

كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية

قسم العلوم الاجتماعية

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه ل.م.د في علم اجتماع الاتصال.

الإذاعة المحلية ودورها في تحديد توجهات الرأي العام

– إذاعات الغرب الجزائري أنموذجاً –

إشراف: أ.د سيكوك قويدر

اعداد الطالبة: بن عزة فاطمة الزهراء.

#### اللجنة المناقشة

رئيسا	جامعة تلمسان	أستاذ التعليم العالي	أ.د. سعيدي محمد
مشرفا ومقررا	جامعة مستغانم	أستاذ التعليم العالي	أ.د. سيكوك قويدر
عضوا مناقشا	جامعة معسكر	أستاذ التعليم العالي	أ.د. جيلالي كويبي معاشو
عضوا مناقشا	جامعة تلمسان	أستاذ محاضر (أ)	د. بن لباد الغالي
عضوا مناقشا	جامعة مستغانم	أستاذ محاضر (أ)	د. غالم عبد الوهاب
عضوا مناقشا	جامعة تلمسان	أستاذة محاضرة (أ)	د.ة. كاري نادية أمينة

السنة الجامعية: 2017/2016.



كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية

قسم العلوم الاجتماعية

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه ل.م.د في علم اجتماع الاتصال.

الإذاعة المحلية ودورها في تحديد توجهات الرأي العام  
- إذاعات الغرب الجزائري -

إشراف: أ.د سيكوك قويدر

اعداد الطالبة: بن عزة فاطمة الزهراء.

اللجنة المناقشة

رئيسا	جامعة تلمسان	أستاذ التعليم العالي	أ.د. سعيدي محمد
مشرفا ومقررا	جامعة مستغانم	أستاذ التعليم العالي	أ.د. سيكوك قويدر
عضوا مناقشا	جامعة معسكر	أستاذ التعليم العالي	أ.د. جيلالي كويبي معاشو
عضوا مناقشا	جامعة تلمسان	أستاذ محاضر (أ)	د. بن لباد الغالي
عضوا مناقشا	جامعة مستغانم	أستاذ محاضر (أ)	د. غالم عبد الوهاب
عضوا مناقشا	جامعة تلمسان	أستاذة محاضرة (أ)	د.ة. كاري نادية أمينة

كلمة الشكر والتقدير

وَشَكَرَ ٱللَّهُ سَجَانَهُ عَزَّ وَجَلَّ وَأَوْلَادَهُ وَأَخِيْرَهُ عَلَى كَرَمِ عَوْنِهِ وَتَوْفِيقِهِ لِإِنْجَازِ هَذِهِ الْإِطْرَوحَةِ،

كَمَا أَتَقَدَّمُ بِأَسْمَى مَعَانِي الشُّكْرِ وَالتَّقْدِيرِ إِلَى ٱلْإِسْتَاذِ ٱلْمَشْرُوفِ "سِيكُو كُوِيْدِر".

وَأَتَوَجَّهُ بِالشُّكْرِ إِلَى ٱلدُّكْتُورِ بِنِ بِنَاوِ ٱلْغَالِي رَئِيسِ مَشْرُوعِ ٱلدُّكْتُورَةِ عِلْمِ وَاجْتِمَاعِ ٱلْإِتِّصَالِ

وَأُوْدِئِسِي بِٱلذِّكْرِ ٱلْإِسْتَاذَ ٱلدُّكْتُورَ سَعِيدِي مُحَمَّدَ مَدِيرِ مَخْبَرِ حَوَارِ ٱلْإِيَانَاتِ وَٱلْحَضَارَاتِ

فِي حَوْضِ ٱلْبَحْرِ ٱلْمَتَوَسِّطِ

كَمَا أَتَوَجَّهُ بِالشُّكْرِ لِجَزِيلِ إِلَى كُلِّ ٱلْإِسَاتِذَةِ وَٱلرِّمْلَاءِ ٱلذِّينِ، سَاعِدُونِي عَلَى إِتْمَامِ هَذَا ٱلْعَمَلِ وَلَوْ

بِكَلِمَاتِ ٱلتَّشْجِيعَاتِي كَأَنْتِ وَعَمَّا مَحْمَدًا وَأَسَاسِيَا فِي هَذِهِ ٱلْمَرْحَلَةِ.

كَمَا أَتَقَدَّمُ بِالشُّكْرِ إِلَى ٱلسَّوَادَةِ وَاعْضَاءِ لُجْنَةِ ٱلْمُنَاقِشَةِ ٱلذِّينِ تَكَلَّفُوا عَنَاءَ قِرَآءَةِ هَذِهِ ٱلْإِطْرَوحَةِ

وَمِنَا قَشْتَهَا

وَشَكَرَ ٱلْجَمِيعَ عَلَى حَسَنِ ٱلتَّأْطِيرِ وَٱلتَّكْوِينِ وَٱلتَّوْجِيعِ، وَبِٱلْإِخْصِ ٱلسَّاتِذَةِ كَلِيَةِ ٱلْعِلْمِ ٱلْإِنْسَانِيَةِ وَٱلْعِلْمِ

ٱلْإِجْتِمَاعِيَةِ

وَلِي كُلِّ مَنْ سَاهَمَ مِنْ قَرِيبٍ أَوْ بَعِيدٍ فِي إِجْزَازِ هَذَا ٱلْعَمَلِ.

بِنِ عَزَّةِ فَاطِمَةَ ٱلزَّهْرَاءِ.

الإهداء

بسم الله الذي قدرني على إتمام هذا البحث العلمي المتواضع الذي أهديته:

لى الوالدين الغائبين

لى جميع أفراد العائلة

لى كل الأصدقاء والأحبة

ولى كل من لم يذكرهم قلبي وفكرهم قلبي.

بن عزة فاطمة الزهراء.

# قائمة الفهارس

فهرس المحتوى:

4	كلمة الشكر والتقدير .....
5	الاهداء .....
6	قائمة الفهارس .....
7	فهرس المحتوى: .....
11	فهرس الجداول: .....
13	فهرس الرسوم البيانية: .....
14	الفصل التمهيدي .....
14	مقدمة: .....
18	I. الإذاعة المحلية والرأى العام كموضوع فى علم الاجتماع: .....
19	I. 1- الدراسات السابقة: .....
24	I. 2 تحديد الإشكالية: .....
26	I. 3 فرضيات الدراسة: .....
26	I. 4 أسباب اختيار الموضوع: .....
26	I. 5 أهداف وأهمية الدراسة: .....
27	I. 6 ضبط المفاهيم الأساسية للدراسة: .....
31	II. البناء التقنى والمنهجي للبحث: .....
31	II. 1 حدود الدراسة. .....
36	II. 2 مجتمع الدراسة: .....
37	II. 3 منهجية الدراسة: .....

40	II. 4 تقنيات وأدوات البحث:
42	II. 5 صعوبات البحث:
43	II. 6 عرض فهرسي لمخطط البحث:
45	الفصل الأول: الإذاعة والمجتمع المحلي
47	I. الإذاعة المحلية والرأي العام في الجزائر.
47	I. 1 نشأة الإذاعة على الصعيد العالمي والوطني.
50	I. 2 الإذاعة المحلية في الجزائر:
57	I. 3 نشأة الرأي العام كقوة سياسية:
61	I. 4 أنواع وعوامل تكون الرأي العام:
65	II. جمهور الإذاعة المحلية.
72	III. نوعية البرامج الاستماعية للمجتمع المحلي.
78	IV. لغة الخطاب الإعلامي الإذاعي.
79	IV. 1 اللغة في الجهاز الإعلامي الإذاعي.
81	IV. 2 لغة جمهور الإذاعة المحلية:
87	خلاصة:
89	الفصل الثاني: قيمة الإذاعة لدى المستمع المحلي
91	I. الدور الفعلي للإذاعة المحلية في المجتمع.
91	I. 1 دور الإذاعة في المجتمع:
95	I. 2 الإذاعة المحلية ومستوى الثقة.
101	I. 3 الإذاعة المحلية والمصداقية الإعلامية.

104	II. الإذاعة المحلية وطبيعة المعلومة:
105	II. 1 الموضوعية الإعلامية:
107	II. 2 مجالات صحة المعلومة الاذاعية:
114	III. أثر العامل التكنولوجي والبشري على محتوى البرامج الإذاعية.
114	III. 1 أثر التكنولوجيا على المصدقية الإعلامية.
118	IV. 2 القائم بالإعلام في الإذاعة المحلية.
122	IV. الإذاعة والسلطة المحلية.
122	IV. 1 الإذاعة كأداة اتصال بين المواطن والسلطة المحلية.
125	IV. 2 دور الإذاعة في علاقة المواطن بسلطاته المحلية.
130	خلاصة
132	الفصل الثالث: الإذاعة المحلية وتوجيه الرأي العام المحلي.
134	I. الرسالة الإعلامية واهتمامات الفرد المحلي.
134	I. 1 الرسالة الاعلامية.
138	I. 2 الرسالة الاذاعية واستشارة الفرد المحلي.
142	II. الإذاعة ومنظومة القيم والمعتقد.
142	II. 1 ماهية القيم والمعتقد.
145	II. 2 تأثير الإذاعة المحلية على القيم والمعتقدات.
150	III. الإذاعة المحلية وبرامج النقاش والحوار.
150	III. 1 ماهية برامج الحوار والنقاش.
154	III. 2 برامج النقاش والحوار ودورها في تفعيل الآراء.

159	IV. الإذاعة المحلية والرأي العام.
159	IV. 1 الاعلام المحلي.
162	IV. 2 نظريات التأثير لوسائل الاعلام.
168	IV. 3 تأثير الإذاعة المحلية على توجهات الرأي العام المحلي.
178	خلاصة:
180	الفصل الرابع: مكانة الإذاعة في منظومة الاعلام الوطني والكويني.
182	I. وسائل الاعلام وتحديد الاتجاهات.
182	I. 1 وسائل الاعلام والاتصال.
200	I. 2 دور وسائل الاعلام في تحديد الاتجاهات.
212	II. الإذاعة والاعلام الجوّاري.
212	II. 1 الاعلام الجوّاري.
217	II. 2 مكانة الإذاعة كإعلام جوّاري.
218	III. الإذاعة في ظل تكنولوجيا الاعلام والاتصال.
220	III. 1 تكنولوجيا الاعلام والاتصال.
230	III. 2 مستقبل الإذاعة في منظومة الاعلام الوطني والكويني.
233	خلاصة:
235	الخاتمة العامة
240	قائمة المراجع
266	الملاحق

## فهرس الجداول:

الصفحة	رقم الجدول وعنوان الجدول
75	الجدول رقم 01 يبين ترتيب البرامج الإذاعية حسب درجة اهتمام عينة الدراسة.
80	الجدول رقم 02 يبين مدى إمكانية تأثير الخطاب الإذاعي سلبا على المجتمع.
82	الجدول رقم 03 يبين السمات اللغوية في الإذاعة.
83	الجدول رقم 04 يبين السمة اللغوية المفضل استخدامها في الإذاعة من قبل المستمع.
84	الجدول رقم 05 يبين فعلية استخدام المذيعين اللغات الأجنبية.
85	الجدول رقم 06 يبين انطباع عينة البحث عن استخدام الذيعين المحليين اللغات الأجنبية.
93	الجدول رقم 07 يبين أهم الوظائف الإيجابية التي لازالت الإذاعة تؤديها داخل المجتمع في رأي المستمعين المحليين.
96	الجدول رقم 08 يبين ديمومة الاستماع للإذاعة.
96	الجدول رقم 09 يبين الحجم الساعي اليومي للاستماع للإذاعة.
98	الجدول رقم 10 يبين مدى ثقة المجتمع المحلي في محتوى ومضامين البرامج الإذاعية المحلية.
100	الجدول رقم 11 يبين أماكن الاستماع للإذاعة.
102	الجدول رقم 12 يبين تصنيف الإذاعة المحلية من قبل المستمع.
106	الجدول رقم 13 يبين طبيعة المحتوى الإذاعي في نظر المستمع.
111	الجدول رقم 14 يبين المجالات التي تكون فيها المعلومات المذاعة صحيحة.
112	الجدول رقم 15 يبين المجالات التي تكون فيها المعلومات المذاعة غير صحيحة.
116	الجدول رقم 16 يبين أثر استخدام الوسائل التكنولوجية على مصداقية الإذاعة.
119	الجدول رقم 17 يبين الكفاءة الإعلامية للقائم بالاتصال في الإذاعة المحلية.
124	الجدول رقم 18 يبين مدى اعتبار الإذاعة أداة تواصل واتصال بين المواطن.
126	الجدول رقم 19 يبين موقع الإذاعة من ضمن علاقة المواطن بالسلطة المحلية.
127	الجدول رقم 20 يبين مدى صحة عمل الإذاعة في تطوير علاقة الثقة بين المواطن

	والسلطة.
128	الجدول رقم 21 يبين فعالية الإذاعة في ترقية القيم الوطنية والحفاظ عليها.
139	الجدول رقم 22 يبين مدى قدرة المعلومات في إثارة اهتمام المجتمع المحلي.
140	الجدول رقم 23 يبين طبيعة المعلومة الإذاعية التي تثير اهتمام المتلقي.
145	الجدول رقم 24 يبين مدى تأثير المستمع بالمعلومات الإذاعية المعاكسة لاعتقاده.
147	الجدول رقم 25 يبين طبيعة المعلومة المعاكسة لاعتقاد المستمع.
149	الجدول رقم 26 يبين ردة فعل المستمع اتجاه المعلومة المعاكسة لاعتقاده.
154	الجدول رقم 27 يبين مدى اهتمام المستمع المحلي بالحصص وبرامج النقاش الإذاعي.
155	الجدول رقم 28 يبين نسبة مشاركة المستمع المحلي في حصص وبرامج النقاش الإذاعي.
157	الجدول رقم 29 يبين طبيعة الحصص الإذاعية التي يشارك فيها المستمع.
158	الجدول رقم 30 يبين شكل مشاركة المستمع المحلي في حصص النقاش.
160	الجدول رقم 31 يبين انطباع المستمع حيال المعلومة الإذاعية.
172	الجدول رقم 32 يبين كيفية تعامل المستمع مع مضمون الرسالة الإذاعية.
175	الجدول رقم 33 يبين الدور الفعلي للإذاعة المحلية في تحديد الرأي العام.
202	الجدول رقم 34 يبين وسيلة الاعلام الأكثر استقطابا للجمهور من حيث جمع ونشر المعلومات.
204	الجدول رقم 35 يبين مدى مساهمة وسائل الاعلام في تكوين وتحديد اتجاهات الفرد.
206	الجدول رقم 36 يبين الوسيلة الأكثر فعالية في مجال تكوين وتحديد الاتجاهات.
217	الجدول رقم 37 يبين مدى نجاعة الإذاعة في تكريس الاعلام الجوّاري.
231	الجدول رقم 38 يبين مكانة الإذاعة ضمن وسائل الإعلام الأخرى.

## فهرس الرسوم البيانية:

الصفحة	رقم وعنوان الرسم البياني
53	الرسم البياني رقم 01 يبين توزيع العينة على أساس المستوى التعليمي.
68	الرسم البياني رقم 02 يبين توزيع العينة على أساس الجنس.
69	الرسم البياني رقم 03 يبين توزيع العينة على أساس السن.
70	الرسم البياني رقم 04 يبين توزيع العينة على أساس المهنة.
71	الرسم البياني رقم 05 يبين توزيع العينة على أساس موقع السكن.
108	الرسم البياني رقم 06 يبين البيانات وكيفية تحويلها إلى معلومات.
135	الرسم البياني رقم 07 يبين استراتيجية الإقناع للرسالة الإعلامية.
137	الرسم البياني رقم 08 يبين تأثير وسائل الإعلام على الفرد.
164	الرسم البياني رقم 09 يبين العلاقات التبادلية بين المجتمع ووسائل الإعلام والجمهور.
166	الرسم البياني رقم 10 يبين نموذج كاتز لاستخدامات والإشباع لوسائل الإعلام.
174	الرسم البياني رقم 11 يبين تأثير الجماعة على اتجاهات وسلوكيات الأفراد.
222	الرسم البياني رقم 12 يبين عناصر العملية الإتصالية.

# الفصل التمهيدي

تطورت وسائل الاعلام والاتصال فأعطت معنا جديدا لمفهوم التواصل والتأثير في الآخرين، فسلك الاعلام منحنا أخرا، منتقلا بذلك من دائرة مغلقة تخدم منشأة، أو مؤسسة، أو هيئة، إلى اعلام وطني وإقليمي فدولي. فتطورت ما يطلق عليها بوسائل الاتصال الجماهيرية، والتي من أبرزها: التلفزيون، الإذاعة، الصحف وغيرها من الوسائل التي تستعمل كل الإمكانيات المتاحة، والوسائل المتعددة، في التعامل مع الافراد داخل مختلف المجتمعات بغرض إيصال المعلومة.

إن التقدم التكنولوجي ساهم في الانتشار الواسع لأي وسيلة إعلامية كانت، والإذاعة تعتبر اليوم من ابرز أنواع الاتصال الجماهير: محليا، إقليميا، عالميا، وأوسعها انتشارا، الى درجة انها صنعت منافسة بينها وبين التلفزيون -الذي يعتبر من أوسع وسائل الاتصال انتشارا، و أهمها تأثيرا - من أجل تقديم الرسالة الإعلامية المنشودة إلى الافراد ، مع التأثير في اتجاهاتهم و آرائهم و التحكم في سلوكهم ، فالجتماع الجزائري اليوم ليس معزول عن هذا التطور و الاتساع في مجال التغطية الإعلامية : السمعية أو البصرية ، فالإذاعة او كما يطلق عليها خبراء الاعلام و الاتصال "الوسيلة العمياء" ، لا تقل أهمية عن غيرها من وسائل الاتصال الأخرى ، اذ لها تلعب دورا فعلا في وظيفة التفاعل الاجتماعي؛ خصوصا عند ظهور الإذاعة المحلية والتي تكون موجهة الى افراد المجتمع المحلي، والتي عرفت توزعا في كافة انحاء الوطن، وبالتالي أصبحت الوسيلة الأكثر انتشارا زمنيا و مكانيا.

في زخم ما نعيشه اليوم من تسارع في الأحداث والكم الهائل للمعلومات نجد وسائل الاعلام ككل -سواء الرسمية التابعة للدولة أو النظام أو الحزب الحاكم، أو الخاصة التابعة للمؤسسات أو الأفراد-والإذاعة خاصة، تعمل يوميا على مدار الساعة لإعطاء الجرعات التي يحتاجها الفرد من أجل إشباع حاجته فيما يخص معرفة ما يدور حوله من أحداث ومتغيرات، في كافة المجالات: السياسية، الثقافية، الاجتماعية، الاقتصادية، وغيرها.

ولعل الأحداث الدولية والعربية الراهنة زاد من أهمية وسائل الاعلام والحاجة الماسة اليها، بحيث تعتبر سلاحا وجدانيا وعاطفيا في تعبئة الرأي العام والتأثير في الاتجاهات والمواقف، ويعتبر هذا

الأخير من اهم موضوعات الساعة، التي اثارت اهتمام علماء الاجتماع والسياسة، فأصبح يُدرس في الجامعات والمعاهد نظرا لأهميته، وفعالياته.

فالإذاعة هي أداة ناجعة في تفعيل الرأي العام، كونها تغطي كافة شرائح المجتمع من مختلف الفئات، والاعمار، والمستويات، والتي لها دور كبير في نشر المعلومات والآراء المتعلقة بالقضايا السياسية، والاقتصادية، والثقافية، سواء كانت داخلية او خارجية. فوسائل الاعلام عامة لها القدرة من حيث التأثير في الرأي العام، وذلك بإثارة القضايا والمشاكل وطرحها قيد النقاش، ولعلّى الإذاعة المحلية تسعى لهذا الهدف من خلال برامجها وفقراتها المتعددة والمتنوعة.

كذلك لا بد من الإشارة الى ان وظائف وسائل الاعلام تختلف من مجتمع الى اخر، حسب اختلاف أنظمتها وقوانينها وتشريعاتها، ففي المجتمعات الديمقراطية ذات الأنظمة السياسية التي تتبنى حرية الرأي والتعبير، نجد هذه الأخيرة-وسائل الاعلام-أكثر نشاطا وفاعلية في تكوين الرأي العام وتحديد اتجاهاته، عكس الأنظمة الديكتاتورية التي تفرض رقابة صارمة، وذلك بسن تشريعات وقوانين تقلص من أدوارها وتحد من مهامها، مما ينعكس على قدرتها في التأثير وكذا فيما يتعلق بصناعة الرأي العام.

ان موضوع الراي العام كمفهوم او كظاهرة اثار اهتمام عدة باحثين ومفكرين في هذا المجال، نظرا لأهميته في هذا العصر؛ فهو غاية تسعى الى خلقها و تحقيقها أي وسيلة إعلامية سواء كانت: التلفزيون او الإذاعة، عن طريق طرح القضايا والمشكلات و معالجة جميع المواضيع التي لها صلة مباشرة أو غير مباشرة بالأفراد و الجماعات في مختلف المجتمعات ؛ باختلاف نظمها وتباين سياساتها، والأهم هو ذلك الدور الذي تلعبه وسائل الاعلام والاتصال عامة و الإذاعة خاصة في تفعيل الراي العام لدى المجتمع الجزائري عامة و المحلي خاصة في زخم العولمة الاتصالية.

فظهر اليوم ما يطلق عليه: الاعلام البديل او الاعلام الجديد أو الاعلام التفاعلي، وكلها مصطلحات ذات معنى واحد متضادة مع مصطلح الاعلام التقليدي الذي يضم: الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون... ، فالإعلام اليوم لم يعد محصور في نخبة ما أو قادة إعلاميين، بل أصبح

متاحا لجميع شرائح المجتمع وأفراده كالمحطات التلفزيونية التفاعلية، الصحافة الإلكترونية، الإذاعات الرقمية، منتديات الحوار، مواقع الشبكات الاجتماعية... وغيرها من التكنولوجيات الاتصالية و الإعلامية الحديثة، التي فتحت آفاقا جديدة وأحدث تغييرات عميقة في مختلف جوانب الحياة الإنسانية: الثقافية، السياسية، الفكرية، والاجتماعية، كما أثر بشكل كبير على كافة أنماط الاتصال الإنساني، حيث فتحت مجالا واسعا لتجسيد مفهوم القرية الكونية الذي أشار إليه **مارشال ماكلوهان**، الامر الذي قلص من أهمية وفاعلية وسائل الاعلام التقليدية وعلى رأسها الإذاعة في تشكيل و تكوين الرأي العام المحلي، والإقليمي، والدولي.

ان وسائل الاتصال بشتى انواعها أصبحت تخلق نوع من التفاعل اليومي بين افراد المجتمع الواحد؛ ولعل على علم الاجتماع هو أولى بدراسة هذه الوسائل باعتبارها ظاهرة اجتماعية لا بد من التعمق فيها، وكونه العلم الذي يهتم بدراسة الفرد في تفاعله داخل جماعته هذا من ناحية، اما من ناحية أخرى، فهو محاولة فهم التحولات الجديدة التي خلفتها الوسائط الإعلامية لدى فئات المجتمع خاصة الإذاعة.

في هذا السياق نذكر علم الاجتماع الإعلامي وهو فرع من اهم فروع علم الاجتماع الذي اعطى أهمية كبيرة في فهم العلاقة الموجودة بين وسائل الاتصال الجماهيرية والمجتمع؛ وطبيعة هذه العلاقة باختلاف المجتمعات، والثقافات، والحدود الجغرافية، والزمانية، وهذا للإشارة على مدى أهمية البحوث السوسيوولوجية في فهم الظواهر الإعلامية، والأثر الذي تحدثه في المجتمع؛ مع توسيع نطاق المعرفة في هذا المجال الذي تدخل في إطار البحوث السوسيو إعلامية وهي كثيرة.

يقول **روجر فيدلر** في مصب انتشار وسائل الاعلام والاتصال الحديثة في كتابه تطور الاعلام -فهم الاعلام الحديث - : " لا يشتري الناس تكنولوجيا المعلومات، ولكنهم يشترون المحتوى والنفعة والراحة..."<sup>1</sup>

<sup>1</sup> ماكس ماكومز واخرون، الاخبار والرأي العام: آثار الاعلام على الحياة المدنية تر: محمد صفوت احمد حسن، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2012، ص 12.

فهنا نستطيع ان نفهم ان إمكانية الوسيلة الإعلامية عامة، والإذاعة خاصة في تكوين الرأي العام وتشكيله ليس مرتبط بنوعية الوسيلة بقدر ما هو مرتبط بمحتوى الرسالة الإعلامية وطبيعتها في احداث هذا التأثير من جهة، وربطها بمتغيرات واسعة مثل: (السن، الجنس، الدخل، المستوى التعليمي، متغيرات نفسية ... وغيرها). فقد تناولت بحوث سوسيولوجية كثيرة تأثير وسائل الاتصال على الرأي العام بدأ بالاهتمام بمختلف أنواعها ومحتوياتها، وصولا الى الآراء والمتغيرات التي أحدثتها، أو قد تحدثها على المدى القريب.

## I. الإذاعة المحلية والرأي العام كموضوع في علم الاجتماع:

طرح دراسة العلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمع إشكالية كبيرة من الناحية السوسولوجية على مستوى المقاربة النظرية والمنهجية، بحيث يتوجب على الباحث أن يجدد طبيعة هذه العلاقة حتى يستطيع أن يبني جهاز مفهوماتي يشتغل عليه، فهل هذه العلاقة هي علاقة تأثير وتأثر؟ بحيث يصبح المجتمع مجرد متغير تابع ومنفعل لممارسات الغير عليه عن طريق هذه الوسائط الإعلامية، وهل هذا التأثير هو تأثير يمس البنية الاجتماعية بكاملها، أو تأثير على المستوى الفردي بصورة منعزلة؟ وغيرها من الأسئلة غير المتناهية، أم طبيعة هذه العلاقة هي علاقة وظيفية تمثل دور النسق الفرعي بالنسبة للنسق الكلي؟

تعتبر الإذاعة مقارنة بوسائل الاتصال الجماهيرية أقدم وسيلة عرفها الإنسان في حياته اليومية وأكثر ملازمة له وأكثر جواريه، فدراسة العلاقة بين الإعلام والمجتمع باعتبار الرأي العام ظاهرة اجتماعية وفق المقاربة الوظيفية التي تعتبر الإذاعة المحلية هي نسق فرعي من النسق الكلي الذي هو الإذاعة الوطنية، يجعل وجود هذه الإذاعة ستقوم بنفس الدور والوظيفة التي ستقوم بها القنوات الوطنية الأخرى، وهذه الوضعية تكفي أن تؤدي إلى اختلال وظيفي سواء من جراء التضارب في البرامج بين هذه القنوات المحلية، أو من جراء تشتت المستمعين بين هذه القنوات، و إذا ما أخذنا الموضوع من وجهة نظر المقاربة النقدية و البنيوية فإننا سنضطر لتبني الجهاز المفهوماتي لهذين المقاربتين وبالتالي سنعتبر الإذاعة على أنها أداة للهيمنة والسيطرة والاستلاب، بدليل ان هذه الوسيلة الإعلامية بيد نخبة أو شريحة اجتماعية مهيمنة تعمل على إعادة إنتاج هيمنتها وسيطرتها من خلال هذه الوسيلة.<sup>1</sup>

من خلال إشكالية هذه الدراسة نريد الوقوف على طبيعة الوظيفة، والدور الذي تقوم به الإذاعة المحلية داخل محيطها المحلي، وعن مدى قدرته كوسيلة إعلامية في بلورة، وتنمية الرأي العام

<sup>1</sup> بن عيسى محمد المهدي، من اجل سوسولوجيا لمجتمع الاتصال: الإذاعة المحلية في الجزائر، ذات أو موضوع؟ جامعة قاصدي مراح، ورقلة، على الرابط التالي: <http://revues.univ-ouargla.dz/index.php/numero-10-ssh/7-2013-04-21-10-12-52> تاريخ الزيارة: 14 جويلية 2016.

المحلي؟ بالإضافة الى محاولة الكشف عن طبيعة المعلومة عما إذا كانت ذات مصداقية، تراعي دورها الإعلامي؟ ام هي معلومات تستغلها الإذاعة في سيطرتها على الرأي العام وتحديد اتجاهاته وفق شريحة اجتماعية معينة؟ استنادا على رأي المستمع باعتباره المتعامل المباشر، وهو الامر الذي يحدده طبيعة تفاعل الفرد مع هذه الوسيلة الإعلامية، بكونه فرد اجتماعي يتفاعل مع محيطه عبر وسائل الاعلام، الامر الذي سيخوله الحكم على طبيعة وظيفة الإذاعة المحلية، ام هو فرد سيكولوجي منعزل، يعمل على اشباع حاجاته السيكولوجية فقط من خلال وسائل الاعلام؟

### I. 1-الدراسات السابقة:

تعد الدراسات السابقة بمثابة الخطوة الأولى التي قد تسبق تحديد الإشكالية بشكلها النهائي، حيث يتعين على الباحث الاطلاع على دراسات سابقة لها علاقة بموضوع بحثه، من اجل توسيع مجال معلوماته، الامر الذي يمكنه من التحكم في نطاق بحثه وضبطه. وذلك باعتماده على تجربة علمية سابقة، كذلك يتمكن من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة في تحديد موقع بحثه: بحث تكميلي، بحث نقدي، بحث تفسيري.

وفي هذا الإطار يجدر الإشارة الى ان الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع هذا البحث، قد تلقيت صعوبة في الوصول الى دراسات سابقة، قد سبق لها ان عاجلت مواضيع بحث من الزاوية نفسها، مما تطلب مني ادراج دراسات تمس من حد قريب موضوع بحثي وهي كالتالي:

### I. 1-1 شعبان مالك: دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي،

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، علم اجتماع التنمية، جامعة منتوري قسنطينة، 2005؛ 2006.

هي دراسة ميدانية أجريت بكل من جامعة منتوري -قسنطينة-، وجامعة محمد خيضر -بسكرة-، على عينة عشوائية قدرة ب 293 طالب من كلا الجامعتان، اعتمد فيها الباحث على منهجين: منهج المسح الاجتماعي، والمنهج الاحصائي، كما اعتمد على أداة المقابلة و الاستبيان ، حيث تمحورت إشكالية هذه الدراسة على معرفة مدى قدرة الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي

لدى الطلبة الجامعيين، -إذاعة سيرتا، و إذاعة الزيبان-، وذلك من خلال تقييم و تحليل دور وفاعلية الإذاعة المحلية في ابلاغ رسائلها الصحية على الخصوص و مدى قدرتها على تعبئة الجماهير، وتوعيتهم بمخاطر الامراض، وتغيير سلوكياتهم السلبية، كما توصلت هذه الدراسة الى نتيجة ان الإذاعة المحلية تؤدي دورا في التأثير على سلوك مستمعيها، من خلال تشكيل وعي صحي عبر البرامج الصحية الشاملة و الوقائية التي من خلالها تكوّن ثقافة صحية لمستمعيها .

### I.1-2 حفيظة سنوسي: الإذاعة المحلية والعادات الإستماعية للمجتمع المحلي في الجزائر،

مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر.

تمحورت إشكالية هذه الدراسة في البحث عن كون الإذاعة المحلية هي وسيلة الاتصال الأكثر ملائمة للواقع الجزائري من الناحية الاجتماعية، والثقافية، كما هدفت هذه الدراسة الى تحديد طبيعة العلاقة بين البث الإذاعي المحلي والثقافة الاجتماعية المحلية، او بعبارة أخرى العلاقة بين توجهات المجتمع المحلي اللغوية وعلاقته مع البث الإذاعي المحلي، اعتمدت الباحثة في دراستها على تقنية الاستمارة، وزعت على 200 مبحوث باعتماد العينة العشوائية، وخلصت هذه الدراسة الى ان الدولة لم تستغل الإذاعة في السياق الاجتماعي، بحيث وجهت هذه الأخيرة تشجيعها الى التلفزيون واعتبرته الأداة الإعلامية الناجعة في التعبير الاجتماعي بدلا من الإذاعة، مما اثر على ضعف منشاتها و بالتالي على مردودها، الوضع الذي استفادة منه الصحافة المكتوبة .

أيضا خلصت هذه الدراسة الى ان التعددية الاذاعية الحقيقية في الجزائر لم تتحقق بعد، وانشاء محطات عديدة في مناطق مختلفة لا يعني تحقيق التعددية، كما خلت الدراسة الى ان المجتمع المحلي يعبر عن رغبته في امتلاك هذه الوسيلة الإعلامية، باعتبارها اقل ما يمكن الحصول عليه، شريطة ان تعكس الخصائص الثقافية للمنطقة خاصة المميزات اللغوية.

**I. 1-3 ليليا شاوي: دور الإذاعة المحلية في ترسيخ الهوية الثقافية لجمهور المستمعين -**

جمهور إذاعة سكيكدة نموذجاً -، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2008-2009.

هدف هذا البحث الى معرفة مدى اعتبار الإذاعة المحلية همزة وصل بين المجتمع المحلي وأصوله الثقافية والعالم الخارجي، مع إمكانية محافظتها على الإرث الثقافي في مواجهة العولمة الثقافية، بحيث اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي الى جانب تقنية الاستمارة، التي احتوت على 300 مفردة، بالإضافة الى اعتمادها أيضاً أداة الملاحظة والمقابلة. من اجل إبراز دور الإذاعة المحلية في ترسيخ الهوية الثقافية للمستمعين في ظل تكنولوجيا المعلومات، في مقابل معرفة مدى تأثير هذه الاختلافات على عادات المستمع وعمل المذيع، وهل يحاول هذا الأخير الجمع والتكيب بين مختلف هذه الثقافات المحلية، والمحافظة عليها في ظل العولمة الإعلامية والثقافية، وذلك من خلال البرامج التي تُعدها. وفي الأخير خلصت الدراسة الى كون الإذاعة هي سند إعلامي لا يمكن الاستغناء عنه في تلبية الحاجيات الإعلامية المحلية للجمهور المحلي، مع مساهمتها في إحياء التراث الثقافي المحلي.

**I. 1-4 ضيف ليندة: دور الإذاعة الوطنية في التنمية الثقافية-القناة الأولى نموذجاً-، مذكرة**

مقدمة لنيل شهادة ماجستير في العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر، 2006-2007.

تتمحور الإشكالية الرئيسية لهذا البحث، عن دور الإذاعة الوطنية في التنمية الثقافية، مع التعرف على طبيعة البرامج الثقافية التي تقدمها القناة الإذاعية الأولى، في مقابل الاحتياجات الثقافية للأفراد المستمعين، بحيث اتبعت الباحثة منهج المسح، مستعملة كل من: المقابلة، الملاحظة، الاستبيان، كأدوات وتقنيات للدراسة، بحيث توصلت الى عدة نتائج من أهمها ان البرامج الثقافية تحتل الصدارة لبقية البرامج الأخرى. بحيث ان معظم المستمعين لا يجدون صعوبة في فهم محتواها، وأيضاً هو الحال لباقي البرامج الأخرى.

I. 1-5 خيرة بغداداي: برامج الإذاعة الجزائرية وعلاقتها بالواقع الاجتماعي، مذكرة مقدمة

لنيل شهادة ماجيستر، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الجزائر، 2001-2002.

هي عبارة عن دراسة مقارنة بين القناة الأولى والقناة الثالثة، تدور اشكالياتها عن إذا كانت

هذه القنوات الاذاعية تعكس واقع المجتمع الجزائري وقضاياه، من خلال البرامج التي تعتمدها، خاصة

المتعلقة بالأسرة والتربية، وماذا ارتباطها باتجاهات المستمعين، واذواقهم، وتطلعاتهم، كما اعتمدت

الباحثة في بحثها على العينة العشوائية التي ضمت طلبة جامعيين مستمعين، وعددهم 155 مفردة

بالنسبة للقناة الأولى، و 96 بالنسبة للقناة الثالثة، مع اعتماد الباحثة على دراسة محتوى لبعض

البرامج المذاعة في كل من القناة الأولى و الثالثة، ثم اجراء مقارنة بينها، بحيث توصلت الدراسة الى

نتيجة مفادها ان البرامج الهادفة التي يستمع اليها الافراد غير كافية من حيث الوقت، كما انها لا

تناسب في معظم الأحيان مع أوقات المستمعين، مما لا يعطي فرصة التعمق في المواضيع التي تهم

المستمع، الى جانب عدم تمكنه -المستمع- من فهم الرسالة بطريقة جيدة وصحيحة.

I. 1-6 فارس طباش: العامية والفصحى وإشكالية التلقي لدى جمهور الإذاعة الجزائرية،

مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجيستر في العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر، 2007-

2008.

طرحت هذه الدراسة عدة تساؤلات عن اللغة المستعملة في الإذاعة الجزائرية، وعن الدور

الذي تلعبه في التلقي الإيجابي للرسالة الإعلامية، وهل تحقق ذلك الهدف المنشود من فهم و تفاعل،

وهل الفصحى و العامية هي من محددة تعرض الافراد لمحتوى الإذاعة، بحيث اعتمد الباحث على

المنهج المسحي الذي اعتبره الأنسب لدراسة، كما اعتمد على اداة الاستبيان في جمع المعلومات، وهم

عينة من الجزائر العاصمة كمجتمع للبحث، بحيث توصل الى نتائج مفادها ان هنالك تعامل كبير

بالعامية من طرف الإذاعة، في مقابل ان المستوى التعليمي العالي لا يؤثر في الميل او تفضيل مستوى

لغوي دون اخر، فيحين ان الفصحى الموظفة بقنوات الإذاعة الجزائرية لا يطرح اشكال من حيث

الفهم، وان المزج بين الفصحى والعامية يزيد من عملية الفهم و الاستيعاب الجيد.

I. 1-7 لخضر طاهري: واقع الإذاعة المحلية ومعالجتها المشكلات الاجتماعية-إذاعة الجلفة المحلية نموذجاً-مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علم اجتماع الاتصال والعلاقات العامة، جامعة بسكرة، 2011-2012.

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على طبيعة البرامج الاذاعية ونوعيتها، في مقابل التعرف على حجم الاهتمام الممنوح للبرامج المتعلقة بالمشكلات الاجتماعية عامة، والطلاق والبطالة والامية خاصة. وكيف كان اهتمام إذاعة الجلفة بهذه المواضيع، بحيث اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي، ومنهج تحليل المضمون للمادة الإعلامية لإذاعة الجلفة، كما اعتمد على أداة الاستبيان بختيار عينة عشوائية متكونة من 150 مفردة في بلدية الجلفة. توصل الباحث الى جملة من النتائج من بينها ان للإذاعة المحلية وظيفة اجتماعية هامة في المجتمعات، هذه الأخيرة التي لا تخلو من القضايا والمشكلات الاجتماعية المصاحبة للتغير الاجتماعي، ومن خلال هذا البحث الذي يبحث عن علاقة الإذاعة المحلية بالمجتمع واهتماماته الاجتماعية، اتضح ان للإذاعة المحلية بالجلفة لها اهتماماتها الاجتماعية وتقوم بمعالجة المشكلات الاجتماعية الا انها تبقى قليلة من حيث الحجم، ومن حيث التنوع، وعدم التركيز على قضايا معينة.

يتضح من عرض الدراسات السابقة انها ركزت على جوانب مختلفة، مست النواحي الاجتماعية والثقافية، أظهرت كل من اللغة والثقافة والتنمية والميولات والاتجاهات معتبرة الإذاعة جهاز اعلامي مؤثر، عاكسة بذلك اهتمام كل باحث، مع استعمالها لخطوات البحث العلمي من تحديد موضوع، الى تحديد الإشكالية، وصول الى نتائج علمية.

اما بالنسبة لموضوع بحثنا هذا فقد شمل كل من النواحي الاجتماعية والثقافية والسياسية التي تحتويها البرامج الاذاعية، وكيف تأثر على اتجاهات المستمع، فعند الحديث عن الرأي العام لا نقصد به الجانب السياسي فقط، بل حتى الجوانب الأخرى، رأي عام حول قضية سياسية، او قضية دينية، او قضية اقتصادية... وغيرها.

## I. 2 تحديد الإشكالية:

نظرا لما آلت اليه الأحداث العربية والدولية الراهنة، وما رفقاها من حراك وانتفاضات، كان من أبرز مطالبها: تحقيق العدالة الاجتماعية والكرامة والحرية. الامر الذي خلف بيئة خصبة لوسائل الاعلام الرسمي وغير الرسمية، لبث ونشر و إعادة انتاج مضامين إعلامية مختلفة الاتجاهات والآراء والأيدولوجيات<sup>1</sup>، الامر الذي جعل مفهوم الراي العام يطفو على السطح، الذي لا يعتبر كردة فعل اتجاه حدث معين من قبل افراد المجتمع اتجاه قضية معينة، بل هو أكثر من ذلك باعتباره احد اهم الضروريات التي يجب ان تتوفر في المجتمع، كونه أداة ضغط و توجيه تؤثر في القضايا المختلفة محليا و اقليميا و دوليا ، بحيث تتفاوت درجة فاعليته وأهميته من مجتمع الى اخر ، وفي هذه النقطة يتبادر الى ذهننا تساؤل حول أهمية الراي العام، هل هي نفسها في البلدان العربية و الأجنبية؟ هل تولي وسائل الاعلام العربية أهمية للراي العام بقدر ما توليه وسائل اعلام اجنبية.

من هذا المنطلق، وبالحدوث عن وسائل الاعلام نتحدث عن وسائل الاعلام الجزائرية ودورها في تفعيل الراي العام وعلى راسها الإذاعة، ولنكون أكثر تحديد الإذاعة المحلية هذه الأخيرة التي وجدت نفسها في ساحة إعلامية غزتها احداث الابتكارات لتكنولوجيا الاعلام والاتصال، فالإذاعة المحلية هي تلك الوسيلة الإعلامية المحلية الموجهة الى فئة محددة من المجتمع الكلي، التي تحيط به مجموعة من الاحداث والوقائع العالمية، والكم الهائل للمعلومات هذا من جهة، ومن جهة اخر مجموعة من الثقافات والمعتقدات، الامر الذي يحتم عليها -الإذاعة المحلية- بدل مجهود اكبر من اجل إيصال رسالتها الإعلامية واحداث التأثير في الاتجاهات و الآراء، عبر معايير و محددات من اهمها: الحيادية، والموضوعي، والمهنية الإعلامية في معالجتها للمضامين الإعلامية، في شتى المجالات سواء السياسية، الثقافية، الاجتماعية، الاقتصادية... وغيرها من المضامين التي يهتم بها المستمع،

<sup>1</sup> تعددت الاستعمالات اللغوية لمفهوم الأيدولوجيا في الادبيات المعاصرة، بحيث يعني بما مجموعة من القيم، والأخلاق، والاهداف التي تنوي تحقيقها جماعة مصلحة، او حزب على المدى القريب، او البعيد.

وتجدر الإشارة الى ان اول من استخدم كلمة الأيدولوجيا هو الفيلسوف الفرنسي " أنطوان ديستوت دو تراسي - Antoine Destute De

-Tracy (1754-1836). وذلك عندما أصدر كتاب " علوم الأيدولوجيا" ليعني بها علما جديدا اسماء علم الأفكار، تناول فيه المسائل

الأيدولوجية البرجوازية، ومنذ ذلك الوقت لم تستعمل كلمة الأيدولوجية مدة 40 سنة، الى ان جاء "كارل ماركس"، وأعاد استعمالها في كتابه

الأيدولوجيا الألمانية" سنة 1846. للدلالة على الأفكار، والقيم التي كانت متداولة في المانيا آنذاك. بومدين طاشمة، الأساس في منهجية تحليل النظم

السياسية-دراسة في المفاهيم، الأدوات، المناهج، والاقترابات، كنوز للنشر والتوزيع، الجزائر، الطبعة الأولى، 2011، ص28.

او تذاق عليه، بغرض كسب ثقته والتأثير في سلوكياته واتجاهاته وآرائه بكل "مسؤولية اجتماعية إعلامية"<sup>1</sup>.

فإشكالية هذا البحث تتمحور في محاولة الكشف عن طبيعة المعلومات والاعخبار المذاعة عبر الإذاعة المحلية، من جانب الموضوعية والمهنية الإعلامية في مقابل انعكاساتها على توجهات الرأي العام هذا كله من منظور المستمع المحلي، بحيث تقوم هذه الوسيلة الإعلامية ببث مواد إعلامية صحيحة في مختلف المجالات، تعكس حقيقة الحدث الامر الذي من خلاله يستطيع المستمع تكوين مواقف سليمة اتجاه الأحداث، او بصيغة أخرى خلق مجال لتفعيل الرأي العام في بيئة إعلامية موضوعية، ام العكس أي بث معلومات لا مهنية وغير صحيحة تحجب الحقيقة عن المستمع المحلي من شأنها تظليل الرأي العام المحلي وتوجيهه الى ما خططت له هذه الوسيلة الإعلامية . في مقابل عن إمكانية هذه الوسيلة الإعلامية فعلا في بلورة وتكوين رأي عام محلي اتجاه قضية اجتماعية، ثقافية، اقتصادية، دينية... وغيرها. وبالتالي هل للإذاعة المحلية دور في تحديد توجهات الرأي العام؟

وتتفرع اشكاليتنا الى مجموعة من التساؤلات التي نحن بصدد الإجابة عليها في هذا البحث

وهي كالتالي:

- هل تؤثر الإذاعة المحلية على توجهات الراي العام؟ ما طبيعة هذا التأثير؟ هل فعلا تساهم الإذاعة المحلية في تكوين راي عام، وما طبيعة هذا الراي؟
- ما هو انطباع المستمع المحلي لمضامين اذاعته المحلية؟
- ما طبيعة المعلومات المذاعة على اثير الإذاعة المحلية من وجهة نظر المستمع؟
- هل لها دور في تشكيل وتفعيل الراي العام؟

---

<sup>1</sup> يرى أصحاب هذه النظرية أن الحرية والمسؤولية حق و واجب، بحيث تشكلت لجنة لحرية الصحافة من مجموعة من الأستاذة الأكاديمين، بتمويل من مجلة تام الأمريكية، ودائرة المعارف البريطانية، مقدمة تقريرها، في كتاب أعدته اللجنة كاملة، عام 1947، بعنوان: "صحافة حرة مسؤولة"، وان على وسائل الاعلام في ظل هذه النظرية ان تحدم النظام السياسي القائم، عن طريق الإعلام وعن طريق المناقشة الحرة المفتوحة، في كافة المسائل التي تم المجتمع، وتقع على عاتق وسائل الإعلام مسؤولية تنوير الجماهير بالحقائق، و الأرقام، حتى تستطيع هذه الجماهير اصدار احكام متزامنة وصحيحة عن الاحداث العامة، وعليها أيضا أن تراقب أعمال الحكومة، والشركات، والهيئات العامة، وصيانة مصالح الأفراد والجماعات، هذه هي المسؤولية الإعلامية الاجتماعية لوسائل الإعلام، إلى جانب الإعلان والترفيه. كما يجب على وسائل الاعلام تجنب نشر ما يمكن أن يؤدي إلى الجريمة، والعنف والفضوى الاجتماعية. محمد سيدي محمد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، د.ط، 1986، ص 215.

- هل هنالك فعلا وجود لمفهوم أو مصطلح الرأي العام لدى المجتمعات المحلية في الجزائر؟
- ما مكانة الإذاعة المحلية ضمن وسائل الاعلام والاتصال الأخرى؟

### I. 3 فرضيات الدراسة:

إن الإذاعة المحلية اليوم تمتلك وسائل تكنولوجيا حديثة تمكنها من التحكم في العملية الاتصالية من خلال جمع وتخزين ومعالجة البيانات وإذاعتها في الوقت وبالشكل المناسب، مما يؤهلها كوسيلة إعلامية على تكوين رأي عام والتأثير فيه. وعليه تتمثل فرضيات هذا البحث كالتالي:

- 1- تساهم الإذاعة المحلية في تكوين الرأي العام وتوجيهه.
- 2- تُخصّص الإذاعة المحلية برامج إعلامية لا ترتقي الى درجة صناعة رأي عام، بقدر ما تعمل على تنميته.

### I. 4 أسباب اختيار الموضوع:

- لكل بحث دوافع وأسباب دفعت الباحث لتبنيه، الامر الذي يزيد من قيمته العلمية، اذ يرجع أسباب اختيارنا لهذا الموضوع لأسباب ذاتية وموضوعية نحملها فيما يلي:
- الميول الشخصي لمثل هذه المواضيع المتعلقة بتأثير وسائل الاعلام والاتصال على الافراد والمجتمعات.
  - موضوع يمس التخصص العلمي كونه يجمع ما بين ما هو اجتماعي واطلامي.
  - قلة البحوث الأكاديمية التي حصرت مفهوم الرأي العام والإذاعة المحلية، في الجزائر.
  - إعطاء أهمية للدراسة والتحليل السوسيولوجي لطبيعة دور وسائل الاعلام في المجتمع بالأخص الإذاعة المحلية.

### I. 5 أهداف وأهمية الدراسة:

ان الحاجة الماسة الى البحوث العلمية في وقتنا الحاضر أكثر من أي وقت مضى، بحيث تعمل على احياء المواضيع والأفكار والتجديد، بغية الوصول الى أكبر قدر ممكن من المعرفة العلمية الدقيقة واستثمارها والانتفاع بنتائجها، وهذا ما نتطلع اليه في هذا البحث والذي يتمثل هدفه واهميته فيما يلي:

- تحديد كيفية تعامل الإذاعة المحلية مع الحدث والمعلومة من وجهة نظر المستمع المحلي.
- تحديد مكانة الإذاعة المحلية في المجتمع المحلي.
- التعرف على جوهر العلاقة بين الإذاعة المحلية وجمهورها، وانعكاسها على توجهات الرأي العام في ظل الأحداث الراهنة في مقابل البحث عن حقيقة فاعلية الراي العام أو بمعنى اخر، هل تصنع الإذاعة المحلية الراي العام؟
- أهمية وسائل الاعلام ودورها في تجسيد وترسيخ القيم، والاتجاهات، والثقافات، والآراء، والاتجاهات، لدى مختلف المجتمعات.

### I. 6 ضبط المفاهيم الأساسية للدراسة:

في هذا العنصر سنقوم بضبط المفاهيم النظرية والإجرائية لهذه الدراسة، مع توضيحها وطرحها بصيغة تتماشى وإشكالية البحث، وهي كالآتي:

### I. 6-1 الإذاعة المحلية:

#### - المفهوم النظري:

الإذاعة المحلية هي جهاز اعلامي، موجه الى مجتمع محلي محدود العدد، متناسق من الناحية الاجتماعية والثقافية.<sup>1</sup>

الإذاعة المحلية جهاز اعلامي، موجه بالدرجة الأولى الى جمهور المجتمع المحلي، وتكون ملتزمة بطابع ونوعية ذلك المجتمع، الى جانب واجبها العام في التعليم، والتثقيف، والترفيه.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> ليندة ضيف، دور الإذاعة في التنمية الثقافية - القناة الأولى نموذجاً -، رسالة لنيل شهادة ماجستير، علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006، ص144.

إن الإذاعة المحلية هي وسيلة إعلام تستخدم لأغراض اجتماعية مختلفة، بهدف خدمة الفرد المحلي، وتلبية حاجاته المختلفة.<sup>2</sup>

فالإذاعة المحلية إن كان واجبها على وجه العموم هو الإعلام، والتثقيف، والترفيه، فإنها ملتزمة بنوعية وخصوصية الحياة في مجتمعها المحلي.

إن الإذاعة المحلية تُخدم مجتمعا محدودا ومتناسقا من الناحية: الجغرافية والاجتماعية والاقتصادية، أي مجتمع له نفس خصائص البيئة الاقتصادية والثقافية المتميزة، وتحدده حدود جغرافية تشمل رقعة الإرسال المحلي؛ فالإذاعة المحلية- كوسيلة اتصال جماهيري- مرتبطة أساسا بمجتمع خاص يحدد المعالم، تعكس فهمه وتراثه وأذواقه وأفكاره، بل وحتى لهجتهم المحلية، وتلبي احتياجاتهم الخاصة والمتميزة.<sup>3</sup>

كما تشغل الإذاعة في عملها كل الإمكانيات المتاحة، وهي من أقدر الوسائل على معالجة وشرح الموضوعات الاجتماعية التي تخطط لها الدولة من أجل تطوير المجتمع المحلي الذي تنشط فيه، فهي تلعب دورا أكثر التحاقا بالتنمية حيث تقوم، بفهم طرق تفكير المجتمع المحلي، والدفاع عن مصالحه، كما يمكن من خلال الإذاعة المحلية التعرف على الاحتياجات المحلية والمحافظة على الثقافة المحلية وتطويرها.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> على عجوة، دراسات في العلاقات العامة والإعلام، عالم الكتب، القاهرة، الطبعة الأولى، 1985، ص14.

<sup>2</sup> عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال: إنتاج البرامج في الراديو والتلفزيون، دار الفكر العربي، القاهرة، الطبعة الأولى، 1996، ص 11.

<sup>3</sup> منى سعد الحديدي، سلوى إمام على، الإعلام والمجتمع، دار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، القاهرة، 2004، ص، 160.

<sup>4</sup> محمد منير حجاب: الإعلام والتنمية الشاملة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000، د.ط، ص249.

- المفهوم الاجرائي:

اقصد بالإذاعة المحلية في هذا البحث، تلك المحطة الاذاعية الموجهة بالدرجة الأولى الى المجتمع المنشأة فيه جغرافيا، وتحتويه إداريا، والتي تعكس صوت افراده. وبالتحديد إذاعة تلمسان ومستغانم المحلية، الموجهة للمجتمع المحلي التلمساني والمستغانمي.

I. 6-2 الرأي العام:

- المفهوم النظري:

الرأي العام هو الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعي في فترة معينة إزاء قضية معينة أو أكثر يستخدم حولها الجدل والنقاش وتمس مصالح هذه الأغلبية أو قيمها الإنسانية بصورة مباشرة.<sup>1</sup>

الرأي العام هو الحكم الذي يصل إليه جماعة في قضية ذات اعتبار ما.<sup>2</sup>

الرأي العام هو مجموعة آراء الناس حول مواضيع تخص المصلحة العامة.<sup>3</sup>

والرأي العام هو ما يسود بال الجماهير، وما يمس مصالحهم العامة أو الخاصة، والذي يأتي محصلة لصراع الأفكار، وتفاعل الآراء الناتجة عن مناقشات الافراد، وممارسات وسائل الاعلام الشخصي والجماهيري.<sup>4</sup>

كما يبرز الرأي العام لدى دعوات المصادقة، او عدم المصادقة الجماهيرية التي تهدف الى شرعنة، او عدم شرعنة مؤسسة ما، قرار ما، يقوده فاعلين اجتماعيين وسياسيين.<sup>5</sup>

- المفهوم الاجرائي:

والمقصود هنا المواقف، والأفكار، والآراء، والاتجاهات -الموجودة لدى الجمهور المستقبل للرسالة الإعلامية- اتجاه المعلومات التي تبثها إذاعته المحلية، وانعكاساتها على توجهاته، بواسطة تقنيات

<sup>1</sup> محمد منير حجاب: الإعلام والتنمية الشاملة، المرجع السابق، ص 249.

<sup>2</sup> هاني الرضا، الرأي العام والإعلام والدعاية، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، الطبعة الأولى، 1998، ص 19-20.

<sup>3</sup> معن خليل العم، معجم علم الاجتماع المعاصر، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2000، ص 350

<sup>4</sup> طلعت همام، مائة سؤال عن الاعلام، دار الفرقان، عمان، الطبعة الثانية، 1987، ص 29.

<sup>5</sup> Renaud Philipe, et Stéphane Rials, Dictionnaire de philosophie politique, Presse, Universitaire de France, 1996, P441.

إحصائية تتماشى وفق خطوات البحث العلمي، باستخدام عينات من السكان كل من ولاية تلمسان ومستغانم.

### I. 3-6 الاتجاه:

#### - المفهوم النظري:

هو ميل أو نزعة يتعلمها الفرد من بيئته الاجتماعية، ويستعملها في تقييم الأشياء بطريقة متميزة و متماسكة، كذلك هي الحالة العقلية التي تنتاب الفرد وتجعله مستعد للقيام بسلوك معين اتجاه شيء معين، أو حادثة تثير اهتمامه.<sup>1</sup>

#### - المفهوم الاجرائي:

نقصد به ذلك سلوك، أو درجة ردة فعل المستمع المحلي، الناتج عن تلقيه للرسالة الاذاعية، او بصيغة أخرى الأثر الناجم الذي قد تحدثه الإذاعة المحلية من خلال مادتها في ذهن المستمع، سواء كان أثر إيجابي من خلال بث أخبار موضوعية ذات مهنية إعلامية، أو سلبي من خلال إيداع معلومات مزيفة.

### I. 4-6 المعلومات.

#### - المفهوم النظري:

- المعلومات هي المادة الخام للإعلام يعرفها قاموس المنجد بأنها كل ما يعرفه الإنسان عن قضية أو حدث.<sup>2</sup>

ويعرفها معجم لاروس بأنها الأخبار أو التحقيقات أو كل ما يؤدي إلى كشف الحقائق وإيضاح الأمور.

<sup>1</sup> عبد الهادي الجوهري، قاموس علم الاجتماع، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، الطبعة الثالثة، 1998، ص، ص 230-231.

<sup>2</sup> Lamjet Bernard, Ahmed Silem, Dictionnaire encyclopédique des sciences de l'information et de la communication, Edit /Ellipes, paris, 1997, p87.

- المفهوم الإجرائي:

نعني بها المعلومات الاجتماعية، والسياسية، والاقتصادية، والدينية، والثقافية، وغيرها التي تأتي على شكل برامج، أو اخبار أعدتها الإذاعة المحلية، بغرض بثها على المستمعين.

I. 5-6 التفاعل:

- المفهوم النظري:

تفاعل الشخصان أو الشيئان: تأثر كل منهما في الآخر.

- تفاعل مع الحدث: تأثر به، أثاره الحدث فدفعه إلى تصرف ما، تفاعل الجماهير مع

الأحداث، مثال: تفاعلت الجماهير العربية مع الانتفاضة الفلسطينية.<sup>1</sup>

ويعرف التفاعل على انه العملية التي تحدث بين شخصين، والتي بواسطتها يغير الافراد تصرفات بعضهم البعض من خلال عملية التواصل المتبادلة، وهو النمط السلوكي الأساسي في الجماعة.<sup>2</sup>

- المفهوم الاجرائي:

نقصد هنا التفاعل المتبادل بين المستمع المحلي والإذاعة المحلية، فيما يخص المعلومات، والأخبار، وكل المضامين الإعلامية والبرامج الإذاعية والاثر الذي يحدثه هذا التفاعل سواء برفض او قبول، ما تذيعه الإذاعة المحلية.

II. البناء التقني والمنهجي للبحث:

II. 1 حدود الدراسة.

II. 1-1 الحدود الجغرافية:

الدراسة الميدانية لهذا البحث قمنا بها في مدينة تلمسان، التي تقع شمال غرب الجزائر وهي ولاية منذ 1962، وهي ثالث مدينة من حيث الأهمية السياسية، والثقافية بعد الجزائر العاصمة،

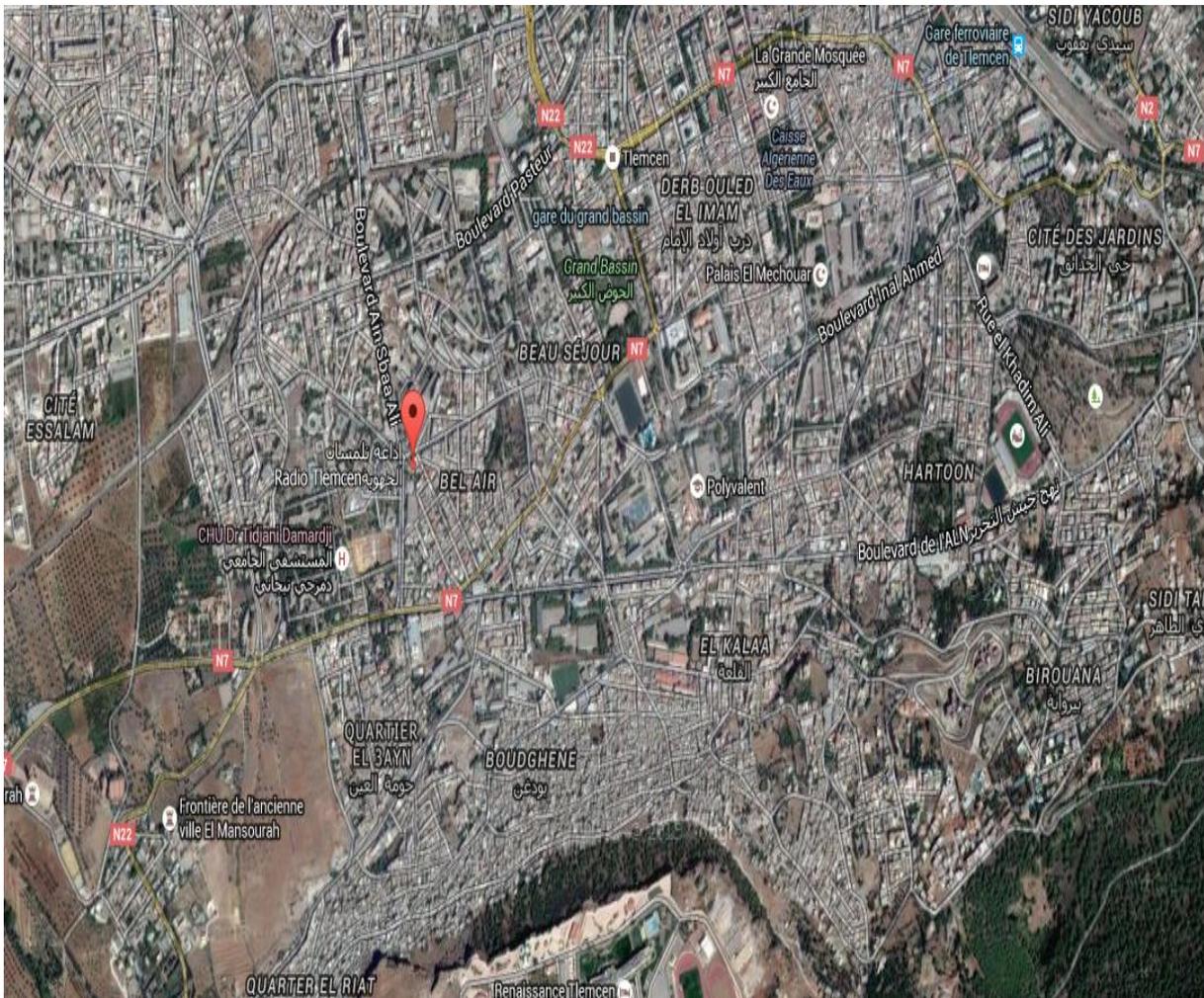
<sup>1</sup> فؤاد إفرام البستاني، منجد الطالب، دار المشرق، بيروت، الطبعة الثالثة والعشرون، 1986، ص57-58.

<sup>2</sup> أسماء هناء حافظ، تكنولوجيا الاتصال التفاعلي في عصر الفضاء الإلكتروني المعلوماتي الرقمي، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2005، ص15.

وهران مما يبرز مكانتها السياسية والثقافية الهامة، اختيرت كعاصمة للثقافة العربية الإسلامية لسنة 2011.

بلغ عدد سكانها في استطلاع سنة 2008، 949135 نسمة، اي ما يعادل كثافة 104,75 ن/كم<sup>2</sup>، بينما مساحتها 9061 كلم<sup>2</sup>، وتنقسم إداريا ولاية تلمسان إلى 20 دائرة و 53 بلدية.

### خريطة لمدينة تلمسان مع توضيح لموقع الإذاعة.<sup>1</sup>



<sup>1</sup> <https://www.google.dz/maps>.



تتميز مستغانم بتراث ثقافي وفني غني، من مسرح، وشعر، وفولكلور وموسيقى الأندلسية نظمت عشرة مهرجانات في عدة مجالات: المسرح الشعبي، الموسيقى الأندلسية، مسرح الهواة، والقصائد الشعبية. وغيرها من الانشطة الثقافية والاجتماعية.

توزع بمدينة تلمسان ومستغانم أزيد من 38 جريدة باللغة العربية منها الشروق، النهار، الخبر، اليوم، المساء، البلاد، الشعب... الخ.

أما باللغة الفرنسية ما يقارب 30 صحيفة مثل: "Le Soir"، "Le Quotidien"، "El watan".

وزعت في كل من مدينة مستغانم، وتلمسان 200 استمارة بحث، وزعت في كل من مقر الولاية والدائرة، البلدية والدوار.

## II. 1-2 الحدود الزمانية:

يرتبط هذا البحث زمانيا من سنة 2013 الى اليوم؛ والذي كان قد سبقه بحث استطلاعي منذ سنة 2011، كنت قد اعتمدت فيه على أداة المقابلة، بحيث كان التعامل مع عينة بحث غير عشوائية، قدر ب 15 مفرد لمستمعي الإذاعة. اختلفت من حيث الجنس، والسن، والمستوى التعليمي. وكان ذلك في الحدود الجغرافية في ولاية تلمسان، كونه مكان الإقامة، وعدم وجد صعوبة في الحصول على عينة الاستطلاع، من اهم أسئلة الاستطلاع كانت:

- ما هو حجم استماعك للإذاعة في اليوم؟
  - ماهي البرامج التي تفضلها؟
  - ما رأيك في مضمون هذه البرامج؟
  - هل اثارتك مضامينها؟ كيف ذلك؟
  - ما رأيك في طبعة المعلومة المذاعة؟
- بحيث تلقيت إجابات مختلفة تلخصت فيما يلي:

- تراوح معدل الاستماع في اليوم لعينة هذا الاستطلاع من ساعة واحدة الى ساعتين.
  - معظم العينة لم تكن لها برامج معينة، تستمع لكل البرامج، فقط للإشارة فجنس الذكور يميل قليلا الى البرامج الرياضية من الأخبار، وحصص رياضية.
  - اشارة العينة كون المضامين في اغلبها لا تلبي الحاجات المعرفية، ولا الجرعات الكافية، كونها سطحية خاصة فيما يتعلق بالسياسية والاقتصاد.
  - اغلب العينة عبر عن كيفية ردة فعله اتجاه المعلومة بنوع من اللامبالاة، أو التقصي في وسائل إعلامية أخرى عن المعلومة.
  - اغلب عينة البحث لا تثق فيما تقدمه الإذاعة من معلومات، خاصة السياسية والاقتصادية هذا من جهة، ومن جهة ثانية لا تعطي انطبعا لدى المستمعين بالرغم من استماعهم اليومي للإذاعة، مما يطرح تساؤلات كثيرة، أهمها:
- لماذا يلجأ الفرد في نشاطه اليومي الى وسائل إعلامية لا يثق في مصداقيتها، وهل هي فقط ضمن عاداته اليومية؟

كذلك عرفت هذه الفترة الزمنية تحولات كبيرة في الوطن العربي و بروز الدور الإعلامي كما لم يسبق من قبل ؛ فأطلق على هذه الفترة : الثورات العربية، الربيع العربي أو ثورات الربيع العربي في وسائل الإعلام، والتي عرفت تغيرات سياسية جذرية مسة الأنظمة العربية بدأ من تونس ؛ مصر؛ ليبيا ؛ اليمن ؛ سوريا ...، وهو بحث يعالج موضوع واسع عن أثير وسائل الاتصال عامة والإذاعة خاصة على الافراد والمجتمعات، والتي يطرأ عليها كل يوم وكل ساعة أشياء جديدة، وبالتالي هو بحث يندرج ضمن البحوث المكتملة لبحوث تأثير وسائل الاعلام في المجتمع، و سيكون نقطة انطلاق لبحوث قادمة نظرا لطبيعة الظاهرة الإعلامية التي هي في سيرورة دائمة و متطورة وبالتالي يصعب الحكم عليها وتقييدها بنتائج قد تتغير في اليوم التالي.

## II. 2 مجتمع الدراسة:

مجتمع البحث هو مجموعة من العناصر، لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن

غيرها من العناصر الأخرى، والتي يجري عليها البحث والتقصي.<sup>1</sup>

وفي هذه الدراسة مجتمع البحث هم سكان ولاية تلمسان، ومستغانم.

العينة هي عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة واجراء

الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي.<sup>2</sup>

والعينة كذلك هي، مجموعة فرعية من عناصر مجتمع بحث معين.<sup>3</sup>

وفي هذه الدراسة وقع الاختيار على العينة النمطية، وهي انتقاء عناصر مثالية من مجتمع البحث،

بحيث يتم اختيار عينة الدراسة بشكل غير عشوائي، أي يتم مقدما استثناء بعض عناصر الدراسة من

الظهور في العينة.<sup>4</sup> وبالتالي فعينة الدراسة هي المستمعين للإذاعة المحلية لمدينة تلمسان ومستغانم، وكان

السبب وجود بعض العناصر من مجتمع الدراسة لا تتوفر لديهم المعلومات المطلوبة والكافية فيما إذا تم

اختيار عينة البحث بشكل عشوائي.

---

<sup>1</sup> موريس انجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية - تدريبات علمية -، تر: بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر، الجزائر، الطبعة الثانية، 2004، 2006، ص 298.

<sup>2</sup> محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي - القواعد والمراحل والتطبيقات -، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، الطبعة الثانية، 1999. ص 84.

<sup>3</sup> موريس انجرس، المرجع نفسه، ص 301.

<sup>4</sup> محمد عبيدات وآخرون، المرجع نفسه، ص 86.

وقدر عدد المبحوثين ب 400 مفردة، فتم توزيع 200 استمارة في مدينة تلمسان، و200 استمارة في مدينة مستغانم تطبيقاً لتقنية "المسح الاجتماعي"<sup>1</sup> الذي يقوم على جمع المعلومات من افراد عينة البحث في مناطق مختلفة من ولاية تلمسان ومستغانم، بحيث يعتبر مسح الرأي العام مجالا هاما من مجالات استطلاع رأي الجمهور حول قضية أو موضوع ذي طابع عام في المجتمع.<sup>2</sup>

مراعينا في هذا كله الاختلافات الاجتماعية، والاقتصادية للمبحوثين، نظرا للفوارق الموجودة في المناطق السالف ذكرها، فتنوعت فئة الجنس من ذكور وإناث، كذلك من حيث السن اذ اختلفت الفئات العمرية، أيضا الاختلاف من حيث طبيعة الوظيفة: المتقاعد، الموظف، أعمال حرة، بدون عمل، كما اختلفت عينة البحث فيما يخص المستوى الدراسي على المستويات التالية: بدون مستوى، ابتدائي، متوسط، ثانوي، جامعي، تكوين.

### II. 3 منهجية الدراسة:

في هذا العنصر سنتطرق الى تحديد المنهج والتقنيات التي اعتمدناها في هذه الدراسة، والتي تعد من اهم الخطوات التي يضعها الباحث عند اختياره منهج وتقنيات بحثه، بغية الوصول الى نتائج ملموسة.

### II. 1-3 المنهج:

إن المنهج من المفاهيم المعقدة التي عمل علم الاجتماع على إيضاحها، ومن ثم اعتمادها كطريقة من أجل التحكم بالبيانات المختلفة في الأبحاث والدراسات التي يقوم بها.

---

<sup>1</sup> يعرف المسح الاجتماعي بأنه عبارة عن دراسة عامة لظاهرة موجودة في جماعة معينة في مكان معين في الوقت الحاضر، دون الخوض في تأثير الماضي والتعمق فيه، كما أنها تقنية تدرس الظواهر كما هي دون تدخل الباحث فيها والتأثير على مجرياتها. أحمد عبد المنعم حسين، أصول البحث العلمي: المنهج العلمي وأساليب كتابة البحوث والرسائل العلمية، المكتبة الأكاديمية للنشر، القاهرة، الطبعة الأولى، 1996، ص 09.

وتستخدم الدراسات المسحية أيضا لاكتشاف العلاقات الارتباطية بين المتغيرات، مثلا قد يحاول الباحث اكتشاف العلاقة بين متغيرات السن، والدين، والمستوى الثقافي، والحاجة الاقتصادية، وتفكك العائلة وبين الطلاق، في مدينة ما، والمسح الاجتماعي عموما هو دراسة علمية للظواهر الاجتماعية الموجودة في جماعة معينة في مكان معين، السيد عبد العاصي، النظرية في علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، د.ط، 2000، ص 132.

<sup>2</sup> محمد علي محمد، علم الاجتماع والمنهج العلمي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، د.ط، 1984، ص 380.

فالمنهج هو فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة، من اجل الكشف عن حقيقة مجهولة او من اجل البرهنة على حقيقة لا يعرفها الاخرون.<sup>1</sup> وذلك قصد الوصول الى نتائج محددة وواضحة تعطي تفسير علمي صحيح للظاهرة المدروسة، فحسب موريس انجرس فالمنهج في العلم مسألة جوهرية تحدد نتائج البحث<sup>2</sup>، فهو المسؤول عن تقييد الدراسة بالأسس العلمية من اجل نتائج سليمة.

المنهج المعتمد في هذا البحث هو المنهج الوظيفي الذي ينظر الى المجتمع ككل يضم مجموعة من الأجزاء تربطها علاقات تفاعل فيما بينها، فالمنهج الوظيفي هو الأقرب لفهم وظيفة الإذاعة المحلية في المجتمع وعن طبيعة العلاقة السائدة بين الإذاعة المحلية والمستمع، من خلال ابراز دور الإذاعة في تحديد توجهات الري العام ونوعية الوظيفة والخلل الوظيفي ان وجد.

