



جامعة مولود معمري تيزي وزو
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية
فرع علوم الإعلام والاتصال

الموضوع:

التفاعلية الرقمية للجمهور وأثرها على تحديد المضامين
والبرامج في الإذاعة الجزائرية
دراسة وصفية تحليلية عينة من جمهور الإذاعة المحلية لتيزي وزو

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: إتصال جماهيري والوسائط الجديدة

إشراف الأستاذ الدكتور:

بوصابة عبد النور

من إعداد الطالبين:

–ألزة زاعو

– عبد الرزاق ولد شعلال

السنة الجامعية: 2022 – 2023

كلمة الشكر

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

«رب أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي وعلى والدي أن أعمل صالحا

ترضاه وأدخلني برحمتك في عبادك الصالحين». النمل الآية: (19)

الحمد لله الذي وفقنا في إنجاز هذا العمل والذي نحمده

كثيرا ونشكر فضله على نعمه والذي كلل جهدنا وأعاننا بتوفيق من عنده لإنجاز هذا

العمل أما بعد:

يقتضينا الواجب والوفاء والإخلاص أن نتقدم بخالص الشكر والعرفان بعد الله تعالى إلى

من مدّ يد العون لنا بعلمه و نصحه وساهم في إتمام هذه المذكرة

نتقدم بجزيل الشكر والتقدير الى الأستاذة الدكتورة المشرف "عبد النور بوصابة" على كل ما

قدمه لنا من توجيهات و معلومات قيّمة ساهمت في اثناء موضوع دراستنا في جوانبها

المختلفة فلولا دعمه لنا ما تم هذا العمل ، كما نتقدم بجزيل الشكر الى أعضاء لجنة المناقشة

الموقرة ، وبعدها فالشكر موصول لكل أساتذتنا اللذين تتلمذنا على أيديهم في كل مرحلة

من مراحل دراستنا .

كما نخص الشكر والتقدير لأساتذة علوم الإعلام والاتصال و إلى كل من علمنا حرفا

وساهم في أن نصل إلى هذا اليوم.

الإهداء

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إلى من كان لي سنداً وعوناً عند الشدائد طوال عمري، إلى الرجل الأبرز في حياتي

أبي العزيز

إلى القلب المعطاء والصدر الحاني

أمي الحبيبة

إلى من شد الله بهم عضدي فكانوا خير معين

أخواتي

إلى الشخص الحنون الغالي الذي كان سنداً وداعماً لي في كل خطوة

إلى روح جدي وجدي رحمهما الله

إلى كل من ساعدني ولو بحرف في حياتي الدراسية...

إلى هؤلاء جميعاً: أهديكم هذا العمل

زاعو ألة

الإهداء

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

أهدي هذا العمل المتواضع إلى أبي الذي لم ييخل علي يوماً بشيء

وإلى أمي التي ذودتني بالحنان والمحبة

أقول لهم: أنتم وهبتموني الحياة والأمل والنشأة على شغف الاطلاع والمعرفة

وإلى أختي وأسرتي جميعاً

ثم إلى كل من علمني حرفاً أصبح سنا برقه يضيء الطريق أمامي

...

ولد شعلال عبد الرزاق

خطة الدراسة

مقدمة

الإطار المنهجي للدراسة

- 1- إشكالية وتساؤلات الدراسة
- 2- أسباب اختيار الموضوع
- 3- أهمية الدراسة
- 4- أهداف الدراسة
- 5- منهج الدراسة وأدواته
- 6- مجتمع البحث وعينته
- 7- تحديد المفاهيم والمصطلحات
- 8- الدراسات السابقة

الاطار النظري

الفصل الأول: الجمهور والتفاعلية

تمهيد

- المبحث الأول: مدخل مفاهيمي عن الجمهور والتفاعلية
- المبحث الثاني: خصائص ومميزات الجمهور
- المبحث الثالث: مراحل تكوين وسائل الاعلام
- المبحث الرابع: جمهور الإذاعة وخصائصه
- المبحث الخامس: دور التفاعلية والجمهور في إنجاح البرامج الاذاعية
- خلاصة

الفصل الثاني الإذاعة المحلية الجزائرية

تمهيد

المبحث الأول: مدخل مفاهيمي عن الإذاعة

المبحث الثاني: نشأة وتطور الإذاعة

المبحث الثالث: ظهور الإذاعة في الجزائر

المبحث الرابع: أدوار ومهام الإذاعة

المبحث الخامس: إذاعة تيزي-وزو ودورها في تكوين الرأي العام

خلاصة

الإطار التطبيقي

عرض وتحليل البيانات المتعلقة بالدراسة الميدانية

1-التعريف بإذاعة ولاية تيزي وزو

2-البطاقة التقنية لإذاعة تيزي وزو

3-الهيكل التنظيمي لإذاعة ولاية تيزي وزو

4-القراءة الكمية والكيفية للجداول

5- نتائج الدراسة

خاتمة

قائمة المراجع

الملاحق

ملخص الدراسة:

تهدف دراستنا الحالية للتعرف على أهم المضامين الإعلامية، التي تقدمها الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو للجمهور المستمع، حيث تخضع إلى استراتيجيات وأساليب واضحة مختلفة مسبقا، بناء على مؤشرات ومعايير علمية بهدف التعرف على أهم البرامج والمضامين التي تحظى بالمشاهدة والمتابعة لدى أغلبية الجمهور وهذا من خلال دراسة مختلف الخصائص الديمغرافية، كما تهدف الدراسة إلى التعرف على مدى تحقيق هذه المضامين لإشباعات نفسية ومعرفية للجمهور المستمع لهذه الإذاعة الجهوية .
ويتمثل التساؤل الجوهري التالي:

-كيف تؤثر التفاعلية الرقمية للجمهور على تحديد المضامين على مستوى الإذاعة الجهوية لتيزي وزو؟
ويتفرع هذا السؤال الجوهري إلى جملة من التساؤلات الفرعية التالية:

-ماهي أهم الأساليب المعتمدة على مستوى الإذاعة الجهوية لتيزي وزو بهدف تحديد البرامج والمضامين؟
-ما هي أهم التغييرات والتأثيرات التي تحدثها الوسائط الجديدة بمستوى الإذاعة الجهوية التي تيزي وزو على المضامين والرسائل الإعلامية المتنوعة الموجهة للجمهور المستمع؟
-هل يتمتع الصحفيون القائمون بالاتصال على مستوى الإذاعة الجهوية لتيزي وزو بمهارات ومعايير ومقومات اتصالية عالية من أجل تقديم الرسائل ومضامين إعلامية هادفة وبناء للجمهور المستمع؟،
أما فيما يتعلق بمنهج الدراسة ألا وهو المنهج المسحي الذي يسمح بمختلف آراء واتجاهات مختلف المستمعين للإذاعة الجهوية لولاية تيزي وزو، أما عن الأدوات المستخدمة في دراستنا فهو استمارة استبيان حيث تعد أداة أساسية والملاحظة المباشرة أداة ثانوية، أما مجتمع الدراسة فيتمثل في أفراد الجمهور المستمع للإذاعة الجهوية لولاية تيزي وزو، في حين عينة دراستهما تتمثل في العينة القصدية التي تحتوي على 100 مفردة، ومن أهم النتائج المتوصل إليها هل تتمثل في ما يلي:

-تحظى الإذاعة الجهوية لولاية تيزي وزو مكانة عالية ومرموقة لدى الجمهور من خلال تحديثها وتغييرها مع متغيرات البيئة الخارجية واستخدامها لتكنولوجيا الاتصال الحديثة والعمل على نيل رضاه وقبوله

-تتميز الإذاعة الجهوية بتيزي وزو باستخدامها لأهم خاصيتي وهي: خاصيتي الاستماع والتخيل من خلال الإنصات العميق والتركيز على مختلف المضامين المقدمة للجمهور المستمع

-تعمل إذاعة ولاية بتيزي وزو على تلبية وإشباع الحاجات النفسية والسلوكية والنفسية للجمهور المستمع

الكلمات المفتاحية: الرقمية، التفاعلية، الاثار، المضامين الإعلامية، الجمهور.

Résumé :

Notre étude actuelle vise à identifier les contenus d'information les plus importants, fournis par la radio locale de Tizi ousou State à l'auditoire, Ils sont soumis à des stratégies et des méthodes claires, sur la base d'indicateurs et de critères scientifiques en vue de se familiariser avec les programmes et les contenus les plus importants examinés et suivis par la majorité du public. L'étude vise également à déterminer dans quelle mesure ces contenus ont procuré une satisfaction psychologique et cognitive à l'auditoire qui écoute cette radio régionale.

Voici la question fondamentale:

- Comment l'interaction numérique du public affecte-t-elle l'identification du contenu au niveau de la radio régionale de Tizi ousou?

Cette question de fond est divisée en plusieurs sous-questions :

- Quelles sont les méthodes les plus importantes adoptées au niveau de la radio régionale pour Tizi ousou afin d'identifier les programmes et les contenus?

- Quels sont les principaux changements et impacts que les nouveaux médias auront sur le niveau de la radio régionale que Tazi et Zou ont sur le contenu et les divers messages médiatiques adressés à l'auditoire?

- Les journalistes qui communiquent au niveau de la radio régionale de Tizi Wazu bénéficient de compétences, de normes et de composants de communication élevés afin de fournir des messages et un contenu d'information significatif et constructif au public qui les écoute?

En ce qui concerne le programme d'études, le programme d'enquête examine les différents points de vue et les tendances des différents auditeurs de la station de radio régionale de l'état de Tizi ousou As pour les outils utilisés dans notre étude, il s'agit d'un questionnaire dont l'observation directe est un outil secondaire. La communauté d'étude est composée de membres de l'auditoire de la station de radio régionale de Tizi et Zou State. L'étude ", alors que leur échantillon d'étude est l'échantillon intentionnel contenant 100 singles, Une des principales conclusions est que:

- La radio régionale de l'État de Tizi ousou jouit d'une grande visibilité et d'un grand prestige auprès du public en l'actualisant et en la modifiant avec les variables de l'environnement extérieur et en l'utilisant pour les technologies modernes de communication et en travaillant à sa satisfaction et à son acceptation.

- La Radio régionale Tizzi ousou se caractérise par l'utilisation de ma caractéristique la plus importante : écouter et imaginer des fonctions grâce à une écoute approfondie et se concentrer sur les différents contenus fournis au public.

- Radio tizi ousou State travaillent pour répondre et satisfaire les besoins psychologiques, comportementaux et psychologiques des auditeurs

Mots-clés : numérique, interactif, reliques, contenu médiatique, public.

مقدمة

مقدمة:

تطورت وسائل الإعلام ، فقدمت معنى جديدا لمفهوم التواصل والتأثير في الآخرين. فسلك الإعلام منحى آخر، منتقلا بذلك من دائرة مغلقة تخدم منشأة، أو مؤسسة، أو هيئة إلى إعلام وطني وإقليمي فدولي. فتطورت ما يطلق عليها بوسائل الاتصال الجماهيرية والتي من أبرزها: التلفزيون، الإذاعة، الصحف وغيرها من الوسائل التي تستعمل كل الإمكانيات المتاحة، والوسائل المتعددة في التعامل مع الأفراد داخل مختلف المجتمعات بغرض إيصال المعلومة.

لقد ساهم التقدم التكنولوجي في انتشار أي وسيلة إعلامية على نطاق واسع، وتعتبر الإذاعة من أبرز أنواع وسائل الاتصال الجماهيري: محليا، إقليميا، وعالميا، وأكثرها انتشارا لدرجة أنها وخلقت منافسة بينه وبين التلفزيون الذي يعتبر من أكثر وسائل الاتصال انتشارا وتأثيرا، من أجل تقديم الرسالة الإعلامية المطلوبة للأفراد مع التأثير في اتجاهاتهم وآرائهم والسيطرة عليها وعلى تصرفهم، والمجتمع الجزائري اليوم ليس بمعزل عن هذا التطور والتوسع في جمال التغطية الإعلامية: سمعية أو بصرية كانت، فالإذاعة أو كما يسميها خبراء الإعلام والاتصال "الوسيلة العمياء" لا تقل أهمية عن غيرها من وسائل الاتصال الأخرى.

ولانتزال الإذاعة تلعب دورا هاما جدا في الحياة العامة، فهي أكثر وسائل الإعلام انتشارا وشعبية، وجمهورها هو عامة الناس على كافة المستويات، حتى تتمكن من الوصول إليه، متجاوزة حواجز الأمية والعقبات الجغرافية، والقيود السياسية.

إن هذه التطورات التكنولوجية الحديثة التي تدخل مؤسستنا الإذاعية اليوم، تؤدي بنا إلى إعادة طرح فكرة دور العنصر البشري الذي هو الركن الأساسي في العملية الإعلامية ومدى قدرته على التجاوب بإيجابية وفعالية مع هذه التطورات التي تغير جذريا طرق العمل الإذاعي، معتقدين بأهميته المطلقة ضمن سيرورة التحول التكنولوجي في الإذاعات الجزائرية من التماثلية إلى الرقمية.

ومن هذا المنطلق حاولنا تغطية جوانب الموضوع حيث جاءت دراستنا من أجل معرفة التفاعلية الرقمية للجمهور واثارها على تحديد المضامين والبرامج في الإذاعة الجزائرية،

واشتملت دراستنا على مقدمة وخاتمة وقسمناها لثلاثة فصول تضمنت ما يلي:

الإطار المنهجي الذي خصص لموضوع الدراسة والذي قمنا فيه بتحديد إشكالية الدراسة والصياغة التساؤلات الرئيسية والتساؤلات الفرعية، وكذا أسباب اختيار الموضوع وأهميته وأهدافه ونوع ومنهج أدوات الدراسة مع مجتمع البحث وعينته بالإضافة إلى تحديد المفاهيم الدراسية وفي الأخير الدراسات السابقة.

أما في الإطار النظري فقد قسمناه إلى فصلين: الفصل الأول تناولنا ماهية الجمهور والتفاعلية وفيه قمنا بتحديد مفهوم الإذاعة وخصائصها، وجمهور الإذاعة وخصائصه ومراحل تكوين جمهور وسائل الإعلام، وفي الأخير التفاعلية وفي تحديد المضامين والبرامج في الإذاعة الجزائرية.

أما في الفصل الثاني حول الإذاعة في الجزائر، حيث يتضمن مفهوم الإذاعة وأهميتها ثم نشأة وتطور الإذاعة، أدوار ومهامها، وفي الآخر الإذاعة ودورها في تكوين الرأي العام.

وفي الأخير الإطار التطبيقي الذي هو عبارة عن دراسة ميدانية على عينة من جمهور الإذاعة كعينة لجمع البيانات، وفيه تقوم بعرض وتحليل البيانات والمعلومات المتعلقة بالدراسة وتناولها من خلال عناصره، البطاقة الفنية والمخطط التنظيمي للإذاعة، والتحليل الكمي والنوعي للجدول البسيطة والمركبة مع نتائج الدراسة تشمل الجزئية والعام.

وأخيرا نستعرض الخاتمة العامة حول موضوعنا.

الإطار المنهجي

الإطار المنهجي للدراسة

- 1- إشكالية وتساؤلات الدراسة
- 2- أسباب اختيار الموضوع
- 3- أهمية الدراسة
- 4- أهداف الدراسة
- 5- منهج الدراسة وأدواته
- 6- مجتمع البحث وعينته
- 7- تحديد المفاهيم والمصطلحات
- 8- الدراسات السابقة

1- الإشكالية:

تعتبر الإذاعة من أهم الوسائل الاتصالية، إذ مكنت المجتمعات الإنسانية من إرسال الصوت الإنساني، و الموسيقى، و الإشارات بأنواعها المختلفة، إلى أرجاء متعددة من العالم، و بفضلها استطاعت أن تتيح لدى المستمع الحميمية و إتاحة المجال الواسع لمملكة التخيل خاصيتان لم تضاهيها فيها أي وسيلة إعلامية أخرى دون أن ننسى أن هذا القرن يعيش حركة سريعة ومتلاحقة من التغيرات التكنولوجية جعلت الإذاعة تعمل على مواكبة التطورات التي تشهدها كافة وسائل الإعلام و الاتصال، كما انها قد مرت بعدة مراحل و محطات من حيث النشأة و التطور بداية من الإذاعة التقليدية او مرحلة ظهور الترانزستور حيث كانت تستخدم الموجات الطويلة ف الإرسال ثم بعد ذلك الموجات المتوسطة ثم ظهور قنوات الإذاعة عبر الفضائات التلفزيونية ثم راديو الوب وصولاً إلى الإذاعة الرقمية، وتعرف هذه الاخيرة على أنها تكنولوجيا حديثة ترجع إلى منتصف الثمانينات تعمل بنظام من البث و الذي يعرف بالبث الرقمي و الذي جاء كبديل للنظام التماثلي من البث إذ يمح بتوسيع إمكانيات إنتاج البرامج هذا ما أدى و ساهم في انتشار الاذاعات المحلية.

وهذا ما أدى إلى ظهور نوع آخر من التفاعلية الذي يعرف بالتفاعلية الجماهيرية الرقمية التي تكون على أساس تفاعل المستخدمين مع المضامين والبرامج المقدمة من خلال الإذاعات التي توظف تكنولوجيات الاتصال الحديثة بهدف العمل لتقديم خدمة عمومية ومضامين ورسائل اتصالية ذات جودة عالية تلائم وتناسب أذواق وتطلعات واستحسان الجمهور المستقبل لتلك المضامين و هذا على أساس تلك العلاقة القوية و المتينة بين الإذاعة و الجمهور، وهذا ما يؤدي إلى تجسيد أو تكريس الانسجام والفهم المشترك بينهما.

و هذا ما حث القائمين بالاتصال لوضع مختلف الاستراتيجيات الأساليب لتحديد و صياغة المضامين و الرسائل الإعلامية التي تتناغم و تتناسب مع قيم الجمهور المستمع و عاداته و تقاليده و مبادئه و سلوكياته، و تحقيق تلك العلاقة القوية والمتينة بين القائم بالاتصال

والجمهور المستمع المتلقي لتلك المضامين والرسائل يعطي لها دلالات ومعاني وصيغ و تأويلات وتفسيرات ودلالات غير التي يريد القائم بالاتصال إيصالها بهدف تحقيق الرأي العام الواحد الذي يحظى بالإجماع والتوافق من أجل تحقيق ما يعرف بالتوازن الاجتماعي و العمل على تخفيف التوترات والصراعات الاجتماعية بين مختلف فئات المجتمع الواحد .

بناء على كل ما سبق ذكره، يمكننا طرح التساؤل الجوهري التالي:

مامدى تأثير التفاعلية الرقمية للجمهور على تحديد البرامج والمضامين على مستوى الإذاعة الجهوية بولاية تيزي-وزو؟

ويتفرع عن هذا التساؤل الجوهري جملة أو مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية:

- 1- ماهي مكانة الإذاعة الجهوية لولاية "تيزي-وزو" لدى مستمعيها؟
- 2- ماهي أهم الاستراتيجيات والأساليب المعتمدة على مستوى الإذاعة الجهوية "لتيزي-وزو" من أجل تحديد البرامج والمضامين؟
- 3- فيما تتمثل الاستمالات المستخدمة على مستوى الإذاعة الجهوية لولاية "تيزي-وزو" من أجل تحقيق التفاعلية الرقمية؟
- 4- ماالمضامين الأكثر استماعا لدى الجمهور المستمع لبرامج الإذاعة الجهوية لولاية "تيزي-وزو"؟
- 5- ماهي أهم التغيرات والتأثيرات التي أحدثتها الوسائط الجديدة بمستوى الإذاعة الجهوية "لتيزي-وزو" على المضامين والرسائل الإعلامية المتنوعة الموجهة للجمهور المستمع؟

2-أسباب اختيار الموضوع:

لكل بحث علمي مبررات تكون الدافع وراء محاولة كشف النقاب عن ظاهرة دون الظواهر الأخرى، ولقد كان للباحثين دوافع جعلتهما يختارا هذا الموضوع دون سواه:

*الأسباب الذاتية:

رغبة منا في البحث بطريقة علمية في المواضيع المتعلقة بمجال الإذاعة والفضول والرغبة في استكشاف خبايا العلاقة القائمة بين الإذاعة والجمهور.

*أسباب موضوعية:

- 1/-قابلية الموضوع للدراسة والبحث معرفيا ومنهجيا.
- 2/-كون موضوع البحث يدخل ضمن نطاق تخصصنا.
- 3/-فضولنا دفع بنا لمعرفة أثار البرامج والمضامين في الإذاعة الجهوية.
- 4/-تتبع أسباب اختيارنا للإذاعة المسموعة المحلية على الخصوص كونها أكثر قربا للجمهور في اذاعة مختلف المواضيع.
- 5/-معرفة الصعوبات والتحديات ورهانات التطور التكنولوجي التي تواجهها الإذاعة الرقمية في الجزائر.
- 6/-قربنا من منطقة الدراسة مما سهل علينا الدراسة والتعامل مع مجتمع الدراسة.
- 7/-الأهمية التي تتبناها التفاعلية الجماهيرية في حقل الدراسات الإعلامية.

3- أهمية الدراسة

تكمن أهمية هذه الدراسة في محاولة التعرف على آثار تحديد البرامج والمضامين الإذاعية على التفاعلية الرقمية للجمهور ومحاولة الوصول إلى قيمة علمية مضافة في مجال البحث العلمي بصفة عامة وتخصص الاتصال بصفة خاصة.

فتستمد هذه الدراسة أهميتها من كونها تهتم بدراسة الجمهور في الجزائر وخاصة أنها تعرضت إلى جمهور الإذاعة، واتخذت من هذا الجمهور عامة كعينة لدراسة استخداماتها، فتعتبر علاقتهم بوسائل الإعلام من المواضيع التي تجلب انتباه العديد من الباحثين في مختلف المجالات العلمية النفسانية منها والاجتماعية والتربوية.

كما تستمد أيضا هذه الدراسة إلى الوصول لتحديد تفاعل الجمهور مع مختلف البرامج والمضامين لإذاعية الجهوية لتي زي وزو ومدى مساهمته في استمرارها وفي تحسينها.

4- أهداف الدراسة:

من خلال هذه الدراسة والتي جاءت حول موضوع التفاعلية الجماهيرية الرقمية وأثارها على تحديد البرامج والمضامين في الإذاعة الجهوية تسعى لتحقيق مجموعة من الأهداف والتي نوردتها فيما يلي:

- التعرف على الوسائل الإعلامية الاتصالية الأكثر استخداما من طرف الجمهور.
- الكشف عن علاقة تعرض الإذاعة لبعض التغيرات كالجنس، المستوى التعليمي والحالة المهنية وحصر الخصائص العامة والخاصة لجمهور الإذاعة من واقع عينة الدراسة.
- الوقوف على معرفة خصوصية الجمهور في الوسائط الاتصالية الحديثة (الرقمية)
- معرفة أهم الصعوبات والمشاكل التي تواجهها الإذاعة الرقمية في الجزائر.

- محاولة التعرف على وجهات نظر المواطن من خلال البرامج المقدمة في الإذاعة المحلية.
- الوقوف على طبيعة التواصل داخل المؤسسة ومدى اهتمام المسؤولين بالعملية الاتصالية.
- الهدف الأخير من هذه الدراسة هو الإفادة منها في الدراسات التفاعلية الجماهيرية الرقمية في الجزائر وتطويرها، كما يمكن لهذه الدراسة أن تثير بعض القضايا وتفتح المجال لباحثين آخرين للقيام بدراسات أخرى لاستكمال الجوانب الناقصة منها.

5- منهج الدراسة وأدواته:

أ- منهج البحث وأدوات الدراسة:

يعتبر إتباع منهج من مناهج البحث العلمي ضروري، لأنه يمثل المسار والطريق الذي يسلكه الباحث، قصد الوصول إلى نتائج علمية في دراسة موضوع معين.

المنهج بمعناه العلمي والإصلاحي الدقيق، يعني الطريق الأقصر والأسلم للوصول إلى الهدف المنشودة¹. كما يعرف بأنه فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة، إما من أجل الكشف عن الحقيقة حين نكون جاهلين بها، أو من أجل البرهنة عليها للآخرين حين نكون عارفين بها².

كما يعرف المنهج على أنه "عبارة عن جملة من الخطوات، التي يجب على الباحث إتباعها، في إطار الالتزام بتطبيق قواعد معينة تمكنه من الوصول إلى النتيجة المسطرة أي أن المنهج عبارة عن إخضاع الباحث لنشاطه البحثي، أي تنظيم دقيق في شكل خطوات معلومة

¹- عبد الرحمان بدوي، مناهج البحث العلمي، وكالة المطبوعات الكويت، طبعة ثالثة، 1977، ص7.

²- المرجع نفسه، ص64.

يحددها في مساره البحثي، من حيث نقطة وبداية الانطلاق وخط السير ونقطة الوصول مما جعل العديد من الباحثين يشبهون المنهج بالطريق الواضح المعالم¹.

ويعتبر المنهج العلمي طريقة منظمة، تتيح أسلوباً وخطة معينة لدراسة ظاهرة وما يهدف الوصول إلى الحقائق وترسيخ المعارف واختبارها بعد التأكد من صحتها².

تدرج الدراسة الوصفية التحليلية المتضمنة للتفاعلية الجماهيرية الرقمية وأثارها على تحديد البرامج والمضامين الإذاعية في الإذاعة الجزائرية، "دراسة حالة لإذاعة الجهوية بتيزي وزو"، ضمن الدراسات الاستطلاعية على عينة من الجمهور، بهدف اكتشاف أفكار بحثية جديدة والتماس الفوارق في التوقعات البحثية التي من شأنها ان تساعد في فهم المشكلة البحثية.

يلجأ الباحث لإجراء دراسة استطلاعية عندما يكون مقدار ما يعرفه عن الموضوع قليلاً جداً لا يؤهله لتصميم دراسة وصفية، وذلك عن طريق إجراء منهجية محددة تتكافل لتحقيق أهداف الاستطلاعية، وتمثل هذه الدراسات أو الأبحاث في الغالب نقطة البداية في البحث العلمي بشقيه النظري والتطبيقي.

فتعد الدراسة الاستطلاعية أو الكشفية كما يتضح من اسمها إلى استطلاع الظروف المحيطة بالظاهرة و كشف جوانبها وأبعادها وأحياناً يطلق على هذا النوع من البحوث الوصفية يساعد الباحث وزملائه على صياغة مشكلة البحث صياغة دقيقة تمهيدا لبحثها بحثاً متعمقاً في مرحلة تالية أيضاً، لكونها تساعد الباحثين في وضع الفروض المتعلقة بمشكلة البحث التي يمكن إخضاعها للبحث العلمي الدقيق، إذ يستحسن قبل البدء في إجراءات البحث وبصفة خاصة في البحوث الميدانية القيام بدراسة استطلاعية للتعرف على الظروف التي سيتم فيها إجراء البحث، إذن البحث الاستطلاعي أو الاستكشافي هو مرحلة

¹- عوض عدنان، مناهج البحث العلمي، طبعة أولى، جامعة القدس المفتوحة، فلسطين، 1994، ص74.

²- عقيل حسين عقيل، فلسفة مناهج البحث العلمي، مصر، مكتبة مديولي، 1999، ص47.

أول يجب تجاوزها قبل الخوض في نوع آخر من البحوث، و يساهم هذا البحث في زيادة الالفة بين الباحث وميدان البحث.¹

نظرا لطبيعة الدراسة وطبيعة الموضوع، وكذا الاهداف الرامية إلى تحقيقها، فقد اعتمدنا على المنهج المسحي والذي يعتمد عليه اعتمادا كبيرا في بحوث الاستطلاعية والوصفية والتحليلية ذلك أنه عبارة عن دراسة عامة لظاهرة موجودة في جماعة معينة وفي مكان معين وفي الوقت الحاضر، كما أنه منهج المسح يعتبر من أفضل المناهج التي تبحث في اتجاهات الجمهور وخصائصه وكذا احتياجاته في بحوث الاعلام².

يعد المنهج المسحي أحد المناهج الرئيسية الواقعة في إطار البحوث الوصفية، ويتجه منهج المسح إلى تجميع الحقائق والبيانات والمعلومات عن الظواهر الاجتماعية والثقافية والسياسية كما هي في الواقع الذي تقوم بدراسته، و ذلك بقصد الوصول إلى النتائج المتعلقة مما يفيد في فهم الظواهر وتقديم حلول للمشكلات البحثية، ولا يتوقف منهج المسح عند تجميع البيانات والمعلومات وتصنيفها وتبويبها، لكنه يتجاوز ذلك إلى تقديم حلول للمشكلات العلمية، و يقوم منهج المسح على الحصول أكبر كم ممكن من المعلومات حول الظاهرة محل الدراسة بغية تحقيق قدر كبير من الفهم الشامل للوضع القائم³.

يعرفه أحمد بن مرسلي «بأنه الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة، من حين العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها، كما هي في الحيز الواقعي وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك»⁴.

ويتميز هذا المنهج بعدة سمات:

¹-الدراسات الاستطلاعية في خطة البحث، www.bts-acdemy.com المحدث، الدخول: 11 مارس 2023، 10:20h.

²-محمد زيبان عمر، البحث العلمي، مناهجه، تقنياته، مصر: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2002، ص117.

³-مسعود حسين التائب، البحث العلمي قواعده، إجراءاته، ومناهجه، الطبعة الأولى، 2018، ص227.

⁴-أحمد بن مرسلي، مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال، الطبعة الثانية، الجزائر، ديوان المطبوعات جامعية، 2006، ص286.

- يمكن استخدام أسلوب المسح في دراسة المشكلات والظواهر في وضعها الراهن وكذلك وصف سمات الجمهور ونماذج سلوكية.
- يسمح بدراسة أو اختيار عدد من المتغيرات في وقت واحد مثل السمات الاجتماعية والفردية وكذلك أنماط السلوك المختلفة.
- مناسبة الجهود والنفقات لكمية المعلومات التي يمكن جمعها خلال المسح وذلك للاستحمام أسلوب معين.

ب- أدوات المنهج:

أما عن الأدوات المستعملة، فقد تم الاعتماد على الاستمارة الاستبائية كأداة رئيسية لجمع البيانات والمعلومات المستخدمة في البحث، وتم تدعيمها بأداة الملاحظة .

•الاستمارة:

اخترنا الاستمارة كأداة أساسية في دراسة هذه نظرا لما توفره من سهولة جمع المعلومات والبيانات الميدانية عن الظاهرة موضوع الدراسة¹، كما تعد هذه التقنية من أكثر التقنيات المرتبطة بالمنهج المسحي والتي تعتبر وسيلة تقصي ملائمة تسمح بالاتصال بعدد كبير من الافراد في وقت قصير بهدف الحصول على المعلومات الدقيقة وغالبا ما تكون غير قابلة للملاحظة، كما أنها تمتاز بسرعة التنفيذ وقلة التكلفة.²

يعرف محمد عبد الحميد الاستمارة على أنها «أسلوب لجمع البيانات تستهدف استشارات الافراد المبحوثين بطريقة منهجية، ومقننة لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة، وأهدافها دون تدخل من الباحث في التقدير الذاتي

¹-محمد عبد الرحمان عبد الله، محمد بدوي، مناهج وطرق البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، 2002، ص371.

²-موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، تدريبات علمية، ترجمة، بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سعنون، الجزائر، دار القصبية للنشر، 2004، ص227.

للمبحوثين في هذه البيانات»¹، ويتم تنفيذها عن طريق المقابلة الشخصية أو إرسالها إلى المبحوثين عن طريق البريد العادي أو عبر الانترنت.²

تضمنت الاستمارة التي قمنا بتصميمها لإعداد هذه الدراسة أربعة محاور والتي تتضمن بدورها خمسة وعشرون (25) سؤالاً موجهة لمجتمع البحث، حرصنا على ترتيب الاسئلة وتوضيحها وإعطائها الصبغة المباشرة دون وضع الفرد المستجوب في حالة من الغموض أو الحرج وتم تجريبيها ميدانيا على عينة مصغرة من الجمهور قبل عملية التوزيع النهائية.

-**المحور الاول:** ويتضمن أسئلة متعلقة بدراسة العلاقة بين المبحوثين والمتغيرات التالية: الجنس، السن، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية، الإقامة.

-**المحور الثاني:** وهي أسئلة عامة حول عادات وأنماط الاستخدام وشمل المحور على ستة (06) أسئلة.

-**المحور الثالث:** وهي أسئلة متعلقة بدوافع استماع الجمهور للإذاعة الجهوية لتيزي وزو وتضمنت ثلاث (03) أسئلة.

-**المحور الرابع:** وهي أسئلة حول الاشباعات المحققة عند استماع الجمهور للإذاعة الجهوية لتيزي وزو وتضمنت إحدى عشر (11) سؤالاً.

•**الملاحظة المباشرة:** تم استخدامها أثناء تعرض الجمهور للبرامج والمضامين الاذاعية وملاحظة كيفية تعاملهم مع هذه البرامج فقمنا باستخدام الملاحظة العلمية بدون المشاركة، وذلك من أجل الوصول إلى نتائج غير خاضعة لأدوات القياس، وتستند هذه العملية على

¹-محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الاعلام، الطبعة الاولى، مصر: عالم الكتاب، 1993، ص183.

²-أحمد بحوش، موسى محيرش، مدخل إلى المنهجية العامة، الجزائر: دار الكتاب الحديث، 2009، ص117.

قيام الباحث بملاحظة الظواهر اثناء حدوثها بصفة تلقائية ودون تدخل، وهذا من خلال القيام بملاحظة التصرفات عن قرب كما تعتمد العملية على المتابعة وبعيدا عن المشاركة مع تسجيل المواقف وردود الأفعال.

وتعرف الملاحظة بأنها عملية مراقبة أو مشاهدة الظواهر والمشكلات والأحداث و مكوناتها المادية و البينية، متابعة سيرتها واتجاهها وعلاقتها، بأسلوب علمي منظم ومخطط بقصد تفسير وتحديد العلاقات بين المتغيرات والتنبؤ بسلوك الظاهرة وتوجيهها لخدمة أغراض الإنسان وتلبية احتياجاته،¹ وتعتبر الملاحظة من إحدى أهم الطرق العلمية للكشف عن كينونة الظواهر بصفة دقيقة عن طريق المشاهدة الدقيقة، من أجل الوصول إلى الخصائص و العوامل المتحكمة في الظاهرة كما تتطلب الوقوف على الاشياء و التمعن فيها بواسطة استخدام مختلف الحواس.²

6-مجتمع الدراسة وعينته:

تتميز الدراسات الاعلامية بتعاملها مع قاعدة معرفية كبيرة تكون أساسها الجمهور الذي يتسم باتساع المحتوى الزماني والمكاني، فاستعمال المنهج المسحي الذي يرتبط ارتباطا وثيقا بنظام العينات يتطلب الالمام بهذه القواعد المعرفية عن طريق الرصد الكامل لمفرداتها نظرا لاستحالة القيام بالمسح الشامل لكونه يتميز بضخامة العدد من جهة والتشتيت من جهة أخرى، بناء على ذلك يقوم الباحث باختيار أقل عدد من أفراد مجتمع بحث لدراسة خصائصه استنادا للعينة المستعملة.

انطلاقا من موضوع الدراسة الذي يبحث في التفاعلية الجماهيرية الرقمية و أثارها على تحديد البرامج و المضامين في الاذاعة الجزائرية و تركيزها على هذا الاخير في الجانب التطبيقي تم تحديد مجتمع البحث في الاذاعة في ولاية تيزي وزو، ثم إجراء الدراسة على

¹-محمد الذنبيات وآخرون، منهجية البحث العلمي، القواعد و المراحل و التطبيقات، الطبعة الثانية، بيروت: دار وائل للنشر، 1999، ص73.

²-عناية غازي، منهجية إعداد البحث العلمي، الأردن: دار المناهج للنشر والتوزيع، 2008، ص202.

الأفراد المستمعين للبرامج الإذاعية وهذا نظرا لوجود عدد معتبر من جمهور الإذاعة الجهوية في هذه الولاية لاعتبارات كثيرة ولعل أهمها اللغة.

فمجتمع البحث في العلوم الانسانية هو مجموعة منتهية وغير منتهية من العناصر المجددة مسبقا والتي تركز عليها الملاحظات، كما يعرف على أنه مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة، تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى التي يجري البحث عنها أو التقصي.

نظرا لاستحالة دراسة كل مجتمع البحث في الانسانية يلجأ الباحث دوما إلى العينة كأسلوب لإجراء الدراسة بدلا من المجتمع الكلي والتي تعرف على أنها عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع البحث يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها من ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي.

7-تحديد المفاهيم والمصطلحات:

-التفاعلية:

ان كلمة التفاعلية (Interactivité) مركبة من كلمتين أصلها اللاتيني، أي من الكلمة السابقة (Inter) وتعني بين، ومن الكلمة (activus) وتفيد الممارسة في مقابل النظرية وعليه، عندما يترجم مصطلح التفاعلية (L'interactivité) من اللاتينية، فيكون معناه ممارسة بين اثنين أي تبادل وتفاعل بين شخصين¹.

من هنا نفهم أن معنى التفاعلية يكمن في التبادل والتفاعل، يتم من خلال الاتصال بين شخصين، إذن فهي فعل اتصالي قديم. لكن مفهوم التفاعلية، في استعماله بالإشارة إلى الوسائط المتعددة، فيعتبر حديث العهد نسبيا ووليد العلاقات بين الناس والآلات².

¹-خالد زعموم، السعيد بومعيزة، التفاعلية في الإذاعة: أشكالها، ووسائلها، اتحاد إذاعات القاهرة، للتعليم المفتوح، القاهرة، 1995، ص26.

²-المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

ولقد تداول الوسط الفكري والعلمي والصحفي هذا المفهوم "التفاعلية" في بدايات التسعينات من القرن الماضي نتيجة التقدم الهائل الذي تعرفه التكنولوجيات الرقمية والذي تم بفضل المعلوماتية.

ولقد غيرت تكنولوجيات الاتصال الحديثة من مهام المتلقي وأكسبته خاصية المشاركة في الفعل الاتصالي مثله مثل المرسل حيث أصبح فاعلا في العملية الاتصالية بعدما كان شكل التفاعلية في وسائل الاعلام التقليدية محصورا في الرسائل الموجهة إلى القائم بالاتصال في التلفزيون أو الاذاعة أو الجريدة بالإضافة الى المكالمات الهاتفية أو الحضور في الاستوديو.

وفي خضم هذه التطورات التكنولوجية، أصبح مفهوم التفاعلية مرتبطا أكثر فأكثر بالوسائط المتعددة، وبالتالي فإن هذا المفهوم عادة ما يشير إلى مفهوم تسويقي، يتضمن الكثير من الوهم، لأنه يمكننا التحدث عن أشكال متعددة من التفاعلية والمرتبطة بتعدد البرمجيات التطبيقية¹.

في هذا السياق، يعتمد كل التفاعلية على نوع الوسيط (الوسيلة) وشكل الواجهة وطريقة وتصميم البرنامج، إذن فالتفاعلية تختلف باختلاف الوسيلة، مثل التفاعلية في الاذاعة ليس نفسها في ألعاب الفيديو، لذا يشير (Michel sénecal) إلى أن هذا المفهوم يتسم بالطابع التجاري والقيمة المضافة.

