتكرين و المجدين في المجالات المختلفة.

*المستقبليات أو استشراف المستقبل من خلال استقراء الحاضر و بناء توقعات و احتمالات للأحداث والظواهر.[1]

فاختيار الموضوع يجب أن يراعي اهتمام الناس على كافة المستويات و مليهم، و استعدادهم لطرح هذه المواضيع ولا تتعارض مع عاداتهم و تقاليدهم كما أنها تضيف معلومات جديدة.

– تحديد أهداف المعالجة الإذاعية : تتمثل هذه الأهداف فيما يلي:

* إمداد الجمهور بالمعلومات و المعارف حول القضايا و المعلومات و الشخصيات.

* تدعيم قيم و سلوكيات و اتجاهات ايجابية كانت موجودة أصلا لدى الجماهير.

* محاولة تغيير اتجاهات و قيم و سلوكيات سلبية لدى الجماهير المستهدفة[2].

– تحديد الجمهور المستهدف من البرنامج الإذاعي: يحدد في هذه الخطوة نوعية الجمهور المستهدف من البرنامج الإذاعي، هل يستهدف البرنامج جمهورا عاما (كل فئات الجمهور) أو يستهدف جمهورا متخصصا و يقصد بالجمهور إحدى الفئات الجماهيرية التي يمكن أن تميزها عن غيرها اعتمادا على واحد أو أكثر من الخصائص التالية:

الفئة العمرية ، الخصائص المهنية، الخصائص المرتبطة بالمنطقة الجغرافية للإقامة.

و يفيد تحديد الجمهور المستهدف في الجوانب التالية:

* التركيز على أبعاد معينة في الموضوعات و القضايا المطروحة.

[1]–طارق الشاري، **مرجع سابق**، ص155- 156.

[2]–نسمة أحمد البطريق، عادل عبد الغفار، **مرجع سابق**،ص 17.

* اختيار الضيف الملائم.

* تحديد المدة الزمنية للبرنامج و تحديد الوقت الملائم لبث البرنامج.

* تحديد نوع الموسيقى و الأغاني الملائمة للبرنامج.

* تحديد أشكال الاتصال و التفاعل المناسبة مع أسرة البرنامج الإذاعي.

إن الاتجاه المعاصر في البرامج الإذاعية يركز على توجيه الرسائل الإذاعية إلى فئات جماهيرية متخصصة أو تتصدى أيضا لموضوعات و قضايا متخصصة.

– **جمع المعلومات**: يعتمد النجاح الحقيقي للبرنامج إلى حد أبعاده الأساسية على مقدار الجهد الذي يبذل من جانب المعدين في جمع البيانات و المعلومات التي تتصل بالموضوعات و القضايا و الشخصيات التي تقدمها البرامج الإذاعية، الجرائد، المجلات، التقارير الرسمية، الكتب ، الدوريات العلمية، المؤتمرات و الندوات، شبكة المعلومات الدولية(الإنترنت)[1].

– **اختيار ضيف/ ضيوف البرنامج** : يتم اختيار ضيف البرنامج بناءا على أهميته و تخصيص الموضوع المعد للطرح أمام المستمعين لاغناءالبرنامج من جميع جوانبه و في مختلف الاختصاصات[2].

كما ينبغي اختيار الضيف بناءا على أسس موضوعية تشمل:

* القدرة الاتصالية للضيف التي تمكن من سهولة توصيل معلوماته إلى الجمهور.

*القبول لدى المستمعين.

* أن يكون متاحا أثناء التسجيل.

* تخصص الضيف و خبرته في الموضوع[3].

[1]–نسمة أحمد البطريق، عادل عبد الغفار، **مرجع سابق**،ص 18.

[2]–طالب فرحان، **صناعة الإعلام الإذاعي و التلفزيون**، دار النفائس للنشر و التوزيع، عمان، الأردن،2011، ص 98.

[3]–حميد حافظ الدبليسي،**التخطيطالإعلامي المفاهيم و الأطر**،الطبعة1،دار الشروق للنشر و التوزيع،الأردن،1998،ص119.

–اختيار الموسيقى و الأغاني: تستعين البرامج الحوارية بالموسيقى و الأغاني يشترط لنجاح استخدامها في البرامج الإذاعية أن تتسم بالمواصفات الآتية:

* أن تلاءم طبيعة موضوع القضية المطروحة للنقاش.

* أن تلاءم طبيعة الجمهور المستهدف من البرنامج.

* تستخدم في الأماكن المناسبة في البرنامج.

* يمكن استخدامها في التعليق و إبداء الرأي.

* الابتعاد عن أغاني مخلة بالحياء[1].

– الإعداد لجلسة تمهيدية بين مقدم البرنامج و ضيف البرنامج قبل التسجيل.

يفضل قبل تنفيذ تسجيل البرنامج الإذاعي أن يعقد المعد جلسة تمهيدية بين مقدم و ضيف البرنامج تحقيق الأغراض التالية:

* خلق ألفة بين المذيع و الضيف و بين الضيف و الميكروفون.

* الاتفاق على محاور الموضوع.

* الاتفاق على المدة الزمنية للبرنامج.

* تمكين فريق العمل من الاختيار التقني للأجهزة.

المبحث الثاني : الإذاعة والتوعية المرورية:

المطلب الأول :مفهوم التوعية المرورية:

التوعية هي مجموعة من الإرشادات و التعليمات المتمثلة في احترام إشارات المرور و التقيد بها ، و الذي تقدمها الإذاعة من أجل أهداف توعوية من خلال إعداد برامج حملات تحسيسية حول السلامة المرورية[1].

[2]- نسمة احمد البطريق، عادل عبد الغفار،**مرجع سابق**، ص 19-20.

[3]-مجموعة من المؤلفين، **الإعلام الأمني مشكلة و حلول**، أكاديمية نايف العلمية للعلوم الأمنية، عمان،2000،ص 47.

[3]- محمد خضور اديب،**حملات التوعية المرورية العربية**، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، الرياض، 2007، ص 76-77.

المطلب الثاني :التخطيط للتوعية المرورية:

نظرا لان عملية التوعية هي عملية مستمرة و شاملة و متكاملة ، تقوم بها جهات متعددة و تستهدف فئات وشرائح اجتماعية مختلفة و ممارستها بإتباع التخطيط العلمي، و الذي يقوم في مجال التوعية المرورية على الأسس التالية[3]:

– المعرفة و الفهم العميق و الشاملين لجميع جوانب الحياة المرورية بكل ما فيها من أحداث و تطورات و لمختلف الأطراف المعنية بالمشكلة المرورية(الأجهزة المرورية، المشاة، السائقين ،مصممو الطرق,صانعوا السيارات....)ومن المؤكد أن معرفة و فهم بهذا القدر لا يمكن أن يحقق إلا من خلال دراسات و بحوث إعلامية ، نظرية و ميدانية لجميع معطيات المشكلة المرورية.

