



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابن خلدون تيارت

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

تخصص علوم الإعلام والاتصال

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر تخصص إتصال والعلاقات عامة

الموسومة بـ:



دور الإذاعة المحلية في تفعيل العمل الخيري

دراسة ميدانية على عينة من مستمعي برنامج "جبر الخواطر" بإذاعة تيارت

تحت إشراف الأستاذ:

د.بن عودة موسى

إعداد الطلبة

➤ دحو مريم

➤ بن أحمد ياسين

➤ بوعزة بسطة

لجنة المناقشة	
رئيسا	عابد جديد
مشرفا	موسى بن عودة
مناقشا	كرايس الجيلالي

السنة الجامعية: 2020 - 2021

ملخص الدراسة

نهدف من خلال دراستنا هذه التعرف على دور إذاعة تيارت المحلية من خلال برنامج جبر الخواطر في تفعيل العمل الخيري لدي المستمعين، انطلاقا من الإشكالية التالية: ما هو دور الإذاعة المحلية في تفعيل العمل الخيري من خلال برنامج جبر الخواطر الذي يبث بإذاعة تيارت، وللإلمام بالدراسة وتحقيق أهدافها اعتمادا على منهج المسح الوصفي التحليلي، واستخدمنا أداة الاستمارة كأداة أساسية للحصول على المعلومات من العينة المبحوثة، حيث قمنا بتوزيع 50 استمارة علي عينة قصدية من مستمعي برنامج جبر الخواطر، وتوصلنا إلى أن برنامج جبر الخواطر يلعب دورا كبيرا في تفعيل العمل الخيري، وذلك بإستعمال الإستمالات الإقناعية (الثقة في مقدمة البرنامج ، الثقة في الحالات المعوزة، حبك لفعل الخير). الإستمالات المنطقية (تأثير كلام مقدمة البرنامج)، حديث الحالة الإجتماعية المعروضة، إتصالات المستمعين، آيات قرآنية، أحاديث نبوية، الإستمالات العاطفية (نبرة الصوت، موسيقى حزينة، البكاء، نوع الحالة).

الكلمات المفتاحية: الإذاعة المحلية، العمل الخيري، الإعلام الخيري.

Study summary

We aim through this study to identify the role of the local radio Tiaret through the program of Jabr al-Khawatir in activating the charitable work of the listeners, based on the following problem: What is the role of the local radio in activating charitable work through the Jabr al-Khawatir program, which is broadcast on Tiaret Radio, and to be familiar with the study and achieve Its objectives: We relied on the analytical descriptive survey method, and we used the questionnaire tool as a basic tool to obtain information from the researched sample, where we distributed 50 forms to an intentional sample of the listeners of the Algebra Al-Khawatir program, and we concluded that the Algebra Al-Khawatir program plays a major role in activating charitable work, by using Persuasive inducements (confidence in the introduction of the program, confidence in needy situations, your love of doing good) Logical inducements (influence of the program presenter's speech), marital status talk presented, listeners' communications, Quranic verses, prophetic hadiths, emotional inducements (tone of voice, sad music, crying, status type). Keywords: local radio, charitable work, charitable media

خطة البحث

الفصل الأول: الإذاعة المحلية

تمهيد

المبحث الأول: ماهية الإذاعة المحلية وخصائصها

المبحث الثاني: وظائف وأهداف الإذاعة المحلية

المبحث الثالث: نشأة الإذاعات المحلية في الجزائر

خلاصة

الفصل الثاني: الإعلام الخيري

تمهيد

المبحث الأول: مفهوم الإعلام الخيري

المبحث الثاني: دور الإعلام الخيري

المبحث الثالث: الإعلام والعمل الخيري

خلاصة الفصل

شكر

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف المرسلين نبينا
محمد وعلى آله وصحبه أجمعين أما بعد
اشكر الله العلي القدير على توفيقه لإتمام هذا العمل، فهو عز
وجل أحق بالشكر والحمد سبحانه وتعالى
ولا يسعني في هذا المقام إلا أن انسب الفضل لأصحابه، فأخص
بالذكر أستاذي المشرف الدكتور بن عودة موسى، والذي لم يخل
على بتوجيهاته ونصائحه فله جزيل الشكر والعرفان
كما أتقدم بالشكر الخالص إلى الأساتذة أعضاء لجنة المناقشة
مسبقا على تفضلهم بقبول مناقشة وإثراء هذه المذكرة.
وشكري لكل من ساعدني ولو بالكلام الطيب من قريب أو بعيد
وإلى كل من كانوا معي على طريق النجاح والخير دائما

الإهداء

إلى من أحمل إسمه بكل إفتخار ومن أدعوا من أجله المولى عز وجل أن يجعل قبره روضة من

رياض الجنة إلى روح أبي الطاهرة

إلى من حملتني وهنا على وهن أُمي الحنونة

إلى سندي في الحياة زوجي ورفيق دربي "بودالي"

إلى أطفالي أحبائي: أريج، نعيم، عبد الوهاب، أيمن

مريم

الإهداء

الحمد لله وكفى والصلاة على الحبيب المصطفى وأهله ومن وفي.

الحمد لله الذي وفقنا لتثمين هذه الخطوة في مسيرتنا الدراسية بمذكرتنا
هذه ثمرة الجهد والنجاح بفضلته تعالى مهداة إلى الوالدين الكريمين حفظهم الله
وأطال في أعمارهما.

وإلى أختي رحمها الله وأسكنها فسيح جنانه

وإلى جميع إخوتي رعاهم الله.

إلى كل الأصدقاء والأهل والأقارب.

إلى كل من علمني حرفا وأخذ بيدي في سبيل تحصيل العلم والمعرفة.

إلهم جميعا أهدي ثمرة جهدي ونتاج بحثي المتواضع.

إهداء

أهدي ثمرة جهدي وعملي إلى أعز ما أملك في هذا الوجود أسرتي الحبيبة إلى أحق الناس بصحبتى , إلى الذي علمني الصبر و المثابرة ولارتقاء إلى أعلى درجات صرح العلم والمعرفة ورعاني ورباني وأنار لي دربي , إلى قدوتي في الحياة "أبي الكريم" , إلى صاحبة الفضل علي "أمي الحبيبة" بارك الله في عمرها وأفاض في عطائها وسهرت الليالي لأجل نجاحي إلى إخوتي وأخواتي بشير , خديجة , سهيلة , والياس , ضياء , و رابع وأبنائه ,والي كل الأصدقاء والصديقات , منهم صمادي أحمد و هالة شامي اللذان كان لهما الفضل في

مساندتي طيلة مشواري الدراسي

إلى من أشتاق لرؤيته أخي الغالي بلال

الذي رحل عنا بدون وداع رحمه الله وأسكنه الله جنة الخلد

إلى كل دفعة تخصص علوم الإعلام والاتصال , والي كل من ساهم في إنجاز

هذا العمل المتواضع

مقدمة

مقدمة

يعتبر الإعلام المرآة التي تعكس ما يستجد على ساحات الحياة ومجالاتها المختلفة من تطورات وتفاعلات، وأصبح في وقتنا الحاضر من أهم أدوات التأثير والتوجيه والتثقيف، فلقد أصبح الإعلام يمثل قوة بتوفره على أجهزة تقنيته متطورة يستطيع أن يفعل الكثير من أجل خير المجتمع وتطوره عبر مختلف وسائله، والذي جعله يلعب دورا مهما ومؤثرا في حركة الإنسان داخل المجتمع، وهذا التقدم الهائل في عالم الاتصال وأدواته يؤكد على الدور الأساسي الذي يمكن أن يقوم به الإعلام في مواجهة قضايا أمتنا على اختلاف أنواعها ومضامينها، إذ يعتمد ذلك على توجيه هذه الوسائل بأنسب الطرق وفي شتى مجالات الحياة الإنسانية، المستهدفة بالرسائل الإعلامية وساهم في تكوينه من خلال طرح الفكرة وتكرارها وتقديمها بوسائل وطرق قادرة على غرسها.

للإعلام مكانة هامة في أي مجتمع لماله من دور فعال في تشكيل وتفعيل مظاهر الحياة المختلفة وربط قنوات الاتصال بين الفرد والشعوب، علي حسب اختلاف القضايا سواء في المجال الاجتماعي، الاقتصادي، التربوي، الأخلاقي، باعتبار الإعلام من الآليات الفعالة التي تساهم في عملية التوعية، فهناك إعلام مكتوب وإعلام صوت وصورة، ومن بين هذه الوسائل نجد الإذاعة التي تمثل مؤسسة إجتماعية تتكفل بطرح إنشغالات ومشاكل المجتمع المحلي، وتساهم في التأثير علي الجمهور المستهدف بواسطة بث برامج تعكس الواقع المعاش بقوالب متنوعة منها الصحي، الاجتماعي، التربوي، الإرشادي، التوعوي للوصول إلى الغاية المنشودة، ومن الأدوار التي تقوم بها الإذاعة هي تفعيل العمل الخيري في المجتمع وتقديم المساعدة والتكافل والتضامن بين شرائح المجتمع، فبرغم من التطور الهائل في وسائل الإتصال والمعلومات، وظهور ما يعرق بالثورة التقنية والإعلامية، إلا إن وسائل الإعلام لا يمكن الإستغناء عنها بأي شكل من الأشكال، الإذاعة تعبر عن المجتمعات التي تنتمي إليها. ولعل واقع الإعلام الإذاعي اليوم باختلاف أساليبه وتنوعه جعلنا نفكر في برامج تفعيل العمل الخيري الهادف الذي يعتني بمختلف شؤون الحياة ويعمل على تحسين ظروف المجتمع.

ومن أجل معالجة هذا الموضوع اتبعنا خطة تتكون من مقدمة وثلاثة فصول: الفصل المنهجي، وفصل في الجانب النظري، وفصل في الجانب التطبيقي والخاتمة الدراسة الميدانية واستنتاجات ثم التوصيات فالخاتمة والمراجع وفهرس الموضوعات.

الإطار المنهجي للدراسة: ويندرج تحته إشكالية وتساؤلات الدراسة، أهداف الدراسة وأهميتها، أسباب اختيار الموضوع، تحديد مفاهيم الدراسة، والدراسات السابقة، ومنهج الدراسة، مجتمع البحث وعينته، كذا الأداة

المستخدمة لجمع البيانات، وحدودها الزمنية والمكانية، ثم تطرقنا الخلفية النظرية للدراسة وأخيرا إلى لصعوبات التي واجهتنا خلال الدراسة.

الإطار النظري الفصل الأول: كان لابد لنا من الوقوف في هذا الفصل للتعرف بداية على الإذاعة المحلية ماهيتها وأهدافها، وقد ركزنا على ثلاثة نقاط أدرجناها ضمن ثلاثة مباحث، المبحث الأول خصصناه لمهية الإذاعة المحلية وخصائصها، مروراً إلى المبحث الثاني، تناولنا فيه وظائف الإذاعة المحلية، أما المبحث الثالث استعرضنا فيه نشأت الإذاعة المحلية في الجزائر.

الفصل الثاني: يخص الإعلام الخيري المفهوم والوظائف، أدرجنا من خلاله ثلاثة مباحث، المبحث الأول تطرقنا فيه إلى مفهوم الإعلام الخيري، أما المبحث الثاني تم فيه عرض وظائف الإعلام الخيري، بينما لمبحث الثالث ركزنا فيه على الإعلام والعمل الخيري.

أما الإطار التطبيقي كفصل ثالث للدراسة، خصص للدراسة الميدانية التي تمثلت في تفرغ الاستمارة في جداول إحصائية وقمنا بالتحليل الكمي والكيفي للجداول وذلك لمعرفة دور الإذاعة المحلية في تفعيل العمل الخيري ونشر قيم التكافل والتضامن الإجتماعي، ثم عرض نتائج الدراسة وأخيرا تقديم التوصيات

الإطار المنهجي

1. إشكالية الدراسة:

إذاعة تيارت من بين إحدى الإذاعات المحلية التي تلعب دورا كبيرا في إعلام الجمهور المحلي من خلال ما تتضمنه برامجها من معلومات وتلبية حاجات المجتمع عند إيصال محتواها إلى كافة مستمعي الإذاعة المحلية، من أجل إشباع أهداف ورغبات معينة تسعى لتحقيقها في تقديم خدمة للجمهور المستهدف عن طريق حصصها المذاعة ومعايشة أحداثه ومخاطبة مشكلاتهن إذ تأخذ بعين الاعتبار ثقافة وخصائص الجمهور المستهدف، ومن أجل الوصول إلي تحقيق غايتها فلا بد أن تتماشى مع مبادئ وقيم ذلك المجتمع وخاصة فيما يتعلق بالعبادات والتقاليد وضوابط اجتماعية تحكمها.

ومن هنا فإن مشكلة الدراسة تتمحور حول دور الإذاعة المحلية في تفعيل العمل الخيري محاولة معرفة وجهة نظر الجمهور من مستمعي برنامج جبر الخواطر بإذاعة تيارت، ومدى اهتمامهم بهذه الوسيلة في تفعيل وتقديم العمل الخيري في مساعدة الطبقة المحتاجة والمعوزة من الفقراء والمساكين في التضامن والتكافل الاجتماعي بصفتهم عينة الدراسة

وعليه نطرح الإشكالية التالية: ما هو دور الإذاعة المحلية في تفعيل العمل الخيري من خلال برنامج جبر الخواطر الذي يبث بإذاعة تيارت؟

2. تساؤلات الدراسة

- 1- كيف تساهم إذاعة تيارت في نشر العمل الخيري من خلال برامجها؟
- 2- هل يتحارب مستمعين برنامج جبر الخواطر مع الحالات التي تمر في برنامج جبر الخواطر بإذاعة تيارت؟
- 3- ما هي أهم الإستراتيجيات المستعملة لإقناع المستمعين في برنامج جبر الخواطر بإذاعة تيارت؟
- 4- هل يلعب مقدم برنامج جبر الخواطر دورا في إقناع المستمعين في العمل الخيري؟
- 5- هل يساهم برنامج جبر الخواطر في تفعيل العمل الخيري؟

3. فرضيات الدراسة:

- 1- يتابع مستمعي إذاعة تيارت برنامج الخواطر بشكل منتظم وذلك لتعرف على الحالات المزرية ومحاولة مساعدتها.

2- يتأثر مستمعوا برنامج جبر الخواطر بالإستمالات العاطفية، الإقناعية والمنطقية (نبرة الصوت: البكاء، الثقة في مقدم البرنامج، آيات قرآنية حول الصدقة... إلخ) المستعملة في برنامج جبر الخواطر.

3- ساهم برنامج جبر الخواطر في تفعيل العمل الخيري لدى مستمعي إذاعة تيارت، وذلك من خلال عملية التحسيس بضرورة تقديم الإعانة للمعوزين.

4. أسباب إختيار الموضوع

1.4 أسباب ذاتية

- الرغبة الذاتية في تناول هذا الموضوع الذي يقدم خدمة للمجتمع.
- الميل الشخصي لدراسة المواضيع المهمة التي تعالجها وتبشها برامج الإذاعة المحلية في تفعيل ودعم الأعمال الخيرية المرتبطة بالمساعدات الإنسانية داخل مجتمع الدراسة.

2.4 أسباب موضوعية

- الموضوع المختار قابل للدراسة والبحث العلمي، وذلك لإمكانية النزول إلى الميدان لتحقيق أهداف الدراسة.
- حداثة وجدة تفعيل الإعلام الخيري
- تفعيل العمل الخيري وزيادة انتشاره في المجتمع.
- مساندة الأعمال الخيرية والنتائج الإيجابية الناجمة عنها.
- اهتمام الإعلام الإذاعي المحلي ودوره في تفعيل العمل الخيري ومحاولة إيصال الفكرة والمعلومات إلى جمهور المستمعين والمستهدف لفعل الخير والتكافل الاجتماعي.

5. أهمية الدراسة

01- تبدو أهمية الدراسة في أهمية الموضوع في حد ذاته، والعمل الخيري لا يزال ظاهرة من ظواهر التكافل والتضامن الاجتماعي والدور المهم والفعال الذي تلعبه الإذاعات المحلية، في تنشيط برامجها اليومية التوعوية الإرشادية والتوجيهية والإصلاحية في هذا المجال الخيري، منها إعلانات خيرية متنوعة المضمون، وهي برامج مؤثرة في نفسية المستمع، وبث فيه روح المسؤولية إتجاه الآخرين، فظلا علي أنها جانب إنساني تهدف إلى تحقيق أهداف اجتماعية لها أثار إيجابية في تحسين وضعية المجتمع.

2- وكذلك تمثل أهمية الدراسة في جانبين أساسيين وهما:

- الجانب الأول: يشار إلى الجانب النظري، حيث نحاول توفير مادة نظرية تدعم ما هو موجود من معلومات نظرية حول العمل الخيري والتركيز على الدور الذي يؤديه الأعلام في تفعيل العمل الخيري.
- أما الجانب الثاني: فيتمثل في الأهمية التطبيقية للبحث، إذ أن نجاح البحث في تحقيق أهدافه التي وجد من أجلها.

6. أهداف الدراسة:

قيمة أي دراسة علمية منهجية تظهر في الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها من خلال ما يلي:

الكشف عن مدي تتبع مستمعي إذاعة تيارت برنامج الخواطر بشكل منتظم، وذلك لتعرف على الحالات المزرية ومحاولة تقديم مساعدتها.

-تفعيل العمل الخيري كان له تأثير بالإستimalات العاطفية المستعملة في برنامج جبر الخواطر على المستمعين.

- دور برنامج جبر الخواطر الذي ساهم في تفعيل العمل الخيري لدى مستمعي إذاعة تيارت، وذلك من خلال عملية التحسس بضرورة تقديم الإعانة للمعوزين.

7. المنهج الدراسة:

المنهج: هو عبارة عن جملة من الخطوات المنظمة التي يجب على الباحث إتباعها من أجل الوصول إلى نتائج معينة.¹

إن المهج الذي اتبعناه في دراستنا هذه هو المنهج الوصفي التحليلي، بغرض الوصف والتحليل للموضوع.

8. مجتمع البحث:

هو مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي تتركز عليها الملاحظات ، والتي يرغب الباحث في تعميم نتائج الدراسة عليها²

¹ حسان هشام، منهجية البحث العلمي، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، ط2، 2007، ص97.

² موريس أنجس ، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، تدريبات علمية ، ترجمة صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر، الجزائر، ط2، 2006، ص298.

أما بالنسبة لمجتمع البحث الخاص بدراستنا فيتمثل في مجموع مجتمعي برنامج جبر الخواطر لإذاعة تيارت المحلية، كما سنحدده في عرض عينة الدراسة.

9- عينة ومعاينة الدراسة:

هي العينة التي يتم انتقاء أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث نظرا لتوافر بعض الخصائص في أولئك الأفراد دون غيرهم، ولكون تلك الخصائص هي من الأمور الهامة بالنسبة للدراسة¹ وقد اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية "عمدية غير احتمالية" لأنها تتلاءم ودراستنا ولقد وزعنا (60) استمارة على مستمعي برنامج جبر الخواطر بمدينة تيارت من إناث وذكور ولكن تم استرجاع (50) استمارة، فقد قدرت عينتنا بـ (50) مستمع.

10. أدوات الدراسة:

استندنا في جمع البيانات الميدانية على الاستمارة لجمع البيانات وهي وثيقة تتضمن الأسئلة المفتوحة والمغلقة تستخدم في إجراء البحوث مع ترك مساحة كافية لكتابة الإجابة من طرف المبحوثين، وقد تضمنت دراستنا 03 محاور المحور الأول خاص بعادات ودوافع متابعة برنامج جبر الخواطر لدى مستمعين إذاعة تيارت، المحور الثاني خاص بالاستمالات الاقناعية التي يعتمد عليها برنامج جبر الخواطر للتأثير على مستمعي إذاعة تيارت، أما المحور الثالث خاص بمسئمة جبر الخواطر الذي ييث عبر إذاعة تيارت في تفعيل العمل الخيري لدى المستمعين، وطبيعة موضوعنا تتطلب ذلك وبشكل كبير خاصة في محاولة معرفة دور الإعلام الإذاعي المحلي في تفعيل العمل الخيري، فالاستمارة تساعدنا جمع المعلومات عن برامجها الخيرية التي كانت من بينها برنامج جبر الخواطر الذي يعرض في إذاعة تيارت لمعالجة القضايا الاجتماعية في مجال التضامن والتكافل الاجتماعي.

11. الحدود الزمانية والمكانية

- المجال المكاني: المجال لقد أجريت هذه الدراسة في ولاية تيارت لأن الإذاعة محلية والجمهور محلي.

- المجال الزمني: تم إجراء هذا البحث من شهر فيفري إلى غاية جوان 2021

12. تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

عند تحديد أي موضوع علينا تحديد أهم المفاهيم الواردة في البحث والتأكد من وضوح المعاني والكلمات، يتطلب من الباحث توضيح أهم المفاهيم المرتبطة بملفات بموضوع البحث، تمثلت هذه المفاهيم فيما يلي:

¹ محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي قواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، ط2، 1999، ص94.

1- الإذاعة المحلية:

الإذاعة لغة: هي فن الفعل ذاع الذي يعني في قاموس المعاني ذاع يذيع، ذاع، ذبوعا، وذيعا، فهي ذائع، ذاع انتشر فيه، ذاع الأمر، أذاع الشيء، ذاع الخبر فشا وانتشر، شاع، صار معلوماً، ذائع الصيت، منتشر السمعة والذكر، مشهور، ذاع، انتشر

المحلية لغة:

لقد جاء في قاموس المعاني من الاسم محل، والذي لها معني هي الجمع، محلات، المحل بمصدر سمي، محل: المكان الذي يحل فيه، محل الإقامة، المنزل الذي يقيم فيه المرء، حل محله، أخذ مكانه حمله على غير محله، أساء فهمه، صادف محله، وضع في مكانه المناسب.

الإذاعة المحلية:

اصطلاحاً: يعرفها عبد المجيد شكري 1987 بأنها عبارة عن جهاز إعلامي يخدم مجتمعا محليا، بمعنى أن الإذاعة المحلية تبث برامجها لمخاطبة مجتمع محدود العدد، يعيش فوق أرض محدودة المساحة، تخاطب مجتمعا متناسقا من الناحية الاقتصادية، والثقافية، والاجتماعية، بحيث يشكل هذا المجتمع بيئة متجانسة بالرغم من وجود الفروق الفردية التي توجد بالضرورة بين أفراد المجتمع الواحد، فهي تتفاعل مع هذا المجتمع تأخذه منه وتعطيه وتقدم له الخدمات المختلفة، فالجمهور المستهدف لكل إذاعة مطية أهم أفراد هذا المجتمع المحلي، كأن يكونوا سكان قرية واحدة أو مجموعة قرى متقاربة ومتجانسة كبرى.

ويعرفها الاتحاد العالمي للإذاعة «بأنها تستجيب إلى احتياجات المجتمع المحلي الذي تخدم كما تساهم في تثقيفه وهي تناضل من أجل ديمقراطية الاتصال من خلال مشاركة المجتمع المحلي».

فالإذاعة المحلية هي التي تسهر على تغطية بإرسالها مدينة معينة أو دائرة محدودة، تمثل إقليما محددًا، أو كل ولاية بلغة العصر عندنا في الجزائر.

فالإذاعة المحلية تبقى دائما جهازا محليا في خدمة مجتمعا محليا محدود العدد، ويمكن القول أن الإذاعة المحلية تتواجد عيشا فوق مساحة جغرافية محدودة تخاطب جمهورا متناسقا في جوانبه الاجتماعية والثقافية، بالرغم أن الإذاعة المحلية تستهدف الجمهور المحلي مثلا إذاعة تيارت تستهدف الجمهور التيارتي.¹

2- مفهوم العمل الخيري:

اصطلاحا: المقدم عبر الإعلانات الإذاعية والتلفزيونية لتحقيق التضامن الاجتماعي، وهي وظيفة جديدة يقدمها الإعلام اليوم للمجتمع وبشكل مكثف يكمن اعتبارها كظاهرة إعلامية اجتماعية لفتت انتباهنا خصوصا في الإعلام الجزائري.²

يعرف أيضا على أنه العمل " الذي لا يعتمد على تحقيق أي مردود مادي أو أرباح؛ بل يعتمد على تقديم مجموعة من الخدمات الإنسانية للأفراد المحتاجين لها، ويعرف أيضا أنه قيام مجموعة من الأفراد، والجمعيات والمؤسسات بتقديم الدعم والمساعدة للأشخاص ذو الحاجات المختلفة، من (طعام، ودواء، ومأوى.... وغيرها)، والهدف من هذا العمل هو نشر الخير، وتحقيق التكافل والتضامن الاجتماعي بين الأشخاص، مما يؤدي إلى المحافظة على القيم الدينية والأخلاق الاجتماعية.³

ويعرفه الناجي الأمين العمل الخيري " بأنه كل سبل الخير والبر والمعروف، وجميع ضروب التكافل والتراحم، والتعاون غير المنهي عنه شرعا.

