



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة ابن خلدون تيارت

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات الحصول على شهادة الماستر تخصص اتصال  
وعلاقات عامة الموسومة بعنوان:

الإذاعة المحلية ودورها في التنمية المعرفية لجمهورها بولاية تيارت  
"دراسة ميدانية على عينة من سائقي سيارات الأجرة الحضري بمدينة تيارت"

الأستاذة المشرفة:

د. حاسي مليكة

من تقديم:

بريك فاطيمة

ضربان فاطيمة

بن يعقوب هواري

لجنة المناقشة

رئيسا	جناد إبراهيم
مشرفا	حاسي مليكة
مناقشا	بن عودة موسى

السنة الجامعية: 1442-1443هـ / 2021-2022م





وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة ابن خلدون تيارت

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات الحصول على شهادة الماستر تخصص اتصال  
وعلاقات عامة الموسومة بعنوان:

الإذاعة المحلية ودورها في التنمية المعرفية لجمهورها بولاية تيارت

"دراسة ميدانية على عينة من سائقي سيارات الأجرة الحضري بمدينة "تيارت"

الأستاذة المشرفة:

د. حاسي مليكة

من تقديم:

بريك فاطيمة

ضربان فطيمة

بن يعقوب هواري

لجنة المناقشة	
رئيسا	جناد إبراهيم
مشرفا	حاسي مليكة
مناقشا	بن عودة موسى

السنة الجامعية: 1442-1443هـ / 2021-2022م

## شكر وعرّفان

الحمد لله تبارك وتعالى إن أولى ما فغربه الناطق فمه، وافتتح به كلمته،  
الحمد لله، واجب على كل ذي مقالة أن يبدأ بالحمد قبل افتتاحها كما بدأ  
بالنعمة قبل استحقاقها، والصلاة والسلام على سليل أكرم نبعه وقريع أشرف  
بقعة جاء بأمته من الظلمات الى النور و أفاء عليهم الظل بعد الحرور، محمد  
نبي الله و صفوته و خيرته من بريته و على آله و صحبه أجمعين .  
واعترافا بالجميل وحسن الصنيع، فإنني أتقدم بجزيل الشكر والعرّفان وفائق  
الاحترام و التقدير إلى الأستاذة حاسي مليكة على قبول الإشراف على هذه  
المذكرة و على كل النصائح السديدة والتوجيهات القيمة التي قدمتها لنا في  
سبيل إتمام هذا العمل، كما أتقدم بخالص التقدير وجميل العرفان إلى كل  
أعضاء اللجنة الموقرة على مناقشة موضوع المذكرة، ولا يفوتني أن أشكر كل  
من تزودت بعلمهم من الطور الابتدائي إلى ما بعد التدرج، وكل من ساعدني  
على إنجاز هذا العمل.

## إهداء

والدي العزيز إلى من كلله الله بالهيبة و الوقار... إلى من علمني العطاء بدون  
انتظار.. إلى من أحمل اسمه بافتخار... أرجو من الله أن يمد بعمرك لتري ثمارا

قد حان قطافها بعد طول انتظار

أمي الحبيبة من جعل الله الجنة تحت قدميها إلى مصدر الحنان و العطاء ... إلى

من تعبت لأجل راحتي .. إلى من لم تبخل علي بحبها و عطفها و دعائها.

إلى من لا تحلو الحياة بدونهم سندي في الحياة، إخوتي الأعزاء: نعيمة، حياة،

محمد، أحمد، عدة.

وإلى كل عائلي كبارا وصغارا.

وإلى صديقات الدرب: دلال ، آسيا ، زينب

وإلى كل الذين تشرفت بمعرفتهم في جامعة ابن خلدون

فاطيمة

إهداء

إلى التي بقلم حبها اجتهدت وصون دعائها نجحت إليك يا من علمتني معنى

الحياة

أمي ثم أمي ثم أمي

إلى الذي علمني أن الحياة كفاح ووراء كل تعب نجاح إلى سندي في الحياة

أبي الحبيب أطال الله في عمره

إلى مثلي الأعلى في الحياة أخي العزيز وأخواتي الحبيبات

إلى من جمعني بهم مقاعد الدراسة من زملاء وزميلات

ضربان فطيمة

## إهداء

الحمد لله الذي قدرني على إتمام هذا البحث العلمي المتواضع الذي أهديه إلى

الوالدين العزيزين الغاليين اللذان ساعداني ماديا ومعنويا وإلى جميع أفراد

العائلة وإلى جميع أصدقائي الطلبة

وإلى كل من لم يذكرهم قلبي

وذكرهم قلبي .

هوارى

## ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور الإذاعة المحلية في إنماء المعرفي لدى جمهورها، انطلاقا من الإشكالية التالية: ما دور إذاعة تيارت المحلية في التنمية المعرفية لدى سائقي سيارات الأجرة الحضري؟، وللإلمام بالدراسة وتحقيق أهدافها اعتمدنا على المنهج المسحي، واستخدمنا أداة الاستمارة كأداة أساسية للحصول على المعلومات من العينة المبحوثة، حيث قمنا بتوزيع 120 استمارة على عينة قصدية من مستمعي إذاعة تيارت المحلية، ولقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من نتائج تخص مختلف محاورها من أبرزها، دور إذاعة تيارت المحلية في استقطاب الجمهور من خلال برامجها المختلفة من طرف سائقي سيارات الأجرة (الحضري) بمدينة تيارت وأن معظم سائقيها دائما ما يستمعون إلى برامج إذاعة تيارت المحلية لتنمية معارفهم وأفكارهم.

**الكلمات المفتاحية:** الإذاعة المحلية، التنمية المعرفية، الجمهور.

## **Abstract:**

This study aimed to find out the role of the local radio in developing the knowledge of its audience, based on the following problem : what is the role of the local radio of Tiaret in cognitive development of urbain taxi drivers ?

In ordre to figure out the study and achieve its objectives, We relied on the Survey method. We used the questionnaire tool to obtain information from the researched sample, Where we distributed 120 questionnaires to an intentional sample of local radio Tiaret listeners.

Among the most prominent results of the study, The role of the local radio in Tiaret in attracting the public through its various programs by taxi drivers (urban). In addition to that, most drivers always listen to the local radio programs to develop their knowledge and clues.

**Keywords :** the local radio, cognitive development, audience



## فهرس المحتويات

.....	شكر وعرفان
.....	إهداء
.....	ملخص الدراسة:
أ.....	مقدمة
7.....	الجانب المنهجي للدراسة
5.....	1. إشكالية الدراسة:
5.....	2. تساؤلات الدراسة:
5.....	3. الفرضيات:
6.....	4. أهمية الدراسة :
6.....	5. أهداف الدراسة :
6.....	6. أسباب اختيار الموضوع:
7.....	7. منهج الدراسة:
7.....	8. مجتمع الدراسة:
7.....	9. عينة الدراسة:
8.....	10. أدوات الدراسة:
9.....	11. حدود الدراسة الزمانية والمكانية:
10.....	12. تحديد مصطلحات الدراسة:
14.....	13. الدراسات السابقة:
16.....	14. الخلفية النظرية

21	الفصل الأول: ماهية الإذاعة .....
22	تمهيد .....
23	المبحث الأول: عموميات حول الإذاعة .....
23	المطلب الأول: تعريف الإذاعة .....
24	المطلب الثاني: خصائص الإذاعة .....
25	المطلب الثالث: أهداف الإذاعة .....
26	المطلب الرابع: وظائف الإذاعة .....
28	المبحث الثاني: تطور التاريخي للإذاعة .....
28	المطلب الأول: في العالم .....
30	المطلب الثاني: في الوطن العربي .....
33	المطلب الثالث: الإذاعة في الجزائر .....
38	المبحث الثالث: الإذاعة المحلية في الجزائر .....
38	المطلب الأول: أنواع الإذاعات .....
39	المطلب الثاني: الإذاعة المحلية في الجزائر .....
40	المطلب الثالث: أهم المحطات الإذاعية في الجزائر .....
43	خلاصة الفصل: .....
44	الفصل الثاني: دور الإذاعة في التنمية المعرفية .....
45	تمهيد .....
46	المبحث الأول: ماهية التنمية المعرفية .....
46	المطلب الأول: خصائص التنمية المعرفية .....
46	المطلب الثاني: أنواع التنمية المعرفية .....
48	المطلب الثالث: الوظائف المعرفية .....

49	المبحث الثاني: الإذاعة ودورها في التنمية المعرفية .....
49	المطلب الأول: الإذاعة ودورها في التنمية والتثقيف الفرد .....
49	المطلب الثاني: إسهامات الإذاعة في التنمية الثقافية: .....
51	المطلب الثالث: الإذاعة وأثارها على المجتمع .....
52	خلاصة الفصل .....
53	الجانب التطبيقي للدراسة .....
54	تمهيد .....
55	1. ثبات أداة البحث: .....
55	2. تحليل النتائج العامة: .....
90	3. مناقشة الفرضيات : .....
90	1.3 مناقشة الفرضيات مع النتائج العامة: .....
92	2.3 مناقشة الفرضيات مع الخلفية النظرية .....
93	3.3 مناقشة الفرضيات مع الدراسات السابقة .....
94	4. النتائج العامة للدراسة : .....
97	خلاصة الفصل: .....
98	قائمة المصادر والمراجع .....
98	الملاحق .....

فهرس الجداول:

الصفحة	العنوان	الرقم
42	يمثل تواريخ بداية البث الإذاعي المحلي في الجزائر.	01
55	يوضح ثبات أداة البحث حسب مقياس ألفا كرومباخ	02
55	حسب متغير السن	03
56	حسب متغير المستوى التعليمي	04
57	حسب متغير الخبرة	05
58	حسب متغير السكن	06
59	حسب الإستماع للإذاعة	07
60	العلاقة بين السن والاستماع للإذاعة تيارت المحلية	08
61	حسب فترات الإستماع للإذاعة	09
62	حسب مدة الاستماع للإذاعة	10
63	العلاقة بين السن والمدة الزمنية	11
64	حسب مع من تستمع للإذاعة	12
65	حسب الوسيلة المفضلة للإستماع	13
66	يبين العلاقة بين السن و الوسيلة المعتمدة	14
67	حسب مدى متابعة البرامج	15
68	العلاقة بين السن ومتابعة البرامج	16
69	توزيع أفراد العينة حسب نوعية البرامج	17
70	يبين العلاقة بين المستوى التعليمي ونوعية البرامج	18
71	حسب التفاعل مع البرامج الإذاعي	19
72	حسب الهدف من الاستماع	20
73	العلاقة بين المستوى التعليمي والهدف من الاستماع	21
74	حسب طبيعة البرامج المفضلة	22
75	حسب البرامج التي تستهوي المستمعين	23
75	حسب الاهتمام بالبرامج الإذاعية	24
76	حسب الأشخاص الذين يناقشون المضامين الإذاعية	25

77	حسب الأشخاص الذين يتم المناقشة	26
78	حسب مستوى تطلعات الاذاعة في مجال التنمية المعرفية	27
79	حسب مدى متابعة الأفراد للبرامج التنموية المعرفية	28
80	حسب البرامج التنموية	29
81	العلاقة بين المستوى التعليمي ومساهمة برامج إذاعة تيارت محلية في التنمية المعرفية.	30
82	حسب مساهمة البرامج الثقافية والاجتماعية في زيادة الرصيد الفكري	31
83	حسب مستوى تأثير البرامج	32
83	حسب مشاركة المبحوثين المضامين الإذاعية مع العائلة والزملاء	33
84	مدى مواكبة الأحداث في العالم	34
85	مدى الاطلاع على أهم المستجدات	35
85	متابعة برامج التنمية المعرفية تتيح للمستمعين فرصة التفاعل	36
86	برامج التنمية المعرفية تتيح لهم فرصة المساهمة في التوعية	37
87	متابعة البرامج التنموية المعرفية لتوضيح تعديلات قانون المرور	38
88	متابعة البرامج الثقافية والمعرفية والتنموية أصبحت	39
89	حسب تقييمهم للبرامج	40

فهرس الأشكال

الصفحة	الشكل	الرقم
55	حسب متغير السن	01
56	حسب متغير المستوى التعليمي.	02
57	حسب متغير الخبرة.	03
58	حسب متغير السكن	04
59	مدى استماع أفراد العينة إلى إذاعة تيارت.	05
61	حسب فترة الإستماع لإذاعة تيارت.	06
62	حسب مدة الاستماع	07
64	حسب رفقة من يفضل الإستماع لإذاعة تيارت.	08
65	حسب الوسيلة المعتمدة في إستماعهم لإذاعة تيارت	09
67	حسب مدى متابعة البرامج.	10
69	حسب نوعية البرامج	11
71	حسب التفاعل مع البرامج الإذاعية.	12
72	حسب الهدف من الاستماع.	13
74	حسب طبيعة البرامج المفضلة.	14
75	حسب البرامج التي تستهوي المستمعين.	15
75	حسب الاهتمام بالبرامج الإذاعية.	16
76	حسب الأشخاص الذين يناقشون المضامين الإذاعية.	17
77	حسب الأشخاص الذين يتم المناقشة.	18
78	حسب مستوى تطلعات الإذاعة في مجال التنمية المعرفية.	19
79	حسب مدى متابعة الأفراد للبرامج التنمية المعرفية.	20
80	حسب البرامج التنموية	21
82	حسب مساهمة البرامج الثقافية والاجتماعية في زيادة الرصيد الفكري	22
83	حسب مستوى تأثير البرامج	23
83	حسب مشاركة المبحوثين المضامين الإذاعية مع العائلة والزملاء.	24
84	مدى مواكبة الأحداث في العالم.	25

85	مدى الاطلاع على أهم المستجدات.	26
85	متابعة برامج التنمية المعرفية تتيح للمستمعين فرصة التفاعل.	27
86	من خلال المساهمة في التوعية الصحية	28
87	متابعة البرامج التنمية المعرفية لتوضيح تعديلات قانون المرور.	29
89	حسب تقييمهم للبرامج	30

# مقدمة



شهدت أواخر العشرينات تطورا هائلا في مجال الإعلام والاتصال الذي أحدث زخما كبيرا في وسط المجتمع أصبح يسمى بالمجتمع المعلوماتي والذي هو الآخر له الدور الكبير في تشكيل أفكار جديدة لدى الأفراد، وعلى الرغم من التطور الواسع لوسائل الاتصال الجماهيرية فإن الإذاعة لم تفقد هيبتها أمام الوسائل الإعلامية المتطورة كالتلفزيون والانترنت والتي كانت تنافسها، لكنها عازمت على أن تبقى محافظة على فئة قليلة من جماهيرها الوفية حيث أنها تخاطب كامل الفئات على اختلافهم من متعلمين وأميين ومثقفين وحتى الطبقات المتنوعة، فبهذا حافظت على مكانتها في العالم.

بالإضافة إلى أن الإذاعة هي أحد أهم وسائل الاتصال الجماهيرية الإعلامية التي مكنت المجتمعات الإنسانية من إرسال الصوت الإنساني والموسيقى والإشارات بأنواعها إلى أرجاء متعددة في العالم.

ولذلك تعتبر الإذاعة في الوقت الحالي من أهم الوسائل السمعية التي استطاعت أن تحتل مكانة مميزة بين الوسائل الإعلامية الأخرى بسبب سرعة وصولها إلى أماكن بعيدة من خلال الصوت الذي ينتقل وينقل معه الخبرات والتجارب، فهي تتجاوز الحدود الجغرافية بسرعة فائقة، ونذكر على سبيل المثال الإذاعة المحلية التي تعد أحد روافد الإعلام المحلي الذي يعبر عن المجتمع المحلي وتعكس أفكاره وتراثه، وبفضلها أصبح بإمكان المسافرين على متن مختلف وسائل النقل الحضرية وشبه الحضرية الاتصال وتبادل المعلومات والأفكار عبر موجات الراديو حيث أنها تقدم خدمات لمستمعيها عبر مختلف برامجها التي تبث عبر أثيرها سواء كانت ثقافية، اجتماعية، سياسية، دينية وغيرها، كما أنها كالمنبه الذي يستيقظ عليه الناس ويقودون سياراتهم إلى أعمالهم مستمعين إليها وأيضا يمكنهم الاستماع إليها في أوقات راحتهم ونذكر على وجه الخصوص سائقي سيارات الأجرة الذين هم أكثر استخداما للإذاعة.

كما أنّ هذه الوسيلة السمعية التي تستمد على حاسة السمع، هي مصدر للأخبار سواء بالنسبة للدول أو المجتمعات خاصة عند وقوع الأحداث التي تم الأفراد، نظرا لأن الإذاعة هي أسرع وسيلة في نقل الأخبار والمعلومات للجماهير المستمعة خاصة بما يتلاءم مع الظروف المحيطة بالمجتمع.

تكمن أهمية الإذاعة المحلية من خلال الأهداف التي تسعى لتحقيقها في خلق التنمية المعرفية الشاملة حول جميع القضايا في مختلف المجالات، حتى أنها تؤثر في حياة وسلوك الجماهير خاصة قليلة الحظ من الثقافة والتعليم والوعي، وهنا برز دور الإذاعة المحلية وأهميتها باعتبارها أداة لتنمية وعي الإنسان وتطور مدركاته ومعارفه، فأصبحت هذه الوسيلة إحدى الركائز الأساسية لزيادة الرصيد المعرفي والفكري نظرا لسهولة انتشارها، حيث مكنتهم بالرقى في مستواهم علمي وتعزيز قدراتهم الفكرية، وتلبية كافة متطلباتهم وحاجياتهم، وإشباع رغباتهم.

من خلال ما تم التطرق إليه يمكننا التأكد من أنه قد أصبح من الضروري التعرف على الدور الذي تقوم به الإذاعة المحلية - بتيارت - في زيادة التنمية المعرفية، وهو الهدف الجوهرى الذي نسعى إلى تحقيقه والوصول إليه من خلال هذه الدراسة، حيث تضمنت ثلاث جوانب توزعت على النحو التالى:

الجانب المنهجى: مقدمة تتناول إشكالية الدراسة وفرضياتها، ودوافع اختيار الموضوع والأهداف المترتبة عن هذا العمل، ثم يتبعها منهج الدراسة المعتمد ومجتمع البحث بالإضافة إلى العينة المستخدمة في الدراسة، والأدوات المنهجية المعتمد من أجل جمع وتحليل وتفسير البيانات، بالإضافة إلى الدراسات السابقة التي تناولت الموضوع أو جزء منه.

أما الجانب النظرى: تضمن فصلين هما: الفصل الأول تناول ماهية الإذاعة وقسمنا الفصل إلى ثلاث مباحث وكل مبحث يندرج تحته مجموعة من المطالب وجاء المبحث الأول تحت عنوان عموميات حول الإذاعة وكان المطلب الأول تعريف الإذاعة، المطلب الثانى أهداف الإذاعة والمطلب الثالث خصائص الإذاعة والمطلب الرابع وظائف الإذاعة، وفي المبحث الثانى تحت عنوان تطور التاريخى للإذاعة وكان المطلب الأول بعنوان تطور الإذاعة في العالم وجاء المطلب الثانى بتطور الإذاعة في الوطن العربى والمطلب الثالث الإذاعة في الجزائر، أما المبحث الثالث جاء تحت عنوان ماهية الإذاعة المحلية حيث تضمن المطلب الأول أنواع الإذاعات، والمطلب الثانى الإذاعة المحلية في الجزائر، وجاء المطلب الثالث بأهم المحطات الإذاعية في الجزائر.

وأما بالنسبة للفصل الثانى تطرقنا إلى دور الإذاعة في التنمية المعرفية، وتناول مبحثين: فكان المبحث الأول خصائص التنمية المعرفية والمطلب الثانى أنواع التنمية المعرفية والمطلب الثالث الوظائف المعرفية.

أما المبحث الثانى بعنوان: الإذاعة ودورها في التنمية المعرفية وأخذ المطلب الأول عنوان: الإذاعة ودورها في التنمية والتثقيف الفرد والمطلب الثانى: إسهامات الإذاعة في التنمية الثقافية أم المطلب الثالث الإذاعة وأثارها على المجتمع.

أما الجانب التطبيقى تناول الجانب الميدانى من الدراسة من خلال عرض وتحليل البيانات الخاصة بالمتغيرات محل الدراسة، كما يشتمل على النتائج العامة والنتائج النهائية للدراسة وخاتمة.

## التعريف بالموضوع :

تتمثل دراستنا في مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص إتصال وعلاقات عامة، والموسومة بـ"الإذاعة المحلية ودورها في التنمية المعرفية لجمهورها بولاية تيارت".

كانت عبارة عن دراسة ميدانية على عينة من سائقي سيارات الأجرة الحضري، وقد تطرقنا إلى دور برامج الإذاعة المحلية في التنمية المعرفية والثقافية لجمهورها ومدى تأثيرها عليهم، وقد حاولنا في هذه الدراسة تسليط الضوء على برامج إذاعة تيارت المحلية ومدى مساهمتها في رفع المستوى المعرفي لجمهورها من سائقي سيارات الأجرة، ولقد إختارنا هذه الفئة بالضبط لإعتبارها أكثر فئة مستمعة للإذاعة نظرا لطبيعة عملها.

كما سعينا أيضا إلى معرفة العلاقة بين البرامج الإذاعية والنمو المعرفي والثقافي لدى السائقين ومعرفة ما إن كانوا يعتمدون عليها من أجل تنمية معارفهم و زيادة رصيدهم الفكري و الثقافي .

## الجانب المنهجي للدراسة

1. الإشكالية
2. الفرضيات
3. أهمية الدراسة
4. أهداف الدراسة
5. أسباب اختيار الموضوع
6. منهج الدراسة
7. مجتمع الدراسة
8. عينة الدراسة
9. أدوات الدراسة
10. حدود الدراسة الزمانية والمكانية
11. تحديد مصطلحات الدراسة
12. الدراسات السابقة
13. الخلفية النظرية

## 1. إشكالية الدراسة:

تعد الإذاعة أحد روافد الإعلام والاتصال الجماهيرية التي تقوم بنشر الرسالة الإعلامية سواء كانت سياسية اقتصادية، ثقافية، أو اجتماعية وغيرها إلى أعداد كبيرة من الجماهير في وقت واحد، حيث تكتسب الكلمة المنطوقة قوة إيجابية لكونها تعتمد على حاسة السمع فقط، مما تسمح لمستمعيها بأن ينتقلون بخيالهم الفكري للتعبير عن كل ما هو مسموع، لأن غياب الصورة لجمهور الإذاعة تتيح لهم فرصة التركيز الأدق في البرامج المقدمة عبر أثيرها، حيث نجد كل إذاعة عبر ربوع الوطن لها خصائص متعددة منها سهولة فهم اللغة، وسرعة الوصول إلى المعلومة من محطة الإذاعية إلى أذان جماهيرها.

وقد شهدت الإذاعة انتشارا واسعا من بين مختلف وسائل الإعلام، حيث أصبحت لدى كل ولاية إذاعة محلية خاصة بها، ومن بين هذه الإذاعات نجد إذاعة تيارت المحلية التي تسعى جاهدة إلى إعلام جمهورها بالمستجدات الجديدة التي تهمه من خلال ما تقدمه من برامج تثقيفية، ترفيهية، اجتماعية، سياسية، توعية...

ومن خلال البرامج المتنوعة التي تبث عبر إذاعة تيارت المحلية على اختلاف مضامين وقضايا المجتمع، التي تستنبطها من البيئة المحيطة بها، وهذا ما سنتطرق إليه في هذه الدراسة عن الإذاعة المحلية ودورها في التنمية المعرفية لجمهورها بولاية تيارت، وبشكل خاص سائقي سيارات الأجرة الحضري بوسط مدينة تيارت، من أجل تنمية وصقل رصيدهم المعرفي وزيادة مكتسباتهم علمية، والرقى بفكرهم ووعيهم الثقافي والمعرفي.

وعليه نطرح التساؤل الرئيسي التالي : ما مدى مساهمة إذاعة تيارت المحلية في التنمية المعرفية لدى سائقي سيارة

الأجرة (حضري)؟

## 2. تساؤلات الدراسة:

- ما هي عادات وأنماط استخدام سائقي سيارات الأجرة (الحضري) لإذاعة تيارت المحلية ؟
- ما سبب اهتمام سائقي سيارات الأجرة (الحضري) بالبرامج التي تبثها إذاعة تيارت؟
- هل يعتمد سائقي سيارات الأجرة (الحضري) على برامج إذاعة تيارت لإنماء معارفهم وتثقيف أنفسهم؟

## 3. الفرضيات:

- عادات وأنماط استخدام إذاعة تيارت المحلية تختلف من سائق إلى آخر بما يتناسب مع ظروفهم وأذواقهم من حيث نوعية البرامج التي يتبعها.
- يهتم سائقوا سيارات الاجرة يهتمون بالبرامج التي تبثها إذاعة تيارت، كون الإذاعة سهلة الاستخدام بالنسبة لهم، ولأن برامجها متنوعة تلي أذواقهم.

- يعتمد سائقي سيارات الأجرة (الحضري) على إذاعة تيارت المحلية من أجل إنماء معارفهم وإثراء رصيدهم المعرفي والثقافي في مختلف المجالات واستخلاص المعلومات التي تهم أفراد المجتمع.

#### 4. أهمية الدراسة :

تكمن أهمية الدراسة الموسومة بـ "الإذاعة المحلية ودورها في التنمية المعرفية لجمهورها بولاية تيارت" في كونها موضوع له قيمة حقيقية تجسد العطاء المعرفي وتنميته، باعتبار أن الإذاعة المحلية تعمل من أجل تقديم خدمة إعلامية وثقافية واجتماعية متكاملة من خلال البرامج المتنوعة التي تبثها للمستمعين بمختلف أبعادها لاسيما البعد الثقافي والمعرفي منها حيث تركز على إبراز الدور الفعلي الذي تقوم به كوسيلة إعلامية فتغرس الثقافة لدى المستمعين لتلبية حاجياتهم ورغباتهم وإثراء رصيدهم المعرفي والفكري والعلمي.

#### 5. أهداف الدراسة :

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعه من الأهداف التي تتجلى في ما يلي:

- ✓ التعرف على مدى إستفادة سائقي سيارات الأجرة الحضري من إذاعة تيارت المحلية من خلال الإرتقاء بالمستوى المعرفي والثقافي لديهم.

- ✓ قياس مدى تفاعلية الجمهور مع البرامج الإذاعية والإطلاع على البرامج البناءة التي تبثها الإذاعة.
- ✓ التعرف على العلاقة الجوهرية بين إذاعة تيارت المحلية وجمهورها من خلال تنوع برامجها في مختلف المجالات.
- ✓ التعرف على مدى اعتماد سائقي سيارات الأجرة على مختلف برامج إذاعة تيارت المحلية في التنمية المعرفية.

#### 6. أسباب اختيار الموضوع:

ومن بين الأسباب التي دفعتنا إلى اختيار هذه دراسة وهي:

#### 1.6 أسباب ذاتية:

- اهتمامنا الشخصي بإذاعة تيارت المحلية.
- حب المعرفة والاطلاع وتوسيع الحاصل العلمي المتعلق الموضوع في إطار التخصص.
- معرفة مدى إستجابة وتفاعل سائقي سيارات الأجرة الحضري مع البرامج الإذاعية.

#### 2.6 أسباب موضوعية:

- قابلية الموضوع للدراسة الميدانية.
- التعرف على الدور الفعال للبرامج الإذاعية في ترسيخ الثقافة والتنمية المعرفية لدى مستمعيها.
- قلة الدراسات والأبحاث لفئة سائقي سيارات الأجرة.

## 7. منهج الدراسة:

يحتاج كل موضوع دراسة إلى منهج يتبعه ويسير وفقه، لكي يضمن للباحث على تحقيق الأهداف والنتائج المرادة من الدراسة فالمنهج هو "الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسة موضوع ما".<sup>1</sup>

لذلك اعتمدنا على المنهج مسحي لأنه يتوافق مع أهداف دراستنا من أجل جمع المعلومات وتحليل البيانات المتعلقة بدور إذاعة تيارت المحلية في إنماء المعرفي لدى مستمعي سائقي الأجرة الحضري في مدينة تيارت، حيث يقول أحمد بدر بشأن المنهج المسحي: "يعد منهج المسح من المناهج الأساسية في البحوث الميدانية للحصول على الحقائق والمعلومات، فهو يدرس المتغيرات في وضعها الطبيعي كما هي في الواقع، دون تدخل الباحث".<sup>2</sup>

لأن المنهج المسحي يساهم في كشف على الجوانب المختلفة لعلاقة بين إذاعة تيارت المحلية والتنمية المعرفية لدى جمهورها المتمثل في سائقي سيارات الأجرة الحضري بمدينة تيارت من خلال تنوع البرامج والمضامين التي تقدمها.

## 8. مجتمع الدراسة:

إن الإذاعة المحلية لها مجتمع واسع من المستمعين من كل الفئات سواء كانوا كبارا، صغارا، مثقفين، غير متعلمين أو ذوي المستوى المحدود باختلاف مستواهم الفكري والثقافي والعلمي والسياسي والاجتماعي.... ومن خلال ذلك يتمثل مجتمع الدراسة في مستمعي الإذاعة تيارت المحلية

سبب اختيارنا لهذا المجتمع أنهم أكثر استخداما للإذاعة.

## 9. عينة الدراسة:

من أجل تحقيق موضوع بحثنا الذي هو قيد الدراسة وبالاعتماد على الأدوات والوسائل البحث اخترنا عينة من المجتمع الدراسة المتمثل في سائقي سيارات الأجرة الحضري بمدينة تيارت، حيث تعرف العينة هي "تلك المجموعة من أفراد المجتمع الذين يختارهم الباحث ليكونوا هم مصدر جمع بياناته في أثناء تنفيذه لبحثه ويتم اختيار العينة أو تحديدها وفق أسس علمية وأساليب خاصة تتناسب مع موضوع وهدف البحث".<sup>3</sup>

<sup>1</sup> محمد سرحان المحمودي، *مناهج البحث العلمي*، دار الكتب للنشر، الجمهورية اليمنية صنعاء، ط3، 2019، ص35.

<sup>2</sup> مصطفى سحاري، *السيادة الوطنية في ظل التدفق الإعلامي الدولي*، المنهل للنشر، الجزائر، ط1، 2017، ص174.

<sup>3</sup> سعد سلمان المشهداني، *منهجية البحث الإعلامي*، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية المتحدة، ط1، 2020، ص147.

وفي هذه الدراسة قد وقع الإختيار على العينة القصدية "حيث تستخدم للحصول على المعلومات من شريحة محددة قادرة على توفير المعلومات، إما بسبب موقعهم، أو لأن بعض المعايير التي وضعها الباحث تتوفر فيهم، حيث يتم اختيار وحدات العينة بناء على الخبرات في الموضوع الذي يدرس".<sup>1</sup>

ففي هذه الدراسة تم إختيار فئة سائقي سيارات الأجرة الحضري بمدينة تيارت البالغ عددهم حوالي 1587 سائق<sup>2</sup>، الذين يتابعون البرامج الإذاعية بشكل منتظم نظرا لطبيعة عملهم، وقبل إعطاء المبحوث استمارة طرحنا عليه السؤال التالي هل تستمع للإذاعة تيارت المحلية؟ إذا كان من مستمعي الإذاعة نقدم له الاستمارة ليجيب عليها.

تم توزيع أوراق الإستبانة على المبحوثين سائقي سيارات الأجرة الحضري بمدينة تيارت الذين قاموا بالإجابة على أسئلتنا وإعادتها، حيث كان عدد المفردات العينة المقصودة مكونة من 120 مبحوث، إلا أننا لم نسترجع سوى 105 ورقة استبيان. ولذا دراستنا ستجرى على هذا العدد.

## 10. أدوات الدراسة:

تم الاعتماد في هذه دراسة على مجموعة من الوسائل والطرق العلمية المتبعة من قبل أي باحث للحصول على المعلومات والبيانات التي تفيده في بحثه، وفي موضوع دراستنا سنعتمد على الأدوات التالية:

– **الإستبيان:** يعد من أكثر الأدوات إستخداما في البحوث الكمية خاصة في ميدان العلوم الإنسانية والإجتماعية حيث يعرف على أنه "وثيقة مكتوبة تتضمن عدد من الأسئلة والتي يرغب الباحث في التعرف على إجابة المبحوث عليها، الإستمارة الاستبيان يتم إرسالها إلى جماعة المبحوثين حيث يتطلب منهم إجابات مكتوبة"<sup>3</sup>، وقد كان عدد الاستمارات الموزعة على سائقي سيارة الأجرة حوالي 120 استمارة، وإحتوت كل منها على مجموعة من الأسئلة مقسمة إلى:

- **البيانات الشخصية:** السن، مستوى التعليمي، سنوات الخبرة، السكن.
- **المحور الأول:** عادات وأنماط استماع سائقي سيارات الأجرة لإذاعة تيارت المحلية.
- **المحور الثاني:** اهتمامات سائقي سيارات الأجرة بالبرامج إذاعة تيارت المحلية.

<sup>1</sup> خليف رزقي، شيقارة هجيرة، منهجية تحديد نوع وحجم العينة في البحوث العلمية، مجلة معارف، البويرة، العدد 23، 2017، ص 286 .

<sup>2</sup> مقابلة رسمية مع مدير مديرية النقل الحضري لولاية تيارت، يوم 09 مارس 2022، على الساعة 10.00.

<sup>3</sup> طارق عبد الرؤوف، إيهاب عيسى المصري، المقاييس والاختبارات: التصميم\_الإعداد\_التنظيم، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة، ط1، 2017، ص 154.



– **المحور الثالث:** اعتماد سائقي سيارات الأجرة على برامج إذاعة تيارت المحلية في التنمية المعرفية. وقد تم اختيار الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات وذلك لملائمتها لموضوع الدراسة، نظرا لعدد أفراد عينة البحث غير متمركزون في مكان، كما أنها غير مكلفة ولا تستغرق الكثير من الوقت.

### صدق الاستمارة:

بعد إعداد استبيان أولي عرضناه على الأستاذة المشرفة وقد أدلت بعض الملاحظات وقمنا بتعديل مايجب تعديله، ثم تم عرضها على أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال من أجل تحكيمه. الدكتور **جديد عابد** أستاذ في قسم العلوم الإنسانية بجامعة ابن خلدون ولاية تيارت الأستاذة **طيفور فاطيمة** أستاذة في قسم العلوم الإنسانية بجامعة ابن خلدون ولاية تيارت الدكتور **جناد إبراهيم** أستاذ في قسم العلوم الإنسانية بجامعة ابن خلدون ولاية تيارت الدكتورة **بلبيدية نور الهدى** أستاذة في قسم العلوم الإنسانية بجامعة ابن خلدون ولاية تيارت الأستاذ **ذبيح يوسف** أستاذ 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

– **استمارة بالمقابلة:** تعد المقابلة من أكثر الوسائل شيوعا في جمع المعلومات والبيانات في دراسة الأفراد والجماعات بالاعتماد على الإستجواب الشخصي في الحصول على المادة العلمية، وقد عرفها "موريس أنجرس" بأنها: "الأداة بحث مباشرة تستخدم في مساءلة الأشخاص المبحوثين فرديا أو جماعيا قصد الحصول على المعلومات كيفية ذات علاقة باستكشاف العلل العميقة لدى الأفراد".<sup>1</sup>

تم استخدام أداة المقابلة مع عينة الدراسة من أجل توضيح وشرح الأسئلة الغامضة أو غير المفهومة لذوي المستوى المحدود وكان عددهم حوالي 18 شخص.

