



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابن خلدون - تيارت -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام والاتصال



مذكرة تخرج تندرج ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر علوم الإعلام والاتصال في تخصص اتصال وعلاقات عامة

موسومة بـ

واقع الاستماع والتواصل مع البرامج التفاعلية في الإذاعات المحلية الجزائرية

- إذاعة تيارت نموذجا -

دراسة ميدانية على عينة من مستمعي إذاعة تيارت

الأستاذ المشرف:

- جديد عابد

إعداد الطالبات:

❖ لعزاب نعيمة

❖ غالب فتيحة

❖ قريب آمال

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة
مداح خالدية	رئيسا	ابن خلدون - تيارت
قواسم بن عيسى	مناقشا	ابن خلدون - تيارت
عابد جديد	مشرفا و مقررا	ابن خلدون - تيارت

الموسم الجامعي: 2021-2022 م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

١٤٣٨ هـ

كلمة شكر:

في البداية نشكر الله عز وجل الذي أعاننا ووفقنا لإتمام هذا العمل المتواضع.

فلكل مبدع انجاز، ولكل شكر قصيدة، ولكل مقام مقال، ولكل نجاح شكر وتقدير.

فجزيل الشكر نهديه:

إلى كل من أستاذنا الفاضل: عابد جديد الذي أسهم في دفع هذا العمل إلى الأمام.

وإلى كل أعضاء لجنة المناقشة الذين تقبلوا من هذا العلم.

وإلى كل الأساتذة الذين دعمونا بأرائهم القيمة، خاصة كل من الأستاذ قواسم، والأستاذ عبد اللاوي.

كما لا نبخل بالشكر الحار إلى طاقم إذاعة تيارت فإن قلت فيكم شكرا فشكري لن يكفيكم فلكم دعاء من الرب أن يحميكم.

إهداء :

إلى من لا يمكن للكلمات أن توفي حقه
إلى من لا يمكن للأرقام أن تحصي فضائله
إلى والدي الغالي " محمد "

إلى من روتني من شهدها النافع إلى من
فرشت حياتي بأجمل واقع إلى والدي
الغالية " عائشة "

إلى كل من إخوتي وزوجاتهم وأولادهم
وإلى كل من: عزيز، العالية، فاطمة،
فاطمة الزهراء، حسناء، وإلى كل من
شاركنا في هذا العمل

لعزاب نعيمة

إهداء :

الحمد لله والصلاة والسلام على
رسول الله وعلى آله وصحبه
أجمعين أما بعد:
إلى روح جدي الغالي رحمه الله.
إلى مثال التفاني والإخلاص أبي
الحبيب " عبد القادر "
إلى من وضع المولى - سبحانه
وتعالى - الجنة تحت قدميها
ووقرها في كتابه العزيز أمي
" الحبيبة نجمة "
إلى إخواني وأخواتي سندي
فيحياتي : جمال الدين ، خيرة
، نصيرة ، وليد ، وقرة عيني
حياة .
إلى جميع أساتذتي الكرام
والأقارب والأصدقاء .

فتيحة غالب

إهداء :

الحمد لله و كفى و الصلاة على
الحبيب المصطفى و أهله و من وفى أما
بعد :

الحمد لله الذي وفقنا لتثمين هذه
الخطوة في مسيرتنا الدراسية بمذكرتنا
هذه ثمرة الجهد و النجاح مهداة إلى
الوالدين الكريمين حفظهما الله و أطال
في عمرهما بالصحة و العافية و
وأدامهما نورا لدربي

كما أهدي هذا العمل إلى زوجي الذي
ساندني و ابنتاي الغاليتين و فلذتا
كبدي سلسبيل و سندس و لكل أفراد
عائلتي .

دون أن يفوتني إهداؤه إلى رفيقات
المشوار اللاتي قاسمنني هذا العمل
رعاهن الله و وفقهن: نعيمة وفتيحة ، و
إلى صديقاتي : خيرة ، سهام ، نسيمة ،
و جميع دفعة 2022 م

أمال قريب

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	بسملة
	كلمة شكر
	إهداء
	ملخص
	مقدمة
31-17	اطار منهجي
17	إشكالية.
17	أهمية الدراسة.
18	أهداف الدراسة.
18	أسباب اختيار الموضوع.
18	منهج الدراسة.
18	أدوات الدراسة.
18	عينة الدراسة.
19	تحديد المصطلحات والمفاهيم.
21	الدراسات السابقة.
27	الخلفية النظرية للدراسة.
30	سمات النظرية
40-33	الفصل الأول: الإذاعة في العالم.
33	المبحث الأول: الإذاعة: النشأة الخصائص، الأهداف.

33	المطلب الأول: نشأة الإذاعة.
34	المطلب الثاني: خصائصها.
34	المطلب الثالث: أهدافها.
35	المبحث الثاني: الإذاعات، أنواعها، وظائفها، خصائصها.
35	المطلب الأول: أنواع الإذاعة.
36	المطلب الثاني: وظائفها.
38	المطلب الثالث: أهميتها.
39	المبحث الثالث: الإذاعة في الجزائر. النشأة، الخصائص والأهداف.
39	المطلب الأول: النشأة.
39	المطلب الثاني: الخصائص.
40	المطلب الثالث: الأهداف.
48-42	الفصل الثاني: الإذاعات المحلية والبرامج التفاعلية.
42	المبحث الأول: الإذاعة المحلية النشأة الخصائص، الأهداف.
42	المطلب الأول: نشأتها.
42	المطلب الثاني: الخصائص.
43	المطلب الثالث: الأهداف.
43	المبحث الثاني: إذاعة تيارت المحلية نشأتها وأهم برامجها وأهدافها.
43	المطلب الأول: نشأتها.
44	المطلب الثاني: أهم برامجها.
44	المطلب الثالث: أهدافها.
45	المبحث الثالث: البرامج التفاعلية: التطور التاريخي لمفهوم التفاعلية،

	أنواع البرامج. أبعاد التفاعلية.
45	المطلب الأول: التطور التاريخي المفهوم التفاعلية.
45	المطلب الثاني: أنواع البرامج التفاعلية.
46	المطلب الثالث: أبعاد التفاعلية.
89-50	الفصل الثالث: معلومات هامة عن المبحوثين من مستمعي الإذاعة.
51	المبحث الأول: المعلومات الخاصة بالمبحوثين.
57	المبحث الثاني: الاستماع والتواصل مع إذاعة تيارت.
64	المبحث الثالث: البرامج الإذاعية المفضلة.
68	المبحث الرابع: التفاعل مع البرامج الإذاعية.
74	المبحث الخامس: نتائج الدراسة.
74	نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات
75	نتائج الإسقاط النظري للدراسة
76	النتائج العامة
76	التوصيات والاقتراحات.
78	خاتمة.
80	قائمة المصادر والمراجع.
	الملاحق.

فهرس الجداول

الصفحة	العنوان
51	الجدول (01) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.
52	الجدول (02) يوضح سن المستمعين للإذاعة.
53	الجدول (03) يوضح المستوى التعليمي للمستمعين.
54	الجدول (04) يوضح وظيفة الأفراد.
55	الجدول (05) يوضح طبيعة الحالة المدنية بالأفراد.
56	الجدول (06) يوضح مكان إقامة مستمعي الإذاعة.
57	الجدول (07) يوضح مدى الاستماع إلى إذاعة تيارت.
58	الجدول (08) يوضح زمن الاستماع للإذاعة.
59	الجدول (09) يوضح الوسيلة المستخدمة.
60	الجدول (10) يوضح جودة البث.
61	الجدول (11) يوضح المكان المفضل.
62	الجدول (12) يوضح الحالة المفضلة أثناء الاستماع للإذاعة.
63	الجدول (13) يوضح الفترة المفضلة للاستماع للإذاعة.
64	الجدول (14) يوضح البرامج الأكثر استماعا في الإذاعة.
65	الجدول (15) يوضح اللغة المفضلة لمستمعي الإذاعة.
66	الجدول (16) يوضح وقت توقف المبحوثين عن الاستماع للإذاعة.
67	الجدول (17) يوضح مدى تأثر مستمعي الإذاعة.
68	الجدول (18) يوضح رأي المستمعين بالبرامج التفاعلية.
69	الجدول (19) يوضح دوافع الاستماع الى البرامج الاذاعية.

70	الجدول (20) يوضح وسائل التفاعل لمستمعي الإذاعة.
71	الجدول (21) يوضح رأي مستمعي الإذاعة حول البرامج الإذاعية.
72	الجدول (22) يوضح تفضيل مستمعي الإذاعة من عدمه.
73	الجدول (23) يوضح مواضيع مستمعي للإذاعة.

فهرس الأشكال البيانية

الصفحة	العنوان
51	الشكل البياني (01) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس
52	الشكل البياني (02) يوضح النسبة المئوية للأعمار.
53	الشكل البياني (03) يوضح النسبة المئوية للمستوى التعليمي.
54	الشكل البياني (04) يوضح النسبة المئوية للوظائف الخاصة بالأفراد.
55	الشكل البياني (05) يوضح النسبة المئوية للحالة الاجتماعية.
56	الشكل البياني (06) يوضح نسبة الاستخدام حسب المكان.
57	الشكل البياني (07) يوضح النسب المئوية لمدى استماع الفئات.
58	الشكل البياني (08) يوضح النسب المئوية لزمن الاستماع للفئات.
59	الشكل البياني (09) يوضح النسب المئوية للوسائل المستخدمة.
60	الشكل البياني (10) يوضح النسب المئوية لجودة البث.
61	الشكل البياني (11) يوضح النسب المئوية للمكان المفضل.
62	الشكل البياني (12) يوضح النسب المئوية للحالة المفضلة.
63	الشكل البياني (13) يوضح النسب المئوية للفترة المفضلة.
64	الشكل البياني (14) يوضح النسب المئوية للبرامج الأكثر استماعا.
65	الشكل البياني (15) يوضح النسب المئوية للغة المفضلة.

66	الشكل البياني (16) يوضح النسب المئوية لوقت التوقف.
67	الشكل البياني (17) يوضح النسب المئوية لتأثر الفئات.
68	الشكل البياني (18) يوضح النسب المئوية لرأي الفئات.
69	الشكل البياني (19) يوضح النسب المئوية للدوافع.
70	الشكل البياني (20) يوضح النسب المئوية للوسائل.
71	الشكل البياني (21) يوضح النسب المئوية لإشادة الفئات.
72	الشكل البياني (22) يوضح النسب المئوية لرضى الفئات.
73	الشكل البياني (23) يوضح النسب المئوية للمواضيع.

ملخص الدراسة

ملخص:

تهدف الدراسة و بشكل أساسي إلى التعرف على واقع الاستماع و التواصل مع البرامج التفاعلية في الإذاعات المحلية الجزائرية، ينحصر إشكال الدراسة في السؤال التالي: " ما هو واقع الاستماع و التواصل مع البرامج التفاعلية في الإذاعات المحلية الجزائرية " و أسئلة فرعية حول: " كيف يتفاعل الجمهور مع البرامج الإذاعية، كيف تأثر البرامج الإذاعية على متبعيها، ماهي البرامج تفاعلية أكثر متابعتا من قبل الجمهور

و كانت هذه الدراسة عبارة عن دراسة ميدانية على عينة تكونت من 55 شخص من مستمعي الإذاعة المحلية، اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي، و الاستبيان و المقابلة لجمع البيانات و المعلومات، و نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كخلفية نظرية لها.

توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج كانت من أهمها: أغلب المستمعين يستمعون للإذاعة بشكل شهري، و أن استماعهم للإذاعة من أجل رفع مستواهم الثقافي، و أن أغلب المستمعين يفضلون اللغة العامية في عرض برامجهم المفضلة، كما توصلت الدراسة أيضا إلى أن أغلب المستمعين يرون أن البرامج الإذاعية تلي حاجياتهم المعرفية و الثقافية.

الكلمات المفتاحية: الإذاعة، الإذاعة المحلية، البرامج التفاعلية، البرامج الاجتماعية، البرامج الترفيهية، التأثير، التفاعل

Study summary:

This study mainly aims to identify the reality of listening and communicating with interactive programs in the Algerian local radios. Interactive? Do interactive programs affect the listening audience? What are the most popular interactive programs? And the hypotheses" the public interacts with interactive programs either by listening or communicating with various means. Interactive programs affect their followers either positively. Social and entertainment programs are considered the most listened to by the public."This study was afield study on a sample that was formed from 55 local radio listeners, we relied on the descriptive analytical method, questionnaire and interview to collect data and information, and the theory of media dependence as a theoretical background.

This study reached a set of results, the most important of which are: most of the listeners listen to the radio on the monthly basis, and that their listening to the radio is in order to raise their level, and that most of the listeners prefer the vernacular language in presenting their favorite programs, then the study also found that most of the listeners believe that the radio programs meet their intellectual and cultural needs.

Key words: local radios, interactive programs, social programs, entertainment programs, influence, interaction.

مقدمة

شهد العالم في الآونة الأخيرة تطورا متسارعا، ومتلاحقا بفضل التقدم التكنولوجي الذي أصبح يعرف في وقتنا الحالي بعصر تكنولوجيا المعلومات والاتصال الذي فرض علينا العيش في عصر جديد، يتطلب فيه الاعتماد على التفاعل من الدرجة الأولى في مجال الخدمات الإعلامية بصفاتها خاصة أساسية تميز الإعلام المعاصر الذي أصبح يمثل بمختلف وسائله ومستوياته وسيلة هامة لا يمكن الاستغناء عنها في كل المجتمعات المتقدمة أو السائرة في طريق التقدم، أو المجتمعات النامية.

والإعلام المسموع أو ما يعرف بالراديو من أبرز الوسائل الاتصالية الجماهيرية، كما أنها تسعى كغيرها من الوسائل الإعلامية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف التي تحقق منفعة للفرد والمجتمع كالتثقيف والترفيه، وتقوم ببث العديد من البرامج بمختلف اللغات العامية واللغة العربية، واللغات الأجنبية، وفي ظل هذا التطور نجد أن الإذاعة المحلية هي أقوى وسيلة مؤثرة على ما يحصل داخل المجتمع وذلك من خلال تشجيع الجمهور وفتح المجال أمامهم للتعبير عن أنفسهم ونقل احتياجاتهم وانشغالهم، والسعي إلى المحافظة على ثقافة المجتمع والعمل على تطويرها بشتى الطرق والوسائل، كما أنها تعتبر همزة وصل للتأثير على الجمهور المستمع، والذي أصبح بدوره يتفاعل معها بمختلف الوسائل كالهاتف ومواقع التواصل لإيصال كلمته ونقل انشغالاته، وفي ظل هذا التطور نجد الإذاعة المحلية تعتبر كهمزة وصل بينها وبين المواطنين كونها تستخدم في شتى المجالات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية، وتهتم بمعالجة القضايا التي تخص المجتمع المحلي وتغذي أفرادها بكل ما يحصل داخل مجتمعه من أجل اقتراح حلول لتلائم وتناسب مشاكله، فهي تعمل كذلك على نقل المعلومات والأخبار ونقل انشغالات المواطنين ومساندتهم بشتى الطرق.

وموضوع بحثنا يعالج واقع الاستماع والتواصل مع البرامج التفاعلية في الإذاعة المحلية الجزائرية - إذاعة تيارت نموذجا - مع إجراء دراسة ميدانية على عينة من مستمعي إذاعة تيارت المحلية في فصل تمهيدي تناولنا فيه الجوانب المنهجية لبناء دراستنا.

وفي الجانب النظري خصص الفصل الأول: الإذاعة في العالم والذي شمل ثلاثة مباحث: المبحث الأول: بعنوان الإذاعة نشأتها وتطورها، خصائصها، وأهدافها، والمبحث الثاني: تحت عنوان الإذاعات: أنواعها، وظائفها، أهميتها، والمبحث الثالث: الإذاعة في الجزائر، والفصل الثاني خصص: للإذاعة المحلية والبرامج التفاعلية قسم الى ثلاثة مباحث: المبحث الأول خصصناه: للإذاعة المحلية، والمبحث الثاني: خصص لإذاعة تيارت المحلية، والمبحث الثالث: بعنوان البرامج التفاعلية.

أما الفصل الثالث: خصص للجانب الميداني بعنوان: برامج إذاعة تيارت ومتبعتها تناولنا فيه خمسة

مباحث:

المبحث الأول: بعنوان المعلومات الشخصية الخاصة بالمستمعين، والمبحث الثاني كان بعنوان: الاستماع و التواصل مع إذاعة تيارت، والمبحث الثالث: بعنوان البرامج الإذاعية المفضلة، أما المبحث الرابع بعنوان: التفاعل مع البرامج الإذاعية، أما المبحث الخامس فكان بعنوان: نتائج الدراسة التوصيات والاقتراحات، ثم خاتمة، ثم قائمة المصادر و المراجع، ثم الملاحق.

الإطار المنهجي

- الإشكالية.
- التساؤلات الفرعية.
- أسباب اختيار الموضوع.
- أهداف الدراسة.
- أهمية الدراسة.
- عينة الدراسة.
- منهج الدراسة.
- المصطلحات الإجرائية.
- الدراسات السابقة.
- إسقاط على النظرية

تزايد دور الإعلام في المجتمع وتنوعت أساليب تأثيره، بفضل تطور تكنولوجيا الاتصال وانتشار وسائل الإعلام من بينها الإذاعة المسموعة التي تعتبر وسيلة يستخدمها المرسلون لبث رسائل للجمهور المتعامل معها، كما أنها تخاطب كافة طبقات المجتمع.

وتحظى البرامج التفاعلية باهتمام كبير من الجمهور المستمع، ومن بين هذه البرامج: البرامج السياسية، والاجتماعية والثقافية والترفيهية والتي يتفاعل الجمهور معها، إما عن طريق الاستماع أو الاتصال عبر الوسائل الاتصالية.

وتعتبر الإذاعة المحلية جهازا إعلاميا، يخدم مجتمعا محليا بمعنى أن الإذاعة المحلية تبث برامجها مخاطبة مجتمعا خاصا محدود العدد، لذلك أصبحت تسعى جاهدة، للوصول إلى أكبر قدر من المستمعين وتعزيز التواصل بينهم، من خلال بث يعالج مختلف القضايا التي تشغل المواطنين.

إذ تقوم إذاعة تيارت بدور محوري في إعلام المواطن بمختلف القضايا والموضوعات التي تهم محيطه، إذ تعمل الإذاعة على تقريب المساحة بينها وبين المستمعين من خلال البرامج الإذاعية التفاعلية والحصص الإخبارية المباشرة والنقاشات المختلفة في شتى المجالات ومن هنا يمكن حصر إشكالية البحث في السؤال التالي:

ما هو واقع الاستماع والتواصل مع البرامج التفاعلية في الإذاعة المحلية؟

الأمر الذي يدفعنا الى طرح التساؤلات الفرعية التالية:

1- كيف يتفاعل الجمهور مع البرامج الإذاعية؟

2- كيف تؤثر هذه البرامج على متبعيها؟

3- ما هي البرامج التفاعلية الأكثر متابعة من الجمهور؟

وللإجابة على هذه التساؤلات نقترح الفرضيات التالية:

1- يتفاعل الجمهور مع البرامج الإذاعية إما بالاستماع أو التواصل بمختلف الوسائل.

2- تؤثر البرامج التفاعلية على مستمعيها إما بالإيجاب أو السلب.

3- تعتبر البرامج الاجتماعية والترفيهية أكثر البرامج التي تلقى استماعا وتفاعلا من قبل الجمهور.

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من أهمية الموضوع ذاته حيث تلعب البرامج التفاعلية في الإذاعة المحلية دورا حيويا في تمكين المتلقي " المستمع والمشاهد " بفعل التطور التكنولوجي من المشاركة في عملية تحديد القرارات التي تخص الإذاعة من خلال تفاعله المستمر مع البرامج الإذاعية وتقديم اقتراحاته ورغباته التي تشكل المحتوى الإذاعي ليصبح متلقيا ايجابيا وفعالا، مما يساهم في تطوير الإذاعة المحلية وخلق حالة من التوافق الإعلامي بين المرسل والمستقبلين.

أهداف الدراسة:تهدف الدراسة إلى:

- 1- التعرف على أكثر البرامج التي يستمع إليها الجمهور ويتواصل معها.
 - 2- معرفة دور الاستماع والتواصل مع البرامج التفاعلية في الإذاعة المحلية لولاية تيارت.
 - 3- التعرف على أهم المواضيع التي تجذب المستمعين نحو التفاعل.
 - 4- الكشف عن دوافع تعرض مستمعي إذاعة تيارت المحلية للبرامج التفاعلية.
- أسباب اختيار الموضوع:هناك مجموعة من الأسباب دفعتنا إلى القيام بهذا البحث ومنها أسباب موضوعية وأخرى ذاتية:

أ- الأسباب الذاتية:

- الفضول العلمي والميل الى معرفة الكثير عن مجال الإعلام الإذاعي.
- الرغبة في معرفة مدى استماع وتفاعل الجمهور مع محتوى البرامج الإذاعية المحلية "تيارت".
- الرغبة والميل النفسي لهذا الموضوع.
- محاولة معرفة أثر إذاعة تيارت على المستمعين.

ب- الأسباب الموضوعية:

- قابلية الموضوع للدراسة معرفيا ومنهجيا.
- إثراء المكتبة بهذا النوع من الدراسات كي تكون مرجعا يستعان به.
- السعي من اجل الحصول على نتائج لها صلة بموضوع الدراسة.
- التعرف على دور وأهمية التواصل مع البرامج التفاعلية.

منهج الدراسة: يعتمد كل باحث علمي في بحثه على منهجية تمهد له الطريق من اجل الوصول إلى نتائج، فاعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي، فهو منهج علمي يقوم أساسا على وصف الظاهرة أو الموضوع محل البحث والدراسة ومحاولة الوقوف على أدق جزئياته وتفصيله.¹

العينة: يمثل مجتمع بحثنا في كل مستمعي إذاعة تيارت المحلية، وبالنظر إلى أن مجمع بحثنا كبير جدا، قمنا باختيار 55 شخص يستمعون إلى برامج إذاعة تيارت، بعينة قصدية، حيث أجريت الدراسة بإذاعة تيارت في الفترة الممتدة من 10 جانفي 2022 إلى أواخر شهر ماي 2022.

أدوات الدراسة: اعتمدنا في درسنا على الاستبيان بصفته أداة رئيسية، فهو يعد أحد الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في تجميع البيانات والمعلومات من مصادرها، والمقابلة بصفتها أداة ثانوية.