وجاء تعريف العمل الخيري في المعاجم الأجنبية " بأنه العمل المدفوع الأجر الذي ينطوي على تقديم المساعدة والمشورة للأشخاص الذي يعيشون في المجتمع الذين يعانون مشاكل مالية أو عائلية.⁴

إجرائيا: هي المساعدات التي تقدم إلى الفئة التي تعاني من الفقر والمرضى في المجتمع التيارتي.

¹ قدوري عبد القادر، الإذاعة المحلية الجزائرية ودورها الإخباري والتنوعى مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة حمة لخضر الوادي، العدد 24، 2014، ص 342. 343. 343

² فرحانة كشرود، العمل الخيري ودوره في الإصلاح المجتمعي وتعزيز التنمية المجتمعية، مجلة العلوم الإسلامية والحضارة جامعة سيدي محمد بن عبد لله سايس فاس المغرب، المجلد 5، العدد 01، 2020، ص 356

³ -وحياني نزهة، آليات تفعيل الإعلان الخيري عبر الإذاعة والتلفزيون الإعلان الخيري في الجزائر، مجلة البدر، جامعة بشار، المجلد 10، العدد 06، 2018، ص 608

⁴ فرحانة كشرود، مرجع سابق، ص 358- 359

3- مفهوم الإعلام الخيري:

اصطلاحاً: مفهوم عصري حديث النشأة لكنه في الأساس هو إحدى شرائح الإعلام التي تهم المجتمع بأكمله. والتي ينبغي أن تؤديها وسائل الإعلام بمسؤولية وكفاءة عالية قيام المؤسسات الخيرية والجمعيات التطوعية في المجتمعات المختلفة بالتنسيق والتعاون مع وسائل الإعلام في تحقيق التواصل والترابط الاجتماعي. إجرائياً: هو مختلف الأنشطة والرسائل الموجهة للجمهور عبر وسائل الإعلام من أجل التكافل والتضامن والتطور وجمع المساعدات للفئات المعوزة.

13. الدراسات السابقة

تعد الدراسات السابقة من بين أهم الخطوات الموجودة في الإطار المنهجي، لهذا يتعين على الباحث أن يقوم بقراءة دراسات لها علاقة مباشرة بما يبحثه، بهدف الاستفادة منها، بحيث هو امتداد لبحوث سبقته لذلك حول الأعمال التي أنجزت من قبل حول الموضوع، فالدراسات السابقة تكتسب أهمية كبيرة في المساعدة على التحكم في موضوع البحث

أما عن الدراسات المتعلقة بموضوع دراستنا، فقد تمكنا من الاطلاع على العديد من الدراسات.

الدراسة الأولى:

عنوان الدراسة: إسهام برامج العمل الخيري في تحقيق التنمية المستدامة.

صاحب الدراسة: غادة بنت عبد الرحمان لطريف جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمان المملكة العربية السعودية، مقال نشر في مجلة آفاق للعلوم التي تصدر عن جامعة الجلفة، العدد 11، 2018.

إشكالية الدراسة: ولقد صاغ إشكالية بحثه في السؤال الرئيسي التالي:

ما مدى إسهام برامج العمل الخيري في تحقيق أبعاد التنمية المستدامة؟

وتساؤلات فرعية تمثلت في:

ما مدى إسهام برامج العمل الخيري في تحقيق البعد الاقتصادي للتنمية المستدامة؟

ما مدى إسهام برامج العمل الخيري في تحقيق البعد الاجتماعي للتنمية المستدامة؟

ما المعوقات التي تواجه برامج العمل الخيري المستدام بالجمعيات وتحد من قدرتها على تحقيق أهدافها؟

منهج الدراسة: ولقد اعتمدت الكاتبة في هذه الدراسة على منهج المسح الإجماعي، فنوع الدراسة هي وصفية تحليلية على عينة من العاملين بالجمعيات الخيرية بالمملكة، وقدرت العينة بـ 226 مفردة وجمعت المعلومات بأداة الإستبانة.

نتائج الدراسة: إتضح أن إسهام برامج العلم الخيري في تحقيق البعد الإقتصادي للتنمية المستدامة يتمثل في ضرورة تنمية الوعي لترشيد السلوك الإستهلاكي في المجتمع لما يساهم في الحد من الإسراف وتقليل النفقات وإشباع الإحتياجات الأكثر إلحاحا.

إتضح أن إسهام برامج العمل الخيري في تحقيق البعد الإجماعي للتنمية المستدامة يتمثل في ضرورة التوجيه والإرشاد لذوي المشكلات الإجتماعية والحرص على تقديم أوجه المساندة الإجتماعية لأرباب الأسر وذويه الذين يعانون من المشكلات الإجتماعية بصفة عامة والمشكلات الأسرية بصفة خاصة حتى يتمكنوا من مواجهة الضغوط الحياتية التي تؤثر على توافقهم في المجتمع.

إتضح أن أهم المعوقات على مستوى مؤسسات العمل الخيري تتمثل في تركيز المؤسسة على تقديم الدعم المادي والمعنوي للمستفيدين.

إتضح أن أهم المعوقات على مستوى المستفيدين تتمثل في إعتقاد المستفيدين على المساعدات المادية مما يجعل بعض المؤسسات عاجزة عن إشباع كافة إحتياجات المستفيدين من خدماتها، وعدم رغبة المستفيدين في الإلتحاق بالعمل وضعف مستوى المسؤولية الإجتماعية لديهم.¹

الدراسة الثانية:

عنوان الدراسة: دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم العمل الخيري (دراسة ميدانية بكلية التربية، جامعة البطانة، السودان) قدمت هذه في مقال نشر في مجلة الروائز، المجلد 3، العدد 2، 2019.

صاحب الدراسة: الصديق عبد الصادق البدوي بلة.

إشكالية الدراسة: ولقد صاغ إشكالية بحثه في السؤال التالي:

ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل العمل الخيري؟

¹ غادة بنت عبد الرحمان طريف، إسهام برامج العمل الخيري في التحقيق التنمية المستدامة، مجلة الأفاق للعلوم، جامعة الجلف أن العدد 11، 2018.

التساؤلات:

- ما درجة الاستخدام الفعلي لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما درجة تحقيق أهمية العمل الخيري؟
- ما درجة تحقق أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في دعم العمل الخيري؟
- ما درجة تحقق معوقات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في دعم العمل الخيري؟
- ما الفروق ذات دلالة إحصائية بين المفحوصين في دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم العمل الخيري حسب متغيرات الدراسة (النوع، الصنف)؟

فرضيات الدراسة:

- درجة الاستخدام الفعلي لمواقع التواصل الاجتماعي.
 - يتحقق أهمية العمل الخيري للفرد لدى عينة الدراسة بدرجة عالية.
 - تتحقق أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في دعم العمل الخيري لدى عينة الدراسة بدرجة عالية.
 - تتحقق معوقات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في دعم العمل الخيري لدى عينة الدراسة بدرجة عالية.
- المنهج المستخدم:** إتمد الباحث في هذه الدراسة على استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وصنف أداة الإستمارة لجمع المعلومات من عينة عشوائية قدرت بـ 315 موظفا وموظفة.

نتائج الدراسة:

- تتحقق درجة الاستخدام الفعلي لمواقع التواصل الاجتماعي بوسط حسابي (2.85) وبدرجة متوسطة.
- تتحقق أهمية العمل الخيري بوسط حسابي (4.46) وبدرجة عالية.
- تتحقق أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في دعم العمل الخيري بوسط حسابي (3.32) وبدرجة عالية.
- تتحقق معوقات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في دعم العمل الخيري في وسط حسابي (3.32) وبدرجة عالية.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المفحوصين في دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم العمل الخيري تعزى لمتغيرات الدراسة (نوع، صفة، عدد الجمعيات الخيرية التي ينتمي إليها المفحوص).¹

الدراسة الثالثة:

المركز الدولي للأبحاث والدراسات نما (متخصصون في العمل الخيري)، المملكة العربية السعودية، 07-03-2013. الدراسة بعنوان مستقبل الإعلام الخيري في ظل الثورة الرقمية وتمحور إشكالية الدراسة حول ما هي

أثار المرتبطة بتطور الدال الإعلامي بالعمل الخيري وطرحنا التساؤلات التالية:

- ما مدى تأثير الثورة الرقمية على العمل الخيري؟

- ما هو مستقبل الإعلام على العمل الخيري في ظل الثورة الرقمية؟

وهدفت الدراسة إلى بيان مدى تأثير الثورة الرقمية على العمل الخيري، وتعريف الإعلاميين والعاملين بالعمل الخيري بجوانب تأثير الثورة الرقمية وتقديم توصيات تساهم في تفهم حدود وآفاق هذا التأثير، حيث تم التطرق في الفصل الأول من الدراسة لملامح المشهد الراهن للعمل الخيري من خلال معرفة الأبعاد التنموية والاقتصادية للقطاع الخيري، وبيان أهمية التطوع للعمل الخيري في العالم، وأما الفصل الثاني فقد تم التطرق فيه إلى مفهوم الثورة الرقمية وأبعادها وعوامل نشأت ووظائف وسائل الإعلام في ظلها، ودراسة المشهد الإعلامي الراهن ودور الإعلام في توجيه الرأي العام، أما الفصل الثالث فقد تم التطرق فيه إلى تأثير الثورة الرقمية على العمل الخيري، حيث استعرض أدوات الثورة الرقمية وكيفية الاستفادة منها، ثم عرض بعض تجارب وإسهامات في العمل الخيري، ولتوضيح ذلك تمت الاستعانة في الدراسة على المنهج الوصفي من خلال استقراء ما كتب حول مضامين البحث من الكتابات النظرية التي ترتبط بالموضوع، وبذلك تم التوصل لأهم النتائج:

- حاجة العمل الخيري إلى منبر إعلامي يبرز نتاجه من جانب ويدفع عنه عند الشبهات من جانب آخر.

- لا يمكن الارتقاء بالعمل الخيري دون الاهتمام بالجانب التدريبي والتأهيلي للعاملين فيه.

- ساهمت التقنيات الحديثة في جانب الجمعيات الخيرية في تطوير الأعمال الخيرية.

¹ صديق عبد الصادق بدوي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم العمل الخيري (دراسة ميدانية لكلية التربية)، مجلة الروائر، مجلد 03، العدد 02، 2019.

- بخصوص الإعلام الفضائي لم تفلح القنوات الفضائية سواء بشكل مباشر أو غير مباشر في تغيير قناعات الناس وتشجيعهم على العمل الخيري.

لا لقد تميزت هذه الدراسة باهتمامها بالعمل الخيري في ظل الثورة الرقمية وقد ساعدتنا هذه الدراسة في تبيين أهمية دراستنا نظرا للانتشار الواسع للإعلام بصفة عامة والإعلام الخيري بصفة خاصة.

كما إن هذه الدراسة اعتمدت على المنهج الوصفي أما دراستنا فاعتمدنا على المنهج المسح بالعينة هذه الدراسة تقترب من دراستنا خاصة فيما يتعلق بالإعلام الخيري الذي نولي له أهمية في دراستنا.

14- الخلفية النظرية للدراسة

تعتبر الخلفية النظرية هي الكتب أو مجموعة من المصادر التي يقوم الباحث والرجوع إليها عند إعداد البحث العلمي، وذلك من الحصول على مجموعة من البيانات والمعلومات المرتبطة والمتعلقة بمحتوي موضوع إعداد البحث العلمي.

نظرية الدراسة: نظرية الاستخدامات والإشباع

تتم هذه النظرية بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة. فخلال الأربعينات من القرن العشرين، أدى إدراك الفروق الفردية، والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام. وكان ذلك تحولا من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال، إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام.

ويقدم نموذج للاستخدامات والإشباع مجموعة من المفاهيم والشواهد التي تؤكد على أن أسلوب الأفراد أمام وسائل الإعلام أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية والسكانية والشخصية.¹

تعد هذه النظرية بمثابة نقلة فكرية في مجال الدراسات تأثير وسائل الاتصال، حيث يزعم المنظرون هذه النظرية أن للجمهور إرادة من خلالها يحدد أي الوسائل والمضامين يختارون، وقد ركزت هذه النظرية على الأسباب الخاصة باستخدام وسائل الإعلام، والتعرض إليها من مختلف الفئات، في محاولة للربط بين الأسباب والاستخدام، مع تصنيف الاستخدام في فئات تسير إلى شدته أو كثافته، حيث تمت صياغة هذه الأسباب في عدة إطار الدوافع النفسية التي تحرك الفرد لتلبية حاجات معينة في وقت معين، وأصبحت رغبة الفرد في إشباع حاجات معينة من

¹ حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 1998، ص ص 239 240.

التعرض لوسائل للإعلام هي الإطار العام للعلاقة بين تعرض الفرد لوسائل الإعلام ومحتواها، ومدى ما يحققه هذا التعرض من إشباع للحاجات المتعددة وتلبينها وأطلق عليه الاستخدامات والإشباعات.

نشأة النظرية:

إن البداية الحقيقية لمدخل الاستخدامات والإشباعات، جاء نتيجة البحوث والدراسات التي أجريت في بدايات القرن العشرين على أسباب التعرض واستخدام وسائل الإعلام من مختلف الجمهور في الإطار العام بين تعرض الأفراد لوسائل الإعلام ومحتواها، ومدى ما يحققه هذا التعرض من إشباع للحاجات المتعددة وتلبينها، حيث أطلق عليه الاستخدامات والإشباعات.

إما الظهور الفعلي لمنظور لاستخدامات والإشباعات فقد كان عام 1944 في المقال الذي كتبه عالمة الاجتماع الأمريكية " Harzog " بعنوان دوافع الاستماع للمسلسل اليومي وإشباعا ته، وتوصلت من خلال المقابلات التي أجرتها مع مائة من المستمعات للمسلسل النهاري الذي يقدمه الراديو إلى وجود إشباعا ت أساسية للاستماع إلى هذه النوعية من المسلسلات، وتوصلت إلى أنها تهتم بإشباع الحاجات العاطفية.¹

إما البداية الحقيقية لنشأة النظرية (دخل) الاستخدامات والإشباعات كانت من خلال الدراسة التي أجراها "ياهو كاتر" عام 1959، الذي قام بتحويل الانتباه من الرسالة الإعلامية إلى الجمهور الذي يستقبل هذه الرسالة، وبذلك انتفى مفهوم قوة وسائل الإعلام المسيطرة، حيث كان الاعتقاد السائد بان متابعة الجمهور الوسائل الإعلام يتم وفقا للتعود على الوسيلة الإعلامية وليس الأسباب منطقية، لكن نظرية الاستخدامات والإشباعا ت لها رؤية مختلفة تكمن في إدراك تأثير الفروق الفردية والتباين الاجتماعي علي السلوك المرتبط بوسائل الإعلام.

وقد استمر الاهتمام بهذه النظرية عند الباحثين أمثال " لازرسفيلد Lazarsfield "، " وريفيز REEVES " وويلبورشرام "SchrammWilbur" في القرن العشرين ولكنها لم تكن مصممة لدراسة إشباع وسائل الإعلام للفرد بقدر ما هي استهداف للعلاقة بين متغيرات اجتماعية معينة واستخدام وسائل الاتصال، وكان أول ظهور لهذه النظرية بصورة كاملة في كتاب استخدام وسائل الاتصال الجماهيرية من تأليف " بلملر واليه

¹ منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2012، ص178.

وكاتز BLUMLER ELIHU KATZ، عام 1974 واحتوى هذا الكتاب على تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام من جانب و دوافع استخدام الفرد من جانب آخر. وقد حدد كاتز الوظائف الأربع الرئيسة التي يمكن أن تخدم فيها الاتجاهات شخصية كل فرد، وبالتالي تؤثر في سلوكه وهي كالتالي :

1-وظيفة المنفعة أو التكيف THE INSTRUMENTAL ADJUSTIVE . UTILITARIAN :

ذلك إن الفرد يتمسك بالاتجاهات التي تحقق له العائد الأقصى، وتقلل العقاب المتوقع من البيئة الخارجية، وبالتالي فإن اتجاه الفرد نحو ما يتحدد في إطار منفعته من هذا الشيء.¹

2- وظيفة الدفاع عن الذات Ego –DéfensiveFonction :

وهذه الوظيفة تعكس اتجاه الفرد للدفاع عن الصورة التي تم تشكيلها عن نفسه ورفض ما عداها وتظهر هذه الوظيفة واضحة في سلوك الأقليات والتعصب، وبالتالي فأنا نتوقع إن استخدام الفرد وسائل الإعلام ومحتواها، عندما ينجح في تقديم صورة مرضية عنه.

3- وظيفة التعبير عن القيم value Expressive Function :

ذلك إن الفرد غالبا ما يشعر بالرضا عندما تعكس الاتجاهات القيم السائدة التي تمسك بها، وهذا يفسر قدرة وسائل الإعلام على دعم القيم السائدة في مواجهة ضعف قدرتها على تغيير الاتجاهات السائدة.

4- الوظيفة المعرفية KnowledgeFonction :

يحتاج الفرد إلى المعرفة التي تساعد على بناء إدراكه وتشكيل المعاني، حني يتمكن من الفهم والتفسير وتحديد موقفه واتجاهه من المثيرات التي يتعرض إليها في بيئته.

وقد صنف "ماكويل " الأسباب والحاجات في إطار الوظائف الرئيسية كالتالي:

1-وظيفة الإعلام:

¹ منال هلال المزاهرة " مرجع سابق، ص 177.

وتتمثل في رغبة الفرد في معرفة ما يدور من وقائع وإحداث تحيط به في المجتمع والعالم الخارجي، والبحث عن النصيحة، أو الرأي، أو بدائل القرارات، وحب الاستطلاع، والاهتمام العام، والتعليم الذاتي.

2-وظيفة تحديد الهوية الشخصية:

وتتمثل في الحاجة إلى دعم القيم الشخصية، دعم أنماط السلوك، التوحد مع قيم الغير، واكتساب وظيفة تحقق للفرد لذاته.

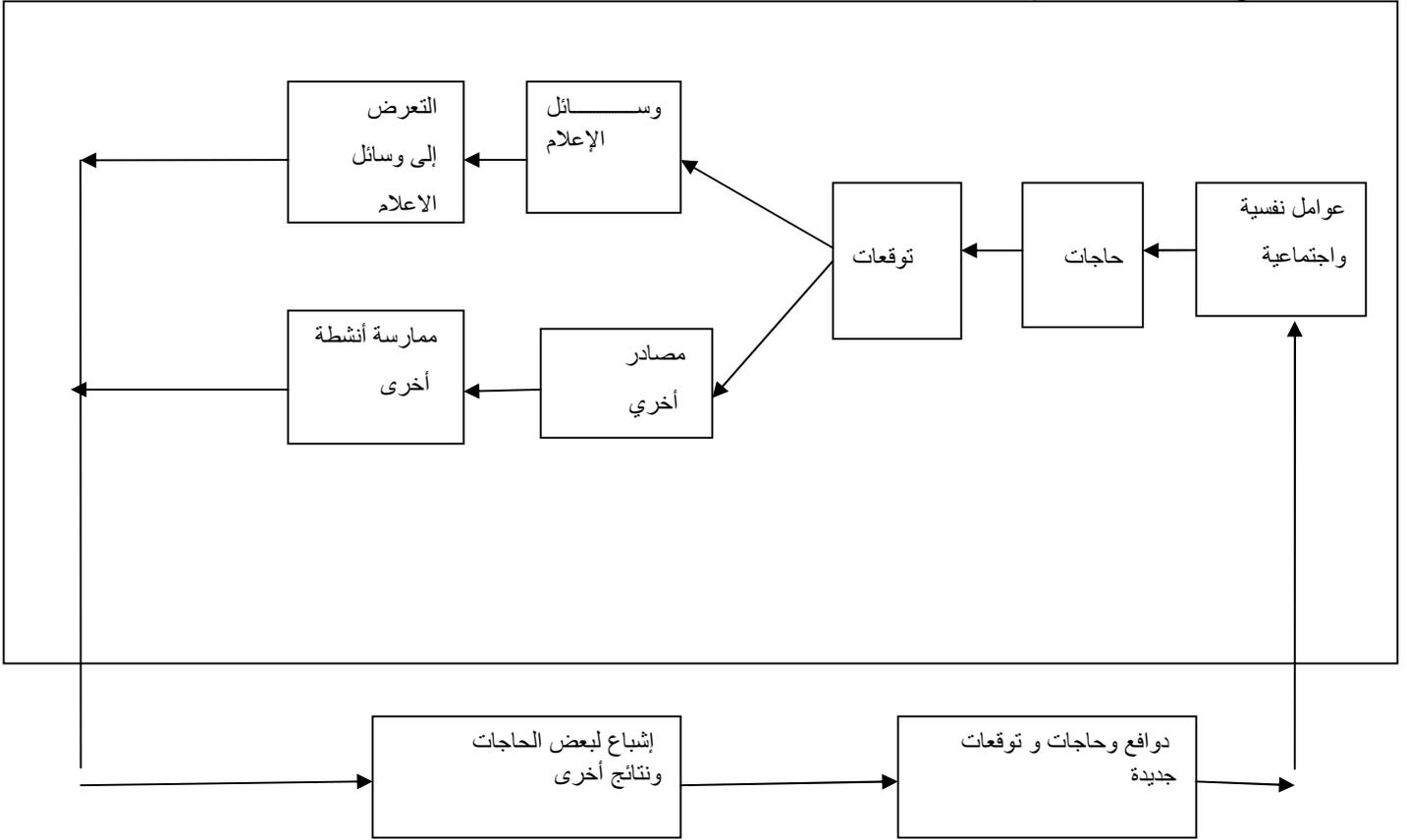
3-وظيفة التماسك والتفاعل الاجتماعي:

وتتمثل في حاجة الفرد إلى التعرف على ظروف الآخرين، تحقيق الانتماء، الحوار والتفاعل الاجتماعي، دعم الدور الاجتماعي، ودعم القدرة على التواصل مع الآخرين.

4. وظيفة الترفيه: وتتمثل في حاجة الفرد إلى الهروب من المشكلات، الراحة

ملئ الفراغ، اكتتاب الأنماط الثقافية المتعة الجمالية، إطلاق العواطف وتحريره وبناء على نتائج العديدة من البحوث صاغ كارتز وزملاؤه نموذجاً للعلاقة بين استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وما يمكن إن نشبعه من حاجات لدى هؤلاء الأفراد مقارنة بالبدائل الأخرى الوظيفية التي يتجه إليها الفرد لتلبية الحاجات مثل الأنشطة الثقافية الأخرى، فهو يرى كل فرد عدد من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تولد حاجات معينة للفرد، كما يوضحها الشكل رقم 01 التالي، حيث يعكس هذا النموذج الفروض الأساسية التي تقدم عليها نظرية الاستخدامات والإشباع.

نظرية الاستخدامات والاشباع



المصدر: منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان، ط1، 2012.

الأهداف التي تسعى النظرية إلى تحقيقها:

تسعى نظرية الاستخدامات والإشباع من خلال الفروض السابقة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- 1-الكشف عن كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته
- 2-الكشف عن دوافع الاستخدام لوسيلة معينة، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
- 3-الفهم العميق لعملية الاتصال من خلال النتائج التي يتم التوصل إليها.
- 4-الكشف عن الإشباع المطلوبة التي يسعى الفرد إلى تلبيتها من خلال استخدامه لوسائل الاتصال والإشباع المختلفة من وراء هذا الاستخدام.
- 5-الكشف عن العلاقات المتبادلة بين دوافع الاستخدام وأنماط التعرض لوسائل الاتصال والإشباع الناتجة عن ذلك.

6- معرفة دور المتغيرات الوسطية من حيث مدى تأثيرها في كل من استخدامات الوسائل وإشباعاتها. واستنادا إلى فروض مدخل الاستخدامات والإشباعات، فإن الجمهور المتلقي يقوم باختيار المادة الإعلامية التي يرى أنها تشبع احتياجاته، ومن ثم يتم إختيار الوسائل أو الرسائل الإعلامية التي تشبع تلك الاحتياجات.