وتقوم هذه الدراسة الكمية والكيفية، المندرجة تحت أنواع البحوث المكتملة لأبحاث تأثير وسائل الاعلام في المجتمع، على تحليل وتفسير الآراء ووجهات نظر المستمع المحلي، وانطباعاته عن الأدوار والوظائف التي تشغلها الإذاعة المحلية في يومياته والتي ستنعكس على المجتمع ككل، من خلال المادة الإعلامية الي تبثها عبر اثيرها، في مقابل مدى إمكانية هذا الجهاز المحلي في بلورة وتحديد توجهات الرأي العام المحلي اتجاه قضية ما.

### II . 3-2 الخلفية النظرية للدراسة: البنائية الوظيفية.

تعود النظرية الوظيفية لعلماء الاجتماع الأوائل أمثال سان سيمون، اوجست كونت، اميل دوركايم، وحتى كارل ماركس، وماكس فيبر، -وهي كطريقة اقتراب سوسيولوجي لهذا البحث-، فبعد العقود الاولى من القرن العشرين أخذت النظرية الوظيفية مكانها في علم الاجتماع، خاصة بعد بروز المدرسة الانجلوسكسونية التي تألفت كل من: روبرت ميرتون، راد كليف براون، تالكوت بارسونز، وماليونفسكي. فمفهوم النظرية الوظيفية بدأ مع هربرت سبنسر ف اوجست كانت،

<sup>1</sup> سعد الدين السيد صالح، البحث العلمي ومناهجه النظرية: رؤية اسلامية، مؤسسة الاسراء للطباعة والنشر، القاهرة، الطبعة الثانية، 1992، ص 10.

<sup>2</sup> موريس انجرس، مرجع سابق، ص 36.

وتطور مع رواد المدرسة الفرنسية أمثال: اميل دوركايم ومارسيل هوس، فمفاد هذه النظرية أن المجتمع مثل الجسم، أي كلية مشتركة وكل عضو من أعضائه لا يتم فهمها الا في إطار الكلية. تقوم النظرية البنائية الوظيفية كغيرها من النظريات السوسيولوجية على عدد من المقولات أو الأفكار الأساسية، التي تنطلق منها تحليلات أنصار هذه النظرية وتعتبر بمثابة الإطار المرجعي لهم عند تناولهم للقضايا والمشكلات التي يعالجونها بصورة واقعية في بحوثهم ودراساتهم النظرية أو الميدانية، ومن بين هذه المقولات: النسق الاجتماعي، الوظيفية، المقومات أو الخلل الوظيفي، الاتفاق الاجتماعي.<sup>1</sup>

فالوظيفية تعتبر المجتمع نسق متداخل الأجزاء أو العناصر أو الأنساق الفرعية، والذي لا يمكن فهم أي جزء أو نسق فرعي دون معرفة علاقته بالكل.<sup>2</sup> فالعضو جزء من الكل ولا يتم فهم العضو الا من خلال الكل.

وذلك لدراسة العلاقة المتبادلة بين البناءات والوظائف الاجتماعية التي تقوم بها. ويطلق عليه: "مفهوم التحليل البنائي الوظيفي". وهذا ما ظهر كثيرا في تحليلات رواد البنائية الوظيفية لاسيما "روبرت ميرتون".<sup>3</sup>

كذلك هي رؤية سوسيولوجية مبنية على مفهوم البناء الاجتماعي فضلا عن رؤيتها بأن المجتمع يسبق وجود الأفراد، ولا يمكن ملاحظة البناء الاجتماعي بشكل مباشر إلا من خلال المشاهدة العامة للظاهرة.<sup>4</sup>

ومن خلال الوظيفية حاولت تسليط الضوء على وظيفة وسائل الإعلام عامة والإذاعة المحلية باعتبارها مؤسسة من المؤسسات الكبرى للمجتمع، أو بصيغة أخرى مؤسسة من مؤسسات "التنشئة

<sup>1</sup> عودة محمد إبراهيم، النظرية المعاصرة في علم الاجتماع: دراسة نقدية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، د.ط، 1998، ص121.

<sup>2</sup> عبد الكريم الغريب، عبد الحميد لطفي، الاتجاهات الفكرية في نظرية علم الاجتماع المعاصر، مكتبة نخضة الشروق، القاهرة، د.ط، 1987، ص 31.

<sup>3</sup> عبد الله محمد عبد الرحمان، النظرية في علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، بيروت، د.ط، د.ت، ص 13،14.

<sup>4</sup> فادية عمر الجولاني، التغير الاجتماعي: مدخل النظرية الوظيفية لتحليل التغير، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، د.ط، 1993، ص، ص208-209.

الاجتماعية"<sup>1</sup>، بحيث لها دور فعال في التأثير على سلوك، وقيم، واتجاهات الافراد داخل المجتمع الواحد، كنتيجة لممارستها عدة وظائف مثل وظيفة نقل الأخبار، التعليم، الشقيف، تدعيم المعايير والقيم الاجتماعية، التي هي اساسا من اهم وظائف وسائل الاعلام والاتصال.

وفي هذا البحث اخترنا الإذاعة وبالأخص الإذاعة المحلية، لإبراز الوظيفة التي تقوم بها داخل "مجتمعها المحلي"<sup>2</sup> وربطها بالتأثير الناتج عن هذه العملية الإعلامية الاتصالية.

### II. 4 تقنيات وأدوات البحث:

ان أي موضوع بحث في شقه النظري، او التطبيقي، اتي استنادا على منهجية علمية وتقنيات معينة، يعتمدها الباحث في الحصول على معرفة علمية منظمة توصلنا الى نتائج قابلة للتعميم، وفي بحثنا هذا اعتمدت على تقنية الاستمارة، كتقنية أساسية، المقابلة الموجهة، والملاحظة.

### II. 1-4 الاستمارة:

اعتمدتها كتقنية أساسية في هذا البحث العلمي كونها تقنية مباشرة للتقصي العلمي تستعمل إزاء الأفراد، وتسمح باستجوابهم بطريقة موجهة والقيام بسحب كمي بهدف إيجاد علاقات رياضية والقيام بمقارنات رقمية<sup>3</sup>. وذلك نظرا لطبيعة الموضوع الذي يتطلب نسبة معتبرة من المبحوثين، والاستمارة كانت هي التقنية الأفضل لذلك.

---

<sup>1</sup> يقصد بالتنشئة الاجتماعية، العملية التي يتحول من خلالها وبواسطتها الفرد، من كائن بيولوجي الى فرد اجتماعي، فالفرد يولد غير قادر على ممارسة أي شيء، او أي معرفة، حسين عبد الحميد رشوان، الاسرة والمجتمع: دراسة في علم اجتماع الاسرة، مؤسسة شباب الجامعة، اسكندرية، د.ط، 2003، ص 150.

كما تعرف على انها عملية التفاعل الاجتماعي التي يتم من خلالها تشكيل الوليد الإنساني، الذي يأخذ بمقتضاها القيم والمعايير الاجتماعية، ويتخذ مكانا معيناً في نظام الأدوار، من خلال انتسابه الى الجماعات المحلية او المؤسسات الاجتماعية كالأسرة، والمدرسة، ووسائل الاعلام، احسان محمد حسن، علم اجتماع العائلة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2005، ص 204.

وتوكل وظيفة التنشئة الاجتماعية الى عدة مؤسسات تعمل بشكل متوافق ومتكامل لإعداد الفرد اجتماعيا وهي: الاسرة، المدرسة، جماعة الرفاق، وسائل الاعلام التي هي متعددة ومتنوعة تشمل: الصحف، الراديو، التلفزيون، الانترنت... الخ. التي تؤدي أنشطتها التثقيفية والتوجيهية والارشادية، أسامة ظافر كجارة، برامج التلفزيون والتنشئة التربوية والاجتماعية للأطفال، دار النهضة العربية، لبنان، الطبعة الأولى، 2003، ص 77.

<sup>2</sup> المجتمع المحلي هو ذلك المجتمع محدود العدد فوق ارض محدودة المساحة، نظرا للمصاح المشتركة بينهم، السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية تسودها قيم عامة، يشعرون بالانتماء اليها، عبد المجيد شكري، الإذاعات المحلية: لغة العصر، دار الفكر العربي، القاهرة، د.ط، 1998، ص 12.

<sup>3</sup> موريس أنجرس، مرجع سبق ذكره، ص 204.

كما اشير الى ان أسئلة الاستمارة لم تكن أسئلة مغلقة وحسب وانما كانت هناك أسئلة مفتوحة من اجل التحليل النوعي وهذا هو الأهم، بينما نحتاج للتحليل الكمي من اجل فهم الظاهرة، والذي كثيرا ما نجده في بحوث علم الاجتماع الإعلامي والسياسي وكل البحوث المتعلقة بقياس الرأي العام

واستمارة هذا البحث التي وزعت على 400 مبحوث في كل من ولاية تلمسان ومستغانم احتوت على خمسة محاور:

المحور الأول: مواصفات المبحوث. وتضمن أسئلة تعلقت بالسن، والجنس، والمستوى التعليمي، ونوع الوظيفة، ومكان السكن.

المحور الثاني: علاقة المستمع بالإذاعة. وتضمن على 10 أسئلة 2 منها مفتوحة، لمعرفة اهم البرامج التي تستهوي المستمع وما الحجم الساعي وهل فعلا يشكل القدر الكافي لتكوين رأي عام وتوجيهه؟

المحور الثالث: قيمة الإذاعة لدى المستمع. واحتوى هذا المحور على 10 أسئلة مغلقة و4 أسئلة مفتوحة من اجل تفسير وتحليل طبيعة المعلومة المذاعة من جانب المصدقية والاحترافية الإعلامية.

المحور الرابع: الإذاعة المحلية وتوجيه الرأي العام المحلي. كذلك اشتمل هذا المحور على 13 سؤالاً مغلقاً و3 أسئلة مفتوحة من اجل الاستفسار والتعليل، عن مدى فاعلية الإذاعة المحلية في تكوين رأي عام محلي وتوجيهه.

المحور الخامس: مكانة الإذاعة في منظومة الاعلام الوطني والكويني. وتمثلت أسئلة هذا المحور في 11 سؤالاً قصد التعرف على البعد الوطني للإذاعة المحلية ومكانتها ضمن وسائل الاعلام الأخرى.

## II . 2-4 المقابلة:

كان الاعتماد على تقنية المقابلة الغير موجهة، كتقنية مساعدة وذلك عند توزيع استمارة البحث بحيث حصلت على معلومات قمت بتدوينها لم تكن لتجيب عنها أسئلة الاستمارة وذلك للاحتكاك المباشر مع المبحوثين من خلال ابداء انطباعاتهم حول موضوع البحث.

كذلك قمنا من خلال المقابلة بتفسير وتوضيح أسئلة الاستمارة للفئة التي لا يسمح لها مستواها التعليمي بفهم أسئلتها، حيث اشير الى انني قد ملأت بعض الاستمارات عندما واجهت افراد من عينة البحث لا يعرفون لا الكتابة ولا القراءة، فقمنا بشرح الأسئلة ومن ثم تدوين المعلومة المتحصل عليها من طرف المبحوثين.

## II . 3-4 الملاحظة:

كانت تقنية الملاحظة العلمية بدورها مساعدة لدى توزيع استمارة البحث، من خلال ملاحظة المبحوثين وطريقة انفعالهم مع أسئلة الاستمارة، فلاحظنا بعض الإشارات واستمعنا الى بعض النكت، التي هي في حقيقة الامر أنماط تفيد الراي العام، وتمكن من معرفة وتحديد اتجاهاته. بحيث تعتبر هذه الإشارات تعبرا ضمنيا عن معلومات لم يستطع المبحوثين الإفصاح عنها.

## II . 5 صعوبات البحث:

لأي بحث علمي صعوبات قد تواجهه سواء كانت منهجية، ميدانية، أو معرفية، وفي هذا البحث كان الجانب المنهجي هو الأكثر تعقيدا نظرا للاختلافات المنهجية وعدم وضوحها مما جعل صعوبة في تحديد منهج الدراسة، هذا من جهة كذلك صعوبة في تحديد عنوان البحث وضبطه، بالإضافة الى الصعوبات المعرفية خاصة من ناحية الدراسات السابقة والتي تخص الإذاعة المحلية في الجزائر فهي قليلة ، فأغلب الدراسات ان لم نقل كلها هي لدول عربية مثل : مصر و لبنان، الى جانب هذا لم أتمكن من الوصول الى أي دراسة سابقة تقوم بربط متغيري الإذاعة المحلية، والرأي العام في الجزائر.

كذلك الصعوبات الميدانية في كيفية التعامل مع عينة البحث، بحيث صادفتنا وحدات اضطرت الى إعطاء تفسيرات وتحليلات لأسئلة الاستمارة مع تبسيطها، وفي بعض الأحيان المساعدة على ملئها، أيضا من الجانب الميداني هنالك صعوبة في اثارة المبحوث عن أهمية الموضوع وكسب ثقته، فالجتماع الجزائري لم يصل الى درجة معرفية واعية تشجع على البحث العلمي.

### II. 6 عرض فهرسي لمخطط البحث:

بالإضافة الى هذا الفصل التمهيدي، الذي سعينا من خلاله الى التطرق الى مختلف الجوانب المنهجية والعلمية المحيطة بالبحث، والمحددة لخطواته وأهدافه، من منهج وأدوات وتقنيات منهجية، تناول بحثنا كذلك أربعة فصول أخرى نتعرض لها بإيجاز فيما يلي:

#### الفصل الأول: من خلال هذا الفصل سنتناول نشأة الإذاعة على الصعيد العالمي والوطني،

مختصين بالذكر البدايات الأولى لظهور الإذاعة المحلية في الجزائر، بالإضافة الى تعرضنا لظاهرة الرأي العام وأهم العوامل المساهمة في تكوينه، ونشأته كقوة سياسية، أيضا سنتطرق من خلال هذا الفصل الى التعرف على نوعية البرامج الاستماعية للفرد المحلي ودور الخطاب الإعلامي في احداث التأثير.

#### الفصل الثاني: سنحاول في هذا الفصل الإحاطة بوظيفة الإذاعة المحلية في المجتمع، ودورها

كأداة اتصال بين المواطن والسلطات المحلية، الى جانب محاولة الكشف عن طبيعة المعلومات المذاعة ومجالات صحتها، مع ابراز دور العامل التكنولوجي والبشري على مصداقية الرسالة الاذاعية.

#### الفصل الثالث: سنخصص هذا الفصل للحديث عن الرسالة الإعلامية واهتمامات الفرد

وقيمه ومعتقداته، ومدى تأثير الإذاعة المحلية على منظومة القيم والمعتقدات، كما سنتعرض الى ماهية برامج النقاش والحوار الاذاعي ودورها في تفعيل الآراء، كما سنتعرض في هذا الفصل الى اهم الوسائل الإعلامية المحلية واهم النظريات المتعلقة بتأثير وسائل الاعلام على الافراد، لكي نلم في الأخير بدور الإذاعة المحلية في التأثير على التوجهات الرأي العام المحلي.

**الفصل الرابع:** يتعرض هذا الفصل الى اهم وسائل الاعلام ومن بينها: الصحافة، الإذاعة، التلفزيون، شبكت الانترنت، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تحديد الاتجاهات والآراء، مع ابراز مدى نجاعة الإذاعة المحلية كإعلام جوارى في ظل الزخم المعلوماتي والتطور التكنولوجي الحاصل في ميدان الاعلام والاتصال، بالإضافة الى التطرق الى مكانة ومستقبل الإذاعة في منظومة الاعلام الوطني والكوني.

الفصل الأول: الإذاعة

والمجتمع المحلي

ان الربط بين مفهوم الرأي العام، ووسائل الاعلام عامة والإذاعة خاصة، جاء ليؤكد على مدى قدرة المفهومين على التفاعل، كون الاعلام ينمي معرفة وثقافة الافراد، من مختلف الفئات والاعمار والاطياف، وتعدد المجتمعات والثقافات والانتماءات، والقيم والأفكار والاتجاهات، عن طريق وظائف احيلت اليه كوظيفة التثقيف، التوجيه، الإرشاد، الترفيه، والاعلان، في نوع من التفاعل والتبادل والنقاش، الامر الذي يفضي الى انتاج بيئة خصبة، لتشكيل وتنمية مفهوم الرأي العام كقوة سياسية، في يد، او ضد الأنظمة السياسية، وهنا يعتبر الرأي العام من بين العوامل الهامة في عملية صنع القرار، الامر الذي يظل نسبيا نتيجة لاختلاف الأنظمة السياسية.

فإنشاء محطة تلفزيونية، او إذاعية محلية تعد من اهم المشاريع التي تسعى الى تطبيقها الدول، نظرا لأهمية تشكيل قوى رقابية على المجتمعات المحلية، تهدف من خلالها الى عرض الأفكار، والاتجاهات قصد التشاور، والتفاعل، الى جانب اشراك الفرد المحلي في عملية اتخاذ القرار بالنسبة للمجتمع ككل، هذا بالنسبة للنظم الديمقراطية، عكس النظم اللاديمقراطية، التي تمنح هي أيضا اهتمامها كبيرا للرأي العام، خاصة ذلك النوع الكامن قصد التنبؤ به بهدف التحكم فيه وتوجيهه حسب الأيديولوجية المخطط لها من طرف النظام السياسي.

كذلك تحاول وسائل الاعلام المحلية التقيد بكل ما هو محلي، وفقا لطبيعة الدور الذي أنشأت لأجله، مراعية بذلك العوامل النفسية، والخصائص الاجتماعية والثقافية والدينية واللغوية للمشاهد او المستمع المحلي.

فالجزائر اليوم فيما يخص المجال السمعي تتوفر على 48 إذاعة محلية رسمية، اذ كل ولاية من ولايات الوطن أصبحت لها اذاعتها المحلية الخاصة بها، لكن المهم في هذا ليس المقدار الكمي بقدر المقدار النوعي او الكيفي، أو بصيغة أخرى مقدرة الإذاعة المحلية كجهاز اعلامي محلي، من خدمة مجتمعها وأداء وظيفتها بوسائل وتقنيات، تحترم خصائص الفئات والطبقات، والاختلافات والتفاوتات، المحلية لضمان نجاح الرسالة الإعلامية، وانعكاسها على تشكل وتكوين الرأي العام المحلي.

I. الإذاعة المحلية والرأي العام في الجزائر.

I. 1 نشأة الإذاعة على الصعيد العالمي والوطني.

I. 1-1 نشأة الإذاعة:

نتيجة الأبحاث المستمرة في مجال الكهرباء والمغناطيس، تنبأ عالم الفيزياء الإسكتلندي جيمس ماكسويل عام 1860 بوجود موجات كهرومغناطيسية، وفي عام 1886 اثبت العالم الألماني جنريش هيرتز صحة النظرية، وكنتيجة لهذه الأبحاث والتجارب استطاع المخترع الإيطالي ماركوني ارسال واستقبال إشارات إذاعية في إيطاليا، وفي سنة 1897، تم انشاء شريكة لتطوير اختراعه.<sup>1</sup>

ومع الانتشار الواسع للإذاعات خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية، بدأت الدول الأوروبية تهتم بهذه الابتكارات، وانتشار العديد من المحطات الإذاعية المنتظمة، ففي فرنسا نشأت محطة برج ايفل عام 1922، وفي نفس السنة نشأة محطة إذاعية في بريطانيا ثم عدة دول في أوروبا، وأمريكا الجنوبية، وفي عام 1925 أنشأت الإذاعة في مصر.<sup>2</sup>

في العقود الأخيرة من ظهور الإذاعة، ازدهرت ازدهارا كبيرا، بحيث الأقل الحي للأحداث، اثناء وقوعها، جعل من الإذاعة المصدر الأكثر مصداقية في نقل الاخبار، كذلك أصبحت فقرات البرنامج الإذاعي على صفحات الجرائد المسائية، وموضوعا مهما لدى الجميع.<sup>3</sup>

I.1-2 مفهوم الإذاعة:

تعرف الإذاعة على انها ما يث عن طريق الاثير باستخدام موجات كهرومغناطيسية بإمكانها اجتياز الحواجز الجغرافية والسياسية، وربط مستمعيها برباط مباشر وسريع.<sup>4</sup>

كذلك هي النشر عن طريق الاتصال اللاسلكي، بصرف النظر عن الاستخدام الفني للإذاعة، لأنها تقوم على الارسال والنقل عبر الصوت.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> نبيل عارف، مقدمة في علم الاتصال، مكتبة الامارات، العين، الطبعة الاولى، 1985، ص 170.

<sup>2</sup> القاضي أنطوان، البث التلفزيوني والإذاعي والبث الفضائي، منشورات الحلبي، بيروت، الطبعة الأولى، 2003، ص 13.

<sup>3</sup> المرجع نفسه، ص 27.

<sup>4</sup> فضيل دليو، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، د.ط، 1998، ص 134.

وهناك تعريف يرجع الإذاعة على أنها ذلك الانتشار المنظم والمقصود للمواد الثقافية والتعليمية والتجارية، بواسطة الراديو.<sup>2</sup>

وهي إحدى أهم وسائل الاتصال الجماهيرية، التي تقوم على نقل الأصوات لاسلكياً، لتلتقط في وقت واحد لدى المستمعين.<sup>3</sup>

### I.1-3 الإذاعة في الوطن العربي.

عرفت الإذاعة في الوطن العربي بدا من مصر سنة 1925، بحيث كانت هذه المحطة تعتمد على الإعلانات التجارية، مملوكة من طرف أفراد، وفي ماي 1934، تم انشاء الإذاعة اللاسلكية للحكومة المصرية بعد إلغاء بث الأهلية، وعرفت المملكة المغربية الإذاعة منذ عام 1928، الجزائر عام 1920 وتونس، ولكنها كانت تبث باللغة الفرنسية، للمعمرين فقط.<sup>4</sup>

كما عرفت المملكة العربية السعودية الإذاعة سنة 1943، واليمن 1947، وفلسطين إذاعة رام الله 1948، وخلال الخمسينيات ظهرت الإذاعة الكويتية 1951، والمملكة الأردنية وموريتانيا عام 1970، والامارات العربية المتحدة 1971.<sup>5</sup>

وبرزت العديد من التطورات المجتمعية في العالم العربي التي عجلت بتطور الإذاعة على المستوى العربي، ومن أبرزها حركات التحرر الوطني ومستلزمات التنمية، إضافة إلى التطور السريع في مجال تكنولوجيا الاتصال ولا سيما في مجال الإلكترونيات بوجه خاص، حيث شاهدت الإذاعات العربية تطورات متلاحقة خاصة مع ظهور أجهزة الاتصالات لتصبح أكثر وسائل الاتصال انتشاراً.

فقد حظيت المنطقة العربية باهتمام الإذاعات الدولية الموجهة باللغة العربية فكان راديو "باري" الإيطالي أول إذاعة دولية تبث أرسالها باللغة العربية عام 1932، كما وجهت بريطانيا

<sup>1</sup> محمد ناصر مهنا، النظرية العامة للمعرفة الإعلامية، المكتبة الجامعية، الإسكندرية، د.ط، 2003، ص 120.

<sup>2</sup> إبراهيم امام، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، دار الفكر العربي، الإسكندرية، الطبعة الثانية، 1985، ص 256.

<sup>3</sup> أحمد زكي بدوي، مصطلحات الاعلام، دار الكتاب المصري، القاهرة، د.ط، 1985، ص، ص، 14-15.

<sup>4</sup> حاجي الحلواني، مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي، عالم الكتب، القاهرة، الطبعة الثانية، 2008، ص 15.

<sup>5</sup> حسن عماد مكاي، عادل عبد الغفار، الإذاعة في القرن الحادي والعشرين، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، 2008، ص 35.

خدمتها باللغة العربية عام 1938، ثم المانيا من نفس العام، وفرنسا عام 1939، وروسيا 1943، والولايات المتحدة الأمريكية 1950.<sup>1</sup>

### I. 1-4 الإذاعة الجزائرية:

في حقيقة الامر عرفت الجزائر الإذاعة منذ عام 1920، عندما قام أحد الفرنسيين بإنشاء محطة ارسال على موجة متوسطة لم تتعد قوتها 100 واط، ثم ارتفعت عام 1921 الى 600 كيلوواط، وعليه فالإذاعة كانت تابعة للحكومة الفرنسية، حتى سنة 1945. وللإشارة ففي هذه الأثناء كان الاشراف السياسي موزعا بين الحاكم العام للجزائر والحكومة الفرنسية، بحيث قدمت اليه امتيازات، اذ أصبح يت رأس مجلس أطلق عليه اسم اللجنة الجزائرية للإذاعة، ويتكون هذا المجلس من 6 أعضاء: 3 مسلمين و3 أوروبيين، كذلك 6 ممثلين عن الموظفين والعمال التابعين للإذاعة.<sup>2</sup>

كانت الإذاعة في ذلك الوقت تبث برامجها باللغة الفرنسية مما أدى الى ضعف الاقبال عليها، فلم يكن يسمعها الا الفرنسيون وعدد قليل من الجزائريين المتقنين للغة الفرنسية، وبعد ذلك قامت السلطات الفرنسية في نقل الاخبار والمعلومات الخاصة بالنشاطات السياسية للحكومة الفرنسية في الجزائر، للأمينين الجزائريين من خلال انشاء استوديو مستقل، إنجاز برامج باللغة العربية، كما قد تم انشاء قناة تبث باللهجة الامازيغية في كل من قسنطينة، وهران، بجاية، الا ان الاقبال عليها كان ضعيفا، يعكس نظرة عدائية اتجاهها، الا بعد ظهور إذاعة الثورة، حيث اعتمدت الجزائر في البداية على اذاعات الدول العربية مثل: إذاعة القاهرة، تونس، لدعم الثورة الجزائرية، إضافة الى صوت الجزائرية من تونس عام 1955، صوت الجزائر الثائرة من دمشق، وصوت الثورة الجزائرية من ليبيا، بحيث كانت البرامج الاذاعية العربية متكونة من نشرات إخبارية، وحصص لنشر الوعي الثقافي بأهمية الثورة ومكانتها.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> المرجع السابق، ص36.

<sup>2</sup> إحدادن زهير، تاريخ الإذاعة والتلفزيون، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة الاولى، 1989، ص، ص، 100-101.

<sup>3</sup> محمد عصماني، اعلام الثورة، مجلة الشاشة الصغيرة الاسبوعية، التلفزيون الجزائري، العدد 104، 27 أكتوبر-20 نوفمبر، 2001، ص 11.

وبعد الاستقلال ورثت الجزائر شبكة راديو تغطي المدن الكبرى والمتوسطة، استثمرتها في المجال السمعي وكذا البصري، كذلك كانت كوسيلة لمحاولة القضاء على الامية في المجتمع الجزائري، من خلال نشر التوعية و"التعبئة السياسية"<sup>1</sup> للجماهير، وفق الخيار الأيديولوجي.<sup>2</sup>

كانت للإذاعة الجزائرية كغيرها من الوسائل الإعلامية الأخرى تخضع لقوانين تفرضها السياسة الإعلامية، التي بدورها كانت تحد من مهامها ووظائفها في المجتمع، إلا أنها إلى حد ما تجاوزت مع تغيرات المجتمع الجزائري، وتماشت مع كافة الظروف الوطنية والدولية.

كما تنقسم الإذاعة الجزائرية إلى إذاعة وطنية، تغطي كافة التراب الوطني وخارجه، تتمثل نوعية برامجها بالطابع الكلي، أي التعميم لا التخصيص من حيث البرامج المذاعة، من توعية وثقافة وترفيه، كذلك هناك نوع ثاني وهو الإذاعة الجهوية التي تندرج تحت مفهوم الإقليمية، وهي موجهة إلى جماهير داخل إقليم محدد طبقا للتقسيم الإداري للدولة، أيضا النوع الثالث وهو الإذاعة المحلية التي تكون موجهة لجمهور محلي، في حدود جغرافية محدودة المساحة.<sup>3</sup>

## I. 2 الإذاعة المحلية في الجزائر:

بعد قرار جويلية 1986 المتعلق بإعادة هيكلية المؤسسات الوطنية بمثابة القرار الذي يؤكد على استقلال المؤسسة الوطنية للإذاعة، وبعد خطوات تحرر أضخم ثاني مؤسسة الاعلامية في الجزائر، بحيث ترتب عنه "تعددية سياسية"<sup>4</sup>، افضت إلى تشكل الأحزاب السياسية وقوى المجتمع المدني

<sup>1</sup> التعبئة هي عملية شحذ طاقات المجتمع نحو التحول والتغيير في النظم الاجتماعية بوسائل متطورة، والمقصود هنا تعبئة افراد المجتمع بالوسائل الاعلامية المتاحة، إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، الموسوعة الميسرة للمصطلحات السياسية: عربي-إنجليزي، د.ط، 2005، ص 108.

<sup>2</sup> نصيرة مزهود، جمهور القناة الأولى، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، الجزائر، 1998، ص 69.

<sup>3</sup> وناسي يحيى، تطور التنمية المستدامة من خلال التجربة الجزائرية، مجلة العلوم القانونية والإدارية، كلية الحقوق، جامعة تلمسان، العدد 01، 2003، ص، ص، 30-31.

<sup>4</sup> تعرف الموسوعة السياسية التعددية، بأنها مفهوم ليبرالي، ينظر إلى المجتمع على أنه يتكون من روابط سياسية وغير سياسية ذات مصالح مشروعة ومتفرعة، عبد الوهاب الكيالي وآخرون، الموسوعة السياسية، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، 1990، ص 768. ويشير قاموس المصطلحات السياسية والاجتماعية إلى أن التعددية بأنها تنظيم حياة المجتمع وفق قواعد عامة ومشتركة، تحترم وجود الاختلافات والتنوع واتجاهات السكان، في المجتمعات ذات الأطر الواسعة، خاصة المجتمعات الحديثة التي تختلف فيها الاتجاهات الأيديولوجية والفلسفية، سامي ذيبان، قاموس المصطلحات السياسية والاجتماعية والاقتصادية، رياض الريس للكتب والنشر، لندن، 1990، ص 138.

وبالتالي تعددية إعلامية، فأصبحت السلطة الجزائرية تنظر للمجتمع من منظور تعدد الأفكار والآراء، في مقابل فرض عليها إيجاد الطرق والوسائل التي تعبر بها كل فئة، او شريحة عن رأيها، وهذا ما أكده دستور فيفري 1989 المقر بالتعددية الإعلامية.

فبمقتضى المرسوم رقم 150/86 تم وضع المؤسسة الوطنية الأولى للإذاعة الصوتية (ENRS) وأيضا المؤسسة الوطنية للتلفزة (ENTV)، وكذا المؤسسة الوطنية للإنتاج السمعي البصري (ENPA).

بحيث تنص المادة الأولى من القانون على انشاء مؤسسة عمومية ذات طابع اقتصادي، وصبغة اجتماعية ثقافية تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي تسمى "مؤسسة الإذاعة الوطنية" اما المادة الثانية فتتص على وضع المؤسسة تحت وصاية وزير الاعلام، مع احتكارها للثبث الإذاعي في كافة التراب الوطني.<sup>1</sup>

ورغبة في فك العزلة الثقافية والإعلامية عن المناطق الداخلية، من اجل التنمية المحلية، وضرورة حماية الثقافات، خصوصا مع زيادة "الغزو الثقافي"<sup>2</sup> للجمهور المحلي، استدعى فتح قنوات اتصالية تعمل على ترسيخ القيم الثقافية المحلية الامر الذي دفع بالقطاع السمعي الى إقامة شبكات إعلامية متعددة تمثلت في إقامة محطات إذاعية محلية في عدة ولايات في القطر الجزائري، الى ان أصبحت تغطي اليوم كافة التراب الوطني فيما كان المواطن في المناطق النائية يعاني من التهميش، فصدر قانون الاعلام سنة

فالتعددية السياسية، هي تعدد الجماعات الاجتماعية التي تتبنى مفاهيم متميزة عن بعضها للواقع والمستقبل السياسي للوطن داخل المجتمع الشامل، أسعد عبد الوهاب عبد الكريم، آليات التعددية السياسية وعلاقتها بالديمقراطية، مجلة جامعة تكريت للعلوم القانونية والسياسية، العراق، المجلد الأول، العدد 19، 2005، ص 431.

<sup>1</sup> نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، الطبعة الأولى، 2008، ص 127.

<sup>2</sup> إن الغزو الثقافي ليس ناتجا طبيعيا للعلاقة بين قوى ودول تمتلك التكنولوجيا وأخرى لم تتوصل بعد إلى التخلص من التخلف والتبعية الاقتصادية. إنه عملية مقصودة بنيت على استراتيجية محكمة، الهدف من وراءها مس الانسان في عقيدته ولغته واحلاقه، لاستبدال نماذج الحياة السائدة في المجتمع بنماذج معدة بإتقان لزراعة البناء القيمي للمجتمع محل الغزو. أما المقاومة الثقافية فهل ردة الفعل الناتجة عن الإثارة خارجية المتمثلة في فعل الغزو، إنما كما يقول إدوارد سعيد: "ذلك الخطاب المضاد الذي يقوم بتحويل المواجهة بين الواقع كما اصطنعه المستعمر وقيام المستعمر بدحض هذا الواقع وهدمه، وبالتالي فالمقاومة هي أهم وسائل التغيير الثقافي والسياسي وإدراك الذات والآخر والمحيط"، إدوارد سعيد، الاستشراق المفاهيم الغربية للشرق، ترجمة محمد العناني، دار رؤية، القاهرة، د.ط، 2006، ص 38.

1990، الذي أكد حق المواطن في الاعلام مما فتح المجال لإنشاء اذاعات محلية تلبي احتياجات الفرد المحلي.<sup>1</sup>

## I. 1-2 خصائص واهداف الإذاعة:

للإذاعة المحلية عدة خصائص اهمها:

- تنطلق الإذاعة المحلية، عند تصميم رسائلها من بيئة المحلية، وذلك لتكون متوافقة مع اهداف الجمهور المستهدف.
- ترتبط الإذاعة المحلية بمجتمعها، بحيث ان كل البرامج موجهة لأفراد المجتمع المحلي لحل قضاياهم ومشكلاتهم.
- الإذاعة المحلية تخاطب المتعلم والأمي المرأة والرجل، فهي بذلك تتخطى حواجز الامية والسن والزمان والمكان.<sup>2</sup>

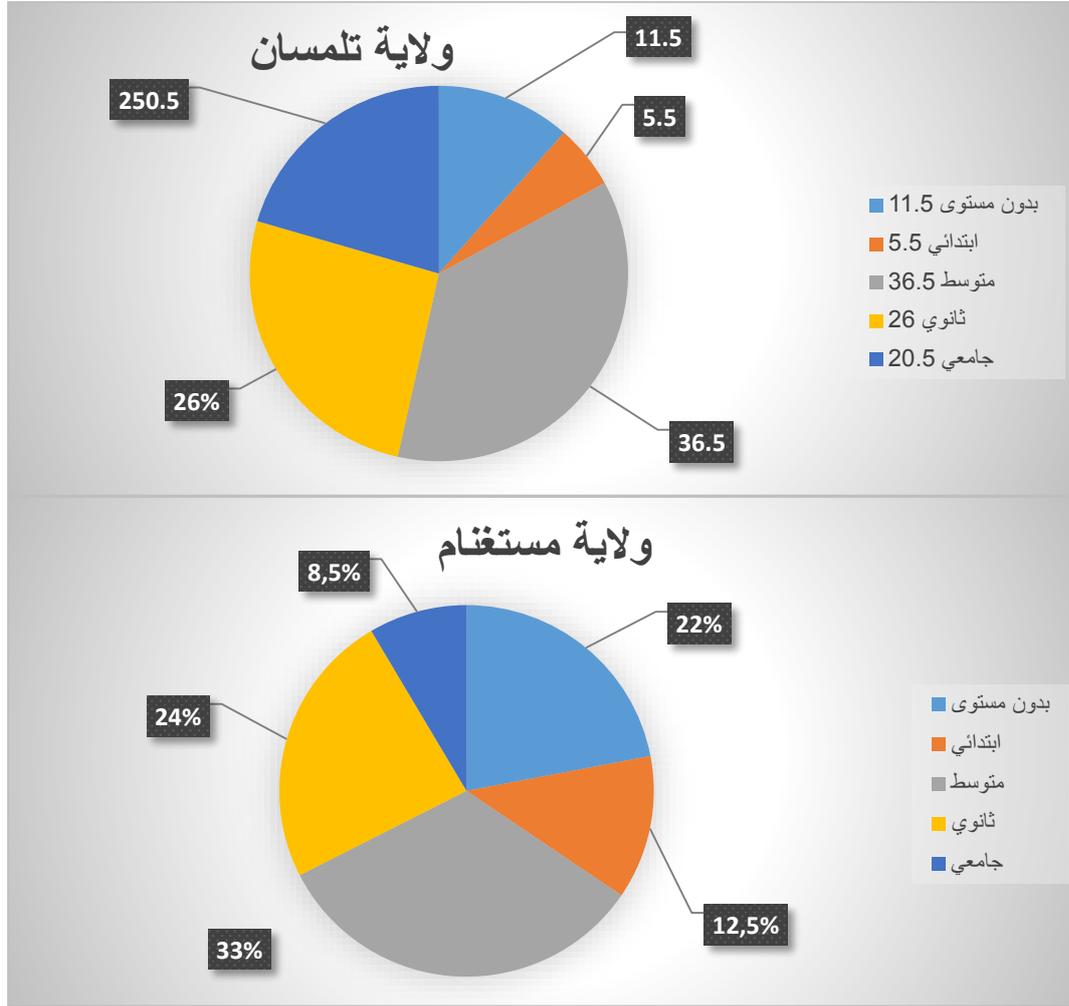
فالإذاعة المحلية تستقطب المتعلم وغير المتعلم، وهذا ما تم التأكد منه في الجانب الميداني لهذه

الدراسة، والذي يتضح جليا في الرسم البياني التالي:

<sup>1</sup> زهير إحدادن، مرجع سابق، ص 108.

<sup>2</sup> عبد الله المسلمي إبراهيم، الاعلام الإقليمي: دراسة نظرية ميدانية، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، د.ط، 1993، ص 30.

يبين الرسم البياني رقم 01 توزيع العينة على أساس المستوى التعليمي.



بحيث نلاحظ من خلال الشكل أن نسبة 11.5%، من مستمعي إذاعة تلمسان المحلية، و22%، من مستمعي إذاعة مستغانم، هم بدون مستوى تعليمي، الامر الذي يشير أن الإذاعة المحلية تستقطب جميع شرائح المجتمع، سواء المثقفين، المتعلمين، والغير متعلمين. ما يجعل منها - الإذاعة المحلية- وسيلة إعلامية حيوية، موجهة الى كل عناصر المجتمع المحلي، باعتبارها وسيلة ميسرة للتعليم والترفيه خاصة في المجتمعات التي تكثر فيها الأمية، هذا بالإضافة الى رخص ثمنها كوسيلة من

وسائل التثقيف، وقدرتها على مخاطبة المجتمع والدعوة الى المشاركة الإيجابية في التنمية على جميع الأصعدة والمستويات.<sup>1</sup>

وذلك باعتمادها على وسائل وتقنيات، تمكنها من تمرير رسالتها الإعلامية، مثل اعتمادها على لغة بسيطة ومفهومة التي تدخل ضمن عملية الإنتاج الذي سنتعرض اليه في العنصر التالي.

## I. 2-2 اشكال وعناصر الإنتاج الإذاعي:

ان عملية الإنتاج الإذاعي هو حِرْفية وفن، مع القدرة على الاستفادة بالمادة الخام، ووضع التصميم الملائم، للاستغلال المادة الإعلامية، وتقديمها في صورة انتاج سهل الادراك، بحيث تتمثل عناصره بما يلي:

- العناصر الهندسية: وتشمل كل من الاستوديو المخصص للإنتاج المواد الإعلامية المباشرة، او المسجلة، كذلك مجموعة من الأدوات الرئيسية لنقل الصوت من ميكروفونات ومعدلات ومكبرات صوتية.

- العناصر الصوتية: المادة الخام للإذاعة هو الصوت من اجل تمرير الرسالة الإعلامية كما يجب، لذلك يتوجب ان تكون مفهومة بسيطة وغير مكلفة.

كذلك يجدر ذكر اشكال هذا الإنتاج الإذاعي والذي ينقسم بدوره الى ثلاثة اشكال:

- الحديث المباشر:

وهو من الاشكال الأولى التي عرفتها الإذاعة المسموعة واستخدمتها وقد تتنوع موضوعات الحديث وتختلف ألوانها حسب الهدف الذي تتوخاه الإذاعة.

- برامج الحوار:

يمثل الحوار الإذاعي شكلا مهما من اشكال الإنتاج الإذاعي، فالحوار يلعب دورا كبيرا في الإنتاج الإذاعي بمختلف اشكاله ومضامينه.

<sup>1</sup> ميلفن ديفلر، ساندر بول، روكيتش، نظريات وسائل الاعلام، تر: كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، د.ط، 2002. ص27.

- برامج المناقشات:

هذا الشكل من اشكال النتاج الإذاعي يدخل في دائرة برامج الحوار، فالمناقشات ليست مجرد جمع الناس في مناقشات حول موضوع معين، وإنما هو ضرورة الفهم والادراك وتبادل ونشر الآراء بين المستمعين.<sup>1</sup>

### I. 2-3 إذاعة تلمسان المحلية:

- إذاعة تلمسان: تأسست إذاعة تلمسان قبل الاستقلال، وكان ذلك في سنة 1948، مواصلتا نشاطها سنة 1956، إذ أصبحت تبث برنامج "صوت البلاد" كل يوم أحد على أمواج القطر الجزائري، وفي عام 1962 قامت الإذاعة ببث برامج وطنية، لمدة أربع ساعات، ساعتان بالعربية صباحا ومثلها بالفرنسية مساء، بحيث ان التقديم كان من طرف مجاهدون ومثقفين عملوا بالإذاعة السرية للثورة، كمحمد بوزيدي، ومحمد الحبيب وغيرهم، وبعد سنة 1962 توقف بث الإذاعة لعدة سنوات.

وفي سنة 1986 شرع استوديو تلمسان في إعادة بث البرامج مرة في الأسبوع، والذي كان تابعا لمحطة وهران، لكن في عام 1991 استقلت محطة تلمسان بذاتها في إطار بداية مخطط الإذاعات المحلية، بحيث شاركت في لبث الوطني بساعتين في حصة "صباح الخير"، وكان بتاريخ 9 جوان 1992 أول ارسال جهوي على الأمواج الوطنية ضمن البث الليلي، تحت اشراف مديرها السابق "عبد المجيد عمير".<sup>2</sup>

في أكتوبر 1992 تم افتتاح إذاعة تلمسان كإذاعة محلية، بحي الأفق الجميل بصفة رسمية على يد وزير الثقافة السيد "حمراوي حبيب شوقي"، وفي سنة 1993 شرعت إذاعة تلمسان في بث برامجها بصفة يومية، من التاسعة صباحا الى غاية الواحدة زوالا، بحيث تم تعيين السيد "محمد حفيظ العاصمي" مديرا لها، وذلك خلفا للسيد "عبد المجيد عمير" وفي عام 1994 في 7 أكتوبر، تم تدشين

<sup>1</sup> عبد الدائم عمر الحسن، الحوار الإذاعي: الاعداد والتقديم، مكتبة مديولي، القاهرة، الطبعة الأولى، 2008، ص، ص، 86-87.

<sup>2</sup> عيسى بن هاشم، الاعلام الجوّاري السّمي ودوره في التنمية الثقافية والفنية والاجتماعية والاقتصادية المحلية-إذاعة تلمسان نموذجاً-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، في الثقافة شعبية، جامعة ابي بكر بلقايد، تلمسان، 2005، ص 23.

إذاعة تلمسان بالمقر الجديد، الذي أصبح يضم أستوديو البث، واخر للإنتاج، ومرافق أخرى للبرمجة والاحبار، بالإضافة الى الوسائل والمعدات التقنية.<sup>1</sup>

شرعت اذاعة تلمسان في البث المتواصل على مدار الساعة يوم 28 أكتوبر 2006 في تجزئة رائدة تعتبر الأولى في تاريخ الإذاعات المحلية في الجزائر، والقطاع السمعي الذي عرف قفزة نوعية في البث المتواصل، من خلال تكنولوجيا الاعلام والاتصال التي توفرت لديها، بحيث أصبحت تبث من الساعة 06:40 الى غاية 20:00 ليتم الاتصال بالقناة الأولى للإذاعة الجزائرية.<sup>2</sup>

## 2.I-4 إذاعة مستغانم.

- تعتبر إذاعة مستغانم الجهوية إذاعة تابعة لمؤسسة الإذاعة الجزائرية والتي تم تدشينها من طرف رئيس الجمهورية السيد عبد العزيز بوتفليقة في 10 فيفري 2004، والواقع مقرها بحي المطمر قرب ضريح الوالي الصالح سيدي عبد الله.

في بداية انطلاق البث كان يقدر الحجم الساعي 04 ساعات في اليوم، ثم 08 ساعات، ف 12 ساعة حاليا، اذ تشمل على أربعة اقسام: قسم التحرير، قسم الإنتاج، القسم التقني، القسم الإداري، الى جانب مجموعة من الصحفيين، والتقنيين، والمخرجين.

كما تعمل إذاعة مستغانم وفق ثلاثة شبكات برمجية: البرمجة العادية، البرمجة الصيفية، البرمجة الرمضانية، بالإضافة الى إمكانية وصل البث مع برامج القناة الأولى في الأوقات المخصصة.<sup>3</sup> تضم إذاعة مستغانم باقة من البرامج الاجتماعية، الثقافية، السياسية، والترفيهية، التي تتواصل طيلة أوقات البث، اذ تختلف المواضيع والاحداث، باختلاف المجالات والمناسبات الوطنية والمحلية خاصة.

<sup>1</sup> <http://www.radiotlemcen.dz>

<sup>2</sup> عيسى بن هاشم، مرجع سابق، ص 243.

<sup>3</sup> فقير رشيد، دور الإذاعة المحلية في التنشئة السياسية بالمجتمع المحلي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع السياسي، جامعة وهران 2، 2014، 2015، ص 147.

## I. 3 نشأة الرأي العام كقوة سياسية:

الرأي العام كظاهرة عرف منذ قدرة الانسان على استخدام كلمة تعكس رأيه، بحيث تناول الفكر الإنساني موضوعات تتعلق بالرأي العام، الامر الذي يؤكد على أن الحضارات القديمة لم تكن خالية من مفاهيم الرأي العام.<sup>1</sup>

ترتبط ظاهرة الرأي العام، باعتبارها ظاهرة اجتماعية، بظهور المجتمعات الإنسانية، ظاهرة واكبت تطور هذه المجتمعات وارتقاءها وتنوع بنيتها ومؤسستها، وقد زاد من أهميتها وتأثيرها نمو الوعي والثقافات والتواصل المجتمعي والإنساني الى جانب الاهتمام بالشأن العام، فضلا عن تطور الأنظمة السياسية بكل مكوناتها السياسية والاجتماعية والاقتصادية والعسكرية.<sup>2</sup>

فقد اثار الكثير من الفلاسفة أمثال أرسطو وافلاطون دلالات تعبر عن الآراء في المسائل السياسية المثارة في المجتمع، والدور الذي يلعبه في النظام السياسي بحيث عرف اليونان مفاهيم قريبة من فكرة الرأي العام، كالاتفاق العام او الاتجاهات السائدة، وقد ظهر الرأي العام في المناقشات الأثينيين، التي بلغت درجة من التنظيم لا يقل عن العصر الحديث، فقد كانت هيئة المواطنين فيما يعرف اليوم بالبرلمان.<sup>3</sup>

ان العوامل التي ساهمت في نمو ظاهرة الرأي العام والاهتمام بها، كثيرة ومتداخلة: الدينية، الثقافية، السياسية، الاجتماعية، الديمغرافية، لكن من أهمها هو الثورة التي شهدتها وسائل الاتصال والمعلومات مطلع القرن العشرين الى اليوم، يمكن الإشارة الى عاملين مهمين هما:

- ظهور الطباعة حيث ساهمت الكلمة المكتوبة في جعل الإنتاج الفكري في متناول جمهور واسع من المهتمين بالشأن العام.

<sup>1</sup> محمد منير حجاب، اساسيات الرأي العام، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الثانية، 2000، ص25.

<sup>2</sup> هاني الرضا، رامي عمار، الرأي العام والاعلام والدعاية، مرجع سبق ذكره، ص13.

<sup>3</sup> حان ستوتزل، ألان جيرار، استطلاع الرأي العام، تر: عيسى منصور، منشورات عويدات، بيروت، الطبعة الثانية، 1982، ص28.

- ظهور حركات الإصلاح الديني وانتشار الحركات التحررية وما رفقها من تنافس على كسب الرأي العام باعتباره قوة داخلية<sup>1</sup>.

فقد أشار "روسو" على ضرورة احترام الحكومة للإرادة العامة التي تنطوي، بشكل من الاشكال عل ظاهرة الرأي العام، كما أكد "جون ستيوارت ميل" على أهمية حرية الرأي قائلا: "لو اتفق العالم كله على رأي معين ما عادا شخصا واحدا، فليس للعالم حق في اسكات ذلك الرأي."<sup>2</sup> وهذا كله يشير الى مبدئ الحرية، ومن أسمى مظاهرها حرية الرأي والتعبير عن الأفكار والاتجاهات.

كما لا يمكن اهمال أهمية وسائل الاتصال وتأثيرها على الرأي العام، بمختلف أنواعها من صحف ومجالات واذاعات وتلفزيون، وبتعدد مستوياتها من: وطنية وإقليمية ودولية، التي أدت الى تعميم ونشر المعلومات، مع إزالة للحواجز، واثارة التفاعل بين مكونات المجتمع الحديث.

يعرف "ليونارد دووب" الرأي العام بقوله: "الرأي العام يعني اتجاهات الناس ومواقفهم إزاء موضوع معين، حين يكون هؤلاء الناس أعضاء في نفس الجماعة المعينة."<sup>3</sup>

كما يعرفه "هاروك تشيلدز" قائلا: "الرأي العام هو اية مجموعة من الآراء يعتنقها عديد من الافراد بصرف النظر عن درجة الاتفاق او التطابق المسبق."<sup>4</sup>

هناك أيضا من دعا الى ضرورة النظر الى الرأي العام باعتباره عملية عضوية، لا مجرد حالة اتفاق اتجاه مسألة من مسائل وقتنا الراهن.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> Sauvez Alfred, **l'opinion publique**, Quardi GE/PUF, Paris, France, P4.

<sup>2</sup> رفيق سكري، مدخل في الرأي والاعلام، والدعاية، جروس برس للنشر والتوزيع، لبنان، 1984، ص15.

<sup>3</sup> W. Doob Leonardo, **publicand propaganda**, New Yourk, John Wiley & sons Inc, 1945, p48.

<sup>4</sup> Childs Har Wook, **Introduction to public opinion**, New York, John Wiley & Sons Inc, 1940, p 48.

<sup>5</sup> Cooley C.H, **social organization**, Chrliers Scribners Son, New York, 1990, p 123.

ومن خلال هذه التعريفات السابقة للباحثين في الظواهر السياسية والاجتماعية نستخلص

ان الرأي العام هو:

- وجهة نظر الأغلبية.
- قضية عامة معينة تم اغلبية المجتمع.
- زمن معين.
- قضية مطروحة للنقاش.
- تحقيق المصلحة العامة.

كذلك من الضروري الإشارة الى المفاهيم المتداخلة مع الرأي العام، التي تتقاطع معه ولكن لا تعبر عنه كمفهوم، ومن اجل ضبط مفهومه وابعاده، كان لا بد من التفسير من خلال العنصرين التاليين:

- الرأي العام والعادات والتقاليد:

العادات والتقاليد هي عبارة عن أنماط السلوك الاجتماعي الذي ينتقل من جيل الى اخر، فهي بذلك تتمتع بثبات نسبي عن الرأي العام، ومن ثم يمكن القول ان العادات والتقاليد من بين العوامل المؤثرة في تكوين الرأي العام، ولكنهما يختلفان عنه من حيث الطبيعة والخصائص، كون هذا الأخير يمتاز بالديناميكية والتغير.

- الرأي العام والاتجاه والحكم والسلوك:

ان الفرق بين الرأي العام والاتجاه كونه المصدر الحقيقي للرأي أي ان الرأي العام يرتبط جزئيا بالاتجاه ويقوم عليه، اي ان رأي ما يبنى من خلال اتجاه ما، كذلك هنالك إمكانية تحول رأي ما الى اتجاه كنتيجة لتكرار التعبير عنه لفترات زمنية طويلة، فالرأي يختلف عن الاتجاه باعتباره وجهة نظر معبر عنها.

اما الاختلاف الكامن بين الرأي العام والحكم، كون هذا الأخير لا يفترض التعبير او الإعلان عنه، بحيث يستطيع الفرد الاحتفاظ بأحكامه لنفسه، بينما يفترض ان يكون الرأي العام معبرا عنه بطريقة خارجية ويعلن عنه.

اما فيما يخص الاختلاف بين السلوك والرأي العام، كون السلوك استجابة لمثير او موقف يواجهه الفرد، في حين قد لا يكون سلوكه معبر عن رأيه، فبعض الافراد أحيانا يعتمدون القيام بسلوكيات تخالف آرائهم واتجاهاتهم.<sup>1</sup>

ان نشأة الرأي العام كقوة سياسية هو راجع في الأساس الى تشكل الدول الحديثة من جهة، وديناميكيته من جهة أخرى الذي يعتبر في المجتمعات الديمقراطية التي تحتكم الى الشعب، او بتعبير اخر الاحتكام الى الراي العام، الذي هو احترام لإرادة المواطنين والوقوف على آرائهم واتجاهاتهم.<sup>2</sup>

وهذا ما اشار اليه روسو عندما قال: " ان الإرادة العامة تستطيع هي وحدها توجيه قوى الدولة"<sup>3</sup>، مبرزاً بذلك الدور المهم الذي يلعبه الرأي العام في بناء وتسيير النظم وشؤون الجماعة، خاصة في الدول الديمقراطية الحديثة، فيحين تظل قدرة الرأي العام على التأثير في صنع القرار محل جدل بين من يعتبر الرأي العام قوة مؤثرة يصعب تجاوزها، بينما رهنها البعض بمدى التمسك بالرأي وترجمته على شكل سلوك، ليكون قوة ضاغطة في عمليتي صنع واتخاذ القرارات.

لقد أصبح الرأي العام ذات قوة مؤثرة الى درجة انه أصبح يمثل الضمان الأساسي للقيم السياسية والدستورية، بحيث اثبت التاريخ السياسي للشعوب أن ما تقره الدساتير من حريات، لا قيمة لها ما لم تؤمن به الشعوب وتدافع عنه.

<sup>1</sup> صبحي عسيلة، الرأي العام: مفاهيم الأسس العلمية للمعرفة، المركز الدولي للدراسات المستقبلية والاستراتيجية، سلسلة شهرية، العدد 23، 2006، ص، ص 17-18.

<sup>2</sup> عزيزة عبده، الاعلام السياسي والرأي العام: دراسة في ترتيب الأولويات، دارا لفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، د.ط، 2004، ص161.

<sup>3</sup> موشريط إسماعيل، واقع الصحافة وعلاقته بالرأي العام: المراسلون المحليون في الصحافة المكتوبة-سيدي بلعباس دراسة حالة-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علم الاجتماع السياسي، جامعة الجليلي اليابس، سيدي بلعباس، 2010-2011، ص40.

ومن ناحية قوة الرأي العام كقوة ضاغطة، مرتبط بطبيعة النظم السياسية السائدة، ففي المجتمعات "الديمقراطية"<sup>1</sup>، تمنح الجماهير حق المشاركة السياسية في اتخاذ القرارات، وممارسة الحريات مما يجعل القادة والسياسيين مهتمين بآراء واتجاهات الجماهير حتى تأتي قراراتهم متماشية ورغبات وأفكار الجماهير، أما في المجتمعات ذات النظم المتسلطة، فيخبو صوت الرأي العام ويتلاشى تأثيره، نتيجة الكبت وحجب الحريات عن الجماهير، والتالي يتحول الرأي العام من اري عام ظاهر الى راي عام كامن.<sup>2</sup>

#### I. 4 أنواع وعوامل تكون الرأي العام:

##### I. 1-4 أنواع الراي العام:

ان الرأي العام هو نتيجة تفاعل الآراء والاتجاهات للجماعة حول موضوع معين، وفي زمن معين، بحيث تختلف الجماعات وتتنوع المواضيع والمضامين والاهتمامات، الذي يؤدي الى تنوع الى تنوع الظاهرة -الراي العام-، التي قسمها العديد من الباحثين والمهتمين بهذا المجال، الى تقسيمات وانوع كل حسب فلسفته واطاره المرجعية، وفي هذه الدراسة تناولنا أنواع الرأي العام من خلال أهم التقسيمات التي تخدم إطار بحثنا، التي صادفناها في الاستطلاعات النظرية، والتي تمثلت فيما يلي:

أ- تقسيم حسب قوة التأثير:

- الرأي العام القائد: ويقصد به الفئة المثقفة الواعية التي ينقاد إليها الرأي العام في المجتمع.

<sup>1</sup> قد ظهرت هذه الكلمة أصلاً كمرحلة قبلية لحكم الملك أكبر الأعظم سيادية الموقد العام، أي بيت النار، بحيث يشرف على الموقد ويقدم القران، ويتولى الدعاء، ويتأسس الولائم الدينية قبل ان يتحول مصطلح الديمقراطية الى مذهب سياسي، او أيديولوجيا سياسية، التي تعود في الأصل الى عهد اليونان، والمكونة من شقين "Demos" أي الشعب، و"Kratos" أي حكم، وبالتالي تعني حكم الشعب، احمد صابر حوحو، مبادئ ومقومات الديمقراطية، مجلة المفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة خيضر بسكرة، العدد الخامس، 2010، ص 321.

ومن بين التعريفات الكلاسيكية للديمقراطية انها حكم الشعب نفسه بنفسه، سعيد عبد العظيم، الديمقراطية ونظريات الإصلاح في الميزان، دار الايمان، ودار القمة للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، الطبعة الخامسة، 2004، ص 57.

<sup>2</sup> صبحي عسيلة، الرأي العام، المرجع السابق، ص، ص، 20-21.

- الرأي العام المتعلم: ويتكون من الفئة التي تقرا وتستوعب المعلومات والأفكار والآراء، وهي فئة وسطى، تتأثر كثيرا بآراء الفئة الأولى، والتي بدورها تنقلها الى الفئة التالية.<sup>1</sup>
- الرأي العام المنقاد: ويتكون من اغلبية الشعب، والتي تضم كافة شرائح المجتمع، خاصة فئة الاميين وذو المستوى التعليمي الضعيف، وهو منقاد من طرف الرأي العام القائد والمتعلم.
- ب- تقسيم حسب "النظم السياسية"<sup>2</sup> المسيطرة على الحكم في المجتمع:
  - رأي عام ظاهر في الدول الديمقراطية: هو الرأي العام المعبر عنه، وينتشر هذا الرأي ويتجسد في الدول ذات الطابع الديمقراطي، والتي تتمتع وسائلها الإعلامية، بحرية واسعة في الوصول الى مختلف المعلومات وتناقلها.
  - رأي عام باطن او كامن في الدول التي تفتقد الى الديمقراطية: وهو الرأي الضمني الغير معبر عنه، والذي نلمسه في الدول ذات النظام الديكتاتوري، الذي يخشى فيه الافراد التعبير عن آرائهم، واتجاهاتهم.<sup>3</sup>
- ج- تقسيم حسب النطاق الجغرافي السياسي:
  - رأي عام محلي: وهو الرأي العام السائد في رقعة جغرافية ضيقة، في نطاق محلي، يتصف بالتجانس، بمعنى تشابه الافراد واتجاهاتهم واهتماماتهم، على أساس المستوى الاجتماعي والثقافي.
  - رأي عام قومي او وطني: ينبع عن مواطني دولة واحدة، ذي حدود جغرافية محددة.
  - رأي عام إقليمي: يشمل الرأي السائد بين مواطني دول متجاورة جغرافيا، في قضايا مشتركة بينهم.

<sup>1</sup> مختار التهامي، عاطف عدلي العبد، الرأي العام، مركز بحوث الرأي العام، القاهرة، د.ط، 2005، ص19.

<sup>2</sup> المقصود بالنظم السياسية تلك المؤسسات التشريعية والتنفيذية والقضائية، التي تتوزع بينها عملية صنع القرار، او هو ذلك النظام الاجتماعي الذي يقوم بعدة أدوار، ووظائف أسندت اليه من طرف السلطة لتحقيق المصالح العامة، والحد من التناقضات الاجتماعية، جمال سلامة علي، النظام السياسي والحكومة الديمقراطية: دراسة تأصيلية للنظم البرلمانية والرئاسية، درا النهضة العربية، القاهرة، الطبعة الثانية، 2007، ص117.

والنظام السياسي بالمعنى الواسع، يعني نظام الحكم في البلد باعتبار الدستور اطارا عاما لتركيب اجتماعي واقتصادي، تفرضه فلسفات واهداف جماعية معينة، واعتبار الدستور الشكل الملائم لهذه الأهداف، والاداة السليمة في الجماعية السياسية لتطوير العلاقات العامة والخاصة بما يتلاءم مع الصالح العام للمجتمع، احمد سرحال، النظم السياسية والدستورية في لبنان وكافة الدول العربية، دار الفكر العربي، بيروت، د.ط، 1990، ص09.

<sup>3</sup> سمير محمد حسين، الاعلام والاتصال بالجمهور والرأي العام، عالم الكتب، القاهرة، الطبعة الثانية، 1993، ص340.

- رأي عام عالمي: ويشمل الرأي السائد بين مواطني العالم ككل، في القضايا التي تمس مصالح شعوب العالم.<sup>1</sup>
- د- تقسيم الرأي العام حسب عدد الجماهير:
- رأي الأغلبية: وهو تجميع الآراء الشخصية لأعضاء الجماعات المجتمعية ويحسب بالنصف فما فوق.
- رأي الأقلية: وهو رأي مجموع كبير من أعضاء الجماعات المجتمعية ولكن ما دون النصف.
- هـ- تقسيم الرأي العام حسب المجال الزمني:
- الرأي العام اليومي: وهو الذي يتأثر بالأحداث اليومية، وتحركه المعلومات والأحداث اليومية، وهو رد فعل لهذه المعلومات، والمتغير بشكل يومي.
- الرأي العام المؤقت: وهو الناتج عن مواقف طارئة ومحددة وينتهي بانتهائها، وهو أيضا متغير ومتقلب، ولا تبني عليه قرارات النظم السياسية.
- الرأي العام الدائم: وهو الثابت الذي يدوم فترة طويلة ويكون مستقرا، بحيث يرتبط بالعادات والتقاليد والأخلاق وأسس التاريخية والثقافية والدينية.

#### I. 4-2 عوامل تكون الرأي العام:

ان تكون الرأي العام يحتاج الى توفر قدر كبير من الحريات والضمانات، التي قد حددتها موثيق الأمم المتحدة في:

- حرية التفكير والاعتقاد.
- حرية التعبير بكل طرقه واساليبه.
- حرية تبادل الآراء والأفكار ونشرها.<sup>2</sup>
- حرية الاجتماع والاتصال والتنقل التي تمكن الافراد من حرية التعبير، وتبادل الأفكار والآراء والتعبير عن معتقداتهم، الامر الذي يخلق ذلك "الاتصال الثقافي"<sup>1</sup>، سواء داخل المجتمع

<sup>1</sup> مختار التهامي، عاطف عدلي العبد، الرأي العام، المرجع السابق، ص20.

<sup>2</sup> مختار التهامي، عاطف عدلي العبد الرأي العام، المرجع نفسه، ص09.

الحلي، او خارجه، وهذا لا يتم الا بقيام مجتمع ديمقراطي سليم، يحترم حقوق الافراد في حرية التفكير والتعبير.<sup>2</sup>

ان عوامل تشكل وتكون الرأي العام، من العمليات المعقدة المرتبطة بخصائص نفسية واجتماعية علمية مختلفة ومتنوعة حصرناها في اربعة عناصر أساسية هي:

- القضية او المشكلة: لا بد من وجود مشكلة، او قضية اجتماعية، سياسية، ثقافية، دينية، يتحدث حولها النقاش.
- العوامل الاجتماعية والثقافية: بحيث تلعب القيم الاجتماعية والثقافية في تشكيل الآراء، والاتجاهات، في تكوين وجهات النظر والمواقف حول القضايا الاجتماعية، والسياسية، والثقافية، التي تخص افراد المجتمع الواحد.<sup>3</sup>
- تمحور الموضوع من خلال المناقشة: وهي من المقومات الأساسية لتكوين وبلورة الرأي العام، من اجل تبادل الآراء وتبنيها، من خلال تفتح واستقلالية الافراد من أي ضغوطات او اكرهات، قد تخل بطريقة مباشرة او غير مباشرة عن الإفصاح عن أفكارهم وتطلعاتهم.
- وسائل الاعلام والاتصال: تلعب وسائل الاعلام والاتصال دورا مهما واساسيا في تشكيل وتكوين الرأي العام من خلال المعلومات والايخبار، التي توصلها للأفراد، عن مشكلة او قضية ما، بحيث تعمل وسائل الاتصال الجماهيرية على التعبئة في مختلف المضامين والميادين التي تعد المادة الخام في تكوين وتشكيل الاتجاهات والآراء لدى افراد المجتمع.

<sup>1</sup> الاتصال الثقافي هو ليس مجرد نقل لعناصر من الثقافة الى أخرى، وانما هو عملية تفاعل متصلة بين جماعات من ثقافات مختلفة، ويطلق عليه البعض التثقيف من الخارج، وبذلك وجب على المجتمع المستقبل ان يسعى الى تحقيق التواصل الثقافي مع الاخر ويتجاوز دور السكون والمنتقل المستهلك، ليتحول الى متقبل نشط باحث عن الاتصال، وواع بضرورته ومجالاته وحدوده، فيصبح بذلك فاعلت داخل عملية التقبل أي واع بها، وبدون هذا الوعي يصبح الاتصال الثقافي مجرد إحلال ثقافة الغير محل الثقافة الذاتية، اكرام احمد الأهواني، الاتصال بين العولمة والمحلية، دار الكتاب الحديث، القاهرة، الطبعة الأولى، 2010، ص، ص110-111.

<sup>2</sup> المرجع السابق، ص، ص09-10.

<sup>3</sup> محمد عبد القادر حاتم، الرأي العام، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، الطبعة الأولى، القاهرة، 1982، ص81.

## II. جمهور الإذاعة المحلية.

ان الاهتمام بالأبحاث المرتبطة بجمهور وسائل الاعلام والاتصال الجماهيرية من صحف مكتوبة، ومحطات إذاعية، وقنوات فضائية، وهو اهتمام حديث العهد، ولكنه يزداد لمواكبة التطورات المتصلة بتكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة.<sup>1</sup>

بحيث اسفرت هذه الأبحاث الى تأسيس مجموعة من النظريات، المتكاملة فيما بينها، لإعطاء نموذج وصفي للجمهور، بهدف تصنيفه الى فئات اجتماعية يسهل تحديد خصائصها، وتقسم هذه النظريات الى ثلاثة أنواع:

- النوع الأول يهتم بالمعروض الإعلامي.
- النوع الثاني يهتم بشروط توزيع الرسالة الإعلامية وإمكانية الاستقبال.
- النوع الثالث يهتم بمطالب الجمهور.<sup>2</sup>

بدأ الاهتمام بجمهور وسائل الاعلام نتيجة تعاضم قوة التأثير التي تمارسها وسائل الاعلام والاتصال في علاقتها بالجماهير، كأفراد وجماعات، بحيث ارتبطت هذه الدراسات بمجموعة من المفاهيم كالدعاية، الإشهار، والرأي العام هذا الأخير الذي جاء من منطلق انه على الحكومة إرضاء المحكومين، وبالتالي الاستجابة الى لفكرة الديمقراطية، مما يدفع الحكومة الى فهم الظروف المؤثرة في جماهير وسائل الاعلام، واحتياجاتهم في مقابل العمل على اشباعها، محاولة منها في كسب تأييد المحكومين، قصد محاولة توجيههم الى وجهات تخدم أهدافها.<sup>3</sup>

بحيث اختلفت مراحل دراسة جمهور وسائل الاعلام والاتصال الى عدة مراحل عكست السياق الاجتماعي، والثقافي، والسياسي السائد.

<sup>1</sup> علي قسايسية، جمهور وسائل الاعلام: الوسيط في الدراسات الاعلامية، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، الجزء الأول، 2002، ص47.

<sup>2</sup> تسعيدت قدوار، أثر تكنولوجيا الاتصال على الإذاعة والجمهور -دراسة مسحية في الاستخدامات والاشباع لدى الشباب-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في العلوم السياسية والاعلام، الجزائر، 2010-2011، ص46.

<sup>3</sup> علي قسايسية، المرجع نفسه، ص24.

إذ شملت المرحلة الأولى التأثير القوي لوسائل الاعلام والتي برزة كقوة أساسية في تشكيل الرأي العام حسب إرادة القائم بالعملية الاتصالية، باعتبار الجمهور عبارة عن جماعات لا تعمل وفق نظام اجتماعي متماسك، بل انها تتعرض لوسائل الاعلام وتتأثر بها بطريقة فردية.<sup>1</sup>

اما بخصوص المرحلة الثانية، والتي تميز التأثير المحدود لوسائل الاعلام، والتي بدأت مع

أبحاث علماء الاجتماع مثل بول لازر سفيلد (Paul Lazarsfeld) اثناء الحملات الانتخابية في الإذاعة والصحافة المكتوبة، مستعينة بالمنهج الامبريقية، لتأكد على التأثير المحدود والغير مباشر لوسائل الاعلام، التي تفضل هي من بين العوامل الأخرى التي تأثر في اتجاهات الافراد وتحديد آرائهم وافكارهم، باعتبار العلاقات الشخصية أثر كبير أكثر من وسائل الاعلام بحد ذاتها.<sup>2</sup>

فيقول جوزيف كلابر: " ان وسائل الاعلام ليست سببا ضروريا لإحداث تأثيرات في الجمهور، وانما ترجع الآثار التي تحدثها الى تظافر وظيفي بين مجموعة من العوامل الاجتماعية، والاقتصادية، والثقافية، المؤثرة".<sup>3</sup>

اما بخصوص المرحلة الثالثة وهي في حقيقة الامر الرجوع الى مرحلة التأثير القوي لوسائل الاعلام والاتصال، باعتبار ان مسألة التأثير المحدود لوسائل الاعلام امر لا بد من إعادة النظر فيه، وهذا تزامنا مع ظهور التلفزيون كوسيلة أكثر قوة عن غيرها من وسائل الاعلام، بصفتها الأكثر انتشارا وتأثيرا على الحياة الاجتماعية.

فالجمهور هو مجموعة الأشخاص من مختلف السمات سواء الأولية التي نقصد بها السن والجنس، او السمات المكتسبة مثل اللغة، والإقامة والدين والوظيفة والمستوى التعليمي<sup>4</sup>، التي تطاهم

<sup>1</sup> Balle Francis, **media et société**, cinquième Edition, Montchrestien, paris, P126.

<sup>2</sup> Rieffel Remey, **les effets des medias**, deuxième Edition, France, Ellipses, 1999, P192.

<sup>3</sup> محمد الجوهري، فاطمة القليني، **الاعلام والمجتمع: دراسات في علم الاجتماع الإعلامي**، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، د.ط، 1998، ص 147.

<sup>4</sup> محمد عبد الحميد، **دراسات الجمهور في بحوث الاعلام**، عالم الكتب، القاهرة، الطبعة الأولى، 1993، ص36.

رسائل إعلامية محددة، سواء عبر الصحف، المحطات الإذاعية والتلفزيونية، وغيرها من الوسائل الأخرى.

باعتبار الإذاعة المحلية جهاز اعلامي محلي، لا بد ان تكون رسائلها الإعلامية موجهة بصفة أولية الى مجتمعها المحلي المحدود العدد، مع التزامها بالطابع المحلي وبنوعية الحياة فيه. ولنكون أكثر توضيحاً فجمهور الإذاعة المحلية لا ينحصر فقط في مجتمع محلي، لكنه قد يتعد حدود ذلك المجتمع بالنسبة للبحث او المتابعة، فكثيراً من الافراد يولون اهتماماً بإذاعات محلية أخرى غير اذاعتهم، اما بالنسبة للأهداف العامة والمسطرة من قبل الإذاعة المحلية هي ان يبق الجمهور المستهدف هو المحلي.