وعليه، تمثل التفاعلية الانتصار الكبير للمعلوماتية، حيث أصبح بإمكان الآلة الاستجابة لنا وتحقيق رغباتنا، وهذا ما غير من مفهوم التفاعلية بحيث أعاد منظم ومفكر النظريات الحديثة في الاتصال النظر في نموذج لاسويل 1948، من يقول ماذا؟ بأية وسيلة؟ لمن؟

¹-ميشال إيولا، الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الاعلام والثقافة، تعريب نصر العياصي والصادق رابح 1، دار الكتاب الجامعي، الامارات العربية المتحدة، 2004، ص ص 19-20.

وبأي تأثير؟ أي تدفق الاتصال في اتجاه واحد¹. في حين نجد أن التفاعل الحقيقي والنتائج عن التطورات التكنولوجية الحديثة يتطلب نموذجا اتصاليا ذات اتجاهات متعددة.

يقول "نصر الدين العياصي" عن التفاعلية أنها مفهوم ابتكر في البداية للدلالة عن شكل خاص من العلاقة بين السمعى البصري والمشاهد، وبهدف إلى تحويل المشاهد الساكن والسلبى إلى عنصر فعال ونشط بشكل يؤثر في البرمجة لكن الاستخدام التدريجى والمتعدد لهذا المفهوم أصبح يدل على كل أنواع مشاركة المتلقي في الرسالة، سواء أحدثت رجوع الصدى أو لم تحدث².

-البرامج الاذاعية:

أ-تعريف البرامج:

-لغة: مفردتها برنامج وهو خطة المرء لعمل يريده، وجمعه برامج³.

-اصطلاحا: كل ما يتم إعداده للبحث أو بيثه عبر أجهزة البث الفضائي بنية استقبالها من قبل الجمهور أو المشاهدين، وهي المواد الناجمة عن تجميع وتخزين مواد الاذاعة جدولتها وإرسالها في إشارات سابقة على الاذاعة⁴.

-إجرائيا: تعني المضمون الذي تقدمه المحطة الاذاعية أو التلفزيونية بغرض الاعلام والتثقيف أو التسلية.

ب- الاذاعة:

-لغة: من المصدر أذاع أي ينشر، أو نقل الصوت بواسطة الراديو⁵.

¹-خالد زعموم، السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص27.

²-نصر الدين لعياصي، تلفزيون دراسات وتجارب، دار هومة، الجزائر، د.س.ن، ص109.

³-محمد ابرقن، قاموس المراق قاموس موسوعي للإعلام والاتصال، منشورات نالة، الجزائر، 2007، ص557.

⁴-طارق مصباح الشاري، الاعلام الاذاعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، طبعة أولى، عمان، 2010، ص248.

⁵-محمد ابرقن، نفس المرجع السابق، ص43.

-اصطلاحاً: هو إرسال واستقبال اللاسلكي للنبضات والاشارات الكهربائية، بواسطة موجات كهربائية واستقبال الكلمات والاشارات الصوتية¹.

-اجرائياً: هي الرسالة الصوتية المسموعة، تعني البث الاذاعي أو ارسال في جميع الاتجاهات، وهي الانتشار المنظم والمقصود بواسطة الراديو ب مواد إخبارية وثقافية وتعليمية وغيرها من البرامج حيث يتم التقاطها باستخدام أجهزة استقبال مناسبة.

ج-البرامج الاذاعية:

هي المواد الاذاعية المختلفة والتي تبث على الهواء مباشرة أو مسجلة أي النقل للأحداث الجارية المناسبات الاجتماعية والثقافية والدينية والسياسية والاقتصادية، يعمل عليها مجموعة من المسؤولين والاذاعيين الذين يعملون ضمن الهيكل الاداري للإذاعة.

-التأثير: يعرف التأثير في اللغة والاصطلاح مما يلي:

- لغة:

- ترك الاثر في الشيء.

-وأثر في الشيء؛ أي وضع فيه أثراً.

- أثرت فيه تأثيراً؛ جعل فيه أثراً وإشارة؛ فتأثر أي: وافق وانفعل².

- اصطلاحاً:

¹محمد ابرقن، نفس المرجع السابق، ص 574.

²- تعريف ومعننتأثير في معجم المعاني الجامع- معجم عربي، المعاني، 2022/02/04، بتصرف.

- التأثير هو عبار توجيهات لنشاطات المؤسسات أو الاشخاص إلى المكان الصحيح، عبر استعمال الانشطة الادارية الاساسية، مثل القيادة والتنظيم، والاشراف والتواصل، ومن الجدير بالذكر أن هذا المفهوم حصر التأثير بالعمليات الادارية فقط، بينما تخصصاته غير منحصرة بالإدارة فقط.

- التأثير هو إضافة حالة نفسية ثم إنتاجها عن طريق إضافة أفكار جديدة لدى المتلقين، نقوم بجعلهم عند تحركهم مدفوعين بهذه الحالة النفسية، وبمجموعة من الافكار والمعلومات التي لديهم، ولهذه الحالة النفسية أدوار كبيرة جدا، فهي أساسية في تغيير سلوكيات الفرد أو مجموعة من الافراد لمدة محددة في اتجاه معين، ويتم الملاحظة في هذا التعريف أنه يقوم بالتركيز على إضافة الافكار، بينما التأثير قد يكون عن طريق الصقل والارشاد إلى الافكار الموجودة سابقا عند الفرد.

- التأثير هو قوة تكون لدى القائد أو سيطرة معينة تكتسبها، وعلى أساسها يستطيع أن يؤثر في سلوكيات الاخرين¹.

8-الدراسات السابقة:

-الدراسة الأولى (01):

إن كل بحث علمي يرتكز على مجموعة من الدراسات وبحوث سابقة وفي دراستنا اعتمدنا على مجموعة من الدراسات وهي:

-الدراسة الأولى تحت عنوان أثر تكنولوجيا الاتصال على الاذاعة وجمهورها دراسة مسحية في الاستخدامات والاشباعات لدى الشباب من إعداد الطلبة "قدوار تسعديث" أنجزت هذه الدراسة في جامعة الجزائر (03) كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم العلوم الإعلام

¹- ديمة الشاعر، التأثير بالآخرين والعلاقات العامة، ص 07، بتصرف.

والاتصال تخصص قياس جمهور وسائل الاعلام قدمت لنيل شهادة الماجستير
سنة 2010/2011.

تتمحور إشكالية هذه الدراسة في السؤال التالي: ما هو أثر استخدام الشباب لتكنولوجيا
الاعلام والاتصال على مدى إقبالهم على الاستماع للإذاعة المسموعة؟

وقد تفرعت هذه الإشكالية إلى مجموعة من التساؤلات:

1- ماهي العادات الاستماعية للشباب؟

2- ماهي دوافع تعرض الشباب للإذاعة في ظل استخدامهم لتكنولوجيا الحديثة للإعلام
والاتصال المتاحة له؟

3- ماهي الاشباع التي تتحقق للشباب عند التعرض للإذاعة؟

4- كيف يتفاعل جمهور المستمعين مع المضامين الإذاعية فيها بينهم؟

اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسحي التحليلي كون يصف الظاهرة المحروسة ويعمل
على تشخيصها، كما اعتمدوا على مجموعة من الأدوات المعتمدة في جمع البيانات
الاستمارة، الملاحظة والمقابلة واعتمدوا أيضا على العينة القصدية.

توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج وهي:

1/ توصلت الدراسة إلى أن الاستماع إلى البرامج الإذاعية لم يتراجع إلا عند نسبة قليلة من
الشباب في ظل واقع جديد يتميز بتمديد التقنيات التي يستخدمها الشباب واتفق جل الباحثين
على أن هذه الفئة من أكثر الفئات استخداما لتكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال بفضل
تكيفها وتأقلمها مع التطورات التكنولوجية وظهور محامل إذاعية غاية التطور تمتاز بالحركية

لتخرج الإذاعة من الفضاء المنزلي وتكتسح جل الفضاءات ما أدى تناقص الاستماع الجماعي بالمقابل تزايد الاستماع الانفرادي.

2/ تعكس النتائج المتوصل إليها طبيعة الإذاعة التي تستعمل كمنبه في الفترة الصباحية كأسس وخلفية أثناء القيام ببعض الأعمال أو كمساعد على النوم، فلا يتطلب الاستماع الى الراديو جهدا عصبيا وعضليا ولا يحول بين المستمع وأداء عمله لاسيما الأعمال اليومية.

3/ ان الاستماع إلى الإذاعة نشاط فردي أكثر مما هو نشاط جماعي بفعل ظهور محامل شخصية تمتاز بالخفة والحركة حدث هناك انتقال من الإذاعة العائلية إلى الإذاعة الفردية إذ شيئا فشيئا تخلى الشباب عن الإنصات الجماعي متجهين الى الاستماع الفردي في ظرف تقلص فيه التفاعل الذي كان يحدثه الإنصات الجماعي. كما اختفت فه درجة التركيز التي تعرضها طقوس ذلك الإنصات حول جهاز الراديو.

❖ أوجه الاختلاف:

1- تختلف هذه الدراسة عن دراستنا أن هذه الدراسات ركزت على الاستخدامات والإشاعات لدى الشباب أما دراستنا ركزت على الصحفيين في إذاعة تيزي وزو وبالأخص على كيفية تحديد المضامين والبرامج الاذاعية الموجه للجمهور المستمع.

2- هذه الدراسة استخدمت فيه أداة أخرى وهي أداة تحليل المضمون في حين دراستنا اکتفينا بالاستبيان والملاحظة.

3- مجتمع البحث في دراسة سابقة شاملة مجموعة من الشباب خاصة، في حين تمثل مجتمع دراستنا على الجمهور عامة.

❖ أوجه التشابه:

1- كيلا الدراستين تتشابهان في النوع فكلاهما تتدرجان ضمن الدراسات الوصفية.

2- كيلا الدراستين اعتمادا على المنهج المسحي.

3- كيلا الدراستين اعتمادا على ادوات جمع البيانات التالية (الملاحظة، المقابلة، الاستبيان، الاستمارة).

الدراسة الثانية (02):

تحت عنوان: المظاهر البلاغة للجمهور من خلال الاتصال التفاعلي في الوسائط الرقمية، دراسة مسحية على عينية من أساتذة كلية الآداب واللغات جامعة بسكرة بسكرة مذكرة ماستر من إعداد الطالبة " بشرى بوقزي" تخصص علاقات عامة سنة 2018-2019.

تتمحور إشكالية هذه الدراسة حول أهم المظاهر البلاغية للجمهور من خلال الاتصال التفاعلي فقد طرحوا السؤال الرئيسي التالي: كيف تجسدت أبرز ملامح الجمهور البليغ من خلال الممارسة الاتصالية التفاعلية؟

لقد تفرعت التساؤلات التالية:

1/- ما بلاغة الجمهور وما سماتها التي تميزها عن البلاغات الأخرى؟

2/- هل يمكن الحديث عن بلاغة الجمهور في الاتصال الوسائطي؟

3/- كيف تتجاوز البلاغة حدود الرسالة الى الجمهور؟

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي اعتمدت المنهج المسحي كونه يصف الظاهرة ويقوم بتحليلها كما استعانوا على أدوات جمع البيانات المتمثلة في الاستبيان كما اعتمدوا عن العينية التطبيقية.

توصلت هذه الدراسة الى النتائج التالية:

1- ان بلاغة الجمهور هي مختلف ردود الافعال التي ينتجها المتلقي أثناء تلقيه المحتوى الاتصالي الذي يستهدف خدمة القائم بالاتصال فهي معنية بدراسة استجابة الجمهور بالحطاب الاصلي وطرق استهلاكهم له ودرجة تلاقهم له في الفضاءات العمومية.

أما البلاغة ترتبط بالكشف عن الظواهر اللغوية المكونة بالمحتوى الاتصالي والاستجابة الفعلية التي ينتجها المستهدفون في المضمون الاتصالي، فهي تعني بدراسة كيف يؤثر الاداء في صياغة استجابة الجمهور.

2- نجد تجسيد هذه المظاهر البلاغية في رسائلها التي تساعد على افصاح الذوق الفني وتبين نواحي الجمال الفني وذلك لضبط اللغة وتنمية التدوق الفني عند الجمهور المتلقي الذي أوله البلاغيون جل الاهتمام أكثر من الرسالة نفسها خاصة التي تم تداولها واستهلاكها في الوسائط الرقمية ورصد اثارها على الجماهير.

❖ أوجه التشابه:

1- كيلا الدراستين مسحيتين

2- كلاهما اعتمدا على أداة الاستبيان

❖ أوجه الاختلاف:

1- دراستهم تخصص علاقات عامة أما دراستنا اتصال جماهيري

2- اعتمدت الدراسة السابقة على كلية من أساتذة كلية الآداب واللغات جامعة بسكرة في حين اعتمدت دراستنا على جمهور الاذاعة عامة.

-الدراسة الثالثة (03):

للطالبة "نوال رضا" تحت عنوان «واقع إخراج البرامج التفاعلية في الاذاعة الرقمية» إذاعة جيجل المحلية نموذجا رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال تخصص تكنولوجيا الاعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم الاعلام والاتصال جامعة الحاج لخضر باتنة 2012.

تطرقت الباحثة الى واقع اخراج البرامج التفاعلية والتعرف على مستوى الخدمة التفاعلية المقدمة عبر هذه البيئة الاعلامية بالتركز على انماط الوسائط الرقمية المتبناة خلال اخراج البرامج الاذاعية ذات الطبيعة التشاركية والحوارية.

وقد انطلق الباحثة من الاشكالية التالية: ما هو واقع اخراج البرامج التفاعلية في الاذاعة الرقمية لولاية جيجل المحلية؟

اعتمدت الطالبة في دراستها على المنهج الوصفي، أما في الشق الميداني للبحث على منهج دراسة الحالة.

أما أدوات الدراسة فتمثلت في المحافظة العلمية بالإضافة الى المقابلة وبالتحديد المقابلة المتعمقة والمقابلة غير المقننة التي لا تحكمها أسئلة محددة ومتعددة سلفا ومسبقا في سياق المناقشة الجماعية.

أما مجتمع الدراسة فيتمثل في مجموع الصحفيين العاملين على مستوى اذاعة ولاية جيجل. أما عينة الدراسة فتمثل في العينة غير الاحتمالية، ومن ضمن هذه العينة الاحتمالية نجد العينة العمدية أي القصدية، التي يكون فيها الاختيار قصدي وتحكمي من قبل الباحث، تبعا لخدمة أهداف دراسته أو بحثه، أما حجم العينة فقد اشتمل على 24 مفردة من مجتمع

الدراسة، والتي جاء تحديدها من منطلق تعداد المشرفين الفنيين على اعداد وتقديم البرامج التفاعلية عبر اذاعة جيبل المحلية.

ومن بين النتائج المتواصل اليها من هذه الدراسة:

1/- بروز النمط التقليدي المتبع في إخراج البرامج التفاعلية بإذاعة ولاية جيبل المحلية من خلال اقتصار على استخدام وسيلة الهاتف كفضاء تفاعلي تواصلية دون غيره من الوسائط التواصلية التفاعلية التي منحها عصر التكنولوجيا واعتذر من استخدامها القائمون على البرامج.

2/- هذه الاذاعة المحلية الفتية التي تسعى لتجسيد السياسة الاعلامية الجوارية بعيدا عن مجالات الاستفادة من التقنية الوسائطية والخدمات الشبكية، وهو ما يبرز غياب عامل الادراك الرقمي لهذه الخدمات الحديثة كأهم المترتبات العملية التي قد تؤكد ذلك.

3/- القائمين على البرامج الرقمية التفاعلية بإذاعة ولاية جيبل المحلية ممثلين في الطواقم الفنية المشرفة. على عملية الاخراج والتي تتدرج بين مهام الاعداد والتقديم والتنسيق.

4/- البعد عن موضوع الاستخدامات للوسائط التكنولوجية الرقمية وفق المفهوم الذي جاءت به القاعدة.

(La genealogie d'usae) للباحث "جوسيان جوي"

5/- الاذاعة الصوتية من خلال الزمن الرقمي، مطالب الفاعلون بها أكثر من أي وقت مضى بعدم الاغفال من دور الوسائط التكنولوجية الرقمية الحديثة والحرص على تبني خدماتها التواصلية، دون أن تتبن مبداء الحتمية التكنولوجية.

❖ أوجه التشابه:

1- كيلا الدراستين وصفيتين تحليليتين.

2- كيلانا اعتمدنا على أداة الملاحظة والمقابلة.

3- كيلا العينيتين قصديتين.

❖ أوجه الاختلاف:

1- نحن اعتمدنا على أداة استبيان كأداة رئيسية أما دراستهم اعتمدت على المقابلة.

2- تختلف الدراستين في حجم العينة فعينتهم تقدر بأربعة وعشرون (24) مفردة أما عينتنا تقدر بمئة (100) مفردة.

3- في دراستنا اعتمدنا عن المنهج المسحي التحليلي أما هم اعتمدوا المنهج دراسة حالة.

الإطار النظري

الفصل الأول

الجمهور والتفاعلية

الفصل الأول

الجمهور والتفاعلية

تمهيد

المبحث الأول: مدخل مفاهيمي عن الجمهور والتفاعلية

المبحث الثاني: خصائص ومميزات الجمهور

المبحث الثالث: مراحل تكوين وسائل الاعلام

المبحث الرابع: جمهور الإذاعة وخصائصه

المبحث الخامس: دور التفاعلية والجمهور في إنجاح البرامج الاذاعية

خلاصة

تمهيد:

لقد اتسمت الدراسات الاعلامية المبكرة، بعدم التركيز واستبعاد جمهور وسائل الاعلام حيث لم تكن الدراسات الجمهور قليلة، ووفقا لهذا تعددت تعاريف الجمهور حسب كل مفكر وكل اتجاه وسوف نعرض أشهر التعاريف من طرف بعض المفكرين والدارسين للجمهور.

فسنحاول في هذا الفصل التعرف على الجمهور وخصائصه، ومراحل تكوينه، وما هو جمهور الإذاعة بصفة عامة وفي الأخير سوف نتطرق على دور الجمهور في إنجاح البرامج الإذاعية.

المبحث الأول: مدخل مفاهيمي عن الجمهور والتفاعلية

1-تعريف الجمهور:

1-1- لغويا:

جمعة جماهير معناه: جماعة القوم، او معظم القوم وأشرفهم من الفعل جمهر: يعني تجمع الناس حول ظاهرة او واقعة حدثت¹

الجمهور في استخدام علماء الاجتماع يشير الى تكوين اجتماعي غير محدد يشترك اعضاءه في مصالح نتجت بغير الاتصال الشخصي، فيقول "ليندبرج" "lundborg" ان مفهوم الجمهور لا يتحتم ان ينطبق على اي وحدة طبيعية او جغرافية او سياسية وبهذا المعنى يقال ان هناك جمهورا للموسيقى وجمهورا للأدب وجمهورا للرياضة²

- عرفه « محمد عبد الحميد" هو حشد او عدد كبير من الناس، لا تجمعهم خصائص او سمات واحدة، غير متجانسة، غير معروفين للقائم بالاتصال، منعزلين عن بعضهم البعض اجتماعيا³

يعرفه كل من "ملفير ديلفر" milver وساندابل ركتيش roctch sandarplle " انه العنصر الاساسي للنظام الاجتماعي الخاص بالاتصال الجماهيري فالجمهور ينقسم الى طبقات اجتماعية متميزة، بينها علاقات متشابهة في مجالات عديدة، ومن بين التغيرات

1 - المنجد الابجدي، قاموس عربي، دار الشرق، ط3، 1986، ص336

2- أحمد محمد موسى: المدخل الى الاتصال الجماهيري، المكتبة العصرية، مصر، ب ط، 2009، ص21

3- جون كوهر، نظرية التلفزيون، ترجمة أديب خضر، مكتبة الاعلام، سورية، 2000، ط1، ص80

الكبرى التي تلعب دوراً في تحديد طريقة عمل نـعصر الجمهور داخل النظام الاجتماعي ن،
جد الاحتياجات الكبرى واهتمامات افراد الجمهور وطبيعة العلاقات بينهم¹
يعرفه جيهان احمد رشتي «انه مجموعة كبيرة من الناس، تأتي من جميع مجالات الحياة،
ومنمختلف الطبقات الاجتماعية، تتضمن مجموعة افراد يختلفون في مراكزهم ومهنتهم
وثقافتهم....²

وقد جاء تعريف الجمهور في "شوماك" ان الجمهور أكثر من مجرد مجموع او عدد من
الافراد، وانه يعني جماعة ما تدين بوجودها لتقاسم افرادها تجارب معينة وذكريات وتقاليد
محدد وظروف حياة³.

2.1 اصطلاحاً:

يعتبر جمهور وسائل الإعلام الذي تعني به دراستنا لا يزال يستمد مفهومه من الأصل
التاريخي لمصطلح، AUDIENCE حيث كانت فكرة الجمهور في الأصل تعني مجموعة
من المتفرجين على عرض درامي أو لعبة أو أي استعراض عام يستقطب عدداً من الناس
كجمهور الصلوات في المساجد، والجمهور المسرح وغيرها من الفعاليات التي تستقطب عدداً
كبيراً من الناس⁴

ويمكن أن نعرف جمهور وسائل الإعلام على أنه هو في الأصل جماعة تنشأ استجابة
لنشاط إعلامي محدد تقوم به وسائل الإعلام⁵

¹- ملفين ديفلر بول، روكتش: ترجمة عبد الرؤوف كمال، نظريات وسائل الاعلام، دار الدولة للنشر والتوزيع، ب ط، ص
156 - 157

²- جيهان احمد رشتي، الاسس العلمية لنظريات الاعلام، دار النهضة العربية، مصر، ب ط، 1993، ص36

³- فارس عطوان، الفضائيات العربية ودورها الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2009، ص202

⁴- الطاهر بن خرف الله وآخرون، الوسيط في الدراسات الجامعية، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، ج1، 2002، ص
49 - 51

⁵- سامي الشريف، الإذاعات والقنوات المتخصصة، بدون دار النشر، القاهرة، ط1، 2009، ص16

فالجمهور إذن ظاهرة ثنائية من حيث مصادر التكوين فهو عبارة عن تجمع يتم تشكيله إما من خلال الاستجابة لي وسائل الإعلام بما تحمله من مضامين وما توظفه من أدوات أو من خلال القوى الاجتماعية الأخرى التي تعمل بمعزل عن وسائل الإعلام وذلك من خلال أدواتها الاتصالية الخاصة¹.

المبحث الثاني: خصائص ومميزات الجمهور:

1.2 خصائص الجمهور:

يتميز جمهور الإذاعة وجمهور وسائل الإعلام بصفة خاصة بمجموعة من الخصائص والتي نحددها فيما يلي:

- إن الجمهور متنوع في تركيبته، إذ يضم أفراداً ينتمون إلى الجماعات المختلفة .
- يتألف الجمهور من أفراد لا يعرف كل واحد منهم سائر الأفراد الآخرين، وكل فرد يستجيب للاتصال الجماهيري بشكل فردي وعلى أساس كونه عضواً في جماعة .
- إن أفراد الجمهور منتشرون في أماكن متعددة ولا يتاح للفرد التفاعل مع سائر الأفراد الآخرين، ولكنه يتفاعل ويتصل مع عدد منهم يضمهم كيان اجتماعي معين.
- غياب التواصل الاجتماعي بين أفراد الجمهور لأنهم منعزلين عن بعضهم البعض.
- إن عدد أفراد الجمهور كبير الحجم، وحين يوصف بأنه كبير فإن نقطة الفصل في ذلك هو أن الجمهور الذي يتعرض لعملية اتصالية خلال مدة زمنية محددة، يكون على درجة لا يستطيع المصدر أن يتفاعل معها وجهاً لوجه، هذا مع ثبات صفات أخرى فيه.
- إن الجمهور مجهول بالنسبة للمرسل، فالمرسل يبث رسائله إلى جمهور عام لا يعرف أحد من أفرادها على وجه التحديد، والمرسل لا يدري هل وصلت الرسالة أم لا ومن هم الذين

¹ - عبد الأمير فيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، دار الشروق، عمان، ط1، 2005، ص66

تسلموها وصحيح أنه قد تجري استطلاعات الرأي للجمهور فيما يتلقاه، لكن يظل الجمهور مجهول الهوية والأسماء بالنسبة للمرسل أو القائم بالاتصال.

ويضاف إلى هذه الخصائص خاصة أخرى تتمثل في أن الجمهور يمتلك قرار إنهاء الاتصال إذ يستطيع تجنب الرسالة التي لا تتفق مع وجهات نظره أو لا يريد التعرض لها فمثلا يمكن للفرد أن يتلقى بالصحيفة جانبا، أو يغلق جهاز الراديو أو التلفزيون وهكذا¹

2.2 مميزات الجمهور:

هناك نمطين رئيسيين لتصنيف هذه السمات:

1.2 السمات الأولية: وهي التي لأدخل للفرد في اكتسابها، بل تنتسب إليه وهي غير

قابلة للتغيير وهي:

1.1.2 النوع الجنس: «ويقسم فيها الجمهور الى ذكور واناث، رجال ونساء اعتمادا على

عوامل فيزيولوجية نظرا لثبوت تباين استجابة كل نوع للوسائل الاعلامية "هذا الاختلاف يكون في الحاجات، المصالح، ودرجة قابلية كل نوع من حيث الاقناع.

2.1.2 العمر او السن: يستخدم علماء السكان الفئات الخماسية او العشرية لبيان الهرم

السكاني في دراسة التركيب العمري لسهولة التصنيف في البحوث إلا ان هذه الفئات العمرية لا تقدم دلالات لتفسير السلوك الاتصالي للجمهور عبر مختلف مراحل العمر"، استخدمت البحوث المبكرة على جمهور وسائل الاعلام الفئات العشارية حسب طبيعة واهداف الدراسة²

2.2 السمات المكتسبة: هي كل السمات التي يتلقاها الفرد اثناء التنشئة الاجتماعية

كعنصر ينتمي الى جماعة " كما اهتمت بحوث الاعلام في الدراسات الاولى بمعرفة السمات العامة، وهذا بغية تحديد انماط السلوك ومحتوى الرسائل التي تعدها وسائل الاعلام

¹ - جمال مجاهد، مدخل الى الاتصال الجماهيري، مصر: دار المعرفة الجامعية، 2009، ص45

² - علي قسايسية، دراسة جمهور وسائل ومجلة الوسيط، ديوان المطبوعات الجزائرية، الجزء 2، 2003، ص53

لجمهورها"¹ وهذه السمات تكون قابلة للتغير مثلا: الدين، اللغة، الإقامة، الدخل وتكون على مستويين:

1.2.2 المستوى التعليمي: «بحيث تمكنا هذه السمة من تحديد المعارف التي قد يتحصل عليها الفرد في حياته ارتباطا بوسطه الاجتماعي والفئة الاجتماعية التي توجه السلوك اتجاه الرسائل الإعلامية، ويعمل على ادماج فئة الاميين الذين لا يقرؤون ولا يكتبون في المجتمعات التي ترتفع فيها نسبة الامية، لان هذه الفئة لا تقرأ، ولكن تتعرض الى الصورة وتشاهد التلفزيون، وتستمع الى الإذاعة²

2.2.2 الحالة الاقتصادية: تعبر هذه السمة على قدرة الافراد على اقتناء الوسيلة الاعلامية، واستهلاك السلع والخدمات، ان هناك باحثين قاموا بالفرقة بين مستويات الدخل حيث اعطوا نوعين:

أ- وضع مستويات ثلاثية او خماسية مثل: عالية، متوسطة منخفضة، فوق المتوسط، متوسط، تحت المتوسط .

ب- وصف المؤشرات الدالة على الحالة الاقتصادية³ كمعدل الدخل مثل (30 ألف دج أكثر من 40 ألف دج) او كنوع السكن (فيلا، شقة) او مكان الإقامة (حي ر اقي حي شعبي)، او ملكية أحد الوسائل (جهاز تلفاز، راديو، كومبيوتر)"

اذن هذه السمات الديمغرافية (النوع، العمر التعليم، الدخل) هي أكثر السمات استعمالا بأنماط الاتصال وعلاقتها، لكن نجد سمات اخرى وقد يلجأ اليه الباحث، مثل: الحالة العائلية (متزوج أعزب).

¹ - عبد الحميد محمد، دراسة الجمهور بحوث الاعلام، عالم الكتب، مصر، ط1 ، 1993، ص193

² - علي قسايسية، مرجع سبق ذكره، ص53

³ - محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص197

المبحث الثالث: مراحل تكون جمهور وسائل الإعلام:

ما سبق نستخلص أن المفهوم الحالي لجمهور وسائل الإعلام لم يتكون هكذا طفرة واحدة وإنما مر بالعديد من المراحل والتي نوردتها فيما يلي:¹

1.3 المرحلة الأولى: أول و أهم مرحلة في تاريخ وسائل الإعلام الحديثة كانت اختراع حروف الطباعة في القرن الخامس عشر على يد غونتنبورغ، حيث ظهر جمهور القراء بفضل التمكن من إصدار النشريات و المطبوعات بما فيها الصحف لاحقا و توزيعها على نطاق واسع مما كان عليه الحال سابقا ، وقد أوجد هذا الكم من التطور النوعي تقسيما اجتماعيا و اقتصاديا كان معروفا في السابق بين الأغنياء و الفقراء و الحضر و البدو و ساعد التطور على تكوين مفهوم أولي لما يعرف حاليا الجمهور العام كفكرة أو رأي يرتبط بين عدد غير محدود من أناس يوجدون ضمن السكان ويختلفون عن عامة الناس تبعا لاهتماماتهم ومستوى ترتيبهم و تطلعاتهم الدينية أو السياسية أو الفكرية.

2.3 المرحلة الثانية: إن التطور التاريخي الرئيسي الثاني الذي كان له تأثير بالغ في تشكيل مفهوم جمهور وسائل الإعلام ، هو الإفراز الاجتماعي للثورة الصناعية التي أعطت دفعا قويا للطباعة مما أسهم في تنمية و تسويق الصحافة و خاصة الصحافة الشعبية أو الموجهة إلى أفراد المجتمعات الجماهيرية **Mass Society** الجديدة التي نمت حول المدن الصناعية الكبرى و المكونة خاصة من شتات من المهاجرين انتقلوا من الأرياف التي تسودها الروابط العائلية و الصلات الاجتماعية إلى المدن و المجتمعات الجديدة التي تتميز بالتباين بين أفرادها لغياب قيم ثقافية و تقاليد و أعراف اجتماعية مشتركة. في هذه المرحلة

¹ - قسايسية علي، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي، (رسالة دكتوراه غير منشورة)، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2007، ص ص 42-4 قسايسية علي، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي، (رسالة دكتوراه غير منشورة)، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2007، ص ص 42-49

بدأت الصحافة تتخذ شكلها الذي لازال يلزم وسائل الإعلام والاتصال إلى الوقت الراهن مع بعض التعديلات الشكلية.

3.3 المرحلة الثالثة: إن العامل الثالث الذي ساهم مساهمة كبيرة في الصياغة الحالية للجمهور ورسم معالمه الحديثة هو ظهور وسائل الإعلام الإلكترونية من إذاعة في عشرينيات القرن الماضي وتلفزيون في خمسينيات نفس القرن، فقد أصبح الجمهور غير محدد في المكان، حيث باعد البث الإذاعي والتلفزيوني بين المرسل من جهة ومن جهة ثانية ظهر شكلان من أشكال الجمهور هما المستمعين والمشاهدين الذين لم تعد الأمية والحواجز الطبيعية تحولان دون تعرضهم للرسائل الإعلامية، كما كان بالنسبة للصحافة المكتوبة.

4.3 المرحلة الرابعة: ويتمثل العنصر التاريخي الرابع الذي أثر في مفهوم الجمهور في اعتناق نظريات الديمقراطية السياسية الذي تعتبر وسائل الإعلام وحريتها أحد مظاهرها، فقد انعكس تطبيق الأفكار الديمقراطية في أنظمة الحكم على مهام ووظائف وسائل الإعلام وعلى الرقابة السياسية والاجتماعية ومبادئ الوصول إليها المشاركة فيها، كما انعكس على وعي المجتمع ككل بأهمية الإعلام ودوره في الحياة السياسية والاقتصادية والثقافية، فلم يعد الجمهور فقط مجرد قراء للصحف ومستمعي الإذاعات ومشاهدي التلفزيون، ولكنه وفي نفس الوقت يتضمن ناخبين ومستهلكين للسلع والخدمات، حيث ظهرت مصطلحات لها علاقة مباشرة بالجمهور، مثل جمهور الناخبين **Mass Electoral** وجمهور السوق **Mass Market**.

المبحث الرابع: جمهور الإذاعة وخصائصه:

1.4 مفهوم جمهور الإذاعة: إذا كنا نتحدث عن جمهور الإذاعة المحلية، فالأمر بد أن يكون المجتمع المحلي هو الموجه إليه بالدرجة الأولى بما أن الإذاعة ذات طابع محلي ملزم ومرتبطة بنوعية الحياة في ذلك المجتمع على الرغم من واجبها العام وهو الاعلام والترفيه

والثقيف، فالإذاعة جهاز إعلامي يخدم مجتمعا محليا محدود العدد موضوع ال شو فوق أرضي محدود المساحة يؤدي معظم أفراد نشاطا اقتصاديا رئيسيا محددًا وقد يكون النشاط الرئيسي الذي يمارسه أفراد المجتمع نشاط زراعيًا فيكون المجتمع زراعيًا... ونصف الذي ينسب بأنه النشاط الرئيسي لأنه لا بد من قيام العديد من الأفراد في كل مجتمع بامتهان حياة أخرى متنوعة ترتبط بخدمة النشاط الرئيسي وأفراده، ويجمع بين الجميع المصالح الاستيطانية والمصالح المتعلقة بالنشاط ذاته والحرف التي يمارسها الأفراد ففي المجتمع الريفي في القرية نجد أن معظم أفراد هذا المجتمع يمارسون نشاطا اقتصاديا واحدا هو الزراعة، وتقوم إلى جانب الزراعة بعض الحرف الأخرى المرتبطة بهذا النشاط وهذه المصالح أصبحت مصالح شخصية لكل فرد من أفراد المجتمع المحلي¹، وهذا الذي نتحدث عنه في القرية، إنما نجده أيضا في كل أشكال وأنواع الحياة والشارع والحي، وذلك طبقا للنشاط الرئيسي لكل مكان، إن العلاقات السائدة بين أفراد المجتمع المحلي، علاقات وثيقة نتيجة وجود ما أسميناه بالمصالح الاستيطانية، ونتيجة ارتباط العديد من أفراد هذا المجتمع بأواصر القرابة والنسب والمصاهرة كما تسود كل مجتمع مع المستويات المادية للأفراد، بل ومع وجود فوارق ثقافية نتيجة حصول بعض على درجات متفاوتة من الدراسة والثقافة في المدارس والجامعات. لاسيما في حالات القرابة من الدرجة الأولى مثل ما هو الحال في جيل الآباء والأبناء، ففي مجتمع ريفي قد نجد الأب الفلاح له عدة أبناء، لكن الكبار منهم يعملون في الزراعة، وقد نجد من يعمل شرطيا، أو معلما، أو طبيبا، وطالما كانت الإقامة داخل المجتمع المحلي فالسمات الأساسية له وما يجمعهم من وحدة فكرية وتراثية وثقافية، تجعلهم مجتمعا متجانسا، تؤكد هذا التجانس المصالح المتشابكة للأفراد والجماعات داخل المجتمع المحلي نفهم هذا القول الذي سبق ذكره، أن الجمهور الإذاعة المحلية ينحصر فقط في المجتمع المحلي لكنه

¹ - عبد المجيد شكري، الاعلام في ضوء متغيرات العصور - أسسه نظرياته ووسائله ودوره في الدول النامية والمتقدمة،

القاهرة، دار الفكر العربي، 2007، ص ص 12، 13

يتعدى ذلك وقد يكون حتى من خارج الدولة، لكن الجمهور المستهدف للإذاعة المحلية بالميزة أو الصفة الخاصة، هو المجتمع المحلي، ولعل دور الإذاعة هذا بالنسبة لمجتمعها هو محاولة التفاعل مع أفرادها وكيف لا وهي جزء منه، وإن هذا التفاعل لا يكون إلا بدراسة احتياجات ومتطلبات ومشاكل هذا المجتمع المحلي، والعيش معها وجعلهم يرون أنفسهم من خلال إذاعتهم، وذلك بإعطاء الحق لهم في المشاركة والتعبير وطرح المشاكل العامة للنقاش الحر، دون التحيز والميول إلى غير ذلك، كما يمكن إجراء بحوث أو دراسة وتحليل للبرامج ذاتها التي تقدم مضمون رسالتها وأهدافها، والقيم كذلك بالنزول إلى المستمعين وإجراء دراسات استطلاعية.

يقصد به الجمهور المستمع للإذاعة المحلية، حيث يتلقى رسائل أو مضمون الرسالة من خلال البرامج المعروضة من الإذاعة المحلية، والتي تكون مستمدة من المجتمع المحلي ذاته ولخدمته بحيث تعكس البرامج قيم وعادات وسلوكيات واهتمامات هذا المجتمع، وهو محدود ومحصور في حدود وصول هذه الوسيلة، ويكون ذلك حسب أول الموجات المستعملة (MA) (FM)، حيث تختار الوسيلة جماهيرها من خلال مضمون البرامج المقدمة من طرفها، كما أن الجمهور يختار الوسيلة حسب ميولته ورغباته، لكنه ينتقي ويختار من خلال ما هو موجود وهذا ما يسمى بالمرحلة الانتقائية.

كما يعتبر الموقع الجغرافي، عامل من عوامل تحديد الجمهور، وذلك حسب درجة وصول تردد الإذاعة المحلية إلى منطقة معينة، ويتميز جمهور مستمعي الإذاعة المحلية بأنه متباين، فظهور الفوارق الثقافية والاجتماعية... تجعله متجانس من حيث المصالح المشتركة والمتشابهة للأفراد والجماعات داخل المجتمع المحلي¹، حيث يعتبر جمهور المستمعين من أهم العناصر الاتصالية فهم المستهدفون من البث الإذاعي وهم في نفس الوقت هدف العمل البرامجي كله، وبالتالي يتوقف تحقيق أهداف الإذاعة على الوصول إليهم والتأثير فيهم على

¹ - عبد المجيد شكري، المرجع سابق نفسه، ص19

مستوى المعرفة والاتجاهات والسلوكيات، لذلك البد أن تراعى الإذاعات المحلية طبيعة الجمهور المستهدف وخصائصه واتجاهاته واحتياجاته ورغباته عند اختيار البرامج والمواد الإذاعية، حيث أن احتياجات الجمهور تتعدد وتختلف باختلاف البيئة الجغرافية والمستوى التعليمي والثقافي وأنواع المهن وباختلاف الفئة العمرية والنوع¹، فيصنف جمهور المستمعين إلى نمطين اثنين:

من جهة هناك جمهور المتلقين العام، وهو الجمهور الذي كان ينعت بالحشد حيث يتعرض للوسيلة الاتصالية الجماهيرية أوتوماتيكيا وفرديا، وليس له اهتمامات مشتركة مع الغير ورد الفعل عند هذا العضو والجمهور يكون مستقل.