ولشرح أبعاد نظرية الاستخدامات والإشباعات تعرض لعناصر النظرية التالية

1- افتراض الجمهور النشط: يزعم هوويت (Howitt.D1982-21-34) النظريات القديمة كانت تنظر إلى الجمهور باعتباره متلقيا سلبيا أمام قوة الرسالة وتأثيرها الفعال، حني ظهر مفهوم الجمهور "العتيد" الذي يبحث عما يريد إن يتعرض إليه ويتحكم في إختيار الرسائل التي تقدم هذا المحتوي.

2- الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدام وسائل الإعلام:

انتهى جون جونستون (Johnston .J.W 35:1974) في دراسته حول استخدام المراهقين لوسائل الإعلام والدمج الاجتماعي، إلى إن أعضاء الجمهور لا يتعاملون مع وسائل الاتصال باعتبارهم أفرادا معزولين عن واقعهم الاجتماعي، وإنما باعتبارهم أعضاء جماعات اجتماعية منظمة وشركاء بيئة ثقافية واحدة.

3- دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام:

توجد وجهات نظر متباينة لدراسة دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام، ويمكن تلخيص هذه الآراء علي النحو التالي:

1- ترى وجهة النظر الأولى: ينظر بعض الناس إلى الدوافع باعتبارها حالات داخلية.

2- ترى وجهة النظر الثانية: إن دوافع الجمهور لا يمكن إدراكها وفهمها بشكل مباشر، ولكن يمكن إدراكها بشكل غير مباشر من خلال أنماط السلوك والتفكير. (Rubin .A.M.1985-241-258)

3- ترى وجهة النظر الثالثة: إن دوافع التعرض لوسائل الإعلام لا يمكن الوصول إليها عن طريق ما يقرره الجمهور بشكل ذي معنى، فالحاجات الأساسية مثلا قد تؤثر على تعرض الجمهور لوسائل الإعلام بشكل مباشر.

4- التوقعات من وسائل الإعلام:

تختلف توقعات الأفراد من وسائل الإعلام وفقا للفروق الفردية، وكذلك وفقا لاختلاف الثقافات.¹

¹ منال هلال مزاهرة، المرجع السابق، ص204.

5-التعرض لوسائل الإعلام:

أشارت دراسات عديدة إلى وجود علاقات ارتباط بين البحث عن الإشباع، والتعرض لوسائل الإعلام، ويعبر زيادة تعرض الجمهور بوجه عام لوسائل الإعلام عن نشاط هذا الجمهور، وقدرته على اختيار المعلومات التي تلي احتياجاته (Swanson 1987-239-240).

6-إشباع وسائل الإعلام:

وفق نظرية الاستخدامات والإشباع، يتم وصف أفراد الجمهور باعتبارهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها " الإشباع، ويرى سوانسون (249-246 Swanson 1987-246) إمكانية ربط محتوى الرسالة بالإشباع المتحققة. ونختتم هذا الشرح بعرض الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباع.

الاستفادة من النظرية وكيفية تطبيقها

- من خلال منظور نظرية الاستخدامات والإشباع يمكننا التعرف على الأفكار وأراء المستمعين حول ما يقدم ويعرض لهم من مضامين عبر البرامج التي تبثها وتذيعها إذاعة تيارت المحلية عن طريق اختبارهم وتعرضهم لبرنامج معين دون الآخر، وهو ما نجده في المقابل ضمن الاستخدامات والإشباع في الفكرة الخاصة بان المتلقي يقوم باستمرار باختيار الرسائل الإعلامية التي تممه

- إن جمهور المستمعين بما إنهم جزء لا يتجزأ من المجتمع المحلي الذي يتلقى ويسمع مختلف البرامج التي تبثها الإذاعة المحلية، فهم سيقومون باختيار البرامج التي تناسب مع احتياجاتهم ورغبتهم الشخصية، إي أنهم ليسوا بجماهير سلبية بل جماهير نشيطة وفعالة في اختيار البرامج التي تمهم، وهي الميزة التي ركزت عليها نظرية الإشباع والاستخدامات في وصفها لهؤلاء الجماهير الذي يبحث عما يريد إن يتعرض إليه ويتحكم في اختيار الرسائل التي تقدم هذا المحتوى المناسب له (بالجمهور النشط).

- إن الإذاعة المحلية بما أنها ستوجه في الأساس رسالة إعلامية إلى خدمة مجتمع معين فهي في المقابل تهدف إلى التركيز والبحث في معرفة كل ما يتعلق بهذا المجتمع سواء في احتياجاتها الاجتماعية وحتى النفسية، وهو ما استند عليه منظور نظرية الاستخدامات والإشباع عند دراسته جذور الاحتياجات النفسية والاجتماعية للأفراد ودفعهم لاختيار المضامين المناسبة لرسالة الإعلامية المقدمة من الإذاعات المحلية.

- إن الإذاعة المحلية لولاية تيارت تتنافس مع بقية الإذاعات المحلية وحي مع بقية الوسائل الوسائط الإعلامية الأخرى، كالصحف المكتوبة، التلفزيون، الإنترنت، الخ) وهي المسلمة التي اتجه إليها كاتز في هذه النظرية بتنافس وسائل الإعلام مع مصادر أخرى لإشباع حاجات الجماهير وتحقيق رغباتهم.

- إن جماهير المستمعين للإذاعة المحلية كوسيلة بغض النظر عن مضامين الرسالة الإعلامية التي تقدمها بإمكانها إثبات نوع المعايير الثقافية والعلمية والإعمال الخيرية السائدة في هذا المجتمع، وهو ما تعكسه مسلمة نظرية الاستخدامات والإشباع، المتمثلة في الاستدلال علي المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال المحتوى فقط، إذا كانت أوجه الاستفادة هذه من نظرية الاستخدامات والإشباع من خلال التعرف علي فروضها وأهدافها وإيجابيتها تعني في الأساس جمهور الوسيلة الإعلامية، التي تشبع رغباته وتلبي حاجته الكامنة في داخله، والتي من شأنها أن توصلنا إلى معرفة دور الإذاعة المحلية في تفعيل العمل الخيري من خلال معرفة الإشباع والحاجات التي تحققها لجمهور المستمعين لبرنامج جبر الخواطر لتفعيل العمل الخيري في المجتمع.

15- صعوبات الدراسة:

لا يخلو أي بحث علمي من الصعوبات والعوائق، وهذه الصعوبات بإمكانها أن تعترض قوته العلمية، وتحول دون الوصول إلى النتائج الموضوعية ويمكننا حصر هذه الصعوبات كالتالي:

- صعوبات تتعلق بالمراجع وهي من أصعب المعضلات التي تواجه الباحث، مما أضع منا الكثير من الجهد والوقت، كما أن الدراسات السابقة تنعدم حول موضوع الإذاعة

الفصل الأول: الإذاعة المحلية

تمهيد

المبحث الأول: ماهية الإذاعة المحلية وخصائصها

المبحث الثاني: وظائف وأهداف الإذاعة المحلية

المبحث الثالث: نشأة الإذاعات المحلية في الجزائر

خلاصة

تمهيد

تلعب الإذاعة المحلية دور مهما باعتبارها وسيلة إعلامية جماهيرية في خدمة المجتمع المحلي، خاصة من خلال تناولها للقضايا الاجتماعية وتتعدى حتى للقضايا الاقتصادية، وهي تعتبر من أهم العوامل والدوافع الأساسية لإنشاء الإذاعات المحلية، وهي أقرب وسيلة من الوسائل الأخرى من الأفراد في المجتمع فهي تلقى صدى كبير وواسع مع مختلف الفئات لما تحمله من مضامين وما تقدمه من برامج إخبارية واجتماعية وحرص متنوعة وما تقدمه من رسائل عديدة ومتنوعة الموجهة لكافة الشرائح في المجتمع تتضمن معاني وفوائد مهمة، وعليه فالإذاعة المحلية ساهمت بشكل فعال في تأثير علي جمهورها ومعرفة رغباته وحاجياته التي يريد ها من الإذاعة المحلية كما لها أيضا دور كبير في تشكيل اتجاهات وصنع الرأي العام.

ولذا احتلت الإذاعة كوسيلة اتصال سمعية مكانة الصدارة بين الوسائل الإعلامية الأكثر انتشارا وفعالية، وذلك بفضل تقنيات البحث السريع التي جعلتها أقدر على مخاطبة المستمعين من مستويات مختلفة وفي مناطق عديدة، نظرا لشاسعة القطر الجزائري.

وللتعرف أكثر على دور الذي تلعبه الإذاعة المحلية، كان لابد لنا من الوقوف في هذا الفصل. بداية على مفهوم لإذاعة المحلية ونشأتها في الجزائر في المبحث الأول، أما في المبحث الثاني فنخصصه لخصائص، ووظائف، وأهداف الإذاعة المحلية.

المبحث الأول: مفهوم الإذاعة المحلية وخصائصها:

تمهيد:

إن الإنسان في حاجة دائمة إلى وسيلة ترصد له الظروف المحيطة به وتحيطه علما بالأخبار وأوضاع مجتمع الذي يعيش فيه، وهذا الوسيلة هي الإذاعة المحلية التي بإمكانها أن تصل إلى جميع الفئات وبسهولة (مثل المسنين، ربات البيوت، سائقين، موظفين...)، المتعلم والأي، ذكور والإناث، والرسالة المذاعة قد تكون أكثر فاعلية من الرسالة التي تنقل بالاتصال المواجهي لأنه يمكن تقوية هذه الرسالة بالموسيقى وغيرها من المثيرات التي تترك انطبعا خاصا لدى المستمع.

1. مفهوم الإذاعة المحلية

"إذا انتقلنا إلى مفهوم الإذاعة المحلية طبقا لمفهوم المجتمع المحلي فإننا نجد أن الإذاعة المحلية جهاز إعلامي يخدم مجتمعا محليا، بمعنى أن الإذاعة المحلية تبث برامجها مخاطبة مجتمعا خاصا محدود العدد يعيش فوق الأرض محدود المساحة، الإذاعة المحلية تلي الاحتياجات التي لا تستطيع الإذاعة المركزية أن تلبها بالنسبة للمجتمع المحلي، وإن كل إذاعة محلية وإن كان واجبها عموما هو الإعلام والتثقيف والترقية، فإن عليها التزاما خاصا يربطها بنوعية الحياة في مجتمعها المحلي.¹

يعرفها إبراهيم إمام «بأنها الانتشار المنظم والمقصود بواسطة الراديو المواد إخبارية وثقافية وتعليمية وتجارية وغيرها من البرامج التلقظ في وقت واحد بواسطة المستمعين المنتشرين في شتى أنحاء العالم والمادة التي تنقلها الإذاعة، إما أن تكون صوتية أو مرئية أو تجميع بين لأثنين معا».²

2. خصائص الإذاعة المحلية

تعتبر الإذاعة المحلية علي العموم من أهم وسائل الإعلام في مجال التوعية والإقناع من خلال قدرتها علي الوصول إلي عقول المستمعين من مختلف شرائح المجتمع، وخاصة في ظل التطورات التكنولوجية المتلاحقة، نظرا للخصائص التي تتمتع بها وهي:

¹ وليدة حدادي، دور الإعلام المحلي في بناء الأمن الهوياتي في المجتمع الجزائري، الإذاعة المحلية نموذجا، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية، جامعة محمد لين دباغين سطيف، مجلد 04، عدد2، ديسمبر 2018ص18

² وهي ابراهيم بوجمة، الخبر الإذاعي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985، ص 20

1- قدرة الإرسال الإذاعي على تجاوز واختراق كل الحواجز الطبيعية مثل الجبال، والأنهار، والبحار والصحاري.
2- تتميز الإذاعة المسموعة بالحيوية، فهي بصوت الإنسان، إضافة إلى الموسيقى والمؤثرات الصوتية لتقدم للجمهور المتلقي في قالب فني جذاب وممتع، فالراديو له القدرة علي التأثير الوجداني في جمهور المستمعين من خلال الكلمة المسموعة والإيقاع النفسي الذي يوفر لهم الراحة و الاسترخاء ويخفف من حدة التوتر والضغوطات النفسية التي يعيشونها في حياتهم اليومية.

3- تساهم الإذاعة في رسم الإطار النفسي للمستمعين.¹

4- والإذاعة كوسيلة اتصال جماهيرية استمدت الإذاعة أهميتها كوسيلة اتصال جماهيرية من خصائصها المختلفة فهي وسيلة تتمتع بالقدرة علي التغطية الجغرافية الواسعة للإرسال الإذاعي وتتخطى حاجز الفقر والامية، حيث لاشرط مستوي تعليم معين في من يتابع برامجها، كما أنها رخيصة الثمن مقارنة لوسائل الاتصال الأخرى، ويمكن حمل جهاز الاستقبال الإذاعي إلى أي مكان يغادر إليه الإنسان، ويتم توظيفها بشكل جيد لخدمة عمليتي التعليم والتنمية "ماجني الحلواني 2002-12-22".

لعل من أبرز مزايا الإذاعة كوسيلة اتصال، فإن الكلمة المذاعة تكسب قوة إيجابية لها خصائص متعددة منها:
* السرعة الفائقة التي تنتقل بها من مصدر المادة الإذاعية إلى أذن المستمع متخطية حواجز المسافات والحدود والامية

*وتخاطب الإذاعة مختلف فئات الجماهير، وتنقل لهم الثقافة والعلوم والفنون والأخبار أينما كانوا،

* كما تتميز المادة الإذاعية بإمكانية تسجيلها، وإذاعتها مرات عديدة.

*المواد الإذاعة المقدمة على مدار اليوم يتيح أن يقدم للمستمعين خدمات عديدة ومتنوعة تفي بكل احتياجاتهم ورغباتهم "(BECKER.S.L 1987-168).²

لا شك أن الإذاعة كوسيلة تعد من أخطر المؤسسات وأكثرها أهمية باعتبارها وسيلة اتصال محورية تلعب دورا فاعلا في تنمية الجماهير.

¹-وليدة حدادي، مرجع سابق، ص 19

²حسن عماد مكاي، عادل عبد الغفار، الإذاعة في القران الحادي والعشرين، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 2008، ص 31.

5- الإذاعة كوسيلة إعلامية تعد من أوسع وسائل الإعلام انتشارا وآثرها شعبية وجمهورها من الجمهور العام بجميع مستوياته، تستطيع الوصول إليه مختزقة حواجز الأمية والعقبات الجغرافية والقيود السياسية التي تمنع بعض الوسائل الأخرى من الوصول إلى مجتمعاتها، تتمكن من تهيئة ذهن الجمهور لتلقي الرسالة الإعلامية، وخلق الجو النفسي المناسب لتقبل الفكرة والاقتناع بها، وتمتاز إلى جانب ذلك بدفء الصوت البشري وتأثيره، مما يجعلها آثر الوسائل قدرة على الاستهواء والإيحاء خاصة مع قلبي الحظ من الثقافة، بالإضافة إلى الإحساس الجماعي عن قدرتها على بث الاهتمام بالمسائل العامة، وفي سرعة تجميع الجماهير حول رأي معين وخاصة أوقات الشدائد والأزمات. وتأتي الإذاعة لمزاياها وقدراتها في مقدمة الوسائل ذات الأهمية بالنسبة للتنمية وذلك للأسباب التالية:

* إن الإذاعة تكاد تكون المصدر الوحيد للمعلومات لأكبر عدد من السكان وتتساوى في ذلك مع التلفزيون أو تزيد في المناطق التي تقلبها أجهزة التلفزيون.

* انتشار الأمية وخاصة في المناطق البعيدة عن المدن.

* ضعف الإمكانيات المادية لعدد معتبر من سكان العالم مما يجعلهم غير قادرين على اقتناء التلفزيون نتيجة ارتفاع سعره.

-الراديو لا يستلزم النفر الكامل من قبل المستمع، عكس التلفزيون الذي يقتضي التفرغ الكامل وكذا الصحيفة والكتابة.

-لا يشترط الراديو معرفة القراءة من المستمع، بينما الصحيفة والكتاب وأحيانا التلفزيون يستلزم ذلك.

-تتم المناطق التقليدية بالكلمة المنطوقة أثر من الكلمة المكتوبة وبذلك تكتسب قوة إقناع كبيرة.

-يساعد الراديو أثر من غيره على تنمية مخيلة الإنسان وتصوراته الاجتماعية والذاتية.

-سعة انتشار البث الإذاعي وسرعته وتخطيه للحواجز الجغرافية.¹

6- الشمولية: ليس من الضروري أن يكون مستمع الراديو متعلما، فهو يخاطب الأمي والمتعلم، الشاب الطفل، المرأة، الرجل، فالراديو يتخطى حاجز الأمية، كما يتخطى حاجز الزمان والمكان، وهكذا أطلق عليه مصطلح الجامعة الشعبية "

¹ -رشيد فريخ، الإذاعة الجزائرية بين الخدمة العمومية والتوجه التجاري، دراسة حالة القناة الأولى، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في تخصص تسيير المؤسسات الإعلامية، جامعة الجزائر، 2008-2009، ص 19

- 7- الإقناعية: الإذاعة المسموعة لها قدرة كبيرة على الإقناع، الآن العلاقة بين المذيع والمستمع علاقة شخص بشخص مما يجعل مسار التأثير مباشرا، فهو يخاطب المستمع شخصا وبشكل خصوصي أكثر.
- 8- الإقليمية: الإذاعة المحلية محدودة بحدود جغرافية أي خاصة بجمهور منطقة معينة، لذا نجد الكثير من الإذاعات المحلية تنسب في تسميتها بتلك المنطقة، التي تبث برامجها فيها أو أي خاصية أخرى تميز هذه المنطقة.
- 9- المحلية: يصف عبد الدائم عمر حسن "الراديو بأنه وسيلة عمياء بمعنى أنه وسيلة غير مرئية، يخاطب المستمع دون أن يراه، أو يحدد مكانه وتواجده، ويستطيع أن يخلق مسرحا في خيال المستمع".¹
- 10- الديناميكية: هي الإذاعة التي تقوم على الديناميكية وحركية النشاط، بمعنى أن العاملين فيها ينتقلون بسرعة إلى مواقع الحدث مثلها في ذلك مثل الإذاعات أو الوسائل الأخرى، وهم في دورة مستمرة للحصول على الأخبار والأحداث المحلية
- 11- التعامل مع المجتمع المحلي: تعالج الإذاعة قضايا محلية أي مرتبطة بالمجتمع المحلي الذي تصله برامجها، وهي تسعى جاهدة لحل مشكلة وتلبية مطالبة.²

¹ نسمة احمد البطريق، عادل عبد الغفار، "الكتابة في الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2000، ص 27-28

² عبد الدائم عمر حسن، الكتابة والإنتاج الإذاعي بالراديو، دار الفرقان للنشر، عمان، 1998، ص 24-25-28

المبحث الثاني: وظائف وأهداف الإذاعة المحلية:

1- وظائف الإذاعة المحلية:

يقوم الإعلام بأدوار عديدة وفعالة في المجتمع، فالإذاعة، لا تقل أهمية عن الوسائل الإعلامية الأخرى، والدراسات العديدة التي أنجزت في العديد من جهات العالم، أن الراديو، مازال منافسا للتلفزيون، بل هناك بعض الوظائف التي يحققها.

*الراديو للمستمعين والتي لا تستطيع وسائل إعلام أخرى تحقيقها.

*الراديو يرتبط بوظيفة هامة وهي انه يحقق نغمة وإيقاعا معيناً للنشاط اليومي، فالأسلوب الإذاعي يناسب الفرد في الصباح، قبل أن يخرج للعالم الخارجي، أما انه يساعد على خفض التوترات الناجمة عن روتين العمل اليومي من جهة والشعور بالعزلة من جهة أخرى هذا، ويمكن ذكر أهم الوظائف التي تؤديها الإذاعة من خلال التعريف الذي وضعته اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الإعلام والاتصال المنبثقة عن اليونسكو، حول وظائف الإعلام الذي يقول " أن الإعلام أداة سياسية، وقوة اقتصادية، ومورد تربوي، ومحرك ثقافي وأداة تكنولوجية".

وبذلك يمكن إيجاز هذه الوظائف كالتالي:

1- الوظيفة السياسية: توظف الإذاعة من طرف النخب الحاكمة في التنشئة السياسية لمجتمعاتها بهدف غرس قيم سياسية معينة تروج لها تلك النخب أما تواظب على توصيلاً لرسالة إعلامية الهادفة إلى تعميق الولاء للنظام الحاكم القائم، والشخصية الوطنية والكيان السياسي، إلى جانب ترسيخ التماسك السياسي، والوحدة الوطنية داخل كل دولة.

2- الوظيفة الاقتصادية:

وهي وظيفة متصلة بمفهوم التنمية، ذلك أن البعد الاقتصادي في العملية التنموية هو الأكثر بروزاً من الجوانب الأخرى لهذه العملية، إذ تقدم الإذاعة بين برامجها الإعلانات وفقرات إخبارية من أجل الترويج لسلعة أو خدمة ما، ويساهم ذلك بطبيعة الحال رفع مخرجاتها.

تلعب الإذاعة دور الرقيب لمختلف المشاريع الاقتصادية، وتتطرق إلى إبراز أسباب تأخرها وتعطيلها، أما أنها تلعب دوراً مهماً في المناطق النائية، حيث تكسر عزلتها وتقدم لسكانها جملة من الإرشادات والنصائح التي يستعينون بها من أجل تحسين وضعيتهم، فهي مسؤولة عن التنمية الريفية وإنعاش الزراعة والرفاهية.

3- الوظيفة التربوية والثقافية: وهي وظيفة ليست اقل شأنًا عن سابقاتها من الوظائف حيث تشجع الإذاعة على التعليم، واكتساب المعارف، والمهارات والحصول على المعلومات وخبرات جديدة تساعد على اتخاذ القرارات والارتقاء بالسلوك الفردي والاجتماعي، إنها تقوم على تثقيف الجماهير وتلبية احتياجاتهم الفكرية والنفسية والارتقاء بمستوياتهم الثقافية والحضارية، وقد تجمع الإذاعة بين التثقيف والترفيه في آن واحد، فالمادة الترفيهية لا يقتصر أثرها على مجرد تسلية الجمهور، بل تؤثر عليه في إطار سياسة إعلامية محددة.

إن توظيف الإذاعة في المجال الثقافي خلق واقعا جديدا يتميز بالحوية والنشاط، فهي على حد رأي عدلي محمد رضا: "تساهم في تشكيل الملامح الحضارية للمجتمع، بالعمل على ملاحظة العالم الحديث ونقله في حدود ما يناسب الجماهير معلومات وأفكار، وبالشكل والأسلوب الذي يمكن من استيعابها والوصول بمن يتلقاها إلى مستوى واقع العصر الذي يعيشه فكرا وطموحا.

4- الوظيفة الاجتماعية: تلعب الإذاعة دورا هاما داخل المجتمع، حيث تجعل خدمة المجتمع من أهدافها الأساسية، فهي تسعى إلى ترسيخ قيم المجتمع وعقيدته وحضارته، وبعث تراثه وعاداته وتقاليده، أما تسعى الإذاعة إلى الارتقاء بالفكر والسلوك، لان مهمة الجهاز الإعلامي بصفة عامة والإذاعة بصفة خاصة، ليستشغل الوقت فقط بأي برنامج، بل أن تهدف البرامج جميعا، للتأثير منها للتسلية والمتعة إلى الوصول إلى الفكر السليم وتقوم السلوك الاجتماعي الفردي من خلال استغلال هذا التأثير بما يعود بالنفع وبما يساعد على البناء السليم للأمة، والتأكيد على الأشياء الحسنة والتنفير من الأشياء الضارة.¹

5- مراقبة البيئة والأخبار الإقليمية:

" يقول الأستاذ محمد حسين هيكل أستطيع أن أعيش إذا قلت لي كل ما يجري وبدون آراء، ولكن كيف أعيش بالآراء وحدها دون أن أعرف مجارى " انطلاقا من هذه المقولة تكتسي الأخبار أهمية كبرى في المجتمع فمن خلالها يؤسس الأفراد معارفهم وعليها يبنون أحكامهم وتصوراتهم إزاء ما يجري من حولهم. ومنها يستقون ثقافة تصريف شؤونهم اليومية.

¹-رشيد فريح، مرجع سابق، ص 26-27-28.