كذلك يجدر التمييز بين ثلاثة انواع للجماهير:

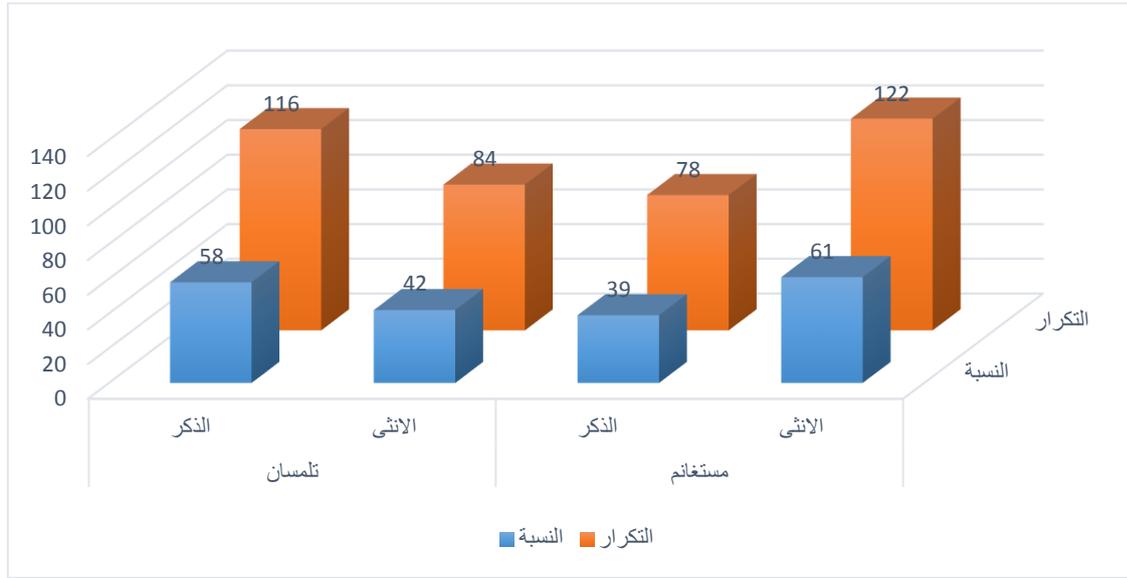
- الجمهور العنيد: هو لا يستسلم لوسائل الاعلام، ولا يغير اتجاهاته، او موقفه.
  - الجمهور الحساس: وهم الذين يتأثرون بوسائل الاعلام أكثر من غيرهم، مثل الأطفال، والمراهقين، والشيوخ.
  - الجمهور اللامبالي: لا يقف موقف رافض، ولا موافقاً، لكنه يتعامل مع الرسائل الإعلامية بإهمال.<sup>1</sup>
- ان اهم ما يجب معرفته، ان الإذاعة ذات رسائل موجهة الى جماهير عريضة من الناس تختلف أعمارهم، ومستوياتهم الثقافية، والاجتماعية والاقتصادية، وكذلك الخصائص السيكولوجية.

<sup>1</sup> عيسى محمود الحسن، الإذاعة والبرامج الجماهيرية، دار الزهران للنشر والتوزيع، عمان، د.ط، 2009، ص98.

ومن خلال عينة هذه الدراسة سيتراعى لنا تفسيراً واضحاً عن الاختلافات الأولية، أو المكتسبة لعينة البحث.

### الاختلافات الأولية:

يبين الرسم البياني رقم 02 توزيع العينة على أساس الجنس لكل من مدينة تلمسان ومستغانم.

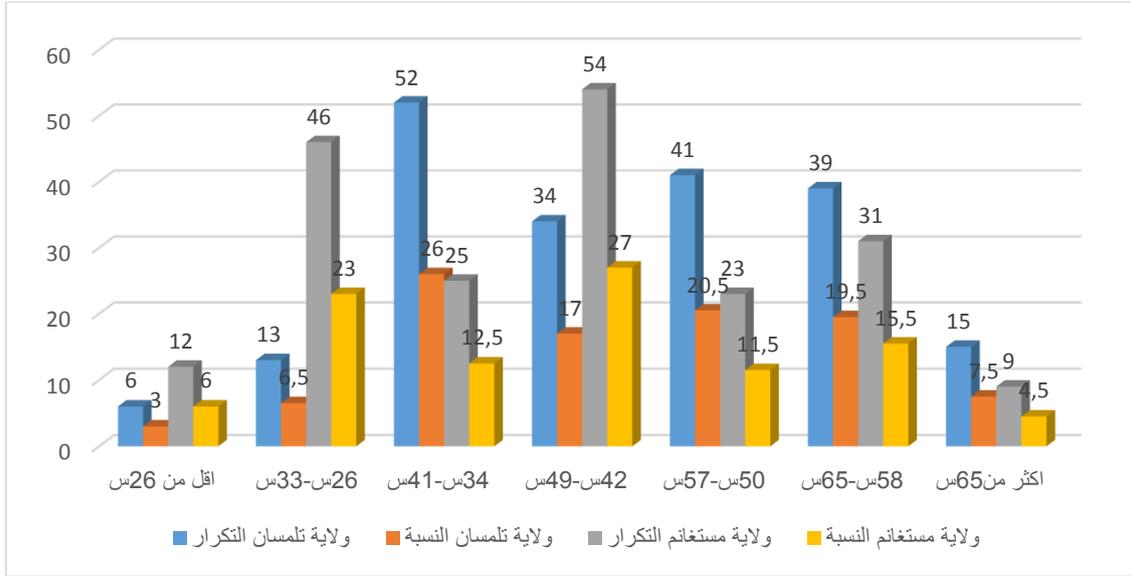


يظهر الشكل توزيع عينة البحث على أساس الجنس إذ تضمنت نسبة 58% فئة الذكور، و42% فئة الإناث بالنسبة لمدينة تلمسان.

ونسبة 39% لفئة الذكور، في مقابل 61% لفئة الإناث بالنسبة لمدينة مستغانم، بحيث نلاحظ أن نسبة الإناث، تكون أكبر من فئة الذكور لكل من مدينة مستغانم وتلمسان معاً، إذ أظهرت دراسات أن لنوعية الجنس تأثير في التعرض لوسائل الإعلام ومضامينه، بحيث يشير هذا الاهتمام إلى استخدام فئات الذكر والإناث في وصف جمهور وسائل الإعلام، كنتيجة لاختلاف ردة الفعل المتباين بين فئة الذكور وفئة الإناث، التي من شأنها أن تعطي انطباعات مختلفة اتجاه المضامين، و المواد الإعلامية، الموجهة عبر وسائل الإعلام، يستثمرها الباحث، خلال دراسته لتأثير وسائل الإعلام الجماهيرية على فئات المجتمع المختلفة.

من جهة ثانية نلاحظ ان النسب متقاربة الى حد ما فيما بينها، بين فئة الذكور والاناث الامر الذي يدل على ان كلا الجنسين لهم نفس الاهتمام الاعلامي، عكس ما كان متوقع باعتبار الإذاعة خاصة المحلية وسيلة إعلامية تستهوي بالدرجة الأولى ربات البيوت.

يبين الرسم البياني رقم 03 توزيع العينة على أساس السن لولاية تلمسان ومستغانم.



يوضح هذا الشكل البياني اختلاف في نسب السن من 26 سنة والتي قدرة ب نسبة 6.5% بالنسبة لولاية تلمسان، ونسبة 23% لولاية مستغانم.

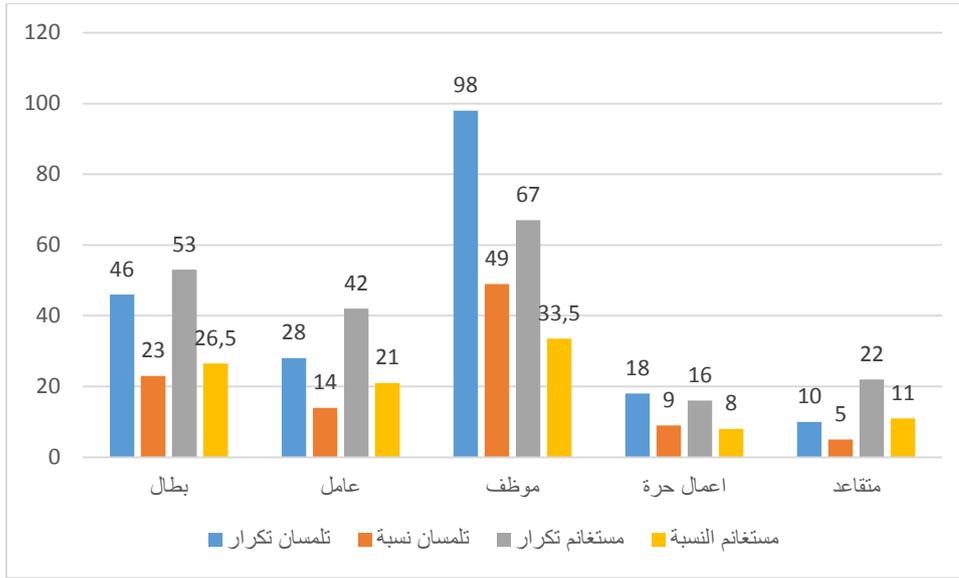
الى غاية أكثر من 65 سنة إذ قدرت ب 7.5% لولاية تلمسان، و4.5% لولاية مستغانم.

والملاحظ من خلال الشكل ان نسبة السن التي تتراوح من 34 الى 57 سنة هي الفئة الأكثر بالنسبة لمجتمع الدراسة، اذ ان اغلبية المستمعين هم من فئة عمرية ناضجة، مما يؤولها على اصدار الاحكام، وتقييم الوظيفة الفعلية والدور الرئيسي الذي تقوم به الإذاعة المحلية.

بحيث يتأثر الفرد في سلوكه، بما يكتسبه من مهارات وخبرات في بيئته ومحيطه الخارجي، بحيث تلعب مرحلة النضج دورا مهما في تحديد الخصائص البنائية التي تميز عمر الانسان عن باقي المراحل الأخرى.<sup>1</sup>

### الاختلافات المكتسبة:

يبين الرسم البياني رقم 04 توزيع العينة على أساس المهنة.



يوضح الشكل الأوضاع المعيشية او الاقتصادية لعينة البحث، التي لها دلالتها في اختيار نوعية وسائل الاعلام، واوقات المتابعة.

فالملاحظ ان نسبة الموظفين والتي تشكل كل من 49% بالنسبة لولاية تلمسان، و33.5% بالنسبة لولاية مستغانم.

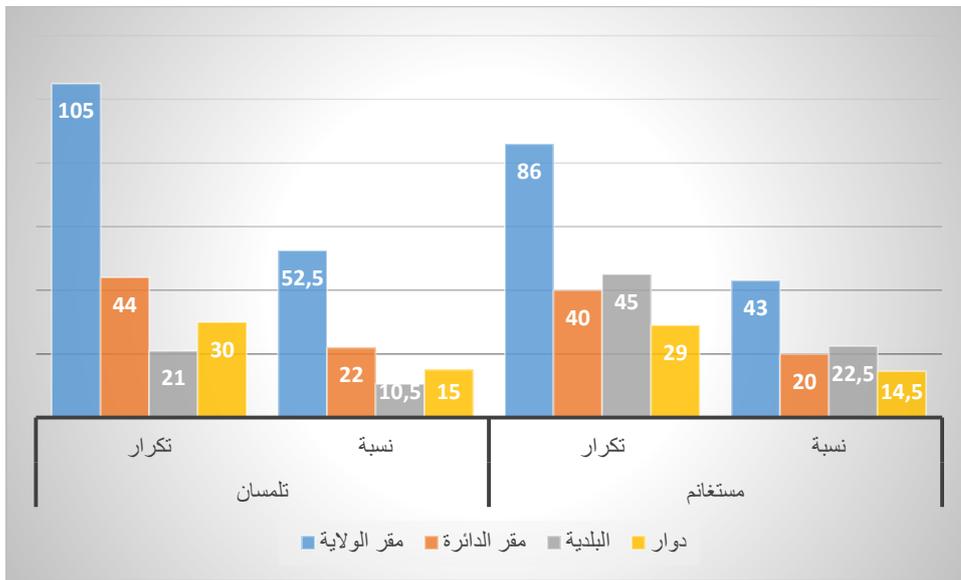
بحيث يميل الموظف الى وسائل الاعلام عامة والإذاعة خاصة، ويظل في اتصال معها، لمعرفة جميع المعلومات الضرورية، عن قطاعه الموظف فيه، من تعديلات وقوانين وترقيات وزيادات... وغيرها من الاحتياجات المعرفية التي لم تلبها باقي أنواع الاتصال الأخرى.

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الاعلام، مرجع سابق، ص 43.

تليها فئة البطالين بنسبة 23% لتلمسان و 26.5% لمستغانم، بحيث تميل هذه الفئة لجهاز

الراديو عن غيره من وسائل الاعلام الأخرى، لسهولة الحصول عليه وقلة الجهد في الحصول على المعلومة، بحيث تعود هذه الفئة الى الإذاعة المحلية خاصة فيما يخص الإعلانات الخدمائية التي تقدمها الإذاعة، من اجل اشباع حاجياته، في البحث عن عمل أو تيسير الحصول على سلعة او معلومة بأقل جهد وأقل تكلفة،<sup>1</sup> وغيرها من الخدمات الاجتماعية التي تقدمها الإذاعة المحلية لإفراد مجتمعها.

يبين الرسم البياني رقم 05 توزيع العينة على أساس موقع السكن.



يظهر الشكل ان اغلبية مستمعي الإذاعة المحلية هم من مقر الولاية بنسبة 52.5%

لتلمسان، و 43% لمستغانم.

بحيث يلعب القرب الجغرافي دورا كبيرا في شدة الاهتمام بالوسيلة الإعلامية، فكلما ابتعدنا عن الحدود الجغرافية قل الاهتمام بها، فاحتياجات سكان المدينة تختلف عن حاجات سكان البادية، فطبيعة البرامج التي تقدمها الإذاعة المحلية، نجد انها لا تراعي بنسبة كبيرة احتياجات افراد القاطنين في الريف.

<sup>1</sup> رفعت عارف الضبع، الإذاعة النوعية وإنتاج البرامج الإذاعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2011، ص 143.

كذلك يدخل العامل الشخصي دور كبير في التعرض للرسالة الإعلامية، حيث ان للفروقات الفردية، والتباين الاجتماعي، دور في تحديد الاستخدامات والإشباع<sup>1</sup>.

اذ ان هنالك أهمية كبيرة لطبيعة هذه السمات العامة في علاقاتها بأنماط السلوك مع وسائل الاعلام ومحتوياتها، بحيث ان المستوى التعليمي والاقتصادي، أثر في التعرض لوسيلة إعلامية عن غيرها، وهذا ما شار اليه روبرت ميرتون، ان للإحصائيات الوصفية المتعلقة بالسمات دلالات اجتماعية في النموذج الإعلامي<sup>2</sup>.

### III. نوعية البرامج الاستماعية للمجتمع المحلي.

ان المجتمع المحلي هو ذلك المجتمع البشري المحدود جغرافيا، يشترك في خصائص ثقافية واجتماعية، حيث أعطت الإذاعة المحلية فرصة مشاركة وتقاسم هذه الخصائص، من خلال اتاحتها لباقة من البرامج المتنوعة، والمهادفة لتلي احتياجات الافراد وتطلعاتهم، بالإضافة الى إمكانية الحوار والنقاش، الذي يستمد قوته وفاعليته من كفاءة المذيع في طرح مواضيع تهم المستمع المحلي.

فالبرامج الاذاعية هي تلك الاشكال العديدة، ذات المحتويات المختلفة التي تقوم الإذاعة بعرضها، اثناء الارسال الإذاعي، على مجموعة المستقبلين باختلاف أعمارهم، وفهمهم، ومستوياتهم الثقافية والاجتماعية، وميولاتهم السياسية، وانتماءاتهم العقائدية، والدينية والعنصرية، بهدف شد انتباهاتهم والتأثير فيهم<sup>3</sup>.

بحيث يدخل في مسار اعداد البرامج الاذاعية، تحديد فكرة وموضوع البرنامج، والجمهور المستهدف من العملية الاتصالية، او بصفة أخرى قضايا تثير اهتمام الرأي العام، مع خلق قيم

<sup>1</sup> محمد عبد الله الخوالدة، علم النفس السياسي والإعلامي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2009، 256.

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الاعلام، مرجع سبق ذكره، ص36.

<sup>3</sup> رفعت عارف الضبع، مرجع سابق، ص36.

واتجاهات "وسلوكميات"<sup>1</sup>، إيجابية حول موضوعات، وأفكار جديدة تطرح في المجتمع، تحتاج تحمس الجمهور المستهدف لها.<sup>2</sup>

كما يعد تحديد عامل الوقت مهم في عملية اعداد البرنامج الاذاعية، بحيث ان البرامج التي تعرض في ذروة الاستماع، ليس كغيرها من البرامج التي تعرض على سبيل المثال في وقت متأخر من الليل.

كذلك دراسة الجمهور المستهدف، لإعداد برنامج إذاعي يتناسب وطبيعة المتلقي، بالإضافة الى أهمية تحليل الأفكار والاتجاهات، ورغبات الجمهور، حتى يمكن تنفيذ الرسائل الاتصالية التي تلي حاجاتهم وتشبع رغباتهم.

تختلف البرامج الاذاعية حسب طبيعة المواضيع التي تعالجها، وطبعا لطبيعة المستفيدين منها، اذ تتنوع البرامج الاذاعية المحلية لكل من إذاعة تلمسان، ومستغانم، من برامج ثقافية، اجتماعية، سياسية، دينية، تعليمية ارشادية وغيرها من خدمات "الإعلان والاشهار"<sup>3</sup>.

- البرامج الثقافية: وهي كل البرامج التي تزيد من الحصيلة المعرفية للمستمع، وكل ما يؤدي الى توسيع افاقه وأفكاره، الى جانب المعلومات المتعلقة بهويته الثقافية المحلية، كاللغة والعادات والتقاليد... وغيرها.

<sup>1</sup> يقصد بالسلوك الإشارة الى مختلف نواحي النشاط التي يمكن ملاحظتها، او ملاحظة نتائجها، فالسلوك يشير الى كل ما يصدر عن الفرد من استجابات حركية، او عقلية، او اجتماعية عندما تواجه الفرد أي منبهات، عبد الستار إبراهيم، وآخرون، السلوك الإنساني نظرة علمية، دار الكتب الجامعية، القاهرة، د.ط، د.ت، ص12.

<sup>2</sup> نسمة احمد البطريق، عادل عبد الغفار، الكتابة للإذاعة والتلفزيون، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، د.ط، 2005، ص17

<sup>3</sup> يعرف الاشهار على انه مجموعة من الوسائل المستخدمة في تعريف الجمهور، بمنشأة تجارية، او صناعية، مع إقناعه بامتيازات منتجاتها، والتأكيد على انه بحاجة اليها، ايناس محمد غزال، الإعلانات التلفزيونية وثقافة الطفل، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، د.ط، 2001، ص131. ويعرف الاشهار على انه، اتصال جماهيري غير شخصي، يتم لحساب مؤسسة تسمى المعلن، الذي يقوم بالدفع لوسيلة الاعلام، لكي تقوم بنشر رسالته والتي غالبا ما يتم تصميمها، من طرف وكالة اشهارية او اتصالية، ذات هدف تجاري، او أحيانا اجتماعي وسياسي،

François Laurent, Les études de marché, édition d'organisation, Paris 2001, p 518.

أما الإعلان فهو عملية اتصال تهدف الى التأثير من البائع الى المشتري، على أساس غير شخصي، من خلال وسائل الاتصال العامة، سواء كان منتج، او فكرة، او سلع، مقابل اجر مدفوع، طاهر مرسي عطية، فن الإعلان وترويج المبيعات، دار النهضة العربية، القاهرة، د.ط، 2001، ص87.

- البرامج الاجتماعية: والتي تعنى بقضايا الاسرة والمجتمع، من خلال طرح المشكلات والقضايا الاجتماعية، والمساهمة في عملية التنشئة الاجتماعية.
  - البرامج الدينية: وهي برامج روحية، تتناول مواضيع دينية تكون موجهة لكافة طبقات المجتمع، لطرح انشغالاتهم الدينية، مع الدعوة الى تبني الاخلاق الحميدة في العلاقات الاجتماعية التي تحيط بالفرد.
  - البرامج السياسية: تضم كل المواضيع والاخبار اليومية، التي تهم المستمع في الجانب السياسي، إضافة الى فتح نافذة الحوار والنقاش، موازاة لطبيعة المواضيع السياسية.
  - البرامج التعليمية والارشادية: كل البرامج التي من شأنها إضافة معلومات، تساعد المستمع على التفكير المنطقي الجيد.
  - البرامج الترفيهية: والتي تضمن المواد الغنائية والترفيهية، التي تساعد المستمع في تقليص حدة التوتر اليومي.
  - البرامج الرياضية: عادة ما تكون موجهة لفئة معينة من الافراد مثل فئة الشباب، عكس البرامج الثقافية والاجتماعية التي تقوم على قاعدة الاتصال العريضة.<sup>1</sup>
- فالمستمع ينتقي البرامج على حسب درجة أهميتها، ووفقا لأولوياتها، وحاجاته، وهذا ما نلاحظه من خلال الجدول الآتي:

<sup>1</sup> رفعت عارف الضبع، مرجع سبق ذكره، ص، ص38-39.

يبين الجدول رقم 01 ترتيب البرامج الإذاعية حسب درجة اهتمام عينة الدراسة.

نوعية البرامج	ولاية تلمسان		ولاية مستغانم		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الاجتماعية	70	35	62	31	132	33
الثقافية	31	15.5	20	10	51	12.75
السياسية	15	7.5	8	4	23	5.75
الرياضية	20	10	35	17.5	55	13.75
الاقتصادية	10	5	10	5	20	5
الدينية	12	6	19	9.5	31	7.75
الإرشادية	42	21	38	19	80	20
أخرى	0	0	8	4	8	2
المجموع	200	100 %	200	100 %	400	100 %

يتضح من خلال الجدول ان البرامج الاجتماعية تتصدر القائمة من حيث درجة الاهتمام

بنسبة 33% ، الامر الذي يؤكد على اهتمام عينة البحث بالمجال الاجتماعي، وبالبرامج التي تهتم بالمشاكل و القضايا الاجتماعية ، بحيث تعد من البرامج المهمة التي تعتمد عليها الإذاعة في تكوين البناء الاجتماعي لأفراد المجتمع المحلي، وهي من البرامج التي تمس واقع الفرد، والتي تكون موجهة الى كافة الشرائح، سواء المثقفة او الغير مثقفة، العاملون، البطلون، لذلك نلاحظ من خلال النسبة اهتمام عينة البحث بنوعية هذه البرامج، اذ انها تتطرق الى معالجة المشاكل الاجتماعية كالبطالة، والطلاق، العنف، الآفات الاجتماعية وغيرها، من المشاكل التي تتصدر اهتمامات المستمع ، وتكون بمثابة المتنفس لطرح انشغالاته ومشكلاته، إضافة الى البحث عن الحلول الممكنة من خلال تفسير وتحليل المشكلة و التعرض الى أسبابها وكيفية مجابتهها.

فالإذاعة تنظم يقوم بوظيفة اجتماعية من خلال نشر الأفكار، والقيم العامة<sup>1</sup>، من اجل المحافظة على النسق العام، من خلال التوعية والإرشاد، بالإضافة الى الدور الذي أصبحت تلعبه في تنوير الراي العام.

تليها البرامج الارشادية بنسبة 20% وذلك لأهميتها، من خلال عرض مضامين سواء موسمية او عادية، او أسبوعية، او يومية، تتطرق اليها كالعناية الصحية والابتعاد عن التدخين والسلامة المرورية، إضافة الى ما يتعلق بسلامة المحيط الداخلي والخارجي للمجتمع المحلي.

كلها موضوعات ذات أهمية كبيرة بالنسبة للمستمع المحلي، اذ تساعده على التوقف على أفكار جديدة تساعده في حياته اليومية، من خلال الارشادات والتوصيات، المثيرة للعقل والعاطفة معا.

أيضا نلاحظ نسبة 13.75 % بالنسبة للبرامج الرياضية، التي لها دور كبير في التحفيز والتثقيف الرياضي، ونشر الثقافة الرياضية، إذ تقوم الإذاعة المحلية بنشر الاخبار والمعلومات، المرتبطة بالمجال الرياضي، الى جانب عرض القوانين والمبادئ التي تنظم الرياضات والألعاب والمنافسات الرياضية المختلفة، كالتحلي بالروح الرياضية والابتعاد عن العنف.

كذلك تعمل البرامج الرياضية للإذاعة المحلية على تنمية الفرد رياضيا من خلال، تنمية اتجاهاتهم الإيجابية نحو ممارسة النشاطات البدنية والحركية، مع توجيههم أوقات الفراغ الى متابعة الاحداث الرياضية.<sup>2</sup>

اما بالنسبة للبرامج الثقافية فكانت بنسبة 12.75% بالرغم من ان الجانب الثقافي، مهم بالنسبة للمجتمع ككل الا ان افراد العينة لم تولي اهتمام كبير بالنسبة للبرامج الثقافية، اذ تعتبر وسائل

<sup>1</sup> بن روان بلقاسم، وسائل الاعلام والمجتمع: دراسة في الابعاد الاجتماعية والمؤسسية، الدار الخلدونية، الجزائر، الطبعة الأولى، 2007، ص96.

<sup>2</sup> إبراهيم امام، الاعلام الإذاعي والتلفزيوني، دار الفكر العربي للطباعة والنشر، الاسكندرية، الطبعة الثانية، 1985، مرجع سابق، ص79.

الاعلام عامة من بين اهم المؤسسات الثقافية في المجتمع، التي لها أثر كبير في تعديل سلوك الافراد على اختلاف أعمارهم ومستوى تعليمهم الامر الذي يؤدي الى اكتساب أنماط سلوك جديدة.<sup>1</sup>

فالإذاعة المحلية دور كبير في التنمية الثقافية لأفراد المجتمع الواحد، الا ان هناك تحفظ من

طرف عينة البحث على مثل هذه البرامج كونها لا تواكب متطلبات العصر، وهو من بين اهم التحديات التي تواجه الإذاعة المحلية، وباقي وسائل الاعلام عموماً، بين المحافظة والتجديد في طرحها القضايا الثقافية.

ثم تأتي البرامج الدينية بنسبة 7.75 % مما يعكس شبه اعراض من طرف عينة البحث على البرامج الاذاعية، واللجوء الى البرامج الدينية من خلال التلفزيونية بصفة محددة.

اما فيما يتعلق بالبرامج السياسية فكانت بنسبة 5.75 %، بالرغم من ان لوسائل الاعلام عامة والإذاعة خاصة، دور في التعبئة والدعم السياسي للحكومات، وبعض القضايا الحساسة. الا ان ما نلاحظه من خلال الجدول، ان اغلبية المبحوثين لا تستقطبها البرامج ذات الطابع السياسي.

في حقيقة الامر تسهم وسائل الاعلام في زيادة الوعي السياسي للأفراد، من خلال اطلاعهم وتعريفهم بالقضايا المثارة عبر البرامج والنشرات الإخبارية التي تخصصها الإذاعة<sup>2</sup>، حيث أصبحت من المصادر الرئيسية والمهمة في تنمية الوعي السياسي لدى افراد المجتمع المحلي، هذا ان كان عرضها وتحليلها للقضايا يتصف بالمهنية الإعلامية، فاذا انطلقنا من هذه النقطة نجد اغلبية المبحوثين لا تثيرهم القضايا السياسية بصفة جدية، اعتباراً منهم انها في غالبية الأحيان هي غير صحيحة تخدم أيديولوجيا ما، وكون الإذاعة المحلية هي جهاز اعلامي تابع للسلطة الحاكمة، فلا بد من ان تكون اخبارها سطحية، وغير مطابقة للواقع المعاش، مما يشكل نوع من النفور لدى افراد المجتمع المحلي من الحرص على متابعة البرامج السياسية التي تذيعها المحطة الإذاعية، عكس البرامج الاجتماعية والارشادية، التي اولتها عينة البحث أهمية كبيرة، بحيث يمكن القول ان الإذاعة المحلية عجزت عن خلق

<sup>1</sup> حسين حمدي الطوبجي، وسائل الاتصال والتكنولوجيا في التعليم، دار القلم، الكويت، الطبعة الثانية عشر، 1992، ص189.

<sup>2</sup> بن سعيد احمد بن راشد، قوة الوصف: دراسة في لغة الاتصال السياسي ورموزه، مجلة عالم الفكر، الكويت، المجلد 32، العدد 2، 2003، ص 211-212.

مناخ اعلامي، لطرح القضايا السياسية التي من شأنها تنمية الفرد المحلي سياسيا، ومساعدته على تكوين آرائه وافكاره، ليمتلك بذلك ادراك سياسي يميز من خلاله واجباته و حقوقه كمواطن او كفرد محلي صالح.<sup>1</sup>

يليه 5% نسبة بالنسبة للبرامج الاقتصادية، بالنسبة الى ما هو نظري تلعب وسائل الاعلام الجماهيرية، والمحلية دور رئيسي في مجال الاقتصاد، عن طريق اشباع الحاجات الإنسانية في البحث عن المعلومات والاطخبار الاقتصادية، اذ انها تمكن من تبادل الاحداث، والخبرات، والمهارات في المجال الاقتصادي.<sup>2</sup>

اما من ناحية الواقع، لا نلمس أي اهتمام من طرف الفرد المحلي لنوعية البرامج والاطخبار الاقتصادية، بالرغم من ان الفترة الراهنة هي ساعة خبر اقتصادي بسبب الازمة الاقتصادية التي تمر بها البلاد، والتي مست كافة القطاعات الوطنية ومسالة التقشف، الا ان افراد المجتمع المحلي يفضلون الحصول على المعلومات الاقتصادية من خلال الصحف والجرائد اليومية.

#### IV. لغة الخطاب الإعلامي الإذاعي.

هنالك الكثير من المواقف التي ترى بان وسائل الاعلام، تمكنت وبكفاءة عالية من تشكيل وتغيير الكثير من المعالم الاجتماعية والثقافية للأفراد، اذ أصبحت الوسيلة الإعلامية طرفا مهما في تشكل ثقافتهم وهوياتهم، سواء عن طريق رسائل مشفرة أو واضحة المقاصد، باعتبار الفرد لا يملك نماذج واضحة، شبيه الى حد ما بفترة من فترات حياة الانسان، ألا وهي الطفولة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> إبراهيم فؤاد خصاونة، تأثير المحطات التلفزيونية الأردنية الخاصة على طلاب الجامعات في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، الأردن، المجلد 41، العدد 1، 2014، ص 242.

<sup>2</sup> زيد بن محمد الرماني، اقتصاد الاعلام: اسرار واخبار، مكتبة الرشد للنشر، الرياض، الطبعة الأولى، 2005، ص 23.

<sup>3</sup> بلحزري بلوفة، الخطاب الإعلامي والمجتمع الجزائري بين الاصلية والانفصالية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علم الاجتماع، جامعة السّانية، وهران، 2011-2012، ص 124.

#### IV. 1 اللغة في الجهاز الإعلامي الإذاعي.

تعد اللغة عموماً خاصية إنسانية، وظاهرة اجتماعية يستطيع الفرد -بصفته كائن اجتماعي- من خلالها ان يتواصل ما باقي افراد جماعته والتي تكون هذه اللغة مشتركة فيما بينهم، مثل الدين والعادات، والتقاليد، والتاريخ، وغيرها من المقومات الوطنية والاجتماعية.

وهي الوسيلة التي يعبر بها الفرد عن حاجاته، ومتطلباته، وافكاره، وأراءه، والتي تختلف باختلاف الزمان والمكان، اذ تتأثر اللغة بالنظم الاجتماعية فتحمل سمات المجتمع السياسية، والدينية، والثقافية، والاقتصادية، فلو عدنا للألفاظ التي كانت متداولة في عصر الإقطاع، وعصر ما بعد الثورة في أوروبا، لوجدنا أن مدلول كلمة "سيد" قد تغير.<sup>1</sup>

واللغة هنا نحدددها في اللغة الإعلامية التي تستخدمها وسائل الاعلام في إيصال رسائلها الإعلامية والتي تختلف من وسيلة الى أخرى.

ويمكن تعريف اللغة الإعلامية، بأنها الأداة والوسيلة التي يقوم بواسطتها الاعلاميون في مختلف وسائل الاتصال الجماهيرية، بتحويل المعلومات والافكار الى مادة مقروءة، أو مسموعة، أو مرئية، حسب الوسيلة الإعلامية (صحف، إذاعة، تلفزيون...) مما يسهل من تلقيها، وفهمها، واستيعاب ما تحمله من مضامين.<sup>2</sup>

الإذاعة كجهاز اعلامي، لها خطابها ولغتها التي تستثمرها في إيصال مضامينها الإعلامية، معتمدة على صوت المذيع بالدرجة الأولى، الى جانب المؤثرات الصوتية، التي تختلف من برنامج الى اخر، فلغة البرامج الدينية تختلف عن لغة البرامج الغنائية، ولغة برامج الطبقة المثقف تختلف عن لغة برامج الطبقة الامية، ولغة البرامج المخصصة للكبار مختلفة عن البرامج الموجهة للصغار، وبالتالي طبيعة البرامج هي التي تحدد أسلوب الكتابة الإذاعية.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> محمود السعران، اللغة والمجتمع: رأي ومنهج، دار المعارف، الإسكندرية، الطبعة الثانية، 1963، ص، ص 99-100.

<sup>2</sup> خليل محمود، انتاج اللغة في النصوص الاعلامية، الدار العربية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2009، ص، ص 19-20.

<sup>3</sup> نسمة احمد البطريق، الكتابة للإذاعة والتلفزيون، مرجع سبق ذكره، ص 29.

يبين الجدول رقم 02 عن مدى إمكانية تأثير الخطاب الإذاعي سلبيًا على المجتمع.

الفئات	ولاية تلمسان		ولاية مستغانم		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	59	29.5	65	32.5	124	31
لا	141	70.5	135	67.5	276	69
المجموع	200	100 %	200	100 %	400	100 %

من خلال الجدول نلاحظ ان نسبة 31% من عينة البحث عبروا على ان الخطاب

الإعلامي، يؤثر تأثير سلبي على المجتمع، إذا انتهج خط افتتاحي، لا يتماشى وظروف وطبيعة المجتمع، سواء على الصعيد الثقافي، او الاجتماعي، خصوصا إذا لم تعتمد الإذاعة المحلية في خطابها نوع من المسؤولية الاجتماعية اتجاها ما تقدمه، بينما نسبة 69 % لم يعطوا أهمية للخطاب الإعلامي في تأثيره سلبيًا على المجتمع، بحجة ان المعلومة في حد ذاتها هي المؤثر الوحيد -سواء بالإيجاب او بالسلب-، وليست بحاجة الى خطاب، او مؤثرات، او فن اقناعي، فأهمية المعلومة، بالنسبة للفرد هي المؤثر الأساسي.

ان مصطلح الخطاب يتجاوز مصطلح الكلام، فهو بذلك يشكل وحدة لغوية تتجاوز ابعاد الجملة، او الرسالة المنقولة، فهو مجال ابداعي تتشكل فيه سياقات تعطي قيما جديدة للغة، ويتحول بالتدرج من كونه ظاهرة لغوية الى ظاهرة سلوكية، اذ ينتقل من فن القول الى فن الاقناع، فهو كل نطق، او كتابة تحمل وجهة نظر محددة من المتكلم، تفرض نية التأثير على المستمع، مع الاخذ بعين الاعتبار كل الظروف<sup>1</sup>.

ان الخطاب الإعلامي يحمل صياغات لغوية، ومفردات بسيطة، الا انها تحدث أثر في مخيلة المتلقي، وسلاح الإذاعة في احداث هذا التأثير، هي الكلمة المسموعة والتي يفترض ان تكون مقبولة،

<sup>1</sup> بلحضري بلوفة، الخطاب الإعلامي والمجتمع الجزائري بين الأصالية والانفصالية، مرجع سابق، ص42.

مفهومة، غير مكلفة، وبسيطة، لا تحتاج إلى أي جهد من جانب المستمع، فعدد من الأفراد ليس لهم وقت القراءة، والإذاعة هي الوسيلة الوحيدة التي تفي بالغرض.

#### IV. 2 لغة جمهور الإذاعة المحلية:

لم يستعمل علماء اللغة مصطلح لهجة بالشكل الذي هو معروف اليوم، وغاية في كتبهم هو ما تردده معاجمهم من اللهجة هي اللسان، أو طرفه، ولهجة فلان لغته التي ترعرع عليها فاعتاد نطقها.<sup>1</sup>

ومن القوانين الطبيعية للغات أنه متى انتشرت اللغة استحال على المتكلمين بها الاحتفاظ بوحدها الأولى زمنًا طويلاً، لهذا فهي مؤهلة لأن تتشعب إلى عدة لهجات تتصارع بفعل الاحتكاك الذي تخضع له.<sup>2</sup>

واللغة المحلية، أو بالمعنى الأدق اللهجة المحلية استناداً لمفهوم المجتمع المحلي، هي محدودة الوجود، أو منطقة جغرافية معينة، يشترك فيها أفراد المجتمع المحلي فقط، وهي اللهجة التي تنشأ في بيئة جغرافية تعكس تاريخ وتراث المنطقة.

إن نشوء اللهجة وشيوعها ما هو إلا مظهر من مظاهر الميل إلى الخفة واليسر، ونتيجة إلى التغيرات التي تمس المجتمعات الإنسانية، إذ يمكن القول بأن اللهجة في جريانها تسير من الصعب إلى السهل، ومن المعقد إلى الميسر، الشيء الذي تحافظ عليه الإذاعة المحلية أثناء مخاطبة جمهورها المحلي، لضمان نجاح العملية الاتصالية، ولعلّي التطور التكنولوجي لوسائل الإعلام والاتصال أدى إلى الانتشار الواسع للهجات المحلية، عبر المجتمع الواحد الأمر الذي عمل على تطويرها، وأعطى إمكانية فهمها من مجتمع محلي إلى آخر.

<sup>1</sup> أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم (ابن المنظور)، لسان العرب، دار صادر، بيروت، الجزء الثالث عشر، 2003، المادة "لهج".

<sup>2</sup> أحمد قريش، اللهجة بين الحتمية الاجتماعية والاقتضاء العلمي، إنسانيات مجلة جزائرية في الأنثروبولوجيا والعلوم الاجتماعية، العدد 46، 2009، ص17.

وسنوضح من خلال الجدولين الآتيين طبيعة اللغة الطاغية في الإذاعة المحلية، ورغبة الباحثين في الاستخدام اللغوي للإذاعة.

يبين الجدول رقم 03 السمات اللغوية في الإذاعة.

المجاميع		ولاية مستغانم		ولاية تلمسان		الفئات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
59.75	239	61.5	123	58	116	الدرجة
26.5	106	21.5	43	31.5	63	اللهجة المحلية
13.75	55	17	34	10.5	21	العربية الفصحى
100 %	400	100 %	200	100 %	200	المجموع

من خلال الجدول نلاحظ ان عينة البحث قد أفادت ان استخدام الدرجة في اذاعتهم المحلية، تقدر بنسبة 59.75%، و 26.5% بالنسبة للهجة المحلية، خاصة البرامج الاجتماعية الثقافية، والدينية.

مما يؤكد على ان الإذاعة المحلية، تستهدف بالدرجة الأولى الفرد المحلي، من خلال بثها، واستعمالها الدرجة واللهجة المحلية، لضمان وصول المعلومات، والاخبار بالشكل المرغوب فيه، واحداث التأثير المخطط له، كون ان الإذاعة مطلعة على طبيعة ونوعية جمهورها، التي تتفاوت من حيث درجة الفهم والاستيعاب.

بينما استعمال اللغة العربية الفصحى فكان بنسبة 13.75 %، والذي يكون اساسا في النشرات الإخبارية، وكذا في باقي البرامج، ولكن بشكل ضئيل. كون جمهور الإذاعة مختلف الطبقات الاجتماعية والثقافية، والاقتصادية.

يبين الجدول رقم 04 السمة اللغوية المفضل استخدامها في الإذاعة من قبل المستمع.

الفئات	ولاية تلمسان		ولاية مستغانم		المجاميع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
اللهجة المحلية	68	34	83	41.5	151	37.75
العربية الفصحى	121	60.5	101	50.5	222	55.5
الدارجة	11	5.5	16	8	27	6.75
المجموع	200	100 %	200	100 %	400	100 %

يتضح من خلال الجدول ان نسبة 55.5 % من عينة البحث يفضلون استخدام اللغة العربية الفصحى، كونها اللغة الام، والتي من شأنها ان تشمل جميع افراد المجتمع الكلي، بحيث يتمكن المستمع المحلي من مستغانم، ان يفهم مضمون الإذاعة المحلية بتلمسان، بالرغم من ان درجة الاختلاف بين اللهجات ليست كبيرة بحيث يمكن فهمها بطريقة بسيطة هذا من جهة، ومن جهة ثانية ان للإذاعة وظيفة التعليم و التثقيف، حيث تقوم الإذاعة المحلية بدور فعال في محو الأمية، ليس بالضرورة عن طريق الكتابة والقراءة، ولكن من خلال التوعية بالمشكلة، وحث الاميين على ضرورة طلب العلم والالتحاق بمراكز محو الامية، ومن المهم جدا ان تؤدي هذه الوظيفة، من خلال الكلمة المسموعة ذات اللغة العربية الفصحى، لثمين هذه الأخيرة -اللغة العربية-، وحث الفرد وتشجيعه على تطوير لغته واتقانها.

الى جانب ممارستها لوظائف عديدة مثل:

- الوظيفة الاجتماعية: من خلال الخدمات الاجتماعية التي تقدمها، ومحاولتها المحافظ على البناء الاجتماعي، كذلك اكتشافها المواهب العلمية، والفنية، والأدبية، والعلمية، والعمل على بلورتها من خلال اتاحة الفرص الكاملة.

- الوظيفة الإخبارية: والمتمثلة أساسا في نقل الاخبار التي تهم افراد المجتمع المحلي، سواء كانت قومية، او عالمية ولها ارتباط وثيق ومباشر بالمجتمع المحلي.
  - وظيفة الترفيه: لا يقل هذا الدور اهمية عن بقية الوظائف الأخرى، فهي تربط تلك الوظائف ببعضها، اذ انها تعلم وتنمي وتثقف، وكل ذلك في قالب هزلي او مسابقة.<sup>1</sup>
- الا ان هناك نسبة 37.75% يفضلون استخدام اللهجة المحلية، وذلك لإعطاء طابع وخصوصية محلية للإذاعة، باعتبار اللهجة نوع من التراث المحلي يجب المحافظة عليه، واستعماله في وسائل الاعلام المحلية، الى جانب سهولة انتقاء وفهم المعلومة من طرف ذوي المستوى التعليمي البسيط.
- إضافة الى هذا، موضوع استخدام مذيع الإذاعة المحلية للغات الأجنبية والتي تتضح من خلال الشكل التالي:

يبين الجدول رقم 05 فعالية استخدام المذيعين اللغات الأجنبية.

الفئات	ولاية تلمسان		ولاية مستغانم		المجاميع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	88	44	103	51.5	191	47.75
لا	112	56	97	58.5	209	52.25
المجموع	200	100 %	200	100 %	400	100 %

أفادت عينة البحث ان نسبة 52.25% من المذيعين يستخدمون اللغة الأجنبية، في مقابل 47.75% أفادوا العكس، الا النسب تفضل متقارب فيما بينها بشكل كبير.

اذ يعتمد بعض المذيعين الى استخدام اللغة الأجنبية ليس عمدا، ولكن اضطرار، خاصة في برامج الارشادات الطبية، او البرامج العلمية التي يجد الصحفي نفسه محيط بكلمات علمية يصعب

<sup>1</sup> عبد المجيد شكري، الإذاعات المحلية لغة العصر، دار الفكر العربي، القاهرة، د.ط، 1998، مرجع سبق ذكره، ص، ص80-104.

ترجمتها الى اللغة المحلية، خاصة اذ كان وقت الحصة او طبيعة البرنامج لا تسمح بذلك، الى جانب ان هنالك فئة معينة تنتمي للمجتمع المحلي لا تتقن اللغة العربية بقدر اتقانها اللغة الأجنبية، مما يستلزم ادراج اللغة الأجنبية لإيصال المعلومة لهذه الفئة.

بالرغم من هذه الأسباب، الا ان عينة البحث لم تكن مؤيدة لاستعمال اللغة الأجنبية من طرف المذيع. وهذا ما يوضحه الجدول الآتي:

يبين الجدول رقم 06 انطباع عينة البحث عن استخدام المذيعين المحليين اللغات الأجنبية.

الفئات	ولاية تلمسان		ولاية مستغانم		المجاميع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	31	15.5	44	22		18.75
لا	169	84.5	156	78	325	81.25
المجموع	200	100 %	200	100 %	400	100 %

نسبة 81.25% يعارضون على استخدام المذيعين على اللغة الأجنبية، ولا يجدون أي مبرر لها، بحيث يفضلون استخدام اللغة العربية باعتبارها اللسان الجامع والمعبر عن الامة العربية، والمرآة العاكسة "لهويتها الثقافية"<sup>1</sup>، وهي من بين اهم مقوماتها قبل المجتمع المحلي، كما تعتبر لغة الإسلام

<sup>1</sup> ان المفهوم اللغوي للهوية يرجع الى الجذر الاشتقاقي لكلمة هوية من الضمير "هو"، ووضعه كاسم معرف ب آل "الهو" ومعناه الاتحاد بالذات. والهوية في مفهومها الاصطلاحي، هي مجموعة من المميزات الجسمية والنفسية والمعنوية، والاجتماعية والثقافية التي يستطيع الفرد من خلالها التعرف على نفسه، محمد مسلم، الهوية في مواجهة في مواجهة الاندماج، دار قرطبة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، د.ط، 2009، ص89. اما بالنسبة لمفهوم الثقافة فيعرفها مالك بن نبي انها مجموعة من الصفات الخلقية، والقيم الاجتماعية التي تؤثر في الفرد من ولادته والتي تربط سلوكه بأسلوب الوسط الذي ولد فيه، محمد السويدي، مفاهيم علم الاجتماع الثقافي ومصطلحاته، المؤسسة الوطنية للكتاب والطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، د.ط، 1991، ص68.

ومن هنا نجد مفهوم الهوية مرتبط اشد الارتباط بمفهوم الثقافة، اذ يصبحان معا مفهوم ثقافي تاريخي يتكون لدى الفرد من خلال البيئة التي يعيش فيها، اذ تصبح للثقافة دور في تكريس هوية الفرد من خلال عملية تمثل عاطفي، واجتماعي مع عملية اندماج تاريخية، وثقافية، ونفسية، تستغرق حقبة زمنية، الامر الذي يؤكد دور التاريخ في خلق هوية ثقافية، كونه الوعاء الذي تتشكل فيه هوية ثقافية معينة تعكس انتمائها لامة معينة، شرقي رحيمة، الهوية الثقافية الجزائرية وتحديات العولمة، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، بسكرة، العدد الحادي عشر، جوان 2013، ص 193.

بدلاً من اللغات الأجنبية الأخرى، التي تعتبر دخيلة على المجتمعات العربية، والتي كانت أغلبها نتيجة للاستعمار، الذي كان هدفه سلب الأمة العربية عامة، والدول المستعمرة هويتها وخصوصيتها بدءاً من لغتها.

إن اللغة هي التي تصنع الإعلام لا العكس، أي على المذيع احترام لغته العربية وجعلها الوعاء الذي يصب فيه أفكاره، وكون الإذاعة المحلية موجهة للمتعلمين وغير المتعلمين لها مسؤولية في تطوير اللغة العربية وحمايتها.

خلاصة:

لقد تناولنا في هذا الفصل البدايات الأولى لظهور الإذاعة، والتي ظهرت كنتيجة لعدد دراسات قام بها مختصين وعلماء في الفيزياء، والرياضيات، فكانت الولايات المتحدة من السباقين في الحصول على هذه الوسيلة، والعمل على تطويرها درايتا منها على الأهمية والدور الذي تلعبه كجهاز إعلامي في التأثير على الاتجاهات، والقيم، والآراء.

كذلك عرجنا عن حال الإذاعة في الوطن العربي، وكيف ان وجود الإذاعة فيها، يعود في الأصل الى الدول الاستعمارية، التي جلبتها للأوطان العربية المستعمرة لخدمة أهدافها وايدولوجياتها مثل: الجزائر ومصر، وكيف أصبحت الإذاعة في الدول العربية بعد فترة الاستعمار وسيلة للتنمية، وأداة، اجتماعية وثقافية تساهم في تجاوز مخلفات الاستعمار على كافة الأصعدة: الدينية، الاجتماعية، الثقافية، والاقتصادية.

بالإضافة تعرضنا الى مدى اسهام التقدم التكنولوجي والتطور الهائل لسائل الاتصال والاعلام، في تطور الإذاعة وتنوعها، من عالمية، الى إقليمية، وطنية فمحلية، كنتيجة لتطورات الكبرى التي عرفتها الجزائر، التي تزخر اليوم بكم هائل من الإذاعة على المستوى الوطني- القناة الأولى تهتم القضايا الوطنية والدولية، القناة الثانية الناطقة باللغة الأمازيغية، القناة الثالثة الناطقة باللغة الأجنبية، والقنوات النوعية كقناة القران الكريم، و قناة الأغاني و الموسيقى... الخ-، والمحلي اذ اصبح لكل ولاية من ولايات الوطن اذاعتها المحلية الخاصة، التي تعبر عن كيانها ومجتمعها المحلي وخصوصياته، متأثرة به و في نفس الوقت مؤثرة فيه، الامر الذي يشكل بيئة خصبة الى تشكل وتكون الرأي العام كقوة سياسية لها دورها في الحياة السياسية و الاجتماعية والاقتصادية لأفراد المجتمع المحلي، كمبدئ التشاور في اتخاذ القرارات الحساسة والسياسية، والتي تكون رهينة بطبيعة النظم الحاكمة، اكانت ديمقراطية تراعي هذا المبدئ، او استبدادية، مغزى اهتمامها بتشكيل و تكون الرأي العام، هو التنبؤ به قصد ضبطه والتحكم فيه وفق ما ترغبه.

أيضا قمنا في هذا الفصل الى التطرق الى عوامل وظروف تشكل الرأي العام، باختلاف انواعه وطبيعة الجمهور المتلقي للرسائل الإعلامية وعلى رأسها الإذاعة المحلية، هذه الاخير التي تسعى الى بلورة الرأي العام المحلي من خلال برامج متعددة ومتنوعة: اجتماعية، ثقافية، سياسية، دينية، اقتصادية... الخ، مراعية في برامجها الخصوصيات الفكرية، و الاجتماعية، و الاقتصادية لجمهورها المحلي، الذي يختلف من حيث النوع، والسن، و المستوى الاجتماعي، والثقافي، مع شغلها عدة وظائف: اجتماعية، ثقافية، ترفيهية، اهمها الوظيفة التعليمية، التي تركز أسسا في الحفاظ على التراث المحلي كاللهجة المحلية، في مقابل العمل على تطوير اللغة العربية كأحد اهم المقومات الوطنية، والعربية، التي قد صرفت الإذاعة المحلية النظر الى أهميتها.

الفصل الثاني : قيمة

الإذاعة لدى المستمع

المحلي

للإذاعة المحلية سمات وخصائص تميزها عن باقي وسائل الاعلام والاتصال الجماهيرية كالتنوع والتعددية، اذ لا يمكن تجاهل الدور الذي تلعبه داخل المجتمع المحلي بمختلف شرائحه، اذ استطاعة ان تفك العزلة عن كثير من المجتمعات المحلية التي همشت من طرف وسائل الاعلام الأخرى، وفي هذا الفصل سوف نسلط الضوء على الدور الذي تلعبه الاذاعة المحلية، في نشر القيم الاجتماعية، والسياسية التي تكون بمثابة مرجعية فكرية تهيئ الفرد المحلي وتمكنه من معرفة ما يدور حوله، بالإضافة الى تحسيسه على انه فرد فعال، اذ يستطيع التأثير سلبا او إيجابا في محيطه الاجتماعي.

كذلك سنتعرض في هذا الفصل الى معرفة طبيعة المعلومات المذاعة، من حيث المصادقية والمهنية الإعلامية، كون الإذاعة تعمل على نقل الاحداث بموضوعية، ام هي مجرد جهاز اعلامي تابع للسلطة وأيديولوجيتها، اذ يعمل على تظليل الرأي العام المحلي من خلا تزييف الوقائع والاحداث، من خلال مدى قبول ورضا المستمع عنما تقدمه الإذاعة من معلومات واخبار متعددة المجالات.

الى جانب مدى امتلاك الإذاعة المحلية للمؤهلات والامكانيات المادية والبشرية كامتلاكها العامل التكنولوجي والكفاءة الصحفية للقيام بالدور المطلوب، بالإضافة الى هذا سنتطرق كذلك في هذا الفصل الى معرفة طبيعة الدور الذي تلعبه الإذاعة المحلية في توطيد العلاقة بين المواطن والسلطات المحلية، وعن كونها همزت وصل يعبر من خلالها الفرد المحلي عن آرائه، وافكاره، في مقابل اعتبارها منبرا للسلطات المحلية تشرح عبره سياساتها، وطرحها للقضايا التي تمه الرأي العام المحلي.

## I. الدور الفعلي للإذاعة المحلية في المجتمع.

لوسائل الاعلام عامة دور جوهري في المجتمع، يحصل بواسطتها الافراد على المعلومات، والآراء، والمواقف، التي تساعد في تكوين مفاهيم واضحة للظواهر والاحداث، حيث تقوم وسائل الاعلام بتقديم المعلومات والاحبار الرسمية والغير رسمية، وفقا لسياستها الإعلامية، والأيدولوجيا التي تحكمها.<sup>1</sup>

فلوسائل الإعلام قوة تأثير على سلوك الافراد والجماعات، فهي تلعب دورا فعالا في السياسية، والاجتماعية، اذ لها القدرة على، الإطاحة بأنظمة كاملة، وهذا ما شهدته العالم العربي، وإطاحات حكومية عديدة مست عدة رؤساء ومسؤولين سياسيين.

## I. 1 دور الاذاعة في المجتمع:

ان لوسائل الاعلام أهمية في رفع المستوى الثقافي للشعوب، واكسابهم القيم الاجتماعية، ومع تنوع الوسائل وانتشارها على نطاق واسع (إذاعة، تلفزيون، شبكات التواصل الاجتماعي... الخ)، تنوعت بدورها الوظائف والتي من أهمها:

- التوجيه: حيث تستطيع وسائل الاعلام المختلفة اكساب الجماهير اتجاهات جديدة، او تعديل القديم منها في ظل شروط معينة، كحسن اختيار المادة الإعلامية، وملائمتها للجمهور المستقبل.
- الدعاية: تهتم الحكومات المختلفة باستخدام وسائل الاعلام في الدعاية، لتعريف الدول الأخرى بفلسفتها، ووجهة نظرها حول الشأن الداخلي والخارجي.
- التثقيف: وهو رغبة الافراد الذاتية في زيادة الحصول على المعرفة، بغير الأسلوب الأكاديمي الذي يتطلب الذهاب الى المدارس والمعاهد.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> سعد سلمان المشهداني، الإعلان التلفزيوني وتأثيره على الجمهور، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، د.ط، 2011، ص97.

<sup>2</sup> علي عبد الفتاح كنعان، الاعلام والمجتمع، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، د.ط، 2014، ص، ص5-6.

- التعارف الاجتماعي: اذ تقوي وسائل الاعلام والاتصال الصلة الاجتماعية بين الافراد، عن طريق اظهار تعاطفهم، في أسلوب رقيق يعبر عن مشاعرهم، بالإضافة الى لجوؤها الى تقديم الشخصيات الشهيرة المحببة الى قلوبهم.
  - الترفيه: تستخدم الأجهزة الإعلامية والاتصالية، مختلف وسائل الترفيه، شرط ان تكون له فلسفة تتجاوز الترفيه ومؤثرة في المجتمع.
  - الإعلان: وهو تعريف الجماهير بالسلع المختلفة، وحثهم على تجربتها وشرائها.<sup>1</sup>
- فوسائل الاعلام في المجتمع أصبحت سلاح ذو حدين:

#### الجانب الإيجابي:

- يعمل على دعم تماسك المجتمع، من خلال التحلي بالمسؤولية الاجتماعية، من خلال دفع عجلة التنمية، وكشف أنواع الفساد، ومحاربة العنف والجريمة.
- تنمية الحوار الاجتماعي، وترقية التفاعل الاجتماعي، عن طريق طرح البدائل وترك النتيجة للحوار.
- المحافظة على استقرار المجتمع، والمساهمة في عملية التنشئة الاجتماعية عن طريق التعليم والترفيه.
- المحافظة على القيم والمبادئ الاجتماعية ومقومات المجتمع كالمواطنة، والولاء، والانتماء، عن طريق التفاعل والدفع الى المشاركة الاجتماعية.<sup>2</sup>
- خلق توافق اجتماعي من خلال تكوين رأي عام اتجاه قضية ما.
- التشجيع على الابداع، ومحاربة الاشاعات والدعاية المغرضة من خلال نشر الحقائق.

#### الجانب السلبي:

- غرس القيم والعادات والتقاليد الغربية على المجتمع.
- نشر صور الجريمة والعنف والتشجيع عليها.

<sup>1</sup> المرجع السابق، ص 6.

<sup>2</sup> العربي بن عودة، اسهام وسائل الاعلام في ترقية المجتمع المدني، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة وهران، 2006، ص140.

- خلع الحياء مع تحطيم وتشويه القيم الوطنية، باسم التفتح والانفتاح.  
كما لازلت الإذاعة المحلية تشغل جملة من الوظائف في مجتمعها المحلي، سنوضحها من خلال الجدول التالي:

يبين الجدول رقم 07 أهم الوظائف الإيجابية التي لا زالت الإذاعة تؤديها اتجاه المجتمع المستمعين المحليين.

المجاميع		ولاية مستغانم		ولاية تلمسان		الفئات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
10.5	42	10	20	11	22	إعلام المواطن
11.25	45	11	22	11.5	23	إرشاد المواطن
7.5	30	08	16	07	14	الخدمة العمومية
03	12	2.5	05	3.5	07	ربط المواطن بالمسؤولين
12.5	50	13	26	12	24	الترفيه
19.5	78	20	40	19	38	التثقيف
25	100	25.5	51	24.5	49	التعريف بالثقافة الوطنية والمحلية
10.75	43	10	20	11.5	23	الربط بين الأجيال
%100	400	%100	200	%100	200	المجموع

من خلال الجدول نلاحظ ان نسبة 25% ان الإذاعة المحلية تعمل على التعريف بالثقافة الوطنية، والمحلية، عن طريق البرامج الثقافية التي تعرض من خلالها ثقافة، وعادات، وتقاليده المجتمع المحلي، و19.5% اعتبروا ان الإذاعة تؤدي دور التثقيف، و12.5% دور الترفيه، ونسبة 11.25% كأداة للإرشاد، ونسبة 10.75% كوسيلة إعلامية تربط بين الأجيال من خلال ترسيخ القيم المتوارثة، وحفظها عبر الأجيال، بينما تؤدي دور الاعلام من خلال إيداع المعلومات، والاحبار، بينما يبقى دور الإذاعة ضعيف في تقوية العلاقة بين الفرد المحلي، والمسؤولين المحليين، اذ جاءت بنسبة 05% ، لانتهاج الإذاعة سياسة الدفاع عن مصالح السلطات، أكثر من الدفاع عن احتياجات المواطنين، مما اثر على طبيعة العلاقة بين المسؤول ، والفرد المحلي، في ظل هذا الجهاز الإعلامي.

ان الإذاعة المحلية استطاعت اليوم أن تكون مصدر معلومات قوي، من شأنها ان تلعب الدور السلي والإيجابي ونقطة مركزية لحياة المجتمع المحلي، ومن بين اهم وسائل الإعلام التي تصل إلى الجمهور على أوسع نطاق العالم، باعتبارها أداة اتصال قوية ووسيلة إعلام رخيصة في متناول جميع الفئات.

فللإذاعة تأثير كبير في جماهير المتلقين المتباينين في اهتماماتهم وتوجهاتهم، ومستوياتهم الفكرية والاجتماعية والأكاديمية، وهذا ما يكسبها أهميتها في عملية بناء المجتمعات.

ان مثل هذه الصفات التي تتميز بها الإذاعة، جديرة بان تجعلها قبلة لأصحاب الفكر الهادف، الواعي بما يحدث بالأمة العربية الإسلامية، من مخاطر وضغوطات، كتوعية الأجيال الشابة بقضايا امته وواقعها المعاصر، الذي أصبحت تشغلها أمور شكلية وتافهة، اذ بات يعيش الشاب العربي المعاصر حالة من الخواء الفكري والثقافي.<sup>1</sup>

هذا الامر لا يلغي دور الإذاعة المحلية في تشكيل الرأي العام وطرح القضايا الاجتماعية والسياسية التي يلتفت حولها المواطن، فتكون بمثابة المرشد والموجه الى الارتقاء، من خلال جعل الفرد والمجتمع، قادر على التفكير، والربط، وتحليل واقع الاحداث.

<sup>1</sup>علي عبد الفتاح كنعان، الاعلام والمجتمع، مرجع سبق ذكره، ص14.

## I. 2 الإذاعة المحلية ومستوى الثقة.

يقر عدد كبير من الباحثين أن التعرض لوسيلة إعلامية عن غيرها، مرتبط بأطر مرجعية، وخبرات اجتماعية وثقافية، وحتى نفسية، هي التي تحدد طريقة ادراكنا للأشياء، والمعلومات. اذ تتعامل وسائل الاتصال مع الجماهير من منطلق انها هي التي تحدد وتقيم الرسالة الإعلامية، انطلاقاً من اطرها المرجعية، وثقافتها، واعتقاداتها.<sup>1</sup>

وكون وسائل الاعلام هي في الأصل وجدت للتأثير كفييل بان يعطي انطباعات لدى المتلقين، متفاوتة النسب على حسب الخصوصيات الفردية، انهم عرضة لرسائل إعلامية مشبوهة، مما يجعل عامل الثقة بين الوسيلة في حد ذاتها والجمهور يقل، او ينعدم في كثير من الأحيان، استنادا على خبرات، او مواقف سابقة.

كما ان هنالك دراسات اثبتت أن الأفراد يعرضون أنفسهم بشكل عام لوسائل إعلامية تتماشى مع قيمهم واتجاهاتهم، ويجتنبون بإدراك أو بلا شعور وسائل إعلامية لا تتماشى، ولا تتفق مع آراءهم واتجاهاتهم.<sup>2</sup> وبذلك يكون للأفراد ثقة في الوسيلة قبل مضمون الرسالة.

ومن خلال عينة الدراسة، يتوضح ان اغلبية المستمعين، يتابعون برامج الإذاعة المحلية بصفة منتظمة، وهذا يوضحه الشكل (08)، بالإضافة الى الحجم الساعي للاستماع للإذاعة، الذي يعد مرتفع لدى عينة البحث كما هو موضح في الشكل (09)، ص 96.

<sup>1</sup> رواء هادي الدهان، وسائل الاعلام ومستويات الثقة، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2013، ص 93.

<sup>2</sup> عاطف عدلي العبد عبيد، مدخل إلى الاتصال والرأي العام: الأسس النظرية والإسهامات العربية، دار المصرية للطباعة والنشر، القاهرة، د.ط، 1998، ص 293.

يبين الجدول رقم 08 ديمومة الاستماع للإذاعة.

المجاميع		ولاية مستغانم		ولاية تلمسان		الفئات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
45.25	181	49	98	41.5	83	يومية
49.75	199	43.5	87	56	112	بعض أيام/أسبوع
5	20	7.5	15	2.5	5	يوم واحد/أسبوع
100 %	400	100 %	200	100 %	200	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول ان نسبة الاستماع اليومي للإذاعة المحلية يقدر ب 45.25 %، ونسبة 49.75 % لفئة بعض أيام الأسبوع، مما يوضح ان الفرد المحلي، يعرض نفسه للبث الإذاعي بشكل يومي، واسبوعي.

يبين الجدول رقم 09 الحجم الساعي اليومي للاستماع للإذاعة.

المجاميع		ولاية مستغانم		ولاية تلمسان		الفئات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
23.5	94	20.5	41	26.5	53	أقل من ساعة في اليوم
46.5	186	50.5	101	42.5	85	من ساعة إلى ثلاثة ساعات في اليوم
30	120	29	58	31	62	أكثر من ثلاث ساعات في اليوم
100 %	400	100 %	200	100 %	200	المجموع

يبين الجدول الحجم الساعي المرتفع اذ يقدر بنسبة 46.5% من ساعة الى ثلاثة ساعات في اليوم، ونسبة 30% أكثر من ثلاثة ساعات باليوم، بينما 23.5% بالنسبة لأقل من ساعة في اليوم.

ما نستنتجه من خلال الجدولين ان الافراد يميلون إلى "تعريض" <sup>1</sup> أنفسهم للرسائل الإعلامية، الى جانب الوسيلة بشكل يتوافق مع اتجاهاتهم وعقائدهم، في مقابل عزوفهم إلى حد ما عن الرسائل التي لا تتوافق مع آرائهم واتجاهاتهم، <sup>2</sup> اذ ينتقي الفرد المحلي ويتفاعل مع الرسائل الإعلامية القريبة من معتقداته وقناعاته والإذاعة المحلية هي الوسيلة الإعلامية الأقرب اليه عن غيرها.

الا ان انتقاء وسيلة عن دونها، لا يعكس بالضرورة عامل الثقة، فكثير من الأفراد يعرضون أنفسهم لوسائل إعلامية، لا تتماشى وطبيعة أفكارهم، بل يقصدونها من اجل التفحص والاطلاع على وجهات النظر الأخرى، والحصول على المعلومات من اجل مقارنتها مع وسائل إعلامية وهو ما يعرف بالتعرض الاستبدالي.

أيضا من بين اهم الأسباب التي تجعل الفرد يتعرض لقناة دون أخرى، عمدته إلى تفسير الرسالة الإعلامية تفسيراً خاطئاً ومزيفاً لمعناها الحقيقي، لكي يجعل من محتوى الرسالة الإعلامية الموجهة تتماشى وفق آرائه، واتجاهاته، وعاداته، <sup>3</sup> من خلال العمليات التالية:

<sup>1</sup> تعني كلمة التعرض في اللغة العربية: عرض، أظهر الشيء، أما في اللغة اللاتينية فمعنى كلمة التعرض تعني بيان الشيء عن طريق القراءة والكتابة من خلال عرض منظم ومقنع للأفكار، ب. أفتيان: معجم التعابير الأجنبية في اللغة الإنكليزية، تر: سمير عبد الرحيم، دار المأمون للنشر، بغداد، د.ط، 1987ص187.

أما مفهوم التعرض الإعلامي في قاموس المصطلحات الإعلامية، فهو ما يصدر عن الفرد من عرض شفوي أو كتابي لحقائق أو وقائع، أحمد زكي بدوي، معجم المصطلحات الإعلامية، دار الكتاب المصري، القاهرة، د.ط، 1985، مرجع سابق، ص154.

وتعني كلمة التعرض لوسائل الإعلام هو تعرض الجمهور لتلك الوسائل وتأثره بها، وقد يكون هذا التأثير بوعي منه فيكون مقصوداً أو غير مقصود ويختلف الأفراد بعضهم عن البعض الآخر بسبب الفروق التي بينهم في مدى التعرض لوسائل الإعلام، كرم شلبي: معجم المصطلحات الإعلامية، دار الشروق، القاهرة، د.ط، 1989، ص213.

<sup>2</sup> تشارلزرايت: المنظور الاجتماعي للاتصال الجماهيري، تر: محمد فتحي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، د.ط، 1983ص153.

<sup>3</sup> عبد الرحمن الحضيف، كيف تؤثر وسائل الإعلام: دراسات في النظريات والأساليب، مكتبة العبيكان، الرياض، الطبعة الأولى، 1994، ص، 62-63.

- الإدراك الانتقائي: أي ان الفرد يقوم بتشويه إدراك الرسائل المتعارضة، الى حد انه يستعملها كدليل على صحة مواقفه، وآرائه.
  - التذكر الانتقائي: ان ذاكرة الفرد تقوم بتشويه الرسائل الإعلامية مع مرور الوقت، ولا يتذكر الا ما يتفق مع آرائه، ومعتقداته فقط.<sup>1</sup>
- ومن خلال الجدول التالي سنوضح مدى ثقة المستمع بالمعلومات المداعة، وهل يعبر الحجم الساعي للتعرض لمضامين الإذاعة المحلية عن مجال الثقة؟

يبين الجدول رقم 10 مدى ثقة المستمع المحلي في محتوى ومضامين البرامج الاذاعية المحلية.

الفئات	ولاية تلمسان		ولاية مستغانم		المجاميع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
دائما	09	4.5	23	11.5	32	8
أحيانا	173	86.5	148	74	321	80.25
أبدا	18	9	29	14.5	47	11.75

من خلال الجدول يتبين ان نسبة 80.25% لا تثق بصفة دائمة، بمحتوى البرامج الإذاعة المحلية، وان ارتفاع الحجم الساعي والذي قدر ب 46.5% من ساعة الى ثلاثة ساعات في اليوم، لا يعطي انطباع على ان تعرض المستمع المحلي يعكس ثقته كاملة اتجاه جهازه الاعلامي المتمثل في الإذاعة،  
وانما هو نتيجة أسباب أهمها:

- طبيعة اللغة المستخدمة المتاحة لكافة شرائح المجتمع المحلي، بحيث يستطيع المتعلم والمثقف، تلقي الرسالة الإعلامية، فبالنظر الى طبيعة المستوى التعليمي لعينة الدراسة كانت نسبة

<sup>1</sup> عبد الرحيم درويش، مقدمة الى علم الاتصال، مكتبة نانسى للنشر، دمياط، د.ط، 2005، ص24.

34.75% ذوي مستوى تعليمي المتوسط، الامر الذي يجعل الإذاعة المحلية تستقطبهم،

علما انها تعتمد في رسائلها الإعلامية على اللهجة المحلية بنسبة 26.5%.

- سهولة الحصول على المعلومة بأقل جهد ممكن، لا تتطلب لا القراءة، ولا التقييد بمكان معين، عكس الجرائد والتلفزيون، وبمأن الإذاعة المحلية هي جهاز رسمي تابع للسلطة الحاكمة، قبل ان يكون جهاز محلي، فهو تابع كغيره من الوسائل الإعلامية في المجتمع "للسياسة العامة"<sup>1</sup> للدولة، وبالتالي مشاهدة خبر على شاشة التلفزيون، او الاطلاع عليه عبر الصحف و المجلات في هذه الحالة، هو كمثل تلقيه عن طريق جهاز الراديو من حيث المضمون، اما فيما يخص الوسيلة فهي تختلف، على حسب المؤهلات الفكرية و الثقافية، والنفسية للمتلقي، التي توليها الإذاعة المحلية أهمية بالغة في مضامينها الإعلامية، قصد وصول الرسالة بطريقة بسيطة وسهلة يستوعبها المجتمع المحلي.

فالاختيار هنا مرتبط بالعلاقة بين الفائدة التي ينتظرها المتلقي والجهد الذي يبذله من جهة ثانية،<sup>2</sup> وليس انعكاسا لعامل الثقة.

- القرب الجغرافي من الإذاعة المحلية، وهنا يكون الامر تقني أكثر من غيره، فالاستقبال جيد للوسيلة الإعلامية يزيد من معدل متابعتها، فنسبة 74.75% من عينة الدراسة يقطنون بمقر الولاية، الامر الذي يجعل الرسالة الاذاعية خالية من التشويش ذات اخراج تقني جيد، يزيد من نسبة المتابعة، فعنصر "التشويش"<sup>3</sup> على المستوى الفني، او على مستوى مضمون الرسالة، او التشويش المتعلق بالظروف التي تحيط بالمتلقي، من عوامل نفسية وعقلية، الذي يؤثر سلبا على وسائل الاعلام عامة والإذاعة المحلية من حيث الاستقطاب.

<sup>1</sup> يمكن تعريف السياسة العامة (السياسة الحكومية) بأنها كل تصرف، او قرار تقوم به الحكومة، او من يمثلها للتدخل في شؤون المجتمع، وحل المشكلات التي تواجه الدولة داخليا وخارجيا، وبالرغم من ان كلمة السياسة هي كلمة مفردة، لكنها تشير الى أكثر من سياسة واحدة، فهي ضمينا تدل على حزمة من السياسات الحكومية، تحوّلها عن اتخاذ القرارات، وهي على حسب توماس داي، كل ما تقرر الحكومة عمله، او عدم عمله، عبد الفتاح ياغي، السياسة العامة: النظرية والتطبيق، المنظمة العربية للتنمية الإدارية جامعة الدول العربية، القاهرة، د.ط، 2010، ص، ص05-06.

<sup>2</sup> محمد عبد القادر، دور الاعلام في التنمية، سلسلة دراسات، وزارة الثقافة والاعلام، العراق، العدد 314، 1982، ص 194.

<sup>3</sup> التشويش هو أي عائق يحول دون القدرة على الارسال أو الاستقبال، سواء فني، او دلالي متعلق بمضمون الرسالة، كاستخدام مفردات ودلالات يصعب على المتلقي فهمها، عاطف عدلي العبد عبيد، مدخل إلى الاتصال والرأي العام: الأسس النظرية والإسهامات العربية، دار المصرية للطباعة والنشر، القاهرة، د.ط، 1998، مرجع سابق، ص 113.

- كما ان هنالك عامل مهم وهو مكان الاستماع، والذي يؤثر في انتقاء وسيلة عن غيرها، فالإذاعة الوسيلة الوحيدة التي نجدها في كل مكان: البيت، السيارة، مكان العمل، وغيرها وهذا ما يتضح من خلال الشكل التالي:

يبين الجدول رقم 11 أماكن الاستماع للإذاعة.

الفئات	ولاية تلمسان		ولاية مستغانم		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
في البيت	123	61.5	79	39.5	202	50.5
في العمل	7	3.5	12	6	19	4.75
في السيارة	45	22.5	66	33	111	27.75
في مكان آخر	25	12.5	43	21.5	68	17
المجموع	200	100 %	200	100 %	400	100 %

من خلال الجدول نلاحظ ان نسبة 50.5% من عينة البحث يستمعون للإذاعة في مكان اقامتهم، ومن خلال افادة الباحثين، انه اصبح من البديهي ان يقوم الاب، او ربة البيت، بتشغيل جهاز الراديو وهي تقوم بأعمالها اليومية، بحيث تشتد درجة التركيز وتقل من فترة زمنية الى أخرى، ومن المستحيل ان تظل نسبة التركيز عالية، ومتواصلة طيلة وقت التشغيل جهاز الراديو. ومن أسبابه تشتت الانتباه، أسباب متعلقة بالمتلقي، وأسباب متعلقة بالإذاعة مثل: الملل الذي تسببه كثرة المواد الإعلامية ذات المضامين المتشابهة مع استمرارية تكرارها، الى جانب طرح قضايا لا تهم المستمع المحلي.