### 11. حدود الدراسة الزمانية والمكانية:

أن تحديد مجال الدراسة راجع لطبيعة الموضوع نفسه المتمثل في دور إذاعة تيارت المحلية في التنمية المعرفية لجمهورها بولاية تيارت من خلال تحديد عينة الدراسة من الجمهور المستمع حيث يشمل مجال الجغرافي في الوسط الحضري لمدينة تيارت.

<sup>1</sup> بسمة خليفة، إضاءات على مادة تقنيات التعبير، دار النهضة العربية للنشر، بيروت، ط1، 2014، ص171.

أما المجال الزمني فتمثل في المدة الزمنية التي استغرقها موضوع الدراسة، حيث أجريت هذه الدراسة خلال الموسم الجامعي 2021-2022، لقد باشرنا في هذه الدراسة من 8 نوفمبر 2021 إلى غاية 29 جانفي 2022 بالجانب المنهجي، أما الجانب النظري كان في شهر جانفي وفيغري، أما الدراسة الميدانية فكانت من 5 مارس إلى غاية 31 أبريل

## 12. تحديد مصطلحات الدراسة:

### 1.12 تعريف الدور:

**لغة:** "من دار الشيء يدور دورا ودوراناً إذ عاد إلى الموضوع الذي ابتداءً منه ومنه قوله صلى الله عليه وسلم ان الزمان قد استدار لهيئته يوم خلق السماوات والأرض".<sup>1</sup>

**اصطلاحاً:** يعرف على أنه: "سلوكية تكون وحدة وتكون ذات معنى وتبدو ملائمة لشخص يشغل مكانة معينة في المجتمع أو يشغل مركز محدد للعلاقات الشخصية المتبادلة".<sup>2</sup>

- "نمط من الدوافع والأهداف والمعتقدات والقيم والاتجاهات والسلوك الذي يتوقع أعضاء الجماعة أن يروه فهي تشغل وظيفة ما أو يحتل وضعاً اجتماعياً معيناً والدور يصف السلوك المتوقع من الشخص في موقع ما".<sup>3</sup>

**إجرائياً:** هي الوظيفة التي تقوم بها الإذاعة تجاه حدث ما لتحقيق أهداف معينة داخل المجتمع من تثقيف أو تعليم أو ترفيه.

### 2.12 تعريف الإذاعة:

**لغة:** بأنها "الإشاعة والنشر العام وذيوع ما يقال، والعرب تصف الرجل الذي لا يكتفم السر رجل مذياع".<sup>4</sup>

**اصطلاحاً:** هي "الانتشار المنظم والمقصود للمواد الإخبارية والثقافية والتعليمية والترفيهية وغيرها بواسطة الإذاعة ليتم إلتقاطها في وقت واحد بواسطة جهاز الاستقبال وهو المذياع (الراديو)".<sup>5</sup>

<sup>1</sup> محمد زنون يونس الفتحي، ترائنا الإصلاحية: أسس وعلاقاته وإشكالياته بحوث في المصطلح اللغوي، كتاب العلمية، لبنان، د ط، 1971، ص69.

<sup>2</sup> وليد حدادي، الاعلام وقضايا المرأة، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، ط1، 2020، ص65.

<sup>3</sup> ريمي عبد الملك رستم، عيد أبو المعاطي الدسوقي، مجدي عبد النبي هلال، وآخرون، مداخل تربوية لوقاية الطلاب من خطر الإدمان، المكتب الجامعي الحديث، مصر، ج4، 2012، ص64.

<sup>4</sup> علي فلاح الزغبى، فتحي عبد الله الشرع، إدارة الإعلان: المفاهيم استراتيجيات المعاصرة، دار البازوري للنشر، عمان، المجلد3، ط1، 2019، ص346.

<sup>5</sup> رستم أبو رستم، الدعاية والإعلان، دار المعتز للنشر، عمان، دط، 2012، ص87.

حسب فضيل دليو: ما ييث عن طريق الأثير، باستخدام موجات كهرومغناطيسية، بإمكانها اجتياز الحواجز الجغرافية والسياسية وربط بالرباط مباشر وسريع.<sup>1</sup>

إجرائيا: هي وسيلة اتصالية إعلامية تقوم بيبث مجموعة من البرامج المختلفة والمهادفة عبر أثير إذاعة تيارت على نطاق واسع حيث يتلقاها المستمع، وتتميز بالفورية في تدفق المعلومات والأخبار

### 3.12 تعريف الإذاعة المحلية:

اصطلاحا: عرفها "محمد السيد محمد" بأنها "الإذاعة التي تخدم مجتمعا متناسقا من الناحيتين الجغرافية والاجتماعية حيث لها خصائصها البيئية، الاقتصادية، الاجتماعية، والثقافية المتميزة وبشرط أن تحده حدود جغرافية لكي تشملها رقعة إرسال المحلي".<sup>2</sup>

- تعريف ليبريرو الإذاعة المحلية هي "الإستخدام النظامي للإذاعة بهدف تنمية الناس داخل منطقة جغرافية ذات حدود مكانية بدقة، وهذا يعني الإذاعة بالراديو داخل منطقة جغرافية محددة لأية أناس ذوي طموح وخصائص ومشكلات متشابهة إلى حد كبير".<sup>3</sup>

إجرائيا: هي الإذاعة المسموعة التي ترتبط بالمجتمع المحلي التبارقي الذي يصله أثير الإذاعة في كامل أنحاء مدينة تيارت، حيث يتيح لسائقي سيارة الأجرة حرية الإختيار بما يتلائم مع مزاجهم.

### 4.12 تعريف التنمية المعرفية:

#### 1.4.12 تعريف التنمية:

لغة: من النماء وهو الزيادة والكثرة، وتنمية الشيء تعني إحداث النماء فيه.<sup>4</sup>

اصطلاحا: عرفها دوس سانتوس بأنها "التقدم نحو أهداف عامة محددة جيدا تتناسب مع الظرف الخاص بالإنسان والمجتمع الذي توجد فيه معظم المجتمعات المتقدمة من العالم الحديث"<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> شعباني مالك، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي صحي لدى الطالب الجامعي، رسالة دكتوراه في علوم علم اجتماع التنمية، جامعة منتوري قسنطينة، 2006، ص33.

<sup>2</sup> حوله ركوك، رقيه لقلوق، دور الإذاعة المحلية في تعزيز وعي المرأة الريفية بقضايا الأمن الغذائي، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، جامعة سطيف 2، المجلد 3، العدد 1، جوان 2020، ص380.

<sup>3</sup> صالح محمد حميد، دور الإذاعات المحلية في ترسيخ مفهوم الوحدة الوطنية، دار غيداء للنشر، عمان، د ط، 2012، ص59.

<sup>4</sup> عبد اللطيف مصطفى، عبد الرحمن سانية، دراسات في التنمية الاقتصادية، مكتبة حسن العصرية، بيروت، ط4، 2014، ص11.

<sup>5</sup> عبد السلام شكركر، الإعلام التوعوي: المفاهيم والمجالات، مركز الكتاب الأكاديمي للنشر، عمان، د ط، 2019، ص73.

عرفت الأمم المتحدة التنمية بأنها: "النمو مضافة إليه التغيير اجتماعيا وثقافيا واقتصاديا".<sup>1</sup>

إجرائيا: هي عملية تحسين وتطور وتنمية الدافع الثقافي والفكري لسائقي سيارات الأجرة الحضري في مختلف المجالات.

#### 2.4.12 تعريف المعرفة:

لغة: ورد في المعجم الوسيط بأن "المعرفة مشتقة من الفعل عرف يعرف معرفة وعرفانا أي عليم. بمعنى أن المعرفة من عرف الشيء أي علمه وإدراكه بتفكير وتدبر لأمره هذا ما تطرق إليه الفيروزآبادي في قاموس المحيط".<sup>2</sup>

اصطلاحا: عرف الوردى المعرفة: أنها "مزيج من الأفكار والمفاهيم والقواعد والإجراءات التي تهدي للأفعال والقرارات، أي المعلومات الممتزجة بالتجربة والتطبيق الحقائق والقيم التي تعمل مع بعضها كتركيب يسمح للأفراد والمنظمات بخلق أوضاع جديدة وإدارة التغيير".<sup>3</sup>

هي كذلك الحقائق والمعلومات والوعي أو خبرة التي اكتسبها الإنسان من الواقع.<sup>4</sup>

إجرائيا: هي الرصيد الممتلك من المعرفة والحقائق والمعلومات التي يكتسبها سائقي سيارات الأجرة من خلال استماعهم لبرامج إذاعة تيارت.

#### 3.4.12 تعريف التنمية المعرفية:

اصطلاحا: إعداد وتهيئة المواقف التي تؤدي إلى ظهور قدرات الفرد العقلية تشكيلها والوصول بها إلى أقصى مدى يمكن أن تصل إليه، بحكم ما ورثته من استعدادات جينية، ثم توظيفها واستخدامها لصالح الفرد والمجتمع.<sup>5</sup>

- هي التطور المعرفي وهو دراسة تطور العصبي والنفسي للطفولة على وجه التحديد، إذ يتم تقييم التطور المعرفي بناء على مستوى الإدراك ومعالجه المعلومات واللغة كمؤشر على النمو الدماغ، من المعترف به عموما أن التطور المعرفي يتقدم مع تقدم العمر.<sup>6</sup>

<sup>1</sup> عيسى محمود الحسن، الإعلام والتنمية، دار زهران للنشر، عمان، ط1، 2010، ص7.

<sup>2</sup> أحمد محمد عثمان آدم، دور إدارة المعرفة والأصول الفكرية في تحقيق المنفعة الاقتصادية للمكتبات الجامعية، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة، 2018، ص26.

<sup>3</sup> أحمد محمد عثمان آدم، نفس المرجع، ص28.

<sup>4</sup> محمد سرحان علي المومدي، مناهج البحث العلمي، دار الكتب لنشر، الجمهورية اليمنية صنعاء، ط3، 2019، ص4.

<sup>5</sup> صاحب عبد مرزوك الجنابي، علم النفس المعرفي، دار اليازوري العلمية للنشر، د ط، د ب، 2019، ص72.

<sup>6</sup> علي عون، عايشة علة، نظرية بياجيه للتنمية المعرفية: الآليات التنموية والتداعيات التعليمية، مجلة دراسات في علوم الإنسان والمجتمع، جامعة جيجل، المجلد2، العدد3، 2019، ص74.

إجرائيا: هي عملية تطوير وتحسين الرصيد الفكري والمعرفي للفرد، أو كسب مزيد من الحقائق والمعلومات حول شيء ما، خلال استماعه للبرامج الإذاعة المحلية تيارت

## 5.12 تعريف الجمهور:

لغة: جاء في قاموس " لسان العرب" أن جمهور كل شيء معظمه، وقد جمهره، وجمهور الناس: جلهم، وجماهير القوم: أشرفهم.<sup>1</sup>

اصطلاحا: هو مجموعة مجهولة المصدر ومتغيرة من الأفراد المعنيين من قبل أجهزة الإتصال الجماهيري وسائل الإعلام. بمجرد أن يكون للجمهور دور، فهذا يعني وجود نوع من العمل التفسيري من جانب القارئ أو المشاهد.<sup>2</sup>

كما يعرف على أنه هو مجموعة من الناس تواجه قضية ما وتنقسم أفكارهم حولها، لذا يجتمعون للنقاش في ما بينهم للتوصل إلى حل لهذه القضية.<sup>3</sup>

وهو مجموعة من الأفراد يجمع بينهم ميل أو اتجاه أو العاطفة مشتركة أو إدراك في وحدة المصالح لذلك يتولد لديهم شعور الوحدة وتحقيق الذات. ويختلف مقدار هذا الشعور من جمهور إلى آخر.<sup>4</sup>

إجرائيا: هو ذلك الجمهور المتمثل في سائقي سيارات الأجرة الحضري بمدينة تيارت الذي يتفاعل مع الرسالة الإعلامية عبر جهة الإتصال مهما اختلف نوعها لتحقيق أهدافه.

<sup>1</sup>خلاف بونخيلة، جمهور الطلبة الجزائريين ووسائل الإعلام المكتوبة، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والإتصال، جامعة منتوري، 2007/2006، ص106.

<sup>2</sup>بول لونغ، تيم ويل، تر: هدى عمر عبد الحليم، نزمين عادل عبد الرحمن، الدراسات الإعلامية للأعلام وأثره على الجمهور، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة، د ط، 2017، ص 66.

<sup>3</sup>اعتماد محمد علام، علم الاجتماع الصناعي: التطور والمجالات، مكتبة أنجلو مصريه، القاهرة، د ط، 2005، ص 217.

<sup>4</sup>حيدر شلال متعب الكريطي، وسائل الإعلام وبناء المجتمع الديمقراطي، دار أمجد للنشر، عمان د ط، 2017، ص 52.

### 13. الدراسات السابقة:

وقد تم الإطلاع على مجموعة من الدراسات التي لها علاقة بالمتغيرات موضوع دراستنا منها:

#### 1.13 دراسة حفيظة سنوسي: الإذاعة المحلية والعادات الاستماعية للمجتمع المحلي في الجزائر.

أجريت هذه الدراسة من إعداد الطالبة حفيظة سنوسي، تحت عنوان الإذاعة المحلية والعادات الاستماعية للمجتمع المحلي في الجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، خلال الموسم الجامعي 1992\_1993م.

تمحورت إشكالية هذه الدراسة في دراسة الظاهرة البث المحلي في الجزائر المعرفة طبيعتها، كونها هي وسيلة الاتصال الأكثر ملائمة في مختلف الميادين، كما تهدف هذه الدراسة إلى تحديد مدى توافق الاتجاه الرسمي في التعامل مع ظاهرة البث المحلي في الجزائر مع اتجاهات المجتمع المحلي خاصة في التعامل مع العامل اللغوي وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية المسحية إلى جانب توزيع استمارات الاستبيان عن طريق المقابلات التي احتوت على 287 استمارة، كما اعتمدت الباحثة في دراسة موضوعها على العينة العشوائية.

وقد تمكنت من الوصول إلى أهم النتائج أهمها أن ما توفره الإذاعة من فرص التنمية الإعلام في سياقه الاجتماعي لم يستغل بصفة فعالة في الجزائر، فالدولة توجهت إلى تشجيع الجهاز الثقيل (التلفزيون).

تتشابه هذه الدراسة مع موضوع دراستنا في دراسة المجتمع المحلي وتنميته في مختلف الميادين سواء كانت اجتماعية اقتصادية ثقافية وغيرها، كما اعتمدت على نفس الوسيلة الإعلامية المتمثلة في الإذاعة في الدراسة.

تمثل الاستفادة من هذه الدراسة من طبيعة المنهج المستخدم وكذا أسئلة الإستمارة.<sup>1</sup>

#### 2.13 دراسة مسعودة طلحة: دور الإذاعة المحلية وترتيب أولويات المواطن نحو قضايا التنمية المستدامة.

أجريت هذه الدراسة من طرف الطالبة مسعودة طلحة، تحت عنوان دور الإذاعة المحلية في ترتيب أولويات المواطن نحو قضايا التنمية المستدامة، وهي أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، الموسم الجامعي 2017-2018.

وللإجابة عن هذه الإشكالية إلى مفادها إلى أي مدى تساهم إذاعتنا الجزائر من بسكرة ومن الوادي في ترتيب أولويات المستمعين من المواطنين نحو قضايا التنمية المستدامة؟ كما يكمن الهدف من هذه الدراسة هو التعرف على ترتيب أولويات قضايا التنمية المستدامة بأبعادها البيئية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية

<sup>1</sup> حفيظة سنوسي، الإذاعة المحلية والعادات الاستماعية للمجتمع المحلي في الجزائر، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 1993-1992

في أجندة كل من الإذاعتين المحليتين، تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية بشقيها تحليلي والمسحي واستخدمت أداة تحليل المضمون واستمارة استبيان التي وزعتها على 350 مفردة واعتمدت في ذلك على العينة القصدية .

وقد تمكن الباحث من الوصول إلى مجموعة من النتائج أهمها: إن نتائج الدراسة التحليلية توضح لنا كل من أولويات الإذاعة المحلية تجاه قضايا التنمية المستدامة بأبعادها وكذا العوامل المؤثرة على ترتيب هذه القضايا لكل من الإذاعتين المحليتين.

نتائج الدراسة الميدانية الجزء الثاني من هذه الدراسة حيث أعطى فكرة شاملة عن أولوية المواطنين تجاه التنمية المستدامة بمختلف أبعادها والعوامل المترتبة لها.

تشابه هذه الدراسة مع موضوع دراستنا في كون أنها اعتمدت على نفس الوسيلة الإعلامية الإذاعة وأيضا اعتمدت على دراسة المجتمع المحلي وكيفية نظره للتنمية في مختلف المجالات.

وتمثل الاختلاف في المنهج المستخدم حيث أن دراستنا اعتمدت على منهج المسحي أم دراسة الباحثة مسعودة طلحة استخدمت منهج دراسة حالة.

تتمثل الاستفادة من هذه الدراسة كونها درست المجتمع المحلي ودور الإذاعة المحلية في التنمية المعرفية، كما أنها درست اهتمام المستمعين بقضايا التنمية الخاصة بالمجتمع المحلي.<sup>1</sup>

### 3.13 دراسة هشام زرايقية: التنشئة الاجتماعية من خلال الإذاعة المحلية.

أعدت هذه الدراسة من طرف الطالب هشام زرايقية، تحت عنوان التنشئة الاجتماعية من خلال الإذاعة المحلية، وهي عبارة عن دراسة تحليلية لبرنامج دنيا الأطفال الذي يبث بإذاعة تبسة، وهي أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، خلال الموسم الجامعي 2018\_2019.

للإجابة على للإشكالية التي مفادها كيف تساهم إذاعة تبسة المحلية في التنشئة الاجتماعية للطفل؟ وكان الهدف من هذه الدراسة تعليم الطفل وترفيهه وتنمية مهاراته، وقد اتبع الباحث المنهج المسح بالعينة كون أن موضوع دراسته ينتمي إلى الدراسات الوصفية التي تقوم على تفسير الوضع القائم للظاهرة مع تحليله، كما تطلبت

<sup>1</sup> مسعودة طلحة، دور الإذاعة المحلية وترتيب أولويات المواطن نحو قضايا التنمية المستدامة، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2017-2018.

هذه الدراسة في معالجة موضوعها بالاعتماد على مجموعة من الأدوات المختلفة وتمثلت في المقابلة، الملاحظة العلمية، أداة تحليل المضمون، بالإضافة إلى الاعتماد عينة القصديّة.

قد تمكن الباحث من الوصول إلى مجموعة من النتائج أهمها التعرف على كيفية مساهمة إذاعة تبسة التنشئة الاجتماعية للأطفال من خلال برنامج دنيا الأطفال الذي تقدمه من أجل ترسيخ على المحافظة على الهوية الوطنية وحب الوطن وهي من الأساسيات التي تسعى كل المؤسسات التنشئة الاجتماعية لغرسها اليوم في أبنائنا.

تشابه دراستنا مع دراسة الباحث في أنّها دراسة جزائرية، كما اعتمدت على الإذاعة كوسيلة إعلامية وتطابقت هذه الدراسة مع دراستنا في المنهج والعينة والأداة التي تمثلت في المقابلة.

وتمثل الاختلاف في أنه أضاف أداة بحثية أخرى والتي هي الملاحظة العلمية وأداة تحليل المضمون.

وتكمن الاستفادة من هذه الدراسة في استخدامها كمرجع للدراسة.<sup>1</sup>

#### 14. الخلفية النظرية

##### تعريف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

هو "الاعتماد المتبادل بين الأفراد ووسائل الإعلام وان العلاقة التي تحكمه هي علاقة اعتماد بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية والجمهور، إذ يعتمد الأفراد في تحقيق أهدافهم على مصادر معلومات الإعلام من جمع المعلومات ومعالجتها ونشرها، ويبين دي فلور وسانتا كلور أن المعلومة هنا هي كل الرسائل الإعلامية حتى الترفيهية منها".<sup>2</sup>

إن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام فهي "نظرية بيئية والنظرية البيئية تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيباً عضوياً، وهي تبحث في كيفية ارتباط أجزاء من النظم الاجتماعية صغيرة وكبيرة يرتبط كل منها بالآخر ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات".<sup>3</sup>

##### فروض النظرية:

**1-** كلما كانت المعلومات التي تبث من وسائل الإعلام ذات أهمية للأفراد زاد اعتمادهم على هذه الوسائل لاستقاء تلك المعلومات.

<sup>1</sup> هشام رزايقية، التنشئة الاجتماعية من خلال الإذاعة المحلية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر03، 2018-2019.

<sup>2</sup> كنعان علي عبد الفتاح، نظريات الاتصال والإعلام الحديث، دار الأيام للنشر، عمان، 2013، ص240.

<sup>3</sup> حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 1998، ص318.



2- تزداد إمكانية تحقيق الرسائل الإعلامية للتأثيرات المعرفية والوجدانية عندما توفر النظم الإعلامية خدمات معلوماتية متميزة وأساسية ويزداد التأثير بشكل كبير في حالة عدم استقرار المجتمع بسبب الصراع و التغيير.

3- كلما زادت حالات التغيير وعدم الاستقرار في مجتمع ما زاد اعتماد أفراد هذا المجتمع على وسائل الإعلام المختلفة.

4- يقل اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام الجماهيرية كلما توافرت لديه مصادر أخرى بديلة للمعلومات أو مصادر إعلام خارجية.

5- يكون الأفراد الذين يعتمدون على وسيلة إعلامية محددة أكثر قدرة على استخلاص المعلومات من خلال تعرضهم لهذه الوسيلة.

6- يختلف الأفراد فيما بينهم من حيث درجة الاعتماد على وسائل الإعلام فالجمهور من المفترض أن يكون لديه مصادر متعددة تجعلهم يتفاوتون في درجة اعتمادهم على وسائل الإعلام.<sup>1</sup>

**تأثيرات المترتبة على اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام:**

هناك مجموعة من الآثار التي تنتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام، وتتمثل في:

**أولاً: الآثار المعرفية:**

تشتمل الآثار المعرفية وفقاً لهذه النظرية على أربعة أمور هي:

1) **كشف الغموض:** فالغموض ناتج عن نقص معلومات في حدث معين يترتب عليه عدم معرفة التفسير الصحيح للحدث من قبل الجمهور، وتكشف وسائل الإعلام الغموض من خلال تقديم التفسير الواضح للحدث أو زيادة المعلومات في هذه الحادثة.

2) **تكوين الاتجاه:** تكون وسائل الإعلام الاتجاه لدى الجمهور مع عدم إغفال الدور الانتقائي للفرد في تكوين الاتجاه لديه، كما في مثل مشكلات البيئة والتربية.

3) **ترتيب الأولويات:** ولهذا الأثر نظرية مستقلة تحمل الاسم نفسه، حيث إن وسائل الإعلام تبرز قضايا، وتخفي أخرى مما يشكل أهمية لدى الجمهور من جراء تسليط الإعلام الضوء على قضية دون أخرى.

4) **اتساع الاهتمامات:** وذلك أن وسائل الإعلام تعلم الجمهور أشياء ومعارف لا يدركونها من قبل، مما يشكل لهم أهمية، وذلك مثل الحرية في التعبير، وأمر المساواة.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> إحسان رمضان السامرائي، الفضائيات الإخبارية دورها في توجيه الرأي العام سياسياً، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2017، ص26.

## ثانيا: الآثار الوجدانية:

المقصود بالآثار الوجدانية هو "المشاعر والعواطف التي يكونها الإنسان تجاه ما يحيط به، وظهر هذا التأثير عندما تقدم معلومات معينة من خلال وسائل الإعلام، تؤثر على مشاعر الأفراد وبالتالي في الاتجاه الذي تستهدفه الرسائل الإعلامية"، وتتمثل هذه التأثيرات في:

- 1) **الفتور العاطفي:** فكثرة التعرض لوسائل الإعلام يؤدي بالفرد إلى الشعور بالفتور العاطفي، وعدم الرغبة في مساعدة الآخرين، وهذا نتيجة التعرض لمشاهد العنف التي تصيب الفرد بالتبدل.
- 2) **الخوف والقلق:** يفترض أن التعرض لمشاهد العنف يصيب الفرد المتلقي بالخوف، والقلق والرعب مثل الوقوع في هذه الأعمال، أو أن يكون ضحية لها.
- 3) **الدعم المعنوي:** وذلك أن وسائل الإعلام عندما تقوم بأدوار اتصال رئيسية ترفع الروح المعنوية لدى الجمهور نتيجة الإحساس بالتوحد، والاندماج في المجتمع، والعكس عندما لا تعبر وسائل الإعلام عن ثقافته، وانتمائه في حس بإحساس الغربة.<sup>2</sup>

## ثالثا: الآثار السلوكية:

وهي "محصلة التأثيرات الوجدانية والمعرفية والتي لا يكون لها تأثير اجتماعي إذا لم تتحول إلى سلوك والتأثيرات السلوكية تظهر في الفعل والحركة نحو قضايا وسلوكيات معينة أو فقدان الرغبة وتهدئة الحركة نحو القضايا والحلول، تنحصر الآثار السلوكية لاعتماد الفرد على وسائل الإعلام "وفقا لرؤية ملفين ديفلير وساندرا بول روكيتش" في سلوكيين أساسيين هما:

- 1) **التنشيط:** ويعني به قيام الفرد بنشاط ما نتيجة التعرض لوسائل الإعلام وهذا هو المنتج النهائي لربط الآثار المعرفية بالوجدانية.
- 2) **الخمول:** ويعني هذا العزوف عن العمل، ولم يحظ هذا الجانب بالدراسة الكافية، ويحدث العزوف نتيجة التغطية المبالغ فيها، مما يسبب الملل.<sup>3</sup>

## الانتقادات الموجهة إلى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

- 1- أنها تبالغ في تقويم الاعتماد من جانب فئات الجمهور على النظام الإعلامي.

<sup>1</sup> صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد، مؤسسة طيبة للنشر، القاهرة، ط1، 2011، ص56-57

<sup>2</sup> محمد الأمين أحمد عبد مرزوك الجنابي، مواقع التواصل الاجتماعي والحراك الشعبي، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ط1، 2020، ص50

<sup>3</sup> زينب محمد حامد حسن، فتاوى الفضائيات.. تأثيرها على الجمهور، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2018، ص74.

- 2- تضخم من تأثير وسائل الإعلام خاصة وقت الأزمات الطارئة.
- 3- تتغافل تماما عن دور التأثير الشخصي مثل الاتصال داخل الجماعة أو الاتصال داخل المنظمات.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> علاء نجاح نوري، المعرفة السياسية في الإذاعات الدولية الموجهة، دار غيداء للنشر، الأردن، المجلد 1، ط 1، 2020، ص 49.

## الإسقاط النظري:

تعتبر الإذاعة المحلية وسيلة اتصال غير مكلفة بالنسبة للمتلقي ولا تحتاج إلى وقت خاص للاستماع إلى الأخبار أو البرامج التي تبثها عبر أثيرها مقارنة مع الوسائل الإعلام الأخرى، كونها تخاطب الفئات والأعمار مثلا سائقي سيارات الأجرة عند مزاولتهم لعملهم يمكنهم الاستماع إليها في أي وقت، وأن جمهورها في وقتنا الحالي لا يزال يعتمد عليها في ظل التطورات التكنولوجية الهائلة التي شهدتها وسائل الاتصال بشكل عام، حيث حافظت على سلطتها ونفوذها وقدرتها على تثقيف مستمعيها من خلال ما تعالجه من موضوعات وأفكار وقضايا متنوعة، متخطية بذلك حواجز الأمية والحدود الجغرافية للمساهمة في الارتقاء بالمستوى المعرفي والفكري لديهم.

ولقد أصبح جمهور الإذاعة يعتمد عليها في مواكبة الأحداث الآنية والاستماع بما تقدمه من برامج متنوعة المتعلقة بمجتمعهم والعالم، حيث أصبحت الإذاعة تمارس دورا حيويا في التأثير على الجمهور من خلال المواد التي تذيعها في مختلف المجالات، وعادة ما يكون الجمهور الإذاعة عنصرا مشاركا وفعالا في البرامج الإذاعية عن طريق اتصاله المباشر عبر الهاتف أو الرسائل القصيرة SMS، ولتفسير هذه العلاقة بين الإذاعة وجمهورها من خلال التأثيرات التي تحددها البيئة الاجتماعية، وتتمثل هذه التأثيرات في:

1- **التأثيرات المعرفية:** يكمن دور الإذاعة في إزالة الغموض الناتج على عدم الفهم أو افتقار المعلومات التي تبثها، وكذلك تأثيرها على إدراك المستمعين لبعض القضايا أو المضامين التي تقدمها عن طريق برامجها المتعددة، ومن المعرفة تلك الخاصة بالمعتقدات والقيم كالمساواة وحرية الرأي والتسامح...، حيث أن الإذاعة تراعي معتقدات وقيم خاصة بكل مجتمع مختلف عن آخر.

2- **التأثيرات الوجدانية:** تؤثر الإذاعة وجدانيا مستمعيها من خلال العواطف التي يكونها المستمع أول فرد تجاه كل ما يحيط به، وتتضمن التأثيرات الوجدانية في الخوف والقلق مثلا عند عرض أحداث العنف والاعتقالات والكوارث التي تثير مشاعر الخوف لدى المستمع والقلق خشيه من الوقوع ضحايا لهذه أعمال العنف، ويتمثل الاغتراب لدى الفرد حين لا يجد معلومات التي تبثها الإذاعة تكون غير معبرة عن نفسه وثقافته وانتماءاته العرقية.

3- **التأثيرات السلوكية:** هي تأثيرات ناتجة عن التأثيرات المعرفية والوجدانية في رد الفعل الذي يظهره مستمع في سلوكه العلني إما يكون سلوك نشط كاتخاذ موقف معين مؤيد له أو الخمول.

وفي الأخير نستنتج أن كلما كانت الوسيلة الإعلامية في المجتمع متطورة وقادرة على تلبية رغبات الجماهير كلما ارتفع إقبال الجماهير عليها بشكل كبير.

## الفصل الأول: ماهية الإذاعة

المبحث الأول: عموميات حول الإذاعة.

المطلب الأول: تعريف الإذاعة.

المطلب الثاني: أهداف الإذاعة.

المطلب الثالث: خصائص الإذاعة.

المطلب الرابع: وظائف الإذاعة.

المبحث الثاني: تطور التاريخي للإذاعة.

المطلب الأول: في العالم.

المطلب الثاني: في الوطن العربي.

المطلب الثالث: الإذاعة في الجزائر.

المبحث الثالث: الإذاعة المحلية في الجزائر.

المطلب الأول: أنواع الإذاعات.

المطلب الثاني: الإذاعة المحلية في الجزائر.

المطلب الثالث: أهم المحيطات الإذاعية في الجزائر.

## تمهيد

تعد الإذاعة باعتبارها وسيلة اتصالية جماهيرية في خدمة المجتمع حيث أنها تساعد الفرد على اكتساب المعارف والمعلومات والأخبار التي يجهلها من برامجها المتعددة والمختلفة والتي تهتم في حياته اليومية في حين لها صدق كبير بين الأوساط المختلفة ولها الكثير من المقبلين على برامجها التي تقدمها عبر أثيرها، لكونها الأداة الأكثر انتشاراً والأوسع لتخطيها الحواجز الجغرافية، كما ساهمت الإذاعة بشكل فعال في التأثير على جمهورها وذلك من خلال معرفة حاجاته ورغباته وميولاته التي يريدتها من أجل تلبيةها. كما استطاعت المحافظة على مكانتها رغم التطورات الهائلة لتقنيات البحث السريع لكونها الوسيلة الاتصالية السمعية الأكثر رواجاً في العالم.

وللتعرف على المزيد من المعلومات حول الإذاعة سنتطرق في هذا الفصل تحت عنوان ماهية الإذاعة من خصائصها وأهدافها ونشأتها وتطورها في (العالم، الوطن العربي، الجزائر)، وأنواع الإذاعات، والإذاعة المحلية في الجزائر وأهم محطاتها.

## المبحث الأول: عموميات حول الإذاعة

## المطلب الأول: تعريف الإذاعة

عرفها إبراهيم إمام: "بأنها الانتشار المنظم والمقصود لمواد إخبارية وثقافية وتعليمية وتجارية وغيرها من البرامج بواسطة "الراديو" لتلتقط في وقت واحد بواسطة المستمعين المنتشرين في شتى مناطق العالم".<sup>1</sup>

عرفها عبد العزيز شرف: "أنها عبارة عن تنظيم مهيكّل في شكل وظائف وأدوار، تقوم على بث مجموعة من البرامج ذات الطابع الترفيهي والثقيفي والإعلامي وذلك لاستقبالها في آن واحد من طرف جمهور متناثر يتكون من أفراد وجماعات بأجهزة مناسبة".<sup>2</sup>

وعرفتها دائرة المعارف البريطانية نجد وصفا للإذاعة بأنها: "النشر المنظم للإمتاع والإعلام والثقيف وغيرها لاستقبالها في آن واحد بواسطة جمهور متناثر يتكون من أفراد أو جماعات بأجهزة استقبال مناسبة".<sup>3</sup>

تعني "المنظم أو للإمتاع والإعلام والثقيف، وغيرها لاستقبالها في آن واحد بواسطة جمهور متناثر يتكون من أفراد أو جماعات بأجهزة استقبال مناسبة".<sup>4</sup>

تعرف الإذاعة بأنها "نقل الصوت المرسل إلى المستقبل بعد تحويله إلى موجات كهرومغناطيسية، لينقل عبر الأثير، فيستقبله جهاز الاستقبال الذي يحول الموجات الكهرومغناطيسية إلى الصوت مرة ثانية، يعمل المضخم في جهاز الاستقبال على تضخيمه حتى يصل إلى أذن المستمع".<sup>5</sup>

ومن خلال التعاريف السابقة يمكننا تعريف الإذاعة على أنها وسيلة إعلامية جماهيرية تقوم ببث مختلف البرامج عن طريق الاتصال اللاسلكي وذلك عبر موجات كهرومغناطيسية لتصل إلى الجمهور المستمعين.

<sup>1</sup> بداني فؤاد، سوسولوجية القيم الإخبارية بالإذاعة الجزائرية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم علم اجتماع الاتصال، جامعة وهران2، 2015\_2016، ص49.

<sup>2</sup> طيبي عمار، دور الإذاعات المحلية في نشر الثقافة الرياضية لدى الطلبة الجامعيين، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام والاتصال الرياضي، جامعة الجزائر3، 2010-2011، ص9.

<sup>3</sup> يصرف الحاج، تأثير التلفزيون الجزائري على تحديد السلوك الانتخابي، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة وهران، 2006\_2007، ص19.

<sup>4</sup> مجد الهاشمي، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، دار أسامة للنشر، عمان، ط1، 2004، ص128.

<sup>5</sup> مصطفى حميد كاظم الطائي، فنون الإذاعية والتلفزيونية وفلسفة الإقناع، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2007، ص16.