6- التوجيه والتفسير: بالإضافة إلى وظيفة الأخبار وضمان حق المواطن في الإعلام، فإن الإعلام المحلي من وظائفه تفسير الأخبار التي تعتبر مبهمة وتحتاج إلى المزيد من الشرح والتحليل بالاستعانة بالتحقيقات والأحداث والبرامج الإخبارية.¹

7- نقل التراث الاجتماعي والثقافي:

تتبع أهمية هذه الوظيفة انطلاقاً من التصدي إلى الاختراق الثقافي وما يسمى بالعملة الثقافية، وانطلاقاً كذلك من بعث الاهتمام أكثر بالمرور الحضاري الذي يختلف من منطقة إلى أخرى في إطار المحافظة على الموروث الحضاري الوطني، وذلك من خلال التأريخ للمشاهير والأحداث والبطولات التي وقعت داخل النطاق الجغرافي للإعلام المحلي.

8- الترفيه والتسلية: وهي الوظيفة التي يقوم بها على غرار وسائل الإعلام الأخرى بيد أن هذا الترفيه يكون من منطلق إشباع وإرضاء الأذواق الجماهيرية، خاصة وأن الترفيه يخلص الناس من مشاق الحياة وصعوبتها وهي مفيدة لتجديد النشاط والأفكار والآمال.

9- الإعلان والتسويق: يقوم الإعلام المحلي ببيع مساحات للمعلنين سمياً للتجار وأصحاب المصالح المحليين على غرار وسائل الإعلام الأخرى وهذا ما يساهم في ترسيخ ثقافة الإشهار لدى التجار والصناعيين، ويساهم كذلك في زيادة مداخيل الإعلام المحلي.²

10- الدعاية: تهدف الدعاية إلى تكوين الري العام وهو الري السائد في المجتمع، ولا نقصد بالدعاية هنا تقديم أفكار خاطئة أو أساليب وإنما هي استمالة الجمهور والعمل على تحويل اتجاهاته نحو مسار جدد ومؤيد، وبذلك الإذاعة تسعى إلى تحسين تراثها وكسب جمهورها.

11- الإعلان: في الحقيقة دعوة لترويج لسلعة أو سلع معينة عن طريق إبداء محاسنها لكي يتقبل الآخرون شرائها أو الدعوة لطلب خدمات محددة، وما يتبع ذلك من تعريف بالأشخاص والمؤسسات بل والأفكار أيضاً³ بات يشكل الفضاء الإعلامي الإذاعي المحلي أهمية قصوى من أجل الاتصال والتواصل مع المجتمع المحلي أو

¹ رشيد خضير، دور الإذاعة المحلية وأهميتها في تنمية المجتمع المحلي، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي الجزائر، المجلد 4، العدد 1، 2016، ص 108-109

² مرجع نفسه، ص 108-109

³ عبد المجيد شكري، فنون الراديو في ضوء متغيرات العصر، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1995، ص 45

الجواري، فللإذاعات المحلية دور أساسي ومهم في عملية نقل الإخبار وتداولها علي المستوى المحلي من جهة، وتوعية الأفراد بالقضايا والمشكلات التي تحيط بهم يوميا من جهة أخرى، وعليه: أين تكمن وظيفة الإذاعة المحلية الجزائرية في عمليتي توصيل الخبر، ورفع منسوب مستوى الوعي لدى المجتمع المحلي .

وظيفة الإذاعة المحلية الجزائرية في التوعية بمشكلات المجتمع المحلي (إذاعة غرداية نموذجا)

لقد مرت الجزائر بمشاكل عديدة، سواء تلك الناجمة عن مرحلة توقيف المسار الانتخابي (1991)، أو تلك الناجمة عن الكوارث الطبيعية من فيضانات وزلازل وحوادث الطرقات، إلى جانب الانسداد والتعسف الإداري والفساد بأنواعه (التسيري، والمالي)، فماذا كان على الإذاعة المحلية فعله، التوعية المجتمع بمشاكله المرتبطة بالتنمية، وفي هذا السبيل نأخذ مثلا لا حصرا إذاعة غرداية، والتي تختلف عن غيرها من الإذاعات المحلية، بسبب الطائفية المذهبية، فولاية غرداية والتي تقع بالجنوب الشرقي الجزائري.

12- الوظيفة الإخبارية والتوعاوية للإذاعة المحلية:

يتمثل الدور الإخباري للإذاعة الإعلامية المحلية في إعلام الجمهور المحلي بالحقائق وتزويده بالمعلومات الضرورية خاصة، وتعنى الوظيفة الإخبارية للقائم بالاتصال إتاحة الفرصة للجمهور للحصول على معلومات مؤكدة ، وبناء تصورات معينة عما يجري في البيئة التي يحيا فيها من دون أن يكون له.¹

(أي القائم بالاتصال) أية أهداف تتعلق بحمل الجمهور على تبني اتجاهات إزاء الأحداث التي تتعاطاها الوسيلة الإعلامية، بل ترك الجمهور يشكل اتجاهاته بمحض إرادته، وبذلك فإن الوظيفة الإخبارية من هذا المنظور لاتعد وأن تكون تقديم خدمة للجمهور، على العكس تماما، من تلك الوسائل التي تتخذ من التوظيف الإخباري نحا مقصودا للتأثير في الجمهور لكي يتخذ اتجاهات تتوافق مع أهداف المرسل، وهي بذلك لاتقدم خدمة، بل تمارس فعلا دعائيا لهذه الجهة أو تلك.

- الإذاعة ودورها في تنمية المجتمع المحلي في إطار المدخل السياسي، فوسائل الإعلام وفي مقدمتها الإذاعة تعتبر قنوات قومية هامة بإمكانها القيام بدور فعال في التنشئة السياسية للأفراد، كما تستطيع خلق الاهتمامات الواعية لديهم فيها المشاركة في صنع القرارات السياسية.

¹قدوري عبد القادر، الإذاعة المحلية الجزائرية ودورها الإخباري والتوعوي، مجلة الدراسات والبحوث الإجتماعية، جامعة الشهيد حمة لخضر،

- الإذاعة المحلية ودورها في تنمية المجتمع المحلي في إطار المدخل الاجتماعي والثقافي، تبدو المشكلات الاجتماعية والثقافية بصورة جلية في الدول النامية أكثر من غيرها من الدول الأخرى ويمكن تناول قضيتين هامتين هما المشكلة السكانية والأمية.¹

2- أهداف الإذاعة المحلية

وتلتقي أهداف الإذاعة المحلية مع أهداف الإذاعات بشكل عام، ومع أهداف وسائل الإعلام الأخرى، وبالرغم من ذلك فهناك بعض الاختلافات الناجمة عن خصوصية الإذاعة المحلية التي تتمثل أهدافها فيما يلي:

* تقوم الإذاعة المحلية بدور التنمية الشاملة على مستوى المجتمع المحلي، وذلك من خلال نشر الأفكار وتغبي الاتجاهات والسلوكيات وبت الشعور في أفراد المجتمع بضرورة وإلزامية التجديد، والابتكار من أجل حل المشكلات المختلفة والسعي إلى تحقيق التقدم والتطور.

* تؤدي الإذاعة المحلية دور الوسيط بين كل من السلطة والمواطن في المناطق التي تكون في بعض الأحيان شبه معزولة عن الإعلام.

* تسعى الإذاعة المحلية إلى الاقتراب أكثر فأكثر من جمهورها، حيث تتبنى مشكلاته وتقدم المنتجات التي يتحمس المستمع لسماعها، فهي تتكلم في مكانه وباسمه، وقد عبرت عن ذلك الإذاعة الأمريكية W.M.C.A باتخاذها شعار "نحن الإذاعة التي تستمع إليك".

أن دور الإذاعة المحلية كبيرا في نشر الثقافة والتعليم ومحو الأمية وتشجيع مختلف الفنون والترويج لها، مما يساهم في اكتشاف المواهب والطاقات الإبداعية ويبعث التراث المحلي في نفوس المستمعين.²

إذا كانت غاية الإذاعة هي الاتصال الجماهيري فإننا نجد من بين أهدافها الإعلامية ما يلي:

1- الأخبار: وذلك بتزويد المستمعين بالإخبار مادام أن من أبرز صفات الإنسان، حب الاستطلاع والشوق إلى المعرفة بمعنى نقل الأخبار فوراً بوضوح وصراحة ودقة وموضوعية مع ذكر مصدرها والالتزام بمعايير الصدق والأمانة والنزاهة.

2- التفسير: فالإذاعة مسؤولة عن تقديم المعلومات للجماهير بصورة مبسطة وخالية من التفاصيل العلمية المعقدة، وبلغة ميسرة لكي تتضمن مشاركة جمهور عريض في المتابعة والمناقشة.

¹ - وليدة حدادي، مرجع سابق، ص 21

² - رشيد خضير، مرجع سابق، ص 110

3- التوجيه: بنقل الري المعتمد على الدليل والبرهان والحقائق والأرقام، وهي لغة سهلة مبسطة لما لها من قوة والتأثير ما لا يمكن أن يكون للألفاظ الضخمة.

4- التثقيف: تعتبر الإذاعة أهم وسائل التثقيف التي في متناول الجماهير لما لها من قدرة على التأثير في حياة الناس وطرق معيشتهم، فهي سجل نابض بالحياة، وانعكاس لثقافة الأم، وتطوير لإطارها الثقافي والاجتماعي وما يتضمن به من قيم ومبادئ، وعادات وتقاليد، حيث تقوم ببث الأفكار والقيم والمعلومات التي تحافظ على ثقافة المجتمع وتساعد على تنشئة أفراده وتوعيته.¹

¹ فوزية فهيم، الفن الإذاعي، المركز العربي للثقافة والعلوم، السلسلة الثقافية، د ت، بيروت، ص 51.

المبحث الثالث: نشأة الإذاعات المحلية في الجزائر.

مرت الإذاعة في الجزائر بعدة تطورات ومراحل، حيث كانت بدايتها سنة 1925، بانطلاق بث إذاعة فرنسية ناطقة بالفرنسية أستعملها التكريس الفكر الاستعماري وخدمة الأقلية الفرنسية والأوروبية المتواجدة في الجزائر بشمال البلاد على المناطق الساحلية وكان أول تواجد الإذاعة سنة 1925 في الجزائر "العاصمة" عندما قام أحد الفرنسيين بإنشاء محطة إرسال على الموجة المتوسطة لم تتعدى قوتها 100 واط وفي سنة 1956م انطلقت إذاعة الجزائر الناطقة بالعربية، ومن بين أهم الخطوات التي مرت بها الإذاعة في الجزائر هي:

الإذاعة الفرنسية في الجزائر:

يعود تاريخ إنشاء أول إذاعة بالجزائر إلى العشرينيات من القرن الماضي، من طرف الاحتلال الفرنسي، وكانت تابعة له، وأستعملها لتكريس الفكر الاستعماري وخدمة الأقلية الفرنسية، وكان أول تواجد لهذه الإذاعة سنة 1924 بإنشاء جهاز إرسال بقوة 100 واط، في عاصمة الجزائر، وفي نفس السنة قامت جمعية (أصدقاء الإذاعة) بتسيير محطة تحت إشراف البريد و التلغراف، وكانت برامجها برامج فرنسية، وفي عام 1942م أقيمت بمنطقة قسنطينة محطة قوتها 600 كيلوواط، تذيع بالفرنسية، ومحطة أخرى قوتها 250 كيلو واط، تذيع باللغة العربية، وأضيفت محطات أخرى في العاصمة، ووهران، ومع نهاية الحرب العالمية الثانية، بذلت السلطات الفرنسية جهودا لتغطية الجزائر، بالبث الإذاعي، إذ وصلت قوة الإرسال الإجمالي سنة 1954 إلى 322 كيلوواط

الإذاعة الجزائرية:

بدأ تاريخ الإذاعة الجزائرية في سنة 1956، حيث مرت الإذاعة الجزائرية بأربع مراحل تاريخية في نشوئها وتطورها نوجزها فيما يلي:

أ- المرحلة الأولى: بعد أن أدرك رجال الثورة أهمية الإعلام في دعم الثورة ومواجهة الإعلام الفرنسي، الذي كان يسعى إلى إحباط الثورة والتقليل من شأنها، عمل جيش التحرير على تنشيط العمل الإعلامي لتعريف بالثورة الجزائرية في الخارج والداخل، فأعتمد في البداية على إذاعات بعض الدول العربية لإيصال صوت الثورة الجزائرية وإنجازاتها، وبعد ذلك تدعيمها لإيصال صوت الجزائر من الإذاعات العربي، قام بتأسيس الإذاعة الوطنية السرية على الحدود المغربية في 16/12/1956م، بعد أن تحصل على جهازين كبيرين من القواعد الأمريكية بالقيطرة بالمغرب عام 1956م، وبعد إجراء التعديلات على الجهازين، بدأت إذاعة الثورة الجزائرية في بث برامجها على

الموجات القصار، متنقلة بجهاز الإرسال عبر المنطقة الجبلية الحدودية في الريف بالمغرب، لمدة ساعتين في اليوم باللغة العربية والأمازيغية والفرنسية، وتوقفت عن البث عامي 1957-1958، للصعوبات التي واجهتها.¹ وعملت قيادة الثورة على إعادة تشغيل الإذاعة تعاد البث مرة أخرى بتاريخ 12/07/1959، ولعبت الإذاعة في هذه المرحلة، دورا مهما في الثورة التحريرية من خلال ما قمت به إعلام ثوري وسياسي، فقد كانت تعمل على نشر الوعي بين أبناء الشعب الجزائري، وتشجيع الشباب الجزائري للالتحاق بصفوف الثورة، وقامت كذلك بالإعلام السياسي لكسب تأييد الرأي العام العالمي.

ب: المرحلة الثانية:

لقد تسبب ماضي الاحتلال الفرنسي في الجزائر وجود مشكلات تتعلق بتسيير المؤسسات والاستغناء عن المستوطنين الفرنسيين، ومحاولات فرض وصايتهم علي الدولة ومؤسساتها، بموجب اتفاقيات أيفيان، ومن بين أهم المؤسسات التي بقيت في تبعية السلطات الفرنسية، مؤسسة الإذاعة وتلفزيون، وسعت الجزائر منذ بداية الاستقلال إلى استعادت مختلف وسائل الإعلام من تبعيتها إلى فرنسا، وجاءت مرحلة استرجاع السيادة على الإذاعة والتلفزيون الجزائري في 28/10/1962، وأداء قرار استرجاع السيادة علي الإذاعة والتلفزيون الجزائري إلى مغادرة 200 تقني وصحفي فرنسي، وانسحب الإداريون الفرنسيون والتقنيون بعدما قاموا بحرق الأرشيف وإتلاف التجهيزات، والقد جاء تسيير كرد فعل شعبي من وحي الضرورة في المرحلة الانتقالية من استقلال الجزائر، بعد إن ترك المستوطنون كل شيء في الجزائر فجأة، وفي 01/08/1963م أسست الإذاعة والتلفزة الجزائرية. Rta.

وكانت الإذاعة أهم وسيلة وربما الوسيلة الوحيدة التي بإمكانها أن تصل رسائلها إلي جميع أنحاء البلد ومناطق الوطن وبذلت الحكومة في سنة 1966م جهود كبيرة قصد تتطور الإذاعة والتلفزيون، وخصصه ميزانية لذلك وزعت على وسائل الإعلام، وفاقته نسبة الراديو منها 50 بالمائة، وبمرور السنوات زادة النسبة إذ بلغت سنة 1974م ما يزيد عن 70 بالمائة وانخفضت سنة 1975م إلى حوالي 67 بالمائة لترتفع سنة 1978م حوالي 79 بالمائة، وأنشئت محطات جهوية لراديو والتلفزيون بمناطق قسنطينة ووهران وورقلة، وانتشرت محطة بواسطة الأقمار الصناعية للاتصال بالخارج.²

¹ طاهري لخضر العيد، أهمية وظائف الإذاعة المحلية في الجزائر، مجلة الحوار الثقافي، جامعة زيان عاشور الجلفة، المجلد 09، العدد 2، 2020، ص 59-60.

² مرجع نفسه، ص 61.

وصارت الإذاعة هي الوسيلة الأكثر أهمية للإعلام والاتصال. والقدر استمر العمل على تطوير هذه الوسيلة حتى بلغ العدد في سنة 1984 إلى 5 ملايين جهاز راديو، وكانت الجزائر تعتبر من الدول المتطورة في هذا الميدان.

ج - المرحلة الثالثة:

كانت الإذاعة قبل سنة 1986 مجرد جناح تابع للتلفزيون فيما كان يعرف بمؤسسة الإذاعة والتلفزيون Rta، فلم يكن لها امتداد كبير، وخضعت كغيرها من المؤسسات لتسيير الاشتراكي متبعة في ذلك سياسة لامركزية البرامج 1986/07/01م وبمقتضى المرسوم رقم 14686 المؤرخ في 1986/07/10م يتضمن إنشاء مؤسسة الإذاعة الوطنية جاءت في المادة الأولى والثانية منه، إنشاء مؤسسة عمومية ذات طابع اقتصادي وصيغة اجتماعية ثقافية تتمتع بشخصية المعنوية والاستقلال المالي تسمى "مؤسسة الإذاعة الوطنية" وتوضع تحت وصاية وزارة الإعلام، (الجريدة الرسمية 1986، العدد 27) وفي سنة 1990 جاء قانون الإعلام رقم 07/90 ليجعل من الإذاعة المسموعة مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري، وبدأت المؤسسة الوطنية للإذاعة في مهامها في ثلاثة قنوات وطنية وقسم دولي، تم أعادت هيكله هيئة الإذاعة والتلفزيون الجزائرية إلى أربع مؤسسات مستقل، وهي:

المؤسسة الوطنية للإذاعة المسموعة ENRS وهي مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي تجاري خاضعة لوزارات الاتصال. وتعرف اصطلاحا بالإذاعة الجزائرية، المؤسسة الوطنية لتلفزيون NTV، المؤسسة الوطنية للثبث الإذاعي TDA، المؤسسة الوطنية للإنتاج السمعي البصري ENPA.

المرحلة الرابعة:

وهي مرحلة المؤسسة العمومية للثبث الإذاعي المسموع، التي جاءت طبقا للمرسوم التنفيذي 108/91 الصادر في 1991/04/20م، والذي تحولت بموجبه تسمية الإذاعة من المؤسسة الوطنية إلى مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري، ولقد بلغ حجم الساعي السنوي 24236 ساعة، حيث صار لها 55 قناة إذاعة منها ثلاثة قنوات وطنية، وقناة دولية، ووقناتان حداثا للقران الكريم وأخرى للاهتمامات الثقافية وصار لها 48 إذاعة محلية، كانت بداية أول هذه الإذاعات المحلية: 1991م بإذاعة الساورة ببيشار سنة 1991م وكان آخرها إذاعة بومرداس لتي انطلق بثها سنة 2012.¹

¹ طاهري لخضر العيد، مرجع سابق، ص 61-62.

وقد تطورت هذه الإذاعات المحلية في تغطيتها وحجم ومدتها بثها، فهناك بعض الإذاعات المحلية التي صارت تبث علي مدار 24 ساعة بعد أن بدأت بساعتين مما يعكس مستوى الاهتمام بتطوير الإذاعة الجزائرية وصارت صورة تطور في مجال الإذاعة والمجهود المبذول ظاهرة من خلال الأعداد والأرقام المسجلة، في خلال 20 عاما، وصل عدد عمال الإذاعة في 2007/05/21 إلى 2669 عاملا وبلغ حجم البث سنوي 242360 ساعة، وصار البث اليومي للقنوات الإذاعة الجزائرية 841 ساعة برنابجا.¹

قانون 1990 إلى يومنا هذا: يستند قانون الإعلام 1990 على ما ورد في دستور فيفري 1989م خاصة المادة 39-40، فنص المادة الثانية من هذا القانون " الحق في الإعلام يجسده حق المواطن " في الاطلاع بكيفية كاملة وموضوعية علي الوقائع والآراء التي تم المجتمع علي الصعيد الوطني والدولي وحق المشاركة في الإعلام لممارسة الحريات الأساسية للتفكير والرأي والتعبير " طبقا للمواد 35-36-39-40 من الدستور.²

إن حق المواطن في الإعلام يتجسد بتوجيه هذا الأخير لكل شرائح المجتمع وفي كل المناطق وبالتالي يجب على الإعلام أن يقترب من المواطن، وهذا ما يتناقض الذهنية السابقة التي تركز على الطابع المركزية والإعلام الموجه، أما المادة الرابعة (04) فتتضمن على أن يمارس الحق في الإعلام خصوصا من خلال ما يلي:

- عناوين الإعلام وأجهزته في القطاع العام.
- العناوين والأجهزة التي ينشئها الأشخاص الطبيعيون المعنويون والخاضعين للقانون الجزائري ويمارس من خلال أي سند كتابي وتلفزي.
- وتعني هذه المادة الخواص والجمعيات المختلفة في إنشاء وامتلاك وسائل إعلامية والسماح بإقامة محطات إذاعية، وبالتالي رفع الاحتكار المطلق الذي كانت تفرضه الدولة علي قطاع البث الإذاعي.
- ومنه فان قانون الإعلام 1990م حدد إلى درجة معينة التوجه الجديد للدولة في مجال البث الإذاعي واستنادا لهذا القانون جاء قانون 1992م المتعلق بدفتر الشروط العام.

¹ طاهري لخضر العبد، مرجع سابق، ص 63.

² -الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، عدد 14، 1990/04/03، ص 5.

دفتـر الشـروط العـام الخـاص بـتنظيـم البـث الإذاعـي:

- ورد في هذا الدفتـر في المرسوم التنفيذي رقم 29-137، المؤرخ في 07 أبريل 1992م والذي يتضمن المصادقة على دفتـر الشـروط التقنيـة المتعلـقة بالتوتـرات الراديـو كهربائيـة للإذاعـات بموجات هرتزيـه للبرامج الإذاعيـة الصوتيـة أو التلفزيونيـة، وكذا التوزيـع بالأسلاك للبث الصوتي أو التلفزيوني، كما ورد في المادة الأول (1) من هذا المرسوم.¹

- كما سبق فان الإذاعة الجزائرية تتضمن البث الإذاعي في ثلاثة قنوات وطنية عامة وقناة دولية و48 محطة محلية وقناتان متخصصتان، والقنوات الثلاث هي:

القناة الأولى: التي تعتبر امتداد للإذاعة الجزائرية تبث برامجها باللغة العربية وهي تسمع في جميع أنحاء الوطن، برامجها متنوعة ومختلفة تبثها يوما على مدار 24 ساعة على 24 ساعة، وتغطي كل ربوع الوطن المغرب العربي، حوض البحر الأبيض المتوسط، وجنوب أوروبا.

القناة الثانية: وهي القناة الناطقة باللغة الأمازيغية

تبث برامجها 24 ساعة / 24 ساعة يوميا بعد أن كانت تبث 19 ساعة، وتغطي برامجها شمال البلاد.

القناة الثالثة: وهي القناة الناطقة باللغة الفرنسية تبث برامجها المدة 24 ساعة متواصلة 24/24 ساعة يوما، متواصلة تغطي برامجها شمال البلاد وحوض البحر الأبيض المتوسط، وأهم محطات جنوب البلاد.

القناة الدولية: تأسست إذاعة القناة الدولية في 19/03/2007 وهي أول قناة إذاعية متخصصة في الإخبار باللغات الأربعة العربية بالنسبة 31/47 بالمائة، الفرنسية بالنسبة 30/40 بالمائة، الإنجليزية بالنسبة 9،03 بالمائة، الإسبانية بالنسبة 9،03 بالمائة، برامجها موجهة نحو الخارج بحجم ساعي يومي يقدر بأربعة عشر ساعة على 24 ساعة من 10 صباحا إلى منتصف الليل على موجات FM ووسائل الانترنت.

إذاعة القرآن الكريم: هي إذاعة دينية أنشئت في سنة 1991 بمجموع 06 ساعات بث يوميا.

الإذاعة الثقافية: تأسست في نهاية 1994 وانطلقت في البث في سنة 1995/02/01.

إذاعة جيل FM: تأسست إذاعة جيل Fm موجهة إلى الشباب يوم 2012/01/15 وتبث هذه الإذاعة على الموجهة الترددية 7،94 على ذات التغطية الواسعة في الجزائر الكبرى وتبث موجهتها أيضا عبر موجات الانترنت.

