



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة ابن خلدون تيارت
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية



مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر تخصص إعلام واتصال الموسومة بـ:

تأثير الإذاعة المحلية على الوعي المروري للمستمعين

"دراسة ميدانية على عينة من سائقي سيارات الأجرة ولاية تيسمسيلت"

الأستاذ المشرف:

د. سليمان

من تقديم:

ليندة جعوان

شريفة

لجنة المناقشة	
رئيسا	بلقاسم بن عودة
مشرفا	سليمان شريفة
مناقشا	طيفور فاطمة

السنة الجامعية: 1440-1441هـ / 2020-2021م

شكر وتقدير

نحمد الله الذي أمدنا بقوة والعزم على إتمام هذا العمل المتواضع الذي نسأل أن يكون خالصا لوجهه الكريم والذي ذلل لنا الصعاب وهون علينا المتاعب .

وبعد الحمد والشكر لله تعالى أتقدم بشكرو والإحترام الخاص إلى كل من ساعدنا ومهما كانت نوعية ودرجة مساعدته في إعداد هذه المذكورة بنصائح وتوجيهات القيمة وتخص بذكر عمال الإدارة وأساتذة جامعة ابن خلدون الذين وجدنا عندهم ضالتنا ونزيد من شكرهم على كل المعلومات التي أفادتنا طوال المشوار الجامعي.

ونخص بالشكر الخاص هذا إلى الأستاذة "سليمان شريفة" التي تكلمت بقبول الإشراف على هذه الدراسة موليا إياها منذ بدايتها حتى نهايتها من العناية والاهتمام ما كانت باعثة قويا على إنجازها. ولا يفوتني ذكر كل الأساتذة العلوم الإنسانية بدون إستثناء الذين أمدونا بالمساعدة , وكل الإمتنان والإعتراف الدائم لهم . إلى كل من أعطى فما بخل وأسهم فما ندم ونسال الله عز وجل التوفيق وأن يزيد علما ونفعا .

الإهداء

بسم الذي خلق الكون في سبعة أيام وبسم الذي جعل أول خلق يكون في الأرحام
وبسم تعالى الذي وفقني في هذا العمل وبسم سيد الخلق محمد صلى الله عليه وسلم
أهدي ثمرة عملي إلى كل من لا توافمها الكلمات حقها قرة عيني وروح قلبي وشمعة حياتي التي
أنارتها

كانت مساندي على الدوام {أمي الغالية}
وإلى قدوتي و سندي في حياتي و مصدر فخري و مركز ثقتي الذي شجعني و ساعدني إلى بلوغي هذا
{أبي العزيز}

ألى أحبائي و شركائي بالرحم إخوتي " زهرة , فاطمة , رشيد , لخضر , فتيحة "
و إلى جميع الأصدقاء الدراسة و إلى عائلة جعوان
و في الأخير أهدي هذا العمل إلى كل الأحبة .

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة بعنوان تأثير الإذاعة المحلية على الوعي المروري للمستمعين لإذاعة تيسمسيلت الجهوية في نشر و ترسيخ الوعي المروري باعتبارها أهم وسائل الإتصال الجماهيري التي واكبت متغيرات العصر لما تتميز به الخصائص و مميزات و نظرا لأهمية الإذاعة و الدور التي تقدمه إرتأينا إلى سائقي سيارات الأجرة، و بإجابة عن التساؤل الرئيسي كيف تؤثر الإذاعة المحلية على الوعي المروري للمستمعين؟ حيث تفرعت منه التساؤلات الفرعية التي قمنا بصياغتها كآلاتي : ماهي الأساليب الإذاعية في تنمية الوعي المروري؟

ماهي دوافع إقبال الأفراد المستمعين على إذاعة تيسمسيلت و البرامج التوعوية؟ حيث تناولت دراستنا المنهج الوصفي و إعتمدت على مجموعة من الأدوات المنهجية (ملاحظة، إستبيان) و بعد الحصول على معلومات و تحليلها و التعرف على التأثير الذي تقوم به الإذاعة المحلية في نشر الوعي المروري إستخلصنا جملة من العناصر المتمثلة في:

أن أغلب الأفراد يستمعون إلى الإذاعة المحلية لولاية تيسمسيلت بشكل غير منتظم، كما وجدنا أن بعض المستمعين يرون أنه يلزم الزيادة في وقت البرامج التوعوية المرورية من اجل الزيادة الوعي المروري لدى الأفراد، كما تؤدي إذاعة تيسمسيلت دورا هاما في التأثير على سلوك مستمعيها لترسيخ الوعي المروري.

Study summary:

The aim of this study is the effect of current radio on traffic awareness for listeners of Tissemsilt regional radio in spreading and consolidating traffic awareness as it is the most important means of mass communication that kept pace with the changes of the era due to its characteristics and advantages and due to the importance of radio and the role it offers to taxi drivers, and In answer to the main question, how does live radio affect the traffic awareness of listeners? From which branched the sub-questions that we formulated as follows: What are the radio methods in developing traffic awareness?

What are the motives for individual listeners to Radio Tissemsilt and awareness programs?

Where our study dealt with the descriptive approach and relied on a set of methodological tools (note, questionnaire) and after obtaining and analyzing information and identifying the impact that campaign radio plays in spreading traffic awareness, we extracted a number of elements represented in:

Most of the individuals listen to the border radio of the state of Tissemsilt irregularly, and we also found that some listeners believe that it is necessary to increase the time of traffic awareness programs in order to increase traffic awareness among individuals, and Tissemsilt radio plays an important role in influencing the behavior of its listeners to establish traffic awareness.

شكر وتقدير

الإهداء

ملخص الدراسة

فهرس المحتويات

قائمة الأشكال والجداول

78..... مقدمة

الإطار المنهجي

2..... 1. إشكالية الدراسة:

4..... 2. أهمية الدراسة:

4..... 3. أسباب إختيار موضوع الدراسة:

5..... 4. أهداف الدراسة:

5..... 5. منهج الدراسة :

6..... 6. أدوات الدراسة:

7..... 7. مجتمع البحث:

9..... 8. مجال الدراسة:

9..... 9. الدراسات السابقة:

12..... 10. مصطلحات الدراسة:

13..... 11. المقاربة النظرية:

الفصل الأول: الإذاعة المحلية والوعي المروري

17..... تمهيد

17..... المطلب الأول: مفهوم الإذاعة المحلية.

19..... المطلب الثاني: نشأة وتطور الإذاعة المحلية في العالم

23..... المطلب الثالث: نشأة وتطور الإذاعة المحلية في الجزائر

31.....	المبحث الثاني: ماهية الوعي المروري
31.....	مطلب الأول: مفهوم الوعي المروري.
31.....	المطلب الثاني: أنواع الوعي المروري.
32.....	المطلب الثالث: وظائف الوعي المروري.
34.....	مطلب الثاني: أسباب حوادث المرور
35.....	المطلب الثالث: الآثار الناجمة عن حوادث المرور
38.....	خلاصة الفصل

الفصل الثاني: أساليب الإذاعة في الوعي المروري.

40.....	تمهيد
40.....	المبحث الأول: الإتصال الإقناعي ودوره في التوعية المرور
40.....	المطلب الأول: مفهوم الإتصال الإقناعي.
41.....	المطلب الثاني: مراحل الإتصال الإقناعي.
42.....	المطلب الثالث: خصائص الإتصال الإقناعي:
43.....	المبحث الثاني: الحملات الإعلامية في التوعية المرورية
43.....	المطلب الأول: مفهوم الحملات الإعلامية
44.....	المطلب الثاني: أنواع الحملات الإعلامية
45.....	المطلب الثالث: أهداف الحملات الإعلامية
46.....	خلاصة الفصل

الإطار التطبيقي

35.....	تمهيد
37.....	الإطار التطبيقي
49.....	نتائج الدراسة:

فهرس المحتويات

49.....	1-نتائج المتعلقة بالمحور الأول
50.....	2-نتائج المتعلقة بالمحور الثاني
65.....	خاتمة
40.....	قائمة المصادر والمراجع

قائمة الأشكال والجدول

قائمة الأشكال:

رقم الشكل	العنوان	الصفحة
01	يلخص نظرية التآتات الثلاث " لمشال لونات "	14
02	مراحل الإتصال الإقناعي	51

قائمة الجداول:

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
01	توزيع أفراد العينة حسب السن	53
02	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	53
03	نسبة إستماع لإذاعة تيسمسيلت الجهوية	54
04	مدى إستماع المبحوثين إلى إذاعة تيسمسيلت	54
05	طبيعة البرامج التي يستمع إليها مبحوثين عبر الإذاعة المحلية	55
06	مدى إستماع الأفراد إلى البرامج التوعية المرورية	56
07	المدة التي يستمع فيها المبحوثين إلى هذه البرامج	56
08	البرامج التي يستمع إليها المبحوثين	57
09	شكل تعرض المبحوثين لهذه البرامج	57
10	اللغة التي يحبها المبحوثين في عرض النصائح حول التوعية المرورية	58
11	مدى فهم المبحوثين للمواضيع المعالجة في برامج الوعي المروري بإذاعة تيسمسيلت	58
12	مدى تأثير برامج التوعية المرورية على سائقين	59
13	المدى التي تؤثر فيه برامج التوعية المرورية	59
14	الأسلوب الأكثر تأثيرا بالنسبة للسائقين	59
15	رأي السائقين حول فتح مجال للمشاركة في تفعيل هذه الفواصل المتعلقة بالوعي المروري عن طريق الهاتف	60
16	الوقت المخصص لبرامج الوعي المروري بإذاعة تيسمسيلت	60
17	الإقتراحات لزيادة تفعيل الوعي المروري في إذاعة تيسمسيلت	61

مقدمة

مقدمة:

يعد الإتصال ظاهر اجتماعية كبرى يتم بمقتضاها تكوين علاقات بين أفراد المجتمع بصرف النظر عن حجمه وطبيعة تكوين فهو وسيلة لتبادل المعلومات والآراء والأفكار والتجارب فيما بينهم، ولهذا فإنه نشاط إنساني يحدث باستمرار وغالبا ما يرتبط بالأنشطة لأن الإنسان يعيش في المجتمع أين يؤثر ويتأثر، وهذا ما جعل موضوع الإتصال والإعلام مجالا مخصصا لدراسات العلمية، بحيث أصبحت وسائل الإعلام في وقتنا الحاضر من أهم أدوات التأثير والتنقيف والإعلام وخاصة في خضم العولمة الإتصالية، وهذا ما أدى إلى زيادة التفاعلات للمعلومات والأفكار بشكل سريع مهما اختلفت المسافات والأزمنة.

ونظرا لأهمية التي اكتسبها الإعلام المحلي المرتبط باهتمامات الجمهور معين داخل بيئة محددة وهذا ما يحقق التنمية وخدمة المجتمع المحلي بذاته.

الإطار المنهجي

1. إشكالية الدراسة
2. أهمية الدراسة
3. أسباب إختيار موضوع الدراسة
4. أهداف الدراسة
5. منهج الدراسة
6. أدوات الدراسة
7. مجتمع البحث
8. مجال الدراسة
9. الدراسات السابقة
10. مصطلحات الدراسة
11. المقاربة النظرية

1. إشكالية الدراسة:

بدأت المجتمعات الإنسانية بسيطة وغير معقدة ولكن الإنسان بطبيعته وتطلعاته أصبح يستطلع كل ما هو جديد في عالمه وما حوله مما أفضى إلى تعقيدات بالغة في مجتمعه هذه التعقيدات أثرت في سلوكه وجعلته ينحاز عن الحياة القويمة وينحرف عن القيود التي وضعها المجتمع.

فظهرت أساليب وأشكال جديدة في المجال الإعلامي الذي أصبح شريك الفاعل في التعبير عن مصالح المجتمع كالإذاعة المحلية التي تعتبر وسيلة اتصال جماهيري تعكس فهم المجتمع وأفكارهم وحتى ثقافتهم المحلية، فالإذاعة المحلية تخاطب جمهور المستمعين مع تحديد عاداته وارتباطاته الإجتماعية مع مراعاة الجانب الإنتمائي لهذه الإذاعة، التي بكونها تقدم أخبار وشخصيات معروفة وقريبة منه والتي يرتاح لها أكثر من غيرها مع مراعاة المشكلات اليومية التي توفر مشاركة مباشرة وغير مباشرة من خلال برامجها وهذا ما يعطي ميزة خاصة للإذاعة المحلية عن باقي أنماط الإذاعية الأخرى.

ومع تعاظم أهمية الإذاعة المحلية بكونها جهاز إعلامي يخدم المجتمع محليا، شرعت الجزائر على غرار الدول الأخرى أن الإذاعة المحلية أفضل أساليب لتحقيق الوعي والمشاركة الفعالة للوصول إلى أكبر عدد من الجماهير في مختلف بيئاتهم المحلية، فأنشأت الإذاعات المحلية ويرجع سبب إنشائها إلى العامل الجغرافي وعامل اللغة أدى إلى أنتشارها عبر كامل تراب الوطن.

كما نرى تعدد اللهجات واللغات عبر الوطن ساهم إلى وجود مشكل للإذاعة فهذا ما عزز وجود إذاعة محلية تخاطب التركيبيات سكانية مختلفة.

ومن أبرز الإذاعات المحلية بالجزائر -إذاعة تيسمسيلت الجهوية- التي تتميز بتنوع برامجها الإجتماعية، الثقافية، الترفيهية، دينية، والتوعوية مما أدى إلى كسب جمهور كبير لديها كالسائقين بمختلفهم (حافلات، سيارات..... إلخ).

فيعتبر أوفياء لهذه المحطة وخصوص سائقي سيارات الأجرة بكونهم أكثر عرضة

لمجموعة من التغيرات والمشكلات التي تواكب العصر في مختلف المجالات. في هذا السياق تمثل الإذاعة المحلية طابع تفاعلي لتقديم أهم الحلول للوعي المروري لحد من حوادث المرور في الطرقات مع عرض تجارب وخبرات حوله حوادث المرور بدافع تقليل منها وتأثير في الجمهور لتفاديها . وعلى هذا الأساس تأتي هذه الدراسة كمحاولة بحث في مدى تأثير الإذاعة المحلية على الوعي المروري للمستمعين

وإنطلاقاً مما سبق يمكن أن نلخص السؤال الجوهرى لهذه الدراسة في:

• ما مدى تأثير الإذاعة المحلية لولاية تيسمسيلت على الوعي المروري للمستمعين؟

وما هو دورها ؟

التساؤلات الفرعية:

➤ ما هي أساليب الإذاعية في عملية التوعية المرورية لدى السائقي سيارات الاجرة لولاية تيسمسيلت ؟

➤ كيف ينظر جمهور السائقين للإرشادات الإذاعية لتوعية المرورية ؟

➤ هل تؤثر متغيرات السن و المستوى التعليمي على إستماع سائقي سيارات للحصص التوعوية بإذاعة تيسمسيلت الجهوية ؟

➤ ما هي دوافع وراء إستماع سائقي سيارات للحصص التوعوية بإذاعة تيسمسيلت ؟

فرضيات الدراسة:

- يمكن أن تؤثر المتغيرات السن والمستوى التعليمي على استماع لإذاعة تيسمسيلت المحلية من طرف سائقي سيارات الأجرة.

- يمكن ان تكون دوافع وراء استماع سائقي سيارات الأجرة للحصص التوعوية بالإذاعة لزيادة وفهم المشاكل التي تسبب في حدوث حوادث المرور .

2. أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية الدراسة في عدة جوانب وهي التحولات التي عرفتها وسائل الإعلام في جميع أنحاء وفي هذه الدراسة سنحاول الكشف عن هذه التحولات التي طالت الإذاعة والتركيز على إستخدامها من شريحة مهمة وهم سائقي سيارات بمختلف الأنواع وإنتشار في المجتمع الجزائري.

تستمد هذه الدراسة أهميتها من كونها تهتم بدراسة تأثير الإذاعة المحلي على الوعي المروري للسائقين بحيث إستقادت الإذاعة تطورات تكنولوجية التي ساهمت في تطوير عملية الإنتاج والإرسال وإتساع نطاق الترددات وأثر في تعدد القنوات الإذاعة قصد تأثير في الجمهور وتوعيته في مجال الوعي والحد من حوادث المرور .

3. أسباب إختيار موضوع الدراسة:

1.3 أسباب موضوعية: نلخصها في مجموعة من النقاط:

- نقص الدراسات الإعلامية المتعلقة بالإذاعة المحلية في الجزائر، رغم وجود جهود في هذا المجال.
- الرغبة في إثراء وتدعيم الدراسات الوعي المروري وتسلط الضوء على جمهور الإذاعة والتي بقيت فيه الدراسات شبه نادرة والتي لم تتل حظها من البحوث والدراسات الإعلامية خاصة مع ظهور الوسائل الإعلامية والإتصالية المتطورة.
- معرفة تأثير الإذاعة المحلية على الوعي المروري للمستمعين أثناء إستخدامهم للمحطة الإذاعية.

2.3 أسباب ذاتية:

- أسباب الذاتية وراء إختيار الموضوع تكمن في كون معالجته تصب في مجال تخصصي وإهتمامي بالوعي المروري للمستمعين تحديدا.
- الميل الشخصي للإذاعة.

- سهولة الحصول على المعلومات المتعلقة بالمجتمع المحلي بولاية تيسمسيلت كوني
أنحدر من نفس الولاية .

4. أهداف الدراسة:

من خلال هذه الدراسة والتي جاءت لغرض دراسة تأثير الإذاعة المحلية على الوعي
المروري للمستمعين، نسعى لتحقيق مجموعة من الأهداف وهي كالآتي:
✓ الكشف عم مدى تعرض سائقي سيارات الأجرة للإذاعة ببعض المتغيرات كالجنس
والمستوى التعليمي والحالة المهنية.

✓ معرفة الدوافع الأساسية وراء إقبال مستمعي الإذاعة على الحصص التوعوية بإذاعة
تيسمسيلت.

✓ معرفة عادات وأنماط إستماع سائقي سيارات لبرامج إذاعة تيسمسيلت من حيث المواعيد
المفضلة للإستماع وظروفها.

✓ إبراز الدور الفعلي الذي يمكن أن تقوم به الإذاعة كوسيلة إعلامية في غرس الوعي
المروري لدى السائقين.