## المطلب الثاني: خصائص الإذاعة

- تتمتع بخاصية السرعة في تناقل المعلومات.
  - إمكانية استخدامها لكافة الظروف والمجالات، السياسية منها والاقتصادية والاجتماعية، المحلية منها والإقليمية والعالمية.
  - بإمكان الإذاعة إثارة الخيال المستمع بما تقدمه من برامج ذكية ومدروسة<sup>1</sup>.
  - تحاطب مختلف فئات المجتمع ويمكن توجيه برامج لكل الشرائح سواء المتعلمين أو الأميين.
  - تتسم بالفورية (أي مقدرتها على نقل الأحداث مباشرة) مما جعلها أكثر واقعية.
  - الإذاعة بالذات تشعر الجمهور بما يعرف بالذاتية لذلك فقد تغير نمط الاستماع من النمط الجماعي إلى النمط الفردي مع تطور أجهزة استقبال.
  - نقل تراث وخبرات الأجيال والمجتمع للأجيال التالية<sup>2</sup>.
  - لا تحتاج الكلمة الإذاعية إلى معاناة القراءة، حيث نستطيع الاستماع ونحن نقوم بنشاطاتنا المختلفة.
  - جمهور الإذاعة عريض وغير متجانس، وبرامجها متنوعة لتناسب أذواق معظم الجماهير.
  - اتساع نطاق التغطية الجغرافية على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي فباستخدام الموجة القصيرة والمتوسطة تصل الكلمة الإذاعية إلى أطراف العالم في أقل من 7/1 ثانية<sup>3</sup>.
  - رخص ثمنه مما يجعله في متناول الأفراد بسهولة.
  - الإمكانية في تسجيل المادة المذاعة وتكرار إذاعتها حسب سياسة القائم بالاتصال أو حسب رغبة المستمعين.
  - تقديم خدمات عديدة ومتنوعة للمستمعين تفي بكل احتياجاتهم ورغباتهم<sup>4</sup>.
- من مزايا الإذاعة كونها وسيلة تستقطب كل فئات المجتمع من حيث بساطة اللغة وسهولة الاستعمال وكسب الوقت كما تزود الفرد بالمستجدات اليومية.

<sup>1</sup> عامر إبراهيم القندلجي، الإعلام والمعلومات والانترنت، دار البازوري، عمان، ص183.

<sup>2</sup> غادة عبد التواب، الإعلام التقليدي والإعلام البديل (النشأة والتطور)، مؤسسة حورس الدولية للنشر، الإسكندرية، ط1، 2020، ص179-180.

<sup>3</sup> جمال العيفة، مؤسسات الإعلام والاتصال الوظائف-الهياكل-الأدوار، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص108.

<sup>4</sup> عبد الباسط محمد الحطامي، مقدمة في الإذاعة والتلفزيون، دار أسامة للنشر، عمان، ط1، 2014، ص21.



## المطلب الثالث: أهداف الإذاعة

1. تزويد الجمهور المستمعين بالأخبار والمعلومات والبيانات والحقائق التي تتعلق بهم وبالبيئة والمحيط الذي يعيشون فيه، بالإضافة إلى ربطهم بالبيئات الخارجية واطلاعهم على ما يدور فيها.
2. أداة من أدوات الثقافة في نقل التراث بكل ما فيه من عادات وتقاليد وأعراف وقيم متوارثة من الماضي إلى الحاضر، والمحافظة عليه وتطويره لكي يواكب متطلبات الحياة العصرية الحديثة.
3. فتح قنوات للانفتاح على العالم الخارجي من كافة النواحي بما في ذلك تبادل الخبرات وعقد الصداقات وتحسين صورة المجتمع للمجتمعات الأخرى.
4. زيادة الوعي الديني والسياسي والاقتصادي والاجتماعي التعليمي والثقافي والبيئي جمهور المستمعين، فهي وسيلة تثقيفية وتوجيهية لتثقيف الناس جميعاً.
5. في تنمية المجتمع وتطويره وزيادة الإنتاجية، والتعريف بالمنتجات من خلال الدعاية والإعلان، وبرامج التنمية المجتمعية المختلفة الدينية والثقافية والتربوية.<sup>1</sup>
6. لتحفيز الجمهور لتحريك البلد سياسياً تجاه وحدة وطنية أو لتثير الجمهور ضد عدو خارجي أو لتحفيز جماعة من اجل نشاط تنموي ذاتي.
7. لترشيد الجمهور حول الخدمات الاجتماعية المتاحة وتعلن أحداث هامة تهم الجمهور.<sup>2</sup>
8. لتعليم الجمهور حيث يمكن إن تقدم برامج تعليمية غير رسمية فيما يتعلق بحقول مهارات المعرفة أو حقول مهارات العمل.
9. لتغيير السلوك وخاصة بالنسبة للأماكن السكنية والريفية المعزولة.
10. الترفيه والتسلية.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> ثامر عزيز الديجاني، برامج الشباب في إذاعة الكويت ومارينا من وجهة نظر الشباب، رسالة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2012، ص50.

<sup>2</sup> علي عبد الفتاح، إدارة الإعلام، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص124.

<sup>3</sup> مبنى عاطف، التنظيم الإداري للقنوات الفضائية، ط1، أطلس للنشر، الجيزة، 2013، ص35.

**المطلب الرابع: وظائف الإذاعة**

هناك عدة وظائف للإذاعة أبرزها:

**1. الوظيفة الإخبارية:**

هي وصف أو تقرير دقيق غير متحيز للحقائق الهامة حول ما يحدث وما توحى به الأحداث مما يستأثر باهتمام الأفراد ويتعلق بالصالح العام بشرط ألا يكون خارجا عن قواعد الذوق وقوانين القذف والسب، وتقوم الإذاعة بتقديم الأخبار للمجتمع بأسلوب مختصر ولكنها تتكرر عدة مرات سواء كما هي أو مع بعض الإضافات وفقا لتطور الأحداث اليومية.<sup>1</sup>

**2. الوظيفة الاجتماعية:**

ويطلق عليها أيضا وظيفة التسهيل الاجتماعي حيث أنها تسمح بالمشاركة مع الآخرين في تشكيلة متنوعة من الأحداث ذات المغزى والاهتمام المشترك كما تعمل على تحقيق نوع من الاقتراب بينه وبين غيره من المستمعين مجرد اشتراكه معهم في الاستماع إلى الأخبار والبرامج نفسها.

**3. الوظيفة الثقافية (الثقافية):**

وهي ليست أقل شأنًا من سابقاتها من الوظائف فإذا كنا نحتاج في الكتاب إلى القراءة وفي السينما والمسرح إلى الخروج من البيت والانتقال إلى مشاهد العرض في دور السينما والمسرح فإن الإذاعة قادرة على الدخول إلى بيوتنا وتوفير الوقت والجهد من خلال بث ثقافة جادة وعميقة في مختلف القطاعات الثقافية.

**4. الوظيفة التعليمية:**

أكد الباحثون أن الراديو قد أثبت فاعليته في تعليم الكثيرين وذلك عن طريق بث مواد تعليمية نظرا لما يتمتع به من قدرة على الإرسال الإذاعي التي تغطيه مساحة جغرافية شاسعة تجعل من الممكن استخدامها في التعليم بالنسبة للمناطق النائية.

**5. الوظيفة الدعائية:**

يبرز الدور الدعائي للراديو خاصة أثناء فترات الحروب والأزمات، يقول هتلر في كتابه "كفاحي" عن الإذاعة: "أني أعلم أن تأثير كلمة مكتوبة على الأفراد أقل بكثير من تأثير كلمة يسمعونها وأن كل حركة كبيرة على هذه الأرض تدين لكبار الخطباء وليس لكبار الكتاب".

<sup>1</sup> هشام رزايقية، التنشئة الاجتماعية من خلال الإذاعة المحلية، المرجع السابق، ص 99.

إذن فإن الراديو سلاح فعال يخاطب العقول والقلوب والنفوس ويعتمد على الإقناع والتوجيه أكثر مما يعتمد على الإنذار والتهديد.<sup>1</sup>

## 6. الوظيفة الترفيهية:

تقوم الإذاعة بتسليّة مستمعيها والترفيه عن طريق الأغاني والمونولوجات والبرامج الترفيهية الموسيقية والأغاني الخفيفة وعن طريق نقل المسرحيات الدرامية الغنائية، بالإضافة إلى الاحتفالات الرسمية والمباريات الرياضية والحفلات الدينية وغيرها.<sup>2</sup>

## 7. الوظيفة السياسية:

توظف الإذاعة لتوصيل الرسالة الإعلامية الهادفة إلى تعميق الولاء للنظام الحاكم القائم والشخصية الوطنية والكيان السياسي، إلى جانب ترسيخ التماسك السياسي والوحدة الوطنية داخل كل دولة وهي تلعب دور الوسيط بين الحكومة والشعب وتبلغ صوت الدولة وتنشر أفكارها ومشاريعها وإيديولوجياتها إلى الأفراد داخل الدولة وخارجها.

## 8\_ 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 وقرات إخبارية من أجل الترويج لسلعة أو خدمة ما، ويساهم ذلك بطبيعة الحال في رفع مدخولاتها، كما تلعب الإذاعة دور الرقيب لمختلف المشاريع الاقتصادية.<sup>3</sup>

نرى أن كل وظيفة من الوظائف سابقة الذكر تعمل على إرضاء المستمع من خلال برامجها المتعددة التي تقدمها عبر أثيرها سواء كانت إخبارية، اجتماعية، ثقافية، سياسية وغيرها، كما تعمل على الرقي والنهوض بالمستوى الفكري والثقافي والمعرفي للفرد.

<sup>1</sup> سهلي نوال، البرامج الثقافية الإذاعية من حيث الشكل والمضمون، اليازوري للنشر والتوزيع، د.ب، 2018، ص 63.

<sup>2</sup> هشام رزايقية، التنشئة الاجتماعية من خلال الإذاعة المحلية، مرجع سابق، ص 99.

<sup>3</sup> تسعديت قدوار، أثر تكنولوجيا الاتصال على الإذاعة وجمهورها، رسالة ماجستير في قياس جمهور وسائل الإعلام، جامعة الجزائر3، 2010-2011، ص 112.

## المبحث الثاني: تطور التاريخي للإذاعة المطلب الأول: في العالم

بعد ثورة الطباعة وسيطرة كل وسائلها لفترة طويلة من الوقت، وأيضاً بداية ثورة الإلكترونيات وذلك نتيجة الأبحاث الكثيرة والمستمرة والتي أجراها العديد من العلماء فيما يخص حقل الكهرباء والمغناطيس وكان الراديو أحد ثمار هذه الجهود العلمية النظرية والتطبيقية لذلك لا يمكن نسبة اختراعه إلى أحد معين رغم إدعاء الكثير من المؤرخين نسبة الاختراع إلى أحد مواطنيهم، وهذا كل حسب جنسيته. فكانت الموسوعة الألمانية قد نسبته إلى هرتز، والروسية إلى بوبوف، والإيطالية إلى ماركوني، والبريطانية إلى لودج.<sup>1</sup>

وعلى غرار هذا يمكن القول أن بداية رحلة ظهور الإذاعة المسموعة في العالم كانت في بداية القرن التاسع عشر أي عام 1860م، ولم يكن ظهور الإذاعة صدفة أو نابع من الفراغ، وإنما كان نتيجة من الدراسات والبحوث التي قام بها الأوائل في مجالات متعددة، وذلك كان مع تنبؤ عالم الرياضيات الاسكتلندي ماكسويل بوجود موجات الكهرومغناطيسية، وفي عام 1887م أثبتت التجارب المخبرية الفيزيائي الألماني هرتز الذي أثبت صحة نظرية ماكسويل واستطاع قياس طول الموجات الكهرومغناطيسية واكتشف في الأخير أن سرعتها تساوي سرعة الضوء وكان له الفضل الكبير في اكتشاف الموجات القصيرة. مما فسح المجال أمام الكثير من المخترعين وعلى رأسهم التقني الإيطالي ماركوني الذي تمكن من أن يرسل تقارير سريعة برموز مورس من خلال التلغراف وتمكن فعلاً من إرسال واستقبال إشارات إذاعية في ومن إيطاليا عام 1895م، و ثم تابع إرسال أول إشارة لاسلكية مدرسية غير صوتية عبر المانش عام 1899م، وعبر المحيط الأطلسي عام 1900م.<sup>2</sup>

وفي نفس الوقت قد قام العالم الإنجليزي سيرجون فليمنج باختكار الصمام الثنائي الذي يحول الترددات الصوتية إلى كهربائية عام 1904م من خلال تجاربه على استخدام اللاسلكي من أجل نقل الصوت البشري. وفي عام 1906م تمكن العالم الفرنسي دي فورست الملقب "بأب الراديو" من اختراع صمام مفرغ الذي ساعد على تقوية الإشارات اللاسلكية، ويعد هذان الاختراعا بمثابة نقطة تحول في مجال الإذاعة المسموعة.

وفي هذا الصدد تمكن العالم الأمريكي ريجنالد فيسندين من تحقيق النجاح بإرسال الكلام عن طريق اللاسلكي عام 1904م من خلال إذاعة الإنسان من المحطة التي أقامها في ولاية ماساشوستس الأمريكية. واستمر فيسندين من متابعة جهوده العلمية حتى استطاع في سنة 1906م من أن ينقل الصوت البشري والموسيقى

<sup>1</sup> فضيل دليو، تاريخ وسائل الإعلام و الاتصال، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، ط4، 2013، ص 124.

<sup>2</sup> فضيل دليو، المرجع نفسه، ص 126.

إلى مسافات بعيدة، وتجمع البحارة على سفنهم في المحيط الأطلسي أمام سواحل الولايات المتحدة الأمريكية يستمعون إلى الأصوات المرسلة عبر المحطة.<sup>1</sup>

وقد ذهب أيضا "دي فورست" إلى فرنسا وأقام محطة إذاعية في برج إيفل والتي ذاعت شهرتها الآن، حيث نقل عبرها برنامج مسرح غنائي في نيويورك عام 1910م، وفي عام 1919م بدأت شركة الجنرال الكتريك في صناعة المعدات والأجهزة، وأنشأت هيئة الإذاعة الأمريكية، وفي عام 1920م ظهرت على الهواء أولى المحطات الإذاعية اليومية في موسكو، وفي الولايات المتحدة الأمريكية "ديترويت نيوز". وكذا أول حملة انتخابية إعلامية عن طريق "k.D.k.A" الأمريكية ولصالح مرشح جمهوري بمدينة بتسبورغ. تبعتها في العام الموالي "أول محطة إذاعية تجارية في ماساشوستس، ثم توالى محطات الإرسال وتضاعف عددها حتى بلغ عام 1925م حوالي 587 محطة وفاق عدد أجهزة الاستقبال ثلاثة ملايين جهاز، ليصل عام 1929م عشرة ملايين جهاز استقبال. وهكذا انتقل الراديو من كونه هاتفًا لاسلكيًا من الاستعمال المهني إلى الاستعمال الجماهيري للترفيه وفي الدعاية السياسية محليًا ودوليًا".<sup>2</sup>

أما أول محطة إذاعية أسترالية كانت "بسيديني محدودة" بدأت الإرسال في 13 نوفمبر 1923م، ثم تلتها محطة أخرى انطلقت في جانفي 1925م وبدأت بدورها البث الإذاعي، وفي أيرلندا عام 1926م وكانت جزءًا من وزارة البريد والبرق حتى عام 1960م حين أصبحت هيئة. كما بدأت البث الإذاعي في جنوبي آسيا في عشرينيات القرن الماضي وكانت شركة إذاعة الهند محطة بث إذاعي هندية تمنح ترخيص للبث، وذلك عام 1927م ولكن توقفت عن العمل فيما بعد نظرًا إلى افتقاد الناس أجهزة الاستقبال الإذاعي، وفي عام 1932م أنشئت محطة إذاعة الحكومة الهندية، وأعيد تسميتها عام 1936م بإذاعة كل الهند، وفي باكستان سلمت جميع محطات الإذاعة إلى الحكومة في عام 1947م لتشغيلها وإدارتها والإشراف عليها، وتخضع محطة الإذاعة في آسيا لسيطرة الحكومة. كما انتشرت أيضا في كل من السويد والنمسا وهولندا عام 1923م وفي كندا 1927م، وفي البرتغال عام 1929م وفي نيوزلندا عام 1931م.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> طاهري لخضر، واقع الإذاعة المحلية ومعالجتها المشكلات الاجتماعية، رسالة ماجستير في علم الاجتماع، جامعة محمد خيضر، 2011-2012، ص 52-53.

<sup>2</sup> علي فلاح الزعبي، الإعلان الفعال، دار اليازوري العلمية، د ب، 2019، ص 299.

<sup>3</sup> وسام فاضل راضي، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني الدولي، المنهل للنشر، د.ب، 2013، ص 107.

وتعتبر الإذاعة من أهم الوسائل التي تتميز بالسرعة والفورية والانتشار الأوسع حيث استخدم الراديو كوسيلة إعلامية جماهيرية تجاوزت المسافات وجعلت من العالم قرية صغيرة حتى أنها تحطت الحدود الزمانية والمكانية وتعددت محطاتها الإذاعية "محلية-إقليمية-وطنية" وأصبح من الصعب أن تجد في العالم أو الدول من لا يستعمل الإذاعة لأنها أصبحت تشكل جزءاً حيويًا في مجال الاتصال الجماهيري الحديث.

### المطلب الثاني: في الوطن العربي

بدأت الإذاعة في الوطن العربي منذ العشرينات في القرن الماضي، فكانت مصر أول الدول العربية التي عرفت الإذاعة، ويرجع ذلك إلى عام 1925م حيث بدأت الخدمات الإذاعية على يد بعض الأفراد من الهواة واعتمدت على الإعلان التجاري في تمويلها، ثم بدأ بث الإذاعة الرسمية للحكومة المصرية في 31 مايو 1934م، بعد أن تم إيقاف جميع المحطات الخاصة بالأفراد<sup>1</sup>، وقد بدأ الإرسال الإذاعي في المغرب سنة 1928.<sup>2</sup>

أما تونس لم تعرف البث الإذاعي إلا في عام 1935م، بواسطة محطات البث ضعيفة المدى أقامها بعض الأشخاص، وفي 31 مارس 1957م انتقلت الإذاعة إلى الحكومة، وفي نفس السنة أصدرت الحكومة التونسية مرسومًا جعل الإذاعة للدولة دون غيرها.<sup>3</sup>

أما في العراق تعود البدايات الأولى لإنشاء أول إذاعة في بغداد إلى يوم 22 مارس 1932م وذلك عندما قامت دائرة البريد والبرق العراقية بإجراء أول تجربة على مرسلتي البث اللاسلكي الموجودتين عندها واللتين كانتا تستخدمان لبث البرقيات التجارية، وذلك استعدادًا لنقل خطبة الملك فيصل الأول في حفل افتتاح المعرض الزراعي الصناعي آنذاك، وقد أجريت هذه التجربة على موجتين طولهما 530 مترًا و12,67 مترًا، وقد نصبت المحطة في شمال باب المعظم أما محطة الإرسال والأستوديو كانتا موضوعتين في دائرة اللاسلكي، إن نجاح هذه التجربة كان دافعًا قويًا لمواصلة التجارب الإذاعية بغية خروج مشروع الإذاعة إلى حيز الوجود، ومنذ ذلك التاريخ بدأت الحكومة العراقية بإنشاء محطات جديدة.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار، الإذاعة في القرن الحادي والعشرين، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 2008 ص26.

<sup>2</sup> عوض إبراهيم عوض، لغة الإذاعة، دار الجامعة الحظرم للنشر، د.ب، ط1، 2001، ص26.

<sup>3</sup> محمد فريد عزت، الاتصال ووسائله الجماهيرية التقليدية والتكنولوجية، دار النشر للجامعات، القاهرة، ط6، 2018، ص201.

<sup>4</sup> مصطفى طلاع خليل، التنظيم القانوني لحرية الإعلام المرئي والمسموع، المركز العربي للنشر، القاهرة، ط1، 2019، ص185.

أما لبنان عرفت أول محطة إذاعية التي أنشأتها حكومة الانتداب الفرنسي في 03 سبتمبر 1938م، وذلك للرد على دعاية ألمانيا النازية الموجهة إلى سوريا ولبنان من القسم العربي في الراديو برلين، وفي سنة 1946م سلمت فرنسا هذه المحطة إلى الحكومة اللبنانية رسمياً.<sup>1</sup>

ويعود تاريخ الإذاعة في ليبيا 1939م، حيث أنشأ المحتل الإيطالي محطة في مدينه طرابلس تذيع بالإيطالية وبعد انتهاء الحرب العالمية الثانية أنشأت محطة أخرى في مدينة بنغازي، استقلال ليبيا أسست في 28 يوليو 1958م محطة قوية باسم خدمة الإذاعة الليبية.<sup>2</sup>

وفي أول ماي 1940م أنشئت الإذاعة السودانية إبان الحرب العالمية الثانية من المال المخصص للدعاية للحلفاء في حربهم مع دول المحور، واختيرت لها غرفة صغيرة بمباني البوسنة القديمة بأم درمان وقد وزعت مكبرات الصوت في بعض ساحات أم درمان الكبيرة لتمكين أكبر عدد من المواطنين من الاستماع إلى الإذاعة التي كانت تبث نصف ساعة يومياً.<sup>3</sup>

أول إذاعة سورية بدأت في السابع عشر من نيسان عام 1946م، واستمر البث ست ساعات متواصلة، أما أستوديو البث فقد كان عبارة عن غرفة تابعة لدائرة مصلحة البريد.

حيث بدأت أول فترة بث ثابتة في الإذاعة السورية في أول شهر رمضان بعد الجلاء، حيث بثت يومياً ساعتين متواصلتين برامج رمضان.<sup>4</sup>

بدأت الإذاعة في البحرين البث في عام 1940م إبان الحرب العالمية الثانية وقد استمرت في بث برامجها حتى عام 1945م مع انتهاء الحرب وقد تولى مسؤوليتها الإدارية السيد جورج طلبية (عراقي الجنسية) والذي يعتبر أول مدير للإذاعة كما تولى مسؤوليتها في ذات الفترة كل من الأستاذة محمد دويغر وإبراهيم العريض في 1955م. بدأ عهد إذاعة البحرين كجهاز رسمي حكومي حيث افتتح صاحب العظمة المغفور له بإذن الله الشيخ سلمان بن حمد آل خليفة حاكم البحرين آنذاك مبنى إذاعة البحرين اللاسلكية وجرى تعيين الأستاذ إبراهيم كان مديراً للإذاعة.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> إيمان عبد الرحمن احمد محمود، دور الإذاعة في نشر التوعية الأمنية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، ط1، 2010، ص65.

<sup>2</sup> محمد فريد عزت، الاتصال ووسائله الجماهيرية التقليدية والتكنولوجية، المرجع السابق، ص202.

<sup>3</sup> جيزنو احمد جالو، دور الراديو في نشر الدعوة الإسلامية، دار الجنان للنشر، د.س. د.ب، ص43.

<sup>4</sup> إخلاص حمدان، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني المتخصص، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، ط1، 2020، ص121.

<sup>5</sup> مهند سليمان النعيمي، هنا البحرين.. عندما تكلم الحديد تاريخ الإذاعة البحرين 1940-2021، البحرين، ط1، 2021، ص11.

أما الإذاعة الأردنية نشأت في الرابع عشر من أيار مايو عام 1948م حيث قام العديد من العمال والموظفين العرب العاملين في هيئة الإذاعة التابعة للانتداب البريطاني آنذاك وبمساعدة الجنس العربي الأردني بالإستلاء على تلك المحطة، ونقل قسم كبير من معدات الإذاعة من مدينة القدس إلى مدينة رام الله ومن ثم بدأت البث فوراً.<sup>1</sup> أما في المملكة العربية السعودية بدأت الإذاعة في جدة عام 1949م وآنذاك كانت تسمى إذاعة مكة المكرمة وتم توحيد البث الإذاعي من إذاعة الرياض وجدة وزادت ساعات البث المباشر لأكثر من 20 ساعة في اليوم ومع حلول عام 1980م أصبح نظام البث الإذاعي في المملكة يضاهاى أنظمة البث في معظم الدول المتقدمة فيما يتعلق بقوة الإشارة ووضوح الاستقبال.

وفي الكويت كانت الانطلاقة الأولى للإذاعة في 12 مايو 1951م على الساعة السابعة مساءً بافتتاحيتها المتكررة الكويت ويمثل عام 1961م نقلة نوعية مهمة في تاريخ الإذاعة الكويتية لأنه العام الذي استقلت فيه الكويت حيث لعبت الإذاعة دوراً مهماً قبل انتشار التلفاز في تقديم الأخبار والبرامج وخطابات حكام الكويت المطالبين بالاستقلال عن بريطانيا والعراق وفي أثناء الغزو العراقي عام 1990م استمرت الإذاعة الكويتية في البث من السعودية ثم عادت القنوات كلها للعمل من الكويت مرة أخرى بعد التحرير.<sup>2</sup>

وبدأ الموريتانيون عام 1956م يستمعون إلى إذاعة موجهة إليهم من مدينة سان لوي بالسنغال وبعد استقلال موريتانيا عن فرنسا في 28 نوفمبر تشرين الثاني 1960م أصبح لها محطة إذاعة خاصة عن عاصمتها نواكشوط وذلك عام 1961م وتحولت الإذاعة الموريتانية في سنة 1968م إلى مؤسسة تابعة لوزارة الثقافة والإعلام تقبل إذاعة الإعلانات التجارية ولما انضمت موريتانيا إلى جامعة الدول العربية في أكتوبر تشرين الأول 1973م أصبحت عضواً في اتحاد إذاعات الدول العربية وتذيع هذه المحطة باللغتين العربية والفرنسية وباللهجات التكرورية والسونكية والولغية.<sup>3</sup>

وكانت أقدم محطة في الإمارات هي إذاعة دبي، وكانت تبث برامجها من إمارة الشارقة منذ 1966م وهي ملك حكومة دبي، وبدأت هذه الإذاعة إرسالها بقوة 50 كيلوات وهي تذيع الآن بقوة 1500 كيلوات، وتقدم برامج قصيرة وسريعة بالعربية والإنجليزية وتذيع الإعلانات، وهي من أغنى محطات المنطقة من حيث الأشرطة المسجلة والأسطوانات.

<sup>1</sup> محمود عبد السلام علي، الحملات الإعلامية، دار المعتز للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2017، ص199-200.

<sup>2</sup> باري جونتر، روجر ديكنسون، تر داود سليمان القرنة، وسائل الإعلام في العالم العربي، العبيكان للنشر، الرياض، ط1، 2018، ص50.

<sup>3</sup> خليل صابات، جمال عبد العظيم، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، د ط، 2001، ص477.



وفي أبوظبي بدأ الراديو بثه قبل قيام اتحاد الإمارات العربية، وعلى وجه الدقة في 25 فبراير شباط 1969م بقوة 10 كيلوات، وقد عرفت هذه المحطة ابتداءً من 02 ديسمبر كانون الأول 1971م باسم "صوت الإمارات العربية المتحدة".

وفي رأس الخيمة محطة إذاعية تبث برامجها منذ سبتمبر أيلول 1972م وكانت قوة إرسالها لا تزيد عن 10 كيلوات مما حد من عدد مستمعيها في الإمارات وفي 1983م وصلت قوة بثها إلى خمسين كيلوات فإتسع نطاقه.<sup>1</sup>

أما الإذاعة القطرية تأسست 25 يونيو 1968م لتكون أول وسيلة إعلامية تشهدها الساحة القطرية حيث سبقت في ذلك الصحف والمجلات، وشكل هذا التأسيس لإذاعة قطر الوليدة عصراً جديداً لبداية مسيرة الإعلام في قطر حيث واكبت من خلاله التطورات في تقديم مادة إعلامية هادفة للمتلقي، مما جعلها صامدة أمام الكم الهائل من التحديات والمنافسات الإعلامية من مدة انطلاقتها إلى يومنا هذا، وتم تشييد المحطة الإذاعية القطرية من خلال التعاون بين حكومتها وشركة "ماركوبي" البريطانية المتخصصة في تصنيع أجهزة ومعدات البث الإذاعي وتجهيز الاستديوهات، وقامت في نهاية 1967م، وبداية 1968م بتوريد هذه الأجهزة والمعدات وتجهيز الاستديوهات، وتشييد محطة الإرسال إلى أن بدأت تجارب التشغيل للتأكد من صلاحية هذه الأجهزة قبل أشهر قليلة من بداية البث الرسمي للمحطة.<sup>2</sup>

وتوالى ظهور الإذاعة في جميع أنحاء الوطن العربي، مع تطور قدراتها تدريجياً، حيث إنها وصلت إلى إمكانات متعاظمة سواء على مستوى الكوادر البشرية أو الإمكانيات التقنية التي ساهمت في تطوير البث الإذاعي ليس فقط داخل الوطن العربي بل العالم أجمع من خلال الإذاعات الدولية الموجهة.

### المطلب الثالث: الإذاعة في الجزائر

عند الحديث عن نشأة الإذاعة المحلية وتطورها يرتبط بوجود الإذاعة الجزائرية ككل ولهذا نتوقف عند بعض المحطات المهمة في تاريخ الإذاعة في الجزائر وتطورها، لقد شهدت الجزائر ثلاث ولادات أي أنها لقد ولدت ثلاث مرات، المرة الأولى وكانت حينما دخل البث الإذاعي الجزائر وكان ذلك سنة 1924م وهي الولادة المادية، أما المرة الثانية حينما انطلق بث الجزائر الثائرة متمثلاً في "صوت الجزائر الحرة" وكان ذلك في نهاية 1956م ولقد كان بث هذا البرنامج من إذاعة القاهرة، حيث كانت له شعبية كبيرة لدرجة أن الجزائريين كانوا يقتصدون في المأكل

<sup>1</sup> خليل صابات، جمال عبد العظيم، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، المرجع السابق، ص 469.

<sup>2</sup> خالد الجابر، الإعلام في قطر - إرهابات النشأة وتحديات التطور -، دار كتارا للنشر، الدوحة، 2021، ص 134.

والمشرب حتى يتمكنوا من اقتناء جهاز استقبال من أجل الاستماع للبرنامج الذي كان يمثل صوت الثورة الجزائرية، أما المرة الثالثة فكان بعد الاستقلال عند استرجاعها جيش التحرير الوطني من الفرنسيين في شهر أكتوبر من سنة 1962م.

لقد شهدت الجزائر أول جهاز إرسال إذاعي على الموجة المتوسطة في بداية العشرينات من هذا القرن سنة 1925م بمبادرة من أحد الخواص الفرنسيين، وكان الإشراف الفني لمصلحة البريد والمواصلات آنذاك، وبالتالي فقد ظهرت تقريبا مع ظهورها في فرنسا.

وفي سنة 1940م لقد عرفت الإذاعة بالجزائر أجهزة الإرسال نموا كبيرا في الجزائر العاصمة، قسنطينة وهران، وحتى تلمسان لكي يتمكن الجمهور من التقاط البرامج التي تبث باللغتين الفرنسية والعربية في آن واحد وقد كانت تشرف عليها سنة 1945م إدارة مستقلة لتسيير الشؤون الفنية، غير أنه أعطيت بعض الصلاحيات للحاكم العام للجزائر الذي ترأس مجلسا يدعى اللجنة الجزائرية للإذاعة، وقد أسندت إليه الحصص الموجهة للجزائريين الذين لا يفهمون اللغة الفرنسية ولذلك لم يكن للإذاعة رواجاً جماهيرياً معتبراً.

وقد أدخلت إصلاحات تقنية عديدة على محطات الإرسال، حيث تم إرساء الإذاعة العربية في سنة 1943م والقبائلية سنة 1948م، حيث واكبتها العديد من الإصلاحات التقنية مما ضاعف عدد المستمعين لبرامج الإذاعة الجزائرية حيث بلغ سنة 1956م أكثر من 38800 مستمع، من بينهم 15700 جزائري و23100 غير جزائري، وقد قفز عدد المستمعين من 15509 مستمع ليصل عام 1956م إلى 358 ألف مستمع وإبتداءً من سنة 1947م بدأ المواطن الجزائري يهتم بأخبار الإذاعة، كما أنشأ سنة 1948م قنوات مجهزة باستوديوهات خاصة في مختلف المدن<sup>1</sup>.

ومن الأحداث الحاسمة في تاريخ الإذاعة الجزائرية المكافحة التي كانت أثناء الثورة التحريرية (1954م-1962م) وكانت بالضبط في تاريخ 16 ديسمبر 1956م وكان بداية نشاطها عقب صدور قرارات مؤتمر الصومام سنة 20 أوت 1956م ولقد نجح جيش التحرير الوطني من تحويل أجهزة اللاسلكي إلى أجهزة بث إذاعي عبر شاحنة متنقلة من خلال المنطقة الجبلية الحدودية "الناظور" بين الحدود الجزائرية المغربية.

وعلى الرغم من القصف المتواصل على الشاحنة المتنقلة إلا أنها واصلت حمل رسالة الثورة الجزائرية من خلال تزويد جيش التحرير بكل البلاغات والتعليقات العسكرية، والأخبار والرد على الحرب النفسية والدعاية الفرنسية

<sup>1</sup> بن كشيدة أمال، تأثير برامج التنمية الاجتماعية والثقافية لإذاعة البهجة على المستمع العاصمي، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2011-2012، ص 72-76.

المستمرة، إضافة إلى مساهمتها في التحام وتكامل الشعب الجزائري مع الثورة، ولقد واجهت هذه الإذاعة الكثير من الصعوبات وذلك كان من خلال نقص خبرة عاملها في الميدان، وكذلك لعدم توفر المواد الإذاعية ومع ذلك إلا أنها لعبت الدور الكبير خلال الثورة، حيث أنها كانت تقوم بالتصدي لسياسة الحكومة الفرنسية التي كانت تحاول إضعاف الثورة وكانت أيضا تقوم بتوجيه الثوار ورفع من الروح المعنوية المناضلين والمجاهدين، وواصلت الإذاعة السرية "صوت الجزائر" حقائق عن الثورة وكفاح المقاومة الجزائرية خصوصا بعد انتشار الثورة في اغلب العواصم العربية كتونس، العراق، سوريا، الكويت وكذلك المملكة العربية السعودية.

وقد مرت الإذاعة الجزائرية بعد الاستقلال بعدة تطورات حيث يمثل تاريخ أكتوبر 1962م أحد أهم المحطات التي عرفتها الإذاعة، فقد نجح مجموعة من الصحفيين من إنزال العلم الفرنسي ورفع العلم الجزائري على مبني الإذاعة والتلفزيون وذلك إعلانا عن استرجاعها السيادة الوطنية على الإذاعة والتلفزيون، وهكذا استعادت الإذاعة الجزائرية سيادتها التامة بعد رحيل كل العاملين والفنيين والصحفيين الفرنسيين من الإذاعة تاركين ورائهم الدمار والخراب بعد حرصهم الأرشيف وإتلافهم التجهيزات، إلا إن الغيرة الوطنية والتفاني في العمل كان شعار شرف الهيكل البشري الذي أخذ زمام الأمور بالإذاعة رغم قلة خبرتهم العلمية، وعشية الاحتفال بالذكرى الثامن لاندلاع الثورة التحريرية قد تم إرسال أول بث إذاعي من الجزائر المستقلة بتاريخ 28 أكتوبر 1962م، وهذه كانت مفاجأة بالنسبة لفرنسا، وكانت لهم حاجة لتوريث الجزائريين على خلفية الاعتقاد بجهلهم لأدبيات الصحافة والتسيير، ولكن الجزائريين أثبتوا عكس ذلك واستطاعوا النجاح بكل جدارة.<sup>1</sup>

ولقد سائرت الإذاعة الجزائرية جميع المراحل السياسة العامة التي عرفتها الجزائر، حيث أنها أعيدت هيكلة مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الجزائري وقسمت إلى مؤسسات مستقلة:

- المؤسسة الوطنية للإذاعة المسموعة.
- المؤسسة الوطنية للتلفزة.
- مؤسسة البث الإذاعي.
- المؤسسة الوطنية للإنتاج السمعي البصري.