أما الصنف الثاني فهو جمهور المتلقين الخاص الذي يجمع أفراده بعض من الاهتمامات أو الحاجات أو الاتجاهات المشتركة التي تميز عضويتهم في هذا الجمهور، مثل الأفراد المشتركين في برنامج إذاعي واحد²، فاختلف جمهور المستمعين من حيث السن، المكانة الاجتماعية، التعليم، والتقاليد والعادات، واتجاهاتهم، تجعلهم يختلفون في عملية التأثير عليهم، فكل واحد أو فرد يتأثر حسب مرجعيته وخبرته في البيئة الاجتماعية.

لهذا تقع على القائم بالاتصال مهمة كبيرة وأساسية الاستهداف الجمهور، فال بد أن يقوم بتخطيط جيد للبرامج الذي يقدمها وفي صياغة الرسائل، حتى تتم عملية الاتصال والتفاعل والتأثير بنجاح، ولهذا عليه أن يأخذ بعين الاعتبار تباين أفراد المجتمع، فمن الضروري اختيار العاملين من المذيعين ومقدمي البرامج والمعددين والمخرجين وخالفهم من أبناء المجتمع المحلي أنهم أقدر من غيرهم على فهم طبيعة مجتمعهم، وتحديد احتياجات أفرادهم أو على الأقل يدركون جيدا طبيعة هذا المجتمع ويتعاطفون معه، من خلال ما سبق ذكره،

¹ - الدخول: 03 أوت 2023 على 11 سا 35د، <http://www.startimes.com>

² - نصيرة مزهود، الإذاعة الجزائرية و المستمع، تحت اشراف بن علاق جميلة...مذكرة لنيل شهادة الماجستير بعلوم الاعلام والاتصال، دورة جوان، 1998، ص 118

نتيقن من دور الإذاعة المحلية الفعال في عملية التفاعل والتأثير، وهذه الأخيرة هي عملية عكسية.

2.4 خصائص جمهور الإذاعة:

هناك الكثير من الدراسات والبحوث التي حاولت التعرف على جمهور الراديو، والكشف عن العديد من مواصفات هذا الجمهور، على النحو التالي:

- 1- شخص متوسط.
- 2- قد يكون أمياً، وقد يكون عالماً.
- 3- مجهول، وغير معروف للقائم بالاتصال.
- 4- غير متجانس مع الآخرين¹.
- 5- ليس مضطراً للاستماع أو المشاهدة، ولم يتكلف مجهوداً أو أجر مقعد في دار للعرض (ومن ثم يحتاج إلى إثارة اهتمامه بمهارة لكي يستمر في العرض).
- 6- له اهتمامات خاصة، وله اهتمامات عامة يشترك فيها مع الآخرين.
- 7- يريد أن يقدم له شيئاً يفهمه ويفيده ويمتعه.
- 8- لا يعرض نفسه للاستماع، إلا إذا كانت المادة المذاعة تتفق ومستوى إدراكه.
- 9- له نكاؤه وقدراته، ولا يقبل أن يستخف بعقله أو بذوقه.
- 10- يحكم على العمل بنفسه، ولا يتأثر حكمه برأي من حوله (كما هو الحال بالنسبة لجمهور السينما أو المسرح).
- 11- لا يتأثر بالشهرة، ولا يحفل بالصيت.
- 12- في البرامج غير الدرامية؛ ينصب اهتمامه على مضمون البرنامج، والمشاركين فيه.

¹ - جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، فاطمة بن دنيا، محاضرة حول جمهور الإذاعة والتلفزيون 08 جويلية 2023.

13- يتلقى الرسائل الإعلامية وهو في حالة من الاسترخاء التي يتسم بها الأسرى عادة. ويختلف في ذلك عن المشاهد في السينما والمسرح الذي ينتقل لمشاهدة العرض خارج منزله باذلاً في ذلك جهداً ومالاً، فضلاً عن جلوسه وسط أشخاص لا يعرفهم وفي مكان عام يفرض عليه قيوداً وضوابط محددة.

ولا شك أن هذا «الجهد» الذي يبذله مشاهد السينما والمسرح مقابل التعرض (مشاهدة العرض) يجعله يتردد كثيراً في مغادرة القاعة عندما لا يعجبه العرض، على عكس مشاهد التلفزيون الذي يمكنه الانصراف إلى أي شيء آخر على الفور.

14- جمهور خليط من الأطفال والنساء والرجال وفي شتى مراحل العمر، يمتنون أعمالاً شتى، وتختلف أفكارهم وآراؤهم وقد تختلف عقائدهم أيضاً، وكذلك فإن من بينهم من يعاني أمراضاً أو عاهات. ومن هنا يكون على الكاتب أن يراعي ذلك، وأن ينأى عن كل ما يسيء إلى هؤلاء أو يحقر أعمالهم (ما دامت مشروعة) أو يسخر من عاهاتهم أو أفكارهم... إلخ.

15- إن جمهور المسرح أو السينما يتوجه للمشاهدة وهو مدفوع إلى ذلك باهتمام معين، قد يكون اهتماماً سياسياً أو فكرياً أو فنياً. وهذا الاهتمام المشترك هو السمة أو العامل الذي يجمع بين الجمهور الذي يحضر أما بالنسبة لجمهور الراديو والتلفزيون فإنه يتوزع بين عواطف وآراء وأفكار مختلفة، الأمر الذي يجعله متنوعاً إلى أقصى درجات التنوع

16- إن مشاهد التلفزيون يلجأ عادة إلى استخدام العقل ومحاولة النقد نظراً لأنه يتلقى الرسائل منفرداً أو وسط جماعة صغيرة، بينما يخضع جمهور المسرح والسينما لما يسمى بنفسية الجماهير، وهي تختلف بالقطع عن نفسية الجماعات الصغيرة، ومن ثم تختلف أساليب الاستهواء والإقناع لكل منهما.

17- إن مستمع الراديو يمكنه متابعة المواد والبرامج والاستمتاع بها إلى جانب قيامه بعمل آخر (قيادة السيارة - الأعمال المنزلية... إلخ)، أما برامج التلفزيون فإنها تحتاج إلى

تركيز من المشاهد كما تحتاج إلى تواجده أمام الشاشة، ومن ثم فإن البرنامج التلفزيوني الذي يجذب الأذن أكثر من العين، لا يمكن أن يحقق للمشاهد متعة تذكر، فضلاً عن أنه يساعد على تشتيت أفكاره¹.

18- إن جمهور المنازل، وأثناء استقباله للمادة الإذاعية يشعر بأنه قريب من جهاز حميم يضعه في غرفة جلوسه أو غرفة نومه، ومن ثم يتوقع أن تعرض عليه الأمور الحقيقية بصدق وأمانة وواقعية، فضلاً عن حساسيته الفائقة النابعة من وجوده ضمن أفراد أسرته، والتي تتجلى في رفضه لكل ما يتخيل أنه يتنافى مع عاداته وتقاليده والأعراف السائدة أو المثاليات والقيم التي يريدها لنفسه ولأفراد أسرته².

المبحث الخامس: دور التفاعلية والجمهور في إنجاح البرامج الإذاعية:

إن الحديث عن التفاعلية في الإذاعة يقودنا إلى زمن كانت فيه أفراد العائلة تتجمع حول جهاز الراديو من أجل الإعلام والتربية والترفيه، إلا أن هذا الزمن قد ولى، وبكون الإذاعة وسيلة للتدفق في اتجاه واحد، فالتفاعلية كانت تحدث في شكل المكالمات الهاتفية أو الرسائل المرسلة عبر البريد أو الحضور في الاستوديو، وهذا ما يطلق عليه التفاعلية التقليدية.

ومن بين المعالم البارزة في تاريخ الإذاعة مثلاً: ظهور الإذاعات المحلية والتطور الذي بلغته حيث اعتمدت على بث إذاعي أفقي يشجع على الاتصال فيما بين المواطنين، وبالتالي فهي وسيلة للمشاركة والتفاعل الاتصالي الاجتماعي، حيث تدور المواضيع حول الحياة المحلية وتتطرق أساساً إلى المسائل الاجتماعية كالتعليم والصحة الخ، وهذا ما يجعلها أقرب إلى التفاعلية من الإذاعات الوطنية.

1- طارق الشاري، العالم الإذاعي، عمان، دار أسامة لمنشر والتوزيع، 9992 ص 181

2- محمد منير حجاب، الاتصال الفعال للعلاقات العامة، القاهرة، دار الفجر لمنشر والتوزيع، 1999، ص 88.

والملاحظ أن إذاعة اليوم أصبحت مغايرة تماما لما كانت عليه في الماضي، فهي تُقدم وفق أشكال متنوعة كالإذاعة الرقمية وإذاعة المعطيات والإذاعة الصوتية وإذاعة الساتل والكابل وإذاعة الانترنت، وكل هذا أدى إلى تجديد أنماط البرامج واستخدامات الإذاعة وأساليب الاستماع. وعليه فشكل الإذاعة لم يعد مقرونا بالصوت فقط، وإنما أُنضاف إلى الصوت المعطيات المتنوعة والنصوص الثابتة وصور الفيديو، وأصبح الاستهلاك فردانيا وتفاعليا. وبالتالي، أثر ذلك في الجمهور بشكل ملحوظ، وصار متشظيا أكثر فأكثر¹

وفي رأي بعض الباحثين، يعكس هذا التطور الفترة التي عايشها "ماكلوهان" خلال عقد الستينيات حيث كانت وسائل الاتصال تتجه نحو الدمج والوحدة، في حين تتجه تكنولوجيات الاتصال لسنوات التسعينيات نحو المزيد من تجزئة الجماهير وجعلها أكثر تفتت².

إذن، تحاول الإذاعة التكيف أكثر فأكثر مع التطور التكنولوجي، وتمثلت مظاهر هذا التطور في ظهور المحطات الإذاعية المتخصصة حسب السن والذوق والنوع، كما استطاعت أن تقرض نفسها على مواقع الواب أيضا. فالإذاعة اليوم مفروض عليها مواجهة التحدي الذي يكمن في إعداد المحتوى الذي ستقدمه وفقا لهذا التطور التكنولوجي، وكيف تجعله يتماشى والاستخدامات الجديدة للوسائط المتعددة والشبكات الرقمية، والذي يسمح بتفاعلية حقيقية لم يسبق أن وجدت بهذا الشكل.

كما ظهرت أشكال جديدة للإذاعة، جددت أنماط البرامج واستخدامات الراديو وأساليب الاستماع، فقد وجد المستمع فرصا للاختيار لم يعهدها من قبل، كما أن البرمجة المركزية

¹ - خالد زعموم، السعيد بومعيزة، التفاعلية في الإذاعة: أشكالها ووسائلها، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2007، ص 20-21

² - حسن عماد المكاوي، محمود سليمان علم الدين، تكنولوجيا المعلومات تكنولوجيا المعلومات والاتصال، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2000، ص 342

التي كانت تتميز بها الإذاعة التقليدية لم تعد تحدد الجدول الزمني اليومي للأفراد، فباستطاعة المستمعين اليوم بناء شبكات برامجهم الخاصة بفضل برمجيات الإبحار والبحث لقد أصبح الاستهلاك فردانيا وتفاعليا، وبالتالي عدل من الاستماع الخطي التقليدي، ومن مفهوم الجمهور الحاشد، فجمهور الإذاعة الحديثة أصبح مشتتا أكثر، فالיום قد أصبح الراديو تحت الطلب واقعا ملموسا، والإذاعة صارت دولية أكثر وبعبارة أخرى أصبح جهاز الراديو الرقم ي متعدد الوسائط. فإذا كانت الإذاعة تطبق الوسائط المتعددة، إذا، يمكن الاستماع إليها عن طريق العديد من الوسائل كالتلفزيون، والهاتف النقال، والحاسوب، وغيره. وبما أن جهاز الراديو الرقمي يشبه الحاسوب، فيمكن استعماله للولوج إلى الانترنت واستقبال الرسائل الإلكترونية والفاكس، وأصبحت معظم محطات الإذاعة التقليدية لها مواقع على شبكة الانترنت، وتقدم برامجها بانتظام، وبفضل حاسوب الوسائط المتعددة يمكن الاستماع لبرامجها.

كما توجد أيضا إذاعات الانترنت فقط وجمهورها هو جمهور مواقع الواب الذي يستمع لبرامجها، وهناك محطات متممة، أي لا ينشطها شخص. وتقدم إذاعة الانترنت معلومات نصية وبيانية وفيلمية. فبالإضافة للبث الإذاعي تمتلك إمكانية التفاعلية ورجع الصدى بالنسبة للمستمعين، ومعظم إذاعات الانترنت تظهر اسم الأغنية والمغني طيلة بث الأغنية، مع وصلة للاتصال بالمغني ويستطيع المستمع شراء الأغنية أو الألبوم في الحين، وبعض المواقع مثل (imagine radio) تسمح بإنشاء محطة إذاعية شخصية¹.

كما مكنت التكنولوجيا المستمع من استخدام البريد الإلكتروني الذي تضعه المحطة الإذاعية في شكل عنوان إلكتروني للاتصال بها، أو ببرامجها أو المشرفين على البرامج، وذلك قصد إبداء آرائهم أو مقترحاتهم أو تسجيل طلباتهم أحيانا، فهنا يعتبر البريد الإلكتروني الموظف للمراسلة السريعة والمباشرة، أداة من أدوات تحقيق التفاعلية ويمكن قياس درجة

¹ - [www.teamcombooks.com/mp3 handbook/3htm](http://www.teamcombooks.com/mp3%20handbook/3htm) accessed at internet radio (07/07/2023)

التفاعلية من خلال قياس حجم البريد الإلكتروني الذي يصل البرنامج، كما تستخدم أيضا منتديات النقاش على الخط والتي تناقش مواضيع تخص مضامين برامج المحطة الإذاعية، وتضيف إلى هذه الخدمات خدمة المدونات السمعية البصرية والتي تعد مصدر سمعي بصري على الشبكة تحت الطلب وهذا شكل جديد من المحطات الإذاعية.

خلاصة الفصل:

يعتبر الجمهور العنصر الأكثر أهمية في عملية الاتصال الجماهيري، وجمهور هذه الأيام هو جمهور وسائل الاتصال يتميز بان عدده كبير ومنتشر في انحاء العالم وهو جمهور متنوع من تركيباته الاجتماعية والاقتصادية ويعتبر وجود الجمهور سببا في وجود وسائل الاتصال فدراسة الجمهور الذي يتلقى الرسالة الاعلامية يعتبر الخطوة الاساسية لإعداد وترتيب البرامج الاذاعية في شتى أنواعه.

الفصل الثاني

الإذاعة المحلية الجزائرية

الفصل الثاني

الإذاعة المحلية الجزائرية

تمهيد

المبحث الأول: مدخل مفاهيمي عن الإذاعة

المبحث الثاني: نشأة وتطور الإذاعة

المبحث الثالث: ظهور الإذاعة في الجزائر

المبحث الرابع: أدوار ومهام الإذاعة

المبحث الخامس: إذاعة تيزي-وزو ودورها في تكوين الرأي العام

خلاصة

تمهيد:

تعد الإذاعة من أهم وسائل الاتصال الجماهيري تأخيرا على أفراد المجتمع أو يعني ما يتم بثه عبر الهواء باستخدام الموجات الكهرومغناطيسية التي يمكنها تجاوز حاجز الأمية والحواجز الجغرافية برابطة مباشرة وسريعة. من الممكن الاستماع إلى الراديو في أي مكان ومن خلال أي من الوسائل المتقدمة المتاحة. ويمكن تحقيق ذلك بمختلف الوسائل الحديثة دون عائق أو عائق. كما بدأت الإذاعة ببث برامج تثقيفية لجميع شرائح المجتمع ومخاطبة جمهورها باللغة التي يفهمها. وفي تصريح جوبلينز عن تأثير الراديو، يتم استخدام الراديو كمعلم يسلط الضوء على المشكلة الصعبة في الوقت الحاضر، وعندما يأتي اليوم تصمد وتبقى القلوب وتهاجم. العدو يظهر أينما ظهر

وعليه سنحاول في هذا الفصل التطرق إلى مفهوم الإذاعة وأهميتها ونشأتها وتطورها، ونشأة الإذاعة في الجزائر وأدوارها ومهامها، وأخيرا تكوين الرأي العام حول الإذاعة.

المبحث الأول: مدخل مفاهيمي عن الإذاعة

1- مفهوم الإذاعة وأهميتها:

1-1 مفهوم الإذاعة:

لغة: الإذاعة إسم مشتق من الفعل أذاع يذيع إذاعا، وتعني "الإشاعة" بمعنى النشر العام وذيوع ما يقال، حتى أن العرب قديما يصفون الرجل الذي لا يكتم السر بأنه رجل "مذيع" فيقال فلان للأسرار مذيع ولأسباب مذيع.

اصطلاحا: يعرفها عبد العزيز شرف: "عبارة عن تنظيم مهيكّل في شكل وظائف وأدوار تقوم على بث مجموعة من البرامج ذات الطابع الترفيهي والتثقيفي والإعلامي وذلك لاستقبالها في آن واحد من طرف جمهور متناثر يتكون من أفراد وجماعات، بأجهزة مناسبة"¹.

وهذا يعني أن الإذاعة عبارة عن مؤسسة أو منظمة تقوم بعدة وظائف حيث تبث مجموعة من البرامج الإعلامية والتثقيفية والترفيهية، هذه الأخيرة تنقل عن طريق أجهزة للجمهور في آن واحد.

كما يعرفها محمد منير حجاب بأنها: "أوسع وسائل الاتصال انتشارا وأكثرها شعبية وجمهورها عام بجميع مستوياته، وتتعدى الحواجز الأمنية والعقبات الجغرافية والقيود السياسية التي تمنع بعض الوسائل الأخرى من الوصول إلى مجتمعاتها كما أنها لا تحتاج إلى تفرغ تام"².

¹ محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2004، ص 40.

² المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

كما عرفها فضيل دليو، أستاذ علم الاجتماع بجامعة قسنطينة: "أنها كل ما يبث عن طريق الأثير باستخدام موجات كهرومغناطيسية بإمكانها اختراق الحواجز الجغرافية والسياسية وربط مستمعيها برباط مباشر وسريع، ومن ثمة فقد شاركت مع التلفزيون خاصة ووسائل الاتصال الأخرى في تقريب الثقافات وتكوين رأي عام".

ويرى محمد منير حجاب بأن الإذاعة وبالرغم من التطورات التكنولوجية المذهلة الحاصلة في هذا المجال ما زالت تعد من أوسع وسائل الاتصال انتشارا وأكثرها شعبية وجمهور عام، كما أنها لا تحتاج إلى تفرغ تام.

يعرفها عبد الحافظ سلامة: "بأنها الانتشار المنظم المقصود بواسطة المذيع لمواد إخبارية، يؤكد على أن المادة تكون من نفس مجتمع الإذاعة بمختلف النظم الاجتماعية والثقافية والدينية والنشرات الإخبارية الخاصة بذلك المجتمع بحيث يكون هناك تأثير وتأثر بين أفراد المجتمع والبرامج المذاعة والتي تبث في آن واحد وتلتقط من طرف المستمعين"¹.

التعريف الإجرائي للإذاعة:

نستطيع من خلال ما سبق ذكره من تعاريف وما استنتجناه من أفكار، أن نضع التعريف الإجرائي التالي:

الإذاعة هي وسيلة من وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية وأكثرها في العالم، تقوم ببث برامج متنوعة (الإخبارية، الثقافية، الاجتماعية، السياسية... إلخ)، عبر الأثير مباشرة، باستخدام موجات كهرومغناطيسية إلى جمهور داخل الوطن مع اختلاف مستوياته الثقافية والمعرفية، أي أنها يفهمها عامة الناس.

¹ طه عبد العاطي نجم، الاتصال الجماهير في المجتمع العربي الحديث، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2009 ص

2-1 أهمية الإذاعة:

1. تلعب الإذاعة دور كبير في إكساب جمهور الطفل العديد من التقاليد والقيم المرغوبة على أن يتم تقديم السلوكيات التي من الممكن أن يتجاوب معها جمهور الطفل.
2. تلعب الإذاعة دور مهم في تحقيق ما يسمى بالسبق الصحفي، وذلك من خلال توفير عنصر الحالية في عملية تقديم المعلومات الإخبارية وإرسالها على مدار الأربع وعشرين ساعة؛ وذلك من أجل الوصول إلى قاعدة إخبارية كبيرة في أسرع وقت ممكن.
3. تلعب الإذاعة دور مهم في الوصول إلى المصادر الإخبارية الأساسية سواء كان ذلك في الدول النامية أو المتقدمة على أن ترتبط ارتباط وثيق بالأحداث الإخبارية التي تحظى بأهمية كبيرة.
4. تلعب الإذاعة دور في تحقيق فائدة كبيرة حيال الإعلانات الإذاعية، وذلك على اعتبار أنها بمثابة وسيلة إعلانية يتم من خلالها جذب قطاعات جماهيرية عريضة.
5. تلعب الإذاعة دور كبير في التأثير على الجمهور المستمع، وذلك من خلال إنشاء علاقة من الصداقة وألفة ما بينهم على أن يتم إشعار الجمهور المستمع بأن المحطات الإذاعية تقوم بمخاطبته من خلال القوالب الفنية الإبداعية المختلفة واعتبارها وسيلة اتصال تركز على مخاطبة مئات من الجماهير.
6. تكمن أهمية الإذاعة في قدرتها على الوصول إلى المناطق الجغرافية النائية والتي لا يوجد فيها خدمات إعلامية، حيث ويتم من خلالها جمع الموضوعات الإخبارية وتناولها وتقديمها عبر الفنون الإذاعية، وذلك من خلال التأكيد على القوة الإيجابية للتنمية المستدامة وتطويرها.
7. تلعب الإذاعة دور في إنهاء مفهوم العزلة التي رافقت ملايين الأفراد عبر الأحقاب الزمنية المختلفة، حيث أصبحت بمثابة وسيلة يتم من خلالها القضاء على الحرب النفسية

وإنشاء علاقات دولية؛ من أجل مناقشة بعض المشكلات، والأزمات السياسية، والنفسية، ومعالجتها.

8. تلعب الإذاعة دور في تقليل التكاليف المترتبة على عملية إعداد البرامج الإذاعية الصغيرة؛ وذلك من أجل التأكيد على الثقافة والحضارة البرمجية وخاصة التي تقدمها الدول الصناعية والدول الكبرى.

9. تعتبر الإذاعة بمثابة رمز للدولة وسيادتها داخل المؤسسات الإعلامية المختلفة، كما تعتبر كوسيلة أو أداة يتم من خلالها صنع السلام باعتبارها غاية تحقق الأهداف المجتمعية والتفاهم ما بين أطراف العملية الاتصالية.

10. تسعى وسيلة الإذاعة إلى تقديم تغطية إخبارية متميزة ومعالجة إذاعية منتظمة لكافة الأحداث والمحتويات الدولية، القومية، المحلية والوطنية.

11. تقوم وسيلة الإذاعة في تقديم الصورة الواقعية للحياة الاجتماعية، السياسية، الاقتصادية، الثقافية على الصعيد العالمي، المحلي والدولي¹.

المبحث الثاني: نشأة وتطور الإذاعة:

1-2 نشأة وتطور الإذاعة في العالم:

ظهرت الإذاعة مع بداية القرن التاسع عشر ولم يكن ظهورها وليد صدفة أو نابع من فراغ، بل جاء نتيجة للعديد من الدراسات التي قام بها رواد أوائل في مجالات متعددة²، وجاءت بعد أن تطورت أيضا علوم متعددة منها علم الفيزياء والرياضيات والفلك وغيرها³.

وحتى استطاع مخترع إيطالي اسمه (جوجليميو ماركوني Guglielmo Marconi) اكتشاف الإذاعة الصوتية بعد أن تمكن من ابتكار جديد وهو إرسال إشارات كهرومغناطيسية

¹<http://www.e3arabi.com>, le 12/07/2023, à 13h15.

²ماجى الحلوانى حسين، مقدمة في الفنون الإذاعية والسمعية البصرية، مركز جامعة القاهرة، 1999، ص 11.

³ عبد الله محمد عبد الرحمان، سوسيولوجيا الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، 2002، ص 33.

من خلال الهواء وسجل ابتكاره سنة 1896، ولم يكن إنجاز هذا وليد عمل منفرد منه، ولكن شروط النهضة هي التي صنعتها فالحضارة هي التي تصنع منتجاتها¹.

فكان إنجاز هذا ثمرة لأبحاثه و أبحاث العديد من العلماء قبله في نطاق تطور حضاري اجتماعي بدأت ظواهره مع عصر التنوير في مجالات مختلفة منها الكهرباء و الكهرومغناطيسية و اللاسلكي، حيث كانت تلك التجارب و الاكتشافات أساسا لنجاح ماركوني في مجال الإذاعة الصوتية و من بين أهم هؤلاء العلماء العالم الإنجليزي (وليرسترو جون) الذي كانت له البداية باكتشاف الموجات اللاسلكية، أي الموجات الكهرومغناطيسية، سنة 1837²، و العالم البريطاني (هنري جاكسون) الذي نبع في مجال اللاسلكي، و الروسي (ألكسندر بوبوف)، و (إيدسيون و فليمنج و دي فورست) اللذين كان لهم الفضل لقيامهم بتجارب ساعدت على إنتاج أطول الموجات اللازمة للإرسال من خلال الموجة القصيرة إلى عدد من العلماء منهم (ماكسويل clerk maxwell james) الذي توصل عام 1865 إلى إثبات وجود الكهرومغناطيسية و أن هذه الموجات يمكن أن تنتقل

من خلال الهواء بسرعة الضوء³، ووضع نظرية المجال الكهرومغناطيسي على أسس رياضية، فاستطاع تفسير ظواهر الأمواج الكهرومغناطيسية بطريقة أوضح، واستنتج أن الأمواج الكهربائية والمغناطيسية والصوتية أنواع مختلفة من الأمواج الكهرومغناطيسية تتحرك على هيئة أمواج مستعرضة.

وواصل العالم الألماني (هنريك هرتز heinrich hertz) اعتمادا على أبحاث ماكسويل بحوثه عن الراديو وأجري تجارب على الموجة القصيرة وأثبتت صحة نظرية ماكسويل

¹ مالك بن نبي، القضايا الكبرى، الطبعة الأولى، دار الفكر، دمشق، 1991، ص 45.

² (2) - حسن عماد مكاي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، الطبعة الأولى، دار الكتب المصرية اللبنانية القاهرة، 1993، ص 24.

³ ماجي الحلواني حسين، مرجع سبق ذكره، ص 15.

واستطاع قياس طول الموجات الكهرومغناطيسية وسرعتها حيث اكتشف أن سرعتها تساوي سرعة الضوء وكان له فضل اكتشاف الموجة القصيرة سنة 1888 أمكنته إنتاج الأمواج الكهرومغناطيسية المسماة بأمواج هرتز، أمواج الراديو، وبدراسته لهذه الموجات أثبت أنها موجات عريضة تنتقل بسرعة الضوء، و هي ذات موجات طويلة، و لها خواص الانعكاس و الانكسار و الاستقطاب.

وتتج بناء على اختراع ماركوني أشكال مختلفة وعديدة للاتصال ساهم هو فيها حيث استطاع أن يرسل تقارير صحفية سريعة برموز مورس من خلال التلغراف وتمكن من إرسال أول إشارة لاسلكية عبر المحيط الأطلسي من خلال جهاز اللاسلكي في سنة 1901، وكان أول استخدام للراديو هو للاتصال بين السفن والموانئ¹.

وقام العالم (سيرجون فليمنج) بإجراء تجارب على استخدام اللاسلكي لنقل الصوت البشري حيث ابتكر الصمام الثنائي سنة 1904،² والذي يمكنه أن يكشف عن الإشارات اللاسلكية ويقوم بتوحيد ذبذبات الراديو ذات التيار الضعيف جدا، وعلى ذلك لا تحتاج من المهبط إلا لتيار صغير ومن ثم يكون الضغط غير مرتفع جدا ويستخدم كذلك لتوحيد التيار العمومي³.

كما استطاع العالم الأمريكي (لي دي فورست leedeforest) من اختراع الصمام الثلاثي الذي ساعد على تقوية الإشارات اللاسلكية و يستطيع تضخيم إشارات الراديو و أصبح العنصر الأساسي في مستقبل المذياع، و تمكن العالم (ريجيناالد فسندن) من إرسال الكلام عن طريق اللاسلكي من المحطة التي أقامها في ولاية ماساستوسيتس الأمريكية شرق الولايات المتحدة الأمريكية و عاصمتها بوسطن، ففي عام 1906، تحدث "ريجيناالد" بواسطة موجات الراديو من برانت روك في ماساستوسيتس إلى سفن مبحرة في المحيط الأطلسي،

¹ جمال العيفة، مؤسسات الإعلام والاتصال، الوظائف الهياكل الأدوار، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010، ص 108.

² ماجي الحلواني حسين، مرجع سبق ذكره، ص 17.

³ رشيد الحديدي، فن الراديو، الطبعة الثانية، مطبعة الدجوى، القاهرة، 1971، ص 223.

كما ذهب (ديفورست) إلى فرنسا و أقام محطة إذاعية في برج إيفل و قام فورست ليفل برنامج من مسرح غنائي في مدينة نيويورك في الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1910.

و لم تصبح الإذاعة الصوتية حقيقة واقعة إلا في سنة 1920،¹ حيث أنشأت شركة وستنكهوس محطة إذاعية في الولايات المتحدة الأمريكية و قد استطاعت تلك المحطة أن تتقل نتيجة انتخاب رئيس الولايات المتحدة "وارين تشاردينغ" في نفس الليلة، و قد كان لذلك الحدث ضجة قوية في الصحافة الأمريكية لأنه سجل أول نصر للإذاعة على الصحافة في نقل الأخبار،² و ظهرت أول محطة إذاعية في موسكو و أول برامج يومية مذاعة من محطة (ديترويت نيوز) في الولايات المتحدة الأمريكية،³ و تبعتها يومية مذاعة من محطة بريطانيا و فرنسا و ألمانيا، وازداد عدد محطات الإرسال وازدهرت أجهزة الراديو و انتشرت بسرعة كبيرة، خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية و بعد ظهور أهمية الإذاعة بدأت الدول الأوروبية تنشئ المحطات الإذاعية المنتظمة ففي فرنسا أنشأت محطة برج إيفل عام 1925، ثم عدة دول في أوروبا و أمريكا الجنوبية.⁴

و بدأت صناعة الإرسال الإذاعي في عام 1920 و لم يكد يأتي عام 1922 حتى كان هناك أكثر من 600 محطة تبث إرسالها على الهواء في الولايات المتحدة و بعد سنتين ازداد هذا العدد إلى 1400 محطة، و كانت غالبية هذه المحطات تقوم على أساس الدعاية التجارية إلى جانب عملها الأصلي⁵، وفاق عدد أجهزة الاستقبال ثلاثة ملايين جهازا ليصل

¹ ماجي الحلواني حسين، مرجع سبق ذكره، ص 17.

² د أنطوان الناشف، البث التلفزيوني والإذاعي والبث الفضائي، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت 2003، ص 13.

³ فضيل ديلو، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998، ص 136.

⁴ أنطوان الناشف، مرجع سبق ذكره، ص 13.

⁵ عاصف حميدي، العمل الإذاعي والتلفزيوني، مفاتيح النجاح وأسرار الإبداع، الطبعة الأولى، أبو ظبي، 2004 ص 15.

عام 1929 عشرة ملايين جهاز استقبال¹، و في عام 1947 اخترع العلماء و المهندسون والعاملون في مختبرات بل للهاتف الترانزستور الذي حل محل الصمام والترانزستور يتميز على الصمام بميزات عديدة مما جعله يحل محله في التجهيزات الإلكترونية على نطاق واسع، فقد كان جهاز الراديو في البداية كبير الحجم و بسيطاً و يفتقر إلى دقة الاستقبال، ولكنه تطور بشكل كبير و قد أحدث ظهور الترانزستور تطور كبير على جهاز الراديو، فنقلص حجمه ليصبح صغيراً و صار قادراً على الاستقبال بوضوح و رخيصاً، و يعد ظهور الترانزستور ثورة مهمة في مجال الراديو و الإذاعة.

و جاء بعد ذلك إنتاج أجهزة الراديو بأقل التكلفة لتكون في متناول الجميع²، و أدخلت تحسينات كثيرة على الإذاعات فإلى جانب تقدم البرامج الإذاعية كانت الموسيقى و الأنباء أول البرامج الهامة التي تابعها المستمعون³، و بإنشاء الإذاعات و توفر أجهزة الراديو أصبح العديد من دول العالم على اتصال دائم، و انعدمت الحواجز الجغرافية و السياسية في بث المعلومات و مخاطبة شريحة واسعة من الناس حتى الذين لا يجيدون القراءة و الكتابة، و تعتبر أول خطوة نحو ما يسمى بعصر الاتصال الإلكتروني الذي تميز بالسرعة الفورية و الانتشار الواسع حيث استخدام الراديو أصبح العديد من دول العالم على اتصال دائم و انعدمت الحواجز الجغرافية و السياسية في بث المعلومات و مخاطبة شريحة واسعة من الناس حتى الذين لا يجيدون القراءة و الكتابة.

وتعتبر الإذاعة أول خطوة نحو ما يسمى بعصر الاتصال الإلكتروني الذي تميز بالسرعة والفورية والانتشار الواسع، حيث استخدم الراديو كوسيلة إعلامية جماهيرية حيث ألغت المسافات وجعلت العالم كله قرية صغيرة على حد تعبير ماكلوهان في كتابه (الوسيلة هي الرسالة) الصادر عام 1967، وأصبح من الصعب أن تجدد دولة في العالم تخلو من

¹فضيل دليو، مرجع سبق ذكره ص 136.

² عبد الله محمد عبد الرحمان، مرجع سبق ذكره، ص 34.

³ أنطوان الناشف، مرجع سبق ذكره، ص 13.

الإذاعة وانتشرت المحطات الإذاعية المحلية والوطنية والإقليمية والعالمية وأصبحت تشكل جزءا حيويا في مجال الاتصال الجماهيري الحديث¹.

2-2 نشأة الإذاعة في الوطن العربي:

يعود تاريخ الإذاعة في الوطن العربي إلى سنة 1925 حيث جلب المحتل الإذاعة إلى البلاد العربية لخدمة أغراضه و الاستفادة منها، و تعتبر الجزائر و مصر أولى الأقطار العربية التي عرفت الإذاعة في منتصف العشرينات عن طريق المبادرات الفردية، أما الإذاعة العربية فلم تكن إلى بعد ذلك و اقتصر معظمها على موجة أو موجتين و شهد البث الإذاعي العربي في السنوات الأخيرة تطورا كبيرا عبر تعدد الإذاعات العربية و عدم الاقتصار على الإذاعة المركزية في العواصم بل صارت الدول العربية تعرف انتشارا متزايدا للإذاعات الجهوية، و المحلية و الإذاعات المتخصصة و باللغات الأجنبية، و تخضع الإذاعة في الوطن العربي لإشراف الحكومات تشغيلا و إدارة، و تتنوع البرامج ما بين الأخبار و القرآن الكريم، و البرامج الترفيهية و الثقافية و التعليمية و الرياضية و القضايا السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية².

ومرت الإذاعة في الوطن العربي بثلاث مراحل أساسية هي:

- 1- **مرحلة الاستعمار:** فقد دخلت الإذاعة معظم دول المنطقة العربية عن طريق قوات الاحتلال الفرنسي والإيطالي، كما في حالات لبنان وليبيا والجزائر، وتنقسم الإذاعة في فترة الاحتلال الأجنبي للبلدان العربية إلى مرحلتين:
 - أ- **إذاعة المستعمر:** وكان يستعملها المحتل لتكريس الفكر الاستعماري وخدمة الأقلية الأوروبية المتواجدة وترفيهاها وكانت اللغة المستعملة عادة هي لغة المحتل، ولا تستعمل اللغة العربية إلا لحاجة المحتل في إيصال رسالته للسكان.

¹ عبد الله محمد عبد الرحمان، مرجع سبق ذكره، ص 34.

² نفس المرجع، نفس الصفحة.

ب- إذاعة العرب: وكانت تستعمل للمطالبة بالحقوق وتثقيف الشعب وتوعيته وحثه على المقاومة والجهاد.

2- فترة ما بعد الاستقلال: وكانت الإذاعة في أغلب الدول العربية ملكا للدولة تستعملها كوسيلة للتنمية وفرض النظام وعملت الأنظمة العربية على استغلال الإذاعة في مجال الدعاية لسياسة الدول والتنمية، وكانت الإذاعة مركزية في أغلب الدول العربية.

3- فترة العولمة: فالتحولات الناتجة عن العولمة الاتصالية و التي فرضت على جميع الدول إما التكيف مع ما يفرضه مجتمع المعلومات من واقع جديد زالت فيه الحدود التي كانت قائمة و إما الاستسلام للتبعية لدول تستعمل كل إمكانياتها للوصول إلى كل فرد و إشباعه بما تسعى إليه، خاصة عن طريق وسائل الإعلام مما يجعل كل دولة مستسلمة تفقد السيطرة على مجتمعها كليا أو جزئيا حسب ظروف المجتمع و ما يملكه من مقومات و عقائد ومن هنا سعت الدول العربية إلى محاولة التغطية الإعلامية عن طريق الإذاعات الموجهة و الإذاعات المحلية التي تخاطب الجمهور المحلي انطلاقا من خصوصيته و ظروفه و قضاياها المحلية و اهتمت الدول العربية بالإذاعة المحلية لأن هذه الإذاعات تستطيع أن تلبي الحاجات التي لا تستطيع الإذاعة المركزية أو التلفزيون أو الفضائيات تلبيتها بالنسبة للمجتمع المحلي و منها مناقشة المشكلات المحلية و محاولة حلها¹.

2-3 العوامل التي ساعدت على تطور الإذاعة في العالم العربي:

- 1- الاستفادة من التحولات الإلكترونية في مجال الإعلام.
- 2- تطور السوق الإعلانية ومستوى الإنفاق الإعلاني في العالم العربي.
- 3- تميز الإذاعة بطرح القضايا الاجتماعية التي تستقطب اهتمامات أفراد المجتمع.
- 4- ظهور قنوات FM التي سهلت من إمكانية بث القنوات المحلية عن طريقها.

¹ جمال العيفة، مرجع سبق ذكره، ص 111.

- 5- تراجع الحكومة في بعض الدول العربية عن السيطرة الكاملة على المجال الإذاعي وفسح المجال أمام الإذاعات الخاصة للقيام بتنشيط هذه الوسائل التكنولوجية التي استعملتها حكرا على المؤسسة الإذاعية الحكومية.
- 6- تراجع تكلفة البث على الموجة FM.
- 7- تطور السوق الإعلانية مع العولمة.
- 8- ظهور ثقافة سياسية جديدة قائمة على الكثافة الإعلامية أو الانفتاح على العولمة الثقافية.
- 9- الاهتمام بمجال الاستثمار الاقتصادي في الإعلام.