5. منهج الدراسة :

يقتضي إجراء أي بحث علمي تحديد أسلوب أو المنهج الذي يتناسب مع الموضوع
المعالج والذي يساعد على جمع المعلومات أو البيانات لتصنيف وتحليل المعطيات وأن اختيار
المنهج المناسب للدراسة يرتبط بطبيعة المشكلة والمجال الذي ينتمي إليه وكذلك الإمكانيات
المتاحة لدى الباحث .

فالمنهج حسب تعريف موريس أنجر: هو مجموعة الإجراءات والخطوات الدقيقة من أجل

الوصول إلى نتيجة ما.¹

أما محمد زيان فعرفه: بأنه فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة إما من أجل الكشف عن الحقيقة المجهولة أو من أجل البرهنة على حقيقة لا يعرفها الآخرون.²

ومن خلال هذا المنطلق التمهيدي لمفهوم المنهج وطبيعة الدراسة والتي نحن بصدد معالجتها والمتمثلة في تأثير الإذاعة المحلية على الوعي المروري للمستمعين أنه من الضروري الإعتماد على المنهج المسحي لما يمتلكه من مقومات تتلائم مع هذه الدراسة فهو الأسلوب الأكثر إستخداما في الدراسات الإعلامية .

كما يعرف المنهج المسحي على انه اسلوب لجمع البيانات، يتم من خلاله الحصول على المعلومات مباشرة من الافراد الذين يتم اختيارهم ليكونوا بمثابة اساس للوصول الى الاستنتاجات عن المجتمع البحثي موضع الدراسة.

6. أدوات الدراسة:

إعتمدنا في هذه الدراسة على مجموعة من الأدوات التي تتناسب مع البيانات المراد الوصول إليها من أجل جمع المعلومات الخاصة بالإذاعة المحلية وتأثيرها على الوعي المروري للمستمعين لدى سائقي سيارات الأجرة بولاية تيسمسيلت وهذه الأدوات هي: الملاحظة والإستبيان.

1.6 الإستبيان "الإستمارة":

هي أداة من أدوات جمع البيانات للحصول على معلومات محددة من مصادرها الأولية أو الأصلية "المبحوثين" على الإستفادة منها في البحث ولذلك فإن الأسئلة الموجودة في استمارة الإستبيان يجب أن تكون الإجابة عليها من ضمن الأهداف التي تسعى إليها الدراسة والإستبيان

¹ عبد الله محمد عبد الرحمان علي البدوي، مناهج وطرق البحث الإجتماعي، د ط، مصر، دار المعرفة الجامعية، 2002، ص370.

² منذر الضامن، أساسيات البحث العلمي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2007، ص 80.

هو وثيقة تتضمن أسئلة مغلقة ومفتوحة تسلم نسخة من هذا الإستبيان لكل مبحوث بشرط ترك مساحة كافية لكتابة الإجابة عليها وبعد ذلك يتم ترميز تلك الإجابات تمهيدا لتحليلها يدويا أو بواسطة كمبيوتر تحليل يشمل جميع الإجابات على كل سؤال من أسئلة الإستبيان وتتطلب الإستبيانات الناجحة قدرا هائلا من العناية والجهد لضمان وضوح الأسئلة وسهولة الإجابة عليها.

كما يعرف الإستبيان: أداة أساسية من أدوات جمع البيانات التي يتطلبها البحث الميداني في العلوم الإعلامية وهي يستخدم لجمع قدرا أكبر من المعلومات عن الظاهرة موضع الدراسة وهي تستخدم بكثافة أكثر في البحوث الوصفية لتقرير ما توجد عله الظاهرة في الواقع ويمكن القول أن الإستبيان يستخدم عادة في البحوث التي تتطلب جمع بيانات كثيرة عن الظاهرة أو المشكلة موضوع البحث.¹

2.6 الملاحظة:

تعد الملاحظة أداة هامة من أدوات البحث العلمي كونها تساعد الباحث في التعرف عن قرب على الظاهرة التي يدرسها وإعطاء تحليلات وتفسيرات لما يلاحظه من خلال ربطه بكل جوانب البحث النظرية والتطبيقية.

كما تعرف الملاحظة أنها هي المشاهدة الدقيقة لظاهرة من الظواهر أو لمجموعة منها، بالإستعانة بالأدوات والأجهزة والأساليب التي تتفق مع طبيعة هذه الظواهر، فهي ملاحظة منهجية يقوم بها الباحث بدقة مستهدفا الكشف عن التفاصيل الظاهرة والعلاقات الخفية أو الظاهرة التي يحتمل أن توجد بين عناصرها أو بينها وبين الظواهر الأخرى.²

7. مجتمع البحث:

تعتبر عملية تحديد مجتمع البحث خطوة هامة في البحث العلمي تتوقف عليها باقي

¹ عبد الله محمد عبد الرحمان علي البدوي، المرجع السابق، ص 383.

² عبد الله محمد عبد الرحمان علي البدوي، المرجع السابق، ص 363.

مراحل البحث العلمي، إذ لا بد على الباحث أن يتعرف على مجتمع البحث الأصلي قبل الشروع في إنجازه بحثه، لأنه على إثر تحديد مجتمع البحث أو الدراسة تحدد طريقة جمع البيانات وهو على حد تعبير باحثين آخرين:

" مجموعة محدودة أو غير محدودة من المفردات أو العناصر والوحدات المحددة مسبقا حيث تنصب الملاحظات".¹

ويتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في مجموع سائقي السيارات الأجرة المتواجدين بولاية تيسمسيلت مستمعين إلى إذاعة جهوية لولاية تيسمسيلت ويتفاعلوا مع برامجها سواء بصفة دائمة أو غير دائمة .

ونظرا لضخامة حجم مجتمع البحث في هذه الدراسة و المتمثل في سائقي سيارات الأجرة وإرتباط إنجاز هذا البحث بأجال محددة من جهة أخرى، لجأنا إلى إختيار جزء صغير من مفردات مجتمع البحث، يسمى هذا الأسلوب "أسلوب الإختيار بالتعيين والمعينة".

ويعرف " محمد زيان عمر: "العينة على أنها الجزء الذي يختاره الباحث، وفق طرق محددة ليمثل مجتمع البحث تمثيلا علميا سليما.

وقد إعتمدنا في هذه الدراسة على العينة القصدية وهي عينة غير إحصائية فيعرفها "أحمد بن مرسل" أن العينة القصدية هي العينة التي يقوم بها الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات.²

وقد قمنا باختيار مفردات العينة بعد معرفتنا الدقيقة الكاملة لمجتمع البحث، حيث بلغ الحجم النهائي لعينة الدراسة " 90 مبحوث"

¹ محمد زيان عمر، البحث العلمي مناهجه وتقنياته، ط4، دار الشروق، جدة، 1983، ص288.

² أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والإتصال، ط2، الديوان الوطني للمطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص 286 287.

8. مجال الدراسة:

1.8 المجال المكاني "الجغرافي":

طبقاً للأهداف التي سطرناها سابقاً، تم تحديد المجال المكاني للدراسة في ولاية تيسمسيلت، واقتصر البحث على محطة نقل المسافرين نظراً لضيق الوقت وعليه فإننا هذه الدراسة حول تأثير الإذاعة المحلية على الوعي المروري للمستمعين بولاية تيسمسيلت. وتم توزيع الإستمارات على سائقي سيارات الأجرة وذلك تزامناً مع حملة توعوية التي قامت بها جمعية تيسمسيلت تقرأ حول الحد من حوادث المرور فكانت لي الفرصة في التناسق العمل.

2.8 المجال الزمني:

أما عن حيز الزماني للدراسة فقد إمتدت عملية التوزيع إستمارة الإستبيان من بداية الأسبوع الأول لشهر جوان 2021 إلى غاية نهاية الأسبوع من الشهر. لتأتي مرحلة تحليل البيانات وانجاز الجداول والتعليق عليها ثم صياغة النتائج النهائية.

9. الدراسات السابقة:

الدراسات لسابقة في مجال البحث العلمي هي مجال واسع الذي يمكننا من فهم الموضوع والإستفادة مما توصل إليه الباحثون من قبل، ويكون الإقتراب من الدراسات السابقة أو كما يسميها البعض الأدبيات السابقة إما نظرياً أو منهجياً أو الإثنتين معاً، ويشترط في هذه الدراسات التي يتناولها الباحث أن تكون ذات علاقة مباشرة بموضوع الدراسة فيؤكد الباحث أو يضيف أو يلغي ما توصل إليه الباحثون الذين استعان ببحوثهم .

ونظراً لطبيعة دراستنا و الأهداف الرامية إلى تحقيقها والتي لاحظنا قلة الدراسات المتشابهة، إن لم نقل إنعدامها سنحاول التعرض إلى الدراسات المقربة من هذا البحث .

الدراسة الأولى:

إستراتيجية الإتصال في الحملات التوعوية،دراسة وصفية لإستراتيجية التوعية المرورية ولاية غرداية نموذجاً، دراسة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والإتصال من أعداد

الطالب "عيسى بوكرموش"، 2013

رصدت هذه الدراسة مختلف المفاهيم التفاعلية للحد من حوادث المرور وإستخدام مختلف الوسائل لتحقيق التوعية المرورية للمجتمع، كما توصلت هذه الدراسة أن نجاح إستراتيجية الإتصال في الحملات الإعلامية يؤدي إلى نقص حوادث المرور وذلك بنشر حصة عبر إذاعة غرداية تتمثل في تقديم توصيات وتعليمات للحد من هذه الظاهرة.

الدراسة الثانية:

عائشة نواري، الإذاعة المحلية وجمهور الشباب، دراسة في الإستخدامات والإشباع والتفاعلية على عينة من جمهور إذاعة المدينة المحلية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والإتصال 2011.

وتحدد الإشكالية الرئيسية لهذه الدراسة في مدى مساهمة تفاعل الشباب مع البرامج الإجتماعية لإذاعة المدينة المحلية في طبيعة العلاقة التي تربط بينهم؟

هذه الدراسة تكشف عن أنماط إستماع إلى البرامج الإجتماعية بإذاعة المدينة المحلية والحاجات التي يسعى إلى اشباعها من ورائها وشملت هذه الدراسة 180 مبحوث، حيث تتضمن مفردات العينة على متغيرات شخصية "النوع، الجنس، المستوى التعليمي، الحالة العائلية والمهنية"

ولخصت هذه الدراسة إلى أن مجموعة م الشباب يخصصون وقتا كبيرا للإستماع لإذاعة المدينة المحلية ولبرامجها الإجتماعية والتي نجحت في جلب إهتماماتهم كما أن إذاعة مدينة المحلية تمكنت من إشباع حاجات مختلفة لدى الشباب أهمها: إشباعات إجتماعية، نفسية، ترفيهية .

الدراسة الثالثة:

من إعداد الطالبة هيبية شعودة، تحت عنوان دور القناة الإذاعية الأولى في التوعية المرورية، دراسة تحليلية ميدانية، مذكرة لنيل درجة الماجستير في علوم الإعلام والإتصال، جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة، 2005-2007

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

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

➤ ما مدى أهمية برامج التوعية لدى سائقين ورجال الأمن ؟

➤ ما مكانة الإذاعة كأحد المصادر التي تعتمد عليها السائقون في الحصول على معلومات

مرورية ؟

ولقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج من بينها :

- إحتلال التلفزيون والإذاعة المراتب الأولى في ترتيب وسائل الإعلام المفضلة لتوعية المرورية
- بينت الدراسة وجود إقبال على الإستماع إلى الإذاعة من طرف السائقين وعلى رأسها الإذاعة الوطنية

- تفضيل نسبة معتبرة من السائقين تقديم برامج التوعية المرورية من طرف رجال

- بينت الدراسة أن البرامج والحملات التوعوية ساهمت في إقناع السائقين بتجنب الإفراط في السرعة حيث فاقت نسبة المقتنعين 22.

- بينت الدراسة أن البرامج التوعوية ساهمت في إقناع أزيد من 99 من أفراد العينة بإستخدام الإرادي لحزام الأمن دون مراقبة رجال المرور.

التعقيب على الدراسات السابقة:

انطلاقا من قراءة الدراسات السابقة التي اعتمدنا عليها ،فان هذه الدراسات مطابقة و ذات علاقة بموضوعنا و تشترك معهم في متغيرين هما :الإذاعة المحلية و الوعي المروري ، وكذلك حاولنا الاستفادة من الدراسات السابقة لمعرفة طريقة رصد الاهداف و كيفية الوصول اليها حتى نتمكن من تحديد ارضية الانطلاق موضوعها و لكل دراسة علمية تموقع في ميدان البحث في تقديم نتائج جديدة لتتطرق اليها الدراسات السابقة.

10. مصطلحات الدراسة:

الإذاعة:

لغة : يقال أذاع يذيع إذاعة ، أي ينشر وإذاعة السر أي إفشاؤه .
أما **إصطلاحا:** هي كل مايبث عن طريق الأثير باستخدام موجات كهرو مغناطيسية بإمكانها اجتياز الحواجز الجغرافية والسياسية، وربط مستمعيها برياط مباشر وسريع.
وتعرف الإذاعة أيضا على أنها الانتشار المنظم والمقصود بواسطة الراديو لمواد إخبارية وثقافية وتعليمية وتجارية، وغير ذلك من البرامج، لتلتقط في وقت واحد بواسطة المستمعين المنتشرين في شتى أنحاء العالم.

الإذاعة المحلية:

وسيلة إعلامية تخدم مجتمعا محليا، بمعنى أنها تبث برامجها مخاطبة مجتمعا خاصا محدود العدد، يعيش فوق أرض محدودة المساحة متناسقة من الناحية الإقتصادية والثقافية والإجتماعية، بحيث يشكل هذا المجتمع بيئة متجانسة على الرغم من وجود الفروق الفردية التي توجد بالضرورة بين أفراد المجتمع .

والإذاعة المحلية تختلف عن غيرها من الأنماط الإذاعية الأخرى كالإذاعة القوية التي تغطي كل أطراف الدولة، وهي تختلف أيضا عن الإذاعات الموجهة للخارج، فالإذاعة المحلية تتحدث بلغة الجمهور المستهدف وتخطبه بها، وقد يظهر فيها أيضا لهجة سكان المنطقة المستهدفة.

والمقصود إجرائيا بالإذاعة المحلية في البحث هو: إذاعة تيسمى بالمحلية كوسيلة إعلامية لها جمهور وفي لها.

الوعي المروري:

تعددت التعاريف الخاصة بمفهوم الوعي المروري واختلفت باختلاف اتجاهات الباحثين، فعلماء النفس يرون أن الوعي هو: "شعور الفرد وإدراكه لذاته وأحواله وأفعاله إدراكا مباشرا، فالوعي أساس كل معرفة، فهو مجموعة عمليات إدراك الفرد لذاته وللعالَم الخارجي والإستجابة

لها '.

والوعي في لغة هو:

من وعي، يعي وعيا، وعي الشيء حفظه وفهمه.

إصطلاحا:

الوعي مصطلح عام يشمل إحاطة أفراد المجتمع بمجمل القضايا السياسية والإجتماعية والإقتصادية، وحتى العلمية منها.

التوعية:

لغة: الوعي والفهم والسلامة

اصطلاحا: التوعية هي إيجاد الوعي واكتسابه للأفراد والجماعات لحملهم على الإقناع بفكرة معينة أو رأي معين، واتخاذ منهج سلوكي معين بقصد تحقيق نتائج القائم بالتوعية.

حوادث المرور:

هي كل الإصابات عن إستخدام المركبة أثناء سيرها تحت ظروف معينة وينتج عنها أثار مدمرة للأرواح أو ممتلكات.

وعرفها "محمد حسين منصور": على أن أبسط صورة للحدث المرور تتمثل في الأضرار التي تقع من السيارة أثناء مرورها في الطريق العام وعن طريق إصطدامها بأحد الأشخاص أو من خلال أرتباطها بسيارة أخرى.

11. المقاربة النظرية:

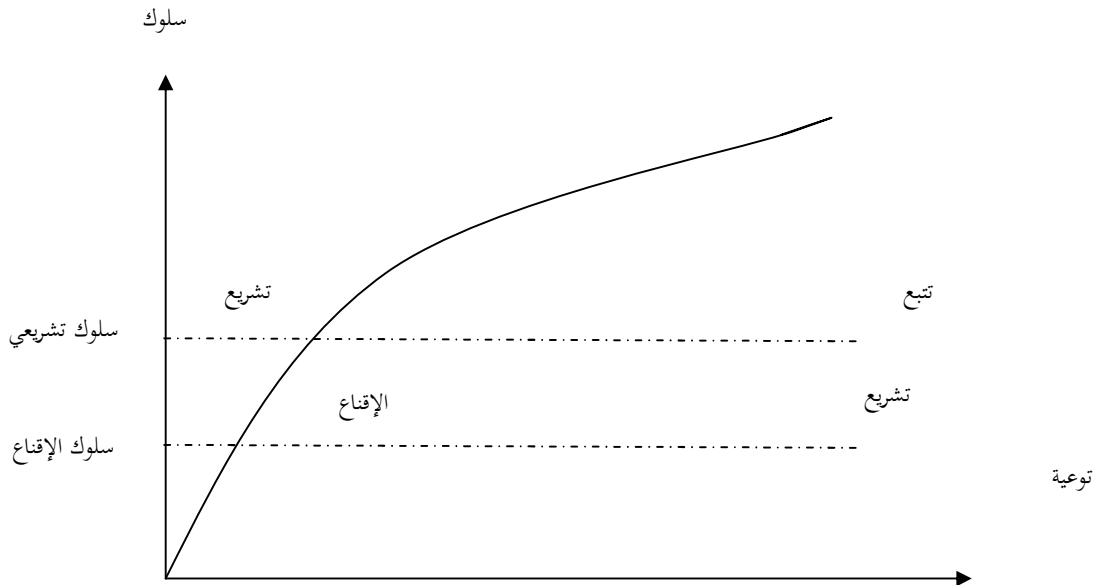
نظرية الإقناع:

تندرج دراستنا هذه تحت نظرية التأثير التي تطورت بفضل تطور الدراسات الإعلامية في مجال التأثير وتغيير السلوك ومن هنا تحتوي دراستنا على نظرية الإقناع والتي تعني بالدرجة الأولى إتصال دولة بالمواطنين، وهو يستمد شرعيته من واجبات الدولة في التوعية المواطن بالقيم المشتركة، والتشريع الملائم لحماية المجتمع وتذكير المخالفين للقانون بضرورة إحترامه. فإن جدوى هذا المنهج تتمثل في تغيير السلوك وقد يكون ذلك أعسر التحديات

الإجتماعية وكمثل لهذه الصعوبة يذكر أنه في فرنسا سنة 1987 تبين من عملية لإستطلاع الرأي أن 83 من الفرنسيين يعتبرون التدخين آفة مضرّة بالصحة ومع ذلك فإن تجارة التبغ قد بلغت في ذلك العهد أوجها، وكانت نسبة المدخنين في أعلى مستواها.