<sup>1</sup> زهيدة عزيزي، الإذاعة المسموعة وتأثيرها في الاتجاهات الفكرية والسلوكية لدى المواطن الجزائري، مجله الحكمة للدراسات الاجتماعية، جامعة البليدة 2، المجلد (2)، العدد (3)، 2014، ص 231.

وبموجب المرسوم الذي صدر في 01 جويلية 1986م تم تأسيس الإذاعة وتسمية المؤسسة الوطنية للبث الإذاعي المسموع، ومنحها هذا المرسوم كامل الاستقلالية التنظيمية والمالية والتقنية حتى تمكنها من تطوير أدائها وفق ما يتماشى مع مبدأ الإعلام.

وبموجب المرسوم التنفيذي رقم 91-102 الصادر بتاريخ 20 أفريل 1991م الذي ينص على تحويل مؤسسة الإذاعة الوطنية المسموعة إلى المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة كما أنها تكون خاضعة إلى وصاية يعينه رئيس الحكومة حسب المادتين الثانية والثالثة.

أما المرسوم التنفيذي رقم 91-103 المؤرخ في 20 أفريل 1991م المتضمن دفتر الشروط العام وفق دفتر المهام والأعباء والذي كان أهم بنوده:

- ضمان التعددية وفقا لأحكام التسيير وتعزيز الاتصال والمساهمة بكل الطرق على تطوير الاتصال والدفاع عن اللغتين العربية الأمازيغية وترقيتها مساهمتها في حماية وترقية الثقافة الوطنية بكل مكوناتها .

وبعد تحول المؤسسة الوطنية للإذاعة المسموعة حسب المرسوم التنفيذي 1991م جاء في المادة 11 إلى المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة الذي ينص على تنظيم العمل داخل المؤسسة مايلي:

- يدير المؤسسة مدير عام، يشرف عليها مجلس إدارة يحدد صلاحياتها، وفي هذا المرسوم يقوم المدير العام بتطبيق متطلبات الشروط يمثل المؤسسة في جميع أعمال الحياة المدنية كما أنه يتولى التسيير الإداري والمالي والتقني المؤسسة كما يعد الجداول للبرامج ويسهر على إنجازها كما أنه يمارس السلطة على جميع مستخدمي المؤسسة، يعد المشاريع والميزانية ويحرص على احترام التنظيم المعمول به ولقد كان لكل قناة إذاعية مديرية خاصة تدير نفسها.

وفي تاريخ 30 ديسمبر 1996م تم مداواة مجلس إدارة المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة من أجل إعادة التنظيم الهيكلي الداخلي للمؤسسة.

وقد تم تجسيده بقرار رقم 60 المؤرخ في 26 أفريل 1998م حيث جاء في المادة الأولى بقرار تحت سلطة المدير العام أن تتكون المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة من: (الأمانة العامة، مديرية الأخبار، مديرية الإنتاج مديرية البث، مديرية المصالح التقنية، مديرية إدارة الوسائل، مديرية الدراسات والتنمية، مديرية الشراكة والتعاون المالي والمندوبيات الجهوية).<sup>1</sup>

<sup>1</sup> حفيظة محلب، الإذاعة المحلية والهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري في ظل العولمة، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2016-2017، ص 51.

لقد عرفت الإذاعة انتشارا واسعا داخل المجتمع الجزائري حيث أصبحت وسيلتهم الأكثر رواجاً خلال تلك الفترات التي كانت سابقاً حتى بعد تطور وسائل الاتصال والإعلام، حيث ارتفع عدد أجهزة الراديو قبل تطور التكنولوجيا لكل 1000 من السكان من 233 جهاز عام 1990م و 239 جهازاً عام 1996م ثم إلى 244 جهاز خلال الفترة الممتدة ما بين (1997-2002م).<sup>1</sup>

<sup>1</sup> حفيفة محلب، الإذاعة المحلية والهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري في ظل العولمة، المرجع سبق ذكره، ص 54.

## المبحث الثالث: الإذاعة المحلية في الجزائر

## المطلب الأول: أنواع الإذاعات

تعد الإذاعة أهم وسيلة اتصال لها القدرة على الوصول إلى مختلف الأفراد والجماعات والمناطق حيث تغلب الإرسال الإذاعي على المعينات الطبيعية والغير الطبيعية لكون أن الإذاعة تنافسها قنوات إعلامية جديدة لذا الإذاعة استحدثت أنواع بالإذاعة غرضها تحقيق غايات الإذاعة ونجاحها على المدى البعيد نذكر منها:

## الإذاعة الوطنية:

وتسمى هذه الإذاعة بالإذاعة الوطنية لأنها تقدم خدمة من خلال برامجها لكل الوطن ويكون مركزها عادة في عاصمة الدولة.

كما لها اهتمام كبير بما يهم الوطن سواء في الأمور السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية، أو الثقافية، الرياضية. ولا تهتم بالتفاصيل الإقليمية والمحلية كثيرا، كما تخاطب جمهور المستمعين تكون اهتماماتهم وانشغالهم وثقافتهم مختلفة وذلك عن طريق طرح كل القواسم المشتركة التي تجمع بينهم دون التحيز أو التخصيص لفئة ما أو ثقافة ما أو منطقة ما.

## الإذاعة المركزية (القومية):

وهي الإذاعة التي تقدم خدمة إذاعية تغطي كل الدولة، والإذاعة المركزية يطلق عليها اسم القومية وهي الإذاعة الناطقة باسم الدولة فهي تخاطب العالم ككل من خلال البرامج التي تبثها عبر أثيرها، في حين أنها تهتم بجمهور المستمعين وما يهمهم من أجل تحقيق غاياتهم وانشغالهم دون مراعاة الطائفة التي ينتمي لها أو النوع لكن في الوقت نفسه يسمعها آلاف المستمعين الذين يريدون أن يجدوا مبتغاهم فيما يسمعونه وما يؤثر فيهم وما يهمهم من البرامج التي تنمي وتثقفهم فكريا ومعرفيا وينفرون مما لا يلي اهتمامهم ولا يفهمونه .

## الإذاعة الإقليمية ( الجهوية ):

ونعني بها الإذاعة التي تقدم خدماتها الإذاعية لإقليم داخل نطاق الدولة وتكون هذه الجهة أو الإقليم ينتمي له مجتمع محدود محددة حسب التقسيمات الإدارية التي انتهجتها الدولة لاعتبارات تنمية مثل البلديات، الدوائر الولاية، ويكون هذا الإقليم مشكل من مجتمع محلي تربط بينهم روابط اجتماعية، اقتصادية، سياسية، ثقافية في الحدود الجغرافية لذلك الإقليم أو الولاية، فالإذاعة الإقليمية تجمع بين مجتمعات محلية عدة تكون جزءا من ذلك

المجتمع المحلي ويمكن أن تكون الإذاعة الإقليمية إذاعة محلية لكن إذا كان التقسيم الإداري لتلك الجهة يحتوي على مجتمع محلي واحد.<sup>1</sup>

### الإذاعة المحلية:

وهي الإذاعة التي تقدم خدمة محلية لمجتمع خاص محدود العدد ويعيش في بيئة اجتماعية متجانسة له عاداته وتقاليد وراثته الفكرية الخاص، ومن خلال برامجها التي تبثها في مخاطب مجتمع واحد محدود العدد وقد يكون هذا المجتمع إما مدينة أو مجموعة من القرى تجمع بينهم ثقافة واحدة ووحدة اقتصادية واحدة. لذا كل إذاعة لها مرآة شخصية تعبر بها عن فلسفتها وهويتها وسياستها الخاصة. فالإذاعة المحلية هي الأخرى لها أيضا مرآة شخصية لمجتمعها المحلي الذي تتواجد فيه فهي بدورها تلبي كل ما يهم جمهورها بغرض تقديم خدمة معرفية وتنموية وثقافية لجمهورها المستمع من خلال برامجها المتنوعة.<sup>2</sup>

لقد عملت الإذاعة جاهدة من خلال مختلف أنواعها على توصيل رسالتها لكل جماهيرها المختلفة بأحسن صورة تليق بها سواء كان هذا المجتمع متعلم أو أممي من أجل إحداث التنمية وتقريبهم من المجتمعات الأخرى.

### المطلب الثاني: الإذاعة المحلية في الجزائر

عرفت الجزائر الإذاعات المحلية بعد قرار جويلية 1986م المتعلق بإعادة هيكلة المؤسسات الوطنية وهو القرار الذي يؤكد على استقلال المؤسسة الوطنية للإذاعة، ويعد هذا القرار خطوة تحرر ثاني مؤسسة إعلامية في الجزائر بحيث ترتبت عنه تعددية حزبية أفضت إلى تشكل أحزاب سياسية وقوى المجتمع المدني وبالتالي تعددية إعلامية.

فأصبحت السلطة الجزائرية تنظر للمجتمع من منظور تعدد الأفكار والآراء، ولإيجاد الطرق والوسائل التي تعبر بها عن كل فئة قامت بوضع وفتح الإذاعات المحلية التي تعمل على ترسيخ القيم الثقافية المحلية بعد التهميش الذي كان يعاني منه المواطن في المناطق النائية، ومن هذا صدر قانون الإعلام سنة 1990م الذي أكد حق المواطن في الإعلام.

فالإذاعة المحلية تعمل على تصميم رسائلها من خلال مراعاة كل ما يحتاجه الفرد المحلي وهذا ما يجعلها مرتبطة أشد ارتباطا بمجتمعها، بحيث أن برامجها موجهة لأفراد المجتمع المحلي دون غيرهم وهذا لحل مشاكلهم

<sup>1</sup> كتنزة عيشور، دور الإذاعة المحلية في نشر ثقافة المواطنة لدى المرأة الجزائرية العاملة، رسالة ماجستير في علم الاجتماع، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2011-2012، ص58.

<sup>2</sup> كتنزة عيشور، المرجع نفسه، ص58.

وقضاياهم وهي تخاطب جميع أصناف المجتمع المحلي سواء المتعلم أو الأمي، الرجل أو المرأة فهي تتخطى حواجز السن والتعليم والزمان والمكان.<sup>1</sup>

وكان هدف الجزائر من إنشاء إذاعات محلية هو تفاديها للزخم الكبير عليها الذي يأتيها من جميع الجهات وأيضاً بسبب ازدياد حجم السكان بشكل كبير مما جعلها تأسس إذاعات محلية على مستوى التراب الوطني لتسهيل وصول المعلومات والأخبار لمواطنيها وتنمية ثقافتهم وتبادل الأفكار والخبرات مع جمهورها وزيادة تحصيلهم حتى يتسنى لمستمعيها مشاركة آراءهم وانشغالهم من خلالها.

وهي تقدم كل أنواع الإنتاج الإذاعي كما أنها تقدم الخدمة أو المعلومة للمجتمع المحلي التي لا تشير إليها في الإذاعة المركزية وهي تعرف بتراث كل منطقة وتبرز جذورها عن طريق البرامج والأبحاث، كما أنها تعمل على إبراز الثقافة الشعبية المحلية وتكون قريبة من المواطن لنقل انشغالاته وآرائه واقتراحاته وإن نجاح الإذاعة المحلية يتوقف على نجاحها في إشعار جمهورها أنها ملك لهم وليس ملك لسلطة أخرى.<sup>2</sup>

### المطلب الثالث: أهم المحطات الإذاعية في الجزائر

#### • القناة الأولى:

هي القناة الوطنية الأم الناطقة باللغة العربية، وهي تعد امتداداً للإذاعة الجزائرية أثناء ثورة التحرير، وفي سنة 1975م دخلت مرحلة جديدة، حيث أصبحت تبث مختلف برامجها على مدار 24 ساعة دون انقطاع.

#### القناة الثانية:

هي الإذاعة الناطقة باللغة الأمازيغية، حيث كانت تشكل ثنائية متلازمة مع القناة الأولى، إلى غاية بداية التسعينات التي شهدت إعادة هيكلة، وصارت كل قناة قائمة بذاتها بعد أن كانوا تابعين لمديرية واحدة، هي مديرية البرامج الوطنية، مما سمح هذا التقسيم بأن تتوسع في حجم الساعي اللبي إلى أن بلغ أقصاه 24/24 ساعة منذ 2005م.

<sup>1</sup> بن عزة فاطمة الزهراء، الإذاعة المحلية ودورها في تحديد توجهات الرأي العام، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع الإتصالي، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2017/2016، ص 50-51

<sup>2</sup> قابوش فهيمة، معالجة الإذاعة المحلية للمشاكل الأسرية من وجهة نظر المستمعين، رسالة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة حاج لخضر باتنة 1، 2018-2019، ص 99-100.



## ● القناة الثالثة:

هي القناة الناطقة باللغة الفرنسية، وهي تعد ضمن منظومة الإذاعة الجزائرية التي تسعى إلى خدمة مستمعيها بأفضل ما يمكن، بالمراهنة على العمل الميداني الذي يقرها أكثر من جمهورها.<sup>1</sup>

## ● إذاعة القرآن الكريم:

هي محطة إذاعية تبث كل ما تعلق بالدين، حيث كان أول بث إذاعي لها في 12 جويلية 1991م.

## ● إذاعة الثقافية:

كان أول بث لها 12 جويلية 1991م، حيث اهتمت بكل ما ينمي ثقافة مستمعيها.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> محمد شلوش، الإذاعة الجزائرية النشأة والمسار، تم الإطلاع عليه بتاريخ: 22-4-2022، ساعة 13:23، على الموقع:

<https://radioalgerie.dz>

<sup>2</sup> طاهري لخضر، واقع الإذاعة المحلية ومعالجتها المشكلات الاجتماعية، رسالة ماجستير في علم الاجتماع، جامعة محمد خيضر، 2012/2011، ص62.

توالت إنشاء المحطات الإذاعية المحلية في الجزائر كما يلي:

الجدول رقم (01) يمثل تواريخ بداية البث الإذاعي المحلي في الجزائر.

الإذاعة	تأسيسها	الإذاعة	تأسيسها
أدرار	1996-06-04	قسنطينة	1995-02-02
شلف	2004-01-26	المدية	2010-03-22
الأغواط	1991-11-05	مستغانم	2004-02-10
أم البواقي	2008-03-19	المسيلة	2003-10-07
باتنة	1994-11-29	معسكر	2003-07-27
بجاية	1996-08-19	ورقلة	1991-05-09
بسكرة	2003-05-25	وهران	1995-01-26
بشار	1991-04-20	البيض	2003-09-08
البليدة	2011-07-04	إليزي	1997-01-27
البويرة	2008-12-29	برج بوعريريج	2008-04-23
تمنراست	1992-04-16	بومرداس	2012-07-05
تبسة	1995-04-04	الطارف	2010-06-30
تلمسان	1992-10-07	تندوف	1999-03-12
تيارت	1998-10-25	تيسمسيلت	2008-04-06
تيزي وزو	2011-11-02	الوادي	1996-11-21
متيجة	1991-05-08	خنشلة	2008-12-25
الجللفة	2007-09-09	سوق أهراس	2005-02-23
جيجل	2006-11-01	تيازة	2009-07-01
سطيف	1992-10-10	ميلة	مارس 2009
سعيدة	2008-02-24	عين الدفلى	2008-05-01
سكيكدة	2003-11-15	النعام	2002-01-16
سيدي بلعباس	2004-02-17	عين تموشنت	2008-03-26
عنابة	1997-01-13	غرداية	2001-02-24
قالمة	2008-12-27	غليزان	2006-07-25

المصدر: من إعداد الطلبة اعتمادا على مراجع متنوعة.

**خلاصة الفصل:**

تناولنا في هذا الفصل الموسوم بماهية الإذاعة باعتبارها من أهم الوسائل الصوتية المسموعة التي كانت لها الصدارة بين وسائل الإعلام الأخرى، حيث أنها تخاطب المستمعين ضمن نطاق واسع ومتعدد الأجناس واللهجات لكونها تتميز بسرعة الإنتشار في مختلف الميادين مع مراعاة الجوانب والظروف والحياة الاجتماعية للفرد كما لها أهمية كبيرة في من خلال رفع مستواهم التعليمي الثقافي من خلال البرامج المتنوعة التي تبثها عبر أثيرها.

## الفصل الثاني: دور الإذاعة في التنمية المعرفية

المبحث الأول: ماهية التنمية المعرفية

المطلب الأول: خصائص التنمية المعرفية

المطلب الثاني: أنواع التنمية المعرفية

المطلب الثالث: الوظائف المعرفية

المبحث الثاني: الإذاعة ودورها في التنمية المعرفية

المطلب الأول: الإذاعة ودورها في التنمية والتثقيف الفرد

المطلب الثاني: إسهامات الإذاعة في التنمية الثقافية

المطلب الثالث: الإذاعة وأثارها على المجتمع

**تمهيد:**

لعبت الإذاعة دورها على أكمل وجه من أجل أحداث التنمية المعرفية من خلال موادها الإخبارية والثقافية والتعليمية والترفيهية والاجتماعية وغيرها من البرامج التي تبثها عبر أثيرها، من أجل أن يلتقطها المستمعين في جميع أنحاء العالم حتى تصلهم الأخبار أول بأول، وهكذا كانت الإذاعة هي الأولى التي بادرت في التنمية المستمع معرفيا وثقافيا كونها سلاح يخاطب العقول والقلوب حيث أنها تعمل على إقناع الكثير من مستمعيها على اختلاف مستوياتهم، ولقد سعت الإذاعة على غرار وسائل الإعلام الأخرى في ظل التطورات الهائلة التي يشهدها العالم حتى الآن إلا أنها مازالت قائمة على عملها في التنمية سواء كانت معرفية أو ثقافية أو اجتماعية وغيرها، باعتبار أنها تخطت حواجز المكانية والزمانية حتى كانت تخاطب المستمع كل حسب مستواه التعليمي مع استخدام اللغة سهلة وواضحة حتى يتفاعل معها الأفراد المجتمع مما يساعد ذلك على نشر الوعي وتقليل من نسبة الأمية وتحسين زادهم المعرفي والفكري والثقافي.

وعلى غرار هذا الحديث سنتطرق في هذا الفصل المعنون دور الإذاعة في التنمية المعرفية ويضم كل من خصائص التنمية المعرفية، وأنواعها، ودور الإذاعة وأثارها في المجتمع.

**المبحث الأول: ماهية التنمية المعرفية****المطلب الأول: خصائص التنمية المعرفية**

1. التنمية المعرفية عملية مقصودة ومنظمة مستمرة وهادفة.
2. لا تنشأ التنمية المعرفية لذاتها، بل لاستخدام ما تحقق للفرد والنمو وتنمية وتحسين الحياة وتطويرها.
3. تقوم التنمية على أساس عملية مشتقة من الفلسفة المجتمعية، وطبيعة التفكير، والهدف منها، ومراحل نمو المهارة الفكرية.
4. ضرورة توافق الشروط المعرفية والوجدانية والأدائية، التي تكفل نجاح التنمية.
5. الانسجام بين المحتوى المستخدم وعمليات الفكر التي تمارس، ونوع التفكير المطلوب تنميته سواء كان ابتكاري، ناقد، علمي، حدسي...
6. لا تحدث التنمية المعرفية بالضح فقط، بل بتوافر وتهيئة العوامل والظروف المناسبة.<sup>1</sup>

**المطلب الثاني: أنواع التنمية المعرفية****أولاً: تنمية الذكاء**

اختلفت النظرة للذكاء وتعددت محاولات تفسيره، فمن القائل بأن الذكاء ملكة من ملكات العقل وهبها الله للإنسان، ومن ثم تكون تنمية الذكاء بتدريب تلك الملكة إلى أقصى درجة ممكنة، من خلال تعرض الفرد للألغاز والأحاجي والقضايا التي تتطلب حلاً لمشكلات معقدة. هناك عدة أنواع من تنمية الذكاء منها:

**- تنمية الذكاء اللغوي:**

هو التمكن من اللغة واستخدامها بكفاءة، في التخاطب وبناء الجمل ومعرفة دلالات الألفاظ، والقدرة على استخدام الكلمات، سواء بصورة شفوية لفظية أو كتابية، في إدراك المعاني وفهم القواعد والنظريات، ويمكن تنمية الذكاء اللغوي باستخدام العصف الذهني، كتابة المقالات، سرد القصص، القراءة الفردية والجماعية.

**- تنمية الذكاء المنطقي الرياضي:**

هو قدرة الفرد على التفكير المنطقي واستخدام الأرقام والكميات، إدراك العلاقات بين المعطيات واستخدام سلسلة من الأسباب والمسببات، حتى يتم التوصل إلى حل المشكلات الرياضية.

<sup>1</sup> صاحب عبد مرزوك الجنابي، علم النفس المعرفي، مرجع سبق ذكره، ص78.

**- تنمية الذكاء الاجتماعي:**

يتمثل في القدرة على فهم الآخرين، والتفاهم معهم، وتفسير سلوكياتهم وتطويعها، تحقيقا للمنفعة الذاتية والاجتماعية.

ومن الإستراتيجيات التي تستخدم في تنمية هذا الذكاء: التعلم التعاوني، وتعلم الأقران ومشاركتهم والنمذجة البشرية، الألعاب الجماعية، والتدريب على ممارسة المهارات الاجتماعية.

**- تنمية الذكاء الطبيعي:**

هو القدرة على تصنيف عناصر في الطبيعة والقدرة على التواصل معها، ويتضمن تصنيف عناصر في الطبيعة التعرف على تلك العناصر والمقارنة والتمييز بينها، ثم وضعها في فئات وتتضمن القدرة على التواصل مع تلك العناصر القدرة على الإحساس بالطبيعة وفهمها، والاستمتاع بها وتقديرها.

ومن الإستراتيجيات والأساليب التي تستخدم لتنمية الذكاء الطبيعي: غمر الطفل في العالم الطبيعي، عمل المشاريع العلمية المرتبطة بالطبيعة.

**ثانيا: تنمية البراعة المتعلمة**

تعرف البراعة المتعلمة بأنها قدرة الفرد على التحكم في استعداداته العقلية بطريقة مرنة، مع إمكانية تعديلها وهي متعلمة تمكن الفرد من التعامل بفعالية مع المشكلات والمواقف والأعمال المختلفة، حيث يتميز الأفراد مرتفعي البراعة بالقدرة على حل المشكلات التي تقابلهم وبالاعتقاد في قدرتهم على الأداء الناجح، والقدرة على التحكم الذاتي في السلوك، والقدرة على تحقيق الأهداف، وتحدي صعاب، والمثابرة عند أداء الأعمال المختلفة وبالجد والاجتهاد ويعززون النجاح إلى قدراتهم الخاصة.

تتكون البراعة المتعلمة من عدة مهارات منها مهارة المساعدة، مهارة التعامل والمواءمة، ومهارة حل المشكلات ومهارة التحكم الذاتي في السلوك.

**ثالثا: تنمية التفكير**

يعد التفكير أعلى مراتب النشاط العقلي، لأنه يستخدم ويوظف عمليات عقلية عديدة، ومهارات فكرية متعددة، وللتفكير أهمية خاصة في حياة كل إنسان، إذ به يكتسب المعارف ويحللها ويقارنها ويستخلص منها الكثير، وبه يستطيع التفكير في المشكلات وحلها والاستفادة من ذلك في حياته الحاضرة وفي تصوره للمستقبل.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> خالد بن سلطان بن عبد العزيز، مقاتل من الصحراء "التنمية المعرفية"، تاريخ النشر 1995، تم تصفح الموقع يوم 07 فيفري 2022 على الساعة

والتفكير ضرورة حيوية للإيمان والتفكير في نواميس الكون واكتشافها، وللنجاح المدرسي والمهني، وفي حياته العامة.

وهذا يوضح أن هناك منافع عديدة للتفكير منها: المنفعة الذاتية للفرد، المنفعة الاجتماعية التي تتجلى في أنه أعلى مجالات الاستثمار البشري المهمة، وكذلك يزود الإنسان بالأساليب التي تساعد على التوافق مع الآخرين.<sup>1</sup>

### المطلب الثالث: الوظائف المعرفية

تشير الوظائف المعرفية إلى العمليات العقلية التي يلجأ إليها الفرد عن تفاعله مع المثيرات البيئية التي يتعامل معها، حيث تتمثل هذه الوظائف في:

#### 1. التنظيم:

ويعني قدرة الفرد على تنظيم سلوكه وخبراته وعملياته العقلية المعرفية وتنسيقها في أنظمة مترابطة ومتكاملة ومتناسقة، كما يتضمن ميل الفرد إلى وضع الأشياء المرتبطة وفق نظم معينة حتى يسهل عليه إدراكها والتعامل معها ومن ثم يجعله قادراً على اكتساب الخبرات الجديدة وربطها بمجموعة الخبرات التي سبق تعلمها.

#### 2. التمثيل:

هو عملية أساسية وضرورية للتكيف مع العالم المحيط بالفرد حيث يقوم الفرد من خلال هذه العملية بتحويل الخبرات والأفكار الجديدة إلى خبرات مألوفة تناسب التنظيم المعرفي الذي يمتلكه الفرد في هذا التنظيم.

#### 3. المواءمة:

إن المواءمة عكس التمثيل، فإذا كان الفرد في التمثيل يغير من الخبرات الجديدة حتى تتناسب مع بناها العقلية فإنه في المواءمة يغير من نفسه حتى يتناسب مع الخبرات الجديدة، وهو يغير من بناها العقلية حتى تتناسب مع الواقع الخارجي بصورة أفضل.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> خالد بن سلطان بن عبد العزيز، مقاتل في الصحراء التنمية المعرفية، مرجع سبق ذكره .

<sup>2</sup> حاج عبو شرفاوي، علاقة البنية المعرفية الافتراضية بالبنية المعرفية الملاحظة، رسالة دكتوراه في علم النفس العام، جامعة وهران، 2011-2012، ص 120.



## المبحث الثاني: الإذاعة ودورها في التنمية المعرفية

## المطلب الأول: الإذاعة ودورها في التنمية والتثقيف الفرد

إن الإذاعة تقدم خدماتها لجميع المواطنين على اختلاف أذواقهم وميولاتهم وأعمالهم بسبب تنوع برامجها ومضامينها التي تقدمها عبر أثيرها وجمعها بين ألوان مختلفة من المعارف الإنسانية، حيث أن الراديو لا يحتاج إلى جهد كبير إذ ما قورن بوسائل الإعلام الأخرى التي تتطلب مجهودا عقليا وعصبيا على غرار الإذاعة من خلال استخدامها لغة سهلة ومفهومة للجميع وهذا ما يزيد من تمسك جمهورها الأوفياء بها. فالإنسان بطبعه في حاجة إلى وسيلة تطلعه بالمستجدات اليومية والحقائق العلمية من مختلف المواضيع منها السياسية، الاقتصادية الاجتماعية، الثقافية، الترفيهية، والتعليمية وتحيطه علما بالفرص المتاحة له من خلال الإعلانات التي تقدمها مما يقلل هذا من جفاف المعلومات من خلال نشر الآراء والحقائق التي تساعد على اتخاذ القرارات على نطاق واسع كما تقوم بنقل حكمة الأجيال السابقة والتطلعات السائدة في المجتمع إلى الأجيال الناشئة، كما يبرز دور الإذاعة في المجتمع سواء كان في التثقيف أو التعليم أو الترفيه أو الأخبار عن طريق الراديو في كمية المعرفة التي يمكن أن يمتصها الفرد تتوقف على مدى صحتها وصلتها بالمصدر لتشعر المستمع أنه يشارك فيها مع أصدقائه أو زملاء في العمل... ومتواجد في مكان حدوثها.

فإن أي برنامج إذاعي يمكنه أن يتوسل بأساليب الإنتاج والإخراج الإذاعي من موسيقى ومؤثرات صوتية التي تشد الانتباه وتجذب المستمع، بل وتساهم في التنوير بما تعرض من تحديات للذهن، كما تستطيع أن تؤثر على المشاعر والاتجاهات لأنها تصل إلى جماهير تختلف من حيث قدراتها الذهنية ومدى إستيعابها للمعلومة، كل هذا يمنح الإذاعة مكانة خاصة ومتميزة من حيث قدرتها على التثقيف وكذا آثاره الرغبة لدى المستمع قصد الاطلاع وتوسيع ثقافته وتعميقها في تحقيق الريادة بزيادة معرفي ثقافي فكري.<sup>1</sup>

## المطلب الثاني: إسهامات الإذاعة في التنمية الثقافية:

مما لا شك فيه أن الإذاعة لها دور كبير وفعال ومؤثر في عملية التثقيف الجماهيري من أجل تحقيقها وإحداث التنمية لدى الكثير من المستمعين للإذاعة وبرامجها التنموية التثقيفية، حيث يقع العبء الكبير على الإذاعة من أجل إحداث التغيير في الكثير من المجتمعات وواقعها التربوي والثقافي والمعرفي وهي ذات صلة وطيدة مع التحولات الاجتماعية التي تطرأ على المجتمع من خلال توجيهها الفكر والأساليب بغية النهوض بالتنمية

<sup>1</sup> سمير جاد، البرامج الثقافية والإعلام الإذاعي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1997، ص 50.

وتعبئتها الموارد البشرية ونجاحها لمشروع التنمية، حتى أنها تسهم في تطور العادات التي تناسب المجتمع وأيضاً تساعد على الفهم والإدراك وعملها على القيم والاتجاهات والمعايير التي تضبط الإنسان ومساهمتها على تعديل طرق التفكير وربطها الأسباب بالنتائج أصولها لقرار مناسب.<sup>1</sup>

إن الإذاعة تعد من أهم الوسائل الإعلامية التي لاقت انتشاراً واسعاً مع التقدم والتطور التكنولوجي التي شهدتها وسائل الاتصال، حيث انتشارها يزيد قوة وتأثير كبير في نفوس الناس وأفكارهم وقيمهم وعاداتهم وسلوكياتهم وذلك لتحقيق التنمية الثقافية ويعتمد النمو الكبير للمجتمع، وذلك عن طريق نشر العمل الثقافي للمبدعين في المجتمع للوصول إلى عمل إبداعي دون عناء ولا تكلفة، وهكذا يقع على الإذاعة أنها من الضروري اهتمامها بالحياة الثقافية وكل جوانبها في المجتمع لجميع الطبقات والفئات. ونشرها كامل الأعمال والإبداعات للفرد وبالتالي تكون قد أفرزت نوع من التنوع الديمقراطي والثقافي وتحقيقها التنمية الثقافية. من مظاهر تحقيق التنمية الثقافية الإذاعة:

- 1- تقوم الإذاعة بإطلاع جمهورها على الحياة الثقافية في البلاد وتأثيرها على السلوك والقيم.
  - 2- تقوم الإذاعة أيضاً بالاطلاع على الحياة الثقافية في المناطق الأخرى بمختلف مظاهرها وأشكالها.
  - 3- التأثير على نمط الحياة والسلوكيات.
  - 4- مواجهة التحديات التي تعيشها الحياة.
  - 5- مراقبة المجتمع خطط التنمية والعمل على تأكيد القيم الاجتماعية والأخلاقية والثقافية.
- هكذا تكون الإذاعة أدت وظيفتها التنموية والثقافية للمجتمع ولنفسها وذلك من خلال برامجها المتنوعة كونها أول وسيلة سمعية لقت صدًى كبير بين جماهيرها على مختلف أطيافهم ومستوياتهم وحتى محدودي التعليم الذين كانوا وافرين لها دائماً وحتى الآن.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> ثامر عزيز الديباني، برامج الشباب في إذاعي الكويت ومارينا من وجهة نظر الشباب، المرجع السابق، ص 53

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 55

## المطلب الثالث: الإذاعة وأثارها على المجتمع

- تنمية الجانب المعرفي: تقوم الإذاعة بمهمة التعليم والتثقيف سواء كان بشكل مباشر أو غير مباشر، وتكون مرتبطة بما تقدمه خلال برامجها المتنوعة.
- تنمية وصقل المهارات: لا نعني بالمهارات تلك المتعلقة بالعمل اليدوي فحسب بل الأمر يتعدى إلى القدرات الذهنية والعقلية وقد تكون هذه المهارات إيجابية ضمن أهدافها مثل التجارب العلمية أو السالبة.
- الارتباط بالمجتمع: ترتبط الإذاعة بالمجتمع بقيمه وأخلاقه ومعتقداته الدينية، وذلك إذا كانت الوسيلة الإعلامية تعني بهذه المواضيع وتجعلها ضمن أهدافها، وقد يكون الأثر عكس ذلك تماما إذا كانت الوسيلة الإعلامية لا تقيم اعتبار للقيم والأخلاق والدين.
- الترويح: هذا الأمر ليس ترفا أو رفاهية بل واقع يسد حاجة لدى المستمع من ترفيه مثلا الاستماع إلى الأغاني التثقيف كالمسابقات أو الإعلام.
- الإرشاد والتوجيه: تقوم الإذاعة بتشكيل مواقف وأفكار الناس وتحدد اتجاهاتهم وصناعة الرأي العام حيال ما يطرح عليهم، وغالبا ما تعتمد على أسلوب الإقناع في التوجيه والإرشاد من خلال منظومة من المواد الإذاعية المتكررة في رسالتها.
- تعزيز القيم الاستهلاكية: ذلك من خلال الإعلانات التجارية وتأكيد أصناف معينة أو ماركات تجارية محددة تدعو المستهلك لإقتنائها.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> وفاء عبد القادر، إعلام الطفل العربي، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، ط1، 2019، ص9-10.

### خلاصة الفصل

تعتبر الإذاعة جزءاً مهماً من أجزاء المجتمع الحديث والمعاصر فهدفها الأساسي والمنشود هو الإعلام بالتنمية الثقافية والمعرفية والإعلام على صحة التعبير هو ذلك التعبير العقلاني الموضوعي للجماهير وذلك لمعرفة رغباتهم وميولاتهم في نفس الوقت، كما يقصد بالتنمية المعرفية في الإذاعة هي تحقيق تلك التنمية المستمعين والارتقاء بهم إلى العصر الذي يعيشه بكامل سلبياته وإيجابياته ومحاسنه ومساوئه التي يعيشها، لكن إذا أتحدت هذين الهدفين فكان لا بد له أن يؤدي دوره التنموي والمعرفي والتثقيفي.

## الجانب التطبيقي للدراسة

تمهيد

1. ثبات أداة البحث
1. تحليل نتائج الدراسة
2. مناقشة الفرضيات
3. النتائج العامة للدراسة

### تمهيد

إن عملية البحث العلمي المترابطة والمتماسكة تعتمد على سلسلة من الإجراءات الدقيقة والعلمية النظرية والمنهجية لتحقيق النتائج التي يتم استعراضها في هذا الفصل بعد التبويب، وتحليل البيانات المتحصل عليها من الاستمارة والتي وزعت على عينة الدراسة، كما أيضا يتم مناقشة هذه النتائج في ضوء النظريات والفروض، كما يتم مناقشة النتائج في ضوء الدراسات التي يتم الاعتماد عليها في الدراسة الحالية.