المبحث الثالث: ظهور الإذاعة في الجزائر

الإذاعة الجزائرية: إن تاريخ الإذاعة الجزائرية يبدأ من سنة 1956 حيث مرت الإذاعة الجزائرية بأربع مراحل تاريخية في نشأتها وتطورها وهي:

3-1 المرحلة الأولى: انطلقت مع تأسيس صوت الجزائر الذي كان في 16 ديسمبر 1956 حيث تم إطلاق الإذاعة الوطنية السرية في حضان ثورة التحرير، وكانت البداية بجهاز إرسال متنقل من خلال شاحنة عبر المنطقة الجبلية الحدودية (الناظور) بين الجزائر والمغرب ولعبت الإذاعة في هذه المرحلة دورا هاما إبان الثورة التحريرية من خلال ما قامت به من إعلام والدعوة إلى الكفاح المسلح وتدويل القضية الجزائرية على الصعيد الخارجي¹.

3-2 المرحلة الثانية: مرحلة استرجاع السيادة في 28 أكتوبر 1962 حيث احتلت القوات الجزائرية مباني الإذاعة و التلفزيون، و أمام هذا الإجراء قدم العمال الفرنسيين استقالتهم²، و استطاع ثلة من الصحفيين و التقنيين ممن كانوا يشتغلون بالإذاعة و التلفزيون إبان الحقبة الاستعمارية معتمدين على أسلوب التسيير الذاتي تلقائيا، و ذلك بعد مغادرة

¹ نفس المرجع، ص 110.

² تور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، الطبعة الثانية، دار الخلدونية، 2009، ص 103

آلاف من المستوطنين الفرنسيين تاركين مزارعه ومصانعهم و متاجرهم بهدف إحداث فراغ كبير يمكن أن يهز البناء الاقتصادي والاجتماعي للبلاد¹، و استطاع هؤلاء الرجال أن يرفعوا العلم الجزائري فوق هذا المبنى، متحدين بذلك مراهنه الإدارة الاستعمارية في فشل الجزائريين في إدارة وتسيير الإذاعة و التلفزيون و انسحب الإداريون الفرنسيون و التقنيون بعدما قاموا بحرق الأرشيف و إتلاف التجهيزات حتى يتوقف الإرسال من الإذاعة الجزائرية وفي أنفسهم حاجة لتوريط الجزائريين، على خلفية الاعتقاد بجهلهم لأدبيات الصحافة و التسيير، لكن الجزائريين استطاعوا أن يصنعوا الحدث، و تمكنوا من تسيير الإذاعة و التلفزيون رغم أن التسيير الذاتي لم يكن فكرة لأحد ما و لم يكن نتيجة لعمل مخطط، بل جاء كأبداع شعبي من وحي الضرورة في المرحلة الانتقالية من استقلال الجزائر، بعد أن ترك المستوطنون الفرنسيون كل شيء في الجزائر فجأة فتقدم الشعب تلقائيا في كل المواقع ليدبر المزارع و المصانع و الهياكل العامة كما قال الرئيس بن بلة،⁽²⁾ و في 01 أوت 1963 أسست الإذاعة الجزائرية والتلفزيون RTA و كانت الإذاعة آنذاك هي الوسيلة الوحيدة التي بإمكانها أن تنقل رسالتها إلى جميع أنحاء البلاد خاصة المناطق النائية لانتشار الأمية بينهم،⁽³⁾ وبذلت الحكومة الجزائرية سنة 1966 جهودا كبيرة قصد تطوير الإذاعة والتلفزيون فخصصت ميزانية وزعت على وسائل الإعلام و فاقت نسبة الراديو منها 50%.

وبمرور السنوات زادت النسبة إذ بلغت سنة 1974 مل يزيد عن 70%،⁽⁴⁾ وأنشأت داران جامعتان للراديو والتلفزيون بقسنطينة ووهران، وأنشأت محطة أخرى للاتصال بالخارج بواسطة الأقمار الصناعية،⁽⁵⁾ وبذلت الجزائر جهود لتوفير أجهزة الراديو وجعلها في

¹- عبد العالي دبله، مرجع سبق ذكره، ص 29.

²- نفس المرجع، ص 29.

³- عاطف العبد عدلي، ماجد الحلواني، مرجع سبق ذكره، ص 203.

⁴- نفس المرجع، ص 148.

⁵- نور الدين تواتي، مرجع سبق ذكره، ص 148.

متناول جميع الناس حتى بلغ عددها 1300000 جهاز في سنة 1968،⁽¹⁾ وبلغ عددها في سنة 1984 خمسة ملايين جهاز راديو مما يعني أن الجزائر كانت تعتبر من الدول المتطورة في هذا الميدان.⁽²⁾

3-3 المرحلة الثالثة: كانت الإذاعة قبل 1986 مجرد جناح تابع للتلفزيون فيما كان يعرف بمؤسسة الإذاعة والتلفزيون الجزائرية (RTA) فلم يكن لها امتداد كبير ولم يكن لها من الصلاحيات الشيء الكثير كي تقوم به إذاعة منتشرة، وخضعت كغيرها من المؤسسات للتسيير الاشتراكي متبعة في ذلك سياسة لا مركزية البرامج، و في تاريخ 01 جويلية 1986 و بمقتضى المرسوم رقم 150/86 تم وضع اللبنة الأولى للمؤسسة الوطنية للإذاعة الصوتية (E.N.R.S).⁽³⁾

وبدأت المؤسسة الوطنية للإذاعة في مهامها انطلاقا من ثلاث قنوات وطنية وقسم دولي وقد جاءت هذه الخطوة للإذاعة نتيجة لما شرعت فيه السلطات العمومية من برنامج لاستقلالية المؤسسات العمومية الذي تم بموجبه إعادة هيكلة هيئة الإذاعة والتلفزيون الجزائرية إلى أربع مؤسسات مستقلة وهي:

أ- المؤسسة الوطنية للإذاعة المسموعة (ENRS) وهي مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري خاضعة لوصاية وزارة الاتصال وتعرف اصطلاحا بالإذاعة الجزائرية وهي تتمتع بالشخصية المعنوية من القانون العام والاستقلال المالي واستقلالية التسيير وهي تمارس مهامها في إطار الخدمة العمومية كونها إذاعة مسموعة وفقا لمقتضيات دفتر

¹- نفس المرجع، ص 149.

²- زهير إحدادن، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، نفس المرجع السابق، ص 109.

³- نور الدين تواتي، مرجع سبق ذكره، ص 148.

الشروط العام ومع إنشائها حولت لها جزء من الهياكل والوسائل والأموال والأعمال والمستخدمين الذين كانت تحوزهم أو تسيروهم الإذاعة والتلفزة الجزائرية.⁽¹⁾

أ- المؤسسة الوطنية للتلفزيون (ENTV).

ب- المؤسسة الوطنية للبث الإذاعي (TDA).

ت- المؤسسة الوطنية للإنتاج السمعي البصري (ENPA).

3-4 المرحلة الرابعة: و هي مرحلة المؤسسة العمومية للبث الإذاعي المسموع الذي جاءت طبقا للمرسوم التنفيذي 108/91 الصادر في 20 أفريل 1991 و الذي تحولت بموجبه تسمية الإذاعة من (المؤسسة الوطنية للبث الإذاعي المسموع) إلى (المؤسسة العمومية للبث الإذاعي المسموع)، و بموجب ذلك تحولت إلى مؤسسة ذات طابع تجاري،⁽²⁾ تتمتع بالشخصية المعنوية و استقلالية التسيير كما تخضع لوصاية يعينها رئيس الحكومة، فأعطى للإذاعة الطابع العمومي، و منذ ذلك التاريخ تعرف المؤسسة الإذاعة الجزائرية تطور في إنشاء الإذاعات المحلية، حيث صار لها 52 إذاعة، منها 3 قنوات وطنية، و قناة دولية، قانتان للقرآن الكريم و الثقافية و 45 إذاعة محلية، بدأت في عام 1991 بإذاعة الساورة من بشار هذا فضلا عن حجم البث فهناك بعض الإذاعات المحلية التي تبث على مدار 24 ساعة الذي يعكس مستوى التطور الذي وصلته الإذاعة الجزائرية، و كل هذا حصل خلال 20 عاما و وصل عدد عمال الإذاعة في 31 ماي 2007 إلى 2669 عامل، و بلغ حجم البث الساعي السنوي 242360 ساعة.⁽³⁾

¹- نفس المرجع، ص 148.

²- نور الدين تواتي، مرجع سبق ذكره، ص 135.

³- نفس المرجع، ص 149.

المبحث الرابع: أدوار ومهام الإذاعة

1-4 دور الإذاعة:

يمكننا جمع أهم الوظائف التي تؤديها الإذاعة في النقاط التالية:

• دور السياسي:

توظف الإذاعة من طرف النخبة الحاكمة في عملية التنشئة السياسية للمجتمعات بهدف غرس قيم سياسية معينة تروج لها تلك النخب، كما تهدف إلى تعميق الولاء للنظام الحاكم القائم والشخصيات الوطنية والكيان السياسي إلى جانب ترسيخ التماسك السياسي، فهي الوسيط بين الحكومة والشعب وتبلغ صوت الدولة وتنتشر أفكارها ومشاريعها وأيديولوجياتها إلى الأفراد. (1)

• دور الاقتصادي:

تقدم الإذاعة بين برامجها الإعلانات وفقرات إخبارية من أجل الترويج لسلعة أو خدمة ما ويساهم ذلك بطبيعة الحال في رفع مدخلاتها وتلعب دور الرقيب لمختلف المشاريع الاقتصادية خاصة في المناطق النائية أين تقدم لسكانها جملة من الإرشادات والنصائح التي يستعينون بها من أجل تحسين وضعيتهم فهي مسؤولة عن التنمية وإنعاش القطاعات الحيوية.

• دور التربوي والثقافي:

وظيفة ليست أقل شأنًا عن سابقتها حيث تساعد وتشجع وتبسط الإذاعة التعليم واكتساب المعارف والمهارات والحصول على المعلومات وخبرات جديدة تساعد على اتخاذ القرارات والارتقاء بالسلوك الفردي والاجتماعي وتساعد على التنقيف وتلبية حاجات الفرد

¹ - محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، ص 233.

الفكرية والتقنية والارتقاء بمستوياتهم وتجمع بين التثقيف والترفيه في آن واحد فهي تسعى لتسليّة الجمهور .

فتوظيف الإذاعة في المجال الثقافي خلق واقعا جديدا يتميز بالحيوية والنشاط فهي تعمل على ملاحظة العالم الحديث ونقله في حدود ما يناسب الجماهير كمعلومات وأفكار، وبالشكل والأسلوب. (1)

• دور الاجتماعي:

تسعى الإذاعة إلى ترسيخ قيم المجتمع وعقيدته وحضارته وكذا بعث عاداته وتقاليده، كما تساهم في الارتقاء بالفكر والسلوك والوصول إلى الفكر السليم وتقويم السلوك الاجتماعي من خلال استغلال هذا التأثير بما يعود بالنفع على الفرد والأمة.

وتعمل الإذاعة على التعريف بالمشاكل الاجتماعية وتحاول إيجاد الحلول كما تكون الواسطة بين شكاوى المواطنين والمسؤولين.

2-4 مهام الإذاعة:

تتميز الإذاعة عن وسائل الاتصال الأخرى بالمهام التالية:

1- الفورية في إذاعة الأحداث و الأخبار التي تحدث فجأة مثل أخبار الكوارث و الاغتيالات و غرق السفن و تحطم الطائرات و انفجارات المصانع والفيضانات...إلخ، و متابعة تطورات هذه الحوادث لحظة بلحظة و لا توجد وسيلة اتصال جماهيرية أخرى تستطيع أن تنقل هذه الأحداث لحظة بلحظة و لا توجد وسيلة اتصال جماهيرية أخرى تستطيع أن تنقل هذه الأحداث و تتابع تفاصيلها بالسرعة و الفورية التي تقوم بها الإذاعة، فالتلفزيون يحتاج إلى وقت لكي يصور و يبث، و الصحف و المجلات تحتاج إلى وقت لكي

¹ - عدلي سيد محمد رضا، البناء الدراسي في الراديو والتلفزيون، دون طبعة، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، دون سنة، ص 146.

تصور و تحرر و تطبع و توزع، بعكس الراديو الذي يمكن لمراسله أن يبيث من موقع الحدث مباشرة.

2- وصولها إلى جميع السكان متخطية حاجز الأمية والحواجر الجغرافية وبذلك تستطيع الإذاعة الوصول إلى الأطفال وإلى الأقل تعليم والمتعلمين الذين يصعب الوصول إليهم بوسائل الإعلام الأخرى.

3- لا تحتاج إلى أي مجهود من جانب المستمعين فكثير من الناس ليس لديهم وقت للقراءة أو الاطلاع، والراديو هي الوسيلة السهلة التي تجعلهم على علم بما يحدث. (1)

4- الرسالة المذاعة أكثر فعالية من الرسالة الشفوية لأنه يمكن تقويتها بواسطة الموسيقى والتأثيرات الخاصة التي تجعل الانطباع الذي تتركه قويا.

5- الراديو أقدر على جعل الجماهير تحس بالمساهمة والتعرض الشخصي والواقعة التي تقترب من الاتصال الشخصي.

6- الراديو من الوسائل التي يعرض الإنسان نفسه عليها بلا اهتمام أو بلا تركيز وتعمل أساسا كمصدر يوفر له خلفية ترفيهية.

7- تتميز الإذاعة بانخفاض تكاليف الإرسال والاستقبال الإذاعي.

8- مصداقية الوسيلة (الصورة الذهنية للإذاعة لدى المستمع). (2)

9- القدرة على إثارة حاسة التخيل لدى المستمع.

¹ - محمد منير حجاب، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، دون طبعة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2008، ص 178 - 179.

² - يوسف مرزوق، الخدمة الإخبارية في الإذاعة الصوتية، دراسة حول القائم بالاتصال، دون طبعة، القاهرة 1986 ص 24.

- 10- قدرة الإذاعة على تحقيق قدر من وحدة التفكير والشعور والهدف والقيم في الأمة وهو لازم لقوة الدولة وتماسكها.
- 11- كما تتميز الإذاعة كذلك بكونها توصل الرسالة الإذاعية مباشرة من المذيع إلى المستمع ولا تحتاج إلى بذل أي جهود من المستمعين من أجل فهم مضمون الرسالة.
- 12- لا يحتاج الراديو إلى مجهود من جانب الجمهور أو إلى إنفاق مستمر كالسينما.
- 13- ينشط الراديو الخيال عند الجمهور المستمعين بصفة مستمرة على مفردات عنصر الصوت. (1)

المبحث الخامس: إذاعة تيزي-وزو ودورها في تكوين الرأي العام:

تعتبر الإذاعة مقارنة بوسائل الاتصال الجماهيرية أقدم وسيلة عرفها الإنسان في حياته اليومية وأكثر جوارية، فدراسة العلاقة بين الإعلام و المجتمع باعتبار الرأي العام ظاهرة اجتماعية وفق المقاربة الوظيفية التي تعتبر الإذاعة المحلية هي نسق فرعي من النسق الكلي الذي هو الإذاعة الوطنية، يجعل وجود هذه الإذاعة ستقوم بنفس الدور و الوظيفة التي ستقوم بها القنوات الوطنية الأخرى و هذه الوضعية تكفي أن تؤدي إلى اختلال وظيفي سواء من إجراء التضارب في البرامج بين هذه القنوات المحلية، أو من جراء تشتت المستمعين بين هذه القنوات، و إذ مأخذنا الموضوع من جهة نظر المقاربة النقدية و البنوية فإننا سنضطر لتبني الجهاز المفهوماتي لهذين المقاربتين و بالتالي ستعتبر الإذاعة على أنها أداة للهيمنة و السيطرة و الاستلاب بدليل أن هذه الوسيلة الاعلامية بيد نخبة أو شريحة اجتماعية مهيمنة تعمل على انتاج هيمنتها من خلال هذه الوسيلة.

من خلال اشكالية هذه الدراسة نريد الوقوف على طبيعة الوظيفة، والدور الذي تقوم به الاذاعة المحلية داخل محيطها المحلي، وعن مدى قدرته كوسيلة اعلامية في بلورة وتنمية الرأي العام المحلي .

¹ - منى سعيد الحديدي، الإعلام والمجتمع، دون طبعة، الدار المصرية اللبنانية، 2005/2002، ص 90.

تتميز الإذاعة المحلية بالحركية والنشاط والديناميكية بحيث ينتقل الصحفي بسرعة إلى مكان الحدث لتغطيته بالنظر إلى المجال الجغرافي المحدود .

-الإذاعة المحلية تتناول القضايا الاجتماعية المتعلقة بالمجتمع المحلي .

-السهر على تلبية مضامين شبكة البرامج واحتياجات المستمع فالأمر يتعلق بالمحتوى و

اللغة بحيث يجب أن تتلاءم شبكة البرامج مع ما يحتاجه المجتمع المحلي للغة المحلية.

-الإذاعة المحلية تهدف إلى التواصل بين المواطن والمسؤولين المحليين ونقل انشغالاتهم

خاصة المناطق النائية والقرى البعيدة.

الخلاصة:

وبما أن الإذاعة وسيلة اتصال جماهيري، فإن دورها الأساسي في تنمية المجتمع المحلي يكمن في كونها أداة للتواصل مع عامة الناس داخل المجتمعات، ويعود ذلك إلى مخاطبة المستمعين ضمن نطاق واسع، كما يتجلى هذا الأخير من خلال عبور الحواجز الجغرافية من خلال الانتشار السريع للأخبار في مختلف المجالات، مع مراعاة جميع جوانب وظروف الحياة الاجتماعية سواء من حيث الإعاقة البصرية لدى الشخص أو من خلال مخاطبة الأفراد الذين لا تسمح لهم ظروفهم بالارتقاء إلى مستويات أعلى وفهم ما يحتويه من مواضيع اجتماعية أو سياسية أو اقتصادية... الخ. وللإذاعة أيضاً تأثير فعال وقوي على جمهور واسع النطاق ومتعدد الأوجه. الأعراق واللهجات، ومن بينها استطاعت تحقيق الانتماء الاجتماعي من خلال البرامج المتنوعة التي تقدمها للفرد والأسرة والمجتمع في تنشيط الحياة الاجتماعية، بما في ذلك التعليمات والنصائح المهمة والمفيدة للحياة اليومية.

الإطار التطبيقي

الإطار التطبيقي

عرض وتحليل وتفريغ البيانات المتعلقة بالدراسة

الميدانية

1-التعريف بإذاعة ولاية تيزي وزو

2-البطاقة التقنية لإذاعة تيزي وزو

3-الهيكل التنظيمي لإذاعة ولاية تيزي وزو

4-القراءة الكمية والكيفية للجداول

5- نتائج الدراسة

1-التعريف بإذاعة ولاية تيزي وزو :

إذاعة محلية تابعة للإذاعة الوطني تأسست في 01نوفمبر 2011 ، وهي المحطة 47 الجهوية ، تباشر إرسالها من الساعة 7صباحا إلى غاية 20:00 مساء ، تبث رامجها باللغتين العربية والأمازيغية على التردد FM 97.2 ، FM 93 إنطلاقا من النشرة الإخبارية على الساعة 07:30 ، الساعة ونصف صباحا.

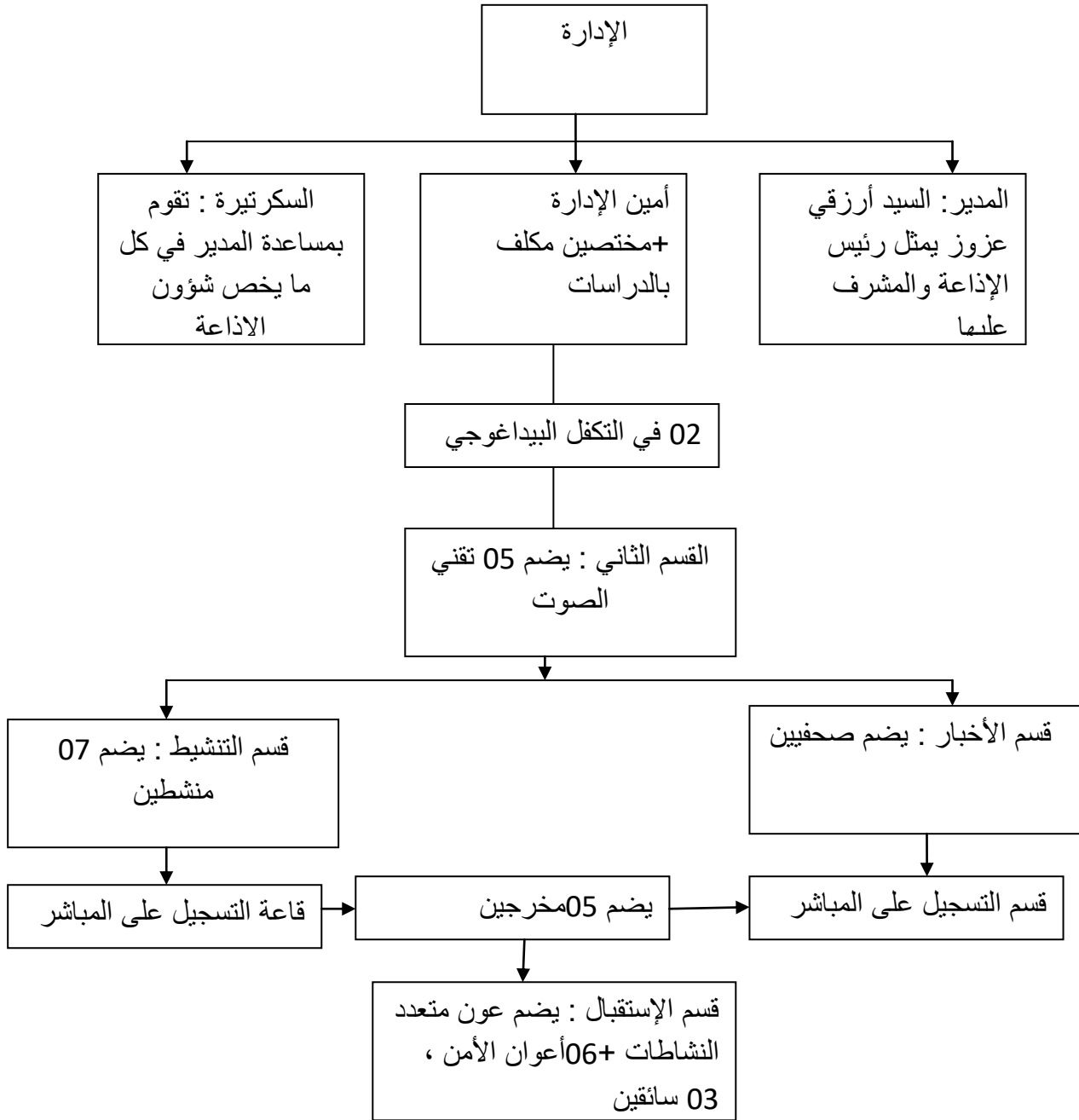
تتكون إذاعة ولاية تيزي وزو من مجموعة من الموظفين والمسيرين وعلى رأسهم المدير

أرزقي عزوز

2-البطاقة التقنية لإذاعة تيزي وزو

إذاعة تيزي وزو radio de tizi-ouzou	التسمية
تقع الإذاعة بشارع أحمد شافعي مدوحة بتيزي وزو	الموقع
الأمازيغية والعربية	اللغة المعتمدة
صوت الإذاعة الجزائرية من قلب جرجرة	الشعار
Radio de tizi-ouzou 15gmail.com	البريد الإلكتروني للإذاعة
book.com/page/radio /tizi-ouzouwww.ace	على موقع التواصل الإجتماعي
FM99.1/FM97.2/FM96.8/FM95.6/FM93.0/FM91.0	على الترددات
7/7 على مدار 24ساعة دون إنقطاع	حجم البث
أرزقي عزوز	المدير
1+37	عدد العمال
026-12-90-32	رقم الهاتف
39-90-22-026	الفاكس

3-الهيكل التنظيمي لإذاعة ولاية تيزي وزو:



المصدر: وثائق الإذاعة تيزي وزو، المطلع بتاريخ 2022/03/13

3- القراءة الكمية والكيفية للجدول:

أ- التحليل الكيفي والكمي للجدول البسيطة:

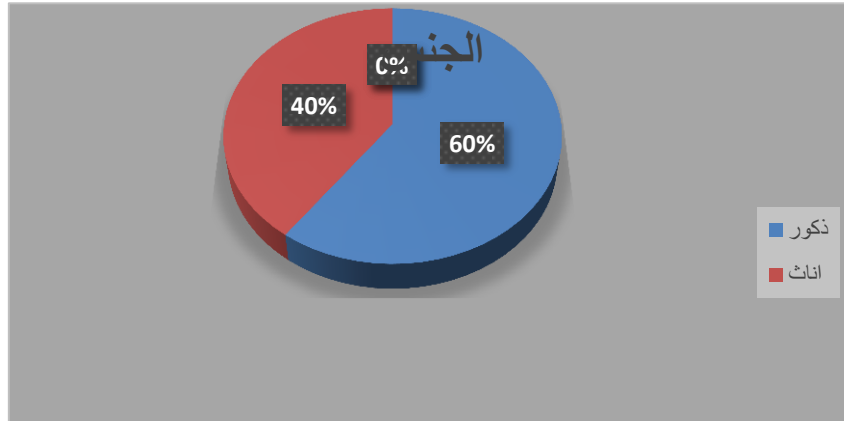
جدول رقم (01): يمثل توزيع العينة حسب متغير الجنس.

الإجابة	عدد التكرارات	النسبة المئوية
ذكور	60	60.0
إناث	40	40.0
المجموع	100	100.0

يتبين لنا من خلال الجدول اعلاه بان نسبة الذكور اعلى من نسبة الاناث، اذ تمثل 60% من حيث تتدنى النسبة المئوية لدى الاناث بنسبة تمثل 40%.

بناء على هذه المعطيات والبيانات الرقمية تظهر لنا بان الافراد المبحوثين من الذكور هم الغالبون على مستوى عينه دراستنا، كون الذكور الاكثر تعرضا واستماعا للإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو من خلال الاماكن المختلفة على مختلف وسائل النقل (السيارة، المقهى، سيارة الأجرة)، كون الذكور الاكثر تمتعا بالاستقلالية والحرية في التعرض لمختلف المضامين التي تتناسب وتتلائم مع قيم وعاداته، تقاليده، وأعراف المجتمع الذي يعيش فيه، أما النسبة المنخفضة لدى الاناث، فيمكن ان نبررها الى كون الاناث الأكثر مكوثا في البيت وشعورها بالملل والضجر مما يجعلها تتعرض للمضامين والبرامج التي تعمل على التخفيف من حده الضغوطات الاجتماعية السائدة في الواقع ومحاولة نسيانها من خلال التعرض والاستماع للبرامج التي تعني (الطبخ، الصحة، الموضة، والترويج عن النفس من خلال الاستماع الى الموسيقى والمسرحيات الفكاهية)

رسم توضيحي (01) يمثل توزيع العينة حسب الجنس:



جدول رقم (02): يمثل توزيع العينة حسب متغير السن.

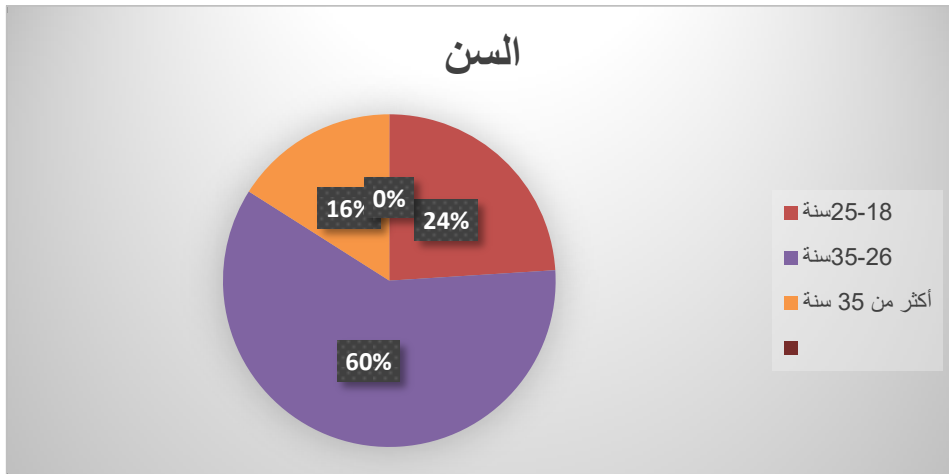
الاجابة	عدد التكرارات	النسبة المئوية
25-18	24	24.0
35-26	60	60.0
أكثر من 35	16	16.0
المجموع	100	100.0

يظهر لنا من خلال الجدول أعلاه، بأن أفراد عينة الدراسة من الفئة العمرية الثانية (من 26-35 سنة) بنسبه تمثل 60% وهي فئة تتسم بالنضج والادراك والتميز النفسي والعقلي الذي يسمح لها بالانتقاء واختيار البرامج والمضامين والمحتويات الإعلامية التي تتناسب مع ميولهم ورغباتهم النفسية والمعرفية مثل الاستماع الى المضامين السياسية، الاقتصادية والثقافية بينما نجد في المرتبة الثانية الافراد المبحوثين من الفئة العمرية الاولى (من 18 إلى 25) بالنسبة مثل 24%، وهذه الفئة تتسم بالنشاط والحيوية، الحركية والديناميكية والحماس والفضول في التعرف على كل ما هو جديد مع وجود نقص في النضج والادراك النفسي والسلوكي وهذا ما يدفعها الى الاجتماع للبرامج والمضامين المتمثلة بالرياضة

خصوصا ما تعلق بالكورة المستديرة والاستماع الى الموسيقى والاغاني وبرنامج الخاص بالمسابقات وتوزيع الجوائز في الاخير على الافراد الفائزين الذين يجيبون على مختلف الاسئلة بشكل صحيح وسليم وملائم، ويتذيل في أسفل الترتيب الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية الثالثة (أكثر من 35) بنسبه تمثل 16%، وهذه الفئة العمرية ذات مستوى عالي من النضج والادراك العقلي والنفس والسلوكي، الذي يسمح لها ويتيح حرية الاختيار في الاستماع للبرامج والمضامين والمحتويات الإعلامية المتمثلة في مختلف القضايا والمسائل المتعلقة بالسياسة، الاقتصاد، الحالة المعيشية المتعلقة بالمواطنين وكذا المضامين المتعلقة بالرياضة.

من هنا نستنتج في هذا الأخير، على أن الافراد المبحوثين من الفئة العمرية الثالثة (من 26 الى 35 سنه) هي الفئة الغالبة على مستوى عينة دراستنا الحالية حيث تتسم بالضح والادراك العقلي والنفسي الذي يتيح لهم الاختيار وانتقاء البرامج والمضامين الإعلامية التي تتناغم مع ميولاتهم وحاجاتهم المعرفية والنفسية.

رسم توضيحي رقم (02) يمثل توزيع العينة حسب متغير السن:



جدول رقم (03): يمثل توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي.

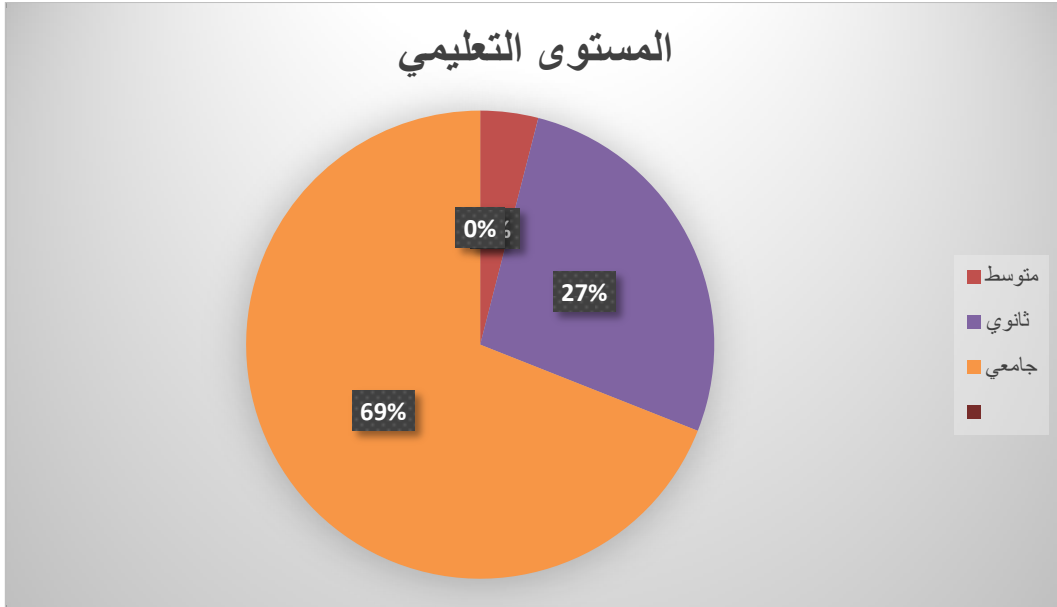
الاجابة	عدد التكرارات	النسبة المئوية
متوسط	4	4.0
ثانوي	27	27.0
جامعي	69	69.0
المجموع	100	100.0

يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي بنضج من خلال بيانات جدول أعلاه، بأن أغلبية الأفراد المبحوثين من ذوي مستويات تعليمية الجامعية بنسبه تمثل 69%، وهذه هي الفئة التي تتسم وتتميز بقدرات ومهارات ومؤهلات معرفية هائلة ومعتبره تسمح لهم بانتقاء واختيار المضامين والبرامج والرسائل الإعلامية ذات الطبيعة المعرفية والعلمية ، مما يساهم ذلك في زيادة رصيده وزادهم المعرفي والعلمي أكثر، في حين نجد في المرتبة الثانية الأفراد المبحوثين من ذوي المستويات التعليمية الثانوية بنسبه تمثل 27%، وتتميز بمؤهلات وقدرات علمية مقبولة نوعا ما، تسمح له بالتعرض للبرامج والاستماع للمضامين التي تتاسب ميولاتهم ورغباتهم المختلفة والمتعددة المتشعبة والمتنوعة، وفي آخر الترتيب، نجد الافراد المبحوثين من ذوي المستويات المتوسطة تمثل بنسبه 4%، حيث تتسم الفئة من الافراد المبحوثين من مستويات متوسطه وتعرض للمضامين والبرامج الإعلامية المختلفة من أجل تلقي واستقبال مختلف الرسائل الإعلامية التي تلبي احتياجاتهم ورغباتهم وتشبع ميولاتهم المعرفية والنفسية على وجه الخصوص المعرفية.

وفي الاخير نستخلص على ان الأفراد المبحوثين من ذوي المستويات الجامعيين هم الغالبون على مستوى دراستنا الحالية، حيث يتمتعون بمؤهلات ومستويات معرفية مهمة والتي تسمح

لهم باختيار وانتقاء المضامين والمحتويات الإعلامية ذات الطابع العلمي، الثقافي، والمعرفي ويسمح لهم بزيادة وتدعيم رصيدهم المعرفي وزادهم العلمي.

رسم توضيحي رقم (03) يمثل توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي



جدول رقم (04) يمثل توزيع العينة حسب الحالة الاجتماعية:

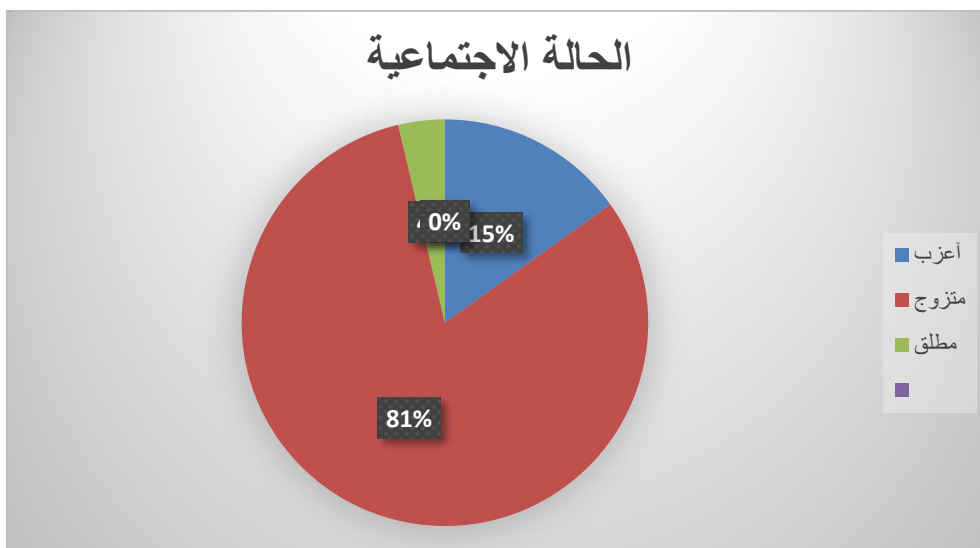
الإجابة	عدد التكرارات	النسبة المئوية
أعزب	54	54.0
متزوج	44	44.0
مطلق	2	2.0
المجموع	100	100.0

يظهر لنا من خلال بيانات الجدول أعلاه، أن أغلبية الأفراد المبحوثين من فئة العزاب (غير متزوجين) بنسبه تمثل 54%، وهذه الفئة من الأفراد المبحوثين لا يقع على عاتقها التزامات اسرية ومسؤوليات اتجاه الزوجة والابناء ومختلف الواجبات العائلية، حيث تمتلك متسعه من الوقت الكافي والوفى والمناسب من أجل التعرض والاستماع لمختلف المضامين والبرامج

والرسائل الإعلامية المقدمة من قبل الاذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو، بينم نجد في ثاني ترتيب المبحوثين في فئة المتزوجين بنسبه مثل 44%، اذ أنهم تقع عليهم مسؤوليات وأعباء وواجبات عائلية والتزامات مختلفة اتجاه الزوجة والأولاد، اذ أنهم يمتلكون وقت محدودا من أجل التعرض والاجتماع لمختلف المضامين والبرامج والرسائل الإعلامية التي تبث على مستوى الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو وفي اخر الترتيب نجد الأفراد المبحوثين من فئة المطلقين بنسبه تمثل 2% اذا انهم يمتلكون متسع من الوقت من أجل التعرض والاستماع لمختلف المحتويات والمضامين المقدمة على مستوى الاذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو نتيجة انفصالهم عن الشريك الاخر (الزوج و الزوجة)، ويمكن تفسير النسبة المنخفضة الى محدودية مفرداتها التي تمثل مفردتين على مستوى عينة دراستنا الحالية.

في الاخير نستنتج على أن الأفراد المبحوثين من الفئة العزاب هي الفئة السائدة والغالبة على مستوى عينة دراستنا والأكثر تعرضا واجتماعا لمختلف المضامين والمحتويات المقدمة من خلال اذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو، وهذه الفئة لا تقع على عاتقها أعباء ومسؤوليات والتزامات وواجبات عائلية وتمتلك متسع من الوقت من أجل التعرض والاستماع لمختلف المضامين والمحتويات التي تبثها عبر الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو.