تحديد المفاهيم والمصطلحات:

1- الاستماع:

لغة: وجاء في المعجم الوسيط: سمع إلى فلان أو إليه أو إلى حديثه سمعا وسماعا، أصغى وأنصت له أطاعه.² ويعرف أيضا: عملية معقدة في طبيعتها، فهو يشمل على إدراك الرموز اللغوية المنطوقة عن طريق التمييز السمعي، وفهم مدلول هذه الرموز، وإدراك الوظيفة الاتصالية المتضمنة في الرموز أو الكلام المنطوق.³ ويمكن تعريفه أيضا: بأنه نشاط أساسي من أنشطة الاتصال بين البشر، فهو النافذة التي يطل الإنسان من خلالها على العالم من حوله، وهو الأداة التي يستقبل بواسطتها الرسالة الشفوية.⁴

المفهوم الإجرائي: هو عملية يقوم بها الانسان عن قصد من اجل اكتساب، والفهم، والتحليل، والتفسير.

2- التواصل:

لغة: من وصل الشيء بشيء، يصل وصلا وصلة، والوصل ضد الهجران، وهو خلاف الفصل، والتواصل ضد التصارم.

¹ أحمد عياد، مدخل لمنهجية البحث الاجتماعي، ديوان المطبوعات الجامعية والجزائر، (د ط)، 2006، ص 61.

² معجم اللغة العربية، المعجم الوسيط، دار الدعوة للنشر والتوزيع، اسطنبول، 1989، ص 620.

³ علي أحمد مدكور، تدريس فنون اللغة العربية، دار الشروق للنشر والتوزيع، الرياض، (د.ط)، 1991، ص 67.

⁴ رشيد أحمد طعيمة، المهارات اللغوية، مستويات تدريسها صعوباتها، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، ط1، 2004، ص 183.

اصطلاحاً: هو عملية نقل واستقبال المعلومات بين طرفين أو أكثر، وهو إقامة علاقة وتواصل وترابط وإرسال وتبادل وإخبار وإعلام.¹

ويعرف أيضاً: هو نقل الأفكار من شخص لآخر، وتعبير يتزايد استعماله ليشمل أنواع مختلفة من الرسائل والأدوات والطرق المؤدية الى بث الآراء والمفاهيم بين أفراد المجتمع وتبادلها.²

المفهوم الإجرائي للتواصل: هو عملية يتم من خلالها تبادل الأفكار والآراء بين الأفراد داخل المجتمع أو خارجه.

3- التفاعل:

لغة: جاء في معجم اللغة العربية أن التفاعل من الأصل اللغوي، فعل الشيء فعلاً وفعالاً أي عمله، وافتعل الشيء أي اختلقه، ويرى الباحثون أن التفاعل يعني مرسل ومتلقي ومن أهم خصائصه الاستجابة.

اصطلاحاً: التفاعل أي استخدام الأنترنت للتسلية أو التعلم لأغراض اجتماعية وثقافية وسياسية.³

المفهوم الإجرائي: هو تبادل الآراء والاتجاهات باستخدام مختلف الوسائل من أجل اكتساب خبرات في مختلف المجالات.

4- التفاعلية: هي تسمية تطلق على درجة التأثير بين المشاركين في العملية الاتصالية فهذه الكلمة مركبة من كلمتين في أصلها اللاتيني ومعناها تبادل وتعامل بين شخصين فإن جوهر هذا المصطلح يكمن في التبادل بين إثنين وجها لوجه.⁴

حسب شاهين: التفاعلية هيقدرة وسيلة الاتصال على نقل استجابات المرسل إلى المستقبل، وتحقيق سيطرة المستقبل على العملية الاتصالية من خلال أدوات تكنولوجيا مثل البريد الإلكتروني، وغرف الدردشة والمنتديات الإلكترونية والمجموعات الإخبارية.⁵

¹ فاضل خليل إبراهيم، مدى تفاعل المناهج الدراسية الجامعية في تعزيز ثقافة التواصل لدى طلبة الجامعة، مجلة أبحاث كلية التربية الأساسية، المجلد 09، العدد 02، ص 2-3.

² عبد الحكيم بن عبد الله بن راشد، الصوافي، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الأساسي في محافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان وعلاقته ببعض المتغيرات، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير، في جامعة نزوى، 2014، 2015، ص 5.

³ مصطفى يوسف كافي، الإعلام التفاعلي، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، ط 1، 2016، ص 34-35.

⁴ يسرى خالد إبراهيم، وسائل الإعلام الإلكترونية ودورها في الإنماء المعرفي، دار النفساء للنشر والتوزيع والعراق، بغداد، ط 1، 2014، ص 150.

⁵ أيمن يوسف عليان، تفاعل القراء مع الأخبار في الإعلام الجديد بين سلكتي القراءة والصحافة، مجلة الحكمة المدرسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 7، العدد 2، 7 فيفري 2020.

حسب عالم الاتصال روجرز: التفاعلية هي المشاركة في العملية الاتصالية من خلال تبادل الأدوار في السيطرة عن الخطاب المشترك بين المرسل والمستقبل.¹

المفهوم الإجرائي: هي تبادل الأدوار بين المرسل والمتلقي عن طريق الحوار.

5- الإذاعة:

لغة: الإذاعة من ذاع ذبوعا أي ظهر وأنتشر أو هي انتشار الخبر عبر اللاسلكي كما ترمز كلمة أذاع إلى الإشاعة ويوصف الرجل الذي لا يكتفم السر بأنه مذيع.²

اصطلاحا: الإذاعة: هي الانتشار المنظم المقصود بواسطة المذيع لمواد إخبارية، يؤكد على أن المادة المذاعة تكون من نفس مجتمع الإذاعة في مختلف النظم الاجتماعية والثقافية والدينية والنشرات الإخبارية الخاصة بذلك المجتمع بحيث هناك تأثير وتأثير بين أفراد المجتمع والبرامج المذاعة والتي تبث في أن واحد وتلتقط من طرف المستمعين.³

يوجد عدة تعاريف للإذاعة نذكر منها ما يلي:

هي الوسيلة الإعلامية الأولى التي استطاعت أن تصل غلى جمهورها في أي مكان متخطية حواجز الأمنية وعقبات الانتقال في المناطق الوعرة، والقيود السياسية التي تمنع بعض الوسائل الأخرى من الوصول غلى مجتمعاتها.

الإذاعة هي وسيلة إعلامية مسموعة تغطي كافة شرائح المجتمع بمختلف فئاته، تقوم بنقل الأخبار والمعلومات.

التعريف الإجرائي للإذاعة: هي وسيلة إعلامية مسموعة تبث مجموعة من البرامج منها الترفيهية والتعليمية وغيرها من البرامج وتقوم بنقل مجموعة من المعلومات للمستمعين.

يوجد عدة تعاريف للإذاعة المحلية نذكر منها ما يلي:

¹ فاروق احمد مجي حسن، الإعلام التفاعلي ودوره في تعزيز الوعي السياسي بدار نور، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا وكلية الدراسات العليا، يوليو 2017، ص72.

² سليمان أبو جلال إسماعيل، الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط 1، 2012، ص95.

³ طه عبد العاطي نجم، الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2009، ص 21.

6- الإذاعة المحلية: هي التي تخاطب مستمعا محددًا له مصالحه وارتباطاته الاجتماعية المعروفة وله تقاليده وتراثه

الفكري الخاص وهي تبث برامجها مخاطبة مجتمعها خاصة بمحدود العدد يعيش فوق أرض محدودة المساحة، مجتمعًا

له خصائص البيئة الاقتصادية والثقافية متميزة وقد يكون المجتمع مدينة أو مجموعة قرى أو مدن صغيرة ومتقاربة.¹

يعرفها سعد لبيب: بأنها تلك التي تقوم بخدمة مجتمع محدود ومتناسق من الناحيتين الجغرافية والاجتماعية والثقافية

المتميزة على أن لا تجده حدود جغرافية حتى تشمله رقعة الإرسال المحلي أي أن هذه الإذاعة لا شأن لها بالتقسيمات

الإدارية والتخطيطية التي قد تصطلح عليها الحكومة في فترة زمنية معينة.²

تعرف أيضا: بأنها خاصة بإقليم من الأقاليم تعني بأخباره وقضايا الناس فيه، و تخدم بيئة الإقليم و كعرضه فنونه و

ثقافته.³

التعريف الإجرائي: الإذاعة المحلية هي الوسيلة الأبرز للحصول على المعلومة، تخاطب جمهورًا محليًا معينًا، في منطقة

جغرافية معينة، تعالج قضايا محددة وتحقق التواصل مع الجمهور.

الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: دراسة نوال رضا، تناولت هذه الدراسة واقع إخراج البرامج التفاعلية في الإذاعة الرقمية، إذاعة جيجل

نموذجًا، ينحصر أشكال هذه الدراسة في السؤال التالي ما هو واقع إخراج البرامج الإذاعية التفاعلية المقدمة عبر محطة الإذاعة

جيجل المرقمنة، و تمثلت فرضية الدراسة يولي القائمون على إخراج برامج إذاعة جيجل المرقمنة اهتمامًا بالخدمات التفاعلية

عبر الوسائط الرقمية، يحدد مستوى الإدراك الرقمي للخدمات التفاعلية أنماط الإخراج الإذاعي إخراج البرامج

التفاعلية، حيث توصلت الدراسة إلى النتائج التالية .

¹ نوال رضا، واقع إخراج البرامج التفاعلية في الإذاعة الرقمية، اذاعت جيجل نموذجًا، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علوم الاعلام و الاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 20012/2011

¹ طارق الشاوي، الإعلام الإذاعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط 1، 2009، ص 180.

² زينة جعدون، البعد المحلي في إنتاج الأخبار في الإذاعة المحلية، دراسة تحليلية، إذاعة تبسة نموذجًا مجلة الباحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية، الجزائر، المجلة 4، العدد 11، 2019، ص 267.

³ نوال بومشطة، الإعلام الثقافي في الإذاعة المحلية، الجزائرية وتأثيرها على الشباب، ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2021، ص 89.

- بخصوص النوع الاجتماعي بالنسبة للقائمين على البرامج التفاعلية بإذاعة جيجل، فإن فئة الذكور التي بلغ عددها 14 فئة فإن نسبته 50,33% تفوق فئة الإناث التي بلغت نسبة 41,66% أي ما يعادل 10 أفراد.

- يتوزع الفاعلون في المجال إعداد وتقديم وإخراج البرامج الإذاعية ذات الطابع التفاعلي عبر إذاعة جيجل عبر تخصصات علمية متعددة تتقدمها في المرتبة الأولى تخصص الاتصال والإعلام بنسبة 50% أي ما يوازي 12 فردا في حين تتوزع باقي أفراد العينة بمعدل 5 أفراد وبنسبة 20,83% تكوينهم بالعلوم الاقتصادية وفي الأخير فردين بنسبة 08,33% على كل من تخصصي العلوم الإدارية والقانونية وكذا العلوم السياسية.

أوجه التشابه والاختلاف:

أوجه التشابه: كان التشابه في العينة ومنهج الدراسة:

1- اعتمد كلانا على العينة القصدية.

2- اعتمدنا على نفس المنهج: المنهج الوصفي التحليلي.

أوجه الاختلاف: يكمن الاختلاف في أدوات جمع البيانات: اعتمدنا في دراستنا في جمع البيانات على أداة الاستبيان والمقابلة، والباحثة اعتمدت على أداة الملاحظة العلمية، والمقابلة.

الدراسة الثانية: دراسة بن عزة فاطمة الزهراء، حيث تناولت هذه الدراسة الإذاعة المحلية ودورها في تحديد توجهات الرأي العام، إذاعة الغرب الجزائري نموذجا، ينحصر اشكال هذه الدراسة فيما يلي للإذاعة المحلية دور في تحديد توجهات الرأي العام؟ تطرقت صاحبة الأطروحة إلى طرح مجموعة من التساؤلات الفرعية: هل تؤثر الإذاعة المحلية على توجهات الرأي العام؟ هل فعلا تساهم الإذاعة المحلية في تكوين رأي العام، وما طبيعة هذا الرأي، ما هو انطباع المستمع المحلي لمضامين إذاعته المحلية؟ ماهي طبيعة المعلومات المذاعة على أثير الإذاعة المحلية من وجهة نظر المستمع؟ هل لها دور في تشكيل وتفعيل الرأي العام؟ تمثلت فرضية هذه الدراسة تساهم الإذاعة المحلية في تكوين الرأي العام وتوجيهه، تخصص الإذاعة المحلية برامج إعلامية لا ترتقي إلى درجة صناعة الرأي العام، بقدر ما تعمل على تنميته.¹

¹ بن عزة فاطمة الزهراء، الإذاعة المحلية ودورها في تحديد توجهات الرأي العام- إذاعة الغرب الجزائري نموذجا، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم اجتماع الاتصال، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية، تلمسان، 2016-2017.

حيث استخدمت هذه الدراسة العينة النمطية، و المنهج الوظيفي، ومن خلال هذه الدراسة وعبر مختلف مراحلها توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج من بينها:

- الإذاعة الجزائرية عموما هي وسيلة إعلامية جلبها الإستعمار على غرار باقي الدول العربية، ووسائل الإعلام من الصحافة والتلفزيون، والتي أصبحت بعد فترة الاستعمار على كافة الأصعدة الدينية، الاجتماعية الثقافية والاقتصادية.
- للإذاعة دور هام في التثقيف والتعليم، إلا أن هذا لا يلغي لعبها الدور السلبي إذ تعتمد في كثير من الأحيان على المعالجة السطحية، والتغطية عبر الموضوعية خاصة ما يتعلق بالمواضيع السياسية والاقتصادية.
- استغلت الإذاعة المحلية التطور التكنولوجي لوسائل الإعلام والاتصال مستخدمة إياه في تطوير نوعية برامجها واتساع رقعة بثها، الأمر الذي زاد من وتيرة استقطابها وتأثيرها في مجالات واسعة.

أوجه التشابه والاختلاف:

أوجه التشابه: في أداة الدراسة حيث تم الاعتماد على أداة الاستبيان.

أوجه الاختلاف: يكمن الاختلاف في العينة ومنهج الدراسة، اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية واعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي، والباحثة اعتمدت على العينة النمطية والمنهج الوظيفي.

الدراسة الثالثة: دراسة فارس طباش، العامية والفصحى وإشكالية التلقي لدى جمهور الإذاعة الجزائرية، إذاعة الجزائر العاصمة عموما، كانت اشكالية الدراسة تتمحور حول اللغة المستعملة في البث من حيث الإذاعة الجزائرية، تطرق الباحث إلى ذكر مجموعة من الأسئلة الفرعية هي هل يتحكم نوع النموذج اللغوي الموظف في مضمون الإذاعة الجزائرية في التلقي الإيجابي الذي يعني تحقيق الفهم والتفاعل؟ هل تتحكم العامية والفصحى في تفاعل أفراد الجمهور للإذاعة الجزائرية؟ ما يمكن تحقيقه من التفاعل والفهم والفاعلية عند توظيفهما بالإذاعة الجزائرية؟ اما الفرضيات تمثلت فيما يلي تتحكم اللغة في مستوى تلقي وفهم جمهور الإذاعة الجزائرية، عند توظيف التفاعل والفهم والفاعلية تتحقق نتائج إيجابية للإذاعة الجزائرية.

حيث استخدمت هذه الدراسة العينة القصدية، ومنهج تحليل المضمون، وضفة الباحثة ادات التحليل في جمع البيانات، وتوصلت الى مجموعة من النتائج

نتائج الدراسة:

- هناك تعامل كبير مع الإذاعة، حتى وإن كان هناك اختلاف في منوال التعرض وتباين النسب بخصوص كل شكل.

- أن المستوى الدراسي العالي لا يؤثر في الميل أو تفضيل مستوى لغوي دون آخر.

- أن مزج العامية بالفصحى أي المستويين معا في رسالة واحدة أو مضمون موحد يزيد من عملية الفهم والاستيعاب الجيد.

أوجه التشابه والاختلاف:

أوجه التشابه: كان التشابه في العينة ومنهج الدراسة:

3- اعتمد كلانا على العينة القصدية.

أوجه الاختلاف: يكمن الاختلاف في أدوات جمع البيانات: اعتمدنا في دراستنا في جمع البيانات على أدواتين هما: الإستبيان والمقابلة، والباحث اعتمد على أداة واحدة فقط وهي الاستبيان.

الدراسة الرابعة: دراسة رشيد فريخ، تناولت هذه الدراسة الإذاعة الجزائرية بين الخدمة التجارية والتوجه التجاري، دراسة حالة القناة الأولى، تنحصر إشكالية هذه الدراسة حول الخدمات والتوجهات الموجودة في البث من حيث الإذاعة الجزائرية، أما الفرضيات تمثلت فيما يلي: يجب على الإذاعة الجزائرية تعميم الخدمات والتوجهات، عند تخصيص الخدمات والتوجهات تتحقق نتائج سلبية للإذاعة الجزائرية.¹

حيث استخدمت هذه الدراسة العينة القصدية، المنهج الوصفي، ومنهج دراسة حالة، وأداتي الاستمارة والاستبيان، حيث توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج:

¹ رشيد فريخ، الإذاعة الجزائرية بين الخدمة التجارية والتوجه التجاري، دراسة حالة القناة الأولى، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2008-2009.

- البرامج الإخبارية بالقناة الأولى نسبتها 20.57% من المجموع العام للبرامج.
- للبرامج الاجتماعية حضور قوي من حيث المتابعة في المدة والنسبة.
- البرامج الترفيهية تشغل الحيز الأكبر من ساعات البث بنسبة 66% وأنها تبث بمختلف الأشكال من أبرزها " الموسيقية، والمنوعات، والمسابقات".

أوجه التشابه والاختلاف:

أوجه التشابه: كان التشابه في العينة ومنهج الدراسة:

4- اعتمد كلانا على العينة القصدية.

أوجه الاختلاف: يكمن الاختلاف في أدوات جمع البيانات: اعتمدنا في دراستنا في جمع البيانات على أداة الاستبيان والمقابلة، والباحث اعتمد على أداة التحليل.

الدراسة الخامسة: دراسة شاوي ليليا، حيث تناولت هذه الدراسة دور الإذاعة المحلية في ترسيخ الهوية الثقافية، إذاعة سكيكدة نموذجاً، انحصرت إشكال الدراسة فيما يلي: ما هي درجة الأولوية التي تخصصها الإذاعة المحلية لبرامج الهوية الثقافية ضمن شبكة إخراج البرامج الإذاعية المقدمة عبر محطة إذاعة سكيكدة والمواضيع الأكثر معالجة، أما الفرضيات تمثلت في: ساهمة الإذاعة المحلية في نشر الوعي الثقافي وترسيخ الهوية.

حيث استخدمت هذه الدراسة العينة القصدية والمنهج الوصفي، ومنهج دراسة حالة وأداة الاستمارة والاستبيان، حيث توصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- اللغة المستعملة هي مزيج بين العربية والعامية بنسبة 36%.

- 97% من الجمهور ليس لديهم مشكلة في فهم اللغة، واللغة لديهم مفهومة.¹

¹ شاوي ليلية، دور الإذاعة المحلية في ترسيخ الهوية الثقافية، إذاعة سكيكدة نموذجاً، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم والسياسة والإعلام، جامعة الجزائر، 2008-2009.

أوجه التشابه: كان التشابه في العينة ومنهج الدراسة:

- اعتمد كلانا على العينة القصدية.

- اعتمدنا على نفس المنهج: وهو المنهج الوصفي التحليلي.

أوجه الاختلاف: يكمن الاختلاف في أدوات جمع البيانات: اعتمدنا في دراستنا في جمع البيانات على الاستبيان والمقابلة، والباحثة اعتمدت على أداة الاستبيان والاستمارة.

التعقيب على الدراسات السابقة:

يتضح من عرض الدراسات السابقة، أنها ركزت على جوانب مختلفة اقتربت من أهداف وتوجهات الدراسة الحالية، وكان هناك توافق في نقاط واختلاف في نقاط أخرى بين هذه الدراسات والدراسة التي قمنا بها من حيث الهدف.

فقد هدفت هذه الدراسة الى معرفة الأبعاد التفاعلية مع إذاعة تيارت المحلية مع مستمعيها وكيف تقوم هذه الأخيرة بتوفير متطلبات الجمهور من حيث برامجها المذاعة واللغة المذاعة بها، في حين اتخذت الدراسات السابقة الكشف عن قضايا ومشكلات أخرى مختلفة منها الاجتماعية والثقافية من خلال توزيع الاستبيانات وتحليل البيانات وتحليل المضمون.

واقتربت دراستنا الحالية من حيث الهدف جزئياً مع دراسة كل من:

■ بن عزة فاطمة الزهراء التي تناولت توجهات الرأي العام من حيث التأثير والبرامج المذاعة، وهدفت الى التعرف على طبيعة التأثير الذي تؤديه الإذاعة المحلية من خلال ما تقدمه من مواد وبرامج.

■ دراسة طباش فقد كان البحث يهدف الى معرفة إشكالية التلقي التي تسببها اللغة لدى الجمهور الإذاعة الجزائرية.

■ دراسة فريخ عن الخدمة العمومية بالقناة الأولى بالإذاعة الجزائرية، وفيها بحث عما يذاع من برامج مختلفة في القناة الوطنية الأولى.

■ دراسة شاوي ليليا كانت تبحث في الواقع الثقافي معتمدة تحليل ثلاث برامج ثقافية إذاعية من إذاعة سكيكدة المحلية.

فمن حيث المنهج والتقنيات والعينة: استخدمت هذه الدراسات مناهج وعينات وتقنيات مختلفة منها:

✓ برامج إذاعية للكشف أو برامج تلفزيونية.

أما هذه الدراسة فقد استخدمت عينة من المبحوثين لمعرفة توجهاتهم وآرائهم حول إذاعة تيارت المحلية وكيف يتفاعلون معها مع أخذ بعين الاعتبار الوسائل المستخدمة لذلك، وما مدى التأثيرات التي تحدث على هذه الشريحة الاجتماعية، مع معرفة البرامج والمواضيع المفضلة لديهم والتي يودون التركيز عليها خلال أوقات البث.

الخلفية النظرية للدراسة:

نشأة النظرية:

اهتم بعض الباحثين في العشرينات من القرن العشرين الماضي بدراسة تأثير وسائل الإعلام على المستوى المعرفي Cognitive Level، وأكد بعضهم أن اختلاف المستوى المعرفي للأفراد يرجع أساساً إلى التفاعل بين متغيرات مرتبطة بطبيعة وسائل الإعلام، بالإضافة إلى سمات الجمهور وخصائصه المختلفة، كما أوضح الكثير من الخبراء في الغرب العلاقة بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية ومؤسستها في المجتمع على أساس من الاعتماد المتبادل.

ونظراً للتطور التكنولوجي المستمر لوسائل الإعلام، ازدادت أهمية هذه الوسائل في نقل المعلومات والتي أصبحت المصدر الرئيسي لتزويد الجمهور بكل ما يستجد من أحداث داخلية وخارجية، كما توفر أيضاً كماً هائلاً من البرامج الترفيهية لمساعدة الجمهور على الاسترخاء والهروب من مشاكل الحياة اليومية، ومن أجل الحصول على المعلومات تتفاعل وسائل الإعلام مع النظم الأخرى كالنظام الاقتصادي، والسياسي، والديني حيث تنشأ علاقة متبادلة بين وسائل الإعلام وهذه الأنظمة.