– اعتماد إستراتيجية نشر المعلومات و الحقائق من مختلف جوانب الحياة المرورية و تفسير الأحداث و الظواهر والتطورات و المشاكل المرورية و تحليلها و مناقشتها بهدف نشر الثقافة المرورية التي تقوم عليها التوعية المرورية وتنطلق منها.

– اعتماد إستراتيجية التبادل و التفاعل و التوازن سبيلا للوصول و لتحقيق التأثير المطلوب ، و عدم الإقتصار على الرهان على إستراتجياتالإكراه و الوعظ ، بل يجب أن نقوم بالتوعية المرورية السليمة على أساس القناعة الذاتية و السلوك الطوعي.

– الحرص على الإستفادة من جميع الوسائل لتحقيق هذه التوعية(المدرسة، الأسرة، مختلف الوسائل الإعلامية والإتصالية، المؤسسات الدينية)

– العمل وفق الإستراتيجية المرورية الوطنية، و العمل ضمن نطاق سياستها و لا بد أن هذه التوعية تسهم في تنفيذ برامجها و تحقيق أهدافها.

– العمل ضمن فريق متعدد الاختصاصات (خبراء في المجال المروري، الإعلامي و العلاقات العامة) و ذلك لتحقيق شمولية التخطيط و سلامته و أبعاده عن الاندفاع باتجاه مزالق الارتجالية الفردية أو الغوغائية

المطلب الثالث :أهمية الحملات التحسيسية حول حوادث المرور:

أمن الطرقات هو قضية الجميع ، حيث ينبغي أن تشرك فضلا عن الشركاء المؤسسين، بين سائر المنظمات الجمعوية و الأسر و المعلمين، و ينبغي لكل واحد من هؤلاء أن يتحمل المسؤولية ضمن برامج التحسيس والإعلام حول مخاطر الطرقات و حول الآثار الوخيمة المترتبة عن حوادث المرور.

و تشير مقترحات التوعية المرورية في الإستراتيجية العربية إلى[1]:

– التنسيق مع وسائل الإعلام لتنمية الوعي المروري و التأكد على احترام القانون لتحقيق السلامة العامة والإستفادة في هذا الشأن من الخطة الإعلامية العربية النموذجية للتوعية المرورية.

– إصدار كتيبات و نشرات و أفلام و غير ذالك من المواد الإعلامية في مجال التوعية المرورية، و إنشاء مواقع للثقافة المرورية على شبكة الانترنت.

– إصدار مجلات خاصة بالتوعية في مجال المرور و تخصيص أقسام في المجالات الأمنية للتوعية المرورية.

– طباعة إرشادات مرورية على مطبوعات المرور و لا سيما قسائم مخالفات المرور التي تسلم للسائقين أو تلصق على زجاج المركبات المخالفة.

– تضمين المناهج الدراسية قواعد المرور و آدابه و حث الأسر على تلقين أبنائها القواعد السليمة للمرور.

– استثمار مجلات الأطفال و كتبهم و مستلزماتهم الدراسية الأخرى لنشر قواعد و آداب المرور بأسلوب مبسط بغية غرس حب الالتزام بها في نفوسهم.

– إنشاء رياض و حدائق مرورية خاصة بالأطفال و التلاميذ لتعليمهم القواعد السليمة للمرور و آدابه.

– تنظيم مسابقات في مجال الثقافة المرورية و رصد جوائز تشجيعية لهذا الغرض و نشر تلك المسابقات في وسائل الإعلام.

– عليه فان مفهوم الوقاية من حوادث المرور يعادل المفهوم العلمي للوقاية من الجريمة التي هي تدابير مجتمعية قبلية ذات طابع عملي ميداني احترافي يمكن أن تكون مجتمعة على شكل[2]:

– برامج توعوية أو تأهيلية و تدريبية.

– برامج إدارية قانونية في التنظيم المروري و قوانين المرور

– تدابير تتعلق بالمحيط و التجهيزات المتعلقة بأمن الطرق و إشارات المسالك.

و هذه التدابير مجتمعة تشير إلى جهود الجهات المختصة من وزارات الدولة و الجمعيات الأصلية و الحكومية ذات العلاقة في الوقاية من حوادث المرور.

[1]–محسن بن عيسى، **السلامة المرورية**، الدار المتوسطية للنشر، تونس، ط1، 2010، ص 41.

[2]–أحسن مبارك طالب، **سبل الوقاية من حوادث المرور**، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض، 2010، ص 27.

و تظهر أهمية القيام بالحملات التوعوية المرورية من منظور وظائف وسائل الإعلام لفائدتها في الإخبار و الإعلام والإرشاد و التعليم[1].

و لإبراز دور الحملات في التوعية المرورية وجب استنطاق الواقع الذي يوحي بغياب التثقيف المروري اللازم لدى السائقين و الراجلين على السواء، و مدى تدني مستوى تعرض المجتمع للمعلومات المتعلقة بآداب و قواعد المرور، و لذلك وجب القيامبالحملات التوعوية في إطار إستراتيجية طويلة المدى تهدف ليس فقط للتحسيس بخطوة بعض الوضعيات غير الآمنة في السياقة، بل الأساليب الكفيلة على تربية حس و آداب مروري لدى الناشئة فضلا عن الكبار الممارسين للسياقة، إضافة إلى التوعية بالقوانين و فائدتها و إبراز مدى قوة الزجر، حتى يشكل هذا العرض الإعلامي نلاحظ، تفاعلا لدى الجمهور مما يمكنهم من التعاطي الايجابي مع القضية و التداول شأنها شأن المشرع الذي اصدر هذه القوانين ، و هذا لا يبدو متاحا و سهلا في ظل غياب الحكومة الالكترونية ، التي تعتمد على الشعب في إصدار قوانينها إلا عبر جمعيات فاعلة و عبر مواقع التواصل الاجتماعية الحقيقية منها والإفتراضية.

و على ضوء ما تحدده الادبيات النظرية الواردة في مبحث سابق حول أهمية تحديد الهدف من أية حملة إعلامية وضرورة التركيز على هدف واحد في كل حملة حتى يتحقق الأثر المطلوب.