¹ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، المرجع السابق، ص 5

القنوات الجهوية المحلية: وهي محطات إذاعية محلية أو جهوية هي محطات إذاعية منتشرة في كامل أرجاء الوطن وهي عبارة عن محطات إعلامية، يخصص بثها لمجتمع محلي معين، محدد بتقسيمات إدارية وعددها في الجزائر 48 إذاعة بحجم ساعي يومي بمقدر 66 ساعة، كل الإذاعات المحلية تبث ثلاثة عشر 13 ساعة و5 دقائق، من ساعة 6،30 دقيقة إلى 08 الثامنة مساءً.¹ إذاعة البهجة وإذاعة تمراس التي تبث 24 ساعة، وإذاعات أدرار واليزي، 18 ساعة واختلاف تواريخ نشأتها وتاريخ انطلاق بثها، وبدأ تأسيس هذه الإذاعات في سنة 1991، وكانت البداية في إذاعة الساورة من بشار وإذاعة البهجة من الجزائر العاصمة وأخرها إذاعة بومرداس تم تشدنها في 2012/07/05، ولقد اختلفت قوة موجاتها ومدة بثها واللغات التي تتواصل بها، وكل ذلك حسب المنطقة وثقافتها التي تزخر بها، إذ توجد 27 إذاعة تبث باللغة العربية واحدي فروع الأمازيغية وما يسمى بالللهجات المحلية، أما من حيث النشأة فقد صنفت مراحل نشأتها إلى ثلاثة مراحل أساسية:

حيث استغرقت المرحلة الأولى مدة 03 سنوات من 1991 إلى غاية 1993، أنشئت خلالها سبع إذاعات أما المرحلة الثانية فقد استغرقت مدة 08 سنوات من 1994 إلى غاية 2001، حيث تم إنشاء 12 إذاعة محلية أما المرحلة الثالثة فقد استغرقت 11 سنة وكانت بدايتها سنة 2002 إلى غاية 2012 حتى صار لكل ولاية إذاعة محلية تعبر عن حالها وثقافتها.

وتعتبر الجزائر من الدول التي بذلت مجهودا كبيرا في مجال تطوير الإذاعة ومكنت هذه المجهودات المبذولة الإذاعة الجزائرية من تغطية جميع التراب الوطني، وصارت منظومة الإذاعة الجزائرية تشمل على 55 قناة إذاعية، بحجم زمني 841 ساعة برمجية في اليوم.

لقد عرفت في الجزائر تحولات تدريجية عبر مراحل عديدة فتعددت قنوات ومحطاتها الجهوية والمحلية تلبية لأغراضها وأهدافها المختلفة وتلبية لحاجيات جمهورها في جميع أنحاء الوطن. ص 06-09

¹ طاهري لخضر العيد، مرجع سابق، ص 62-63

خلاصة الفصل

من خلال هذا الفصل توصلنا إلى إن الإذاعة هي وسيلة اتصال جماهيرية، مهمتها الأساسية هي تقديم خدمة للمجتمع المحلي، رغم المنافسة الشديدة لها استطاعت أن تثبت وجودها وفعاليتها وهي أداة تواصل عامة مع كافة الجمهور المستمع للإذاعة وتحتل بذلك مكانة هامة بين وسائل الإعلام الأخرى، وهذا بطبعة الحال راجع إلى مخاطبة المستمعين ضمن نطاق واسع يتخطى الحواجز السياسية والجغرافية، وذلك نظرا إلى خصائصها المميزة من خلال سرعة انتشار الأخبار وما تقوم به من أدوار ووظائف متعددة، في مختلف الميادين الاقتصادية والاجتماعية و الثقافية مع مراعاة جميع جوانب وظروف الحياة الاجتماعية للأفراد، كما أن للإذاعة تأثير فعال وقوي على جمهور واسع النطاق ومتعدد الأجناس واللهجات من خلال البرامج المتنوعة التي تقدمها للفرد، الأسرة، المجتمع في تفعيل الحياة الاجتماعية من إرشادات ونصائح ضرورية ومفيدة في الحياة اليومية.

فالإذاعة المحلية اليوم أصبحت من أكثر الوسائل الإعلامية انتشارا وتأثيرا على الجمهور لما لها من دور كبير وفعال في تشكيل اتجاهاته وصنع الرأي العام.

الفصل الثاني: الإعلام الخيري

تمهيد

المبحث الأول: مفهوم الإعلام الخيري

المبحث الثاني: دور الإعلام الخيري

المبحث الثالث: الإعلام والعمل الخيري

خلاصة الفصل

تمهيد

يمثل العمل الخيري قيمة إنسانية كبرى تتمثل في العطاء والبذل بكل أشكاله، فهو سلوك حضاري حي لا يمكنه النمو سوى في المجتمعات التي تنعم بمستويات متقدمة من الثقافة والوعي والمسؤولية، كم انه يلعب دورا مهما وإيجابيا في تطوير المجتمعات وتنميتها، فمن خلال المؤسسات التطوعية الخيرية يتاح لكافة الأفراد الفرصة للمساهمة في عملية البناء الاجتماعي وتقدمه وازدهاره لكونه يرتبط بمعاني الخير والعمل الصالح، فمع مرور الزمن استطاعت وسائط وسائل الإعلام المتنوعة والمتطورة من الانتشار والتفاعل أكثر مع أفراد المجتمع وطبقاته في خلق روح التكافل والتعاون والتضامن بين أكبر شريحة ممكنة من أفراد المجتمع، وإيجاد حلول للعيش بحياة أفضل مما يؤدي إلى تخفيف المشكلات والأزمات الاجتماعية المختلفة التي تواجه المجتمعات المعاصرة اليوم.

المبحث الأول: مفهوم العمل والإعلام الخيري

1- مفهوم العمل الخيري:

تشير كلمة "الخير" في اللغة العربية إلى كل ما فيه نفع وصلاح، أو ما كان أداة لتحقيق منفعة أو جلب مصلحة كالمال، والمال الوفير يقال له خير، ولقد ارتبط فعل الخير بالسلوك الإنساني، وأعتبر أحد مقاييس عظمة ونجاح الحضارات وكان الإسلام في التأصيل للعمل الخيري، الكثير من الإسهامات خاصة، أن الإسلام في غاية مقصودة في تنظيم شؤون الحياة وهو تحقيق الخير من خلال دواء المفسدة وجلب المصلحة، ولقد أصل الإسلام العمل الخيري كمسؤولية تقع على الأفراد والمؤسسات، وقد جاءت الدلالات القرآنية والسنة النبوية لتأصيل ذلك كقوله تعالى «الأخير في كثير من نجواهم إلا من أمر بصدقة أو معروف وإصلاح بين الناس ومن يفعل ذلك ابتغاء مرضات الله فسوف نؤتيه أجرا عظيما». صدق الله العظيم سورة النساء الآية 144.¹

والعمل الخيري: هو نشاط اجتماعي وإنساني بالدرجة الأولى يقوم به الفرد أو جماعة أو جمعيات تطوعية ومؤسسات خيرية يهدف إلى مساعدة الغير، من المحتاجين والفقراء والمرضى والمساكين، وذلك من خلال تقديم مبالغ مادية مثل: الأغذية، والألبسة والأفرشة، وكذا الأجهزة الطبية والكراسي المتحركة، أو من خلال تقديم خدمات مختلفة، ويكون هذا النشاط بدون مقابل وهو ما يميز العمل الخيري عن غيره من الأعمال ذات الصفة التجارية الربحية البحثية، كما تتنوع أشكال العمل الخيري من تقديم الغذاء للفقراء والمحتاجين إلى الرعاية الصحية بالمرضى الذين لا يملكون نفقة العلاج، بالإضافة إلى مشاريع كفالة الأيتام

ومشاريع الزواج من الفقراء، كما توسعت الأعمال الخيرية إلى مساعدة الطلاب والتلاميذ الفقراء في دراستهم من خلال تيسير السبل اللازمة لاستكمال دراستهم... الخ من الأعمال الخيرية.

فالعمل الخيري إذن هو ذلك « الجهد أو الوقت أو المال الذي يبذله الإنسان بغير قصد ربحي لنفع المجتمع وتنوع أشكاله ووسائله وتتعدد صورته بحسب حالة المجتمع، غير أنه في الإسلام بني علي أسس عظيمة واعتنت الشريعة الغراء به أعظم عناية ذلك لإغاثة الملهوف ومساعدة المحتاج ونفع الناس وبذل الخير للحياة كلها، حيث يقوم علي تقديم العون والنفع للمجتمع وهو ركيزة في بناء المجتمع ونشر التماسك الاجتماعي بين أفرادها، ولذا

¹ يوسف القرضاوي، خصائص العمل الخيري في الإسلام، مجلة العالمية، الكويت، العدد 221، 2008، ص 15.

يلزمه وعاء يساهم معه ويقوم بدور آخر ألا وهو الإعلام إذ يعد الوعاء المناسب لحمل العمل الخيري للمجتمع والإسهام في تثقيف الأفراد ورسم أصول العمل الخيري لهم، ونشر ثقافة العمل التطوعي الداخلي والخارجي، وكذا نشر إسهامات وإعمال المتطوعين وتشجيع مؤسسات وأفراد المجتمع للعمل التكاملي في هذا الشأن.¹ هو عمل يشترك فيه جماعة من الناس لتحقيق مصلحة عامة، وأغراض إنسانية، دينية، أو علمية، أو صناعية، أو اقتصادية بواسطة جمع التبرعات وصرفها في أوجه الأعمال الخيرية. ويقصد به نشاط اجتماعي أو ثقافي، أو إغاثة بطرق الرعاية أو المعاونة ماديا أو معنويا داخل الدولة وخارجها من غير قصد الربح لمؤسستها سواء يسمى إغاثة، أو جمعية، أو مؤسسة أهلية أو هيئة، أو منظمة خاصة أو عامة.² ويعرفه الناجي الأمين "العمل الخيري بأنه (كل سبل والبر والمعروف، وجميع ضروب التكافل والتراحم والتعاون غير المنهي عنه شرعا).

وجاء تعريف آخر في المعاجم الأجنبية لم يشترط المقابل المادي وجاء فيه أنه عملية " آثار تفضيل للغير من أجل رفاهيته والنهوض به، وغالبا ما يتجلى هذا الآثار في التبرعات المالية والممتلكات، أو العمل من أجل المحتاجين عن طريق المنح للمؤسسات التعليمية والمستشفيات والسخاء لأغراض أخرى بالفائدة علي الجميع.³

2- مفهوم الإعلام الخيري:

لا يوجد في الكتابات الأكاديمية في مجال الإعلام سواء العربية فيها أو الإنجليزية ما يشير إلى هذا المصطلح بشكل محدد علي الرغم من وجود العديد من الأدبيات التي تناولت الإعلام الاجتماعي من خلال علاقة الإعلام بالعمل الخيري، ولكن ليس في شكل مصطلح محدد ويرمز إلى الجانبين معا في أن واحد، كما هو الحال في مفهوم الإعلام الخيري، لذا فإنه يمكن القول أن مصطلح الإعلام الخيري يعد مصطلحا عربي حديث النشأة إلى حد كبير، حيث طرح نفر من المختصين في الإعلام مفهوما جديدا تحت مسمى «الإعلام الخيري» مع ضرورة تحديد منهجية علمية ومهنية في الواقع العملي له، "وأقترح الدكتور عبد القادر طاش إعلامي سعودي ومؤسس قناة

¹ مباركي إبتسام، مدخل للإعلام الخيري، المفهوم والدور، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، تلمسان، المجلد 2، العدد 6، 2018، ص

62

² غادة بنت عبد الرحمان الطريف، مرجع سابق، ص 3.

³ فرحاتة كشرود، العمل الخيري ودوره في الإصلاح المجتمعي وتعزيز التنمية المجتمعية، مجلة العلوم الإسلامية و الحضارة، جامعة المغرب، المجلد

5، العدد 01، 2020، ص 358 .

اقرأ وله إسهامات في تطوير الإعلام الإسلامي" الذي يعد أول من طالب بهذا المفهوم وبعض الوظائف الاجتماعية لهذا الإعلام الخيري، وبناء صورة ذهنية إيجابية عن الجمعيات الخيرية في المجتمع والمساهمة في تنظيم وتنفيذ حملات إعلامية لجمع التبرعات للأعمال الخيرية".

كما يقول سعد لبيب في كتابه "الثقافة والإعلام والاتصال" إن الأثر الخيري للإعلام قد يكون بإضافة معلومات عن العمل الخيري أو خلق اتجاه جديد أو إضعاف اتجاه قديم، أو معاونة على خلق وجهة نظر محددة جديدة أو متحولة من وجهة نظر أخرى، وقد يكون في خلق قيمة خيرية جديدة أو تدعيمها أو إضعاف من سلوكيات قديمة، أو التحول عنها وقد يتمثل الأثر في تعديل السلوك قائم أو العدول عنه إلى سلوك جديد، وهذا كله يعرف باسم اتجاهات التأثير، التي تقدمها المؤسسات والجمعيات الخيرية، بل أن وظيفة نقل الرغبة في عمل الخير من جيل إلى جيل والمساعدة على تنشئة الجيل الجديد وتربيته، تأتي في رأس المهام التي لا بد أن تقوم بها وسائل الإعلام في المجتمع.

ومما سبق يتضح أن الإعلام يمكنه القيام بدور أساسي في عملية التوجيه على عمل الخير، خاصة إذا تركزت الرسائل الإعلامية على المضامين الدينية المتصلة أساساً بفطرة المسلم التي فطر الله الناس عليها في عمل الخير.¹

¹ مباركى إبتسام، مرجع سابق، ص 64

المبحث الثاني: دور الإعلام الخيري

تمهيد

يعد الإعلام الخيري عنصر فعال لتفعيل العمل الخيري من خلال نشر قيم التكافل والتضامن الاجتماعي ويكون ذلك بتغيير الجمهور ودفعه لمساعدة الآخرين (المعوزين) والهدف منه هو تحسيس وتحفيز للقيام بالأعمال الخيرية والتطوعية وتعميم روح التكافل والتضامن.

دور الإعلام الخيري

- من أهم أدوار الإعلام الخير التي يؤديها ويهدف من خلالها إلى تحقيق التنمية الشامل بوجود علاقة تكاملية بين العمل الخيري التطوعي، والأعلام الخيري هي:
- تقديم نداءات المحتاجين وإيصالها إلى المحسنين.
 - التعريف بالحالات المزرية التي يعيشها الفقراء والمرضى والمحتاجين وتسليط الضوء عليها.
 - العمل علي العمل التطوعي والتبرع والقيام بأعمال خيرية.
 - تحفيز الجمهور علي العمل التطوعي والتبرع والقيام بأعمال خيرية.
 - تخصيص برامج متخصصة وخاصة بالعمل الخيري.
 - القيام بحملات إعلامية لمساعدة المرضى الذين يحتاجون إلى عمليات مكلفة في الخارج وتنظيم حملات تضامنية لجمع التبرعات لهم.
 - نشر ثقافة العمل الخيري بين مختلف الأوساط الاجتماعية.
 - تحريك السلطات لمساعدة المحتاجين من خلال البرامج الإذاعية والتلفزيونية المكثفة والمستمرة حملات " الفيس بوك " التضامنية، التي لقيت انتشارا ورواجا واسعا وأنت ثمارها في المجتمع الجزائري.
 - تحريك الرأي العام للتعاطف والتضامن مع المحتاجين.
 - مساهمة في نشر جمعيات ذات طابع شبابي تطوعي "كأناس الخير، شباب الخير، قوافل الخير"، التي انتشرت عبر كافة التراب الوطني.

- إبراز تجارب الجمعيات التطوعية والمؤسسات الخيرية وجعلها تكتسب ثقة الرأي العام فيها وفي أعمالها الخيرية من خلال إعلام واتصال في الأبعاد والجوهر.¹
- بناء رغبة المشاركة المجتمعية ومساعدة الدولة في النهوض والتنمية بشكل عام، كما له دور هام في كشف التغيرات الاجتماعية وبناء حوافز جديدة وجذب الاهتمام للمشاركة المجتمعية والخدمية.
- المساهمة في تعميق روح التكامل بين الناس، وتشجيع على التعاون وروح الجماعة، كما يساهم في تعزيز قيم المشاركة والإحساس بالمسؤولية الاجتماعية والتكامل والعطاء.

¹ مبارك إيتسام، مرجع سابق، ص 68

المبحث الثالث: الإعلام والعمل الخيري

1- الإعلام والعمل الخيري:

يصف الدكتور عثمان ابوزيد عثمان القطاع الخيري "بأنه القطاع الثالث من قطاعات التنمية، وقد أظهرت منظمات العمل الخيري في السنوات الأخيرة اهتماما كبيرا بالاتصال والإعلام للتعريف بما تقوم بهذا النشاط واستقطاب الدعم واستقرار رسالة الخير في المجتمع، وهذا الاهتمام جدير بأن يلفت إليه أهل الاختصاص الإعلامي وتقدم أفكار علمية تساعد على النهوض بالفعل الخيري عن طريق علاقة إيجابية بين الفعل الخيري والإعلام على أساس التكامل في الدور المجتمعي الذي يؤديه الطرفان".

حيث يريد العاملون في المنظمات الخيرية والعمل الخيري، أن تكون رسائل الإعلام شريكة باتجاه نشط في تحقيق أهداف هذه المنظمات وبرامجها والإسهام في ترسيخها بزيادة عدد مرات النشر الإعلامي، وتزويد الجمهور بمعلومات صحيحة.

ويريدون أيضا زيادة عدد المتابعين لأخبار العمل الخيري ومنشطين بتجويد نوعية البرامج الإعلامية والثقافية والموظفة لخدمة العمل الخيري والتعاون مع عناصر إعلامية مؤهلة، قادرة على إيصال الخطاب الإعلامي الخيري، عبر وسائل النشر المتعددة، بما في ذلك القنوات الفضائية والمواقع الإلكترونية وغيرها.

- حيث يلقي العمل الخيري احترام المجتمع بما له من مشروعية دينية وأثر اجتماعي واقتصادي فاعل، ولاسيما، إذا إلتزم صيغ الوقف الإسلامي.

- والرسالة التي يحملها العمل الخيري رسالة واضحة، وكذلك الأهداف التي يسعى لتحقيقها، وعليه فلا يصعب خلق اتجاهات إيجابية تجاه العمل الخيري، وكسب ثقة الرأي العام.

- ولعلنا نشهد في الوقت الحاضر بعض صور التوصل إلى الصومعة الطيبة والوصول إلى الجمهور يستقي مشاريع العمل الخيري من قبل وسائل الإعلام.

- فهناك برامج إعلامية حققت الرواج والتأثير لأنها جمعت بين وظيفتها الإعلامية وبين تقديم الخبر.¹

- ومن الفرص استثمارا وسائل التقنية الحديثة، فقد بات الوصول للجمهور سهلا ميسورا بما يتيح العصر من هذه الوسائل فالصحافة، والإذاعة، والمطبوعات قليلة الحظ من التجاوب ولكنها وسائل سريعة وواسعة الانتشار.

¹ عثمان أبو زيد عثمان، الإعلام والعمل الخيري، ورقة عمل قدمت الى ندوة العمل الخيري والتطوعي في إفريقيا، بجامعة إفريقيا العالمية، 2008،

p, 5.28، من طرف إدارة الموقع، abuzaid.yoo7.cim/t71-topi، بتاريخ 2021/06/03 علي الساعة 20 مساءً

-ولعل أهم معوقات العمل الإعلامي في المنظمات التطوعية والخيرية عدم توفر قواعد المعلومات، شاملة وحديثة لدى الإدارات الإعلامية.

- عدم القدرة على التخصيص الجيد للمواد المالية للإعلام والقصور في استخدام الوسائل التقنية.

-ويتضح من خبرات العمل الخيري وجود تقسيم للجمهور إلى شرائح، شريحة عليا ذات صلة مباشرة بالمؤسسة، معنى لهم سابقة في العمل الخيري وفي العاملين، وهناك شريحة ثانوية وهم جماعات وأفراد لديهم انشغال من نوع علمي أو تخصص بالعمل الخيري.¹

والشريحة المستهدفة الأولية: هم جميع أفراد المجتمع أو يستعان بالشريحة الثانوية للوصول الى الشريحة الأولية، عملا بالمبدأ الإعلامي انتقال المعلومات على مرحلتين:

-إن دراسة بيئة الإعلام أمر لا غني عنه لتكيف الرسالة واختيار الوسيلة الملائمة، وبذلك توفر كثيرا من الوقت والجهد والمال.

-والوسيلة الإعلامية الملائمة القادرة على نقل الرسالة إلى الجمهور المستهدف والوصول إلى المتلقي، فالرسالة التي لا تصل إلى متلقيها هي عديمة القيمة، باعتبار أن العملية الإعلامية ليست مجرد إرسال رسالة لا يكون لها هدف، بل هي وصول الرسالة وقبولها وعدم وجود حواجز ومعوقات تحول دون الوصول للعمل الخيري.

2- الإعلام وثقافة العمل الخيري:

-انطلاقاً من قيم الدين الإسلامي الحنيف في الحث على التكافل والتعاقد، يحظى العمل الخيري والتطوعي باحترام الناس في المجتمعات الإسلامية، ويتمثل الدور المهم لوسائل الإعلام وأجهزته في دعم ونشر ثقافة العمل الخيري، فعناوين من فيبيل مساعدة الأسر المحتاجة والفقراء، كفالة اليتيم، علاج المرضى، المقبلين على الزواج وغيرها، وتخلق اتجاهات ايجابية تجاه القطاع الخيري، ولا يمكن كسب ثقة الرأي العام إلا من خلال إعلام واتصال غني الجواهر والأبعاد، فالعلاقة بين الإعلام وثقافة العمل الخيري مهمة للغاية، إذا ماتم صياغة الأهداف ويصلها إلى الرأي العام بصورة صحيحة.²

¹ عثمان أبو زيد عثمان، المرجع السابق، ص 06.

² مباركي إبتسام، مرجع سابق، ص 64

خلاصة الفصل

من خلال تسليط الضوء علي زاوية العمل الخيري ومحاولة إعطائه دفعة قوية في المجتمع من خلال ما أشرنا إليه سلفا بان وسائل الإعلام تعمل وتساند في تفعيل العملية الخيرية التنموية التي تسعى في الوقت الحالي إلى أن تؤدي دورها في المجتمع المحلي وذلك من خلال الاستجابة لحاجيات المجتمع وعلي الخصوص الأفراد الذين بأمس الحاجة إلى المساعدة من خلال ما تقدمه من مساهمات في التنمية والرقى به، والمساهمة في مختلف المجالات من خلال تسليط الضوء علي العمل الخيري، فالهدف العام للعمل الخيري هو حيوية الجمهور وفعاليتها في تحقيق الأجر والثواب من الله، ولذلك يلعب الإعلام الخيري دور له أهمية كبيرة في حياة الفرد والمجتمع وهذا ما حاولنا معالجته في هذا الفصل.

الجانب التطبيقي

تمهيد:

يعتبر الإطار التطبيقي أهم جانب لتصميم البحث والدراسة المنهجية والإعلامية، فسنقوم في هذا الجانب بدراسة ميدانية عن طريق الاستبيان الذي تتضمن 25 سؤال، وقد قمنا بتقسيم الاستبيان إلى ثلاثة محاور كل محور يحتوي على مجموعة من الأسئلة

المحور الأول: خاص بعادات ودوافع متابعة برامج الخواطر لدى مستمعي إذاعة تيارت المحلية.

المحور الثاني: اشتمل على الإستimalات الإقناعية التي يعتمد عليها برنامج جبر الخواطر للتأثير على مستمعي إذاعة تيارت

المحور الثالث: يحتوي على مساهمة برنامج جبر الخواطر عبر إذاعة تيارت في تفعيل العمل الخيري لدى المستمعين، وبعد ملء الاستبيان من طرف متتبعي برنامج جبر الخواطر عبر إذاعة تيارت لدى مستمعي البرامج، قمنا بتفريغها وتحليل الجداول، وبعد ذلك تم عرض النتائج العامة للدراسة، وكانت نتيجة عن كل جدول، ثم تم مناقشة الفرضيات، ومقارنة النتائج المتحصل عليها على ضوء الدراسات السابقة بالوظائف إلى ذلك عن مدى صحة إسقاط النظرية على الدراسة.