فالأمر يفترض إذن تغيير الظاهرة المراد معالجتها حسب ترتيب منطقي يبدأ بالمعرفة وينتهي إلى الشرعية وإعتماد الترتيب أي التشريع والتكريس القانوني وذلك على الرغم من أن هذا الحل الإضافي لا يمثل أنجح دواء يتتافى ظاهريا مع فاعلية الإتصال الإجتماعي التي لا بد أن تتركز على تكثيف الإستعدادات البسيكولوجية من حيث التكيف وكم قبل مرحلة الضغوط، وقد لخص هذه النظرية الباحث " مشال لونات " في الرسم البياني وأطلق عليها " قاعدة التاءات الثلاثة.

شكل رقم (1): يلخص نظرية التاءات الثلاث " لمشال لونات "



1- مرحلة التوعية:

وتتضمن التوعية آليات الإقناع اللساني والتوضيح والتفهم وتعزيز كل ذلك بالأدلة والبراهين المقنعة، والتي تنساب إلى عقول المستقبلين ويشترط في الأفكار المراد إيصالها ببساطة وعدم تناقض لتتال صدقية لدى الجمهور، والصياغة الواضحة للرسالة الإقناعية بحيث تكون ذات معنى واضح ومباشر ومن غير إلتباس، أو تداخل مع معاني أخرى، ومما يساعد على وضوح الرسالة الإقناعية مع وضوح الهدف من التوعية، ويشترط أيضا الموضوعية في التوعية وعدم التحيز أو إنطلاق من أحكام مسبقة ذاتية والتي من شأنها أن تنفر المستمع وتدفعه إلى تبني مواقف مضادة إزاء ما يتلقي، يضاف إلى ذلك إختيار لوقت المناسب، وإستغلال الظروف المناسبة والمواتية لتمرير الرسالة الإقناعية.

2-مرحلة التشريع:

تظهر أهمية هذه المرحلة في الحملات الإعلامية العمومية، لكنها غير مؤثرة في لإتصال الإشهاري، فهي تنص على أن التوعية لا تلبي الغرض لوحدها، فهي تبين مخاطر الموضوع و فوائده لكن التشريع يلعب دور إيجابيا في ممارسة نوع من الضغط على المتلقي من أجل مسايرة المرسل فيما يدعو إليه .

ويرى "ميشال لونات" أنه يجب أن تعزز مرحلة التوعية وتفهم بمرحلة الموائية وهي إصدار قانون يدعم الفكرة ويمنع الفرد من مخالفتها، فهو يرى أن التوعية وتوضيح الأشياء وبيان المخاطر والفوائد من أمر ما غير كاف للتأثير في السلوك الفرد والتغيير، أو لصد أفراد معينين عن فعل شيء ما فيه مضرة لهم وللمجتمع، ولذا يجب أن يسن قانون يحدد طبيعة المخالفة ويرتب عليها طبيعة العقوبات التي يواجهها الفرد في حالة المخالفة، بمعنى آخر الإقناع والتأثير لا بد أن يحمل في طياته معنى السلطة والمسؤولية والإجبار والترغيب والترهيب، والمبرر الذي يقدمه هو أن لإنسان يجد نفسه عاجزا أمام سلوكاته ونزواته ورغباته ودوافعه ولذا لا بد من حمايته من نفسه عن طريق القوانين، هذا القانون يستعان به على أساس سلطان المستقبل عن

الذات.

3-مرحلة التتبع والمراقبة:

يرى "ميشال لونات" أنه لا بد من المراقبة و المتابعة للعملية ككل وذلك من أجل نجاح عملية الإقناع والتأثير خاصة وأن الإنسان بحاجة إلى التذكير والتأكيد باستمرار. ففي هذه المرحلة يستوجب التأكيد على ضرورة إحترام القانون والتنبيه على المخالفين، ومتابعة ومراقبة ويجب أن نعطي المصدقية لجدية العملية، وتزيد من درجة الأهمية لدى المتلقي للرسالة الإقناعية، كما أنها تجذب إنتباه غير المهتمين وتزيد من حيوية الرسالة وفعاليتها في الإقناع والتأثير.

الفصل الأول: الإذاعة المحلية والوعي المروري

المبحث الأول: الإذاعة المحلية (المفهوم والنشأة)

المطلب الأول: مفهوم الإذاعة المحلية.

المطلب الثاني: نشأة وتطور الإذاعة المحلية في العالم

المطلب الثالث: نشأة وتطور الإذاعة المحلية في الجزائر

المبحث الثاني: الوعي المروري

المطلب الأول: مفهوم الوعي المروري.

المطلب الثاني: أنواع الوعي المروري.

المطلب الثالث: وظائف الوعي المروري.

المبحث الثالث: حوادث المرور في الجزائر.

المطلب الأول: مفهوم حوادث المرور.

المطلب الثاني: أسباب حوادث المرور.

المطلب الثالث: الآثار الناجمة عن حوادث المرور.

الفصل الأول: نشأة الإذاعة المحلية وتطورها

تمهيد:

إن الحديث عن الإذاعة المحلية حديث فرضته ظروف التطور الإعلامي المعاصر سواء في العالم أو في الجزائر بفضل التكنولوجيات والظروف المتغيرة فقد كان الإعلام القديم كله محليا لأن شبكة المواصلات لم تكن متطورة بالقدر الذي يمكننا من الوصول إلى مناطق عديدة في ظرف قياسي، وبالتقدم والتطور الذي عرفه الراديو كوسيلة إعلام أصبح الإعلام على المستوى الدولي حقيقة ملموسة تاريخيا وجغرافيا وحقيقة تكنولوجية في نفس الوقت، وفي ظل هذا التطور الإعلامي برزت الحاجة الملحة إلى الصحافة المحلية والإذاعة لتؤدي وظائف مختلفة، وبالرغم من أن هذا القرن سمي بالمدينة العالمية بدلا من القرية العالمية التي نادى بها "ماكلوهان" وبالرغم من انغماس الإنسان في الشؤون العالمية إلا أن الحاجة إلى الإعلام الإقليمي سيزداد في القرن القادم وستصبح التنمية معتمدة على الإعلام المحلي لتكتسب ملامحها الخاصة في عالم يندمج ويتداخل لتلغى فيه الفوارق والمسافات.

المطلب الأول: مفهوم الإذاعة المحلية.

إن مفهوم الإذاعة المحلية تبعا لمفهوم المجتمع المحلي هي عبارة عن "جهاز إعلامي يخدم مجتمعنا محليا بمعنى أن الإذاعة المحلية تبث برامجها لمخاطبة مجتمع خاص محدود العدد يعيش فوق أرض محدودة المساحة، أي أنها تخاطب مجتمعا متناسقا من الناحية الاقتصادية والثقافية والاجتماعية بحيث يشكل هذا المجتمع بيئة متجانسة، وبالرغم من وجود الفروق الفردية التي توجد بالضرورة بين أفراد المجتمع الواحد فهي تتفاعل مع هذا المجتمع تأخذ منه وتعطيه وتقدم له الخدمات المختلفة فالجمهور المستهدف لكل إذاعة هم أفراد هذا المجتمع المحلي، كأن يكونوا سكان قرية واحدة أو مجموعة قرى متجانسة متقاربة".¹

وإضافة إلى اعتبار الإذاعة وسيلة إعلام فهي كذلك وسيلة للتنقيف، والترفيه وعلى فهذا فعليها أن تكون على معرفة جيدة بطبيعة المجتمع المحلي، الذي تخدمه من خلال بثها برامج مختلفة المجتمع يتميز بمحدودية العدد والمساحة والتجانس على الرغم من وجود فوارق

¹ عبد المجيد شكري، الإذاعات المحلية لغة العصر، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987، ص، ص 20 21.

فردية بين أفرادها، والتي تتفاعل معه، ويقصد بها البث المحلي تلك المحطة التي تشغل في المجتمع المنشأة فيه بهدف خدمة هذا المجتمع، وعكس صورة له وتوصيل صوته من خلال أفراد هذا المجتمع نفسه، وقد يكون هذا المجتمع ذي صبغة إقليمية أو جغرافية كأن يكون عبارة عن بلدة أو قرية صغيرة أو مقاطعة أو جزيرة، كما قد يكون عبارة عن الذين تجمعهم اهتمامات مشتركة دون أن يقتضي ذلك العيش معا في إقليم جغرافي واحد، وهكذا يمكن إدارة هذه المحطة وتنظيم عملها بواسطة مجموعة واحدة أو عدد من المجموعات المجتمعة معا أو مجموعة من الأفراد سيدات كانوا، أطفال أم مزارعين صيادين جماعات عربية أم مواطنين من الدرجة الأولى في المجتمع، وفي الواقع فإن أهم ما يميز محطة الإذاعة للبث المحلي عن غيره من وسائل الإعلام الأخرى هو ارتفاع مستوى مشاركة الأفراد فيها وتفاعلهم معها وتتمثل مصادر الدعم الرئيسية لإنشاء مثل هذه المحطات في أفراد المجتمع نفسه والمؤسسات المحيطة به¹ وبضيف الباحث (عبد المجيد شكري) في موضع آخر أن "الإذاعة المحلية وسيلة تستخدم الأغراض الاجتماعية مختلفة بهدف خدمة المواطن المحلي وتلبية حاجاته المختلفة".²

وقد قدم (فيليكس لبييريرو) «librero» وصفا آخر إذ يقول أن الإذاعة المحلية هي الاستخدام النظامي للإذاعة بالراديو داخل منطقة جغرافية محددة لأية أناس ذوي طموح وخصائص ومشكلات متشابهة إلى حد كبير.³

أما عن وجهة نظر الباحث (سعد لبيب) فيرى أن الإذاعة المحلية " هي التي تقوم بخدمة مجتمع محدود ومتناسق من الناحية الجغرافية، الاجتماعية والثقافية المتميزة، على أن لا تحده حدود جغرافية حتى تشمل رقعة الإرسال المحلي، أي أن هذه الإذاعة لا شأن لها بالتقسيمات الإدارية والتخطيطية التي قد تصطلح عليها الحكومة في فترة زمنية معينة، وتتجه الإذاعة المحلية لتقوية الروابط بين أعضاء المجتمع المحلي المتجانس الذي تخدمه

¹ لوي تايينخ، كيفية إنشاء محطة إذاعة للبث المحلي، اليونسكو، 2001، ص 15.

² عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال: إنتاج البرامج في الراديو والتلفزيون، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1996، ص 20.

³ طارق أحمد السيد، الإعلام المحلي وقضايا المجتمع، ط4، دار المعرفة الجامعية، 2004، ص ص 87 88.

وتقوم على ربط علاقات وثيقة بين مستمعيها الذين تعرفهم وتوحد بينهم الإهتمامات المشتركة والبيئة الواحدة وبذلك فإن أهداف الإذاعة المحلية ليست واحدة بكل المجتمعات، وإنما تخضع للمفهوم الذي يعطيه النظام السياسي للمجتمع المحلي¹ ويؤكد الباحث (كلود كولان) Claude collin في مؤلفه Ondes de Choc أن مفهوم الإذاعة المحلية يتحدد حسب مساحة البث.²

وحسب باحثين آخرين تعرف الإذاعة المحلية على أنها: "أحد روافد الإعلام المحلي الذي ينبثق من بيئة معينة ومحددة ويوجه إلى جماعة بعينها وتربط بعضها ببعض هذه البيئة، بحيث يصبح الإعلام مرتبطا ارتباطا وثيقا بحاجة هؤلاء الناس ومتصلا بثقافة البيئة المحلية وظروفها الواقعية، مما يجعله انعكاسا للتراث الثقافي والقيمي في هذه البيئة، ويعتمد اعتمادا كليا على كل ما فيها من أفكار بحيث تكون هناك الأفكار السائدة بين الجمهور المستهدف، وتصبح القيم الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية والعادات والتقاليد هي التي تكون في النهاية أسلوب شكل ومضمون الإعلام المحلي".³

المطلب الثاني: نشأة وتطور الإذاعة المحلية في العالم

يقال بدأ التاريخ منذ اليوم الذي اكتشف فيه الإنسان أن الأصوات التي تتبعث منه أثناء الكلام يمكن تسجيلها بعلامات ظاهرة، فباستطاعة الإنسان أن يخلف سجلا خالدا عن حياته، وكان التاريخ ينقل عن طريق الكلمة المسموعة كما هي الحال في الأساطير القديمة⁴، وقد تحقق عالم الطبيعة الألماني "Heinrich Hertz" عام 1887 من نظرية "Clark Maxwell James"، من خلال تجارب على الموجات التي يمكن نقلها عبر الفضاء

¹ نادية بن ورقلة، دور إذاعة بشار في التنمية المحلية دراسة وصفية تحليلية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2007/2008، ص 106.

² حفيظة سنوسي، الإذاعة المحلية والعادات الاستماعية للمجتمع المحلي في الجزائر، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 1996/1997، ص 20.

³ يوسف مرزوق، الإذاعة الإقليمية وتحقيق أهداف التنمية، دون دار نشر، مصر، 1970، ص 57.

⁴ ماجي الحلواني، مدخل إلى الإذاعات الموجهة، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1982، ص 11.

دون استخدام أسلاك وبسرعة الضوء¹، ويرجع الفضل اختراع المذياع إلى العالم الإيطالي "Jugliemo Marconi" (1874-1937) باعتباره أول من اكتشف واستخدم نظام إرسال واستقبال الإشارات الكهرومغناطيسية لاسلكيا كان ذلك عام 1894 عندما استطاع إرسال أول إشارة إلى مسافة 4 أمتار ثم واصل تجاربه وتحسيناته لنظام الإرسال والاستقبال على مدى سبع سنوات، حتى تمكن في 12/09/1901 من إرسال موجات الراديو عبر المحيط الأطلسي بين "كونوول" و"تيوفوندلاند" الذين كانت المسافة بينهما حوالي 3200 كلم، ولقد كان أعظم انتصار حققه "Marconi"²، وقد بدأ هذا الأخير الإرسال من بيته بلندن سنة 1901 وبعد أشهر من ذلك اتفق مع هيئة البريد البريطانية على تشغيل نظام البث الإذاعي في بريطانيا، من خلال شركة واحدة وهي الـBBC فتم الإرسال من ثلاث محطات: لندن، برمنغهام، مانشستر، ومن هنا تضاعف عدد المحطات، وقد تكلفت جهود العلماء بالنجاح عام 1920 وهو تاريخ ظهور أول إذاعة محلية منتظمة بمدينة "بيستبورغ" Pittsburg الأمريكية، ويعود الفضل في اختراعها إلى الدكتور Frank Conard والتي سميت XK8، أذيعت لأول مرة نتائج الانتخابات الرئاسية الأمريكية نظرا لتطافر مجموعة من العوامل³، ومع نهاية العشرينات استطاع الراديو أن يحقق مستوى عالميا من التطور في البرامج المقدمة، وأصبح على مشارف الدخول في مرحلة جديدة من التطور، وأحد المجالات الرئيسية التي حقق الراديو فيها نموا كبيرا هو مجال الإعلان وقد أصبح الراديو وسيلة إعلانية جماهيرية سنة 1929 وقد استطاع الراديو أن يلبي أربعة متطلبات ضرورية⁴:

1- التنافس الفني في مجال هذه الصناعة كان قد وصل إلى درجة عالية مما جعل استقبال المحطات يتم بشكل يبعث على الثقة.

2- خلق جمهور عريض من المستمعين على أسس ثابتة ومنتظمة.

¹ مصطفى محمد عيسى فلاتة، الإذاعة السمعية وسيلة اتصال وتعليم، دار النشر العلمي وطابع الملك سعود، بدون سنة، ص27.

² إبراهيم وهبي، الخبر الإذاعي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985، ص 22.

³ خالد زعموم، الإذاعة في عصر الوسائط المتعددة، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد 02، تونس، 2010، ص 35.

⁴ نوال محمد عمر، مناهج البحث الاجتماعية والإعلامية، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1986، ص 21.

3- رغبة القائمين على الإذاعات في قبول المعلنين كشركاء في إنتاج البرامج.
 4- تطور أشكال البرامج الإذاعية، وبنهاية الحرب العالمية الثانية عمت المحطات الإذاعية في العديد من بلدان العالم ومنها العربية التي عرفت في فترات مختلفة وفي ظروف متباينة ذلك بدءاً من المبادرات الفردية لبعض المهندسين العرب، ومروراً بالقوى الاستعمارية المحتلة التي أوجدتها أساساً لخدمة تواجدها وتعتبر الجزائر ومصر أولى الأقطار العربية التي عرفت الإذاعة في منتصف العشرينات، ثم توالى ظهورها تدريجياً في باقي الأقطار العربية حتى سنة 1970.¹

فمع الشعبية المتزايدة للبث عبر موجات الـ FM في بداية الستينات (نظراً لما تقدمه من صوت عال الجودة يفوق تقنية تضمين الاتساع AM) زيادة على ظهور البث بالصوت المجسم في ستينات القرن العشرين وانتشاره الواسع في العقدين المواليين وبسبب قدرته الفائقة على نقل الموسيقى وبرامج الحفلات والمسرحيات نقلاً قريباً من الواقع، أصدرت لجنة الاتصالات الفيدرالية مرسوماً يسمح باستخدام هذه الموجات المتوسطة للبث. وتزامن صدور هذا القانون أيضاً مع بداية التفكير الفعلي في إنشاء محطات إذاعية تبث على الصعيد المحلي أو الإقليمي.

وعلى العموم تمثل بدايات التجربة الأمريكية في مجال البث الإذاعي المحلي نموذجاً لم تتوصل إليه البلدان الأوروبية حتى الآن فالإذاعة المحلية في الولايات المتحدة الأمريكية لم تخضع للاحتكار أو سلطة مؤسسة مالية ما.²

أما عن تجربة الدول الأوروبية في مجال الإذاعات المحلية فعلى الرغم من أن تاريخ ظهور الإذاعة المحلية يرتبط في بعض مراحله ببعض الدول الأوروبية فرنسا، بريطانيا وبلجيكا إلا أن ظهور الإذاعات المحلية حسب الوظيفة الموكلة إليها لم يظهر إلا في النصف الثاني من القرن العشرين.