ينبغي أن تكون حملات التوعية المرورية منبثقة من احدى تلك الأهداف و هذه بعض النقاط التذكيرية التي تشير إلى نطاق هذه الحملات و نوعها[2]:

– حملات تكوين نسق سلوكي تتعلق بكيفية التعامل مع الظروف الصعبة للجو و القيادة الآمنة في حالة رداءة الأحوال الجوية، فهي في أغلبها تذكير بالدرجة الأولى و إرشادي لمن لم يختبر بعد السياقة في مثل تلك الظروف كالسياقة الصحراوية و مخاطرها كالأودية و خطر الرمال و غيرها.

– حملات تكوين نسق فكري تستهدف التوعية بالتقليل من الازدحام خاصة في المناسبات من خلال إرشاد الجمهور المستهدف بضرورة الأخذ بالاحتياطات التي ينبغي التقيد بها في مثل هذه المواقف من لزوم الصبر والسلوك الحضاري، أو الإرشاد إلى استعمال النقل العمومي للأشخاص كالميترو لتقليل حدة الزحام و ربح الوقت.

– حملات تكوين نسق معرفي تهدف إلى إعلام المجتمع بالقوانين الجديدة و مدى فائدتها في تحسين جودة المرور والحد من المخالفات و إعلامهم بخطورة ما يتعرضون له في حالة المخالفة حتى يتم الزجر قبل الفعل و الوقاية قبل الندامة.

[1]–مصطفى كافي، **التخطيط للحملات الإعلامية و الإعلانية**، دار الحامد لنشر و التوزيع ،القاهرة، ط2، 2008، ص 14.

[2]–محمد خضور أديب، **مرجع سابق**، ص 15.

المطلب الرابع :دور الإذاعة في التوعية المرورية:

تلعب الإذاعة دورا رئيسيا في التوعية المرورية للتأكد من أن جميع حملات السلامة المرورية تتميز بأعلى المعايير وتؤثر بشكل كبير على مجموعات السائقين المستهدفة, و ذلك عن طريق تطوير و تقييم تلك الحملات بالتعاون مع الشركاء الاستراتجيين مثال: الشرطة و الجهات الخاصة بالسلامة المرورية و هيئة النقل و شركة الجزائر لتعليم القيادة. و تسعى الإذاعة لتثقيف مستخدمي الطرق(السائقين) مع التركيز على التوعية المستدامة كعملية تعليم مستمرة، وتهدف إلى نقص أخطار حوادث المرور عبر سلسلة من الإجراءات تشمل وسائل أفضل لتثقيف السائقين بالسلامة المرورية، و من هذه الإجراءات إدخال برامج السلامة المرورية ضمن الشبكة البرامجية للإذاعة لترسيخ سبل السلوك الأمن و الوعي المروري لدى السائقين في مرحلة مبكرة لحمياتهم في مراحل حياتهم، و تعمل الإذاعة مع المؤسسات المعنية في هذا المجال[1].

[1]-محمد أبو سمرة، **الإعلام الأمني**، ، دار الراية للنشر و التوزيع، ط1،عمان ،2011،ص32.

الإطار التطبيقي

– الفصل الثالث : التحليل السميولوجي لحلقات برنامج " tikli deg bardan " وفق مقاربة رومان جاكبسون.

–المبحث الأول : بطاقة فنية لإذاعة تيزي وزو .

–المبحث الثاني : بطاقة فنية لبرنامج " tikli deg bardan ".

–المبحث الثالث : كيفية إعداد برنامج إذاعي tikli deg bardan .

– المبحث الرابع : مهمة المخرج في إعداد برنامج tikli deg bardan

– الفصل الرابع :تحليل النص الصوتي لحصص برنامج tikli deg bardan" وفق مقاربة رومان جاكبسون .

– تحليل الحصة الأولى .

–تحليل الحصة الثانية .

–تحليل الحصة الثالثة .

التحليل السيميولوجي للبرنامج الإذاعيTiklidegbardan

1-البطاقة الفنية للإذاعة تيزي وزو:

رمز إذاعة تيزي وزو

Radio tizi-ouzou

التسمية : إذاعة تيزي وزو .

العنوان : نهج لحماد شفاعي ،مدوحة ، تيزي وزو .

الهاتف : 026-22-41-90 .

الشعار : صوت الإذاعة الجزائرية من قلب جرجرة .

الموقع الالكتروني : radio tiziouzou 15gmail .com .

الموقع الجغرافيلإذاعة تيزي وزو:

- شمالا:مقر الشرطة رقم 02.
- شرقا :دار الثقافة مولود معمري .
- غربا:حي الموظفين .
- جنوبا:مقرالولاية .

اللغة المستخدمة : الامازيغية –العربية .

موجات البث :.FM93.0.

2-البطاقة الفنية لبرنامج الإذاعي:Tiklidegbardan

عنوان البرنامج :Tiklidegbardan .

نوع البرنامج : هو برنامج توعوي .

وقت بث البرنامج : كل يوم أحد في شهر رمضان ماي 2021 .

مدة البرنامج :ما بين 10د إلى 28د .

نوع البث :مباشر .

مقدم البرنامج : الصحفي سالم خلوي .

الضيوف : الملازم يوسف قرينا و الملازم حسين هارون في الأمن الوطني بولاية تيزي وزو.

المخرج :سعيد أيت معمر .

المراقبة :سمير مشقان.

القناة : إذاعة تيزي وزو .

– ملخص البرنامج Tiklidegbardan :

برنامج tiklidegbardan هو برنامج تحسيسي يتناول مختلف المشاكل المرورية ، التي تواجه أفرادالمجتمع المحلي (تيزي وزو)هذا الأخير يحتاج إلى بعض النصائح التوعية ،و الإرشادات و القوانين المتعلقة بمستعملي الطريق التي يتلقونها من الأعضاء الفاعلين لهذا البرنامج ، المتمثلين في وحدة الدرك الوطني لولاية تيزي وزو الذي يعمل على تقديم نصائح و إرشادات و إحصائيات عن الحوادث ،و ذكر أهمالأسباب التي تسبب حوادث المرور لاجتنابها مع تذكير المستمعين بضرورة احترام قواعد السلامة المرورية و نشر ثقافة مرورية سليمة.