## 1. ثبات أداة البحث:

الجدول رقم (02): يوضح ثبات أداة البحث حسب مقياس ألفا كرومباخ

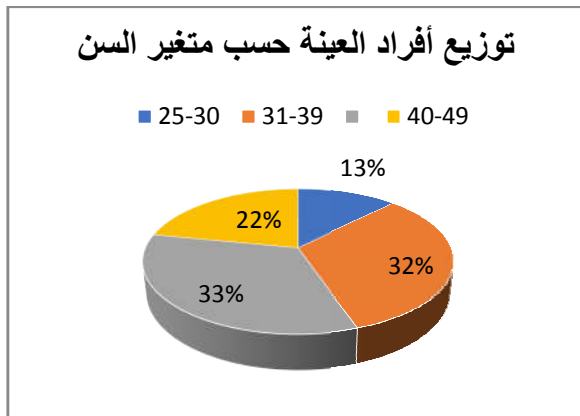
ألفا كرومباخ	عدد العبارات
0.651	27

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن ثبات الاستمارة حسب مخرجات برنامج spss وتحديد لحساب مقياس ألفا كرومباخ الذي يعد مؤشرا لقياس مدى ثبات أداة البحث ومصداقيتها وعليه، فإن النسبة التي تحصلنا عليها حسب هذا المقياس هي: 0.651 وهي نسبة مقبولة تؤكد على صحة صدق وثبات الاستمارة من أجل تحليل النتائج للإجابة على أسئلة الدراسة.

## 2. تحليل النتائج العامة:

## البيانات الشخصية:

الجدول رقم (03): توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

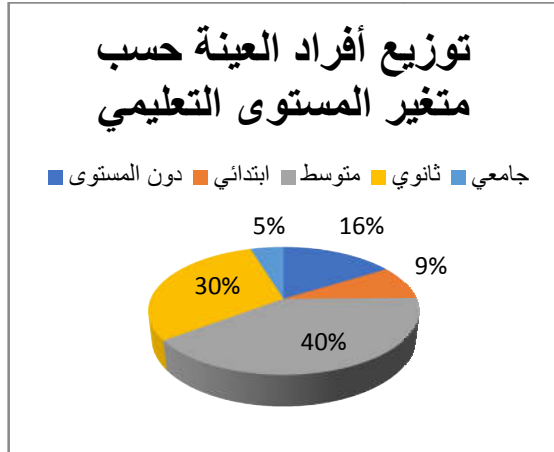


السن	التكرار	النسبة %
30-25	13	12,4%
39-31	34	32,5%
49-40	35	33,3%
أكثر من 50	23	21,9%
المجموع	105	100%

## الشكل (01) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (03) المتعلقة بمتغير السن أن أكبر نسبة متابعة لإذاعة تيارت المحلية هي الفئة العمرية 49-40 سنة وتبلغ نسبتها 33,3%، تليها الفئة العمرية ما بين 39-31 سنة والممثلة بنسبة 32,5%، وتأتي بعد ذلك الفئة العمرية أكثر من 50 سنة والممثلة بنسبتها 21,9%، ويرجع ذلك إلى كون هذه الفئات تعتمد على الإذاعة كوسيلة أولى لحصولها على أهم المستجدات اليومية، أما أضعف نسبة في المتغير فهي الفئة العمرية ما بين 30-25 سنة والتي بلغت نسبتها 12,4%. والفئة الشابة عكس الفئات السابقة، حيث لا تعتبر الإذاعة من الوسائل ذات أولوية في حياتها فقد وجدت البديل في وسائل أخرى كمواقع التواصل الاجتماعي وغيرها، هذا ما يفسر أنها كانت الأضعف من حيث النسبة.

جدول رقم (04): توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي



الشكل رقم (02): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير

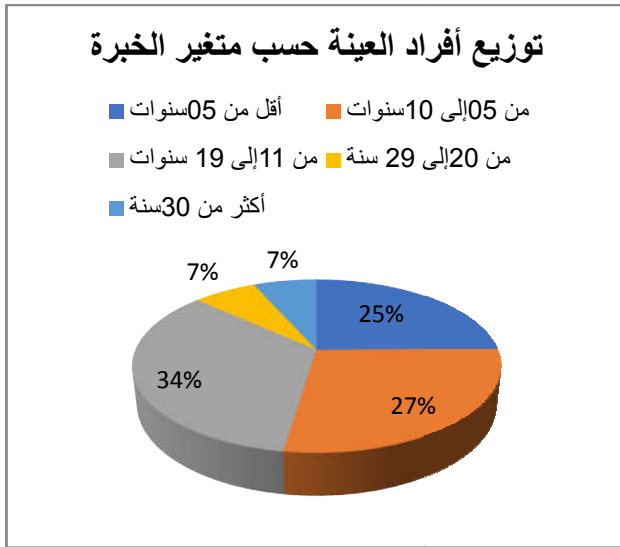
المستوى التعليمي.

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة
دون المستوى	17	16,2%
ابتدائي	09	8,6%
متوسط	42	40%
ثانوي	32	30,5%
جامعي	5	4,7%
المجموع	105	100%

يمثل هذا الجدول أن أفراد العينة تم تقسيمها حسب خصوصية الباحثين إلى خمس مستويات تعليمية حيث احتلت أعلى نسبة لذوي المستوى التعليمي المتوسط بنسبة تقدر بـ 40%، يليها المستوى الثانوي بنسبة تقدر بـ 30,5%، ثم بعد ذلك نسبة 16,2% للمبشرين دون المستوى، أما مستوى الابتدائي فنسبته تقدر بـ 8,6%، وأخيرا المستوى الجامعي بنسبة 4,8%، وقد يعود ارتفاع نسبة هذه الفئة إلى عدم توفر مناصب العمل. نستنتج من خلال الجدول أعلاه أن المستمعين لبرامج إذاعة تيارت المحلية يتنوع مستواهم التعليمي حيث نجد أن الفئة الأكثر استماعا ومتابعة لبرامج الإذاعة التي تقدمها، من المستوى المتوسط وهذا راجع إلى طبيعة مستواهم ونمط عملهم، مما يعكس هذا الأخير الزيادة في معارفهم ومعلوماتهم حول مختلف القضايا التي تحدث في المجتمع والتي ليس لديهم علم بها، أما ما يخص المستوى الثانوي هي نسبة متوسطة مقارنة بنسبة المستوى المتوسط. تعد الإذاعة المحلية من بين وسائل الإعلام التي يستمع إليها جمهور متنوع ومن بين هذه الجماهير نذكر علي سبيل المثال سائقي سيارة الأجرة الذين يستمعون إلى الإذاعة من أجل اكتساب معارف جديدة.



الجدول رقم (05): توزيع أفراد لعينة حسب متغير الخبرة



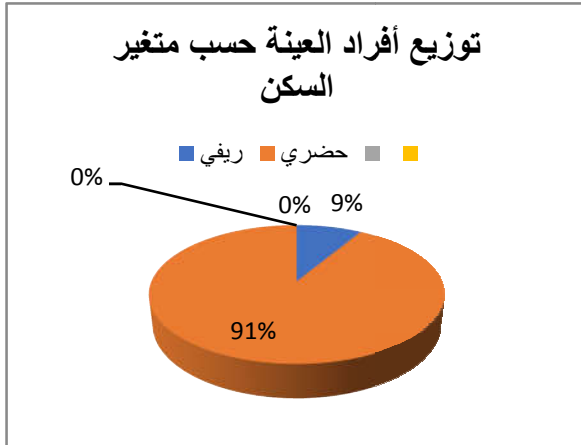
الخبرة	التكرار	النسبة
أقل من 05 سنوات	26	24,8%
من 05 إلى 10 سنوات	29	27,6%
من 11 إلى 19 سنوات	36	34,3%
من 20 إلى 29 سنة	7	6,7%
أكثر من 30 سنة	7	6,7%
المجموع	105	100%

الشكل رقم (03): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (05) الذي يمثل خبرة أفراد عينة الدراسة حيث تمثل أكبر نسبة 34,3% من الباحثين ممثلة خبرتهم 11-19 سنة، ثم تليها نسبة مقدرة بـ 27,6% بين 5-10 سنوات، ثم تأتي نسبة 24,8% تمثل أقل من 05 سنوات، أما أضعف نسبة والتي قدرت بـ 6,7% والتي اشتركت فيها الفئتين ما بين 20-29 سنة وأكثر من 30 سنة.

نستخلص من خلال الجدول أعلاه أن المستمعين لبرامج إذاعة تيارت المحلية حيث نجد الفئة الأكثر تتبعاً لهذه البرامج هي الفئة التي تتراوح خبرتهم ما بين 11-19 سنة وهذا راجع إلى طول المدة التي زاولوا فيها عمل سيطرة سيارة الأجرة لهذا الفئة هي الأكثر تعرضاً واستخداماً للإذاعة وبرامجها التي تقدمها من أجل تلبية اهتماماتهم وانشغالهم.

الجدول رقم (06): توزيع أفراد العينة حسب متغير السكن



النسبة	التكرار	السكن
8,6%	9	ريفي
91,4%	96	حضري
100%	105	المجموع

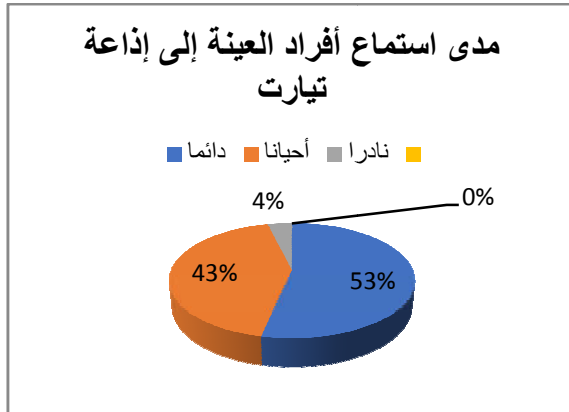
الشكل رقم (04): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السكن

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (06) أن أكبر نسبة من المستمعين لإذاعة تيارت المحلية تمثلت في الأفراد الذين يقطنون بالمناطق الحضرية والتي قدرت نسبتهم بـ 91,4%، ثم تليها نسبة 7,6% من الأفراد الساكنين بالريف.

ومن خلال هذا يتبين أن مكان استماع الإذاعة تتخلف حسب ظروف المستمع ومكان إقامته .

عرض وتحليل بيانات المحور الأول: حول عادات وأتماط الاستماع

الجدول رقم (07): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الإستماع للإذاعة



النسبة	التكرار	الاستماع للإذاعة
53,3%	56	دائما
42,9%	45	أحيانا
3,8%	4	نادرا
100%	105	المجموع

الشكل رقم (05): يوضح مدى استماع أفراد العينة إلى إذاعة

تيارت.

تبين من خلال تحليل بيانات الجدول رقم (07)، أن أعلى نسبة للذين يستمعون للإذاعة المحلية في مدينة تيارت هم الذين يتابعونها دائما حيث قدرت نسبتهم بـ 53,3%، ثم تليها النسبة الذين يتابعونها في بعض الأحيان بـ 42,9%، ثم في الأخير تليها الذين نادرا ما يتابعون الإذاعة بأقل نسبة قدرت بـ 3,8%. ومنه نستنتج من خلال نتائج الجدول أعلاه المتعلقة بالنسبة للسائقين الذين يستمعون إلى إذاعة تيارت المحلية بصفة دائمة وأوفياء للمحطة أما الذين أحيانا ما يستمعون للإذاعة وهذا راجع حسب الظروف التي يواجهونها بشكل يومي.

جدول رقم (08): يبين العلاقة بين السن والاستماع للإذاعة تيارت المحلية

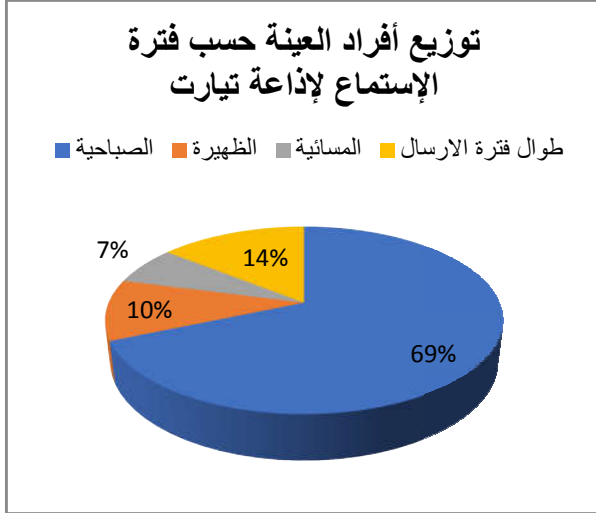
المجموع	هل تستمع إلى إذاعة تيارت المحلية			السن
	نادرا	أحيانا	دائما	
13	1	3	9	30-25
%100	%7.7	%23.1	%69.2	
34	1	17	16	39-31
%100	%2.9	%50.0	%47.1	
35	0	14	21	49-40
%100	%0.0	%40.0	%60.0	
23	2	11	10	أكثر من 50 سنة
%100	%8.7	%47.8	%43.5	
105	4	45	56	المجموع
%100	%3.8	%42.9	%53.3	

من خلال النسب المشار إليها في الجدول أعلاه المتضمن شرح العلاقة بين متغير السن والاستماع للإذاعة تيارت المحلية جاءت النسب على الشكل التالي: بالنسبة للذين يستمعون لإذاعة تيارت بشكل دائم قدرت أعلى نسبة بـ 69.2% تخص الفئة العمرية من (25-30 سنة)، تليها نسبة 60.0% تخص الفئة العمرية من (40-49 سنة)، و 43.5% تخص الفئة العمرية (أكثر من 50 سنة)، أما بالنسبة للذين يستمعون لإذاعة تيارت المحلية (أحيانا)، قدرت أعلى نسبة بـ 50.0% تخص الفئة العمرية من (31-39 سنة)، تليها نسبة 47.8% تخص الفئة العمرية (أكثر من 50 سنة)، و 40.0% تخص الفئة العمرية من (40-49 سنة)، أما بالنسبة للذين نادرا ما يستمعون لإذاعة تيارت المحلية قدرت نسبتهم بـ 8.7%.

ومنه يمكن القول أن هذا الاختلاف يرتبط ببعض المتغيرات لعل منها (مستوى التعليمي للمبحوث، مكان الإقامة)، كما يرتبط بنوع البرامج التي تعرضها الإذاعة المحلية، فنجد أن كل فئة عمرية تختار ما يناسبها من برامج ومواضيع تطرحها الإذاعة المحلية بتيارت على المستمعين لأنه كلما كانت البرامج الإذاعية التي تبثها الإذاعة ذات أهمية للفرد زاد اعتمادهم على الإذاعة باعتبارها وسيلة إعلامية من أجل استقاء المعلومات التي تهمهم، وعلى ضوء الدراسات السابقة فإن يمكن القول أن الإذاعة تعتبر بشكل كبير إحدى مؤسسات التنمية المعرفية وذلك من خلال البرامج التثوية التي تبثها عبر أثيرها، حيث نجد معظم أفراد عينة الدراسة باختلاف أعمارهم يعتمدون على

الإذاعة باعتبارها وسيلة إعلامية توفر لهم خدمات معلوماتية بشكل كبير، حيث نجد أن معظم السائقين يستمعون إلى الإذاعة إما من أجل التثقيف أو معرفة الجديد أو كسرهم الروتين وهناك من يستمعها لجهة لمنشطي الإذاعة .

**الجدول رقم (09):** توزيع أفراد العينة حسب فترات الإستماع للإذاعة



إحتمالات	التكرار	النسبة
الصباحية	72	68,6%
الظهيرة	11	10,5%
المسائية	7	6,7%
طوال فترة الإرسال	15	14,3%
المجموع	105	100%

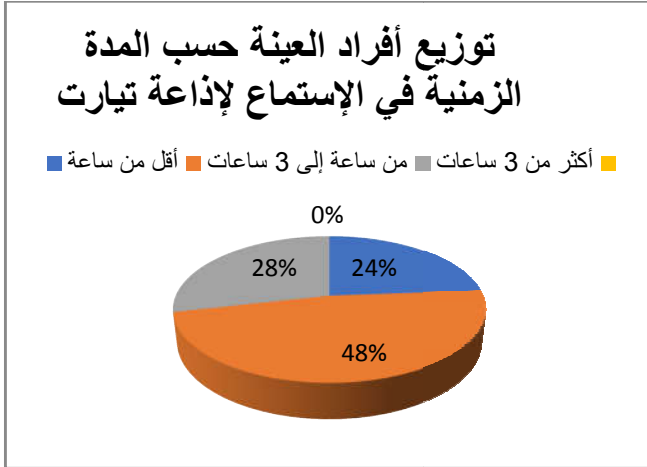
**الشكل رقم (06):** يوضح توزيع أفراد العينة حسب فترة الإستماع

لإذاعة تيارت.

اتضح من خلال تحليل بيانات الجدول رقم (09)، أن الوقت المفضل للاستماع للبرامج الإذاعية هي الفترة الصباحية قدرت نسبتها بـ 68,6 %، وجاء في المرتبة الثانية طوال فترة الإرسال بنسبة بلغت 14,3 %، ثم تليها فترة الظهيرة بـ 10,5 %، أما المركز الأخير لوقت الفترة المسائية بنسبة 6,7 %.

وهذا يدل من خلال الجدول أعلاه على أن الفترة الصباحية من أهم الفترات التي يفضلونها أفراد العينة من السائقين الاستماع لإذاعة تيارت المحلية، فيجب على الإذاعة المحلية الاهتمام الكبير بهذه الفترة وعرض ما يحتاجه جمهور عينة الدراسة وفق تلبية رغباتهم مع تلبية اهتمامات جمهور الفترات الأخرى

الجدول رقم (10): توزيع أفراد العينة حسب مدة الاستماع للإذاعة



النسبة	التكرار	المدة الزمنية
23,8%	25	أقل من ساعة
47,6%	50	من ساعة إلى 3 ساعات
28,6%	30	أكثر من 3 ساعات
100%	105	المجموع

الشكل رقم (07): يوضح توزيع أفراد العينة حسب

المدة الزمنية في الإستماع لإذاعة تيارت.

تبين من خلال تحليل بيانات الجدول رقم (10)، أن المدة التي تستغرق في سماع الإذاعة من طرف المستمعين تأتي المدة الزمنية من ساعة إلى 3 ساعات كأكثر نسبة قدرت بـ 47,6 %، ثم تليها المدة الزمنية أكثر من 3 ساعات بنسبة 28,6 %، ثم أقل نسبة تحتلها المدة الزمنية أقل من ساعة تقدر بـ 23,8 %.

وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة تفضل الاستماع للإذاعة بصفة دائمة لمدة تتراوح ما بين ساعة إلى 3 ساعات، وهذا يؤكد على أنه يوجد منافسة قوية بين الوسائل الأخرى مثل التلفزيون ومواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم(11): يبين العلاقة بين السن والمدة الزمنية

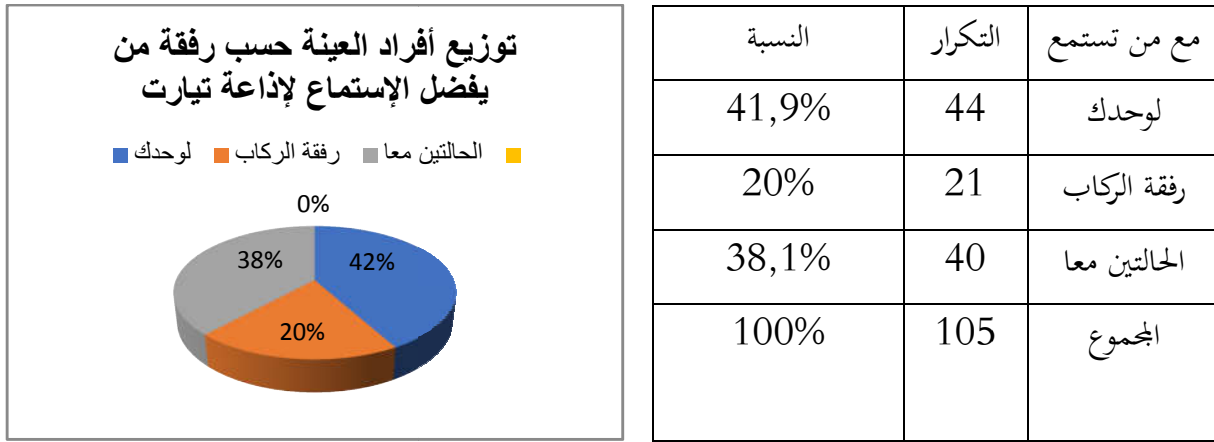
المجموع	كم من الوقت تمضيه في الإستماع إلى إذاعة تيارت ؟			السن
	أق من ساعة	من ساعة إلى 3ساعات	أكثر من 3ساعات	
13	3	5	5	30-25
%100	%23.1	%38.5	%38.5	
34	13	12	9	39-31
%100	%38.2	%35.3	%26.5	
35	4	19	12	49-40
%100	%11.4	%54.3	%34.3	
23	5	14	4	أكثر من 50 سنة
%100	%21.7	%60.9	%17.4	
105	25	50	30	المجموع
%100	%23.8	%47.6	%28.6	

من خلال النسب المشار إليها في الجدول أعلاه المتضمن شرح العلاقة بين متغير السن والفترة الزمنية لاستماع إلى إذاعة تيارت المحلية جاءت النسب على الشكل التالي: بالنسبة للذين يستمعون لإذاعة تيارت أقل من ساعة يوميا قدرت أعلى نسبة بـ 38.2% تخص الفئة العمرية من (31-39 سنة)، تليها نسبة 23.1% تخص الفئة العمرية من (25-30 سنة)، و 21.7% تخص الفئة العمرية (أكثر من 50 سنة)، و 11.4% تخص الفئة العمرية من (40-49 سنة)، أما بالنسبة للذين يستمعون لإذاعة تيارت المحلية من ساعة إلى ثلاث ساعات، قدرت أعلى نسبة بـ 60.9% تخص الفئة العمرية من (أكثر من 50 سنة)، تليها نسبة 54.3% تخص الفئة العمرية (40-49 سنة)، و 38.5% تخص الفئة العمرية من (25-30 سنة)، وتليها نسبة 35.3% تخص الفئة العمرية (31-39 سنة)، أما بالنسبة للذين يستمعون لإذاعة تيارت المحلية أكثر من ثلاث ساعات قدرت نسبتهم بـ 38.5%.

ومنه يمكن القول أن المدة الزمنية التي يقضيها المبحوثين في الاستماع لإذاعة تيارت المحلية باعتماده على الإذاعة كوسيلة إعلامية أساسية لأن ذلك لا يتعارض مع انشغالهم الخاصة واليومية، حيث نفسر هذا باعتماد المبحوثين على إذاعة تيارت المحلية من أجل فهم كل القضايا وإزالة الغموض عنها مع مراعاة العادات والتقاليد

الخاصة بالمجتمع، وهذا ما يجعل من الإذاعة وسيلة إعلامية ومرافقا جادا ومعولا عليه في التنمية كون أن الفترة الزمنية لبث البرامج ساعدت الكثير من المستمعين على تلقي واستخلاص المعلومات من خلال تعرضهم لهذه الوسيلة كونها إحدى الوسائل التي وضعت على كاهلها مسؤولية التنمية المعرفية، وذلك من أجل غرس أفكار وقيم جديدة لجمهورها، وهذا ما تطابق مع نتائج الدراسات السابقة المتوصل إليها. حيث نجد أن أغلب السائقين يمضون وقتهم في الاستماع إلى إذاعة تيارت المحلية وذلك إما بملأ تلك الأوقات أو معرفة الأخبار اليومية أو ترفيههم عن أنفسهم في تلك الأوقات.

الجدول رقم (12): توزيع أفراد العينة حسب مع من تستمع للإذاعة



الشكل رقم (08): يوضح توزيع أفراد العينة حسب رفقة من يفضل

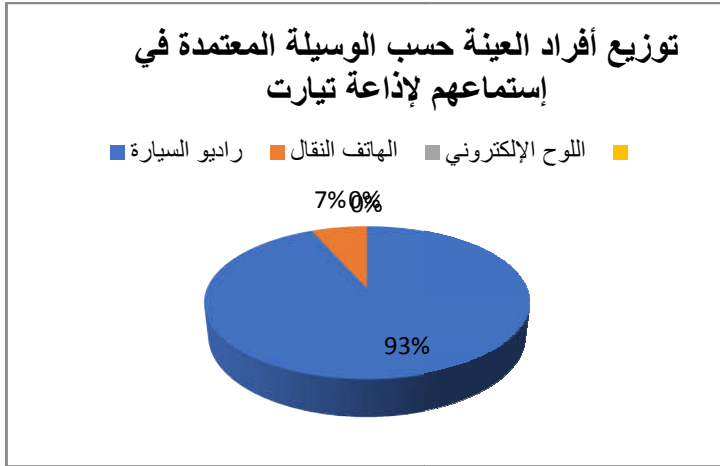
الإستماع لإذاعة تيارت.

يتضح من خلال تحليل بيانات الجدول رقم (12)، إن الذين يفضلون الاستماع لإذاعة تيارت لوحدهم هي أكبر نسبة تمثلت بـ 41,9%، أما المرتبة الثانية الذين يفضلون الاستماع للإذاعة معا في الحاليتين بنسبة 38,1%، ثم تأتي في آخر مرتبة نسبة الذين يفضلون الاستماع للإذاعة رفقة الركاب بـ 20%.

نستنتج أن معظم أفراد العينة يفضلون الاستماع إلى برامج إذاعة تيارت لوحدهم وذلك مراعاة لخصوصية الركاب.



الجدول رقم (13): توزيع أفراد العينة حسب الوسيلة المفضلة للإستماع



الوسيلة	التكرار	النسبة
راديو السيارة	98	93,3%
الهاتف النقال	7	6,7%
اللوحة الإلكترونية	00	00%
المجموع	105	100%

الشكل رقم (09): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الوسيلة المعتمدة في إستماعهم لإذاعة تيارت

يتبين من خلال تحليل بيانات الجدول رقم (13)، أن الوسيلة التي يفضلونها للاستماع للإذاعة، يأتي في المرتبة الأولى راديو السيارة بأعلى نسبة بلغت 93,3%، ثم تليها في المرتبة الثانية راديو الهاتف بنسبة 6,7%، أما الذين يتابعون الإذاعة عن طريق اللوح الإلكتروني هي نسبة منعدمة. ومنه نستنتج أن أفراد عينة الدراسة يفضلون وسيلة راديو السيارة في الاستماع لبرامج إذاعة تيارت المحلية لأنهم وجدوا فيها سهولة .

جدول رقم(14): يبين العلاقة بين السن و الوسيلة المعتمدة

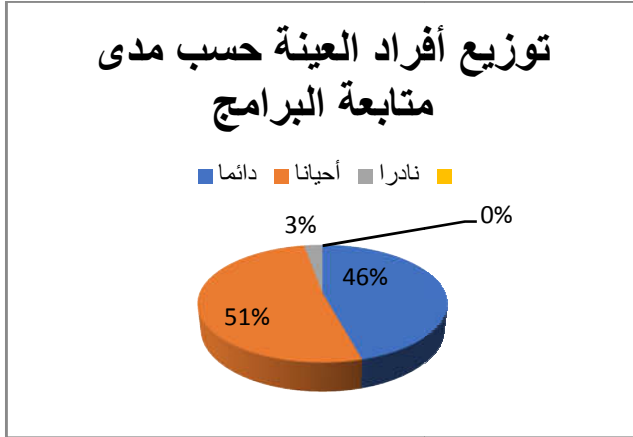
المجموع	ما هي الوسيلة التي تعتمد عليها في استماعك للإذاعة ؟		السن
	الهاتف	راديو السيارة	
13 %100	2 %15.4	11 %84.6	30-25
34 %100	0 %0.0	34 %100.0	39-31
35 %100	2 %5.7	33 %94.3	49-40
23 %100	3 %13.0	20 %87.0	أكثر من 50 سنة
105 %100	7 %6.7	98 %93.3	المجموع

من خلال النسب المشار إليها في الجدول أعلاه المتضمن شرح العلاقة بين متغير السن والوسيلة التي يعتمد عليها في الاستماع للإذاعة تيارت المحلية جاءت النسب على الشكل التالي: بالنسبة للذين يعتمدون على راديو السيارة في الاستماع لإذاعة تيارت قدرت أعلى نسبة ب 100% تخص الفئة العمرية من (31-39 سنة)، تليها نسبة 94.3% تخص الفئة العمرية من (40-49 سنة)، و 87% تخص الفئة العمرية (أكثر من 50 سنة)، أما بالنسبة للذين يستمعون لإذاعة تيارت المحلية من خلال الهاتف، قدرت أعلى نسبة ب 15.4% تخص الفئة العمرية من (25-30 سنة)، تليها نسبة 13% تخص الفئة العمرية (أكثر من 50 سنة)، و 5.7% تخص الفئة العمرية من (40-49 سنة).

ومنه يمكن القول أن التفسير المتقارب في اعتماد الباحثين من كل الفئات العمرية على راديو السيارة للاستماع لبرامج إذاعة تيارت المحلية كونها الوسيلة السهلة بالنسبة لبعض الفئات العمرية لأن جهاز الراديو سهل الاستعمال في كل مكان أثناء السياقة، وذلك من أجل زيادة معلوماتهم وأفكارهم وتلبية كل حاجاتهم التي تمهم سواء كانت إعلامية أو معرفية، لكن كلما قل اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام الجماهيرية كلمات توفرت لدية مصادر أخرى بديلة للمعلومات و نفس الاعتماد على هذه الوسيلة كونها سهلت لهم تلقي المعلومة وخففت

عنهم الأعباء المادية لأنهم لا يملكون الإمكانيات لشراء وسيلة أخرى، لذا اغلب عينة الدراسة يعتمدون على الإذاعة لأنه كلما تغيرت الحالات واحتل الاستقرار في المجتمع زاد اعتمادهم على الإذاعة كونها الوسيلة الأقرب إليهم في تقديم مختلف المعارف الحياتية والاستفادة هو والراكب معه.

عرض وتحليل بيانات المحور الثاني: حول اهتمام سائقي سيارة الأجرة بالبرامج الإذاعية  
الجدول رقم (15): توزيع أفراد العينة حسب مدى متابعة البرامج



متابعة البرامج	التكرار	النسبة
دائما	48	45,7%
أحيانا	54	51,4%
نادرا	3	2,9%
المجموع	105	100%

الشكل رقم (10): يوضح توزيع أفراد العينة حسب مدى

متابعة البرامج.

يتضح من خلال تحليل بيانات الجدول رقم (15)، أن نسبة المتابعين للمضامين الإذاعية في مدينة تيارت بالنسبة لسائقي سيارة الأجرة أعلى نسبة لمتابعتها في بعض الأحيان تقدر بـ 51,4%، ثم تليها نسبة المتابعين لها بشكل دائم بنسبة 45,7%، وفي الأخير تأتي نسبة 2.9% الذين يتابعونها بشكل نادر.

نستنتج من خلال معطيات الجدول أن معظم أفراد العينة يتابعون إلى برامج إذاعة تيارت المحلية لكن يختلفون في درجة المواظبة في متابعة البرامج حيث نلاحظ أن الأغلبية التي تتابع برامج إذاعة تيارت أحيانا وذلك يعود إلى تعدد الوسائل الإعلامية وتنوعها حين أن الفرد لا يستطيع أن يقضي معظم وقته في متابعة وسيلة إعلامية واحدة هي الإذاعة.

## جدول رقم(16): يبين العلاقة بين السن ومتابعة البرامج

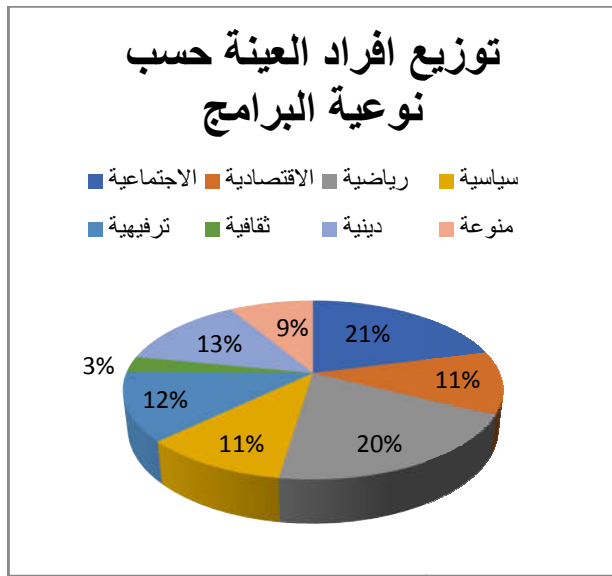
السن	هل تتابع البرامج الإذاعية في إذاعة تيارت ؟			المجموع
	دائما	أحيانا	نادرا	
30-25	7	6	0	13
	%53.8	%46.2	%0.0	%100
39-31	17	15	2	34
	%50.0	%44.1	%5.9	%100
49-40	18	17	0	35
	%51.4	%48.6	%0.0	%100
أكثر من 50 سنة	6	16	1	23
	%26.1	%69.6	%4.3	%100
المجموع	48	54	3	105
	%45.7	%51.4	%2.9	%100

من خلال النسب المشار إليها في الجدول أعلاه المتضمن شرح العلاقة بين متغير السن ومتابعة البرامج في إذاعة تيارت المحلية جاءت النسب على الشكل التالي: بالنسبة للذين يتابعون برامج إذاعة تيارت بشكل دائم قدرت أعلى نسبة بـ 53,8% تخص الفئة العمرية من (25-30 سنة)، تليها نسبة 51,4% تخص الفئة العمرية من (40-49 سنة)، و 50% تخص الفئة العمرية (31-39 سنة)، ثم تليها 26,1% تخص الفئة العمرية (أكثر من 50 سنة)، أما بالنسبة للذين يتابعون برامج إذاعة تيارت المحلية (أحيانا)، قدرت أعلى نسبة بـ 69,6% تخص الفئة العمرية (أكثر من 50 سنة)، تليها نسبة 48,6% تخص الفئة العمرية (40-49 سنة)، و 46,2% تخص الفئة العمرية من (25-30 سنة)، ثم تليها نسبة 44,1% تخص الفئة العمرية (31-39 سنة)، أما بالنسبة للذين نادرا ما يتابعون برامج إذاعة تيارت المحلية قدرت نسبتهم بـ 5,9%.

ومنه يمكن القول أن الفئة العمرية (25-30 سنة) دائما ما يلجؤون إلى الوسيلة الإعلامية الإذاعة للاطلاع على كل المعلومات وتتبع البرامج الإذاعية والتعرف على نجاحها ، ذلك لان الإذاعة وسيلة إعلامية تخاطب كل الفئات العمرية، بينما الفئة العمرية التي تتراوح ما بين (40-49 سنة) يتابعون برامج إذاعة تيارت المحلية للحصول على المعلومات التي تهمهم من أجل زيادة رصيدهم الفكري والمعرفي ومحاولة فهم ما تطرحه إذاعة تيارت المحلية من برامج مختلفة. حيث نجد معظم أفراد العينة يتابعون برامج إذاعة تيارت المحلية لمعرفة ما هو جديد أو بغرض الترفيه

والتسلية أو كسر الروتين أو معرفة القوانين، كونها الوسيلة التي تضطلع في تحقيق كل ما يرغب به جمهورها وذلك باختلاف أنواعها بأدق المهام وأخطر الأدوار في بناء الجماهير المستمعة لها من خلال تنوعها وتعددتها وهذا راجع إلى الانتشار الذي تتميز به الإذاعة مما جعل منها الوسيلة المرافقة للفرد أينما كان بتنمية أفكاره ومعلوماته الحديثة وخلق شخصية جديدة له.