¹ فضيل دليو، مرجع سبق ذكره، ص 147.

² حفيظة سنوسي، مرجع سبق ذكره، ص 31.

ففي بريطانيا، يعود تاريخ بداية البث الفعلي للإذاعة المحلية البريطانية إلى أواخر الستينات بعد أن كان مجرد تقارير واجتماعات ومناقشات حول موضوع الوضع الثقافي القائم وضرورة ضرب المركزية الثقافية، ففي سنة 1967 تم اختيار تسعة مناطق لتكون محل التجربة في خدمات البث الإذاعي المحلي، وفي نفس السنة تم الإعلان عن القطيعة عن السياسة المركزية للإذاعة الأم الـ BBC من خلال إنشاء هذه الأخيرة لتسع محطات جهوية و22 محطة محلية، ومثلت سنة 1969 مرحلة مهمة في تطور الإذاعة المحلية حيث أصدرت لجنة "ماند" مشروعاً يعيد التقسيم الإداري للدولة، وفي سنة 1972 لم يعد احتكار البث الإذاعي من قبل قناة البي بي سي (BBC) حيث قامت الحكومة بإنشاء "الهيئة المستقلة للبث" التي قامت بإنشاء العديد من المحطات الإذاعية¹، أما في إيطاليا فيعود ظهور الإذاعات المحلية إلى نهاية الستينات ولو أن تسمية إذاعة محلية كانت تطلق على الإذاعات الحرة السرية التي كانت تتولى مهمة الدفاع عن الأفراد والسكان مما دفع الحكومة الإيطالية إلى إصدار قانون بتاريخ 28 جويلية 1976) يرخص الإنشاء هذه الإذاعات، حيث بلغ عدد المحطات الإذاعية 2000 محطة إذاعية سنة 1977، وفي فرنسا يعود تاريخ الإذاعة المحلية إلى "أحداث ماي 1968"، حيث مثلت الثورة الفرنسية إحدى العوامل التي ساهمت في تجسيد أولى التجارب حول الإذاعات المحلية فكانت الإذاعة الخضراء" التي تأسست في 13 ماي 1977، وقد تضاعف عدد الإذاعات المحلية الخاصة بعد صدور قانون 1981 الذي يسمح بإنشاء الإذاعات المحلية الخاصة.

وفي إفريقيا فيلاحظ أن الإذاعات المحلية لم توجد بنفس الصيغة التي وجدت بها في أوروبا وأمريكا من ناحية الملكية القانونية والوظيفة، فالإذاعات السائدة بكثرة في هذه القارة هي الإذاعات التربوية والريفية الخاضعة للسلطة، التي غالباً هي إذاعات مركزية.²

أما في الوطن العربي فقد ظهرت الإذاعات المحلية وتطورت في ظروف متميزة منها ما يتعلق بالطبيعة الجغرافية للبلدان العربية كون معظم البلدان العربية تمتاز بمساحات شاسعة

¹ . نفس المرجع السابق، ص، ص 30 31.

² نصر الدين العياضي، إشكالية المحلي في علاقة وسائل الاتصال بالمجتمع، المجلة الجزائرية للاتصال، عدد 15، الجزائر، سنة 1997، ص 47.

وعدد كبير من السلاسل الجبلية تمتد على آلاف الكيلومترات مما يعيق من وصول أمواج الإذاعة المركزية، الأمر الذي يتطلب نفقات مالية كبيرة، بينما إقامة الإذاعات المحلية سيعفي من هذه الأعباء لاسيما عند استعمال موجات FM. زيادة على ذلك شكلت المسافات الطويلة بين مختلف المناطق والمدن العربية أحد أهم أسباب انتشار الإذاعات المحلية في الوطن العربي، الذي يتجلى في الاستئناس بالإذاعة أثناء السفر من خلال الاستماع إليها في السيارة.¹

المطلب الثالث: نشأة وتطور الإذاعة المحلية في الجزائر

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

- 1- صوت الجزائر من إذاعة طرابلس.
- 2- فرع آخر في إذاعة بن غازي بليبيا.
- 3- صوت الجزائر من دمشق وكان يشرف عليها محمد مهري وأبو عبد الله غلام الله .
- 4- صوت الجزائر من الكويت.
- 5- الإذاعة اليوم وهي إذاعة موجهة باللهجة الجزائرية أنشئت ما بين 1960-1961 بالقاهرة.
- 6- إذاعة الجزائر من الأردن من أشهر العاملين فيها الشاعر عبد الرحمان العقون .
- 7- إذاعة الجزائر من المملكة السعودية (كلف عبد الرزاق بن يحي زلاقي بالإعلام).²

¹ محمد الأمين موقاي، الإذاعات المحلية... الفضاء الآخر، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد 02، تونس، 1998، ص45.

² الحسين العيادي، نشأة الإذاعة السرية، مجلة أمواج، العدد الأول، الجزائر، ديسمبر 2006، ص 56.

كما أنشأت في العهد الفرنسي فرع لديوان البث الإذاعي والتلفزي وذلك لضرب النشاط الثوري في العمق وتجنيب وسائل الإعلام للتأثير على الشعب.¹

وقد كان على الجزائر بعد الاستقلال أن تواجه هذا التحدي الإعلامي والتقني لإسماع صوت الجزائر، ومحاولة إشباع مختلف رغبات الشرائح الاجتماعية، بما يخدم التراث والثقافة التي تعبر عن الامتداد التاريخي لهذا الشعب، وذلك بإنشاء العديد من المحطات الإذاعية المحلية في جميع مناطق القطر الجزائري، وهذا بقرار من المدير العام للإذاعة ويشترط من أجل إنشائها قدرة السلطات المحلية على تغطية ميزانيتها بنفسها، وقد ظهرت الإذاعة المحلية في الجزائر متأخرة، مقارنة مع باقي الدول العربية، فلم تنشأ إلا بعد التعددية السياسية والإعلامية، هذا التأخير ناجم عن جملة من العوائق السياسية والقانونية المفروضة قبل تلك الفترة، ويتضح هذا بداية من سنة 1988 التي تعتبر سنة جوهريّة للإعلام الوطني إذ بعد التطورات والتحوّلات الاجتماعية، الاقتصادية، الثقافية، السياسية والإعلامية سنت الهيئات التشريعية في الجزائر مجموعة من القوانين خاصة بالإعلام، وتتعلق أساساً بحرية التعبير وتحسين أساليب إعلام وتنقيف أفراد المجتمع الثقافات الوطنية ورغم وجود إقرار من الميثاق الوطني سنة 1976 بحق المواطنين في الإعلام وبعد أحداث أكتوبر 1988 فرضت التعددية السياسية على السلطة ومن ثمة ضرورة استعمال وسائل كفيلة بتهيئة الجو للتعبير عن الآراء والأفكار الخاصة بالأحزاب والأفراد، ومن هنا فإن الإذاعة الجزائرية كانت محدودة الانتشار في البداية وكانت مسخرة الخدمة الخطاب السياسي وليست لخدمة الشعب، وعلى هذا كان على الجزائر بعد أن تواجه التحدي الإعلامي والتقني، لإسماع صوت الجزائر، ومحاولة إشباع مختلف رغبات الشرائح الاجتماعية بما يخدم التراث والثقافة التي تعبر عن رغبات المواطن، وعليه اعتبر إنشاء العديد من المحطات الإذاعية المحلية في مناطق عديدة من القطر الجزائري تحولا جديدا في مسيرة الإعلام الجزائري. وقد تم إصدار أول قانون للإعلام في الجزائر يوم 1982/02/06 حيث ورد في مادته الأولى: الإعلام هو قطاع من قطاعات السياسات الوطنية، وهو ترجمة لمطامح الجماهير الشعبية، يعمل على تعبئة كل القطاعات

¹ مجلة الشاشة الصغيرة، العدد 34، الجزائر، أكتوبر 1997، ص 41.

وتنظيمها لتحقيق الأهداف الوطنية¹، ولم يتم تعديل إلا ما ورد في قانون الإعلام 1990، حيث نصت المادة 13 على أن تتولى أجهزة الإذاعة الصوتية المسموعة التابعة للقطاع العام في قنواتها المتخصصة في بث الثقافات الشعبية، والتكفل باستعمال كل اللهجات الشعبية لتبليغ وترسيخ الوحدة الوطنية والقيم العربية الإسلامية في المجتمع الجزائري، تحدد كليات تطبيق هذا الإجراء عن طريق التنظيم²، ومن خلال هذا فقد قسم العديد من الباحثين تاريخ الإذاعة في الجزائر إلى:

أ- قبل 1962:

شهدت الجزائر أول جهاز إرسال إذاعي على الموجة المتوسطة في بداية العشرينات من هذا القرن سنة 1925 بمبادرة من أحد الخواص الفرنسيين، وكان الإشراف الفني لمصلحة البريد والمواصلات آنذاك وبالتالي فقد ظهرت تقريبا مع ظهورها في فرنسا³، وفي سنة 1940 عرفت أجهزة الإرسال نموا كبيرا في الجزائر العاصمة وقسنطينة، وهران وحتى تلمسان لتمكين الجمهور من النقاط البرامج التي تبث باللغتين الفرنسية، والعربية في آن واحد، وقد كانت تشرف عليها سنة 1945 إدارة مستقلة لشؤون التسيير والشؤون الفنية، غير أنه أعطيت بعض الصلاحيات للحاكم العام للجزائر الذي أصبح يترأس مجلسا يدعى "اللجنة الجزائرية للإذاعة" وقد أسندت إليه الحصص الموجهة للجزائريين الذين لا يفهمون الفرنسية فهنا الإذاعة لم يكن لها رواج جماهيري⁴ معتبرا وقد تم إرساء الإذاعة العربية في سنة 1943 والقبائلية في سنة 1948 وواكب هذا إصلاحات تقنية على المحطات الخاصة بالإرسال، مما ضاعف عدد المستمعين لبرامج الإذاعة الجزائرية فقد بلغ سنة 1956 أكثر من 38800 مستمع من بينهم 15700 جزائري و23100 غير جزائري وقفز عدد المستمعين

¹ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد6، قانون رقم 82-10، المؤرخ في 12 ربيع الثاني 1402هـ الموافق لـ 1982/02/06.

² الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد14، قانون 79 المؤرخ في 08 رمضان 1410 الموافق لـ 1990/03/04.

³ أبو القاسم سعد الله، التاريخ الثقافي للجزائر، دار المغرب الإسلامي، بيروت، 1998، ص 250.

⁴ بيار ألبير، تاريخ الإذاعة والتلفزيون، ترجمة: زهير إحدادن، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1984، ص 114.

من 15509 مستمع عام 1948 ليصل عام 1956 إلى 358 ألف مستمع، وابتداء من سنة 1947 بدأ المواطن الجزائري يهتم بالأخبار المذاعة.¹ كما أنشأت عام 1948 قنوات مجهزة باستوديوهات خاصة بها في مختلف المدن²، ولقد أدخلت إصلاحات تقنية جديدة على محطات الإرسال والربط في هذه المدن وفي هذا الإطار يقول "زهير إحدادن" أنه أصبحت قوة الإرسال الإجمالية تصل إلى 322 كيلواط سنة 1954 في حين لم تكن إلا 200 كيلواط سنة 1946 تبث على الموجة المتوسطة والقصيرة، ومع بداية الستينات عرفت الإذاعة في الجزائر جملة من المتغيرات والإصلاحات مست كل القنوات الفرنسية، العربية والقبائلية، هذا التغيير لحق بمحتوى البرامج كما لحق بساعات البث وظهرت معه محطة "ألجي انتار" Alger inter التي أخذت تبث برامجها بالفرنسية والعربية والقبائلية، وعلى الموجات الخاصة بالقناة القبائلية في توقيت مواز لذاك الخاص بالقناتين الفرنسية والعربية هذا بحجم يفوق 115 ساعة في الأسبوع وقد اعتمدت الثورة عند انطلاقها على سلاح الإعلام لما له دور في النضال وأخبارهم بأهم الأحداث والتطورات والمعلومات العسكرية من خلال الإعلام المضاد للحملات الإعلامية التي شنتها الإذاعة الفرنسية في الجزائر، وبعد إعلان الحكومة المؤقتة في سبتمبر 1958 أصبحت هناك وزارة كاملة للإعلام والدعاية، ومع تنامي وتطور الثورة التحريرية الكبرى وزيادة تعطش الجزائريين لمعرفة أخبار الثورة كان على جبهة التحرير الوطني أن تنشأ إذاعتها الخاصة فظهرت الإذاعة السرية الجزائرية "صوت الجزائر المكافحة التي كانت تبث أولا من سيارة مستقلة في منطقة الريف المغربية، ثم محطة ثابتة في منطقة "الناظور" بالمغرب.

ب- بعد 1962:

يمثل تاريخ أكتوبر 1962 من أهم المحطات التي عرفتتها الإذاعة، حيث نجح مجموعة من الصحفيين في إنزال العلم الفرنسي من على مبنى الإذاعة والتلفزيون، وتم رفع العلم الجزائري إعلانا عن استرجاع السيادة الوطنية على الإذاعة والتلفزيون، وبذلك استعادت

¹ Fanon(Frantz), Sociologie d'une révolution, Maspero, petite collection, 1968,p57.

² عبد المجيد شكري، الإذاعات المحلية لغة العصر، مرجع سبق ذكره، ص 41.

الإذاعة الجزائرية سيادتها التامة بعد رحيل كل العاملين والتقنيين والصحفيين الفرنسيين من الإذاعة تاركين ورائهم الدمار والخراب بعد أن قاموا بحرق الأرشيف و تلاف التجهيزات، إلا أن الغيرة الوطنية والتفاني في العمل كان شعار شرف الهيكل البشري الذي أخذ زمام الأمور بالإذاعة رغم قلة الخبرة العلمية، وعشية الاحتفال بالذكرى الثامنة الاندلاع الثورة التحريرية، وقد تم بث أول إرسال إذاعي من الجزائر المستقلة بتاريخ "28 أكتوبر 1962، ولقد كانت المفاجأة كبيرة لفرنسا، تدل بقوة على مثال التحدي الذي رفعه الجزائريون، فبعد أن انسحب الإداريون الفرنسيون والتقنيون وفي أنفسهم حاجة لتوريط الجزائريين على خلفية الاعتقاد بجهلهم لأدبيات الصحافة والتسيير، أثبت الجزائريون العكس واستطاعوا التأكيد على نجاحهم.

وعليه منذ ذلك التاريخ ورثت الجزائر شبكة الراديو التي كانت تتسم بالجهوية وتغطي أهم المدن الكبرى التي يتواجد بها المعمرون الفرنسيون، ولم يكن همهم في السنوات الأولى تطوير البث الإذاعي بالجزائر، وقد تم توقيع اتفاقية بين الحكومة الجزائرية والحكومة الفرنسية في تاريخ 23 جانفي 1963 تنص على تبادل برامج الحكومتين. ويمثل تاريخ الفاتح أوت 1963 إحدى المنعرجات الحاسمة في تاريخ الإذاعة، حيث صدر قانون ينظم الإذاعة والتلفزيون الجزائري ويعتبرهما إحدى روافد التنمية القومية وفي بناء المجتمع الجزائري، فكانت الإذاعة الوسيلة الوحيدة التي تصل رسالتها إلى جميع أنحاء الوطن وخاصة سكان الريف.¹

وفي سنة 1967 صدر مرسوم ينص على أن المؤسسات الإعلامية الجزائرية بما فيها الإذاعة تؤدي المصلحة العامة.²

كما ساهرت الإذاعة الجزائرية جميع المراحل والسياسات العامة التي عرفت الجزائر حيث أن مضمونها لم يخرج عن إطار الحث على ضرورة البناء والتشييد والمساهمة في دفع عجلة التنمية بكافة أشكالها وعلى كافة المستويات، ومن الجانب التنظيمي تمثل سنة 1989 مرحلة

¹ نصيرة مزهود، الإذاعة الجزائرية والمستمع، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 1999/1998، ص 25.

² زهير إحدادن، تاريخ الإذاعة والتلفزيون، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1989، ص 88.

مهمة للإذاعة، حيث أعيدت هيكلة مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الجزائري، وقسمت إلى 4 مؤسسات مستقلة هي المؤسسة الوطنية للإذاعة المسموعة، المؤسسة الوطنية للتلفزة، مؤسسة البث الإذاعي والمؤسسة الوطنية للإنتاج السمعي البصري، بموجب مرسوم صدر في "01 جويلية 1986" تم تأسيس الإذاعة تحت تسمية "المؤسسة الوطنية للبث الإذاعي المسموع"، ومنحها هذا المرسوم استقلالية تنظيمية ومالية وتقنية مكنتها من تطوير أدائها وفق ما يتماشى مع مبدأ الإعلام.¹

وبموجب مرسوم تنفيذي رقم 91-102 صدر بتاريخ 20 أبريل 1991 تم تحويل مؤسسة الإذاعة الوطنية المسموعة إلى المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة، كما تخضع لوصاية يعينها رئيس الحكومة حسب المادة الثانية والثالثة، كما تحولت الإذاعة إلى مؤسسة ذات طابع صناعي تجاري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي تحكمها قواعد الحق العام وتمارس مهمة الخدمة العمومية ومرسوم تنفيذي رقم 91-103 المؤرخ في 20 أبريل سنة 1991، المتضمن دفتر الشروط العام وفق دفتر مهام وأعباء والذي مكن أهم بنوده من:²

- ضمان التعددية وفقا لأحكام الدستور
- تعزيز الاتصال في سياق التعددية.
- المساهمة بكل الطرق والوسائل في تطوير الاتصال.
- الدفاع عن اللغتين العربية والأمازيغية وترقيتهما.
- المساهمة في حماية وترقية الثقافة الوطنية بكل مكوناتها.
- إنتاج وبث برامج ذات طبع مختلفة.
- إمكانية الإنتاج المشترك.