ومن ثم كانت البدايات الأولى لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على يد الباحثة ساندر بول روكيتش وزملائها عام 1974، عندما قدموا ورقة بحثية بعنوان منظور المعلومات وطلبوا فيها بضرورة الانتقال من مفهوم الإقناع لوسائل الإعلام لي وجهة النظر التي ترى قوة وسائل الإعلام كنظام معلوماتي يستمد من اعتمادات الآخرين

على المصادر النادرة للمعلومات التي تسيطر عليها وسائل الإعلام أي أن هناك علاقة اعتماد بين وسائل الإعلام والأنظمة الإعلامية الأخرى.

ومن ثم ظهر مفهوم الاعتماد على وسائل الإعلام من قبل الباحثين (دي فلور وساندرا بول روكيتش) مؤلفا كتاب نظريات وسائل الإعلام بعد أن قاما بملاء الفراغ الذي خلفه نموذج الاستخدامات والإشباع الذي أهمل تأثير وسائل الإعلام، وركز على المتلقي وأسباب استعمال وسائل الإعلام، فقد اتخذ الباحثان منهج النظام الاجتماعي العريض لتحليل تأثير وسائل الإعلام، حيث اقترحا علاقة اندماج بين الجمهور ووسائل الإعلام والنظام الاجتماعي، حيث كانت هي البداية الأولى لهذه النظرية.

ومن هنا وضع "ديفلير وركيتش" نموذج لتوضيح العلاقة بين وسائل الإعلام والقوى الاجتماعية الأخرى، وهو ما عرف بنظرية الاعتماد.

ويمكن تلخيص الفكرة الأساسية لنظرية الاعتماد على النحو التالي " إن قدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي سوف تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف، وهذا الاحتمال سوف تزيد قوته في حالة تواجد عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير، بالإضافة إلى ذلك فإن فكرة تغيير سلوك ومعارف ووجدان الجمهور يمكن أن تصبح تأثيراً مرتداً لتغيير كل من المجتمع ووسائل الاتصال، وهذا هو معنى العلاقة الثلاثية بين وسائل الاتصال والجمهور والمجتمع. ونظراً لاختلاف الأفراد في أهدافهم ومصالحهم أيضاً يختلفوا في درجة الاعتماد على وسائل الإعلام، وبالتالي يشكلون نظاماً خاصة لوسائل الإعلام ترتبط بالأهداف والحاجات الفردية لكل منهم، وطبيعة الاعتماد ودرجته على كل وسيلة من الوسائل في علاقتها بهذه الأهداف، ويترتب على اشتراك الأفراد في بعض الأهداف ودرجة الاعتماد على الوسائل التي تحقق هذه الأهداف، ظهور نظم مشتركة لوسائل الإعلام بين الفئات أو الجماعات. فعلى سبيل المثال يجتمع الأفراد الذين يهتمون بالشؤون المحلية بدرجة كبيرة في فئة لها نظامها الإعلامي الخاص، عندما ترى أن هذا الاهتمام يتحقق من خلال قراءة الصحف المحلية، وغيرهم من أفراد المجتمع في فئات تبحث عن التسلية والاسترخاء من خلال برامج معينة في التلفزيون، وهكذا يوحي هذا التقسيم إلى فئات بوجود نظم متفاوتة لوسائل الإعلام بالنسبة للأفراد تحدد طبيعة الأهداف، ودرجة الاهتمام بها وطبيعة الاعتماد على وسائل معينة، ودر تحقيق هذه الأهداف).

ويرى (دوفلور)، بوصفه أحد أقطاب هذا المدخل والمدافعين البارزين عنه، أن المؤسسة الإعلامية هي نظام اجتماعي (Social System) ذو طبيعة تفاعلية تبادلية مع الأنظمة الأخرى الموجودة في المجتمع. وعليه، فإنه من الصعب فهم طبيعة الأدوار والوظائف التي تقوم بها، ومن المتعذر فهم التأثير الذي تحدثه ما لم يتم فهم طبيعة الاعتماد المتبادل (Interdependent) والترابط الوثيق بينها وبين الأنظمة الأخرى، وبخاصة النظامين: السياسي والاقتصادي، من جهة، وما لم يتم، أيضاً، تحديد المجالات التي يعتمد فيها الجمهور على هذه المؤسسة من جهة أخرى".

كما وقد وضع هيرت وزملاؤه نموذج يوضح فيه العلاقات المتبادلة بين وسائل الإعلام والنظم أو الخصائص المميزة للمجتمع، حيث رأوا أن العلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمعات هي علاقة تبادلية، فالمجتمع ينشئ النظام الإعلامي القومي ويقوم الأخير بدوره في تطوير المجتمع أو تغييره، ومع اختلاف المجتمعات تختلف أيضاً النظم الإعلامية من مجتمع إلى آخر، وبذلك فإن العلاقة بين المجتمع ووسائل إعلامه متفردة، لأنها علاقة متحركة ونشطة وليست ساكنة حيث يؤثر كل منهما في الآخر (3). كما ترى هذه النظرية أن الجمهور يعتمد على معلومات وسائل الإعلام ليحقق حاجاته ويحصل على أهداف معينة، والنقطة المهمة في هذه النظرية بأن وسائل الإعلام ستؤثر في الناس الى درجة يعتمدون فيها على معلومات تلك الوسائل، وتتركز هذه النظرية على العلاقات بين النظم المعلومات الصغرى والمتوسطة والكبيرة ومكوناتها.¹

فروض النظرية:

- 1- يتراوح تأثير وسائل الإعلام بين القوة والضعف تبعاً للظروف المحيطة، والخبرات السابقة.
- 2- نظام وسائل الإعلام جزء من النسق الاجتماعي للمجتمع، ولهذا النظام علاقة بالأفراد والجماعات والنظم الاجتماعية الأخرى.
- 3- استخدام وسائل الإعلام لا يحدث بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي يكون فيه الجمهور ووسائل الاتصال.
- 4- استخدام الجمهور لوسائل الإعلام وتفاعله معها يتأثران بما يتعلمه الفرد من المجتمع ومن وسائل الاتصال، ويتأثر الفرد بما يحدث نتيجة تعرضه لوسائل الاتصال.

¹ منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، (د.ب)، (د.س)، ص 207-208-209-210.

تشتت النظرية شرطين أساسيين حتى يكون هناك اعتماد متبادل بين الجمهور، ووسائل الإعلام هما:

- 1- إذا قامت وسائل الإعلام بتحقيق وظائف مهمة للمجتمع زاد اعتماد المجتمع عليها. فإذا قامت وسائل الإعلام بعمل الوظائف المناطة بها، وأصبح بإمكانها إشباع حاجات الجمهور زاد ذلك من اعتماد الجمهور على هذه الوسائل.
- 2- ارتفاع حدة الصراع في الحروب مثلاً، أو التغيير السياسي، أو الاقتصادي، أو الاجتماعي يؤثر على درجة اعتماد الفرد على وسائل الإعلام نتيجة الظرف الذي أوجده الصراع. بمعنى أن الظرف الذي توجده الحروب أو التغييرات السياسية أو الاقتصادية يؤثر على كثافة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام. فهناك مجالات عديدة يعتمد فيها الجمهور على معلومات وسائل الإعلام لتلبية احتياجاتهم المعرفية عن العالم وعن المجتمع المحيط.¹

أهمية النظرية: لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام أهمية بالغة وهي تتمثل فيما يلي:

- 1- تتضمن نظرية الاعتماد على وسائل لإعلام " بعض العناصر من علم الاجتماع "sociologie" وبعض المفاهيم من علم النفس.
- 2- نفسر نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام العلاقات السببية بين الأنظمة المختلفة في المجتمع مما يؤدي لتكامل هذه الأنظمة مع بعضها البعض.
- 3- تجمع نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بين العناصر الرئيسية لنموذج "الاستخدامات والاشباع" من جانب ونظريات التأثير التقليدية من جانب آخر.
- 4- تقدم هذه النظرية نظرة فلسفية تجمع بين الاهتمامات التقليدية بمضمون الرسائل الإعلامية و التأثيرات التي تصيب الجمهور نتيجة التعرض لهذا المضمون.²

سمات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

¹ منال هلال، نفس المرجع، ص214-215.

² نجاد عبد المقصود، نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: الأسس والمنطلقات، https://episs_eg_erg، يوم 30 مارس 2022، 10:30، موقع.

- 1- تعتبر نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من نظريات التي تكون بمثابة نموذج مفتوح لبعض من التأثيرات المختلفة وبالتالي لا بد من التركيز على الابتعاد عن نموذج عدم وجود تأثير وسائل الإعلام، وهو ما ساهم في تصنيف هذه النظرية على أنها نظرية شاملة، كما تقوم بتوضيح العلاقة ما بين الرأي العام والاتصال.
- 2- تقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بالاهتمام بكافة الظروف التاريخية و التي من شأنها أن يؤثر على النظام الاجتماعي، و الذي يكون مرتبط بكافة المتغيرات الفردية و الشخصية.¹

إسقاط النظرية:

إن الفكرة الأساسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تقوم على أساس الانتقال من مفهوم اقناع وسائل الإعلام الى مفهوم قوة وسائل الاعلام بصفتها نظاما معلوماتيا يعتمد عليه الجمهور والنظرية تجسد مبدأ التفاعلية بين وسائل الإعلام وجمهورها، وبينها وبين النظم الاجتماعية المختلفة مثل: النظام السياسي والاقتصادي والديني.

وبالنظر الى التطور التكنولوجي الهائل الذي شهدته وسائل الإعلام فقد أصبحت رافدا مهما في نقل المعلومات وتزويد الجمهور بكل ما يستجد من أحداث داخلية وخارجية إضافة إلى توفير كم هائل من البرامج الترفيهية والتثقيفية تجذب الجمهور ليتفاعل معها، ومن هنا جاءت دراساتنا لتحاول استجلاء التفاعل بين الجمهور والبرامج المختلفة التي تبثها الإذاعة المحلية.

¹لبي مهدي، ماهية سمات نظرية الاعتماد على وسائل الأعلام والانتقادات الموجهة لها؟ e 3orabi .com، يوم 30 مارس 2022، 11:00.

الفصل الأول: الإذاعة في العالم

- الإذاعة: النشأة، الخصائص، الأهداف.
- الإذاعات: أنواعها، وظائفها، خصائصها.
- الإذاعة في الجزائر: النشأة، الخصائص، الأهداف.

حاولنا من خلال الفصل الأول من الإطار النظري عرض كل ما يتعلق بالإذاعة والإذاعة الجزائرية حيث تناولنا من خلال هذا الفصل نشأة الإذاعة، خصائصها، أهدافها مع أنواع الإذاعات، ووظائفها وأهميتها ثم تطرقنا إلى تناول نشأة الإذاعة في الجزائر وخصائصها وأهدافها.

الفصل الأول: الإذاعة حول العالم.

المبحث الأول: الإذاعة: النشأة، الخصائص، الأهداف.

المطلب الأول: نشأة وتطور الإذاعة:

لم تكن المحطات التي أنشأت في بادئ الأمر للإرسال والاستقبال اللاسلكي، تهدف إلى بث برامج إذاعية للترفيه والثقيف، وكانت شركات الشحن تستعمل هذه الأجهزة لتوجه سفنها المحملة بالموز وغيره إلى أسواق مريحة حسب قانون العرض والطلب، وذلك بالإضافة إلى النشرات الحيوية.¹

وبدأت التجارب والبحوث في مجال نقل الصوت عبر الأثير منذ بداية القرن 19 إلى بداية القرن 20 تواصلت هذه الأبحاث لمدة طويلة وفي أماكن مختلفة من العالم.²

وتبدأ قصة الإذاعة في العالم في منتصف عام 1865م عندما اكتشف العالم الإنجليزي جيمس كلارك ماكسويل الموجات الكهرومغناطيسية وبعد أكثر من 20 سنة أثبت هينريش هيرتز **Heinriek 13** العالم الألماني صحة نظرية ماكسويل وقام بإجراء التجارب لمدة عشر سنوات متتالية لإنتاج هذه الموجات الكهرومغناطيسية.³

ومن هنا نستطيع القول أن الراديو نشأ وتطور بفضل التقدم في العلوم الطبيعية وأيضا اختراعات تكنولوجية تولد عنها علوم أيضا تكنولوجية متخصصة صارت في خدمة تطور الإذاعة وتوفير متطلباتها الكثيرة والمتوالية.⁴

¹ عبد الرزاق محمد الدلبي، مدخل غلى وسائل الإعلام الجديدة، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ط1، 2012، ص 43.

² تسعديت قدور، أثر تكنولوجيا الاتصال على الإذاعة وجمهورها، دراسة مسحية في الاستخدامات والإشباع لدى الشباب، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، تخصص قياس جمهور وسائل الإعلام، 2010-2011، ص 108-109.

³ عباسي بصلي، محمد الفاتح حمدي، مدخل لعلوم الاتصال والإعلام (الوسائل، النماذج والنظريات)، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، ط 1، 2017، ص 70.

⁴ محمد سيد محمد، وسائل الإعلام من المنادي إلى الأنترنت، دار الفكر العربي، القاهرة، ط01، 2009، ص76.

وبعد أن تمكن ماركوني في عام 1896م من إرسال أول رسالة لاسلكية عبر الهواء، اكتشف إمكانية البث الإذاعي مصادفة، حيث أنه عام 1916م خطرت في بال المهندسين في شركة الإرسال الصوتي في مدينة بيتربورغ، بالو.م.أ فكرة إرسال الموسيقى الصادرة عن الأسطوانات تحاكي بالتناوب مع الكلام وقد ادهشتهم تلقوا طلبات لمزيد من الإرسال الموسيقي من مستمعين هواة غير متوقعين كانوا يستخدمون معدات استقبال منزلية الصنع، وبهذا ظهرت الإذاعة كوسيلة اتصال شعبية، واستخدمت من طرف الألمان، والكنديين لأول مرة في عام 1919م، ثم تبعتها الو.م.أ بافتتاح أول محطة إذاعية منتظمة في مدينة بيتربورغ بولاية ميتشجان الأمريكية في 31 أغسطس من عام 1920، باسم¹ KOKA .

المطلب الثاني: خصائص الإذاعة:

- 1- التغطية الجغرافية.
- 2- السرعة و الفورية.²
- 3- جمهور الإذاعة عريض وغير متجانس وبرامجها متنوعة لتناسب أذواق معظم الجماهير.
- 4- يمكن مخاطبة كل مستمع بلغته , فمثلا تبث صوت أمريكا ب 47 لغة.³
- 5- خدمة العملية التعليمية.
- 6- تخطي الحاجز الاقتصادي.
- 7- تخطي حاجز الأمية.
- 8- تنمية ملكية الخيال.
- 9- استخدام الموسيقى والمؤثرات الصوتية. (طارق الشاري)
- 10- الخاصية الاجتماعية والجماهيرية.
- 11- إمكانية البث المباشر للرسائل الإعلانية.⁴

¹ دليلة عامر، البعد التربوي والتعليمي في البرامج الإذاعية الموجهة للطفل، دراسة وصفية تحليلية لعينة من برامج الأطفال في الإذاعة الجزائرية، دار البداية ناشرون وموزعون، ط1، 2015، ص35-36.

² طارق الشاري، الإعلام الإذاعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط 1، 2010، ص79.

³ جمال العينة، مؤسسة الإعلام والاتصال، الوظائف، المشاكل، الأدوار، ديوان المطبوعات الجامعية، (د، ط)، 2010، ص108-109.

⁴ مصطفى يوسف كافي، مدخل على الإعلان وتنشيط المبيعات، الوراق للنشر والتوزيع، د ط، 2021، ص 99.

المطلب الثالث: أهداف الإذاعة:

للإذاعة جملة من الأهداف تسعى إلى تحقيقها، منها:

- 1 / نشر وتعميق المفاهيم والمبادئ والقيم الدينية والحضارية والإنسانية.
 - 2 / التعريف بالثقافات المختلفة بقدر يتفق ودرجة تعليم المتلقي ومحاولة خلق ارضية ثقافية مشتركة تكون سبيلا غلى تميز الهوية المصرية.
 - 3 / الاهتمام بالجانب التعليمي المهني ومحاولة ربطه بواقع الحياة ليواجه حاجة المواصلة في خطة التنمية.¹
 - 4 / تنمية القيم الإيجابية لدى المواطنين.
 - 5 / ارساء قيم الديمقراطية والدولة المدنية.
 - 6 / التوعية العامة بالعادات الصحيحة والقيم الايجابية.
 - 7 / ابراز المبادرات الشبابية و المجالات الجادة للنهوض بالمجتمع.²
- ومنه تعد الإذاعة أقدم وسيلة إعلامية تبث برامجها في الأثير إضافة إلى أنها تؤثر على الجمهور المستمع والمتلقي من خلال ما تقدمه من موارد إخبارية متنوعة، أما الإذاعة الجزائرية كانت لها مساهمة بالغة في إيصال الأخبار المحلية والوطنية ونشر الثقافة بين أفراد المجتمع.

المبحث الثاني: الإذاعات: أنواعها، وظائفها، خصائصها.

المطلب الأول: أنواع الإذاعة:

1-1-2 الإذاعة الدولية: هي الإذاعة التي لا تتجاوز حدود الدولة الواحدة إلى شعوب دول أخرى وليست للجمهور المحلي، ويطلق عليها في بعض الدول العربية " الإذاعة الموجهة " وهي غير الدعائية.³

¹ يامين قرناني، اقتصاديات وسائل الإعلام، الصحافة المكتوبة، الإذاعة، التلفزيون والسينما، نشر استيراد وتوزيع كتب، ط1، 2021، ص84.

² الساعة 21:4 ، 16 أبريل 2022. <https://m.facebook.com>

³ مصطفى يوسف كاخي، مرجع سبق ذكره، ص 148.

و هي بذلك موجهة للغير قصد التأثير عليهم , كما قد توجه للمغتربين من البلد الأم¹ , يستعين مكتب الإذاعة الدولية IBB بوحداث ثلاث رئيسية في بث الأخبار والبرامج وهذه الوحدات الرئيسية الثلاثة هي صوت أمريكا VOA و تلفزيون أمريكا العالم world net television وراديو وتلفزيون مارني²

ولا تختصر الإذاعات الدولية على الإذاعات الموجهة التي تبثها الدول إلى شعوب غيرها من الدول، بل يمتد مفهومها ليشمل أنماط أخرى من البث الإذاعي منها: تبادل بث البرامج بين دولتين أو أكثر.³

2-1-2 الإذاعة الوطنية: هي الإذاعة التي تبث برامجها من عاصمة الدولة، ولها من قوة البث ما يغطي البلد كله أين يشمل صوتها حدود الدولة، وتعني برامجها بالمواضيع من ناحية عامة.

دون الغوص في عمق التفاصيل بسبب تباين الجمهور، ما يجعلها تحاول التوفيق بين هذا الاختلاف الجماهيري، وقد يتبع مجال إرسالها على موجة ذات طول معين متفق عليه، وفي حين نتوقف قوة الإرسال على أجهزة المحطة التي تتبع الاستماع لها، مثل إذاعة صوت العرب.⁴

3-1-2 الإذاعة الإقليمية: وهنا تكون الخدمة الإذاعية موجهة إلى عدة مناطق داخل الدولة، وهناك نوع من التجانس بين تلك المناطق من حيث الجانب الثقافي، والاجتماعي والعادات والتقاليد واللغة.⁵

4-1-2 الإذاعة المحلية: هي عبارة عن مجموعة من الناس تعيش في منطقة جغرافية متجاورة، نشأة بينهم علاقة اجتماعية وثقافية معينة أدت غلى وجود مجموعة من المؤسسات والمنظمات الاجتماعية وإلى وجود أهداف اجتماعية مشتركة.¹

¹ شعبان مالك، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي، دراسة ميدانية بجامعة قسنطينة وبسكرة، دراسة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم اجتماع التنمية، 2005-2006، ص 72.

² فاروق خالد، الإعلام الدولي والعملة الجديدة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، د ط، 2011، ص 44.

³ بطرس حلاق، الإعلام والاتصال الدولي، الجامعة الافتراضية السورية، د ط، 2020، ص 41.

⁴ فهيمة قيبوش، معالجة الإذاعة المحلية لمشكلات الأسرة من وجهة نظر المستمعين- دراسة ميدانية على عينة من مستمعي الإذاعة المحلية لولاية أم البواقي، أطروحة مكتملة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة منثوري، قسنطينة، 2018-2019، ص 76.

⁵ ريم عبود، مدخل إلى الإذاعة والتلفزيون، الجمهورية العربية السورية، (د، ط) ، 2020 ، 2020 ، ص 23 ، 24

2-2-1 الوظيفة الإخبارية الإعلامية: تعتبر الوظيفة الإخبارية من جمع وتخزين ومعالجة ونشر مختلف المعلومات " أنباء، معلومات، آراء، تعليقات، صور، وتحويلها ومعالجتها ونشرها من أهم وظائف وسائل الاتصال ويلاحظ ذكر الآراء والتعليقات من ضمن الدور الاختياري لأننا نرى بأن الخبر يتضمن في حدود ذاته تعبير عن رأي ونقل لرأي التأثير الآراء.

فقد توزع وسائل الاتصال أخبار خاطفة للتأثير على الرأي العام، كما أني الأساليب العلمية التي تستعملها هاته الوسائل في التعامل مع الأخبار من تكرر، تجاهل، ترتيب، نوع....² تعتبر من أنجح السبل لتغيير آراء الفردية وتوجيه الرأي العام.

2-2-2 الوظيفة الترفيهية: من خلال البرامج الترفيهية والمسلسلات الإذاعية ومحطات الفكاهة، تضمنت الإذاعة المحلية الوظيفة الترفيهية، لجمهورها الذي يلجأ إليها عادة من أجل التنفيس والخروج عن الروتين اليومي عن العمل أو في البيت.³

2-2-3 الوظيفة السياسية: توظف الإذاعة من طرف النخب الحاكمة في النشأة السياسية لمجتمعها بهدف غرس قيم سياسية معينة تروج لها تلك النخب، كما تواظب على توصيل 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 وتنشر أفكارها وأيديولوجياتها إلى الأفراد في الداخل والخارج، كما تنقل مشاكلكم واهتماماتكم للسلطة لتصدر القرارات المناسبة.

2-2-4 الوظيفة التربوية: وهي وظيفة ليست أقل شأنًا عن سابقاتها من الوظائف حيث تشجع الإذاعة على التعليم واكتساب المعارف والمهارات والحصول على المعلومات وخبرات جديدة تساعد على اتخاذ القرارات والارتقاء

¹ عبد الصمد طالب احمد، علي جبار، الإذاعة المحلية بالجنوب ودورها في الثقافة السياحية، مجلة العلوم الإنسانية والحضارة، جامعة لوينسي علي، البليدة، المجلد 3، العدد 01، 2020، ص 12.

² فضيل دليو، تاريخ وسائل الاعلام والاتصال، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، ط4، 2013، ص29.