تحليل البيانات الأولية ووصف العينة

• يعد تحليل البيانات الأولية من أهم العمليات التي تقود إلى إعطاء وصف دقيق لعينة البحث كما أنها تؤدي إلى استخلاص النتائج لأي بحث ميداني لوصفها المواجه والمرشد للباحث في الكشف عن علاقات ذات دلالات معنوية مع الأبعاد والمحاور الرئيسية لأداة جمع البيانات الميدانية لأي بحث بتحليل البيانات الأولية، ما يسمها البعض بالبيانات المعرفية ولقد تكونت العينة المبحوثة من 50 مستمعا من رجال ونساء وشباب موزعون على أعمار مختلفة وتبين الجداول لاحقة بعض خصائص عينة البحث.

الجدول رقم 01: توزيع الأفراد حسب متغير الجنس أو النوع

توزيع الأفراد حسب متغير الجنس

النسبة	التكرار	جنس المبحوث
64 %	32	ذكر
36 %	18	أنثى
100 %	50	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول: قد قدرت ب 64 % تخص فئة الذكور، تليها نسبة الإناث ب 36 % ومن هنا يتضح لنا أن نسبة الذكور أكثر من الإناث وهذا راجع إلى الاستماع إلى برامج العمل الخيري لا يقتصر على جنس واحد.

الجدول رقم 02: توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

النسبة	التكرار	سن المبحوث
22 %	11	30-20
28 %	14	41-31
38 %	19	52-42
12 %	6	أكثر من 52 سنة
100 %	50	المجموع

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة 38 % من أفراد العينة يتراوح سنهم من 42 إلى 52 سنة، في حين نجد من يتراوح سنهم من 31 إلى 41 سنة بنسبة 28 % تمثلها نسبة 22 % متمثلة في فئة العمرية 20 إلى 30 سنة أما في ما يخص نسبة متبعي البرامج الذين يتراوح سنهم أكثر من 52 سنة هي 12 % نلاحظ اختلاف وتنوع السن عند أفراد العينة، ومن هنا نستنتج أن الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 42 و52 سنة هم الفئة الأكثر استماعاً للبرامج الخيرية، وهذا راجع إلى أن هذه الفئة أكثر ميولاً للدين وفعل الخير، ولديها نوعاً ما وقت للاستماع للإذاعة.

الجدول رقم 03: توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

توزيع افراد العينة حسب المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
4 %	02	دون المتوسط
2 %	01	ابتدائي
36 %	18	متوسط
20 %	10	ثانوي
38 %	19	جامعي
100 %	50	المجموع

من خلال الجدول السابق نجد أن نسبة 38% من أفراد العينة مستواهم التعليمي جامعي، تليها نسبة 36 % الخاصة بالمستوى المتوسط 04 % الخاصة بالذين لا يعرفون القراءة والكتابة لتأتي نسبة 02 % الخاصة بالمستوى الابتدائي.

من خلال الجدول نلاحظ أن مستمعين البرامج يتنوع مستواهم التعليمي حيث نجد أن الفئة الأكثر تتبعاً للحصة جبر الخواطر، من المستوى الجامعي والمتوسط على التوالي وهذا راجع إلى مستواهم ونمط عملهم، مما يعكس هذا الأخير الزيادة في التقرب إلى الله وفعل الخير، أما نسبة الثانوي متوسطة. الإذاعة من بين وسائل الإعلام التي يستمع إليها جمهور متنوع.

الجدول رقم 04: توزيع أفراد العينة حسب المستوى المعيشي.

توزيع افراد العينة حسب المستوى المعيشي

النسبة	التكرار	المستوى المعيشي
56%	28	جيد
38%	19	متوسط
06%	03	ضعيف
100%	50	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة 56% من أفراد العينة لديهم مستوى معيشي جيد بينما نسبة 38% لديهم مستوى معيشي متوسط، في حين نسبة 06% لديهم مستوى معيشي ضعيف كلما كان المستوى المعيشي جيد كلما زاد إقبال الأفراد على فعل الخير والتبرع للفئات المحتاجة.

الجدول رقم 05: توزيع المبحوثين حسب فترات الاستماع لإذاعة تيارت

النسبة	التكرار	فترات الاستماع
40%	20	صباحا
16%	8	مساء
44%	22	معا
100%	50	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن نسبة 44% من المبحوثين يستمعون لبرامج إذاعة تيارت في الفترة الصباحية والمسائية معا أما بنسبة 40% يستمعون لإذاعة تيارت في الفترة الصباحية ثم تليها نسبة 16% يستمعون للإذاعة في الفترة المسائية.

تختلف أوقات الاستماع لإذاعة تيارت من فرد لآخر ومن فئة لأخرى حسب ظروفها وأوقات فراغها لكن من المعلوم أن الفترة الصباحية هي الأكثر استماعا إضافة إلى فترة المساء هي أوقات الذروة للاستماع للبرامج الإذاعية.

الجدول رقم 06: توزيع المبحوثين حسب البرامج المفضلة لإذاعة تيارت.

البرامج	التكرار	النسبة
تثقيفية	17	19 %
ترفيهية	4	4 %
إخبارية	27	30 %
دينية	19	21 %
اجتماعية	16	18 %
أخرى	7	8 %
المجموع	90	100 %

يتضح من خلال الجدول أن نسبة 30 % من أفراد العينة يفضلون البرامج الإخبارية 21 %، يفضلون البرامج الدينية، 19 % يفضلون البرامج الاجتماعية أما نسب برامج أخرى، وتأتي نسبة 4 % للبرامج الترفيهية. يستمع جمهور إذاعة تيارت للبرامج الإذاعية التي تلي اهتماماتهم وعلى رأسها البرامج الإخبارية حيث يعد الإخبار هو المهمة الأساسية للإذاعة لتزويد المستمعين بالأخبار، المعلومات، والمعطيات، فالمتلقي يميل إلى التعرف على جديد الأخبار.

الجدول رقم 07: توزيع المبحوثين حسب متابعة برنامج جبر الخواطر لإذاعة تيارت

البدائل	التكرار	النسبة
دائما	28	56 %
أحيانا	15	30 %
نادرا	7	14 %
المجموع	50	100 %

يتضح من خلال الجدول أن نسبة 56 % من الأفراد يتابعون برامج جبر الخواطر بصفة دائمة، ونسبة 36 % يتابعون البرنامج أحيانا، بينما نسبة 14 % نادرا ما يستمعون للبرنامج.

يستمتع المبحوثين للبرامج جبر الخواطر بصفة دائمة وهذا راجع إلى توقيت البرنامج (منتصف النهار)، لأنه يصادف وقت الإستراحة عند معظم المبحوثين

الجدول رقم 08: توزيع المبحوثين حسب ملائمة توقيت بث برامج جبر الخواطر لإذاعة تيارت.

النسبة	التكرار	ملائمة أوقات البث
74 %	37	نعم
26 %	13	لا
100 %	50	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن نسبة 74 % أجابوا بأن توقيت البرنامج يتناسب بينما نسبة 26 % من المبحوثين لا يناسبهم التوقيت.

نستنتج أن أغلب المبحوثين يساعدتهم توقيت بث برنامج جبر الخواطر، وهذا راجع إلى أن توقيت بثه يصادف وقت الراحة لأغلب المستمعين (منتصف النهار).

الجدول رقم 09: توزيع المبحوثين حسب مدة الوقت الذي يقضيه في الاستماع إلى برامج العمل الخيري لإذاعة تيارت.

النسبة	التكرار	مدة الاستماع
46 %	23	أقل من ساعة
34 %	17	أكثر من ساعة
20 %	10	من ساعة إلى ساعتين
100 %	50	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 46 % من المبحوثين يستمعون إلى برامج العمل الخيري أقل من ساعة، في حين نسبة 34 % يستمعون أكثر من ساعة بينما نسبة 20 % يستمعون من ساعة إلى ساعتين.

تقوم إذاعة تيارت بنشر العمل الخيري عبر عدة برامج وأيام مفتوحة وأهم هذه البرامج " جبر الخواطر" فكلما كثرت برامج التكافل الاجتماعي كلما زاد وقت التعرض لها والعكس صحيح.

الجدول رقم 10: توزيع المبحوثين حسب ملائمة أو فهم للغة تقديم البرنامج جبر الخواطر لإذاعة تيارت.

النسبة	التكرار	البدائل
% 100	50	نعم
% 0	0	لا
% 100	50	المجموع

من خلال الجدول يتضح أن نسبة 100% أكدوا أن لغة البرنامج مفهومة. يستخدم برنامج جبر الخواطر لإذاعة تيارت لغة سهلة بسيطة ومفهومة، تراوح بين العامية والفصحى لإيصال الرسالة للمستمع، فالإذاعة المحلية تعتمد على اللهجات المحلية في أداء رسالتها الإعلامية، فكلما كانت اللغة سهلة ومفهومة يزيد الإقبال على استماع البرامج، إضافة إلى طبيعة جمهور الإذاعة المتنوع وغير المتجانس الذي يتطلب البساطة في اللغة.

الجدول رقم 11: توزيع المبحوثين حسب الاستماع لبرنامج جبر الخواطر لإذاعة تيارت حتى النهائية.

النسبة	التكرار	البدائل
% 42	21	دائما
% 40	20	أحيانا
% 18	9	نادرا
% 100	50	المجموع

جبر الخواطر حتى النهاية بصفة دائمة، لتليها أحيانا التي قدرت ب40%، وأخيرا النسبة النادرة قدرت ب18%، وعليه نستنتج أن أغلب المبحوثين يستمعون إلى البرامج حتى نهايته بصفة دائمة. يكمل أغلب المبحوثين الاستماع إلى البرامج حتى نهايته وهذا راجع إلى رغبتهم في معرفة مدى مساهمة المستمعين في مساعدة الحالات الاجتماعية المزرية، إضافة إلى رغبتهم في الاستماع لكل الحالات المعوزة لاختيار من سيتبرعون لها.

الجدول رقم 12: توزيع الباحثين حسب مساهمة برنامج جبر الخواطر في ترسيخ العمل الخيري لديهم.

النسبة	التكرار	البدائل
92%	46	نعم
8%	4	لا
100%	50	المجموع

من خلال الجدول السابق نجد أن 92% من الباحثين أكدوا أن برنامج جبر الخواطر في ترسيخ العمل الخيري، في حين يرى 18% أن البرنامج لا يساهم في ترسيخ العمل الخيري.

يلعب برنامج جبر الخواطر لإذاعة تيارت دور كبير في ترسيخ العمل من خلال التشجيع على التبرع والتكافل الاجتماعي وتسلط الضوء على حالات اجتماعية مزرية.

الجدول رقم 13: توزيع الباحثين حسب الدوافع الاتصالية التي تجعلهم يستمعون لحصة جبر الخواطر لإذاعة تيارت.

النسبة	التكرار	الدوافع الاتصالية
50%	25	التعرف على الحالات الاجتماعية المزرية التي تعرضها الحصة
28%	14	التواصل مع الذيع
22%	11	أخرى
100%	50	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة من الباحثين هي 50% التي تمثل التعرف على الحالات الاجتماعية المزرية التي تعرضها الحصة في حين أقل نسبة قدرت ب 22% من الباحثين يستمعون لدوافع أخرى. أن الحالات الاجتماعية المزرية التي يتم عرضها في البرنامج لها دور كبير في التأثير على المستمعين مما يجعلهم يستمعون للحصة ويقبلون على تقديم المساعدات والتبرع والتكفل بالحالات المعروضة.

كلما كانت الحالة المعروضة في البرنامج خطيرة وحساسة كلما أقبل جمهور إذاعة تيارت إلى الاستماع والتعرف على الحالة والمشاركة في مساعدتها، وهذا يرجع إلى طبيعة الإنسان وحبه إلى معرفة الظروف الصعبة التي يعيشها غيره ومديد العون له.

الجدول رقم 14: توزيع المبحوثين حسب الأثر النفسي الذي يتركه برنامج جبر الخواطر.

النسبة	التكرار	لبدائل
64%	32	دائما
28%	14	أحيانا
8%	4	نادرا
100%	50	المجموع

من خلال الجدول السابق أن نسبة 64% من المبحوثين أكدوا أن البرنامج دائما يكون له تأثير نفسي في حين نسبة 28% يروا أنه أحيانا يترك الأثر النفسي، بينما نجد 8% يقولو أنه نادرا ما يترك البرنامج الأثر النفسي.

من خلال النتائج نجد أن برنامج جبر الخواطر يترك الأثر النفسي عند أغلب المستمعين مما يدفع بالمستمعين الى فعل الخير وتقديم التبرعات والتكفل بالحالات المزرية.

الجدول رقم 15: توزيع المبحوثيين حسب الاستمالات الاقناعية في البرنامج.

نسبة المثوية	التكرار	البدائل
100%	50	نعم
0	0	لا
100%	50	مجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 100% من المبحوثيين أكدوا على تأثير الاستمالات الاقناعية المستخدمة في برنامج جبر الخواطر.

كلما تم استخدام الأساليب الإقناعية في برنامج جبر الخواطر لإذاعة تيارت كلما زاد تأثير المستمع والاقناع لفعل الخير والإقبال على المساعدة

جدول رقم 16: توزيع المبحوثين حسب الاستمالات الاقناعية المعتمدة في البرنامج.

النسبة	التكرار	الاستمالات الاقناعية المعتمدة
35.71 %	25	الثقة في مقدم البرنامج
28.57 %	20	الثقة في الحالات المعوزة
35.71 %	25	حبك لفعل الخير
99.99 %	70	مجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أنه تساوت كل من الثقة في مقدم البرنامج وحب فعل الخير عند المبحوثين بنسبة 35.71 % بينما نجد أن الثقة في الحالات المعوزة بلغت نسبة 28.57 %

إن اختيار المذيع المناسب لتقديم البرامج والذي يحظى بثقة الجمهور يزيد من الاقبال على الاستماع إلى البرنامج والمشاركة فيهل وتدعيمها ماديا ومعنويا.

إن صفات المواطن التياراتي وحبه لفعل الخير يجعله يتأثر ويميل على المساعدة ومد يد العون لأخيه المحتاج والإقبال على الاستماع لمثل هذه البرامج.

الجدول رقم 17: توزيع المبحوثين حسب تأثير استمالات العاطفية المعروضة في برنامج جبر الخواطر بإذاعة تيارت.

النسبة	التكرار	الاستمالات العاطفية
26 %	16	نبرة الصوت
29 %	18	الموسيقى الحزينة
40 %	25	البكاء
5 %	3	نوع الحالة
100 %	50	المجموع

نلاحظ من الجدول السابق أن 40 % من المبحوثين أكدوا أن البكاء هو الذي له تأثير كبير على عواطفهم، ثم يليه الموسيقى الحزينة بنسبة 29 % بينما نجد نبرة الصوت بنسبة 26 % وفي الأخير أقل نسبة 5 يتأثرون بنوع الحالة.

إن الإستمالات العاطفية المعروضة في برنامج جبر الخواطر تلعب دورا كبيرا في التأثير على عاطفة المستمعين فالبكاء والموسيقى الحزينة ونبرة الصوت ونوع الحالة كلها إستمالات عاطفية مثيرة تجعل المستمع يتأثر ويشارك ويتبرع.

الجدول رقم 18: توزيع المبحوثين حسب تأثير أسلوب التخويف حول الحالة المعروضة وأوضاعها المزرية في برنامج جبر الخواطر لإذاعة تيارت .

النسبة	التكرار	البدائل
36%	18	دائما
58%	28	احيانا
8%	4	نادرا
100%	50	المجموع

من خلال الجدول السابق نجد أن نسبة 56% من المبحوثين يتأثرون من حين لآخر بأسلوب التخويف حول الحالة المعروضة وأوضاعها المزرية بينما نجد نسبة 36% من المبحوثين يتأثرون بأسلوب التخويف حول الحالة المعروضة دائما في حين نجد 8% فقط نادرا ما يتأثرون بالحالة المعروضة في البرنامج. يتأثر المستمعون بدرجات متفاوتة بأسلوب التخويف حول الحالة المعروضة في البرنامج، مما يجعلهم يقدمون علي المساعدة ومد يد العون للمحتاج و التبرع.

الجدول رقم 19: توزيع المبحوثين حسب تأثير الإستمالات المنطقية التي يعرضها البرنامج جبر الخواطر لإذاعة تيارت.

النسب	التكرار	الاستمالات المنطقية
24.73%	23	تأثير كلام مقدمة البرنامج
21.50%	20	حديث الحالة الاجتماعية المعروضة
10.75%	10	إتصال المستمعين
22.5%	21	آيات قرآنية
20.43%	19	نقل أحاديث نبوية
100%	93	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن أكبر نسبة هي 24.73% من المبحوثين يتأثرون بكلام مقدمة البرنامج ثم تأتي نسبة 22.5% يتأثرون بالآيات القرآنية، في حين 21.50% يتأثرون بالحالات الاجتماعية المعوزة، بينما 20.43% نقل أحاديث بينما نجد أقل نسبة 10.75% يتأثرون باتصالات المستمعين.

نستنتج من النتائج أن الجمهور والإذاعة يتأثرون بكل الاستمالات المنطقية بنفس الدرجة تقريبا. إن استعمال أو الاعتماد على الإستمالات المنطقية في البرامج الإذاعية وخاصة الخيرية أصبح ضرورة لإقناع الجمهور وتغيير سلوكه.

إن الاعتماد على الاستمالات المنطقية تحقق نجاح وشهرة تمثل هذه البرامج مما يزيد في نسبة الإقبال على المساعدات والتبرع من قبل المواطنين.

الجدول رقم 20: توزيع المبحوثين حسب مساهمة برنامج جبر الخواطر في تفعيل العمل الخيري لإذاعة تيارت.

النسبة	التكرار	البدائل
66%	33	دائما
24%	12	أحيانا
10%	5	نادرا
100%	50	المجموع

من خلال الجدول السابق نجد أن أكبر نسبة 66% من المبحوثين أكدوا على أن برنامج جبر الخواطر بإذاعة تيارت يساهم في تفعيل العمل الخيري بصفة دائمة لتليها أحيانا التي قدرت بنسبة 24% وأخيرا النسبة النادرة التي قدرت 10% يرى أغلب المبحوثين أن برنامج جبر الخواطر له دور كبير في تفعيل العمل الخيري وذلك راجع إلى حالات الاجتماعية المعروضة وإلى الاستمالات العاطفية والدعوة إلى فعل الخير.

الجدول رقم 21: توزيع المبحوثين حسب مساهمتهم في العمل الخيري من خلال برامج العمل الخيري بإذاعة تيارت.

النسبة	التكرار	طريقة المساهمة
10 %	5	تتصل وتشارك
30 %	15	لا تشارك
26 %	13	مساعدة مادية
34 %	17	أخرى
100 %	50	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 34 % يساهمون في فعل العمل الخيري بطرق مختلفة (أخرى) بينما نجد نسبة 26 % يقدمون مساعدات مادية وفي حين تمثل نسبة 10 % المبحوثين الذين يتصلون ويشاركون. تختلف طرق المساهمة في فعل الخير لدى الجمهور التياري وذلك لاختلاف مستوياتهم وإمكانياتهم المادية. إن برنامج جبر الخواطر يعمل على استمالة المستمعين لفعل الخير وترغيبهم في التكافل الاجتماعي فيما بينهم من خلال التبرعات والأعمال الإنسانية، وهذا من خلال المشاركة وتقديم المساعدات المادية.

الجدول رقم 22: توزيع المبحوثين حسب مساهمة إذاعة تيارت في التحسين بالعمل الخيري.

النسبة	التكرار	البدائل
74 %	37	لدرجة كبيرة
24 %	12	متوسطة
2 %	01	ضعيفة
100 %	50	المجموع

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أكبر نسبة 74 % من المبحوثين أكدوا أن الإذاعة تساهم بدرجة كبيرة، فالتحسيس بالعمل الخيري بينما نسبة 24 % الدرجة المتوسطة ثم تكاد تنعدم النسبة الضعيفة 2 %.

يلعب برنامج جبر الخواطر دورا كبيرا في تفعيل عملية التحسين بجمع التبرعات وتقديم المساعدات للمواطنين والمساهمة في رسم البسمة على وجوه المحتاجين.

الجدول رقم 23: توزيع المبحوثين حسب النوايا المستقبلية في متابعة البرامج الخيري لإذاعة تيارت.

النسبة	التكرار	البدائل
82 %	41	تزيد من وقت الاستماع
12 %	06	تقلل من وقت الاستماع
06 %	03	تتوقف نهائيا
100 %	50	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة 82 % من المبحوثين أكدوا على زيادة وقتهم للاستماع لبرامج الخيرية مستقبلا بينما أشارت نسبة 12 % على أنهم سيقبلون في حين نجد نسبة 6 % تنوي مستقبلا التوقف نهائيا في متابعة هذه البرامج.

إن النوايا المستقبلية للمبحوثين في متابعة البرامج الخيرية تزيد يوما بعد يوم وهذا راجع إلى طريقة عرض الحصص الخيرية من جهة والتفاعل المستمر والإعانات التي تزيد ومساعدات الناس حتى لا تبقى في نفس الوضعية الاجتماعية المزرية من جهة أخرى والتقليل منها.

الجدول رقم 24: توزيع المبحوثين حسب استطاعة الإذاعة المحلية تيارت في الإرشاد للقيام بالعمل الخيري.

النسبة	التكرار	البدائل
92 %	46	نعم
08 %	04	لا
100 %	50	المجموع

من خلال الجدول نلاحظ أن 92 % من المبحوثين أكدوا أن الإذاعة المحلية استطاعت الإرشاد للقيام بالعمل الخيري، في حين يرى 8 % أن الإذاعة لم تستطيع فعل ذلك.

إن إذاعة تيارت المحلية تلعب دورا كبيرا في الإرشاد للقيام بالعمل الخيري، من خلال عرض حصص خاصة بالعمل الخيري والأيام المفتوحة للإذاعة المحلية وسيلة إعلامية مهمة لتفعيل العمل الخيري.

من خلال ما تجمعه من مساعدات سواء كانت مادية نقود ثياب، كراسي متحركة، حفاضات وهذا ما يجعل المواطن التياراتي مواظب على الاستماع للإذاعة والمشاركة في هذه الحصص.

الجدول رقم 25: توزيع الباحثين حسب تقييم مدى فهم موضوع العمل الخيري المبرمج في إذاعة تيارت.

النسبة	التكرار	البدائل
60 %	30	كبير
38 %	19	متوسط
2 %	01	ضعيف
100 %	50	المجموع

من خلال الجدول السابق نجد أن أكبر نسبة هي 60 % من الباحثين أكدوا على أن موضوع العمل الخيري مفهوم بينما نجد أقل نسبة للفهم الضعيف للموضوع العمل الخيري قدرت بـ 2 %.

إن موضوع العمل الخيري مفهوم لدى معظم الباحثين مما يزيد في الإقبال على تقديم المساعدات الخيرية من جهة والاستماع إلى مثل هذه البرامج والمشاركة فيها من جهة أخرى.

والعمل الخيري يعد من أهم الأعمال التي يسعى الجمهور التياراتي إلى القيام بها وتعد هذه الأعمال من خصال سكان الولاية.

تحليل السؤال المفتوح : اقتراحات الباحثين لكي ترتقي إذاعة تيارت بالعمل الخير

أكد معظم الباحثين أنه يجب على إذاعة تيارت الإكثار من الحصص الخاصة بالعمل الخيري وزيادة توقيتها لتمكين أكبر عدد ممكن من المستمعين من اجل التفاعل معها والتبرع للحالات الاجتماعية المزرية، في حين يرى بعض الباحثين أن إذاعة تيارت تمكنت من تجسيد العمل التضامني بفضل حصة جبر الخواطر لمقدمته سعاد بالمجاهد.

الجدول رقم 26: علاقة الجنس بالتأثر بالاستمالات الإقناعية:

الجنس		الذكور		الإناث		المجموع
التأثير	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	32	%100	18	%100	50	% 100
لا	0	0	0	0	0	0
مجموع	32	% 100	18	% 100	50	% 100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 100 % سواء ذكور أو إناث يتأثرون دائما بالاستمالات الإقناعية، وهذا ما يؤكد أن كل الجمهور مهتم بالبرامج ومقتنع به والبرنامج يلعب دورا كبيرا في التأثير على الجمهور وجعله يستمع ويشارك.

إن توظيف الاستمالات الإقناعية في أي برنامج خيري قد يجعل كل المستمعين متأثرين به مما يدفعهم إلى المشاركة والإقبال على المساعدة وفعل الخير وتقديم التبرعات المادية.

الجدول رقم 27: علاقة الجنس بالتأثر بالإستمالات الإقناعية.