الجدول رقم(17): توزيع أفراد العينة حسب نوعية البرامج



الشكل رقم (11): يوضح توزيع أفراد العينة حسب نوعية البرامج

نوعية البرامج	التكرار	النسبة
الاجتماعية	22	21%
الاقتصادية	12	11,4%
رياضية	21	20%
سياسية	11	10,5%
ترفيهية	13	12,4%
ثقافية	3	2,9%
دينية	14	13,8%
منوعة	9	8,5%
المجموع	105	100%

تبين من خلال تحليل بيانات الجدول رقم (17)، أن أفضل البرامج التي تتم متابعتها من طرف سائقي سيارة الأجرة، هي البرامج الاجتماعية في المرتبة الأولى بنسبة 21 %، ثم تليها البرامج الرياضية بنسبة 20 %، ثم تليها البرامج الدينية بنسبة 13,3 %، ثم تليها البرامج الترفيهية بنسبة 12,4 %، ثم تليها البرامج الاقتصادية بنسبة 11,4 %، ثم تليها البرامج السياسية بنسبة 10,5 %، ثم تليها البرامج المنوعة بنسبة 8,6 %، وفي آخر مرتبة تحتلها البرامج الثقافية بـ 3% كأقل نسبة.

نستنتج أن جمهور المستمعين إلى إذاعة تيارت المحلية يستمعون للبرامج الإذاعية التي تلي اهتماماتهم وعلى رأسها البرامج الاجتماعية حيث تعد هذه الأخيرة هي المهمة الأساسية للإذاعة لتزويد المستمعين بمختلف القضايا الاجتماعية، فالمتلقي يميل إلى التعرف على أهم القضايا الاجتماعية حديثة العصر من أجل تغيير نظرتهم الاجتماعية حول تلك القضايا في المجتمع.

جدول رقم(18): يبين العلاقة بين المستوى التعليمي ونوعية البرامج

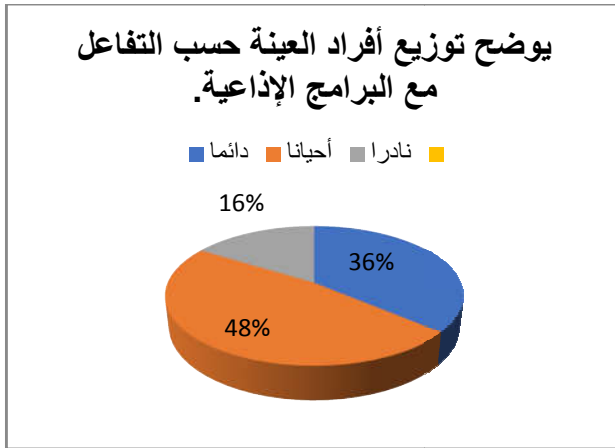
المجموع	ما هي البرامج التي تستمع لها في إذاعة تيارت ؟								المستوى التعليمي
	منوعة	دينية	ثقافية	ترفيهية	سياسية	رياضية	الاقتصاد	الاجتماعية	
17	0	0	1	4	1		3	4	دون مستوى
%100	0.0%	%0.0	5.9%	23.5%	%5.9		%17.6	%23.5	
9	0	1	0	1	1	2	2	2	ابتدائي
%100	0.0%	11.1%	0.0%	11.1%	11.1%	%22.2	%22.2	%22.2	
42	4	6	1	5	5	9	5	7	متوسط
%100	9.5%	14.3%	%2.4	11.9%	11.9%	%21.4	%11.9	%16.7	
32	5	6	0	2	4	6	2	7	ثانوي
%100	15.6%	18.8%	%0.0	%6.3	12.5%	%18.8	%6.3	%21.9	
5	0	1	1	1	0	0	0	2	جامعي
%100	0.0%	20.0%	20.0%	20.0%	%0.0	%0.0	%0.0	%40.0	
105	9	14	3	13	11	21	12	22	المجموع
%100	8.6%	13.3%	2.9%	12.4%	10.5%	%20.0	%11.4	%21.0	

من خلال النسب المشار إليها في الجدول أعلاه المتضمن شرح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي ونوعية البرامج التي يستمعون إليها بإذاعة تيارت المحلية جاءت النسب على الشكل التالي: بالنسبة للذين يستمعون برامج إذاعة تيارت المحلية هي البرامج الاجتماعية والترفيهية بلغت نسبتهم 23,5% للمبحوثين دون المستوى، ثم تليها الذين يستمعون للبرامج الاجتماعية والرياضية والاقتصادية بنسبة بلغت ب22,2% لذوي المستوى الابتدائي، أما بالنسبة للذين يستمعون للبرامج الرياضية سجلت أعلى نسبة 21,4% ثم نسبة 16,7%

للبرامج الاجتماعية لذوي المستوى المتوسط، ثم تليها الذين يستمعون إلى البرامج الاجتماعية بأعلى نسبة سجلت بـ 21,9% للمستوى ثانوي، ثم نسبة 18,8% لكل من البرامج الرياضية والدينية من نفس المستوى، ثم تأتي البرامج متنوعة بنسبة 15,6% للمستوى الثانوي، ثم تليها أعلى نسبة سجلت البرامج الاجتماعية بنسبة 40% للمستوى الجامعي، إليها بعد ذلك البرامج الترفيهية والثقافية والدينية بنسبة 20% من نفس المستوى.

يمكن القول أن جمهور إذاعة تيارت يستمع إلى البرامج التي تلي إهتماماتهم وعلى رأسها البرامج الاجتماعية، حيث تعد البرامج الاجتماعية هي البرامج التي تتناول قضايا المجتمع لذا أغلبية الباحثين يميلون نحو هذه نوعية من البرامج من أجل تصحيح أفكارهم وفهم القضايا المبهمة لديهم، مع تفسير وتغير سلوكياتهم اتجاه تلك القضايا التي تقدمها الإذاعة، حيث يكون الأفراد الذين يعتمدون على البرامج الإذاعية في إنتقاء معلوماتهم يتفاوتون فيما بينهم في درجة إعتمادهم على وسائل الإعلام فمن المفترض أن يكون للفرد مصادر متعددة لاكتساب معارف وهذا ما يدفعه إلى متابعة البرامج التي ترفع من مستواه وتنميه.

الجدول رقم (19): توزيع أفراد العينة حسب التفاعل مع البرامج الإذاعية



التفاعل مع البرامج	التكرار	النسبة
دائما	38	36,2%
أحيانا	50	47,6%
نادرا	17	16,2%
المجموع	105	100%

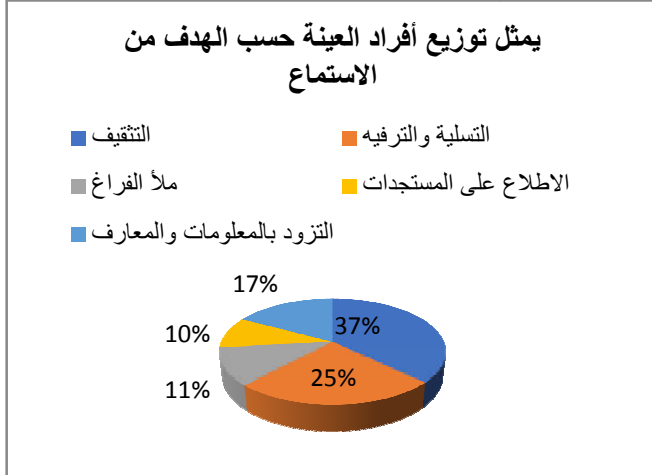
الشكل رقم (12): يوضح توزيع أفراد العينة حسب التفاعل

مع البرامج الإذاعية.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أغلبية الباحثين يتفاعلون مع البرامج التي تبثها إذاعة تيارت المحلية أحيانا بنسبة 47,6% إما عن طريق الاتصال المباشر بالإذاعة للتعبير عن رأيهم في محتوى البرنامج أو يتحاورون مع الركاب، ثم تليها في المرتبة الثانية الأشخاص الذين يتفاعلون دائما بلغت نسبتهم بـ 36,2%، وأضعف نسبة من نصيب الأشخاص الذين نادرا ما يتفاعلون مع البرامج بنسبة 16,2%.

يفسر من خلال النتائج المتوصل إليها، أن معظم المبحوثين يتفاعلون مع البرامج التي تبثها إذاعة تيارت المحلية أحيانا، وذلك عن طريق الاتصال المباشر بالإذاعة للتعبير عن رأيهم في محتوى البرامج المتناولة أو في أغلب الأوقات يتحاورون مع الركاب.

الجدول رقم (20): توزيع أفراد العينة حسب الهدف من الاستماع



الهدف من الاستماع	التكرار	النسبة
التثقيف	39	37,1
التسلية والترفيه	26	24,8
ملا الفراغ	12	11,4
الاطلاع على المستجدات	10	9,5
التزود بالمعلومات والمعارف	18	17,1
المجموع	105	100

الشكل رقم (13): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الهدف

من الاستماع.

يتبين من خلال تحليل بيانات الجدول رقم (20)، يمثل الهدف من الاستماع للإذاعة من طرف سائقي سيارة الأجرة بأكبر نسبة بـ 37,1% الممثلة في التثقيف من أجل الإرتقاء بمستواهم الفكري، ثم تليها النسبة الممثلة في التسلية بـ 24,8% للترويح عن أنفسهم، ثم تليها نسبة الممثلة في التزود بالمعلومات والمعارف المختلفة تقدر بـ 17,1%، ثم تليها نسبة 11,4% التي تمثل ملا الفراغ، وفي الأخير تأتي نسبة 9,5% وهي النسبة الأضعف التي تتابع الإذاعة بهدف الاطلاع على المستجدات والأحداث اليومية التي تحدث في المجتمع .



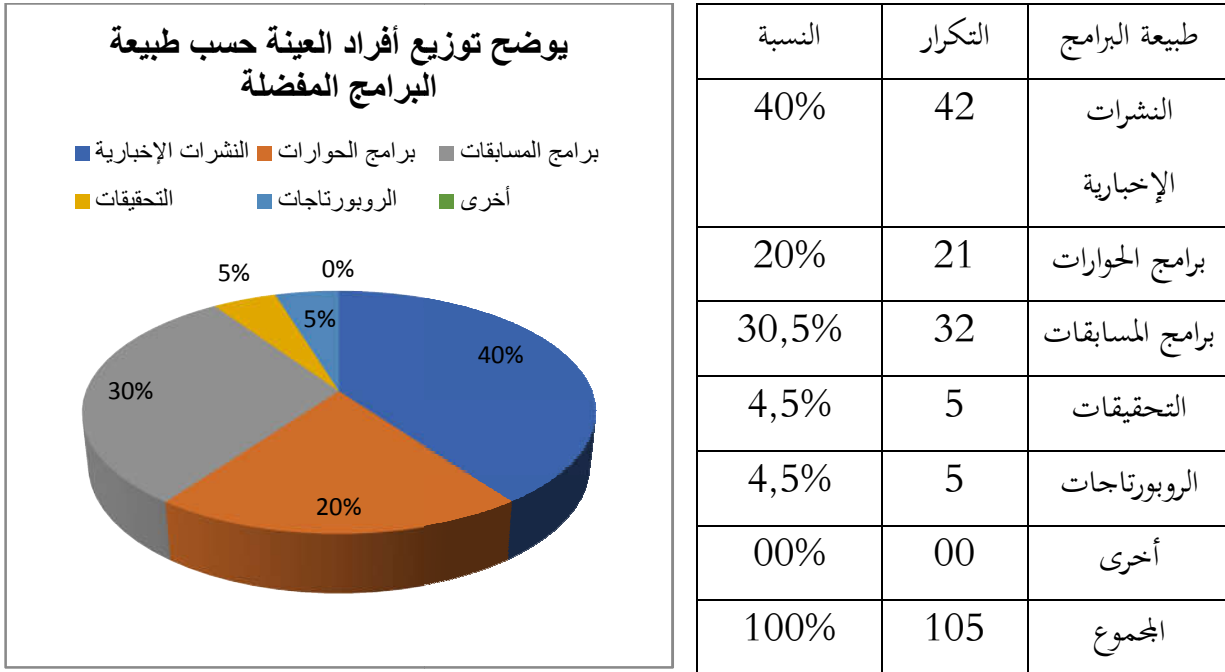
## جدول رقم(21): يبين العلاقة بين المستوى التعليمي والهدف من الاستماع

المجموع	هل تستمع إلى برامج إذاعة تيارت التي تبثها بهدف ؟					المستوى التعليمي
	التثقيف	التسلية	ملئ الفراغ	الاطلاع على المستجدات	التزود بالمعلومات	
17 %100	8 %47.1	0 %0.0	1 %5.9	3 %17.6	5 %29.4	دون مستوى
9 %100	1 %11.1	1 %11.1	2 %22.2	2 %22.2	3 %33.3	ابتدائي
42 %100	13 %31.0	19 %45.2	2 %4.8	1 %2.4	7 %16.7	متوسط
31 %100	17 %53.1	2 %6.3	7 %21.7	4 %12.5	2 %6.3	ثانوي
5 %100	0 %0.0	4 %80.0	0 %0.0	0 %0.0	1 %20.0	جامعي
105 %100	39 %37.1	26 %24.8	12 %11.4	9 %9.5	18 %17.1	المجموع

من خلال النسب المشار إليها في الجدول أعلاه المتضمن شرح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي والهدف من الاستماع للإذاعة تيارت المحلية جاءت النسب على الشكل التالي: بالنسبة للذين يستمعون لإذاعة تيارت بهدف التثقيف قدرت أعلى نسبة بـ 53,1% تخص المستوى التعليمي الثانوي، تليها نسبة 47,1% تخص الأفراد دون مستوى، و 31% تخص المستوى التعليمي المتوسط، أما بالنسبة للذين يتابعون برامج إذاعة تيارت المحلية بهدف التسلية، قدرت أعلى نسبة بـ 80% تخص المستوى التعليمي الجامعي، تليها نسبة 45,2% تخص المستوى المتوسط، و 11,1% تخص المستوى التعليمي الابتدائي، أما بالنسبة للذين يتابعون برامج إذاعة تيارت المحلية بهدف ملئ الفراغ قدرت نسبتهم بـ 22,2%، أما بالنسبة للذين يتابعون برامج إذاعة تيارت المحلية بهدف الاطلاع على المستجدات، قدرت أعلى نسبة بـ 22,2% تخص المستوى التعليمي الابتدائي، أما بالنسبة للذين يتابعون برامج إذاعة تيارت المحلية بهدف التزود بالمعلومات، قدرت أعلى نسبة بـ 33,3% ابتدائي.

ومنه يمكن القول أن معظم المبحوثين من كل المستويات لديهم قدرة على فهم المواضيع التي يستمعون إليها بإذاعة تيارت المحلية الهادفة إلى تثقيف بدرجة كبيرة، ويرجع هذا الارتفاع الطفيف عند أصحاب المستوى الثانوي لأن هم من يتوجهون مباشرة إلى الحياة المهنية بعد الفشل في الدراسة، يلعب المستوى التعليمي دورا هاما للفرد وذلك من أجل إختياره الوسيلة التي يعتمد عليها على عكس محدودتي المستوى ، حيث نجد أن أفراد العينة الذين كانوا يتابعون برامج إذاعة تيارت المحلية لمعرفة الأخبار الجديدة التي تحدث يوميا أو بهدف التعرف على أخبار أسعار المنتجات خاصة في فترات أزمات قلة المنتج، لذا يعتمدون عليها في استخلاص المعلومات والأفكار التي يحتاجونها أثناء تعرضهم لهذه البرامج

الجدول رقم (22): توزيع أفراد العينة حسب طبيعة البرامج المفضلة

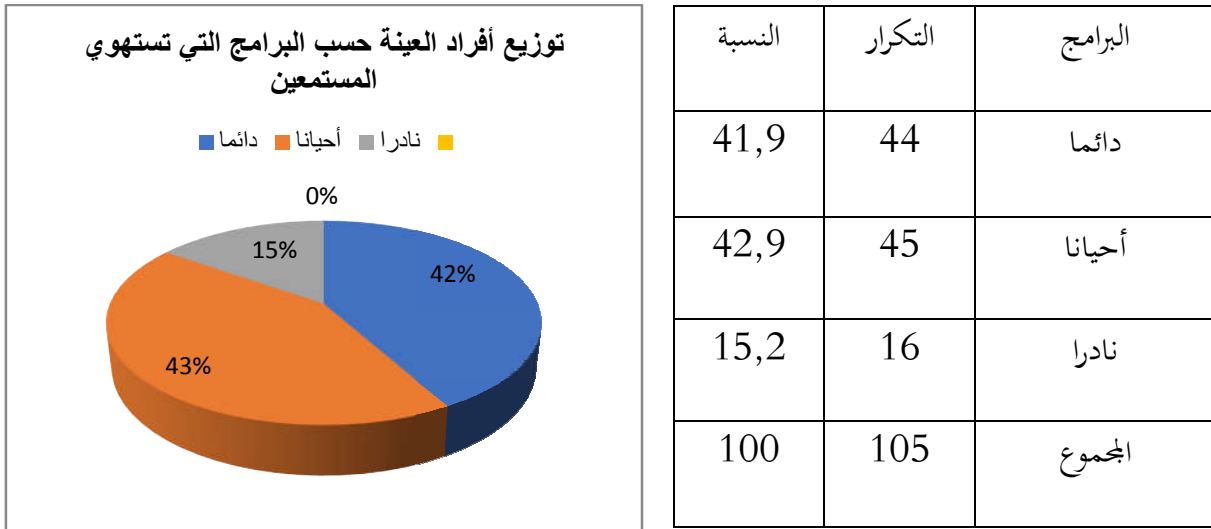


الشكل رقم (14): يوضح توزيع أفراد العينة حسب طبيعة

البرامج المفضلة.

يتضح من خلال تحليل بيانات الجدول رقم (22)، إن البرامج المفضلة أثناء الإستماع للإذاعة من طرف المستمعين بأكثر نسبة ممثلة 40% في النشرات الإخبارية، ثم تليها برامج المسابقات بنسبة قدرت بـ 30,5%، ثم تليها برامج الحوارات بنسبة 20%، بينما في المرتبة الأخيرة التحقيقات والروبورتاجات متساوية بنسبة 4,8%. ومنه نستنتج أن معظم أفراد عينة الدراسة يفضلون الاستماع إلى البرامج الإخبارية للترود بالمعلومات والحقائق والأحداث اليومية.

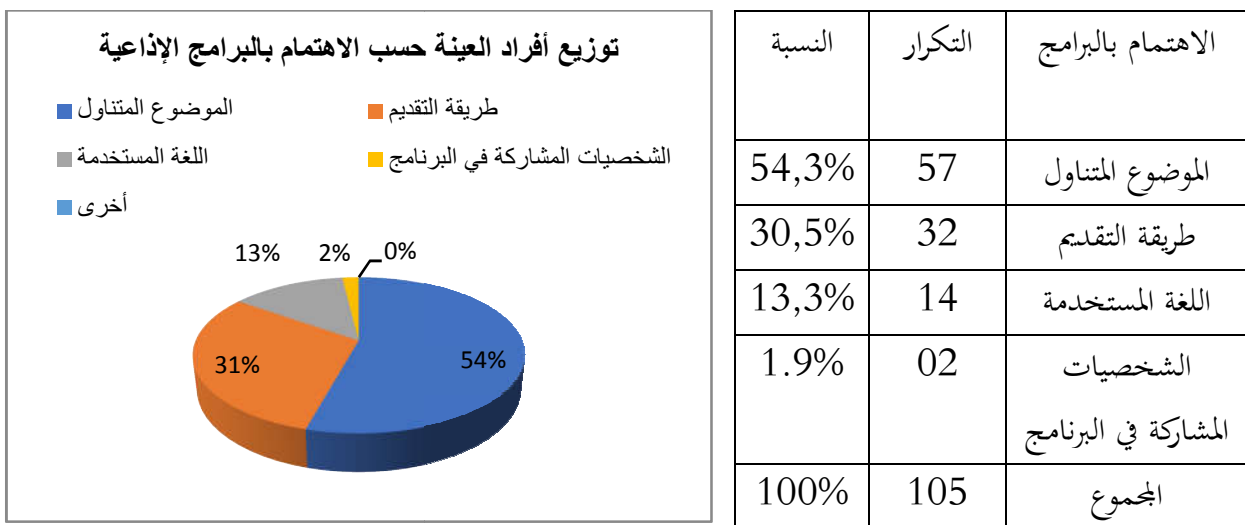
الجدول رقم (23): توزيع أفراد العينة حسب البرامج التي تستهوي المستمعين



الشكل رقم (15): يوضح توزيع أفراد العينة حسب البرامج التي تستهوي المستمعين.

من خلال تحليل بيانات الجدول رقم (23)، تبين أن أكبر نسبة من العينة المبحوثة الذين يترقبون بث البرامج التي تجذبهم أحيانا بلغت نسبتهم 42,9%، ثم تلتها الفئة المترتبة للبرامج بشكل دائم بنسبة 41,9%، في المرتبة الأخيرة تأتي الفئة التي نادرا ما تترقب البرامج التي تبثها الإذاعة بنسبة 15,2%. نفسر هذا الارتفاع الكبير في أن اغلب المبحوثين أحيانا ما تستهويهم البرامج التي تبثها إذاعة تيارت المحلية.

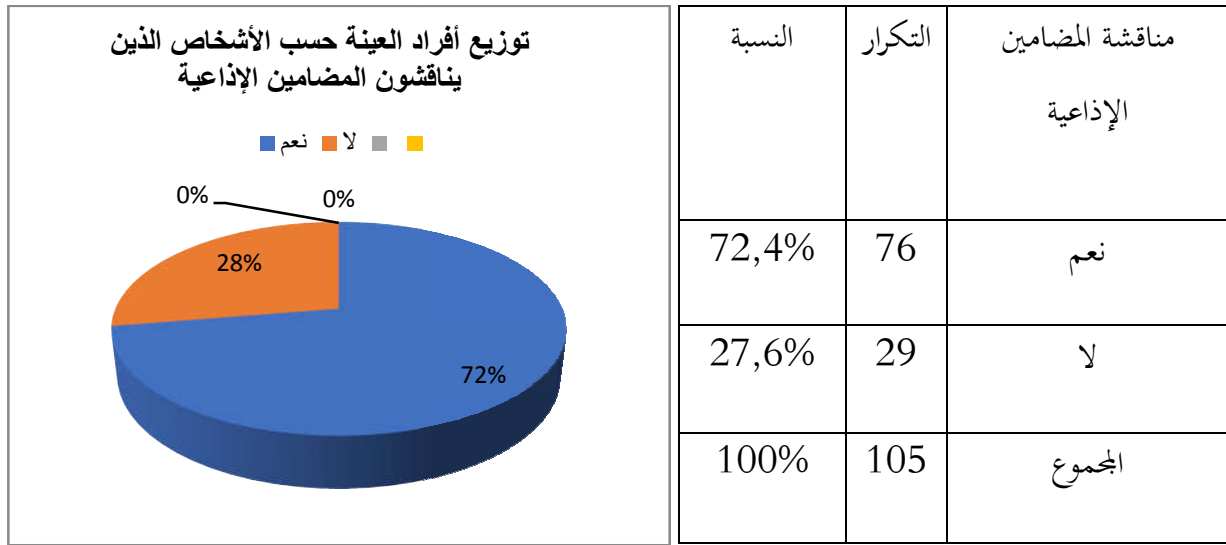
الجدول رقم (24): توزيع أفراد العينة حسب الاهتمام بالبرامج الإذاعية



الشكل رقم (16): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الاهتمام بالبرامج الإذاعية.

يتضح من خلال تحليل بيانات الجدول رقم (24) أن أعلى نسبة من البرامج التي تثير اهتمام المستمعين تمثلت في الموضوع المتناول بنسبة 54,3%، بينما قدرت نسبة طريقة التقديم فقط بـ 30,5%، أما اللغة المستخدمة فقدرت بـ 13,3%، بينما نسبة الشخصيات المشاركة في البرنامج فقدرت بـ 1,9% كأقل نسبة. نفسر أن أغلب المبحوثين كثيرا ما تثيرهم البرامج الإذاعية من خلال المواضيع التي تتناولها وهناك فئة ما يثيرهم مقدم البرنامج وهناك ما تثيرهم اللغة المستخدمة أو الشخصيات المشاركة في البرنامج.

الجدول رقم (25): توزيع أفراد العينة حسب الأشخاص الذين يناقشون المضامين الإذاعية

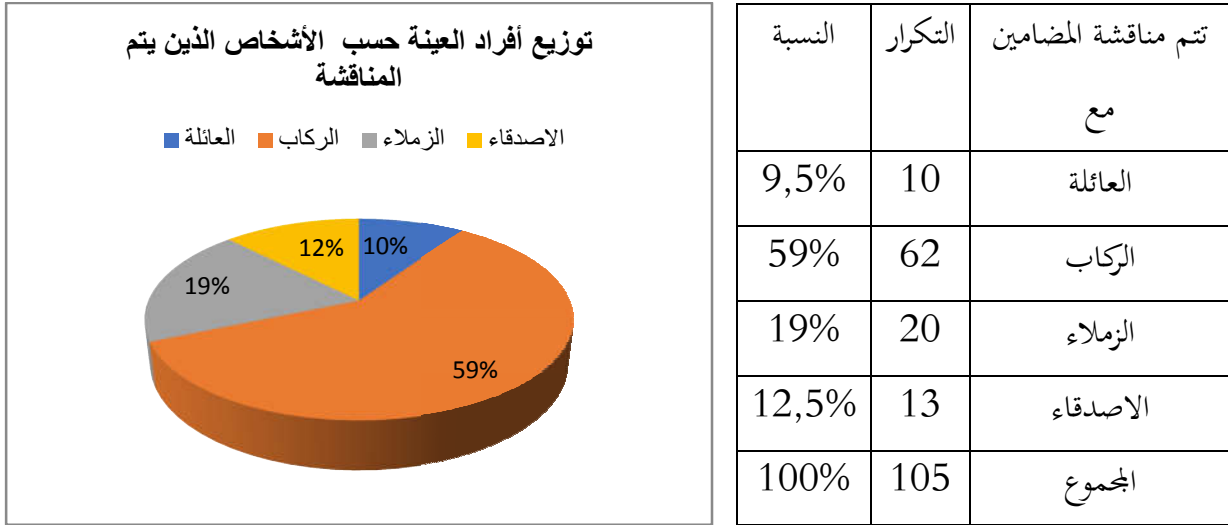


الشكل رقم (17): يوضح توزيع أفراد العينة حسب

الأشخاص الذين يناقشون المضامين الإذاعية.

يتبين من خلال تحليل بيانات الجدول رقم (25)، أن أغلبية المبحوثين الذين يناقشون مضامين الحصص بلغت نسبتهم بـ 72,4% وهي نسبة معتبرة مقارنة مع من لا يناقشون والذين بلغ عددهم 27,6%. ومنه نستنتج من خلال النتائج المتوصل إليها أن غالبية أفراد العينة هم الذين كانوا يناقشون البرامج الإذاعية التي تبثها إذاعة تيارت المحلية باختلاف أنواعها.

الجدول رقم (26): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الأشخاص الذين يتم المناقشة

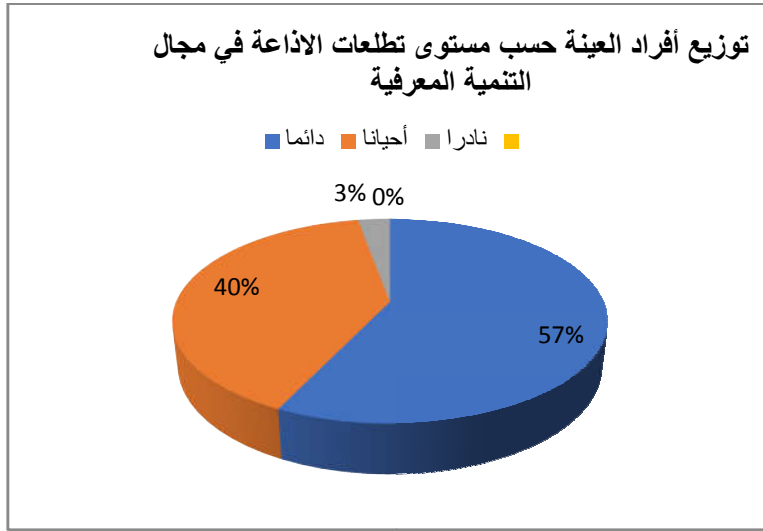


الشكل رقم (18): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الأشخاص

الذين يتم المناقشة.

يوضح لنا الجدول رقم (26) أعلاه أن 59% من الأشخاص الذين يناقشون مضامين الحصص في أغلب الأوقات مع الركاب وذلك راجع للحوارات التي تتم بينهم، وبنسبة 59% مع الزملاء وفي المرتبة الثالثة مع الأصدقاء بنسبة 12,5% يتناقشون في المواضيع التي تناوّلها إذاعة تيارت أثناء أوقات فراغهم ، وفي المرتبة الأخيرة 9,5 يتناقشون مع العائلة في فترة الإنتهاء من العمل .

عرض وتحليل بيانات المحور الثالث: اعتماد سائقي سيارة الأجرة على برامج التنمية المعرفية  
الجدول رقم (27): توزيع أفراد العينة حسب مستوى تطلعات الإذاعة في مجال التنمية المعرفية



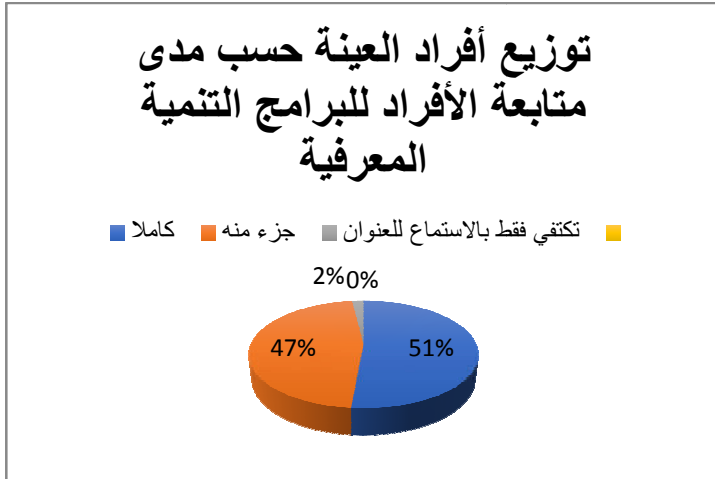
مستوى رقي الإذاعة	التكرار	النسبة
دائما	60	57,1%
أحيانا	42	40%
نادرا	3	2,9%
المجموع	105	100%

الشكل رقم (19): يوضح توزيع أفراد العينة حسب مستوى تطلعات الإذاعة في مجال التنمية المعرفية.

من خلال الجدول أعلاه والذي يوضح مستوى تطلعات المبحوثين حول مساهمة البرامج الإذاعية في مجال التنمية المعرفية حيث نجد نسبة 57,1% دائما ما يرونها ترتقي إلي مستوى تطلعاتهم، وبنسبة 40% من الأفراد أحيانا ما يرون أنها تقدم برامج ذات مستوى تنموي معرفي، وفي الأخير أدنى نسبة للذين نادرا ما يرون برامجها ذات مستوى فقد بلغت نسبتهم 2,9%.

ومنه نستنتج أن معظم أفراد العينة يرون أن الإذاعة دائما ما تساهم في إنماء قدراتهم الفكرية والمعرفية من خلال البرامج التي تقدمها إذاعة تيارت المحلية.

الجدول رقم (28): توزيع أفراد العينة حسب مدى متابعة الأفراد للبرامج التنموية المعرفية



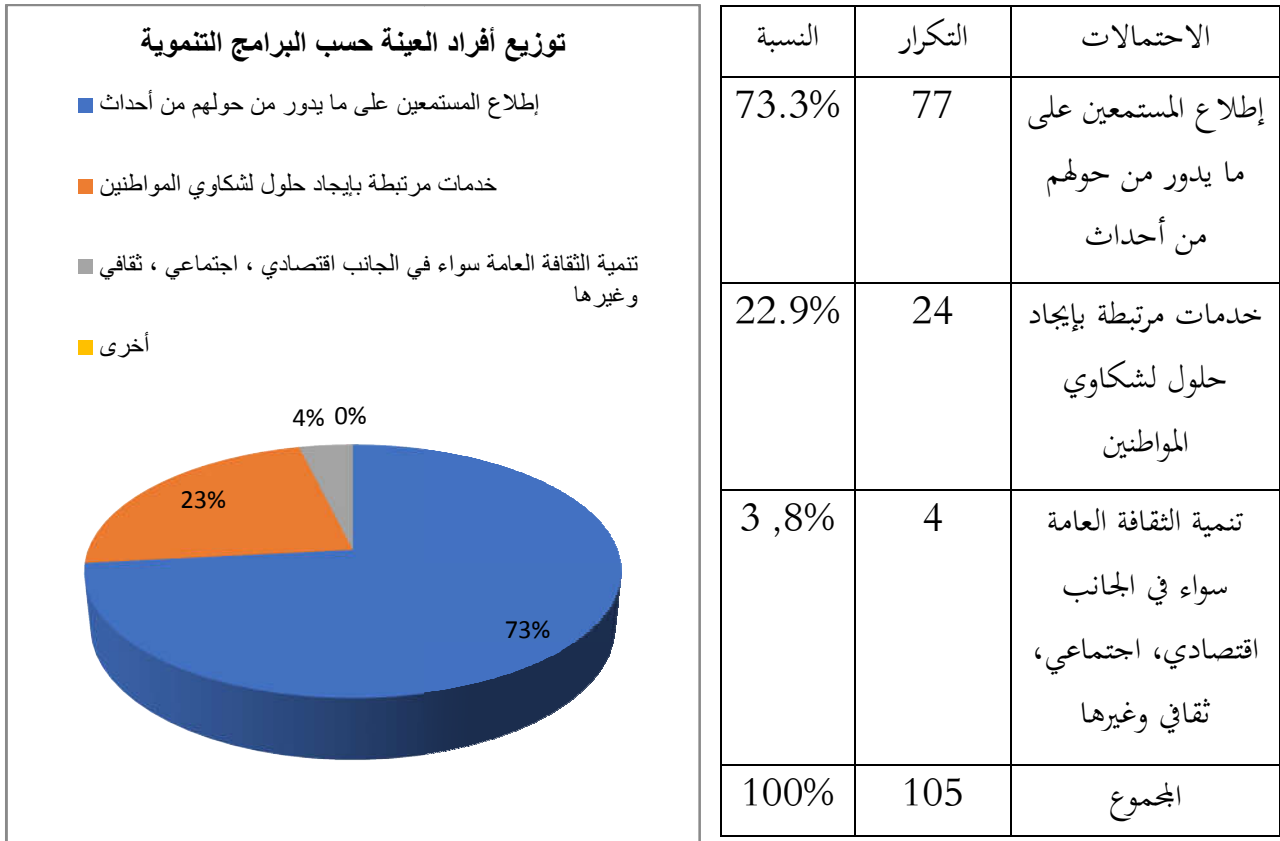
الاحتمالات	التكرار	النسبة
كاملا	54	51,4
جزء منه	49	46,7
تكفي فقط بالاستماع للعنوان	2	1,9
المجموع	105	100

الشكل رقم (20): يوضح توزيع أفراد العينة حسب

مدى متابعة الأفراد للبرامج التنموية المعرفية.