4-كيفية إعداد برنامج tiklidegbardan:

تهتم إذاعة تيزي وزو بكل ما يتعلق باهتمامات و انشغالات المواطنين في مختلف المجلات سواء، ثقافية ،اقتصادية ، سياسية ... خاصة فيما يتعلق بالطابع الاجتماعي ،و من بين الآفات الاجتماعية التي احتلت المراتب الأولى نجد حوادث المرور، كون إذاعة تيزي وزو مؤسسة إعلامية ذات طابع عمومي جواري ، خصصت مجال واسع للتحسيس بمخاطر حوادث المرور و ما ينجر عليها من خسائر مادية و بشرية ، إذ تحصى ولاية تيزي وزو سنويا العديد من الجرحى و الوفيات . و من ثم تم تخصيص برنامج أسبوعي ألا و هو tiklidegbardan الذي يبث كل يوم أحد لمدة ساعة ، بمشاركة مصالح الأمن المتمثلة في الدرك الوطني ، و الشرطة ، و الحماية المدنية ... و غيرها من الفاعلين لتحسيس السائقين و مستعملي الطرق لتفتدي مخاطر حوادث المرور .

و لانجاز هذا البرنامج اعتمدوا على المراحل التالية :

-مرحلة التفكير في المشروع أو فكرة الحصة .

-اختيار عنوان الحصة لان ذالك مهما و أساسا .

-الكيفية التي سوف يتم فيها تقديم البرنامج .

-الدخول في مشاورات و الاستماع لشركاء الحصة .

-اختيار التوقيت الزماني إذ تبث ابتداء من الساعة الثالثة إلى الرابعة زوالا ، وهناك فضاء أخر مخصص لحركة السير، انطلاقا من الساعة الخامسة إلى السادسة مساءا ، و تم اختيار هذا الوقت لسبب بسيط ووجيه ،هو انه موعد خروج العمال و قطاع التربية ،لان في هذا الوقت هناك نسبة استماع كبيرة ،و وصول الرسالة بشكل اكبر.

برنامج tiklidegbardan هو برنامج أسبوعي،نظرا لحجمه الساعي من 30د إلى 50 د فهو لا ينحصر فقط على أعداد الحصة في الأسبوع بل تضيف إليه ريبورتاجات تكون شبه يومية من مختلف البلديات،تتم انجاز من طرف الصحفيين و المراسلين ، إضافة لبعض المواعيد الإخبارية التي تتعلق بموضوع حوادث المرور .فإذاعةتيزي وزو

تقوم ببث رسائل يوميا موجهة للسائقين ، فبإمكان المواطنين التدخل عبر أمواج الهاتف للتبليغ عن حوادث المرور أو عن النقائص المسجلة على مستوى الطرق ،و غيرها من الانتقادات المرتبطة بشبكة الطرق [1].

تعالج حصة tiklidegbardan كل ما يتعلق بالثقافة المرورية ، كون الموضوع واسع و يتميز بالتعقد ، فكل يوم هناك تجديد في كيفية طرح المواضيع . أما فيما يتعلق بالضيوف ،يكون اختيارهم حسب المناسبة و حسب الرسالة الإذاعية التي يراد توجيهها للمستمعين ، فيتم الاستعانة بمصالح الحماية المدنية أو بمديرية الأشغالالعمومية،والأمن الوطني ،و الدرك الوطني قصد توجيه المستمعين و التأثير فيهم .

برنامج tiklidegbardan يهدف إلىإعلام المستمعين بالمخاطر حوادث المرور و العراقيل الموجودة على مستوى الطريق السريع ، وأيضا تعلمهم إذا هناك تجديد في انجاز مسالك الطرق ، و تعلمهم أيضا بكل المستجدات لتفادي مختلف المخاطر و تنبههم .

5-مهمة المخرج في إعدادالبرنامج tiklidegbardan :

يلعب المخرج دور مهم في إعداد برنامج tiklidegbardan ، حيث تكمن مهمته في مساعدة و توجيه وإرشاد الصحفي في عمله ، و يهتم أيضا بالمنظور الجمالي للحصة كل ما يتعلق بالمؤثرات الصوتية، و الموسيقى المستخدمة فيه ، فالمخرج هو الركن الأساسي في البرنامج ،حيث يكون وراء الاستديو يراقب كل ما يجري في الحصة، و يتدخل في حالة إذ هناك خلل أو مشكلة و يحلها . يمكن تشبيه المخرج في البرنامج بالحكم في المباراة. غالبا ما يكون هناك مشاكل تقنية في البرامج الإذاعية ، فبرنامج tiklidegbardan تصادفه مشاكل ،ومعوقات ،في بعض الأحيان تتعلق بخلل في الهاتف أو في استقبال بعض المكالمات الهاتفية ،كصوت غير مفهوم و غير واضح ، تأخر بعض الضيوف ، سوء فهم السؤال ، هناك أيضا مشاكل لغوية ، يعني الضيف لا يتحكم باللغة الامازيغية .

أما فيما يتعلق حرية تعبير الآراء من طرف المستمعين أو المتصلين في الهاتف يعني المجال حر في برنامج tiklidegbardan لكن إذا كانت الآراء خارج الموضوع أو هناك سب و شتم أو تحريض فبطبيعة الحال يقطعون الاتصال [2].

[1]-مقابلة مع سالم حلوي ، **مقدم برنامج tiklidegbardan** ،يوم الاربعاء 20 /2021/10 ، على الساعة 09:30 بمقر اذاعة تيزي وزو .

[2]- مقابلة مع السيد سعيد ايت معمر ، **مخرج برنامجtiklidegbardan** ، 2021/10/23 ، على الساعة 10:00 بمقر اذاعة تيزي وزو .

تحليل النص الصوتي للبرنامج الاذاعي Tiklidegbardanوفق مقاربة رومان جاكبسون:

- **الحصةالأولى:**

1-الوظيفة الانفعالية :

من خلال تحليلنا لهذه الحصة نستنتج أن هذه الوظيفة تظهر من خلال انفعالاتهم الذاتية حول الخسائر التي خلفتها حوادث المرور في الآونة الأخيرة من شهر أفريل 2021 ،كون الحصة توعوية فهي تقدم نصائح وإرشادات للمستمعين أو السائقين خلال فترة شهر رمضان لترسيخ فكرة الحد من حوادث المرور .