ومنذ ذلك التاريخ وتجسيدا للانفتاح الذي تميزت به الإذاعة فور الدخول في عهد التعددية الإعلامية بموجب "دستور 1989"، والذي أكده "قانون الإعلام 1990"، دخلت الإذاعة عهدا جديدا من التعددية ولعل من أهم مظاهره الانتشار الواسع في الإذاعات كما

¹ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 01، يوليو 1986، ص 1096.

² الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 19، 20 أبريل 1991، ص ص 628 629 630.

ونوعاً، حيث قامت الحكومة الجزائرية وبالإضافة إلى القناة الوطنية الأولى الناطقة باللغة العربية بإنشاء قناتين وطنيتين الثانية ناطقة بالأمازيغية، والثالثة باللغة الفرنسية، ثلاث قنوات متخصصة (الإذاعة الثقافية، إذاعة القرآن الكريم، والإذاعة الموسيقية (إذاعة البهجة)، وشرعت كذلك في إقامة الإذاعات الجهوية أو المحلية وكانت انطلاقاً التجربة بإطلاق أربع محطات إذاعية هي على التوالي (إذاعة الساورة ببيشار والتي تأسست في 20 أبريل 1991، تلتها إذاعة متيجة في 08 ماي 1991، ثم إذاعة ورقلة في 09 ماي 1991 وإذاعة الأغواط والتي تأسست في "05 نوفمبر 1991"، وفي السنة الموالية أقامت ثلاث محطات إذاعية أخرى (تمنراست، تلمسان، سطيف) إضافة إلى إذاعة البهجة الموسيقية.

ومع حلول سنة 1995 دخلت الإذاعة المحلية في الجزائر مرحلة أخرى ويطلق عليها مرحلة التوسيع والتي شهدت إطلاق 13 إذاعة جهوية، كما تم الزيادة من حجم البث الإذاعي من ساعتين إلى أربع ساعات فأكثر، مع مراعاة الخصوصية الثقافية لبعض المناطق حيث تم إدخال بعض اللهجات (كالقبائلية، الشاوية والمزابية) في بعض الإذاعات المحلية.

وبدخول الجزائر العشرية الأولى من القرن الحادي والعشرين وبالضبط في سنة 2001 وبغرض تعميم الإذاعات المحلية أو الجهوية على المستوى الوطني في إطار تحقيق تحدي إذاعة لكل ولاية، حيث وجدت الجزائر نفسها في مرحلة تثبيت سياستها الإعلامية المنبثقة عن قانون الإعلام أبريل 1990، وقد تم خلال الفترة الممتدة بين (2001-2005) إنشاء تسع محطات إذاعية حيث بلغ عدد الإذاعات الجهوية التي تم إنشائها إلى بداية سنة 2005 ما يعادل 25 إذاعة جهوية.

وتمثل سنة 2005 منعرجاً نوعياً في إقامة الإذاعات المحلية، حيث وخلال هذه السنة تم اعتماد العديد من الإجراءات التي ساهمت إلى حد كبير في تحسين أداء الإذاعات الجهوية سواء من حيث المضمون، التأطير البشري، جودة الصوت وكذا انتهاج نظام الرقمنة عوض النظام التماثلي، كما تم اعتماد موجة التضمين الترددي المتوسطي FM وتعميمها على كافة الإذاعات نظراً لما تمتاز به من جودة الصوت وصفاءه، وعلى صعيد حجم ساعات البث تم الزيادة في حجم البث الساعي، حيث وصل إلى 542 ساعة، وبغرض إيصال الصوت إلى

أبعد نقطة من الوطن عمدت التنسيقية الوطنية للإذاعات المحلية على الزيادة في طاقات البث والإرسال والبث عبر القمر الصناعي NSS7. حيث بلغ عدد الإذاعات الجهوية الموزعة عبر التراب الوطني إلى غاية نهاية سنة 2010 والتي تبث فعليا 46 إذاعة جهوية، تضطلع بالوظيفة الخبرية والتفاعلية الجوارية بعيدا عن كل دواعي الإثارة التي هي ليست من الموضوع في شيء¹. ورغم إنشاء هذه المجموعة من الإذاعات المحلية إلا أن طبيعة هذه الأخيرة ظلت لا تتطابق مع مميزات وخصائص الإذاعة المحلية بمعناها الحقيقي، إذ بسبب بقائها مرتبطة وتابعة للإذاعة الوطنية في عدة أمور كالتمويل ونوعية البرامج (البرمجة) جعل هذه المحطات المحلية لا تختلف في دورها على ما كانت تؤديه الإذاعة الوطنية في هذه المناطق، إذ مازالت هذه الأخيرة المسؤولة الوحيدة على تأسيس هذه الإذاعات الجهوية كونها صاحبة الركيزة الأساسية والنواة الأولى في الميدان الإذاعي الجزائري خاصة فيما يخص الإنتاج ، التنظيم، التسيير) إضافة إلى كونها صاحبة المبادرة في إنشاء الإذاعات الجهوية كفروع وامتدادات لها.²

¹ أحمد شرمطي، الإذاعات الجهوية في الجزائر: كسب رهان الجوارية، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد 02، سنة 2010، ص 157.

² نور الدين تواتي الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، ط1، الجزائر، 2008، ص 193.

المبحث الثاني: ماهية الوعي المروري**مطلب الأول: مفهوم الوعي المروري.**

يقصد بالوعي المروري اليقظة الحسية والمعنوية والمعرفة والإلمام الواسع بكل ما يتعلق بالمرور من مركبة وطريق وإشارات وأنظمة وقوانين وغيرها، مما ينعكس إيجابيا على الشخص وحسن قيادته ومراعاته للأنظمة المرورية المختلفة.

ويعرف أيضا أنه قدرة الفرد على معرفة وفهم وإدراك الجوانب المعرفية والوجدانية والمهارة المتصلة بالمجال المروري، وقواعده الخاصة بسائقي المركبات والمركبات والمشاة. ومنه نستنتج أن الوعي المروري هو المعرفة التامة بالمعلومات الأساسية المرتبطة بمواقف يتعرض لها المشاة و السائقين أثناء السير.

المطلب الثاني: أنواع الوعي المروري.

تختلف أنواع الوعي المروري من وجهة نظر الباحثين حسب طبيعة إختلاف الوعي الإنساني الذي يشكل طابع ديناميكي ويمكن أن نلخصها كالاتي:

أ_الوعي الاجتماعي: هو ذلك الوعي الذي يشمل جميع طبقات المجتمع للإحاطة بمجمل القضايا الاجتماعية والسياسية والاقتصادية وحتى العلمية التي تدور في الحياة اليومية مثال: حوادث المرور التي أصبحت بكثرة في الأونة الأخيرة

ب_الوعي الطبقي: يشمل نوع من طبقة المجتمع أي فئة معينة ومحددة وإدراك مصالحها الطبقيّة مثال: حوادث المرور الخاصة بسيارات الأجرة داخل منطقة محددة في المجتمع يخص فئة سائقي سيارات الأجرة بكثرة .

ج_الوعي السياسي: ينظم أفراد المجتمع منظمات سياسية تخضع لنشاط يحدد أهداف الجماعة لذلك يتطلب وعيا سياسيا.

د_ الوعي الثقافي: يتركز الوعي الثقافي على فئة معينة من المجتمع من مثقفين وقارئين بمعنى "ليس الإنسان المثقف هو من أتقن القراءة والكتابة ولا من حصل على درجات جامعية بل من إمتلك قدرا من الوعي الاجتماعي و الثقافي"

هـ_ الوعي الأخلاقي: يتضمن الوعي الأخلاقي مجمل من القيم حول السلوك خلقي ومبادئ في المجتمع مثل الإحترام في الطريق أثناء السير عند وجود الدرك الوطني لسلامة القانونية لطريق.

المطلب الثالث: وظائف الوعي المروري.

بما أن الوعي هو القدرة على التعرف عن الظواهر وتكوين تمثيلات والتمكن من قبولهم أو رفضهم، هذا يرجع قيامه بعدة الوظائف المتمثلة في:

1_ العودة إلى حالة من التوازن الأساسي:

أول وظيفة للوعي هي ضبط عدم التوازن الداخلي والخارجي والمساهمة في العودة إلى الحالة من التوازن الأساسي.

بمعنى أن الوعي له دور مهم في التطور والتعلم المعرفي للشخص أي تحويل الوظائف المعرفية للشخص.

2_ الإنتقال إلى حالة من التوازن الأعلى:

بما أن الوعي هو تحويل الوظائف المعرفية للشخص ،فتكمن هذه الأخيرة في تفسير جزء من التطور المعرفي والتعلم عند الشخص مع فهمها.

3_ ظاهرة ثانوية:

في هذه المرحلة الوعي هو المسبب الذي يدرك أمر ما وهو نفسه الوقت الذي ينشأ من الوظائف الاشعورية حول الواقع.

بمعنى كاف أن الوعي ليست له أية فاعلية بل التفسير يكون على مستوى الاشعور أو الدماغ.

4_ التحكم:

حسب العديد من الباحثين فإن الوعي وظيفتين التي تتمثل في تجانس الوظائف وتحويلها بحيث تسمح للشخص بالحفاظ على تجانسها مع المحيط، وكذلك القدرة على التوازن الموجود في الواقع للعودة إلى حالة من التوازن الأساسي.¹

المبحث الثالث: حوادث المرور في الجزائر**المطلب الأول: مفهوم حوادث المرور.**

قبل التطرق لتعريف حوادث المرور لا بد من تعريف الحادث بصفة عامة وعليه يعرف الحادث على أنه:

على أنه واقعة تحدث بدون توقع وبدون تدبير سابق بسبب توفر الظروف المعينة يحتمل وقوعها وينتج عنها نتائج سيئة وغير مرغوب فيها.

وتعتمد الحوادث في أنواعها فمنها حوادث السيارات أو الطائرات وغيرها ومنه إرتكزت

دراستنا هذه على نمط أساسي من الحوادث المرور بحيث تعرفها:

منظمة الصحة العالمية 1977: هو الحادث الذي يقع في حركة المرور على الطريق وفيه تساهم على الأقل مركبة واحدة متحركة مما يتسبب عنه إصابة بالركاب أو بالسيارة أو منشأة.²

¹ وفاء كعوس، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي المروري دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الطرق بمدينة أم بواقي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة أم بواقي، 2015_2016، ص 60.

² حارثي حسين، بلعلبا بلال، السلوكيات الإنحرافية لدى السائقين الشباب وعلاقتها بإرتكاب حوادث المرور، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في سوسيولوجية العنف وعلم العقاب، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة، 2017/2018،

مطلب الثاني: أسباب حوادث المرور

توجد عدة تصنيفات للأسباب المساهمة في إرتكاب حوادث المرور، هذه الأخيرة لا تحدث بالصفة ولا تنتج عادة من جراء سبب واحد بل لكل حادث عدة من العوامل المسببة له، ولذا يجب الفصل بين أثر هذه العوامل التي تساهم في إرتكاب حوادث المرور، حاولنا تقسيمها إلى أسباب نفسية سلوكية وأسباب ثقافية توعوية، أسباب بيئية فيزيقية وهي كالآتي:

أ_ الأسباب النفسية السلوكية: هذه الأسباب في مجملها تكون مرتبطة بالعنصر البشري وبمختلف العوامل الشخصية الذاتية وبالسلوك لإنساني الذي يعبر عن السائق ويمكننا أن فيما يلي:

- السلوكات العدوانية وقيادة السيارة: حيث أكدت العديد من الدراسات على أهمية هذا العنصر كمسبب للحوادث المرور، إذا أشارت دراسة (مارش كولت 1986) إلى وجود الشعور بضرورة الدفاع عن المجال الحيوي الذي يرتبط سلوك دفاعي عدواني، وهو ما يفسر وجود مستوى عال من العنف عند السائقين الرجال حيث يعتبرون السيارة إمتداد لحدود ممارستهم سلطتهم الجسدية و كان السيارة عضو من أعضاء الجسم.¹

• دوافع الإثارة والمغامرة:

الضغط والإجهاد لدى السائقين: لأن القيادة أكيد تتطلب مستوى عال من الإنتباه والتركيز حتى تسمح له من فهم وتحديد التغيرات التي يمكن أن تواجهه بشكل مفاجئ.

عدم تفوق السائقين في القدرة العقلية من أجل قيادة السيارة مثل ضعف الإدراك البصري.

ب_ الأسباب الثقافية التوعوية: وهذه الأسباب المتعلقة بثقافة القيادة وكذا الثقافة المرورية ومدى إحترام قوانين المرور ويمكننا ذكر أهمها فيما يلي:

- الزيادة المفرطة في سرعة القيادة مما يؤدي إلى إختلال التوازن للمبركة .

- عدم إحترام إشارات المرور التي تعتبر السبب الرئيسي في وقوع حوادث المرور .

¹ هناء بوحارة، مجلة الدراسات والأبحاث "مجلة العربية في العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة جيلالي اليابس سيدي بلعباس دراسة لأسباب إرتكاب الحوادث المرورية_دراسة ميدانية من وجهة نظر سائقي سيارات الأجرة، العدد 270، جوان

- التجاوزات الخطيرة من طرف السائقين.

- عدم إحترام مبدأ الأولوية.

- السياقة دون الحيازة على الرخصة.

- سلوكات المناورات الخطيرة للسائقين.

- إضافة إلى السياقة والتحدث مع الغير مما يفقد الإنتباه.

- التحدث بالهاتف النقال أثناء السياقة.

ج_ الأسباب البيئية الفيزيائية (التقنية):

وتتعلق هذه الأسباب بالعوامل المناخية البيئية إضافة إلى العوامل التقنية المتعلقة

بالمركبة وتجهيزها ومن أبرزها ما يلي:

- عدم صلاحية أجزاء من الطريق

- إنعدام الإشارات الموضحة والإنارة قد يؤدي لوقوع الحادث بشكل أو بآخر.

- سوء الأحوال الجوية (تهطل الأمطار، هبوب الرياح، الزوابع الرملية، ضباب، ثلوج)

- عبور حيوانات، عدم صلاح العجلات، الحمولة الزائدة، سوء الربط وترتيب الحمولة التي تؤدي إلى فقدان التوازن المركبة.

- إختلال التجهيزات الضوئية.¹

المطلب الثالث: الآثار الناجمة عن حوادث المرور

عندما نتحدث عن آثار الحوادث المرورية والتي يمكن أن نلخصها إلى خسائر مادية

وبشرية فلا بد من التعرض إلى ثلاث أقسام من هذه الآثار والتي تندرج ضمن:

1_ الآثار الاجتماعية: والتي تتمثل في الخسارة التي تنتج عن خسارة الفرد بالنسبة لأسرته

وذويه وأصدقائه (تتعلق بالعنصر البشري) وأيضا خسارة المجتمع عندما يكون هذا الفرد منتجا وفعالا.

2_ الآثار الطبية: هي عنصر مهم في قياس حجم المشكلة ويمكن تحويل تلك الآثار إلى

خسائر محسوسة تتمثل في الإصابات الجسدية والخسائر المادية تعبر عنها بوحدة النقد.

¹ هناء بوحارة، مجلة دراسات و الأبحاث المرجع السابق ص 36

3- الآثار الاقتصادية: إن تقدير تكلفة الحوادث المرورية والفاقد الاقتصادي منها، خطوة مهمة نحو تحديد الآثار الاقتصادية لمشكلة حوادث المرور في أي بلد ومدى تأثير ذلك على الناتج المحلي.¹

كما أنها مطلب ضروري في ترتيب أولويات السلامة المرورية، وقياس فعالية الحلول المقترحة لهذه التحسينات وقياس جدواها الاقتصادية، ويمكن شرحها في نقاط الآتية:

- التكاليف الاقتصادية لحوادث المرور: تشكل حوادث وما ينتج عنها من إصابات ووفيات هي الواحدة من أهم المعوقات عملية التنمية في الدول النامية، خاصة في الدول العربية.
- التكاليف الاقتصادية لحوادث المرور: تكون على نوعين، تكاليف ما يلحق بالعنصر البشري من أضرار، وتكاليف ما يلحق بالمتلكات العامة والخاصة من أضرار ويمكن تلخيصها فيما يلي:²

هي الخسائر المادية بسبب الحوادث المرورية في الممتلكات الأفراد وإتلاف المركبات وإصلاحها، أو الأضرار التي تلحق بالمتلكات والمنشآت العامة، وما يتعرض له الأشخاص من أضرار قد تصل للوفاة أو العجز وما تدفقه الدولة على مصاريف العلاج بالمصابين، والتكاليف الاقتصادية للحوادث المرور يدخل فيها عناصر كثيرة وتسعى الجهات المتخصصة في مجال السلامة المرورية في بعض الدول المتقدمة في هذا المجال إلى وضع نماذج لحساب هذه التكلفة وعناصرها، مثل ما يصرف على العلاج وتأهيل المصابين في الحوادث المرورية وتكاليف ساعات العمل المفقودة بسبب علاج هؤلاء المصابين وتكاليف الأجهزة الرسمية التي لها صلة بحوادث المرور كأجهزة الشرطة، بل أن هناك تكاليف ما تفقده الدولة من نفقات تعليمية وصحية إثر الحادث.

¹ يزيد شهلي، المراقبة التقنية للمركبات ودورها في تخفيض حوادث المرور بالجزائر، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، 2010-2011، ص 28.

² يزيد شهلي، المراقبة التقنية للمركبات و دورها في تخفيض حوادث المرور رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، بالجزائر، 2010_2011، ص 28.

وعلى ذلك فإن حساب الحساب التكلفة الاقتصادية للحوادث المرورية وما ينجم عنها من إصابات ووفيات تبقى عملية معقدة تشمل على تركيز ولكن بقي الأمر مهما للتذكير به من أجل تحسس المواطنين سواء كانوا سائقين سيارات أو دراجات رغم إختلاف الوسيلة. والهدف من هذا هو غرس الوعي المروري وإحترام ثقافة المرور وقانونها.¹

خلاصة الفصل:

تعتبر الإذاعة وسيلة إتصال جماهيرية لكونها أداة تواصل مع الناس داخل المجتمعات وهذا راجع إلى مخاطبة المستمعين ضمن نطاق واسع ويتجلى ذلك بتخطيه الحواجز السياسية والجغرافية من خلال سرعة الإنتشار في مختلف الميادين مع مراعاة الجوانب والظروف والحياة الإجتماعية للأفراد كما أن للإذاعة تأثير وتأثر فعال من قبل، وعلى الجمهور واسع النطاق ومتعدد الأجناس واللهجات حيث إستطاعت أن تحقق الإنتماء الإجتماعي من خلال البرامج المتنوعة التي تقدمها للفرد والمجتمع وفي مقدمتها البرامج التوعوية التي تعتبر عنصر مهم بالنسبة لسائقي سيارات الأجرة بصفة خاصة لسماع بجميع المستجدات حول حوادث المرور ومدى خطورتها حيث أصبحت تهدد كيان المجتمع، فالإذاعة كوسيلة إعلامية تقدم كل الأخبار التوعوية من نصائح وإرشادات لتفادي حوادث المرور لأن العنصر البشري يحتاج دائما إلى توعية دورية ومستمرة بإعتباره عنصر غالب ومتسبب في حوادث المرور سواء كان هذا العنصر من مستخدمي الطريق سائقا أو راكبا أو راجلا.