من خلال الجدول رقم (28)، والذي يوضح مدى متابعة الأفراد لبرامج التنمية المعرفية في إذاعة تيارت حيث نجد الأفراد يستمعون إلى هذه البرامج كاملا وذلك بنسبة 51,4% وهي أعلى نسبة سجلت بحيث نجد أنهم إما بسب برنامجهم مفضل أو الموضوع نال إعجابهم وأثار اهتمامهم، أما الذين يتابعون جزء منها فقدرت نسبتهم بـ 46,7% إما بسب الوقت الذي بث فيه البرنامج أو عدم تماشيه مع عادات تقاليد المجتمع، أما بالنسبة للذين يكتفون فقط بالاستماع إلى العنوان فقد بلغت نسبتهم 1,9% كأقل نسبة وهذا راجع إلى أن توقيت بث هذه البرامج صادف وقت راحتهم.

الجدول رقم (29): توزيع أفراد العينة حسب البرامج التنموية



الشكل رقم (21): يوضح توزيع أفراد العينة حسب البرامج التنموية

من خلال الجدول رقم (29) أن معظم أفراد العينة المبحوثة يرون أن الإذاعة تطلعهم على ما يدور من حولهم من أحداث بنسبة 73,3%، والبعض الآخر يرون أنها تجد حلول لشكاوي المواطنين بنسبة تقدر بـ 22,9%، أما نسبة 3,8% يرون أنها تنمي ثقافة المستمع في كافة المجالات بنسبة ضعيفة. ومنه نستنتج أن معظم أفراد العينة يتابعون برامج إذاعة تيارت المحلية من أجل إطلاع على أهم المستجدات اليومية وإعلام الجمهور المحلي بالحقائق وتزويده بالمعلومات الضرورية وكل ما يجري في البيئة التي يعيش فيها.



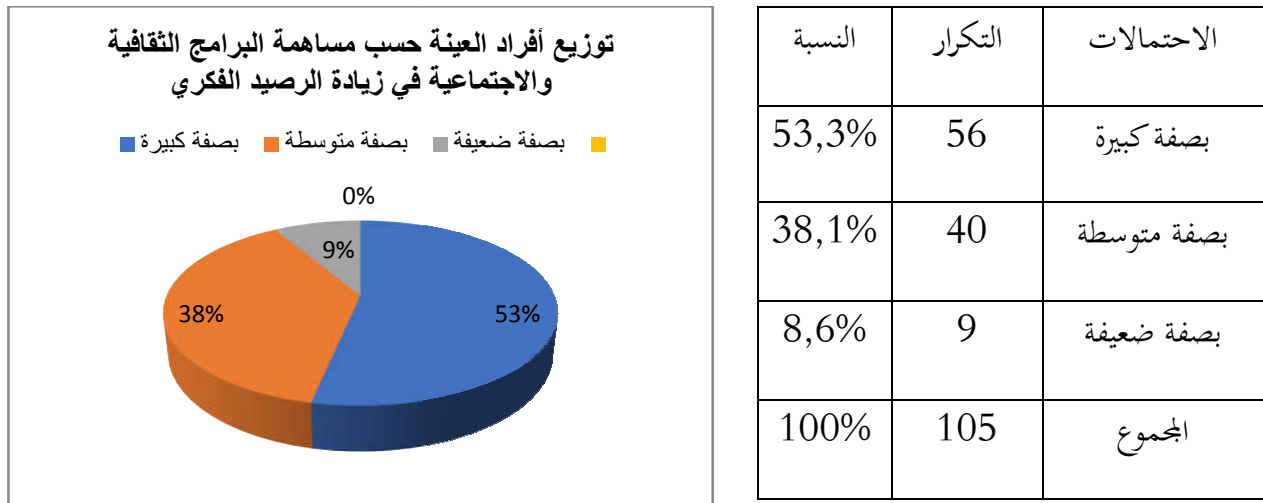
الجدول (30): بين العلاقة بين المستوى التعليمي ومساهمة برامج إذاعة تيارت محلية في التنمية المعرفية.

المجموع	مساهمة البرامج التنموية في إذاعة تيارت المحلية ؟			المستوى التعليمي
	تنمية الثقافية	إيجاد حلول للشكاوي	اطلاع على المستمعين	
17	0	1	16	دون مستوى
%100	%0.0	%5.9	%94.1	
9	0	2	7	ابتدائي
%100	%0.0	%22.2	%77.8	
42	1	16	25	متوسط
%100	%2.4	%38.1	%59.5	
32	2	4	26	ثانوي
%100	%6.3	%12.5	%81.3	
4	1	1	3	جامعي
%100	%20.0	%20.0	%60.0	
105	4	24	77	المجموع
%100	%3.8	%22.9	%73.3	

من خلال النسب المشار إليها في الجدول أعلاه المتضمن شرح العلاقة بين متغير السن ومتابعة البرامج في إذاعة تيارت المحلية جاءت النسب على الشكل التالي: بالنسبة للذين يتابعون برامج إذاعة تيارت بشكل دائم قدرت أعلى نسبة بـ 53,8% تخص الفئة العمرية من (25-30 سنة)، تليها نسبة 51,4% تخص الفئة العمرية من (40-49 سنة)، و 50% تخص الفئة العمرية (31-39 سنة)، ثم تليها 26,1% تخص الفئة العمرية (أكثر من 50 سنة)، أما بالنسبة للذين يتابعون برامج إذاعة تيارت المحلية (أحيانا)، قدرت أعلى نسبة بـ 69,6% تخص الفئة العمرية (أكثر من 50 سنة)، تليها نسبة 48,6% تخص الفئة العمرية (40-49 سنة)، و 46,2% تخص الفئة العمرية من (25-30 سنة)، ثم تليها نسبة 44,1% تخص الفئة العمرية (31-39 سنة)، أما بالنسبة للذين نادرا ما يتابعون برامج إذاعة تيارت المحلية قدرت نسبتهم بـ 5,9%.

ومنه يمكن القول أن إذاعة تيارت المحلية تعمل على إعلام المستمعين بكل الأحداث التي تدور من حولهم، كما تساهم برامجها في التنمية المعرفية لدى المبحوثين ومساعدتهم على فهم كل ما يتعلق بتلك المواضيع التي تقدمها من خلال استمالة عواطفهم عن طريق النغمات الموسيقية وتغيير التصورات الخاطئة حيث نجد أغلبية أفراد العينة يعتمدون على الإذاعة المحلية كوسيلة لزيادة معارفهم الحياتية ومعرفة التعديلات في القوانين أو معرفة ما يعاينها المواطنون من مشاكل مادية معنوية في المجتمع.

**الجدول رقم (31):** توزيع أفراد العينة حسب مساهمة البرامج الثقافية والاجتماعية في زيادة الرصيد الفكري



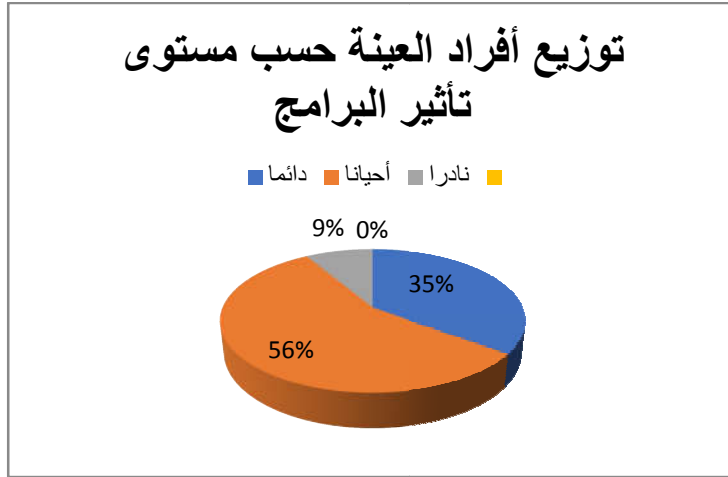
**الشكل رقم (22):** يوضح توزيع أفراد العينة حسب مساهمة

البرامج الثقافية والاجتماعية في زيادة الرصيد الفكري.

من خلال معطيات الجدول (31)، المتعلق برأي المبحوثين ووجهات نظرهم في مدى مساهمة الإذاعة من خلال البرامج الثقافية والاجتماعية التي تطرحها فإن نسبة الكبيرة التي ترى أن مساهمة الإذاعة كبير وبلغت نسبتهم 53,3%، تليها نسبة 38,1% الذين يرونها بشكل متوسط، أما أقل نسبة وهي 8,6%، فتري أن مستوى الإذاعة في طرح البرامج ضعيف جدا.

ومنه نستنتج أن غالبية أفراد العينة يرون أن البرامج الإذاعية تساهم بشكل كبير في تنمية الفرد وثقافته من خلال الاستماع إلى إذاعة تيارت المحلية.

الجدول رقم (32): توزيع أفراد العينة حسب مستوى تأثير البرامج



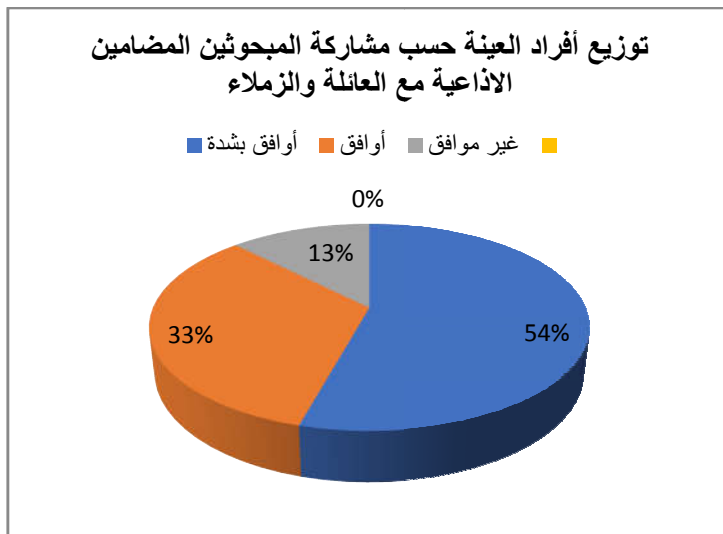
الاحتمالات	التكرار	النسبة
دائما	37	35,2%
أحيانا	59	56,2%
نادرا	9	8,6%
المجموع	105	100%

الشكل رقم (23): يوضح توزيع أفراد العينة حسب مستوى تأثير

البرامج

من خلال الجدول رقم (32)، الذي يوضح مدى تأثير البرامج الإذاعية لدى المستمعين من العينة المبحوثة أحيانا تقدر نسبتهم بـ 56,2%، أما البعض الآخر يرون أنها تؤثر عليهم دائما بنسبة 35,2%، وفي المرتبة الأخيرة الذين يرون نادرا ما تؤثر عليهم هذه البرامج بنسبة ضعيفة بلغت نسبتهم بـ 8,6%. كما يعد برنامج جبر الخواطر الحائز على أعلى نسبة من بين البرامج التي تؤثر في أفراد العينة، وهو برنامج اجتماعي أسبوعي يث عبر أثر إذاعة تيار المحلية كل يوم الخميس، تقدمه الصحيفة سعاد بلمجاهد، حيث يركز على تقديم المساعدات والإعانات للأفراد المحتاجين.

الجدول رقم (33): توزيع أفراد العينة حسب مشاركة المضمين الإذاعية مع العائلة والزملاء



الاحتمالات	التكرار	النسبة
أوافق بشدة	57	54,3%
أوافق	35	33,3%
غير موافق	13	12,4%
المجموع	105	100%

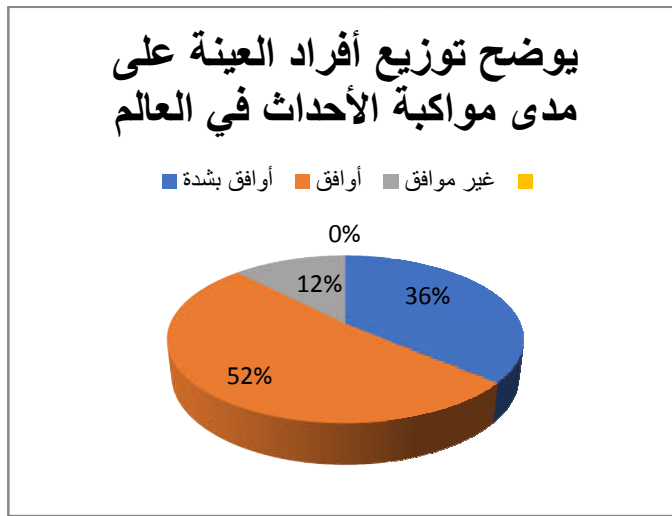
الشكل رقم (24): يوضح توزيع أفراد العينة حسب مشاركة

المبحوثين المضمين الإذاعية مع العائلة والزملاء.

من خلال الجدول رقم (33) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين وافقوا بشدة على مشاركة الحديث حول البرامج الإذاعية التي تبثها إذاعة تيارت مع الزملاء والعائلة بنسبة بلغت 54,3%، وفي المرتبة الثانية نسبة 33,3% وقع اختيارهم على عبارة أوافق في متابعة البرامج التي تنمي المستمعين، واطرف نسبة كانت من نصيب الأفراد الذين لم يوافقوا على مشاركة الحديث مع الزملاء والعائلة بنسبة فقدرت بـ 12,3%.

نستنتج من خلال الجدول أعلاه أن معظم افراد العينة كانوا موافقين بشدة من خلال متابعتهم لبرامج إذاعة تيارت المحلية المتعلقة بالتنمية المعرفية والثقافية فتحت لهم فرصة للحديث مع زملائهم وأصدقائهم حول مختلف المضامين التي تبثها.

الجدول رقم (34) : توزيع أفراد العينة على مدى مواكبة الأحداث في العالم



الاحتمالات	التكرار	النسبة
أوافق بشدة	38	36,2%
أوافق	54	51,4%
غير موافق	13	12,4%
المجموع	105	100%

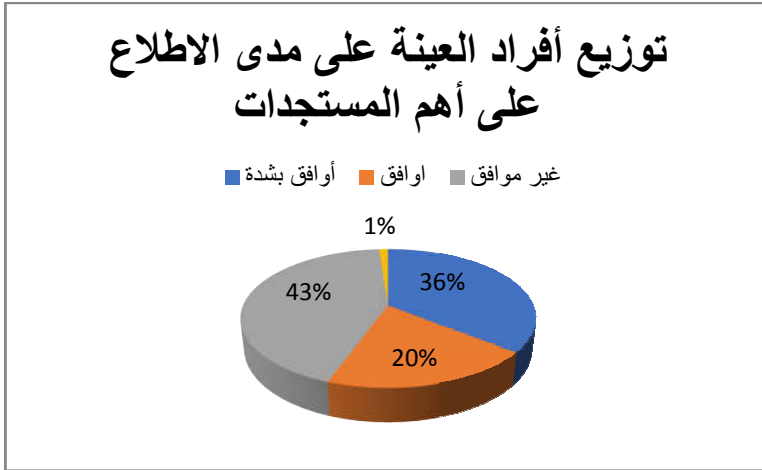
الشكل رقم (25): يوضح توزيع أفراد العينة على مدى

مواكبة الأحداث في العالم.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (34) الذي يوضح لنا أن أكبر نسبة من المبحوثين وافقت على إلمام إذاعة تيارت بكامل التطورات والأحداث التي تحدث في العالم بلغت نسبتهم بـ 51,4%، وفي المرتبة الثانية نسبة المبحوثين الذين وافقوا بشدة بأن برامج إذاعة تيارت المحلية تساهم في تعزيز ثقة بالنفس واكتساب المعلومات بنسبة 36,2%، أما النسبة الضئيلة فكانت من طرف المبحوثين غير الموافقين على عدم إلمام إذاعة تيارت المحلية بالتطورات التي تحدث في العالم بلغت نسبتهم بـ 12,4%.

نستنتج من خلال الجدول أعلاه أن إذاعة تيارت المحلية عملت على الإلمام بكل التطورات والأخبار التي تم أفراد المجتمع، وخاصة جمهور السائقين الذين كانوا من المترقبين لبرامجها بشكل يومي وذلك من أجل فهم كل ما يحيط بهم من أخبار وتطورات جديدة تخدم معارفهم وتنميهم معرفيا وثقافيا.

الجدول رقم (35): توزيع أفراد العينة على مدى الاطلاع على أهم المستجدات



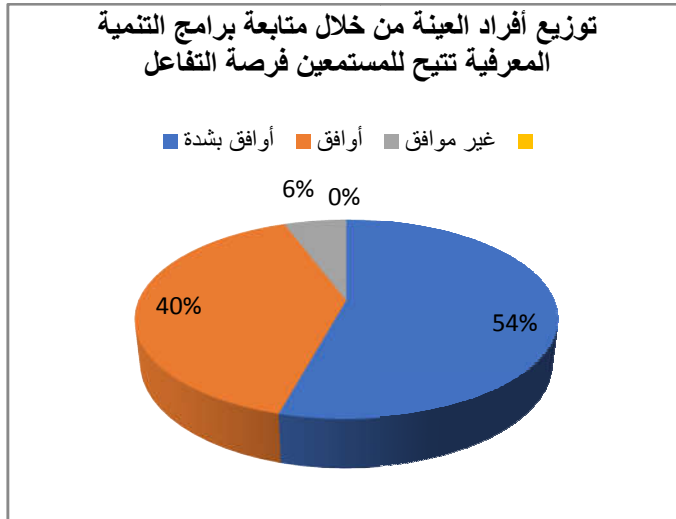
النسبة	التكرار	الاحتمالات
36,2%	38	أوافق بشدة
20%	21	أوافق
43,8%	46	غير موافق
100%	105	المجموع

الشكل رقم (26): يوضح توزيع أفراد العينة على مدى الاطلاع على أهم المستجدات.

من خلال الجدول رقم (35)، يوضح أن أغلبية المبحوثين الغير موافقين على عدم اطلاع إذاعة تيارت المحلية على أهم المستجدات المختلفة بنسبة بلغت بـ 43,8 %، تليها عكس ذلك البعض من المبحوثين الذين وافقوا بشدة على أن الإذاعة تطلع مستمعيها بأهم المستجدات الاقتصادية والسياسية بنسبة 36,2 %، تليها النسبة الضعيفة الموافقة بلغت نسبتهم 20%.

ونستنتج من معطيات الجدول أعلاه أن أفراد عينة الدراسة يرون أن الإذاعة تيارت المحلية غير موافقين وغير راضين على برامجها التي كانت غير كافية في إرساء المعلومات الصحيحة.

الجدول رقم (36): توزيع أفراد العينة من خلال متابعة برامج التنمية المعرفية تتيح للمستمعين فرصة التفاعل



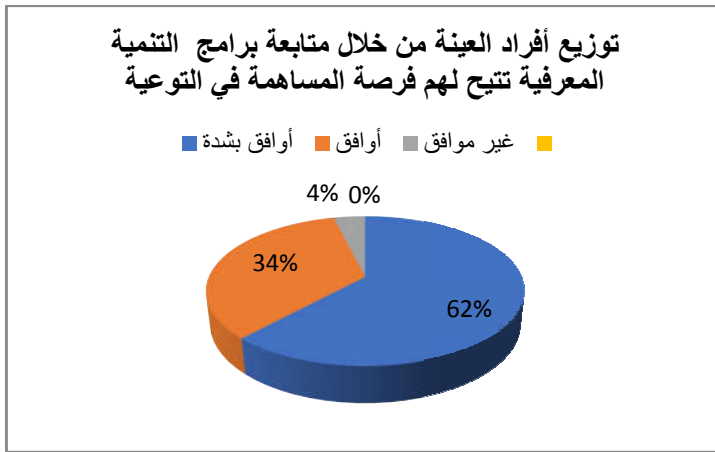
النسبة	التكرار	الاحتمالات
54,3%	57	أوافق بشدة
40%	42	أوافق
5,7%	6	غير موافق
100%	105	المجموع

الشكل رقم (27): يوضح توزيع أفراد العينة من خلال متابعة برامج التنمية المعرفية تتيح للمستمعين فرصة التفاعل.

من خلال الجدول رقم (36)، الذي يوضح أن أغلبية الباحثين وافقوا بشدة أن الإذاعة تسمح لهم بالمشاركة والتفاعل معهم بلغت نسبتهم 54,3%، أما نسبة 40% من الباحثين الموافقين على أن الإذاعة تفتح لهم المجال في المشاركة في البرامج التي تبثها، وفي الأخير نسبة الغير الموافقين قدرت نسبتهم ب 5,7%.

ومنه نستنتج أن الإذاعة أتاحت الفرصة لكل مستمعيها بالتفاعل والمشاركة في مختلف البرامج التي تبثها وخاصة البرامج الدينية التي تعالج مختلف التساؤلات الدينية والدينية.

**الجدول رقم (37):** توزيع أفراد العينة من خلال متابعة برامج التنمية المعرفية تتيح لهم فرصة المساهمة في التوعية



النسبة	التكرار	الاحتمالات
61,9%	65	أوافق بشدة
34,3%	36	أوافق
3,8%	4	غير موافق
100%	105	المجموع

**الشكل رقم (28):** يوضح توزيع أفراد العينة من خلال متابعة

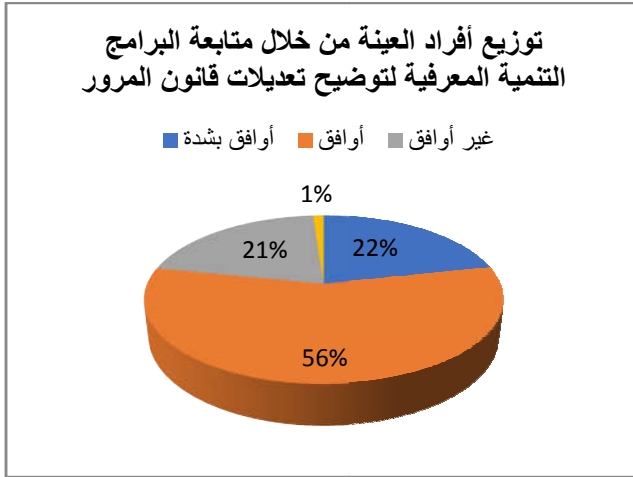
برامج التنمية المعرفية تتيح لهم فرصة المساهمة في التوعية.

من خلال الجدول رقم (37)، نلاحظ أن أعلى نسبة من الباحثين موافقين بشدة على أن إذاعة تيارت المحلية تساهم في التوعية الصحية بنسبة 61,9%، وتليها نسبة الذين وافقوا على أن الإذاعة تقدم نصائح وإرشادات لتفادي الأمراض والأوبئة مع تقديم خدمات الهاتفية بنسبة 34,3%، وتليها النسبة الأضعف الغير موافقين بنسبة بلغت 3,8%.

ومنه نستنتج أن معظم أفراد العينة وافقوا بشدة على أن إذاعة تيارت المحلية ساهمت في التوعية الصحية من

خلال برامجها التوعوية والتحسيسية ونذكر على سبيل المثال الأزمة الصحية التي عانت منها الجزائر في فترة كورونا، حيث نجد أن جمهور سائقي سيارة الأجرة الحضري بمدينة تيارت اعتمدوا على الإذاعة لمعرفة كل ما يتعلق بالأوضاع الصحية آنذاك. ولذا في نظرهم ساهمت الإذاعة بشدة التوعية الصحية .

الجدول رقم (38): توزيع أفراد العينة من خلال متابعة البرامج التنمِية المعرفِية لتوضيح تعديلات قانون المرور



النسبة	التكرار	الاحتمالات
21,9%	23	أوافق بشدة
57,1%	60	أوافق
21%	22	غير أوافق
100%	105	المجموع

الشكل رقم (29): يوضح توزيع أفراد العينة من خلال متابعة البرامج التنمِية

المعرفِية لتوضيح تعديلات قانون المرور.

من خلال الجدول رقم (38)، نلاحظ أن أعلى نسبة من المبحوثين موافقين على أن إذاعة تيارت المحلية تساهم في التوعية المرورية بنسبة 57,1% للتقليل من حوادث المرور، وتليها نسبة الذين وافقوا بشدة على أن الإذاعة تقدم نصائح وإرشادات مرورية للسائقين بنسبة 21,9% لتفادي العقوبات المرورية، وتليها النسبة الأضعف الغير موافقين بنسبة بلغت 21%.

جدول رقم(39): يبين العلاقة بين المستوى التعليمي ومتابعة البرامج الثقافية والمعرفية والتنمية أصبحت

المجموع	من خلال متابعتك لبرامج التنمية المعرفية والثقافية لإذاعة تيارات أصبحت :			المستوى التعليمي
	غير موافق	أوافق	أوافق بشدة	
17	1	5	11	دون مستوى
%100	%5.9	%29.4	%64.7	
9	5	1	3	ابتدائي
%100	%55.6	%11.1	%33.3	
42	2	17	23	متوسط
%100	%4.8	%40.5	%54.8	
32	4	10	18	ثانوي
%100	%12.5	%31.3	%56.3	
5	1	2	2	جامعي
%100	%20.0	%40.0	%40.0	
105	13	35	57	المجموع
%100	%12.4	%33.3	%54.3	

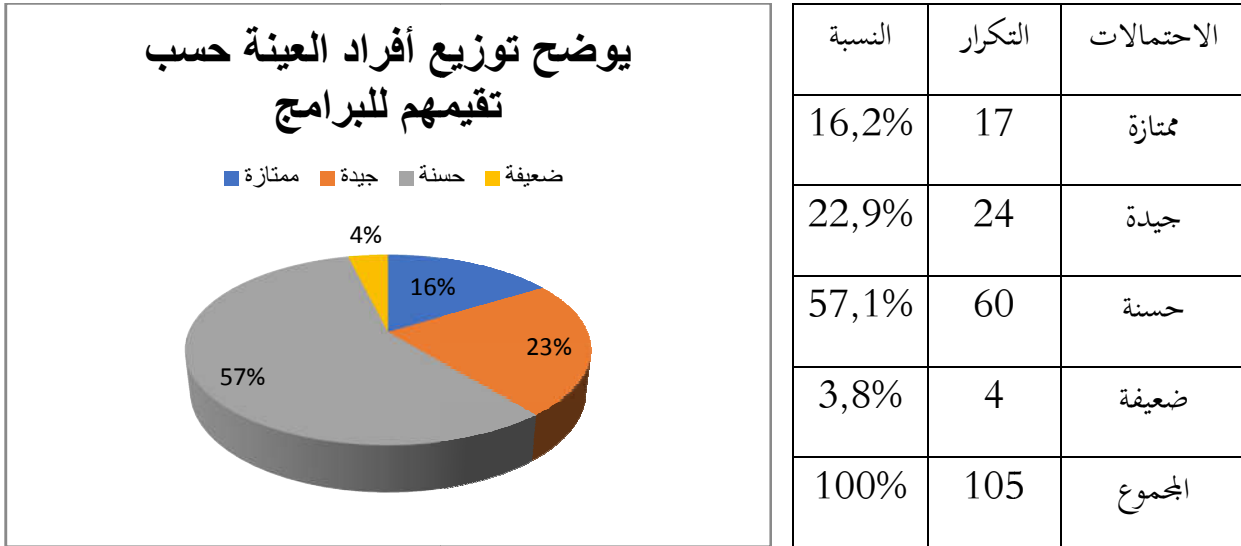
من خلال النسب المشار إليها في الجدول أعلاه المتضمن شرح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي ومتابعة البرامج الثقافية والمعرفية للإذاعة تيارات المحلية جاءت النسب على الشكل التالي: بالنسبة للأفراد الموافقين بشدة بلغت أعلى نسبة 64,7% لأصحاب دون المستوى، ثم إليها نسبة 56,3% لذوي المستوى الثانوي، ثم إليها نسبة 54,8% لذوي المستوى المتوسط، بينما الأفراد الموافقين على متابعة البرامج التنمية المعرفية والثقافية للإذاعة تيارات المحلية سجلت أعلى نسبة 40,5% لذوي المستوى التعليمي المتوسط، ثم تليها نسبة 40% لأصحاب المستوى الجامعي، أما بالنسبة للمبحوثين الغير موافقين على متابعة البرامج كانت أعلى نسبة 55,6% للمستوى التعليمي الابتدائي.

ومنه يمكن القول أن هذا الاختلاف يرتبط ببعض المتغيرات لعل منها(جنس المبحوث، مكان الإقامة)، كما يرتبط بنوع البرامج التي تعرضها الإذاعة المحلية، فنجد أن كل فئة العمرية تختار ما يناسبها من برامج ومواضيع تطرحها الإذاعة على المستمعين.



يمكن القول أن أغلبية المبحوثين الذين يتابعون برامج التنمية المعرفية والثقافية لإذاعة تيارت المحلية موافقين بشدة على أن البرامج إذاعة تيارت المحلية أصبحت تنميهم وتثقيفهم من كل الجوانب الاجتماعية، ثقافية، سياسية وذلك من أجل معرفة التعديلات القانونية، أو معرفة الأوضاع الصحية خاصة في فترة كوفيد19 ومعرفة العقوبات والإعفاءات وأيضا التعرف على الأوضاع السياسية أو تكوين رصيد ثقافي ديني أو معرفة الأحكام الدينية. حيث تعمل الإذاعة المحلية في التأثير على إدراك المستمعين من خلال بعض المواد الإعلامية التي تقدمها عن طريق برامجها المتعددة حتى يكون جمهورها عنصرا فعالا وحيويا وذلك من خلال تفاعله مع تلك البرامج، كلما زاد إقبال الجماهير على برامج إذاعة تيارت كلما كانت قادرة على تلبية رغباتهم بشكل كبير .

الجدول رقم (40): توزيع أفراد العينة حسب تقييمهم للبرامج



الشكل رقم (30): يوضح توزيع أفراد العينة حسب تقييمهم للبرامج

من خلال الجدول (40) نلاحظ أن نسبة 57,1% من المبحوثين يرون أن تقييم البرامج الإذاعية حسنة، تليها نسبة 22,9% من المبحوثين يرون أن تقييم البرامج الإذاعية جيدة، أما الذين يرونها ممتازة فبلغت نسبتهم 16,2%، في حين الذين يقيمون البرامج الإذاعية ضعيفة لم تتجاوز نسبتهم 3,8%.

السؤال رقم 21 : هل لديك أي اقتراحات أو إجراءات تجدها ضرورية لإثراء ؟

تحليل السؤال المفتوح : اقتراحات المبحوثين حول إثراء الموضوع

أكد أغلبية أفراد العينة أنه يجب على إذاعة تيارت المحلية أن تهتم بتنوع اللغات في برامجها، مع الإكثار من الحصص التي تنمي أفكار المواطنين في شتى المجالات، في حين يرى بعض المبحوثين أن إذاعة تيارت المحلية تمكنت من تقديم خدمات مادية ومعنوية بفضل برامجها المتعددة .

### 3. مناقشة الفرضيات :

#### 1.3 مناقشة الفرضيات مع النتائج العامة:

##### مناقشة الفرضية الأولى:

من خلال نتائج الدراسة المتحصل عليها في المحور الأول الخاص بهذه الفرضية وبعد تحليل المتغيرات أبعادها ومؤشراتها، توصلنا إلى أن الفرضية تحققت.

إذ وجدنا أن مع أفراد العينة يستمعون لإذاعة تيارت المحلية بصفة دائمة قدرت ب 53,3% وهذا ما يوضحه الجدول رقم (6)، في حين يفضلون الاستماع إلى إذاعة تيارت المحلية في الفترة الصباحية الموضحة في الجدول رقم (8) بنسبة 68,6%، حيث يستغرق معظم أفراد العينة أثناء إسماعهم إلى الإذاعة من ساعة إلى 3 ساعات الموضحة في الجدول رقم (9) بنسبة 47.6 %، حيث نرى أن أغلبية المبحوثين يفضلون الاستماع إلى الإذاعة لوحدهم بنسبة 41,9 % المبينة في الجدول رقم (11). باعتمادهم على راديو السيارة كوسيلة إعلامية في الاستماع إلى برامج إذاعة تيارت المحلية بنسبة 93,3% هذا ما يوضحه الجدول (12).

وعليه بناء على النتائج المتحصل عليها في المحور الأول المتمثل في عادات متابعة برامج إذاعة تيارت المحلية في اعتمادهم على الإذاعة في انتقائهم للبرامج التي تنمي معارفهم وأفكارهم من خلال برامج المسابقات، وهذا ما تطابق مع الدراسة السابقة للباحثة "حفيظة سنوسي" بعنوان الإذاعة المحلية والعادات الاستماعية للمجتمع المحلي في الجزائر كون الإذاعة واكبت الانتشار الواسع للتلفزيون والانترنت، إلا أن هذا لم يمنع من العودة إلى الإذاعة واختيارها من طرف المبحوثين كوسيلة للتعبير وتكوين آراء واتجاهات للمجتمع نظرا لما تتميز به من خصائص سبق وأن تناولناه في إطار النظري الخاص بدراستنا.

وعليه يمكن القول أن الفرضية القائلة: عادات وأنماط استخدام إذاعة تيارت المحلية تختلف من سائق إلى آخر بما يتناسب مع ظروفهم وأذواقهم من حيث نوعية البرامج التي يتابعها أنها محققة

##### مناقشة الفرضية الثانية:

من خلال نتائج الدراسة المتحصل عليها في المحور الثاني الخاص بهذه الفرضية وبعد تحليل المتغيرات أبعادها ومؤشراتها توصلنا إلى أن الفرضية لم تتحقق.

إذ وجدنا أن هناك نسبة 51.4% من الأفراد أحيانا ما يتابعون البرامج الإذاعية التي تبثها إذاعة تيارت المحلية كما هو مبين في الجدول رقم (14)، في حين نرى أن معظم أفراد العينة يتابعون البرامج الاجتماعية بنسبة 21% كما هو موضح في الجدول رقم (16)، حيث نجد أن معظم المبحوثين أحيانا ما يتفاعلون مع البرامج التي تبثها إذاعة تيارت المحلية بلغت 47.6% كما هو مبين في الجدول رقم (18)، كما يمكن الهدف من الإستماع

للمضامين الإذاعية بهدف التثقيف بنسبة 37.1% هذا ما يتضح من خلال الجدول رقم (19)، في حين نرى أن النشرات الإخبارية هب البرامج المفضلة التي يتابعها غالبية الباحثين بنسبة 40% وهذا ما يبينه الجدول رقم (21) بالمقابل نجد أن سائقي سيارات الأجرة أحيانا ما تستهويهم البرامج التي تبثها إذاعة تيارت المحلية وينتضرون وقت بثها 42.9% وهذا ما يبينه الجدول رقم (22)، كما نجد إهتمام الخوئين بالبرامج الإذاعية هو الموضوع التي تناوله الحصة التي تبث عبر أثر الإذاعة بنسبة 54.3% وهذا ما يوضحه الجدول رقم (23).

وعليه بناء على النتائج المتحصل عليها في المحور الثاني التي بينت أن الفرضية الثانية من المحور الثاني لم تتحقق وذلك راجع إلى أن الفرضية تحتاج إلى متغير آخر لإثبات صحتها لأن الدراسة لم تنتهي بعد لدراسة إهتمامات الجمهور يلزمنا وقت كافي لدراسة هذا المحور.