2- الوظيفة الندائية الإفهامية :

تظهر هذه الوظيفة التي تهتم بالمرسل إليه من خلال التركيز على الرسائل الموجهة للسائقين أو المستمعين و ذلك عن طريق استخدام ضمائر المخاطب "kechayamdan " ،و أيضا من خلال تكرار نفس الخطاب والكلمات التي تتمثل في " تجنب الإفراط في السرعة "،"توخي الحيطة و الحذر "،"ضحايا "،"حادث المرور "،"ma dedru twaghith"،"les accidents" من اجلالتأثير، و أيضا طرح إحصائيات وأدلة علمية التي تتمثل في " si le 1 avril ar le 10 njared azal n 20 n twaghyin idiglan s 17 n imejrah dirgazen gar assen 3 n warac imechtah ,arnou 7 n tlawin tella degsen teqcict tamectuhth" التي تهدف إلى إقناع المتلقي و التأثير فيه . تكرار أسامي الضيوف ،تكرار للنصائح و الإرشادات قصد ترسيخ المعلومة للمستمع .

3-الوظيفة الشعرية :

تبرز الوظيفة الشعرية في الرسائل التي تنطوي لمسة فنية و إبداعية تجر النسق الاتصالي إلى انزياحات تعبيرية تخرج به عن الاتصال المألوف ليصبح قالبا جماليا ، ففي هذه الحصة ركزوا على اللغة الشعرية أكثر ، بحيث تميز صوت الضيف الملازم حسين هارون بنبرة حادة و نغمة صوت تجذب المستمع ،حيث استخدم في خطابه الكثير من الأمثال الشعبية و الشعر المتداول في سياق الموضوع :" achi yettuxalaf mana tarwihth ur axxir amdan ad tixas cituh ,wala ad kiruh u3egal di " "tetuxalef ara twaculth"و شعارات :" لاتسرع فلديك عائلة في الانتظار " مع استخدام المجاز اللغوي كالكناية

والإستعارات المكنية و التصريحية التي تتمثل في "tawaghith n ubrid ur tetcawar yiwen" بنبرة جذابة و كلمات إقناعية لجذب انتباه المستمعين ، مع استخدام جمل قصيرة مميزة التي تشكل وظيفة جمالية

4- الوظيفة المرجعية :

تبرز الوظيفة المرجعية في إطار الحصة محلل تحليل من خلال عودة هذه الأخيرة للواقع ، لتنقل الأحداث و الوقائع التي شاهدتها ولاية تيزي وزو خلال هذه الفترة ،و هي بداية ارتفاع حصيلة حوادث المرور أفريل 2021 ،بسبب تعب و إرهاق و توتر السائقين الناتجة عن السهر و قلة النوم و التعب و عدم الراحة ،و كل هذا يؤدي إلى مخاطر كبيرة.

5- الوظيفة اللغوية :

تتمثل هذه الوظيفة في تنوع اللغات في الحصة ،كما يتمثل في الضيف حسين هارون بالحديث باللغة الأمازيغية الدارجة مع مزج ببعض الكلمات باللغة الفرنسية أما الضيف الثاني يوسف قرينا تحدث باللغة العربيةالفصحى كون هناك مزج ثقافي و لغوي لتلك المنطقة لان هناك فئات مختلفة.

- **الحصة الثانية :**

1-الوظيفة التعبيرية :

يعتبر الضيوف المدعوين لهذه الحصة الذين يقدمون نصائح و معلومات حول حوادث المرور كمرسلين ، و تتمثل العلاقة الموجودة بين طرفي المرسل و الرسالة في المعاني و الملامح الجدية التي تنقلها عبر صوتها الواضح ،كون الحصة توعوية حول حوادث المرور في شهر رمضان و ذلك بتقديم نصائح و إرشادات للسائقين من اجل التقليل من هذه الحوادث ،التي تعكس قلق و توتر المواطنين في هذا الشهر الذي يعتبر السبب الرئيسي لهذه الحوادث .

2-الوظيفة الافهامية :

يتمثل مستقبلي هذه الحصة في السائقين ، و تظهر هذه الوظيفة جليا في تلك الرسائل الموجهة و ذلك عن طريق استخدام ضمائر المخاطب "kounwi " ،و ايضا من خلال تكرار نفس الخطاب و الكلمات " tanehart Di char n remdan"،"حوادث المرور " ،"السرعة "...إلخ و هذا من اجل ترسيخ الفكرة لدى المستمعين و التأثير فيهم أكثر ،و إقناعهم من خلال طرح الإحصائيات و المعلومات التي يقدمها ضيوف الحصة بالإضافةإلى استعمال الحججوالأدلةلإقناع المستمع .

3-الوظيفة الشعرية الجمالية :

ترتبط الوظيفة الشعرية بما يأتي بالجديد في معنى الرسالة بفضل إعادة بنائها للدلائل ،فيصبح شكل الرسائل مستقلا عن شكل و سياق الاتصال الذي جاء من اجله نظرا لطريقة تنظيم العلامات اللسانية ، و استنادا إلى هذا يمكن أن نلمح في الحصة محل التحليل حضور الوظيفة الشعرية و ذلك من خلال استعمال المقدم للأمثال الشعبية في سياق الموضوع "axiradkixaslqut ,walaadktxastguni " و استخدام أسلوب فني جمالي الذي أضاف قيمة خاصة للحصة ,و نبرة جذابة و كلمات اقناعية لجذب انتباه المستمعين ،مع استعمال جمل قصيرة بالقافية في نهاية كل كلمة التي تشكل الوظيفة الجمالية للمحتوي .

4-الوظيفة المرجعية :

تبرز الوظيفة المرجعية بصورة جلية في هذه الحصة ، لان هذه الأخيرة تركز بشكل أساسي على أحداث ووقائع التي شاهدتها ولاية تيزي وزو خلال الفترة التي بثت فيها الحصة و هي ارتفاع حصيلة حوادث المرور خاصة في شهر رمضان .كما تظهر الوظيفة المرجعية في إحائتهاإلى السياق الزماني المتمثل في شهر رمضان **2021** ،من خلال ارتفاع نسب حوادث المرور في هذا الشهر لاسيما بسبب توتر السائقين الناجم عن عدم تدخين البعض منهم و كثرة انفعالات المواطنين خلال هذا الشهر الفضيل .

5-الوظيفة ما وراء اللغة :

تتجلى هذه الوظيفة بالنسبة لهذه الحصة في استعمال مزيج من اللغات المتمثلة في اللغة الأمازيغية الدارجة التي تتخللها بعض الكلمات باللغة الفرنسية و اللغة العربية ,لكي يفهمها مختلف شرائح المجتمع و ذلك بسبب التنوع اللغوي لمستمعي تلك المنطقة،و يعود ذلك أيضاإلى طبيعة الضيوف الذين في غالبيتهم من سلك الأمن القادمين من ولايات مختلفة يتكلمون باللغة العربية لذلك استلزم الأمر بالتحدث معهم باللغة العربية و ترجمة ذلك إلى اللغة الأمازيغية .