الجنس		الذكور		الإناث		المجموع
استمالات اقناعية	ك	%	ك	%	ك	%
الثقة في مقدم البرنامج	13	% 5,32	12	% 240	25	% 71,35
الثقة في الحالات المعوزة	11	% 5,27	9	% 30	20	% 57,28
حبك لفعل الخير	16	% 40	9	% 30	25	% 71,35
المجموع	40	% 100	30	% 100	70	% 100

من خلال الجدول السابق نجد أن 40 % من الذكور يتأثرون بالإستمالات الإقناعية بسبب حبهم لفعل الخير، في حين نسبة 5,32 % منهم يتأثرون بمقدمة البرنامج، بينما 5,27 % منهم يتأثرون بنوع الحالات المعوزة نجد عند الإناث تعود أكبر نسبة إلى الثقة في مقدمة البرنامج، بينما تساوي الثقة في الحالات الاجتماعية المعوزة وجب فعل الخير بنسبة 92 %.

أن فعل حب الخير مغروسة في طبيعة المواطن التياراتي ومن أهم سماته عند كل من الرجل والمرأة.

يجب أن يتميز مقدم البرامج الخيرية في الإذاعة في ثقته في نفسه ويمتلك أسلوب إقناعي وجذاب حتى يتمكن من كسب ثقة المستمعين والارتفاع الطفيف.

عند عنصر النساء راجع إلى أن مقدمة البرنامج امرأة وتستخدم استمالات عاطفية وإقناعية فالمرأة سهلة التأثر.

الجدول رقم 28: علاقة المستوى التعليمي بالتأثير بالإستمالات الإقناعية.

المستوى		أمي		ابتدائي		متوسط		ثانوي		جامعي		المجموع	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
2	%100	1	%100	18	%100	10	%100	19	%100	50	%100	2	%100
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2	%100	21	%100	18	%100	10	%100	19	%100	50	%100	2	%100

من خلال الجدول السابق نجد أن كل المبحوثين ومن مختلف المستويات التعليمية، جامعي، ثانوي، متوسط،

ابتدائي، أمي، أكدوا على تأثرهم بالإستمالات الإقناعية المستخدمة في برنامج جبر الخواطر لإذاعة تيارت

يستخدم برنامج جبر الخواطر إستمالات وأساليب إقناعية تؤثر في كل من يستمع إليها.

الجدول رقم 29: علاقة المستوى التعليمي بالتأثر بالإستثمارات الإقناعية التي يعتمد عليها برنامج جبر الخواطر عبر إذاعة تيارت.

المجموع		جامعي		ثانوي		متوسط		إبتدائي		أمي		المستوى
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
35.71%	25	30%	9	54.54%	6	33.33%	8	0	0	50%	2	الإستثمارات الإقناعية
28.57%	20	30%	9	18.18%	2	29.16%	7	100%	1	25%	1	الثقة في مقدمة البرنامج
28.57%	20	30%	9	18.18%	2	29.16%	7	100%	1	25%	1	الثقة في الحالات الاجتماعية المعوزة
35.71%	25	40%	12	27.27%	3	37.5%	9	0	0	25%	1	حبك لفعل الخير
100%	70	100%	30	100%	30	100%	11	100%	24	100%	4	المجموع

من خلال الجدول السابق نجد أن أعلى نسبة 100% سجلت عند المستوى الابتدائي وهي الثقة في الحالة، لتليها نسبة 54,54% وهي الثقة في مقدمة البرنامج عند مستوى المتوسط، بينما نسبة 50% عند الأميين التي تمثل الثقة في المقدمة، بينما نسبة 30% كذلك تؤيد مقدمة البرنامج من المستوى الجامعي، ونسبة 40% تمثل حب فعل الخير عند ذوي المستوى الجامعي، ونسبة 15,37% بالنسبة للمستوى الثانوي.

إن التأثير بالإستمارات الإقناعية التي يعتمد عليها البرنامج يمس كل المستويات ولكن بنسبة متفاوتة إذ نجد أن التأثير بمقدمة البرنامج يحتل المرتبة الأولى لأن مقدمة البرنامج لديها أسلوب خاص لمخاطبة كل المستويات فهي تستعمل كل الأساليب واللهجات لتأثير في المستمع.

وحب فعل الخير هو سمة مطبوعة في نفس كل مواطن وخاصة لذوي الثقافة العالية والمستوى التعليمي العالي لأنهم أكثر دراية بجزء من يفعل الخير عند الله فيقبلون على فعل الخير والتبرع دون تردد. الحالات الاجتماعية المعوزة المعروضة في الحصة وإعطائها الوقت الكافي لتتكلم أثناء البرنامج وشرح حالتها تجعل المستمع يثق فيها ويقدم على فعل الخير والتبرع.

الجدول رقم 30: علاقة المستوى التعليمي بالاستمارات الإقناعية.

المجموع		الضعيف		المتوسط		الجيد		المستوى التعليمي
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	الاستمارات
%100	50	%100	03	%100	19	%100	28	نعم
0	0	0	0	0	0	0	0	لا
%100	50	%100	03	%100	19	%100	28	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن كل المبحوثين من كل المستويات بنسبة 100% أكدوا على أنهم

يتأثرون بالإستمارات الإقناعية التي يعتمد عليها البرنامج.

إن التأثير بالإستمارات الإقناعية لا يشترط مستوى معين وعليه فإن كل شرائح المجتمع بمختلف مستوياتها تتأثر

بالاستمارات الإقناعية المعتمدة من طرف البرنامج فالإنسان بطبعه يتأثر ويؤثر.

لكي يؤثر أي برنامج للفعل الخيري يجب توظيف إستمارات إقناعية التي تؤثر في كل المستويات.

الجدول رقم 31: علاقة المستوى المعيشي بالاستمالات الاقناعية.

المستوى المعيشي		جيد		متوسط		ضعيف		مجموع
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	%
13	32.5%	10	40%	2	40%	25	35.71%	الثقة في مقدمة البرنامج
11	27.5%	07	28%	2	40%	20	28.57%	الثقة في الحالات المعوزة
16	40%	08	32%	01	20%	25	35.71%	حبك لفعل الخير
40	100%	25	100%	05	100%	70	100%	المجموع

من خلال الجدول نجد أن 40% من المبحوثين الذين لديهم مستوى معيشي جيد أكدوا على أن حبهم لفعل الخير يجعلهم يقتنعون لفعل الخير بينما نجد كذلك 40% عند كل من المبحوثين الذين لديهم مستوى معيشي متوسط وضعيف يؤكدون على ثقتهم في مقدمة البرنامج واقتناعهم بما تقوله وتقدمه، في حين 5،32% تؤكد على الثقة في المقدمة للمستوى المعيشي الجيد.

كما نجد كذلك الثقة في الحالات المعوزة متفاوتة بين 40% إلى 5،27% عند مختلف المستويات المعيشية. إن المستوى المعيشي الجيد يجعل الإنسان يحب الخير ويميل إلى التبرع وفعل الخير ويقتنع به وهذا للإمكانيات المادية الجيدة.

إن الثقة التي تمتلكها مقدمة البرنامج يتأثر بها كل المبحوثين بغض النظر عن مستواهم المعيشي، وذلك ما يدفعهم إلى فعل الخير والتبرع كل حسب قدراته.

إن عرض الحالات الحقيقية والمحتاجة تزيد من الاقتناع بفعل الخير والمساعدة.

الجدول رقم 32: بين علاقة الجنس بمساهمة برنامج جبر الخواطر في تفعيل العمل الخيري.

المجموع		الإناث		الذكور		الجنس
%	ك	%	ك	%	ك	تفعيل العمل الخيري
%66	33	%50	9	%75	24	دائما
%24	12	%33.33	6	%18.32	6	أحيانا
%10	5	%16.16	3	%16.25	2	نادرا
%100	50	%100	18	%100	32	المجموع

من خلال الجدول السابق نجد أن 75% من الذكور أكدوا أن برنامج جبر الخواطر يساهم في تفعيل العمل الخيري لديهم بشكل دائم بينما نجد أن نسبة 25% من الإناث أكدت أن برنامج جبر الخواطر يساهم في تفعيل العمل الخيري، بينما نجد أقل نسبة ذكور التي تقول نادرا ما يساهم البرنامج في تفعيل العمل الخيري. أكد معظم الباحثين إناث وذكور أن البرنامج يساهم بشكل كبير في تفعيل العمل الخيري والارتفاع الطفيف عند الرجال لأن الرجل هو المسؤول عن أمور البيت والأمور المالية وكذلك يستطيع التنقل من أجل التبرع للمعوزين.

إن برنامج جبر الخواطر يؤثر على كلا الجنسين

الجدول رقم 33: علاقة المستوى التعليمي بمساهمة برنامج جبر الخواطر عبر إذاعة تيارت في تفعيل العمل الخيري.

المجموع		جامعي		ثانوي		متوسط		إبتدائي		أمي		م التعليمي
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	ت العمل الخيري
% 66	33	%47.38	9	%70	7	%33.33	15	%100	1	%50	1	دائما
%24	12	%36.84	7	%20	2	%11.11	02	0	0	%50	1	أحيانا
%10	05	%15.78	3	%10	1	%5.5	1	0	0	%0	0	نادرا
%100	50	%100	19	%100	10	%100	18	%100	1	%100	2	المجموع

من خلال الجدول السابق نجد أن 100% من أصحاب المستوى الابتدائي يساهم برنامج جبر الخواطر في تفعيل العمل الخيري في حين، 33,33% من الباحثين الذين لديهم المستوى الدراسي المتوسط إذ أكدوا أن برنامج جبر الخواطر يعمل دائما على تفعيل العمل الخيري، ثم تليها نسبة الباحثين الذين لديهم المستوى الدراسي الثانوي بنسبة 70% بينما نجد 47% من الباحثين ذوي المستوى الجامعي، بينما مساهمة 'أحيانا' تأتي في المرتبة الثانية بأعلى نسبة 50% سجلت عند الأميين 36.84% عند الباحثين الذين لديهم مستوى جامعي، بينما صفة 'نادرا' بلغت أعلى نسبة 15% عند المستوى الجامعي وأقل نسبة 0% عند المستويين الابتدائي والامي.

إن ذوي المستوى التعليمي المحدود يلجؤون دائما إلى الوسائل الإعلامية للاطلاع على كل المعلومات وتتبع البرامج الإذاعية والتعرف على نجاحها وذلك لأن الإذاعة وسيلة إعلامية تخاطب الجاهل والمتعلم وتوصل الرسالة لكل المستويات، بينما الذين لديهم مستويات جامعية ودراسات عليا إضافة إلى الإذاعة يحصلون على معلومات من مصادر أخرى، فالمستمعين يرون أن البرنامج يعمل دائما على تفعيل العمل الخيري رغم اختلاف مستوياتهم التعليمية.

الجدول رقم 34: علاقة المستوى المعيشي بمساهمة برنامج جبر الخواطر في التفعيل الخيري.

المستوى المعيشي		جيد		متوسط		ضعيف		مجموع	
تفعيل العمل الخيري		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
دائما		17	71.60%	15	94.78%	1	33.13%	33	66%
أحيانا		8	57.28%	3	78.15%	1	33.13%	12	24%
نادرا		3	71.0%	1	26.5%	1	33.13%	5	10%
مجموع		28	100%	19	100%	3	33.13%	50	100%

من خلال الجدول السابق نجد أن 94.78% من ذوي المستوى المعيشي المتوسط أكدوا بأن البرنامج يساهم في تفعيل العمل الخيري، في حين 71,60% من ذوي المستوى المعيشي الجيد أكدوا بان البرنامج له دور كبير في تفعيل العمل الخيري.

بينما نجد نسبة أحيانا تمثل 57,28% عند المستوى الجيد و 78,15% عند ذوي المستوى المتوسط، في حين تتساوى كل النسب ب 33,13% عند ذوي المستوى المعيشي الضعيف.

إن الإقبال على فعل الخير لا يحتاج إلى مستوى معيشي معين فالكل يستطيع ان يساهم بالقدر الذي يستطيع،
 فبرنامج جبر الخواطر يؤثر بشكل كبير في تفعيل العمل الخيري عند مختلف المستويات المعيشية.

الجدول رقم 35: علاقة الجنس بمدى الفهم لموضوع العمل الخيري.

المجموع		إناث		ذكور		الجنس
%	ك	%	ك	%	ك	مدى الفهم
%60	30	%50	9	%65.62	21	كبير
%38	19	%50	9	%31.25	10	متوسط
%02	1	00	0	%02	1	ضعيف
%100	50	%100	18	%100	32	مجموع

من خلال الجدول السابق نجد أن 65.62% من المبحوثين من الذكور أكدوا على فهمهم الكبير للعمل الخيري، في حين نجد 50% من الإناث أكدن على مدى فهمهن المتوسط لموضوع العمل الخيري في حين نسبة 50% الأخرى أكدن على فهمهن الجيد، بينما 02% من الذكور فهمهم ضعيف للعمل الخيري.
 إن معظم المبحوثين من كلا الجنسين لديه مقدرة على فهم موضوع العمل الخيري بدرجة كبيرة، والارتفاع الطفيف عند الذكور يعود إلى أن الذكور هم من يقبلون على التبرعات والبحث عن الحالات المعوزة مما يجعلهم أكثر فهم لهذا الموضوع والمشاركة فيه سواء ماديا أو معنويا.

الجدول رقم 36: علاقة المستوى التعليمي بمدى فهم لموضوع العمل الخيري.

المجموع		الجامعي		الثانوي		المتوسط		الابتدائي		الأميين		الجنس
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	مدى الفهم
%60	30	%47.36	09	%40	04	%83.33	15	%100	1	%50	01	كبير
%38	19	%52.36	10	%50	05	%16.66	03	0	0	%50	01	متوسط
%02	1	0	0	%10	01	0	0	0	0	0	0	ضعيف
%100	50	%100	19	%100	10	%100	18	%100	1	%100	02	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن 83.33% من الباحثين من المستوى الدراسي المتوسط أكدوا على فهمهم بدرجة كبيرة لموضوع العمل الخيري، في حين 47.36% من ذوي المستوى الجامعي يستوعبونه، بينما 40% من ذوي المستوى الثانوي أكدوا كذلك على فهمهم للعمل الخيري بدرجة الكبيرة، 52.36% من المستوى الجامعي يؤكدون على فهمهم المتوسط، في حين نسبة 50% من المستوى الثانوي كذلك يرون أن فهمهم متوسط للعمل الخيري.

لتأتي نسبة الفهم ضعيف بنسبة 10% عند المستوى الثانوي، بينما نجد مستوى المبحوث من العينة لديه مستوى ابتدائي أكد على الفهم الجيد وكذلك لدينا مبحوثين من المستوى الأمي أحد أكد الدرجة الكبيرة والآخر لدرجة المتوسط.

إن فهم موضوع العمل الخيري واستيعابه لا يحتاج إلى مستوى تعليمي عالي فكل المستويات تقريبا أكدت على درجة الفهم الكبير، بالدرجة الأولى بالإضافة إلى الفهم المتوسط في بعض الحالات.

إن تلهف المستمعين إلى المشاركة في العمل الخيري وتقديم التبرعات والمساعدة تجعلهم يطوفون إلى فهم موضوع العمل الخيري مما يزيد في تفعيله.

الجدول رقم 37: علاقة المستوى المعيشي بمدى فهم موضوع العمل الخيري برنامج جبر الخواطر.

المستوى المعيشي	جيد		متوسط		ضعيف		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مدى الفهم كبير	18	64.28%	10	52.36%	2	66.66%	30	60%
متوسط	09	32.14%	09	47.36%	01	33.33%	19	38%
ضعيف	01	3.57%	0	0%	0	0%	1	2%
المجموع	28	100%	19	100%	03	100%	50	100%

من خلال الجدول أعلاه نجد أن 64.28% من الباحثين من المستوى المعيشي الجيد أكدوا على الفهم الكبير لموضوع العمل الخيري، لتليها نسبة 66.66% من المستوى المعيشي الضعيف تؤكد كذلك على الفهم الكبير لموضوع العمل الخيري.

بينما نسبة 52.63% من المبحوثين الذين لديهم مستوى معيشي متوسط أكدوا فهمهم لموضوع العمل الخيري بدرجة كبيرة في حين نجد نسبة 47.36% 33.33% 32.14% لديهم فهم متوسط لموضوع العمل الخيري في المستوى المتوسط، ضعيف، الجيد، بالترتيب بينما نجد أن نسبة 3.57% من المستوى الجيد يتميزون بفهم ضعيف لموضوع العمل الخيري.

من خلال النتائج نجد أن أصحاب المستوى المعيشي الجيد هم أكثر المبحوثين فهما لموضوع العمل الخيري كلما زاد المستوى المعيشي كلما زاد الفهم الكبير لموضوع العمل الخيري وهذا ما يؤكد أن من لديهم مستوى معيشي جيد يقبلون على التبرع والفهم بدرجة كبيرة يدفع للتقدم يد العون لأخيه المحتاج.

مناقشة الفرضيات:

مناقشة الفرضية الأولى:

بعد تحليلنا لجداول المحور الأول، توصلنا إلى نتائج وهذه النتائج أكدت على كثافة استخدام الإذاعة المحلية بشكل منتظم ومتابعة برنامج جبر الخواطر بصفة دائمة، وعليه فقد تمكنا من إثبات الفرضية الأولى المتمثلة في متابعة مستمعي إذاعة تيارت لبرنامج جبر الخواطر بشكل منتظم للتعرف على الحالات المزرية ومساعدتها وعليه فإن دراستنا تتطابق مع نظرية الإستخدامات والإشباع إذ نجد أن جمهور إذاعة تيارت يستخدم الإذاعة المحلية بشكل مكثف ويختار برنامج جبر الخواطر من أجل إشباع حاجاته ورغباته في العمل الخيري ومشاركته في تقديم المساعدات والتبرع فهو يستخدم الإذاعة المحلية وينتقي برامجها من أجل إشباع رغباته وحاجاته.

مناقشة الفرضية الثانية:

بعد تحليلنا لجداول المحور الثاني توصلنا إلى نتائج، وهذه النتائج أسفرت أغلبها على كل المستمعين يتأثرون بالإستimalات الإقناعية والعاطفية والمنطقية (البكاء، الثقة في مقدم البرنامج، آيات قرآنية حول الصدقة ... إلخ) التي يستعملها برنامج جبر الخواطر والتي تثبت صحة فرضيتنا المتمثلة في تأثير الإستimalات العاطفية والإقناعية والمنطقية المستعملة في البرنامج، وعليه دراستنا تتطابق مع نظرية الإستخدامات والإشباع إذ نجد الجمهور يميل إلى الوظيفة التي تقدمها الإذاعة وهي التعبير عن القيم، فالبرنامج يعكس القيم السائدة المتمسك بها المواطن التياراتي وهي حبه لفعل الخير والإقدام على المساعدة وذلك بالإستعانة بالإستimalات العاطفية والإقناعية والمنطقية بالإضافة إلى الوظيفة المعرفية التي يقدمها البرنامج من خلال عرض الحالات الحقيقية للتعريف بها.

مناقشة الفرضية الثالثة:

بعد تحليلنا لجدول المحور الثالث، توصلنا إلى نتائج ولقد أكدت هذه النتائج على أن برنامج جبر الخواطر الذي يثبت في إذاعة تيارت يساهم بدور كبير في تفعيل العمل الخيري وذلك من خلال التحسيس والإرشاد لفعل الخير، وعليه فقد تمكنا من إثبات الفرضية التالية المتمثلة في مساهمة برنامج جبر الخواطر عبر إذاعة تيارت المحلية في تفعيل العمل الخيري لدى المستمعين ولقد تطابقت فرضيتنا مع نظرية الإستخدامات والإشباعات وذلك من خلال الفهم العميق لبرنامج جبر الخواطر بإذاعة تيارت. وكذلك يستخدمون الوسيلة الإعلامية التي هي إذاعة تيارت وبرنامج جبر الخواطر من الدوافع معرفة العمل الخيري وفهمه والمشاركة فيه.

فدافع إستخدامهم للإذاعة المحلية هي التعرف على الحالات المزرية والتفاعل مع الحصة ومساعدة الحالات الإجتماعية المحتاجة، فالجمهور يستخدم الوسيلة فيؤثر فيه ويؤثر فيها وذلك من خلال الإقبال على المشاركة فيه والإتصال بالحصة وإبداء الرأي له دور كبير في تغيير سلوكيات الفرد وهذا ما تعمل عليه إذاعة تيارت.

نتائج الدراسة:

- إن جمهور إذاعة تيارت جمهور غير متجانس ومتفاوت في مستويات التعليمية (أمي، ابتدائي، متوسط، ثانوي، جامعي)
- الإذاعة وسيلة إعلامية لا تزال أكثر استماعا ولديها جمهور خاص وعريض فهي وسيلة تحتاج إلى عناية خاصة.
- الإذاعة المحلية تعمل على التغلغل في أوساط المستمعين وذلك من خلال البرامج الهادفة التي تبثها ومن بينها برنامج جبر الخواطر.
- يعمل برنامج جبر الخواطر على تحسيس المستمعين بتفعيل العمل الخيري مما يدفعهم إلى مساعدة الحالات المعروضة في البرنامج.
- لا يمكن لأي برنامج أن ينجح دون الاعتماد على التناسق مع قيم المستمعين وهذا ما عمله عليه المقدمة ببرنامج جبر الخواطر لذلك تحظى بثقة كبيرة، حيث تقوم بالحث على روح التعاون والمساعدة والتكافل.
- إن تفعيل العمل الخيري يتطلب الاعتماد على الإستمالات العاطفية (نبرة الصوت، البكاء، موسيقى حزينة، نوع الحالة) والمنطقية (تأثير كلام مقدمة البرنامج، حديث الحالة الاجتماعية المعروضة، اتصالات المستمعين، آيات قرآنية، نقل أحاديث نبوية)، الإقناعية (ثقة في مقدم البرنامج، الثقة في الحالات المعروضة، حبك لفعل الخير)، واختيار المذيع المناسب لتقديم البرامج الخيرية.

- تختلف طرق المساهمة في فعل الخير لدى المجتمع التياراتي وذلك باختلاف مستواياتهم وإمكاناتهم المادية .
- برنامج جبر الخواطر يعمل على استمالة المستمعين لفعل الخير وترغيبهم في التكافل الاجتماعي فيما بينهم من خلال التبرعات والأعمال الإنسانية .
- تلعب الإذاعة المحلية دورا كبيرا في إرشاد المستمعين لفعل الخير وجعل درجة الفهم كبيرة لموضوع العمل الخيري.
- إن برنامج جبر الخواطر يعمل على التحسيس والترسيخ لموضوع العمل الخيري عند المستمعين .
- يلعب برنامج جبر الخواطر دور كبير في تفعيل العمل الخيري .

خاتمة

خاتمة:

حاولنا من خلال هذه الدراسة التعرف على دور إذاعة تيارت المحلية في تفعيل العمل الخيري من خلال برنامجها جبر الخواطر لدى المستمعين من خلال الإمام بأهم محطاته من خلال فصول دراستنا النظرية والميدانية لأهمية العمل الخيري للفرد والمجتمع، فالهدف العام والأعلى منه هو حيوية الجماهير وفعاليتها أتحاه هذه المواضيع التي تبثها في برامجها الإعلامية الخيرية، لذلك يؤخذ مؤشر الحكم على مدى تقدم الشعوب وإبراز الصورة الإنسانية للمجتمع وتدعيم التكافل بين الناس وتأكيد لحمة التماسك الوطني وما يعود عليه بالنفع والخير للفرد والمجتمع، فالعمل الخيري التطوعي، يشعر الفرد بالراحة النفسية وتحقيق الأجر والثواب من الله من خلال المشاركة وتقوية الانتماء الوطني بين الأفراد .

تبقى الإذاعة المحلية من بين أهم الوسائل الإعلامية التي تتميز بخصائصها ووظائفها لزيادة فاعليتها ولبناء صورة ذهنية جيدة لها عند جمهورها، حيث إن الإذاعة المحلية تساعد على تنمية الشعور بالمسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع المحلي والإثارة الرأي العام المحلي بقضايا ومشاكل المجتمع المحلي حتى تجعله متجاوبا ومتفاعلا مع مشاريع التنمية والخدمات، كما تعد الإذاعة المحلية وسيط بين الرأي العام المحلي والسلطة، تهدف لخدمة أفراد المجتمع وإرضائهم.