³ نوال محمد عمر، الإذاعة الإقليمية، ديوان الفكر العربي، القاهرة، (د، ط)، 1983، ص37.

بالسلوك الفردي والاجتماعي، أما تقوم على تثقيف الجماهير وتلبية احتياجاتهم الفكرية والنفسية والارتقاء بمستوياتهم الثقافية والحضارية وقد تجمع الإذاعة بين التثقيف والترفيه في آن واحد.¹

2-2-5 الوظيفة الاقتصادية: وهي وظيفة متصلة بمفهوم التنمية وذلك أن البعد الاقتصادي في عملية التنمية هو الأكثر بروزا من الجوانب الأخرى ومن هذه العملية إذ تقدم الإذاعة بين برامجها الإعلانات وفقرات إخبارية من أجل الترويج لسلعة أو خدمة ما ويساهم ذلك بطبيعة الحال في رفع مدخولاتها كما تلعب الإذاعة دور الرقيب لمختلف المشاريع الاقتصادية وتتطرق إلى أبرز أسباب تأخرها وتعطيلها، كما أنها تلعب دورا مهما في المناطق النائية، حيث تكسر عزلتها و تقدم لسكانها جملة من الإرشادات والنصائح التي يستوعون بها من أجل تحسين وضعيتهم، فهي مسؤولة عن التنمية الريفية و إنعاش الزراعة و الفلاحة.

2-2-6 الوظيفة الاجتماعية: تلعب الإذاعة دورا هاما داخل المجتمع، حيث تجعل خدمة المجتمع من أهدافها الأساسية فهي تسعى إلى ترسيخ قيم المجتمع و عقيدته و حضارته و عاداته و تقاليدته كما تسعى بالارتقاء إلى الفكر و السلوك لان مهمة الجهاز الإعلامي بصفة عامة و الإذاعة بصفة خاصة ليس شغل الوقت فقط بأي برامج، بل تهدف البرامج جميعها حتى ما كان منها للتسلية و المتعة إلى الوصول غلى الفكر السليم و تقويم السلوك الاجتماعي الفردي من خلال استغلال هذا التأثير بما يعود بالنفع إلى أن الإذاعة تعمل على بحث مشاكل المجتمع ومحاولة إيجاد الحلول لها لتكون واسطة بين شكاوي المواطنين والمسؤولين.²

المطلب الثالث: أهمية الإذاعة:

للإذاعة أهمية بالغة ومن بين هذه الأهمية نذكر منها:

1 / فالإذاعة اليوم هي فاعلة وبشكل كبير في تشكيل الرأي العام المحلي والدولي، والمعول عليها في تحريك هذا الرأي، فما أن تقوم بطرح فكرة معينة غير اتجاه معين تتلقى استجابات تقويمية، في حصر التأثير والتأثر، وما يسمعه الفرد

¹ بدانيفؤاد، سوسيولوجية القيم الاخبارية بالإذاعة الجزائرية- دراسة ميدانية حول إذاعة مستغانم، اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، علوم علم اجتماع والاتصال، جامعه وهران 02، 2015 / 2016، ص 57/56.

² عدلي سيد محمد، البناء درامي في الراديو والتلفزيون، دار الفكر العربي، مصر، د ط، ط، ص 146.

بأذنه لا يقل أهمية عما يشاهده بأمر عينه، بل بالعكس التركيز هنا يكون أكثر وخاصة على مفردات رسالة إعلامية ناجحة، التي تكون وتشكل اتجاه معين أو رأي معين 3.

2 / إن الأساليب الفنية والمتطورة والمتجددة مكنت الإذاعة من توظيف رسائلها الاتصالية في برنامج التنمية وعمليات التغيير الاجتماعية والاقتصادية التي تشهدها المجتمعات المعاصرة من خلال التأثير على العاطفة والعقل

3 / أسهمت الإذاعة في خلق الإحساس الجمعي لدى الأفراد بعيدا عن العزلة لدرجة أخذ معها الفرد يحس انه عضو في مجتمع كبير يمكن أن يتفاعل معه من خلال هذه الوسيلة.

4 / الفورية في نقل البرامج الإذاعية أشعرت الفرد بالإحساس بالذات والتفاعل مع المجتمع بمصادقية من خلال هذه الوسيلة وأسهمت الإذاعة في توسيع محركات الفرد وتنمية خياله.

5 / إمكانية تقديمها لمضامين مختلفة ومتنوعة أدى إلى تحقيق أهدافها في المجتمع.

6 / إمكانية تسجيل البرامج وإعادة بثها لأكثر من مرة أتاح إمكانية ترسيخ الكثير من القيم والمفاهيم وأنماط السلوك والمعايير الاجتماعية.¹

المبحث الثالث: الإذاعة في الجزائر: النشأة، الخصائص، الأهداف.

المطلب الأول: نشأة الإذاعة المحلية في الجزائر:

شهدت الإذاعة الجزائرية ميلادها في وهج الثورة التحريرية و بالضبط غي يوم 16 ديسمبر 1956 م، حيث شرعت الإذاعة السرية " صوت الجزائر الحرة " المكافحة في بث برامجها بجهاز إرسال محمول فوق شاحنة من نوع GMC تم اقتناؤها من القاعدة الأمريكية بالقيطرة في الغرب.²

وكان الإرسال الخاص بهذه الإذاعة يستمر لمدة ساعتين في المساء بالعربية، الفرنسية، بالدارجة والقبائلية وكانت برامجها أسبوعية، لكنها لاقت صعوبات تتمثل في عدم وجود الخبرة لدى العاملين في هذا الميدان وبالرغم من ذلك كان لها الأثر البالغ على الشعب، تمثل أساسا في توجيه الرجال إلى المعركة و رفع معنويات المناضلين و زرع الثقة

¹ مصطفى حميد كاظم الطاقى، الفنون الإذاعية والتلفزيونية وفلسفة الاقناع، دار الوفاء للنشر والطباعة، الاسكندرية، (ط)، 2008، ص21.

² محمد شلوش، الإذاعة الجزائرية، النشأة والمسار، (د، ط)، (د، س، ط)، ص 02.

في نفوس الشعب، وبعد الاستقلال كان على الجزائر أن تواجه هذا التحدي الإعلامي و التقني، لإسماع صوت الجزائر و محاولة إشباع مختلف رغبات الشرائح الاجتماعية، من خلال إنشاء العديد من المحطات الإذاعية العمومية طبقاً لأحكام المادة 13 من قانون الإعلام 07 / 90 والتي سمحت باستعمال إمكانيتها وقنواتها لبث الثقافة الشعبية باستخدام اللهجات المحلية، وترسيخ الوحدة الوطنية حيث تنص المادة على تولى أجهزة الإذاعة الصوتية المسموعة التابعة للقطاع العام في قناتها المتخصصة في بث الثقافات الشعبية والتكفل باستعمال كل اللهجات الشعبية للتبليغ وترسيخ الوحدة الوطنية والقيم، العربية الإسلامية في المجتمع الجزائري وأول إذاعة محلية تم انتشاؤها هي إذاعة الساورة في 20 أبريل 1991 م وبعدها إذاعة متيجة في 08 ماي 1991 م وإذاعة الوجات " ورقلة " في 09 ماي من نفس السنة، لتتوالى بعد هذا التاريخ، سلسلة المحطات الإذاعية المحلية، ليكتمل بشكل تدريجي فتح الإذاعات المحلية على مستوى كل ولاية، و هكذا أخذت الإذاعة الجزائرية على عاتقها مهام إعلام المواطن بكل ما يرتبط بالحياة الوطنية، الجمهورية المحلية والدولية وصار عليها أن تساهم في ترقية الاتصال الاجتماعي وقيم الديمقراطية والتسامح وتعزيز مسار التعددية وحماية مقومات الهوية والثقافية الوطنية بكل مكوناتها وتنوعها.¹

المطلب الثاني: خصائص الإذاعة في الجزائر:

تتميز لإذاعة محلية في الجزائر بالعديد من الخصائص نذكر منها:

- 1- تجربة الجزائر في ميدان البث الجهوي حديثة تقترن بالتجربة الديمقراطية نفسها.
- 2- المخاطبة الجهوية مشروع من المشاريع التوسيعية للإذاعة الوطنية وبالتالي فهي امتداد للمؤسسة الوطنية.
- 3- الإذاعة المحلية قطاع عمومي، مع أن قانون الإعلام العام 1990 م يسمح بتحرير الموجات وإطلاق المشاريع الخاصة.
- 4- الانطلاق السريع والمفاجئ للمحطات كان يعبر عن مسايرة الوضع العام أكثر منه عن الحاجة للإذاعة المحلية.
- 5- بعض الإذاعات تتجاوز الحدود المحلية لتغطي أكثر من ولاية مما يجعلها وجهة أكثر منها محلية.²

المطلب الثالث: أهداف الإذاعة المحلية في الجزائر:

للإذاعة المحلية في الجزائر مجموعة من الأهداف منها:

¹ نوال بومشقة، الاعلام الثقافي في الإذاعة المحلية الجزائرية وتأثيرها على الشباب، ألفا للوثائق، عمان، الأردن، ط 1، 2021، ص 102/104.

² نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، الدار الخلدونية للنشر والتوزيع، د س، ط، ص 144/145.

- 1- ضمان التعددية وفقا للأحكام الدستورية والنصوص اللاحقة لها.
- 2- الوفاء في حدود إمكانياتها باحتياجات التربية والترفيه والثقافة لمختلف الفئات الاجتماعية قصد إنهاء معارفها وتطوير المبادئ لدى المواطنين.
- 3- المساهمة في تنمية انتاج الأعمال الفكرية ونبتها.
- 4- تشبع التواصل الاجتماعي في السياق التعددي والمساهمة بجميع السبل والوسائل في توسيع التواصل.
- 5- تشجيع الثقافة الوطنية وإشعاعها بجميع خصوصياتها وعناصرها مكوناتها وترقيتها.
- 6- القيام بحفظ المحفوظات الإذاعية.
- 7- تشجيع المشاركة في التطور الاجتماعي.
- 8- تقديم البرامج لتطوير وتنمية المجتمع.
- 9- تكثيف تبادل المعلومات داخل المجتمع.
- 10- تعزيز الثقافة الفنية والفكرية والاجتماعية.¹

¹ طاهري لخضر بن العيد، أهمية ووظائف الإذاعة المحلية في الجزائر، مجلة الحوار، الثقافي، جامعة زيان عاشور الخلفة، المجلد 9، العدد 2، 2020، ص60-

الفصل الثاني:

الإذاعة المحلية والبرامج التفاعلية.

- الإذاعة المحلية: النشأة، الخصائص، الأهداف.
- إذاعة تيارت المحلية: النشأة، أهم برامجها، أهدافها.
- البرامج التفاعلية: التطور التاريخي لمفهوم التفاعلية، أنواع البرامج التفاعلية.

تناولنا من خلال هذا الفصل ثلاثة مباحث، المبحث الأول تطرقنا فيه إلى: نشأة وتطور الإذاعة المحلية، أهدافها، خصائصها، والمبحث الثاني تطرقنا فيه إلى التحدث عن نشأة الإذاعة المحلية لولاية تيارت، وأهم برامجها، وأهدافها، أما فيما يخص المبحث الثالث تحدثنا فيه عن التطور التاريخي لمفهوم التفاعلية وأنواع البرامج التفاعلية، وأبعادها.

المبحث الأول: الإذاعة المحلية: النشأة، خصائصها، أهدافها.

المطلب الأول: نشأة الإذاعة المحلية:

أصبحت فكرة انشاء محطات الإذاعة المحلية اتجاهها من أكبر الاتجاهات المأخوذ بها في هذا المجال، تضم الاتصالات الصوتية المنتشرة في أنحاء العالم جميعها، وهذا للاعتبارات الاجتماعية التي أصبحت تتميز بها المجتمعات من جهة أخرى، فهناك المئات بل الآلاف من محطات البث المحلي التي تنشر في أوروبا وأمريكا الشمالية وأمريكا الجنوبية وإفريقيا وأستراليا.¹

المطلب الثاني: خصائص الإذاعة المحلية:

للإذاعة المحلية العديد من الخصائص التي تميزها عن غيرها من الأنماط الإذاعية، منها:

- 1- الإذاعة المحلية تستهدف جمهور مصغر ومحدود ومعروف نسبيا في المناطق التي فيها.
- 2- مضمون الإذاعة المحلية مستهدف من المجتمع المحلي بمكوناته وعاداته وتقاليده و يسعى إلى تلبية ميول وأهواء أفراد هذا المجتمع ويلبي حاجاتهم المختلفة ويقترّب من مشاكلهم.²
- 3- تناسق المجتمع الذي تغطيه من الناحية الاقتصادية والثقافية والاجتماعية.
- 4- شغلها حاسة السمع، و هذه الميزة تساعد التلقي بين السلطة والمواطن باعتبارها تودي دور الوسيط.³

¹ طاهري لخضر، واقع الإذاعة المحلية ومعالجتها للمشكلات الاجتماعية- إذاعة الجلفة نموذجاً، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، تخصص علم الاجتماع، 2011-2012، ص48.

² عبد المجيد سكري، الاذاعات المحلية لغة العصر، (د، ط)، دار الفكر العربي، القاهرة، ص13.

³ قدوري عبد القادر، الإذاعة المحلية الجزائرية ودورها الإخباري والتوعوي، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة حمة لخضر، الوادي، العدد 24، ديسمبر 2017، ص345.

تسعى الإذاعة المحلية إلى تحقيق العديد من الأهداف ومن بين هذه الأهداف نذكر:

- 1- تنمية الوعي لدى المواطنين و إبراز التوعية بالحريات والحقوق.
- 2- خدمة الثقافة الوطنية، وتعميق جذورها عن طريق ما يقدم من برامج وأبحاث حفاظا على الإرث الحضاري و الثقافي لكل منطقة وإبرازها.¹
- 3- التعريف بتقاليد المنطقة وخصوصيات سكانها ومحاولة إحياء التراث المحلي والمحافظة على بقائه.
- 4- تسليط الضوء على المناطق الأكثر حرمانا ومراعاة خصوصيات سكانها.
- 5- تنشيط وتغطية الأحداث المحلية مع إبراز الثقافة المحلية بقصد المحافظة عليها وتطويرها.²

المبحث الثاني: إذاعة تيارت المحلية: نشأتها، أهم برامجها، أهدافها.

المطلب الأول: نشأة إذاعة تيارت:

تعتبر إذاعة تيارت إذاعة محلية جزائرية تبث برامجها متنوعة باللغة العربية، تعود نشأتها الى يوم 25 أكتوبر 1998م تم تدشينها من طرف وزير الاتصالات حمراوي حبيب شوقي بحي الاخوة قيطوف، انطلقت هذه الإذاعة بـ 09 عمال بالإضافة الى المدير حيث كان السيد محمد كمال أول مدير للإذاعة، وكان الحظ حليف السيدة نوال قواري بإلقاء أول كلمة في هذه الإذاعة عبر أثير 100.1 FM، ودامت مدة البث في اليوم الأول 4 ساعات من 9:00 صباحا الى غاية 13:00 مساء، والصحفي الوحيد: شيخاوي عبد الرحمان، والمخرجة الوحيدة زهرة بربرة، وبالنسبة للجانب التقني كان: المهندس عبد الرحمان الكبيش، والزميلة فتيحة بوزان مهندسة صوت، والزميلة عائشة حمزاوي تقنية الصوت، وخير الدين شريف.

¹ نور الدين تواتي، مرجع سابق ذكره، ص165.

² صالح محمد حميد، دور الإذاعة المحلية في ترسيخ مفهوم الوحدة الوطنية، دار اداء غي، ط 1، 2012، ص115.

الإذاعات المحلية والبرامج التفاعلية

وبالنسبة للمنشطين: كانت المنشطة سعاد بن مجاهد والزميل الوئيس خياطي، وبعدها بدأ يزداد عدد العمال حيث أنظم الى قائمة العمال، الطيب لعزب وبالنسبة الى الصحفيين المتعاونين كانت الصحفية فضيلة ساحي وهي أول متطوعة في إذاعة تيارت، والصحفي مختاري بومعزة، وفي سنة 2003 التحق الصحفي أحمد بن عودة، و الصحفية سعدية بلبركة، ثم التحقت السيدة خالدية بسبسي بصفة مراسلة كانت لهل تجربة في ميدان الصحافة ثم انتقلت إلى مجال التنشيط، أول من التحق بالمخرجين الزميل جميل بالقصة، ثم التحقت عائشة مسعودي، ثم التحقت الزميلة راضية بلعربي في مجال الاشهار و بعدها التحق الزميل محمد عصنون و أيضا الزميل محمد بكوش ثم التحق الزميل خالد محمد نور الدين كانت لديه تجربة في الجانب التقني ثم انتقل إلى العمل كمخرج، ثم التحقت الصحفية ياقوتة تاجر، ثم الصحفية فتيحة ميموني، وفتيحة عين قادة ثم التحق الصحفي خالد باية وفتيحة بلمعاسي هي آخر صحفية التحقت بالإذاعة.

المراسلين الصحفيين كان عددهم أربعة مراسلين: الجيلالي العربي، بن شعيب بن عوجه، بن شلالة، والمراسل حياطي بن عامر، عمار مدرسة.

وأول برنامج بث في هذه الإذاعة، برنامج طبيب العائلة كان يث مرة في الأسبوع، يهتم بالجانب الصحي للمواطن ثم يليه برنامج فنون محلية يهتم بكل ما هو محلي وحرفي وثقافي، ثم برنامج دوان الأشعار يهتم بشعراء المنطقة، ثم بدأت تتطور البرامج وتنوع حسب الفصول.¹

المطلب الثاني: أهم البرامج التفاعلية في إذاعة تيارت:

- برنامج الألعاب.
- البرامج الاقتصادية.
- البرامج الدينية.
- البرامج الرياضية.
- البرامج الاقتصادية.

المطلب الثالث: أهداف إذاعة تيارت:

¹ مقابلة مع السيدة سعاد بن مجاهد يوم 21 مارس 2022 على الساعة 10:00 صباحا، ويوم 16 ماي 2022 على الساعة 13:00 مساء.

الإذاعات المحلية والبرامج التفاعلية

- تحقيق التنمية الفكرية عن طريق نقل ما يريده المستمع المحلي.
- التعريف بعادات وتقاليد المجتمع.
- تنمية الإعلام الجوّاري عن طريق إعلام الناس بكل المستجدات الراهنة على المستوى المحلي والوطني.
- التقرب من المواطن ونقل اهتماماته وانشغالاته إلى السلطة المعنية.
- مساندة التنمية داخل المجتمع.
- خدمة المستمعين المحليين.

المبحث الثالث: البرامج التفاعلية: التطور التاريخي لمفهوم التفاعلية، أنواع البرامج التفاعلية،

أبعاد التفاعلية.

المطلب الأول: التطور التاريخي لمفهوم التفاعلية:

لقد بدأ الاهتمام بدراسة التفاعلية منذ أن أكد وينر أهمية رجوع الصدى عام 1948 م رغم شهرة هذا المصطلح أبان الخمسينيات والتسعينيات من القرن الماضي إلا أن استعماله في بحوث الاتصال تراجع في العقود الأخيرة بسبب بنية الاتصال الجماهيري، فطبيعة الإعلام أحادية الاتجاه الذي فرضه تبادل الأدوار بين المرسلين والمتسلمين.

كما أن مفهوم التفاعلية تطور وتماشى مع الوتيرة المتسارعة الانتشار تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة والدافع وراء هذا النوع من الدراسات يكمن في الممارسة وسلوكيات المستخدمين لهذه التكنولوجيا الحديثة والتي بفضلها أصبحنا نتحدث عن سيولة اتصالية حققت ما يسمى " الإعلام التفاعلي " ذو اتجاهين والذي يحدث بين مرسل والمستقبل، وتركز معظم أدبيات التفاعلية على قضايا لها علاقة بمستويات محددة من الظاهرة التكنولوجية الاتصالية الجديدة.

ويمكننا أن نشير أن التأسيس النظري للتفاعلية فهو مؤسس على أرضية مختلفة تقاليد الأبحاث في الاتصال الشخصي والاتصال الجماهيري والبعد النفسي في علاقة الإنسان والآلة وهذا يقسم أن أدبيات التفاعلية تركز أساسا

الإذاعات المحلية والبرامج التفاعلية

على التفاعل واستعمالات الأفراد لتكنولوجيا الاتصال الحديثة يهتم المقترَب الأول بالحركة الاجتماعية والثاني يعالج تأثير التقنية.¹

المطلب الثاني: أنواع البرامج التفاعلية: هناك مجموعة من البرامج ومن بينها:

3-2-1 البرامج الحوارية: وهي البرامج التي يستضيف فيها المذيع ضيف معه في البرنامج ويحاوره.

3-2-2 البرامج المباشرة: وهي نوعية من البرامج التحليلية الاقتصادية، أو البرامج الاجتماعية، أو البرامج الطبية، وتعتمد تلك النوعية من البرامج على شخص واحد فقط ويكون خبير في مجاله، ويتحدث عن موضوع معين وهو بذلك يعتبر خبيراً وليس مذيعاً لأنه يقوم بمحاورة أحد.

3-2-3 البرامج الإخبارية: وهي البرامج التي تعرض فيه الأخبار بصورة نمطية عرضية، حيث يتم وضع الأخبار أمامه إما أمام الشاشة أو في الإذاعة ويكون فيها نمط الصوت والهيئة شديدين.

3-2-4 برامج المسابقات: وهي نوع من أنواع البرامج السهلة وتكون بما فكرة جديدة إبداعية، فما هي إلا اجتماع مجموعة من الجمهور واختيار نوعية من المسابقات التي تناسب الجمهور وأسلوب العرض، وتعتمد المسابقات التلفزيونية على الحركة والإثارة، أما المسابقات الإذاعية على المستبقات المعلوماتية الصوتية أي السؤال والإجابة النصية.²

3-2-5 البرامج الاقتصادية: هي برامج رسمية إلى حد ما يكون محور تركيزها المعلومة والرقم وهدفها التنمية والتطوير، و يجب أن تقدم هذه البرامج بأسلوب مميز غير مفرط بال رسمية، ولكنه بعيد عن الخفة والسرعة فهي برامج تتمتع بالوضع الاقتصادي للدولة.³

¹ دليلة عزوبة، سلمة عروية، الأبعاد التفاعلية للمضمون الإعلامي عبر موقع الفاييسوك، مجلة العلوم الإنسانية، العدد، ج02، ديسمبر 2017، ص91.

² محمد الجفيري، البرامج الإذاعية والتلفزيونية، دار صناعات الإبداع للإنتاج والتوزيع، د ط، د س ط، ص 13، 14، 15.

³ عاطف حميدي، العمل الإذاعي والتلفزيوني، مفاتيح النجاح وأسرار الإبداع، دار أبو ظبي العربية للنشر والتوزيع الإمارات العربية المتحدة، ط 1، 2004، ص 184.