الفصل الثاني: أساليب الإذاعة في الوعي المروري.

المبحث الأول: الإتصال الإقناعي ودوره في التوعية المرور.

المطلب الأول: مفهوم الإتصال الإقناعي.

المطلب الثاني: مراحل الإتصال الإقناعي

المطلب الثالث: خصائص الإتصال الإقناعي:

المبحث الثاني: الحملات الإعلامية في التوعية المرورية

المطلب الأول: مفهوم الحملات الإعلامية

المطلب الثاني: أنواع الحملات الإعلامية

المطلب الثالث: أهمية الحملات الإعلامية

المبحث الثالث: التأطير الميداني للدراسة.

المطلب الأول: تعريف إذاعة تيسمسيلت الجهوية.

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي للإذاعة.

تحليل النتائج

خاتمة

الفصل الثاني: أساليب الإذاعة في الوعي المروري.

تمهيد:

تختلف أساليب الغذاعة في تنمية الوعي المروري من عنصر إلى آخر وذلك راجع إلى نسبة تأثير الجمهور المستهدف وتلقيه الرسالة الإعلامية في الإذاعة المحلية قصد تغيير السلوك ففي دراستنا هذه أكدت على عنصرين أساسيين المتمثلين في: الإتصال الإقناعي والحملات الإعلامية الإذاعية التي تعتبر همزة وصل في توصيل الرسالة وتوضيحها من نوع إلى آخر.

المبحث الأول: الإتصال الإقناعي ودوره في التوعية المرور.

المطلب الأول: مفهوم الإتصال الإقناعي.

يعتبر الإتصال بين أفراد المجتمع ضرورة من ضروريات الحياة، فالإتصال يربط الأفراد بما يجري حولهم في بيئتهم ومجتمعهم أو حتى خارج وطنهم، ويؤثر الفرد على الأفراد الآخرين في مواقفهم وآرائهم وأنماط سلوكهم، حيث يعرف أنه:

عمليات إنتقال المعلومات والحقائق والأفكار والآراء من طرف إلى آخر بقصد تحقيق الفهم المشترك بينهما.¹

ويعرف أيضا: أن الإتصال الإقناعي هو العملية الإتصالية التي يخطط لها سلفا لإستهداف البيانات المختلفة لشخصية الفرد بغية إحداث تغيير أو تعديل وحتى تعزيز السلوكات الإيجابية حتى لا نقول أنه يقتصر على النواحي السلبية كتهديم البناء المعرفي أو المرجعية العقائدية.²

¹ -تبانى عبير، الحملات الإعلامية الإذاعية الخاص بـالتوعية المرورية فـ بالجزائر،دراسة ميدانية على عينة من جمهور

سائقين ولاية سطيف، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال 2011_2012 ص 66 .

² - منندى طلبة ورقلة ، الفرق الاتصال العام و الاتصال الإقناعي. "OUAREGLA MAM9.COM" يوم

2021/05/24 الساعة 16:35.

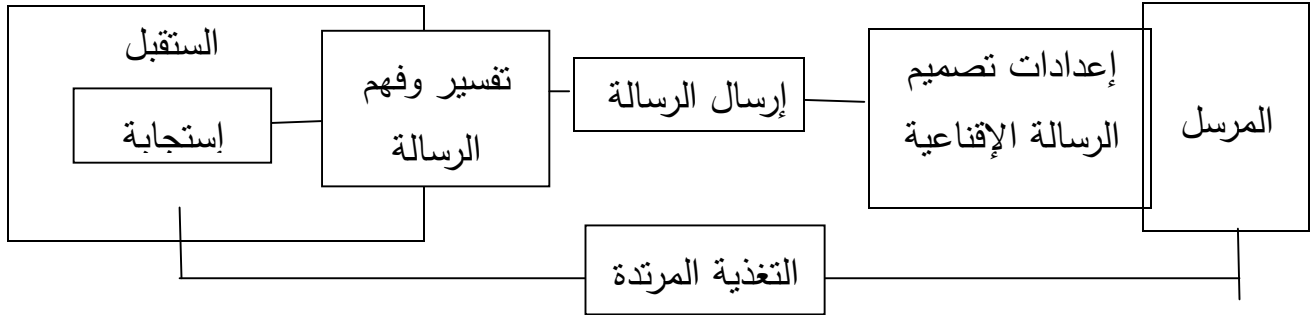
المطلب الثاني: مراحل الإتصال الإقناعي

تعتبر مراحل الإتصال الإقناعي لها دور مهم في العملية التوعوية المرورية والتي تركز على جملة من الخطوات وهي كالآتي:

- تحديد موضوع الإقناع
- إعداد وتصميم الرسالة الإقناعية في ضوء المتغيرات تتمثل بالمطلوب إقناعه.
- تحويل الرسالة الإقناعية إلى علامات وإشارات.
- نقل الرسالة الإقناعية للمستهدف قصد إقناعه دون تشويه أو حذف أو تغيير.
- إختيار الأساليب والتقنيات الملائمة لتوصيل الرسالة إلى المستهدف قصد إقناعه.
- يحدد القائم بالإقناع ما يتعين عليه إتخاذها في ضوء رد فعل المستهدف بالإقناع.
- إستقبال الرسالة الإقناعية من قبل المستهدف ودراستها وتحليلها وفهمها وإستيعابها وتحديد ردة فعل المستهدف إتجاهها ونقلها إلى القائم بالإقناع بصورة دقيقة.

وتحدد مراحل الإتصال الإقناعي في الشكل التالي:

الشكل رقم 02: مراحل الإتصال الإقناعي



مخطط يبين مراحل الإتصال الإقناعي.¹

¹ عامر مصباح، الإقناع الغتماعي، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006، ص 56.

المطلب الثالث: خصائص الإتصال الإقناعي:**1_ التخطيط:**

الذي يقوم به المصدر أو القائم بالإتصال أي يخطط له مسبقاً.

2_ تحويل الوظيفة السيكولوجية:

يهدف تحقيق الإستجابة العملية من طرف المتلقي.

3_ البناء السيكولوجي:

وهو مختلف من فرد إلى آخر فهو يخضع لظروف الإجتماعية وغيرها لذلك فهو يتغير بالإقناع.

4_ إفتراض تجاوز البناء السيكولوجي للفرد:

بمعنى تحوّلك من شخص لآخر.

5_ يستهدف تغيير وجهة النظر عند الفرد أو الجماعة:

لذلك فهو يخاطب العواطف والإنفعالات بالإضافة إلى هذا فإن الإتصال الإقناعي يستخدم محتوى الرسائل عبر وسائل الإعلام إستخدامات متعددة يمكن تلخيصه في نقاط التالية:

- يوظف فنونه لأغراض مع الحق وهو شيء محبذ.
- يستهدف الكبار الذين تكونت أفكارهم ومذاهبهم خلاف لصغار الذين هم في النشأة الاجتماعية والتربية أي في مرحلة غرس الأفكار بمعنى الإقناع يأتي لإقناع تلك الأفكار قصد تأثير والإقناع.
- الإقناع يتجسد في الطمأنينة والرضا النفسي.
- الخطر الأكبر حين يكون المتلقي غير مدرك أنه واقع تحت التأثير الإقناعي.¹

¹ عامر مصباح، المرجع السابق، ص 72.

المبحث الثاني: الحملات الإعلامية في التوعية المرورية

المطلب الأول: مفهوم الحملات الإعلامية

تختلف وجهات نظر الباحثين في التعريفات الخاصة بالحملات الإعلامية ولكن مجملها يصب في مجال واحد فإخترت بعض التعريفات وهي كالآتي:

عرفها دكتور محمد صاعد: هي أنها تستهدف تخطيط وإدارة عمليات التأثير في تصورات واتجاهات وأنماط تفكير وسلوك جمهور أو فئة ما نحو موضوعات محدودة أو شاملة لقيم سائدة أو تنمية أفكار ومواقف إديولوجية وسياسية جديدة.

أما الدكتور رافد حداد:تناول مفهوم الحملات الإعلامية بالتعريف على أنها نشاط إتصالي مخطط ومنظم وخاضع للمتابعة والتقييم، تقوم بها مؤسسات معينة أو مجموعات أو أفراد وتمتد لفترة زمنية بهدف تحقيق أهداف معينة بإستخدام وسائل الإتصال.

ويعرفها معجم ديكوم Decom للإتصال: أنها مجموعة الأعمال أو النشاطات المتوافقة أو المنسجمة والتي تتداول على فترة محددة حيث توفر المعلومات بشأن المتغيرات والعوامل المؤثرة في المجتمع و الظروف البيئية السائدة مع دراسة خصائص الجمهور المستهدف.¹

¹ عامر محسن سلمان العامري: الحملات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب، 2005، ط 1، ص 57.

المطلب الثاني: أنواع الحملات الإعلامية

هناك العديد من الحملات الإعلامية تختلف من وجهة نظر باحث إلى آخر وفي دراستنا هذه يمكن حصرها في نقاط التالية وهي كالآتي:

- **الحملة الوطنية:** وهي التي تستهدف الجمهور في العموم ذلك البلد بمدينة وقومياته ومؤسساته بحيث تتناول مواضيع تهتم أبناء البلد ككل وبكل مناطق.

- **الحملة المحلية:** وهي الحملة التي تستهدف بها منطقة أو مدينة محددة يراد منها معالجة مواضيع تهتم سكان هذه المنطقة أو المدينة مثل الحملة التي قامت بها مؤسسة الحماية المدنية تتأسق العمل مع رجال الأمن حول موضوع حوادث المرور لنشر الوعي في مدينة تيسمسيلت وضواحيها.

- **الحملة الإقليمية:** وهي التي تهتم بمشاكل ومواضيع تعني بجمهور مجموعة دول وتوجيهها كالذي يحصل في الكوارث الطبيعية أو لأغراض أخرى.

- **الحملة العالمية:** وتهتم هذه الحملة بالجمهور العالمي بمختلف القارات والدول، وتعنتي بالرسائل الموجهة له بالشمولية، يعني أنها لا تهتم بفئة أو دولة بل بمختلف الشعوب مثل الحملات التي تقوم بها منظمة اليونسيف أو الأمم المتحدة لمعالجة مشكلة معينة مثل إنتشار أمراض معينة.

وبالرغم من أنه صعب الفصل بين مختلف أنواع الحملات الإعلامية وكذا تحديد الحدود الفاصلة بينها، إلا أن هناك تقسيمات أخرى للحملات الإعلامية ويمكن وضعها في نقاط بدون شرح:

1. تقسم الدكتورة "منى سعيد الحديدي" والدكتورة "سلوى إمام علي" الحملات الإعلامية إلى:

- حملات التغيير المعرفي

- حملات التغيير السلوكي

- حملات التغيير في الفعل

- حملات التغيير في القيم

2. كما حدد الباحثون في تقسيم آخر أربعة أنواع رئيسية لحملات التوعية وهي:

_ الحملات الإخبارية

_ الحملات التعليمية

حملات الصورة الذهنية _ حملات الإقناعية.¹**المطلب الثالث: أهداف الحملات الإعلامية**

يمكن إيراد الأهداف التي تسعى الحملات الإعلامية الاجتماعية إلى تحقيقها بشكل عام على النحو الآتي :

- تزويد الجماهير المستهدفة بالمعلومات والبيانات المتوفرة حول الموضوعات والقضايا ذات الصلة بحياتهم والمطلوب إحداث التعديلات المطلوبة منها.

- إقناع الجماهير المستهدفة بإحداث تعديلات التدريجية في مواقفهم اتجاه أهداف سياسية أو إقتصادية أو إجتماعية، وحول قضايا عامة أو غيرها بإستخدام إستراتيجيات قصد تأثير فيهم.

- التأثير على مواقف واتجاهات الجماهير المستهدفة نحو قضايا محددة أو عامة.

- تعديل الأنماط السلوكية للجماهير المستهدفة.

- توضيح الحقائق الاجتماعية وتوعية المواطنين بحقوقهم وواجباتهم في المجتمع كالحملات التي تستهدف توعية المواطنين بقوانين المرور وإحترام الإشارات والتقليل من السرعة.

- تنبه إلى المخاطر الاجتماعية وتبرز مضارها فهي بمثابة الدعامة القوية والركيزة الهامة للبحث عن أرضية مشتركة لتبادل المفاهيم.

- تهدف الحملة لبيان واقع العواقب الجسدية والنفسية والاجتماعية لحوادث المرور وما مدى تأثيرها على الفرد والمجتمع.

وعليه فإن الأهداف المنوي تحقيقها من قبل الحملات الإعلامية يجب أن تكون واضحة ومقنعة للجماهير المستهدفة بالإضافة إلى ضرورة تفر عنصر الشفافية والوضوح، والقدرة لدى المطالبين بتعديل أنماط السلوك.²

¹ فؤاد عبد المنعم البكري، التسويق الإجتماعي وتخطيط الحملات الإعلامية، القاهرة ط 1، ص78.

تبان عبير، الحملات الإعلامية الإذاعية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر، دراسة ميدانية على عينة من جمهور سائقين بولاية سطيف، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال 2011-2012، ص94.

خلاصة الفصل:

يتمثل دور الإذاعة في مدى فعالية تنمية الوعي المروري لدى السائقين بصفة خاصة من خلال ما تقدمه من برامج تهدف إلى الإرشاد والتوجيه السلوك توجيها إيجابيا وذلك عن طريق أساليب تساعد في نقل هذه السلوكيات من بينها الإتصال الإقناعي الذي يهدف بصفة أولية لتأثير الطرف الآخر من خلال التغيير أو التوجيه أو تعديل أفكاره أو آرائه نحو الحد أو التقليل من حوادث المرور إضافة إلى الحملات الإعلامية التي تعتبر كأهم الأسلوب في توعية جمهورها (السائقين) نحو خدمة الصالح العام.

الإطار التطبيقي

تمهيد:

يعتبر الجانب الميداني من أهم الجوانب البحث العلمي، لاسيما في مجال العلوم الإنسانية والإجتماعية لأنه يتم فيه التوفيق بينما عرض في الجانب النظري مع استنتاجات الجانب التطبيقي حول موضوع الدراسة.

وفي هذا السياق تم تحليل بيانات هذه الدراسة "تأثير إذاعة المحلية على الوعي المروري دراسة ميدانية على عينة من جمهور سائقي سيارة الأجرة لولاية تيسمسيلت" بعد إنهاء من عملية جمع المعلومات والمعطيات المتحصل عليها من استمارة الإستبيان التي قمنا بتوزيعها على عينة في الدراسة وترتيب النتائج المتحصل عليها في جداول بسيطة حسب متغيرات الدراسة تحمل تكرارات ونسب مئوية أما التعليق إنطلقنا فيه من الأسلوب الكمي إلى الأسلوب الكيفي للوصول إلى نتائج تسمح بالإجابة عن التساؤلات التي سبقت منها هذه الدراسة. بناء الإستبيان:

باعتبار الإستبيان من أهم الأدوات التي يعتمد عليها الباحثون في دراستهم، فقد إعتدنا عليه في بحثنا هذا وذلك قصد جمع المعلومات والبيانات من الميدان من خلال الإجابات والإفتراضات التي يعطيها لنا المبحوثين المتمثلين في سائقي سيارات الأجرة ولاية تيسمسيلت.

وقد تم تصميم الاستمارة في مراحلها وفق مايلي:

1/ تصميم الأولي:

في البداية اعتمدنا في تصميم الإستمارة على مجموعة من البحوث والدراسات السابقة، التي لها صلة مباشرة بهذه الأداة كموضوع الإذاعة المحلية والوعي المروري، حيث تم تقسيم هذه الإستمارة إلى محورين بالإضافة إلى جانب البيانات الشخصية الذي يحتوي على متغيرات(السن، المستوى التعليمي) أما المحور الاول المسمى الإذاعة وتنمية الوعي المروري لدى السائقين الذي يحتوي على سبعة (7) أسئلة، أما المحور الثاني المسمى أساليب الإذاعة في تنمية الوعي المروري الذي يحتوي على ثمانية (8) أسئلة.

2/ التصميم في مرحلته الثانية:

في هذه المرحلة تم طرح الإستمارة على المؤطر الذي أبدى توجيهاته فيها، كما أنه قدم لنا مجموعة من الملاحظات وإعادة تصميم الإستمارة لمرة أخرى بتقليل الأسئلة الموجهة لسائقي سيارات الأجرة، وهذا بهدف الوصول إلى المعلومات وعدم الملل من الأسئلة.

الصدق وثبات الإستمارة:

وفي خضم هذه الدراسة حرصنا على تحرير ثبات الإستمارة وصدقها وذلك من خلال

1- صدق الإستبيان:

فصدق هنا هو مدى قياس الإستمارة مما وضعت له، وهي تعمل على قياس ما يراد قياسه فبعد عرضها على مجموعة من الباحثين المحكمين في مجال الإعلام والاتصال لتحكم إلى كل من أستاذ موسى بن عودة والأستاذة سليمان شريفة.

وقد أخذنا بأرائهم وتوجيهاتهم، وهذا قصد مدى تلائم الإستمارة مع موضوع الدراسة تمثلت في، إضافة بعض الأسئلة وتعديل بعضها مع زيادة إلى تقديم الجيد بطرح الأسئلة أي ترتيبها وفق تسلسلها المنطقي حيث أقرحت عليا الأستاذة شريفة سليمان إلغاء صياغة بعض الأسئلة من سؤال 04 إلى 08 مع تغيير في صياغة بعض الأسئلة المتعلقة بي الوسيلة الإعلامية قصد الدراسة.