رسم توضيحي رقم (04): يمثل توزيع العينة حسب الحالة الاجتماعية.



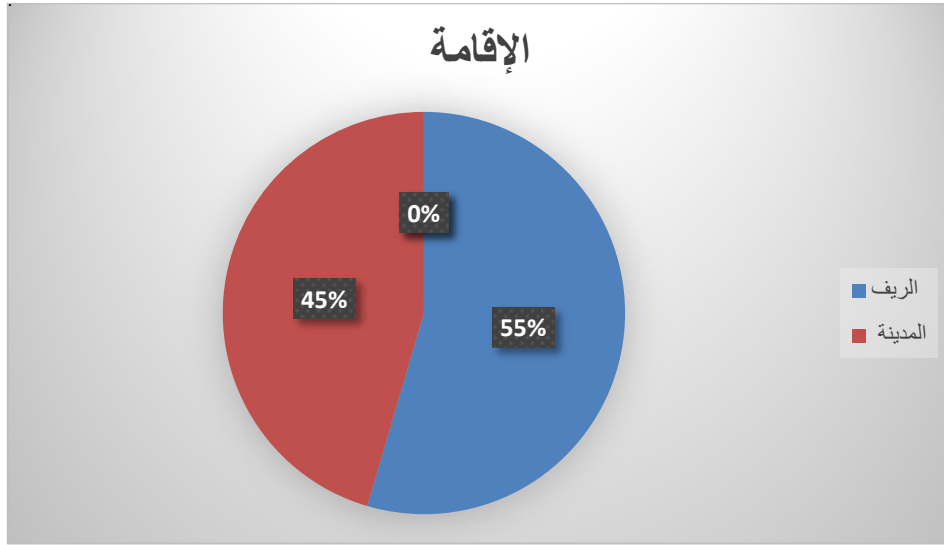
جدول رقم (05): يمثل الإقامة.

النسبة المئوية	عدد التكرارات	الإجابة
54.0	54	الريف
46.0	46	المدينة
100.0	100	المجموع

يظهر لنا من خلال معطيات الجدول أعلاه ان أغلبية أفراد عينة الدراسة الذين يقطنون او يسكنون في ريف بنسبه تمثل 54%، وهذا راجع الى نقص المرافق العمومية اضافه الى الشعور بالملل والضجر وتذبذب شبكه الاتصالات خصوصا في المناطق الريفية المعزولة أي مناطق الظل التي لا تحظى بالاهتمام والعناية من قبل السلطات السياسية، وهذا ما يدفع هؤلاء السكان الى الاستماع والتعرض بشكل معتبر لمختلف المضامين والرسائل الإعلامية المقدمة من طرف الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو، من أجل الاطلاع على آخر المستجدات والأحداث والمواضيع التي تتعلق بالشأن السياسي، الاقتصادي، المعيشي والاجتماعي بصفة عامة، في حين نجد بقية الأفراد المبحوثين يقطنون في المدينة أي المناطق الحضرية بنسبة 45%، وتتوفر فيه المرافق العمومية، كالبريد، أماكن الترفيه، السينما ومقر الشرطة، اذ يكون تعرضهم أقل لمختلف المضامين والوسائل الإعلامية المقدمة على مستوى الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو.

منه نستنتج في الاخير على أن اغلبه المبحوثين من الأفراد القاطنين في الريف، هم الفئة الأكثر استماعا وتعرضا للمضامين والمحتويات الإعلامية المقدمة من طرف الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو.

رسم توضيحي رقم (05) يمثل توزيع العينة حسب الإقامة:



جدول رقم (06): يبين آراء المبحوثين لمدى الاستماع للإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو.

الإجابة	عدد التكرارات	النسبة المئوية
دائما	65	65%
أحيانا	26	26%
نادرا	9	6%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معظم الأفراد المبحوثين يؤكدون استماعهم للإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو بصفة دائمة بنسبة تمثل 65%، وهذا من أجل الاستفادة والحصول على مختلف المعلومات والحقائق، ومتابعه مختلف المستجدات الواقعة والحاصلة على الصعيد السياسي، الاجتماعي، الثقافي والاقتصادي، إذ أنهم يمتلكون متسع من الوقت من أجل الاستماع للإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو، وفي ثاني الترتيب نجد أحيانا بنسبة تمثل 26%، وهذا يعود إلى اهتمامهم ببعض المواضيع ومستجدات الحاصلة في شأن المحلي أو الدولي، وفي آخر الترتيب نجد في الشكل نادر بنسبه تمثل 9%، إذ يمكن تفسير هذه النسبة

المنخفضة الى استخدام الأفراد المبحوثين لوسائل الاتصال الآخرين مثل التلفزيون الصحافة المكتوبة، مواقع التواصل الاجتماعي من أجل استقبال والتلقي بالتزود بمختلف المعلومات والبيانات المتعلقة بمختلف المسائل والقضايا الراهنة الحاصلة في مختلف المجتمع الذين يعيشون فيه.

ومنه نستنتج في الأخير، على أن معظم أفراد الدراسة يستمعون للإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو بصفة دائمة، وهذا من أجل الاطلاع ومتابعة آخر المستجدات ومختلف المواضيع السياسية، الاجتماعية والاقتصادية.

جدول رقم (07): يبين عدد سنوات الاستماع الى الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو.

النسبة المئوية	عدد التكرارات	الإجابة
13%	13	أقل من عام
37%	37	من 2 الى 3 أعوام
50%	50	أكثر من 3 أعوام
100%	100	المجموع

يظهر لنا من خلال معطيات الجدول أعلاه، على أن معظم أفراد عينة الدراسة يؤكدون على أن عدد سنوات استماعهم للإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو، تتمثل في أكثر من ثلاثة سنوات بنسبة تقدر ب 50%، وهي تمثل فترة زمنية طويلة فاندلت على شيء، انما تدل على ان هؤلاء الأفراد المبحوثين المستمعين أوفياء للاستماع لمختلف البرامج والمضامين الإعلامية المقدمة عبر بالإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو، ومن ثاني الترتيب نجد من اثنان الى ثلاثة سنوات بنسبة تمثل 37%، وهي فترة زمنية متوسطة وهي في طول التحسن مع مرور الوقت ومن خلال الاستماع الدائم لمختلف المضامين والبرامج والرسائل الإعلامية

المقدمة عبر الإذاعة المحلية لولائه تيزي-وزو، وفي آخر الترتيب نجد أقل من عام بنسبة تتمثل ب 13%، وهي فترة زمنية قصيرة مما يدل على أن هؤلاء الافراد المستمعين مبتدئين وحديثي العهد للاستماع الى الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو.

ومنه نستنتج في الأخير على أن أغلبيه الأفراد المبحوثين من المستمعين للإذاعة المحلية لولائه تيزي-وزو لأكثر من ثلاثة سنوات وهذا يدل على اطلاعهم ومتابعتهم الكبيرة والمعتبرة لمختلف المضامين والبرامج والمحتويات الإعلامية المقدمة عبر الإذاعة المحلية لولائه تيزي-وزو.

جدول رقم (08): يمثل أهم الأطراف المحلية المفضلة للاستماع للإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو.

النسبة المئوية	عدد التكرارات	الإجابة
53%	53	وحدك
37%	37	مع العائلة
10%	10	مع الأصدقاء
100%	100	المجموع

يظهر لنا من خلال بيانات الجدول أعلاه، أن معظم أفراد عينة الدراسة يؤكدون استماعهم للإذاعة المحلية لولائه تيزي-وزو بشكل منفرد بنسبه تمثل 53%، وهذا من أجل الحصول على نوع من الاستقلالية والخصوصية الشخصية وتحقيق الفهم الجيد والاستيعاب المناسب لمختلف المضامين والبرامج الإعلامية المقدمة عبر الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو، وفي ثاني ترتيب نجد العائلة بنسبة 37%، اذ تعتبر المكان الذي يسود فيه الجو العائلي والحميمية وتبادل مختلف الآراء والأفكار في مختلف الاتجاهات في اطار نسق أسري متماسك ومساند

ومتضامن حول مختلف القضايا والمسائل ذات الشأن الاجتماعي، السياسي أو الاقتصادي، وفي المرتبة الأخيرة نجد الأصدقاء بنسبه تمثل 10% وهذا من خلال تفاعل والتواصل في اطار جماعات مرجعية من الزملاء والأصدقاء وطرح وابداء مختلف الآراء والافكار والاقتراحات حول مضامين ومحتويات الإعلامية المقدمة عبر الإذاعة المحلي لولائه تيزي-وزو، وهذا من أجل الوصول الى اجماع عام ورأي توافق حول مختلف القضايا المتناولة والتي يتم التطرق اليها.

وفي الاخير نستنتج على أن غالبية أفراد عينه الدراسة يستمعون للإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو بصفة منفردة وهذا من أجل الاستفادة من مختلف المواضيع ذات النوعية والكمية المناسبة واللازمة.

جدول رقم (09): يمثل أهم الفترات المفضلة للاستماع للإذاعة المحلية لتيزي-وزو.

النسبة المئوية	عدد التكرارات	الإجابة
5%	5	الصباح
26%	23	الظهيرة
16%	16	فترة المساء
11%	11	فترة الليل
45%	45	لا يوجد وقت معين
100%	100	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه، أن أغلبية الأفراد المبحوثين يؤكدون على أنه لا يوجد وقت محدد ومعين للاستماع للإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو بنسبه 45%، اذ أنهم

يستمعون إليها في مختلف الأوقات سواء في الصباح أو المساء أو الفترة الليلية من أجل التعرف على آخر المستجدات والأحداث الواقعة والحاصلة في المجتمع التي تتناول في مختلف الميادين السياسية، الاقتصادية، والاجتماعية، بينما نجد في المرتبة الثانية فترة الظهيرة بنسبه 23%، والتي تمثل فترة القيلولة وأخذ قسط بسيط وقليل بعد تناول وجبة الغداء، وفي ثالث ترتيب نجد الفترة المسائية والفترة الليلية بنسبة متتابة وهي 11% و16%، فهي تمثل الفترة المناسبة للاستماع للإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو بعد الانتهاء بمختلف الأشغال والأعمال سواء الدوام العملي أو الدوام التعليمي، وفي آخر الترتيب نجد الفترة الصباح بنسبه 5%، وهي تمثل فترة الاستيقاظ من النوم والاستماع بشكل قليل ومحدود بآخر المستجدات والمضامين المقدمة بالإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو قبل الذهاب الى العمل او الدراسة.

من هنا نستنتج في الاخير على أن أغلبه الأفراد المبحوثين يستمعون للإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو في كل الظروف والاقوات من أجل الاطلاع على آخر مستجدات والأحداث والقضايا الحاصلة في المجتمع الجزائري.

جدول رقم (10): يمثل أهم الوسائل المفضلة المستخدمة للاستماع للإذاعة المحلية

لتيزي-وزو.

النسبة المئوية	عدد التكرارات	الإجابة
0%	0	جهاز الراديو بالبطاريات
47%	47	عبر الهاتف الذكي
0%	0	الحاسوب المحمول
10%	40	راديو السيارة
13%	13	اللوحة الالكترونية
100%	100	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه على أن معظم أفراد عينة الدراسة يؤكدون بأن الهاتف من أهم الوسائل المفضلة المستخدمة للاستماع للإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو بنسبة تمثل 47%، كونه يتميز بعدة خصائص ومميزات جوده الصوت والصورة بالإضافة الى سرعة التفاعلية بشكل أني وفوري و يعمل على اختصار الجغرافية والزمانية، وفي ثاني ترتيب نجد راديو السيارة بنسبة تمثل 40%، أي عند سياقة وقيادة السيارة فان الفرد يمكنه الاستماع الى الأخبار والمستجدات الواقعة من خلال اليوم، وفي ثالث ترتيب اللوحة الإلكترونية بنسبه تمثل 13%، وتتميز بسهولة حملها والاستماع الجيد والمناسب لمختلف الاخبار المقدمة عبر الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو مع توفر تدفق الأنترنت بشكل عالي وفي آخر الترتيب نجد جهاز الراديو بالبطاريات والحاسب المحمول بنسبة منعدمة تمثل 0%، ويمكن تفسير هذه النسبة أن الحاسوب المحمول يتطلب صعوبة في حمله في محفظة مخصصه لذلك.

وفي الاخير نستخلص أن الهاتف الذكي يعد من أهم الوسائل المفضلة للاستخدام الجيد للاستماع لمختلف برامج ومحتويات ومضامين الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو كونه يعمل على سهوله الحصول والوصول الى مختلف المعلومات والتعرف والاطلاع على مختلف الاحداث والمستجدات الحاصلة والواقعة في المجتمع.

الجدول رقم (11): يمثل نسبة الاعتماد على الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو في الحصول على المعلومات.

النسبة المئوية	عدد التكرارات	الإجابة
30%	30	نسبة كبيرة
56%	56	نسبة متوسطة
14%	14	نسبة ضئيلة
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية الأفراد المبحوثين يعتمدون على الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو بنسبة متوسطة تمثل 56%، وهذا يدل على وجود اطلاع متوسط متابعة متوسطة أيضا لمختلف مضامين وبرامج الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو، وفي ثاني ترتيب نجد نسبة كبيرة 30%، كونها تتميز بخاصيتين التخيل والاجتماع لقول أحدهم والأذن تعشق قبل العين أحيانا إذ أن الفرد المجتمع للإذاعة يمكنه تخير وتصور مختلف الوقائع والأحداث بشكل مناسب وباستخدام قدراته العقلية والذهنية العالية، وفي آخر الترتيب نجد النسبة الضئيلة بنسبة 14%، وهذا راجع الى لجؤهم واعتمادهم على المصادر وبدائل أخرى مثل التلفزيون الصحفية المكتوبة ومواقع التواصل الاجتماعي التي تحتوي على كم هائل من المعلومات التي تتناول مختلف المواضيع السياسية، الثقافية، والاجتماعية.

ومن هنا نستنتج في الأخير على أن معظم أفراد عينة الدراسة يعتمدون بشكل متوسط على الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو من أجل الاطلاع ومتابعة مختلف المستجدات والأحداث والوقائع الحاصلة في شتى ميادين السياسية، الاقتصادية، الثقافية والاجتماعية.

الجدول رقم (12): يمثل آراء الأفراد المبحوثين حول أهم المواضيع المفضلة الاستماع عبر الإذاعة المحلية لتيزي-وزو.

النسبة المئوية	عدد التكرارات	الإجابة
48%	48	المواضيع السياسية
6%	6	المواضيع الاقتصادية
5%	5	المواضيع الاجتماعية
41%	41	المواضيع الرياضية
100%	100	المجموع

يبرز لنا من خلال معطيات وبيانات الجدول أعلاه على أن أغلبية أفراد المبحوثين يؤكدون على أن المواضيع السياسية من أهم المواضيع المفضلة للاجتماع عبر الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو بنسبة تمثل 48%، وهذا من خلال متابعة مختلف التظاهرات والفعاليات السياسية المقامة في المجتمع ومختلف نشاطات ومبادرات الأحزاب السياسية ونشاطات وتصريحات مختلف الشخصيات السياسية الفاعلة في المشهد السياسي الوطني والدولي والإقليمي والعربي، وفي ثاني ترتيب نجد المواضيع الرياضية بنسبه تمثل 41%، والتي تتناول على وجه الخصوص الاخبار المتعلقة بالكرة المستديرة (كره القدم) ومتابعة مختلف البطولات العالمية والرياضات الأخرى، وفي المرتبة الثالثة نجد المواضيع الاقتصادية التي تعني بالقضايا التي تتناول مستويات الاستثمار وكذا نسبة التضخم والصادرات والواردات وأسعار مختلف المنتجات والسلع المحلية او الأجنبية، وفي آخر الترتيب نجد المواضيع الاجتماعية بنسبة 5%، التي تتناول مثلا قضايا الزواج، الطلاق، السكن، البطالة، الهجرة الغير الشرعية ومختلف الآفات الاجتماعية: كالمخدرات والعنف والتتمر المدرسي وبصفة عامة مختلف الانحرافات التي تهدد قيم وعادات وتقاليد الجماعة.

نستنتج في الأخير على أن المواضيع السياسية تعد من أهم المواضيع المفضلة التي تحظى بالاستماع عبر الإذاعة المحلية بهدف تجسيد وعي سياسي وثقافة سياسية قوية ومتمينة وفق أسس صحيحة وقواعد سلمية.

الجدول رقم (13): يبين آراء المبحوثين حول أسباب الدافعة للاستماع للإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو.

النسبة المئوية	عدد التكرارات	الإجابة
13%	13	تنوع البرامج المقدمة
19%	19	التحليل الجيد
40%	40	التعرف على آخر المستجدات
28%	28	الفضول
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال جدول أعلاه أن معظم أفراد الدراسة يؤكدون على أن التعرف على آخر مستجدات والأحداث الطارئة من أهم الأسباب الدافعة للاستماع للإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو بنسبة تمثل 40%، وهذا من خلال الاطلاع على آخر القضايا والمسائل المستجدة والتي تؤثر على الجانب الاجتماعي والمعيشي للمواطنين مثل رفع الأجور، تدني القدرة الشرائية، ارتفاع اسعار المواد الواسعة الاستهلاك: كزيت المائدة والبقول الجافة، وفي ثاني ترتيب نجد الفضول بنسبة تمثل 28%، وهذا من أجل الاطلاع فقط من دون الاستفادة والحصول على المعلومات المتعلقة بتلك المواضيع والقضايا المتناولة عبر الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو، وفي ثالث ترتيب نجد التحليل الجيد بنسب تمثل 19%، وهذا من خلال استخدام أساليب الاقناع وعرض الأفكار بشكل تسلسلي ومنظم واستخدام الحجج والبراهين المنطقية والعقلية والموضوعية مع الاستدلال والاستناد الى مختلف الارقام والاحصائيات، في آخر الترتيب نجد تنوع البرامج المقدمة من حصص سياسية أو اجتماعية أو ربورتاجات أو تحقيقات وبورتريهات، أو أخبار تتناول مختلف القضايا والمسائل ذات الاهتمام المشترك لدى الجمهور المستمع والمطلع على مختلف المحتويات والمضامين الإعلامية.

وفي الاخير نستنتج عن أن الاطلاع على آخر المستجدات والقضايا الطارئة يعد من أهم الاسباب الدافعة للاستماع للإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو، حتى يكون الفرد على اطلاع ومتابعة دائمة ومستمرة بمختلف الأحداث والواقع الحاصلة والواقعة في المجتمع الجزائري.

الجدول (14): يبين أهم التأثيرات الإذاعية الحاصلة لدى الجمهور المستمع لولاية تيزي-

وزو

النسبة المئوية	عدد التكرارات	الإجابة
29%	29	تغيير الاتجاهات
51%	51	بناء الآراء والمواقف
20%	20	تعزيز الرصيد المعرفي
100%	100	المجموع

يظهر لنا من خلال معطيات الجدول أعلاه أن معظم أفراد عين' الدراسة يجمعون على بناء الآراء والمواقف من أهم التأثيرات الحاصلة لديهم عند اجتماعهم للإذاعة الجمهورية لولاية تيزي-وزو بنسبة تمثل 51%، وهذا من خلال اكتساب وتلقي مختلف الأفكار والاتجاهات السائدة في المجتمع من أجل بناء رأي موافق او معارض او مؤيد لتلك الشخصية الفاعلة في المجتمع، وفي ثاني ترتيب نجد تغيير الاتجاهات بنسبة تمثل 29%، من خلالها تعديل وتأثير عليها وعدم التمسك بها وضمان عدم التراضي والاستسلام للاتجاهات الجديدة المؤيدة أو المساندة لأي قضية، وفي آخر الترتيب نجد تعزيز الرصيد المعرفي بنسبة 20%، ويكون ذلك من خلال تعزيز وتدعيم الرصيد العلمي والمعرفي بمختلف المعلومات سواء كانت سياسية، اقتصادية أو اجتماعية، مما ساهم ذلك في تكوين وتشكيل أفراد اجتماعيين ايجابيين فعالين مشاركين ومنخرطين في مختلف التظاهرات والفعاليات والأنشطة المقامة في المجتمع.

وفي الاخير نستنتج على أن بناء الآراء والمواقف تعد من أهم التأثيرات الحاصلة لدى الجمهور المستمع عند استماعه للإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو أن ذلك يؤدي الى تجسيد وبناء قناعات وتصورات جديدة وتبني اعتقادات سياسية او اجتماعية تتناسب وتتلاءم مع عاداته وتقاليده وقيمه وأعرافه السائدة في إطار المجتمع الذي نعيش فيه.

الجدول رقم (15): يمثل آراء الأفراد المبحوثين حول أهم الاشباعات المحققة عند الاستماع للإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو.

النسبة المئوية	عدد التكرارات	الإجابة
35%	35	اشباعات معرفية
20%	20	اشباعات نفسية
45%	45	اشباعات ترفيهية
100%	100	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه بأن أغلبية الأفراد المبحوثين يؤكدون بأن الاشباعات الترفيهية تعد من أهم الاشباعات المحققة عند الاستماع للإذاعة المحلية لتيزي-وزو بنسبة تمثل 45%، وتتمثل هذه الاشباعات في الترويح عن النفس والتسلية من خلال الاستماع الى الأغاني والموسيقى والمسرحيات الفكاهية والتسلية من خلال اجتماع الى الأغاني والموسيقى بينما نجد في المرتبة الثانية الاشباعات المعرفية بنسبة 35%، وهذا من خلال تزود والتلاقي والاستفادة وتحصين مختلف المعلومات والمعارف التي تؤدي الى تجسيد التراكمية المعرفية والثروة العلمية في شتى المجالات الاقتصادية، السياسية، الثقافية والاجتماعية في حين نجد في اخر الترتيب الاشباعات النفسية بنسبة تمثل 20% وهذا من

خلال الاستماع والتعرض لمضامين ومحتويات والرسائل الإعلامية بهدف التخفيف من شدة الضغوطات النفسية واحداث ما يعرف بالتوازن والتوافق النفسي لدى الفرد المستمع وفق أسس صحيحة وسليمة تؤدي الى تجديد معنوياته وحالته النفسية ويكون الفرد أكثر حيوية وتفاؤلاً وأماناً.

وفي الأخير نستنتج على أن الاشباعات الترفيهية تعد من أهم الاشباعات المحققة عند التعرض والاستماع للإذاعة المحلي لولاية تيزي-وزو، وهذا من خلال التراوح عن الناس وتسليتها اذ أن من عاده النفس أن تحس بالشعور والملل والضجر.

الجدول رقم (16): يمثل آراء الأفراد المبحوثين حول مدى امداد الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو بمختلف المعلومات ذات الكمية والنوعية المناسبة.

النسبة المئوية	عدد التكرارات	الإجابة
80%	80	نعم
20%	20	لا
100%	100	المجموع

يتضح لنا من خلال البيانات الجدول أعلاه على أن أغلبية الأفراد المبحوثين يجمعون أو يؤكدون امداد الإذاعة بمختلف المعلومات ذات النوعية والكمية المناسبة والملائمة مقارنة بالوسائل الاعلام الاخرى بنسبة 80%، حيث تعمل على تقديم المعلومات ومختلف البيانات التي تتناول وتتطرق الى مختلف القضايا والمسائل المتعلقة بشأن الاجتماعي والسياسي والاقتصادي والثقافي والمعيشي وبصفه عامة، والمواضيع التي تبقي الاهتمام والميول والاستحسان لدى أغلبية الأفراد المستمعين في حين نجد نخبة الأفراد المبحوثين يناقون ذلك بنسبه تمثل 20% اذ لا تعمل على تزويدهم وامدادهم بمختلف المعلومات والمضامين بشكل

نوعي وكافي وهذا ما يؤدي بهم نحو اللجوء للحصول على مختلف المعلومات من مصادر وبدائل الأخرى مثل. الصحافة المكتوبة، التلفزيون ومواقع التواصل الاجتماعي (تويتر، فيسبوك وإنستغرام... الخ).

بناء على هذه البيانات الرقمية المتحصلة عليها، نستخلص بأن أغلبية الأفراد المبحوثين يؤكدون امداد وتزويد الإذاعة بمختلف المعلومات والبيانات ذات الكمية والنوعية الملائمة والعمل على ارضاء هذا الجمهور المستمر وتلبية مختلف رغباتهم، ميولاتهم وحاجاتهم المعرفية التي تتلاءم وتتناسق وتتناغم مع قيمهم وعاداتهم وتقاليدهم وتصوراتهم وادراكاتهم في إطار المجتمع الذين يعيشون فيه.

الجدول رقم (17): مدى مساهمة المضامين والوسائل الإعلامية المقدمة على مستوى الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو في تلبية احتياجات الجمهور المتعددة والمتنوعة.

النسبة المئوية	عدد التكرارات	الجواب
77%	77	نعم
23%	23	لا
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال معطيات الجدول أعلاه على أن معظم أفراد عينة الدراسة يؤكدون مساهمة المضامين والوسائل الإعلامية المقدمة على مستوى الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو في تلبية مختلف احتياجات ورغبات الجمهور المتعددة والمتنوعة بنسبه توماس 77% إذ أنها تعمل على آرائهم وتلبية رغباتهم من خلال البرامج المتنوعة سواء كانت حصص سياسية أو أخبار أو تحقيقا أو حصص الفكاهة والحفلات الغنائية الى آخره بينما نجد بقية الافراد المبحوثين ينفون ذلك بنسبة تمثل 26% أن هذه الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو لا تعمل

على تجديد وتعديل مضامينها وبرامجها الإعلامية، إذ تسقط في فخ النمطية والتكرار والسطحية والرداءة وعدم تقديم برامج ومضامين اعلامية وفق القيم بدراسة الجمهور واستطلاع الرأي العام من اجل تحديد البرامج والمحتويات والمضامين الإعلامية التي تحظى بالاهتمام الكبير والمتابعة العالية لدى اغلبية الجمهور المستمع للإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو.

وفي الاخير نستنتج على أن الإذاعة تساهم مساهمة فعالة لتلبية مختلف احتياجات الجمهور المتعددة والمتنوعة، من خلال المتضامين والرسائل الإعلامية المقدمة بشكل منظم ومدروس وممنهج ومخطط وفق استخدام أساليب كمية ونوعية ومؤشرات علمية وموضوعية يمكننا الاستفادة والاعتماد عليها.

الجدول رقم (18): يمثل طبيعة اللغة المستخدمة عبر الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو.

النسبة المئوية	عدد التكرارات	الإجابة
20%	20	كافية
21%	21	غير كافية
57%	57	مفهومة
2%	2	غير مفهومة
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال معطيات الجدول أعلاه بأن غالبية الأفراد المبحوثين يجمعون على أن طبيعة اللغة المستخدمة على مستوى الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو بنسبة تمثل 57%، وهذا يعود الى كون أغلب الأفراد المستمعين بهذه اللغة الأمازيغية التي تمثل لغة الام ولغة أغلب سكان ولاية تيزي-وزو، وهنا نستحضر المقولة الشهيرة "خاطب الناس حسب عقولهم"،

وبينما نجد في ثاني الترتيب عدم كفاية هذه اللغة بنسبه تمثل 21%، اذ أن هذه المؤسسة الإذاعية تستخدم فقط اللغة الأمازيغية بشكل كبير ولا تستخدم اللغات الأخرى مثل اللغة الفرنسية اللغة العربية الفصحى واللغة العامية أي الدرجة بينما نجد في المرتبة الثالثة كفاية هذه اللغة بنسبه تمثل 20%، اذ أن هذه المؤسسات تستخدم فقط اللغة الأمازيغية وتعمل على إيصال مختلف المضامين والوسائل والبرامج الإعلامية الى مختلف شرائح المجتمع بولاية تيزي-وزو، وفي آخر ترتيب نجد غير مفهوم ما بنسبة تمثل وهذا يرد أساس الى أن هناك بعض الأفراد لا يفهمون جيدا اللغة الأمازيغية كونهم ناطقين باللغة العربية (العامية أو الدرجة) أن هنالك بعض الألفاظ والكلمات الأمازيغية غير مفهومة وواضحة، مما يستوجب إيضاحها وتبسيطها وتسهيلها من أجل تحقيق الفهم السليم والاستيعاب المناسب والصحيح لتلك المضامين والبرامج والرسائل الإعلامية المختلفة المتنوعة والمتعددة.

وفي الاخير نستنتج أن أغلبية الأفراد المبحوثين يؤكدون على أن اللغة المستخدمة عبر الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو مفهومة وواضحة بشكل جيد مما يؤدي الى تحقيق الاستيعاب الجيد والملائم لمختلف المضامين، والبرامج الإذاعية، والإعلامية المتنوعة، والمتشعبة.

الجدول رقم (19): يمثل أهم البرامج الأكثر استماعا عبر الإذاعة المحلية عبر إذاعة تيزي-وزو.

النسبة المئوية	عدد التكرارات	الإجابة
12%	12	الربورتاج
42%	42	الحصص الإخبارية
13%	13	البرامج الثقافية
22%	22	برامج الأسرة
11%	11	برامج ترفيهية
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال معطيات الجدول أعلاه على أن أغلبية الأفراد المبعوثين يؤكدون على أن الحصص الإخبارية بنسبة تمثل 42% تعد من أهم البرامج الأكثر استماعا عبر الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو وهذا من خلال النشرات الإخبارية التي تتناول شتى المواضيع السياسية والإخبارية والاجتماعية والاقتصادية وفي ثاني ترتيب نجد برامج الأسرة بنسبه 22%، وهي التي تعني بتناول مختلف المواضيع التي تتعلق بتماسك الأسرة وتربية الأبناء وأسس ومعايير استمرارها واستقرارها كونها تعد الخلية الأساسية لبناء المجتمع، وفي ثالث ترتيب نجد البرامج الثقافية بنسبة هذه البرامج بمختلف الفعاليات والنشاطات الثقافية بآخر الاصدارات الأدبية وتطرق الى معرض الكتاب واخر الملتقيات العلمية المقامة على المستوى المحلي والدولي التي ينشطها ويقدمها كتاب وادباء ومؤلفين وشعراء معروف ومشهورين وفي المرتبة الرابعة نجد الربورتاجات بنسبه تمثل 12% والتي تتناول مختلف القضايا والمواضيع والمسائل الاجتماعية الاقتصادية والسياسية ذات الاهتمام للمشارك لدى الجمهور المستمع

وفي آخر الترتيب نجد البرامج الترفيهية بنسبة تقدر ب 11%، وهذا من خلال تقديم محتويات ومواد اعلامية من أجل تسلية الفرد والترويح عن الناس مثل الأغاني والموسيقى والحفلات الغنائية والمسرحية الفكاهية.

ومنه نستنتج في الاخير بأن الحصص الإخبارية التي تعد من أهم البرامج الأكثر اجتماعا عبر الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو والتي تعمل على تقديم أهم وظيفة وهي الوظيفة الإعلامية الإخبارية من خلال اعلام الجمهور وايصال المعلومات والحقائق تتناول مختلف الميادين السياسية والاجتماعية والاقتصادية.

الجدول رقم (20): يمثل مدى نيل المضامين والبرامج المقدمة عبر الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو القبول والاستحسان لدى الجمهور المستمع.

النسبة المئوية	عدد التكرارات	الإجابة
90%	90	نعم
10%	10	لا
100%	100	المجموع

يتبين لنا من خلال معطيات الجدول أعلاه على أن معظم أفراد عينة الدراسة يجمعون على نيل المضامين والبرامج المقدمة عبر الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو القبول والاستحسان لدى الجمهور المستمر بنسبة تمثل 90%، وتتاسب مع ميولاتهم ورغباتهم وعاداتهم وتقاليدهم وتصوراتهم وإدراكاتهم في اطار المجتمع الذين يعيشون فيه في حين نجد بقية الأفراد المبحوثين ينفون ذلك بنسبه تمثل 10% كون تلك المضامين والبرامج الإعلامية نمطية ومستهلكه ومتكررة ولا تعمل على تلبية مختلف احتياجات ورغبات الجمهور متعددة والمتنوعة وهذا ما يؤديهم الى لجوؤهم الى مصادر وبدائل الاخرى مثل تلفزيون الصحافة المكتوبة والمواقع التواصل الاجتماعي (كالفيسبوك تويتر انستغرام...الخ).

وفي الاخير نستخلص على أن المضامين والبرامج الإعلامية والإذاعية المقدمة على مستوى الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو، تنال رضا واستحسان وقبول الجمهور المجتمع كونها تلبى مختلف احتياجاتهم النفسية والمعرفية المتعددة والمتنوعة.

الجدول رقم (21): يمثل أهم الاستمالات المستخدمة عبر الاذاعية المحلية لولاية تيزي-وزو.

النسبة المئوية	عدد التكرارات	الإجابة
54%	54	استمالات نفسية
35%	35	استمالات عقلية
11%	11	استمالات سلوكية
100%	100	المجموع

يتضح لنا من خلال المعطيات الجدول أعلاه أن أغلبية افراد المبحوثين يجمعون على ان الاستمارات النفسية من اهم الاستمارات المستخدمة عبر الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو من اجلا احداث التأثير المطلوب من خلال مضامينها وبرامجها المختلفة بنسبه تمثل 54% وهذا من خلال استخدام الموسيقى والاغاني والمؤثرات الصوتية التي تساهم في احداث التغيير النفسي من خلال تلك المضامين والبرامج المختلفة وفي ثاني ترتيب نجد الاستمالات العقلية بنسبه 35% وهذا من خلال تقديم عرض الحجج والبراهين القاطعة والساطعة والموضوعية وتقديم مختلف الاحصائيات الرقمية وفي اخر ترتيب نجد الاستمالات السلوكية بنسبه تمثل 11% وهذا من خلال تعديل والتغيير سلوكيات الافراد من خلال استخدام اساليب الاقناع والتحليل وعرض الافكار بشكل طلبة تسلسلي.

وفي الاخير نستنتج على أن الاستمالات النفسية تعد من أهم الاستمالات المستخدمة على مستوى الإذاعة المحلية من أجل أحداث التغيير والتأثير المطلوب من خلال مضامين والبرامج الإعلامية المختلفة والعزف على الوطن الحساس ألا وهو العاطفة.

الجدول رقم (22): يبين اهم الأساليب الاتصالية المستخدمة على مستوى الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو من أجل التأثير على سلوكيات واتجاهات الجمهور المستمع.

النسبة المئوية	عدد التكرارات	الإجابة
30%	30	التحليل
22%	22	التفسير
11%	11	الاستضافة الشخصية
11%	11	أسلوب عرض الحقائق
26%	26	استخدام الحجج والبراهين
100%	100	المجموع

يتضح لنا من خلال جدول أعلاه على أن معظم الأفراد المبحوثين يؤكدون أن التحليل يعد من أهم الأساليب الاتصالية المستخدمة على مستوى الإذاعة المحلية لتيزي-وزو من اجل التأثير على السلوكيات واتجاهات الجمهور المستمع بنسبة 30%، وهذا من خلال تقديم آراء وأفكار وتفسيرات ذات معاني ودلالات وقراءات ذات أبعاد واتجاهات سياسية واجتماعية، وفي ثاني الترتيب نجد استخدام الحجج والبراهين بنسبة تمثل 26%، وهذا يكون بتقديم أمثله حية وشواهد حقيقية تساهم في تحقيق الفهم السليم والاستيعاب الجيد واختلاف المضامين والبرامج الإعلامية المتنوعة، وفي ثالث ترتيب نجد التفسير بنسبة 22%، وهذا من خلال تبسيط عرض تلك المعلومات والحقائق بأسلوب السهل الممتنع، الذي يجمع ما بين القوة والوضوح، وفي رابع الترتيب نجد نسبة مناوشيه تمثل 11% ، لكل واحدة منها استضافة الشخصيات الفاعلة في المجتمع واستخدام أسلوب عرض الحقائق فيما يتعلق باستضافة

الشخصيات من خلال دعوتها الى حصص مثل: السياسية، الاجتماعية، وتقديم آراء وأفكار حول القضايا والمسائل الاجتماعية والاقتصادية واثراء النقاش والحوار بين مختلف طرق العملية الاتصالية مثل: المنشط، الجمهور المستمع، الشخصية المستضاف، أما فيما يتعلق بأسلوب عرض الحقائق فيتمثل في حسب عرض الحقائق بشكل سلسي وترابط واستخدام اساليب الاقناع والتكثيف في الحجج والبراهين والأدلة.

من هنا نستنتج في الاخير أن أسلوب التحليل يعد من أهم الأساليب الاتصالية المستخدمة على مستوى الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو من أجل التأثير على سلوكيات واتجاهات الجمهور المستمع وهذا من خلال التكثيف في المعلومات من أجل اثراء النقاش والحوار الهادف والبناء والاهتمام والنقاش لدى أغلبية الجمهور المستمع.

الجدول رقم (23): يوضح أهم الأسباب المعوقة للاستماع لإحدى البرامج عبر الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو.

النسبة المئوية	عدد التكرارات	الإجابة
47%	47	تقنية
27%	27	توقيت البرامج غير مناسب
10%	10	نوعية الضيوف
16%	16	تدفق الانترنت
100%	100	المجموع

يبين من خلال بيانات الجدول أعلاه على أن أغلبية الأفراد المبحوثين، على أن المقومات التقنية من أهم الأسباب المعوقة للاستماع الجيد والسليم للبرامج الإعلامية على المستوى الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو بنسبة تمثل 47%، وتتمثل هذه المعوقات في رداءة الصوت وضعف الموجات الإذاعية وعدم وصولها بشكل جيد نتيجة التشويش الموجود فيها،

وفي ثاني ترتيب نجد توقيت البرامج الغير المناسبة بنسبة تمثل 27%، وهذا نتيجة تواجد الأفراد المبحوثين خارج البيت وقيامهم بأعمال والتزامات وواجبات، وعدم وجود متسع من الوقت، بينما نجد في ثالث الترتيب نقص الانترنت بنسبة تمثل 16% وهذا راجع الى ضعف شبكه الأنترنت ذات التدفق العالي، وفي آخر ترتيب نجد نوعية الضيوف بنسبة تمثل 10%، اذ أن هؤلاء الضيوف لا يمثلون أهل الاختصاص وعدم تمتعهم من مقاومات ومهارات اتصالية وتفاعلية تسمح لهم بالأثراء والنقاش وتقديم آراء وافكار بناءة تكون في الصميم وفي حدود المنطق والمعقول.

من هنا نستنتج في الاخير على أن المعوقات التقنية من أهم الأسباب المعوقة للاستماع الجيد للبرامج والمضامين الإعلامية عبر الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو، مما يتوجب على المسؤولين في هذه المؤسسة الإذاعية تدارك الوضع من أجل جذب واستقطاب الجمهور المستمع نحو مضامينها وبرامجها ومحتوياتها الإعلامية المتعددة والمتنوعة.

الجدول رقم (24): يمثل مدى اعتماد الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو على آراء

الجمهور من أجل اقتراح التحسينات على برامجها.