3-2-6 البرامج الدينية: تشكل البرامج الدينية وبرامج الإفتاء في قائمة أولويات كثيرة من القنوات الفضائية الجزائرية، لاجتذاب المشاهدة، فكثير من القنوات الفضائية أيا كانت اهتماماتها وأهدافها، إخبارية، ثقافية، رياضية، تحرص على تقديم برامج دينية تجيب عن أسئلة المشاهدين، واستفساراتهم وتوضح لهم أمور دينهم، كما تناقش في الوقت هموم الناس وقضاياهم في إطار الشريعة الإسلامية مستضيفة في ذلك مجموعة من العلماء والمفكرين وطلبة العلم والمختصين النفسانيين والاجتماعيين وغيرهم.¹

3-2-7 البرامج الترفيهية: تكون هذه الحصص على شكل منوعات وفضاءات موسيقية من مختلف الطبوع الغنائية للمجتمع المحلي، كما تقدم برامج مسابقات وحصص للترفيه، الهدف منها الترويج والترفيه عن المستمع وتعريفه بمختلف الأنواع الغنائية.²

المطلب الثالث: أبعاد التفاعلية: للتعاملية أبعاد عديدة من بينها:

3-3-1 تعدد الاختيارات المتاحة أمام المستخدمين: يدرك مضمون الصحف على شبكة الانترنت أنها كلما زادت الوصلات الشعبية على المواقع، زادت اختيارات المستخدمين للإجار خلال موقع الصحيفة، وهذه الاختيارات مهمة الأحداث التفاعلية.

3-3-2 إمكانية الاتصال الشخصي: ويقصد به على وجه الخصوص إمكانية الاتصال بين المستخدمين للوسيلة الاتصالية ببعضهم بعضا. وساعد على ذلك توافر منتديات أو فرق الدردشة ومجموعة النقاشات التي تجذب القراء على موقع الصحيفة لفترة أطول.³

3-3-3 المراقبة المستمرة للموقع: ويعني توفير أداة أو أكثر لمراقبة موقع الصحيفة بحيث يمكن للموقع ان يسجل كل من زار الموقع وأي جزء قائم بزيارته وأكثر الموضوعات قراءة وتحميلا وتعليقا من قبل المستخدمين.¹

¹ عبد الرحمان زاوي، مرجع سبق ذكره، ص 197.

² ناجح مخلوف، الإعلام المحلي المسموع والنوعية حول التوعية حول الجريمة بالمجتمع الجزائري، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة المسيلة، العدد 05، (د،س، ط)، ص 211.

³ عبد الرحمان زاوي، لغة الإعلام بين الفصحى والدراسة، جامعة المدينة، المجلد 07، العدد 2، 2020، ص 197.

3-3-4 البعد الاجتماعي للتفاعلية: يهتم هذا البعد بدراسة عملية التفاعل الاجتماعي المتمثلة في الطرائق التي يتفاعل وفقها الأفراد مع بعضها البعض، وما يتخلل الحياة اليومية من تفاعلات وتبادلات وذلك لفهم المجتمع ككل بالفعل، فإن الذي يتأمل الحياة اليومية يلاحظ كيف أن كل ما يحدث فيها هو تفاعل وتبادل على نحو ما، والتأثير المتبادل بين طرفين عاقلين أو غير عاقلين، أي إنسان مع إنسان أو آلة مع آلة، هو جوهر التفاعلية.

3-3-5 البعد النفسي الاجتماعي: يقوم البعد النفسي الاجتماعي للتفاعلية على النموذج الاجتماعي التمثالي الذي يربط الاتصال بواسطة الحاسوب بذلك الذي يحدث في التلفزيون، إذ يتفاعل المستخدمون ضمناً مع آخري افتراضياً عن طريق الحاسوب، إذ الناس يتفاعلون اجتماعياً مع الحواسيب، فنستنتج أن التفاعل مع الحاسوب اجتماعي ويشبه الاتصال الشخصي أكثر من الاتصال الجماهيري.

3-3-6 البعد التكنولوجي للتفاعلية: إن التفاعلية من المنظور البعد التكنولوجي تروج لها الصناعة وإعلاناتها حول التكنولوجيا الحديثة، ويركز هذا البعد على الخصائص الجهوية في الوسائط التكنولوجية وليس على الرسالة أو المستخدم أو حتى العملية الاتصالية التفاعلية.

3-3-7 البعد الإدراكي للتفاعلية: بعد دفع تطور الاتصال بواسطة الحاسوب، فالباحثين لدراسة كيفية تأثير الوسائط المتعددة على مختلف مظاهر الاتصال الإنساني، ولقد انصب اهتمامهم على عملية التفاعل الإنساني عبر الوسائط المتعددة والمتمثلة في "التفاعلية الحديثة" أو عبر وسائل الاتصال الجماهيري والذي يطلق عليه التفاعلية التقليدية، حيث ركز بعض الباحثين على طبيعة شخصية المستخدم وقدراته الإدراكية، واعتبروا أن الإدراك هو المؤشر المهم لفهم الإدراك التفاعلي الكلي.

3-3-8 إمكانية البحث عن المعلومات: ويساعد ذلك على توفير وسائل الإعلام أو محركات البحث أما المستخدمين، سواء البحث عبر موقع الصحيفة أو البحث عبر الإنترنت، إضافة إلى وجود أرشيف الصحيفة، مما يسمح بالاطلاع والبحث في الأعداد السابقة من الصحيفة عبر الإنترنت.

¹ عاطف حميدي، العمل الإذاعي والتلفزيوني، مفاتيح النجاح وأسرار الإبداع، دار أبو ظبي العربية للنشر والتوزيع الإمارات العربية المتحدة، ط 1، 2004، ص184.

3-3-9 إمكانية إضافة المعلومات: في هذا المجال يصبح المستخدم بمثابة مراسل محرر للموقع، إذ يجب على مواقع الصحف على الأنترنت تسهيل عملية إضافة المعلومات على الموقع من قبل المستخدمين.¹

ختاميا نستنتج أن الإذاعة المحلية جهاز إعلامي تقوم ببث برامجها من اجل مخاطبة المجتمع خاص محدود العدد وخدمة المجتمع المحلي، إذاعية تيارت المحلية فهي كغيرها من الإذاعات عرفت تطور كبير لفضل ارتفاع نسبة المستمعين والمتفاعلين مع برمجها المقدمة، في حين ساهمت البرامج التفاعلية في الرفع من المستوى الثقافي والمعرفي لدى المستمعين والترفيه عنهم من خلال ما تقدمه من برامج تثقيفية وترفيهية وغيرها من البرامج.

¹عاطف حميدي، نفس المرجع، ص184.

الفصل الثالث:

برامج إذاعة تيارت ومتابعوها.

- المبحث الأول: المعلومات الخاصة بالمبحوثين.
- المبحث الثاني: الاستماع والتواصل مع إذاعة تيارت.
- المبحث الثالث: البرامج الإذاعية المفضلة.
- المبحث الرابع: التفاعل مع البرامج الإذاعية.
- المبحث الخامس: نتائج الدراسة.

لكل دراسة جانب ميداني يعتبر الأهم فيها لكونه يربط بين الجانب التمهيدي والجانب النظري للدراسة، إذا اخترنا في دراستنا هذه إذاعة تيارت الجهوية، ودراسة مجموعة من المستمعين، لمعرفة مدى حرصهم على متابعة هذه الإذاعة ونوعية البرامج التي يتابعونها، بالاعتماد على مجموعة من المعطيات على هيئة تساؤلات خاصة بالدراسة مدونة على استبيان والذي تم تحكيمة من قبل أساتذة من ضمن تخصص اتصال وعلاقات عامة من طرف الأستاذة مداح خالدية التي قامت بإعادة ترتيب تساؤلات المحور الرابع، والأستاذ بلقاسم بن عودة، قام بتصحيح بعض الأخطاء في المحور الأول، في حين قام الأستاذ موسى بن عودة بتقديم ملاحظة عن السؤال الأول في المحور الثاني.

قياس الثبات

المحاور	معامل ألفا كرونباخ
المحور الثاني	0.706
المحور الثالث	0.86
المحور الرابع	0.61
المجموع	0.91

من خلال الجدول نلاحظ أن معامل الثبات للاستبيان بلغ 0.91 وهو ينتمي إلى قيمة معامل الثبات 0.80، 0.96 ومنه يمكن القول ان أداة دراستنا بدرجة ثبات جيد جدا.

وقد تناولنا في دراستنا أربعة مباحث:

- ❖ المبحث الأول: المعلومات الخاصة بالمبحوثين.
- ❖ المبحث الثاني: الاستماع و التواصل مع إذاعة تيارت.
- ❖ المبحث الثالث: البرامج الإذاعية المفضلة.
- ❖ المبحث الرابع: التفاعل مع البرامج الإذاعية.
- ❖ المبحث الخامس: نتائج الدراسة.

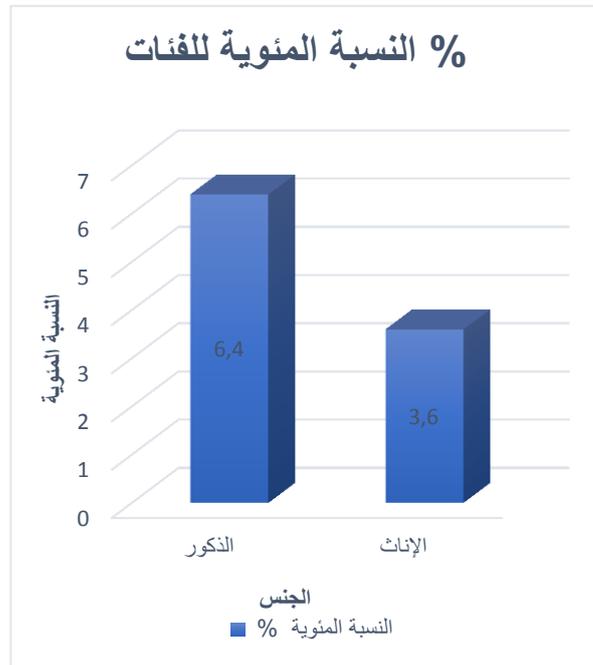
المبحث الأول: المعلومات الخاصة بالمبحوثين.

في هذا المبحث سوف نتطرق الى مجموعة من المعلومات الخاصة بالمبحوثين والتي نتناول في مجملها معلومات تخص الجنس والسن، والمستوى التعليمي، ووظيفة الأفراد، والحالة المدنية، ومكان إقامة المستمعين والاستماع إلى الإذاعة وزمن الاستماع إليها والوسيلة المستخدمة للاستماع وغيرها من العناصر

الجدول (01) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.

النسبة %	تكرار	الجنس
64 %	35	الذكور
36 %	20	الإناث
100 %	55	المجموع

الشكل البياني (01) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس



يوضح الجدول أعلاه والذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس حيث نلاحظ أن نسبة الذكور تزيد عن نسبة الإناث حيث بلغ عدد الذكور 35 ذكرا أي بنسبة 64%، وعدد الإناث بلغ 20 أنثى أي بنسبة 36%.

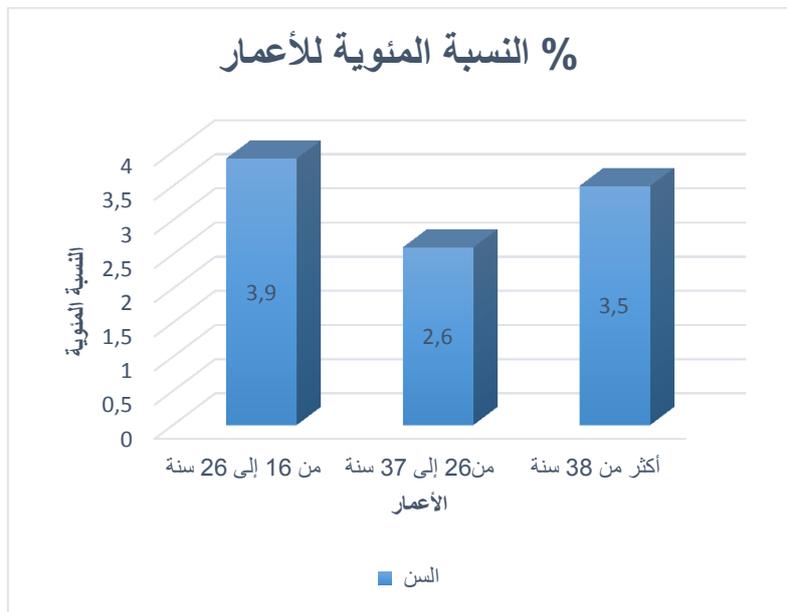
برامج إذاعة تيارت ومتابعتها

نستج من خلال معطيات هذا الجدول أن نسبة الذكور مرتفعة عن نسبة الإناث و لعل ذلك راجع إلى الاختلاف في نوعية البرامج التي يتابعها كلا الجنسين، إضافة إلى الاختلاف في الاهتمامات والحاجيات.

الجدول (02) يوضح سن مستمعي الإذاعة.

النسبة %	التكرار	السن
39 %	21	من 16 الى 26 سنة
26 %	15	من 27 سنة الى 37 سنة
35 %	19	38 سنة فما فوق
100 %	55	المجموع

الشكل البياني (02) يوضح النسبة المئوية للأعمار.



يوضح الجدول أعلاه والذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب السن أن أفراد العينة الذين يتراوح سنهم من 16 على 26 سنة بلغ عددهم 21 شخص بنسبة 39% وأن أفراد العينة الذي يتراوح سنهم من 27 إلى 37

برامج إذاعة تيارت ومتابعتها

سنة بلغ عددهم 15 شخص بنسبة 29% والأفراد الذي يفوق سنهم 38 سنة بلغ 19 شخص أي بنسبة 35%.

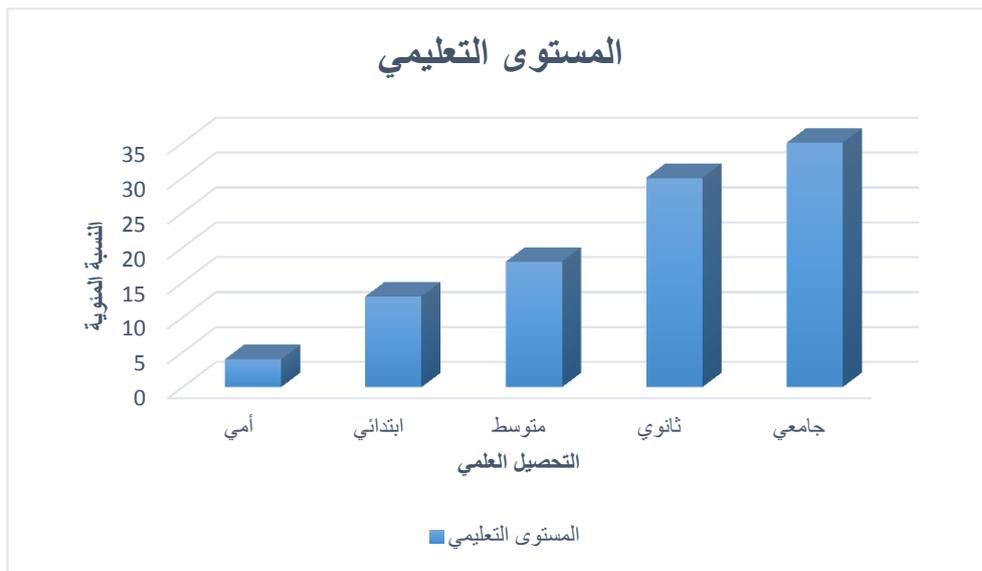
نستنتج من خلال معطيات الجدول أن نسبة الأشخاص الذين يستمعون للإذاعة هم الذين يبلغ عمرهم من 16 إلى 26 سنة عكس الفئات الأخرى و لعل ذلك راجع إلى الهرم الديموغرافي للمجتمع الجزائري الذي يتميز بارتفاع نسبة الفئة الشبانية

فاختلاف الأعمار يعني اختلاف الحاجيات والاهتمامات والرغبات والتوجهات، فالفرد تتغير اهتماماته وتتأثر مع زيادة السن وتطور مستوى نضجه وتفكيره.

الجدول (03) يوضح المستوى التعليمي للمستمعين.

النسبة %	التكرار	المستوى التعليمي
4 %	2	أمي
13 %	7	ابتدائي
18 %	10	متوسط
30 %	17	ثانوي
35 %	19	جامعي
100 %	55	المجموع

الشكل البياني (03) يوضح النسبة المئوية للمستوى التعليمي.



برامج إذاعة تيارت ومتابعتها

يوضح الجدول أعلاه المستوى التعليمي للأشخاص المستمعين للإذاعة حيث بلغ عدد الأميين شخصين أي بنسبة 4% وعدد الأشخاص في المستوى الابتدائي 7 أشخاص أي بنسبة 13%، على مستوى المتوسط بلغ عددهم 10 أشخاص أي بنسبة 18%، أما في المستوى الثانوي بلغ عددهم 17 شخص أي بنسبة 30% وأما على المستوى الجامعي بلغ عددهم 19 شخص أي بنسبة 35%.

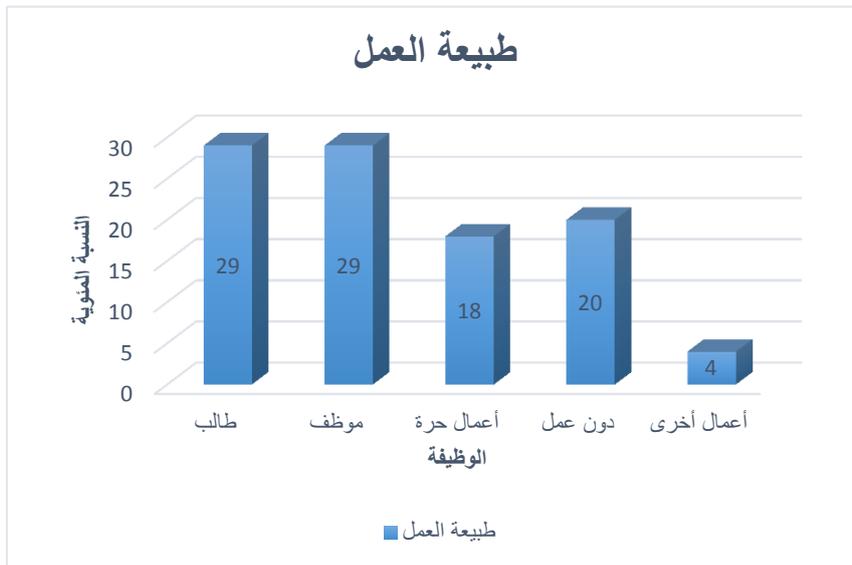
نستنتج من خلال معطيات الجدول أن فئة الطلبة الجامعيين مرتفعة على عكس الفئات الأخرى و لعل ذلك راجع إلى أن معظم الطلبة يقضون جل وقتهم في الإقامة الجامعية و ذلك لكون الإذاعة الوسيلة الإعلامية الوحيدة الموجودة على مستوى الإقامة الجامعية.

فالمستوى التعليمي للمستمع يؤثر عليه من الناحية الإدراكية لفهم وتفسير الرسالة الإعلامية.

الجدول (04) يوضح وظيفة الأفراد.

الوظيفة	التكرار	النسبة %
طالب	16	29 %
موظف	16	29 %
أعمال	10	18 %
دون عمل	11	20 %
أعمال أخرى	2	4 %
المجموع	55	100 %

الشكل البياني (04) يوضح النسبة المئوية للوظائف الخاصة بالأفراد.



برامج إذاعة تيارت ومتابعتها

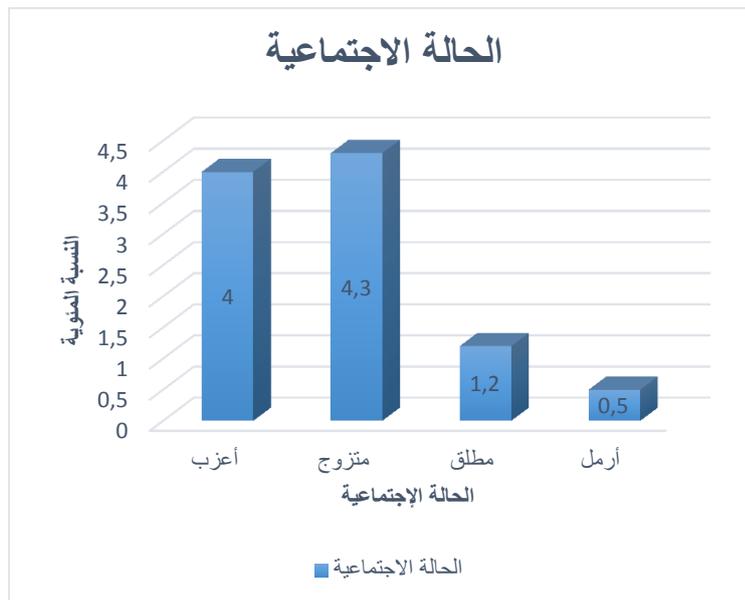
يوضح الجدول أعلاه وظيفة الأفراد حيث نلاحظ من خلال هذا الجدول عدد الطلبة، وعدد الموظفين متساوي حيث بلغ عددهم 16 شخص أي بنسبة 29% وعدد الأشخاص الذين يمارسون أعمال حرة بلغ عددهم 10 أشخاص أي بنسبة 18%، وبلغ عدد الأشخاص العاطلين عن العمل 11 شخص أي بنسبة 20%، وبلغ عدد الأشخاص الذين يمارسون أعمال أخرى شخصين أي بنسبة 4%.

نستنتج من خلال معطيات الجدول أن أعلى نسبة كانت للطلبة والموظفين كونهم يمثلون الطبقة المثقفة التي تأخذ بعين الاعتبار ما يقدم في الإذاعة على عكس الطبقة غير المثقفة لأنهم لا يعتبرون الإذاعة وسيلة مهمة.

الجدول (05) يوضح طبيعة الحالة المدنية للمستمعين للإذاعة.

النسبة %	التكرار	طبيعة الحالة المدنية
40 %	22	أعزب
43 %	24	متزوج
12 %	6	مطلق
5 %	3	أرمل
100 %	55	المجموع

الشكل البياني (05) يوضح النسبة المئوية للحالة الاجتماعية.



برامج إذاعة تيارت ومتابعتها

يوضح الجدول أعلاه طبيعة الحالة المدنية للمستمعين للإذاعة حيث بلغ عدد الأشخاص الغير متزوجين 22 شخص أي بنسبة 40%، وعدد الأشخاص المتزوجين 24 شخص بنسبة 43%، وبلغ عدد المطلقين 06 أشخاص بنسبة 12%، وعدد الأراامل 03 أشخاص أي بنسبة 5%.

نستنتج من خلال معطيات الجدول أن نسبة الأشخاص المتزوجين والعزاب يمثلون الفئة الأكثر استماعا للإذاعة لأنهم يستعملونها غالبا في بيوتهم لأنها تمثل وسيلة مساهمة في الإحاطة بما يسير في المجتمع ومعرفة الأوضاع وكذلك ملء أوقات الفراغ، أما الأراامل والمطلقون نادرا ما يستعملون الإذاعة.