- **الحصة الثالثة :**

الوظيفة الانفعالية :

تظهر الوظيفة الانفعالية التعبيرية في تحديد العلاقة الموجودة بين الصحفي و الضيوف ، و الموضوع الذي يتناقشون فيه المتمثل في تقديم نصائح و إرشادات لسائقين المسافات الطويلة خلال نهاية شهر رمضان ،و اقتراب العيد .حيث يظهر ذلك في المعاني الجدية التي تنقلها عبر الصوت الواضح ،و تظهر أيضا في استخدام ضمائر المتكلم **nekni** ،و علامات التعجب التي تظهر في طريقة كلامه .

الوظيفة الإفهامية و الإقناعية و الندائية :

من خلال تحليلنا لهذا النص الصوتي تبرز الوظيفة الإفهامية في هذه الحصة في تقديم إحصائيات حوادث المرور في شهر ماي المتمثلة في lehsabat n twaghyininjaredussan i3edan 6 n les accidents idiglan s 8 imejrahtelladeg-senyiwet n teqcict d tamectuht di la premier semaine de mois de mai .Ma di le moisd'avril ig3eddan lehsabatzayitmlihdayeniwumineshasefattasattas 37 n twaghiyin id yeglan s 40 n imejrahakked 3 n lmouta .

وذلك من اجل الإقناع في سائقين السيارات ،و ذلك من اجل تجنب أخطار حوادث المرور ،كما تبرز أيضا في تكرار بعض الكلمات المتمثلة في:" حوادث المرور " ،"نصائح و إرشادات "، "تفادي السياقة أثناءأوقاتالإرهاق tiwaghyinidyedra, tarwihin n yimdanen , les accidents, ineharen"

ذلك من اجل التأثير في مستقبلي هذه الرسائل .

الوظيفة الشعريةالجمالية :

تعتبر الوظيفة الشعرية من الوظائف التي تهتم أساسا بشكل الرسالة و أسلوبها ،و استنادا على هذا تبرز هذه الوظيفة في هذه الحصة محل تحليل في طريقة كلام كلا من الضيفين و الصحفي ،حيث نلاحظ نبرة حزينة و ذلك عندما تحدث الضيف حسين هارون حول حادث مرور مروع وقع في الآونةالأخيرة tefkidamedya s

wazal-is d'ailleurchama n l'accidentnnimazal ur3ad
tehliadteqimtegraveiwidakihedrendinanaghimawlan n
widakikhedmentwaghithnnic'est un accident vraiment terrible .

كما تظهر أيضا هذه الوظيفة في وضوح الصوت و طريقة الكلام التي تدخل في الرسالة كعنصر تقني طبيعي .

الوظيفة اللغوية :

تتجلى هذه الوظيفة بالنسبة لهذه الحصة فاستعمال مزيج من اللغات:اللغة الأمازيغية الدارجة التي تتخللها بعض الكلمات باللغة الفرنسية ، و استخدام أيضا اللغة العربية من اجل إيصال الرسالة لجميع المستمعين ،بالإضافةإلى عدم تمكن بعض الضيوف للتكلم باللغة الأمازيغية .

النتائج العامة للدراسة :

- ✓ تكرار نفس الضيوف في مختلف حلقات هذا البرنامج ،كون لديهم علاقة مباشرة بالموضوع و الحدث .
- ✓ الاعتماد على لغة مختلطة تتمثل في اللغة الامازيغية الدارجة ،التي تتخللها بعض الكلمات باللغة الفرنسية بالإضافة إلى اللغة العربية الفصحى ،و ذلك من اجل إيصال الرسالة إلى مختلف الجماهير كون المنطقة فيها تعدد ثقافي .
- ✓ انعداماستخدام الموسيقى و المؤثرات الصوتية في مختلف حلقات البرنامج ،من البداية إلى النهاية .
- ✓ الاستعانة بالضيوف مختصين في مجال الأمن الوطني و ذلك من أجل تأثير أكثر في المواطنين و جذب استماعهم من أجل الحد من حوادث المرور .
- ✓ عدم تنوع في طرح المواضيع ،حيث البرنامج يدور حول فكرة واحدة ألا و هي كيفية الحد و التقليل من حوادث المرور .
- ✓ استخدام أمثال شعبية خاصة بمنطقة تيزي وزو ،و ذلك من اجل التأثير أكثر في المستمعين .
- ✓ الاعتماد على أسلوب لغوي واضح و جذاب و مقنع في إيصال الرسائل إلى المستمعين.
- ✓ يعمل برنامج tiklidegbardanعلى تقديم نصائح و توجيهات توعوية لسائقين من اجل الحد من حوادث المرور .
- ✓ يعتمد برنامج tiklidegbardan على أساليب متعددة تهدف إلى إقناع مستعملي الطريق ، بضرورة الحفاظ على قواعد السلامة المرورية .
- ✓ اعتماد البرنامج على أسلوب يتماشى مع اللغة المحلية للمنطقة .

خاتمة

خاتمة :

على ضوء دراستنا لموضوع البنية اللغوية للخطاب الإذاعي للبرامج التحسيسة الإذاعية لحوادث المرور ، نموذج برنامج tikli deg bardan ، حاولنا الإجابة على التساؤل الرئيسي الذي تمحور حول "ما هي البنية اللغوية المتبعة في الخطاب التوعوي للبرامج التحسيسية الإذاعية حول حوادث المرور في إذاعة تيزي وزو ؟ "كون البنية جعلت لنفسها مكانة مرموقة بين مختلف الدراسات الإنسانية الحديثة ، و يعود الفضل إلى علماء اللسانيات .وفي بحثنا هذا ركزنا على البنية اللغوية من خلال دراستنا للبرنامج الإذاعي tikli deg bardan ، التي اعتمدت على بنية صوتية واضحة و مفهومة تجذب المستمعين ، و كيفية اختيار الضيوف قصد الإقناع و توخي الحذر من حوادث المرور .و تتمثل الحصة في تقديم النصائح و الإرشادات و إلى ضرورة احترام قوانين المرور ،من اجل التقليل من هذه الحوادث .

و في الاخير توصلنا إلى معرفة أهم الوظائف اللغوية و التعبيرية التي تميز في النص الصوتي للبرامج الإذاعية التحسيسية .

قائمة المصادر و المراجع

قائمة المصادر و المراجع:

- **القران الكريم .**
- **الكتب باللغة العربية :**

2-إبراهيم زكريا، مشكلة البنية، مكتبة مصر، القاهرة، 1999.