وعليه يمكن القول أن الفرضية القائلة: إن السائقين يهتمون بالبرامج التي تبثها إذاعة تيارت، كون الإذاعة سهلة الإستخدام بالنسبة لهم، ولأن برامجها متنوعة تلبي أذواقهم، ولهذا الفرضية لم تتحقق نسبيا.

### مناقشة الفرضية الثالثة:

من خلال نتائج الدراسة المتحصل عليها في المحور الثالث بهذه الفرضية وبعد تحليل المتغيرات أبعادها ومؤشراتنا توصلنا إلى أن الفرضية لثالثة تحققت.

إذ وجدنا أن هناك نسبة 57,1% من العين دائما ما يرون أن إذاعة تيارت المحلية ترقى إلى مستوى تطلعاتهم في مجال التنمية المعرفية هذا ما يوضحه الجدول رقم (26)، في حين نرى عند عرض البرامج في إذاعة تيارت المحلية يستمع الباحثين إلى الموضوع كاملا بنسبة 51,4% كما هو مبين في الجدول (27)، كما تساهم البرامج التنموية التي تركز عليها إذاعة تيارت المحلية خاصة في إطلاعهم على أهم المستجدات التي تدور من حولهم بنسبة 73,3% كما يوضحه الجدول رقم (28)، في حين أنها ساهمت في زيادة الرصيد الفكري والمعرفي لدى الفرد من خلال استماعهم إلى البرامج الاجتماعية والثقافية بصفة كبيرة بنسبة 53,3% كما يوضحه الجدول رقم (30)

ومن جهة أخرى نرى أن هذه الوسيلة تؤثر في بعض الأحيان على جمهور السائقين من خلال استمالة عواطفهم عن طريق التنوع البراجمي بنسبة 56,2% كما هو مبين في الجدول رقم (31)، كما نرى أن أغلب عينة الدراسة قيموا البرامج التي تبثها إذاعة تيارت المحلية على أنها حسنة بنسبة 57,1% وهذا ما يتضح في الجدول (39)

وعليه بناء على النتائج المتحصل عليها في المحور الثالث التي بينت أن جل سائقي سيارات الأجرة الحضري يعتمدون على إذاعة تيارت المحلية باعتبارها أنها تزودهم بالمعلومات والحقائق وأهم المستجدات التي تحدث في العالم من خلال الحصص والبرامج التي تساهم بشكل كبير في تثقيفهم

وعليه يمكن القول أن الفرضية القائلة: يعتمد سائقي سيارات الأجرة الحضري على إذاعة تيارت المحلية من أجل إنماء معارفهم وإثراء رصيدهم المعرفي والثقافي في مختلف المجالات واستخلاص المعلومات التي تهتم أفراد المجتمع أنها محققة

### 2.3 مناقشة الفرضيات مع الخلفية النظرية

من خلال الدراسة التي قمنا بها توصلنا إلى أن الإذاعة المحلية تلعب دورا كبيرا في الإنماء المعرفي لدى الأفراد المستمعين من سائقي سيارات الأجرة، وذلك من خلال المعلومات والأفكار التي تقدمها مختلف برامجها الإذاعية والتي تهدف بالدرجة الأولى إلى تحقيق التنمية المعرفية، حيث تقوم بتقديم تصور كاف عن مفهوم التنمية المعرفية لدى جمهور سائقي سيارة الأجرة وبذلك تكون شاملة لجميع أشكال التنمية الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية وغيرها، وهذا ما يتوافق مع النظرية التي اعتمدنا عليها في دراستنا حيث تركز هذه النظرية على مجموعة من المبادئ التي تعتمد عليها وسائل الإعلام من خلال اعتماد الأفراد على الإذاعة كوسيلة إعلامية في تحقيق أهدافهم المعرفية والوجدانية عن طريق الرسائل الإعلامية التي تبثها الإذاعة عن برامج متعددة، حيث يختلف سائقي سيارة الأجرة في اعتمادهم على برامج الإذاعة كل حسب اهتمامه ورغبته لاستقاء تلك المعلومات.

سعت إذاعة تيارت المحلية من خلال برامجها التي تبثها إلى تحقيق التنمية المعرفية لدى سائقي سيارة الأجرة (الحضري) بمدينة تيارت، من خلال نتائج الدراسة نستنتج أن مساهمة إذاعة تيارت المحلية في التنمية المعرفية لدى الأفراد المستمعين فعالة وقادرة على تلبية رغباتهم وهذا ما أكدته نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وذلك من خلال تسهيل وصول المعلومات والمعارف بالاعتماد على إذاعة تيارت المحلية.

نستخلص في الأخير أن نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات قد تحققت كما أن إسقاط النتائج على الخلفية النظرية للدراسة قد تحققت لما تهدف إليه النظرية بخصوص كيفية اعتماد الجمهور على الوسيلة الإعلامية التي تلائمهم

وعليه يمكن القول أن الفرضية القائلة: يعتمد سائقي سيارات الأجرة الحضري على إذاعة تيارت المحلية من أجل إنماء معارفهم وإثراء رصيدهم المعرفي والثقافي في مختلف المجالات واستخلاص المعلومات التي تهتم أفراد المجتمع أنها محققة

### 3.3 مناقشة الفرضيات مع الدراسات السابقة

من خلال الدراسة النظرية والميدانية التي قمنا بها ومقارنة بالدراسات السابقة توصلنا إلى نتيجة مفادها أن الإذاعة المحلية ساهمت بشكل كبير في تثقيف مستمعيها من سائقي سيارات الأجرة الحضري في مدينة تيارت، وذلك من خلال الحصص التي تبثها من برامج مسابقات وحوارات والبرامج الثقافية والإخبارية والاجتماعية والاقتصادية وغيرها، التي تنمي معارفهم وتكون لهم تصورا كافيا في اكتساب المعارف وأفكار وذلك من خلال برامجها المتعددة والتي تعد ضرورية لها.

فبالنظر إلى ما سبق من الدراسات كان التركيز على الإذاعات المحلية الناطقة باللغة الرسمية (العربية) فقط لقرنها من الواقع الاجتماعي والحياتي للمجتمع عكس ما نلاحظ حاليا، فأصبح التعدد في اللغات الطارئ على البرامج والحصص المذاعة من طرف إذاعة تيارت يجذب انتباه المستمعين وذلك راجع للتطور الفكري والثقافي والتعليمي لمختلف الفئات العمرية التي أصبحت تتأقلم مع التغيرات في وسائل الإعلام والاتصال ( مواقع التواصل الاجتماعي)

ونسجل كذلك أن كل الدراسات تعتمد على نفس الوسيلة الإعلامية ( الإذاعة) وهي دائما في حالة تطور دائم لكسب المزيد من المستمعين.

وعليه يمكن القول أن الفرضية القائلة: عادات وأنماط استخدام إذاعة تيارت المحلية تختلف من سائق إلى آخر بما يتناسب مع ظروفهم وأذواقهم من حيث نوعية البرامج التي يتابعها. وبالتالي الفرضية تحققت.

#### 4. النتائج العامة للدراسة :

- من خلال الدراسة الميدانية بينت لنا أن إذاعة تيارت المحلية تستقطب جمهور سائقي سيارة الأجرة (الحضري)، حيث وجدنا أن أغلبية المستمعين للإذاعة يتراوح سنهم ما بين 40-49 سنة بلغت نسبتهم 33,3 بتعداد 35 مفردة.
- أما فيما يخص متغير المستوى التعليمي فنجد أن نسبة السائقين ذوي المستوى المتوسط أكثر استماع للإذاعة عن باقي المستويات الأخرى قدرت بـ 40 بتعداد 42 مفردة.
- أما فيما يتعلق بمتغير الخبرة فنجد أن معظم المبحوثين تتراوح خبرتهم ما بين 11-19 سنة بنسبة 34,3 بتعداد 36 مفردة.
- أما فيما يخص متغير السكن فنجد أن جل أفراد العينة يقطنون في المناطق الحضرية حيث قدرت نسبتهم بـ 91,4 بتعداد 96 مفردة.
- نستنتج أن أغلبية أفراد العينة يستمعون إلى إذاعة تيارت المحلية دائما وذلك بنسبة تقدر بـ 53,3 بتعداد 56 مفردة
- نرى أن أغلبية أفراد العينة أنهم يفضلون الفترة الزمنية المناسبة أثناء استماعهم لإذاعة تيارت المحلية هي الفترة الصباحية وذلك بنسبة 68,6 بتعداد 72 مفردة
- اتضح لنا أن أغلبية أفراد العينة أن المدة التي يقضونها في الاستماع لإذاعة تيارت المحلية هي المدة التي تتراوح ما بين ساعة إلى 3 ساعات بنسبة بلغت 47,6 بتعداد 50 مفردة
- نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يستمعون إلى إذاعة تيارت المحلية وحدهم، وذلك بنسبة تقدر بـ 41,9 بتعداد 44 مفردة.
- نستنتج أن أغلبية المبحوثين يعتمدون على راديو السيارة في استماعهم للإذاعة المحلية بتيارت، وذلك بنسبة تقدر بـ 93,3 بتعداد 98 مفردة
- نرى أن أغلبية أفراد العينة أحيانا ما يتابعون البرامج الإذاعية في إذاعة تيارت المحلية، وذلك بنسبة تقدر بـ 51,4 بتعداد 54 مفردة
- نلاحظ مما سبق ذكره أن اغلب أفراد العينة يستمعون إلى البرامج الاجتماعية، وذلك بنسبة بلغت 21 بتعداد 22 مفردة
- استنتجنا من خلال الجدول سابق أن معظم أفراد العينة أحيانا ما يتفاعلون مع البرامج الإذاعية التي تبث عبر إذاعة تيارت، وقد بلغت نسبتهم 47,6 بتعداد 50 مفردة

- نستنتج أن أغلبية أفراد العينة يستمعون إلى البرامج التي تبثها إذاعة تيارت المحلية التي تهدف إلى زيادة الثقافة، بلغت نسبتهم ب37,1 بتعداد 39 مفردة
- نرى أن غالبية أفراد العينة الذين يفضلون الاستماع إلى النشرات الإخبارية، قدرت نسبتهم 40 بتعداد 42 مفردة
- نلاحظ أن غالبية أفراد العينة المبحوثة أحيانا ما تستهويهم البرامج الإذاعية يترقبون وقت بثها، بنسبة بلغت 42,9 بتعداد 45 مفردة
- لاحظنا أن أغلب أفراد العينة الذين يثير اهتمامهم في البرامج التي تقدمها الإذاعة هي المواضيع التي تناوّلها، فقد بلغت نسبتهم 54,3 بتعداد 57 مفردة
- لقد اتضح لنا أن معظم أفراد عينة الدراسة الذين يناقشون المواضيع التي تناوّلها إذاعة تيارت المحلية وذلك بنسبة 72,4 بتعداد 76
- نستنتج أن أغلبية أفراد العينة الذين يناقشون مضامين التي تبثها الإذاعة مع الركاب، وذلك بنسبة 59 بتعداد 62 مفردة
- نستنتج أن أغلبية أفراد العينة دائما ما يرتقون بمستواهم الفكري فيما يخص التنمية المعرفية بإذاعة تيارت المحلية بنسبة تقدر 57,1 بتعداد 60 مفردة
- نرى أن معظم أفراد العينة الذين يتابعون برامج التنمية المعرفية في إذاعة تيارت المحلية، وذلك بنسبة تقدر 51,4 بتعداد 54 مفردة
- نرى أن أغلبية أفراد العينة المتابعين للبرامج التي تطلعهم على كامل الأحداث والمستجدات التي تحدث من حولهم، بلغت نسبتهم 73,3 بتعداد 77 مفردة
- نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة يرون أن البرامج الثقافية والإجتماعية ساهمت في زيادة رصيدهم الفكري بصفة كبيرة، وذلك بنسبة بلغت 53,3 بتعداد 56 مفردة
- نستنتج أن أغلب أفراد العينة أحيانا ما يتأثرون بالبرامج الإذاعية، وذلك بنسبة 56,2 بتعداد 59 مفردة
- نستنتج أن أغلبية أفراد العينة يستعطون الحديث في مختلف المواضيع مع أفراد العائلة والزملاء، بنسبة 54,3 بتعداد 57 مفردة
- نلاحظ أن معظم المبحوثين يرون أن الإذاعة تلم بالتطورات التي تحدث في العالم ومواكبتها مما زاد من معرفتهم ومعلوماتهم، حيث قدرت نسبتهم 51,4 بتعداد 54 مفردة
- نلاحظ أن معظم السائقين يرون أن الإذاعة المحلية تطلعهم على أهم المستجدات في مختلف المواضيع التي تقدمها، وبلغت نسبتهم 43,8 بتعداد 46 مفردة

- نستنتج أن جل المبحوثين يرون أن الإذاعة المحلية بتيارات فتحت لهم فرصة للتفاعل والمشاركة مع برامجها الدينية وغيرها من البرامج الأخرى، وذلك بنسبة 54,3 بتعداد 57 مفردة
- اتضح لنا أن غالبية أفراد العينة أن الذين وافقوا بشكل كبير على أن إذاعة تيارت المحلية ساهمت في التوعية والإرشاد فيما يتعلق بالتوعية الصحية بنسبة بلغت 61,9 بتعداد 65 مفردة
- نلاحظ أن معظم المبحوثين الذين وافقوا على أن الإذاعة توجه وتحيط جمهور سائقي سيارة الأجرة بمدينة تيارت بكل ما يتعلق بالتعديلات المرورية بنسبة بلغت 57,1 بتعداد 60 مفردة.
- نستنتج أن أغلبية أفراد العينة الذين قيموا برامج إذاعة تيارت المحلية إلى أنها حسنة، وذلك 57,1 بتعداد 60 مفردة



### خلاصة الفصل:

إن مرحلة مناقشة النتائج المتحصل عليها من أهم المراحل التي يجب على أي باحث القيام بها وذلك من أجل الوصول إلى النتائج العامة للدراسة، حيث قمنا في هذا الفصل بتفسير نتائج الدراسة في ضوء خلفية النظرية والفرضيات ومن ثم إستخلاص النتائج العامة للدراسة.

خاتمة

يمكن القول في الأخير أنه لا يمكن لأحد أن ينكر أن الإذاعة من أقوى الوسائل الإعلامية التي يمكن أن تؤثر على مختلف شرائح المجتمع، حيث تعد من أهم الوسائل التي تسعى جاهدة لنشر المعلومات حول القضايا التي تقدمها من خلال التنوع البراجمي لزيادة مكتسباتهم ومعارفهم، كما تعد من الوسائل التي تؤثر في مختلف جماهيرها تساهم في بناء الأفراد المستمعين فكريا وتشجيعهم على متابعة برامجها إلى جانب تلبية رغباتهم المعرفية والثقافية والعلمية، حيث أنها تعد الوسيلة الأكثر انتشارا على المدى البعيد كما أنها ساهمت من خلال برامج التي تقدمها على ضمان استمراريتها كونها تعتبر من المؤسسات التي تنمي كافة أفرادها وتمكينهم من المشاركة والتفاعل وحتى أنها زادتهم فكرا وعلما من خلال برامجها الثرية بالمعلومات التي تنمي معارفهم وإعلام جماهيرها بالدور الذي تلعبه الإذاعة المحلية في تزويد المستمعين بالمعلومات وتعريفهم بالمواضيع والأنشطة الموجودة في ولاية تيارت، كما أنها تعمل على تبسيط مضامينها واستخدام ألفاظ ومعاني سهلة وبسيطة حتى لا يجد المتلقي صعوبة في فهم ما يقدم له، حيث يكمن هدف الإذاعة من خلال برامجها التي تبثها عبر أثيرها شعور الجمهور بالفائدة عند استماعهم لهذه البرامج التي تختلف عن بعضها البعض.

وقد ارتأينا أن نختتم دراستنا هذه بجملة من الاقتراحات والتوصيات التي من شأنها أن تزيد الوعي المعرفي من خلال جمهور المستمعين من سائقي سيارات الأجرة الحضري بمدينة تيارت كالتالي:

1. زيادة الإذاعة حرصها واهتمامها بالموضوعات التي تنميهم في مختلف المجالات التي تهمهم.
2. حرصها على تلبية كل رغبات وانشغالات جمهورها المستمع من سائقي سيارات الأجرة.
3. دعوة الإذاعة كل مستمعيها لزيادة وعيهم المعرفي والفكري من خلال برامج المسابقات وفتح المجال لهم بالمشاركة معها.
4. اهتمام بأهم مختلف القضايا التي يستهويها المستمع حتى يكون على علم بكل ما يحدث في مدينته، كما تمنح له فرصة في طرح آرائه لزيادة مكتسباتهم ومعارفهم.

# قائمة المصادر والمراجع

الكتب

1. إحسان رمضان السامرائي، الفضائيات الإخبارية دورها في توجيه الرأي العام سياسيا، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2017.
2. أحمد محمد عثمان آدم، دور ادارة المعرفة و الأصول الفكرية في تحقيق المنفعة الاقتصادية للمكتبات الجامعية، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة، 2018.
3. إخلاص حمدان، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني المتخصص، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، ط1، 2020.
4. اعتماد محمد علام، علم الاجتماع الصناعي: التطور والمجالات، مكتبة أنجلو مصريه، القاهرة، د ط، 2005.
5. إيمان عبد الرحمن احمد محمود، دور الإذاعة في نشر التوعية الأمنية ،جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، ط1، 2010.
6. باري جونتر، روجر ديكنسون، تر داود سليمان القرنة، وسائل الإعلام في العالم العربي، العبيكان للنشر، الرياض، ط1، 2018.
7. بسمة خليفة، إضاءات على مادة تقنيات التعبير، دار النهضة العربية للنشر، بيروت، ط1، 2014.
8. بول لونغ، تيم ويل، تر: هدى عمر عبد الحليم، نرمين عادل عبد الرحمن، الدراسات الإعلامية للأعلام وأثره على الجمهور، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة، د ط، 2017.
9. جمال العيفة، مؤسسات الإعلام والاتصال الوظائف-الهيكل -الأدوار، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.
10. جيزنو احمد جالو، دور الراديو في نشر الدعوة الاسلامية، دار الجنان للنشر، د.س، د.ب.
11. حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار، الإذاعة في القرن الحادي و العشرين، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 2008.
12. حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 1998.
13. حيدر شلال متعب الكريطي، وسائل الإعلام وبناء المجتمع الديمقراطي، دار أمجد للنشر، عمان د ط، 2017.

14. خالد الجابر، الإعلام في قطر-ارهاصات النشأة وتحديات التطور-، دار كتارا للنشر، الدوحة، 2021.
15. خليل صابات، جمال عبد العظيم، وسائل الإتصال نشأتها وتطورها، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، د ط، 2001.
16. رستم أبو رستم، الدعاية والإعلان، دار المعزز للنشر، عمان، د.ط، 2012.
17. رسمي عبد الملك رستم، عيد أبو المعاطي الدسوقي، مجدي عبد النبي هلال، وآخرون، مداخل تربوية لوقاية الطلاب من خطر الإدمان، المكتب الجامعي الحديث، مصر، ج4، 2012.
18. زينب محمد حامد حسن، فتاوى الفضائيات.. تأثيرها على الجمهور، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2018.
19. سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث الإعلامي، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية المتحدة، ط1، 2020.
20. سمير جاد، البرامج الثقافية والإعلام الإذاعي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1997.
21. سهيلي نوال، البرامج الثقافية الاذاعية من حيث الشكل والمضمون، اليازوري للنشر والتوزيع، د.ب، 2018.
22. صاحب عبد مرزوك الجنابي، علم النفس المعرفي، دار اليازوري العلمية للنشر، د ط، د ب، 2019.
23. صالح محمد حميد، دور الإذاعات المحلية في ترسيخ مفهوم الوحدة الوطنية، دار غيداء للنشر، عمان، د ط، 2012.
24. صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد، مؤسسة طيبة للنشر، القاهرة، ط1، 2011.
25. طارق عبد الرؤوف، إيهاب عيسى المصري، المقاييس والاختبارات: التصميم\_ الإعداد\_ التنظيم، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة، ط1، 2017.
26. عامر ابراهيم القندلجي، الإعلام والمعلومات والانترنت، دار اليازوري، عمان.
27. عبد الباسط محمد الحطامي، مقدمة في الإذاعة والتلفزيون، دار أسامة للنشر، عمان، ط1، 2014.
28. عبد السلام شكري، الإعلام التوعوي: المفاهيم والمجالات، مركز الكتاب الأكاديمي للنشر، عمان، د ط، 2019.

29. عبد اللطيف مصطفى، عبد الرحمن سانية، دراسات في التنمية الاقتصادية، مكتبة حسن العصرية، بيروت، ط4، 2014.
30. علاء نجاح نوري، المعرفة السياسية في الإذاعات الدولية الموجهة، دار غيداء للنشر، الأردن، المجلد1، ط1، 2020.
31. علي عبد الفتاح، إدارة الإعلام، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
32. علي فلاح الزعبي، الإعلان الفعال، دار اليازوري العلمية، د ب، 2019.
33. علي فلاح الزعبي، فتحي عبد الله الشرع، إدارة الإعلان: المفاهيم استراتيجيات المعاصرة، دار اليازوري للنشر، عمان، المجلد3، ط1، 2019.
34. عوض ابراهيم عوض، لغة الإذاعة، دار الجامعة الخرطوم للنشر، د.ب، ط1، 2001.
35. عيسى محمود الحسن، الإعلام والتنمية، دار زهران للنشر، عمان، ط1، 2010.
36. غادة عبد التواب، الإعلام التقليدي والإعلام البديل (النشأة والتطور)، مؤسسة حورس الدولية للنشر، الإسكندرية، ط1، 2020.
37. فضيل دليو، تاريخ وسائل الإعلام و الاتصال، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، ط4، 2013.
38. كنعان علي عبد الفتاح، نظريات الاتصال والإعلام الحديث، دار الأيام للنشر، عمان، 2013.
39. مجد الهاشمي، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، دار أسامة للنشر، عمان، ط1، 2004.
40. محمد الامين أحمد عبد مرزوك الجنابي، مواقع التواصل الاجتماعي والحراك الشعبي، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ط1، 2020.
41. محمد زنون يونس الفتحي، تراثنا الإصلاحي: أسس وعلاقاته وإشكالياته بحوث في المصطلح اللغوي، كتاب العلمية، لبنان، د ط، 1971.
42. محمد سرحان المحمودي، مناهج البحث العلمي، دار الكتب للنشر، الجمهورية اليمنية صنعاء، ط3، 2019.
43. محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، دار الكتب لنشر، الجمهورية اليمنية صنعاء، ط3، 2019.
44. محمد فريد عزت، الاتصال ووسائله الجماهيرية التقليدية والتكنولوجية، دار النشر للجامعات، القاهرة، ط6، 2018.

45. محمود عبد السلام علي، الحملات الإعلامية، دار المعتز للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2017.
46. مصطفى حميد كاظم الطائي، فنون الإذاعية والتلفزيونية وفلسفة الاقناع، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2007.
47. مصطفى سحاري، السيادة الوطنية في ظل التدفق الإعلامي الدولي، المنهل للنشر، الجزائر، ط1، 2017.
48. مصطفى طلاع خليل، التنظيم القانوني لحرية الإعلام المرئي والمسموع، المركز العربي للنشر، القاهرة، ط1، 2019.
49. مهند سليمان النعيمي، هنا البحرين.. عندما تكلم الحديد تاريخ الإذاعة البحرين 1940-2021، البحرين، ط1، 2021.
50. وسام فاضل راضي، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني الدولي، المنهل للنشر، د.ب، 2013.
51. وفاء عبد القادر، إعلام الطفل العربي، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، ط1، 2019.
52. وليد حدادي، الإعلام وقضايا المرأة، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، ط1، 2020.
53. يحيى عاطف، التنظيم الإداري للقنوات الفضائية، ط1، أطلس للنشر، الجيزة، 2013.

#### المجالات

54. خليف رزقي، شيقارة هجيرة، منهجية تحديد نوع وحجم العينة في البحوث العلمية، مجلة معارف، البويرة، العدد23، 2017.
55. حوله ركوك، رقيه لفلوق، دور الإذاعة المحلية في تعزيز وعي المرأة الريفية بقضايا الأمن الغذائي، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، جامعة سطيف 2، المجلد 3، العدد 1، جوان 2020.
56. زهيدة عزيري، الإذاعة المسموعة وتأثيرها في الاتجاهات الفكرية والسلوكية لدى المواطن الجزائري، مجله الحكمة للدراسات الاجتماعية، جامعة البليدة 2، المجلد(2)، العدد(3)، 2014.
57. علي عون، عايشه علة، نظرية بياجيه للتنمية المعرفية: الآليات التنموية والتداعيات التعليمية، مجلة دراسات في علوم الإنسان والمجتمع، جامعة جيجل، المجلد2، العدد3، 2019.

#### المذكرات

58. بداني فؤاد، سوسيولوجية القيم الإخبارية بالإذاعة الجزائرية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم علم اجتماع الاتصال، جامعة وهران2، 2015\_2016.



59. بن عزة فاطمة الزهراء، الإذاعة المحلية و دورها في تحديد توجهات الرأي العام، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علم اجتماع اتصال، جامعة أبي بكر بلقايد، 2016\_2017.
60. بن كشيدة أمال، تأثير برامج التنمية الاجتماعية والثقافية لإذاعة البهجة على المستمع العاصمي، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2011-2012.
61. تسعديت قدوار، أثر تكنولوجيات الإتصال على الإذاعة وجمهورها، رسالة ماجستير في قياس جمهور وسائل الإعلام، جامعة الجزائر3، 2010-2011.
62. ثامر عزيز الديجاني، برامج الشباب في اذاعي الكويت ومارينا من وجهة نظر الشباب، رسالة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2012.
63. حاج عبو شرفاوي، علاقة البنية المعرفية الافتراضية بالبنية المعرفية الملاحظة، رسالة دكتوراه في علم النفس العام، جامعة وهران، 2011-2012.
64. حفيفة محلب، الاذاعة المحلية والهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري في ظل العولمة، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2016-2017.
65. خلاف بوخيلة، جمهور الطلبة الجزائريين ووسائل الإعلام المكتوبة، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري، 2006/2007.
66. شعباني مالك، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي صحي لدى الطالب الجامعي، رسالة دكتوراه في علوم علم اجتماع التنمية، جامعة منتوري قسنطينة، 2006.
67. طاهري لخضر، واقع الإذاعة المحلية ومعالجتها المشكلات الاجتماعية، رسالة ماجستير في علم الاجتماع، جامعة محمد خيضر، 2011-2012.
68. طاهري لخضر، واقع الإذاعة المحلية ومعالجتها المشكلات الاجتماعية، رسالة ماجستير في علم الاجتماع، جامعة محمد خيضر، 2011/2012.
69. طيبي عمار، دور الإذاعات المحلية في نشر الثقافة الرياضية لدى الطلبة الجامعيين، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام والاتصال الرياضي، جامعة الجزائر3، 2010-2011.
70. قابوش فهيمة، معالجة الإذاعة المحلية للمشاكل الأسرية من وجهة نظر المستمعين، رسالة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة حاج لخضر باتنة1، 2018-2019.

71. كنزة عيشور، دور الاذاعة المحلية في نشر ثقافة المواطنة لدى المرأة الجزائرية العاملة، رسالة ماجستير في علم الاجتماع، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2011-2012.
72. هشام رزايقية، التنشئة الاجتماعية من خلال الإذاعة المحلية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2018\_2019.
73. يصرف الحاج، تأثير التلفزيون الجزائري على تحديد السلوك الانتخابي، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة وهران، 2006\_2007.
- المواقع الالكترونية
74. خالد بن سلطان بن عبد العزيز، مقاتل من الصحراء "التنمية المعرفية"، تاريخ النشر 1995،  
<http://Www.moqatel.com>
75. محمد شلوش، الإذاعة الجزائرية النشأة والمسار، على الموقع: <https://radioalgerie.dz>
76. مقابلة رسمية مع مدير مديرية النقل الحضري لولاية تيارت.

الملاحق



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



استمارة الاستبيان للدراسة الميدانية لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والنص.  
تخصص: اتصال وعلاقات عامة.  
بغنوان

الإذاعة المحلية ودورها في التنمية المعرفية لجمهورها بولاية تيارت  
دراسة ميدانية على عينة من سائقي سيارات الاجرة الحضري بمدينة تيارت

من إعداد الطلبة: تحت إشراف الاستاذة:

بريك فاطيمة

بن يعقوب هواري

ضربان فاطيمة

د. حاسي مليكة

الرجاء منكم التفضل بالإجابة عن الأسئلة بموضوعية، إذ نحيطكم علما أن هذه المعلومات،  
تستخدم إلا لأغراض علمية.

ملاحظة:

ضع علامة (x) في المكان المناسب.

ضع الأرقام 1. 2. 3 ..... أمام عبارة رتب حسب الأهمية.

2022\*\*2021

## الملاحق

### البيانات الشخصية

السن:

من 25-30 سنة  من 31-39 سنة  من 40-49 سنة  أكثر من 50 سنة

المستوى التعليمي:

بدون مستوى  ابتدائي  متوسطة  ثانوي  جامعي

سنوات الخبرة:

أقل من 5 سنوات  من 5\_10 سنوات  11\_19 سنوات  20-29 سنوات  أكثر من 30 سنة

السكن:

ريفي  حضري

### المحور الأول: عادات وأنماط استماع سائقي سيارات الأجرة لإذاعة تيارت المحلية

1- هل تستمع إلى إذاعة تيارت المحلية؟

دائما  أحيانا  نادرا

2- ماهي الفترة المفضلة لك في الاستماع للإذاعة؟

الفترة الصباحية  فترة الظهيرة  فترة المسائية  طوال فترة الإرسال

3- كم من الوقت تمضيه في الاستماع إلى إذاعة تيارت؟

أقل من ساعة  من ساعة إلى 3 ساعات  أكثر من 3 ساعات

4- مع من تستمع للإذاعة؟

لوحده  رفقة الركاب  حالتين معا

5- ماهي الوسيلة التي تعتمد عليها في استماعك للإذاعة؟

راديو السيارة  الهاتف النقال  اللوح الإلكتروني

### المحور الثاني: اهتمامات سائقي سيارات الأجرة بالبرامج إذاعة تيارت المحلية

6- هل تتابع البرامج الإذاعية في إذاعة تيارت بشكل:

دائما  أحيانا  نادرا

7- ما هي البرامج التي تستمع لها في إذاعة تيارت؟ رتب ذلك حسب الأهمية

الاجتماعية  الاقتصادية  رياضية  سياسية  
 ترفيهية  ثقافية  الدينية  متنوعة

8- هل تتفاعل مع هذه البرامج التي تبثها إذاعة تيارت؟

دائما  أحيانا  نادرا

إذا كنت تتفاعل كيف ذلك:

9- هل تستمع إلى البرامج التي تبثها إذاعة تيارت بهدف:

التثقيف  التسلية والترفيه  ملأ الفراغ  الاطلاع على المستجدات  التزود بالمعلومات والمعارف المختلفة

أخرى:

10-ما طبيعة البرامج الثقافية التي تفضلها؟

النشرات الاخبارية  برامج الحوارات  برامج المسابقات  التحقيقات  الروبورتاجات  
أخرى:

11-هناك برامج إذاعية تجذب نظر المستمعين و ينتظرون بثها. هل انت من المستمعين الذين تستهويهم برامج

معينة و يترقبون وقت بثها؟

دائما  أحيانا  نادرا

12-ما الذي يثير اهتمامك في البرامج الإذاعية التي تتابعها؟

الموضوع المتناول  طريقة التقديم (القائم بالاتصال)  اللغة المستخدمة  الشخصيات المشاركة في  
البرنامج  
أخرى :

13-هل تناقش المواضيع المتناول في البرامج الإذاعية؟

نعم  لا

إذا تناقش فمع من؟

العائلة  الركاب  زملائك  أصدقائك

المحور الثالث: اعتماد سائقي سيارات الأجرة على برامج إذاعة تيارت المحلية في التنمية المعرفية

14-برأيك هل ترقى الإذاعة إلى مستوى تطلعات في مجال التنمية المعرفية؟

دائما  أحيانا  نادرا

15-عند استماعك لمواضيع التي تنمي معرفتك بإذاعة تيارت المحلية. هل تستمع إلىالموضوع :

كاملا  جزء منه  تكتفي فقط بالاستماع إلى العنوان

16-تساهم البرامج التنموية التي تركز عليها إذاعة تيارت المحلية (يمكنك اختيار أكثر من اقتراح )

إطلاع المستمعين على ما يدور من حولهم من أحداث  خدمات مرتبطة بإيجاد حلول لشكاوى المواطنين   
تنمية الثقافة العامة سواء في الجانب اقتصادي، اجتماعي، ثقافي وغيرها   
أخرى:

17-هل ساهمت البرامج الثقافية والاجتماعية وغيرها من البرامج التي تبثها الإذاعة في زيادة الرصيد الفكري

والمعرفي لديك؟

بصفة كبيرة  بصفة متوسطة  بصفة ضعيفة

18-هل تأثرت ببرنامج إذاعي تناول قضايا التنمية المعرفية؟

دائما  أحيانا  نادرا

إذا تأثرت أذكر اسم البرنامج:

## الملاحق

19: من خلال متابعتك لبرامج التنمية المعرفية والثقافية لإذاعة تيارت أصبحت:

غير موافق	أوافق	أوافق بشدة	
			تستطيع الحديث في المواضيع المختلفة مع أفراد عائلتك أو زملائك
			الإلمام بالتطورات التي تحدث في العالم ومواكبتها زادت من معرفتك والثقة في نفسك ومعلوماتك
			تطلعك على أهم المستجدات في المواضيع السياسية و الاقتصادية
			تتيح لك الفرصة للتفاعل والمشاركة في البرامج خاصة ما تعلق بالدين
			المساهمة في التوعية والإرشاد فيما يتعلق بالمجال الصحي (الأمراض، العلاج، الوقاية، دليل الهاتف الخاص بالمستشفيات و المصحات،،، إلخ)
			توجيه وإحاطة الجميع (خاصة السائقين) بالتغييرات والتعديلات في قانون المرور وكل ما يتعلق به من عقوبات وإعفاءات

20: ما تقيمك للبرامج إذاعة تيارت بشكل عام

ممتازة  جيدة  حسنة  ضعيفة

21: هل لديك أي اقتراحات أو إجراءات تجدها ضرورية لإثراء الموضوع؟

.....

.....

.....

أخيراً، نشكركم على مجهودكم و تعاونكم معنا، تقبلوا كل التقدير و الاحترام.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,651	27

السن

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
25-30	13	12,4	12,4	12,4
31-39	34	32,4	32,4	44,8
40-49	35	33,3	33,3	78,1
اكثر من 50	23	21,9	21,9	100,0
Total	105	100,0	100,0	

المستوى التعليمي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
دون مستوى ابتدائي	17	16,2	16,2	16,2
متوسط ثانوي	9	8,6	8,6	24,8
جامعي	42	40,0	40,0	64,8
اكثر من 50	32	30,5	30,5	95,2
Total	105	100,0	100,0	

الخبرة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
اقبل من 5	26	24,8	24,8	24,8
5+10	29	27,6	27,6	52,4
11-19	36	34,3	34,3	86,7
20-29	7	6,7	6,7	93,3
اكثر من 30	7	6,7	6,7	100,0
Total	105	100,0	100,0	

السكن

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
ريفي	8	7,6	7,6	7,6
حضري	96	91,4	91,4	99,0
3,00	1	1,0	1,0	100,0
Total	105	100,0	100,0	