فالحالة الاجتماعية تحدد لكل فرد نوع البرامج التي يهتم بها، والتي تشبع حاجياته ويرغب في التزود من خلال برامج معينة في إشباع هذه الحاجيات حسب وضعه الاجتماعي.

الجدول (06) يوضح مكان إقامة مستمعي الإذاعة.

النسبة %	التكرار	مكان الإقامة
71 %	39	المدينة
29 %	16	الريف
100 %	55	المجموع

الشكل البياني (06) يوضح نسبة الاستخدام حسب المكان.



يوضح الجدول أعلاه مكان إقامة مستمعي الإذاعة حيث نلاحظ عدد الأشخاص المقيمين في المدينة 39 شخص أي بنسبة 71%، وعدد الأشخاص المقيمين في الريف يقدر ب 16 شخص بنسبة 29%.

نستج من خلال معطيات الجدول أن نسبة الأشخاص المقيمين في المدينة أكثر استماعا للإذاعة من الأشخاص المقيمين في الريف ولعل ذلك راجع إلى عدة عوامل متعلقة بالتحصيل العلمي وكذا الظروف المعيشية وأيضاً الحالة الاجتماعية، دون أن ننسى عامل جودة البث ومدى استقطاب الموجة الإذاعية.

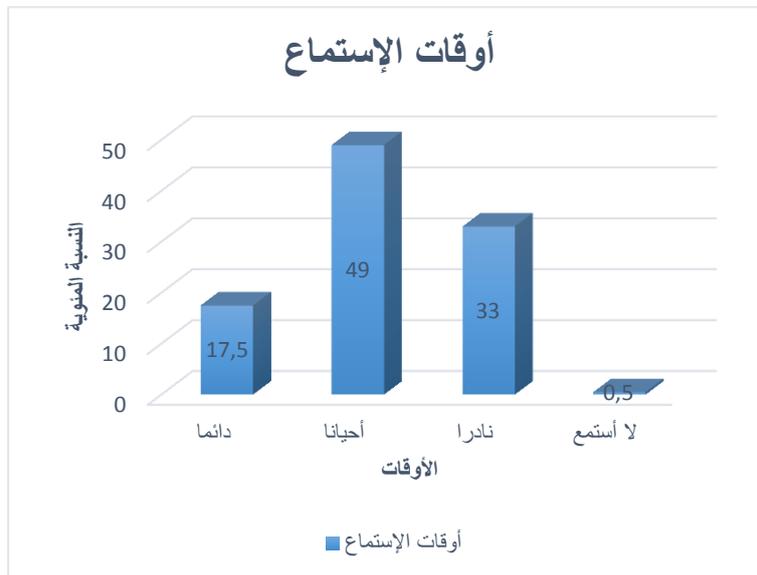
المبحث الثاني: الاستماع والتواصل مع إذاعة تيارت

في هذا المبحث سوف نتطرق الى معرفة ان كان لإذاعة تيارت مستمعين، والجهاز الذي يستخدمونه في متابعة البرامج الإذاعية، والمكان الذي يفضلون فيه الاستماع والحالة التي يفضلون فيها الاستماع إلى البرامج الإذاعية، والأوقات التي يفضلون فيها الاستماع إلى الإذاعة.

الجدول (07) يوضح الاستماع إلى إذاعة تيارت.

النسبة	التكرار	الاستماع الى الإذاعة
17.5 %	9	دائما
49 %	27	أحيانا
33 %	18	نادرا
0.5 %	1	لا أستمع
100 %	55	المجموع

الشكل البياني (07) يوضح النسب المئوية للفئات.



برامج إذاعة تيارت ومتابعتها

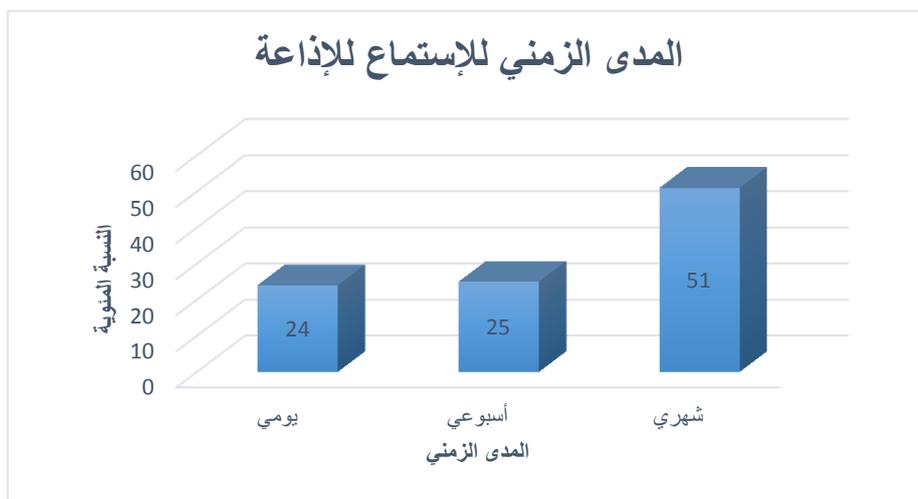
يوضح الجدول أعلاه عدد الأشخاص المستمعين الى إذاعة تيارت حيث نلاحظ: أن عدد الأشخاص المستمعين للإذاعة بشكل دائم قدر ب 9 أشخاص بنسبة 17.5%، وعدد المستمعين أحيانا للإذاعة قدر ب 27 شخص بنسبة 49%، وعدد الأشخاص المستمعين بشكل نادر قدروا ب 18 شخص بنسبة 33%، وعدد الأشخاص الذين لا يستمعون للإذاعة قدر بشخص واحد بنسبة 0.5%.

ونستنتج من خلال هذه المعطيات أن نسبة الذين يستمعون أحيانا للإذاعة هي نسبة مرتفعة لعل ذلك يعود إلى مدى اهتمام هذه بوسائل إعلامية أخرى أو تعود إلى البرامج التي تقدمها الإذاعة وقصورها في اهتمامات المستمعين وعدم تلبية رغباتهم.

الجدول (08) يوضح زمن الاستماع للإذاعة.

النسبة %	التكرار	زمن الاستماع للإذاعة
24 %	13	يومية
25 %	14	أسبوعيا
51 %	28	شهريا
100 %	55	المجموع

الشكل البياني (08) يوضح النسب المئوية للفئات.



برامج إذاعة تيارت ومتابعتها

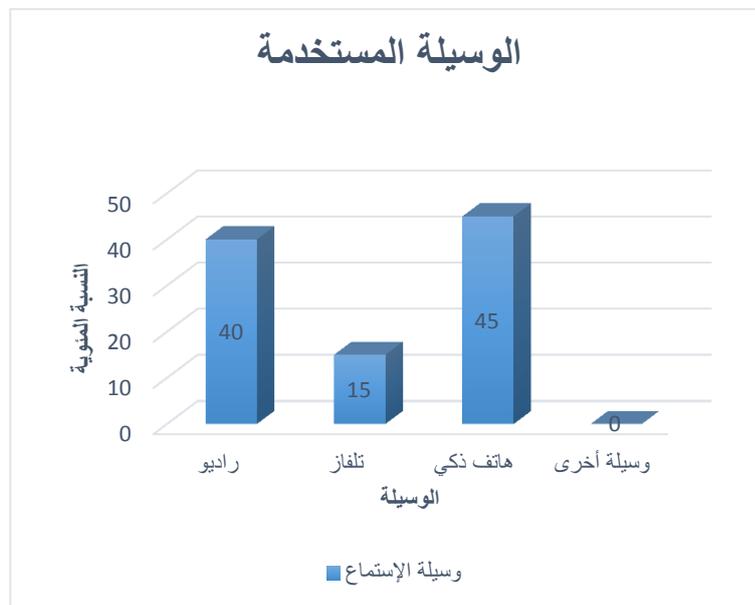
يوضح الجدول أعلاه زمن الاستماع للإذاعة حيث نلاحظ أن عدد الأشخاص المستمعين للإذاعة بشكل يومي قدر بـ 13. شخص أي بنسبة 24%، وقدر عدد المستمعين للإذاعة أسبوعياً بـ 14 شخص أي بنسبة 25%، وقدر عدد المستمعين شهراً بـ 28 شخص أي بنسبة 51%.

نستنتج من خلال هذه المعطيات أن نسبة الذين يتابعون الإذاعة كل شهر هي نسبة مرتفعة ولعل ذلك يعود إلى الانشغالات اليومية ووجود وسائل إعلامية أخرى تجذب المستمعين، إضافة إلى وجود هوايات أخرى كلها عوامل تساهم في عدم حرص المستمعين على متابعة الإذاعة بشكل يومي أو أسبوعي.

الجدول (09) يوضح الجدول الوسيلة المستخدمة.

الوسيلة المستخدمة	التكرار	النسبة %
راديو	22	40 %
تلفاز	8	15 %
هاتف ذكي	25	45 %
وسيلة أخرى	0	0 %
المجموع	55	100 %

الشكل البياني (09) يوضح النسب المئوية للفئات.



برامج إذاعة تيارت ومتابعتها

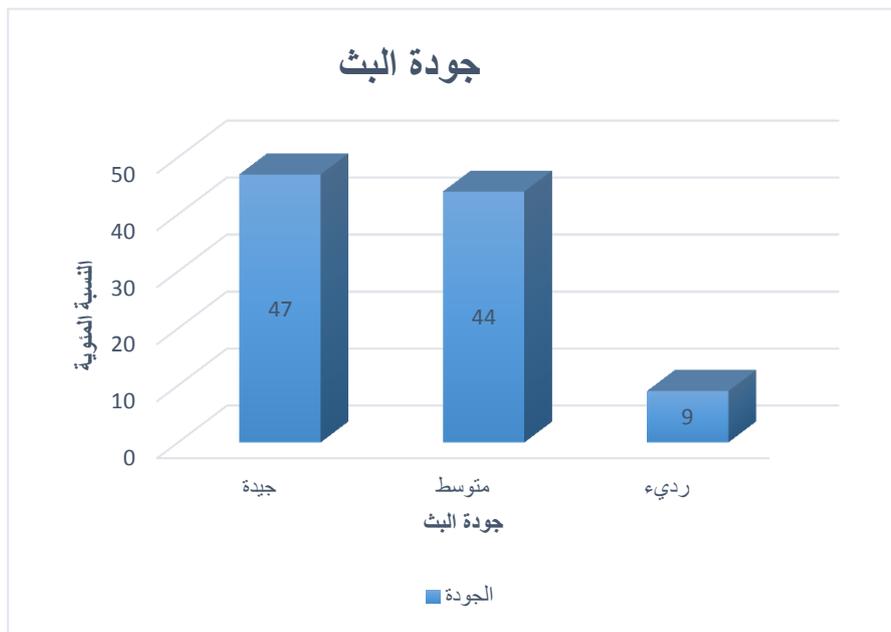
يمثل الجدول أعلاه الوسيلة المستخدمة في الاستماع الى الإذاعة حيث نلاحظ أن عدد الأشخاص الذين يستخدمون وسيلة الراديو يقدر عددهم بـ 22 شخص أي بنسبة 40%، والأشخاص الذين يستخدمون التلفاز يقدر عددهم بـ 8 أشخاص بنسبة 15%، أما الأشخاص الذين يستخدمون الهاتف الذكي فيقدر عددهم بـ 25 شخص ويمثلون 45%، والأشخاص الذين يستخدمون وسائل أخرى فيقدر عددهم بـ 0 شخص و0%.

نستنتج من خلال هذه المعطيات إن نسبة الهاتف هي نسبة مرتفعة على عكس الأجهزة الأخرى و لعل ذلك راجع إلى أن جهاز الهاتف الذكي أصبح منتشرا ومتوفرا عند أغلب الأشخاص لكونه وسيلة سهلة الاستخدام.

الجدول (10) يوضح الجدول جودة البث.

النسبة %	التكرار	جدول البث
47 %	26	جيد
44 %	24	متوسط
9 %	5	رديء
100 %	55	المجموع

الشكل البياني (10) يوضح النسب المئوية للفئات.



برامج إذاعة تيارت ومتابعتها

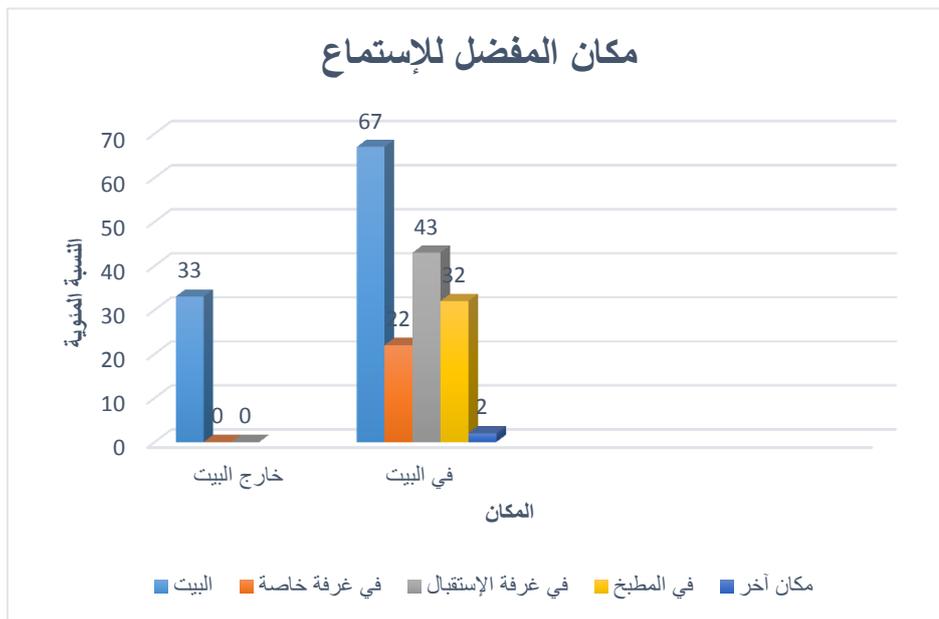
يمثل الجدول أعلاه جودة بث البرامج الإذاعية حيث نلاحظ أن الأشخاص الذين يصلهم البث بجودة جيدة قدر عددهم بـ 26 شخص بنسبة، 47%، والأشخاص الذين تصلهم جودة البث متوسطة يقدرون بـ 24 شخص أي بنسبة 44% وأما الأشخاص الذين يصلهم البث بجودة رديئة يقدرون بـ 5 أشخاص بنسبة 9%.

نستنتج من خلال هذه المعطيات أن نسبة الأشخاص الذين يصلهم البث بجودة جيدة هي نسبة مرتفعة وهذا راجع الى مكان تواجد المستمع سواء كان في المدينة أو الريف وإلى جودة الوسيلة المستخدمة للاستماع الى البرامج الإذاعية.

الجدول (11) يوضح المكان المفضل.

النسبة		التكرار		المكان المفضل للمستمعين	
22 %	67 %	8	37	في غرفة خاصة	في البيت
43 %		16		في غرفة الاستقبال	
32 %		12		في المطبخ	
2 %		1		مكان آخر	
33 %		18		خارج البيت	
100 %		55		المجموع	

الشكل البياني (11) يوضح النسب المئوية للفئات.



برامج إذاعة تيارت ومتابعتها

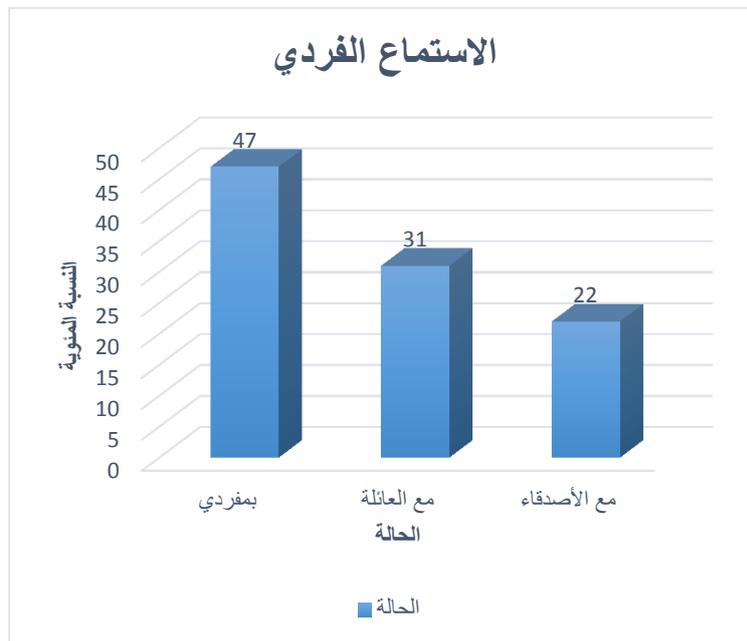
يوضح الجدول أعلاه المكان المفضل للاستماع للبرامج الإذاعية حيث نلاحظ أن عدد الأشخاص الذين يفضلون الاستماع في البيت قدر بـ 37 شخص أي بنسبة 67%، حيث بلغ عدد الأشخاص الذين يستمعون للإذاعة في غرفهم الخاصة قدر بـ 8 أشخاص أي بنسبة 22%، والذين يستمعون للإذاعة في غرفة الاستقبال بلغ عددهم 16 شخص أي بنسبة 43%، وبلغ عدد المستمعين للإذاعة في المطبخ 12 شخص أي بنسبة 32% في حين بلغ عدد الأشخاص الذين يفضلون الاستماع للإذاعة في أماكن أخرى شخص واحد أي بنسبة 2%، أما بالنسبة للأشخاص الذين يستمعون للإذاعة خارج البيت فقدر عددهم لـ 18 شخص أي بنسبة 33%.

نستنتج من خلال هذه المعطيات أن نسبة الاستماع للإذاعة في البيت هي نسبة مرتفعة وهذا راجع إلى الهدوء داخل البيت على عكس خارج البيت فهناك ضجيج يسبب القلق وعدم الاستماع لما يقدم في هذه البرامج بشكل جيد.

الجدول (12) يوضح الحالة التي يفضلها المستمع للاستماع للإذاعة.

النسبة %	التكرار	الحالة المفضلة للاستماع للإذاعة
47 %	26	بمفردي
31 %	17	مع العائلة
22 %	12	مع الأصدقاء
100 %	55	المجموع

الشكل البياني (12) يوضح النسب المئوية للفئات.



برامج إذاعة تيارت ومتابعتها

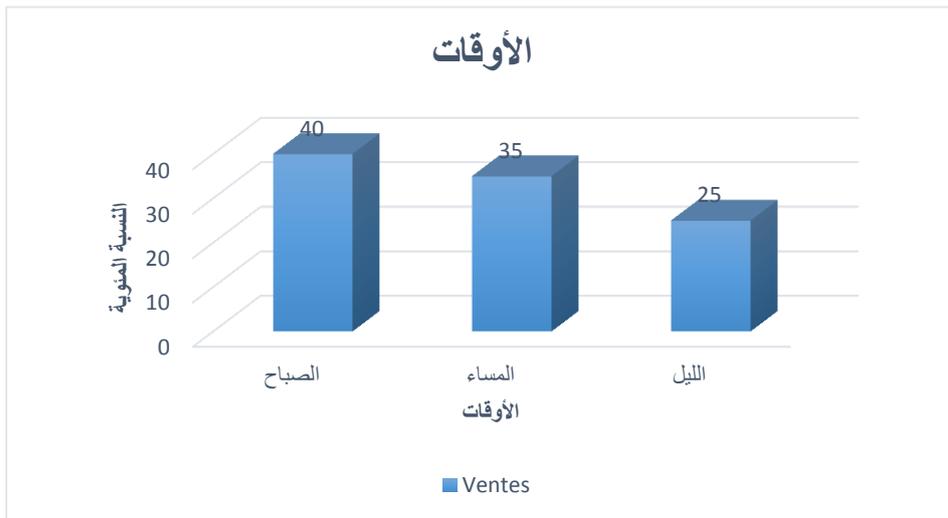
يوضح الجدول الحالة التي يفضلها المستمع للاستماع للإذاعة حيث نلاحظ أن عدد الأشخاص الذين يفضلون الاستماع للبرامج الإذاعية بمفردهم قدر بـ 26 شخص أي بنسبة 47، والذين يفضلون الاستماع مع العائلة قدر عددهم بـ 17 شخص أي بنسبة 31%، أما الذين يفضلون الاستماع مع الأصدقاء فقدر عددهم بـ 12 شخص أي بنسبة 22%.

نستنتج من خلال هذه المعطيات أن نسبة الافراد الذين يفضلون الاستماع للبرامج الإذاعية بمفردهم مرتفعة ولعل ذلك يرجع إلى الحالة النفسية التي يعيشها كل فرد.

الجدول (13) يوضح الفترة المفضلة للاستماع للإذاعة.

النسبة %	التكرار	الفترة المفضلة
40 %	22	الصباح
35 %	19	المساء
25 %	14	الليل
100 %	55	المجموع

الشكل البياني (13) يوضح النسب المئوية للفئات.



برامج إذاعة تيارت ومتابعتها

يوضح الجدول أعلاه الفترة التي يفضلها المستمع الاستماع الى الإذاعة حيث نلاحظ: أن الأشخاص الذين يفضلون الفترة الصباحية بلغ عددهم 22 شخص أي 40%، والأشخاص الذين يفضلون الفترة المسائية للاستماع فقد قدر عددهم بـ 19 شخص أي بنسبة 25%، أما الذين يفضلون الاستماع للإذاعة في الليل بلغ عددهم بـ 14 شخصا أي بنسبة 25%.

نستنتج من خلال هذه المعطيات أن نسبة مستمعي الإذاعة في الفترة الصباحية مرتفعة عكس الفترات الأخرى ولعل هذا راجع إلى الاختلاف في أوقات الفراغ، إضافة إلى أن الإذاعة تسعى إلى تزويد جمهورها بكل ما هو مستجد من أخبار في الفترة الصباحية ، أما الفترة المسائية و الليلية فتعد فترة راحة.