2- تصميم الإستبيان في صغته النهائية:

بعد دراسة الملاحظات أستاذة المؤطرة والعمل على توجيهاتها من خلال إعادة طرح بعض الأسئلة وإلغاء البعض منها وإضافة أخرى ومن ثم إخراجها في صغته النهائي.

3- ثبات الإستمارة:

يقصد بثبات الحصول على النتائج نفسه عند تكرار إستخدام أداة القياس، وهذا يدل على ثبات المقياس برغم من تكرارات إخراج الإستبيان في عدد مرات الإستخدام، فبعد إخراج الإستبيان في صورته النهائية تم إخضاعه لإختبار ثبات لمعرفة مدى ملائمة الأداة في الوصول إلى الأهداف المرجوة.

الإطار التطبيقي:

أنشئت إذاعة تيسمسيلت الجهوية في 06 أبريل 2008 الذي يقع مقرها في شارع عبد الحميد ابن باديس يحدها من الشمال مقر الدرك الوطني ومن الغرب متوسط مولود فرعون ومن شرق مدرسة ابن باديس ومن الجنوب مقر مفتشية التعليم الابتدائي، والتي تبلغ مساحتها 1884م² منها 406م² مبنية.

تتكون إذاعة تيسمسيلت من مكونات المقر التي تحتوي على أستديو للبحث، أستديو للتسجيل، قاعة تحرير، مكاتب إدارية، قاعة الإستقبال، قاعة أرشيف، قاعة انترنت.

تترأسها مديرة أمال بريان مع عدد عمال يقدرون بي 30 عامل وهم موزعون كالاتي:

- صحافيين: 05

- منشطيين: 04

- مخرجين: 02

- مهندسين: 04

- تقنيين: 02

- إداريين: 03

- أعوان أمن: 05

- سائقين: 03

- عون نظافة: 01

- عون متعدد الخدمات: 01.

تطور الحجم الساعي للبحث منذ تاريخ إنشاء الإذاعة:

- من أبريل 2008 إلى مارس 2009: 07 سا يوميا/ من الساعة 07.00 إلى الساعة 14.00.

- من مارس 2009 إلى جويلية 2012: 12 سا يوميا/ من الساعة 07.00 إلى الساعة 19:00.

- من جويلية 2012 إلى يومنا هذا: 13 سا يوميا/ من الساعة 06.45 إلى الساعة 20.00.

- الربط مع القنوات الوطنية:

- 20.00 سا - 23 سا الإذاعة الثقافية.

- 23.00 سا - 00.00 سا القناة الأولى.

- 00.00 سا - 02.00 سا إذاعة القرآن الكريم.

- 02.00 سا - 05.00 سا القناة الأولى.

- 05.00 سا - 06.55 سا إذاعة القرآن الكريم.

- 06.55 سا - 07.00 إنطلاق البث اليومي للإذاعات الجزائرية.

- الموجة: يمكن إتقاط برامج إذاعة تيسمسيلت الجهوية على الموجات 103.2 -

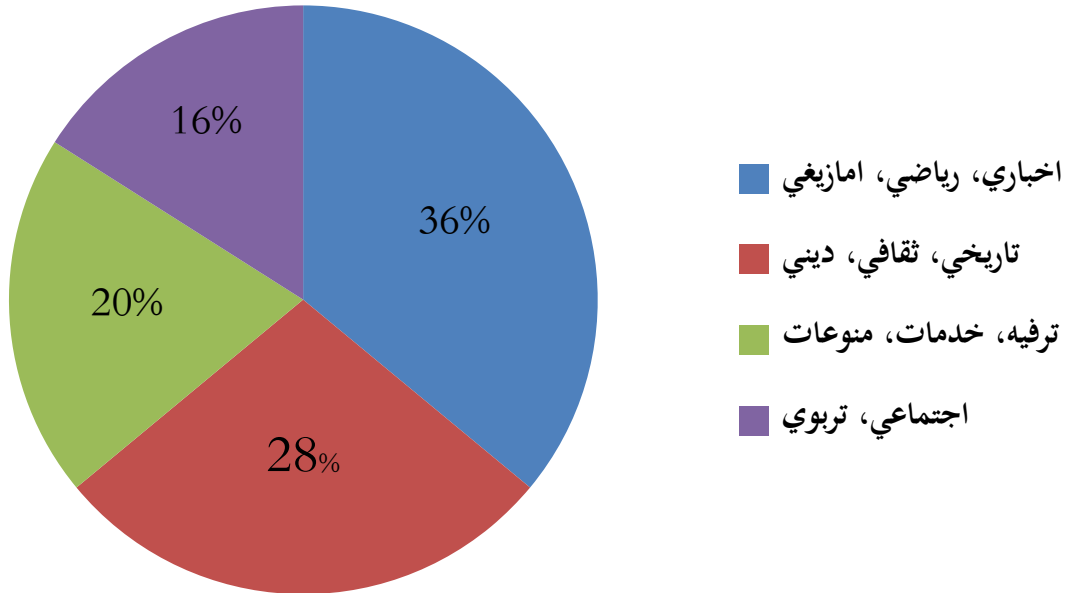
94.4 - 100.2 - 97.7 - 90.1 وعبر الموقع الإلكتروني

www.radioalgerie.com

مجال التغطية:

المنطقة	جهاز البث
تيسمسيلت وما جاورها	جهاز ارسال 100 واط
دائرة ثنية الحد وما جاورها	جهاز ارسال 50 واط
دائرة لرجام وما جاورها	جهاز ارسال 50 واط
دائرة برج بونعامة وما جاورها	جهاز ارسال 50 واط
بلدية بني شعيب وما جاورها	جهاز ارسال 50 واط
بلدية البرج الأمير عبد القادر وما جاورها	جهاز ارسال 50 واط

التوزيع النسبي
لمحاور شبكة البرامج الإذاعية السنوية 2020/2021



الإطار التطبيقي:

الجزء الأول: المعلومات الشخصية

1_ السن:

الإحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
20-30	25	31.3
30-40	32	40.0
40-50	17	21.3
50-60	6	7.5
المجموع	80	100

جدول رقم (01): يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن

لقد كشفت لنا الدراسة الميدانية من خلال الأرقام الواردة في الجدول رقم (01) أن أفراد العينة يتوزعون حسب السن، ولقد تبين لنا أن نسبة المبحوثين من السائقين الذين بلغت أعمارهم من 30 إلى 40 في المرتبة الأولى 32% ونسبة المبحوثين من السائقين الذين بلغت أعمارهم من 20-30 المرتبة الثانية 25%، وهذا إن دل فإنه يدل على أن مستخدمي الطرق هم فئة شباب الواعي يستعمل الإذاعة كوسيلة لتلبية رغباته في مجال التوعية المرورية.

2_ المستوى التعليمي.

الإحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
الإبتدائي	12	15.0
المتوسط	16	20.0
الثانوي	28	35.0
الجامعي	24	30.0
مجموع	80	100.0

جدول رقم(02): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

من الجدول أعلاه إتضح لنا من خلال توزيعنا أن أعلى نسبة الذين تلقوا تعليماً ثانوياً من أفراد العينة بلغت 28%، تليها نسبة التعليم الجامعي 24%، أما الذين تلقوا تعليماً متوسط كانت نسبتهم 16%، أما في التعليم الإبتدائي فكانت نسبتهم 12%.

فكلما زاد المستوى التعليمي ساعد في مستوى نسبة الفهم و الوعي لدى الأفراد، باعتباره أحد الأساسيات التي يجتاز بواسطتها الفرد معظم العقبات التي تواجهه في حياته.

جدول رقم (3): يوضح نسبة إستماع لإذاعة تيسمسيلت الجهوية

النسبة المؤوية	التكرارات	الإحتمالات
47.5	38	نعم
52.5	42	لا
100.0	80	المجموع

من خلال الأرقام الواردة في الجدول رقم (03) والمتعلقة بالنسبة السائتين الذين يستمعون إلى إذاعة تيسمسيلت فكانت نسبة 42% هم الذين يستمعون وأوفياء للمحطة أما نسبة 38% فهم لا يستمعون للإذاعة وهذا راجع إلى تأثير الإذاعة كجهاز إعلامي مع المحتوى الذي تبثه للسائتين.

جدول رقم (04): يوضح مدى إستماع المبحوثين إلى إذاعة تيسمسيلت

النسبة المؤوية	التكرارات	الإحتمالات
70	56	يومي
21.3	17	أسبوعي
8.8	7	شهري
100.00	80	المجموع

كشفت لنا الدراسة الميدانية أن الذين يستمعون إلى الإذاعة تيسمسيلت من أفراد العينة بشكل يومي هم الأغلبية وبلغت نسبتهم 56% أما الذين يستمعون بشكل أسبوعي في المرتبة الثانية بنسبة 17%، والذين يستمعون إليها بشكل شهري هم أقل نسبة حيث قدرت بـ7%،

وهذا ما يشير إلى إنخفاض نسبة الذين لا يستمعون لإذاعة تيسمسيات بشكل أسبوعي وشهري، وارتفاع نسبة الإستماع بشكل يومي، يمكن أن تستهدفهم برامج التوعية باعتبار الإذاعة من أبرز الوسائل الإعلامية التي تساهم في عمليات التوعية والتي تعتبر ضرورة ملحة في المجتمعات المحلية، لما لها من أهمية بارزة ودور فعال في المشاركة في التوعية المجتمعية المحلي فهمه.

جدول رقم (05): يوضح طبيعة البرامج التي يستمع إليها مبحوثين عبر الإذاعة المحلية

النسبة المؤوية	التكرارات	الإحتمالات
23.8	19	إجتماعية
47.5	38	ثقافية
28.8	23	توعوية
100	80	المجموع

يوضح لنا الجدول رقم(07) البرامج التي يريد المبحوث الإستماع إليها لكن نسبة الإستماع للبرامج التي يريد المبحوث الإستماع إليها تختلف من برنامج إلى آخر حسب رغبة وميول المبحوث وكذا إهتماماته حيث أن أعلى نسبة للمبحوثين تستمع إلى البرامج الثقافية ودليل ذلك أنها بلغت 38% وتليها في المرتبة الثانية البرامج التوعوية نسبة 23%، ثم البرامج الاجتماعية في المرتبة الثالثة بنسبة 19% كأقل نسبة.

ومن هذا الأساس تبين أن للأخبار أهمية كبيرة لدى المبحوثين باعتبارها البرامج التي تتمثل في تزويد الجماهير بالمعلومات والآراء التي لم يعرفها من قبل أي التي تحظى بإهتماماتهم وكذلك إحاطة الجمهور المتلقي بكل جديد وبطريقة فورية وحقيقية.

جدول رقم (06): يوضح مدى إستماع الأفراد إلى البرامج التوعوية المرورية

النسبة المؤوية	التكرارات	الإحتمالات
12.5	10	نادرا
2.5	2	دائما
81.3	65	أحيانا
3.8	3	4.00
100	80	المجموع

ومن خلال الجدول أعلاه والذي يوضح مدى إستماع المبحوث للحصص أو البرامج الخاصة بالتوعية المرورية حيث يتضح لنا أن أفراد عينتنا يهتمون بالبرامج الخاصة بالتوعية المرورية أحيانا بنسبة 65% وهي تتمثل أعلى نسبة أما الذين يهتمون بها بصفة نادرة فقد بلغت نسبتهم 10% وأخيرا أدنى نسبة الذين يهتمون بها بصفة دائمة بلغت نسبتهم 2%.

الجدول رقم (07): يوضح المدة التي يستمع فيها المبحوثين إلى هذه البرامج

النسبة المؤوية	التكرارات	الإحتمالات
31.3	25	أقل من ساعة
36.3	29	ساعة
32.5	26	أكثر من ساعة
100.0	80	المجموع

من خلال الجدول أعلاه إتضح أن المدة التي يستمع فيها المبحوثين إلى البرامج هي ساعة واحدة وهي أعلى نسبة حيث بلغت 29% وتليها مدة أكثر من ساعة نسبة 26%، ثم الذين يستمعون إلى هذه البرامج أقل من ساعة نسبة تقدر بـ 25%.

جدول رقم (08): يوضح البرامج التي يستمع إليها المبحوثين

النسبة المؤوية	التكرارات	الإحتمالات
42.5	34	عدسة طريق
56.3	45	ألو شرطة
1.3	1	22.00
100	80	المجموع

من الجدول رقم (08) إتضح أن أعلى نسبة من أفراد العينة يفضلون إستماع إلى البرامج ألو شرطة بنسبة 45%، وفي المرتبة الثانية جاءت نسبة الذي يستمعون إلى برامج عدسة الطريق بلغت 34%، وهذا ما يشير إلى إدراك أكثر من نصف الأفراد العينة لأهمية الوعي المروري من تفعيل برنامج ألوالشرطة وإعطائه الأولوية والتفريد بأنظمة المرور.

كما يعد برنامج ألو شرطة الحائز على أعلى نسبة من بين البرامج الذي تذااع على إذاعة تيسمىيلت وهو برنامج أسبوعي يبث كل يوم الإثنين على الساعة 15.00، حيث يركز على تقديم إرشادات ونصائح وإستدعاء ضيوف من أهل الإختصاص للإجابة على تساؤلات تخدم الأفراد المستمعين وتزيد من وعيهم المروري.

جدول رقم(09): يوضح شكل تعرض المبحوثين لهذه البرامج

النسبة المؤوية	التكرارات	الإحتمالات
65.0	52	تلقائي
35.0	28	قصدي
100.0	80	المجموع

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن نسبة 52% يتعرضون التوعية المرورية بشكل تلقائي وهي أعلى نسبة وتليها نسبة 52% بالنسبة للأفراد الذين يتعرضون لبرامج التوعية المرورية بشكل قصدي.

جدول رقم (10): يوضح اللغة التي يحبذها المبحوثين في عرض النصائح حول التوعية المرورية

النسبة المؤوية	التكرارات	الإحتمالات
23.8	19	دارجة
76.3	61	اللغة العربية
100	80	المجموع

حسب نتائج الجدول فإن الباحثين فضلوا استخدام اللغة العربية بنسبة 61% ثم تليها نسبة الذي فضلوا الدارجة بنسبة 19%، وهذا ما يؤكد أن الباحثين فضلوا اللغة العربية التي تتميز بالبساطة وسهولة الفهم وخلوها من المصطلحات العلمية الأكاديمية الغامضة التي تكون عائق أمام المستوى التعليمي للباحث ومدى فهمه للرسالة التوعوية.

جدول رقم(11): يوضح مدى فهم الباحثين للمواضيع المعالجة في برامج الوعي المروري بإذاعة تيسمسيلت

النسبة المؤوية	التكرارات	الإحتمالات
57.5	46	نعم
42.5	34	لا
100	80	المجموع

من خلال الجدول أعلاه إتضح أن الذين إجابتهم بنعم حول فهمهم للمواضيع المعالجة في برامج الوعي المروري بإذاعة تيسمسيلت كانت نسبتهم 46% وهي أعلى نسبة مقارنة بنسبة الذين كانت إجابتهم ب لا حول فهمهم للمواضيع المعالجة للوعي المروري في إذاعة تيسمسيلت حيث بلغت نسبتهم 34%، وهذا ما يؤكد على فهمهم للمواضيع المعالجة في برامج الوعي المروري بإذاعة تيسمسيلت.

جدول رقم(12): يوضح مدى تأثير برامج التوعية المرورية على سائقين

النسبة المؤوية	التكرارات	الإحتمالات
----------------	-----------	------------

نعم	55	68.8
لا	25	31.3
مجموع	80	100

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة كبيرة من أفراد عينتنا أثرت فيهم نسبة البرامج التوعوية المرورية قد عبروا عن ذلك بإجاباتهم عن ذلك ب نعم بنسبة 55%، وهذا إن دل فإنه يدل على أن الإذاعة المحلية تخلق وعياً لدى مستمعيها وفي المقابل نجد أن نسبة 25% من الأفراد عينتنا لم تأثر فيهم برامج التوعية المرورية التي تقدمها الإذاعة.

جدول رقم (13): يوضح المدى الذي تؤثر فيه برامج التوعية المرورية

النسبة المؤوية	التكرارات	الإحتمالات
30.0	24	المدى الطويل
70.0	56	المدى القصير
100.0	80	المجموع

يتضح لنا من خلال المعطيات في الجدول أن نسبة أفراد عينتنا تؤثر فيهم البرامج التوعوية على المدى القصير التي تقدر نسبتهم ب 56% كأعلى نسبة، أما نسبة أفراد عينتنا التي تؤثر فيهم على المدى الطويل فتقدر نسبتهم ب 24%، وهذا يدل على درجة التأثير والاهتمام من طرف السائقين حول برامج التوعية المرورية التي أصبحت مهمة ولها إستجابة من قبلهم قصد تغيير السلوك في وقت قصير.

جدول رقم (14): يوضح الأسلوب الأكثر تأثيراً بالنسبة للسائقين

النسبة المؤوية	التكرارات	الإحتمالات
70	56	تخويف
18.8	15	فكاهة
11.3	9	أساليب أخرى
100	80	المجموع

من خلال إجابات المبحوثين في الجدول يتضح لنا أن الأسلوب الفعال في التأثير على السائقين هو أسلوب التخويف بنسبة 56%، ونسبة الذين أجابوا بتفضيلهم أسلوب الفكاهة

بـ15%، وكانت أقل نسبة هي الأساليب الأخرى بـ9%، ولعلّ هذا يعود إلى أن الأسلوب الفكاهي يستخدم لإثارة وجدان المستهلك إتجاه منتج ما، وبالتالي يفشل في إعداد مثل هذه الحملات التوعوية التي تحتاج لنوع من الحزم والإلزام وعليه فإن إختيار الأسلوب المناسب في إعداد مثل هذه المواضيع ضروري جدا من أجل تحقيق الإستجابة المطلوبة أو المرجوة من هذه الحملة.

جدول رقم (15): يوضح رأي السائقين حول فتح مجال للمشاركة في تفعيل هذه الفواصل المتعلقة بالوعي المروري عن طريق الهاتف

النسبة المؤوية	التكرارات	الإحتمالات
56.3	45	نعم
43.8	38	لا
100.0	80	المجموع

من خلال الجدول يتبين أن نسبة 45% من المبحوثين وهي نسبة الأغلبية تقرر بضرورة فتح خطوط الهاتف من أجل المشاركة في البرامج التوعوية التي تبثها الإذاعة لأن ذلك يساعد على إبداء آرائهم و أفكارهم إزاء الموضوع المطروح (التوعية المرورية).