النسبة المئوية	عدد التكرارات	الإجابة
83%	83	نعم
17%	17	لا
100%	100	المجموع

يتضح لنا من خلال المعطيات الجدول أعلاه على أن معظم افراد الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو، تعتمد على آراء الجمهور من أجل الاقتراح لتحسينات على برامجها بنسبة تمثل 83%، وهذا من خلال الاتصال بالهاتف أو من خلال القيام بدراسات الجمهور المتمثلة بعملية سبر الآراء في استطلاعات الرأي العام حول البرامج والمضامين التي يجب تقديمها،

ويتوجب مراعاة النواحي النفسية والاجتماعية والاقتصادية للجمهور وهذا إن دل على شيء إنما يدل على أن هذه المؤسسة الإذاعية تعمل على إنتاج وتبني الأسلوب الديمقراطي المتفتح والقائم على التلقي والاستقبال على مختلف الآراء والأفكار، وحتى الانتقادات البناءة الهادفة البعيدة عن التجريح والتشويه، بينما نجد بقية الأفراد المبحوثين ينفون ذلك بنسبة 17%، إذ أن هذه المؤسسة الإذاعية لا تأخذ بآراء واقتراحات الجمهور بها بعين الاعتبار وعلى محمل الجد من أجل التحسين والتقديم والتجديد في مختلف محتوياتها ومضامينها الإعلامية المقدمة نحو الجمهور المستمع للقناة الإذاعية المحلية لولاية تيزي-وزو.

من هو نستنتج على أن معظم أفراد عينة الدراسة يجمعون على الاعتماد للإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو على آراء واتجاهات الجمهور من أجل التحسين المستمر والتعديل الصحيح والقويم وفق سلمية وقومية لمختلف مضامينها وبرامجها الإعلامية المقدمة عبر الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو.

الجدول رقم (25): يبين أهم أساليب وطرق الاعتماد على آراء الجمهور من أجل اقتراح التحسينات والتعديلات على برامجها.

النسبة المئوية	عدد التكرارات	الإجابة
68%	68	الاتصال عن طريق الهاتف
22%	22	عبر مختلف الوسائط الالكترونية
10%	10	من خلال سبر الآراء
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال جدول أعلاه أن أغلبية الأفراد المبحوثين يؤكدون على أن الاتصال عن طريق الهاتف يعد من أهم أساليب وطرق الاعتماد على الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو على آراء الجمهور من أجل اقتراح تحسينات وتعديلات على برامجها الإعلامية بنسبه تمثل

63.85%، وهذا من خلال المكالمات الواردة من الجمهور المستمع نحو الإذاعة المحلية من أجل أفكار واقتراحات بناءة وفعالة، ناجحة، مناسبة، الهادفة والرامية الى التحسين والتجديد بمختلف المضامين والأساليب والاستراتيجيات السياسية، التنظيمية والإدارية وحسن التسيير الأمثل والأنسب للموارد البشرية، المادية والمالية من أجل تقديم منتجات، مواد، صناعات ومحتويات اعلامية واذاعية ذات نوعية وجودة عالية مناسبة وملائمة، بمختلف أنواع وميولات ورغبات الجمهور المتعددة والمتنوعة، وفي ثاني الترتيب نجد الوسائط الإلكترونية بنسبة تمثل 24.9%، وهذا من خلال التلفزيون الرقمي، الانترنت، مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال التعليقات المقدمة من الجماهير حول أهم التعديلات والتحسينات الواجب القيام بها من اجل تحسين المضامين والرسائل الإعلامية، وفي آخر الترتيب نجد سبر اراء الجمهور بنسبة تمثل 12.04%، وهذا من خلال القيام باستطلاعات الرأي العام وتوجيه الأسئلة للجماهير حول أهم الأسئلة والاستفسارات حول أهم التغييرات والتعديلات الواجب القيام بها من أجل تقديم برامج إعلامية واذاعية ذات جودة ونوعية عالية.

ومن هنا نستنتج أن الاتصال عن طريق الهاتف يعد من أهم الأساليب وطرق الاعتماد على آراء الجمهور من أجل اقتراح آراء وأفكار بناءة وهادفة، تقوم الاذاعة المحلية لولاية تيزي- وزو على أخذها بعين الاعتبار وعلى محمل الجد من أجل تقديم برامج ومحتويات اعلامية هادفة ومنطقية وموضوعية، مما يساهم في تحقيق وتقوية العلاقات بين الإذاعة والجمهور المستمع وفق أسس الاحترام والتقدير المتبادل والعمل على نيل رضا واستحسان وقبول الجمهور من خلال تقديم البرامج والمحتويات الإعلامية التي تتناسب وتتلاءم وتتناغم مع ميولاته وأذواقه ورغباته النفسية المعرفية الاجتماعية.

ب- التحليل الكمي والكيفي للجداول المركبة:

الجدول رقم (26): يمثل علاقة متغيرات الجنس والسن والمستوى التعليمي، الحلة الاجتماعية حول مدى اعتماد الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو على آراء الجمهور من أجل اقتراح تحسينات على برامجها ومضامينها الإعلامية.

المجموع		لا		نعم		الإجابة المتغيرات	
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%67	67	%6	6	%54	54	ذكور	
						أنثى	
						المجموع	
%24	24	%8	8	%16	16	من 18 - 25 سنة	
						من 26 - 35 سنة	
						أكثر من 36	
						المجموع	
%4	4	%0	0	%4	4	ثانوي	
						متوسط	
						جامعي	
						المجموع	
%27	27	%8	8	%19	19	ثانوي	
						متوسط	
						جامعي	
						المجموع	
%69	69	%9	9	%60	60	ثانوي	
						متوسط	
						جامعي	
						المجموع	
%100	100	%17	17	%8	83	ثانوي	
						متوسط	
						جامعي	
						المجموع	

يتضح لنا من الجدول المتعلق بمتغير الجنس لأن معظم الأفراد المبحوثين من الذكور يؤكدون اعتماد الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو على آراء الجمهور من أجل اقتراح تحسينات على برامجها ومضامينها والإعلامية بالنسبة تمثل 54% في حين نجد النسبة منخفضة لدى الإناث حيث تمثل 29%.

بناء على هذه الإحصائيات الرقمية نستنتج ان الذكور يجمعون على اعتماد الإذاعة على آرائهم واقتراحاتهم من أجل اجراء تعديلات وتحسينات على مختلف المواد والمضامين الإعلامية وهذا يعود الى كون الافراد المبحوثين من الذكور أكثر حرية في الطرح واعداد مختلف الآراء والأفكار من أجل تحسين البرامج الإعلامية ومختلف مضامينها الموجهة والمقدمة للجمهور المستمر لولاية تيزي وزو، اما الجدول متعلق بمتغير السن فنلاحظ من خلال بياناتهم من الفئة العمري من 26 الى 25 سنة أن معظم أفراد المبحوثين يجمعون اعتماد الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو على آراء الجمهور من أجل اقتراح تحسينات على برامجها ومضامينها الإعلامية بنسبه تمثل 53%، وفي المرتبة الثانية نجد الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية الأولى من 18 الى 25 سنة بنسبه تمثل ب 16%، وفي اخر الترتيب نجد الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية الثالثة أكثر من 35 سنة بنسبة تمثل 14%.

بناء على هذه الإحصائيات رقمية يمكن تبرير نسبة عالية أفراد المبحوثين ذات المستويات الجماعية الى كونهم الغالبون على مستوى دراستنا ب 60 مفرد واطافة الى كونهم يتم التعاون بمستويات ومؤهلات علمية ومعرفية معتبرة وهامة تسمح لهم بتقديم اقتراحات واء موضوعية صحيحة وسليمة تأخذها الإذاعة المحلية بعين الاعتبار من أجل تحسين وتغيير محتوى البرامج الإعلامية مجالها ذات جودة عالية تعمل على نيل رضا وقبول واستحسان الجمهور المستمع للإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو ، في حين يتسم الافراد المبحوثين من ذوي المستوى التعليمية المقبولة نوعا ما اما الافراد المبحوثين من ذوي المستويات المتوسطة فيتسمون بمؤهلات ومستويات وقدرات علميه ومعرفية متوسطة نوعا.

في جهة اخرى من الجدول يتبين لنا من خلال الجدول المتعلق بالمتغير الجنس على أن أغلبه الافراد المبحوثين من الاناث ينفون اعتماد الايداع المحلية لولاية تيزي وزو على اراء الجمهور من أجل اقتراح تحسينات على برامجها بالنسبة تمثل 11% في حيث نجد النسبة منخفضه لدى الذكور التي تمثل 6% من خلال هذه الاحصائيات يتبين لنا بان اغلبه الافراد المبحوثين اجمانا على عدم اخذ الإذاعة الجهوية باقتراحاتهم وآرائهن بجدية، وهذا انذل على شيء، انما يدل أن على أن هذه الإذاعة لا تعمل على القيم بالدراسات الجمهور وسبر الآراء واستطلاعات الرأي العام وهذا يدل على عدم وجود استراتيجيه واراده فعليه حقيقيه من أجل احداث تغيير وتطوير على مستوى برامجها ومضامينها الإعلامية الموجهة للجمهور المستمع.

أما الجدول المتعلق بمتغير السن نلاحظ من خلال البيانات بان معظم الافراد المبحوثين من الفئة العمرية الاولى من 18 الى 25 سنة من فون اعتماد الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو على اراء الجمهور وهذا اجل اقتراح تحسينات على برامجها ومضامينها الإعلامية بنسبه 8% وفي ثاني الترتيب نجد الفئة العمرية الثانية من 26 سنة الى 35 سنة بنسبه تمثل 7% وفي اخر ترتيب نجد الافراد المبحوثين من الفئة العمرية أكثر من 35 سنة بنسبه تمثل 2%.

انطلاقا من هذه الحصيلة الرقمية نستنتج بان اغلبه الافراد المبحوثين من الفئة العمرية الاولى من 18 الى 25 سنة يتسمون بالحيوية والحماس مع نقص النهج الادراك تمييز النفسي والفعل والعقل هنا ما يجعل الايداع المحلية لولاية تيزي وزو لا تأخذ برايه مقترحاتهم واتجاهاتهم بشكل جدي ومنطقي وملائم.

اما الجدول المتعلق بمتغير المستوى التعليمي يتضح لنا من خلال بياناته الرقمية ان اغلبه المبحوثين ينفون اعتماد الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو على اراء الجمعة من اجل اقتراح تحسينات على برامجها بنسبه تمثل 8% في ثاني ترتيب نجد الافراد المبحوثين ذوي

المستويات الجماعية بنسبه 7% وفي اخر الترطيب نجد النسبة منعم منعدمه لدى الافراد المبحوثين بمستويات متوسطه بنسبه تمثل ف0 %.

من خلال هذه القراءة الرقمية اتضح لنا بان غالبية الافراد المبحوثين من ذوي المستويات الثانوية لا تعمل الإذاعة على الاخذ بآرائهم اتجاهاتهم وافكارهم من اجل تحسين مختلف المضامين والمواد الإعلامية اذ ان هذه الفئة من الافراد المبحوثين تتسم بمستوي التعليمية مقبولة نوعا ما اسمح لها بتقديم افكار نيره ومناسبه من اجل تحسين مختلف المضامين والرسائل الإعلامية الموجهة الى الجمهور المستمع للإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو.

الجدول رقم (27): علاقة متغيرات الجنس والسن والمستوى التعليمي والحالة الاجتماعية حول أهم الأساليب المستخدمة على مستوى الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو من التأثير على سلوكيات واتجاهات الجمهور المستمع

المجموع	استخدام الحجج والبراهين		أسلوب عرض الحقائق		استضافة الشخصيات		التفسير		التحليل					
	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت				
	%60	60	%20	20	%8	8	%9	9	%14	14	%9	9	ذكور	الجنس
	%40	40	%6	6	%3	3	%2	2	%8	8	%21	21	أنثى	
	%100	100	%26	26	%11	11	%11	11	%22	22	%30	30	المجموع	
	%24	24	%1	1	%3	3	%6	6	%4	4	%10	10	من 18-25 سنة	السن
	%60	60	%22	22	%5	5	%4	4	%14	14	%15	15	من 26-35 سنة	
	16	16	%3	3	%3	3	3	1	%4	4	%5	5	أكثر من 36	
	%100	100	%26	26	%11	11	%11	11	%22	22	%30	30	المجموع	
	%4	4	%0	0	%0	0	%0	0	%1	1	%3	3	متوسط	المستوى التعليمي
	%27	27	%2	2	%3	3	%4	4	%7	7	%11	11	ثانوي	
	%69	69	%24	24	%8	8	%7	7	%14	14	%16	16	جامعي	
	%100	100	%26	26	%11	11	%11	11	%22	22	%30	30	المجموع	
	%54	54	%1	1	%3	3	%4	4	%20	20	%26	26	أعزب	الحالة الاجتماعية
	%44	44	%25	25	%8	8	%7	7	%1	1	%3	3	متزوج	
	%2	2	%0	0	%0	0	%0	0	%1	1	%1	1	مطلق	
	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	أرمل	
	%100	100	%26	26	%11	11	%11	11	%22	22	%30	30	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول المتعلق بمتغير الجنس نلاحظ أن أغلبية الأفراد المبحوثين من الإناث، يؤكدنا على أن التحليل يمثل من أهم الأساليب المستخدمة على مستوى الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو من أجل التأثير على السلوكيات واتجاهات الجمهور المستمع بنسبه تمثل 21% لدى الإناث، في حين تتدلى النسبة لدى الذكور التي تمثل 9%.

بناء على هذه المقاربات الرقمية يتضح بأن الإناث يجمعنا على أن تحليل الأخبار من خلال ذكر التفاصيل يعد من أهم الأساليب والطرق المستخدمة على مستوى الإذاعة من أجل التأثير على السلوكيات واتجاهات الجمهور كون الإناث يملن الى التدقيق في التعرف الى مختلف التفاصيل ومختلف الجزئيات.

أما الجدول المتعلق بمتغير السن فنلاحظ بأن أغلبية الأفراد المبحوثين من العمرية الثانية، يؤكدون بأن التحليل من أهم الأساليب المستخدمة على المستوى الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو من أجل التأثير على السلوكيات واتجاهات الجمهور المستمع بنسبه تمثل 15%، وفي ثاني الترتيب نجد الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية الأولى (من 18 سنة الى 25 سنة) بنسبة تمثل 10%، في اخر الترتيب نجد الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية الثالثة أكثر من 35 سنة بنسبة تمثل 5%.

من خلال هذه الحصيلة الرقمية يتضح لنا بأن أغلبية الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية الثانية (من 26 سنة الى 35 سنة)، يتسمون بالنضج العقلي والنفسي وهذا من خلال اطلاعهم الكبير على أن التحليل يمثل أحد الأساليب والطرق المؤثرة على مستوى السلوكيات واتجاهات الجمهور وأهم الاساليب المستخدمة على مستوى الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو.

أما الجدول المتعلق بمتغير المستوى التعليمي فنلاحظ من خلاله بان أغلبية الافراد المبحوثين من ذوي المستويات الجامعية يؤكدون على أن التحليل يعد من أهم الأساليب المستخدمة على المستوى الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو من أجل التأثير على السلوكيات واتجاهات الجمهور والمجتمع بنسبه تمثل 16%، نجد الافراد المبحوثين لذوي المستويات

الثانوية بنسبة تمثل 11%، وفي سلس الترتيب نجد الأفراد المبحوثين من ذوي المستويات المتوسطة بنسبة 3

من خلال هذه الاحصائيات الرقمية يتضح لنا ونستنتج، بأن أغلبية الأفراد المبحوثين من الفئة الجامعية تتمتع بمستويات تعليمية ومعرفية هائلة وتميل الى الاستماع بمختلف التفاصيل والجزئيات المتعلقة بالمضامين الإعلامية على مستوى الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو.

أما الجدول المتعلق بمتغير الحالة الاجتماعية، فيتبين لنا بأن أغلبية الأفراد المبحوثين من فئة العزاب يؤكدون بأن التحليل من أهم الأساليب المستخدمة على مستوى الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو من أجل التأثير على لسلوكيات واتجاهات الجمهور المستمر بنسبة تمثل 26%، ثم نجد في المرتبة الثانية أن الأفراد المبحوثين من فئة المتزوجين بنسبة تمثل 8% وفي اخر الترتيب نجد الأفراد المبحوثين من فئة المطلقين 1%، في حين نجد النسبة معدومة لدى الأفراد المبحوثين من الأرامل بنسبة 0%.

من خلال هذه القراءة الرقمية، يتأكد لنا، بأن أغلبية الأفراد المبحوثين من فئة العزاب لا يمتلكون مسؤوليات ولا تقع على عاتقهم التزامات وأعباء، حيث إنهم يميلون الى التحليل المعتمد على مستوى هذه الإذاعة من أجل تدعيم وتعزيز رصيدهم المعرفي والعلمي والاستفادة من التفاصيل الدقيقة والاطلاع على كل شاردة وواردة حول مخيلف القضايا والمسائل المتناولة سوا كانت اجتماعية أو سياسية من خلال المضامين والرسائل الإعلامية التي تبث على مستوى الحالة الاجتماعية .

أما الجدول المتعلق بالمتغير المستوى التعليمي فيتبين لنا من خلال معطياته الرقمية بأن أغلبية الأفراد المبحوثين لذوي المستويات الجامعية يجمعون على أن أسلوب عرض الحقائق يمثل أحد وأهم الأساليب الإعلامية المستخدمة على مستوى الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو من أجل التأثير على سلوكيات واتجاهاتهم النفسية والمعرفية بنسبة تمثل 8%، وفي ثاني

ترتيب نجد الأفراد المبحوثين لذوي المستويات الثانوية بنسبة تمثل 3%، وفي آخر الترتيب نجد الأفراد المبحوثين لذوي المستويات المتوسطة بنسبة منعدمه وصفره ثم تقدر 0%.

بناء على هذه المقاربات والمظاهر الرقمية يتضح لنا بأن أغلبية الأفراد المبحوثين لذوي المستويات الجامعية يركزون على أسلوب عرض الحقائق وهذا من استخدام أساليب مختلفة من حجج وبراهين وتكرار وتسلسل الأفكار وترابطها، يؤدي الى اثرء مستوى رصيدهم المعرفي والثقافي من خلال مضامين المقدمة على مستوى قناة الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو.

وفي الجدول المتعلق بمتغير الجنس يتبين لنا بأن أغلبه الأفراد المبحوثين من فئة الذكور، يؤكدون بأن استضافة الشخصيات يعد من أهم الأساليب الإعلامية المستخدمة على المستوى الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو من أجل التأثير على السلوكيات والاتجاهات في حين نجد النسبة متدليه ومنخفضة لدى الأفراد المبحوثين من الاناث انطلاقا وبناء على هذه الاحصائيات والبيانات الرقمية، نستنتج بأن الذكور يجمعون على أن استضافة الشخصيات من أهم الأساليب الإعلامية المستخدمة على مستوى هذه الإذاعة المحلية وهذا من أجل اثرء معارفهم المعرفية والدافع والفضول والرغبة للتعرف على هذه الشخصيات المؤثرة في مختلف الميادين السياسية والاجتماعية والثقافية، أما الجدول المتعلق بمتغير السن يتضح من خلال بيانات وإحصائيات بأن أغلبية الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية الأولى من 118 سنة الى 25 سنة، يؤكدون على أن استضافة الشخصيات الفاعلة من أهم الأساليب الإعلامية المستخدمة على المستوى الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو من أجل التأثير على السلوكيات واتجاهات الجمهور المستمع بنسبة 6%، وفي ثاني ترتيب نجد الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية الثاني (من 26 سنة الى 35 سنة) تمثل 4%، وفي اخر الترتيب نجد الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية الثالثة أكثر من 35 سنة بنسبة تمثل 1%.

بناء على هذه الاحصائيات الرقمية والكمية، يتبين لنا بأن أغلبية الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية الأولى (من 18 سنة الى 25 سنة) يتميزون بالحيوية والحماس ونقص النضج العقلي والنفسي لكن هنالك فضول في معرفة كل ما هو جديد من الأساليب الإعلامية، وعلى وجه الخصوص استضافه الشخصيات المؤثرة في المشهد السياسي أو الثقافي أو الاجتماعي على مستوى الإذاعة المحلية وهذا من أجل فهم مختلف المضامين الإعلامية فهما جيداً ومناسباً وملائماً.

أما الجدول المتعلق بالمتغير المستوى التعليمي، فيتبين لنا من خلال مقاربتها الرقمية على أن أغلبية الأفراد المبحوثين من ذوي المستويات الجامعية يجمعون على أن استضافة الشخصيات السياسية من أهم الأساليب المستخدمة على مستوى الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو من أجل التأثير على سلوكياتهم واتجاهاتهم بنسبة تمثل 7%، وفي ثاني ترتيب نجد الأفراد المبحوثين لذوي المستويات الثانوية بنسبة تمثل 4%، وفي آخر الترتيب نجد الأفراد المبحوثين لذوي المستويات المتوسطة بنسبة منعدمة وصفرية تمثل 0%.

من خلال هذه المقاربات الرقمية والكمية نستنتج بأن أغلبية الأفراد المبحوثين من ذوي المستويات التعليمية الجامعية والمؤهلات المعرفية الهائلة والمعتبرة التي تسمح لهم بالاطلاع والاستفادة من المعلومات المقدمة والتي تبث عبر القناة الإذاعية المحلية لولاية تيزي وزو، وهذا من خلال التعارف والاطلاع على أهم الشخصيات الفاعلة في مختلف الميادين السياسية الاقتصادية والثقافية ومن أجل اثراء رصيدهم المعرفي وتدعيمه.

أما الجدول المتعلق بالحالة الاجتماعية، فيتضح لنا من خلال بيانات وإحصائيات الرقمية على أن أغلبية الأفراد المبحوثين من ذوي فئة المتزوجين يؤكدون على أن استهداف الشخصيات يعد من أهم الأساليب الإعلامية المستخدمة على مستوى الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو، من أجل التأثير على سلوكيات واتجاهات الجمهور المستمع بنسبة تمثل 7%،

وفي ثاني الترتيب نجد الأفراد المبحوثين من فئة العزاب بنسبة تمثل 4%، وفي اخر الترتيب نجد الأفراد المبحوثين من فئة المطلقين والأرامل بحسب المعلومات تمثل 0%.

بناء على هذه المقاربات والاحصائيات الرقمية والكمية يتضح لنا بأن فئة المتزوجين من المبحوثين يركزون على أسلوب استضافة الشخصيات الذي يعد من أهم الأساليب الإعلامية المستخدمة على مستوى هذه الإذاعة، وهذا من أجل اسراء رصيد المعرفي رغم أنه يقع على عاتقهم وكاهلهم التزامات وواجبات عائلية وأسريه اتجاه الأولاد والزوجة.

وفي اخر الترتيب نجد أسلوب عرض الحقائق، اذ يتبين ويظهر لنا من خلال احصائيات الرقمية للجدول المتعلق بمتغير الجنس على أن أغلبيه الأفراد المبحوثين من الذكور يجمعون على أن أسلوب عرض الحقائق يعد من أهم الأساليب الإعلامية المستخدمة على مستوى الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو من أجل التأثير على سلوكياتهم واتجاهاتهم المختلفة بنسبة تمثل 8%، وفي ثاني الترتيب، في حين نجد النسبة المنخفضة لدى الاناث التي تمثل 3%.

بناء على هذه الاحصائيات والمقاربات الكمية والرقمية، يتضح لنا تركيز الأفراد المبحوثين من الذكور على أسلوب عرض الحقائق بشكل تسلسلي وترابطي وهذا من اجل اسهام مختلف المضامين الإعلامية فهما سليما، وجيدا، وفهما، ومعتبرا.

أما الجدول المتعلق بمتغير السن، فيبرز لنا من خلال بياناته الرقمية على أن أغلبية الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية الثانية (من 26 سنة الى 35 سن) يؤكدون على أن أسلوب عرض الحقائق يعد من اهم الأساليب الإعلامية المستخدمة على مستوى الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو من أجل التأثير على سلوكيات واتجاهات الجمهور المستمعة بنسبة تمثل 5%، وفي ثاني الترتيب نجد الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية الأولى (من 18 سنة الى 25 سنة) والأفراد المبحوثين من الفئة العمرية الثالثة (أكثر من 35 سنة) بنسبة تمثل 3%.

بناء على هذه المعطيات والبيانات الرقمية يتضح لنا بأن اغلبية الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية الثانية (من 26 سنة الى 35 سنة) يتمتعون بنوع من النضج والعقل والاستعداد النفسي والادراك المناسب الذي يسمح لهم بفهم مختلف القضايا والمسائل المعقدة والغامضة والمبهمة.

أما الجدول المتعلق بالمتغير المستوى التعليمي فيبين لنا من خلال معطياته الرقمية بأن أغلبية الأفراد المبحوثين لذوي المستويات الجامعية، يجمعون على أن أسلوب عرض الحقائق يمثل أحد وأهم الأساليب الإعلامية المستخدمة على مستوى الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو، من أجل التأثير على سلوكياتهم واتجاهاتهم النفسية والمعرفية بنسبة تمثل 8%، وفي ثاني ترتيب نجد الأفراد المبحوثين لذوي المستويات الثانوية بنسبة تمثل 3%، وفي اخر الترتيب نجد الأفراد المبحوثين لذوي المستويات المتوسطة بنسبة منعدمة وصفرية ثم تقدر 8%.

بناء على هذه المقاربات والمظاهر الرقمية، يتضح لنا بأن أغلبيه الأفراد المبحوثين لذوي المستويات الجامعية يركزون على أسلوب عرض الحقائق وهذا من استخدام أساليب مختلفة من حجج وبراهين وتكرار وتسلسل الأفكار وتربطها، يؤدي الى اثراء مستوى رصيدهم المعرفي والثقافي من خلال المضامين المقدمة على مستوى القناة الإذاعية المحلية لولاية تيزي وزو.

أما الجدول المتعلق بمتغير الحالة الاجتماعية، فيبين لنا من خلال مقاربتها الرقمية على أن أغلبيه الأفراد المبحوثين من فئة المتزوجين يؤكدون على أن أسلوب عرض الحقائق يعد من أهم الأساليب المستخدمة على مستوى الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو من أجل التأثير على سلوكياتهم واتجاهاتهم بنسبة تمثل 8%، من فئة العزاب بنسبة تمثل %، وفي اخر الترتيب نجد الأفراد المبحوثين المطلقين والأرامل بنسبة منعدمة وصفرية تمثل 0%.

انطلاقاً من هذه المقاربات الرقمية، نتضح ونستنتج بأن أغلبية الأفراد المبحوثين من المتزوجين يركزون على أسلوب عرض الحقائق بشكل تسلسلي ومترابط ومتناسق، وهذا من أجل فهم مختلف المضامين الإعلامية المختلفة سواء كانت اجتماعية أو اقتصادية كونهم يعدون أرباب أسر يقع على عاتقهم واجبات وأعباء والتزامات عائلية والتزامات الأولاد.

الجدول رقم (28): يمثل علاقة متغيرات الجنس والسنن والمستوى التعليمي بمدى نيل البرامج والمضامين الإعلامية المقدمة على مستوى الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو القبول والاستحسان لدى الجمهور المستمع.

المجموع		لا		نعم		الإجابة	
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات	
%60	60	%9	9	%51	51	نكور	
						أنثى	
						المجموع	
%24	24	%4	4	%20	20	من 18-25 سنة	
						من 26-35 سنة	
						أكثر من 36	
						المجموع	
%16	16	%1	1	%51	15	ثانوي	
						متوسط	
						جامعي	
						المجموع	
%4	4	%2	2	%2	2	ثانوي	
						متوسط	
						جامعي	
						المجموع	
%27	27	%8	8	%19	19	ثانوي	
						متوسط	
						جامعي	
						المجموع	
%69	69	%0	0	%69	69	ثانوي	
						متوسط	
						جامعي	
						المجموع	
%100	100	%10	10	%90	90	ثانوي	
						متوسط	
						جامعي	
						المجموع	

من خلال النسب المئوية الواردة والمسجلة والمسفرة في الجدول أعلاه، المتعلق بمتغير الجنس، يتبين لنا بأن غالبية أفراد عينة الدراسة من الذكور، يجمعون على نيل البرامج والمضامين والرسائل الإعلامية المقدمة والمعروضة على مستوى الإذاعة الجهوية لولاية تيزي وزو القبول والاستحسان لدى الجمهور المستمع، بنسبة تقدر بـ 51%، في حين نجد النسبة متدنية لدى الأفراد المبحوثين من الإناث التي تمثل 39%.

من خلال هذه القراءة الرقمية والإحصائية للجدول السابق ذكره ، نستنتج ونستخلص بأن أغلبية ومعظم الأفراد المبحوثين من الذكور، يجمعون ويتفقون على أن المضامين والمحتويات والمواد والرسائل الإعلامية والإذاعية المقدمة، والتي من تبث على مستوى الجهوية لولاية تيزي وز ذات جودة ونوعية عالية وكبيرة ومعتبرة ومناسبة، والتي تنال قبولهم ورضاهم واستحسانهم الكبير والهام والكبير، كونها تعمل على إشباع وتلبية مختلف الإشباعات والرغبات والحاجات النفسية والمعرفية والوجدانية والسلوكية للجمهور المستمع بشكل مناسب، وتساهم في تكوين الاتجاهات والآراء المختلفة والقناعات السياسية والاجتماعية والتصورات الإدراكات السليمة والسوية نتيجة وجود دراسات قبلية للجمهور، من خلال إجراء استطلاعات الراي العام والقيام بعمليات سبر الآراء للتعرف على اتجاهات الجمهور، حول نوعية البرامج والمحتويات الإعلامية المستحسنة والمرضية لهم، من أجل العمل على تقديمها في قالب جيد ومشوق ويمكن أن نفسر ونبرر هذه النسبة العالية لدى الذكور، كونهم يمثلون 60 مفردة، مقارنة مع نسبة الإناث المنخفضة التي تقدر بـ 40 مفردة.

أما الجدول المتعلق بمتغير السن، فيبرز لنا من خلال بياناته الرقمية والكمية على أن أغلبية أفراد عينة الدراسة المبحوثين من الفئة العمرية الثانية (من 26 سنة إلى 35 سنة) يؤكدون على نيل البرامج والمضامين والمواد الإعلامية المقدمة على مستوى الإذاعة الجهوية لولاية تيزي وزو القبول والاستحسان والرضا لدى الجمهور المستمع، بنسبة تمثل 55%، ثم يليه في ثاني الترتيب الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية الأولى (من 18 سنة إلى 25 سنة) بنسبة تمثل 20%، وفي ثالث الترتيب والآخر، نجد الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية الثالثة (أكثر من 35 سنة)، بنسبة منخفضة ، التي تمثل 15%، لكل واحدة منهما .

من خلال هذه البيانات الرقمية، يتضح لنا بأن معظم الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية الثانية (من 26 سنة إلى 35 سنة)، يتمتعون بقدرات ومؤهلات نفسية وعقلية وذهنية وسلوكية معتبرة ومناسبة ، تتيح تسمح لهم ملاحظة والاطلاع والتعرف على أن الإذاعة الجهوية لولاية

تيزي وزو، تقوم بعرض وتقديم وبث مختلف المضامين والرسائل والمواد الإعلامية، ذات النوعية والجودة والكمية المناسبة، من أجل تلبية مختلف رغباتهم واحتياجاتهم الطقوسية والمعرفية والنفسية، التي تناسب مرحلتهم العمرية ويكون ذلك عن طريق التنويع والتجديد في تقديم حصص وريبورتاجات وتحقيقات وبورتريهات ونشرات الأخبار، والموسيقى ومختلف المسرحيات الفكاهية، وتناول مختلف الأحداث والفعاليات والتظاهرات الرياضية والسياسية والاجتماعية المقامة في المجتمع، في مناسبات وفترات معينة، وكذا التطرق إلى مختلف الأحداث والوقائع الحاصلة على المستوى المحلي أو المستوى الدولي والعربي، مثل الأزمة النيجرية، الزلزال العنيف الذي ضرب المغرب، واخير مستجدات الحرب الروسية الأوكرانية وتضاعف النزاع النووي بين الولايات المتحدة الأمريكية وكوريا الشمالية. وأخير مستجدات وتطورات القضية الفلسطينية، والقضية الصحراء الغربية، والدول العربية التي قامت بالتطبيع السياسي مع الكيان الصهيوني الإرهابي الظالم المجرم القاتل ، التي لا يزال يمارس سلسلة من مجازره الدموية، من قتل وسجن، وحصار، وتشريد، وتجويع على الشعب الفلسطيني الأعرال والصامد والأبي والمقاوم، في ظل الصمت المطيع والسبات العميق لمختلف الدول العربية التي تدعي وتتغني بالشعارات الزائفة البراقة والرنانة، بأن القضية الفلسطينية تمثل القضية المحورية والمركزية والرئيسية للأمة العربية المسلمة، مثل: الدول الشقيقة المغرب البحرين السودان، الإمارات العربية المتحدة، والنزاع الحدود القائم والمستمر بين الهند وأفغانستان حول إقليم الكشمير...إلخ، إذ يمكن تفسير هذه النسبة العالية لدى الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية الثانية (من 26 سنة إلى 35 سنة)، إلى كونهم الغالبون والسائدون على مستوى عينة دراستنا الحالية، والتي تقدر بـ 60 مفردة، في حين نجد النسب منخفضة ومتدنية لدى بقية الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية الأولى (من 18 سنة إلى 25 سنة) والأفراد المبحوثين من الفئة العمرية الثالثة (أكثر من 35 سنة) وهذا لمحدودية أفراد عينتها على مستوى دراستنا الحالية .

أما الجدول المتعلق، بمتغير المستوى التعليمي، يتبين لنا من خلال معطياته الرقمية على أن معظم الأفراد المبحوثين من ذوي المستويات الجامعية، يجمعون على نيل مختلف البرامج والمضامين الإعلامية المقدمة على مستوى الإذاعة الجهوية لولاية تيزي وزو القبول والاستحسان لدى الجمهور المستمع، بنسبة تمثل 69%، وفي ثاني الترتيب نجد الأفراد المبحوثين، من ذوي المستويات الثانوية بنسبة تمثل 12%، وفي ثالث الترتيب وأخيره، نجد الأفراد المبحوثين، من ذوي المستويات المتوسطة التي تمثل نسبة 2%.

من خلال هذه المعطيات الرقمية والإحصائية، يتضح لنا بأن أغلبية الأفراد المبحوثين من ذوي المستويات الجامعية، يؤكدون بأن مختلف البرامج المعلومات والمضامين الإعلامية المقدمة عبر الإذاعة الجهوية لولاية تيزي وزو، ذات نوعية وكمية مناسبة وملائمة، إذ إن هذه الفئة الجامعية، تتمتع برصيد علمي ومعرفي كبير، يسمح لها بتقديم آراء وأفكار موضوعية ومنطقية، على الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو، تعمل على تلبية مختلف ميولات وأذواق ورغبات الجمهور المختلفة والمتعددة، من خلال تقديم مختلف الرسائل والمحتويات ذات المضمون السياسي والاجتماعي والاقتصادي والثقافي والرياضي على اعتبار أن الجمهور غير متجانس، وله ميولات وحاجات متعددة، سواء كانت نفسية أو اجتماعية أو ثقافية، إذ تقوم الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو على الاستجابة لكامل هذه الاحتياجات والميولات والرغبات، والاقتراحات، من خلال الاتصالات الهاتفية للجمهور، وكذا القيام بدراسات وتحقيقات ميدانية، حول أهم المضامين والبرامج الإعلامية والإذاعية التي تحظى بالمشاهدة العالية والقبول، وأهم أوقات الذروة في عرض وتقديم هذه البرامج والمضامين الإعلامية، ومنه العمل على نيل رضا وقبول وتأييد ومساندة وتعاطف هذا الجمهور المستمع، والعمل على تقديم منتجات وصناعات إعلامية ذات جودة ونوعية عالية للجمهور كون هذه المؤسسة الإذاعية، لا تنشط في فراغ، إنما من خلال التفاعل مع مختلف متغيرات البيئة الخارجية، والعمل على التكيف والتأقلم المستمر والتعامل معها بشكل جيد من أجل

استمرارية وبقاء واستقرار هذه المؤسسة الإذاعية، في إطار المحيط الذي تنتشط فيه خاصة في ظل المنافسة الشديدة الحادة والكبيرة والشرسة الموجودة بين مختلف المؤسسات الإعلامية من أجل العمل على استقطاب وجذب واستمالة أكبر قدر ممكن من الجماهير الحالية أو المستقبلية، مما يتوجب ويتطلب عليها تعديل وتغيير السياسات والإستراتيجيات والخطط الإعلامية وجعلها متناسقة ومتأقلمة مع متغيرات البيئة الداخلية والخارجية للإذاعة الجهوية لولاية تيزي وزو، من أجل ضمان تقديم برامج ذات جودة عالية للجمهور، ويمكن تفسيره هذه النسبة العالية لدى الأفراد المبحوثين من الفئة الجامعية، كونهم الغالبون على مستوى عينة دراستنا، التي تقدر بـ 69 مفردة ، وهذا مقارنة مع تواضع ومحدودية مفردات الأفراد المبحوثين، من ذوي المستويات التعليمية الثانوية والمتوسطة .

وفي الجهة الأخرى من الجدول، يتضح لنا من خلال الجدول المتعلق بمتغيرالجنس على أن غالبية الأفراد المبحوثين من الذكور، ينفون نيل البرامج والمضامين والرسائل الإعلامية المقدمة والمعروضة على مستوى الإذاعة الجهوية لولاية تيزي وزو القبول والاستحسان لدى الجمهور المستمع، بنسبة تقدر بـ 9%، في حين نجد النسبة متدنية لدى الأفراد المبحوثين من الإناث التي تمثل 1%.

من خلال هذه المؤشرات والرقمية الواردة سابقا ، يتضح لنا بأن أغلبية أفراد عينة الدراسة من الذكور، من خلال نفيهم على أن المضامين والمحتويات والمواد والرسائل الإعلامية المقدمة والتي من تبث على مستوى الجهوية لولاية تيزي وزو، لا تعمل على نيل رضاهم وقبولهم واستحسانهم، كونها لا تلب وتستجيب لمختلف احتياجاتهم ورغباتهم النفسية والاجتماعية والمعرفية والسلوكية، وهي تتسم بالمنطوية والركاكة والسطحية في تناول مختلف القضايا والمسائل الاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي تحظى بالاهتمام لدى الشأن العام مما يتطلب على هذه المؤسسة الإذاعية العمل والحرص على استحداث وخلق وبناء وصياغة إستراتيجيات وخطط وسياسات فعالة وناجعة مختلفة ذات مقاربات نوعية وكمية

من أجل الاطلاع الدقيق الأمثل والأنسب على أهم البرامج والمحتويات والمضامين الإعلامية، التي تحظى بالاهتمام والمتابعة والاطلاع الكبير لدى الجمهور المستمع لهذه الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو، والعمل على تلبية وإرضاء مختلف شرائح الجمهور المستمع من أطفال وشباب ونساء وكهول وشيوخ، من دون التركيز على فئة دون أخرى، من أجل تحقيق الموضوعية والنزاهة والدقة في التحليل والتفسير والإقناع وتبسيط الضوء على مختلف القضايا والمسائل، التي تعنى بالشأن والوضع المعيشي والاقتصادي والاجتماعي للمواطن البسيط ، وواقع التنمية الاقتصادية والاجتماعية مثل: تناول مواضيع البطالة أزمة السكن الهجرة غير الشرعية، أفة تعاطي المخدرات، الدعارة، واقع الإدارة العمومية وقضايا الزواج والطلاق والعنوسة، التسرب والتنمر المدرسي العنف ضد المرأة والأطفال، حوادث المرور جرائم القتل وكشف مختلف الانحرافات والسلوكيات غير السوية والسليمة والمنطقية، التي تهدد قيم وتقاليد وعادات وأعراف المجتمع .