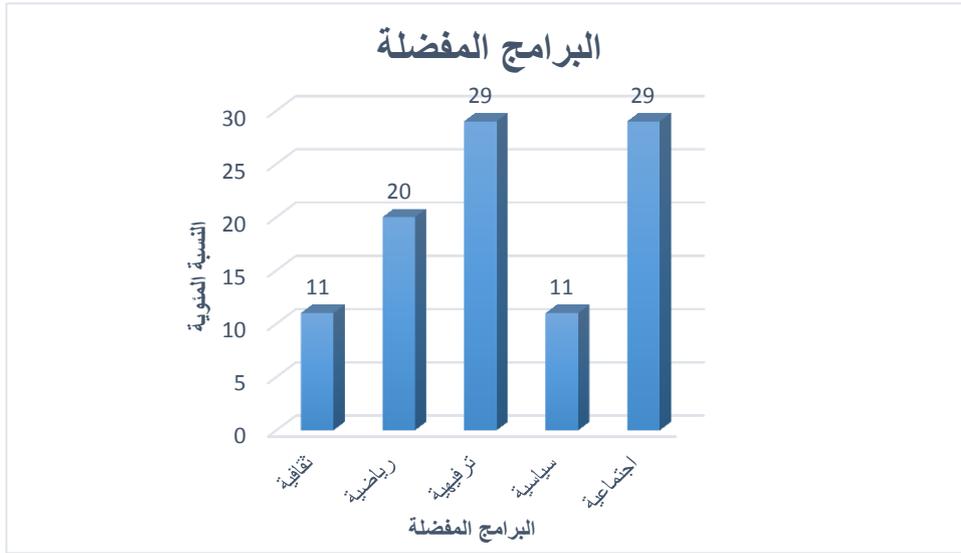
المبحث الثالث: البرامج الإذاعية المفضلة.

سوق نتطرق في هذا المبحث إلى معرفة البرامج المفضلة لدى الجمهور المستمع لإذاعة تيارت، واللغة المفضلة لديهم في عرض برامجهم، ومعرفة إذ كان الجمهور المستمع إلى الإذاعة يتوقف عن الاستماع عند انتهاء برنامجه المفضل أو يواصل الاستماع إلى الإذاعة ومعرفة مدى تأثيره بالبرامج الإذاعية.

الجدول (14) يوضح البرامج الأكثر استماعا في الإذاعة.

النسبة %	التكرار	البرامج الأكثر استماعا في الإذاعة
11 %	6	ثقافية
20 %	11	رياضية
29 %	16	ترفيهية
11 %	6	سياسية
29 %	16	اجتماعية
100 %	55	المجموع

الشكل البياني (14) يوضح النسب المئوية للفئات.



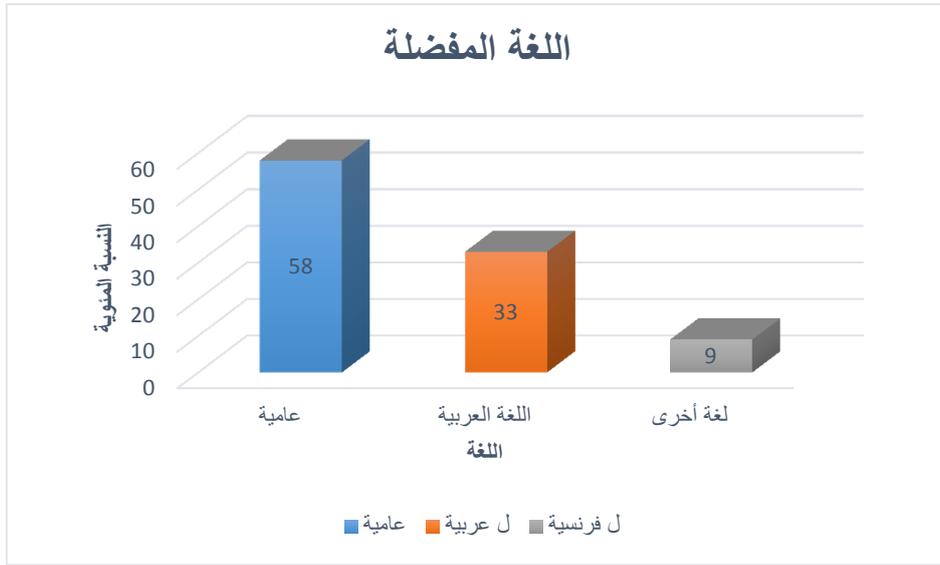
يوضح الجدول أعلاه البرامج الأكثر استماعا في الإذاعة حيث نلاحظ أن عدد الأشخاص المستمعين الى البرامج الثقافية والسياسية بلغ عددهم 6 أشخاص أي بنسبة 11%، والمستمعين للبرامج الرياضية قدر ب 11 شخص أي بنسبة 20% كما نلاحظ أن عدد المستمعين للبرامج الترفيهية والاجتماعية متساوي قدر عددهم ب 16 شخص بنسبة 11%.

نستنتج من خلال معطيات هذا الجدول أن نسبة البرامج الترفيهية والبرامج الاجتماعية مرتفعة على عكس البرامج الأخرى و لعل ذلك راجع إلى أن الفرد بحاجة إلى الترفيه و الترويح عن النفس ، كما أن البرامج الاجتماعية تعبر عن الواقع المعيشي للفرد.

الجدول (15) يوضح اللغة المفضلة لمستمعي الإذاعة.

النسبة	التكرار	اللغة المفضلة
58 %	32	العامية
33 %	18	اللغة العربية
9 %	5	لغة أخرى
100 %	55	المجموع

الشكل البياني (15) يوضح النسب المئوية للفئات.



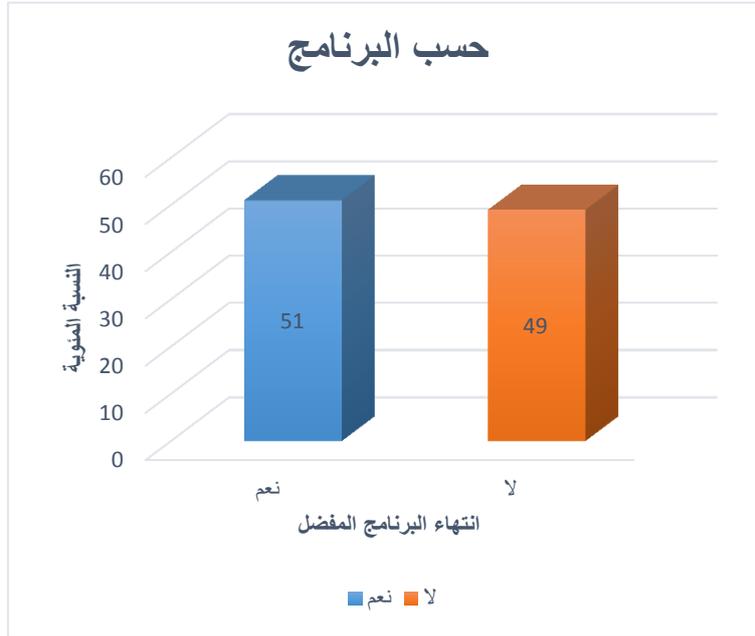
يمثل الجدول أعلاه اللغة المفضلة لمستمعي الإذاعة حيث نلاحظ أن عدد الأشخاص الذين يفضلون اللغة العامية في الاستماع للبرامج الإذاعية بلغ عددهم 32 شخص أي بنسبة 58%، في حين قدر عدد الأشخاص الذين يفضلون اللغة العربية للاستماع للبرامج الإذاعية ب 18 شخص أي بنسبة 33% وقدر عدد المفضلين للغات الأخرى ب 5 أشخاص أي بنسبة 9%.

نستنتج من خلال معطيات هذا الجدول أن اللغة العامية نسبتها مرتفعة على عكس اللغات الأخرى ولعل هذا راجع إلى سهولة فهمها.

الجدول (16) يوضح وقت توقف المبحوثين عن الاستماع للإذاعة.

النسبة %	التكرار	التوقف عن الاستماع
51 %	28	نعم
49 %	27	لا
100 %	55	المجموع

الشكل البياني (16) يوضح النسب المئوية للفئات.



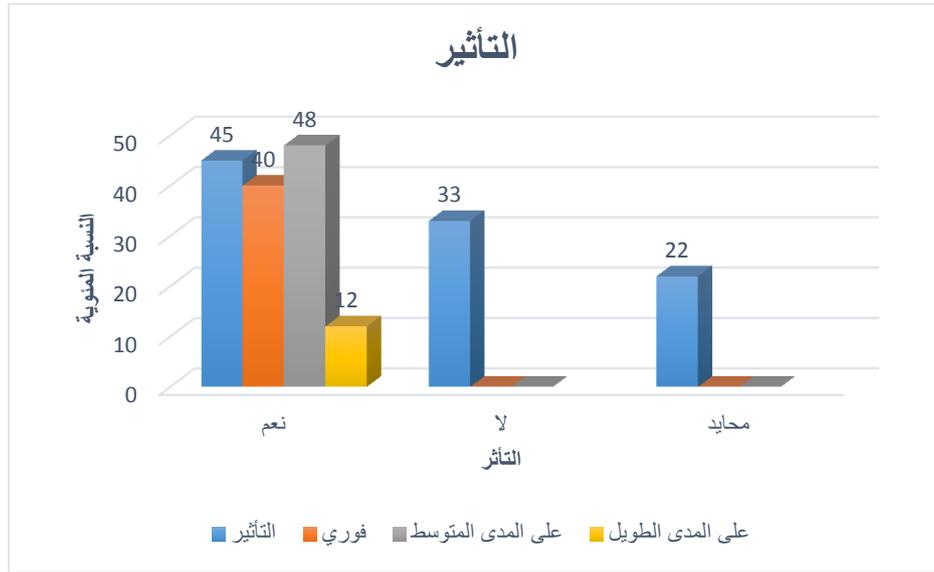
يمثل الجدول وقت توقف المبحوثين عن الاستماع إلى الإذاعة حيث نلاحظ أن عدد الأشخاص الذين يتوقفون عن الاستماع إلى الإذاعة يقدر بـ 28 شخص بنسبة 51% أما الأشخاص الذين لا يتوقفون عن الاستماع إلى الإذاعة فيقدر بـ 27 شخص أي بنسبة 49%.

نستنتج من خلال معطيات هذا الجدول أن نسبة الأشخاص الذين يتأثرون بما تذيعه الإذاعة من برامج هي نسبة مرتفعة ويعود ذلك لطبيعة الحالة النفسية والاجتماعية التي يعيشها كل فرد.

الجدول (17) يوضح مدى تأثير مستمعي الإذاعة.

النسبة %		التكرار		مدى تأثير مستمعي الإذاعة	
40 %	45 %	10	25	فوري	نعم
48 %		12		على المدى المتوسط	
12 %		3		على المدى الطويل	
33 %		18			لا
22 %		12			محايد
100 %		55			المجموع

الشكل البياني (17) يوضح النسب المئوية للفئات.



يوضح الجدول أعلاه مدى تأثير مستمعي الإذاعة بالبرامج التي تقدمها الإذاعة حيث نلاحظ أن الأشخاص الذين يتأثرون عند استماعهم للإذاعة بلغ 25 شخص أي بنسبة 45%، والذين لا يتأثرون قدر ب 18 شخص أي بنسبة 33%، وقدر عدد المحايدين ب 12 شخص أي بنسبة 22%.

نستنتج من خلال معطيات الجدول أن نسبة الأشخاص الذين يتأثرون بالبرامج الإذاعية مرتفع و لعل هذا راجع إلى الحالة النفسية التي يعيشها الفرد.

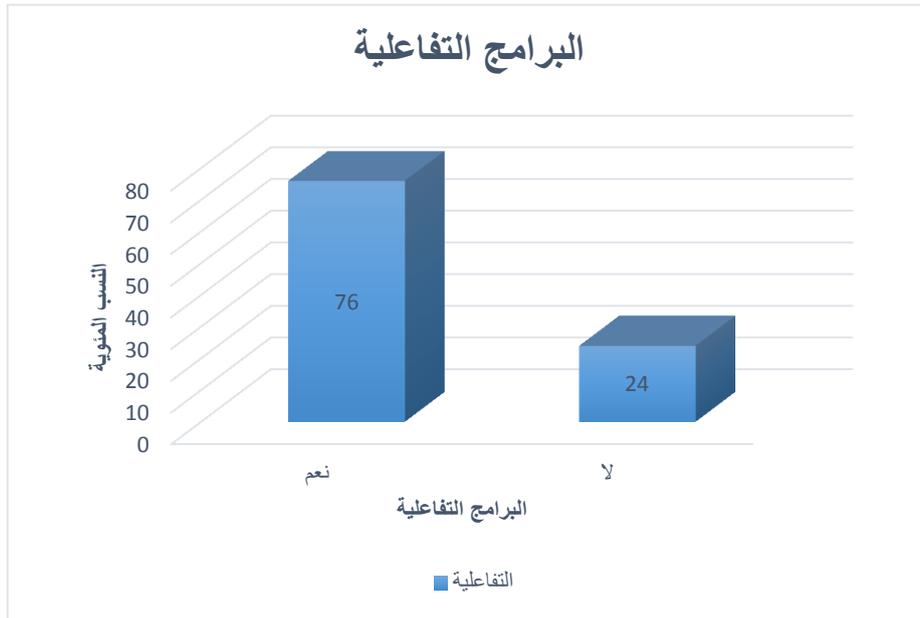
المبحث الرابع: التفاعل مع البرامج الإذاعية.

في هذا المبحث سنتطرق إلى معرفة إذا كان المستمع لإذاعة تيارت يفضل البرامج التفاعلية أم لا، ودوافع استماعه لهذه البرامج والوسيلة التي يستخدمها في التفاعل مع البرامج الإذاعية، ومعرفة إذ البرامج الإذاعية تلبي حاجياته المعرفية الثقافية، ومعرفة أيضا إذا كان المستمع راضيا عما يقدم من برامج تفاعلية في إذاعة تيارت المحلية.

الجدول (18) تفضيل البرامج الإذاعية.

النسبة %	التكرار	رأي المستمعين
76 %	42	نعم
24 %	13	لا
100 %	55	المجموع

الشكل البياني (18) يوضح النسب المئوية للفئات.



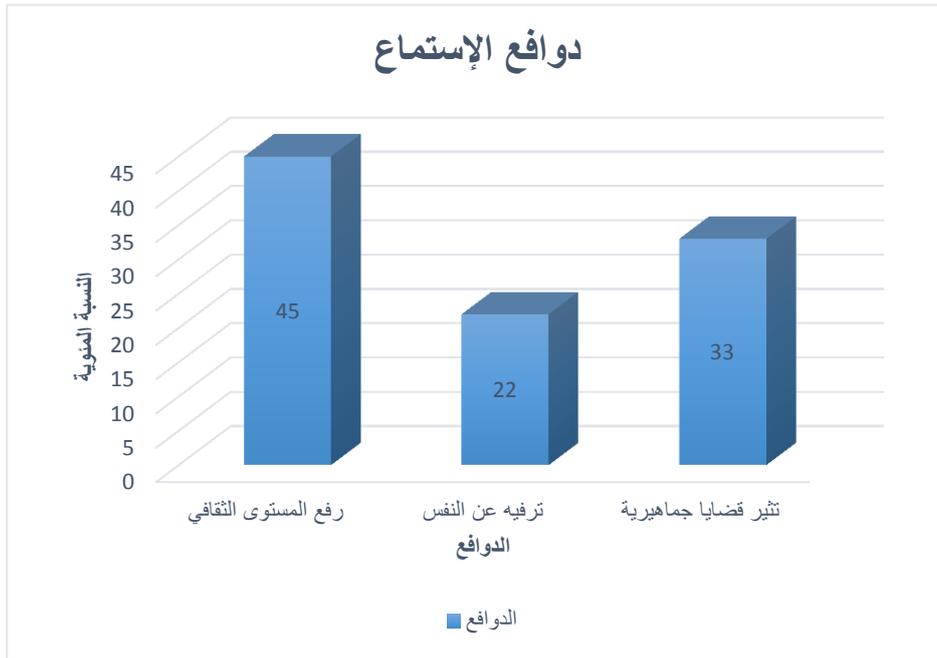
نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة الأشخاص الذين يفضلون الاستماع إلى البرامج الإذاعية قدرت بـ 76% أي 42 شخص، ونسبة الأشخاص الذين لا يفضلون البرامج الإذاعية قدرت بنسبتهم 24% أي 13 شخص.

نستنتج من خلال معطيات الجدول أن نسبة الأشخاص الذين يفضلون البرامج التفاعلية مرتفع و لعل ذلك راجع إلى ارتفاع مستوى الوعي والشجاعة التي يمتلكها كل مستمع في إبداء رأيه حول ما تقدمه الإذاعة من برامج.

الجدول (19) يوضح دوافع الاستماع إلى البرامج الإذاعية.

النسبة %	التكرار	دوافع الاستماع
45%	25	رفع المستوى الثقافي
22%	12	ترفيه عن النفس
33%	18	تثيير قضايا الجمهور
100%	55	المجموع

الشكل البياني (19) يوضح النسب المئوية للفئات.



يمثل الجدول أعلاه دوافع الاستماع الى البرامج الإذاعية حيث نلاحظ أن عدد الأشخاص الذين يستمعون من أجل رفع مستواهم الثقافي يقدر ب 25 شخص بنسبة 45%، والأشخاص الذين يستمعون للإذاعة بغية الترفيه عن النفس قدر عددهم ب 12 شخص أي بنسبة 22% أما الأشخاص الذين يستمعون الى الإذاعة بغية الترفيه عن النفس قدر عددهم ب 12 شخص أي بنسبة 22% أما الأشخاص الذين يستمعون الى الإذاعة إثر التعرف على القضايا التي تخص الجمهور فيبلغ عددهم ب 18 أي بنسبة 33%.

ومنه نستنتج أن لكل فرد غاية يهدف لها من خلال استماعه للإذاعة، يعود الاختلاف في دوافع الاستماع للبرامج الإذاعية الى الغاية أو الهدف يرغب المستمع الوصول إليه من خلال استماعه إلى هذه البرامج.

الجدول (20) يوضح وسائل التفاعل لمستمعي للإذاعة.

النسبة %	التكرار	وسائل التفاعل
56 %	31	الهاتف
0 %	0	فاكس
44 %	24	وسائل التواصل الاجتماعي
0 %	0	وسائل أخرى
100 %	55	المجموع

الشكل البياني (20) يوضح النسب المئوية للفئات.



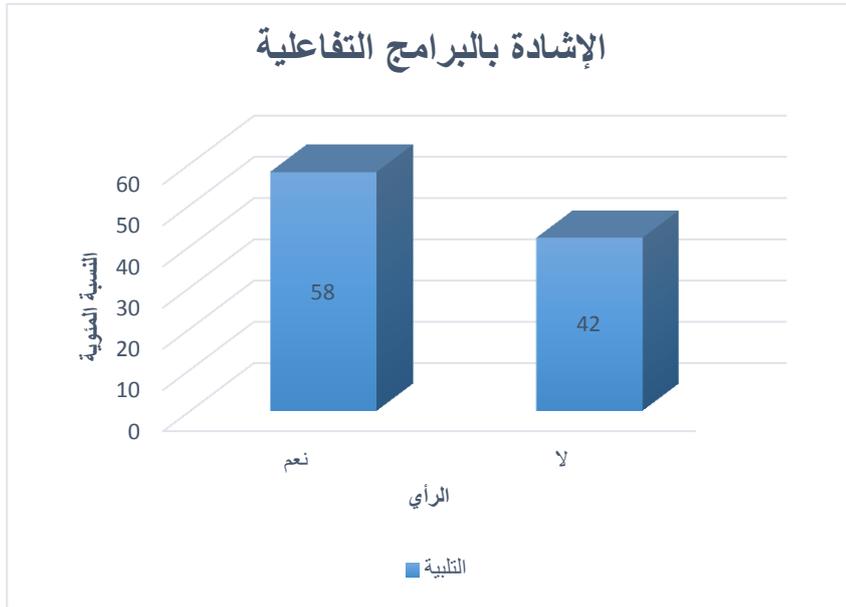
يمثل الجدول وسائل التفاعل لمستمعي الإذاعة حيث نلاحظ أن عدد الأشخاص الذين يستخدمون الهاتف كوسيلة للتفاعل قدر عددهم ب 31 شخص بنسبة 56%، أما الأشخاص الذين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة للتفاعل قدر عددهم ب 24 شخص أي بنسبة 44%، أما الأشخاص الذين يستخدمون كلا من الفاكس ووسائل أخرى كوسيلة للتفاعل قدر عددهم ب 0 أشخاص أي بنسبة 0%.

ومنه نستنتج أن الهاتف هو الوسيلة الأكثر استخداما في التفاعل مع البرامج الإذاعية و لعل ذلك راجع إلى الآنية في إبداء الرأي و الحصول على المعلومات.

الجدول (21) يوضح رأي مستمعي الإذاعة حول البرامج الإذاعية.

النسبة %	التكرار	رأي المستمعين حول البرامج الإذاعية
58 %	32	نعم
42 %	23	لا
100 %	55	المجموع

الشكل البياني (21) يوضح النسب المئوية للفئات.



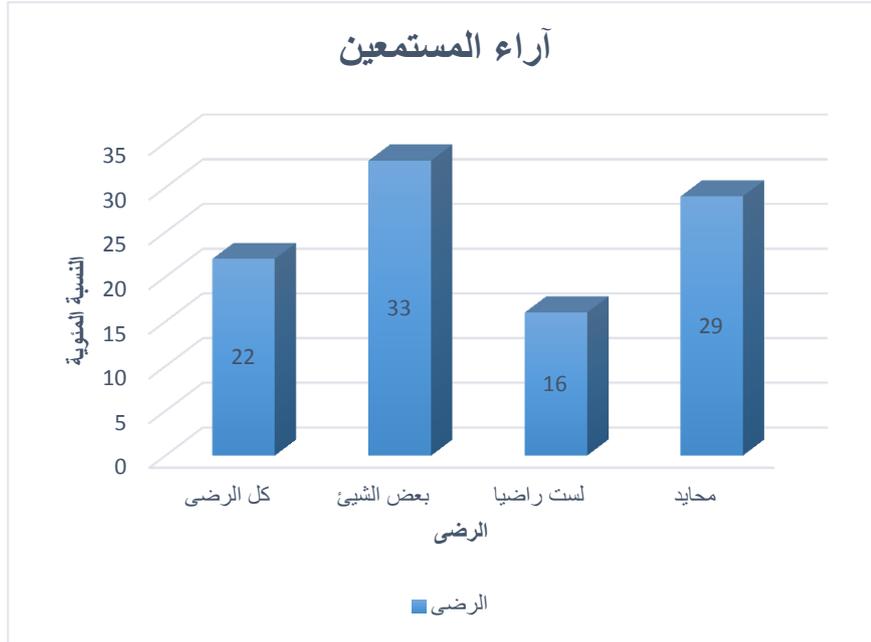
يمثل الجدول أعلاه رأي مستمعي الإذاعة حول البرامج الإذاعية حيث نلاحظ أن عدد الأشخاص الذين لديهم آراء حول البرامج الإذاعية بلغ عددهم 32 شخص بنسبة 58%، أما الأشخاص الذين ليس لديهم آراء حول البرامج الإذاعية فبلغ عددهم 23 شخص أي بنسبة 42%.

نستنتج من خلال معطيات الجدول أن نسبة الأشخاص الذين أبدوا رأيهم حول البرامج الإذاعية هي نسبة مرتفعة وهذا راجع إلى رضاهم وتقبلهم للمواضيع التي تبثها الإذاعة.

الجدول (22) يوضح رضی أو عدم رضی المستمعين لما يقدم في الإذاعة.