لقد استطاعت إذاعة تيارت المحلية أن تفرض مكانتها بين باقي الإذاعات المحلية فهي تعمل جاهدة على مواكبة المستجدات وتغطية مختلف الأحداث والنشاطات عبر تراب الولاية رغبة في تحقيق إشباع جمهورها في شتى المجالات، وتقديم خدمة عمومية، خاصة في المجال الخيري بتعزيز قيم التضامن والتكافل الاجتماعي وتقوية الروابط الدينية وتغيير السلوكيات السلبية، كما تعمل على جعل مستمعيها على إطلاع تام ودراية كاملة بكل ما يجري في ولاياتهم من أحداث ووقائع من خلال برامجها الثرية والمتنوعة التي تلي رغباتهم، كما تعمل على دعم القيم الشخصية وأنماط السلوك المقبولة من صدق وإخلاص وتعاون وغيرها من القيم السامية.

وفي الختام يمكننا القول بأن وسائل الإعلام ومنها الإذاعة المحلية تعمل وتساند في تفعيل العملية التنموية من خلال تسليط الضوء على زاوية العمل الخيري ومحاولة إعطاء دفعة قوية في المجتمع من خلال ما اشرفنا إليه سلفا، وختاما نأمل أن تكون هذه الدراسة بشقيها النظري والتطبيقي استطاعت إثارة اهتمام وسائل الإعلام بهذه الظاهرة الفاعلة التي تخدم المجتمع وإعطاء صورة موضوعية ولو بجزء بسيط في خدمة هذا الموضوع أو بعض جوانبه وبشكل يجعلنا نعطي أكثر اهتماما لهذه المواضيع والحصص والأخذ بها مما يجعل المتابع والمستمع يستفيد من كل المجالات

توصيات:

- القيام بمزيد من الدراسات والبحوث حول القيام بالإعمال الخيرية وكيفية معالجتها من خلال وسائل الإعلام الأخرى.
- تحديد الأهداف المرجوة من العمل الخيري.
- تحديد المتطلبات والخدمات الضرورية التي يحتاجها العمل الخيري.
- الاهتمام أكثر بالجانب الإعلامي ومدى مساهمته في بناء جسر التكافل والتضامن الاجتماعي.
- توظيف الوسائط الإعلامية المختلفة على تشجيع الأعمال الاجتماعية الخيرية
- زرع حب عمل الخير الاجتماعي في أوساط المجتمع.
- ضرورة القيام بدراسات ميدانية حول مساهمة الإذاعة في حل مشاكل الأسر المحتاجة في الوسط المحلي.
- الاستفادة من وسائل الإعلام لنشر الوعي للأعمال الخيرية من خلال الندوات والحوارات
- تكريم المتميزين في العمل الاجتماعي التطوعي الخيري.
- تشجيع الجمعيات الخيرية.
- كيفية إدارة المشاريع الخيرية ودراسة حالات ومشاكل اجتماعية واتخاذ القرارات المناسبة (مثل الإسكان الخيري).

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المراجع

أ: الكتب:

1. حسان هشام، منهجية البحث العلمي، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، ط2، 2007، ص97.
2. حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار، الإذاعة في القران الحادي والعشرين، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 2008.
3. حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 1998.
4. عبد الدائم عمر حسن، الكتابة والإنتاج الإذاعي بالراديو، دار الفرقان للنشر، عمان، 1998.
5. عبد المجيد شكري، فنون الراديو في ضوء متغيرات العصر، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1995.
6. محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، ط2، 1999.
7. منال هلال المزهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2012.
8. موريس اجلوس، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية تدريبات علمية، تر: صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر، ط2، 2006.
9. نسمة احمد البطريق، عادل عبد الغفار، "الكتابة في الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2000.
10. وهي ابراهيم بوجمعة، الخبر الإذاعي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985.

ب: المجلات:

11. خضير رشيد، دور الإذاعة المحلية وأهميتها في تنمية المجتمع المحلي، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، المجلد 4، العدد 1، 2016.
12. زنقي عائشة، محمداتني شهرزاد، الدور الإقتصادي والإجتماعي للعمل الخيري التطوعي، حالة الوقف في ماليزيا، مجلة الإجتهد للدراسات القانونية والإقتصادية، جامعة أدرار، مجلد 07، العدد04، 2018.
13. طاهري لخضر العيد، أهمية وظائف الإذاعة المحلية في الجزائر، مجلة الحوار الثقافي، جامعة زيان عاشور الجلفة، المجلد 09، العدد 2، 2020.

14. غادة بنت عبد الرحمان الطريف، إسهام برامج العمل الخيري في تحقيق التنمية المستدامة، مجلة أفاق للعلوم، جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمان المملكة العربية السعودية، جامعة الجلفة، العدد 11، 2018.
15. فرحانة شكرود، العمل الخيري ودوره في الإصلاح المجتمعي وتعزيز التنمية المجتمعية، مجلة العلوم الإسلامية والحضارة جامعة سيدي محمد بن عبد الله سايس فاس المغرب، المجلد 5، العدد 01، 2020.
16. قدوري عبد القادر، الإذاعة المحلية الجزائرية ودورها الإخباري والتوعوي، مجلة الدراسات والبحوث الإجتماعية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، المجلد 8، العدد 3، 2017.
17. قدوري عبد القادر، الإذاعة المحلية الجزائرية ودورها الإخباري والتوعوي مجلة الدراسات والبحوث الإجتماعية، جامعة حمة لخضر الوادي، العدد 24، 2014.
18. مباركي إبتسام، مدخل للإعلام الخيري، المفهوم والدور، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، تلمسان، المجلد 2، العدد 6، 2018.
19. محمدي خيرة . بحري خولة، ممارسة العمل التطوعي الخيري عبر مواقع الشبكات الإجتماعية دراسة وصفية تحليلية لصفحة الفايسبوك، الجمعيات الخيرية في الجزائر، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، جامعة الجزائر 3، المجلد 4، العدد 02، 2020.
20. وحياني نزيهة، آليات تفعيل الإعلان الخيري عبر الإذاعة والتلفزيون الإعلان الخيري في الجزائر، مجلة البدر، جامعة بشار، المجلد 10، العدد 06، 2018.
21. وليدة حدادي، دور الإعلام المحلي في بناء الأمن الهوياتي في المجتمع الجزائري، الإذاعة المحلية نموذجاً، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية، جامعة محمد لمين دباغين سطيف، مجلد 04، عدد 2، ديسمبر 2018.
22. يوسف القرضاوي، خصائص العمل الخيري في الإسلام، مجلة العالمية، الكويت، العدد 221، 2008.
23. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 14، 03-04-1990.

ج: الاطروحات:

24. بغدادي خيرة، برامج الإذاعة الجزائرية وعلاقتها بالواقع الإجتماعي، دراسة مقارنة بين القناة الأولى والثانية، قدمت هذه الرسالة إستكمال المتطلبات الحصول على درجة ماجستير في علم الإجتماع، كلية العلوم الإجتماعية، قسم علم الإجتماع، جامعة الجزائر، 2001، 2000.
25. رشيد فريح، الإذاعة الجزائرية بين الخدمة العمومية والتوجه التجاري، دراسة حالة القناة الأولى، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في تخصص تسيير المؤسسات الإعلامية، جامعة الجزائر، 2008-2009.

26. زهرة بلحاجي، الإذاعة الوطنية الجزائرية وتحقيق مبدأ الحق في الإعلام، نموذج القناة الأولى والثانية، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في تخصص الإعلام، جامعة يوسف بن خدة الجزائر، 2007/2006.

27. لعرايب نواره، دور برنامج (اليد في اليد) في نشر قيم التكافل الاجتماعي، قناة الخبر نموذجاً دراسة ميدانية على عينة من الجمهور الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص إتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد بوضياف مسيلة، 2015-2016.

28. مريم بعلول، يمينة رزوق، دور الإذاعة المحلية في ترسيخ الهوية الثقافية دراسة في الاستخدامات والإشباع على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال"، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص إتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2015-2016.

04 المواقع:

29. أكاديمية BTS ما هو البحث المسحي supporti@bts a cadeng . Co m، تكنولوجيا التعليم مجتمع البحث 2016/08/9 .fm. Facebook.Compemalik

30. عثمان أبو زيد عثمان، الاعلام والعمال الخيري، ورقة عمل قدمت الى ندوة العمل الخيري والتطوعي في إفريقيا، بجامعة إفريقيا العالمية، رجب 1429 هـ /يوليو 2008 م، الخميس يوليو 2011/23، 5.28، من طرف إدارة الموقع، .abuzaid.yoo7.cim/t71-topi

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابن خلدون تيارت

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

تخصص علوم الإعلام والاتصال

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر تخصص إتصال والعلاقات عامة

الموسومة بـ:

دور الإذاعة المحلية في تفعيل العمل الخيري

دراسة ميدانية على عينة من مستمعي برنامج "جبر الخواطر" بإذاعة تيارت

إعداد الطلبة

تحت إشراف الأستاذ:

د.بن عودة موسى

➤ دحو مريم

➤ بن أحمد ياسين

➤ بوعزة بسطة

نرجو تعاونكم في ملئ الاستبيان المرفق بغرض البحث العلمي وستكون معلوماتكم في غاية السرية لأغراض البحث العلمي فقط.

ملاحظة: اقرأ بعناية مجموعة الأسئلة، نرجوا الإجابة بتأني، يرجى وضع العامة (X) في المكان المناسب أو ملئ الفراغ الموجود، وفي الأخير نشكركم مسبقا على مساهمتكم القيمة في إثراء هذه الدراسة.

الملحق رقم 01: الإستمارة

يرجى وضع إشارة (X) داخل المربع الذي يعبر عن إجابتك

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2- السن: من 10 سنة إلى 30 سنة من 31 سنة إلى 41 سنة
- من 42 سنة إلى 52 سنة أكثر من 52 سنة

3- المستوى التعليمي: بدون مستوى

- إبتدائي متوسط ثانوي جامعي

4- المستوى المعيشي:

- جيد متوسط ضعيف

المحور الأول: عادات ودوافع متابعة برنامج جبر الخواطر لدى مستمعي إذاعة تيارت

5- ما هي فترات استماعك لإذاعة تيارت:

- صباحا مساء معا

6- ما هي البرامج التي تفضلها:

- تثقيفية ترفيهية إخبارية إجتماعية دينية أخرى

7- هل تتابع برنامج جبر الخواطر؟

- دائما أحيانا نادرا

8- هل توقيت بث البرنامج مناسب؟

- نعم لا

9- كم من الوقت الذي تقضيه في الإستماع إلى برنامج العمل الخيري في إذاعة تيارت المحلية عادة؟

- أقل من ساعة أكثر من ساعة من ساعة إلى ساعتين

10- هل لغة تقديم البرنامج مفهومة؟

- نعم لا

11- هل تستمع برنامج جبر الخواطر حتى نهايته؟

- دائما أحيانا نادرا

12- هل ساهم برنامج جبر الخواطر في ترسيخ لعمل الخيري لديك؟

نعم لا

13- هل هناك دوافع اتصالية تجعلك تستمع لحصة جبر الخواطر لفعل الخير بإذاعة تيارت؟ (اختيار أكثر من

إجابة) الإستماع لآراء الشخصيات الفاعلة في الحصة؟

إبداء الرأي التوصل مع المذيع

14- هل برنامج جبر الخاطر له أثر على نفسك؟

دائماً أحياناً نادراً

المحور الثاني: الإستثمارات الإقناعية التي يعتمد عليها برنامج جبر الخواطر للتأثر على مستمعي إذاعة تيارت.

15- هل ساهم برنامج جبر الخواطر عبر إذاعة تيارت في إتباعك للقيام بالعمل الخيري؟

نعم لا

- إذا كانت إجابتك بنعم فما هي الأساليب التي تؤثر فيك:

الثقة في مقدم البرنامج الثقة في حالات المعوزة حبك لفعل الخير

16- ما هي الإستثمارات العاطفية المعروضة في برنامج جبر الخواطر كان لها تأثير عليك؟

نبرة الصوت موسيقى حزينة البكاء نوع الحالة

17- هل أساليب التخويف حول الحالة المعروضة وأوضاعها المزرية كان لها تأثير فيك؟

دائماً أحياناً نادراً

18- ما هي الإستثمارات المنطقية التي كان لها تأثير عليك في البرنامج؟

تأثير كلام مقدم البرنامج حديث الحالة الاجتماعية المعروضة للمستمعين آيات القرآنية حول الصدقة

نقل أحاديث نبوية

المحور الثالث: مساهمة برنامج جبر الخواطر الحالة عبر إذاعة تيارت في تفعيل العمل الخيري لدى المستمعين؟

19- هل ساهم برنامج جبر الخواطر عبر إذاعة تيارت في تفعيل العمل الخيري لدى المستمعين في ولاية تيارت؟

دائماً أحياناً نادراً

20- كيف ساهمت في العمل الخيري من خلال البرنامج؟

تتصل وتشارك لا تشارك مساعدة مادية أخرى

21- هل تساهم إذاعة تيارت المحلية في زيادة التحسس بالعمل الخيري لديك؟

لدرجة كبيرة متوسط ضعيف

22- هل تنوي مستقبلاً أن:

تزيد من وقت استماعك للبرنامج الخيري تقلل من الإستماع تتوقف نهائياً

23- هل استطعت إذاعة تيارت المحلية إرشادك للقيام بالعمل الخيري؟

نعم لا

24- هل تستطيع تقييم مدى فهمك لموضوع العمل الخيري المبرمج في إذاعة تيارت المحلية؟

كبير متوسط ضعيف

25- ماذا تقترح لترتقي إذاعة تيارت بالعمل الخيري؟

.....

.....

.....

- صدق الاستبيان:

بعد إعداد استبيان أ ولي عرضناه على الأستاذ المشرف وقد أدلى بعض الملاحظات وقمنا بتعديل ما يجب تعديله، ثم تم عرضها على أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال من أجل تحكيمه.

الأستاذ:

- الدكتور "بن عودة بلقاسم" أستاذ في قسم العلوم الإنسانية " بجامعة ابن خلدون ولاية تيارت.
- الدكتورة "حاسي مليكة" أستاذة في قسم العلوم الإنسانية " بجامعة ابن خلدون ولاية تيارت.

وقد اتفق الأساتذة على أغلب المحاور مع توجيه بعض الملاحظات وتعديل وضبط صيغة بعض الأسئلة وزيادة بعض الاختيارات في الأسئلة الأخرى وتم أخذ تلك الملاحظات بعين الاعتبار، وعدل الاستبيان.

- الأستاذ دريدي عبد القادر "أستاذ محاضر بقسم علوم الإعلام والاتصال" بجامعة بشار.

التسمية: إذاعة تيارت الجهوية

الموقع: تقع إذاعة تيارت الجهوية في وسط مدينة تيارت

المقر: مساحته 2م460 مبنية.

مكونات المقر: استديو البث، استديو التسجيل، قاعة تركيب، قاعة تحرير، مكاتب إدارية، مرآب.

تاريخ الإنشاء: أنشئت إذاعة تيارت الجهوية في 1998/10/25 م.

المدير: الصديق بوخروبة

عدد العمال: 01+40=06 صحافيين -06 منشطين - 04 مخرجين -03 مهندسين -03 تقنيين -01 مهندس في الإعلام الألى -02 إداريين -01 مكلفة بالإشهار -06 أعوان أمن -03 سائقين -02 ضابط أمواج -02 مكلفين بالأرشفيف -01 عون نظافة.المتعاونين:02
المراسلين:03

حاضرة السيارات: 02 كيا + 01 تويوتا + 01 كروز +01 مرسيدس (استوديو متنقل).

الهاتف: 046.41.62.34/ 046.41.62.32

الفاكس: 046.41.62.27.

البريد الإلكتروني: Radiotiaret@Gmail.Com

TWITER/RADIOTIARET/FACEBOOK/ RADIOTIARE

تطور الحجم الساعي للبث منذ تاريخ إنشاء الإذاعة

من 09.00 إلى 13.00 يوميا (1998/10/28) إلى 2000/10/25.

من 08.00 إلى 17.00 يوميا (2000/10/26) إلى 2006/07/01

من 08.00 إلى 20.00 يوميا (2006/07/02) إلى 2007/06/24.

من 08.00 إلى 23.00 يوميا (2007/06/25) إلى 2008/02/09.

من 07.00 إلى 23.00 يوميا (2008/02/10) إلى 2008/06/21.

من 07.00 إلى 20.00 يوميا (من 2011 إلى يومنا هذا).

الربط مع القنوات الوطنية:

20.00 سا - 23.00 سا الإذاعة الثقافية.

23.00 سا - 00.00 سا القناة الأولى

00.00 سا - 02.00 سا إذاعة القران الكريم.

02.00 سا - 05.00 سا القناة الأولى

05.00 سا - 06.55 سا إذاعة القران الكريم

06.55 سا - 20.00 انطلاق البث اليومي للإذاعة تيارت.

الموجة: يمكن التقاط برامج إذاعة تيارت الجهوية على الموجة FM 92.5 وعبر الموقع

الإلكتروني www.Radiotiaret.Dz

مجال التغطية

1 مجال التغطية

المنطقة	جهاز البث
تيارت	جهاز البث: Fm متعدد الاتجاهات القوة: 2.5 كيلوواط الذبذبة: 92.5
فرندة + سيدي عمر (شمال غرب مدينة تيارت)	جهاز البث F (réémetteur frenda) متعدد الاتجاهات القوة: 100 واط الذبذبة: 104.1
عين الذهب + نعيمة + السوقر (جنوب مدينة تيارت)	جهاز البث: Fm (réémetteur djebelNador) أحادي الاتجاه القوة: 100 واط الذبذبة: 98.4
الرصفة + عين كرمس (غرب مدينة تيارت)	جهاز البث Fm (réémetteur rosfa) أحادي الاتجاه القوة: 50 واط الذبذبة: 100.3

فهرس المحتويات

ملخص الدراسة	4
شكر	4
الإهداء	4
الإهداء	4
مقدمة..... أ	4

الإطار المنهجي

1. إشكالية الدراسة:	4
2. تساؤلات الدراسة	4
3. فرضيات الدراسة:	4
4. أسباب إختيار الموضوع	5
5. أهمية الدراسة	5
6. أهداف الدراسة:	6
7. المنهج الدراسة:	6
8. مجتمع البحث	6
9- عينة ومعاينة الدراسة:	7
10. أدوات الدراسة:	7
11. الحدود الدراسة الزمانية والمكانية	7
12. تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة:	7
13. الدراسات السابقة	11
14- الخلفية النظرية للدراسة	15
15- صعوبات الدراسة:	21

الفصل الأول: الإذاعة المحلية

تمهيد	23
المبحث الأول: مفهوم الإذاعة المحلية وخصائصها:	24

24	1. مفهوم الإذاعة المحلية
24	2. خصائص الإذاعة المحلية
28	المبحث الثاني: وظائف وأهداف الإذاعة المحلية:
28	1- وظائف الإذاعة المحلية:
31	12- الوظيفة الإخبارية والتوعوية للإذاعة المحلية:
32	2- أهداف الإذاعة المحلية
34	المبحث الثالث: نشأة الإذاعات المحلية في الجزائر.
34	الإذاعة الفرنسية في الجزائر:
34	الإذاعة الجزائرية:
38	دفتير الشروط العام الخاص بتنظيم البث الإذاعي:
40	خلاصة الفصل

الفصل الثاني: الإعلام الخيري

42	تمهيد
43	المبحث الأول: مفهوم العمل والإعلام الخيري
43	1- مفهوم العمل الخيري:
44	2- مفهوم الإعلام الخيري:
46	المبحث الثاني: دور الإعلام الخيري.
46	تمهيد
46	دور الإعلام الخيري
48	المبحث الثالث: الإعلام والعمل الخيري
48	1- الإعلام والعمل الخيري:
49	2- الإعلام وثقافة العمل الخيري:
50	خلاصة الفصل

الجانب التطبيقي

52	تمهيد
----	-------

53	تحليل البيانات الأولية ووصف العينة.....
76	مناقشة الفرضيات:
76	مناقشة الفرضية الأولى:
76	مناقشة الفرضية الثانية:
77	مناقشة الفرضية الثالثة:
77	نتائج الدراسة:
80	خاتمة
81	توصيات
	قائمة المصادر والمراجع.....
	الملاحق
	فهرس المحتويات
	قائمة الجداول

قائمة الجداول

53	توزيع الأفراد حسب متغير الجنس أو النوع	01
53	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	02
54	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	03
55	توزيع أفراد العينة حسب المستوى المعيشي.	04
55	توزيع المبحوثين حسب فترات الاستماع لإذاعة تيارت	05
56	توزيع المبحوثين حسب البرامج المفضلة لإذاعة تيارت.	06
56	توزيع المبحوثين حسب متابعة برنامج جبر الخواطر لإذاعة تيارت	07
57	توزيع المبحوثين حسب ملائمة توقيت بث برامج جبر الخواطر لإذاعة تيارت.	08
57	توزيع المبحوثين حسب مدة الوقت الذي يقضيه في الاستماع إلى برامج العمل الخيري لإذاعة تيارت.	09
58	توزيع المبحوثين حسب ملائمة أو فهم للغة تقدم البرنامج جبر الخواطر لإذاعة تيارت.	10
58	توزيع المبحوثين حسب الاستماع لبرنامج جبر الخواطر لإذاعة تيارت حتى النهائية.	11
59	توزيع المبحوثين حسب مساهمة برنامج جبر الخواطر في ترسيخ العمل الخيري لديهم.	12
59	توزيع المبحوثين حسب الدوافع الاتصالية التي تجعلهم يستمعون لحصة جبر الخواطر لإذاعة تيارت.	13
60	توزيع المبحوثين حسب الأثر النفسي الذي يتركه برنامج جبر الخواطر.	14
60	توزيع المبحوثين حسب الاستمالات الاقناعية في البرنامج.	15
61	توزيع المبحوثين حسب الاستمالات الاقناعية المعتمدة في البرنامج.	16
61	توزيع المبحوثين حسب تأثير استمالات العاطفية المعروضة في برنامج جبر الخواطر بإذاعة تيارت.	17
62	توزيع المبحوثين حسب تأثير أسلوب التخويف حول الحالة المعروضة وأوضاعها المزرية في برنامج جبر الخواطر لإذاعة تيارت .	18
62	توزيع المبحوثين حسب تأثير الإستمالات المنطقية التي يعرضها البرنامج جبر الخواطر لإذاعة تيارت.	19
63	توزيع المبحوثين حسب مساهمة برنامج جبر الخواطر في تفعيل العمل الخيري لإذاعة تيارت.	20
64	توزيع المبحوثين حسب مساهمتهم في العمل الخيري من خلال برامج العمل الخيري بإذاعة تيارت.	21
64	توزيع المبحوثين حسب مساهمة إذاعة تيارت في التحسين بالعمل الخيري.	22
65	توزيع المبحوثين حسب النوايا المستقبلية في متابعة البرامج الخيري لإذاعة تيارت.	23
65	توزيع المبحوثين حسب استطاعة الإذاعة المحلية تيارت في الإرشاد للقيام بالعمل الخيري.	24
66	توزيع المبحوثين حسب تقييم مدى فهم موضوع العمل الخيري المبرمج في إذاعة تيارت.	25

67	علاقة الجنس بالتأثر بالاستمالات الإقناعية:	26
67	علاقة الجنس بالتأثر بالإستمالات الإقناعية.	27
68	علاقة المستوى التعليمي بالتأثير بالإستمالات الإقناعية.	28
69	علاقة المستوى التعليمي بالتأثر بالإستمالات الإقناعية التي يعتمد عليها برنامج جبر الخواطر عبر إذاعة تيارت.	29
70	علاقة المستوى التعليمي بالاستمالات الإقناعية.	30
71	: علاقة المستوى المعيشي بالاستمالات الإقناعية.	31
72	بين علاقة الجنس بمساهمة برنامج جبر الخواطر في تفعيل العمل الخيري.	32
72	علاقة المستوى التعليمي بمساهمة برنامج جبر الخواطر عبر إذاعة تيارت في تفعيل العمل الخيري.	33
73	علاقة المستوى المعيشي بمساهمة برنامج جبر الخواطر في التفعيل الخيري.	34
74	علاقة الجنس بمدى الفهم لموضوع العمل الخيري.	35
74	علاقة المستوى التعليمي بمدى فهم لموضوع العمل الخيري.	36
75	علاقة المستوى المعيشي بمدى فهم موضوع العمل الخيري برنامج جبر الخواطر.	37