3-ابن منظور، لسان العرب(ج.أ) ،دار إحياء التراث العربي و مؤسسة التراث العربي،1993.

4-أبو سمرة محمد ، الإعلام الأمني، ط1، عمان، دار الراية للنشر و التوزيع،2011.

5-أبو عيشةفيصل ، الدعاية و الاتصال، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن، 2011.

6-أديب محمد خضور ، حملات التوعية المرورية العربية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2007.

7-أمد رشيتي جيهان ، النظم الإذاعية في المجتمعات الفردية، دار الفكر العربي، بيروت، 1986.

8-البطريق نسمة احمد ، عادل عبد الغفار، الكتابة للإذاعة و التلفزيون، دار الفكر العربي، مصر، 2005.

9-بن عيسى محسن ، السلامة المرورية،ط1، الدار المتوسطية للنشر، تونس، 2010 .

10-بنكراد سعيد ، السميائيات مفاهيمها و تطبيقاتها، مطبعة النجاح الجديدة، الدار البيضاء، المغرب،2003 .

11-بوزوينة عبد الحميد ، بناء الأسلوب في المقالة عند الإبراهيمي، دراسة وصفية تحليلية فنية، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1988 .

12-بوفي أحمد محمد ، الجوانب النفسية لمشكلة حوادث المرور، الهيئة القومية للبحث العلمي، الجماهيرية الليبية الشعبية العظمى، 2015.

13-بومزير الطاهر بن حسين ،التواصل اللساني و الشعرية ،مقاربة تحليلية لنظرية رومان جاكبسون ،الطبعة الأولى ، دار العربية للعلوم ناشرون ، الجزائر، 2007.

14-الحباشة صابر محمود ، الأسلوبية و التداولية ، مراحل تحليل الخطاب ، عالم الكتب الحديث، ط1،الأردن، 2011.

15-حسن سمير محمد ،دراسات مناهج البحث العلمي ،عالم الكتاب،القاهرة،1990.

16–الدبليسي حميد حافظ ،التخطيط الإعلامي المفاهيم و الأطر،الطبعة1،دار الشروق للنشر و التوزيع،الأردن،1998.

17–دليو فضيل ، الاتصال(مفاهيمه نظرياته وسائله)، دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر، 2003.
18–ديسوسور فردناند ، أصول اللسانيات الحديثة و علم العلامات، ترجمة عزالدين إسماعيل، المكتبة الأكاديمية، القاهرة،2000 .
19–ديسوسور فردناند ر، ترجمة يوئل يوسف عزير، علم اللغة العام، ط2، دار الأفاق، بغداد،1985،
20–رشوانمحمد ، مدخل إلى الفلسفة المعاصرة، دار الثقافة للنشر و التوزيع،القاهرة، 1992.

21–سعدن فاروق ، فن الإلقاء العربي الخطابي و القضائي و التمثيلي،ط2، شركة الحلي للطباعة و النشر و التوزيع، بيروت ، لبنان، 1999.
22–شبلي كرم ، الخبر الإذاعي، فنونه و خصائصه في الراديو و التلفزيون، دار الشروق للطباعة و النشر و التوزيع، بيروت، لبنان،2008 .

23–صلاح فضل، النظرية البنائية في النقد الأدبي ،ط3 ،دار الأفاق الجديدة،بيروت، 1935 .
24–ضبع رفعة عارف، الإذاعة النوعية في إنتاج البرامج الإذاعية،ط1، دار الفجر للنشر و التوزيع،مصر، 2003.

25–الضبع عارف ، الإذاعة التوعية و إنتاج البرامج الإذاعية، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، مصر، 2004.

26–طارق الشاري، الإعلام الإذاعي، دار أسامة للنشر، الأردن، 2010 ،
27–طالب فرحان، صناعة الإعلام الإذاعي و التلفزيون، دار النفائس للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2011 .
28–عبد القادر عبد الجليل، علم الصرف الصوتي،ط1 ، دار صفاء للنشر و التوزيع، عمان ، الأردن، 2001 .
29–الغنام عبد العزيز ، مدخل في علم الصحافة و تخطيط البرامج الإذاعية و التلفزيونية، مكتبة لأنجلو المصرية، القاهرة، 1983.

30–القليني سوزان ، التخطيط للحملات الإعلامية و الإعلانية،ط2، القاهرة، 2008.

31–قندجيلي عامر ، البحث العلمي و استخدام مصادر المعلومات، دار اليازوري العلمية، عمان، 1999
32–قيراط محمد مسعود ، إعداد البرامج التوعوية و التعليمية حول القضايا الأمنية، الرياض، 2014.
33–القيومي أحمد بن محمد بن علي المقري ، المصباح المنير، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع،عمان، الأردن، 2013.

34–مجموعة من المؤلفين، الإعلام الأمني مشكلة و حلول ، أكاديمية نايف العلمية للعلوم الأمنية، عمان .
35–محمد يوسف علي، أصول اتجاهات المدارس اللسانيات الحديثة، عالم الفكر، العدد الأول، المجلد 32، 2003.
36–موريس انجرس ،منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية ،تدريبات عملية ،دار القصبة للنشر،الجزائر،2004.
37–وتج لطفي ،كشاف اصطلاحات الفنون،ط2، النهضة العامة للكتاب، مصر،1996 .
38–يقطيسعيد ، تحليل الخطاب الروائي،ط3، المركز الثقافي العربي، بيروت،1997.

- الكتب باللغة الفرنسية :

39–Porcher louis,inroduction a une semiotique des images sur quelques exemples d'images publicitaire,edcrédit,1981.

- أطروحاتالدكتورهو رسائل الماجستير:

40–نعوس بن يحي ، تحليل الخطاب في ضوء لسانيات النص، أطروحة الدكتوراه في لسانيات النص، قسم اللغة العربية و آدابها، جامعة وهران، 2012 .
41–تباني عبير، الحملات الإعلامية الإذاعية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة محمد خيضر، بسكرة،2011.
42–سعيد الفرالة رقية ، المسؤولية المدنية و الجنائية المترتبة عن حوادث المرور، رسالة ماجستير، قسم الفقه و أصوله، جامعة مؤتة، عمان ،2012.

- **مذكرات الماستر :**

43–كعوس وفاء ، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي المروري، مذكرة ماستر في علوم الإعلام و الاتصال ، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2015.