كذلك نجد نسبة 27.75% يستمعون للإذاعة في السيارة، بطريقة اعتيادية روتينية، وهو الامر ذاته، يركز المتلقي في مضامين، ويشرد عن غيرها، خاصة ان كانت المعلومات المذاعة، او الحصة

الإذاعية لا تتماشى واهتماماته، فمن المطالب التي ينبغي توفرها في أي رسالة إعلامية أثارها الحاجات الشخصية للمتلقي، وان يكون المضمون معبرا او قريبا من اهتماماته.<sup>1</sup>

من خلال ما سبق يتضح ان عامل الانتقاء، والحجم الساعي لمدة التعرض للإذاعة المحلية، لا يعكس مستوى ثقة المجتمع المحلي اتجاهها الرسالة الإعلامية، بقدر ما يعود لأسباب لغوية، وجغرافية، وحتى مكانية.

### I. 3 الإذاعة المحلية والمصدقية الإعلامية.

تؤثر وسائل الاعلام والاتصال بشتى أنواعها على توجهات الافراد والمجتمعات، يتشكل من خلاله راي عام اتجاه الاحداث المختلفة، اذ لكل وسيلة اعلامية خط افتتاحي تنقل وفقا له الاخبار والمعلومات، من هنا يبدا الحديث عن عامل المصدقية في بثها الاخبار، الذي يمكنها على المدى البعيد من كسب ثقة الجماهير، او العكس الامر الذي سيحدد مستقبلها كوسيلة إعلامية.

فكثير من بحوث الرأي العام أجرت استطلاعات، عن دور وسائل الاعلام في تفعيل الاتجاهات من خلال الاخبار والتقارير، عبر الاعلام المرئي والمسموع، اتضح من خلالها تسجيل اعراض كبير عن وسائل الاعلام كونها لا تراعي عامل المصدقية والموضوعية في تحليلها للأخبار.

خاصة لدى الدول التي نجد ان سياساتها الإعلامية مبرمجة من طرف الحكومة، التي تستعمل الاعلام كوسيلة لدفاع عن سياستها، ومخططاتها، ودعم برامجها، في مقابل مجابهة أي عمل اعلامي يحاول اثبات عكس ذلك.

فوسائل الإعلام لاتزال في كثير من الدول العربية، تحكمها سلسلة كبيرة من القيود القانونية والتشريعات، التي تحد من حريتها وتسمح لحكومات هذه الدول بأن تقرر ما ينبغي نشره.<sup>2</sup> وبما ان الإذاعة المحلية، هي جزء من الاعلام الكلي للدولة، فهي أيضا تطبق عليها القوانين والتشريعات الإعلامية التي ترسمها الدولة لقطاع الاعلام.

<sup>1</sup> محمد علي لعوينتي، دور التكتيك في الاعلام الدولي، عالم الكتب، القاهرة، د.ط، 1989، ص18.

<sup>2</sup> حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي: دراسة مقارنة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، الطبعة الثانية، 2002، ص132.

ويوضح الجدول التالي، درجة تبعية القطاع الإعلامي لسياسة الدولة، وانحيازها للبرامج الترفيهية، أكثر من البرامج السياسية، دراية منها ان الاخبار والبرامج السياسية لها خطوط عريضة وواضحة من طرف السلطة السياسية، عكس برامج الترفيه والإرشاد، التي تقتصر على إرشادات بسيطة، تخرج عن الإطار السياسي، التي قد تجد فيها الإذاعة المحلية متنفس يعكس بساطة هذه البرامج، التي هي في حقيقة الامر التي لا تلبي الاحتياجات الأساسية للفرد المحلي، وهذا ما عبرت عنه عينة الدراسة، من خلال تصنيفها للإذاعة المحلية.

يبين الجدول رقم 12 تصنيف الإذاعة المحلية من قبل المستمع.

الفئات	ولاية تلمسان		ولاية مستغانم		المجاميع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
وسيلة لبلورة الوعي الزائف	49	24.5	62	31	111	27.75
أداة ترشيد وتثقيف	75	37.5	63	31.5	138	34.5
وسيلة ترفيه	66	33	53	26.5	119	29.75
أخرى	10	5	22	11	32	8
المجموع	200	100 %	200	100 %	400	100 %

يتضح من خلال الجدول ان النسب متقاربة فيما بينها الى حد ما، اذ نسبة 34.5% من

عينة البحث أفادوا ان الإذاعة المحلية هي أداة ترشيد وتثقيف، التي تساعد الفرد المحلي على الفهم والاستيضاح، بتخصيصها باقة من البرامج العادية والموسمية، حسب الخصوصية العمرية، والفكرية، في مختلف نواحي الحياة، محولا منها حل المشاكل وإعطاء المواعظ، خاصة في المجال الصحي، وحوادث المرور، وهنا يكون الارشاد وقائي، أكثر من علاجي.

أيضا نسبة 29.75% أفادوا ان الإذاعة المحلية هي مجرد وسيلة ترفيه، مما تقدمه من تسلية مرفقة بموسيقى واغاني، لترويح عن نفسيات وقلوب المستمعين، فالتعب الجسمي والعقلي لا بد لهما من الراحة الجسمية والفكرية، ولعل في مجال الترويح الإذاعي واسع وهو من البرامج المهمة التي تعتمد عليها الإذاعة المحلية.

كذلك نسبة 27.75% من مستمعي الإذاعة المحلية اعتبروها وسيلة لبلورة الوعي الزائف، فالإذاعة المحلية تقوم بنشر اخبار سياسية واقتصادية وفق ايدولوجيتها، لا حسب تطلعات الرأي العام المحلي، فتغطيتها الاحداث الحساسة تكون سطحية، وفي اغلب الأحيان لا تعكس الواقع الاجتماعي لأفرادها.

فنتيجة للدراسة الميدانية اتضح أن الإذاعة المحلية اغرقت الفرد المحلي بالمعلومات المغلوطة، خاصة في مجال الاجتماعي، و السياسي، وكذا الاقتصادي، فهي تعمل على تزييف الوعي بإعادة ترتيبها لأولويات حسب اجندتها، نتج عنها تهميش القضايا الأساسية للفرد المحلي، و اهتمامها بالقضايا الثانوية، فعلى سبيل المثال نجد الإذاعة المحلية تغالي في عرضها البرامج الثقافية، خاصة فيما يتعلق بالعادات و التقاليد، حيث لا يصبح الفرد المحلي يعي ان كان حقا ينتمي الى مجتمعه، اذ تغرقه في تفاصيل يطغو عليها الغلو، والترف في مقابل المعالجة السريعة، التي يحيطها كثيرا من الغموض، للمواضيع ذات صل بمشاكله الاجتماعية، خاصة مجال الصحة و السكن.

فيرى عالم الاجتماع رايت ميلز (Charles Wright Mills)، أن الناس لا يحتاجون إلى المعلومات في عصر الحقيقة، العصر الذي تسيطر فيه المعلومات على انتباه الناس وتركيزهم، لكنهم يحتاجون إلى نوعية من المنطق والتفكير والأدوات التي تساعدهم في استثمار المعلومات وحسن توظيفها وتطوير تفسيرها كي يتمكنوا من فهم واستيعاب ما يدور في العالم الخارجي، وهذا النوع من التفكير يسميه رايت ميلز "الخيال الاجتماعي".<sup>1</sup>

<sup>1</sup> عبد الله محمد عبد الرحمن، سوسيولوجيا الاتصال والاعلام: النشأة التطورية والاتجاهات الحديثة والدراسة الميدانية، دار المعارف الجامعية، القاهرة، الطبعة الأولى، 2006، ص 146.

## II. الإذاعة المحلية وطبيعة المعلومة:

ان الثورة التكنولوجية والتقنية الإعلامية، وظهور "مجتمع المعلومات"<sup>1</sup>، أنتج كما هائلا من المعلومات وزاد من حدة تدفقها، خاصة خلال الازمات والتغيرات السياسية، والاجتماعية، والاقتصادية، الوضع الذي يزيد من حاجة الفرد اليها، كضرورة لإشباع حاجاته المعرفية، الامر الذي جعل من وسائل الاعلام المختلفة (صحف، جرائد، قنوات تلفزيونية، محطات إذاعية، سواء كانت دولية، إقليمية، وطنية، ومحلية). الرائدة في هذا المجال، اذ يتطلب منها إتاحة الاخبار، والمعلومات بكل شفافية وموضوعية، احتراماً منها لمبدئ حق المواطن في الحصول على المعلومة الموثوقة، الى جانب قيامها بدور المراقب لمكافحة الفساد، والعمل على تطور البناء الاجتماعي ودعم تماسكه. فأصبحت الإذاعة المحلية، بصفتها الجهاز الإعلامي الأقرب الى الفرد المحلي، مجبرة على مواكبة هذه التطورات، وإعطاء المجتمع المحلي حقه في الحصول على الجرعات اللازمة من المعلومات، بكل موضوعية، ومصداقية.

<sup>1</sup> مجتمع المعلومات، هو مصطلح جديد ظهر في النصف الثاني من القرن العشرين كنتيجة للتغير والتطور التكنولوجي باعتباره واقع فرض نفسه على الدول التي تسعى الى امتلاكه، كسلاح اقتصادي وتكنولوجي، للكسب المادي والتطور المعرفي، محمد علي أبو العلا، التوثيق الإعلامي والنشر الالكتروني في ظل مجتمع المعلومات، دار العلم والايمان للنشر والتوزيع، مصر، د.ط، 2013، ص29.

ان مجتمع المعلومات هو المجتمع الذي يعتمد أساسا، على المعلومات الوفيرة كمورد اقتصادي، تمثل مصدر من مصادر الدخل القومي لديه، فمجتمع المعلومات هو ذلك المجتمع الذي يتعامل أفراده مع المعلومات بشكل عام وتكنولوجيا المعلومات والاتصال بشكل خاص، في تسيير أمور حياتهم بمختلف قطاعاتها الاقتصادية، والإنمائية، والثقافية، والتربوية، والصحية، والسياسية، ربحي مصطفى عليان، مجتمع المعلومات والواقع العربي، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، د.ط، 2006، ص 28.

## II. 1 الموضوعية الإعلامية:

ان من محددات المصدقية في نقل الخبر، هو عنصر الموضوعية، فلا يمكن لأي خبر ان يتصف بالمصدقية ما لم يعالج بطريقة موضوعية، وان تشكل القاعدة الأساسية، لدى كل عمل اعلامي، في معالجة الاحداث، والوقائع.

فعلى الوسيلة الإعلامية ان تتحل بالحياد عند طرح المواضيع والقضايا التي تشغل الراي العام، واحترام عقل المتلقي، وان يكون الاعلام منبر للتعددية لا الانحياز لجهة معينة.

فالإعلام هو التبليغ وإيصال المعلومات، بموضوعية إلى الجماهير المستقبلية لمحتوى الرسالة الإعلامية، بحيث يعتبر عملية عقلية واعية.<sup>1</sup>

فالخبر ليس وجهة نظر، وانما هو حقيقة لوضع نترك الحكم عليها للجمهور، فالخبر، هو ذلك النوع الصحفي الرئيسي، الذي يقوم بنقل المعلومات بشكل ملتزم حول وقائع معينة، بأسلوب مكثف وبأسرع طريقة ممكنة، وينبغي أن يكون واقعيًا وملتزمًا ومقنعًا.<sup>2</sup>

والإذاعة المحلية كغيرها من وسائل الاعلام والاتصال، تقوم بتغطية مختلف الاخبار، ذات مضامين اجتماعية، وسياسية، وثقافية، موجهة الى مختلف شرائح المجتمع المحلي، وهذا ما سيوضحه الجدول التالي عن طبيعة محتوى البرامج الاذاعية المحلية.

<sup>1</sup> هالة اسماعيل بغدادي، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، د.ط، 2009، ص 29.

<sup>2</sup> محمد شطاح، الإعلام التلفزيوني: نشرات الأخبار المحتوى والجمهور، دار الكتاب الحديث، الجزائر، د.ط، 2007، ص 8.

يبين الجدول رقم 13 طبيعة المحتوى الإذاعي في نظر المستمع.

المجاميع		ولاية مستغانم		ولاية تلمسان		الفئات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
23.25	93	26.5	53	20	40	موضوعي
27.25	109	30.5	61	24	48	موضوعي إلى حد ما
49.5	198	43	86	56	112	غير موضوعي
100 %	400	100 %	200	100 %	200	المجموع

من خلال الجدول نلاحظ ان نسبة 49.5% من المبحوثين اجملوا ان محتوى البرامج الإذاعية غير موضوعية، كون الإذاعة تقوم بإيداع معلومات لا تتماشى واهتمام الجمهور، وترقى الى مستوى تطلعاته، اذ انها تعتمد الى كثير من الأحيان الى ترويج أفكار ومبادئ السلطة السياسية عن طريق عرضها بمفهوم إيجابي، يطغى عليه الانحياز بدل الموضوعية، عن طريق الدعاية التي عرفها الصحفي "ولترليمبان" على انها محاولة التأثير في عقول الجماهير ونفوسهم والسيطرة على سلوكهم لأغراض مشكوك فيها وذلك في مجتمع معين وزمن معين،<sup>1</sup> والدعاية بهذا التعريف هي نوع من الاستهواء وليس نوعا من الإقناع.

بحيث يتصف الترويج بالتخطيط السياسي في إيصال فكرة ما، من خلال التركيز على إيجابياتها في مقابل إغفال النظر عن سلبياتها عن قصد.<sup>2</sup>

بينما جاءت نسبة 27.25% لتعبر على ان المحتوى الإذاعي موضوعي الى حد ما، فيما يتعلق بالبرامج الارشادية، والإعلانات، بينما تحفظوا على محتوى المواضيع التي لها صلة بالأمور

<sup>1</sup> إبراهيم زيوش، فن كتابة الأخبار للإذاعة والتلفزيون، مطبعة جريدة الوحدة، الجزائر، د.ط، د.ت، ص22.

<sup>2</sup> جيهان أحمد رشقي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، د.ط، 1987، ص82.

السياسية، كون الإذاعة تابعة لجهاز الدولة، لا بد ان تعرض الأمور وفقاً ما يتماشى مع سياستها، وايدولوجيتها، وعرضها بطريقة إيجابية، حتى ولو كانت لا تتوافق ومصالح الافراد.

ونسبة 23.25 % أكدوا على ان محتوى البرامج الاذاعية موضوعية، وذلك باعتمادها على مصادر معلومة، وموثوقة، وعلى رأسها و"كالات الانباء"<sup>1</sup> الوطنية.

فبقدر ما تعتمد الإذاعة على وكالات الانباء العالمية لتزويد جمهورها بأخبار العالم، فإنها تعتمد على وكالات الانباء المحلية لتزويد جمهورها بالأخبار الداخلية.

فوكالة الانباء المحلية تتوفر عادة على إمكانيات واسعة لا تتوفر لمحطات الإذاعة والتلفزيون، خاصة وان وكالات الانباء الوطنية والمحلية تعتبر في بعض الدول النامية والاشتراكية مصادر رسمية موثوقة،<sup>2</sup> الامر الذي يجعل من المادة الإعلامية للإذاعة المحلية مادة ذات محتوى موضوعي.

## II. 2 مجالات صحة المعلومة الاذاعية:

ان نجاح العملية الاتصالية، مرتبط بمدى قدرة المؤسسة الإعلامية على استثمار المعلومات الداخلية، والخارجية، وذلك من اجل جمعها، وتحليلها، وتصنيفها، وحفظها، من اجل اتاحتها في الوقت المناسب.

فالمعلومات تعرف على انها المادة الخام للإعلام، وهي كل ما يعرفه الإنسان عن قضية أو حدث،<sup>3</sup> والتي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بمفهومي: البيانات والمعرفة، باعتبار البيانات مجموعة الأرقام والرموز

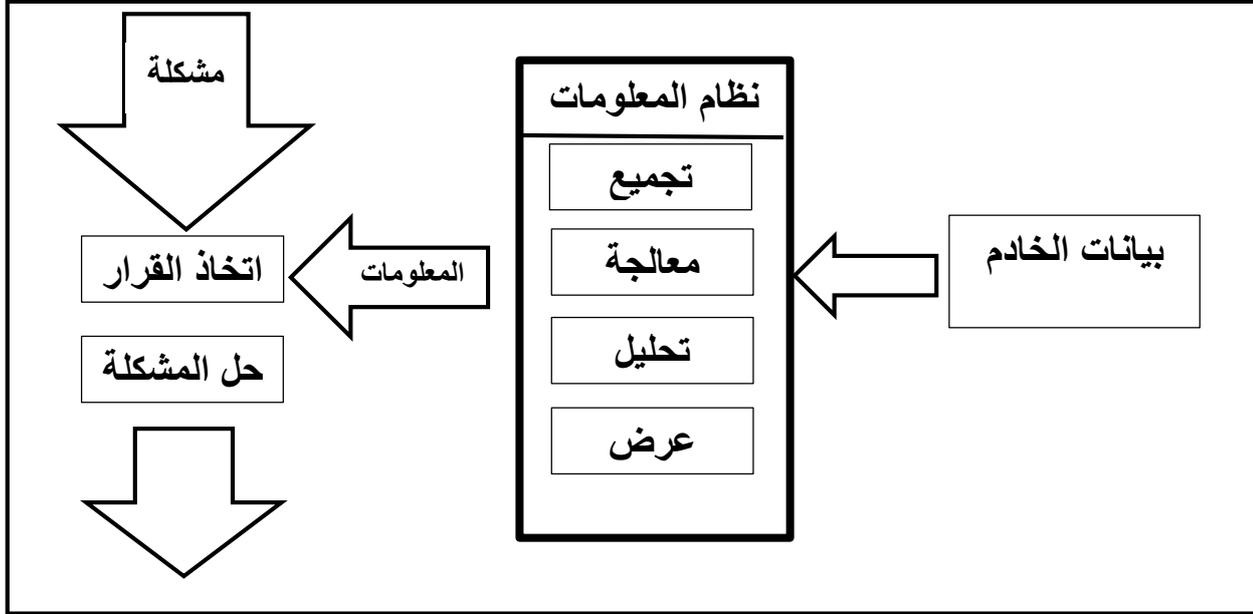
<sup>1</sup> وكالة الانباء هي هيئة عامة، او خاصة، مهمتها جمع مواد الاعلام ذات الأهمية، بصفة عامة، او في مجال معين، لتزود بها الصحف و محطات الإذاعة، وقنوات التلفزيون، وتقوم وكالة الانباء بدور المراسلين الصحفيين الذين يصعب على أي وسيلة إعلامية ان تجند منهم من يمددها بالأخبار، والصور، والمقالات، و التحقيقات الصحفية وغيرها من مواد التحرير من مختلف دول العالم بصورة مرضية، ولكالات الانباء أهمية كبيرة في مجال الاعلام، والتأثير على الرأي العام، لذا حرص اليهود على السيطرة عليها، لان الموضوعية الكاملة في نشر الاخبار، والحياد التام في تقديم المعلومات، تعد من الأمور الصعبة في مجال الاعلام، ماجد راغب الحلو، حرية الاعلام و القانون، منشأة المعارف للنشر، الإسكندرية، د.ط، 2006، ص135.

<sup>2</sup> إبراهيم زيوش، المرجع نفسه، ص38.

<sup>3</sup> Lamjet Bernard, Ahmed Silem, Dictionnaire encyclopédique des sciences de l'information et de la communication ,Edit /Ellipse, paris, 1997, p87 .

الغير منظمة، والغير مرتبطة، والتي لا يستفاد منها، الا من خلال التحليل، والتصنيف، التي تتحول بذلك الى معلومات.<sup>1</sup> وهذا ما يتضح من خلال الشكل:

يبين الرسم البياني رقم 06 البيانات وكيفية تحويلها الى معلومات.



المصدر: محمد احمد حسان، نظم المعلومات الإدارية، الدار الجامعية، الإسكندرية، د.ط، 2008، ص112.

حيث ان نظم المعلومات تعمل على تشغيل البيانات، واعدادها، وتحويلها من صور يمكن استخدامها، فالعلاقة بين المعلومة، هي نفسها العلاقة بين المادة الخام والمنتج النهائي.<sup>2</sup>  
ان المعلومة في الوقت الراهن هي بمثابة الدم في عروق الانسان<sup>3</sup>، لدى يتطلب توفيرها بدقة وثقة، لكي يكون الاستناد عليها والاخذ بها نافعاً.

<sup>1</sup> إيمان فاضل السامرائي، هشام محمد الزعبي، نظم المعلومات الإدارية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2004، ص 23.

<sup>2</sup> محمد احمد حسان، نظم المعلومات الإدارية، الدار الجامعية، الإسكندرية، د.ط، 2008، ص 113.

<sup>3</sup> عزاوي عمر وعجيلة محمد، مؤسسات المعرفة وثقافة المؤسسات الاقتصادية: رؤية مستقبلية، مجلة الباحث، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، العدد الرابع، 2006، ص57.

اما فيما يخص مفهوم المعرفة فهي عبارة عن مجموعة من المعلومات، الموجهة والمختبرة، التي تخدم موضوع معين، تمت معالجتها وترقيتها وإثباتها وتعميمها، بحيث نحصل من تراكمية هذه المعلومات، وخصوصيتها، على معرفة متخصصة في موضوع معين.<sup>1</sup>

اذ تعد المعلومة، الركيزة الأساسية لأي وسيلة إعلامية كانت، اذ تحرص مختلف الجهات الإعلامية، سواء الرسمية ام الخاصة، على انتقاء معلومات جيدة تتوفر على خصائص:

- الدقة والوضوح: أي ان تكون المعلومة محددة، تستند الى حقائق، مع احتوائها عنصر البساطة.
- الموضوعية: يجب ان لا تنحاز المعلومة الى رأي معين، وخالية من الالهواء الشخصية.
- الشمولية والتوقيت: ان تغطي المعلومات كافة جوانب الموضوع، وان تتوفر لديه في الوقت المناسب وبالسرعة الممكنة.<sup>2</sup>

يطلق البعض على هذه القيمة مسمى التوقيت أو الآنية إذ ترى "كارول ريتش" أن التوقيت أو الفورية يجيب عن سؤال الجمهور لماذا تخبرني بهذا الان؟ كما يطلق على هذه القيمة "عنصر الأثر الزمني المستمر" حيث أن توقيت وقوع الحدث قد يضيف إليه أهمية مضاعفة، وقد يحدث العكس أي يقلل من هذه الأهمية أو يلغيها تماماً، فلا يجد الخبر له مكان ان تأخر.<sup>3</sup>

وكثيرا ما يجد المستمع المحلي، انا الخبر المذاع، مرة عليه مدة زمنية معينة، بحث لا يحدث الأثر المرغوب، خاصة إذا كان قد وصل اليه من وسيلة إعلامية أخرى.

كما للمعلومات عدة أنواع وتصنيفات، اذ تصنف على حسب مجالات استخدامها، فتربط بالمعلومات التخطيطية، والبحثية، والتعليمية.

<sup>1</sup> إيمان فاضل السامرائي، هيثم محمد الزغيبي، نظم المعلومات الإدارية، المرجع نفسه، ص 25.

<sup>2</sup> إيمان فاضل السامرائي، هيثم محمد الزغيبي، مرجع سابق، ص، 26-27-28.

<sup>3</sup> عبد الله المسلمي ابراهيم، مدخل إلى الصحافة، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، د.ط، 1999، ص 338.

أيضا تصنف على اختلاف مصادرها، الرسمية والغير رسمية، وأيضا على حسب طبيعة المعلومة: الوظيفية، العلمية، التقنية.<sup>1</sup>

- المعلومات الوظيفية: وهي المعلومة المتعلقة بالمجالات السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية التي تسعى الإذاعة الى إيداعها.
  - المعلومات العلمية: وتندرج ضمن البرامج الارشادية، والتعليمية، التي تخصصها الإذاعة ضمن باقتها.
  - المعلومات التاريخية: وهي كل المعلومات المتعلقة بالعادات، والتقاليد، والدين، والأعراف، التي تستثمرها الإذاعة في برامجها الثقافية، والدينية.
- والإذاعة كأداة إعلامية محلية تتعدد مجالات معلومتها بتعدد برامجها، لتشمل الشق السياسي، الاجتماعي، الثقافي، لتلبي جل اهتمامات، ومتطلبات، وخصوصيات مجتمعها المحلي، فتضرب الآراء حول موضوعية، وصحة المعلومة، من فرد الى فرد، باعتبار ان مجال المعلومة هو المحدد الرئيسي لذلك.
- كما يوضحه الجدولين التاليين:

<sup>1</sup> سليمان مصطفى الدلاهمة، أساسيات نظم المعلومات الحاسوبية وتكنولوجيا المعلومات، دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2008، ص، ص32-33.

يبين الجدول رقم 14 المجالات التي تكون فيها المعلومات المذاعة صحيحة.

المجاميع		ولاية مستغانم		ولاية تلمسان		الفئات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
14.75	59	23.5	27	16	32	الاجتماعية
13.25	53	15	30	11.5	23	الثقافية
4.25	17	7	14	1.5	03	السياسية
31	124	37	74	25	50	الرياضية
11	44	15.5	31	6.5	13	الاقتصادية
11.5	46	7	14	16	32	الدينية
16	64	20	40	22	44	الإرشادية
1.25	9	3	06	1.5	03	أخرى
100 %	400	100 %	200	100 %	200	المجموع

نسبة 16% أفضوا الى ان المعلومات التي تذيعها محطاتهم المحلية هي المتعلقة بالبرامج الارشادية، والتوجيهية، و14.75% للبرامج الاجتماعية، و13.25% بالنسبة للبرامج الثقافية، التي فيها المعلومات صحيحة الى حد ما نظرا لطبيعة المجال، الذي يعتبر غير حساس اذ قرن بالمجال السياسي والذي تكون فيه نسبة الصحة 4.25%، بحيث تفرض عليه السلطة السياسية قيود نظرا لعدم الاستقلالية المالية، والتبعية الإعلامية،<sup>1</sup> التي تحد من كشف الحقائق، التي من شأنها اثارة مواقف، عكس السياسة العامة للبلاد.

فاليوم ظهر ما يعرف برقابة المستهلك لوسائل الاعلام، فمع تزايد وتأثير هذه الأخيرة، - وسائل الاعلام- تضاعف اهتمام الجمهور بالمسئوليات الإعلامية، اذ أصبح القراء، والمستمعون،

<sup>1</sup> حسن عماد مكاوي، مرجع سبق ذكره، ص147.

المشاهدون، أكثر ثقافة وإدراكا لنشاطات وسائل الاعلام، والانتهاكات التي يمكن ان تحدث فيها، وان كانت رقابة المستهلك لوسائل الاعلام لا تزال أكثر صعوبة، وأضعف اثرا من مراقبته على السلع في سوق البضائع.<sup>1</sup>

وهذا ما يؤكد الجدول الموالي:

يبين الجدول رقم 15 المجالات التي تكون المعلومات المذاعة غير صحيحة.

الفئات	ولاية تلمسان		ولاية مستغانم		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الاجتماعية	33	16.5	37	18.5	70	17.5
الثقافية	29	14.5	22	11	51	12.75
السياسية	56	28	55	27,5	111	27.75
الرياضية	11	5.5	10	5	21	5.25
الاقتصادية	44	22	39	19.5	83	20.75
الدينية	12	6	19	9.5	31	7.75
الإرشادية	05	2.5	09	4.5	14	3.5
أخرى	10	5	09	4.5	19	4.75
المجموع	200	100 %	200	100 %	400	100 %

المجال السياسي والاقتصادي من أقرب المجالات لبعضهما البعض، باعتبار كثير من الازمات

السياسية تنعكس بشكل كبير على الاقتصاد، وكلاهما أقرب الى الاعلام، بحيث يؤدي هذا الأخير دور فعال في تحقيق التنمية المستدامة، ودفع عجلة الاقتصاد، إذا عمل على تطوير مبادئه في خدمة

<sup>1</sup> ماجد راغب الحلو، حرية الاعلام والقانون، منشأة المعارف للنشر، الإسكندرية، د.ط، 2006، مرجع سابق، ص134.

اقتصاد الوطن، الى جانب اعتماده استراتيجية مهنية واضحة، تقوم على اساس جمع وتحليل وبث المعلومات بكل شفافية وموضوعية.

فنسبة 27.75% من عينة البحث يرون من ان المعلومات السياسية المذاعة غير صحيحة، الى جانب المعلومات الاقتصادية، والتي قدرة نسبتها ب 20.75%، فنظرا لما تعيشه الجزائر من ازمة اقتصادية ومالية، يستحيل ان تفصح بدقة عن سياستها الاقتصادية، ونواياها الحقيقية من خلال وسائل اعلامها الوطنية، والمحلية.

فإلى جانب البرامج والاعخبار الاقتصادية، وما يرافقها من تحذيرات تارة، وتطمينات تارة أخرى، وما يلاحظه الفرد المحلي في الميدان من اسراف لبعض القطاعات، والتخطيط السيئ لبعض المشاريع، يجد نفسه غير مدرك تماما لحقيقة الوضع الاقتصادي، هل هو في ازمة؟ ام في رخاء؟ ما مصير القطاعات التي يشغلها؟ وهل يفضل قطاع عن غيره؟ فيسجل هنا غياب شبه تام لدور الإذاعة المحلية في المجال الاقتصادي، وحضورها مرهون بمصالح الدولة، لا الصالح العام من وجهة نظر المبحوث.

والتي تقدم صورة طيبة ومتميزة للدولة وقيادتها السياسية، مهما كانت، كما تهتم الإذاعة المحلية من وجهة نظر المبحوثين بتغطية أنشطة رئيس الدولة، أو رئيس الحزب الحاكم تغطية كاملة، ونشر تصريحات رئيس الدولة والأجهزة المساعدة، وتغطيتها تغطية كاملة، بينما تخف فاعليتها في طرح مشاكل، وانشغالات الفرد المحلي.

كذلك نسبة 17.5% من المعلومات الاجتماعية، و 12.75% من المعلومات الثقافية،

لا تكون صحيحة، اذ انها لا تطرح للنقاش بطريقة مثمرة، فقط احظار بعض المختصين، الذين يكتفون بجملة من المعارف النظرية، التي يجدها الفرد المحلي غير مجدية له في الواقع، بالإضافة الى المعالجة السطحية، للقضايا الاجتماعية.

اما للمجال الديني ف 7.75% يرون ان المعلومات الدينية، غير موثوق فيها، والتي ارجعوها لأسباب نفسية، انهم لا يرتاحون، للقائم بتلك الرسالة؟ سواء من ناحية الالقاء، او من

الناحية المعرفية، او في كثير من الأحيان لا يفهمون محتواها، الامر الذي يتطلب من الإذاعة كجهاز محلي إعادة النظر في طبيعة برامجها الدينية، من حيث المحتوى، وكذا فنيات اللقاء.

### III. أثر العامل التكنولوجي والبشري على محتوى البرامج الإذاعية.

أدت التكنولوجيا الرقمية المستخدمة في وسائل الاتصال، أبرزها الإذاعة الى تحقيق التفاعلية مع الجمهور، وإتاحة الاتصال في اتجاهين، مما أتاح سرعة الحصول على ردود أفعال الجماهير، اتجاه كافة البرامج والخدمات، والقدرة على استطلاع الآراء الفورية بشأن القضايا الملحة، سواء كانت دولية، وطنية، او محلية، الى جانب تسخير العامل البشري في إنجاح العملية الاتصالية الإذاعية، من خلال استقطاب أفضل الكفاءات الإعلامية، وتوظيفها وفق ما يتماشى واهداف القائم بالاتصال.

### III. 1 أثر التكنولوجيا على المصدقية الإعلامية.

تعرف التكنولوجيا على انها نقل المعرفة العلمية والتقدم العلمي من المجال النظري الى المجال التطبيق للاستفادة منه في انجاز الاعمال، أي انها التطبيق العلمي للمعرفة العلمية. فالتكنولوجيا نتاج العقل البشري، الذي يقوم بعملية استقبال المعلومات، وجمعها، وتصنيفها، وتحليلها من اجل إيجاد التقنيات الملائمة، التي تلي حاجياته الحالية والمستقبلية.<sup>1</sup>

كما تتضمن التكنولوجيا ثلاثة مجالات أساسية، تكنولوجيا المنتج، تكنولوجيا العملية، وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، هذه الأخيرة التي نعني بها جميع أنواع التكنولوجيات المستخدمة، في تشغيل ونقل، وتخزين المعلومات في شكل الكتروني، وتشمل تكنولوجيا الحاسبات الالية، ووسائل الاتصالات، وشبكات الربط، ومختلف الأجهزة، والمعدات، التي تستخدم في الاتصالات.

<sup>1</sup> ردينة عثمان يوسف، محمود جاسم الصميدعي، تكنولوجيا التسويق، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2004، ص24.

فهي الربط، والجمع بين ما هو مكتوب، وما هو منطوق، والصورة الساكنة، والمتحركة، بين الاتصالات السلكية، واللاسلكية، أرضية أو فضائية، ثم تخزين المعطيات، وتحليل مضامينها، واطاحتها بالشكل المرغوب فيه، في الوقت المناسب، وبالسرعة اللازمة.

فهي مجموعة مترابطة، ومتكاملة من الأدوات التقنية، تتفاعل فيما بينها في حجز المعلومات، وانتاجها، وتخزينها، واسترجاعها وايصالها.<sup>1</sup>

يمكن القول ان تاريخ تكنولوجيا الاتصال، يعكس الجهود الإنسانية في بث رسائل الاتصال، عبر ابعاد المسافات، وبأقصى سرعة ممكنة، واقل تكلفة، وأكثر وضوح.

وفي ظل تواصل الجهود التي مست مختلف وسائل الاعلام، كان للإذاعة جانب وفير من هذا، من نجاح ماركوني في تحقيق اول ارسال للصوت، الى بث إذاعي رقمي عبر شبكة الانترنت.

فطورت الإذاعة من موجات بثها، من الموجات الطويل، الى الموجات القصيرة التي تمكنت بواسطتها توسيع نطاق المساحات التي تغطيها.<sup>2</sup>

كما حدثت طفرة هائلة في التطور التكنولوجي الإذاعي، باستخدام الأقمار الصناعية في البث الإذاعي المباشر، كما مكنت الأقمار الصناعية من ان تقدم الإذاعة نقلا حيا على الهواء مباشرة للأحداث المهمة، وان يشارك جمهور المستمعين هذه التطورات لحظة بلحظة، كما أمكن نقل الرسالة الإذاعية الى مناطق بعيدة، كان يصعب الوصول اليها.<sup>3</sup>

فأثرت البيئة الإعلامية الجديدة في عصر المعلومات، وما تنطوي عليه من منافسة حادة بين وسائل الاتصال الجماهيرية المختلفة، تأثيرا واضحا على مضامين البرامج الإذاعية، اذ تطورت واصبحت لها ملامح جديدة، تحاول من خلالها التكيف مع متطلبات العصر الجديد.

<sup>1</sup> عبد الله فرغلي علي موسى، تكنولوجيا المعلومات ودورها في التسويق التقليدي، ايتراك للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص25.

<sup>2</sup> حسن عماد مكاي، عادل عبد الغفار، الإذاعة في القرن الحادي والعشرين، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، الطبعة الأولى، 2008، مرجع سابق، ص، 114-115.

<sup>3</sup> ماجي الحلواني حسين، مدخل الى فن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي، دار عالم الكتب، القاهرة، د.ط، 2002، ص90.

اذ يمكن رصد ملامح التطور في المحتوى الإذاعي على النحو التالي:

- التحول في الخدمات الإذاعية من نمط الإذاعات العامة الى الإذاعات المتخصصة، فنتيجة التنافس مع وسائل الاعلام الأخرى، عملت على تطوير قنوات متخصصة تسمح لها بالسبق الإعلامي.
- تزايد الاتجاه نحو انشاء قنوات إذاعية تخاطب فئات متجانسة من الجمهور، اذ تم انشاء قنوات متخصصة في المضامين الإعلامية، خاطبة فئة متجانسة من الأطفال، الشباب، وغيرها.
- التركيز على القضايا والموضوعات المحلية من خلال تخصيص خدمات إذاعية موجهة الى فئة جماهيرية محدودة النطاق الجغرافي، للمساهمة في تفعيل مشاركة الفرد المحلي في طرح وعلاج المشاكل، مع تلبية احتياجاته ورغباته.<sup>1</sup>
- ترتبط استخدامات التكنولوجيا في وسائل الاعلام ارتباط وثيقا بعنصر المصداقية الإعلامية، فهي تساعد القائم بالاتصال، في الحصول على المعلومة، اثناء وقوعها، ونقلها دون الخلل بمضمونه، من خلال اتاحة كل المعدات، واللوازم في الحصول على المعلومة، ومعالجتها وإعادة بثها في الوقت المناسب، وبالشكل المرغوب فيه.

وهذا ما أكدته عينة البحث والذي يوضحه الشكل التالي:

يبين الجدول رقم 16 أثر استخدام الوسائل التكنولوجية على مصداقية الإذاعة.

الفئات	ولاية تلمسان		ولاية مستغانم		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	137	68.5	152	76	289	72.25
لا	63	31.5	48	24	111	27.75
المجموع	200	100 %	200	100 %	400	100 %

<sup>1</sup> حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار، المرجع السابق، ص، ص128-129.

نلاحظ من خلال الجدول ان نسبة 72.25% من المبحوثين اوضحوا كيف تلعب التكنولوجيا دورا مهما في صحة، ومصداقية الخبر، فمن خلال الوسائل التكنولوجية يتمكن صحفي الإذاعة، من ضبط الخبر، والتحكم فيه، بسبب سهولة الوصول والحصول عليه أي تقليص الجهد والوقت وهو احد اهم مميزات تكنولوجيا الاعلام والاتصال<sup>1</sup>، كذلك يتمكن صحفي الإذاعة من الامام بجوانب الموضوع وتقييده، كاستخدام أجهزة التسجيل والحفظ، التي تعزز من مصداقية المضمون، بالإضافة الى استغلال الوسائل التكنولوجية في تحسين الرسالة الإعلامية من معدلات الصوت، والمؤثرات، الامر الذي يعطي شكلا يتناسب و محتوى البرنامج الإذاعي، الذي من شأنه زيادة معدل الاستماع، وشدة التأثير والتفاعل من خلال إمكانية تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل، أي انشاء أدور مشتركة بينهم في العملية الاتصالية مما يسمح بخلق نوع من التفاعل (Interactive communication)<sup>2</sup>، الى جانب المصداقية، فتساهم التكنولوجيا في خلق أساليب جديدة للتفكير والترفيه، تتمكن الإذاعة عبرها من تطوير برامجها، وتحسين مضامينها، الامر الذي يجعل منها أكثر الماما بمجتمعها المحلي، واقوى تأثيرا.

بينما نسبة 27.75% أصروا على ان العامل التكنولوجي، ليس بالضرورة محدد لعنصر المصداقية، بل هناك محددات اهم، من بينها نية الإذاعة على إيصال المعلومة بموضوعية، الامر الذي اعتبرته هذه الفئة محدد أساسي، فكثير من وسائل الاعلام تمتلك اخر التكنولوجيات، الا انها لا تلتزم الموضوعية، والمصداقية في نقلها الاخبار والمعلومات.

بالإضافة الى الكفاءة المهنية، التي لها أثر بالغ على مصداقية الخبر، وهذا ما سنتطرق اليه في العنصر الموالي.

<sup>1</sup> حناشي توفيق، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير إدارة الموارد البشرية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة 08 ماي، قالمة، 2010، ص46.

<sup>2</sup> بشير كاوجة، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي في المؤسسة الاستشفائية العمومية الجزائرية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، علوم التسيير، جامعة قاصدي رابح، ورقلة، 2013، ص26.

#### IV. 2 القائم بالإعلام في الإذاعة المحلية.

يقصد بالقائم بالاتصال او الاعلام، المقدم للإنتاج الإعلامي، والذي له دور مباشر في تحديد الرسالة الإعلامية، وتحديد نتائج الاقناع.<sup>1</sup>

وهو الشخص الذي يبدأ بعملية الاتصال، من خلال اىصال فكرة، او معلومة، او رأي، اذ يقوم بصياغتها، وإعدادها، لنشر، او البث الإذاعي والتلفزيوني.<sup>2</sup>

والمذيع هو ذلك القائم بالاتصال عن طريق الإذاعة، والتلفزيون، فهو الشخص الذي يحترف نقل وتقديم المعلومات بصوته الى الجماهير.

يعتبر المذيع هو رجل العرض بالنسبة لمحطة الراديو، فهو الشخص الذي نسمع صوته لساعات طويلة خلال اليوم، فهناك تأثير كبير لأسلوب كلام المذيع على مستويات كلام المستمعين، باعتباره نموذج يقلده الناس، لذلك لا بد من التحلي بسلامة النطق، والوضوح، وتوفير الخبرة. اذ يستطيع مذيع الإذاعة المحلية ان:

- يخاطب كل الطوائف وفئات الناس مهما اختلفت درجة تعليمهم، متخطية حاجز الامية، لتصل بذلك الى الجماعات الخاصة، مثل الأطفال وكبار السن.
- ان يجلب المستمع ويستحوذ على اهتمامه، من خلال المؤثرات الصوتية، الموسيقى والحوار، حيث تدفع المستمع الى التفاعل مع البرامج المقدمة.<sup>3</sup>
- فمن تقنيات الاقناع، وكسب المصادقية لدى الجمهور، ان يُشعر المذيع، المستمع انه يمارس عمله بحرفية، واتقان، فالحرفية تعكس خبرة المذيع التي تتجلى في الثقة بالنفس، والالتزام، وعدم التحيز، هذه السمات لا بد ان تصل الى جمهور الاذاعة، ليقنع بما يستمع اليه.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> جيهان احمد رشدي، الأسس العلمية لنظرية الاعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، د.ط، 1985، ص292.

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتاب، القاهرة، د.ط، 2010، ص25.

<sup>3</sup> محمد علي القوزي، نشأة وسائل الاعلام وتطورها، دار النهضة العربية، بيروت، الطبعة الأولى، 2007، ص168.

<sup>4</sup> رفعت عارف الضبع، الإذاعة النوعية، مرجع سبق ذكره، 58.

كما على المذيع ان ينوع من طريقة الأداء، والقدرة على الإيجاء بالمناخ النفسي للمستمع، في المواقف الاذاعية المختلفة، فالأداء المرح الذي يتوفر في تقديم البرامج الترفيهية، والموسيقية، هو ليس نفس الأداء الذي يجب ان يكون في برامج المناقشات والحوار المتعلقة بالقضايا، والمشكلات التي تتعدد فيها الآراء، ووجهات النظر.

يبين الجدول رقم 17 درجة الكفاءة الإعلامية للقائم بالاتصال في الإذاعة المحلية.

الفئات	ولاية تلمسان		ولاية مستغانم		الجميع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
كلهم ذوي كفاءة	07	3.5	22	11	29	7.25
جلهم ذوي كفاءة	27	13.5	38	19	65	16.25
بعضهم ذوي كفاءة	43	21.5	29	14.5	72	18
قليلهم ذوي كفاءة	113	56.5	103	51.5	216	54
كلهم منعدم الكفاءة	10	5	08	4	18	4.5
المجموع	200	100 %	200	100 %	400	100 %

من خلال الجدول تعبر نسبة 54% ، على ان القائمين بالإعلام سواء المذيعون، او معدوا<sup>1</sup> البرامج، قليلهم ذوي كفاءة بالموازاة لطبيعة البرامج التي لا يوفق فيها القائمون بالاعلام على اختيار المواضيع، التي تم الطبقة الاجتماعية البسيطة، فيطغى أسلوب الغلو خاصة في البرامج المتعلقة بالتراث، من حيث الملابس، و الزينة، في حين ان الفرد البسيط منهمك في الحصول على قوته اليومي، على حسب احد افراد عينة البحث، بالإضافة على الغموض الذي يطرأ على بعض المضامين ويخلف كثير من الاستفهامات لدى المستمع المحلي الذي يتعبه المضمون، و الأسلوب في حين على المذيع المحلي ان يكون على دراية، بخصائص الظروف الاجتماعية التي يعيشها الفرد المحلي.

ونسبة 18% ذهبوا الى ان بعضهم ذوي كفاءة، ونسبة 16.25% لفئة جلهم ذوي كفاءة، وجاءت نسبة 7.25% لتعبر على ان القائمون بالإعلام في الإذاعة والمذيعون لهم كفاءة مهنية وهي نسبة ضئيلة إذا قرنت بباقي النسب.

الا ان ما يجدر الإشارة اليه ان القائم بالاتصال عامة، أو مذيعو الإذاعة المحلية، هم أيضا عبارة عن افراد تحيطهم جملة من الضغوطات كسائر الافراد والمهن الأخرى، هذا الامر لا يبرر العمل الإعلامي اللامسؤول، كون الاعلام في هذا العصر أصبح يتخذ عبره كثير من القرارات، في كثير من الأمور الحساسة، وانما لنضع في الصورة الظروف التي تحيط بالعمل الصحفي.

اذ ترجع مسؤولية تدني مستوى الاعلام، بالدرجة الأولى، الى القائم به، هذا الأخير الذي تحيطه جملة من الضغوطات الشخصية، مهنية، والنفسية، والمادية، التي قد تؤثر على عمله الإعلامي:

- تأثير القيم الشخصية، التي تعد معيار مهما في عملية انتقاء ونشر الاخبار، على حسب اهتمامات الصحفي، وقناعاتهم الذاتية، وهذا اتجاه الى دراسات حارس البوابة، التي ترى من حق حارس البوابة، تقرير ما إذا كانت المادة الاعلامية ستمر او تستبعد.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> نطلق كلمة اعداد في العمل الإذاعي عامة، على المعالجة الفنية لنص من النصوص حتى يتم تقديمه بالطريقة المناسبة التي تلائم طبيعة الراديو، من ترتيبات الحوار، والجوانب الفنية كاختيار المواضيع والأشخاص المشاركين حتى الانتهاء من انتاج البرنامج، سواء كان المذيع، او المقدم، وبالتالي نقول هذا البرنامج من اعداد وتقديم نفس الشخص، او نقول من اعداد كذا وتقديم كذا، رفعت عارف الضبع، الإذاعة النوعية وإنتاج البرامج الإذاعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2011، مرجع سابق، ص63.

<sup>2</sup> بحث محمد درويش، الصحافة المصرية: قيم الاخبار وتزييف الوعي، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 1998، ص 34.

- الشعور بنوع من اللامبالاة عما يقدمه، فيتدنى مستوى الأداء، والذي يكون سببه سيطرة سياسة المؤسسة الإعلامية على المواقف، الذي يحد من مسؤولية الصحفي.
- الضغوطات السياسية، والعقوبات المترتبة عنها، فالقوانين الإعلامية بالجزائر لا تضمن الديمقراطية للصحفيين، بل تعمل على تقييدهم وتخويفهم، من نقد سياسة الدولة، ودفعهم على الاهتمام بالرسميات، والزيارات، ونشاطات رئيس الجمهورية بشيء من المبالغة.<sup>1</sup>
- الظروف النفسية، اذ يتأثر القائم بالإعلام بطبعة المناخ النفسي الذي يعمل فيه، فهو عرضة للشعور بالإحباط والقلق، الذي يؤثر على أدائه المهني.
- "الضغوط الاجتماعية"<sup>2</sup>، فالصحفي يعمل في إطار مجتمع يتألف من جماعات اجتماعية متباينة من الناحية العمرية، والثقافية، والاقتصادية، الذي يطرح تباينا في الاهتمامات، والانطباعات، وتعدد الاذواق، الامر الذي يدخل الصحفي في صراع.
- الضغوط الاقتصادية، والمتعلقة بمستوى الدخل الشهري المنخفض، بالنسبة لدول العالم الثالث، مما يؤثر على صحتهم النفسية، وظهور مشاكل أخرى كالحصول على الرشوة، من ذوي النفوذ، الامر الذي يؤثر على العملية الاتصالية والإعلامية.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> بداني فؤاد، سوسيولوجيا القائم بالإعلام في التلفزيون الجزائري-دراسة ميدانية بقسم الاخبار-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، 2009-2010، ص، ص85-86.

<sup>2</sup> عرف علماء الاجتماع الضغوط الاجتماعية على انها الجهود الموجهة نحو الافراد، والجماعات، بغرض تعديل سلوكها للوصول الى بعض الأهداف المحددة، حسن عماد مكاي، اخلاقيات العمل الإعلامي: دراسة مقارنة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، الطبعة الثانية، 2002، مرجع سابق، ص156.

<sup>3</sup> ألبرت مستر، دليل الصحفي في العالم الثالث، تر: كمال عبد الرؤف، الدار الدولية للنشر، القاهرة، الطبعة الأولى، 1988، ص29.

## IV. الإذاعة والسلطة المحلية.

حصل جدل كبير بين الباحثين، حول تحديد مفهوم السلطة المحلية، فمنهم من عرفها على أنها الإدارة المحلية، ومنهم، من عرفها على أنها الحكم المحلي، إشارة منهم إلى اختلاف المصطلحين فالأول "الإدارة المحلية" يتعلق باللامركزية الإدارية في حين ان الثاني، "الحكم المحلي" يتعلق باللامركزية السياسية الشائعة في نظم الدول الاتحادية الفدرالية.<sup>1</sup>

وباعتبار الإذاعة المحلية وسيلة إعلامية تابعة لجهاز الدولة من جهة، وأقربها إلى أفراد المجتمع المحلي من جهة ثانية، يجعل منها أكثر الأدوات ووسعها انتشارا واستخداما، كأداة وصل وربط بين المواطن المحلي والسلطات المحلية.

## IV. 1 الإذاعة كأداة اتصال بين المواطن والسلطة المحلية.

السلطة المحلية، أو الحكم المحلي، ظهر كنظام في أواخر القرن التاسع عشر، نتيجة لطبيعة التوسع الكمي في وظائف الدولة الحديثة وواجباتها، وأيضا التوسع الكيفي الذي يمس الجانب الحقوقي للمواطنين.

فهو الحكم الذي يتميز بصلاحيات واسعة واستقلالية من خلال المهام التي يؤديها في ظل سيادة الدولة، بموجب تنازل الحكومة المركزية عنها لفائدة المجالس المحلية المنتخبة، فالحكم المحلي نوع من الحكومة التي تخدم مساحة صغيرة عن طريق ممارستها لسلطات مفوضة لها من طرف السلطة المركزية، ودستور الدولة.<sup>2</sup>

ويعرفه آخرون على أنه نظام شامل تتنازل بموجبه الحكومة المركزية عن بعض صلاحياتها التشريعية والتنفيذية، والقضائية، لفائدة الجماعات المحلية المفوضة من طرف المواطن المحلي عبر

<sup>1</sup> عبد الرزاق الشخيلي، العلاقة بين الحكومة المركزية والإدارات المحلية: دراسة مقارنة، المنتدى العربي لإدارة الموارد البشرية، 22 أكتوبر 2010، على الرابط: <http://www.hrdiscussion.com/hr18877.html>، تاريخ الزيارة: 24 جوان 2016.

<sup>2</sup> عبد القادر الشخيلي، نظرية الإدارة المحلية والتجربة الأردنية، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، عمان، د.ط، 1982، ص 23.

الاقتراع، وبهذا يتسنى لها ان تمارس مهامها على إقليم جغرافي محدد، فالسلطة المحلية هي الذراع الإداري للسلطة المركزية.<sup>1</sup>

اما المواطنة فهي الصفة التي يتحدد من خلالها حقوق وواجبات المواطن اتجاه وطنه، حيث تتسم بالولاء له، وخدمته عن طريق جملة من الاعمال، سواء كانت فردية، او جماعية، في اطارها التطوعي، او في إطار المؤسسات، بغية تحقيق الأهداف المسطرة لخدمة الوطن.

وتعرفها دائرة المعارف البريطانية، انها العلاقة بين الفرد والدولة، كما يحددها قانون تلك الدولة، وبما تتضمنه تلك العلاقة من واجبات وحقوق.<sup>2</sup>

ويشير قاموس علم الاجتماع ان المواطنة هي علاقة اجتماعية بين طرفين: شخص ومجتمع سياسي، يقدم الطرف الأول الولاء، بين يقدم الطرف الثاني الحماية.<sup>3</sup>

فالمواطنة هي المشاركة العضوية الكاملة للمواطن في الدولة، باعتباره فرد من المجتمع وعضو كامل الحقوق والواجبات في الدولة، والتي يضبطها الدستور.<sup>4</sup>

ومن خلال هذا يتضح العلاقة بين السلطة والمواطن، واختلفت الأدوار، والنظم عبر مراحل متعددة من التاريخ، بدأ من العصور البدائية الى العصور المدنية، التطور الذي لم يكن بمعزل عن وسائل الاعلام، التي تعاملت معه حسب ما توفر لها من إمكانيات، وحسب الخصوصيات السياسية، والاجتماعية لكل مجتمع وفي أي عصر.

وما طرئ على المجتمعات، من تغييرات مسة النظم السياسية، مثل التقسيمات الإدارية، والمحلية للدولة الواحدة، من جهة والتطور الذي مس أجهزة الاعلام، من دولية، الى وطنية، فمحلية

<sup>1</sup> أكرم سالم، حقائق ومعايير عن الادارة المحلية او الحكم المحلي، مجلة الحوار المتمدن، العدد 2258، 21-04-2008، على الرابط: <http://www.ahewar.org>، تاريخ الزيارة: 24 جوان 2016.

<sup>2</sup> علي خليفة الكواري واخرون، المواطنة والديمقراطية، في البلدان العربية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، د.ط، 2001، ص30.

<sup>3</sup> محمد عاطف غيث واخرون، قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، د.ط، 1997، ص55.

<sup>4</sup> فريدريك معنوق، معجم العلوم الاجتماعية، أكاديميا، بيروت، الطبعة الأولى 1993، ص85.

من جهة ثانية، أدى الى إعطاء وسائل الاعلام المحلية، أدوار لم تكن تشغلها، قبل ان يطرأ هذا التطور، والتغيير.

فباعتبارها من اهم مصادر المعرفة في المجتمع، تعتمد كل الجهات، والهيئات، الحكومية، والغير حكومية في التبليغ عن رسائلها، وإعطاء تعليماتها، او إرشاداتها، الى مختلف شرائح المجتمع. وتقوم الإذاعة المحلية عبر موادها الإعلامية بتبليغ، ونشر كل الاحداث، عبر عمليات الاتصال والتوصل التي لها علاقة بالسلطة المحلية والمواطن المحلي، كتجسيد منها للدور الجديد الذي باتت تشغله كل وسيلة إعلامية محلية اتجاها مجتمعها المحلي.

يبين الجدول رقم 18 مدى اعتبار الإذاعة أداة تواصل واتصال بين المواطن والسلطة المحلية.

المجاميع		ولاية مستغانم		ولاية تلمسان		الفئات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
69.75	279	69	138	70.5	141	نعم
30.25	121	31	62	29.5	59	لا
100 %	400	100 %	200	100 %	200	المجموع

من خلال الجدول نجد ان نسبة 69.75% من عينة الدراسة أشاروا الى كون الإذاعة المحلية تلعب دور، الاتصال والتواصل بين المواطن المحلي، والسلطات المحلية، من خلالها عرضها شؤون وامور السلطات المحلية، في مقابل فتح المجال للمواطن المحلي ليعبر عن مشاغله، وطلباته، ونقلها للسلطة المحلية.

بينما نسبة 30.25% فندوا دور الإذاعة في لعبها الدور الوسيط، باعتبار الان الرسائل الإعلامية، تندرج ضمن مستويات الاتصال النازلة، و التي تكون عبارة عن أوامر، او تشريعات، او

قرارات، من طرف السلطة المحلية، في غياب شبه تام لمستوى الاتصال الصاعد، والمتمثل في شكاوي، واقتراحات، و مطالب المواطن المحلي، وبهذا تكون الإذاعة المحلية غير محققة "للفائدة الاجتماعية"<sup>1</sup>.

#### IV. 2 دور الإذاعة في علاقة المواطن بسلطاته المحلية.

تقوم الإذاعة المحلية كغيرها من وسائل الاعلام، في اشراك المواطن، وتوعيته، بالأمر والشؤون المحلية، كما تعمل على، تقريب المواطن المحلي من مفاهيم الديمقراطية، و "المجتمع المدني"<sup>2</sup> وحرية الرأي، والمواطنة باعتبارها قيمة انسانية لمفهوم المواطن.

كما تلعب الإذاعة دور مهم في تشكيل الراي العام المحلي وطرح قضايا وموضوعات سياسية واقتصادية واجتماعية، والقضايا الوطنية تم، اراء، ومصالح المواطنين، كما لها القدرة على توجيه أفكاره، نحو قضية دون اخرى، وفق أيديولوجيا سياسية.

كما تساهم وسائل الاعلام، في تجسيد مبدئ المشاركة السياسية في المجتمع، وعملية صنع واتخاذ القرارات، من خلال برامج التوعية السياسية، والحث على المشاركة في الانتخابات المختلفة، والاستفتاءات المتنوعة، واختيار الممثلين الذين من شأنهم التأثير في السلطة وممارستها.<sup>3</sup> باعتبار وسائل الاعلام مؤسسة إعلامية سياسية.

<sup>1</sup> الفائدة الاجتماعية: من اهم احتياجات الفرد في المجتمع هو الاتصال مع الاخر والتفاعل معه، بهدف تحقيق التكامل الاجتماعي، واشباع حاجاته من خلال ممارسته الاتصال، عبد الرحيم درويش، مقدمة الى علم الاتصال، مكتبة نانسى للنشر، دمايط، د.ط، 2005، ص20.

<sup>2</sup> المجتمع المدني هو مجموع المؤسسات السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية والثقافية، التي تعمل في الميادين المختلفة، مستقلة عن سلطة الدولة، لتحقيق أغراض سياسية، وثقافية، واجتماعية، كالمشاركة في صنع القرارات السياسية، ونشر الوعي الثقافي، متروك الفالح، المجتمع والديمقراطية والدولة في البلدان العربية: دراسة مقارنة، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، د.ط، 2002، ص25.

<sup>3</sup> بوكرا ادريس، الوجيز في القانون الدستوري، والمؤسسات السياسية، دار الكتاب الحديث، القاهرة، د.ط، 2003، ص176.

يبين الجدول رقم 19 موقع الإذاعة ضمن علاقة المواطن بالسلطة المحلية.

المجاميع		ولاية مستغانم		ولاية تلمسان		الفئات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
68.75	275	72.5	149	63	126	منحازة إلى السلطة
9.25	37	9.5	19	9	18	منحازة إلى المواطن
22	88	16	32	28	56	غير منحازة
100 %	400	100 %	200	100 %	200	المجموع

من خلال الجدول يتضح ان الإذاعة المحلية كجهاز اعلامي هي منحازة الى السلطة بنسبة 68.75%، استنادا الى كون البرامج، والاخبار التي تبثها، لا تحمل نوع من الموضوعية في تحرير الاخبار، ولا تعتمد الى النقد البناء، بقدر اعتمادها على تثمين مشاريع السلطات، وتفخيم الدور الذي تقوم به السلطات المحلية في سبيل حماية حقوق المواطن المحلي.

فهي بهذا تلغي جميع المشاكل، والضعفات التي يتعرض لها المواطن المحلي، من طرف بعض المسؤولين المحليين، وهذا ما يؤولون للحديث عن نظرية السلطة الإعلامية، التي تستند فلسفتها كون الدولة تقوم بإصدار القوانين الاعلام، وفتح الرقابة عليها، وذلك بهدف الحد من النقد الذي يطال سياساتها الداخلية والخارجية. وان من واجب وسائل الاعلام المحافظة على قداسة النظام.<sup>1</sup>

وباعتبار ان الإذاعة المحلية هي جهاز اعلامي تابع لأملاك الدولة، فهي ملزمة بهذه الفلسفة في طرحها القضايا والمواضيع، وطريقة معالجتها.

ونسبة 22% كتعبير على انها غير منحازة، بدليل التزامها الحيادية، والموضوعية، في طرح مواضيع انتقدت فيها مشاريع عديدة، ووضعت محل نقاش رغم من انخفاض سقف النقد، والنقاش

<sup>1</sup> عبد اللطيف حمزة، الإعلام والدعاية، دار الفكر العربي، القاهرة، د.ط، 1971، ص 73.

مع اهمال جوانب حساسة الى انها عرضت على المباشر، كطريقة تعرض فيها الإذاعة المحلية أهمية الرأي المحلي اتجاه الاحداث.

كما جاءت نسبة 9.25% على أساس ان الإذاعة المحلية منحازة للمواطن، فيما يتعلق بمواد الترفيه والإعلان فقط، بينما تبقى الأمور الاقتصادية، والسياسية بعيدة كل البعد عن المواطن المحلي.

ان خلق شعور الثقة في المواطن بانه قادر على التأثير في القرارات الحكومية، من خلال تعميق شعور المواطن بالمسؤولية تجاه القضايا والاهداف العامة، وتعبئة الجماهير وتوعيتهم، والتقليص من حالة التناقض القائم بين ذات الفرد، وبين مؤسسات النظام السياسي،<sup>1</sup> قبل ان يكون دور السلطة، او مؤسسات المجتمع المدني، هو الدور الأسمى لوسائل الاعلام في المجتمع.

يبين الجدول رقم 20 مدى صحة عمل الإذاعة في تطوير علاقة الثقة بين المواطن والسلطة.

الفئات	ولاية تلمسان		ولاية مستغانم		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	63	31.5	81	40.5	144	36
لا	137	68.5	119	59.5	256	64
المجموع	200	100 %	200	100 %	400	100 %

من خلال الجدول نسجل نسبة 64% من عينة البحث صرحوا ان الإذاعة لا تعمل على خلق الثقة بينهم وبين السلطات المحلية، بقدر ما تعمل على توسيع فجوة الثقة السياسية، اذ يختلف الثقة باختلاف المجال، فقد نلتمس نوع من الثقة فيما يخص المواد الثقافية، بينما تنعدم الثقة تمام فيما

<sup>1</sup> بومدين طاشمة، مسألة التنمية السياسية والتجربة الديمقراطية في الجزائر-1988،1992-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر، 2000-2002، ص27.

يخص المواد الاقتصادية، والسياسية، التي تعالجها الإذاعة المحلية، بحيث تغطي عليها التبعية، ونوع من الولاء للسلطة الحاكمة.

فيحين نسبة 36% أكدوا على دور الإذاعة المحلية في تدعيم عامل الثقة، بين السلطة المحلية، ومجتمعها المحلي، كونها تعرض اهتمامات السلطة المحلية، ونياتها في المحافظ على تماسك المجتمع المحلي، من خلال دعم التعددية الفكرية، والثقافية، والاجتماعية، والسياسية، وبذلك ما من شأنه الاخلال بالتوازن واستقرار المجتمع، في مقابل تشجيع المواطن على المشاركة والتعاون وحل مشاكلهم بأنفسهم، عن طريق منبر الإذاعة المحلية.

### جدول رقم 21 فعالية الإذاعة المحلية في ترقية القيم الوطنية والحفاظ عليها.

الفئات	ولاية تلمسان		ولاية مستغانم		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	138	69	178	89	316	79
لا	62	31	22	11	84	21
المجموع	200	100 %	200	100 %	400	100 %

نسبة 79% من عينة البحث أكدوا على دور الإذاعة في ترقية القيم الوطنية، والحفاظ عليها، بينما 21% أفادوا عكس ذلك، من خلال اهمالها القضايا الوطنية، وتجديد الضوء عليها فقط في المناسبات، وتنتهي بانتهائها، فضلا ان ترقية القيم الوطنية ليس بإحياء الأعياد والمناسبات الوطنية، بقدر ما هو اشعار الفرد على انه جزء لا يتجزأ عن وطنه، من خلال إعطائه قيمة كمواطن له دور في بناء وطنه، من خلال اشراكه في عملية اتخاذ القرارات الصائبة، التي تستند على المعلومة الهادفة.

فلوسائل الاعلام عامة دور في نشر الثقافة، وترسيخ قيم المواطنة، والولاء، التي تعتبر من بين اهم المقومات الحضارية، بحيث تكون المادة الإعلامية، ملية لكل حاجات، واهداف، ومتطلبات المجتمع منسجمة بمعايير الصدق والأمانة، ومن اهم هذه الأدوار:

- ترسيخ قيم الولاء، والوطنية، والانتماء، الى جانب احترام الاخر.
  - تكوين الشخصية الوطنية وضرورة حماية الوطن من العدوان.
  - نشر ثقافة المواطنة والدعوة الى التمسك بالانتماء الوطني والقومي عبر البرامج الهادفة.<sup>1</sup>
- بحيث تقوم الإذاعة المحلية بهذه الأدوار، من خلال برامجها الموسمية، والعادية، اذ نجد الإذاعة المحلية حاضرة وبشدة، خاصة في المناسبات الوطنية، التي تعد لها باقة من الاخبار، والبرامج تعرض فيها، تاريخ الثورة الجزائرية، وابطالها، إضافة الى النشيد الوطني الذي لا يغيب مطلقا عنها.

<sup>1</sup> بن عودة العربي، اسهام وسائل الاعلام في ترقية المجتمع المدني-دراسة التجربة الجزائرية-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في الاعلام والاتصال، جامعة وهران، 2006، ص، ص138-140.

## خلاصة

أصبحت الإذاعة المحلية مصدر معلومات قوي، إذ أصبحت تلعب الدور السلبي والإيجابي، في حياة الافراد والمجتمعات المحلية، فأصبحت في كثير من المجالات المرشد والموجه، من خلال طرحها للقضايا الاجتماعية، والسياسية، والاقتصادية، فيلتف حولها الفرد المحلي لإشباع حاجاته المعرفية. فلإذاعة المحلية اليوم جمهورها المتبع بصفة منتظمة طيلة أيام الأسبوع، ليس تعبيرا عن ثقته في محتواها الإذاعي، بقدر ما تحكمه الظروف الاجتماعية، والثقافية، كسهولة اللغة، وسهولة الحصول على المعلومة، بأقل جهد، وأقل تكلفة، عكس وسائل الاعلام الأخرى، فالإذاعة يجدها في البيت، في السيارة، في مكان العمل، خاصة مع التطور التكنولوجي الذي يسمح بالاستماع للإذاعة، عن طريق الهاتف النقال، وغيرها من التقنيات السهلة الحمل.

فإلى جانب اعتبار الإذاعة أداة ترشيد وتثقيف، تعتبر أيضا وسيلة لبلورة الوعي الزائف، من خلال تغطيتها اللاموضوعية للأحداث، باعتبار ان تغطيتها تكون سطحية، لا تتصف بالمصدقية الإعلامية، ولا تلي متطلعات الفرد المحلي، كما لا تحترمه كمواطن له الحق في الحصول على المعلومة الصحيحة، خاصة فيما يتعلق بالبرامج السياسية، والاقتصادية، باستثناء بعض البرامج الثقافية، والرياضية، وهذا راجع الى طبيعة السلطة السياسية، التي تفرض رقابة على وسائل الاعلام الوطنية، و المحلية، التي تحد حرية الاعلام وتؤثر في مضامينه الاعلامية، بصفتها هي المحدد الرئيسي لخطوطه العريضة، الامر الذي أنتج رقابة من نوع اخر، وهي رقابة المستهلك، الذي أصبح يراقب الأجهزة الإعلامية، ويحرص على تتبع الاخبار، هدفا منه لكشف مصداقية وموضوعية أي قناة، او أي محطة عن غيرها.

ومن خلال هذا الفصل تبين أثر العامل التكنولوجي على مصداقية الإذاعة المحلية، لما له من دور كبير في تسهيل جمع، وتحليل، وبث المعلومة، في الوقت المناسب، وبالشكل الملائم، الامر الذي يؤثر على مصداقية المعلومة، بالإضافة على عمله في تحسين الرسالة الإعلامية ككل، مما يرفع من نسبة تتبعها، وشدة تأثيرها.

بالإضافة الى الدور الفعال الذي تلعبه كفاءة القائم بالأعلام، في نجاح العملية الاتصالية، التي لمخنا انها تكاد تنعدم في الإذاعة المحلية، وذلك راجع لضغوطات داخلية، وخارجية يتعرض لها القائم بالإعلام في وسائل الاتصال الجماهيرية، على رأسها السياسة التي تتبعها الدولة في تنظيم اعلامها.

الى جانب طبيعة العلاقة التي تشغلها بين المواطن، والسلطات المحلية، اذ حظيت بدور المنحاز للسلطة المحلية، والتي عكسته طبيعة البرامج، والاخبار المثممة لمشاريع السلطات، والخالية من الانتقادات، ولو على حساب المواطن، لكن هذا لم يلغى دور الإذاعة المحلية في تفعيل قيم المواطنة، والولاء للوطن.

الفصل الثالث: الإذاعة

المحلية وتوجيه الرأي

العام المحلي.

تعتبر قدرة الإذاعة على الوصول الى عدد كبير من المستمعين، وبتكلفة منخفضة، ميزة جلية على وسائل على وسائل الاعلام الأخرى، فقد أضحت الإذاعة المحلية، من بين اهم وسائل الاتصال الجماهيرية في عملية تدفق المعلومات، وانتشارها، والتي أصبحت من بين الوسائل الإعلامية المفضلة في المجتمع المحلي، للحصول على المعرفة المتعددة، والمتنوعة في مختلف الجوانب، من خلال عملية التفاعل بين القائمين بعملية الاتصال والمستمعين، التي تعد إشارة في عملية تكوين الرأي العام وتشكله، عن طريق المناقشة والحوار، وما لها من دور أساسي في تعبئة الرأي اتجاه القضايا الاجتماعية، والسياسية، والدينية، الذي يوصل في نهاية المطاف الى حكم جماعي.

فمن اهم خصائص الرأي العام انه استجابة لمنبهات معينة، او استجابة لواقع معين تكون في الغالب احداث، وليست مجرد اقوال، اذ تهتم الإذاعة المحلية من خلق مواضيع، تسعى من خلالها الى اثارة انتباه المستمع المحلي، وجلبه، بهدف التأثير على اتجاهاته، وافكاره، وسلوكياته.

وفي هذا الفصل سنتعرض الى الاهتمامات الإعلامية للفرد المحلي، وكيفية واسهام الإذاعة في اثارها من خلال موادها ومضامينها الإعلامية، بالإضافة الى تأثير الإذاعة المحلية على قيم مجتمعا، على غرار وسائل الاتصال الجماهيرية الاخرى عن طريق ترسيخها وتجيدها.

كما سنتطرق في هذا الفصل الى دور برامج النقاش والحوار، في تفعيل الآراء والاتجاهات التي تعد من اهم العوامل المساهمة في تشكيل والتكوين الرأي العام.

بالإضافة الى هذا سنتناول دور الإذاعة كإعلام محلي، في توجيه وتحديد الرأي العام المحلي.

## I. الرسالة الإعلامية واهتمامات الفرد المحلي.

ان الرسالة الإعلامية هي محتوى السلوك الإتصالي، بحيث تتخذ الرسائل اشكالا عديدة، بعضها يستخدم الاتصال اللفظي الذي يجمع بين اللغة المنطوقة والرموز الصوتية، وبعضها الاخر يتخذ الشكل الغير لفظي، الذي يتمثل في لغة الإشارات، والحركات، اذ يشترط في مجال الاعلام والاتصال ان تراعي الرسالة الإعلامية اهتمامات الجماهير وميولاتهم، مع احترام الخصوصيات الفكرية، والاجتماعية، والثقافية، لتضمن بذلك حدوث الهدف المنشود الذي أسست لأجله.

### I. 1 الرسالة الاعلامية.

الرسالة الإعلامية هي المادة المراد ايصالها للمتلقي، او الموضوع وما يحمل من معلومات وأفكار، وقيم، و"عادات، وتقاليد، واتجاهات"<sup>1</sup>، وتعد الرسالة العنصر الرابط بين المرسل والمستقبل، والتي من دونها لا يحدث التواصل، مما يتطلب إعدادها بدقة واهتمام كبير، لكي تؤدي المهمة المناطة بها، فعملية التواصل أو الإقناع لا يمكن أن تتم دون توسط الرسالة الإعلامية. فهي منه يثيره القائم بالعملية الإعلامية الاتصالية، لتحقيق استجابة من طرف المتلقي، وهي ذات مضمون حضاري محدد سلفا.<sup>2</sup>

واهم الأمور التي يجب مراعاتها في الرسالة هي:

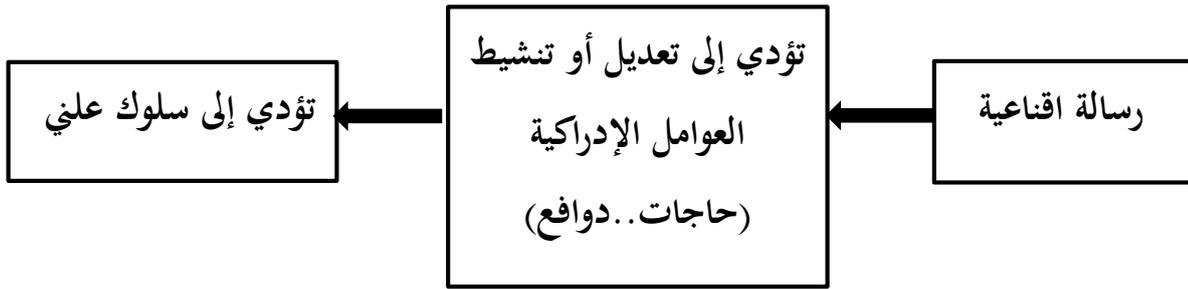
- سهولة استيعابها من قبل المتلقي، من خلال مراعاة المستويات المختلفة للجمهور المستقبل للرسالة الإعلامية.