أما الجدول المتعلق بمتغير السن، فيبرز لنا من خلال بياناته الرقمية على أن أغلبية أفراد عينة الدراسة المبحوثين من الفئة العمرية الثانية (من 26 سنة إلى 35 سنة)، ينفون نيل البرامج والمضامين والرسائل الإعلامية المقدمة والمعروضة على مستوى الإذاعة الجهوية لولاية تيزي وزو القبول والاستحسان لدى الجمهور المستمع ، بنسبة تمثل 5%، ثم يليه في ثاني الترتيب الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية الأولى(من 18 سنة إلى 25 سنة) بنسبة تمثل 4% ، وفي ثالث الترتيب والآخر، نجد الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية الثالثة (أكثر من 35 سنة)، بنسبة منخفضة ، التي تمثل 1%،

من خلال هذه البيانات الرقمية، يتضح لنا بأن معظم أفراد عينة الدراسة من الفئة العمرية الثانية (من 26 سنة إلى 35 سنة)، تتمتع باستعداد ذهني عالي ومستوى كبير من النضج والإدراك العقلي والسلوكي، من خلال اطلاعها وملاحظتها بأن البرامج والمضامين المقدمة على مستوى الإذاعة الجهوية لولاية تيزي وزو، لا تلقى وتجد الرضا والقبول

والاستحسان لدى الجمهور المستحسن، وهذا يعود إلى تركيزها على معالجة وتقديم مواضيع لا تعن بالشأن السياسي والاجتماعي والاقتصادي للمواطنين، ويغلب عليها طابع الحدس والعشوائية والارتجالية والتخمين والتكهن، من دون توفر رؤية استشرافية ومستقبلية، ووجود إستراتيجية واضحة المعالم، التي تعمل على صياغة وتحديد برامج ومحتويات إعلامية تلقى القبول والاهتمام والمتابعة لدى عامة الأفراد المستمعين للإذاعة الجهوية لولاية تيزي وزو مما يتطلب ويتوجب على القائمين بالاتصال بهذه المؤسسة إعادة النظر في كيفية صياغة وتحديد وتقديم مختلف البرامج والمحتويات الإعلامية، التي تنال القبول والاستحسان والرضا لدى الجمهور المستمع، وهذا يكون من خلال الاستغلال الأمثل والرشيد لمختلف الإمكانيات المادية والمالية والموارد البشرية المتوفرة والمتاحة، من أجل تقديم مضامين ومحتويات إعلامية هادفة وناجعة ومفيدة تنال رضا وقبول واستحسان الجمهور المستمع لهذه القناة الإذاعية لولاية تيزي وزو، وينبغي أن تتناول مختلف الفئات الاجتماعية، دون التركيز على فئة الشباب مثلا أو الشيوخ، وهذا من أجل تحقيق وتكريس وتجسيد مبدأ العدل والمساواة وإرضاء كامل الأذواق والميولات والرغبات النفسية والمعرفية لدى مختلف فئات المجتمع وشرائه.

أما الجدول المتعلق، بمتغير المستوى التعليمي، يتبين لنا من خلال معطياته الرقمية على أن معظم الأفراد المبحوثين من ذوي المستويات الثانوية، ينفون نيل مختلف البرامج والمضامين الإعلامية المقدمة على مستوى الإذاعة الجهوية لولاية تيزي وزو القبول والاستحسان لدى الجمهور المستمع بنسبة تمثل 8%، وفي ثاني الترتيب نجد الأفراد المبحوثين، من ذوي المستويات الثانوية، بنسبة تمثل 2%، وفي أخير الترتيب، نجد الأفراد المبحوثين، من ذوي المستويات الجامعية، بنسبة معدومة وصفرية، التي تمثل نسبة 2%.

من خلال هذه القراءة البيانية والرقمية، يتضح لنا بأن أغلبية الأفراد المبحوثين من ذوي المستويات الثانوية، من ذوي المستويات التعليمية المتوسطة والمقبولة نوعا ما، ويمكن تبرير

وتفسير نفيهم لنيل مختلف البرامج والمضامين الإعلامية المقدمة على مستوى الإذاعة الجهوية لولاية تيزي وزو لقبول واستحسانهم ورضاهم إلى أن القائمين بالاتصال على مستوى الإذاعة الجهوية لولاية تيزي وزو، لا تعمل على مراعاة النواحي والمستويات التعليمية للأفراد المبحوثين من ذوي المستويات الثانوية، إذ تتسم تلك المضامين والبرامج الإعلامية المقدمة على مستوى الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو، بعدم وضوحها وفهمها واستيعابها، من خلال استخدام مصطلحات وأساليب إعلامية لا تتناسب وتتوافق وتتناغم مع القدرات والمؤهلات العقلية والذهنية والمعرفية للأفراد المبحوثين من ذوي المستويات الثانوية، مما يتوجب على مسؤولي الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو، ضرورة العمل على تقديم وبث مضامين إعلامية مفهومة لدى مختلف الأفراد من ذوي المستويات التعليمية المختلفة والمتعددة من أجل تزويدهم بمختلف المعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، وكنا أن الافراد المبحوثين من ذوي المستويات المتوسطة، يتسمون ويتميزون بمستويات تعليمية متوسطة، مما ينبغي على القائمين بالاتصال على مستوى هذه الإذاعة الجهوية لولاية تيزي وزو العمل على تبسيط وتوضيح وتسهيل تحقيق الفهم الجيد والسليم والقويم والاستيعاب المناسب لمختلف الرسائل والمضامين الإعلامية بلغة بسيطة وواضحة ومفهومة تطبيقاً للمقولة الشهيرة " **خاطب الناس حسب عقولهم** " ومنه يؤدي في النهاية إلى نيل رضا واستحسان الجمهور، كون الإذاعة تتمتع بخاصتي الاستماع والتخيل للأحداث والقضايا، كما أنها لا تزال تحتل وتتبوأ المكانة العالية والمعتبرة لدى مختلف فئات المجتمع خصوصاً لدى الفئات العمرية من الأفراد، التي تتجاوز 50 سنة، وهذا يضمن عدم لجوئهم وهروبهم إلى مصادر إعلامية ودائل أخرى من أجل الاطلاع على مختلف المضامين والرسائل الإعلامية المختلفة، أما النسبة الصغرى لدى الأفراد المبحوثين من ذوي المستويات الجامعية، فيمكن ان نرجعها إلى كون مختلف المضامين والرسائل الإعلامية المقدمة عبر الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو ذات جودة ونوعية عالية وكبيرة، إذ أنها تستخدم مختلف الأساليب الإعلامية

من تحليل وتفسير وشرح وتقديم الحجج والبراهين وأسلوب عرض الحقائق بشكل تسلسلي وترابطي، مما يؤدي إلى الاهتمام والاطلاع الكبير والواسع والمعتبر لدى هذه الفئة الجامعية، خصوصا وأنها تستهدف الاهتمام بشكل ومضمون هذه الرسائل الإعلامية، التي تكون ملائمة ومناسبة لمختلف فئات المجتمع، وتعمل على تزويده وإمداده بمعلومات وبيانات كمية ونوعية، والاطلاع والتعرف على أخير التطورات السياسية والاجتماعية والاقتصادية، سواء على الصعيد المحلي أو الدولي أو العربي أو الإقليمي، ومنه تحقيق الاستمرارية والبقاء والاستقرار لهذه المؤسسة الإذاعية في إطار المحيط ، الذي تنشط فيه.

الجدول رقم (29): يمثل علاقة متغيرات الجنس والسن والمستوى التعليمي والإقامة حول أهم الاستمالات المستخدمة عبر الإذاعة المحلية من أجل أحداث التغيير والتأثير على الجمهور المستمع من خلال مضامينها الإعلامية.

المجموع		استمالات سلوكية		استمالات عقلية		استمالات نفسية		الإجابة	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات	
%60	60	%1	1	%19	19	%40	40	ذكور	الجنس
%40	40	%10	10	%16	16	%14	14	أنثى	
%100	100	%11	11	%35	35	%54	54	المجموع	
%27	24	%2	2	%4	4	%18	18	من 18-25 سنة	السن
%60	60	%7	7	%21	21	%32	32	من 26-35 سنة	
%16	16	%2	2	%10	10	%4	4	أكثر من 36	
%100	100	%11	11	%35	35	%54	54	المجموع	
%4	4	%1	1	%1	1	%2	2	متوسط	المستوى التعليمي
%27	27	%3	3	%1	1	%23	23	ثانوي	
%69	69	%7	7	%33	33	%29	29	جامعي	
%100	100	%11	11	%35	35	%54	54	المجموع	
%54	54	%3	3	%2	2	%49	49	الريف	الإقامة
%45	45	%8	8	%33	33	%5	5	المدينة	
%00	100	%11	11	%35	35	%54	54	المجموع	

يتضح لنا من خلال جدول البيانات الجدول أعلاه بأن أغلب الأفراد المبحوثين منها الذكور يؤكدون بأن الاستمالة النفسية تعد من أهم الاستمالات المستخدمة عبر الإذاعة المحلية لولادتي سينسون من أجل إحداث التغيير والتأثير المنشود على الجمهور من خلال مضامينها السياسية بنسبة تمثل 40%، أو في حين تتخفف النسبة لدى الإناث التي تمثل 14%، انطلاقاً من هذه المعطيات الرقمية والإحصائية يتضح لنا بشكل كبير على أن أغلبية الأفراد المبحوثين من الذكور يركزون على أن الاستمالات النفسية من أهم الاستمالات المستخدمة عبر الإذاعة المحلية من أجل إحداث التغيير والتعديل المنشود والمقصود، وتتمثل هذه الاستمالة من خلال تغيير مختلف تكوين الاتجاهات وتبني الاتجاهات المختلفة، أو بوجود ما يعرف بالوظيفة الترغيبية أو الوظيفة التخويفية، يمكن أن نرجع النسبة العالية لدى الذكور كونهم الغالبون على مستوى دراستنا حيث تقدر عدد مفرداتها ب60 مفردة، أما من خلال الجدول المتعلق بمتغير السن نلاحظ من خلال معطياته ومقاربتة الرقمية بأن الأفراد المبحوثين أو من الفئة العمرية الثانية من (سنة 26 الى 35 سنة) يؤكدون ويجمعون على أن أهم الاستمالات المستخدمة عبر الإدارة المحلية من أجل إحداث التغيير والتأثير المنشود على الجمهور من خلال المضامين والرسائل الإعلامية وتمثله في الاستمالات النفسية بنسبة تمثل 32%، وهو في ثاني الترتيب من الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية الأولى (من 18 إلى 25 سنة) بنسبة تمثل 18%، ويتذيل الترتيب فئة الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية الثالثة (أكثر من 35 سنة) بنسبة تقدر ب4%.

من خلال هذه البيانات الرقمية والإحصائيات الحسابية، يتبين لنا بأن أغلبية الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية الثانية (من 26 سنة إلى 35 سنة) يتمتعون بنوع ومستوى عالي من النضج والإدراك والتميز العقلي والسلوكي الذي يسمح باستقبال وتلقي مختلف المضامين الإعلامية المختلفة عبر الإذاعة الجهوية لولاية تيزي وزو، إذا يمكن أن نفسر

النسب الكبيرة لدى الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية الثانية (من 26 سنة إلى 35 سنة) كونهم الغالبون على مستوى عينة دراستنا التي تقدر بـ 60 مفردة، في حين نجد أن الفئة العمرية الأولى (من 18 سنة إلى 25 سنة) يتميزون بالحيوية والنشاط مع نقص النضج العقدي والنفسي والسلوكي وتوفر الفضول والملل إلى التعرف فيها على كل ما هو جديد، وهذا ما يؤدي به إلى تكوين اتجاهاته نفسية من خلال تبني بعض السلوكيات و تشكيل الاتجاهات لمختلف التصورات سواء كانت تصورات اجتماعية أو اقتصادية أو ثقافية، أما الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية الثالثة (أكثر من 35 سنة) فيتمتعون بمستوى عالي وكبير من النضج النفسي والعقلي والتميز الذي يسمح لهم بتعديل وتغيير سلوكياتهم المختلفة، أما الجدول المتعلق بمتغير المستوى التعليمي، فنلاحظ من خلال بياناته الرقمية بأن أغلبية الأفراد المبحوثين من ذوي المستويات الجامعية بنسبة 29%، وفي ثاني الترتيب نجد الأفراد المبحوثين إني ذوي المستويات الثانوية ويتذيل الترتيب الأفراد المبحوثين هم من ذوي المستويات المتوسطة بنسبة تماثل 2%.

انطلاقاً من هذه المقاربات والحصيلة والقراءة الرقمية، يتضح لنا بشكل كبير بأن أغلبية الأفراد المبحوثين هنا من ذوي المستويات الجامعية يركزون على أهم الاستمالات المستخدمة عبر الإذاعة الجهوية لولاية تيزي وزو من أجل إحداث التغيير والتأثير المقصود والمطلوب والممنهج على الجمهور المستمع من خلال المضامين الإعلامية، التي تتمثل في الاستمالات النفسية من خلال استخدام أساليب الإقناع والحجج والبراهين ومختلف المؤثرات الصوتية والموسيقى، وهذا من أجل تحديث التغيير المطلوب على السلوكيات وآراء واتجاهات الأفراد المبحوثين ، ويمكن أن نفسر النسبة العالية لدى الأفراد المبحوثين من ذوي المستويات الجامعية إلى كونهم يتسمون بمستويات عالية وعلمية عادية، كما أنهم الغالبون على مستوى عينة دراستنا التي تقدر بنسبة 69%، في حين نجد بقية الأفراد المبحوثين من ذوي المستويات المتوسطة بنسبهم المنخفضة والتي تعود إلى عددهم المحدود بالإضافة إلى أن

هذه الفئات تتسم بمستويات متوسطة ومقبولة، لكن لا يمنع هذا من التأثير بمختلف المضامين والمواد الإعلامية على مستوى الإذاعة الجهوية لولاية تيزي وزو، أما فيما يتعلق بمتغير الإقامة فنلاحظ من خلال بياناته الشخصية بأن أغلبية الأفراد المبحوثين من القاطنين والساكين في الريف بنسبة تمثل 49%، في ثاني الترتيب نجد الأفراد المبحوثين القاطنين على مستوى المدينة بنسبة تقدر ب 5%.

انطلاقاً من هذه المقاربات الرقمية والإحصائية والقراءة الكمية يتضح لنا بأن أغلبية الأفراد المبحوثين من القاطنين والساكين في الريف، يؤكدون بأن الاستمالة النفسية تعد من أهم الاستمالات المستخدمة عبر الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو من أجل إحداث تغيير التأثير على الجمهور المستمع من خلال مضامينها الإعلامية وهذا لكونهم يعيشون في الريف، أين يكون فيه العزلة والروتين والتهميش والضجر، ونقص المرافق العمومية "أي وسائل الاعلام تعزف على الوتر الحساس، أي وتر الاحاسيس والمشاعر"، و يلجؤون إلى استخدام الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو، من أجل تلقي مختلف المضامين والرسائل التي تتناسب وتتناغم و تتسق وتوافق اتجاهاتهم وعاداتهم وتقاليدهم وقيمهم الاجتماعية والسلوكية والاقتصادية، في حين نجد الأفراد المبحوثين الساكنين في المدينة من خلال نسبهم المحدودة والتي تعود إلى كونهم يستعملون وسائل أخرى كوسيلة اتصالية أخرى، من أجل اكتساب مختلف المعلومات والبيانات والحقائق والتعارف والاطلاع على مختلف ما يحدث في المجتمع من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وعلى وجه الخصوص "الفيسبوك" الذي يعتبر أهم موقع الذي يحظى بالشعبية الكبيرة وال جماهيرية نظرا لكثرة عدد الأفراد المشتركين فيه.

وفي ثاني الترتيب نجد الاستمالة العقلية الذي يتضح لنا من خلال معطيات وبيانات الواردة والمسجلة في الجدول المتعلق بمتغير الجنس، على أن أغلبية الأفراد المبحوثين يؤكدون بأن الاستمالات العقلية من أهم الاستمالات المستخدمة عبر الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو، من أجل إحداث التغيير والتأثير المنشود والمقصود على الجمهور المستمع من

خلال مضامينها ورسائلها الإعلامية المختلفة بنسبة تمثل 19%، في حين نجد النسبة متدنية ومنخفضة لدى الإناث التي تمثل 16%، وبناء على هذه القراءة الرقمية والكمية يتضح لنا أن أغلبية الأفراد المبحوثين من الذكور يركزون على الاستمالات العقلية المستخدمة على مستوى الإذاعة المحلية لتيزي وزو، من أجل التأثير على اتجاهات وآراء الجمهور وهذا من خلال تقديم كافة الحجج والبراهين والأدلة وتدعيم ذلك بأخر الإحصائيات والأرقام مع كافة النماذج والشواهد والأمثلة الحية، إذ يمكن أن نبرر ونفسر النسبة العالية لدى الذكور إلى كونهم الغالبون على مستوى عينة الدراسة والتي تمثل 60 فردة، في حين نجد النسبة محدودة لدى الإناث التي تعود إلى محدودية هذه الفئة من المبحوثين التي تقدر بـ 40%، أنهم يؤكدون على أن الاستمالات العقلية تتمثل في تقديم الحجج والبراهين بالإضافة إلى تدعيم ذلك من خلال تصريحات مختلفة الجهات الفاعلة في المشهد السياسي أو الثقافي أو الاجتماعي أو الاقتصادي.

أما الجدول المتعلق بمتغير السن، تبين لنا من خلال إحصائيات الرقمية والكمية بأن أغلبية الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية الثانية (من 26 سنة إلى 35 سنة) يؤكدون بأن الاستمالات العقلية من أهم الاستمالات المستخدمة والمعتمدة عبر الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو، من أجل إحداث التغيير والتأثير المطلوب والمنشود على الجمهور المستمع من خلال مضامينه ورسائلها الإعلامية المختلفة والمتعددة بنسبة تمثل 21%، وفي ثاني الترتيب نجد الأفراد المبحوثين الذين لهم (أكثر من 35 سنة) من الفئة العمرية الثالثة بنسبة تقدر بـ 10%، وفي آخر الترتيب نجد الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية الأولى (من 18 سنة إلى 25 سنة) بنسبة تمثل 4%.

بناء على هذه المعطيات الرقمية والحسابية، يتضح لنا بأن معظم الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية الثانية (من 26 سنة إلى 35 سنة) يبرزون ويؤكدون أن الاستمالة العقلية تعد من أهم الطرق المستخدمة عبر الإذاعة المحلية لأجل إحداث التغيير والتأثير على الجمهور،

وهذا من خلال استخدام أساليب عرض الحقائق وتقديم الحجج والبراهين وتقديم تلك الأفكار في شكلها الترابطي والتسلسلي مع التحليل والتفسير وتدعيم ذلك بتصريحات مختلف الفاعلين في المشهد السياسي أو الاقتصادي أو الاجتماعي، في حين نجد النسب متدنية لدى بقية الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية الأولى من (18 سنة إلى 25 سنة) الذين يتميزون بالحيوية والنشاط والديناميكية بالإضافة إلى ميلهم في التعرف على كل ما هو جديد وهذا من أجل اكتساب مختلف السلوكيات وتبنيها والعمل على تكوين الاتجاهات المختلفة، أما الأفراد المبحوثين الذين لهم (أكثر من 35 سنة) من الفئة العمرية الثالثة أكثر نضجا وإدراكا وتميزا وأنهم يستمعون إلى الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو، ويتعرضون لمختلف مضامينها وموادها ومحتوياتها الإعلامية من أجل تدعيم رصيدهم المعرفي وفي شتى الأصعدة والمجالات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية، أم الجدول المتعلق بمتغير المستوى التعليمي فيتضح لنا من خلال قراءتنا الرقمية والبيانية لهم، بأن أغلبية الأفراد المبحوثين من ذوي المستويات الجامعية يؤكدون بأن الاستمالات العقلية تمثل أهم الاستمالات المستخدمة والمعتمدة عبر الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو، من أجل إحداث التغيير المنشود والمقصود على الجمهور المستمع، وهذا من خلال مضامينها ورسائلها الإعلامية المختلفة بنسبة تمثل 33%، وفي حين نجد بقية الأفراد المبحوثين في المستويات الثانوية والمستويات المتوسطة بنسب متساوية ومنخفضة بنسبة 1%، لكل واحد منهما.

انطلاقا وبناء على هذه المقاربات الرقمية والإحصائية والكمية، يتضح لنا بأن أغلبية الأفراد المبحوثين من ذوي المستوى المعيشي، يعني يتمتعون بمؤهلات وقدرات علمية ومعرفية أهمها معتبرة، تسمح لهم بالاستماع والتعرض للمضامين والرسائل الإعلامية التي تدم وتبث عبر الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو بهدف تكوين اتجاهات سياسية أو اقتصادية مع تدعيم ذلك بالاستمالات العقلية المتمثلة في الحجج والبراهين القاطعة الساطعة والواضحة وتقديم أمثلة ونماذج حية وآخر الأرقام والإحصائيات.

في حين نجد بقية الأفراد المبحوثين من ذوي المستويات المتوسطة والثانوية بمستويات متوسطة ومقبولة نوعاً ما بنسب محدودة وهذا يعود إلى محدودية أفرادها على مستوى عينة دراستنا، إضافة إلى أنهم يحتاجون إلى دلائل وبراهين وشواهد وأمثلة حية من الواقع ونماذج واضحة من أجل الاستيعاب والفهم الجيد لمختلف المضامين والرسائل والمحتويات المتدفقة عبر الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو، من أجل إحداث التغيير والتأثير على الجانب العقلي للفرد السلوكي.

أما الجدول المتعلق بتغيير الإقامة، فيتضح من خلال بياناته الرقمية بأن أغلبية الأفراد المبحوثين من القاطنين والساكين والمقيمين في المدينة بنسبة تمثل 33%، في حين نجد بقية الأفراد المبحوثين القاطنين الريف بنسبة تمثل 2%.

انطلاقاً وبناءً على هذه الإحصائيات والبيانات الرقمية يتضح لنا بشكل كبير بأن أغلبية الأفراد القاطنين أو الساكنين في المدينة، يركزون على الاستمالات العقلية التي تكون من خلال تقديم الأمثلة والبراهين والحجج والأدلة الدامغة و الحقيقية والواضحة والمنطقية والموضوعية وفق أسس صحيحة من دون من تضخيم أو تهويل أو تضليل أو تغليب عند تقديم تلك الأخبار، أما النسبة المحدودة لدى الأفراد المبحوثين المقيمين في الريف التي تعود إلى كونهم يرون بأن هنالك استمالة أخرى مثل الاستمالات النفسية، وهذا من خلال استخدام وسائل الإعلام لمؤثرات صوتية مثل: الموسيقى بالإضافة إلى العصر على وطن على العاطفة وهذا بهدف التعديل والتغيير مختلف في سلوكياتهم واتجاهاتهم وآرائهم وتصوراتهم وإدراك تهم المختلفة ومن متعددة في ال شتى الميادين والمجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

وفي آخر الترتيب نجد الاستمالات السلوكية، إذا يتضح لنا من خلال الجدول المتعلق بتغيير الجنس، على أن معظم الأفراد الساكنين في المدينة يجمعون ويؤكدون، على أن الاستمالات السلوكية تعد من أهم الاستمالات المستخدمة عبر الإذاعة المحلية لولاية تيزي

وزو، من أجل إحداث التغيير والتأثير المطلوب على الجمهور المستمع من خلال مضامينها الإعلامية بنسبة تمثل 10%، وفي حين نجد بقية الأفراد المبحوثين من الذكور بنسبة تمثل 1%، وهي نسبة متدنية.

انطلاقاً من خلال هذه الإحصائيات والقراءة الرقمية يتضح لنا بأن أغلبية الإناث يركزن جميعنا على أن الاستمالات السلوكية المتمثلة مثلاً في الخوف والقلق، تعد من أهم الاستمالات المستخدمة على مستوى الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو، تنشيط نشاط سلوك الإنسان أو أنها تصيبه بالكسل والخمول تعد من أهم الاستمالات السلوكية أو تغيير بعض العادات والسلوكيات الغير سوية وغير سليمة وغير منافية ومتعارضة مع قيم وعادات وتقاليد وأعراف المجتمع الذي يعيش فيه الفرد، في حين يمكن أن نرجع الى النسبة الضئيلة والمحدودة والمنخفضة لدى الأفراد المذكورين الذي أدى تركيزهم على الاستمالات النفسية والاستمالات العقلية المستخدمة على مستوى الإذاعة الجهوية لولاية تيزي وزو، ثم لأجل إحداث التغيير والتعديل المنشود والمطلوب على السلوك الإنساني أو اتجاهاته وآرائه وتصوراتهِ وإدراكاته، أما الجدول المتعلق بمتغير السن فنلاحظ من خلال بياناتهِ وإحصائياته الرقمية على أن أغلبية الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية الثانية (من 26 سنة إلى 35 سنة) يؤكدون أو يجمعون على أن الاستمالات السلوكية تعد من أهم الاستمالات المستخدمة عبر الإذاعة الجهوية من أجل إحداث التغيير والتأثير المنشود على الجانب السلوكي الوجداني والعقلي المستمر من خلال مضامينها الإعلامية، وهذا من خلال بث المضامين التي تتعلق بتغيير السلوكيات مثلاً مضامين سياسية أو المسرحيات من أجل التغيير السلوكي للفرد من السيئ إلى الحسن، أو الموسيقى التي تعمل على تهدئة الأعصاب والسلوك الإنساني في حين نجد النسبة المنخفضة لدى بقية الأفراد المبحوثين (من 18 سنة إلى 25 سنة) الذين يتميزون بالحيوية والحركة بالإضافة إلى السلوك والنضج النفسي الناقص والمحدود، في حين نجد بقية الأفراد المبحوثين (أكثر من 35 سنة) أي من فئة

العمرية الثالثة من خلال نسبتها الضئيلة والتي تعود إلى تركيزهم على استمالات عقلية واستمالات نفسية.

من خلال الجدول المتعلق بمتغير المستوى التعليمي، يتبين من خلال بياناته الرقمية على أن أغلبية الأفراد المبحوثين من الجامعيين يؤكدون أن الاستمالة السلوكية تعد من أهم الاستمالات المستخدمة عبر الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو، من أجل إحداث تغيير والتأثير المطلوب على الجمهور المستمع من خلال مضامينها الإعلامية وحتى من خلال استخدام أساليب التخويف والترغيب بالإضافة إلى استخدام أساليب الإقناع المتمثلة في الحجج والبراهين ومؤثرات صوتية بهدف تغيير مختلف العادات والسلوكيات، التي تسمح له في تبني تصورات وإدراكات مختلفة وفي ثاني الترتيب، نجد الأفراد المبحوثين من ذوي المستويات الثانوية بنسبة تمثل 3%، وفي آخر الترتيب نجد الأفراد المبحوثين من ذوي المستويات المتوسطة بنسبة تمثله 1%، وهذا يعود إلى هذه النسبة المنخفضة تعود إلى محدودية أفراده على مستوى عينة دراستنا، أما الجدول المتعلق بمتغير على الإقامة، فيتبين من خلال مفردته ومن خلال إحصائياتها الرقمية والكمية على أن أغلبية الأفراد المبحوثين القاطنين في المدينة بنسبة تمثل 8%، في حين نجد بقية المبحوثين القاطنين في الريف بنسبة تمثل 3%.

وانطلاقاً من هذه الإحصائيات والقراءة الكمية والبيانية، يبين لنا الجدول السابق بأن أغلبية الأفراد المبحوثين القاطنين في المدينة يركزون على الاستمالات السلوكية التي تتمثل مثلاً في التعرض إلى المضامين التي تتضمن الترهيب والخوف والقلق بالإضافة إلى بعض المؤثرات الصوتية الإعلامية التي تستعرض مختلف المضامين، مثل الموسيقى والمسرحيات وهذا بهدف التخفيف من حدة الضغوطات النفسية والسلوكية لدى الفرد وإعادة التوازن والتوافق النفسي له وفق أسس واستراتيجيات صحيحة ومناسبة وملائمة، أما الأفراد القاطنين في الريف فإنهم يتعرضون إلى مختلف المضامين الإذاعية المحلية من أجل الترويج عن

النفس والتخفيف من حدة وضغوطات الحياة، كونهم يعيشون في الريف أين تكون في نقص المرافق بالإضافة إلى أنها يكون فيها الروتين والضجر وعدم وجود المرافق العمومية.

الجدول رقم (30): يمثل علاقة متغيرات الجنس والسين والمستوى التعليمي على مدى مساهمة الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو حول مدى إمداد وتزويد الجمهور المستمع بمختلف المعوقات ذات النوعية والكمية المناسبة.

المجموع		لا		نعم		الإجابة المتغيرات	
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
الجنس	60	60	18	18	42	42	ذكور
	40	40	2	2	38	38	أنثى
	100	100	20	20	80	80	المجموع
السن	24	24	9	9	15	15	من 18 - 25 سنة
	60	60	10	10	50	50	من 26 - 35 سنة
	16	16	1	1	15	15	أكثر من 36
	100	100	20	20	80	80	المجموع
المستوى التعليمي	4	4	1	1	3	3	ثانوي
	27	27	6	6	21	21	متوسط
	69	69	13	13	56	56	جامعي
	100	100	20	20	80	80	المجموع

من خلال بيانات الجدول أعلاه، المتعلق بمتغير الجنس نلاحظ أن معظم أفراد عينة الدراسة من الذكور، يؤكدون مساهمة الإذاعة الجهوية لولاية تيزي وزو في إمدادهم وتزويدهم بمختلف المعلومات والبيانات والحقائق ذات النوعية والكمية المناسبة، بنسبة تمثل 42%، في حين نجد النسبة منخفضة لدى الإناث التي تمثل 38%.

من خلال هذه البيانات الرقمية، يتضح لنا أن أغلبية الأفراد المبحوثين من الذكور يجمعون على الدور الكبير للإذاعة الجهوية لولاية تيزي وزو في تزويدهم بمعلومات ومضامين ذات جودة عالية، وهذا يرجع إلى كونهم الأكثر متابعة لمضامين ورسائل هذه الإضافة من أجل التعرف والاطلاع على مختلف الأخبار والاحداث، كما يرجع أيضا إلى أنهم الأفراد الغالبون على مستوى عينة دراستنا الحالية، التي تمثل 60 مفردة.

أما الجدول المتعلق بمتغير السن، فيبين من خلال مقارنته الرقمية على أن معظم الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية الثانية (من 26 سنة إلى 35 سنة)، يؤكدون مساهمة الإذاعة الجهوية لولاية تيزي وزو في إمدادهم وتزويدهم بمختلف المعلومات ذات النوعية والكمية المناسبة، بنسبة تمثل 50%، وفي ثاني الترتيب نجد الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية الأولى (من 18 سنة إلى 25 سنة) والأفراد المبحوثين من الفئة العمرية الثالثة (أكثر من 35 سنة)، بنسب متساوية التي تمثل 15%، لكل واحدة منهما.

من خلال هذه البيانات الرقمية، يتضح لنا بأن معظم الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية الثانية (من 26 سنة إلى 35 سنة)، يتسمون بتوفر النضج والإدراك العقلي والنفسي الكبير والمعتبر، الذي يسمح لهم الاطلاع الكبير والتعرف على مختلف المضامين والمواد الإعلامية المقدمة لدى هذه الإذاعة الجهوية لولاية تيزي وزو، التي تساهم في تدعيم مستوى معارفهم العلمية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية بمعلومات وبيانات ذات النوعية والكمية المناسبة والملائمة، من أجل تحقيق العلاقة التفاعلية الحميمة والقوية الكبيرة الموجودة بين المرسل والمتلقي .

أما الجدول المتعلق، بمتغير المستوى التعليمي، يبين لنا من خلال معطياته الرقمية على أن معظم الأفراد المبحوثين من ذوي المستويات الجامعية، يؤكدون مساهمة الإذاعة الجهوية لولاية تيزي وزو في إمدادهم وتزويدهم بمختلف المعلومات ذات النوعية والكمية المناسبة بنسبة تمثل 56%، وفي ثاني الترتيب نجد الأفراد المبحوثين، من ذوي المستويات

الثانوية بنسبة تمثل 21%، وفي ثالث الترتيب، نجد الأفراد المبحوثين، من ذوي المستويات المتوسطة التي تمثل بنسبة 3%.

من خلال هذه المعطيات الرقمية، نستنتج بأن معظم الأفراد المبحوثين من ذوي المستويات الجامعية، يؤكدون مساهمة الإذاعة الجهوية لولاية تيزي وزو في إمدادهم وتزويدهم بمختلف المعلومات والمضامين، ذات النوعية والكمية المناسبة والملائمة، وهذا يعود إلى أنهم يتمتعون بمستويات ومؤهلات تعليمية ومعرفية وعلمية كبيرة وملائمة ومناسبة ومعتبرة وقد لاحظوا واطلعوا على أن الإذاعة الجهوية لولاية تيزي وزو، تعمل وتحرص على تقديم وتزويدهم وإمدادهم بمضامين ورسائل ومحتويات ومواد إعلامية ذات نوعية وكمية عالية بهدف تدعيم وتعزيز مستوى رصيدهم العلمي والمعرفي بشكل كبير ونوعي وملائم ومناسب من المعلومات والبيانات المتعلقة بكافة المجالات السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية.

مقابل ذلك، نلاحظ من خلال الجدول الآخر المتعلق بمتغير الجنس، على أن غالبية الأفراد المبحوثين من الذكور، ينفون مساهمة الإذاعة الجهوية لولاية تيزي وزو في إمدادهم وتزويدهم بمختلف المعلومات ذات النوعية والكمية المناسبة، بنسبة تمثل 18%، في حين نجد النسبة منخفضة ومتدنية لدى الإناث التي تمثل 2%.

من خلال هذه القراءة الكمية، يتضح ويتبين لنا بنسبة كبيرة أن معظم الأفراد المبحوثين من الذكور، ينفون تقديم الإذاعة الجهوية لولاية تيزي وزو لمعلومات ومضامين وبيانات ذات جودة عالية، وهذا يرجع إلى كونهم قد لاحظوا أن هناك تقصير وعدم اهتمام وعناية من طرف القائمين الاتصال على مستوى الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو، وهذا من خلال وجود نوع من الروتينية والنمطية والتكرار في تقديم مضامين ورسائل إعلامية مستهلكة ومكررة وغير مجددة ومتغيرة ومعدلة وتكون مواكبة ومسايرة لمختلف التطورات والتغيرات الحاصلة والواقعة المتعلقة في عصرنا الحالي الراهن، الذي يعرف بعصر الانفجار المعلوماتي، نتيجة

توفر مختلف المعلومات والمتنوعة والمتعددة، إذن مضامين ومعلومات هذه الإذاعة المحلية، ليست ذات نوعية وكمية عالية، وهذا ما يجعلهم يلجئون إلى مصادر وبدائل الإعلامية أخرى من أجل التحصيل والتزود والاستقاء المناسب والصحيح والحسن بمختلف الأخبار والمضامين والمواد الإعلامية المناسبة الملائمة لهم، ذات الكمية والنوعية المناسبة، مثل: التلفزيون، الصحيفة المكتوبة، مواقع التواصل الاجتماعي وعلى وجه الخصوص، نجد موقع الفيسبوك من أجل التزود والحصول والوصول إلى معلومات وبيانات التي تتناسب وتتلاءم وتتناغم مع مختلف ميولاتهم ورغباتهم النفسية والمعرفية، إضافة إلى عاداتهم وتقاليدهم وقيمهم وأعرافهم وتصوراتهم وإدراكاتهم السائدة في إطار المجتمع الذي يعيشون فيه.

أما الجدول المتعلق بمتغير السن، فيتبين من خلال بياناته الرقمية على أن معظم الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية الثانية (من 26 سنة إلى 35 سنة)، ينفون مساهمة الإذاعة الجهوية لولاية تيزي وزو في إمدادهم وتزويدهم بمختلف المعلومات ذات النوعية والكمية المناسبة، بنسبة تمثل 10%، ثم نجد في ثاني الترتيب الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية الأولى (من 18 سنة إلى 25 سنة)، بنسبة تمثل 9%، وفي أخير الترتيب نجد الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية الثالثة (أكثر من 35 سنة)، بنسبة منخفضة ومتدنية، التي تمثل 1% لكل واحدة منهما.

من خلال هذه البيانات الرقمية، يتضح لنا بأن معظم الأفراد المبحوثين من الفئة العمرية الثانية (من 26 سنة إلى 35 سنة)، يتمتعون ويتوفرون بقدر كبير ومعتبر من النضج والإدراك والتمييز العقلي والنفسي والسلوكي الكبير والمعتبر والهام والمحترم، الذي يسمح ويتيح لهم الاطلاع والتعرف والمتابعة الكبيرة وملاحظة، بأن الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو، لا تعمل وتحرص على تقديم مضامين ورسائل ومواد إعلامية واتصالية ذات نوعية وجودة وكمية مناسبة للجمهور المستمع لها، وكذا تزويدهم بمعلومات وبيانات ذات الحجم الكمي والنوعي وهذا يعود أساسا إلى عدم قيام واهتمام هذه المؤسسة الإذاعية، بدراسات

الجمهور على مستوى الميدان، من خلال القيام بعمليات سبر الآراء واستطلاعات الرأي العام في الميدان من أجل التعرف على أهم البرامج والمضامين والرسائل التي تناسبهم وتلائمهم، انطلاقاً من مؤشرات رقمية ونوعية وموضوعية، يمكن الاستناد والاعتماد عليها، ولا تتعارض مع قيمهم وعاداتهم وتقاليدهم السائدة في إطار المجتمع الذي يعيشون فيه .

أما الجدول المتعلق بمتغير المستوى التعليمي، يظهر لنا من خلال نسبة المؤية على أن غالبية الأفراد المبحوثين من ذوي المستويات الجامعية، ينفون مساهمة الإذاعة الجهوية لولاية تيزي وزو في إمدادهم وتزويدهم بمختلف المعلومات ذات النوعية والكمية المناسبة بنسبة تمثل 13%، وفي ثاني الترتيب نجد الأفراد المبحوثين، من ذوي المستويات الثانوية بنسبة تمثل 6%، وفي ثالث الترتيب، نجد الأفراد المبحوثين، من ذوي المستويات المتوسطة، التي تمثل بنسبة تمثل 1%.