- **المعاجم و القواميس :**

44–إبراهيم مصطفى و آخرون، مجمع اللغة العربية بالقاهرة، معجم الوسيط، المكتبة الإسلامية للطباعة و النشر و التوزيع، ج1 ،2013.

45–حيران مسعود ، الرائد معجم لغوي ، دار العلم للملايين ، بيروت ، 2015 .

46–الرمزي احمد ، مساهمة في دراسة ظروف العمل ، ديوان المطبوعات الجزائرية ،الجزائر ،1997 .

47–كرم شبلي ، معجم المصطلحات الاعلامية ، دار الشروق ، القاهرة ، 1989 .

48–مجمع اللغة العربية ، معجم الوسيط، المكتبة الإسلامية ، أحمد رمزي، مساهمة في دراسة ظروف العمل، 49–ديوان المطبوعات الجزائرية، الجزائر، إسطنبول، تركيا، مادة الخطب،1997.

50–منجد الطلاب ، دار الشروق ، ط 1 ،بيروت ،1993 .

- **المجلات :**

51–الزراوي بغورة ، مناظرة حول مفهوم البنية، مجلة فصلية تعني بالمفاهيم و المناهج ، جامعة قسنطينة، العدد الخامس،1991.

52–بلعفيرمحمد ، البنيوية النشأة و المفهوم، مجلة الأندلس للعلوم الإنسانية و الاجتماعية، العدد15، المجلد16، 2017 .

- **المحاضرات :**

53–بن عزوز حليمة ، السند البداغوجيلمقايس اللسانيات البنيوية، الجزائر، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان،2016.

54–لوشن نور الهدى ، مباحث في علم اللغة و مناهج البحث اللغوي،2000.

55–دندوقة، محاضرة حول تحليل الخطاب و لسانيات النص و التداولية، جامعة زيان عاشور، كلية الآداب، الجلفة،2017.

56–طالب أحسن مبارك ، سبل الوقاية من حوادث المرور، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض، 2010.

57–عبيدات محمد ، منهجية البحث العلمي، كلية الاقتصاد و العلوم الإدارية، الجامعة الأردنية،1999

.

- **المقالات :**

58–نبيل علي، الثقافة العربية و عصر المعلومات، رؤية المستقبل الخطاب الثقافي العربي، عالم المعرفة، رقم 265، 2001.

- **المواقع الالكترونية :**

https://www.almrsal.com/post/972736#%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%81_%D8%A7%D9%84%D8%A8%D8%B1%D8%A7%D9%85%D8%AC_%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B0%D8%A7%D8%B9%D9%8A%D8%A9

- **المقابلات :**

60– مقابلة مع سالم خلوي ، مقدم برنامج tiklidegbardan ،يوم الأربعاء 20 /2021/10 ، على الساعة 09:30 بمقر اذاعة تيزي وزو .

61– مقابلة مع السيد سعيد ايت معمر ، مخرج برنامجtiklidegbardan ، 2021/10/23 ، على الساعة 10:00 بمقر اذاعة تيزي وزو .

الملاحق

الجمعية الولائية للإعلام والاتصال في الوسط الشبابي
القافلة التحسيسية والتوعوية
للحد من مخاطر حوادث المرور
تحت شعار: "معا للحد من حوادث المرور"

STOP

70
جات تربح
في الوقت...
خسرت حياتها

STOP!
ساهموا معنا في إنقاذ روح
حملة
تحسيسية
كفانا ... حوادث مرور

احذر!
سلامة الركاب مسؤوليتك

السرعة تقتل
قف
STOP

الفهرس

الفهرس:

الشكر	2
الإهداء	3
الإهداء	4
ملخص الدراسة	5
خطة الدراسة	7
مقدمة	أ
الإطارالمنهجي	
الاشكالية	14
التساؤلات الفرعية	15
أسباب اختيار الموضوع	15
أهمية الدراسة	16
أهداف الدراسة	16
منهج الدراسة	17
أدوات جمع المعلومات	17
مجتمع البحث و عينته	18
المفاهيم و المصطلحات	19
الدراسات السابقة	22
الإطار النظري	
الفصل الأول: البنية اللغوية ففي الخطاب الإذاعي	
المبحث الأول : ماهية البنية اللغوية	
المطلب الأول : مفهوم البنية اللغوية	29
المطلب الثاني : السمات الأساسية للبنية اللغوية	30
المطلب الثالث : نظرية العلامات عند فردناندديسوسير	31
المبحث الثاني : تحليل الخطاب الإعلامي	
المطلب الأول : مفهوم الخطاب الإعلامي	36
المطلب الثاني : أهداف و خصائص الخطاب الإعلامي	37
المطلب الثالث : مستويات الخطاب الإعلامي	38

الفصل الثاني : البرامج الإذاعية و التوعية من حوادث المرور	
المبحث الأول : ماهية البرامج الإذاعية	
المطلب الأول : تعريف البرامج الإذاعية	**41**
المطلب الثاني :أهداف و أنواع البرامج الإذاعية و عوامل نجاحها	**41**
المطلبالثالث : تنسيق و تخطيط البرامج الإذاعية	**45**
المطلب الرابع : الخطوات العلمية في إعداد البرامج الإذاعية	**47**
المبحث الثاني : الإذاعة و التوعية المرورية	
المطلب الأول : مفهوم التوعية المرورية	**50**
المطلب الثاني :التخطيط للتوعية المرورية	**51**
المطلب الثالث : أهمية الحملات التحسيسية حول حوادث المرور	**51**
المطلب الرابع : دور الإذاعة في التوعية المرورية	**54**
الاطار التطبيقي : التحليل السيميولوجي للبرنامج الإذاعيtiklidegbardan	
الفصل الثالث :لمحة عن برنامج tiklidegbardan	
المبحث الأول :بطاقة فنية لإذاعة تيزي وزو	**57**
المبحث الثاني : بطاقة فنية للبرنامج الإذاعي	**58**
المبحث الثالث : ملخص برنامج tiklidegbardan	**58**
المبحث الرابع :كيفية إعداد برنامج tiklidegbardan	**59**
المبحث الخامس : مهمة المخرج في إعداد برنامج tiklidegbardan	**60**
الفصل الرابع : تحليل النص الصوتي للبرنامج الإذاعيtiklidegbardan وفق مقاربة رومانجاكبسون	
تحليلالحصة الأولى	**61**
تحليلالحصة الثانية	**63**
تحليلالحصة الثالثة	**65**
النتائج العامة للدراسة	**67**
خاتمة	**ج**
المصادر و المراجع	**71**
الملاحق	**77**