النسبة %	التكرار	رضی أو عدم رضی المستمعين
22 %	12	كل الرضى
33 %	18	بعض الشيء
16 %	9	لست راضيا
29 %	16	محايد
100 %	55	المجموع

الشكل البياني (22) يوضح النسب المئوية للفئات.



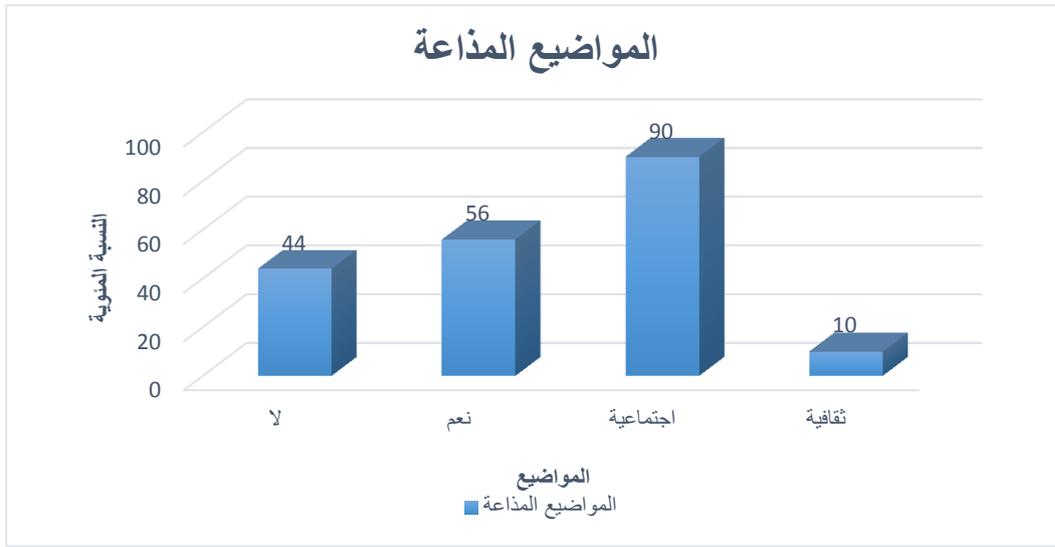
يوضح الجدول رضى أو عدم رضى المستمعين لما يقدم من برامج في الإذاعة حيث نلاحظ أن عدد الأشخاص الراضين بما يقدم لهم من برامج قد قدر ب 12 شخص أي بنسبة 22%، والراضين بعض الشيء قدر ب 18 شخص أي بنسبة 33%، أما غير الراضين بذلك فقد قدر ب 9 أشخاص بنسبة 16%، والمحايدين قدر عددهم ب 16 شخص أي نسبة 29%.

نستنتج من خلال الجدول أن نسبة الراضين بعض الشيء لما يقدم من برامج في الإذاعة هي نسبة مرتفعة ولعل هذا راجع إلى أن بعض البرامج لا تلبي حاجياتهم أو عدم فهمهم للغة التي تقدم بها البرامج.

الجدول (23) يوضح مواضيع مستمعي للإذاعة.

النسبة %	التكرار	المواضيع
56 %	31	نعم
44 %	24	لا
100 %	55	المجموع

الشكل البياني (23) يوضح النسب المئوية للفئات.



من خلال الجدول نلاحظ أن هناك نسبة 56% من الأفراد يريدون تكثيف من نسبة البرامج الاجتماعية و بثها عبر أثير الإذاعة، و بنسبة 44% يرغبون في التكثيف من بث البرامج الثقافية.

نستنتج من خلال معطيات الجدول أن نسبة الأشخاص الذين يريدون التكثيف من البرامج الاجتماعية مرتفع و لعل ذلك راجع إلى رغبتهم في نقل حاجياتهم وتساؤلاتهم وموضوعهم خلال البث من أجل توصيل معاناتهم إلى السلطات المعنية.

المبحث الخامس: نتائج الدراسة:

من خلال مناقشتنا وتحليلنا للجدول السابقة توصلنا إلى مجموعة من النتائج من بينها:

1) نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات.

1-1 نتائج الفرضية الأولى: "يتفاعل الجمهور مع البرامج الإذاعية إما بالاستماع أو التواصل بمختلف الوسائل".

- يفضل المستمعون البرامج الإذاعية التفاعلية بنسبة 76% وهذا ما يوضحه الجدول رقم (18).
- يتفاعل المستمعون بنسبة 100% مع البرامج الإذاعية التفاعلية وذلك حسب وسائلهم المفضلة، 56% منهم يستخدمون جهاز الهاتف للتفاعل مع البرامج الإذاعية، ونسبة 44% منهم يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي وهذا ما يوضحه الجدول رقم (20).

نستنتج من خلال هذه النسب أن الفرضية " يتفاعل الجمهور مع البرامج الإذاعية إما بالاستماع أو التواصل بمختلف الوسائل " صادقة وثابتة.

1-2 نتائج الفرضية الثانية: تؤثر البرامج التفاعلية على متابعتها إما بالإيجاب أو السلب.

يتأثر المستمعون بالبرامج الإذاعية بنسبة 45%، وبنسبة 33% لا يتأثرون بالبرامج الإذاعية وبنسبة 22% منهم محايدون وهذا ما يوضحه الجدول رقم 17.

نستنتج من خلال هذه النسب أن فرضية دراستنا " تؤثر البرامج التفاعلية على متابعتها إما بالإيجاب أو السلب "

صادقة إلى حد ما.

1-3 نتائج الفرضية الثالثة: "تعتبر البرامج الاجتماعية و الترفيهية أكثر البرامج التي تلقى استماعا من قبل الجمهور"

- يفضل المستمعون الاستماع إلى البرامج الاجتماعية بنسبة 29% وهذا ما يوضحه الجدول رقم 14.

- يفضل المستمعون الاستماع إلى البرامج الترفيهية بنسبة 29% وهذا ما يوضحه الجدول رقم 14.

- يود المستمعون أن تكون هناك برامج اجتماعية بشكل تفاعلي بنسبة 90% وهذا ما يوضحه الجدول رقم 23.

- تلي البرامج الإذاعية التفاعلية الحاجات المعرفية و الثقافية للمستمع بنسبة 58%.

نستنتج من خلال هذه النسب أن فرضية دراستنا "تعتبر البرامج الاجتماعية والترفيهية أكثر البرامج استماعا من قبل الجمهور صادقة وثابتة.

(2) النتائج المتعلقة بالإسقاط النظري للدراسة.

نستنتج من خلال اعتمادنا على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام أنها تتلاءم مع نتائج دراستنا حيث ترى هذه النظرية " يستخدم الجمهور وسائل الإعلام ويتفاعل معها" وهذا ما يتطابق مع نتائج دراستنا من خلال:

- 100% من المسمعين يتفاعلون مع البرامج التفاعلية فنجد نسبة 56% من المسمعين يستخدمون

جهاز الهاتف للتفاعل مع البرامج الإذاعية، و نسبة 44% من المسمعين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي للتفاعل مع البرامج الإذاعية.

3- النتائج العامة:

- أغلب المسمعين يستمعون للإذاعة بشكل شهري بنسبة 51% "الجدول رقم 08".

- أغلب المستمعين يستخدمون جهاز الهاتف الذكي لمتابعة البرامج الإذاعية بنسبة 45% "الجدول رقم 09".
- أغلب المستمعين تصلهم جودة البث بشكل جيد 47% "الجدول رقم 10".
- أغلب المستمعين يستمعون للبرامج الإذاعية في البيت بنسبة 67% "الجدول رقم 11".
- يفضل أغلب المستمعين الاستماع للإذاعة بمفردهم بنسبة 47% "الجدول رقم 12".
- أغلب المستمعين يفضلون الفترة الصباحية للاستماع إلى البرامج التفاعلية بنسبة 40% "الجدول رقم 13".
- يفضل أغلب المستمعين اللغة العامية في عرض برامجهم المفضلة بنسبة 58% "الجدول رقم 15".
- أغلب المستمعين يفضلون البرامج التفاعلية بنسبة 76% "الجدول رقم 18".
- أغلب المستمعين يستمعون إلى البرامج الإذاعية من أجل رفع مستواهم الثقافي بنسبة 45% "الجدول رقم 19".
- أغلب المستمعين يرون أن البرامج الإذاعية تلبي الحاجات المعرفية والثقافية للمستمع بنسبة 58% "الجدول رقم 21".
- أغلب المستمعين راضيين بعض الشيء عما تقدمه الإذاعة من برامج بنسبة 33% "الجدول رقم 22".

التوصيات والاقتراحات:

ارتأينا تقديم مجموعة من التوصيات لتحسين الخدمة الإذاعية:

بالنظر إلى أهمية الإذاعة و برامجها التفاعلية و سعيها منا إلى تحسين هذا العمل الإذاعي فإننا نقترح التوصيات التالية:

- تحسين جودة البث وتوسيعها على نطاق يشمل الولاية كاملة.
- تنوع اللغات المستعملة في البث لاستقطاب جميع طبقات المجتمع.
- وضع برامج مفيدة لرفع المستوى الثقافي للمجتمع.
- إعطاء المشاكل الخاصة بالأفراد اهتمام أكثر.
- زيادة المدة الزمنية للبرامج حتى يستطيع المستمع المشاركة والتفاعل مع القضايا.
- إثراء البرامج الاجتماعية بالقيم السليمة، وربط الحلول الاجتماعية.
- إسهام المتلقين في النقاشات وسماع آراء الجمهور، وعدم الاكتفاء بالاتصالات الهاتفية.

برامج إذاعة تيارت ومتابعتها

- القيام باستضافة شخصيات ذات مصداقية لدى أفراد المجتمع.
- إضافة برامج أكثر تعمقا في تناول المشكلات الاجتماعية التي يعاني منها المجتمع، بمزيد من الاهتمام والجدية.

خاتمة

إن الإذاعة وسيلة إعلامية مهمة لبعض الفئات من أجل الترفيه و التنفيس عن كروبهم و مشاكلهم اليومية لذلك نجد البعض يستخدم الإذاعة بشكل منتظم لما يجده من تحقيق لرغباته المعنوية و الفكرية و عليه نجد أن الإذاعة تلعب هي الأخرى دورا في التكوين الفكري للمجتمع حيث لها دور فعال في التأثير عليه مما يجعل بعض الفئات تجذب التفاعل معها بمختلف الوسائل ، و منه نستنتج أن للإذاعة هدف اجتماعي نبيل يجب المحافظة عليه و إمامه على أحسن صورة.

قائمة

المصادر والمراجع

1. المصادر:

المعاجم :

1- معجم اللغة العربية المعجم الوسيط، دار الدعوة للنشر و التوزيع، إسطنبول، 1989.

2. المراجع:

- 2- أحمد عياد، مدخل لمنهجية البحث الاجتماعي، ديوان المطبوعات الجامعية والجزائر، (دط)، 2006، ص 61.
- 3- إباد هلال حمادي، ديلمي، الشبكات الإذاعية والتلفزيونية وشبكات التواصل الاجتماعي، وظيفة إخبارية الترفه الإسلامي.
- 4- أيمن يوسف عليان، تفاعل القراء مع الأخبار في الإعلام الجديد بين سلوكي القراءة والصحافة، مجلة الحكمة المدرسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 7، العدد 2، 7 فيفري 2020.
- 5- حارث الضاري، طه أحمد الزبيدي، الإعلام الإسلامي، الواقع والطموح، دار النفائس للنشر والتوزيع وبغداد، العراق، ط1، 2008.
- 6- دليلة عزوبة، سلمة عروية، الأبعاد التفاعلية للمضمون الإعلامي عبر موقع الفايسبوك، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 08، ج02، ديسمبر 2017، ص 91
- 7- رشيد أحمد طعيمة، المهارات اللغوية، مستويات تدريسها صعوباتها، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، ط1، 2004.
- 8- سليمان أبو جبل إسماعيل، الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2012.
- 9- صالح محمد حميد، دور الإذاعة المحلية في ترسيخ مفهوم الوحدة الوطنية، دار اداء غني، ط1، 2012.
- 10- صالح محمد حميدة، دور الإذاعة المحلية في ترسيخ مفهوم الوحدة الوطنية، دار الاداء غني، ط1، 2012.

قائمة المصادر والمراجع

- 11- طارق الشاوي، الإعلام الإذاعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2009.
- 12- طه عبد العاطينجم، الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2009.
- 13- عاطف حميدي، العمل الإذاعي والتلفزيوني، مفاتيح النجاح وأسرار الإبداع، دار أبو ظبي العربية للنشر والتوزيع الإمارات العربية المتحدة، ط1، 2004.
- 14- عبد الرحمان زاوي، لغة الإعلام بين الفصحى والدراجة، جامعة المدينة، المجلد 07، العدد 2، 2020.
- 15- عبد العالي وزاغي، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العلمية، الإذاعة نموذجاً، ألفا للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2021.
- 16- عبد المجيد سكري، الاذاعات المحلية لغة العصر، (د،ط)، دار الفكر العربي، القاهرة.
- 17- عدلي سيد محمد، البناء درامي في الراديو والتلفزيون، دار الفكر العربي، مصر، د ط، ط.
- 18- علي أحمد مذكور، تدريس فنون اللغة العربية، دار الشروق للنشر والتوزيع، الرياض، (د.ط)، 1991.
- 19- فاروق احمد يحيى حسن، الإعلام التفاعلي ودوره في تعزيز الوعي السياسي بدار نور، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا وكلية الدراسات العليا، 2017.
- 20- فاضل خليل إبراهيم، مدى تفاعل المناهج الدراسية الجامعية في تعزيز ثقافة التواصل لدى طلبة الجامعة، مجلة أبحاث كلية التربية الأساسية، المجلد 09، العدد 02.
- 21- قدوري عبد القادر، الإذاعة المحلية الجزائرية ودورها الإخباري والتوعوي، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة حمة لخضر، الوادي، العدد 24، ديسمبر 2017.
- 22- ماجد الحلواني، محمد مهني، مقدمة في الفنون الإذاعية، مركز التعليم المفتوح، القاهرة، 1998.
- 23- محمد الجفيري، البرامج الإذاعية والتلفزيونية، دار صناع الإبداع للإنتاج والتوزيع، دط، د س ط.
- 24- مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لأعداد الرسائل الجامعية، مؤسسات الوراق، عمان، ط1، 2000.
- 25- منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، (د.ب)، (د.س).
- 26- مصطفى يوسف كافي، الإعلام التفاعلي، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، ط1، 2016.

- 27- نوال بومشطة، الإعلام الثقافي في الإذاعة المحلية، الجزائرية وتأثيرها على الشباب، ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2021.
- 28- نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، الدار الخلدونية للنشر والتوزيع، دس، ط.
- 29- وائل عبد الرحمان التل، عيسى محمد فصل، البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط2، 2007.
- 30- يسرى خالد إبراهيم، وسائل الإعلام الالكترونية ودورها في الإنماء المعرفي، دار النفساء للنشر والتوزيع والعراق، بغداد، ط1، 2014.
- المجلات والمقالات:**
- 31- أيمن يوسف عليان، تفاعل القراء مع الأخبار في الإعلام الجديد بين سلطتي القراءة والصحافة، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاحصائية، المجلة 07 والعدد 02، 7 فيفري 2020.
- 32- جلال صلاح الدين، دور الحصص الرياضية التفاعلية في زيادة مسموعية الإذاعة المحلية، مجلة التحدي، جامعة محمد بوضياف المسيلة، مجلة 14، العدد 01، 20 جانفي 2022.
- 33- دليلة غروبة، سليمة غروبة، الأبعاد التفاعلية للمضمون الإعلامي عبر موقع الفايستوك، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 08، الجزء 02، ديسمبر 2017.
- 34- زينة جهدون، البعد المحلي في إنتاج الأخبار في الإذاعة المحلية، دراسة تحليلية، إذاعة تبسة نموذجاً مجلة الباحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة عباس لغورور، جامعة خنشلة (الجزائر)، المجلة 4، العدد 11، 2019.
- 35- عبد الرحمان زاوي، لغة الإعلام بين الفصحى والدارجة، جامعة المدية، المجلد 07 والعدد 02، 2020.
- 36- عبد الصمد طالب احمد، علي جبار، الإذاعة المحلية بالجانب ودورها في الثقافة السياحية، مجلة العلوم الإنسانية والحضارية، جامعة لونييسي علي، البليدة المجلد 08، العدد 01، 2020.
- 37- فاروق احمد يحيى حسن، الإعلام التفاعلي ودوره في تحرير الوعي السياسي، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا، يوليو 2017.

38- ناجح مخلوف، الإعلام المحلي المسموع والتوعية حول الجريمة بالمجتمع الجزائري، جامعة المسيلة، (د، م)، العدد 05.

الأطروحات:

- 39- بداني فؤاد، سوسبولوجية القيم الإخبارية بالإذاعة الجزائرية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة وهران 02، 2015-2016.
- 40- تسعديت قدور، أثر تكنولوجيا الاتصال على الإذاعة وجمهورها، دراسة مسحية في الاستخدامات والإشباع لدى الشباب، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، 2010-2011.
- 41- شعبان مالك، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي، دراسة ميدانية بجامعة قسنطينة وبسكرة، دراسة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم اجتماع التنمية، 2018-2019.
- 42- طاهري لخضر، الإذاعة المحلية ومعالجتها المشكلات الاجتماعية، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير، جامعة خيضر محمد، بسكرة، 2011-2012.
- 43- قيبوش فهيمة، معالجة الإذاعة المحلية لمشكلات الأسرة من وجهة نظر المستمعين، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، 2018-2019.
- 44- نوال رضا، واقع إخراج البرامج التفاعلية في الإذاعة الرقمية، إذاعة جيجل المحلية نموذجا، قدمت هذه الرسالة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في تخصص تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011.
- 45- فارس طباش، العامية والفصحى وإشكالية التلقي لدى جمهور الإذاعة الجزائرية، إذاعة الجزائر العاصمة نموذجا، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم والإعلام، جامعة الجزائر، 2007-2008.
- 46- رشيد فريخ، الإذاعة الجزائرية بين الخدمة التجارية والتوجه التجاري، دراسة حالة القناة الأولى، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2008-2009.
- 47- شاوي ليلية، دور الإذاعة المحلية في ترسيخ الهوية الثقافية، إذاعة سكيكدة نموذجا، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم والسياسة والإعلام، جامعة الجزائر، 2008-2009.

قائمة المصادر والمراجع

- 48- بن عزة فاطمة الزهراء، الإذاعة المحلية ودورها في تحديد توجهات الرأي العام، إذاعة الغرب الجزائري نموذجاً، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم اجتماع الاتصال، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية، تلمسان، 2016-2017.

المقابلات:

- 49- مقابلة مع مساعدة مدير إذاعة تيارت المحلية (الإعلامية سعاد بالمجاهد)، يوم 21 مارس 2022، من الساعة 9:30 صباحاً إلى 11:30 صباحاً.

المواقع:

- 50- نهاد عبد المقصود، نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام الأسس والمنطلقات، [https ;episs_rg_erg. 10 ;00 h, 2022 mares](https://episs_rg_erg.10;00h,2022mares)
- 51- لبنى مهدي، ماهية سمات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام والانتقادات الموجه لها، ezo rabi.com , 30 mares 2022 , 11 ;00h

ملاحق



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابن خلدون - تيارت -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام والاتصال

استبيان لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة بعنوان:

واقع الاستماع إلى البرامج التفاعلية في الإذاعة المحلية
الجزائرية والتواصل معها

المشرف:

جديد عابد

من إعداد الطالبات:

لعزب نعيمة.

غالب فتيحة

قريب أمال

الموسم الجامعي: 2021-2022.

ملاحق

عادات وأنماط الاستماع:

1/ الجنس:

ذكر أنثى

2/ السن:

من 16 إلى 26 سنة من 27 إلى 37 سنة أكثر من 38 سنة

3/ المستوى التعليمي:

أمي ابتدائي متوسط ثانوي جامعي

4/ طبيعة الوظيفة:

طالب موظف أعمال حرة دون عمل

أعمال أخرى:

5/ الحالة الاجتماعية:

أعزب متزوج مطلق أرمل

6/ مكان الإقامة:

المدينة الريف

المحور الثاني: الاستماع والتواصل مع إذاعة تيارت

7/ هل تسمع إلى إذاعة تيارت؟:

دائماً أحياناً نادراً لا أستمع

8/ هل تتابع البرامج الإذاعية بشكل:

يومي أسبوعي شهري

9/ هل تتابع البث بواسطة:

جهاز راديو جهاز تلفاز الهاتف الذكي

طريقة أخرى أذكرها:

10/ هل يصلك صوت الإذاعة بشكل:

ملاحق

جيد متوسط رديء

11/ أين تفضل الاستماع إلى الإذاعة؟:

في البيت خارج البيت

إذا كان في البيت فهل:

في غرفتك الخاصة في قاعة الاستقبال في المطبخ

مكان آخر أذكره:

12/ ماهي الحالة التي تفضل فيها الاستماع إلى البرامج الإذاعية؟:

بمفردي مع العائلة مع الأصدقاء

13/ ماهي الأوقات التي تفضل فيها الاستماع إلى البرامج الإذاعية؟:

الصباح المساء الليل

المحور الثالث: البرامج الإذاعية المفضلة

14/ ماهي البرامج المفضلة لديك؟:

ثقافية رياضية ترفيهية سياسية اجتماعية

15/ ماهي اللغة التي تفضلها في عرض برامجك المفضلة؟:

العامة اللغة العربية

لغة أخرى أذكرها:

16/ هل تتوقف عن الاستماع إلى الإذاعة بمجرد انتهاء برامجك المفضلة؟:

نعم لا

17/ هل تتأثر بالبرامج التي تستمع إليها؟:

نعم لا محايد

إذا كانت إجابتك بنعم فهل يكون هذا التأثير:

فوري على المدى المتوسط على المدى الطويل

المحور الرابع: التفاعل مع البرامج الإذاعية

18/ من خلال استماعك إلى إذاعة تيارت هل تفضل البرامج التفاعلية؟:

نعم لا

19/ ماهي دوافع استماعك للبرامج التفاعلية؟:

رفع المستوى الثقافي والمعرفي لأنها ترفه عن النفس لأنها تثير قضايا تخص الجمهور

20/ ماهي الوسائل التي تستخدمها في التفاعل مع البرامج الإذاعية؟:

الهاتف الفاكس وسائل التواصل الاجتماعي

عبارة أخرى أذكرها:

21/ هل تلبى البرامج الإذاعية التفاعلية الحاجات المعرفية والثقافية لديك؟:

نعم لا

22/ هل أنت راض عما يقدم من برامج تفاعلية في إذاعة تيارت المحلية؟:

كل الرضى أنا راض بعض الشيء أنا لست راضيا محايد

23/ هل هناك مواضيع أخرى تود أن تكون بشكل تفاعلي؟:

نعم لا

إذا كانت الإجابة بنعم حدد هذه المواضيع:

الحمد لله الذي
بفضله تتم
الأعمال