<sup>1</sup> العادات هي أنماط السلوك الاجتماعي، التي تنتقل من جيل الى جيل، وتستمر لزمان طويل، وهي ثابتة ومستقرة، أي انها قاعدة اجتماعية تكونت على مر الزمن، واكتسبت الاحترام الاجتماعي إضافة الى القبول، اما التقاليد، فتتسم إضافة الى عامل الاستمرارية والثبات بعامل الضغط والاكراه، بفعل نفوذ القوى الاجتماعية المتناسكة بها والمانعة لأي تعد عليها، اما الاتجاه، فهو حالة نفسية عند الفرد او الجماعة للتكيف مع قضية معينة، او واقع معين، او حدث معين، هاني الرضا، رامز عمار، الرأي العام والاعلام والدعاية، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، الطبعة الأولى، 1998، مرجع سابق، ص26.

<sup>2</sup> عبد الرحمان عزي، قراءة أبنتمولوجيا في تكنولوجيا الاتصال، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، د.ط، 2004، ص25.

- ان لا تأتي الرسالة الإعلامية متناقضة مع عادات المجتمع، وتقاليده، وان تشعر المتلقي انه في حاجة ان يبدي اهتمامه تجاهه مضمون الرسالة.<sup>1</sup>
- على الرسالة الإعلامية ان تراعي الوقت المناسب لنشر الرسالة فالمرسل الناجح، هو الذي يحدد الوقت الأنسب لبث الرسالة لأحداث التأثير المرغوب فيه، مع تجرد الرسالة الإعلامية من الذاتية وتحلي بالموضوعية.
- يرتبط محتوى الرسالة عادة بالقدرة على الاقناع، فقد كان أفلاطون يعرف البلاغة بأنها كسب عقول الناس بالكلمات، ورأى أرسطو البلاغة على انها القدرة على كشف جميع السبل الممكنة للإقناع في كل حالة بعينها.

يبين الرسم البياني رقم 07 استراتيجية الاقناع للرسالة الإعلامية.



المصدر: حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي العبد، نظريات الاعلام، الدار العربية للنشر والتوزيع، د.ط، 2008، ص323.

فعند الحديث عن الرسالة، سوف نلاحظ ان القائم بالاتصال، عليه اتخاذ عدة قرارات، أولها تحديد الأدلة التي عليه استخدامها، وتلك التي سيستبعدها، ثانيها ضرورة استحضار الحجج والبراهين التي يتم من خلالها اقناع المتلقي بمضمون الرسالة، واثارة فضوله النفسي، والعقلي في الحرص على متابعتها، وثالثها "الاستمالات"<sup>2</sup> التي يستعملها في الاقناع.

<sup>1</sup> محي الدين عبد الحليم، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، مكتبة الخانجي، القاهرة، الطبعة الثانية، 1984، ص32.

<sup>2</sup> الاستمالات هي استراتيجية تستعملها وسائل الاعلام للوصول إلى الرفع من نسبة مشاهدة البرامج الإعلامية، باختلاف مضامينها، وتعدد مجالاتها بهدف الاقناع، والتأثير على متلقي الرسالة الإعلامية.

وهناك ثلاثة أنواع أساسية من الاستمالات المستخدمة، في الرسالة الإعلامية، التي تعتمد على وسائل الإعلام والاتصال، سواء كانت دولية، أو إقليمية، أو وطنية، أو محلية، لإثارة انتباه المتلقي، بغية التأثير فيه، والتحكم في تحديد اتجاهاته، وتوجهاته:

- الاستمالات العاطفية: التي تستهدف التأثير في وجدان المتلقي وانفعالاته، وإثارة حاجاته النفسية والاجتماعية، ومخاطبة حواسه، بالاعتماد على الشعارات، والأساليب اللغوية، مثل التشبيه، والاستعارة، والكناية، والمجاز، وهنا الخطاب الإعلامي دور مهم في تجسيد هذه الاستمالة.

بالإضافة إلى الاستشهاد بمصادر ذات مصداقية للمتلقي، وعرض الرأي على أنه حقيقة، واستخدام معاني التوكيد، وعرض الرأي باعتباره يعبر عن الأغلبية.

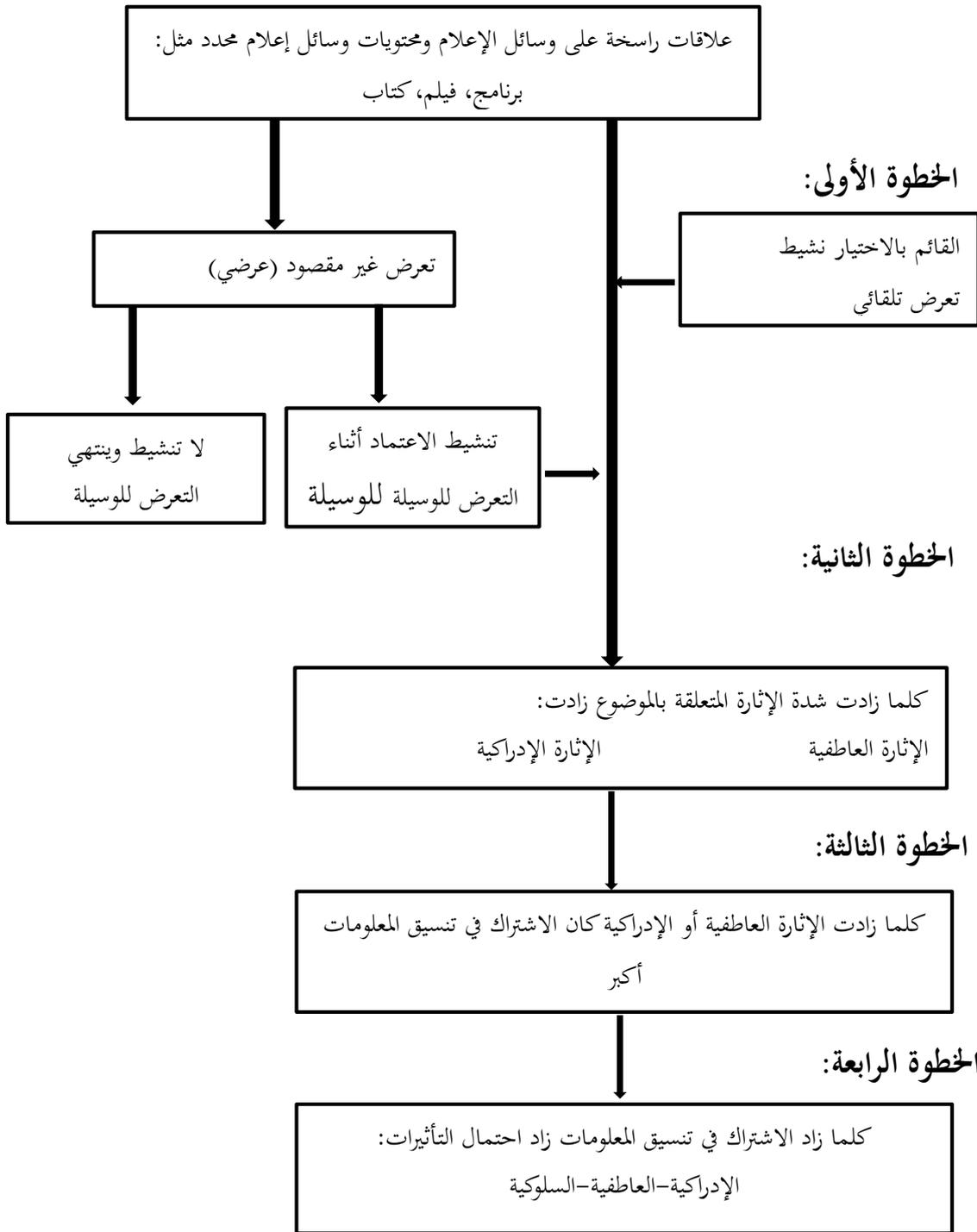
- الاستمالات العقلانية: تعتمد على الحجج والبراهين، والشواهد المنطقية، ومخاطبة عقل المتلقي مع عرض الرأي والرأي المضاد.<sup>1</sup>

- استمالات التخويف: تعمل هذه الاستمالات على تنشيط الاثارة العاطفية لدى المتلقي، مثل إثارة خوف الناس من الحروب لتبرير زيادة الاعتماد على الاسلحة، إلى جانب تحذير الناس من الامراض الخطيرة، مثلاً حتى يسارعوا إلى الكشف الطبي، فيستجيب المتلقي لمضمون الرسالة الإعلامية عن طريق شدة الاثارة العاطفية، وإمكانية تجنب الخطر الذي قد يحيط به.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، دار عالم الكتب، القاهرة، د.ط، 2010، مرجع سابق، ص، 323-324.

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد، المرجع السابق، ص 325.

يبين الرسم البياني رقم 08 تأثير وسائل الاعلام على الفرد.



المصدر: حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي العبد، نظريات الاعلام، الدار العربية للنشر والتوزيع، د.ط، 2008، ص421.

فالرسالة الإعلامية تعني تضمينها للخبر، والأفكار، والآراء التي تناسب المواقف، ويعرفها دينيس ما كويل بأنها: "تشمل الإشارات والعلامات اللغوية، والحديث والكتابة والعلامات المرئية، كما تتميز بالشمول والاتساع والتنوع، وتخطب الجماهير المستهدفة".<sup>1</sup>

ان الإذاعة المحلية، وسيلة محدودة النطاق الجغرافي، والبشري، تزود أفرادها بالأخبار، والمعلومات والحقائق، التي تمكنهم من تكوين مواقف سليمة، واءاء جدية حول الاحداث والقضايا، عن طريق عمليات التواصل والاتصال، ويصبح ناتج تفاعل الآراء سببا في تكوين رأي الجمهور المحلي عن قناعة.

## I. 2 الرسالة الاذاعية واستشارة الفرد المحلي.

لكي تستطيع الرسالة الإعلامية أن تحدث أثرا معيناً لا بد من أن تثير انتباه المستقبل وتسيطر على تركيزه، وهي قدرة الرسالة الإعلامية على جذب المستقبل وتحفيزه على الانتباه لمضمون الرسالة، وهي من بين أول خطوات الاقناع.

فمضمون الرسالة الاذاعية هو الذي من شأنه اثاره اهتمام المستمع المحلي، إذا راعت شروط نجاح العملية الاتصالية.

هذا لا يلغي دور الوسيلة الإعلامية باعتبارها مهمة جدا في عملية الاتصال، فقد أشار ماكلوهان إلى القول: "إن الوسيلة هي الرسالة"، بمعنى ان المضمون ليس هو الأساس، فحسب ماكلوهان ان الرسالة الأساسية في التلفزيون، هي التلفزيون نفسه، مشيرا ان لكل وسيلة جمهورها، الذي يفوق حبهم لها أكثر من اهتمامهم بمضمونها.

فمثلا مشاهدة مباراة كرة قدم عبر شاشة التلفزيون أفضل من متابعتها في المذياع، وأفضل من متابعتها عبر الجرائد، وعلى خلاف ذلك مطالعة اخبار الجرائم في الصحف أكثر اثاره عنها في

<sup>1</sup> قوي بوحنية، عصام بن الشيخ، الرسالة الإعلامية العربية التغييرية: المضامين والرؤى، المؤتمر الدولي الـ 17، ثقافة التغيير: الأبعاد الفكرية والعوامل والتمثلات، جامعة فيلادلفيا، المملكة الأردنية، 06-08 نوفمبر 2012، ص9.

التلفزيون، وهكذا يبرر مارشال ماكلوهان، فلكل وسيلة خصائصها الخاصة تجعلها الأفضل في إثارة موضوعات معينة.

كما ابتكر مصطلحي: "البارد" و "الساخن"، ليشير الأول الى الوسائل التي تحتاج الى ممارسة جهد كبير من جانب المتلقي، مثل الكتاب، والتلفزيون، ويقصد بالثاني وسائل الاعلام التي لا تحتاج بذل جهد وتكون جاهزة ومحددة، مثل الطباعة، السينما، والإذاعة.<sup>1</sup>

وتعد الإذاعة المحلية بطبيعة الحال من وسائل الاعلام الساخنة، لدرجة وضوحها، وسهولة رسائلها الإعلامية، اذ تنوع باقاتها الإعلامية، الموجهة الى مختلف شرائح المجتمع، محاولة منها في إثارة انتباه المستمع المحلي، قصد التأثير في اتجاهاته، وسلوكياته.

يبين الجدول رقم 22 مدى قدرة المعلومات الإذاعية في إثارة اهتمام المستمع المحلي.

الفئات	ولاية تلمسان		ولاية مستغانم		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	87	43.5	104	52	191	47.75
لا	113	56.5	96	48	209	52,25
المجموع	200	100 %	200	100 %	400	100 %

من خلال الجدول نلاحظ ان نسبة 52.25% من تتبعي الإذاعة، لا تثيرهم المعلومات

الإذاعية، فتلقبهم الرسالة الإعلامية لا يكون بهدف الفهم او التقصي، بل فقط من اجل الاستماع، وكنتيجة لأبحاث عديدة عن الاستعمال والاشباع لوسائل الاعلام، قامت الدكتورة الأميركية كامبل روبنسون بالكشف عن وجود فئة يطلق عليها "ممتصي المعلومات"، وهم الناس

<sup>1</sup> أريك ميغريه، سوسيولوجيا الاتصال ووسائل الاعلام، تر: موريس شريل، مؤسسة محمد بن راشد المكتوم، دبي، الطبعة الاولى، 2009ص

الذين يمتصون المعلومات من وسائل الاعلام، بدون التفكير بها، عكس فئة "الفنانون المحللون"، الذين تكون متابعتهم للبرامج الإعلامية، بقصد الاستفادة، والتحليل، والفهم.<sup>1</sup>

فهنا نكون في إطار نظرية الاشباع والاستخدام، وهي أحد النظريات الإعلامية المتعلقة باستخدامات الجمهور لوسائل الاعلام، بحيث نفترض ان الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لإشباع رغبات كامنة لديه، وان دور وسائل الاعلام هو تلبية الحاجات فقط.<sup>2</sup>

فنسبة 47.75% من عينة البحث عبروا عن مدى اهتمامهم بمحتوى الرسالة الإعلامية، اذ تختلف درجة الانتباه، وشدة التأثير من فرد الى اخر، حسب الخصوصية، ومجال الاهتمام.

يبين الجدول رقم 23 طبيعة المعلومة الاذاعية التي تثير اهتمام المتلقي.

الفئات	ولاية تلمسان		ولاية مستغانم		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الاجتماعية	11	12.64	19	18.26	30	15.70
الثقافية	7	8.05	0	0	7	3.66
السياسية	12	13.80	21	20.19	33	17.27
الرياضية	15	17.24	18	17.30	33	17.27
الاقتصادية	34	39.08	26	25	60	31.41
الدينية	0	0	11	10.57	11	5.76
الإرشادية	8	9.19	8	7.69	16	8.37
أخرى	0	0	1	0.96	1	0.52
المجموع	87	100 %	104	100 %	191	100 %

<sup>1</sup> هاني الرضا، رامي عمار، الرأي العام والاعلام والدعاية، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، الطبعة الأولى، 1998، مرجع سبق ذكره، ص 175.

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 34.

من خلال الجدول يتضح ان طبيعة البرامج الاقتصادية تثير اهتمام المستمع بنسبة 31.41%، تليها البرامج السياسية والرياضية بنسبة 17.27%، ثم تليها البرامج الاجتماعية بنسبة 15.70%، وكذا البرامج الارشادية بنسبة 8.37% ثم البرامج الدينية 5.76%، والثقافية بنسبة 3.66%.

فنستنج أهمية المعلومة السياسية، والاقتصادية بالنسبة للمستمع المحلي، كنتيجة للظروف التي تمر بها الجزائر، من توترات على الساحة السياسية، وتدهور الاقتصاد الوطني بسبب انهيار أسعار البترول، فباتت تشغل الفرد المحلي عدة تساؤلا عن المستقبل السياسي، والاقتصادي لبلاده، وعن المخاطر المترتبة عن ذلك، وتداعياتها على الوطن البسيط، لذلك نجد يولي اهتماما كبيرا لهذه الرسائل الإعلامية. فنجد حريضا على متابعتها، والتقصي صحة المعلومة في وسائل إعلامية أخرى، سواء محلية، او وطنية.

كذلك نجد الاهتمام بالبرامج الارشادية من طرف المستمع المحلي، فنجده منتبها، ومركزا معها، باعتبارها مواد إعلامية تخص يوميات الفرد المحلي من ارشاد، ونصح، تساعد في حل وتخطي مشاكله، فمن بين الدراسات المتعلقة باستعمال وسائل الاعلام، البحث عن أسباب سماع الناس لبرامج الارشاد والتوجيه في الراديو، والتي حددت لثلاثة أسباب:

- التعويض: كوننا أعضاء في المجتمع، نفترض وجود أدوار معينة علينا اتخاذ قرارات تعتمد هذه الأدوار، بحيث نبحت عن نوع من الموافقة على قرارنا، بالقبول المباشر الذي يأتي من شخص ليخبرنا اننا على صحت، او الغير المباشر عن طريق افتراضنا ان هناك اخرين يفعلون الأشياء التي نفعلها، فهناك افراد يعيشون حياة مشابهة لحياتنا. وبالتالي فان البرامج الارشادية، والتوجيهية تكون موجهة الى الافراد الذين يعانون نفس المشاكل، او كوقاية للأفراد الذين لا يعيشونها، وما يجب فعله ان حدثت معهم.
- تحقيق الرغبة: يعطي رغبة للمتلقي في تغيير أسلوب حياته، وعن كيفية التعامل مع العلاقات الإنسانية في أوقات المشاكل.

- النصيحة: التعرف على مشاكل الآخر، ومعرفة الطرق الواجب اتخاذها، اذ قوبل بنفس المواقف خلال الحياة اليومية.<sup>1</sup>

II. الإذاعة ومنظومة القيم والمعتقد.

II. 1 ماهية القيم والمعتقد.

II. 1-1. القيم.

يقول محمد عاطف غيث، ان مفهوم القيم لم يتداول في العلوم الاجتماعية الا حديثا، اذ يعد كل من دابليو آي توماس وفلوريان زنانيكى اول من استخدم هذا المفهوم في كتابهما: "الفلاح البولندي في أوروبا وأمريكا"، اذ عرف القيمة الاجتماعية بانها المعنى المنطوي على مضمون واقعي تتقبله جماعة اجتماعية معينة، اذ لهذه القيمة معنى محدد، تصبح في ضوءه موضوعا معيناً، او نشاطا خاصاً.<sup>2</sup>

كما تعرف القيمة على انها تصور واضح، او مضمرة، يميز الفرد او الجماعة، ويحدد ما هو مرغوب فيه، بحيث يسمح لنا بالاختيار من الأساليب المتغيرة للسلوك، والوسائل، والاهداف الخاصة بالفعل.<sup>3</sup>

فالقيم تختلف من مجتمع الى اخر، بحيث تتعدد تعاريفها داخل المجتمع الواحد، ولكل شعب قيمه، ولكن هنالك فرق بين القيم المتغيرة، والثابتة في المجتمع، فالقيم المتغيرة هو اجماع فئة، او شريحة، او مجموعة، على اتخاذ موقف سلبي او إيجابي، اتجاه فكرة او قضية في ظرف معين.

اما الثابتة فهي القيم، التي يتم دسترتها داخل أي مجتمع، والقيم المتغيرة التي يتم اجماع حولها، قد تصبح من ثوابت المجتمع، اذ صارت عرفا او قانونا، وهي تنتشر في جميع مجالات الحياة، ويتفاوت التعامل معها.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> هاني الرضا، رامز عمار، الرأي العام والاعلام والدعاية، المرجع السابق، ص، 175-176.

<sup>2</sup> محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، مرجع سبق ذكره، ص505.

<sup>3</sup> المرجع نفسه، ص506.

<sup>4</sup> عبد العالي رزقي، الخبر في الصحافة، الإذاعة، التلفزيون والانترنت، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، د.ط، 2004، ص107.

تعد القيم بمثابة نسق من المعايير الثابتة، توجه سلوك الفرد والمجتمع، اذ يكون للفرد فيها حرية الاختيار، وقد لا يكون، وتكون انساق هذه القيم متفاوت من مجتمع الى اخر، وما يضعه مجتمع في قائمة أولوياته، قد لا يراه كذلك مجتمع اخر، وان كان ذلك لا ينفي وجود بعض القيم العامة التي تكون مشتركة بين المجتمعات المختلفة، او حتى داخل المجتمع الواحد.<sup>1</sup>

كما يجدر الإشارة الى ان القيم ليست على درجة واحدة من الأهمية، اذ تتخذ الشكل الهرمي، من القيمة الأكثر صدارة الى الأقل، كما تتعدد تصنيفات القيم بتعدد تعريفاتها، وابعادها ومنها:

- بعد المحتوى: كالقيم الجمالية والاقتصادية، والسياسية، والاجتماعية.
- بعد المقصد: كقيم وسائلية، وهدفية، او غائية.
- بعد الشدة: كالقيم الملزمة، والتفضيلية، والمثالية.
- بعد العمومية: كالقيم المنتشرة في المجتمع، والقيم الخاصة بفئات اجتماعية، او معينة، او عامة، او خاصة.
- بعد الوضوح: حيث تصنف القيم في هذه الحالة الى قيم ظاهرة، او صريحة يعبر عنها بالكلام، وأخرى ضمنية يمكن استخلاصها، ويستدل على وجودها بالسلوك والاختبارات وتحليل المضمون.
- بعد الدوام: حيث تصنف الى القيم العابرة (المادية)، وقيم دائمة (روحية)، كما ان هناك من يقسمها طبقا للنظم الاجتماعية الى قيم بيئية، وايدولوجيا، وسياسية، وعائلية، وتعليمية وتربوية، ودينية.<sup>2</sup>

كما تختلف القيم باختلاف مجالاتها، فهناك القيم الاجتماعية، القيم القومية الوطنية، القيم الإنسانية، القيم المعرفية، والعلمية، القيم الدينية، وكذا القيم الشخصية.

<sup>1</sup> فوزية عكاك، القيم الخيرية في الصحافة الجزائرية الخاصة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر 3، 2011-2012، ص112.

<sup>2</sup> محمد عبد البديع عبد السميع، أثر القنوات الفضائية على القيم الاسرية، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2009، ص، 99-101.

## II. 1-2 المعتقد.

المعتقد هو إيمان ناشئ عن مصدر لا شعوري، يكره الانسان على تصديق فكرة، أو رأي أو تأويل، أو مذهب جازف، بحيث يرسم وجهة الأفكار، والسير.<sup>1</sup>

فإن المعتقد جملة أفكار نشأت عند الفرد أثر ظروف خاصة، كما ساهمت تفاعلات البيئة والمجتمع في صناعتها، من ثم اتجهت بمرور الزمن إلى مسار اليقين والجزم لتتحول إلى حقيقة لا تقبل الجدل، وإيمان يفرض على الإنسان ضرورة الدفاع عنها بشراسة بل معاداة من يخالفها، عندئذ تتحول الأفكار إلى قيم ومشاعر متأصلة في داخل النفس يعد المساس بها انتهاك لحرمة من يسلم بها.

وأفكار المعتقد تصبح حالة جماعية حينما يلعب الفرد دورا كبيرا في التأثير على الجماعة، تتشكل بعد ذلك في صور: طقوس، وتعاليم، وواجبات، ومبادئ، كما إنها تفرز مجموعة من التقاليد والأعراف والعادات ذات الطبيعة الشعبية أو الدينية أو القومية التي يتم ترسيخها في قلوب وعقول أفراد الجماعة بشتى المصادر من معلومات ومشاهد ومواقف وأقوال ومرجعيات، يقابل ذلك نشوء عاطفة قوية بين الفرد ومحتوى المعتقد حينما يجد فيه ما يدغدغ مشاعره الإنسانية، ويغذي حاجاته النفسية، ويزرع مشاعر الأمان والطمأنينة، ويعزز ارتباطه بالمطلق (الخالق) على اختلاف أسماؤه، لتظهر بعد ذلك علاقة بين هذا المعتقد والنفس البشرية تتمركز في أعماق الإنسان، فيتكاثر الأتباع والمريدون مما يولد لديهم الرغبة في تقوية مبدأ الولاء والطاعة، وتعزيز مفهوم ايجابية ونفعية لتلك المبادئ.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> غوستاف لوبون، الآراء والمعتقدات، تر: عادل زعيتر، كلمات عربية للترجمة والنشر، القاهرة، د.ط، 2012، ص 17.

<sup>2</sup> هيثم البوسعيدى، قوة العلاقة بين المعتقد والسلوك في حياة الإنسان، مجلة الركن الأخضر، 06 فيفري 2009، على الرابط التالي:

[http://www.grenc.com/show\\_article\\_main.cfm?id=14780](http://www.grenc.com/show_article_main.cfm?id=14780)، تاريخ الزيارة: 28 ماي 2016.

## II. 2 تأثير الإذاعة المحلية على القيم والمعتقدات.

تلعب وسائل الاعلام والاتصال دورا أساسيا في التأثير على القيم، والمعتقدات، فهي اليوم أصبحت الوسيلة التي يتم بموجبها التعرف على مختلف المعتقدات، والقيم، والعادات، والتقاليد، في مختلف المجتمعات.

كما لوسائل الاعلام خطورة على المجتمع فيما يخص عاداته واعتقاداته، فبإمكانها ان تعلي شأن القيم والعادات، من خلال امتصاصها وإعادة فرزها وتقديمها للجماهير العريضة، حيث تعيد إليها الحياة بالنشر والتوزيع، من صحف، وتلفزيون، وإذاعة، مع إعادة تشكيلها وصياغتها من جديد، وتعديلها، ونشرها على دوائر أوسع، او العكس اذ بإمكانها ان تسيئ إليها، من خلال اهمالها، او تشويه حقائقها.<sup>1</sup>

فالإذاعة المحلية اليوم، تذيب اخبار، ومعلومات متنوعة ومتجددة، وتنشر آراء وأفكار ومعتقدات، مختلفة، لدى المجتمع المحلي، فكما سبق الذكر، فالقيم، والاعتقادات نلمس اختلافها وتباينها، حتى لدى المجتمع الواحد.

يبين الجدول رقم 24 مدى تأثير المستمع بالمعلومات الإذاعية المعاكسة لاعتقاده.

المجموع		ولاية مستغانم		ولاية تلمسان		الفئات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
26.5	106	21	42	32	64	نعم
73.5	294	79	158	68	136	لا
100 %	400	100 %	200	100 %	200	المجموع

<sup>1</sup> محمد الجوهري، المنهج في دراسة المعتقدات والعادات والتقاليد، موقع انترنوس للأثنروبولوجيا والسوسيوانثروبولوجيا، ثقافة شعبية، العدد 4، 2014 اوت، على الرابط التالي: <http://www.aranthropos.com>، تاريخ الزيارة: 27 جوان 2016.

من خلال الجدول نلاحظ ان نسبة 26.5%، صادفوا معلومات اذاعتها الإذاعة المحلية معاكسة تماما لاعتقاداتهم، ونسبة 73.5 %، لم يتعرضوا لأخبار، او لمواقف، تسير ضد قيمهم، او معتقداتهم.

فقد أشار كل من لازار سفيلد وميرتون في دراستهما لأثر وسائل الإعلام على القيم، إلى أن وسائل الاتصال الجماهيرية تدعم المعتقدات والقيم السابقة، والاتجاهات وأنماط سلوك المجتمع أيضا، فالنشر الإعلامي يسد الفجوة بين الاتجاهات والقيم الفردية الخاصة والآداب العامة السائدة في المجتمع.<sup>1</sup>

ويرى جوزيف كلابر الذي راجع معظم البحوث والدراسات المتصلة بتأثير وسائل الاتصال الجماهيرية، انها تعمل على تدعيم القيم والآراء الموجودة بدلا من تغييرها.<sup>2</sup>

كذلك تعمل الإذاعة المحلية في عملية بثها الرسالة الإعلامية، الاخذ بعين الاعتبار ظروف المجتمع المحلي، دون اغفال العوامل الوسيطة، والتي يقصد بها قيم الافراد واطرهم المرجعية،<sup>3</sup> فإلى جانب العامل التكنولوجي الذي يمكن القائم بالرسالة الإعلامية على جمع الكم الهائل من المعلومات، وإعادة بثها بالتقنية الناجحة، مما يسمح للوسيلة الإعلامية بالتأثير على المتلقي، نتحدث كذلك عن العامل الاجتماعي لفهم وتحليل تأثير وسائل الاعلام على الرأي العام، الذي يمكن المرسل من ترتيب الأولويات تماشيا مع طبيعة المجتمع، خاصة فيما يتعلق بالدين والمعتقدات، عند بث أي معلومة، او اثاره قضية ما.

تعتبر وسائل الإعلام الجماهيرية عامة، من أهم الوسائل الفعالة في تثبيت قيم المجتمع وهذا لقدرتها على إحداث تأثير خاص لدى أفرادها، وهذا مرهون بنجاح الرسالة الإعلامية التي تبثها.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2003، ص 124.

<sup>2</sup> عاطف عدلي العبد عبيد، مدخل الى الاتصال والرأي العام: الأسس النظرية والاسهامات العربية، مرجع سبق ذكره، ص 293.

<sup>3</sup> هشام هادي الميقي، الاعلام السياسي والاحباري في الفضائيات، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، د.ط، 2010، ص 11.

<sup>4</sup> محمد احمد بيومي، علم اجتماع القيم، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، د.ط، 1981، ص 41.

اذ تقوم وسائل الإعلام بتدعيم المعايير والقيم، وإعادة التأكيد عليها من خلال معاقبة الخارجين عنها، من خلال الإشهار بالمجرمين وفضحهم أمام الرأي العام.

يؤكد صمويل بيكر أن دور وسائل الإعلام تعمل على بناء سلطة المجتمع ومعتقداته، عن طريق دراسة أنواع الترفيه الشعبية السائدة، والكامنة فيه، فهي معبرة عن الوعي الشعبي، لأنها تعكس قيم المجتمع ومعتقداته<sup>1</sup>.

يبين الجدول رقم 25 طبيعة المعلومة المعاكسة لاعتقاد المستمع.

الفئات	ولاية تلمسان		ولاية مستغانم		المجاميع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الاجتماعية	8	12.5	10	23.81	18	16.98
الثقافية	0	0	0	0	0	0
السياسية	11	17.19	9	21.43	20	18.87
الرياضية	4	6.25	9	21.43	13	12.26
الاقتصادية	17	26.56	7	16.66	24	22.64
الدينية	3	4.69	5	11.90	8	7.55
الإرشادية	21	32.81	2	4.76	23	21.70
أخرى	0	0	0	0	0	0
المجموع	64	100 %	42	100 %	106	100 %

من خلال الجدول يتضح ان نسبة 22.64% من المعلومات الاقتصادية جاءت عكس اعتقاد المستمع، ونسبة 21.70% بالنسبة للبرامج الارشادية، وهو امر طبيعي كون البرامج

<sup>1</sup> حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، الطبعة السابعة، 2008، ص 77-79.

التوجيهية، والارشادية، خصصت لمحاربة الاعتقادات السلبية، سواء في المجال الديني، او السياسي، او الثقافي.

ونسبة 18.87% بالنسبة للبرامج السياسية، ونسبة 16.98% بنسبة للبرامج الاجتماعية. كما يجدر الإشارة الى ان وسائل الاعلام ككل، والإذاعة خاصة متأثرة بقيم المجتمع، ومؤثرة فيه من خلال ترسيخ قيمه، او حتى غرس قيم جديدة، قد تجد نوع من المقاومة لدى افراد المجتمع، لكن نجد ان العامل القيمي، تبدأ تقل قوة المقاومة لديه مع عمليات التكرار، والتراكم للمعلومات، والأساليب الإقناعية التي تعتمدها وسائل الاعلام في التأثير على اتجاهات الافراد، مستعملة أسلوب التدرج في انحاء المعتقد، وهذا هو الدور الخطير الذي قد أشرنا اليه سابقا، كون قيم ومعتقدات الأفراد مرهون بكيفية استغلال الوسائل الإعلامية لها، سواء بمدحها، او بدمها، حسب أيديولوجية القناة، ومدى تمسكها بمبادئها الإعلامية، والاجتماعية.

تقوم وسائل الإعلام الجماهيرية بعملية تكوين الصور لدى الفرد من أجل خلق قيم معينة لديه، مع الشكل الذي تريده، وفرض سلوكيات اجتماعية، والعمل على نشرها وتنميتها، وترسيخها في أذهان الناس.

من خلال الجدول التالي سيتضح كيف اثرت الإذاعة المحلية على اعتقاد المستمع.

يبين الجدول رقم 26 ردّة فعل المستمع اتجاه المعلومة المعاكسة لاعتقاده.

الفئات	ولاية تلمسان		ولاية مستغانم		الجميع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
القبول بالمعلومة والتخلي عن الاعتقاد	26	40.62	11	26.19	37	34.90
طرح المعلومة للنقاش مع آخرين	16	25	15	35.71	31	29.24
عدم المبالاة بما أذيع	10	16.13	9	21.43	19	19.92
التحري من المعلومة في وسائل إعلام أخرى	12	19.35	17	40.48	29	27.36
أخرى	0	0	0	0	0	0
المجموع	64	100 %	42	100 %	106	100 %

من خلال الجدول نؤكد على ما سبق الإشارة إليه كون الإذاعة المحلية تؤثر على معتقدات

أفراد مجتمعتها، وتدفعهم للتخلي عنه، والذي عبّر عنه بنسبة 34.90 %، إذ يُعد دور وسائل

الإعلام عاملاً حاسماً في خلق القيم عند الأفراد والمجتمعات وهذا ما أشار إليه توني شوارتر بقوله:

إن وسائل الإعلام قد أثرت على حياتنا، وشكلت معتقداتنا بصورة عميقة كأي دين من

الأديان".<sup>1</sup>

<sup>1</sup> محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، مرجع سابق، ص 119.

بينما نسبة 24.29% أعربوا عن طرح المعلومة المعاكسة لمعتقدهم قيد النقاش، بغية التأكد من وجهات نظر الآخرين، وابداء انطباعاتهم، كونهم يعيشون ضمن بناء اجتماعي، الذي عرفه راد كليف براون، على انه مجموعة العلاقات والمعايير المنظمة لسلوك الأشخاص والتي يخضعون لها.<sup>1</sup> اذ يعتمدون رأي الاخر كوسيلة مطمئنة لمعتقدهم، ومعرفتهم، إزاء القضايا المطروحة من وسائل الاعلام، او إطار مرجعي للتأكد، ما إذا كانوا سيحتفظون باعتقادهم ام سيتخلون عنه، والجماعة هنا هي التي ستحدد ذلك، فتبرز اهمية "الانتماء الاجتماعي"<sup>2</sup> وتماسك الجماعة، الذي ينتج عنه التأثير على الأفكار والسلوك.

اما نسبة 27.36% من افراد عين البحث يتحرون عن المعلومات المعاكسة لاعتقاداتهم من وسائل إعلامية أخرى، الامر الذي يعكس نوع من انعدام الثقة في الإذاعة المحلية.

اما نسبة 19.92% بالرغم من اثار الإذاعة لمعلومات عكس معتقداتهم، فانهم لا يباليون ولا يولون اهتمام بالمعلومة الجديدة، فالإذاعة المحلية هنا لم تُخلف عندهم نوع من الاستفهام فيما يعتقدونه، وفي هذه الحالة تكون -الإذاعة- قد عجزت في التأثير على القيم سواء، دعمها، او تعديلها، او تغييرها، بغض النظر عما إذا كانت من الأسوء الى الأفضل، او العكس.

### III. الإذاعة المحلية وبرامج النقاش والحوار.

#### III. 1 ماهية برامج الحوار والنقاش.

#### III. 1-1 برامج الحوار:

تعد برامج الحوار من أكثر اشكال برامج الراديو انتشارا، وكلها تقوم على المقابلة، أي الحديث المتبادل بين اثنين أحدهما الإذاعي المختص، والاخر الضيف، ويتوقف نجاح هذه البرامج على جاذبية المشتركين فيها من حيث شهرة الشخص أي الضيف، وبراعة المذيع المحاور في توجيه

<sup>1</sup> قباري محمد إسماعيل، علم الانسان، منشأة المعارف، الإسكندرية، د.ط، د.ت، ص 339.

<sup>2</sup> الانتماء الاجتماعي من بين اهم المفاهيم الأساسية في علم النفس الاجتماعي، فمن خلاله تتحدد طبيعة العلاقة بين الفرد والجماعة، بحيث الانتماء هنا هو عكس الاغتراب، الذي يعني ابتعاد الفرد عن ذاته وجماعته، الامر الذي يفقده انتماءه الاجتماعي، اما بابتعاده عن جماعته، او رفض الجماعة له، وذلك لاختلاف العادات والقيم، التي لا تتلاءم وروح الجماعة وقيمها.

دفة الحوار نحو الزوايا التي تثير اهتمام المستمع، فلا يمكن نجاح أي عمل دون إثارة اهتمامات العامة أي جمهور المستمعين.<sup>1</sup>

ولنجاح ذلك يجب إعداد الحوار إعداداً كاملاً من جانب المحاور والمتحاور معه، كما يمكن وضع خطوط إرشادية للأسئلة والاجابات، فأحياناً تكون برامج الحوار تلقائية دون إعداد مسبق، وأحياناً يتم إعدادها بشكل جزئي فقط.

وينطوي تقديم الحوار التلقائي تماماً، على بعض المخاطر مثل ان يكون المتحاور معه قليل المعلومات، او لا يجيد التعبير عن أفكاره، او تكون اجابته مختصرة جداً، او طويلة أكثر من اللازم، ومن ناحية أخرى، فكثيراً ما تسفر الحوارات المعدة بدقة عن قدر من التكلفة.<sup>2</sup> ويوجد أربعة أنواع من برامج الحوار:

- حوار الرأي: يركز على استجلاء رأي أحد الخبراء، او المختصين في موضوع ما، سواء فكري، سياسي، اقتصادي، ديني، رياضي، ثقافي، ادبي، فني، علمي. هذا النوع من الحوار غرضه التعرف على راء، وأفكار وخواطر العامة، والمختصين، في موضوعات خاصة، او مسائل بعينها، وفي أي موضوع يهم الرأي العام. والحقيقة ان اللجوء لأهل الرأي لأخذ رأيهم هو اقل قوة بكثير من رأي المواطن العادي، لأنه راي المجتمع.<sup>3</sup>

- حوار المعلومات: يسعى الى تقديم معلومات واقعية تمم الجمهور، ويستخدم هذا النوع كثيراً في برامج الاخبار، والمجلات، والوثائقية. هو نوع من الحوار الذي يسعى الى إعطاء معلومات معينة للناس عن موضوع معين، وهذا النوع يعتمد عليه في برامج الخدمات العامة، كالبرامج الموجهة للشباب والفلاحين، والبرامج

<sup>1</sup> عيسى محمود الحسن، الإذاعة والبرامج الجماهيرية، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، د.ط، 2009، ص91.

<sup>2</sup> حسن عماد مكايي، عادل عبد الغفار، الإذاعة في القرن الحادي والعشرين، مرجع سبق ذكره، ص74.

<sup>3</sup> عيسى محمود الحسن، الإذاعة والبرامج الجماهيرية، المرجع نفسه، ص، ص 90-91.

الخاصة بالصحة، وهو من البرامج التي يستمتع بها الجمهور، ويتفاعل معها إذ يتصور ان الأسئلة موجهة اليه، ويحس بها فيما يتعلق بالموضوع المطروح عليه.<sup>1</sup>

- حوار الشخصية: يهدف الى اثاره الاهتمامات الإنسانية من خلال سبر اغوار احدى الشخصيات، والكشف عن افكارها، واتجاهاتها، وسلوكياتها، ولا يهم ان كانت الشخصية هامة او بارزة، والفرق بينهما ان البارزة كعالم، او فنان، اما الشخصية الهامة فهي التي اكتسبت أهميتها بسبب حدث معين، ونجاح الحوار هنا يتوقف على التلقائية الطبيعية، فبقدر ما يكون طبيعيا بقدر ما ينجح.<sup>2</sup>

- حوار الاستدلال: ينطوي هذا النوع على توجيه أسئلة بسيطة للمواطن العادي، للتعرف على رايه، او تجاربه، او اتجاهاته، حيال موقف، او مشكلة، او قضية، وغالبا ما يستخدم الحوار الاستدلالي كجزء من برنامج تفصيلي حول شخصية، او قضية، او فكرة، بهدف التأكيد على فكرة البرنامج والتوحد مع المستمعين، من خلال الحوارات الميدانية، مقابلات الاستوديو، وحوار الهاتف من خلال مقابلات إذاعية سريعة تشعر المستمع بوفرة الإذاعة وتلقائيتها.<sup>3</sup>

وحتى ينجح الحوار لا بد ان ينجح المحاور في إيجاد الالفة والتفاهم، مع مصدر ودراسة الموضوع دراسة وافية قبل اجراء المقابلة، كما يجب تحديد اتجاه المقابلة مقدما، وتحديد الأسئلة الرئيسية، وان يعتمد القاء الأسئلة على الوضوح والبساطة، مع توجيه أسئلة للمتابعة والتوضيح، او تصحيح نقاط معينة والحفاظ على اتصال جيد مع المتحاور معه في إطار المودة والعلاقات الإنسانية التي تنعكس إيجابا على المستمع.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> عيسى محمود الحسن، الإذاعة والبرامج الجماهيرية، المرجع نفسه، ص100.

<sup>2</sup> عيسى محمود الحسن، الإذاعة والبرامج الجماهيرية، مرجع سابق، ص102.

<sup>3</sup> Peigh, T.D, The Use of Radio in The Social Development, Media Monograph The University of Chicago N°5, Chicago, 1979, p 96.

<sup>4</sup> رفعت عارف الضبع، الإذاعة النوعية وإنتاج البرامج الإذاعية، مرجع سابق، ص60.

### III. 1-2 برامج المناقشات.

تهدف برامج المناقشات، الى تبادل الآراء والمعلومات، للوصول الى حلول أسئلة هامة، او مشكلة معينة، ويجدر بنا عدم الخلط بين برامج الحوار، وبرامج المناقشات، فالأولى تهدف الى الحصول على المعلومات واستنباط الآراء، بينما تستهدف الثانية تبادل الآراء والمعلومات.

كما تتيح برامج المناقشات المناخ الملائم لتبادل الأفكار التي تشكل أهمية خاصة، لدى الجمهور المستهدف، وقد تكون المناقشات جادة، او خفيفة، ولكن الهدف منها دائما دفع المستمع الى التفكير، وابطس أنواع المناقشات هي امتداد لبرامج الحوار، حيث يقوم المحاور بدور أكثر إيجابية، فهو يطرح الأفكار التي تحفز المتناقشين على التمعن في الموضوع بشرط ان يقوم بذلك مذيع محنك في العمل الإذاعي.

وتنقسم برامج المناقشات الى أربعة أنواع رئيسية:

- المائدة المستديرة: يعد هذا النمط من أكثر برامج المناقشات شيوعا في الإذاعات ويطلق عليه أحيانا "الندوة المستديرة"، وهي تعتمد على تقديم عدد من الضيوف حول مائدة مستديرة، في موقف يتبادلون فيه الأفكار والآراء حول موضوع يهم الجمهور.
- الندوة الافقية: يعتمد على استضافة بعض الشخصيات الخيرة بالقضية المطروحة للنقاش، والتي لديها حلول واقعية قابلة للتطبيق لمشكلة معينة تمه الجماهير، اذ يسمح للمستمعين من المشاركة عبر الهاتف، وابداء آرائهم، وإدارة النقاش بتوازن وحياد، وتلخيص جميع الآراء في ختام الندوة.
- المناقشة الجماعية: يركز هذا النوع من المناقشات على بعض القضايا التي تمه فئة معينة من الجمهور، وتعتمد المناقشة على استخدام أسلوب التفكير الجماعي لطرح الآراء بكل حرية، من جانب الخبراء وبعض الافراد الذين يمثلون الجمهور المعني بالمشكلة، ويسعى كل مشارك

الى عرض أسباب المشكلة، ومظهرها، مستفيدا من نتائج البحوث والدراسات العلمية التي تقدم بعض الحلول القابلة للتنفيذ.<sup>1</sup>

- المناظرة: يكون بوجود طرف نقيض مثل الحزب الحاكم والمعرضة، ويستخدم كل طرف في المناظرة امكانياته، ومهاراته، وقدراته، على الاقناع في شرح أفكاره، وتفنيد آراء وأفكار الطرف الاخر، فيما تترك النهاية مفتوحة لحكم الجمهور.<sup>2</sup>

### III. 2 برامج النقاش والحوار ودورها في تفعيل الآراء.

تعتبر البرامج التي تشترك فيها الجماهير، سواء برامج الحوار، او المناقشات، أكثر وأشهر البرامج شيوعا، ويقول النقاد الاذاعيون ان مشاركة الجمهور في البرامج الاذاعية تنقل المستمع للبرامج، بدلا من ان ينقل البرنامج الى المستمع. فالإذاعة المحلية تولي اهتمام كبير لمثل هذه الاشكال البرمجية، لما لها من تأثير على المتلقي، وذلك باعتباره عنصرا أساسيا من العناصر العملية الاتصالية، اذ تخصص عادة برامج وحوار للنقاش، من اجل ابداء الآراء والاتجاهات المختلفة، التي تكون كبايات أساسية في عملية تكوين الرأي العام.

يبين الجدول رقم 27 مدى اهتمام المستمع المحلي بالحرص والبرامج المخصصة للنقاش.

الفئات	ولاية تلمسان		ولاية مستغانم		الجاميع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	76	38	79	39.5	155	38.75
لا	124	62	121	60.5	245	61.25
المجموع	200	100 %	200	100 %	400	100 %

<sup>1</sup> حسن عماد مكاي، عادل عبد الغفار، الإذاعة في القرن الحادي والعشرين، مرجع سبق ذكره، ص، ص77-80.

<sup>2</sup> Hilliard, R.L, **Radio Broadcasting : An Introduction to the Sound Medium**, New York, Hastings House Publishers, 1982, p 197.

نلاحظ من خلال الجدول ان نسبة 61.25% من مستمعي الإذاعة لا تستهويهم

برامج، او حصص النقاش، بينما نسبة 38.75% اولوا اهتماما لطبيعة هذه البرامج التي

تخصصها الإذاعة، في معالجة مختلف القضايا، السياسية، الاجتماعية، الثقافية، الاقتصادية،

وغيرها، فالمؤرخ الفرنسي غوستاف لوبون في كتابه: "سيكولوجية الجماهير" يرى ان الجماهير

تقبل الأفكار بعفوية وبعاطفة، ولا تناقشها، فبالنسبة له هناك دافع غريزي لدى الجماهير يقودها

لتنصيب قائد لها ليس بالضرورة أن يكون رجل حكيم أو عالم ولكن غالبا يتم انتقاؤه بناء على

ممارساته في القيادة، اذ يمارس عليهم عملية التنويم المغناطيسي كما يمارسه الطبيب على المريض

كما يضيف بأن الجماهير، هنا هي من تساعد القائد كي يصبح طاغية فيما بعد من خلال

حس الخضوع والالتزام بالطاعة، أما القائد فكل ما عليه فعله هو دغدغتهم بكلمات عاطفية

تدفعهم للتجمع والانقياد وراءه، فتنسى الجماهير بذلك شيئا فشيئا كل معاني الحرية وتنصهر

بقائدها الرمز ويصبح كل همها في الحياة إرضاء حاجاته وليس العكس.<sup>1</sup>

وهذا ما يتجلى في فئة البحث انهما من نوع الجمهور المتبني للأفكار الإعلامية في مختلف

المجالات، وأراء الغير، دون تحليلها او تفسيرها، واتباع راي الجماعة، او قائد الجماعة، مما يجعلها

فريسة سهلة في عملية التضليل الإعلامي، وهو من اهم العوامل المساعدة في طمس الرأي العام

اتجاه احداث وقضايا الاجتماعية، والسياسية، والثقافية.

يبين الجدول رقم 28 نسبة مشاركة المستمع المحلي في حصص وبرامج النقاش الاذاعي.

الفئات	ولاية تلمسان		ولاية مستغانم		الجميع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	89	44.5	64	32	153	38.25
لا	111	55.5	136	68	247	61.75
المجموع	200	100 %	200	100 %	400	100 %

<sup>1</sup> غوستاف لوبون، سيكولوجية الجماهير، تر: هاشم صالح، دار الساقي الحديث، بيروت، الطبعة الأولى، 1991، ص 32.

من خلال الجدول يتضح ان نسبة 38.25% شاركوا في برامج الحوار الامر الذي يعكس جدية اهتمامهم بهذا النوع من البرامج لإبداء آراءهم ومشاركتها مع الغير، فهنا يكون الحديث عن نوع الجمهور المتفاعل، وهو ذلك النمط من الجمهور الذي يتعرض باستمرار الى وسائل الاعلام، يستقي منها معلوماته عن المحيط (الداخلي والخارجي)، ويزود معارفه منها، وتشكل بالنسبة لمناقشاته، مصدرا رئيسيا، يريد من خلال ذلك التميز عن الاخرين والحفاظ على مكانته الاجتماعية في التأثير على الاخرين و فرض الرأي، كما تمكنه وسائل الاعلام من تقوية روابطه الطبقة، والرمزية مع الجماعات المختلفة التي ينتمي اليها، وهو جمهور يُخضع مضامين وسائل الاعلام التي يتعرض لها، الى النقد وابداء الرأي، والمشاركة في المناقشات، وقد يكون هذا النمط من الجمهور من ذوي الثقافة الواسعة، والمستوى العلمي العالي، تأهلهم لصنع القرار الإعلامي، والمشاركة في الحياة الاجتماعية والسياسية وعرض أفكارهم التي تتسم بالتنوع في المصادر، وربط الأشياء فيما بينها.<sup>1</sup>

بينما 61.75% من عينة البحث لا يهتمون ببرامج الحوار، ولم تتسنى لهم فرصة المشاركة في مثل هكذا برامج، التي تخصصها الإذاعة المحلية، وهو ذلك النوع السلبي من الجمهور، الذي لا يتعرض لوسائل الاعلام، الا نادرا، اما لأنه لا يثق في مضامينها، او ان لديه مصادر أخرى لمعلوماته عن الوضع، وان كان تعرضه لوسائل الاعلام للتلفزيون، او الإذاعة التي لا تتطلب جهدا او عناء في فهم مضمونها، كما انه جمهور لا يميل الى التفكير، ولهذا ترضيه الصورة السطحية للمجتمع، دون حاجة الى الفهم او تفسير الآراء.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> يوسف تمار، نظرية **Agenda setting**، دراسة نقدية على ضوء الحقائق الاجتماعية والثقافية والإعلامية في المجتمع الإعلامي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2004-2005، ص188.

<sup>2</sup> يوسف تمار، نظرية **Agenda setting**، المرجع نفسه، ص187.

يبين الجدول رقم 29 طبيعة الحصص الإذاعية التي شارك فيها المستمع.

الفئات	ولاية تلمسان		ولاية مستغانم		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الاجتماعية	36	40.45	26	40.62	62	40.52
الثقافية	12	13.48	2	3.13	14	9.15
السياسية	11	12.36	5	7.81	16	10.46
الرياضية	08	8.99	17	26.57	25	16.34
الاقتصادية	0	0	5	7.81	5	3.27
الدينية	19	21.35	9	14.06	28	18.30
الإرشادية	03	3.37	7	10.94	10	6.53
أخرى	0	0	0	0	0	0
المجموع	89	100 %	64	100 %	153	100 %

إن نسبة 40.52% من مشاركة المبحوثين في برامج الحوار ذات طبيعة اجتماعية، ونسبة 18.30% للبرامج الدينية، أما بالنسبة للبرامج الرياضية فكانت بنسبة 16.34%، ونسبة 10.46%، كانت مشاركتهم في إطار البرامج السياسية، و 9.15% بالنسبة للبرامج الثقافية.

فالإنسان ذو طبيعة اجتماعية، يميل الى الجماعة، والمحافظة على بقائه فيها، واستمراره كعضو فيها، وهو بحاجة ان يفرض مكانته فيها، من خلال مسيرته الاحداث، والاطلاع قدر المستطاع على ما يجري فيها من احداث اجتماعية، كحاجة منه الى توطيد انتمائه، باكتساب المعلومات والمعرفة التي تدعم مكانته في الجماعة، فيشاركها افكاره واهتماماته، واتجاهاته، وهذا ما تقدمه الإذاعة المحلية للجمهور المتفاعل، من خلال برامج النقاش والحوار التي تدفع بالفرد بتعزيز انتمائه

من خلال اثناء المناقشات حول القضايا والمشاكل، والاهتمامات الاجتماعية التي تذيبها الإذاعة المحلية.

كذلك هنالك علاقة وطيدة بين الإذاعة المحلية والفرد المحلي في المجال الديني، إذ يستقطبه هذا النوع من البرامج، فنجدته متفاعلا معها، من خلال ابداء آرائه، وافكاره، وذلك يرجع الى أهمية الدين في حياة الشعوب، والمجتمعات، فالدين كما يراه عالم الاجتماع إميل دوركهايم هو جوهر الجماعة باعتباره القوة الغامضة التي يشعر بها الأفراد، وتوثر فيهم، فهو الشيء الذي يشتركون فيه جميعا، إذ ينظم حياتهم ويعطيهم الشعور بالأمن والسعادة، ولكنه يفرض عليهم سلوك الجماعة الأخلاقي وتصبح وظيفته المحافظة على وحدة الجماعة.<sup>1</sup>

وعليه نجد هذه الفئة من مجتمع البحث، مهمة جدا بكيفية انتمائها الى مجتمعها من خلال المساهمة في عملية بناء أفكاره، وتحديد اتجاهاته، من خلال اثناء النقاش والحوار عبر وسائل الاعلام، الذي يعد نافذة على المجتمع فيما يخص البرامج الاجتماعية، والسياسية، والدينية.

يبين الجدول رقم 30 شكل مشاركة المستمع المحلي في حصص النقاش.

المجاميع		ولاية مستغانم		ولاية تلمسان		الفئات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
11.76	18	17.19	11	7.87	07	في استوديوهات الإذاعة
73.86	113	65.63	42	79.78	71	عن طريق الهاتف
13.07	20	17.19	11	10.11	09	أخرى
100 %	153	100 %	64	100 %	89	المجموع

<sup>1</sup> بدر يحيى مرسي، علم الاجتماع: مقدمة في سوسولوجيا المجتمع، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، د.ط، 2008، ص 80.

يوضح الجدول طبيعة المشاركة في حصص النقاش، فكانت نسبة 73.86% شاركوا عن طريق الهاتف، و13.07% عن طريق وسائل أخرى أهمها ارسال رسائل بريدية الى مواقع الإذاعة المحلية، و11.76% شاركوا في البرامج الحوارية من خلال استوديو الإذاعة، بصفتهم جمهور تهمه القضية المطروحة للنقاش.

من خلال التقنيات التكنولوجية، التي توفرها الإذاعة للمستمعين من اجل اشاركهم في العملية الاتصالية التي بفضلها يتم التأثير والتأثر في الآراء، والاتجاهات، بحيث يتسنى للفرد المحلي المشاركة في الحدث عن قرب، وابداء انطباعاته حول المشاكل والقضايا، عبر التفاعل والتواصل بواسطة وسائل الاعلام والمشاركة فيها، خاصة البرامج التفاعلية والتي تكون أساسا متعلقة بالمجال الاجتماعي، أيضا تستخدم الإذاعة المحلية عادة شبكات التواصل الاجتماعي، والانترنت، الإلكتروني، والفيس بوك، والتويتر، وغيرها من مواقع التواصل الاجتماعي، التي تتيح للجمهور لإبداء آرائه، او كأداة تستعملها في بث رسائلها المتنوعة.

فتكون وسائل الاعلام عامة والإذاعة خاصة في هذا الوضع مسؤولة عن نوع الاتصال الاجتماعي الذي يعرف على انه ذلك الاحتكاك المتبادل بين الافراد بعضهم مع بعض عن طريق وسائل الاعلام التي تتولى تعميق الصلات الاجتماعية وتنميتها.<sup>1</sup>

#### IV. الإذاعة المحلية والرأي العام.

##### IV. 1 الاعلام المحلي.

ان الاعلام عملية تنطوي على مجموعة الأنشطة الاتصالية، التي تهدف الى تزويد الجماهير بكافة الحقائق عن القضايا، والموضوعات بطريقة شفافة وموضوعية، الامر الذي يؤدي الى خلق أكبر درجة من المعرفة، والوعي والادراك، مما يساهم في عملية تنوير الرأي العام وتكوينه تكويننا صائبا لدي الجمهور، اثناء الوقائع، والأحداث المثارة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> محمد جاسم فلحي الموسوي، نظريات الاتصال والاعلام الجماهيري، الاكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، الدنمارك، د.ط، د.ت، ص11.

<sup>2</sup> سمير محمد حسين، الاعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام، عالم الكتب، القاهرة، الطبعة الثانية، 1993، ص 21.

ان الاعلام المحلي هو شكل من اشكال الاعلام ككل، فهو اعلام محدود النطاق يختص بمنطقة معينة تدعى المجتمع المحلي، اذ يهتم بشكل مباشر بأفراد المجتمع المحلي، بعاداتهم وتقاليدهم وكل ما يميزهم عن باقي المناطق الأخرى، فهو اعلام يختص بالدرجة الأولى بتخزين تراث الأجيال اللاحقة، وقد جاءت الإذاعات المحلية لتغطية ما لم تستطع الإذاعة الوطنية من تغطيته.<sup>1</sup>

فالإعلام المحلي يهدف الى خدمة مجتمع محلي، من خلال التعبير عن حاجاته، واهتماماته، وتنويره، مع المحافظة على قيمه، وعاداته وهويته الثقافية، بخطة واضحة، واهداف محددة تقوم على حرية الرأي والتعبير، والشفافية والموضوعية.<sup>2</sup>

ان للإعلام المحلي أهمية في تزويد افراد مجتمعه بالثقافة والتربية، والمعلومات الحضارية التي تتعلق بأمور حياتهم ومشاكلهم اليومية، وتنمية القيم، مع مساندة المجتمع الكلي، وتحسين أنماط وسبل العيش.<sup>3</sup>

كما يعد الاعلام المحلي وسيلة تخدم المجتمع ككل، لمساهمته في الدفع لكسب المعرفة، والثقافة، والتحرر من الجهل والتخلف، بجميع اشكاله، ليتمكن المجتمع من الازدهار، واحراز التقدم الشامل.<sup>4</sup>

كما يجد الإشارة الى اهم اشكال، ووسائل الاعلام المحلي سواء التقليدية كالصحف، والإذاعة، والتلفزيون، او الحديثة كالأنترنت، ومواقع الشبكات الاجتماعية، التي من خلالها يقدم رسائله، وبرامجها الهادفة الى التأثير في افراده، وتحسين قيمهم، وتهذيب سلوكياتهم، الى جانب

<sup>1</sup> عبد الله المسلمي ابراهيم، الراديو والتلفزيون وتنمية المجتمع المحلي، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 1996، ص، ص 39-41.

<sup>2</sup> عبد المجيد شكري، الاعلام المحلي في ضوء متغيرات العصر-اسسه نظرياته ووسائله-ودوره في الدول النامية والمتقدمة، دار الفكر العربي، القاهرة، الطبعة الاولى، 2007، ص 32.

<sup>3</sup> راسم محمد جمال، الاتصال والاعلام في الوطن العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، الطبعة الثالثة، 2004، 110.

<sup>4</sup> عبد العزيز شرف، مدخل الى وسائل الاعلام والاتصال-الصحافة، الإذاعة، التلفزيون، المسرح، الأقمار الصناعية-، دار الكتاب المصري، القاهرة، د.ط، 1980، ص 114.

الكم المعرفي، الذي يقدمه الاعلام المحلي في مختلف القضايا، والمجالات، الاجتماعية، والسياسية، والثقافية، والاقتصادية، ومبين هذه الوسائل تقتصر على اهم الوسائل التقليدية وهي:

#### IV. 1-1 الصحافة المحلية:

والتي تتركز على الاخبار والقضايا، والمشاكل اليومية للمجتمع المحلي، الى جانب تطرقها أيضا الى الاخبار والقضايا الوطنية، والعالمية، باعتبار المجتمع المحلي البيئة التي تستقي منها الصحافة المحلية، والحوارية مادتها الأولية، والتي تقوم على أساس الثقة المتبادلة بين القارئ المحلي، والصحيفة.<sup>1</sup>

كما ان تشجيع مثل هذه الصحف الصغيرة، الموجهة بالدرجة الأولى الى المجتمعات المحلية، تساهم في تعبئة الرأي العام المحلي، وتوعيته مع خلق لعادة القراءة والمطالعة، التي من شأنها تحسين ثقافة الفرد المحلي وتطويرها.<sup>2</sup>

#### IV. 2-1 التلفزيون المحلي:

يعد التلفزيون المحلي اليوم من اهم وسائل النشر، اذ يستطيع دخول المنازل واقناع الافراد بكل سهولة، وسلاسة، وقد أصبح التلفزيون المحلي من أوسع الوسائل انتشارا، وأكثرها جاذبية، وذلك لقدرته على مخاطبة الطبقات المختلفة من الجمهور في النوع، ومستوى العمري، والفكري.<sup>3</sup> وكانت البدايات الأولى لظهور التلفزيون المحلي بالولايات المتحدة الامريكية، تلتها التي عرفت تأخر نسبي في ظهوره، اما فيما يخص الوطن العربي فقد ظهر التلفزيون بالعراق عام 1956 كأول بث منتظم داخل أراضيه، قد سبقته مصر 1947 و المغرب سنة 1954، ولكنه كان عن طريق شركات فرنسية، وسط دعوات للمقاطعة، باعتباره وسيلة للدعاية يستعملها المحتل خاصة انه كان ييثر باللغة الفرنسية، اما في الجزائر فظهر 1956 تحت اسم الديوان الفرنسي للإذاعة والتلفزيون، وبعد الاستقلال تم تغيير اسمه الى الإذاعة والتلفزة الجزائرية، الى أواخر الثمانينات حيث تم فصلهما، اما فيما يخص التلفزيون المحلي في الجزائر كان من خلال انشاء مجموعة من المحطات

<sup>1</sup> عبد الله المسلمي ابراهيم، الاعلام الإقليمي-دراسة نظرية وميدانية-، دار العرب للنشر والتوزيع، مرجع سبق ذكره، ص102.

<sup>2</sup> عبد الله المسلمي ابراهيم، الاعلام الإقليمي، المرجع السابق، ص 103.

<sup>3</sup> محمد منير حجاب، الاعلام والتنمية الشاملة، مرجع سابق، ص453.

العمومية للقطاع، التي تبث برامجها بالاشتراك مع التلفزيون الرسمي، وهي محطة قسنطينة، وهران، ورقلة، و محطة بشار.<sup>1</sup>

يعمل التلفزيون المحلي على تغطية الاخبار والاحداث المحلية، وتسليط الضوء على قضايا ومشاكل الافراد المحليين، بطريقة تتماشى وطبيعة الجماهير المحلية واحتياجاتها المعرفية في ظل الاهتمام الواسع بالتلفزيون، والإذاعة.

#### IV. 1-3 الإذاعة المحلية:

والتي سبق ان أشرنا اليها على انها وسيلة إعلامية موجهة لمجتمع محدود جغرافيا، واجتماعيا، واقتصاديا، وثقافيا، وعليه تكون الإذاعة المحلية من خلال رسائلها تخاطب مجتمع له ارتباطات اجتماعية، وتقاليد، وعادات وتراث فكري خاص، وحتى لهجة محلية مما يشعر المستمع بحس الانتماء اليها، مع توفير المشاركة المباشرة والغير مباشرة لمناقشة قضاياها ومشكلاته اليومية مما يعزز طبيعة العلاقة بينها.<sup>2</sup>

في الأخير يمكن القول انه لا يوجد بيت في العالم المعاصر يخلو من هذه الوسائل الإعلامية، التي قد نجدها أيضا في سياراتنا، ومكاتبنا، مقدمة بذلك مواد أساسية، نشوق لقراءتها، او مشاهدتها، او الاستماع اليها.

#### IV. 2 نظريات التأثير لوسائل الاعلام.

أدى ظهور علوم الاعلام والاتصال كمجال معرفي، ومرافقها من الكم الهائل في الوسائل الإعلامية الجماهيرية، الى ظهور مشاكل أخرى تربطها وعلاقتها بالرأي العام، باعتباره الهدف الأسمى لها، بالإضافة الى محاولة معرفة طرق الكشف عن الكيفية التي يعمل بها الاتصال في اعادة بناء الاستعدادات الثقافية، والاجتماعية للفرد داخل مجتمعه.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> فاروق ناجي محمود، البرنامج التلفزيوني: كتاباته ومقومات نجاحه، دار الفجر، بيروت، د.ط، 2007، ص، ص70-74.

<sup>2</sup> يوسف مرزوقي، الإذاعة الإقليمية وتحقيق اهداف التنمية، مكتبة الانجلو مصرية، القاهرة، الطبعة الأولى، 1988، ص 39-40.

<sup>3</sup> Lazar Judith, Sociologie de la communication de masse, Paris : Armand colin, 1991, P

وموضوع تأثير وسائل الاعلام على الافراد ليس جديدا بدأ من لازار سفيلد وميرطون الى اليوم نظرا لانتشارها الواسع وكثرة مضامينها، أدى الى ظهور دراسات، وابحاث، نشأة عنها عدة نظريات، لفهم طبيعة الجماهير، والوسائل الإعلامية ومضامينها ومدى تأثيرها، التي تختلف من مجتمع الى اخر، وفي هذا العنصر سنتطرق اهم نظريات التأثير لوسائل الاعلام حسب طبيعة التأثير، والجمهور، والقائم بالاتصال، والتي كان انتقاؤها يتماشى وفق احتياجات هذه الدراسة.

#### IV. 1-2 النظريات المتعلقة بالقائم بالاتصال.

- 1- نظرية الرصاصة او الحقنة تحت الجلد: الرسالة تصل إلى كل فرد بشكل مستقل وهو منعزل عن الآخرين، فلا تفاعل بينهم، وتكون الاستجابة قوية ومحقة لأهداف القائم بالاتصال، اذ تحقن وسائل الاعلام اراء الافراد المنعزلين، ومواقفهم دون ان يكون لهم اية مقاومة. وهو الانتقال الخطي للعملية الاتصالية الذي اقترحه شانون وويفر.
- 2- نظرية تدفق الاتصال: والتي جاءت بفضل الدراسة التي قام بها لازر سفيلد وزملاؤه، اذ تفترض ان قادة الرأي العام في المجتمع هم المستقبلين للمعلومات من وسائل الاعلام ويمرونها، والاهم هنا ان هؤلاء القادة يتغيرون من وقت الى اخر، والتأثير هنا يكون غير مباشر، ولكن من تأويلات المتلقي للرسالة.<sup>1</sup>
- 3- نظرية حارس البوابة: يرجع الفضل الى عالم النفس النمساوي الأصل والامريكي الجنسية، كيرت ليوين في تطوير ما أصبح يعرف بنظرية حارس البوابة الإعلامية، اذ يرى ان طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل الى الجمهور المستهدف توجد نقاط، او كما يسمى بوابات، يتم فيها اتخاذ القرار بما يدخل وما يخرج، ويصبح نفوذ من يديرون هذه البوابات له أهمية كبيرة في انتقال المعلومات.<sup>2</sup>
- 4- نظرية ترتيب الأولويات: تهتم هذه النظرية بدراسة العلاقات التبادلية بين وسائل الاعلام والجمهور الذي يتعرض لهذه الوسائل في ترتيب أولويات القضايا التي تهتم

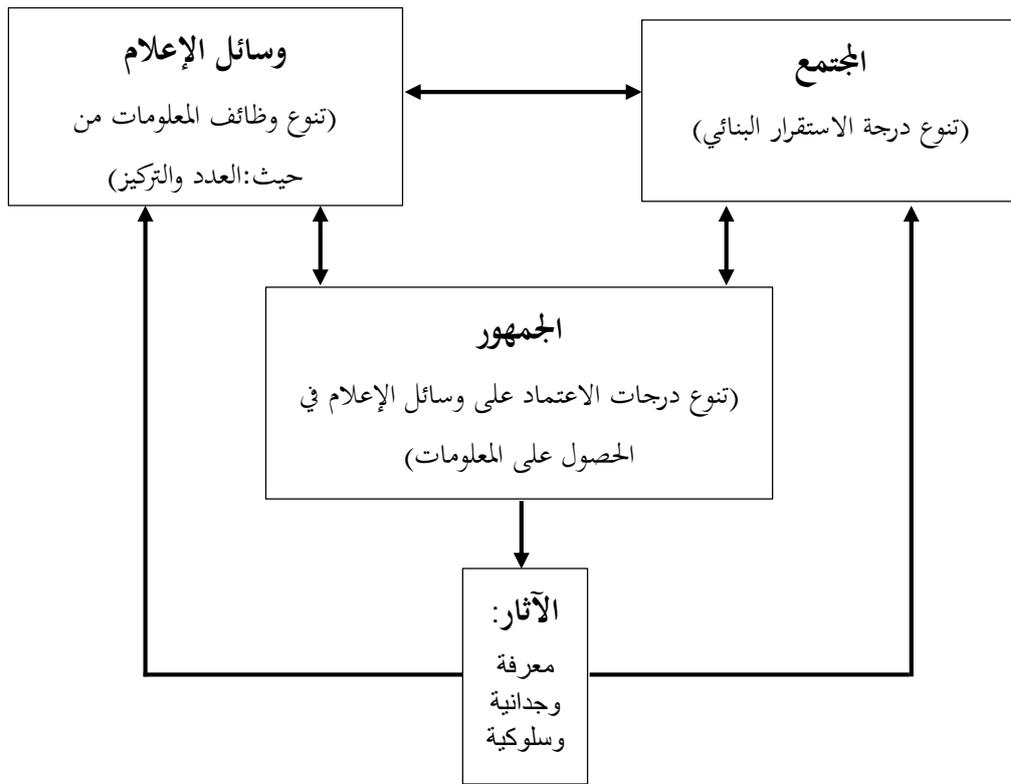
<sup>1</sup> علي قسايسية، مقاربات السلوك الاتصالي للجمهور: نماذج وابحاث وسائل الاعلام، دار هومة، الجزائر، 2005، د.ط، ص 82.

<sup>2</sup> عماد حسن مكاوي، عاطف عدلي العبد، نظريات الاعلام، مرجع سابق، ص، ص 296-297.

المجتمع، فوسائل الاعلام هي التي توجه اهتمام الجماهير نحو قضايا بعينها، أي ان وسائل الاعلام هي من تقوم بترتيب اهتمامات الافراد من خلال ابراز، او اهمال قضايا معينة.<sup>1</sup>

ويقترح ملفين ديفلير عن الاعتماد المتبادل بين كل من وسائل الاعلام والنظم الاجتماعية، والجمهور.

يبين الرسم البياني رقم 09 العلاقات التبادلية بين المجتمع ووسائل الاعلام والجمهور.



المصدر: حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي العبد، نظريات الاعلام، الدار العربية للنشر والتوزيع، د.ط، 2008، ص404.

5- نظرية الغرس الثقافي: هي نظرية اجتماعية تهدف الى دراسة تأثير التلفزيون على الأمريكيين، في الستينيات والسبعينيات، وضعها مجموعة من العلماء، ولكن مؤسسها الرئيسي هو العالم الأمريكي جورج جيرنر، تعلقت بوسيلة التلفزيون لدراسة العنف

<sup>1</sup>Charron Danielle, **Une Introduction à la Communication**, Troisième édition, Université de Québec, 2009, p34.

والجريمة في المضامين التلفزيونية، فتطورت ونتج عنها اكتشاف ان الفرد الذي يتعرض للتلفزيون، تنغرس فيه قيم، وتصورات تجعله يتبناها ويظن انها فعلا ما يحدث بالواقع، وبالتالي تنغرس فيه لا شعوريا، فاذا سأئلناه عن ظاهرة ما يكون تفسيره ونظرته حسب ما يتلقاه من التلفزيون، و مغايرة تماما للواقع، وبالتالي يصبح الواقع الإعلامي المدرك من التلفزيون هو ما يعتمد عليه الفرد في علاقته بالآخرين.<sup>1</sup>

6- نظرية المسؤولية الاجتماعية: ترجع نشأة هذه النظرية الى ما بعد الحرب العالمية الثانية، في الولايات المتحدة الامريكية، والتي اهتمت بدراسة دور وسائل الاعلام في المجتمع وتقوم هذه النظرية على الممارسة الإعلامية بحرية قائمة على مسؤولية اجتماعية، اذ لا بد من التزام وسائل الاعلام بمسؤوليات معينة اتجاه المجتمع، الى جانب الصدق والموضوعية، مع ضرورة دراسة القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية، والدور الذي تلعبه في التأثير على المجتمع.<sup>2</sup>

#### IV. 2-2 النظريات المتعلقة بالجمهور.

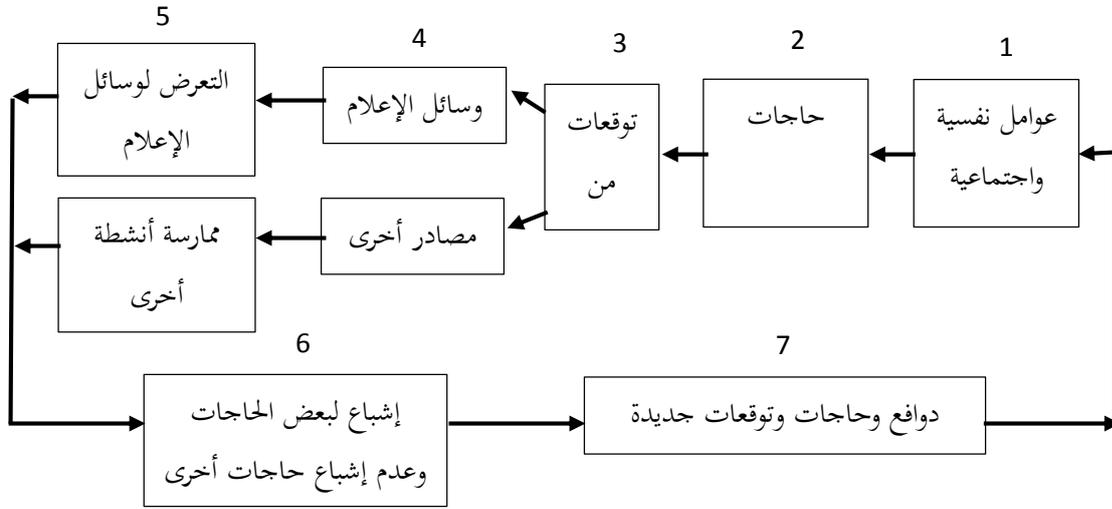
1- نظرية الاشباع والاستخدام: وفق هذه النظرية فان الافراد يستخدمون وسائل الاعلام لتلبية استعمالاتهم، واشباع حاجياتهم كحاجة اجتماعية، او نفسية تدفعهم الى ذلك، فتأثير وسائل الاعلام هنا لا يكون قوي، فالأفراد هنا يتعرضون لوسائل الاعلام قصد مساعدتهم على الفهم والترفيه، وفي هذه الحالة تصبح وسائل الاعلام رهينة الجماهير، يستخدمونها عند الحاجة، ويستغني عنها إذ أرى انها لا تلي حاجاته.