من خلال هذه الحصيلة الرقمية، نستنتج بأن غالبية الأفراد المبحوثين من ذوي المستويات الجامعية، يؤكدون ويتفقون على أن الإذاعة الجهوية لولاية تيزي وزو لا تساهم وتعمل على إمدادهم وتزويدهم بمختلف المعلومات والبيانات ذات النوعية والكمية المناسبة واللازمة لهم، وهذا يعود أساساً إلى إطلاع هذه الفئة الجامعية، التي تتسم بمستويات ومؤهلات علمية هامة ومعتبرة، على عدم وجود إستراتيجية إعلامية واضحة المعالم ومخططة ومفهومة ومتبعة، التي تعمل على التعرف على مختلف المضامين والبرامج والرسائل الإعلامية، التي تعمل على إشباع حاجات الجمهور النفسية والمعرفية والسلوكية ولا تعمل على دراسة مختلف الخصائص سوسيو الديموغرافية المتمثلة في السن والجنس والمستوى التعليمي ومستوى الدخل والحالة الاجتماعية، مكان الإقامة، من أجل تحديد وصياغة مضامين إعلامية مناسبة وهادفة ومنطقية وموضوعية وفعالة وملائمة للجمهور المستمع لهذه المؤسسة الإذاعية، التي تتناسب وتتلاءم وتتناغم مع مختلف ميولاتهم ورغباتهم واحتياجاتهم النفسية والمعرفية والسلوكية والاجتماعية .

4- نتائج الدراسة:

أ- النتائج الجزئية:

1- الأفراد المبحوثين من الذكور هم الغالبون على مستوى عينة دراستنا، كون الذكور الأكثر تعرضا واستماعا للإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو من خلال الاماكن المختلفة على مختلف وسائل النقل (السيارة، المقهى، سيارة الأجرة)، كون الذكور الأكثر تمتعا بالاستقلالية والحرية في التعرض لمختلف المضامين التي تتناسب وتتلاءم مع قيم وعاداته، تقاليده، وأعراف المجتمع الذي يعيش فيه بنسبة 60%.

2- أغلب الافراد المبحوثين من الفئة العمرية الثالثة (من 26 الى 35 سنة) هي الفئة الغالبة على مستوى عينة دراستنا الحالية حيث تتسم بالنضج والادراك العقلي والنفسي الذي يتيح لهم الاختيار وانتقاء البرامج والمضامين الإعلامية التي تتناغم مع ميولاتهم وحاجاتهم المعرفية والنفسية بنسبة 60 % .

3- الأفراد المبحوثين من ذوي المستويات الجامعيين هم الغالبون على مستوى دراستنا الحالية، حيث يتمتعون بمؤهلات ومستويات معرفية مهمة والتي تسمح لهم باختيار وانتقاء المضامين والمحتويات الإعلامية ذات الطابع العلمي، الثقافي، والمعرفي ويسمح لهم بزيادة وتدعيم رصيدهم المعرفي وزادهم العلميينسبة 69%.

4- الأفراد المبحوثين من الفئة العزاب هي الفئة السائدة والغالبة على مستوى عينة دراستنا والأكثر تعرضا واجتماعا لمختلف المضامين والمحتويات المقدمة من خلال اذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو، وهذه الفئة لا تقع على عاتقها أعباء ومسؤوليات والتزامات وواجبات عائلية وتمتلك متسع من الوقت من أجل التعرض والاستماع لمختلف المضامين والمحتويات التي تبثها عبر الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو بنسبة 54%.

- 5- اغلبه المبحوثين من الأفراد القاطنين في الريف، هم الفئة الأكثر استماعا وتعرضا للمضامين والمحتويات الإعلامية المقدمة من طرف الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو 54
- 6- أغلب أفراد الدراسة يستمعون للإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو بصفة دائمة، وهذا من أجل الاطلاع ومتابعة آخر المستجدات ومختلف المواضيع السياسية، الاجتماعية والاقتصادية بنسبة 64%.
- 7- أغلبية الأفراد المبحوثين من المستمعين للإذاعة المحلية لولائه تيزي-وزو لأكثر من ثلاثة سنوات وهذا يدل على اطلاعهم ومتابعتهم الكبيرة والمعتبرة لمختلف المضامين والبرامج والمحتويات الإعلامية المقدمة عبر الإذاعة المحلية لولائه تيزي-وزو بنسبة 50
- 8- غالبية أفراد عين الدراسة يستمعون للإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو بصفة منفردة وهذا من أجل الاستفادة من مختلف المواضيع ذات النوعية والكمية المناسبة واللائمة بنسبة 53%.
- 9- أغلبه الأفراد المبحوثين يستمعون للإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو في كل الظروف والاقوات من أجل الاطلاع على آخر مستجدات والأحداث والقضايا الحاصلة في المجتمع الجزائري بنسبة 45%.
- 10- الهاتف الذكي يعد من أهم الوسائل المفضلة للاستخدام الجيد للاستماع لمختلف برامج ومحتويات ومضامين الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو كونه يعمل على سهوله الحصول والوصول الى مختلف المعلومات والتعرف والاطلاع على مختلف الاحداث والمستجدات الحاصلة والواقعة في المجتمع بنسبة 47%.
- 11- أفراد عينة الدراسة يعتمدون بشكل متوسط على الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو من أجل الاطلاع ومتابعة مختلف المستجدات والأحداث والوقائع الحاصلة في شتى ميادين السياسية، الاقتصادية، الثقافية والاجتماعية بنسبة 56%.

12- المواضيع السياسية تعد من أهم المواضيع المفضلة التي تحظى بالاستماع عبر الإذاعة المحلية بهدف تجسيد وعي سياسي وثقافة سياسية قوية ومتمينة وفق أسس صحيحة وقواعد سلمية بنسبة 48%.

13- أفراد عينة الدراسة يعتمدون بشكل متوسط على الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو من أجل الاطلاع ومتابعة مختلف المستجدات والأحداث والوقائع الحاصلة في شتى ميادين السياسية، الاقتصادية، الثقافية والاجتماعية بنسبة 40%.

14- الاطلاع على آخر المستجدات والقضايا الطارئة يعد من أهم الاسباب الدافعة للاستماع للإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو، حتى يكون الفرد على اطلاع ومتابعة دائمة ومستمرة بمختلف الأحداث والواقع الحاصلة والواقعة في المجتمع الجزائري بنسبة 51%.

15- بناء الآراء والمواقف تعد من أهم التأثيرات الحاصلة لدى الجمهور المستمع عند استماعه للإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو أن ذلك يؤدي الى تجسيد وبناء قناعات وتصورات جديدة وتبني اعتقادات سياسية او اجتماعية تتناسب وتتلاءم مع عاداته وتقاليده وقيمه وأعرافه السائدة في إطار المجتمع الذي نعيش فيه بنسبة 45%.

16- الاشباعات الترفيهية تعد من أهم الاشباعات المحققة عند التعرض والاستماع للإذاعة المحلي لولاية تيزي-وزو، وهذا من خلال التراوح عن الناس وتسليتها اذ أن من عاده النفس أن تحس بالشعور والملل والضجر بنسبة 80%.

17- أغلبية الافراد المبحوثين يؤكدون امداد وتزويد الإذاعة بمختلف المعلومات والبيانات ذات الكمية والنوعية الملائمة والعمل على ارضاء هذا الجمهور المستمر وتلبية مختلف رغباتهم، ميولاتهم وحاجاتهم المعرفية التي تتلاءم وتتناسق وتتناغم مع قيمهم وعاداتهم وتقاليدهم وتصوراتهم وادراكاتهم في إطار المجتمع الذين يعيشون فيه بنسبة 77%.

18- الإذاعة تساهم مساهمة فعالة لتلبية مختلف احتياجات الجمهور المتعددة والمتنوعة، من خلال المتضامين والرسائل الإعلامية المقدمة بشكل منظم ومدروس وممنهج ومخطط

وفق استخدام أساليب كمية ونوعية ومؤشرات علمية وموضوعية يمكننا الاستفادة والاعتماد عليها بنسبة 57%.

19- أغلبية الأفراد المبحوثين يؤكدون على أن اللغة المستخدمة عبر الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو مفهومة وواضحة بشكل جيد مما يؤدي الى تحقيق الاستيعاب الجيد والملائم لمختلف المضامين، والبرامج الإذاعية، والإعلامية المتنوعة بنسبة 47%.

20- الحصص الإخبارية التي تعد من أهم البرامج الأكثر اجتماعا عبر الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو والتي تعمل على تقديم أهم وظيفة وهي الوظيفة الإعلامية الإخبارية من خلال اعلام الجمهور وايصال المعلومات والحقائق تتناول مختلف الميادين السياسية والاجتماعية والاقتصادية بنسبة 90%.

21- الاستمالات النفسية تعد من أهم الاستمالات المستخدمة على مستوى الإذاعة المحلية من أجل أحداث التغيير والتأثير المطلوب من خلال مضامين والبرامج الإعلامية المختلفة والعزف على الوطن الحساس آلا وهو العاطفة بنسبة 54%.

22- أسلوب التحليل يعد من أهم الأساليب الاتصالية المستخدمة على مستوى الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو من أجل التأثير على سلوكيات واتجاهات الجمهور المستمع وهذا من خلال التكتيف في المعلومات من أجل اثراء النقاش والحوار الهادف والبناء والاهتمام والنقاش لدى أغلبية الجمهور المستمع بنسبة 30%.

23- المعوقات التقنية من أهم الأسباب المعوقة للاستماع الجيد للبرامج والمضامين الإعلامية عبر الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو، مما يتوجب على المسؤولين في هذه المؤسسة الإذاعية تدارك الوضع من أجل جذب واستقطاب الجمهور المستمع نحو مضامينها وبرامجها ومحتوياتها الإعلامية المتعددة والمتنوعة بنسبة 47%.

24- معظم أفراد عينة الدراسة يجمعون على الاعتماد للإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو على آراء واتجاهات الجمهور من أجل التحسين المستمر والتعديل الصحيح والقويم وفق سلمية وقومية لمختلف مضامينها وبرامجها الإعلامية المقدمة عبر الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو بنسبة 83%.

25- الاتصال عن طريق الهاتف يعد من أهم الأساليب وطرق الاعتماد على آراء الجمهور من أجل اقتراح آراء وأفكار بناءة وهادفة، تقوم الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو على أخذها بعين الاعتبار وعلى محمل الجد من أجل تقديم برامج ومحتويات إعلامية هادفة ومنطقية وموضوعية، مما يساهم في تحقيق وتقوية العلاقات بين الإذاعة والجمهور المستمع وفق أسس الاحترام والتقدير المتبادل والعمل على نيل رضا واستحسان وقبول الجمهور من خلال تقديم البرامج والمحتويات الإعلامية التي تتناسب وتتلاءم وتتناغم مع ميولاته وأذواقه ورغباته النفسية المعرفية الاجتماعية بنسبة 68%.

ب- النتائج العامة:

1- تحظى الإذاعة الجهوية لولاية تيزي وزو مكانة عالية ومرموقة لدى الجمهور وهذا من خلال من خلال تحديثها وتغيرها وتكيفها مع متغيرات البيئة الخارجية واستخدامها لتكنولوجيا الاتصال الحديثة من أجل تحديد مختلف المضامين والمواد الإعلامية الموجهة للجمهور المستمع والعمل على نيل رضاه وقبوله واستحسانه، فتمتيز الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو باستخدامها لأهم خاصيتي وهي: خاصيتي الاستماع والتخيل من خلال الإنصات العميق والتركيز الكبير مختلف المضامين وتخيل تلك الأحداث والوقائع كأنها واقعة في إطار البيئة التي يعيش فيها.

2- يخضع تحديد الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو بمختلف المضامين والمواعيد ومختلف المحتويات الإعلامية إلى استراتيجية مخططة وواضحة ودقيقة وتعمل على الاستغلال الأمثل لمختلف الموارد البشرية والمادية والمالية المختلفة، وتمثل أهم الاستراتيجيات والأساليب المستخدمة في التخطيط والتنظيم والتنسيق والتوجيه والرقابة في تحديد هذه المضامين الإعلامية الموجهة للجمهور ومحاولة إرضاء ونيل تأييده ومساندته أو على الأقل ضمان حياده.

3- تتمثل الأساليب والتقنيات المستخدمة لتحديد المضامين الإعلامية لدى الإذاعة الجهوية لولاية تيزي وزو في القيام بعمليات سبر الآراء أو استطلاعات عمليات الرأي العام والقيام بدراسات الجمهور والتحديد الخاص من خلال تحديد مختلف الخصائص السياسية والديموغرافية المتمثلة في الجنس، السن، المستوى التعليمي، مكان الإقامة، والحالة الاجتماعية. وهذا من أجل انتقاء وتحديد واختيار المضامين والمواد الإعلامية التي تتناسب وتتوافق وتتوافق مع مختلف اتجاهاته النفسية والسلوكية والعقلية، وكذلك تسمح له ببناء وتكوين مختلف الآراء والاتجاهات والتصورات والإدراكات سواء في الجانب الاجتماعي أو السياسي أو الاقتصادي.

4- تتمثل استيعاب الاستمالات المستخدمة على مستوى الإذاعة الجهوية لولاية تيزي وزو من أجل التأثير على مختلف الآراء واتجاهات الجمهور في الاستمالات العقلية والاستمالات السلوكية والاستمالات النفسية، وهذا من خلال الاستعانة بالمؤثرات الصوتية كالموسيقى بالإضافة إلى كذلك نبرة الصوت وطريقة تقديم تلك الأخبار من مختلفة.

5- تتمثل التغيرات والتأثيرات التي تحدثها المضامين والمواد الإعلامية المقدمة والتي تبث من خلال القناة الإذاعية الجهوية لولاية تيزي وزو في التأثير والتغيير على الجانب السلوكي والوجداني والجانب النفسي والجانب العقلي وهذا من خلال تبني اتجاهات وتصورات وتشكيل واعتناق المسائل السياسية، أو الاجتماعية، أو الاقتصادية، أو الدينية.

6- تتمثل المضامين الأكثر متابعة وتعرضا لدى الجمهور المستمع للإذاعة الجهوية لولاية تيزي وزو في المضامين السياسية، وهذا نظرا لكثرة إقامة مختلفة التظاهرات والفعاليات والأحداث السياسية بالإضافة إلى المضامين الاقتصادية والاجتماعية وكذا المضامين الثقافية المختلفة.

7- تعمل الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو على تلبية رغبات واحتياجات الجمهور النفسية والمعرفية والعمل على إرضائهم وكسبهم، وهذا من خلال تقديم المضامين التي تتناسب مع تصورات اتجاهاتهم وعاداتهم وقيامهم وتقاليدهم المختلفة وكون هذه المؤسسة لا تنشط في فراغ وإنما يكون نشاطها من خلال التفاعل مع مختلف المتغيرات البيئية الخارجية.

8- من أهم المقومات والمهارات التي يتوفر بها القائمة بالاتصال أي الصحفي على مستوى القناة الرابعة الناطقة من الأمازيغية من أجل تقديم مضامين إعلامية ومواد إذاعية ذات نوعية وجودة عالية في مهارات التفسير ومهارات التحليل ومهارات عرض مختلف الحقائق والاتجاهات وتقديم كافة الحجج والبراهين، وكذلك تقديم آخر الإحصائيات وكذلك نقد أسلوب إقبال استخدام توظيف بعض الأمثلة والنماذج الحية وهذا من أجل التأثير على الجانب السلوكي والعقلي والاجتماعي للفرد.

9- تواجه الإذاعة المحلية المنافسة شديدة وحادة وشرسة لدى بقية المؤسسات، وهذا ما يتطلب عليها ضرورة خلق واستحداث مختلف الأساليب والأنماط الإعلامية المختلفة وهذا من أجل تقديم مضامين إعلامية ذات جودة وكمية عالية وهذا من خلال التأقلم والتكيف مع مختلف التطورات والتغيرات الحاصلة والواقعة في المجتمع ومن أجل استقطاب واستمالة وجذب أكبر قدر ممكن من الجماهير سواء كانت الحالية أو المستقبلية.

10- تحرص الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو على فتح المجال والحرية والفضاء للجمهور، من أجل تقديم مختلف أفكاره واقتراحاته وحتى انتقاداته حول المضامين والمواد الإعلامية المعروضة على مستوى هذه الإذاعة وهذا من أجل تحسينها وتقديرها وتعديلها وتقديم مختلف المضامين التي تتناسب وتتناغم مع مختلف عادات وتقاليد المجتمع واتجاهات الفرد المعرفية، والنفسية، والوجدانية، والسلوكيات.

10- يساهم الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو في تكوين صورة ذهنية جيدة لدى جمهورها المستمع من خلال العمل على الاستجابة النفسية وتحقيق الإشباع المعرفية وهذا من خلال تقديم مواد إعلامية ذات جودة كبيرة، مما يساهم في نيل رضا وقبول واستحسان الجمهور المستمع لهذه المؤسسة الإذاعية

المخاتمة

الخاتمة:

منه نستخلص بأن الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو اليوم تشكل قوة اعلامية هامة و بارزة بالرغم من التطور الحاصل في المجتمع من خلال استخدام التكنولوجيا و الوسائط الحديثة، الى أن هذه الإذاعة المحلية ما تزال تحتل و تتبوأ مكانة عالية وكبيرة لدى الجمهور المستمع وهذا من خلال كثرة الجمهور المستمع لها و من أجل ضمان استقرارها و بقائها فإنها تعمل على التأقلم و التكيف مع مختلف التغيرات و التطورات الحاصلة في المجتمع، وهذا من خلال تبنيها وتوظيفها لتكنولوجيا الاتصال الحديثة من أجل تقديم مضامين ومواد ورسائل ومحتويات ذات نوعية وجودة عالية، تعمل على استقطاب وجذب أكبر قدر ممكن من الجمهور أو على الأقل المحافظة عليه خاصة في ظل التنافسية الموجودة بين مختلف المؤسسات الإعلامية، من أجل جذب أكبر قدر ممكن من الجماهير للتعرض للاستماع لمختلف مضامينها سواء كانت سياسية و اقتصادية واجتماعية واحداث تغيرات وتأثيرات على الجانب السلوكي والوجداني والمعرفي، وهذا من خلال استخدام عدة تقنيات وأساليب سواء كانت نفسية أو عقلية أو سلوكية أو معرفية من خلال التحليل والتفسير والاقناع وتقديم الحجج و البراهين الواضحة والساطعة مع تقديم اخر الاحصائيات والأرقام والأمثلة والنماذج الحية والواقعية، سواء في مختلف الميادين السياسية والاجتماعية والاقتصادية واستخدام اللغة السهلة المضيئة والبسيطة و الواضحة التي تعمل على تحقيق الفهم السليم والاستيعاب الجيد والملائم والقويم لمختلف المواد الإعلامية ومضامينها الاتصالية المقدمة عبر الإذاعة الجهوية لولاية تيزي وزو.

تعمل الإذاعة على تقديم وتسليط الضوء على مختلف القضايا والمسائل الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، ذات الشأن العام التي تحظى بالمتابعة والاهتمام كونها تؤثر على واقعه النفسي والاجتماعي والاقتصادي والسياسي، مما يتطلب على القائمين بالاتصال على الإذاعة الالتزام والتحلي بأخلاقيات المتمثلة في الصدق والمصداقية والالتزام بالموضوعية

والحيادية، من دون الميل الى جهة على حساب جهة أخرى، وتجنب اتباع أساليب التغليب والتضليل والتعتيم والتهويل والمبالغة، وهذا من أجل الوصول الى ما يعرف بالتي تحظى بالاهتمام والمتابعة لدى الجمهور، إذ تعد الإذاعة منظر لا منبر له والتي تعمل على تكريس التعددية والتنوع في الآراء والاتجاهات والاقتراحات من دون تهميش أو إقصاء أو تفضيل طرف على طرف آخر، وتوجيهات على جهة أخرى، والعمل على تقبل ما يعرف على تجسيد مبدأ "الرأي والرأي الآخر".

قائمة المراجع

قائمة المراجع

أولا-المعاجم:

- 1- تعريف ومعنى وتأثير في معجم المعاني الجامع، معجم عربي، المعاني 2022/02/04، بتصرف.
- 2- محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2004.
- 3- المنجد الأبجدي، قاموس عربي، دار الشرق، طبعة الثالثة، 1986.

ثانيا-الكتب:

- 1- أحمد بحوش، موسى محيرش، مدخل إلى المنهجية العامة، الجزائر، دار الكتاب الحديث، 2009.
- 2- أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، الطبعة الثانية الجزائر، ديوان المطبوعات جامعية 2006.
- 3- أحمد محمد موسى، المدخل إلى الاتصال الجماهيري، المكتبة المصرية، مصر، ب ط2009.
- 4- انطوان الناشف، البث التلفزيوني والإذاعي والبث الفضائي، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2003.
- 5- جمال العيفة، مؤسسة الإعلام والاتصال، الوظائف الهياكل الأدوار، ديوان المطبوعات الجماعية، 2010.
- 6- جمال مجاهد، مدخل الى الاتصال الجماهيري، مصر، دار المعرفة الجامعية، 2009.
- 7- جون كوهر، نظرية التلفزيون، ترجمة أديب خضر، مكتبة الإعلام، الطبعة الأولى، سورية، 2000.

- 8- جيهان أحمد رشتي، الأسس العلمية لنظرية الإعلام، دار النهضة العربية، مصر، ب، ط، 1993.
- 9- حسن عماد المكاوي، محمود سليمان علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2000.
- 10- حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، الطبعة الأولى، دار الكتب، المصرية البنائية القاهرة، 1993.
- 11- الحلواني حسين، مقدمة في الفنون الإذاعية والسمعية البصرية، مركز جامعة القاهرة، 1999.
- 12- خالد زعموم، سعيد بومعيزة، التفاعلية في الإذاعة أشكالها ووسائلها، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2007.
- 13- خالد زعموم، السعيد بومعيزة، تفاعلية في الإذاعة أشكالها ووسائلها، اتحاد إذاعات القاهرة، للتعليم المفتوح، القاهرة، 1995.
- 14- خليل صابات، جمال عبد العظيم، وسائل الاتصال وتطورها، الطبعة التاسعة، مكتب الانجلو مصرية، القاهرة، 2001.
- 15- ديمة الشاعر، التأثير بالآخرين والعلاقات العامة، بالتصرف.
- 16- رشيد الحديدي، فن الراديو، الطبعة الثانية، مطبعة الدجوى، القاهرة، 1971.
- 17- زهير احدادن، تاريخ الإذاعة والتلفزة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1984.
- 18- سامي شريف، الإذاعات والقنوات المتخصصة، بدون دار النشر، القاهرة، ط1، 2009.
- 19- طارق الشاري، العالم الإذاعي، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 1992.

- 20- طارق مصباح الشاري، الإعلام الإذاعي، دار اسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2010.
- 21- طاهر بن خلف الله واخرون، الوسيط في الدراسات الجامعية، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، ج1،
- 22- طه عبد العاطي، نجم الاتصال الجماهير في المجتمع العربي الحديث، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2009.
- 23- عاصف حميدي، العمل الإذاعي والتلفزيوني، مفاتيح النجاح و اسرار الإبداع، الطبعة الأولى، ابوظبي، 2004.
- 24- عاطف العبد عدلي، ماجد الحلواني، الانظمة الادعية في الدول العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987.
- 25- عبد الرحمن بدوي، مناهج البحث العلمي، وكالة المطبوعات، الكويت، الطبعة الثالثة، 1977.
- 26- عبد العزيز شرف، مدخل إلى وسائل الإعلام، دار الكتاب مصري، القاهرة، مصر، 1989.
- 27- عبد الله محمد عبد الرحمن، سوسيولوجيا الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، 2002.
- 28- عبد المجيد شكري، الإعلام في ضوء متغيرات العصرة، أسسه نظرياته ووسائله ودوره في الدول النامية المتقدمة، القاهرة، دار الفكر العربي، 2007.
- 29- عدلي سيد محمد رضا، البناء الدراسي في الراديو والتلفزيون، دون طبعة، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 2006.
- 30- عقيل حسين عقيل، فلسفة مناهج البحث العلمي، مصر، مكتبة مديولي، 1999

- 31- علي قسايسية، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسة التلقي، (رسالة دكتوراة غير منشورة) كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2007.
- 32- علي قسايسية، دراسة الجمهور وسائل ومجلة الوسيط، ديوان المطبوعات الجزائرية، الجزء 2، 2003.
- 33- عناية غازي، منهجية إعداد البحث العلمي، الأردن، دار المناهج للنشر والتوزيع، 2008.
- 34- عوض عدنان، مناهج البحث العلمي، الطبعة الأولى، جامعة القدس المفتوحة، فلسطين، 1994.
- 35- عيد الأمير فيصل، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، دار الشروق، عمان، ط1، 2005.
- 36- عيد الحميد محمد، دراسة الجمهور بحوث الإعلام، عالم الكتب، مصر، ط1، 1993.
- 37- فارس عطوان، الفضائيات العربية ودورها الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2009.
- 38- فاطمة بن دنيا، محاضرة حول جمهور الإذاعة التلفزيون، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 8 جويلية 2023.
- 39- فضيل دليو، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، الديوان المطبوعات الجماعية، الجزائر، 1998.
- 40- قسايسية علي، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسة التلقي، (رسالة دكتوراة غير منشورة) كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2007.
- 41- مالك بن نبي، قضايا الكبرى، الطبعة الأولى، دار الفكر، دمشق، 1991.
- 42- محمد ابرقن، قاموس المرق قاموس موسوعي للإعلام والاتصال، منشورات تالا، الجزائر، 2007.

- 43- محمد الذنبيات وآخرون، منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات، الطبعة الثانية، بيروت، دار وائل للنشر، 1999.
- 44- محمد زيبان عمر، البحث العلمي، مناهجه وتقنياته، مصر، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2002.
- 45- محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، الطبعة الأولى، مصر، عالم الكتاب، 1993.
- 46- محمد عبد الرحمن عبد الله، محمد بدوي، مناهج وطرق البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، 2002.
- 47- محمد منير حجاب، الاتصال الفعال للعلاقات العامة، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 1991.
- 48- محمد منير حجاب، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، دون طبعة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2008.
- 49- مسعود حسين التائب، بحث العلمي وقواعده، إجراءاته ومناهجه، الطبعة الأولى، 2018.
- 50- ملقين ديفلور بول، روكيتش: ترجمة عبد الرؤوف كمال، نظرية وسائل الإعلام، دار الدولة للنشر والتوزيع، ب.ط.
- 51- منى سعيد الحديدي، الإعلام والمجتمع، دون طبعة، دار المصرية البنائية، 2005/2002.
- 52- موريس أنجيس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات علمية، ترجمة بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد ساعون، الجزائر، دار القصة للنشر، 2004.
- 53- ميشال اليولا، الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الإعلام والثقافة، تعريب نصر العياصي والصادق رابح، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2004.

54- نصر الدين العياصي، تلفزيون دراسات وتجارب، دار هومة ، الجزائر، دون سنة النشر.

55- نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية في الجزائر، الطبعة الثانية، دار الخلدونية، 2009.

56- يوسف مرزوق، الخدمة الإخبارية في الإذاعة الصوتية، دراسة حول القائم بالاتصال، دون طبعة، القاهرة، 1986.

ثالثا- الرسائل والمذكرات:

1- نصيرة مزهود، في الإذاعة الجزائرية المستمع تحت إشراف بن علاق جميلة... مذكرة لنيل شهادة الماجستير بعلوم الإعلام والاتصال، دوره جوان، 1998.

المواقع الالكترونية:

2- <http://www.starimes.com>

3- الدراسات الاستطلاعية في خطة البحث www.bts_acdemy.com تاريخ الدخول

: 11 مارس 2023، 20.10h

الملاحق

الملحق رقم (01)

الاستمارة

جامعة مولود معمري تيزي وزو
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية
فرع علوم الإعلام والاتصال

الموضوع:

في إطار التحضير لمذكرة تخرج ماستر في تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة تحت عنوان التفاعلية الرقمية للجمهور واثارها على تحديد المضامين والبرامج في الاذاعة الجزائرية نرجو منكم مساعدتنا في الاجابة عن هذه التساؤلات بعناية وتركيز عالي ونحيطكم علما بأن كامل البيانات والمعلومات التي سوف تدلون بها لا تستخدم الا لأغراض البحث العلمي .

تحت إشراف الأستاذ الدكتور:

بوصابة عبد النور

من إعداد:

زاعو ألة

ولد شعلال عبد الرزاق

السنة الدراسية: 2022/2023

المحور الاول:البيانات الشخصية

1 - الجنس

ذكر أنثى

2 - السن

من 18 ال 25 من 26 الى 35 أكثر من 35

3 -المستوى التعليمي

متوسط ثانوي جامعي

4 -الحالة الاجتماعية

أعزب متزوج مطلق أرمل

5-الاقامة

الريف المدينة

المحور الثاني:عادات وأنماط الاستماع لإذاعة تيزي وزو

6- هل تستمعون للإذاعة تيزي وزو: دائما أحيانا نادرا

7- منذ متى تستمعون إلى الإذاعة:

أقل من عام من 2 الى 3 أعوام أكثر من 3 سنوات

8- مع من تستمع لإذاعة تيزي وزو

وحدك مع العائلة مع الاصدقاء

9- ماهي اهم الفترات المفضلة لديك للاستماع للإذاعة الجهوية تيزي وزو

الصباح الظهر فترة المساء فترة الليل لا يوجد وقت معين

10. ماهي الوسيلة التي تفضل استخدامها للاستماع للإذاعة

جهاز الراديو بالبطاريات عبر الهاتف الذكي الحاسوب المحمول راديو
السيارة اللوحة الإلكترونية

11. ما هي نسبة اعتمادك للإذاعة بهدف الحصول على المعلومات

نسبة كبيرة نسبة متوسطة نسبة ضئيلة

المحور الثالث: دوافع الاستماع لإذاعة تيزي وزو

12. ماهي أهم المواضيع التي تفضل الاستماع إليها عبر الإذاعة الجهوية لتيزي وزو

المواضيع سياسية المواضيع الاقتصادية المواضيع الاجتماعية
المواضيع الرياضية أخرى أذكرها

13. ماهي الأسباب التي تدفعك للاستماع للإذاعة الجهوية تيزي وزو؟

تنوع البرامج المقدمة التحليل الجيد التعرف على آخر المستجدات
الفضول

14. ماهي التأثيرات التي تحدثها الإذاعة عليكم عند الاستماع لبرامجها المتنوعة

تغيير الاتجاهات بناء الآراء والمواقف تعزيز الرصيد المعرفي

المحور الرابع: الإشباع المحققة عند الاستماع لبرامج إذاعة تيزي وزو

15. ماهي أهم الإشباع المحققة عند استماعك لإذاعة تيزي وزو

إشباع معرفية إشباع نفسية إشباع ترفيهيه

أخرى أذكرها

16. هل ترى اناذاعة تيزي وزو تعمل على إمدادك بمختلف المعلومات ذات الحجم والنوع

اللازمين مقارنة بوسائل الاعلام الأخرى؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة نعم فيما تتمثل

إذا كانت اجابتك ب "لا" فيما تتمثل

17. هل ترى ان هذه المضامين والرسائل المقدمة من طرف الاذاعة تلبي احتياجاتك؟

نعم لا

18. هل اللغة المستخدمة عبر الاذاعة الجهوية لولاية تيزي وزو؟

كافية غير كافية مفهومة غير مفهومة

19. ما هي أهم أنواع البرامج التي تستمع اليها عبر اذاعة تيزي وزو

الربورتاجات الحصص الإخبارية البرامج الثقافية برامج الأسرة
برامج ترفيهية اخرى اذكرها:

20. هل تلقى هذه المضامين والبرامج المقدمة عبر اذاعة تيزي وزو القبول والاستحسان لدى الجمهور المستمع؟

نعم لا

21. ماهي الاستمالات التي تعمل الاذاعة الجهوية في إحداثها على الجمهور المستمع من خلال مضامينها وبرامجها المختلفة

استمالات نفسية استمالات عقلية استمالات سلوكية

اخرى اذكرها:

22. ماهي اهم الاساليب الاتصالية التي تستخدمها الاذاعة المحلية من أجل التأثير على سلوكيات واتجاهات المستمع

التحليل التفسير الاستضافة الشخصية

اسلوب عرض الحقائق استخدام الحجج والبراهين

23. ماهي اهم الأسباب التي تجعلك لا تتمكن من الاستماع لإحدى البرامج عبر إذاعة تيزي وزو

تقنية توقيت البرنامج غير مناسب الضيوف ناقص تدفق الأنترنت

24- هل تعتمد إذاعة تيزي وزو على آراء الجمهور من أجل اقتراح تحسينات على برامجها

نعم لا

الفهرس

فهرس المحتويات

-	كلمة شكر
-	الإهداء
-	خطة الدراسة
-	ملخص الدراسة
أ	مقدمة
الإطار المنهجي للدراسة	
05	1- إشكالية وتساؤلات الدراسة
08	2- أسباب اختيار الموضوع
09	3- أهمية الدراسة
09	4- أهداف الدراسة
10	5- منهج الدراسة وأدواته
15	6- مجتمع البحث وعينته
16	7- تحديد المفاهيم والمصطلحات
20	8- الدراسات السابقة
الفصل الأول: الجمهور والتفاعلية	
31	تمهيد
32	1- مدخل مفاهيمي عن الجمهور والتفاعلية
34	2- خصائص ومميزات الجمهور
37	3- مراحل تكوين وسائل الاعلام
39	4- جمهور الإذاعة وخصائصه
44	5- دور التفاعلية والجمهور في إنجاح البرامج الإذاعية
48	خلاصة
الفصل الثاني: الإذاعة المحلية الجزائرية	
51	تمهيد

52	1- مدخل مفاهيمي عن الإذاعة الجزائرية
55	2- نشأة وتطور الاذاعة
62	3- ظهور الإذاعة في الجزائر
66	4- أدوار ومهام الإذاعة
69	5- إذاعة تيزي-وزو ودورها في تكوين الرأي العام
71	خلاصة
الإطار التطبيقي	
عرض وتحليل وتفريغ البيانات المتعلقة بالدراسة الميدانية	
74	1-التعريف بإذاعة ولاية تيزي وزو
74	2-البطاقة التقنية لإذاعة تيزي وزو
75	3-الهيكل التنظيمي لإذاعة ولاية تيزي وزو
77	4-القراءة الكمية والكيفية للجداول
141	5- نتائج الدراسة
150	خاتمة
153	قائمة المراجع
-	الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
76	يمثل توزيع العينة حسب متغير الجنس.	01
77	يمثل توزيع العينة حسب متغير السن.	02
79	يمثل توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي.	03
80	يمثل توزيع العينة حسب الحالة الاجتماعية:	04
82	يمثل الإقامة.	05
83	يبين آراء المبحوثين لمدى الاستماع للإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو.	06
84	يبين عدد سنوات الاستماع الى الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو.	07
85	يمثل أهم الأطراف المحلية المفضلة للاستماع للإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو.	08
86	يمثل أهم الفترات المفضلة للاستماع للإذاعة المحلية لتيزي-وزو.	09
87	يمثل أهم الوسائل المفضلة المستخدمة للاستماع للإذاعة المحلية لتيزي-وزو.	10
88	يمثل نسبة الاعتماد على الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو في الحصول على المعلومات.	11
89	يمثل آراء الأفراد المبحوثين حول أهم المواضيع المفضلة للاستماع عبر الإذاعة المحلية لتيزي-وزو.	12
91	يبين آراء المبحوثين حول أسباب الدافعة للاستماع للإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو.	13
92	يبين أهم التأثيرات الإذاعية الحاصلة لدى الجمهور المستمع لولاية تيزي-وزو.	14
93	يمثل آراء الأفراد المبحوثين حول أهم الأشباعات المحققة عند الاستماع للإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو.	15

94	يمثل آراء الأفراد المبحوثين حول مدى امداد الإذاعة المحلية لولاية تيزي- وزو بمختلف المعلومات ذات الكمية والنوعية المناسبة.	16
95	مدى مساهمو المضامين والوسائل الإعلامية المقدمة على مستوى الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو في تلبية احتياجات الجمهور المتعددة والمتنوعة.	17
96	يمثل طبيعة اللغة المستخدمة عبر الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو.	18
98	يمثل أهم البرامج الأكثر استماعا عبر الإذاعة المحلية عبر إذاعة تيزي-وزو.	19
99	يمثل مدى نيل المضامين والبرامج المقدمة عبر الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو القبول والاستحسان لدى الجمهور المستمع.	20
100	يمثل أهم الاستمالات المستخدمة عبر الاذاعية المحلية لولاية تيزي-وزو.	21
101	يبين اهم الأساليب الاتصالية المستخدمة على مستوى الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو من أجل التأثير على سلوكيات واتجاهات الجمهور المستمع.	22
102	يوضح أهم الأسباب المعوقة للاستماع لإحدى البرامج عبر الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو.	23
103	يمثل مدى اعتماد الإذاعة المحلية لولاية تيزي-وزو على آراء الجمهور من أجل اقتراح التحسينات على برامجها.	24
104	يبين أهم أساليب وطرق الاعتماد على آراء الجمهور من أجل اقتراح التحسينات والتعديلات على برامجها.	25
106	يمثل علاقة متغيرات الجنس والسن والمستوى التعليمي، الحلة الاجتماعية حول مدى اعتماد الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو على آراء الجمهور من أجل اقتراح تحسينات على برامجها ومضامينها الإعلامية.	26
110	علاقة متغيرات الجنس والسين والمستوى التعليمي والحالة الاجتماعية حول أهم الأساليب المستخدمة على مستوى الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو من التأثير على سلوكيات واتجاهات الجمهور المستمع	27

117	يمثل علاقة متغيرات الجنس والسنن والمستوى التعليمي بمدى نيل البرامج والمضامين الإعلامية المقدمة على مستوى الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو القبول والاستحسان لدى الجمهور المستمع.	28
126	يمثل علاقة متغيرات الجنس والسن والمستوى التعليمي والإقامة حول أهم الاستمالات المستخدمة عبر الإذاعة المحلية من أجل أحداث التغيير والتأثير على الجمهور المستمع من خلال مضامينها الإعلامية	29
135	يمثل علاقة متغيرات الجنس والسين والمستوى التعليمي على مدى مساهمة الإذاعة المحلية لولاية تيزي وزو حول مدى إمداد وتزويد الجمهور المستمع بمختلف المعوقات ذات النوعية والكمية المناسبة.	30

فهرس الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
77	يمثل توزيع العينة حسب الجنس	01
78	يمثل توزيع العينة حسب متغير السن	02
80	يمثل توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي	03
81	يمثل توزيع العينة حسب الحالة الاجتماعية	04
83	يمثل توزيع العينة حسب الإقامة	05