كما يساعد على طرح إستفساراتهم وتساؤلاتهم حول القضايا الجديدة في مجال التوعية مثل التطورات الحاصلة في قانون المرور.

في حين فضلوا الإكتفاء بالإستماع فقط كانت نسبتهم 38% ويرجع هذا إلى قصور معرفتهم بخبايا حوادث المرور وتوعية منها.

جدول رقم (16): يوضح الوقت المخصص لبرامج الوعي المروري بإذاعة تيسمسيلت

النسبة المؤوية	التكرارات	الإحتمالات
48.8	39	كافي
51.3	41	غير كافي
100	80	المجموع

من الجدول أعلاه إتضح أن نسبة 41% وهي أعلى نسبة من أفراد عينتنا الذين يرون أن الوقت الذي تقدمه من خلاله البرامج زيادة الوعي المروري في إذاعة تيسمسيلت غير كافي

و39% يرون أن الوقت المخصص لهذه البرامج كاف، مما يشير إلى أهمية مراجعة المدة التي تقدم من خلالها هذه البرامج لإستفادة المتلقي من المعلومات التي تقدم.

جدول رقم(17): يوضح الإقتراحات لزيادة تفعيل الوعي المروري في إذاعة تيسمسيلت

الاحتمالات	التكرارات	النسب المئوية
زيادة الوقت	25	22.52
زيادة البرامج الخاصة والحصص التوعوية	18	16.21
كثرة الحملات التحسيسية والإعلانات	04	03.60
إنشاء مواقع عبر الأنترنت	07	06.30
تقديم أمثلة حية لحوادث المرور	12	10.81
إشراك المجتمع المدني في الحصص	05	04.50
التكلم بلغة مفهومة	11	09.90
إشراك أصحاب ذوي الإختصاص	08	07.20
التكثير من النصائح	02	01.80
الزيادة في مواضيع التوعية	06	05.40
القيام بخرجات والمشاركة في صالونات حول تقادي حوادث المرور	07	06.30
التكلم عن المستجدات حول الطرق وأمنها	04	03.60
المجموع	111	100

من خلال بيانات الجدول أعلاه والموضحة لإقتراحات المبحوثين حول زيادة الوعي المروري في إذاعة تيسمسيلت نلاحظ أنها مختلفة ومتنوعة وهذا إن دل فإنه يدل على أن هناك تفاعل إيجابي للمبحوثين مع الموضوع.

إن نسبة الكبيرة من المبحوثين تقترح لزيادة الوعي المروري في إذاعة تيسمسيلت زيادة في الوقت تقدر بـ 22.52% وتليها زيادة البرامج والحصص الخاصة بنسبة 16.21% حيث تعتبر الحصص الخاصة هي الحصص التي تتعلق بالتفصيل في حدث أو موضوع ما يأخذ صلبه إختصاصها كأن يكون حصة سياسية ويكون موضوع سياسي كما تعتبر نقطة إستقطاب للمشاهدين بفضل تركيزها على المواضيع محددة وإعطاء التفاصيل والشروحات حولها.

فالتنوع في تقديم أمثلة حية حول الحوادث المرور بنسبة 10.81% ثم التركيز على التكلم بلغة مفهومة ،حيث تعتبر اللغة ركيزة هامة وأساسية لأنها هي التي تمكن طرفي العملية الإتصالية الأساسيين المرسل والمستقبل من التفاهم فيما بينها بنسبة 9.90% فإشتراك ذوي الإختصاص بنسبة 7.20% ثم إنشاء مواقع الأنترنت بنسبة 6,30% على أساس أن الأنترنت من بين أهم المنجزات تكنولوجيا الحديثة التي ظهرت في مجال الإتصال وإنتشر إستخدامها بصورة مذهلة في السنوات الأخيرة.

وإقتراح بقيام خرجات ومشاركة في صالونات حول تفادي حوادث المرور بنسبة 5,40% وإقتراح إشراك المجتمع المدني في الحصص بنسبة 4.50% والتكلم عن المستجدات حول الطرق وأمنها وكثرة الحملات التحسيسية والإعلانات بنسبة متساوية قدرت بـ 3.60% تليها أقل نسبة متساوية بين إقتراحين وهما كثرة النصائح وفتح مجالات أخرى للتوعية قدرت بـ 1.80% وهي أقل نسبة مقارنة بالإقتراحات الأخرى.

نتائج الدراسة:

1- نتائج المتعلقة بالمحور الأول: الإذاعة و تنمية الوعي المروري لدى السائقين.

- أغلبية أفراد العينة يستمعون إلى إذاعة تيسمسيلت الجهوية.

- أغلب أفراد العينة يستمعون إلى برامج في إذاعة تيسمسيلت بشكل يومي.
- أغلب أفراد العينة يستمعون إلى برامج الثقافية والبرامج التوعوية في إذاعة تيسمسيلت الجهوية.

- أغلب أفراد العينة يستمعون إلى برامج التوعية المرورية بشكل غير منتظم يعني أحيانا
- أغلب أفراد العينة يستغرقون مدة السماع إلى برامج التوعية المرورية في ساعة.
- أغلب أفراد العينة يستمعون إلى برنامج التوعية المرورية "ألو شرطة"
- أغلب أفراد العينة يتعرضون لهذه البرامج بشكل تلقائي

2- نتائج المتعلقة بالمحور الثاني: أساليب الإذاعة في غرس الوعي المروري

- فيما يخص اللغة التي يفضلها السائقين في عرض الإرشادات والنصائح حول التوعية المرورية.

- أغلب أفراد العينة يفهمون مواضيع المعالجة في برامج الوعي المروري.
- فيما يخص درجة تأثير البرامج التوعية المرورية على السائقين فكانت مؤثرة بالنسبة 55%.

- أغلب أفراد العينة تؤثر فيهم برامج التوعية المرورية عن طريق المدى القصير.
- أغلب أفراد العينة فكان الأسلوب أكثر تأثيرا على السائقين هو أسلوب التخويف.
- أغلب أفراد العينة يفضلون فتح مجال أمام السائقين للمشاركة في تفعيل الفواصل المتعلقة بالوعي المروري عن طريق الهاتف.

- أغلب أفراد العينة يعتبرون الوقت المخصص لبرامج الوعي المروري بإذاعة تيسمسيلت غير كافي.

- أغلب أفراد العينة يقترحون لزيادة الوعي المروري وزيادة في وقت الحصص والبرامج.

خاتمة

خاتمة:

فمن خلال دراستنا حاولنا الوقوف حول مدى تأثير الإذاعة المحلية على الوعي المروري للمستمعين لدى سائقي سيارات الأجرة، ولكن رغم الإيجابي التي تقدمه الإذاعة المحلية من أجل توعية الأفراد بتخفيض لحوادث المرور لكن الحملات الإعلامية والأيام المفتوحة لعبت دور مهم في شمولية وترسيخ الثقافة المرورية للحد من هذه الظاهرة لما تخلفه من آثار سلبية على حياة الفرد وليس فقط هذا وإنما تؤثر على كافة مجالات الحياة الإجتماعية وسياسية والإقتصادية نتيجة الخسائر المادية والبشرية التي تخلفها.

وفي دراستنا هذي قمنا بلم كافة الجوانب هذه المشكلة من أسباب وآثار وكذلك الأساليب المستعملة لإقناع الأفراد من تقليل من أضرارها وخطورتها فلا بد من مختلف المؤسسات الأمنية (الشرطة، الدرك الوطني، الحماية المدنية)، التي تعتبر عنصر مهم في معالجة هذه الظاهر لإيصال الرسالة إلى الجمهور المستهدف الذي يعتبر العنصر الرئيسي فيها، وذلك يهدف لتعديل السلوك أو إضافة فكرة، وعليه نستطيع القول أن الإذاعة المحلية تلعب دورا كبيرا في توعية السائقي سيارة الأجرة وهذا بإتباع مجموعة من التقنيات والوسائل الإعلامية في نقل أهم المضامين المتعلقة بالتوعية المرورية من أجل تحقيق السلامة والأمن داخل المجتمع.

كما تعتبر الإذاعة وسيلة إعلامية تتضمن أساليب متنوعة في نقل الأخبار في تأثير الجمهور عامة وجمهور سائقي سيارة الأجرة خاصة في مجال الوعي المروري، تسعى لتلبية رغباته والتسهيل عليه لإيصال المعلومات بأساليب مختلفة فكلما تعددت واختلفت هذه الأساليب التي تتمثل في الحملات الإعلامية والاتصال الإقناعي الذي يعتبر عنصر مهم في تغيير السلوك أو تعديله كما تلعب متغيرات السن والمستوى التعليمي دور مهم في التأثير على سائقي سيارات الأجرة تبقى هي الأخيرة حاجز بعض سائقي سيارات الأجرة لولاية تيسميسيلت ولكن هناك دوافع وراء استماع سائقي سيارات الأجرة في مجال الوعي المروري زيادة الفهم وترسيخ الأصول الإعلامية على مستوى الإذاعة لتفادي حوادث المرور التي أصبحت حديث اليوم حديث الساعة.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر:

1. إبراهيم وهبي، الخبر الإذاعي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985.
2. أبو القاسم سعد الله، التاريخ الثقافي للجزائر، دار المغرب الإسلامي، بيروت، 1998.
3. أحمد شرمطي، الإذاعات الجهوية في الجزائر: كسب رهان الجوارية، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد 02، سنة 2010.
4. بيار ألبير، تاريخ الإذاعة والتلفزيون، ترجمة: زهير إحدادن، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1984.
5. الحسين العيادي، نشأة الإذاعة السرية، مجلة أمواج، العدد الأول، الجزائر، ديسمبر 2006.
6. خالد زعموم، الإذاعة في عصر الوسائط المتعددة، مجلة اتحاد إذاعات العربية، العدد 02، تونس، 2010.
7. زهير إحدادن، تاريخ الإذاعة والتلفزيون، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1989.
8. طارق أحمد السيد، الإعلام المحلي وقضايا المجتمع، ط4، دار المعرفة الجامعية، 2004.
9. عامر محسن سلمان العامري: الحملات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب، 2005، ط 1.
10. عامر مصباح، الإقناع الاجتماعي، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006.
11. عبد المجيد شكري، الإذاعات المحلية لغة العصر، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987.
12. عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال: إنتاج البرامج في الراديو والتلفزيون، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1996.
13. فؤاد عبد المنعم البكري، التسويق الاجتماعي وتخطيط الحملات الإعلامية، القاهرة ط 1.
14. لوي تابينخ، كيفية إنشاء محطة إذاعة للبث المحلي، اليونسكو، 2001.
15. ماجي الحلواني، مدخل إلى الإذاعات الموجهة، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1982.
16. مجلة الشاشة الصغيرة، العدد 34، الجزائر، أكتوبر 1997.
17. محمد الأمين موافي، الإذاعات المحلية... الفضاء الآخر، مجلة اتحاد إذاعات العربية، العدد 02، تونس، 1998.

18. مصطفى محمد عيسى فلاتة، الإذاعة السمعية وسيلة اتصال وتعليم، دار النشر العلمي وطابع الملك سعود، بدون سنة.

19. منتدى طلبة ورقلة ، الفرق الاتصال العام و الاتصال الإقناعي.OUAREGLA MAM9.COM يوم 2021/05/24 الساعة 16:35.

20. نادية بن ورقلة، دور إذاعة بشار في التنمية المحلية دراسة وصفية تحليلية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2008/2007.

21. نصر الدين العياضي، إشكالية المحلي في علاقة وسائل الاتصال بالمجتمع، المجلة الجزائرية للاتصال، عدد15، الجزائر، سنة 1997.

22. نوال محمد عمر، مناهج البحث الاجتماعية والإعلامية، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1986.

23. نور الدين تواتي الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، ط1، الجزائر، 2008.

24. هناء بوحارة، مجلة الدراسات والأبحاث "مجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة جيلالي اليابس سيدي بلعباس دراسة لأسباب إرتكاب الحوادث المرورية_دراسة ميدانية من وجهة نظر سائقي سيارات الأجرة، العدد 270، جوان 2017.

25. يزيد شهلي، المراقبة التقنية للمركبات ودورها في تخفيض حوادث المرور بالجزائر، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، 2010-2011.

26. يوسف مرزوق، الإذاعة الإقليمية وتحقيق أهداف التنمية، دون دار نشر، مصر، 1970.

الرسائل الجامعية:

27. تباري عبيد، الحملات الإعلامية الإذاعية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر، دراسة ميدانية على عينة من جمهور سائقين بولاية سطيف، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال 2011-2012.

28. تباري عبيد، الحملات الإعلامية الإذاعية الخاص بالتوعية المرورية ف بالجزائر،دراسة ميدانية على عينة من جمهور سائقين ولاية سطيف، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال 2011_2012.

29. حارثي حسين، بلعليا بلال، السلوكيات الإنحرافية لدى السائقين الشباب وعلاقتها بإرتكاب حوادث المرور، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في سوسيلوجية العنف وعلم العقاب، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة، 2018/2017.

30. حفيظة سنوسي، الإذاعة المحلية والعادات الاستماعية للمجتمع المحلي في الجزائر، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 1997/1996.

31. نصيرة مزهود، الإذاعة الجزائرية والمستمع، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 1999/1998.

32. وفاء كعوس، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي المروري دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الطرق بمدينة أم بواقي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة أم بواقي، 2016_2015.

33. يزد شهلي، المراقبة التقنية للمركبات ودورها في تخفيض حوادث المرور رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، بالجزائر، 2011_2010.

الجرائد:

34. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد01، يوليو 1986.

35. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد14، قانون 79 المؤرخ في 08 رمضان 1410 الموافق لـ 1990/03/04.

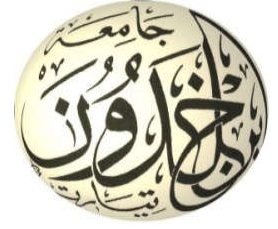
36. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد19، 20 أبريل 1999.

37. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد6، قانون رقم 82-10، المؤرخ في 12 ربيع الثاني 1402 هـ الموافق لـ 1982/02/06.

المراجع الأجنبية:

38. Fanon(Frantz), Sociologie d'une révolution, Maspero, petite collection, 1968.

الملاحق



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابن خلدون - تيارت -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: العلوم الإنسانية

شعبة: علوم إعلام وإتصال

تخصص: إتصال وعلاقات عامة

إستمارة إستبيان حول:

تأثير الإذاعة المحلية على الوعي المروري للمستمعين

دراسة ميدانية على عينة من سائقي سيارات الأجرة بولاية تيسمسيلت

مذكرة لنيل شهادة الماستر الأكاديمي لعلوم الإعلام والإتصال

تحت إشراف:

من إعداد الطالبة:

• د. سليمان شريفة

✓ جعوان لندة

أخي السائق

نحن بصدد إعداد مذكرة تخرج ماستر في ميدان الإتصال والعلاقات العامة تحت عنوان تأثير الإذاعة المحلية على الوعي المروري للمستمعين، لذلك نضع بين أيديكم ونرجوا منكم الإجابة على الأسئلة الواردة في صفحاته بكل صدق وأمانة وما عليكم سوى وضع علامة (X) أما العبارة المناسبة علما أن المعلومات المقدمة من طرفكم ستبقى في سيرية وكتمان ولن تستعمل إلا لغرض البحث العلمي.

وشكرا.

السنة الجامعية: 2020_2021

الجزء الأول: معلومات شخصية

01- السن:

- من 20 إلى 30 من 30-40 من 40-50 من 50-60

02- المستوى التعليمي:

- ابتدائي متوسط
 ثانوي جامعي

المحور الأول: الإذاعة وتنمية الوعي المروري لدى السائقين

03- هل تستمع لإذاعة تيسمسيلت الجهوية؟

- نعم لا

04- إذا كانت إجابتك بنعم هل تستمع إليها بشكل

- يومي أسبوعي شهري

05- ما طبيعة البرامج التي تستمع إليها عبر إذاعة تيسمسيلت الجهوية؟

- إجتماعية ثقافية توعوية

06- هل تستمع إلى برامج التوعية المرورية؟

- نادرا دائما أحيانا

07- ما هي المدة التي تستمع فيها هذه البرامج؟

- أقل من ساعة ساعة أكثر من ساعة

08- ما هي البرامج التوعوية التي تستمع إليها في إذاعة تيسمسيلت؟

- حصة عدسة الطريق ألو شرطة

09- هل تتعرض لهذه البرامج بشكل؟

- تلقائي قصدي

المحور الثاني: أساليب الإذاعة في غرس الوعي المروري؟

- 10- ما هي اللغة التي تحبذها في عرض نصائح حول التوعية المرورية؟
 الدارجة اللغة العربية كل اللغات
- 11- هل تفهم المواضيع المعالجة في برامج الوعي المروري بإذاعة تيسمسيلت؟
 نعم لا
- 12- هل أثرت فيك برامج التوعية المرورية؟
 نعم لا
- 13- في رأيك هل برامج التوعية المرورية تؤثر فيك عن طريق:
 المدى الطويل المدى القصير
- 14- ما هو الأسلوب الأكثر تأثيرا على السائقين؟
 التخويف الفكاهة أساليب أخرى
- 15- هل تفضل فتح مجال أمام السائقين للمشاركة في تفعيل الفواصل المتعلقة بالوعي المروري عن طريق الهاتف؟
 نعم لا
- 16- هل تعتبر الوقت المخصص لبرامج الوعي المروري بإذاعة تيسمسيلت؟
 كافي غير كافي
- 17- ما هي إقتراحاتك لزيادة تفعيل الوعي المروري في إذاعة تيسمسيلت؟
-
-

الملحق (01): أمن ولاية تسمسيلت بالشراكة مع الحماية المدنية ينظم يوم مفتوح بالمحطة البرية لنقل المسافرين بإقامة معرض تم من خلاله عرض إحصائيات حوادث المرور لسنة 2020، الخمس أشهر لسنة 2021، المعدات والوسائل المستعملة في مجال الوقاية المرورية، تم التركيز على حث سائقي سيارات الأجرة ما بين الولايات، سيارات الأجرة للنقل الحضري، حافلات نقل المسافرين، وعلى المواطنين التحلي بالثقافة المرورية واحترام قانون المرور.

المصدر: الصفحة الرسمية لأمن ولاية تسمسيلت



الملحق (02):