ويعبر كاتز وزملاؤه عن نموذج الاستخدامات والاشباع في الشكل الاتي:

<sup>1</sup> محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، مرجع سابق، ص266.

<sup>2</sup> عبد الله محمد عبد الرحمان، سوسيولوجيا الاتصال والاعلام، دار المعارف الجامعية، القاهرة، الطبعة الأولى، 2010، مرجع سابق، ص 174.

الرسم البياني رقم 10 يبين نموذج كاتز للاستخدامات والاشباكات لوسائل الاعلام.



المصدر: حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي العبد، نظريات الاعلام، الدار العربية للنشر والتوزيع، د.ط، 2008، ص365.

2- نظرية الاعتماد: نموذج لتوضيح العلاقة بين وسائل الإعلام والقوى الاجتماعية الأخرى ورأي أن المؤسسة الإعلامية هي نظام اجتماعي ذو طبيعة تبادلية مع الأنظمة الأخرى الموجودة في المجتمع وبالتالي يصعب فهم طبيعة ادوار وسائل الإعلام وتأثيرها، ما لم يتم فهم طبيعة الاعتماد المتبادل بين نظام الوسائل الإعلامية والأنظمة الاجتماعية الأخرى، هذا التبادل الذي يؤثر في مضمون الرسالة الإعلامية وتقوية اعتماد الافراد عليها، فكلما قدمت مضامين مهمة للفرد زاد في الاعتماد عليها، وبالتالي يكون هنا التأثير قوي عليهم.<sup>1</sup>

3- نظرية الفروق الاجتماعية: ترى هذه النظرية ان الافراد الذين ينتمون الى الطبقات الاجتماعية العليا، يوسعون معارفهم عند التعرض لمحتوى الرسالة الإعلامية، أكثر من الافراد الذين ينتمون الى الطبقات الدنيا، وبالتالي تزداد حدة الفروق المعرفية بين الطبقات الاجتماعية، عكس ما كان متوقع كون وسائل الاعلام تقضي على اللامساواة الاجتماعية، والثقافية، والفروق المعرفية تلعب دورا أساسيا في الكيفية التي تؤثر بها مضامين

<sup>1</sup> ميلفن ديفلر، ساندر بول، روكيتش، نظريات وسائل الاعلام، تر: كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، د.ط، 2002، مرجع سابق، ص 411.

الرسالة الإعلامية، فالاعتراف بوجود هذه الفروق والاعتماد عليها في بناء الرسالة الإعلامية له اثر على المتلقي من الناحية النفسية والاجتماعية.<sup>1</sup>

4- نظرية العلاقات الاجتماعية: والتي اشارت اليها كل من دراسة لزار سفيلد وبرلسون وجوديت في أوائل عام 1945 حيث قاموا بإجراء دراسات حول تأثير الحملات الانتخابية عبر وسائل الاعلام على الناخبين الأمريكيين، والتي افضت الى ان جماعات الاهل والصدقاء والمعارف قد تساعد على قبول أو رفض الافكار التي تبثها وسائل الاعلام.<sup>2</sup>

5- نظرية لولب الصمت: من اهم النظريات التي تؤكد على قوة وسائل الاعلام في تكوين الرأي العام، فالفرد المتلقي اذا لم يلمس نوع من الموافقة من طرف المحيط الخارجي، او وسائل الاعلام على آرائه، وافكاره، فانه يلزم الصمت، او ينسحب من النقاش، فوسائل الاعلام هنا لديها القدرة في توجيه الافراد ليس في الكيفية التي يجب ان يفكروا فيها، بل فيما لا يجب التفكير فيه، وقد طورت هذه النظرية الباحثة الألمانية اليزابيث نوبل نيومان، التي نادى بالعودة الى قوة وسائل الاعلام باعتبارها دور محوري في تكوين الاتجاه السائد حول القضايا المثارة في المجتمع.<sup>3</sup>

#### IV. 2-3 النظريات المتعلقة بنوع التأثير.

1- نظرية التأثير التراكمي: يرى أصحاب هذه النظرية أن تأثير وسائل الإعلام لا يظهر مباشرة، وإنما بعد فترة زمنية طويلة من خلال تراكم المضامين الإعلامية، والمتابعة الطويلة لها، بحيث تعمل على تغيير المواقف، والاتجاهات، والاعتقادات، بطريقة غير مباشرة، الفرد يحتاج الى فترة زمنية حتى يغير من نمط تفكيره، وعيشه، الى جانب التركيبة الشخصية، والاجتماعية، ونوع الوسيلة ومضمونها، وهذا ما ينطبق على نظرية لولب الصمت.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> يوسف تمار، نظرية **Agenda setting**، دراسة نقدية على ضوء الحقائق الاجتماعية والثقافية والإعلامية في المجتمع الإعلامي، ص85.

<sup>2</sup> حسن عماد مكاي، ليلي حسي السيد: الاتصال ونظرياته العاصرة، الدار المصرية اللبنانية، مرجع سابق، ص 250.

<sup>3</sup> يوسف تمار، نظرية **Agenda setting**، المرجع نفسه، ص88.

<sup>4</sup> محمد بن عبد الرحمان الحضيف، كيف تؤثر وسائل الاعلام: دراسة في النظريات والأساليب، مرجع سابق، ص 18.

2- نظرية التأثير المباشر: ترى هذه النظرية ان الفرد المتلقي، في علاقة تأثير مباشر مع محتوى الرسالة، ومضامين الوسيلة الإعلامية، كما لها أثر مباشر، وفوري على الاتجاهات، والآراء، والسلوك، وهذا ما ينطبق على نظرية الحقنة تحت الجلد.<sup>1</sup>

#### IV. 3 تأثير الإذاعة المحلية على توجهات الرأي العام المحلي.

لا أحد ينكر العلاقة الموجودة بين الاعلام والرأي العام، فاذا كان الاعلام يزود الناس بأكبر قدر ممكن من المعلومات، فان الرأي العام يتشكل، ويتكون، وفق ما يحتويه الاعلام من مضامين، وارتباط رأي عام واعي مبني على أسس صحيحة، مرهون بمدى موضوعية، وشفافية هذه المضامين الإعلامية.

و مع التقدم التكنولوجي الذي مس وسائل الاعلام والاتصال، تطورت الاذاعة كوسيلة إعلامية فعّالة في هذا المجال ، الامر الذي أعطى معنى جديدا للاتصال والتأثير في الآخرين، فأصبحت من أفضل وسائل الاتصال، على المستوى الدولي، والوطني، والمحلي، وأوسعها انتشارا، فبدأت تعتمد على الجماهير في حصولها على المعلومات بشتى أنواعها، ومختلف اتجاهاتها، الامر الذي تستغله الإذاعة على غرار وسائل الاعلام الأخرى في التأثير على سلوكيات الافراد، وافكارهم من خلال تقديم الرسالة الإعلامية المنشودة وتوصيلها الى الراي العام المحلي، والوطني، والعالمي، فلا احد يجزم ماهية، او قوة التأثير الا انه يمكن حصرها في ثلاثة مجالات:

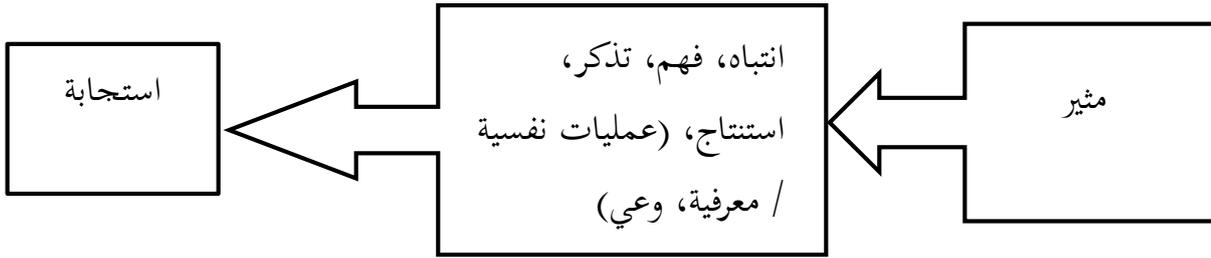
1- المعرفة والادراك: يكون دور وسائل الاعلام هنا بكشف الغموض الناتج عن نقص المعلومات، عن القضايا، او الاحداث، اذ يتعمدها المتلقي لتفسير، وتوضيح، ما يدور حوله من احداث غامضة، ومعلومات ناقصة لديه، وهذا ما اشارة اليه نظرية الاعتماد، كذلك تعمل وسائل الاعلام هنا على تكوين الاتجاهات، لدى الافراد وتوسيع دائرة اهتماماتهم، ومعارفهم، من خلال تزويدهم بمعارف ومعلومات جديدة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> محمد بن عبد الرحمان الحضيف، كيف تؤثر وسائل الاعلام: دراسة في النظريات والأساليب، المرجع نفسه، 16.

<sup>2</sup> محمد خليل الرفاعي، دور الاعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الاسرة العربية-دراسة تحليلية-، مجلة جامعة دمشق، المجلد 27، العدد الأول+ الثاني، 2011، ص 687.

2- القيم والاتجاهات: تعمل وسائل الاعلام داخل مجتمعتها، بتعزيز قيمه، واتجاهاته التي تشكل مدخلا لتكوين القيم، وهو الدور المكمل لمؤسسات التنشئة الاجتماعية، كالأسرة، والمدرسة، والجماعات المحلية، والمسجد، الا ان دور وسائل الاعلام هنا يقل اذا كان دور هذه المؤسسات قويا، خاصة فيما يتعلق بالأبعاد النفسية، والاجتماعية، والدينية، الامر الذي يجعل التعرض لوسائل الاعلام مرهون بالبعد الاجتماعي، فكلما كانت هذه الوسائل تتماشى وفق قيمهم كلما زادت نسبة التعرض، وكلما ابتعدت عن قيم البعد الاجتماعي زادة شدة النفور، ويتم هذا عن طريق نمط الاستعمال لوسائل الاعلام الذي يتم في عمومه وسط الاسرة، او مع بعض افراد الاسرة في حال التلفزيون والإذاعة، وكذلك من خلال محتويات الخيال التي لا تهدد هذه القيم لأنها تستعمل لغرض الترفيه أساسا.<sup>1</sup>

وطبقا لكارل هو فلاند<sup>2</sup> تتشكل الاتجاهات نتيجة مثير يؤدي الى استجابة.



المصدر: محمد خليل الرفاعي، دور الاعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الاسرة العربية-دراسة تحليلية-، مجلة جامعة دمشق، المجلد 27، العدد الأول+ الثاني، 2011، ص716.

3- السلوك: تشكل القيم يعد مقياسا للسلوك، بحيث تأثر وسائل الاعلام في المعتقدات، والاتجاهات، والسلوك هو النشاط الذي يقوم به المتلقي، والنتائج عن التعرض لوسائل الاعلام، ويكون المعبر عن شدة، ونوع هذا التأثير.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> السعيد بو معيزة، أثر وسائل الاعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب-دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2005-2006، ص، ص294-295.

<sup>2</sup> كارل هو فلاند-Carl Hovland- عالم نفس امريكي له اسهامات هامة في علم النفس التجريبي، والمعرفي، والاجتماعي، ويعتبر من الرواد في مجال البحث عن تأثير وسائل الاعلام على المواقف، والمعتقدات.

<sup>3</sup> سناء محمد الجبور، الاعلام والرأي العام العربي والعالمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2010، ص148.

ولهذا تسعى الإذاعة المحلية في التأثير على اتجاهات، وأراء مستمعيها من خلال باقاتها الإعلامية المتنوعة، بهدف تحديد، وتوجيه الرأي العام المحلي، توجيهها سليما واعيا لحقيقة ما يدور من حوله من قضايا، واحداث تمه كفرد محلي.

يبين الجدول رقم 31 انطباع المستمع حيال المعلومة الاذاعية.

الفئات	ولاية تلمسان		ولاية مستغانم		الجميع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الاستماع فقط	96	48	73	36.5	169	42.25
الاستيعاب	42	21	61	30.5	103	25.75
المناقشة	33	16.5	26	13	95	23.75
المتابعة	29	14.5	40	20	69	17.25
المجموع	200	100 %	200	100 %	400	100 %

يوضح الجدول ان نسبة 42.25 % من مستمعي الإذاعة المحلية، يرون ان المعلومة المذاعة هي جديرة فقط للاستماع، الامر الذي يعكس انعدام الثقة فيما تقدمه الإذاعة كوسيلة إعلامية، هذا من جهة، اما من جهة ثانية نلتمس هنا وجود أثر لنظرية الاشباع والاستخدام المتعلقة بتأثير وسائل الاعلام، فالفرد المحلي يلجأ للإذاعة المحلية، ليس لجوء سلمي في ان يستقبل كل ما تعرضه، ولكن تعرضه يكون وفق مضامين تلي حاجاته، ومتطلباته النفسية، والاجتماعية، كالترفيه، او التقصي عن معلومة، لكن ليس بالضرورة ان يصدقها او يعتمدها في حياته اليومية. كما تقدم الإذاعة برامج سياسية، واجتماعية، وثقافية، تسهم في مساعدة الفرد على فهم وإدراك، ما يحيط به داخليا، او خارجيا، اذ يعتمدها المتلقي في اشباع حاجياته سواء كانت حاجات معرفية إدراكية كالاتجاهات، وترتيب الأولويات، أو الحاجات العاطفية الوجدانية التي تساهم في استقرار ادوار الفرد في المجتمع، وهذا ما اعتبرته عينة البحث بنسبة 25.75 %

مصرحين على ان المعلومات الاذاعية هي جديدة بالفهم والاستيعاب، وهذا ما جاءت به نظرية الاعتماد.

اما نسبة 23.75% أكدوا على ان المعلومات الاذاعية جديدة بالمناقشة، وهذا هو الامر المهم الا ان الاعتقاد كان بأقل تقدير.

فالمناقشة هي من أحد اهم مراحل تكون الرأي العام وتشكله، تسبقها القضية او المشكلة، وتليها اتخاذ القرارات وتبنيها كرؤية، او اتجاه، تحدد طبيعة مواقفنا وآرائنا اتجاه الاحداث، فالمناقشة تسمح بتناول الأفكار، والآراء بين طرفين او أكثر، بتعمق واستقصاء للوصول الى الحق.

الا انه في هذه الحالة نجد عامل المناقشة والحوار المتبادل لا يخرج عن محيط الإذاعة، الذي يكون بين القائم بالاتصال والضيف المتحاور معه بعيدا عن اهتمامات الفرد المحلي، الذي في اغلب الأحيان لا تكون هذه البرامج ضمن مجال اهتماماته، بحجة ان كل هذه المناقشات، والحوارات، تكون بعيدة عن أسس الشفافية، والموضوعية، وذات معالجة وصفتها عينة البحث بالروتينية، لا تحمل أي جديد، ولا تصب في صالح الفرد المحلي، بقدر ما تخدم هيئات خاصة، او شريحة معينة من المجتمع المحلي.

بينما نسبة 17.25% من عينة البحث يحملون القول على ان المعلومات الاذاعية جديدة بالمتابعة، ليس بالضرورة ان يكون هدفها الفهم، والاستيعاب، بقدر ما تعرض المستمع الى نوع من التشتت في الأفكار والآراء.

فاذا كان الاستماع غرضه تلبية حاجات معينة، والاستيعاب هدفه الفهم والتفسير، والمناقشة لتبادل الآراء من اجل الخروج بحقائق موضوعية، فانه ينتج عن المتابعة التعرض لكم كبير من المعلومات، ينعلم فيه الفهم والاستيعاب، الامر الذي يعرض الفرد المحلي الى نوع من التشتت على مستوى المعارف والمعلومات، كما تلعب الفروق المعرفية دور فعال في كيفية تلقي الرسائل الاذاعية، اذ تميل الفئات ذات المستوى التعليمي المنخفض لشكل هذه المتابعة، بينما تختلف اشكال المتابعة لفئة المستوى التعليمي العالي التي يكون هدفها الاستفسار والتقصي.

تسعى وسائل الاعلام، والإذاعة خاصة في معالجة موضوعات شتى في سياقات مختلفة، تتفاوت فيها حدة الأهمية، على حسب مواضيع الساعة وأولويتها، ودرجة تناسبها وحاجات الجمهور المتلقي لها، فتعرض الإذاعة المحلية برامج متنوعة، ومختلفة، موجهة الى المجتمع المحلي مراعية بذلك الخصائص الاجتماعية، والثقافية، والفكرية، تهدف من خلالها الى التأثير في آراءه واتجاهاته هذا من جهة، بينما تختلف كيفية استقبالها، والتعامل معها من طرف المتلقي المحلي من جهة ثانية، وهذا ما يوضحه الجدول.

يبين الجدول رقم 32 كيفية تعامل المستمع مع مضمون الرسالة الإذاعية.

الفئات	ولاية تلمسان		ولاية مستغانم		الجميع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الحرص على متابعتها	08	9.19	27	25.96	35	18.32
نشرها لدى معارفك	30	34.48	58	55.77	88	40.07
مناقشتها مع الأهل والمعارف	42	48.27	19	18.27	61	31.94
الاتصال بالإذاعة للاستفسار عنها	07	8.04	00	0	07	3.66
الاتصال بالإذاعة لإبداء رأي مخالف	00	0	00	0	00	0
المجموع	87	100 %	104	100 %	191	100 %

يتضح من خلال الجدول ان نسبة 40.07% يقومون بنشر المعلومات التي يستقونها من الإذاعة المحلية لدى المعارف، كاشمين على أهميتها بالنسبة لهم، والحرص على ان تمر الرسالة الإعلامية الى أكبر عدد ممكن، فهنا يكون التأثير مباشر للإذاعة المحلية، اذ يستقبل الفرد الرسالة الإعلامية بدون أي مقاومة، او ابداء أي تعليق عليها، مع إعادة نشرها كما هي في محيطه الاجتماعي.

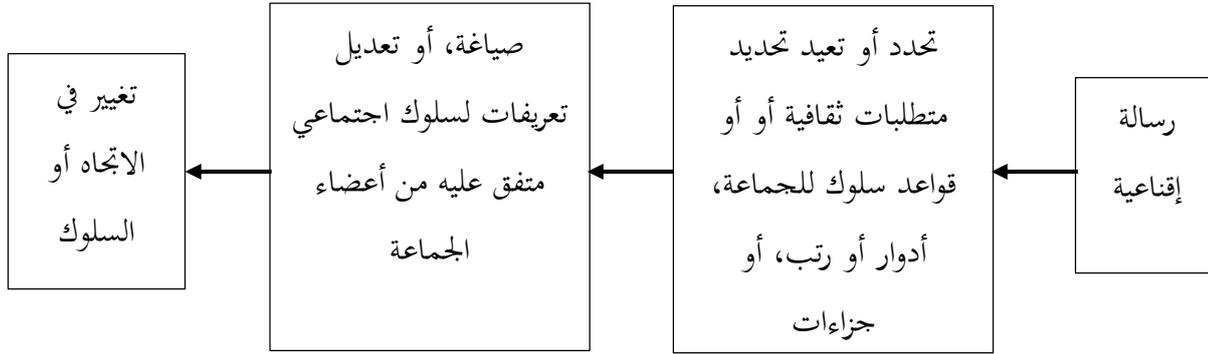
ونسبة 31.49% يحرصون على نشر المعلومات التي يستمدونها لدى المعارف مع الحرص على مناقشتها مبرزين بذلك أهمية "الجماعة"<sup>1</sup> لدى الفرد، الذي يتفاعل داخلها بهدف إيجاد مبادئ وقوانين تحكم علاقته بالجماعة والنظم والمؤسسات الأخرى، وعلى رأسها المؤسسة الإعلامية، دون الإخلال بأهداف، أو الخروج عن الخصائص الفكرية، والاجتماعية للجماعة، وهذا ما يعرف بدديناميكية الجماعة<sup>2</sup>.

وهنا يتضح ان تأثير الإذاعة المحلية على الفرد، يكون اقل من تأثير جماعة الرفاق والاصحاب الذين تربطهم جملة من الاهتمامات، والاعتقادات، وهذا ما اشارت اليه نظرية العلاقات الاجتماعية: التي تؤكد على أهمية جماعات الاهل والصدقاء والمعارف، ودورها في قبول أو رفض الافكار التي تبثها وسائل الاعلام.

<sup>1</sup> الجماعة هي عبارة عن شخصين أو أكثر بينهما تفاعل اجتماعي معين في زمن معين، وتربط بينهم عدة روابط، كوحدة الهدف، والشعور بالانتماء، مع تحقيق غاية محددة، مثل إنتاج سلعة أو تحقيق خدمة معينة، رونالد. ي ريجو، مدخل إلى علم النفس الصناعي والتنظيمي، تر: فارس حليمي، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2000، ص356.

<sup>2</sup> احمد محمد الزغبي، أسس علم النفس الاجتماعي، دار الحرف العربي للطباعة والنشر، بيروت، الطبعة الأولى، 1994، ص، ص139-141.

يبين الرسم البياني رقم 11 تأثير الجماعة على اتجاهات وسلوكيات الفرد.



المصدر: حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي العبد، نظريات الاعلام، الدار العربية للنشر والتوزيع، د.ط، 2008، ص326.

بينما نسبة 18.38% من عينة البحث يحرصون على متابعة المعلومات الإذاعية، ونتيجة المتابعة الطويلة، وتراكم المعلومات من شأنه أحداث أثر على المتلقي، ففي هذه الحالة فان تأثير وسائل الإعلام لا يظهر مباشرة، وإنما بعد فترة زمنية طويلة من خلال تراكم المتابعة الإعلامية، وهذا ما تؤولوا اليه نظرية التأثير التراكمي لوسائل الاعلام.

بينما 3.66% فقط يلجؤون للاتصال بالإذاعة للحصول على تفسير، ونسبة 00% كانت لفئة الاتصال بالإذاعة لإبداء رأي مخالف، هنا نكون بصدد الكشف عن حقيقة وجدود رأي عام من عدمه، فاذا كان الرأي العام هو حصيلة الأفكار، والمعتقدات، ومواقف الفرد والجماعة، اتجاه شؤون تمس النسق الاجتماعي، من افراد ونظم، التي تتأثر تشكيلاتها بطبيعة الاتصال داخل الجماعة الانسانية<sup>1</sup>، فأنا لا نكاد نراه في عينة البحث، التي تكون مستقبلة للرسائل الإعلامية، ومتأثرة بمحتواها أكثر من مؤثرة فيه، فالرأي العام الفعلي هو نتاج عن عمليات النقاش، والحوار، القائم بين مجموعة من الافراد إزاء قضية تمهمهم، تلعب فيها وسائل الاعلام دورا أساسيا في تكوينه و تشكيله، من خلال ما تقدمه من معلومات شفافة مبنية على أسس موضوعية، من شأنها تنوير الرأي العام ودفعه الى اتخاذ مواقف صحيحة اتجاه الاحداث، او تظليله بتزييف الوقائع والاحداث، الذي ينعكس سلبا على توجهاته.

<sup>1</sup> سعد إسماعيل علي، الاتصال والرأي العام-مبحث في القوة وايدولوجيا-، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، د.ط، 1979، ص16.

لكن في هذه الدراسة نجد ان الإذاعة المحلية غير قادرة على لعب هذا الدور، فهي لم تستطع من خلال برامجها، وسياساتها الإعلامية من تكوين وتشكيل رأي عام محلي، فنجد اغلبية عينة الدراسة معرضين عن البرامج التفاعلية التي يستخدم فيها الجدد، والنقاش بخصوص المواضيع السياسية، و الاجتماعية هامة، فهي لم تدفع الفرد المحلي الى التعبير عن آرائه وابدائها، سواء كانت مخالفة او حتى مؤيدة، فالمتلقي يكتفي فقط بالبرامج الترفيهية، والارشادية التي تخصها اذاعته المحلية، وتكون ردود الأفعال عبارة عن رأي و ميولات شخصية، لا ترتقي الى مفهوم راي عام.

كما ان مسؤولية صناعة الرأي العام وتشكله مهمة تقع على عاتق وسائل الاعلام، والاذاعة المحلية في هذا الوضع لم تستطع صناعة راي عام محلي، بقدر ما تعمل على تنميته من خلال البرامج والمواد الإعلامية التي تسعى من خلالها الى خلق اهتمامات، واستعدادات لدى الجمهور المحلي من اجل هذا الهدف.

يبين الجدول رقم 33 الدور الفعلي للإذاعة المحلية في تحديد الرأي العام.

الفئات	ولاية تلمسان		ولاية مستغانم		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	144	72	131	65.5	275	68.75
لا	56	28	69	34.5	125	31.25
المجموع	200	100 %	200	100 %	400	100 %

من خلال الجدول نلاحظ ان نسبة 68.75% من عينة البحث أفادوا ان الإذاعة المحلية تساهم في تحديد، وتوجيه الرأي العام، وهنا نتعرض الى نوع من التناقض، فمن خلال الجدول السابق اتضح ان الإذاعة المحلية لا يتخطى دورها في عملية الرأي العام دور محاولة في تنميته، وخلق نوع من الاستعداد لدى الافراد المحليين بدفعهم الى التعبير عن آرائهم، و أفكارهم الامر الذي لم تنجح فيه الإذاعة بشكل كبير ولكنها لا تزال تحاول من خلال موادها الإعلامية،

بينما نسجل بنسبة أكثر اعتقاد على ان الإذاعة المحلية تعمل على تحديد وتوجيه الرأي العام، الامر الذي يتطلب منا الرجوع الى أنواع الرأي العام وبالأخص الرأي الكامن الغير معبر عنه، لأن أفراد الجماعة يخشون التعبير عن آراءهم واتجاهاتهم لأنها قد تكون ضد السياسات العامة للدولة، أو المعايير والقيم الاجتماعية المتعارف عليها، وغيرها من الأسباب التي تكون سببا في إخفاء الآراء، الامر الذي لا يلغي وجود رأي عام إلا أنه يبقى كامنا حتى تحين الفرصة للتعبير عنه.

وينتشر ويتجسد هذا النوع في الدول ذات الحكم الشمولي، ذات النظام الإعلامي الموجه، والذي يخشى فيها الافراد الادلاء بأرائهم، حول مختلف الاحداث والقضايا، الا انه يمكن ان يتحول الى رأي عام ظاهر ومعبر عنه، فيما إذا ازدادت شدة اتجاه الجماهير صوب مشكلة ما، سواء بعد فترة زمني طويلة، او غضب الجماهير المتمثل في الانتفاضات والثورات، أيضا رفع القوانين التي تحضر التعبير عن الآراء والأفكار.<sup>1</sup>

وهذا ما عبر عنه افراد العينة في استحالة التعبير عن آرائهم، وافكارهم، عبر الإذاعة المحلية باعتبارها جهاز اعلامي تابع للدولة، هذا من جهة، ومن جهة أخرى ان الإذاعة خلال معالجتها المواضيع لا يضمنون انها ستعطي مثل هذه الفرص التي من شأنها عرض اتجاهات، واهتمامات الفرد المحلي البسيط، ولا ترتقي الإذاعة المحلية الى صناعة رأي عام محلي اتجاهها القضايا سواء كان رأي يدعم برامج الدولة، او رأي معاكس لسياسات وبرامجها، على حسب افادة عينة الدراسة.

بالإضافة الى كون وسائل الاعلام لديها القدرة في توجيه الافراد ليس في الكيفية التي يجب ان يفكروا فيها، بل فيما لا يجب التفكير فيه، فالدراسة التي قامت بها الباحثة الألمانية اليزابيث نويل نيومان، حول تشكل الرأي العام في كون ان الناس بطبيعتهم يخفون من العزلة الاجتماعية، ولكي يتفادوها نجدهم يعبرون عن اراء مقبولة عند الأغلبية ملغين آرائهم، وداعمين

<sup>1</sup> عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، دار الفكر العربي للطباعة والنشر، القاهرة، د.ط، 2006، ص 116.

بذلك رأي الأغلبية وهذا ما جاء في خضم نظرية لولب الصمت المتعلقة بالجمهور، إذ ترى نويل نيومان، ان وسائل الاعلام هي المسؤولة عن هذا.<sup>1</sup>

فالإذاعة المحلية توجه اهتمامات الرأي العام سواء كان ظاهر، او كامن، وفق أولوياتها، بتسليط الضوء على قضايا دون أخرى، والتأكيد على اراء وتوجهات في مقابل تجاهل أخرى حسب ما تقتضيه اجندتها. وهذا ما تؤل اليه نظرية الترتيب الأولويات.

بينما 31.25% أكدوا العكس، بحجة ان الإذاعة المحلية تلعب دور ثانوي في عملية توجيه الآراء وتفعيلها، فالمعلومات الواردة من مؤسساتها، هي معلومات في غالب الأحيان لا تعكس حقيقة الواقع، عكس ما تعرضه البدائل الإعلامية الأخرى وعلى رأسها الفضائيات الإخبارية، وشبكات التواصل الاجتماعي، التي يجد فيها الفرد متنفس يعبر فيه عن ارائه وافكاره بكل صراحة، ووضوح، كونها فضاءات تقل فيها نوعا ما المراقبة والمتابعة من طرف الهيئات والمؤسسات الحكومية.

<sup>1</sup> جوديت لازار، الأثر الاجتماعي لوسائل الاعلام، تر: بوجعة رضوان، دار هومة للنشر والتوزيع، د.ط، 2005، ص، ص 129-130.

خلاصة:

تقدم الإذاعة المحلية على مدار الساعة، رسائل إعلامية يسهل استيعابها من طرف الجمهور المحلي، مراعية بذلك مختلف المستويات الاجتماعية، والثقافية، والخصائص المتعلقة بطبقة المجتمع المحلي، الى جانب استخدام الإذاعة المحلية أساليب اقناعية كالاتصالات العاطفية، والعقلية، واستمالات التخويف التي تعتمد في رسائلها الإعلامية التي من شأنها إثارة انتباه المتلقي الذي تسمح من خلالها إمكانية التأثير على آرائه، واتجاهاته.

وما استنتجناه من هذا الفصل ان انتباه الفرد المحلي للمعلومات الاذاعية لا يفسر بالدرجة الأولى، دافعه الى الفهم والتقصي، بقدر ما يفسر هدفه الى تلبية حاجاته واشباع رغباته النفسية والاجتماعية، بوصفه متلقي ممتص للمعلومة بدون تفكير، كما تختلف شدة الانتباه، والتأثير على حسب الخصوصية، ومجال الاهتمام، والصادرة كانت من نصيب البرامج السياسية، والاقتصادية، نظرا لطبيعة الظرف الاقتصادي، والسياسي الذي تمر به الجزائر.

بالإضافة الى دور الإذاعة المحلية في التأثير على القيم والمعتقدات، اما بترسيخها، او غرس قيم جديدة، من خلال أساليب التدرج في إنمائها المعتمد القديم، واحلال الجديد، وهذا هو الدور الخطير كون قيم، ومعتقدات الافراد مرهون بكيفية استغلال الإذاعة المحلية، سواء بمدحها مما يعزز قيمتها داخل المجتمع، او دمها الامر الذي يؤدي الى نفيها والتخلي عنها من قبل افراد المجتمع، وتكون المسؤولية الاجتماعية لوسائل الاعلام هي الركيزة الأساسية في تحديد هذا الدور، والتي لازالت الإذاعة المحلية ملتزمة بها في مضامينها الإعلامية.

كما تطرقنا في هذا الفصل الى اشكال البرامج الاذاعية، وبالأخص برامج الحوار، والنقاش، التي تساهم في خلق الآراء، والاتجاهات المختلفة، التي تكون ضمن البدايات الأولى في عملية تشكل الرأي العام وتكونه، بحيث توصلنا الى نتيجة ان الفرد المحلي يستقبل الرسالة الاذاعية بكل عفوية، ولا يطرحها للنقاش، ولا تهمه مثل هذه البرامج، باستثناء البعض منهم.

فطبيعة الفرد هنا هو متلقي متبني للأفكار، لا يميل الى التفكير بقدر ما ترضيه الصورة السطحية، وهذا من العوامل المساعدة في طمس الرأي العام اتجاه الاحداث، والقضايا الاجتماعية، والسياسية، والثقافية.

كما تعرضنا في هذا الفصل الى أهم وسائل الاعلام المحلية، واعتبار الإذاعة كيان محلي له ارتباطات اجتماعية، وتقاليد، تنمي حس الانتماء وتعزز العلاقة المحلية، بالإضافة الى التطرق الى اهم نظريات التأثير، من اجل اعطاء نظرة عن طبيعة تأثير وسائل الاعلام واسقاطها على طبيعة تأثير الإذاعة المحلية على مجتمعتها، مستنتجين ان الإذاعة المحلية لا تقوم بتحديد وتوجيه الآراء، أكثر من عملها على تنمية الرأي العام المحلي، من خلال المعلومات المذاعة والتي هي جديرة بالاستماع لا المناقشة من طرف المتلقي المحلي، وهذا راجع الى المعالجة السطحية خاصة في الأمور السياسية، والاقتصادية، كون الإذاعة المحلية جهاز اعلامي تابع لسلطة وسياسة الدولة، الامر الذي لا يسمح للفرد المحلي في التعبير بكل صراحة، وموضوعية عن رائه التي تبقى حبيسة بينه وبين جماعته التي يشترك معها الآراء، والاتجاهات، الامر الذي يخولنا للقول انه هناك بفعل رأي عام محلي اتجاه الاحداث، لكنه يظل كامنا وغير معبر عنه خاصة في الإذاعة المحلية، ووسائل الاعلام التابعة للسلطة السياسية، كما اعتبرت الإذاعة المحلية هي التي تحدد ما يفكر فيه الفرد، وما لا يجب ان يفكر فيه، وفقا لأجندتها، وترتيب أولوياتها.

الفصل الرابع: مكانة الإذاعة

في منظومة الاعلام الوطني

والكويني.

تطورت وسائل الاعلام والاتصال مواكبة التطور الذي مس المجتمعات البشرية من جهة، ومساهمة فيه من جهة ثانية، فوسائل الاعلام سواء كانت المقروءة، او المسموعة، او المرئية المسموعة، او المتعددة الوسائط، تعتبر ظاهرة اجتماعية، لما لها من دور اساسي في تشكيل، وتفعيل العلاقات الإنسانية، فغيرت بشكل كبير طبيعة الاتصال والتواصل لدى المجتمع البشري، فجعلت العالم كله عبارة عن قرية صغيرة، الامر الذي جعل من هذه الوسائل وسائل تفاعلية لا تقف عند حدود بلد، او مجتمع معين.

ومع تطور المجتمعات، ووسائل الاعلام والاتصال والسرعة في تدفق المعلومة والايخبار وتداولها، برزة احتياجات ضرورية، وجديدة للفرد مثل الحاجة الى الترفيه، والتثقيف والمعرفة، مثلها مثل حاجته الى الاكل والشرب، وكانت وسائل الاعلام والاتصال ولا تزال المصدر والموفر الوحيد لسد هذه الحاجات، فعملت كل وسيلة إعلامية منذ ظهورها الى اليوم الى توفير اكبر قدر من المعلومات و الاخبار، والخدمات، في كافة المجالات، والميادين، مراعية مختلف الاتجاهات، والأفكار، والآراء، معتمدة بذلك على شتى البرامج، والخصص، والفقرات، والمواد الإعلامية الموجهة للأفراد من مختلف الطبقات، والمراكز الاجتماعية والثقافية.

اذ تراعي كل وسيلة اعلامية في نشر، او إيداع، او بثها لموادها الإعلامية الخصوصيات الفكرية والثقافية، والاجتماعية، الى جانب اهتمامات وميولات الافراد، لتضمن نجاح العملية الاتصالية، التي تكون غايتها شد الانتباه قصد تكوين الاتجاهات والآراء والتأثير فيها، فنشهد منافسة إعلامية شرسة بين وسائل الاعلام والاتصال، من صحف، واذاعات، وتلفزيون، وشبكة الانترنت للعب هذا الدور نظرا لأهميته في المجتمعات المعاصرة.

والإذاعة خصوصا تعتبر من الوسائل الإعلامية الاولى التي عرفتتها المجتمعات البشرية، قبل التلفزيون، وشبكات الانترنت وغيرها من الوسائل الاتصالية الحديثة، التي لها دور في خدمة الاتصال والتواصل الإنساني، اذ تعددت اشكالها، وانواعها، وتطورت وسائلها وادواتها، مواكبة بذلك التطور التكنولوجي الذي مس كافة وسائل الاعلام سواء المحلية، او الوطنية، او الإقليمية، او العالمية، لتثبت بذلك استمراريتها، واهميتها كوسيلة إعلامية رائدة في المنظومة الاعلامية الوطنية، والعالمية.

## I. وسائل الاعلام وتحديد الاتجاهات.

تعتبر وسائل الاتصال، احدى وسائل الاتصال الإنساني القادر على إيصال المعاني التي يشترك في خبرتها كل من القائم بالاتصال والمستقبل، وهو ما يجعل منها فضاء تحكمه علاقات موضوعية، وتنافسية، اذ تعتمد هذه العملية على صور واشكال مؤثرة تتميز بخصائص بيولوجية، وسيكولوجية، واجتماعية،<sup>1</sup> تكون مشتركة بين المرسل والمستقبل ليتمكن من فك رموز، وفهم الهدف الذي اوجدت من اجله الرسالة.

## I. 1 وسائل الاعلام والاتصال.

أدى التطور التكنولوجي لوسائل الاعلام والاتصال، الى انتشار المعلومات وما ترتب عنه من تغيرات لدى المجتمعات الوطنية، والدولية، بدأ من البث الإذاعي في الاربعينيات، ثم التلفزيون، فالأقمار الصناعية وشبكات الانترنت، اذ تعد وسائل الاتصال أساليب تعمل على نقل الإشارات، والمعلومات بين الافراد، وما يرافقها من تبادل في الأفكار، والآراء، فهي العملية التي تتم بموجبها نقل الرسائل من شخص مرسل الى شخص مستقبل.<sup>2</sup>

كما تعتبر وسائل الاعلام هي كل ما يتعلق بالتقنيات، والتنظيمات، والمحتوى والجمهور، اذ تعتبر هذه الأشياء الأربعة المحدد المناسب للوسيلة الإعلامية.<sup>3</sup>

تصنف وسائل الاعلام حسب اقدميتها الى صنفين:

- وسائل الاتصال التقليدية: ومن أهمها القصيدة الشعرية التي تعد من اول ما عرفه الغرب والعرب من وسائل الاعلام والاتصال، اذ كانت تعبر عن رأي القبيلة، وهي الى اليوم لازلت تشغل الوظيفة الاجتماعية، السياسية، والإعلامية<sup>4</sup>، كذلك الخطبة التي لعبت دورا هاما في التهيئة للحروب ونشر الرسالة الاسلامية، أيضا المنادى باعتبار النداء وسيلة لنشر الاخبار

<sup>1</sup> بلحضري بلوفة، الخطاب الإعلامي والمجتمع الجزائري بين الاصلية والانفصالية، مرجع سابق، ص69.

<sup>2</sup> السيد عبد الحميد عطية، الاتصال اتجاهات نظرية واسس تطبيقية في الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي، الإسكندرية، د.ط، 2012، ص

<sup>3</sup> Balle Francis, Médias et Société, Edition Montchrestien, Lextenso, Paris, 2009, p09.

<sup>4</sup> عبد اللطيف حمزة، الاعلام والدعاية، مرجع سابق، ص63.

والتي لها صدى منذ العصور القديمة، كذلك يجدر الإشارة الى البعثات والوفود التي عرفها العرب والمسلمين منذ القدم، وكأبرز مثال على ذلك البعثات التي كان الرسول صلى الله عليه وسلم يقوم ببعثها للتبشير بالدين و الدعوة الى الدخول في الاسلام.<sup>1</sup>

- وسائل الاتصال الحديثة: وأبرزها الكتاب، الصحافة، الراديو، التلفزيون، والانترنت والتي سنتطرق اليها بالتفصيل في هذا الفصل.

كما تصنف وسائل الاعلام الى:

- وسائل اعلام مطبوعة: مثل الصحف، والجرائد، والمجلات.
- وسائل اعلام مسموعة: كالإذاعة.
- وسائل اعلام مسموعة ومرئية: كالتلفزيون، والسينما.
- وسائل اعلام متعددة الوسائط: مثل الانترنت.<sup>2</sup>

ان الإعلام قديما كان ام حديثا، مطبوعا، ام مقروءا، هو واحد بوسائله المتعددة، فكافة وسائل الاعلام هي وسائل مشتركة، اكان ذلك في الاعلام الحديث، او قبل الحديث، اختلاف اشكاله، وتنوع مضامينه، فالخطبة، المناداة، كلها وسائل اعلام استعملت قديما ولا زالت تستعمل حتى اليوم، كما ان الصحافة استعملت كوسيلة اعلام رئيسية في القرن الثامن عشر الى اليوم، ومن هنا فوسائل الاعلام ليست بحديثة، وليست بقديمة، وانما يمكن القول انها وسائل اعلام استعملت خلال قرون قديمة، وما زالت تستعمل حتى الان، أيضا يمكن اعتبار الاعلام الحديث هو تحديث لوسائل الاعلام وتطويرها.

ولكن هناك وسائل اعلام جديدة لا جدال في ذلك، والتي هي حصيلة التطور الحضاري، والتقدم التقني كالإذاعة، والتلفزيون، والانترنت، الى جانب هذا فان التحديث الذي لحق بالصحافة يكاد يجعل منها وسيلة إعلامية حديثة جدا، رغم انها تعود جذورها الى القرون الوسطى، او ربما القديمة.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> عبد اللطيف حمزة، الاعلام والدعاية، 1984، المرجع السابق، ص 67.

<sup>2</sup> محمد صاحب سلطان، وسائل الاعلام والاتصال دراسة في النشأة والتطور، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الاولى، 2012، ص، ص

ان وسائل الاعلام والاتصال متعددة ومتنوعة، تختلف تصنيفاتها واشكالها، وفي هذه الدراسة سنكتفي بأنواع معينة تخدم مسار البحث، لنكون أكثر تحديداً، والماما، دون الخروج عن حدود الدراسة كون الوسائل الاعلامية كثيرة ومتشعبة.

### I. 1-1 الصحافة المكتوبة:

تطلق كلمة "صحافة" على الأوراق المطبوعة التي تصدر في مواعيد محددة، وتحتوي اخبار وارااء ومواد للتسلية، وتحتل مكانة هامة خاصة في البلدان التي يكثر فيها عدد القراء، والصحفيين. كما تعرف الصحافة على انها نشرة تطبع على أوراق محدودة، كطبعة يومية، او أسبوعية، او شهرية، او دورية، ذات فائدة عامة ومتعلقة بالأحداث الجارية، قصد تكوين جمهور والاحتفاظ به.<sup>2</sup> كما تعرف الصحافة على انها عملية اجتماعية لنشر الاخبار والمعلومات الى جمهور القراء، والمرتبطة بمجال اهتماماته وحاجاته، لتحقيق اهداف معينة.<sup>3</sup> لم تكن المطبوعات بالمعنى الذي نعرفه اليوم، وانما مرت بمراحل كثيرة، فبعدها كانت موجهة الى فئة معينة من المجتمع، اتجهت الى مخاطبة الأغلبية، خاصة بعد انتشار التعليم الذي تبعه اهتمام افراد المجتمع بالأخبار السياسية، واخبار المجتمعات المحلية، إضافة الى بعض الطرائف والنوادر المحلية او الوطنية.

<sup>1</sup> محمد عمر الطنوبي، المرجع في الاعلام والاعلام الزراعي، منشأة المعارف، الإسكندرية، د.ط، 1995، ص28.

<sup>2</sup> صلاح عبد اللطيف، الصحافة المتخصصة، مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2002، ص 8.

<sup>3</sup> محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، دار عالم الكتب، القاهرة، الطبعة الأولى، 1992، ص23.

كما يجدر الإشارة الى العوامل التي ساهمت في تطور الصحافة وانتشارها، ومن أهمها:

✓ اختراع آلة الطباعة في أواخر القرن الخامس عشر، حيث ساهم هذا الاختراع في زيادة المعلومات، وضخامتها من حيث الكمية، والتنوع، وفتح الفرصة للأفراد من اقتناء الكتب، وتثقيف أنفسهم، والاطلاع على ثقافة الغير، إذ أصبحت المطبوعات مؤثر فعال في سلوك واتجاهات الفرد، كما صاحب اختراع آلة الطباعة آنذاك فكرة تجميع الاخبار، وإعادة نشرها، مما شجع على ظهور الصحافة.

شيئاً فشيئاً تطورت الصحافة في الولايات المتحدة الأمريكية والدول الأوروبية، فظهرت الصحافة الجماهيرية، أو كما يطلق عليها الصحف الصفراء التي تحمل العناوين العريضة التي تثير اهتمام القراء، كالجرائم، والفضائح، وبالأخص في المملكة المتحدة البريطانية، وفرنسا، وإيطاليا.

✓ ساعد اختراع السكك الحديدية، وتطور وسائل النقل الى تعميم ونقل المطبوعات، الامر الذي وسع من رقعة القراء، بالإضافة الى تحسين فن الطباعة والورق، الى جانب تحسن الموضوعات التي تهم القراء، الامر الذي جعل الصحافة الوسيلة الإعلامية الرئيسية آنذاك، بالإضافة الى تطوير الصور والرسوم، وتطور الإخراج الفني للصحف، الذي ساهم في تحسين الصحافة وانتشارها بالإضافة الى بداية الثورة الصناعية في أوروبا وما صاحبها من الحاجة الى معرفة ما يدور من احداث ووقائع.<sup>1</sup>

ان الصحافة في معظم الدول العربية هي وليدة الاستعمار، الذي عمل على التحكم في الراي العام المحلي، وتوجيه الصحافة الى خدمة أهدافه، عن طريق انشاء صحف، ومجلات بأكثر من لغة، كما عمل على تكوين صحفيين محليين اوكلهم الامر حتى بعد رحيله، وهو ما حدث في لبنان. إذ ارتبط ظهور الصحافة في الوطن العربي بجمالات التنصير التي خطط لها مسيحيو أوروبا، خاصة في مصر، ولبنان، إذ ساهمت صحف بارزة في دعم انتشار الكنيسة، ومساندة الغزو الثقافي الغربي.

<sup>1</sup> محمد عمر الطنوبي، المرجع في الاعلام والاعلام الزراعي، المرجع السابق، ص96.

فمصر عرفت الصحافة مع حملة نابوليون بوناپرت 1798، حيث أصدرت جريدتين بالفرنسية: Le Courier de l'Egypt "الساعي المصري"، وجريدة La Décade Egyptienne "العقد المصري"، والتي توقفت بخروجه من مصر عام 1801.<sup>1</sup>

اما الصحف اللبنانية فكان منشأها وتوجهها مسيحي معادي للفكر العثماني والإسلامي، كنتيجة للمخطط المسيحي الذي وضع لفرض سيطرة الدول الغربية على بلدان العالم العربي الإسلامي، واستمر هذا الامر الى غاية نهاية الحرب العالمية الاولى.

اما بالنسبة الى العراق فتعتبر من القلائل التي كانت تتوفر لديها مطابع قبل الاحتلال الأوروبي، فكان للعراق مطبعة في مدينة البصرة التي قام الاحتلال الإنجليزي بالاستيلاء عليها سنة 1914، مع باقي المطابع الأخرى، التي لاتزال الصحافة العراقية الى اليوم تحمل في طياتها نوع من التأثير المسيحي المنظم في سحاتها الإعلامية.

من المعلوم ان الجزائر عرفت الصحافة من خلال الاستعمار الفرنسي، والتي جندها الاستعمار الى نشر ثقافته، وسياسته، بالإضافة الى تبني الاستعمار نظاما ليبراليا للإعلام يمتاز بحرية الصحافة الصادر في 1881، والذي لا يسمح للحكومات من امتلاك الصحف، مع العلم انه كان يوجد عدد كبير من الصحف الاستعمارية تحت اشراف الفرنسيين، هذا النظام الذي تناقض مع النظام السياسي الجديد للبلاد الذي سعت السلطات الجزائرية من خلاله الى القضاء على الملكية الخاصة لوسائل الاعلام، وبالتحديد الصحافة.

اول جريدة ظهرت في الجزائر هي جريدة باللغة الفرنسية " L'estafette De Sidi

Ferruch" التي اعدت داخل البواخر الاستعمارية التي غزت الجزائر سنة 1830.<sup>2</sup>

وبعد ثورة 1871، اشتد القمع على الشعب الجزائري، الى درجة ان بعض الاحرار الفرنسيين مدوا يد العون للجزائريين، من خلال فتح المجال امامهم للتعبير عن معاناتهم، وكانت أحسن

<sup>1</sup> خالد محمد عزب، إسماعيل سراج الدين، وعاء المعرفة من الحجر الى النشر الفوري، مكتبة الإسكندرية، الإسكندرية، د.ط، 2007، ص79.

<sup>2</sup> إحدادن زهير، مدخل لعلوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، د.ط، 2002، ص91.

وسيلة هي الصحافة، وعليه تأسست جريدة "المنتخب" 1882، وهي اول جريدة إسلامية مهمة بشؤون المسلمين الجزائريين، ولكنها لم تعمر طويلا تحت ضغط الجالية الفرنسية.

بعدها حل نوع من الصمت في هذا المجال الى غاية 1908 اذ ظهرت صحيفة جزائرية أصدرها الأستاذ عمر راسم، وجريدة الفاروق سنة 1912، بالإضافة الى جريدة الفقار عام 1913، تلتها فيما بعد جريدة المنقذ لعبد الحميد بن باديس 1925، ولكنها صُدرت بعد عددها الثامن عشر، الامر الذي تطلب تغيير اسمها من المنقذ الى الشهاب لتصدر في نفس السنة.<sup>1</sup>

وبعدما أخذت الثورة طريقها بعد ثمانية عشر شهرا من الكفاح المسلح، تقرر اصدار جريدة المجاهد باللغة العربية والفرنسية سنة 1956 بالعاصمة، الا ان الاستعمار كشف مقرها مما اضطر الى نقل المقر الى المغرب ومن ثم الى تونس، وبعد استقلال الجزائر عام 1962، دخلت جريدة المجاهد الى ارض الوطن، واستقرت معها وكالة الانباء بالعاصمة والتي أنشأت سنة 1960، بالإضافة الى صدور جريدة الاحرار في مدينة قسنطينة، وصدور اول جريدة بعد الاستقلال في الجزائر العاصمة باللغة العربية والفرنسية تحت مسمى جريدة الشعب عام 1962.<sup>2</sup>

كما اهتمت جبهة التحرير ابان الثورة بالإعلام، ووضعه الى جانب الكفاح المسلح، فتزايد عدد الجرائد ما بين 1930 و1956 الى 50 جريدة، الامر الذي جعل السلطات الاستعمارية تعاقب بالسجن، او أكثر من ذلك أي فرد يحتفظ بجريدة وطنية سواء كانت ممنوعة، او غير ممنوعة، نظرا للدور الخطير الذي لعبته الجرائد في التأثير على الجماهير، من خلال الدعوة الى الكفاح، ونيل الاستقلال، فيمكن القول ان الجزائر اكتسبت غداة الاستعمار تجربة عميقة في ميدان الاعلام، اذ وجدت نفسها بعد الاستقلال برصيد وافر للانطلاق من جديد في الميدان الإعلامي.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> سيف الإسلام الزبير، الاعلام والتنمية في الوطن العربي، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر الطبعة الثانية، 1982، ص 42.

<sup>2</sup> سيف الإسلام الزبير، الاعلام والتنمية في الوطن العربي، المرجع السابق، ص 45.

<sup>3</sup> إحدادن زهير، مدخل لعلوم الاعلام والاتصال، المرجع نفسه، ص 92-94.

عند الاستقلال كانت السياسة الجزائرية اتجاه الصحافة المكتوبة في طور التكوين، ورهن الظروف، ولم تخضع لأي خطط الا بعد سنة 1967، عندما اتخذت قوانين خاصة بتنظيم المؤسسات الصحفية، والتي حاولت من خلالها الى تحقيق ثلاثة اهداف:

✓ جزارة الصحافة التي كانت تصدر اثناء الاستعمار، والمقصود هنا الغاء كل الصحف التي

يديروها ويمولها الفرنسيون، والتي كان يصدر منها على التراب الوطني حوالي 11 صحيفة

منها 6 صحف يومية.

✓ هيمنة الحكومة والحزب على النشاط الصحفي، فعملت الحكومة على الغاء جميع الصحف

التي لا تنتمي الى الحكومة، او الحزب الحاكم، فبدأت بإنشاء صحف جديدة وتقويتها حتى

تحل كبديل للتي ستلغى، فكانت اليومية الأولى التابعة للدولة الجزائرية باللغة الفرنسية تحمل

اسم "الشعب" في 19 سبتمبر 1962.

✓ إقامة نظام اشتري للصحافة الوطنية، أي ان الصحافة في الجزائر هي ملك للحكومة، في

مقابل قيامها بمهمة تكوينية طبقا للنظام الاشتراكي، عكس النظام الرأسمالي الذي تكون فيه

الصحافة مؤدية لدور التبليغ بالدرجة الأولى، فبقيت الصحافة في الجزائر تغطي الاخبار

الدولية أكثر من الاخبار الوطنية.<sup>1</sup>

وهذا دور لا هو بالتبليغ ولا هو بالتكوين، وانما كانت مرحلة فوضى مرت بها الصحافة في

الجزائر الى الغاية 1968 اذ بدأت تتحسن حالة الصحافة الجزائرية، من خلال اتباعها وظيفة التوعية،

والاهتمام بالمواضيع الوطنية، الا انها اصطدمت ببعض المشاكل كالأمية، وفوضى التوزيع، والأوضاع

الاقتصادية المتردية الناتج عن مخلفات الحرب.

ابتداء من سنة 1966 دخلت الجزائر مرحلة جديدة، وهي مرحلة البناء والتنمية بدأ من

قطاع المحروقات، اذ شارك الاعلام في هذه المرحلة في بلورة الرأي العام في الداخل والخارج فيما يتعلق

بحقوق البلدان المنتجة للبتترول، في بسط سيادتها على ثرواتها الطبيعية، حيث لعبت وسائل الاعلام

<sup>1</sup> إحدادن زهير، مدخل لعلوم الاعلام والاتصال، المرجع السابق، ص99.

الجزائرية كافة الصحافة بالخصوص دور خطير في توجيه الرأي العام، ودفع الجزائر الى تبني المشاريع الاقتصادية، والإنمائية للخروج من حالة الفقر والفوضى والتخلف.<sup>1</sup>

وتزخر الجزائر اليوم بكم هائل من الجرائد والصحف اليومية، أهمها الخير اليومي، الشروق الجزائرية، الفجر، الشعب، البلاد، النهار الجديد، الجمهورية، بالإضافة الى الجرائد المطبوعة باللغة الفرنسية مثل: le Quotidien d'Oran-Liberté-El Moudjahid، بالإضافة الى الصحف الالكترونية ومن أهمها: Algérie Focus-1.

تلعب الصحافة كوسيلة من وسائل الإعلام، دورا أساسيا وفعالا في عملية التنمية وكذا التأثير على الاتجاهات، لاسيما وأن الصحف والمطبوعات تعتبر الوحيدة من بين الوسائل الإعلامية التي تسمح للقارئ بالسيطرة على ظروف التعرض<sup>2</sup>، كما تتيح له عملية التكرار في قراءة موادها، ومضامينها الإعلامية، وهذا يعتبر الية من اليات التأثير.

كما أن الصحف قادرة في الوصول إلى أبناء المجتمع المحلي، وقادة الرأي العام فيه، ولهذا تعتبر من أكثر الوسائل الإعلامية تأثيرا، الا ان ما يعاب اليوم على السياسة الجزائرية في مجال الاعلام، في كونها مهتمة بوجود الوسيلة أكثر من الوظيفة، وهذا ما ينطبق على الصحافة بوجه الخصوص، اذ الجزائر مهتمة بإنشاء عدد كبير من الصحف اليومية، والاسبوعية، والشهرية، أكثر من اهتمامها بالدور والوظيفة الفعلية الذي تقوم بها الصحف والجرائد في البلاد.

<sup>1</sup> سيف الإسلام الزبير، الاعلام والتنمية في الوطن العربي، المرجع السابق، ص55.

<sup>2</sup> عبد المجيد شكري، الاتصال الإعلامي والتنمية: افاق المستقبل وتحديات القرن الجديد، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 1995، ص85.

## I. 1-2 التلفزيون:

كان ظهور التلفزيون كوسيلة إعلامية مميزة، تأثير باهر تجاوز كل ما حدثته وسائل الاعلام الأخرى، نظرا لقدرته في الجمع بين الكلمة والصورة، التي تقرب المشاهد من الواقع وتضيف عليه التأثيرات الانبهارية، خلال عرض القضايا، والاحداث، التي لم يتوقع الانسان ان يستحضرها يوما ما امام ناظره.

ولعل التلفزيون- كلمة مركبة منشقين: Télé ومعناه " عن بعد"، و Vision التي تعني " الرؤية"، باعتبار التلفزيون مؤسسة اجتماعية، تضمن بث الحصص والبرامج الإعلامية، مستخدمة كل التقنيات الحديثة في مجال تكنولوجيا الاعلام، والاتصال.<sup>1</sup>

يمكن الرجوع بتطوير مبدأ التلفزيون الى عام 1884، حين اخترع العالم الألماني بول نيكو "Paul Nipkow" عملية المسح عن طريق تمرير أسطوانة لولبية فوق الصورة، التي أدت الى تحسين ووضوح الصورة، اذ تمكن من ارسال صورة من العاصمة الامريكية واشنطن الى نيويورك، عبر كابل سلكي، وفي هذه الاثناء جاء التقدم المفاجئ نحو التلفزيون الالكتروني في العشرينات على يد المهاجر الروسي فلاديمير زواركين "Vladimir Zorykin" والامريكي فيلو فرانسورث "Philo Farnsworth".

فتم افتتاح اول محطة تلفزيونية تجريبية في مدينة نيويورك بتاريخ 30 جويلية عام 1930.<sup>2</sup>

اما بريطانيا فبدأت في البث التلفزيوني منذ سنة 1962، على غرار فرنسا، ألمانيا، إيطاليا، والاتحاد السوفياتي، الا ان الحرب العالمية الثانية أخرت من تطور التلفزيون حتى عام 1945، حيث اخذت الولايات المتحدة الامريكية في انتاج الأجهزة التلفزيونية بشكل واسع ومتطور، نظرا لإمكاناتها الاقتصادية والفنية.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> فضيل دليو، الاتصال- مفاهيمه- نظرياته- وسائله-، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2003، ص 114.

<sup>2</sup> هاني الرضا، رامي عمار، الرأي العام والاعلام والدعاية، المرجع السابق، ص 164.

<sup>3</sup> هاني الرضا، رامي عمار، الرأي العام والاعلام والدعاية، المرجع نفسه، ص 165.

اما التلفزيون كأول تجربة عربية لم يكون كما هو اليوم، حاله حل الدول الغربية اذ اقتصر في البدايات على البث التجريبي، الذي كان محدود الارسال، وبسيط المواد الإعلامية والتي نختزلها فيما يلي:

مصر عام 1951، لبنان والمغرب 1954، العراق والجزائر 1956، سوريا 1960، الكويت 1961، السودان 1963، المملكة العربية السعودية 1965، تونس 1966، ليبيا والأردن 1968، الامارات العربية المتحدة 1969، قطر 1970، البحرين 1973، سلطنة عمان 1974، اليمن 1975.<sup>1</sup> بينما انطلق التلفزيون الرسمي الفلسطيني وله استوديوهات في غزة والضفة، وفي العام 1998.

ان اول ظهور للتلفزيون في الجزائر كان ابان الاستعمار الفرنسي، اذ أنشأت اول محطة تلفزيونية بالجزائر العاصمة سنة 1956، أي بعد قيام الثورة الجزائرية بسنتين، وفي سنة 1960 بدأ التلفزيون بنقل برامج تلفزيون باريس الى ان تم تحرير البلاد عام 1962، كما أنشأ الجزائريون في نوفمبر 1989 نقابة وطنية للصحفيين العاملين في التلفزيون، تهدف هذه النقابة الى تطوير وسائل الاتصال الجزائرية لكي يتلقى المواطن الخبر بكل موضوعية، وحيادية.<sup>2</sup>

ظهر الاهتمام بالتلفزيون من قبل السلطات الجزائرية بعد سنة 1968، اذ تم في هذه السنة انشاء دار الإذاعة والتلفزيون بقسنطينة، ولم يكد يمضي سنتين حتى أصبح التلفزيون الجزائري يغطي كافة التراب الجزائري، كما لعبت احداث أكتوبر 1988 نقطة تحول في الساحة السياسية، اذ ترتبت عنها تعديلات دستورية تقر بالتعددية السياسية غيرت الكثير من النقاط، أهمها المادة 39 والمادة 40، التي نصت على حماية وحقوق المواطن وضمنان حرية التعبير، مع انشاء جمعيات ذات طابع سياسي معترف به.

<sup>1</sup> محمد نصر مهنا، تنظير الاعلام: الفضاءات العربية العولمة الإعلامية المعلوماتية، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، د.ط، 2009، ص، 320-314.

<sup>2</sup> محمد نصر مهنا، تنظير الاعلام: الفضاءات العربية العولمة الإعلامية المعلوماتية، المرجع السابق، ص 321.

ورثت الجزائر بعد الاستقلال محطة تلفزيونية معتبرة، قامت بتطويرها من سنة الى أخرى، الا ان أصبح للتلفزيون الجزائري اليوم القناة الأرضية العمومية الأولى، والتي بإمكانها تغطية كل التراب الجزائري، من اقصى الشمال الى اقصى الجنوب، ومن اقصى الشرق الى اقصى الغرب، وهو ما يتيح لكل الجزائريين فرصة المشاهدة، أيضا هناك قنوات جزائرية عمومية أخرى والمتمثلة في القناة الجزائرية الثانية كنال ألبيري "Canal Algérie" الناطقة باللغة الفرنسية والتي كانت موجهة بصفة خاصة الى الجالية الجزائرية بالخارج، أيضا القناة الجزائرية الثالثة عام 2001 المتنوعة البرامج، والقناة الامازيغية الرابعة الناطقة باللغة الامازيغية اطلقت من قبل التلفزيون الجزائري سنة 2009، بالإضافة الى القناة الخامسة وهي قناة القران الكريم، كأول قناة جزائرية عمومية متخصصة في المجال الديني والتي كانت بدايتها منذ سنة 2009.<sup>1</sup>

في حقيقة القول لا يمكن ان ننكر ان التلفزيون اضحى سيد وسائل الاتصال، فقوته التأثيرية تفوق القوة التأثيرية لأي وسيلة إعلامية، وهذا ما اثبتته عدة دراسات عربية وغربية، فالتلفزيون يقع ضمن الاتصال المباشر وذلك لقدرته على تقديم المضامين الإعلامية بكل حيوية وواقعية، مما يزيد من فاعلية تأثيره، بالإضافة الى مخاطبته كافة فئات المجتمع، اذ لا يتطلب مستوى ثقافي عالي، عكس الصحافة التي تكون موجهة الى فئة معينة.

يمثل التلفزيون اليوم بنك معرفة للمشاهد، الذي من خلاله يقيم الأشياء ويحكم عليها، فالتغيرات التي أحدثها التلفزيون في أساليب حياتنا منذ اختراعه متعددة ومتنوعة تسمى كافيات مجالات حياتنا اليومية، سواء كانت ثقافية، اجتماعية، او غيرها فبرنامج عالمي مبدع هو كفيل بتغيير أسلوب حياة، ونمط عيش.<sup>2</sup>

ان التلفزيون وسيلة إعلامية وجدة بصفة خاصة من اجل تزويد الافراد، والمجتمعات، بكافة الاخبار الحلية، والإقليمية، والعالمية، مع مساهمته في التثقيف والتعليم والإرشاد في مجال الصحة، الاقتصاد، السياسة، وغيرها من الميادين، التي تعد نقطة إيجابية تحسب له كوسيلة إعلامية فعالة

<sup>1</sup> بلحضري بلوفة، الخطاب الإعلامي والمجتمع الجزائري بين الاصلية والانفصالية، مرجع سبق ذكره، ص 53.

<sup>2</sup> هاني الرضا، رامنر عمار، الرأي العام والاعلام والدعاية، المرجع السابق، ص 171.

بطريقة إيجابية داخل المجتمع، الا ان التلفزيون قد يجيد عن هذا الدور من خلال استغلاله لقدراته الفائقة على الاقناع، والتأثير في تقديم برامج ومواد اعلامية خطيرة المضامين، خاصة على ذوي الثقافة المحدودة الذين لا يمتلكون الحصانة الفكرية مثل فئة الاميين، او النضوج الكامل كالأطفال التي تمكنهم من التصدي للتأثير السلبي، بالإضافة الى العزلة وغياب التواصل الاجتماعي وتفكك العادات الاجتماعية<sup>1</sup>، وتعد الاسرة من أولى المؤسسات الاجتماعية التي تأثرت بالتلفزيون ولقد أطلق الفيلسوف داني روبرت ديفورد "Dany Robert Dufour" تعبير الاب الثالث ليشير إلى درجة شيوع مشاهدة التلفزيون واقتحامه عالم التربية والتنشئة الاجتماعية.

بالإضافة الى التغيير الذي أحدثته وسائل الاعلام والاتصال في المجتمع الجزائري، والتلفزيون بصفة خاصة، والذي يظهر جليا في تغير طريقة اللباس، والمظهر، وتكريس النموذج الغربي في تعاملاتنا، وسلوكياتنا، سببه التقدم التكنولوجي والتقني في مجال الاعلام، الذي ساهم في سيطرة وهيمنة النموذج الغربي، على شعوب العالم في حياتهم الاجتماعية وخصوصياتهم الثقافية، نتيجة الاحتكاك والتقارب عن طريق وسائل الإعلام والاتصال مما أدى إلى تغلب الهوية التي تمتلك أساليب للتأثير والاستمالة على هوية الغير.<sup>2</sup>

الى جانب لعب التلفزيون الدور السلبي بتظليله الرأي العام، عن طريق بث مواد إعلامية مغلوطة، وعدم التزام الحيادية في تغطيته الاخبار، ومواضيع الساعة، بالإضافة الى مساهمته في الانحلال الخلقى في المجتمع، بسبب البرامج الخادشة للحياء، والمتعارضة مع قيم ومبادئ المجتمع العربي، والجزائري، الامر الذي يدفع المنظومة الإعلامية الجزائرية الى ضرورة إيجاد الحلول، ومواكبة التطور الحاصل في المجال الإعلامي لحماية نفسها كمؤسسة إعلامية تضمن استمراريتها، وايضا حماية الموروث الاجتماعي، والثقافي، والخصوصيات الفكرية، والسياسية للمجتمع الجزائري.

<sup>1</sup> طالب فرحان، الاعلام الإذاعي والتلفزيوني: المقومات الفنية والمهنية لرجل الاعلام السياسي، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2011، ص47.

<sup>2</sup> مولود زايد الطيب، علم الاجتماع السياسي، جامعة السابع من ابريل ليبيا، الطبعة الأولى، 2007، ص 45.

## I. 1-3 شبكة الانترنت:

يقصد بالانترنت على انها شبكة معلومات دولية ضخمة متصلة مع بعضها البعض، عن طريق الهاتف، والاقمار الصناعية، كما تعرف على انها شبكة معلومات دولية غير خاضعة لأي حكم مركزي.<sup>1</sup>

كما تعرف على انها شبكة معلوماتية عالمية مكونة من مجموعة من الشبكات الوطنية، والمحلية والخاصة، مرتبطة فيما بينها عبر بروتوكول<sup>2</sup> TCP/IP تتعامل فيما بينها بغية توفير واجهة موحدة للمستخدمين.<sup>3</sup>

كما تعرف أيضا بأنها شبكة عالمية مكونة من عدد من الشبكات المتصلة مع بعضها البعض يمكن الوصول إليها من أي جهاز موصول بالشبكة، تتناقل عبره المعلومات عبر خطوط الهاتف والكابلات والاقمار الصناعية من المرسل إلى المستقبل، كما تتشكل الانترنت من أجهزة الكمبيوتر فيها معلومات ومستخدمين يقومون بإرسال واستقبال هذه المعلومات بطريقة تكنولوجية، يتم بواسطتها إيجاد ونقل هذه المحتويات.<sup>4</sup>

كما يجدر الإشارة الى ان شبكة الانترنت قد أنشأت من قبل وكالة المشروعات والبحوث المتقدمة ARPA التابعة لوزارة الدفاع الامريكية سنة 1969، وهي من أكثر وسائل الاعلام انتشارا وتأثيرا على الجماهير.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> طارق طه، التسويق بالانترنت والتجارة الالكترونية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، د.ط، 2007، ص 598.

<sup>2</sup> يعرف البروتوكول على انه مجموعة من الأسس، والقواعد، التي يستوجب الالتزام بها في عملية التراسل التي تحدث بين أجهزة الكمبيوتر داخل الشبكة، ويعتبر TCP/IP اللغة الأساسية للاتصال داخل شبكة الانترنت، اذ يمثل عنوان كل جهاز عن اخر داخل الشبكة، ويميزه عن باقي الأجهزة الأخرى، مزهر شعبان العالي، نظم المعلومات الإدارية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2009، ص 219.

<sup>3</sup> لوئيس نادية، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تفعيل الاعمال التجارية للمؤسسات-دراسة حالة التذاكر الالكترونية في مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في ادارة العمليات التجارية، جامعة الجزائر 3، 2010-2011، ص 55.

<sup>4</sup> شيروف فضيلة، أثر التسويق الالكتروني على جودة الخدمات المصرفية-دراسة حالة بعض البنوك في الجزائر-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في التسويق، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009-2010، ص 95.

<sup>5</sup> لوئيس نادية، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تفعيل الاعمال التجارية للمؤسسات، المرجع نفسه 54.

كما تعتبر الانترنت أداة اتصالية تفاعلية واسعة الانتشار، ساهمت في توفير خدمات كبيرة في مجال الاتصالات، استطاعت من خلالها أن تلغي المسافات الجغرافية فيما بين البلدان، وبالتالي صارت تتيح للإنسان الاطلاع على أحداث العالم وتطوراته، وتمكنه من تبادل المعلومات في شتى المجالات أين وحيثما وجد، ولكن شريطة امتلاك القدرات التقنية والفكرية.<sup>1</sup>

كما يمكن استخلاص ثلاثة صفات رئيسية تتصف بها شبكة الانترنت وهي:

- شبكة الشبكات: بمعنى أنها شبكة واسعة النطاق تضم بداخلها شبكات للحاسبات الآلية.
  - مستخدمى الشبكة مجهولين: نظرا لأنها شبكة دولية فمستخدميها من مختلف أنحاء العالم وبالتالي فهم مجهولون لبعضهم البعض.
  - ذات قدرات غير محدودة: ويقصد بذلك أن أداء الشبكة لا ينخفض بعدد مستخدميها.<sup>2</sup>
- يمكن القول ان الانترنت هو قفزة نوعية في عالم الاتصالات، والمعلومات التي لا تضاهيها أي وسيلة إعلامية أخرى، وهذا راجع الى قوة تأثيره وانتشاره الواسع، بالإضافة الى كونه اتصال الكتروني مكثف وفعال يتم بفضل تقنيات الكمبيوتر.<sup>3</sup>

دخلت الانترنت الى العالم العربي في مرحلة متأخرة، وكانت الكويت الدول العربية الأولى، وكان ذلك سنة 1992، تلتها مصر والامارات العربية المتحدة في عام 1993، فالجزائر والمغرب عام 1994، اما المملكة العربية السعودية فلم تحصل على الانترنت الا عام 1988.

وفي عام 2009 أشار تقرير للشبكة العربية لحقوق الانسان ان عدد مستخدمي الانترنت في العالم العربي وصل الى 58 مليون مستخدم معظمهم شباب، إذا ان الفئة العمرية بين 25-30 سنة هي الشريحة الأكثر استخداما بنسبة 45 بالمئة.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> أسامة يوسف أبو الحجاج، دليلك الشخصي إلى عالم الانترنت، نخضة مصر للطباعة والنشر، القاهرة، 1998، ص 23.

<sup>2</sup> شيروف فضيلة، أثر التسويق الالكتروني على جودة الخدمات المصرفية-دراسة حالة بعض البنوك في الجزائر-، المرجع السابق، ص 95.

<sup>3</sup> لعقاب محمد، الانترنت وعصر ثورة المعلومات، دار هومة، الجزائر، الطبعة الاولى، 1999، ص 46.

<sup>4</sup> علي عبد الفتاح كنعان، الاعلام والمجتمع، مرجع سبق ذكره، ص، ص 176-177.

أكد السيد موسى بن حمادي وزير البريد وتكنولوجيات الاعلام والاتصال لسنة 2010، ان عدد مستخدمي الأنترنت عالي النطاق بالجزائر قد بلغ 11 مليون مستخدم لسنة 2013، كما أكد الوزير ان جميع المؤسسات التربوية والجامعات والمعاهد التكوينية هي حاليا مربوطة بشبكة الانترنت وأن نحو 400 إقامة جامعية مزودة بشبكة الانترنت، ونسبة 85 بالمائة من المؤسسات التربوية تستخدم الشبكة العنكبوتية و70 بالمائة من المتوسطات و25 بالمائة من المدارس الابتدائية، بالإضافة الى قطاع الصحة، كما أشار الوزير الى كون خدمة الانترنت غير مكلفة بالجزائر وتبقى في متناول الجميع مؤكدا ان جودة الاتصالات الي هي في تحسن ملحوظ.<sup>1</sup>

ان الانترنت كوسيلة الإعلامية تمكن من الانفتاح على الثقافات الأخرى، والمساهمة في التعليم والتعلم عن بعد، كما يسمح بتحقيق التفاعل من خلال مواقع الدردشة، كلها أشياء إيجابية ولكن هذا لا يعني خلوه من السلبية كسائر وسائل الاعلام الأخرى، فقد تحتوي شبكة الانترنت على معلومات غير موثوقة، ومجهولة المصدر تعمل على نشر الاشاعات الكاذبة، او احتوائه على أفكار واعتقادات، تؤدي الى زعزعة أواصر العلاقة بين افراد المجتمع، بالإضافة الى استغلال الانترنت في مجالات خطيرة تكون سببا رئيسيا في ضرب استقرار وامن البلاد، مثل استعماله في الترويج الى الأسلحة، والمخدرات، والدعارة، من طرف العصابات الدولية.

### I. 1-4 مواقع التواصل الاجتماعي:

ان أهمية الانترنت تكمن قدرتها في إمكانية تغيير مفهوم الاتصال، والمتزامن مع ظهور شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي، مثل الفايسبوك والتويتر، التي استطاعت ان تغير بشكل كبير ان لم نقل كلي طريقة تواصل الناس وتفاعلهم، وتواصل الحكومات ومواطنيها، مع تغير الكيفية التي يمارس بها الناشطون السياسيون، والاجتماعيون، ومنظمات المجتمع المدني، والحقوقيون أنشطتهم. فالشبكات الاجتماعية أصبح لها القدرة على التأثير في العملية السياسية والديمقراطية، أكثر من الوسائل الإعلامية الأخرى، وهذا ما اثبتته الاحداث العربية في الآونة الأخيرة التي شهدتها كل من

<sup>1</sup> الشروق اليومي، جريدة جزائرية يومية، منير ركاب، 11 مليون مستخدم للإنترنت في الجزائر، العدد 4017، الخميس 16 ماي 2013، على الرابط التالي: <http://www.echoroukonline.com/ara/articles/164875.html>, تاريخ الزيارة: 12 جويلية 2016.

مصر، وتونس، وليبيا، وسوريا وغيرها من البلدان العربية، فمواقع التواصل الاجتماعي كانت لها حصة الأسد في تحريك هذه الاحداث والتأثير فيها، مما أعطت نوع اخر من التفاعل والتأثير في الميدان الإعلامي.<sup>1</sup>

الشبكات الاجتماعية هي مصطلح يشير الى تلك المواقع على شبكة الانترنت، والتي ظهرت مع ما يعرف بالجيل الثاني للويب (Web2)، حيث تتيح التواصل بين مستخدميها في بيئة ذات مجتمع افتراضي، يجمعهم وفقا لاهتماماتهم او انتماءاتهم (جامعة، بلد، صحافة، شركة... الخ)،<sup>2</sup> فشبكات التواصل الاجتماعي تتشكل من خلال الانترنت، والتي يتمكن من خلالها الافراد ان يتواصلوا ضمن مجتمع افتراضي، يشتركون فيه الاهتمامات والانتماءات.

كما تعرف مواقع التواصل الاجتماعي على انها منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمستخدمين بإنشاء مواقع خاصة بهم، سواء كانوا مجموعات او افراد، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء اخرين لديهم نفس الاهتمامات، والتطلعات، والميولات.<sup>3</sup>

ان الشبكات الاجتماعية هي مفهوم يشير الى كل موقع في الشبكة العنكبوتية، والذي يتيح للمستخدم إمكانية وضع صفحة شخصية عامة معروضة، تتيح إمكانية تكوين علاقات شخصية مع المستخدمين الاخرين، الذين يقومون بدخول الى تلك الصفحات او الصفحة، فمواقع الشبكات الاجتماعية هي وصف لكل المواقع ذات الطابع الاجتماعي، الغني بالنقاش الحي وغرف الدردشة.<sup>4</sup>

هناك العديد من مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي التي ظهرت في الأعوام الأخيرة ولكل موقع منها مستخدموه، اذ يفضل بعض الأشخاص مواقع دون غيرها وذلك بسبب الميزات والخصائص التي تنفرد بها كل وسيلة عن غيرها، والتي تتمشى وفق الخصوصيات الفردية، وهناك مواقع كثيرة: (الفيسبوك، التويتر، اليوتيوب، الفاير، الانستجرام، ماي سبيس، جوجل بلس، والمدونات

<sup>1</sup> علي عبد الفتاح كنعان، الاعلام والمجتمع، مرجع سبق ذكره، ص169.

<sup>2</sup> علي عبد الفتاح كنعان، الاعلام والمجتمع، المرجع نفسه، ص170.

<sup>3</sup> بشرى جميل الراوي واخرون، التقرير العربي الأول للتنمية الثقافية، مؤسسة الفكر العربي، بيروت، د.ط، 2008، ص23.

<sup>4</sup> علي عبد الفتاح كنعان، الاعلام والمجتمع، المرجع السابق، ص170.

الالكترونية... ) وغيرها من المواقع الاخرى وسنقتصر بالذكر على الفيسبوك، والتويتر، باعتبارهما من اهم المواقع من حيث الاستعمال، والتداول خاصة لدى مجتمع الدراسة.

#### - الفيسبوك Facebook:

موقع الفيسبوك تم إنشاؤه عام 2004، على يد الشاب الأميركي مارك زوكربيرغ ذو التخصص الأكاديمي علم النفس، وعلم الحاسوب في جامعة هارفارد الامريكية سنة 2002، وهو أحد أشهر مواقع التواصل الاجتماعي، واوسعها انتشارا.

في بداية الامر كان الموقع متاحا فقط لطلاب جامعة هارفرد، ثم لطلبة الجامعات الاميركية الاخرى، فطلاب الثانوية وعدد محدود من الشركات، واخيرا تم اتاحته لأي شخص يرغب في فتح حساب عام 2007، والان يملك حوالي 880 مليون مستخدم، اي ما يقدر ب واحد من كل 13 شخص في العالم لديه صفحة على الفيسبوك.<sup>1</sup>

عرفت الجزائر مؤخرا هذا النوع من التواصل، فلا يكاد يخلو مجال، او ميدان، الا ووجد أثر لوسائل الاعلام عامة، ومواقع التواصل الاجتماعي وبالخصوص الفيسبوك، فالجزائر تحتل المرتبة 45 عالميا و4 عربيا بعد كل من مصر، السعودية، والمغرب من حيث استخدام الفيسبوك، اذ بلغ عدد الجزائريين الذين يمتلكون حساب فيسبوكي حوالي الثلاثة ثلاثة ملايين و433 ألف شخص منتصف السنة 2012، حسب موقع (سوشيال باكرز Socialbakers) 2، فنسبة 68 بالمائة من مستخدمي الفيسبوك هم الرجال، مقابل 32 بالمائة من النساء هذا من ناحية الجنس، أما فيما يخص الفئات العمرية فنجد فئة الشباب المتراوحة أعمارهم بين 18 و24 سنة هم أول الفئات نشاطا على الشبكة بنسبة 42 بالمائة تليها الفئة العمرية بين 25 و34 سنة بنسبة 27 بالمائة، بينما تبقى الفئة العمرية بين 55 و65 نسبتها محتشمة جدا حيث لا تتعدى في مجموعها 2 بالمائة.<sup>3</sup> الا ان هذه

<sup>1</sup> علي عبد الفتاح كنعان، الاعلام والمجتمع، المرجع السابق، ص172.

<sup>2</sup> سوشيال باكرز Socialbakers، شركة عالمية متخصصة في إحصاء وتحليل البيانات المتعلقة بشبكات التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك، التويتر، اليوتيوب، الانستجرام... الخ، وإعادة نشرها.

<sup>3</sup> الشروق اليومي، جريدة جزائرية يومية، كريمة.خ، الجزائر تحتل المرتبة 45 عالميا من حيث استخدام الفيسبوك، العدد 3674، الاحد 3 جوان 2012، على الرابط التالي: <http://www.echoroukonline.com/ara/?news=131042>، تاريخ الزيارة: 12 جويلية 2016.

النسب تظل افتراضية نظرا لطبيعة هذه المواقع التي تكون اغلبية المعلومات، والبيانات فيها افتراضية وغير حقيقية.

ويرى مخترع الفيسبوك مارك زوكربيرغ ان الفيسبوك هو حركة اجتماعية، وليس مجرد أداة او وسيلة للتواصل، الامر الذي يعطيه الأولوية القصوى في السيطرة على كل اشكال النشاط البشري على الشبكة العنكبوتية، باعتباره موقع يتيح للأفراد العاديين ان يصنوا من أنفسهم كيان عام، من خلال الادلاء والمشاركة بما يريدون من معلومات حول أنفسهم، واهتماماتهم، ومشاعرهم، وصورهم الشخصية، فالهدف الرئيسي من هذا الاختراع بالنسبة الى مارك هو جعل العالم أكثر انفتاحا.<sup>1</sup>

#### - التويتير Twitter :

التويتير عبارة عن موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية، يسمح لمستخدميه بإرسال وقراءة تعليقات لا تتجاوز 140 حرفا او رمزا، وهذه التعليقات تعرف باللغة الإنجليزية Tweets والتي تعني تغريدات.

اذ يتم هذا عن طريق رسائل نصية قصيرة، او برامج المحادثات الفورية، الامر الذي يزيد من أهمية هذا الموقع في الحصول على الاخبار، والتطورات الحاصلة فور حدوثها، اذ يعتبر التويتير موقع فعال في عملية الاخبار العاجلة.<sup>2</sup>

تم إنشاؤه على يد الأمريكي جاك دورسي Jack Dorsey في مارس 2006، وقد اشتهر شهر تويتير بشكل سريع حتى وصلت عدد تغريداته يوميا 200 مليون تغريدة، ويصفه البعض بأنه موقع رسائل الانترنت النصية القصيرة، وقد تواصل نموه السريع ليصل سنة 2010 الى 750 تغريدة يتم ارسالها كل ثانية.

ان مواقع الشبكات الاجتماعية مثل الفيسبوك والتويتير، ليست مجرد أدوات تتيح للمستخدمين نشر تعليقاتهم، وآرائهم، ولكن أصبحت لكثير من الدول عبارة عن نوافذ إعلامية يتم

<sup>1</sup> علي عبد الفتاح كنعان، الاعلام والمجتمع، المرجع السابق، ص173.

<sup>2</sup> رضوان بلخيري، مدخل الى الاعلام الجديد: المفاهيم الوسائل والتطبيقات، دار جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، د.ط، 2014، ص51.

من خلالها تناقل الاخبار اثناء وقوعها، وبسرعة تفوق في كثير من الأحيان وسائل إعلامية إخبارية أخرى، الامر الذي دفع بأي وسيلة إعلامية مهما كان طابعها الى فتح حسابات خاصة على مواقع التواصل الاجتماعي، لتكون هي أيضا سبابة في الالمام بجوانب المعلومات والاخبار، وتضع نفسها في الصورة الإعلامية التي أصبحت تسيطر عليها مواقع التواصل الاجتماعي اليوم أكثر من ذي قبل، بالإضافة الى نم وشريحة الشباب التي تبدي اهتمام كبير لمثل هذه الوسائل الإعلامية.

## I. 2 دور وسائل الاعلام في تحديد الاتجاهات.

ان وسائل الاعلام تهدف الى التأثير على الرأي العام، من خلال تزويد الجماهير بأكبر قدر من المعلومات، بحيث تختلف مجالات التأثير باختلاف التوجهات والاهتمامات، كذلك تختلف طبيعة التأثير باختلاف طبيعة المعلومة، فوسائل الاعلام من تلفزيون، وإذاعة، وصحف، وغيرها، تلعب دور التأثير الإيجابي بالتزامها الموضوعية والشفافية في نقلها الاخبار والاحداث، وتعتبر كذلك وسائل الاعلام في نظر كثير من الكتاب والباحثين في مجال الاعلام والاتصال أداة أساسية في نشر الثقافة،<sup>1</sup> كما يمكنها ان تؤثر سلبا على الرأي العام بابتعادها عن المهنة الإعلامية، الامر الذي ينتج عنه تزييف الوعي والتظليل الإعلامي.

كما تجدر الإشارة الى طبيعة الرأي العام، باعتباره مجموعة من الآراء الناتجة عن قضية تهم الناس، التي قد تكون في غالب الأحيان تضم مجموعة من المعلومات، والأفكار المتناقضة، فقد يكون الرأي العام حائر، ويعوزه التبلور والتغير من يوم الى اخر، وهو ما حدده برايز في كتابه الديمقراطية العصرية، معتبرا ان الرأي العام ليس مجرد إحساس او انطباع، وانما هو عقيدة واقتناع وأكثر قابلية للثبات.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Bouron Jérôme, Introduction aux médias, Édition Montchrestien, Lextenso, paris, 2000, p31.

<sup>2</sup> عبد اللطيف حمزة، الاعلام له تاريخه ومذاهبه، دار الفكر العربي، القاهرة، د.ط، 1965، ص32.

ان وسائل الاعلام من خلال تحليها بالمسؤولية الإعلامية والاجتماعية، تهدف الى تغيير الاتجاهات والآراء السلبية في مقابل تدعيم الاتجاهات الإيجابية، كما تعمل على تنشيط حافز الوقاية، والعلاج، والتنمية، خلال تناولها المواضيع التي تمس كافة القطاعات، والمجالات، والحرص على تنشآت الافراد تنشئة سوية، والمساهمة في "التطبيع الاجتماعي"<sup>1</sup>، كون وسائل الاعلام مؤسسة حيوية من مؤسسات التنشئة الاجتماعية، لها تأثير على حياة الفرد مثلها مثل الاسرة والمدرسة، او أكثر من ذلك، في ظل تكنولوجيا الاعلام والاتصال، التي جعلت من الوسيلة الإعلامية تحل محل الاسرة في التربية، و محل المدرسة في التعليم، ومدعاة في انشاء علاقات اجتماعية غير مباشرة.

<sup>1</sup> التطبيع الاجتماعي هو عملية اجتماعية، تكون قصدية، وأحياناً غير قصدية، ترافق الفرد طوال حياته بدأ من الاسرة، ثم المدرسة والرفاق، ودور العبادة، وثقافة المجتمع، فهو نوع من التعلم الاجتماعي الذي يُكسب الفرد طيلة حياته مهارات إنسانية، وقيم ومعايير وتقاليد اجتماعية، بالإضافة الى ميكانيزمات التفاعل الاجتماعي، علاء الدين كفاي، رعاية نمو الطفل، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة د.ط، 1998، ص 82. كما أطلق سيغموند فرويد (Sigmund Freud) الطبيب النمساوي مؤسس مدرسة التحليل النفسي، مفهوم التطبيع الاجتماعي ليشير به الى عملية التنشئة الاجتماعية، باعتبارها عملية نمو وتطور حتمية واسباسية، متداخلة فيما بينها وذات تأثير بالغ في شخصية الفرد، فبرى فرويد عملية التنشئة الاجتماعية تتضمن اكتساب الطفل واستدخاله لمعايير والديه وتكوين الأنا الأعلى لديه، ويعتقد فرويد أن هذا سيتم من خلال أساليب عقلية وانفعالية واجتماعية أهمها: التعزيز، والانطفاء القائم على الثواب والعقاب، أحمد السيد محمد اسماعيل، مشكلات الطفل السلوكية وأسلوب معاملة الوالدين، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، د.ط، 1993، ص 16.

يبين الجدول رقم 34 وسيلة الاعلام الأكثر استقطابا للجمهور من حيث جمع ونشر المعلومات\*.

الفئات	ولاية تلمسان		ولاية مستغانم		المجاميع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الإذاعة	38	19	44	22	82	20.5
التلفزيون	200	100	200	100	400	100
شبكة الأنترنت	123	61.5	143	71.5	266	66.5
مواقع الاتصال الاجتماعي	98	49	101	50.5	199	49.75
الصحافة المكتوبة	24	12	08	4	32	8
الاتصال الشفهي	65	32.5	53	26.5	118	29.5
المجموع	200		200		400	

من خلال الجدول يتبين ان التلفزيون يتصدر قائمة استقطاب الجمهور من حيث جمع ومعالجة ونشر المعلومات، وفي مجال هذه الدراسة كان الاختيار هنا على أساس عامل الثقة، فنجد عينة البحث لديها ثقة في البرامج التلفزيونية، أكثر من برامج وسائل الاعلام الأخرى، اذ يضع الجمهور عند استقبال الرسالة الإعلامية عامل الثقة بالمصدر، والتي هي درجة الصدق التي يوليها للرسالة الإعلامية، بحيث يكون التلفزيون بنظر الجمهور في هذه الحالة الأكثر مصداقية وتعبيرا عنه،

\* المجاميع لا تعبر عن عدد مفردات العينة لأن المبحوث له الحق في اختيار أكثر من إجابة.

كما تميل الجماهير الى تلقي الرسالة الإعلامية التي يجد انها أكثر موضوعية، والأكثر ملائمة لاهتماماته وتلبية لاحتياجاته وميولاتهم الشخصية.<sup>1</sup>

تليه شبكة الانترنت، التي تجدها عينة البحث، وسيلة تكنولوجية جد متطور، تسهم بشكل كبير في تدفق المعلومات، اذ توفر الى كافة شرائح المجتمع معلومات واخبار متنوعة، ومختلفة، في شتى المجالات، والميادين، فالانترنت اليوم تحدث تغيرا على مستوى السلوك، والقيم، ورؤية الفرد للعالم ومكانته فيه، اذ تراه عينة الدراسة انه أكثر احاطة وشمولية بالأخبار، والمواضيع التي من شأنها توجيه معرفة الفرد الى حقيقة، او كذبة عن غيرها.

اذ تغيرت صور الوسائل الإعلامية كثيرا بعد ظهور وانتشار شبكة الانترنت عالميا، حيث باتت هذه الشبكة كوسيط اتصالي جديد عكس التقليدي كالإذاعة والتلفزيون والجراند، اذ تجمعت في الانترنت خبرات الوسائل المادية للاتصالات السلكية واللاسلكية، وهي تجمع بين خصائص الاتصال الجماهيري والتخصيص وحق الفرد في تلبية حاجاته إعلاميا، الى جانب هذا تعتبر شبكة الانترنت وسيلة اتصالية تصنف بعض الخدمات من خلال شبكات ومواقع تتم عبرها.<sup>2</sup>

كما تم عينة الدراسة بمواقع الاتصال الاجتماعي، واعطائها مكانة هامة في مجال تناقل وتبادل الاخبار، فمواقع الشبكات الاجتماعية مثل الفيسبوك والتويتر، ليست مجرد أدوات تتيح للمستخدمين نشر تعليقاتهم الشخصية، ومشاركة الاخرين بها، ولكنها أصبحت لكثير من المستخدمين منصات لنشر الاخبار، فعلى سبيل المثال كان التويتر من أوائل الوسائل الإعلامية التي قامت بنشر احداث وتقارير الهجمات الإرهابية على مومباي الهندية في نوفمبر 2008.<sup>3</sup>

ثم يأتي التواصل الشفهي، وكان المقصود به التواصل الإنساني الشفهي، الذي يتم بين افراد المجتمع بشكل مباشر، وهذا يتطلب نوع من الخبرة واللغة المشتركة بين المرسل والمستقبل، وهو نوع من التفاعل البشري له أهمية كبيرة في إيصال الأفكار، وخلق الاتجاهات الجديدة والتأثير فيها، ويكون

<sup>1</sup> محمد علي لعوينتي، دور التكنيك في الاعلام الدولي: دراسة نظرية وتطبيقية، مرجع سبق ذكره، ص 18.

<sup>2</sup> عباس مصطفى صادق، صحافة الانترنت وقواعد النشر الالكتروني، الظفرة للطباعة والنشر، أبو ظبي، الطبعة الأولى، 2003، ص30.

<sup>3</sup> علي عبد الفتاح كنعان، الاعلام والمجتمع، مرجع سابق، ص 176.

هذا النوع قوي كلما توافقت السمات الاجتماعية، والثقافية الجمهور، وتجانست فيه الآراء، والأفكار.

وبعدهما الإذاعة وهي أيضا تعتبر وسيلة لتقصي الاخبار، والمعلومات، فقد اخذت على عاتقها مختلف المهام كالتسلية والانباء ذات النفع العام، والتربية الثقافية والسياسية والاجتماعية داخل المجتمع<sup>1</sup>، واخيرا الصحافة المكتوبة كانت في اخر القائمة، اذ تؤثر معرفة القراءة والكتابة في الاستخدام الفعال للوسائل الجماهيرية المطبوعة، وكلما كان معدل القراءة والكتابة منخفضا يحد من جدوى الاتصال الجماهيري المطبوع<sup>2</sup>، الا ان هذا لا ليس بالضرورة ان يكون المؤثر في العزوف عن وسائل الاعلام المطبوعة او ان يشكل عائق خاصة في هذا العصر الذي ارتفعت فيه نسبة التعليم والتثقيف، بقدر ما يدال على إمكانية اندثار الوسائل الاعلامية المطبوعة، او العزوف عنها واحلال وسائل إعلامية بديلة، والدليل على هذا ان مجمل عينة البحث لهم مؤهل علمي يسمح لهم بالرجوع للوسائل المطبوعة، الا انهم يفضلون وسائل اخرى، هي بنظرهم اكثر مصداقية وسلاسة، ووصولاً الى مختلف شرائح المجتمع، انظر الرسم البياني رقم 01، ص 53 الذي يبين توزيع العينة على أساس المستوى التعليمي.

يبين الجدول رقم 35 مدى مساهمة وسائل الاعلام في تكوين وتحديد اتجاهات الفرد.

المجموع		ولاية مستغانم		ولاية تلمسان		الفئات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
87.25	349	91	182	83.5	167	نعم
10.5	42	9	18	16.5	33	لا
100 %	400	100 %	200	100 %	200	المجموع

<sup>1</sup> صالح ذياب هندي، أثر وسائل الاعلام على الطفل، دار الفكر للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الثانية، 2008، ص 76.

<sup>2</sup> حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي العبد، نظريات الاعلام، مرجع سبق ذكره، ص 61.

من خلال الجدول نلاحظ ان نسبة 87.25% من عينة البحث أفادوا على ان وسائل الاعلام تسهم في تكوين وتحديد اتجاهات الفرد، باعتبار ان وسائل الاعلام بشتى أنواعها، تعتبر من المصادر الإخبارية والتثقيفية الهامة، ووسائل مؤثرة على الاتجاهات، فنتيجة للتطور العلمي اصبحنا نعيش اليوم في عصر الثورة المعلوماتية التي تجتاح العالم والتي كان لها دور كبير في تغيير مسارات عدة في العالم من حيث الأفكار، و الاعتقادات، والتوجهات، والانفتاح على الثقافات المختلفة في العالم بزمن قياسي لم يعهده العالم من قبل، كل هذا عن طريق وسائل الاعلام والاتصال والتكنولوجيات التي صاحبته.

فتعمل وسائل الاعلام والاتصال على نقل الأفكار والآراء، والاتجاهات السائدة من مجتمع الى اخر، كما تعمل على الترويج للثقافة المحلية ومواجهة الغزو الثقافي، كما يمكن لها ان تقوم بالدور السلبي بنشر الدعاية الكاذبة، وبث المعلومات المنحازة الامر الذي يبعدها عن الدور الفعلي الذي اوجدت من اجله والمتمثل أساسا في تنوير الرأي العام ودعم وتطوير الاتجاهات السليمة، الى جانب التعليم والتوجيه والتثقيف، وغيرها من الوظائف التي تؤديها كل الوسائل الإعلامية، الا انه لا احد ينكر دور وسائل الاعلام في تحديد والتأثير على الاتجاهات.

يبين الجدول رقم 36 الوسيلة الأكثر فعالية في مجال تكوين وتحديد الاتجاهات\*.

الفئات	ولاية تلمسان		ولاية مستغانم		المجاميع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الإذاعة	74	37	95	47.5	165	41.25
التلفزيون	200	100	200	100	400	100
شبكة الأنترنت	98	49	79	39.5	177	44.25
مواقع الاتصال الاجتماعي	73	36.5	81	40.5	154	38.5
الصحافة المكتوبة	83	41.5	45	22.5	128	32
الاتصال الشفهي	102	51	79	49.5	181	45.25
المجموع	200		200		400	

من خلال هذا الجدول سنلاحظ نوع من التناقض، او التباين ان صح القول في تصريحات

عينة البحث، التي كان ترتيبها للوسائل الإعلامية الأكثر استقطابا من حيث جمع المعلومات ومعالجتها، لا يتوافق وترتيبها للوسائل الإعلامية الأكثر فعالية في تكوين، وتحديد الاتجاهات، فهذا الامر يعني ان كون الوسيلة الإعلامية الأكثر استقطابا ومتابعة، ليس بالضرورة ان يجعل منها الوسيلة

\* المجاميع لا تعبر عن عدد مفردات العينة لأن المبحوث له الحق في اختيار أكثر من إجابة.

الأكثر تحديدا والأدق توجيهها للآراء واتجاهات الافراد، فمسألة التأثير على الاخرين، يجب ان تكون متميزة وواضحة، عن مسألة نشر المعلومات.<sup>1</sup>

فبالرغم من ان التلفزيون حافظ على الصدارة في القائمة باعتباره الوسيلة الأكثر استقطابا، والأكثر على سلوك الافراد وتحديد اتجاهاتهم، وآرائهم، فصنفته عينة البحث على انه الوسيلة الأكثر تجسيدا للواقع المعاش، وهذا يعود الى قوة الصورة واستحواذها على الفرد، والتي تكون وحدها كافية على الاقناع والتأثير بالإضافة الى إعطاء التلفزيون نماذج حية ومتنوعة تحدث تأثيرا مهما وفعالا على المشاهد،<sup>2</sup> اذ يعتبر التلفزيون اليوم الموزع الأساسي في عملية التنشئة الاجتماعية، والمسيطر الرئيسي على حياة الافراد.<sup>3</sup>

وهذا ما اكدت عليه نظرية التعلم الاجتماعي لألبرت باندورا "Albert Bandura"

"<sup>4</sup>، التي ترى ان معظم السلوك الإنساني يتم تعلمه من خلال الملاحظة، التي تسمح له بتكوين فكرة عن كيفية تبني اتجاهات، وسلوكيات، من خلال اتباع نماذج وامثلة حية من الواقع، بحيث تكون المعلومات الدليل الموجه لاكتساب نماذج جديدة عن طريق عملية التفاعل المستمر والمتبادل مع التأثيرات المعرفية، والسلوكية، والبيئية للفرد، والذي اسماه Bandura، التعلم بالملاحظة او النمذجة،<sup>5</sup> وهنا يكون التلفزيون أبرز وسيلة إعلامية توفر ذلك.

كما ان للتلفزيون أهمية كبيرة في التأثير على اتجاهات والآراء، فهو وسيلة فعالة أكثر من

الإذاعة في مجال الدعاية السياسية، حيث يستطيع ان يوثق الصلة بين الجمهور والشخصيات السياسية أكثر مما تستطيع الإذاعة، لذلك أصبح التلفزيون من اهم الأسلحة التي تلجأ اليها الأحزاب

<sup>1</sup> حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي العبد، نظريات الاعلام، مرجع سبق ذكره، ص96.

<sup>2</sup> هاني الرضا، الرأي العام والاعلام والدعاية، مرجع سابق، ص169.

<sup>3</sup>Dagnaud Monique, Médias et Violence-L'état du débat Mars 2003, Édition Centre de Documentation Du Conseil Supérieure De L'audiovisuel, France, 2010, p19.

<sup>4</sup> لألبرت باندورا "Albert Bandura"، هو عالم نفس كندي قدم اسهامات كثير في علم النفس الاجتماعي، وعلى راسها نظرية الادراك الاجتماعي.

<sup>5</sup> فتحي مصطفى يوسف الزيات، سيكولوجية التعلم بين المنظور الارتباطي والمنظور المعرفي، دار النشر للجامعات، القاهرة، الطبعة الثانية، 2004، ص، ص363.

لكسب ثقة الجمهور، والتأثير على الرأي العام، كما يعتبر التلفزيون المدرسة العامة للشعب، ييث من خلالها الوعي السياسي والحضاري،<sup>1</sup> ويستطيع التلفزيون التأثير إيجابيا كما يمكنه التأثير سلبيا بتظليل الرأي العام، الى جانب بثه برامج قد تتعارض مع عادات وتقاليد المشاهد، الامر الذي يؤدي الى الفساد الخلقي في المجتمع، كما اكدت عينة الدراسة من خلال الأسئلة المفتوحة المتعلقة باستمارة البحث عم مدى إمكانية التلفزيون في التشجيع على الجريمة والعنف والتقليل من نسبة المطالعة، باعتبار ان لكل وسيلة إعلامية إيجابيات وسلبيات، ويكون المتلقي هو المحدد الرئيسي والمسؤول الفعلي لما يأخذه او يتركه، من الرسائل الإعلامية سواء سلبية كانت ام إيجابية.

الا ان فئة الاتصال الشفهي غيرت من مركزها فيما يخص دورها في تحديد الآراء والأفكار، وهو ما بينه الجدول رقم 36، التي اعتبرته عنصر فعال في مجال تكوين وتحديد الاتجاهات، والتأثير على الآراء، والمواقف، خاصة في المجتمعات المحلية التي تقل فيها درجة اللاتجانس.

ان من اهم الدراسات التي تناولت الاتصال المباشر، دراسة لازر سفيلد وبيربوسون وجوديت، حيث وجد لازر في دراسته ان الطريقة التي تؤثر في تكوين الناس لآرائهم وتغييرهم لهذه الآراء ان عملية الادلاء بالأصوات ليست عملية فردية وانما عملية جماعية، يتأثر فيها الفرد بأسرته وبزملائه، حيث ان الناس الذين يعيشون في ظل ظروف اجتماعية واقتصادية مماثلة، تتشابه عادة مصالحهم واحتياجاتهم، وينعكس ذلك الأثر على اتجاهاتهم السياسية، كما ان بعض الناس لا يحصلون على معلوماتهم من أجهزة الاعلام بطريقة مباشرة، وانما يحصلون على جانب منها خلال مناقشتهم مع قادة الرأي<sup>2</sup> في جماعتهم الأولية، كون القادة يحصلون على معلوماتهم عن طرق هذه الوسائل التي تكون بدورها مكملة لدور الاتصال المباشر.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> عاطف عدلي العبد، الدعاية والاقناع: الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، دار الفكر العربي للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2007، ص112.

<sup>2</sup> تعرف قيادة الراي على انها التي يكون عندها الفرد قادرا على التأثير بصورة غير رسمية في اتجاهات الافراد الاخرين، وفي سلوكهم الظاهر بطريقة مطلوبة ومتكررة، حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي العبد، نظريات الاعلام، مرجع سبق ذكره، ص71.

<sup>3</sup> عاطف عدلي العبد، دليل بحوث الاتصال في الوطن العربي، دار الفكر العربي، القاهرة، د.ط، 1994، ص 15.

يتداول خبراء الاتصال مصطلح التأثير عن طريق كلمة الفهم التي تكون تلقائية بشكل عفوي غير مقصود، والتي اعتبروها أكثر فعالية وتصديقا في المجمعات النامية من الكلمة المطبوعة، ولذلك يثق الناس في الاتصال المباشر أكثر من الاتصال الجماهيري، ليس تقليلا لأهميته، ولكن كما ير ولبر شرام، ان الوسائل التقليدية كالسوق والمقهى والمجمعات المحلية، تلعب دورا هاما في تعميق التأثير.<sup>1</sup>

فالالاتصال المباشر يتميز على الاتصال الجماهيري ببعض المزايا السيكولوجية لأنه يتم بشكل عفوي، غير مقصود، وأكثر مرونة ورجع الصدى فيه يكون كبير.<sup>2</sup>

ثم جاءت شبكة الانترنت، والتي هي في اعتقاد عينة البحث انها من الوسائل التي تقل فيها درجة الرقابة في الجزائر، مما يعطي متنفس للتعبير عن الآراء والأفكار، التي لا يستطيع المواطن الجزائري طرحها في وسائل إعلامية أخرى، كما تمتاز شبكة الانترنت بسهولة الوصول الى المعلومة في ظرف زمني قصير. ان الانترنت أعطى اعظم نقلة نوعية في مجال التطور التكنولوجي، والتي لولاها ما برز مفهوم الاعلام البديل، هو مصطلح حديث يتضاد مع الاعلام التقليدي الذي يضم الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون، فالإعلام الجديد لم يعد محصور في نخبة ما أو قادة إعلاميين، بل أصبح متاحاً لجميع شرائح المجتمع وأفراده كالمحطات التلفزيونية التفاعلية، الصحافة الإلكترونية، الإذاعات الرقمية، منتديات الحوار، المواقع الشخصية والمؤسسية، مواقع الشبكات الاجتماعية، وغيرها من الوسائل التي يكون الانترنت هو المحرك والمكون الأساسي لها.<sup>3</sup>

ومن بين اهم خصائص الاعلام البديل:

- التفاعلية واللاتزامنية: حيث يتبادل القائم بالاتصال والمتلقي الأدوار، مما يخلق نوع من الحوار وتبادل الأفكار، مع إمكانية التحكم في الوقت.
- المشاركة والانتشار: اذ يتيح الاعلام الجديد لكل شخص يمتلك أدوات بسيطة أن يكون ناشرا، مرسل لمختلف الرسائل، سواء كان صحفي أو فرد عادي.

<sup>1</sup> حسن عماد مكاي، عاطف عدلي العبد، نظريات الاعلام، مرجع سبق ذكره، ص63.

<sup>2</sup> عاطف عدلي العبد، دليل بحوث الاتصال في الوطن العربي، دار الفكر العربي، نفس المرجع، ص15.

<sup>3</sup> هالة إسماعيل البغدادي، تكنولوجيا الاعلام والاتصال، مرجع سبق ذكره، ص101.

- الكونية: حيث أصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية، تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة.
  - ادماج الوسائط: من خلال استخدام كل وسائل الاتصال، مثل النصوص، والصوت، والصورة الثابتة، والصورة المتحركة، والرسوم البيانية ثنائية وثلاثية الأبعاد.
  - الانتباه والتركيز: نظرا لأن المتلقي في وسائل الإعلام الجديد يقوم بعمل فاعل في اختيار المحتوى، والتفاعل معه، فإنه يتميز بدرجة عالية من الانتباه والتركيز، بخلاف التعرض لوسائل الإعلام التقليدي الذي يكون عادة سلبيا وسطحيا.
  - التخزين والحفظ: حيث يسهل على المتلقي تخزين وحفظ الرسائل الاتصالية واسترجاعها، كجزء من قدرات وخصائص الوسيلة بذاتها.<sup>1</sup>
- بالإضافة الى خدمة الدردشة التي تتحها شبكة الانترنت، والتي قد ظهرت منذ أواخر الثمانينات وتعتبر وسيلة اتصال مباشرة بين الافراد عن طريق المحاورة الانية في شكل رسائل نصية متبادلة.<sup>2</sup> التي تمكن من تبادل التجارب والخبرات بين الكفاءة المنتشرة في مختلف دول العالم، التي يجد فيها الترفيه، والتعليم والتربية، والاشهار، والاحبار، من خلال ما يعرف بعملية التواصل الاجتماعي التي يتم بموجبها نقل المعلومات ومحتوى الرسالة الاتصالية.<sup>3</sup>
- وبعدها الإذاعة التي تعتبر وسيلة اتصال قوية، تستطيع الوصول الى مختلف الافراد والجماعات، سريعة الانتشار، فهي تتفوق بذلك على الصحافة، بتميزها بالسبق واولوية النشر، والاثر الأول للخبر او الرأي لا يحى بسهولة ويصعب معارضته، فهناك من يعتبر ان من يقول الكلمة أولا يكون حلي حق دائما، ولذلك تصلح الإذاعة ان تكون وسيلة هجومية بالدرجة الأولى.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> هالة إسماعيل البغدادي، تكنولوجيا الاعلام والاتصال، المرجع السابق، ص117.

<sup>2</sup> إبراهيم بخي، التجارة الالكترونية: مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، د.ط، 2008، ص30.

<sup>3</sup> Berton Philippe, Serge Proulx, **L'explosion De La Communication : Introduction aux Théories et aux Pratique De La Communication**, Collection, Grands Repères, Paris, 2006, p26.

<sup>4</sup> جيهان احمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الاعلام، مرجع سبق ذكره، ص16.

كما تعمل الإذاعة برأي عينة الدراسة على تهيئة المستمعين نفسيا من خلال البرامج الصباحية التي تدخل البهجة على القلوب وتدفع الى التفاؤل، كما تعتبرها فئة البحث مناسبة للفئات التي لا تعرف القراءة او الكتابة والتي لا تحتاج الى تركيز كما تحتاجه الصحافة.

ان الاستماع الى الراديو يدفع الى الإحساس الجمعي، من خلال فتح المشاركة في البرامج الاذاعية، فيشعر الفرد انه عضو في جمهور كبير من المستمعين، فالإذاعة بهذا تتيح للمستمع ان يشارك سيكولوجيا في احداث اليوم واخباره مع الاخرين، فينتج عنه نوع من التفاعل الاجتماعي في موضوعات جديدة،<sup>1</sup> والعمل على تحفيز الناس ودفعهم الى الاهتمام بالقضايا، والمسائل العامة ومناقشتها، في مقابل دعم القيم وتعزيز أفكار التنمية الاقتصادية والاجتماعي، وهذا ما عبرت عنه عينة الدراسة، الامر الذي يثبت صمود الإذاعة كوسيلة اعلامية لها دور كبير في التأثير على الرأي العام.

ثم مواقع التواصل الاجتماعي التي اكدت عينة الدراسة على مدى الأهمية التي تلعبها في جمع ونشر المعلومات، والمساهمة في تكوين الآراء وتحديد الاتجاهات، فعند الحديث عن التأثيرات السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي يتراءى لنا الدور الذي تلعبه في الاحداث العربية الراهنة، وكذلك الدور الذي قامت به في مطلع سنة 2011، في ظل التحركات الشعبية التي مست جل الدول العربية، او كما يطلق عليها البعض بالثورات العربية، الربيع العربي، وغيرها من الأسماء المتداولة في هذا الخصوص.

اذ لعبت شبكات التواصل الاجتماعي دور فعّال في التحفيز على المشاركة الشعبية، والنزول الى الشارع، الامر الذي عكس قدرتها على التأثير واحداث تحولات في الاتجاهات، واستخدامها في حشد وتشكيل الآراء، والتأثير المباشر خاصة لفئة الشباب في الوطن العربي باعتبارهم الفئة الأكثر

<sup>1</sup> إبراهيم امام، الاعلام والاتصال بالجماهير، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، الطبعة الاولى، 1969، ص 188.

استعمال لهذه الوسيلة الإعلامية، وهنا يبرز الدور الجديد لهذه الوسائل من أغراض تجارية واجتماعية، الى أغراض سياسية.<sup>1</sup>

الصحافة المكتوبة التي حافظت على المرتبة الأخيرة من حيث استقطاب الجماهير والتأثير فيهم، اذ يعتبرها الجمهور حالياً انها وسيلة، تكلفه جهد أكبر، عكس ما يتلقاه من الوسائل الإعلامية الأخرى كالتلفزيون، والانترنت، باعتبار ان الصورة تختلف عن النص المكتوب الذي يتطلب تفكيك العلاقات القائمة بين الكلمات، بجهد وتركيز وبطء، بينما الصورة تعطي الرسالة دفعة واحدة.

## II. الإذاعة والاعلام الجوّاري.

تسهم الإذاعة المحلية في ترقية ودعم الاعلام الجوّاري من خلال حرصها على جودة المحتوى، والمضمون، والسهر على مواكبة التطور الحاصل في المجال الإعلامي، بالإضافة الى اهتمامها بانشغالات المواطن المحلي، والعمل على إيصال آرائه، وافكاره، بهدف الوصول الى حلول مشتركة ووضع الايادي على مكان الخلل، الامر الذي يزيد من قيمة التفاعل المحلي، والدفع نحو التنمية المحلية، التي تعد من اهم اهداف الاعلام التنموي الصادق.

## II. 1 الاعلام الجوّاري.

في حقيقة الامر يجدر الإشارة الى اللبس الذي ينطوي عليه كل من الاعلام المحلي، والاعلام الجوّاري، ففي اللغة الأجنبية نعي بالمحلي local، وبالجوّاري neighborhood، والامر ليس سيّان خاصة انها تستعمل للإشارة الى عدة معاني مختلفة.<sup>2</sup>

يشترك مصطلح المحلي local، في الدول الأوروبية من الكلمة اللاتينية locus، وتعني بشكل حرفي المكان، وقد وجدت الكلمة في كثير من اللغات الأوروبية كإشارة عن المكان الصغير

<sup>1</sup> علي عبد الفتاح كنعان، الاعلام والمجتمع، مرجع سابق، ص180.

<sup>2</sup> إبراهيم عبد الله المسلمي، الاعلام الإقليمي: دراسة نظرية وميدانية، مرجع سبق ذكره ص50.

المنفصل عن الكيانات الواسعة النطاق (large scale entities)، إضافة الى كون المصطلح يعبر عن معاني عديدة أهمها النمط الأوروبي، والخصائص القومية.<sup>1</sup>

اما بالنسبة للإنجليزية في يشمل مصطلح الى المدينة او القرية، وبالتحديد تعني الحوار، وبالتالي فان الاعلام الجوّاري يتحدد في فكرة المجاورة بين القائم بالعملية الإعلامية والمتلقي، باعتباره اعلام يختص بمنطقة معينة، ويعكس ثقافتها، وواقعها، من خلال رسائله الإعلامية التي تخدم احتياجات افرادها.<sup>2</sup>

ان مفهوم الاعلام الجوّاري يشير الى طبيعة العلاقة بين المرسل والمستقبل والجهات الرسمية، والذي يكون هدفه إزالة الحدود بين المواطن والسلطات المحلية، اذ من الضروري على القائم بالإعلام الجوّاري تواجده في أماكن ومناطق معينة، بدافع نقل مشاغل ومشاكل المواطن المحلي الى الجهات العليا، في مقابل تزويد المواطن بالمعلومات الصادرة عن السلطات، اذ يكون همزة وصل بين المواطن والسلطة المحلية.<sup>3</sup>

اما فيما يخص مفهوم الاعلام المحلي فهو يشير الى معاني عديدة حسب المجال الذي يوضع فيه، ففي مجال هذه الدراسة عندما نوظف كلمة اعلام محلي فنعني به الاخبار الخاصة والداخلية، التي تقتصر على مجتمع محدود الرقعة الجغرافية، والمتميز بخصائص ثقافية وفكرية تميزه داخل المجتمع الكلي، في مقابل الاخبار الوطنية، والعالمية.

ولكن الوضع يختلف إذا قلنا بضاعة محلية التي نعني بها بضاعة وطنية لا اجنبية، وهذا ما يعكس التعدد في المعاني والاستخدامات لمصطلح المحلي، الذي يعني في بعض المرات كل ما يتعلق

<sup>1</sup> طارق سيد احمد الخليفي، الاعلام المحلي في عصر العولمة، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، بيروت، الطبعة الأولى، 2010، ص68.

<sup>2</sup> طارق سيد احمد الخليفي، الاعلام المحلي في عصر العولمة، المرجع السابق، ص 71.

<sup>3</sup> عبد المجيد شكري، الاعلام المحلي في ضوء متغيرات العصر اسسه نظرياته وسائله ودوره في الدول النامية والمتقدمة، مرجع سبق ذكره، ص

بالوطن ونفي صفة الأجنبية عنه، وتارة أخرى يشير الى مجتمع محلي أصغر مقابل مجتمع كلي، او إقليم كبير.<sup>1</sup>

ان كلمة جوار تشير الى وحدة إقليمية، التي هي عبارة عن منطقة محددة طبقا للتقسيم الإداري للدولة، وطبقا لمعايير محددة، اذ يفصل بين عادة بيت الإقليم والأخر حاجز او أكثر، كاللغة، والدين، او الحواجز الجغرافية مثل الجبال، والانهار، والبحيرات.<sup>2</sup>

كما ترجمت الكلمة الفرنسية Régional لتعني الجهوية وهو المصطلح الشائع في الجزائر، فيزداد الامر تعقيدا عندما يقرن الجهوي بالإقليمي، فلا ندرك ما إذا ما كان الجهوي أقرب الى المحلي، او الى الإقليمي، لدى ارتباطهما بالإعلام.<sup>3</sup>

ان مصطلح الاعلام الإقليمي يقترب كثيرا من مصطلح الاعلام المحلي، غير ان الاشكال يتعلق بالمحلي لا الإقليمي، كونه قد يشير الى وسائل إعلامية مختلفة متواجدة في عواصم المدن الكبرى، فيلتزم الاعلام هنا بالمحدودية والقصور داخل هذه الأماكن، كما قد ينطوي مفهوم الاعلام المحلي على طابع الوطنية فتتصرف الوسائل الإعلامية داخل حدود الدولة كلها، وهو عكس الاعلام الإقليمي الذي يتصرف داخل التقسيم الإداري للدولة.<sup>4</sup>

كما يستخدم مفهوم الاعلام الإقليمي للإشارة الى النشطة التي تمارسها مراكز الاعلام كأجهزة علاقات عامة على المستوى الوطني.<sup>5</sup>

ما فيما يخص مفهوم الاعلام الجوّاري، اذ يعد النمط الإعلامي الأقرب الى الفرد، فالغرض من انشائه هو خدمة حي واحد، او شارع واحد، باعتباره خدمي تنموي، وهو من اهم مميزات الاعلام المتقدم، اذ نجد في البلدان المتطورة فعلى سبيل المثال دولة السويد التي نجد في معظم بنياتها

<sup>1</sup> عبد المجيد شكري، الاعلام المحلي في ضوء متغيرات العصر اسسه نظرياته ووسائله ودوره في الدول النامية والمتقدمة، المرجع نفسه، ص 147.

<sup>2</sup> عبد المجيد شكري، الاعلام المحلي في ضوء متغيرات العصر، المرجع نفسه، ص 34.

<sup>3</sup> سويقات ليني، الاعلام المحلي وابعاده التنموية في المجتمع: دراسة تحليلية للخطاب الإعلامي-إذاعة ورقلة الجهوية نموذجاً-، مذكرة مقدمة لنيل

شهادة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة وهران، 2009-2010، ص 125.

<sup>4</sup> إبراهيم عبد الله المسلمي، الاعلام الإقليمي دراسة نظرية وميدانية، المرجع السابق، ص 37.

<sup>5</sup> طارق سيد احمد الخليفي، الاعلام المحلي في عصر العولمة، المرجع السابق، ص 72.

إذاعة تغطي احتياجات القاطنين فيها،<sup>1</sup> اذ يعتبر الاعلام الجوّاري الأكثر تأثيراً نظراً لقربه الشديد من الافراد، واتاحته فرص أوسع للمشاركة والتفاعل نظراً للاحتكاك المباشر بين القائم بالاتصال والمتلقي. عموماً فان استخدام لفظ الاعلام المحلي، او الإقليمي، او الجوّاري، او الجهوي، مرتبط بمدى الخدمة التي تقدمها الوسيلة الإعلامية داخل المجتمع، التي تكون أحياناً موجهة لمنطقة معينة تدعى بالمجتمع المحلي، او موجهة لمجموعة من المجتمعات المحلية والتي على أساسها تندرج ضمن مفهوم الاعلام الإقليمي.<sup>2</sup>

يتميز الاعلام المحلي عن غيره، باهتمامه في خدمة منطقة معينة تمثل مجتمعاً محلياً، اذ تقوم هذه الخدمة بمراعاة الخصوصية المحلية، واحترام حرية الرأي والتعبير والشفافية والموضوعية، ومن اهم خصائص الاعلام المحلي ما يلي:

- اعلام محدود النطاق: فوسائل الاعلام المحلية تمثل كيانات صغيرة مقارنة بالمناطق الكبيرة التي تكون مستهدفة من قبل وسائل الاعلام المركزية، او الإقليمية، فتقتصر التغطية على منطقة او مدينة صغيرة.
- اعلام عاكس لثقافة مجتمعه: فالإعلام المحلي يعبر عن عادات وتقاليد وقيم المجتمع الذي يغطيه، والذي يتجلى في طبيعة المحتوى وطبيعة البرامج، فالإذاعة المحلية تنطلق في أدائها لوظائفها من منطلق يضع في اعتباره السمات الرئيسية للمجتمع المحلي، باعتباره محدد رئيسي في عملية اختيار المواد المذاعة، الامر الذي يضمن التحكم في العملية الإعلامية، وزيادة القدرة في التأثير على الاتجاهات وتحديدتها.<sup>3</sup>
- اعلام يحقق التفاعل والمشاركة: يتميز هذا الاعلام في اشراك الجمهور في برامج الحوار، والمناقشة، التي تطرح مشاغلهم واهتماماتهم، مع إمكانية الجمهور في اقتراح، او اختيار

<sup>1</sup> عبد المجيد شكري، الاتصال الإعلامي والتنمية: افاق المستقبل وتحديات القرن الجديد، مرجع سابق، ص 29.

<sup>2</sup> طارق سيد احمد الخليفي، الاعلام المحلي في عصر العولمة، 2010، المرجع السابق، ص 83.

<sup>3</sup> طارق سيد احمد الخليفي، الاعلام المحلي في عصر العولمة، المرجع نفسه، ص 73.

المضامين والبرامج الإعلامية التي تلبي حاجياتهم وترقى الى مستوى تطلعاتهم باعتباره اعلام يهدف الى تحقيق التفاعل الاجتماعي المتبادل.<sup>1</sup>

- اعلام خدماتي: تزداد هنا مجالات التأثير إذا تمسك الاعلام المحلي بهذه الخاصية في تلبية احتياجات المجتمع المحلي، من خلال طرح القضايا والمشاكل قيد النقاش، والاستفادة من الخبرات والتجارب اليومية، مقترحا حلولاً ورؤى تتناسب وطبيعة الفرد المحلي.<sup>2</sup>

كما يعتبر الاعلام المحلي باختلاف وسائله، وسيلة للتثقيف وتزويد أبناء المجتمع بشتى المعلومات وتفسيرها، مع دفعهم للتعبير عن افكارهم وآرائهم مما يزيد من حدة المشاركة والتفاعل، فينتج عنه نوع من الاحتكاك بين شخصيات مختلفة داخل المجتمع الواحد، الامر الذي يزيد من قوة الاتصال الجماعي فينمي شعور الافراد بالانتماء للمجتمع المحلي.

كما يعمل الاعلام المحلي على نقل التراث، والحفاظ على الهوية المحلية وتعزيز الجوارية، الى جانب الترفيه والتسلية.<sup>3</sup>

يمثل الاعلام المحلي، او الجوارى، بكافة وسائله وسيلة فعّالة في الوصول الى انشغالات المجتمعات المحلية، ومناقشتها وإيجاد حلول مشتركة لحلها، من خلال فتح مجال التعبير وتبادل الآراء، بالإضافة الى مساهمة الاعلام المحلي في دعم القيم الفردية والجماعية الصالحة على المستوى المحلي، مع تغيير الأنماط السلوكية السلبية،<sup>4</sup> الى جانب هذا يعمل الاعلام الجوارى على تكريس قيم المواطنة، ومقومات المجتمع الجزائري ككل في مقابل ابراز الخصوصية المحلية للمجتمعات الصغيرة.

<sup>1</sup> رحيمة الطيب عيساني، مدخل الى الاعلام والاتصال: المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، جدارا للكتاب العالمي للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2008، ص19.

<sup>2</sup> محمد محمد علي هندي عمارة، مدخل الى وسائل الاعلام وقضايا المجتمع، دار العلوم للنشر والتوزيع، القاهرة، د.ط، 2009، ص93.

<sup>3</sup> راسم محمد جمال، الاتصال والاعلام في الوطن العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، الطبعة الثالثة، 2004، ص، ص110-111.

<sup>4</sup> سناء محمد الجبور، الاعلام الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2010، ص60.

## II. 2 مكانة الإذاعة كإعلام جوارى.

تعتبر الإذاعة وسيلة اتصال ساخنة تتحقق فيها فورية التدفق الإعلامى، ووسيلة انفعالية

ذهنية ديمقراطية لتداول الأخبار، والآراء، والأفكار عن طريق المشاركة، اذ تكمن فاعلية الرسالة الإذاعية باستغلال المؤثرات الصوتية من موسيقى وتأثيرات خاصة التي تترك انطبعا قويا، وقد أظهرت دراسات أن المواد الإعلامية البسيطة الهامة، التي تقدم بواسطة الإذاعة يسهل تذكرها مما لو قدمت مطبوعة، خاصة بين الأفراد الأقل تعليما والأقل ذكاء.<sup>1</sup>

يبين الجدول رقم 37 مدى نجاعة الإذاعة في تكريس الاعلام الجوارى.

المجاميع	ولاية مستغانم		ولاية تلمسان		الفئات	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		
النسبة						
72	288	77.5	155	66.5	133	نعم
28	112	22.5	45	33.5	67	لا
100 %	400	100 %	200	100 %	200	المجموع

ان نسبة 72% من افراد العينة ينظرون الى الإذاعة المحلية على انها نجحت في تكريس الاعلام الجوارى، اذ استطاعة ولو بنسبة معتبرة نقل مشاغل واهتمامات المواطن المحلى، هذا الأخير الذي عبر على ان الإذاعة المحلية استطاعة الى حد ما من خلال برامجها ابراز الوضع المحلى وتمييزه عن باقى القطر الوطنى، بالرغم من ان نقلها للمشاكل والقضايا يظهر فيه نوع من الانحياز الى السلطات المحلية، والتشيد بمهامها حتى ولو كانت مخالفة لرغبات المواطن، الا انها في نفس الوقت تشير الى وجد مواطن محلى له خصوصياته، الفكرية والثقافية، والاجتماعية والتي يلتمسها من خلال طرح الإذاعة للمواضيع.

<sup>1</sup> عبد المجيد شكري، الاتصال الإعلامى والتنمية، المرجع نفسه، ص، ص89-90.

فالإذاعة المحلية من خلال هذا استطاعت كوسيلة إعلامية الوصول الى المجتمعات المحلية ذات الأوضاع الخاصة، التي تختلف فيها عن غيرها من المجتمعات داخل الدولة الواحدة، وهو الامر الذي ينطبق على كافة واشكال وسائل الاعلام المحلية.<sup>1</sup>

ان أبرز ما يميز الإذاعة المحلية من وجهة نظر المبحوثين، انها وسيلة تخاطب الفرد المحلي بلغته، وثقافته، بهدف وصول الرسالة الإعلامية الى مختلف شرائح المجتمع المتعلمين والاميين، كما انها حريصة على زرع قيم المواطنة وحب الوطن بدءا من المجتمعات المحلية الصغيرة الى غاية المجتمع الجزائري ككل، معتمدة على تعدد البرامج تعددا يخدم الميولات، والمستويات الثقافية المختلفة.

فعمل الإذاعة المحلية اليوم مرتبط بنشر الثقافة المحلية، والاحتكاك الفعلي والمباشر مع المواطنين، وخدمتهم، مع المحافظة على قيم العلم، والفن والمواطنة الصالحة، والأخلاق والدين، وتنمية المعايير الاجتماعية وتنوير الرأي العام المحلي، بالإضافة الى تشجيع المواهب والترفيه عن الافراد.<sup>2</sup>

### III. الإذاعة في ظل تكنولوجيا الاعلام والاتصال.

لم يعد الاعلام اليوم مقتصر على نخبة او جهة محددة، بل أصبح متاحا لجميع شرائح المجتمع نظرا للتكنولوجيا التي مست مجالات متعددة أهمها مجال الاتصال والاعلام، وما ادخل عليه من تكنولوجيات حديثة نتج عنها تغييرات عميقة في مختلف جوانب الحياة الإنسانية سواء الثقافية، الفكرية والاجتماعية، كما أثر بشكل كبير على كافة أنماط الاتصال الإنساني وفتح مجالات واسعة للأفراد تمكنهم من التواصل والتفاعل وانشاء علاقات من نوع جديد تجسيدا لمفهوم القرية الكونية الذي أشار إليه مارشال ماكلوهان.

1 منى سعيد الحديدى، سلوى امام على، الاعلام والمجتمع، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، الطبعة الأولى، 2004، مرجع سابق، ص159.

2 غريب عبد السميع غريب، الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مؤسسة شباب الجامعة للطباعة والنشر، الإسكندرية، د.ط، 1996، ص88.

في ظل هذا التطور السريع والمتنامي يسعى القائمون على الإذاعة الى مواكبة هذا التطور، من خلال ادخال النظم الحديثة والالكترونية، وتطوير برامجها رغبة في بناء هيكل إذاعي متطور يقوم بالدور الإعلامي جنباً الى جنب مع الوسائل الإعلامية الجديدة.

فاستغلت الإذاعة هذا التطور مستخدمة البث الرقمي، والأقمار الصناعية في ارسالها، كما ظهر الراديو الفضائي الرقمي، وتطور أجهزة الاستقبال الإذاعي من الناحية التكنولوجية، الامر الذي يمكن من التجاوب مع متطلبات التطور في مجال البث الإذاعي.

بالإضافة الى تحول الخدمات الإذاعية من نمط العام الى نمط الخاص، تزايد انشاء القنوات الإذاعية والتركيز على الموضوعات المحلية، والتطوير من اشكال القوالب والبرامج الفنية، وتطوير أداء القائمين بالاتصال، كما استغلت الإذاعة تكنولوجيا الاتصال في تنمية التفاعل والتواصل الذي يعد احد معالم الدور الفعال للإذاعة في المجتمع المعاصر، والعمل على تطويره وتنميته بواسطة تكنولوجيا الاتصال كالهاتف و الفاكس والاستناد الى خدمات شبكة الانترنت، كتوفير بريد الكتروني او انشأ مواقع الكترونية يتم بوسطها التفاعل بين الإذاعة والمستمع، لكي تضمن بذلك مكانتها واستمراريتها في ظل التنافس الحاد مع وسائل الاعلام والاتصال الأخرى.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار، الإذاعة في القرن الحادي والعشرين، مرجع سابق، ص، ص127-137.

### III. 1 تكنولوجيا الاعلام والاتصال.

#### III. 1-1 ماهية الاتصال:

يعرف الاتصال لغويا في القواميس العربية على انه الصلة وبلوغ الغاية، والوصول ضد

المحجران،<sup>1</sup> اما كلمة الاتصال "Communication" تعود الى الكلمة اللاتينية

"Communes" والتي تعني الشيء المشترك،<sup>2</sup> اذ يعتبر الاتصال العملية التي يتم من خلالها تفاعل

بين القائم بالاتصال، والمتلقي، في مضامين اجتماعية معينة، فينجم عن هذا التفاعل نقل للأفكار

والمعلومات، عن قضية، أو حدث، أو واقع معين، وعرفه إبراهيم امام بانه العملية الاجتماعية،

والوسيلة التي يستخدمها الانسان لتغيير وتنظيم حياته، في مقابل إعادة نقل اشكالها ومعانيها من

جيل الى جيل اخر.<sup>3</sup>

وبهذا يكون الاتصال عبار عن عملية مشاركة "processus de participation"

يتم بموجبها التشارك في الأفكار والمعلومات عن طريق خلق استجابات معينة بين المرسل والمستقبل

عن القضية، او الواقعة، المستهدفة من مضمون الرسالة الاتصالية.

ان الاتصال عملية مركبة لا تتم الا من خلال عناصر، يتم بموجبها تشكيل وتكوين العملية

الاتصالية وهي:

- المرسل "l' émetteur": وهو مصدر الرسالة، يتميز بامتلاكه الأفكار والمعلومات المحددة

والهدف من الرسالة.

- الوسيلة او حامل الرسالة "support de message": هي القناة التي تتم من خلالها

نقل المعلومات مثل وسائل الاعلام الجماهيرية كالإذاعة، التلفزيون، الصحف، المجلات، او

غيرها من الوسائل الكتابية كالمنشورات والتقارير، او الوسائل الغير اللفظية كالإيحاءات وتعايير

الوجه، وغيرها من الوسائل الأخرى.

<sup>1</sup> فضيل دليو، الاتصال- مفاهيمه- نظرياته- وسائله-، المرجع السابق، ص15.

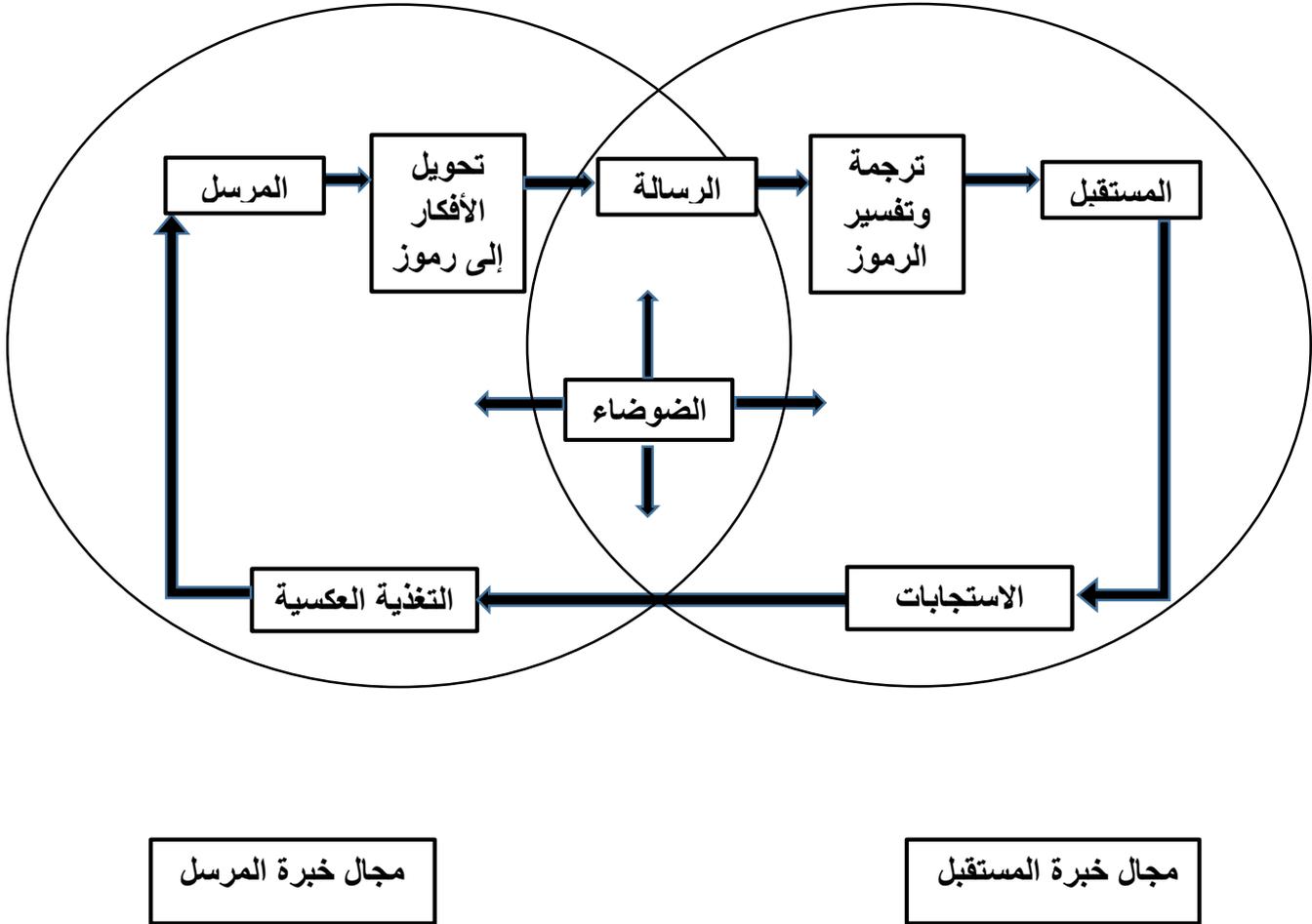
<sup>2</sup> بشير العلق، نظريات الاتصال: مدخل متكامل، دار البيازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الاولى، 2011، ص 13.

<sup>3</sup> إبراهيم امام، الاعلام والاتصال بالجماهير، مرجع سابق، ص6.

- الرسالة "le message": وهي محتوى الأفكار والمعاني المراد ارسالها الى الجهة المستهدفة، وتكون عبارة عن لغة شفوية او مكتوبة، او عبارة عن رموز و اشارات، وصور... وغيرها.
  - المستقبل "le récepteur": وهو المستهدف من العملية الاتصالية، والمحاول لتفسير وفهم محتواها ومضمونها ضمن عملية فك شيفرات ورموز الرسالة.
  - التغذية العكسية "la réaction" أو "feedback": التغذية الراجعة او العكسية او رجوع الصدى، الذي يعني رد الفعل الذي يبديه المتلقي استجابة لما يكون المرسل قد ارسله من معلومات ورسائل، اذ تتضمن عنصر استجابة المستقبل للرسالة الاتصالية، والتي هي عبارة عن ردة فعل المتلقي اتجاه مضمون الرسالة.<sup>1</sup>
- وهنالك من يضيف عنصر:
- الضوضاء او التشويش: وهي جميع المعوقات سواء الشخصية المتعلقة بالمرسل كعدم الكفاءة، او المتعلقة بالمتلقي وتكون في عدم مقدرته على فهم الرسالة، او ترجع الى المعوقات المادية كالخلل التقني الذي قد يصيب قناة الاتصال، الامر الذي يؤثر على الرسالة الاتصالية.
- وهذا ما يوضحه الشكل الاتي:

<sup>1</sup> حميد الطائي، احمد شاكر العسكري، الاتصالات التسويقية المتكاملة-مدخل استراتيجي-، دار البيازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، د.ط، 2009، ص24.

يبين الرسم البياني رقم 12 عناصر العملية الاتصالية.



المصدر: حميد الطائي، احمد شاعر العسكري، الاتصالات التسويقية المتكاملة-مدخل استراتيجي-دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، د.ط، 2009، ص25.

كما يتميز الاتصال بعدة اشكال وأنواع تعددت وتنوعت من حيث الشكل، والنوع، ودرجة التأثير وتمثل فيما يلي:

- الاتصال من حيث الشكل:

- لفظي: يكون شفهي او كتابي، ويتمثل في نقل الأفكار والمعلومات عبر المقابلات الشخصية، الندوات، الخطب، المقابلات والمكلمات الهاتفية، او الكتابية مثل المذكرات والمنشورات.

● غير لفظي: عن طريق الإشارات والرموز، بدلا من اللغة المنطوقة

- الاتصال حسب النوع:

- ذاتي: وهو عبارة عن تفاعل نفسي بين الفرد وذاته، عن طريق صورة ذهنية.
- شخصي: يكون وجهها لوجه دون قنوات وسيطة، سواء عن طريق اللغة، او الإشارة، شريطة الاتفاق على مضمون اللغة او الإشارة، بين المستقبل والمتلقي.
- داخلي: يشمل كل الاتصالات التي تتم داخل المؤسسة او منظمة ما.
- خارجي: كل الاتصالات التي تتم خارج المؤسسة.<sup>1</sup>

- اتصال حسب الكيفية:

- مباشر: عن طريق المواجهة الشخصية، ويكون وجهها لوجه دون وساطة.
- غير مباشر: عن طريق وساطة إنسانية، او من خلال أجهزة الاتصال كالهاتف.

- اتصال وفقا لمصدره:

- رسمي: وهو اتصال يتم بين المستويات الإدارية بالطرق الرسمية، ويكون اما نازل عبارة أوامر، وتوجيهات، او صاعد والمتمثل في الاقتراحات وشكاوى، او يكون افقي في نفس المستوى، ويكون هذا النوع من الاتصال بين المستويات الإدارية، او الاجتماعية او السياسية او الاقتصادية، التي تقع في نفس المستوى، بين مدير ومدير، او وزير ووزير، بالإضافة الى نوع الاتصال المتشابك الذي يتم بين فئات مختلفة المستويات.
- غير رسمي: ويحدث خارج القنوات الرسمية، ويكون اما معيقا او مكملا للاتصال الرسمي.<sup>2</sup>

- اتصال على حسب مدى التأثير:

- اتصال شخصي مباشر: يتم من خلاله تبادل الأفكار والمعلومات، دون وسائط او وسائل نقل.

<sup>1</sup> خضيرى كاظم حمود، الاتصال الفعال في إدارة الأعمال، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2010، ص 37.

<sup>2</sup> فضيل دليو، الاتصال- مفاهيمه- نظرياته- وسائله-، المرجع السابق، ص 20.

- اتصال جماهيري: وهو الاوسع والأكثر تثيرا لاستعماله وسائل الاتصال الجماهيري، فيتم الاتصال بين جماهير عريضة حول مختلف القضايا.
- ان عملية الاتصال هي الحياة، وهو ظاهرة بشرية اذ ترجع أهميته في المقدرة على المشاركة والتفاعل مع الاخرين في حين ان عدم القدرة على الاتصال مع الغير يعد نقصا اجتماعيا وسيكولوجيا خطيرا، وعليه تكمن أهمية الاتصال في النقاط التالية:
- الاعلام والتعليم والتثقيف: يعتبر الاتصال وسيلة يستخدمها الانسان في مراجعة احتياجاته الأساسية، اذ يتمكن من خلاله معرفة ما يجول حوله من احداث، بالإضافة الى تنمية مهاراته وخبراته عن طريق التعليم والتعلم، مع امداد الافراد بمعلومات تساهم في رفع رصيدهم المعرفي واتساع افاقه.
- الاقناع: يعمل الاتصال على خلق فرص الاحتكاك والتقارب بين الافراد، وما يتولد عنه من تحسن في الآراء والأفكار، الامر الذي يساعد في احداث تحولات في وجهة نظر الاخرين واقناعهم.
- التوجيه واتخاذ القرارات: دفع الفرد الى اتجاهات إيجابية، مع تدريبه وتطوير امكانياته التي بصدها يكون قادر على "صنع القرار"<sup>1</sup> السليم واتخاذها.
- الترفيه: باعتبار الفرد كائن اجتماعي، يريجه التواصل مع غيره في التعبير عن مشاغله، ومشاكله، ويتم حصوله على هذه الراحة النفسية من خلال عملية الاتصال، بالإضافة الى التسلية والمتعة والراحة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> يعرف القرار على انه اختيار بين البدائل المختلفة، اذ ان صنع القرار هو سلسلة الاستجابات الفردية أو الجماعية التي تنتهي باختيار البديل الأنسب في مواجهة موقف معين، أحمد إبراهيم أحمد، الإدارة المدرسية في مطلع القرن الحادي والعشرين، دار الفكر العربي، القاهرة، الطبعة الاولى، 2003، ص 131.

ويرى بعض المفكرين أن صنع القرار أساس الإدارة بل قلبها، ولذلك ينبغي ألا ينظر إلى القرار أنه مجرد إجراء شكلي للبت في الأمور أو لحسم المشاكل أو أنه وسيلة للاختيار بين الحلول المختلفة فحسب، كمال درويش وآخرون، الإدارة الرياضية: الأسس والتطبيقات، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، الطبعة الاولى 1996، ص 317.

<sup>2</sup> ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، الاتصال والعلاقات العامة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2005، ص 36.

## III. 1-2 ماهية الاعلام:

الاعلام كلمة مشتقة من العلم، وتعني لغويا نقل الاخبار.<sup>1</sup>

والاعلام هو هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيرا موضوعيا عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولاتهم.<sup>2</sup>

ان الاعلام يمثل ساحة كبرى، يلتقي فيها أبناء المجتمع الواحد على اختلاف فئاتهم، اذ يلتقون على الخبر او الحدث الواحد، ويتعارفون على صعيد واحد رغم اختلافهم واهتماماتهم، لكنهم رغم ذلك يتعارفون على الاهتمامات الأساسية والمشاركة بينهم والتي تعنيهم كأبناء مجتمع واحد. ان الاعلام أداة خطيرة فيعد المرآة العاكسة للسياسات والتوجهات، وأثره لا يكاد يخفى على الفرد والمجتمع، اذ يعمل على تطوير المجتمع بشتى فئاته، وقطاعاته وحل مشاكله، وذلك من خلال:

- وصل المواطن بكل ما يعنيه في المجالات التي تتصل باهتماماته المختلفة.
- نقل الخبرات وتنمية المهارات في مختلف المجالات.
- رفع مستوى الثقافة وتطوير الفكر العام للمجتمع.
- تكوين الرأي العام المستنير إزاء قضايا المجتمع الداخلية والخارجية، من خلال توفير المعلومات الصحيحة والكافية.<sup>3</sup>

ان للإعلام أهمية كبيرة في رفع المستوى الثقافي وتحسين أداء الافراد لوظائفهم، مع اكسابهم القيم الاجتماعية، ومع تنوع وسائله تعددت وظائفه داخل المجتمع ومن أهمها:

- التوجيه: تستطيع وسائل الاعلام المختلفة اكساب الجماهير اتجاهات جديدة، او تعديل القديم منها في ظل شروط معينة كحسن اختيار المادة الإعلامية وملائمتها للجمهور.

<sup>1</sup> إحدادن زهير، مدخل لعلوم الاتصال، مرجع سابق، ص12.

<sup>2</sup> إبراهيم امام، الاعلام والاتصال بالجماهير، المرجع السابق، ص12.

<sup>3</sup> علي عبد الفتاح كنعان، الاعلام والمجتمع، المرجع السابق، ص 9.

- الدعاية: تهتم الحكومات المختلفة باستخدام وسائل الاعلام في الدعاية، بغرض تفادي خطر وصول شيء لشعبها قد يشوش الأفكار ويعيق تنمية مواردها الموجهة على وفق ايدولوجياتها النابعة من ظروفها الخاصة.
  - التثقيف: هو غير مقصود عكس الأكاديمي، ويتم عن طريق تعرض الفرد لوسائل الاعلام وتفاعله معها.
  - التعارف الاجتماعي: تعمل وسائل الاعلام داخل المجتمع على تقوية الصلة الاجتماعية بين الافراد، عن طريق اظهار تعاطفهم في أسلوب رقيق يعبر عن مشاعرهم، او تقديم الشخصيات الشهيرة المحببة الى نفوس الناس.
  - الترفيه: هو استخدام وسائل الاعلام المختلفة في تسلية الناس، ولكن ينبغي ان يكون لهذا الترفيه بُعد يتجاوز التسلية الى التأثير في اتجاه فلسفة مرسومة للمجتمع.
  - الإعلان: ومهمة وسائل الاعلام هنا هي تعريف الجماهير بالسلع المختلفة ومكانها، وكذلك حثهم على تجربتها وشرائها.<sup>1</sup>
- ان للإعلام ووسائله مكانة هامة في حياة الفرد والمجتمع، سواء كان في الميدان السياسي، الاجتماعي، الثقافي، التربوي وغيرها من الميادين التي هي في حقيقة الامر تعكس تخصصات الاعلام ومجالاته، فنجد الاعلام السياسي، الاجتماعي، الثقافي، التربوي، الطبي، وغيرها من ميادين الاعلام والاتصال التي بات يشغلها.
- فقد أصبح الاعلام اليوم يلعب دورا كبيرا في تشكيل ثقافة الإنسان المعاصر، فقد أصبح واضح أن وسائل الإعلام تمتلك من القوة والحرية ما يؤهلها للعب الدور البارز في رسم السياسات المحلية، والإقليمية والدولية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> علي عبد الفتاح كنعان، الاعلام والمجتمع، المرجع السابق، ص، 5-6.

<sup>2</sup> موسى عبد الرحيم حلس، ناصر علي مهدي، دور وسائل الاعلام في تشكيل الوعي لدى الشباب الفلسطيني، مجلة جامعة الازهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية، المجلد 12، العدد 2، 2010، ص 142.

فالإعلام اليوم يلعب دورا في تشكيل الرأي العام، ودوره في لعب الوسيط بين الشعوب، كما يلعب دورا واضحا في التعبئة والدعم السياسي للحكومات وبعض القضايا الحساسة، هذا ان كان يعالج بطريقة مهنية، اما إذا حدث العكس فإننا نتحدث عما يسمى بالتوظيف السياسي للإعلام للنخب السياسية القادرة على بناء تصورات الناس وإملاء سلوكهم، وهم الذين تسمح لهم مواقعهم بالسيطرة على المعلومات ومن ثم التأثير على آراء الافراد واتجاهاتهم.<sup>1</sup>

فنختم القول بكون وسائل الاعلام والاتصال بمختلف مجالاتها الاجتماعية، الثقافية، السياسية، والاقتصادية وغيرها، تتناول مواضيع وقضايا متنوعة، تقوم بطرحها ومعالجتها بصيغ متباينة، -رغم مفهوم "العولمة"<sup>2</sup> و الثورة الاتصالية التي تهدف الى تعميم قيم الثقافة الغربية كقيم إنسانية-، من اجل اقامة اعلام وطني يهدف الى مقاومة كل ما هو دخيل على المجتمع، وسد الفجوة بينه و بين مجتمعه خاصة عندما نتحدث عن المجال السياسي الذي يعتبر مادة هامة على غرار المجالات الأخرى، فوسائل الاعلام تقع على عاتقها اليوم دور فعّال في تنمية وتطوير العملية السياسية التي تعد وظيفة من أبرز وظائف الاعلام السياسي، والتي هي تثقيف الفرد وتنميته سياسيا وهذا التأثير والتأثر الذي قد يكون انعدم في المجتمع العربي عامة والمجتمع الجزائري خاصة عكس المجتمعات الغربية.

<sup>1</sup> بن سعيد احمد بن راشد، قوة الوصف: دراسة في لغة الاتصال السياسي ورموزه، مجلة عالم الفكر، المجلد 32 العدد 2، 2003 ص، ص111-112.

<sup>2</sup> يقصد بالعولمة بالإنجليزية Globalisation، وهي العولمة، والكوكبة، والكونية، فهي ظاهرة إعلامية واتصالية تهدف بشكل عام إلى توحيد القيم والأفكار والاتجاهات، وأنماط السلوك في الذوق والمأكل والملبس، فيرى كثير من الباحثين والمفكرين أن ثقافة العولمة هي ثقافة ما بعد المكتوب، أي انها ثقافة الصورة، وتأتي هذه الاستراتيجية في ظل التطور الهائل لوسائل الاتصال وفتح المجال أمام فيض ثقافي يجتاح الكرة الأرضية مصدره الغرب، فيما اعتبرها البعض انتصار على الإنسانية وليس لها، بسبب انصهار ما يعرف بالتمايز الإنساني، عمر مصطفى محمد سمحة، العولمة الثقافية والثقافة السياسية العربية، مذكرة ماجستير في التخطيط والتنمية السياسية، جامعة النجاح، فلسطين، 2005، ص23.

فيما يميل البعض لاستخدام اصطلاح العالمية Globalisme، والعولمة ظاهرة متعددة الأبعاد تتضمن جوانب الاقتصادية، والثقافية، والسياسية، عبد العزيز المنصور، العولمة والخيارات العربية المستقبلية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية المجلد 25، العدد 2، 2009، ص 561.

## III. 1-3 مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

قبل الإشارة الى مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال، لابد من الوقوف على بعض المفاهيم المتداخلة والمتراطة فيما بينها:

## - نظم المعلومات:

يمكن تعريف نظام المعلومات على أنها مجموعة منظمة من الأفراد، والمعدات والبرامج وشبكات

الاتصال، وموارد البيانات، والتي تقوم بتجميع وتشغيل، وتخزين، وتوزيع المعلومات اللازمة لاتخاذ القرارات والتنسيق والرقابة داخل المنظمة.<sup>1</sup>

كما يعرف نظام المعلومات بأنه مجموعة الإجراءات التي تتضمن تجميع وتشغيل وتخزين وتوزيع ونشر واسترجاع المعلومات بهدف تدعيم عمليات صنع القرار والرقابة داخل المنظمة.<sup>2</sup>

## - نظم الاتصالات:

تعرف نظم الاتصالات على أنها مجموعة متوافقة من المكونات المادية والغير المادية للحواسيب، التي تتيح إمكانية تبادل المعلومات مع الافراد، اذ تتم من خلالها من خلالها توزيع الوظائف الأساسية لعملية الاتصال على مجموعة الاجهزة والمعدات المرتبطة بالشبكة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> منال محمد الكردي، جلال إبراهيم العبد، مقدمة في نظم المعلومات الإدارية، الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2003، ص21.

<sup>2</sup> إبراهيم سلطان، نظم المعلومات الإدارية: مدخل النظم، الدار الجامعية، الإسكندرية، د.ط، 2005، ص11.

<sup>3</sup> جعفر صادق الحسيني، سرحان سليمان داود، تكنولوجيا شبكات الحواسيب، دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الثالثة، 2006، ص29.

### - تكنولوجيا الاتصال:

- تعرف تكنولوجيا الاتصال على انها مجموعة التقنيات أو الوسائل المستعملة في معالجة المضمون المراد اصاله للجماهير العريضة، اذ تعتبر التقنية التي من خلالها يتم جمع المعلومات والبيانات المقروءة، أو المسموعة، أو المرئية.<sup>1</sup>

كما تعرف تكنولوجيا الاتصال على انها الوسيلة التي يتم بموجبها نقل المعلومات من مكان الى اخر بفعالية وسرعة عالية.<sup>2</sup>

### - تكنولوجيا المعلومات:

تكنولوجيا المعلومات هي التكنولوجيا التي تركز على استخدام المعلومات في أداء العمل، وتمثل في المعدات والشبكات والبرامج، وقواعد البيانات.<sup>3</sup>

كما تشير تكنولوجيا المعلومات على انها الوسائل المستخدمة في جمع، وتخزين، وتعديل، وتحويل المعلومات، عبر الحاسبات الالية والوسائل المرتبطة بها.<sup>4</sup>

### - تكنولوجيا الاتصال والمعلومات:

تعرف تكنولوجيا الاتصال والمعلومات على انها كل ما ترتب على الاندماج بين تكنولوجيا الحاسوب الاليكتروني، والتكنولوجيا السلوكية واللاسلكية، والإليكترونيات الدقيقة والوسائط المتعددة، من أشكال جديدة لتكنولوجيا ذات قدرات فائقة على إنتاج المعلومات وجمعها وتخزينها ومعالجتها ونشرها واسترجاعها بأسلوب غير مسبوق يعتمد على النص والصوت والصورة والحركة واللون وغيرها من مؤثرات الاتصال التفاعلي الجماهيري والشخصي معا.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري، مركز الحضارة العربية للإعلام والنشر والدراسات، القاهرة، الطبعة الأولى، 1998، ص17.

<sup>2</sup> ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، الاتصال والعلاقات العامة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2005، المرجع السابق، ص109.

<sup>3</sup> محمد الصالح الحناوي، مقدمة في الاعمال في عصر التكنولوجيا، الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، د.ط، 2004، ص 293.

<sup>4</sup> راوية حسن، السلوك التنظيمي المعاصر، الدار الجامعية، للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، الطبعة الاولى، 2004، ص 331.

<sup>5</sup> دادة عبد الحميد، أثر نظم المعلومات لمراقبة التسيير على اتخاذ القرارات داخل المؤسسة-دراسة مقارنة لكل من مؤسسة موبيليس وروانج الورود-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، في نظم المعلومات والمراقبة والتسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2014، ص 24.

ان التطور التكنولوجي في ميدان الاعلام والاتصال أدى الى ظهور وسائل وتطبيقات جديدة، جراء الابتكارات، والاختراعات فأصبح يطلق عليها الان التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال " Nouveau Technologie de l'information et de la communication "، والتي تشير الى جميع أنواع التكنولوجيات المستخدمة في تشغيل ونقل وتخزين المعلومات بشكل الكتروني، الذي يعمل على تبسيط ونقل وحفظ المعلومة، وجميع الاختراعات والمخرجات التي تتعامل مع شتى أنواع المعلومات من حيث جمعها، وتخزينها، وتحليلها، وتنظيمها، وإعادة استرجاعها في الوقت المناسب والطريقة اللازمة.

وعليه يمكن القول ان تكنولوجيا المعلومات لا يمكن فصلها عن تكنولوجيا الاتصال، فهما عبارة عن وجهان لعملة واحدة، اذ تقوم تكنولوجيا الاتصالات بتسهيل عملية نقل وتوزيع المعلومات، كما تعمل تكنولوجيا المعلومات بتحليلها، وتعديلها، فيما تسمح تكنولوجيا الاتصال والاعلام على نقل المعلومات، وتحليلها، وتخزينها، واسترجاعها، وإعادة اتاحتها بالشكل المناسب، والوقت الملائم.

### III. 2 مستقبل الإذاعة في منظومة الاعلام الوطني والكوني.

تعتبر الإذاعة أحد موروثات عصر البخار، اذ عمدت منذ بداياتها على اتاحة التعددية الفكرية، والثقافية، ومراقبة البيئة الداخلية والخارجية، ونقل التراث الاجتماعي عبر الأجيال، والدفع الى تحسين التنمية الاجتماعية والاقتصادية في الجزائر، وتنسيق التعاون مع جميع وسائل الاعلام، مستخدمة التقنيات الجديدة لتضمن مكانها بدلا من الاضمحلال والجمود، لكن تبقى هنالك العديد من الدول ومن ضمنها الجزائر لم تستطع بالقدر الكافي على استغلال إمكانيات الإذاعة سواء الوطنية، او المحلية على تأدية هذا الدور.

يبين الجدول رقم 38 مكانة الإذاعة ضمن وسائل الاعلام الأخرى.

الفئات	ولاية تلمسان		ولاية مستغانم		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	51	25.5	86	43	137	34.25
لا	149	74.5	114	57	263	65.75
المجموع	200	100 %	200	100 %	400	100 %

يتضح من خلال الجدول ان نسبة 65.75% من عينة البحث اوضحوا ان مستقبل الاعلام المسموع لا يدعو الى التفاؤل، مبررين ذلك بتراجع استقطاب الإذاعة للجماهير، بسبب ظهور تكنولوجيا إعلامية أحدثت نقلة نوعية في مجال الاعلام والاتصال، أفطت الى تراجع مكانة الإذاعة ضمن الوسائل الإعلامية الجديدة، وأشد منافس لهذه الوسيلة الإعلامية حسب المبحوثين هو التلفزيون، وخدمات الانترنت التفاعلية، باعتبارها وسائل إعلامية تتيح تبادل المعلومات وتتفوق على كثير من وسائل الاعلام الأخرى، فبالرغم من محاولة الإذاعة مواكبة التطور التكنولوجي، واستغلالها لتكنولوجيا الاتصال، الا انها كلما خطت خطوة تسبقها الوسائل التفاعلية والتلفزيون بأكثر من خطوة، وهذا يجعل نضال الإذاعة يتوقف فقط بإبقائها كوسيلة إعلامية رسمية ذات طابع عمومي فقط، اما كونها وسيلة إعلامية مؤثرة الى درجة خوضها غمار المنافسة مع بقية وسائل الاعلام التي تشهد اوج تطورها وقوتها بفضل التطور التكنولوجي يعتبر امر غير منطقي بنسبة لفئة البحث، والذي يعود في نظرهم الى أسباب عديدة اهمها الابتعاد عن مجال الابداع وخلق روح المبادرة التي تعتبر الميزة الفعلية لتحقيق التنافس مع بقية الوسائل الاخرى، والعزوف عن الأفكار الجديدة سواء في الإذاعات المحلية، او الإذاعة الوطنية.

اما نسبة 34.25% من عينة البحث أفادوا على كون الإذاعة لا تزال تحافظ على

مكانتها ضمن المنظومة الإعلامية، فبالرغم ما افرزته تكنولوجيا الاتصال الحديثة من وسائل جديدة

للاتصال مثل التلفزيون، والفيديو، والاتصال المباشر بقواعد وشبكات المعلومات، وخدمات الانترنت التفاعلية، الا ان هذه الوسائل لم تستطع القضاء على الإذاعة كوسيلة اتصال جماهيرية تحظى بالمصداقية والتأثير الفعال، والطباعة لم تقض على الاتصال المباشر والتفاعل الاجتماعي بين الافراد، والراديو لم يستطع انهاء عصر الصحافة المطبوعة، التي لازالت تحتفظ بمصداقيتها ودلالاتها، والتلفزيون لم يقوض دعائم الإذاعة وقدرتها على التأثير.

ان الإذاعة اليوم تتجه نحو توسيع قنواتها المتخصصة، ومخاطبة الجماهير نوعية يصعب الوصول اليها من طرف وسائل الاعلام الأخرى، واستخدامها كوسيلة للتعليم والإرشاد، بواسطة مضامين متنوعة، وتحقيق لا مركزية الاتصال من خلال الاف المحطات التي تعمل على جذب اهتمامات الجمهور وتلبية رغباته واحتياجاته.

انه ليس من المتوقع زوال الاعلام المسموع، ولكن شكل البرامج هو الذي يتعرض بصفة مستمرة، ليلي الحاجات الجديدة، وخدمة المناطق المحلية، وسوف يظل الراديو وسيلة أساسية لنقل المعلومات، ولعله أكثر الوسائل الالكترونية استقرارا وثباتا على مر الزمن.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار، الإذاعة في القرن الحادي والعشرون، مرجع سبق ذكره، ص152.

## خلاصة:

أدى التطور التكنولوجي الى احداث تغيرات هامة على كافة الأصعدة، ولعلى ميدان الاعلام والاتصال كانت له الحصة الوفرة من استخدام المخلفات التكنولوجية الحديثة واستغلالها في مجالاته الواسعة.

ان وسائل الاعلام من أولى بداياتها كالقسيده والمنادى، الى أحدثها من أقمار صناعية وانترنت، وجدت لخدمة غاية رئيسة تتمثل في التبليغ ونشر الاخبار في مختلف المجالات، الى جانب وظائف أخرى كالتعليم والتثقيف والإرشاد، وهذا كله بهدف التأثير واحداث التغييرات على الفرد والمجتمع على مستوى الاتجاه والسلوك، اذ يختلف هذا التأثير باختلاف الوسيلة والزمان والجمهور.

ومن خلال هذا الفصل تبين ان لكل وسيلة إعلامية خصائص، واهداف متباينة عن صديقاتها، الى جانب انطواء كل وسيلة على إيجابيات وسلبيات، من صحف، وإذاعة وتلفزيون، ومواقع وشبكات انترنت، التي تعتبر من أبرز وسائل الاعلام الحالية انتشارا، وأكثرها تأثيرا وتحديدًا للاتجاهات، سواء على الصعيد المحلي، او الإقليمي، او الدولي.

اذ تبيننا في هذا الفصل ان التلفزيون اليوم هو من أكثر وسائل الاعلام استقطابا للجمهور وأقواها تأثيرا على الاتجاهات والآراء، يليه الاتصال الشفهي باعتبار كلمة الفم الأكثر تصديقا في المجتمعات النامية ومن ضمنها الجزائر، كما توقفنا على الدور الفعال الذي تقوم به شبكة الانترنت في نشر ونقل الاخبار والاحداث من أبعد نقطة في العالم اذ يعتبر الانترنت اعظم نقلة نوعية في مجال التطور التكنولوجي لوسائل الاعلام والاتصال، إضافة الى دور مواقع التواصل الاجتماعي في التحفيز والتأثير على الآراء والاتجاهات ولعللى الاحداث التي مست الدول العربية منذ سنة 2011، والتي كانت اكبر دليل على الدور الذي تلعبه مثل هذه الوسائل الإعلامية الحديثة في التأثير على الاتجاهات وبلورة الأفكار.

كما لاحظنا نوع من التقهقر والترهل لمكانة الصحافة المكتوبة كوسيلة إعلامية من حيث استقطاب الجماهير والتأثير فيهم، بسبب عزوف الجماهير عنها واستبدالها بالصورة المتحركة، الى

جانبا لعب الإذاعة دور هام في تكريس الاعلام الجوّاري، واعتبارها الأداة الرائدة في ذلك بسبب قربها الجغرافي، واحتكاكها بالأفراد المنتمين الى مجتمعات محلية، والذي عكسته طبيعة برامجها التي تهتم بنشر ثقافة المجتمع المحلي والحرص على ابراز خصوصياته الفكرية والثقافية ضمن المجتمع الكلي بالرغم من تسجيل نوع من الانحياز للسلطات المحلية على حساب مشاغل المواطن.

الا ان مكانة الإذاعة تتراجع ضمن وسائل الاعلام الأخرى وعلى رأسها التلفزيون والانترنت، فبرغم من التطور الذي مس الإذاعة وما ادخل عليها من تقنيات جديدة، تجدد نفسها في منافسة دائمة تحتل فيها المراتب الأخيرة ضمن وسائل الاعلام الأخرى.

لكن بالرغم من هذا كله فان للإذاعة مكانة هامة في نفوس الجماهير اذ تعتبر من أقدم الوسائل الإعلامية واعرقها، لها مميزات خاصة تضمن وجودها واستمراريتها عبر الزمان.

الخاتمة العامة

ان دراستنا هذه تمثلت في محاولة الكشف عن طبيعة المعلومات والايخبار المذاعة عبر الإذاعة المحلية، من حيث الموضوعية والمهنية الإعلامية وانعكاساتها على توجهات الرأي العام المحلي، وعن مدى نجاعة الإذاعة كوسيلة إعلامية في بلورة وخلق وتغيير الآراء والاتجاهات وتفعيلها، ضمن بيئة إعلامية موضوعية، يتسنى للفرد المحلي من خلالها ابداء اراءه وتكوين مواقف سليمة اتجاه الاحداث والقضايا في مجالات عديدة، وهنا نكون نتحدث عن الدور الإيجابي الذي لا بد لأي وسيلة اعلامية سواء محلية، وطنية، إقليمية، عالمية ان تحذوا خلفه، باعتبار ان للفرد حق الحصول على المعلومة الصحيحة، والابتعاد عن الانحياز وحجب الحقائق عنه.

كما حاولنا في هذه الدراسة الكشف عن الوجه السلبي للإذاعة المحلية ان وجد؟ وذلك من خلال بثها للمعلومات الغير صحيحة التي من شأنها تظليل الرأي العام المحلي وتوجيهه حسب اجندتها، بالإضافة الى التعرض الى طبيعة الآراء التي تساهم الإذاعة المحلية في تكوينها وتنميتها، عما إذا كانت فعلا ترتقي ان تكون رأي عام، ام هي لا تعد كونها مجرد وجهات نظر متغيرة وغامضة، خصوصا إذا نظرنا الى اهم خاصية للرأي العام والتي تتمثل بالوضوح والثبات الى حد ما.

ومن خلال هذه الدراسة، وعبر مختلف مراحلها توصلنا الى مجموعة من الإجابات والحقائق، المرتكزة على الموضوعية والمتقيدة بخطوات البحث العلمي في العلوم الانسانية والعلوم الاجتماعية وهي كالتالي:

### أولا:

- الإذاعة الجزائرية عموما هي وسيلة إعلامية جلبها الاستعمار على غرار باقي الدول العربية، ووسائل الاعلام الأخرى من صحافة وتلفزيون، والتي أصبحت بعد فترة الاستعمار وسيلة للتنمية، وأداة، اجتماعية وثقافية تساهم في تجاوز مخلفات الاستعمار على كافة الأصعدة: الدينية، الاجتماعية، الثقافية، والاقتصادية.

- عرفت الإذاعة الجزائرية بعد فترة الاستعمار تطورا وتنوعا ملحوظا، اذ أصبح اليوم للجزائر أكثر من محطة إذاعية وطنية، بالإضافة الى الإذاعة المحلية التي أصبحت تغطي كل ولاية من ولايات الوطن، مهمة ومعبرة عن كيانها ومجتمعها المحلي وخصوصياته.
- تسعى الإذاعة المحلية الى تقديم النصائح والارشادات، والمساهمة في عرض اهتمامات وانشغالات الافراد من خلال البرامج المتعددة والمضامين المتنوعة، مراعية الخصوصيات الفكرية والثقافية، والاجتماعية لمستمعيها المحليين، وقيامها بوظائف عديدة: كالتثقيف والتوجيه والإرشاد التعليم، والحفاظ على التراث المحلي كالعادات والتقاليد، واهمها اللهجة المحلية والعمل على تصديرها، الا انها صرفت النظر عن أهمية اللغة العربية كأحد اهم المقومات الوطنية، وتغاضت عن تطويرها والعمل على ترسيخها.
- **ثانيا:**
- أصبحت الإذاعة المحلية اليوم تشكل قوة إعلامية لا يستهان بها في بلورة وخلق الآراء والاتجاهات، الا ان الافراد يعتمدونها ليس ثقة بما تقدمه من معلومات، بقدر ما هو مرتبط ببعض الظروف الملائمة لاستقبال الرسائل الاذاعية كسهولة اللغة، وسهولة الحصول على المعلومة بأقل جهد وقل تكلفة.
- للإذاعة دور هام في التثقيف والتعليم، الا ان هذا لا يلغي لعبها الدور السلبي، اذ تعتمد في كثير من الأحيان على المعالجة السطحية، والتغطية الغير موضوعية، خاصة فيما يتعلق بالبرامج السياسية والاقتصادية، باعتبارها جهاز اعلامي تابع للسلطة السياسية، التي تفرض نوع من الرقابة على وسائل الاعلام وتحد من حرياتها، الامر الذي يؤثر على محتوى ومضامين الرسالة الاذاعية.
- تتصف الإذاعة المحلية بانحيازها للسلطة، الامر الذي عكسته طبيعة البرامج، والاخبار، التي تثنى مشاريع الدولة، وتكادوا تنعدم فيها الانتقادات المباشرة او الغير مباشرة، ولو على حساب المواطن، لكن هذا لم يلغي دور الإذاعة المحلية في تفعيل قيم المواطنة، والولاء للوطن.

- يسهم العامل التكنولوجي في تحسين الرسالة الإذاعية، ويعمل على زيادة معدلات التأثير، بالإضافة الى الكفاءة المهنية للقائم بالإعلام في الإذاعة المحلية التي تلعب دور أساسي في جلب اهتمام المستمع، ودفعه الى التتبع والتأثر، الا انه بالرغم من حصول الإذاعة المحلية على مختلف الوسائل التكنولوجية، الا انها تفتقر الى عامل الكفاءة الذي يؤدي الى ترهلها وتقهرها كوسيلة إعلامية محلية.

### - ثالثا:

- تعتبر الإذاعة كيان محلي له ارتباطات اجتماعية، وتقاليد، تنمي حس الانتماء وتعزز العلاقة المحلية، اذ لا تقوم بتحديد وتوجيه الآراء، أكثر مما تعمل على تنميتها، من خلال المعلومات المذاعة والتي هي جديرة بالاستماع، لا المناقشة من طرف المتلقي المحلي، خاصة في الأمور السياسية، والاقتصادية، التي تجعل من الفرد متبني للأفكار، لا يميل الى التفكير بقدر ما ترضيه الصورة السطحية، وهذا من العوامل المساعدة في طمس الرأي العام اتجاه الاحداث.
- كون الإذاعة المحلية جهاز اعلامي تابع لسلطة وسياسة الدولة، وجدنا انها تعمل على تحديد ما يفكر فيه المستمع، وما لا يجب ان يفكر فيه، وفقا لأجندتها، وترتيب أولوياتها، وذلك عن طريق تركيزها على احداث دون غيرها، وغض النظر عن أخرى، الامر الذي يجعل المستمع عند تعرضه لرسائلها لا يكون دافعه فهم والتقصي، بقدر ما يفسر هدفه الى تلبية حاجاته واشباع رغباته النفسية والاجتماعية.
- لكن بالرغم من هذا هناك ما يخولنا للقول انه يوجد بالفعل رأي عام محلي، لكنه يظل كامنا وغير معبر عنه خاصة في الإذاعة المحلية، ووسائل الاعلام التابعة للسلطة السياسية، اذ يبقي المواطن آرائه في كثير من الاحيان حبيسة بينه وبين جماعته التي يشترك معها الآراء، والاتجاهات، وهذا يرتبط بطبيعة الأنظمة الديمقراطية التي تكفل حرية التعبير، عكس الأنظمة الديكتاتورية التي تحد من هذا الحق الانساني.
- بالرغم من كون الإذاعة المحلية تعمل على بلورة الآراء والاتجاهات، فيما يخدم مصالح السلطة، أكثر من المواطن المحلي، الا انها تظل وفيه في مجال ترسيخ قيم وعادات وتقاليد مجتمعتها

المحلي، وإبراز خصائصه والعمل على احترامها، والمحافظة عليها، وهذا ما تعبر عنه مضامينها وبرامجها الاجتماعية، والثقافية.

### - رابعا:

- استغلت الإذاعة المحلية التطور التكنولوجي لوسائل الاعلام والاتصال، مستخدمة إياه في تطوير نوعية برامجها واتساع رقعة بثها، الامر الذي زاد من وثيرة استقطابها، وأثيرها في مجالات واسعة.
- لعبت الإذاعة دور هام في تكريس مفهوم الاعلام الجوّاري، والذي عكسته طبيعة برامجها التي تهتم بنشر ثقافة المجتمع المحلي والحرص على ابراز خصوصياته الفكرية والثقافية ضمن المجتمع الكلي، وذلك راجع الى قربها الجغرافي واحتكاكها المباشر مع المستمعين والافراد المحليين.
- تراجعت مكانة الإذاعة ضمن وسائل الاعلام الأخرى وعلى رأسها التلفزيون والانترنت، من حيث جمع المعلومة ونشرها واحداث التأثير على الآراء والأفكار، الامر الذي يجعل الإذاعة داخل منافسة دائمة، تحتل فيها المراتب الأخيرة ضمن وسائل الاعلام الأخرى، الا ان هذا لا يلغي المكانة الهامة التي تحتلها في نفوس جماهيرها، والخصائص التي تميزها عن باقي الوسائل الأخرى، باعتبارها الوسيلة الإعلامية الوحيدة التي تكون موجهة لمختلف الفئات سواء المتعلمين، او الأميين، والتي تستطيع بسهولة الوصول الى متبعيها باقل جهد وتكلفة، الى جانب المكانة التي تحتلها باعتبارها اعرق وسائل الاعلام واهمها الى اليوم.

# قائمة المراجع

أولاً: قائمة المراجع باللغة العربية.

- كتب باللغة العربية:

- 1- إبراهيم امام، الاعلام الإذاعي والتلفزيوني، دار الفكر العربي، الإسكندرية، الطبعة الثانية، 1985.
- 2- إبراهيم امام، الاعلام والاتصال بالجماهير، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، الطبعة الاولى، 1969.
- 3- إبراهيم بختي، التجارة الالكترونية: مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، د.ط، 2008.
- 4- إبراهيم زيوش، فن كتابة الأخبار للإذاعة والتلفزيون، مطبعة جريدة الوحدة، الجزائر، د.ط، د.ت.
- 5- إبراهيم سلطان، نظم المعلومات الإدارية: مدخل النظم، الدار الجامعية، الإسكندرية، د.ط، 2005.
- 6- إحدادن زهير، تاريخ الإذاعة والتلفزيون، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة الاولى، 1989.
- 7- إحدادن زهير، مدخل لعلوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، د.ط، 2002.
- 8- احسان محمد حسن، علم اجتماع العائلة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2005.
- 9- أحمد إبراهيم أحمد، الإدارة المدرسية في مطلع القرن الحادي والعشرين، دار الفكر العربي، القاهرة، الطبعة الاولى، 2003.
- 10- أحمد السيد محمد اسماعيل، مشكلات الطفل السلوكية وأسلوب معاملة الوالدين، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، د.ط، 1993.
- 11- احمد سرحال، النظم السياسية والدستورية في لبنان وكافة الدول العربية، دار الفكر العربي، بيروت، د.ط، 1990.

- 12- أحمد عبد المنعم حسين، أصول البحث العلمي: المنهج العلمي وأساليب كتابة البحوث والرسائل العلمية، المكتبة الأكاديمية للنشر، القاهرة، الطبعة الأولى، 1996.
- 13- احمد محمد الزغبي، أسس علم النفس الاجتماعي، دار الحرف العربي للطباعة والنشر، بيروت، الطبعة الأولى، 1994.
- 14- أسامة ظافر كباره، برامج التلفزيون والتنشئة التربوية والاجتماعية للأطفال، دار النهضة العربية، لبنان، الطبعة الأولى، 2003.
- 15- أسامة يوسف أبو الحجاج، دليلك الشخصي إلى عالم الانترنت، نهضة مصر للطباعة والنشر، القاهرة، 1998.
- 16- أسماء هناء حافظ، تكنولوجيا الاتصال التفاعلي في عصر الفضاء الإلكتروني المعلوماتي الرقمي، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2005.
- 17- اكرام احمد الأهواني، الاتصال بين العولمة والمحلية، دار الكتاب الحديث، القاهرة، الطبعة الأولى، 2010.
- 18- إيمان فاضل السامرائي، هيثم محمد الزغبي، نظم المعلومات الإدارية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2004.
- 19- ايناس محمد غزال، الإعلانات التلفزيونية وثقافة الطفل، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، د.ط، 2001.
- 20- بحيث محمد درويش، الصحافة المصرية: قيم الاخبار وتزييف الوعي، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 1998.
- 21- بدر يحيى مرسى، علم الاجتماع: مقدمة في سوسيولوجيا المجتمع، دار الوفاء لنديا للطباعة والنشر، الإسكندرية، د.ط، 2008.
- 22- بشرى جميل الراوي وآخرون، التقرير العربي الأول للتنمية الثقافية، مؤسسة الفكر العربي، بيروت، د.ط، 2008.
- 23- بشير العلاق، نظريات الاتصال: مدخل متكامل، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2011.

- 24- بن روان بلقاسم، وسائل الاعلام والمجتمع: دراسة في الابعاد الاجتماعية والمؤسسية، الدار الخلدونية، الجزائر، الطبعة الأولى، 2007.
- 25- بوكرا ادريس، الوجيز في القانون الدستوري، والمؤسسات السياسية، دار الكتاب الحديث، القاهرة، د.ط، 2003.
- 26- بومدين طاشمة، الأساس في منهجية تحليل النظم السياسية-دراسة في المفاهيم، الأدوات، المناهج، والاقترابات، كنوز للنشر والتوزيع، الجزائر، الطبعة الأولى، 2011.
- 27- جعفر صادق الحسني، سرحان سليمان داود، تكنولوجيا شبكات الحواسيب، دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الثالثة، 2006.
- 28- جمال سلامة علي، النظام السياسي والحكومة الديمقراطية: دراسة تأصيلية للنظم البرلمانية والرئاسية، درا النهضة العربية، القاهرة، الطبعة الثانية، 2007.
- 29- جيهان أحمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي للنشر والطباعة والتوزيع، القاهرة، د.ط، 1987.
- 30- حاجي الحلواني، مدخل الى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي، عالم الكتب، القاهرة، الطبعة الثانية، 2008.
- 31- حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي: دراسة مقارنة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، الطبعة الثانية، 2002.
- 32- حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار، الإذاعة في القرن الحادي والعشرين، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، 2008.
- 33- حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي العبد، نظريات الاعلام، الدار العربية للنشر والتوزيع، د.ط، 2008.
- 34- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، الطبعة السابعة، 2008.
- 35- حسين حمدي الطوبجي، وسائل الاتصال والتكنولوجيا في التعليم، دار القلم، الكويت، الطبعة الثانية عشر، 1992.

- 36- حسين عبد الحميد رشوان، الاسرة والمجتمع: دراسة في علم اجتماع الاسرة، مؤسسة شباب الجامعة، اسكندرية، د.ط، 2003.
- 37- حميد الطائي، احمد شاكر العسكري، الاتصالات التسويقية المتكاملة-مدخل استراتيجي-، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، د.ط، 2009.
- 38- خالد محمد عزب، إسماعيل سراج الدين، وعاء المعرفة من الحجر الى النشر الفوري، مكتبة الإسكندرية، الإسكندرية، د.ط، 2007.
- 39- خضيرى كاظم حمود، الاتصال الفعال في إدارة الأعمال، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2010.
- 40- خليل محمود، انتاج اللغة في النصوص الاعلامية، الدار العربية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2009.
- 41- راسم محمد جمال، الاتصال والاعلام في الوطن العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، الطبعة الثالثة، 2004.
- 42- راوية حسن، السلوك التنظيمي المعاصر، الدار الجامعية، للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، الطبعة الاولى، 2004.
- 43- ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، الاتصال والعلاقات العامة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2005.
- 44- ربحي مصطفى عليان، مجتمع المعلومات والواقع العربي، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، د.ط، 2006.
- 45- رحيمة الطيب عيساني، مدخل الى الاعلام والاتصال: المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، جدارا للكتاب العالمي للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2008.
- 46- ردينة عثمان يوسف، محمود جاسم الصميدعي، تكنولوجيا التسويق، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2004.
- 47- رضوان بلخيري، مدخل الى الاعلام الجديد: المفاهيم الوسائل والتطبيقات، دار جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، د.ط، 2014.

- 48- رفعت عارف الضبع، الإذاعة النوعية وإنتاج البرامج الإذاعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2011.
- 49- رفيق سكري، مدخل في الرأي والاعلام، والدعاية، جروس برس للنشر والتوزيع، لبنان، 1984.
- 50- رواء هادي الدهان، وسائل الاعلام ومستويات الثقة، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2013.
- 51- زيد بن محمد الرماني، اقتصاد الاعلام: اسرار واخبار، مكتبة الرشد للنشر، الرياض، الطبعة الأولى، 2005.
- 52- سعد إسماعيل علي، الاتصال والرأي العام-مبحث في القوة وايدولوجيا-، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، د.ط، 1979.
- 53- سعد الدين السيد صالح، البحث العلمي ومناهجه النظرية: رؤية اسلامية، مؤسسة الاسراء للطباعة والنشر، القاهرة، الطبعة الثانية، 1992.
- 54- سعد سلمان المشهداني، الإعلان التلفزيوني وتأثيره على الجمهور، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، د.ط، 2011.
- 55- سعيد عبد العظيم، الديمقراطية ونظريات الإصلاح في الميزان، دار الايمان، ودار القمة للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، الطبعة الخامسة، 2004.
- 56- سليمان مصطفى الدلاهمة، أساسيات نظم المعلومات الحاسوبية وتكنولوجيا المعلومات، دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2008.
- 57- سمير محمد حسين، الاعلام والاتصال بالجمهور والرأي العام، عالم الكتب، القاهرة، الطبعة الثانية، 1993.
- 58- سناء محمد الجبور، الاعلام الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2010.
- 59- سناء محمد الجبور، الاعلام والرأي العام العربي والعالمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2010.

- 60- السيد عبد الحميد عطية، الاتصال اتجاهات نظرية واسس تطبيقية في الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي، الإسكندرية، د.ط، 2012.
- 61- السيد عبد العاصي، النظرية في علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، د.ط، 2000.
- 62- سيف الإسلام الزبير، الاعلام والتنمية في الوطن العربي، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر الطبعة الثانية، 1982.
- 63- صالح ذياب هندي، أثر وسائل الاعلام على الطفل، دار الفكر للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الثانية، 2008.
- 64- صلاح عبد اللطيف، الصحافة المتخصصة، مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2002.
- 65- طارق سيد احمد الخليفة، الاعلام المحلي في عصر العولمة، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، بيروت، الطبعة الأولى، 2010.
- 66- طارق طه، التسويق بالانترنت والتجارة الالكترونية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، د.ط، 2007.
- 67- طالب فرحان، الاعلام الإذاعي والتلفزيوني: المقومات الفنية والمهنية لرجل الاعلام السياسي، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2011.
- 68- طاهر مرسي عطية، فن الإعلان وترويج المبيعات، دار النهضة العربية، القاهرة، د.ط، 2001.
- 69- طلعت همام، مائة سؤال عن الاعلام، دار الفرقان، عمان، الطبعة الثانية، 1987.
- 70- عاطف عدلي العبد عبيد، الدعاية والاقناع: الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، دار الفكر العربي للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2007.
- 71- عاطف عدلي العبد عبيد، الرأي العام وطرق قياسه، دار الفكر العربي للطباعة والنشر، القاهرة، د.ط، 2006.

- 72- عاطف عدلي العبد عبيد، مدخل إلى الاتصال والرأي العام: الأسس النظرية والإسهامات العربية، دار المصرية للطباعة والنشر، القاهرة، د.ط، 1998.
- 73- عاطف عدلي العبد، دليل بحوث الاتصال في الوطن العربي، دار الفكر العربي، القاهرة، د.ط، 1994.
- 74- عباس مصطفى صادق، صحافة الانترنت وقواعد النشر الالكتروني، الظفرة للطباعة والنشر، أبو ظبي، الطبعة الأولى، 2003.
- 75- عبد الدائم عمر الحسن، الحوار الإذاعي: الأعداد والتقديم، مكتبة مدبولي، القاهرة، الطبعة الأولى، 2008.
- 76- عبد الرحمان عزي، قراءة أبستمولوجيا في تكنولوجيا الاتصال، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، د.ط، 2004.
- 77- عبد الرحمن الحضيف، كيف تؤثر وسائل الإعلام: دراسات في النظريات والأساليب، مكتبة العبيكان، الرياض، الطبعة الأولى، 1994.
- 78- عبد الرحيم درويش، مقدمة الى علم الاتصال، مكتبة نانسي للنشر، دمياط، د.ط، 2005.
- 79- عبد الستار إبراهيم، واخرون، السلوك الإنساني نظرة علمية، دار الكتب الجامعية، القاهرة، د.ط، د.ت.
- 80- عبد العالي رزاق، الخبر في الصحافة، الإذاعة، التلفزيون والانترنت، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، د.ط، 2004.
- 81- عبد العزيز شرف، مدخل الى وسائل الاعلام والاتصال-الصحافة، الإذاعة، التلفزيون، المسرح، الأقمار الصناعية-، دار الكتاب المصري، القاهرة، د.ط، 1980.
- 82- عبد الفتاح ياغي، السياسة العامة: النظرية والتطبيق، المنظمة العربية للتنمية الإدارية جامعة الدول العربية، القاهرة، د.ط، 2010.
- 83- عبد القادر الشيخلي، نظرية الادارة المحلية والتجربة الاردنية، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، عمان، د.ط، 1982.

- 84- عبد الكريم الغريب، عبد الحميد لطفي، الاتجاهات الفكرية في نظرية علم الاجتماع المعاصر، مكتبة نهضة الشروق، القاهرة، د.ط، 1987.
- 85- عبد اللطيف حمزة، الاعلام له تاريخه ومذاهبه، دار الفكر العربي، القاهرة، د.ط، 1965.
- 86- عبد اللطيف حمزة، الإعلام والدعاية، دار الفكر العربي، القاهرة، د.ط، 1971.
- 87- عبد الله المسلمي إبراهيم، الاعلام الإقليمي: دراسة نظرية ميدانية، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، د.ط، 1993.
- 88- عبد الله المسلمي ابراهيم، الراديو والتلفزيون وتنمية المجتمع المحلي، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 1996.
- 89- عبد الله المسلمي ابراهيم، مدخل إلى الصحافة، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، د.ط، 1999.
- 90- عبد الله فرغلي علي موسى، تكنولوجيا المعلومات ودورها في التسويق التقليدي، ايتراك للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
- 91- عبد الله محمد عبد الرحمان، النظرية في علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، بيروت، د.ط، د.ت.
- 92- عبد الله محمد عبد الرحمن، سوسيولوجيا الاتصال والاعلام: النشأة التطورية والاتجاهات الحديثة والدراسة الميدانية، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، الطبعة الأولى، 2006.
- 93- عبد المجيد شكري، الاتصال الإعلامي والتنمية: افاق المستقبل وتحديات القرن الجديد، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 1995.
- 94- عبد المجيد شكري، الإذاعات المحلية: لغة العصر، دار الفكر العربي، القاهرة، د.ط، 1998.
- 95- عبد المجيد شكري، الاعلام المحلي في ضوء متغيرات العصر-اسسه نظرياته وسائله- ودوره في الدول النامية والمتقدمة، دار الفكر العربي، القاهرة، الطبعة الاولى، 2007.

- 96- عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال: إنتاج البرامج في الراديو والتلفزيون، دار الفكر العربي، القاهرة، الطبعة الأولى، 1996.
- 97- عزيزة عبده، الاعلام السياسي والرأي العام: دراسة في ترتيب الأولويات، دارا لفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، د.ط، 2004.
- 98- علاء الدين كفاي، رعاية نمو الطفل، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة د.ط، 1998.
- 99- على عجوة، دراسات في العلاقات العامة والاعلام، عالم الكتب، القاهرة، الطبعة الاولى، 1985.
- 100- علي خليفة الكواري واخرون، المواطنة والديمقراطية، في البلدان العربية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، د.ط، 2001.
- 101- علي عبد الفتاح كنعان، الاعلام والمجتمع، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، د.ط، 2014.
- 102- علي قسايسية، جمهور وسائل الاعلام: الوسيط في الدراسات الاعلامية، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، الجزء الأول، 2002.
- 103- علي قسايسية، مقاربات السلوك الاتصالي للجمهور: نماذج وابحاث وسائل الاعلام، دار هومة، الجزائر، د.ط، 2005.
- 104- عودة محمد إبراهيم، النظرية المعاصرة في علم الاجتماع: دراسة نقدية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، د.ط، 1998.
- 105- عيسى محمود الحسن، الإذاعة والبرامج الجماهيرية، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، د.ط، 2009.
- 106- غريب عبد السميع غريب، الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مؤسسة شباب الجامعة للطباعة والنشر، الإسكندرية، د.ط، 1996.
- 107- فادية عمر الجولاني، التغير الاجتماعي: مدخل النظرية الوظيفية لتحليل التغير، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، د.ط، 1993.

- 108- فاروق ناجي محمود، البرنامج التلفزيوني - كتاباته ومقومات نجاحه -، دار الفجر، بيروت، د.ط، 2007.
- 109- فتحي مصطفى يوسف الزيات، سيكولوجية التعلم بين المنظور الارتباطي والمنظور المعرفي، دار النشر للجامعات، القاهرة، الطبعة الثانية، 2004.
- 110- فضيل دليو، الاتصال - مفاهيمه - نظرياته - وسائله -، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2003.
- 111- فضيل دليو، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، د.ط، 1998.
- 112- القاضي أنطوان، البث التلفزيوني والإذاعي والبث الفضائي، منشورات الحلبي، بيروت، الطبعة الأولى، 2003.
- 113- قباري محمد إسماعيل، علم الانسان، منشأة المعارف، الإسكندرية، د.ط، د.ت.
- 114- كمال درويش وآخرون، الإدارة الرياضية: الأسس والتطبيقات، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، الطبعة الاولى 1996.
- 115- لعقاب محمد، الانترنت وعصر ثورة المعلومات، دار هومة، الجزائر، الطبعة الاولى، 1999.
- 116- ماجد راغب الحلو، حرية الاعلام والقانون، منشأة المعارف للنشر، الإسكندرية، د.ط، 2006.
- 117- ماجي الحلواني حسين، مدخل الى فن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي، دار عالم الكتب، القاهرة، د.ط، 2002.
- 118- متروك الفالح، المجتمع والديمقراطية والدولة في البلدان العربية: دراسة مقارنة، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، د.ط، 2002.
- 119- محمد احمد بيومي، علم اجتماع القيم، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، د.ط، 1981.
- 120- محمد احمد حسان، نظم المعلومات الإدارية، الدار الجامعية، الإسكندرية، د.ط، 2008.

- 121- محمد الجوهري، فاطمة القليبي، الاعلام والمجتمع: دراسات في علم الاجتماع الإعلامي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، د.ط، 1998.
- 122- محمد السويدي، مفاهيم علم الاجتماع الثقافي ومصطلحاته، المؤسسة الوطنية للكتاب والطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، د.ط، 1991.
- 123- محمد الصالح الحناوي، مقدمة في الاعمال في عصر التكنولوجيا، الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، د.ط، 2004.
- 124- محمد جاسم فلحي الموسوي، نظريات الاتصال والاعلام الجماهيري، الاكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، الدنمارك، د.ط، د.ت.
- 125- محمد سيدي محمد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، د.ط، 1986.
- 126- محمد شطاح، الإعلام التلفزيوني: نشرات الأخبار المحتوى والجمهور، دار الكتاب الحديث، الجزائر، د.ط، 2007.
- 127- محمد صاحب سلطان، وسائل الاعلام والاتصال دراسة في النشأة والتطور، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الاولى، 2012.
- 128- محمد عبد البديع عبد السميع، أثر القنوات الفضائية على القيم الاسرية، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2009.
- 129- محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الاعلام، عالم الكتب، القاهرة، الطبعة الأولى، 1993.
- 130- محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، دار عالم الكتب، القاهرة، الطبعة الأولى، 1992.
- 131- محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، دار عالم الكتب، القاهرة، د.ط، 2010.
- 132- محمد عبد القادر حاتم، الرأي العام، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، الطبعة الأولى، القاهرة، 1982.

- 133- محمد عبد الله الخوالدة، علم النفس السياسي والإعلامي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2009.
- 134- محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي - القواعد والمراحل والتطبيقات -، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، الطبعة الثانية، 1999.
- 135- محمد علي أبو العلا، التوثيق الإعلامي والنشر الإلكتروني في ظل مجتمع المعلومات، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، مصر، د.ط، 2013.
- 136- محمد علي القوزي، نشأة وسائل الاعلام وتطورها، دار النهضة العربية، بيروت، الطبعة الأولى، 2007.
- 137- محمد علي لعوينتي، دور التكتيك في الاعلام الدولي، عالم الكتب، القاهرة، د.ط، 1989.
- 138- محمد علي محمد، علم الاجتماع والمنهج العلمي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، د.ط، 1984.
- 139- محمد عمر الطنوبي، المرجع في الاعلام والاعلام الزراعي، منشأة المعارف، الإسكندرية، د.ط، 1995.
- 140- محمد محمد علي هندي عمارة، مدخل الى وسائل الاعلام وقضايا المجتمع، دار العلوم للنشر والتوزيع، القاهرة، د.ط، 2009.
- 141- محمد مسلم، الهوية في مواجهة الاندماج، دار قرطبة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، د.ط، 2009.
- 142- محمد منير حجاب، اساسيات الرأي العام، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الثانية، 2000.
- 143- محمد منير حجاب، الإعلام والتنمية الشاملة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، د.ط، 2000.
- 144- محمد ناصر مهنا، النظرية العامة للمعرفة الإعلامية، المكتبة الجامعية، الإسكندرية، د.ط، 2003.

- 145- محمد نصر مهنا، تنظير الاعلام: الفضائيات العربية العولمة الإعلامية المعلوماتية، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، د.ط، 2009.
- 146- محمود السعران، اللغة والمجتمع: رأي ومنهج، دار المعارف، الإسكندرية، الطبعة الثانية، 1963.
- 147- محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2003.
- 148- محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري، مركز الحضارة العربية للإعلام والنشر والدراسات، القاهرة، الطبعة الأولى، 1998.
- 149- محي الدين عبد الحليم، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، مكتبة الخانجي، القاهرة، الطبعة الثانية، 1984.
- 150- مختار التهامي، عاطف عدلي العبد، الرأي العام، مركز بحوث الرأي العام، القاهرة، د.ط، 2005.
- 151- مزهر شعبان العالي، نظم المعلومات الإدارية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2009.
- 152- منال محمد الكردي، جلال إبراهيم العبد، مقدمة في نظم المعلومات الإدارية، الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2003.
- 153- منى سعد الحديدي، سلوى إمام على، الإعلام والمجتمع، دار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، القاهرة، 2004.
- 154- مولود زايد الطيب، علم الاجتماع السياسي، جامعة السابع من ابريل ليبيا، الطبعة الأولى، 2007.
- 155- نبيل عارف، مقدمة في علم الاتصال، مكتبة الامارات، العين، الطبعة الاولى، 1985.
- 156- نسمة احمد البطريق، عادل عبد الغفار، الكتابة للإذاعة والتلفزيون، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، د.ط، 2005.

- 157- نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، الطبعة الأولى، 2008.
- 158- هالة اسماعيل بغدادى، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، د.ط، 2009.
- 159- هاني الرضا، رامز عامر، الرأي العام والإعلام والدعاية، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، الطبعة الأولى، 1998.
- 160- هيثم هادي الهيبي، الإعلام السياسي والاعباري في الفضائيات، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، د.ط، 2010.
- 161- يوسف مرزوقي، الإذاعة الإقليمية وتحقيق اهداف التنمية، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، الطبعة الأولى، 1988.
- كتب مترجمة:
- 1- إدوارد سعيد، الاستشراق المفاهيم الغربية للشرق، تر: محمد العناني، دار رؤية، القاهرة، د.ط، 2006.
- 2- أريك ميغريه، سوسيولوجيا الاتصال ووسائل الاعلام، تر: موريس شربل، مؤسسة محمد بن راشد المكتوم، دبي، الطبعة الاولى، 2009.
- 3- ألبرت مستر، دليل الصحفي في العالم الثالث، تر: كمال عبد الرؤف، الدار الدولية للنشر، القاهرة، الطبعة الأولى، 1988.
- 4- ب.أ فتيان: معجم التعابير الأجنبية في اللغة الإنكليزية، تر: سمير عبد الرحيم، دار المأمون للنشر، بغداد، د.ط، 1987.
- 5- تشارلزرايت: المنظور الاجتماعي للاتصال الجماهيري، تر: محمد فتحي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، د.ط، 1983.
- 6- جوديت لازار، الأثر الاجتماعي لوسائل الاعلام، تر: بوجعة رضوان، دار هومة للنشر والتوزيع، د.ط، 2005.

- 7- حان ستوتزل، ألان جيرار، استطلاع الرأي العام، تر: عيسى منصور، منشورات عويدات، بيروت، الطبعة الثانية، 1982.
- 8- رونالد. ي ريجو، مدخل إلى علم النفس الصناعي والتنظيمي، تر: فارس حليمي، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2000.
- 9- غوستاف لوبون، الآراء والمعتقدات، تر: عادل زعيتر، كلمات عربية للترجمة والنشر، القاهرة، د.ط، 2012.
- 10- غوستاف لوبون، سيكولوجية الجماهير، تر: هاشم صالح، دار الساقى الحديث، بيروت، الطبعة الأولى، 1991.
- 11- ماكس ماكومز وآخرون، الاجبار والرأي العام: آثار الاعلام على الحياة المدنية، تر: محمد صفوت احمد حسن، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2012.
- 12- موريس انجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية - تدريبات علمية -، تر: بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبه للنشر، الجزائر، الطبعة الثانية، 2004-2006.
- 13- ميلفن ديفلر، ساندرابول، روكيتش، نظريات وسائل الاعلام، تر: كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، د.ط، 2002.

ثانيا: قائمة المراجع باللغات الأجنبية:

- 1- Alfred Sauvez, l'opinion publique, Quardi GE/PUF, Paris, France.
- 2- Balle Francis, media et société, cinquième Edition, Montchrestien, paris.
- 3- Balle Francis, Médias et Société, Edition Montchrestien, Lextenso, Paris, 2009.
- 4- Berton Philippe, Serge Proulx, L'explosion De La Communication : Introduction aux Théories et

- aux Pratique De La Communication**, Collection, Grands Repères, Paris, 2006.
- 5- Bouron Jérôme, **Introduction aux médias**, Édition Montchrestien, Lextenso, paris, 2000.
- 6- Charron Danielle, **Une Introduction à la Communication**, Troisième édition, Université de Québec, 2009.
- 7- Childs Har Wook, **Introduction to public opinion**, New York, John Wiley & Sons Inc, 1940.
- 8- Cooley C.H, **social organization**, Chrliers Scribners Son, New York, 1990.
- 9- Dagnaud Monique, **Médias et Violence–L'état du débat Mars 2003**, Édition Centre de Documentation Du Conseil Supérieure De L'audiovisuel, France, 2010.
- 10- François Laurent, **Les études de marché**, édition d'organisation, Paris 2001.
- 11- Hilliard, R.L, **Radio Broadcasting : An Introduction to the Sound Medium**, New York, Hastings House Publishers, 1982.
- 12- Lazar Judith, **Sociologie de la communication de masse**, Paris : Armand colin, 1991.

- 13- Peigh, T.D, The Use of Radio in The Social Development ,Media Monograph, The University of Chicago N°5, Chicago, 1979.
- 14- Rieffel Remey, les effets des medias, deuxième Edition, France, Ellipses, 1999.
- 15- W- Doob Leonardo, publicand propaganda, New Yourk, John Wiley & sons Inc, 1945.

ثالثا: المجلات والمقالات:

- 1- إبراهيم فؤاد خصاونة، تأثير المحطات التلفزيونية الأردنية الخاصة على طلاب الجامعات في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية، مجلة دراسات العلوم الانسانية والاجتماعية، الأردن، المجلد 41، العدد 1، 2014.
- 2- احمد صابر حوحو، مبادئ ومقومات الديمقراطية، مجلة المفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة خيضر بسكرة، العدد الخامس، 2010.
- 3- احمد قريش، اللهجة بين الحتمية الاجتماعية والاقتضاء العلمي، انسانيات مجلة جزائرية في الأنثروبولوجيا والعلوم الاجتماعية، العدد 46، 2009.
- 4- أسعد عبد الوهاب عبد الكريم، آليات التعددية السياسية وعلاقتها بالديمقراطية، مجلة جامعة تكريت للعلوم القانونية والسياسية، العراق، المجلد الأول، العدد 19، 2005.
- 5- بن سعيد احمد بن راشد، قوة الوصف: دراسة في لغة الاتصال السياسي ورموزه، مجلة عالم الفكر، المجلد 32 العدد 2، 2003.
- 6- شرقي رحيمة، الهوية الثقافية الجزائرية وتحديات العولمة، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، بسكرة، العدد الحادي عشر، جوان 2013.
- 7- صبحي عسيلا، الرأي العام: مفاهيم الأسس العلمية للمعرفة، المركز الدولي للدراسات المستقبلية والاستراتيجية، سلسلة شهرية، العدد 23، 2006.

- 8- عبد العزيز المنصور، العولمة والخيارات العربية المستقبلية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية المجلد 25، العدد 2، 2009.
- 9- عزاوي عمر وعجيلة محمد، مؤسسات المعرفة وثقافة المؤسسات الاقتصادية: رؤية مستقبلية، مجلة الباحث، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، العدد الرابع، 2006.
- 10- قوي بوحنية، عصام بن الشيخ، الرسالة الإعلامية العربية التغييرية: المضامين والرؤى، المؤتمر الدولي الـ 17، ثقافة التغيير: الأبعاد الفكرية والعوامل والتمثلات، جامعة فيلادلفيا، المملكة الأردنية، 06-08 نوفمبر 2012.
- 11- محمد خليل الرفاعي، دور الاعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الاسرة العربية- دراسة تحليلية-، مجلة جامعة دمشق، المجلد 27، العدد الأول+ الثاني، 2011.
- 12- محمد عبد القادر، دور الاعلام في التنمية، سلسلة دراسات، وزارة الثقافة والاعلام، العراق، العدد 314، 1982.
- 13- محمد عصماني، اعلام الثورة، مجلة الشاشة الصغيرة الاسبوعية، التلفزيون الجزائري، العدد 104، 27 أكتوبر-20 نوفمبر، 2001.
- 14- موسى عبد الرحيم حلس، ناصر علي مهدي، دور وسائل الاعلام في تشكيل الوعي لدى الشباب الفلسطيني، مجلة جامعة الازهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية، المجلد 12، العدد 2، 2010.
- 15- وناسي يحيى، تبلور التنمية المستدامة من خلال التجربة الجزائرية، مجلة العلوم القانونية والإدارية، كلية الحقوق، جامعة تلمسان، العدد 01، 2003.

رابعاً: الأطروحات والرسائل الجامعية:

- 1- بداني فؤاد، سوسيولوجيا القائم بالإعلام في التلفزيون الجزائري-دراسة ميدانية بقسم الاخبار-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، 2009-2010.
- 2- بشير كاوجة، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي في المؤسسة الاستشفائية العمومية الجزائرية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، علوم التسيير، جامعة قاصدي رابح، ورقلة، 2013.
- 3- بلحضري بلوفة، الخطاب الإعلامي والمجتمع الجزائري بين الاصلية والانفصالية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علم الاجتماع، جامعة السّانية، وهران، 2011-2012.
- 4- بن عودة العربي، اسهام وسائل الاعلام في ترقية المجتمع المدني-دراسة التجربة الجزائرية-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في الاعلام والاتصال، جامعة وهران، 2006.
- 5- بومدين طاشمة، مسألة التنمية السياسية والتجربة الديمقراطية في الجزائر- 1988، 1992-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر، 2000-2002.
- 6- تسعيدات قدار، أثر تكنولوجيا الاتصال على الإذاعة والجمهور-دراسة مسحية في الاستخدامات والاشباع لدى الشباب-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في العلوم السياسية والاعلام، الجزائر، 2010-2011.
- 7- حفيظة سنوسي، الإذاعة المحلية والعادات الإستماعية للمجتمع المحلي في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر.

- 8- حناشي توفيق، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير إدارة الموارد البشرية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة 08 ماي، قلمة، 2010.
- 9- خيرة بغدادي، برامج الإذاعة الجزائرية وعلاقتها بالواقع الاجتماعي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الجزائر، 2001-2002.
- 10- دادة عبد الحميد، أثر نظم المعلومات لمراقبة التسيير على اتخاذ القرارات داخل المؤسسة -دراسة مقارنة لكل من مؤسسة موبيليس وروائح الورود-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، في نظم المعلومات والمراقبة والتسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2014.
- 11- السعيد بومعيزة، أثر وسائل الاعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب-دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2005-2006.
- 12- سويقات لبني، الاعلام المحلي وابعاده التنموية في المجتمع: دراسة تحليلية للخطاب الإعلامي-إذاعة ورقلة الجهوية نموذجا-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة وهران، 2009-2010.
- 13- شعبان مالك، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، في علم اجتماع التنمية، جامعة منتوري قسنطينة، 2005؛ 2006.
- 14- شيروف فضيلة، أثر التسويق الالكتروني على جودة الخدمات المصرفية-دراسة حالة بعض البنوك في الجزائر-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في التسويق، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009-2010.

- 15- ضيف ليندة، دور الإذاعة الوطنية في التنمية الثقافية-القناة الأولى نموذجاً-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر، 2006-2007.
- 16- العربي بن عودة، اسهام وسائل الاعلام في ترقية المجتمع المدني، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة وهران، 2006.
- 17- عمر مصطفى محمد سمحة، العولمة الثقافية والثقافة السياسية العربية، مذكرة ماجستير في التخطيط والتنمية السياسية، جامعة النجاح، فلسطين، 2005.
- 18- عيسى بن هاشم، الاعلام الجوّاري السمعي ودوره في التنمية الثقافية والفنية والاجتماعية والاقتصادية المحلية-إذاعة تلمسان نموذجاً-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، في الثقافة شعبية، جامعة ابي بكر بلقايد، تلمسان، 2005.
- 19- فارس طباش، العامية والفصحى وإشكالية التلقي لدى جمهور الإذاعة الجزائرية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر، 2007-2008.
- 20- فقير رشيد، دور الإذاعة المحلية في التنشئة السياسية بالمجتمع المحلي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علم الاجتماع السياسي، جامعة وهران 2، 2014-2015.
- 21- فوزية عكاك، القيم الخبرية في الصحافة الجزائرية الخاصة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر 3، 2011-2012.
- 22- لخضر طاهري، واقع الإذاعة المحلية ومعالجتها المشكلات الاجتماعية-إذاعة الجلفة المحلية نموذجاً-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علم اجتماع الاتصال والعلاقات العامة، جامعة بسكرة، 2011-2012.
- 23- لونيس نادية، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تفعيل الاعمال التجارية للمؤسسات-دراسة حالة التذاكر الالكترونية في مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية-،

- مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في ادارة العمليات التجارية، جامعة الجزائر 3،  
2010-2011.
- 24- ليليا شاوي، دور الإذاعة المحلية في ترسيخ الهوية الثقافية لجمهور المستمعين - جمهور  
إذاعة سكيكدة نموذجا -، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علوم الاعلام  
والاتصال، جامعة الجزائر، 2008-2009.
- 25- موشريط إسماعيل، واقع الصحافة وعلاقته بالرأي العام: المراسلون المحليون في  
الصحافة المكتوبة-سيدي بلعباس دراسة حالة-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير  
في علم الاجتماع السياسي، جامعة الجيلالي الياصب، سيدي بلعباس، 2010-2011.
- 26- نصيرة مزهود، جمهور القناة الأولى، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علوم الاعلام  
والاتصال، الجزائر، 1998.
- 27- يوسف تمار، نظرية Agenda setting، دراسة نقدية على ضوء الحقائق  
الاجتماعية والثقافية والإعلامية في المجتمع الإعلامي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة  
دكتوراه دولة في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2004-2005.
- خامسا: المناجد والقواميس والموسوعات.
- باللغة العربية:
- 1- أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم (ابن المنظور)، لسان العرب، دار صادر،  
بيروت، الجزء الثالث عشر، 2003.
- 2- احمد زكي بدوي، مصطلحات الاعلام، دار الكتاب المصري، القاهرة، د.ط، 1985.
- 3- إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، الموسوعة الميسرة للمصطلحات السياسية: عربي-  
إنجليزي، د.ط، 2005.
- 4- سامي ذبيان، قاموس المصطلحات السياسية والاجتماعية والاقتصادية، رياض الريس  
للكتب والنشر، لندن، 1990.

- 5- عبد الهادي الجوهري، قاموس علم الاجتماع، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، الطبعة الثالثة، 1998.
- 6- عبد الوهاب الكيالي وآخرون، الموسوعة السياسية، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، 1990.
- 7- فريدريك معتوق، معجم العلوم الاجتماعية، أكاديميا، بيروت، الطبعة الأولى 1993.
- 8- فؤاد إفرام البستاني، منجد الطالب، دار المشرق، بيروت، الطبعة الثالثة والعشرون، 1986.
- 9- كرم شلبي: معجم المصطلحات الإعلامية، دار الشروق، القاهرة، د.ط، 1989.
- 10- محمد عاطف غيث وآخرون، قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، د.ط، 1997.
- 11- معن خليل العم، معجم علم الاجتماع المعاصر، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2000.

- باللغة الأجنبية:

- 1- Lamjet Bernard, Ahmed Silem, Dictionnaire encyclopédique des sciences de l'information et de la communication, Edit /Ellipse, paris, 1997
- 2- Renaud Philippe, et Stéphane Rials, Dictionnaire de philosophie politique, Presse, Universitaire de France.

سادسا: المواد الالكترونية:

- 1- Données du recensement général de la population et de l'habitat de 2008 sur le site de l'ONS.
- 2- <http://www.radiotlemcen.dz>

- 3- <https://www.google.dz/maps> .
- 4- أكرم سالم، حقائق ومعايير عن الإدارة المحلية او الحكم المحلي، مجلة الحوار المتمدن، العدد 2258، 21-04-2008، على الرابط:
- <http://www.ahewar.org>، تاريخ الزيارة: 24 جوان 2016.
- 5- بن عيسى محمد المهدي، من اجل سوسيوولوجيا لمجتمع الاتصال: الإذاعة المحلية في الجزائر، ذات أو موضوع؟ جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، على الرابط التالي:
- <http://revues.univ-ouargla.dz/index.php/numero-10-ssh/7-2013-04-21-10-12-52>، تاريخ الزيارة: 14 جويلية 2016.
- 6- الشروق اليومي، جريدة جزائرية يومية، كريمة.خ، الجزائر تحتل المرتبة 45 عالميا من حيث استخدام الفيسبوك، العدد 3674، الاحد 3 جوان 2012، على الرابط التالي:
- <http://www.echoroukonline.com/ara/?news=131042>، تاريخ الزيارة: 12 جويلية 2016.
- 7- الشروق اليومي، جريدة جزائرية يومية، منير ركاب، 11 مليون مستخدم للإنترنت في الجزائر، العدد 4017، الخميس 16 ماي 2013، على الرابط التالي:
- <http://www.echoroukonline.com/ara/articles/164875.html>، تاريخ الزيارة: 12 جويلية 2016 .
- 8- عبد الرزاق الشيخلي، العلاقة بين الحكومة المركزية والإدارات المحلية: دراسة مقارنة، المنتدى العربي لإدارة الموارد البشرية، 22 أكتوبر 2010، على الرابط:
- <http://www.hrdiscussion.com/hr18877.html>، تاريخ الزيارة: 24 جوان 2016.
- 9- محمد الجوهري، المنهج في دراسة المعتقدات والعادات والتقاليد، موقع ارتروبوس للأثنوبولوجيا والسوسيوأنثروبولوجيا، ثقافة شعبية، العدد 4، 29 اوت 2014، على

الرابط التالي: <http://www.aranthropos.com>، تاريخ الزيارة: 27 جوان 2016.

-10 هيثم البوسعيدي، قوة العلاقة بين المعتقد والسلوك في حياة الإنسان، مجلة الركن الأخضر، 06 فيفري 2009، على الرابط التالي:

[http://www.grenc.com/show\\_article\\_main.cfm?id=1478](http://www.grenc.com/show_article_main.cfm?id=1478)

0، تاريخ الزيارة: 28 ماي 2016.

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة أبي بكر بلقايد - تلمسان -

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية.

## استمارة بحث ميداني

مشروع جامعي أكاديمي لنيل شهادة دكتوراه ل.م.د.

في علم اجتماع الاتصال

# الإذاعة المحلية ودورها في تحديد توجهات الرأي العام إذاعات الغرب الجزائري نموذجاً

سيدي، سيدي المبحوث:

إن هذه الاستمارة أدلة بحث لإنجاز أطروحة دكتوراه في علم اجتماع الاتصال: أسئلتها تصبو لمعرفة آراء المواطنين المستمعين للإذاعة المحلية حول الدور الذي تلعبه هذه القنوات في تحديد توجهات الرأي العام المحلي والوطني من خلال محتويات البرامج التي تبثها.

إن هذه الاستمارة لا اسمية لا تحمل ما يمكن من الاستدلال على هوية المبحوث. ولا تهدف من وراءها إلا للحصول على معطيات وأجوبة ستستخدم في إنجاز البحث الأكاديمي. وتتعهد الباحثة بالمحافظة على سرية المعلومات واحترام آراء المبحوثين واستخدامها بأمانة وصدق من أجل إنتاج معرفة علمية موضوعية.

وعليه نرجو منكم التعاون معنا بملاء هذه الاستمارة بوضع علامة (X) أمام الإجابة المناسبة أو بالتعبير عن آراءكم بكل حرية في المكان المخصص لذلك. نحن نشكركم جزيل الشكر لمساعدتكم.

الطالبة الباحثة: بن عزة فاطمة الزهراء.

## 1 - المحور الأول: مواصفات المبحوث

1-1 الجنس: ذكر  أنثى

2-1 السن: أقل من 25 سنة  من 26 إلى 33 سنة

من 34 إلى 41 سنة  من 42 إلى 49 سنة

من 50 إلى 57 سنة  من 58 إلى 65 سنة

### 3-1 المستوى التعليمي:

بدون مستوى  ابتدائي  متوسط  ثانوي

جامعي

### 4-1 المهنة:

بدون عمل  عامل  موظف  متقاعد  أعمال حرة

### 5-1 السكن:

مقر الولاية  مقر دائرة  بلدية  قرية  دوار

## 2 - المحور الثاني: علاقة المستمع بالإذاعة

### 1-2 أين تستمع للإذاعة؟

في البيت  في العمل  في السيارة  في مكان آخر

حدد: .....

### 2-2 هل تستمع للإذاعة:

يومية  بعض أيام الأسبوع  يوم واحد في الأسبوع

### 3-2 بكم تقدر الحجم الساعي لاستماعك للإذاعة:

كم ساعة في اليوم:  كم يوم في الأسبوع:  كم أسبوع في الشهر:

### 4-2 رتب من 1 إلى 8 البرامج الإذاعية حسب اهتمامك:

السياسية  الاجتماعية  الثقافية  الدينية  الرياضية

الإرشادية التعليمية  الاقتصادية  أخرى  حدد: .....

2-5 في رأيك ما هي السمة الطاغية في البرامج الإذاعية؟

اللغة العربية الفصحى  الدارجة  اللهجة المحلية

2-6 كيف تفضل أن يكون الخطاب الإذاعي:

اللغة العربية الفصحى  الدارجة  اللهجة المحلية

2-7 لماذا؟

.....  
.....  
.....  
.....

2-8 هل يستخدم المذيعون لغات أجنبية؟

2-9 في حالة (نعم) هل تعتبر هذا الاستخدام مبررا؟

2-10 لماذا؟

.....  
.....  
.....  
.....

### 3 - المحور الثالث: قيمة الإذاعة لدى المستمع

3-1 هل تنفق فيما تبثه الإذاعة؟

دائما  أحيانا  أبدا

3-2 كيف تصنف الإذاعة؟

وسيلة لبلورة الوعي الزائف  أداة ترشيد وتثقيف  وسيلة ترفيه

أخرى  حدد: .....

3-3 في رأيك، في أي المجالات تكون المعلومات المذاعة صحيحة:

السياسية  الاجتماعية  الثقافية  الدينية  الرياضية   
الإرشادية التعليمية  الاقتصادية  أخرى  حدد: .....

3-4 في رأيك، في أي المجالات تكون المعلومات المذاعة غير صحيحة:

السياسية  الاجتماعية  الثقافية  الدينية  الرياضية   
الإرشادية التعليمية  الاقتصادية  أخرى  حدد: .....

3-5 هل تعتقد أن للتكنولوجيا أثر في مصداقية الإذاعة؟

نعم  لا

3-6 كيف ذلك:

.....  
.....  
.....  
.....

3-7 هل تعتقد أن المذيعون والقائمون بالإعلام في الإذاعة:

كلهم ذوي كفاءة  جلهم ذوي كفاءة  بعضهم ذوي كفاءة   
قليهم ذوي كفاءة  كلهم منعدمو الكفاءة

3-8 لماذا؟

.....  
.....  
.....

3-9 في رأيك، هل يمكن اعتبار الإذاعة أداة تواصل واتصال بين المواطن والسلطات المحلية؟

نعم  لا

10-3 لماذا؟

.....  
.....  
.....

11-3 هل تعتقد أن محتوى المعلومات الإذاعية:

موضوعي  موضوعي إلى حد ما  غير موضوعي

12-3 في رأيك، هل الإذاعة ضمن علاقة المواطن بالسلطة المحلية هي:

منحازة للسلطة  منحازة للمواطن  غير منحازة

13-3 هل تعتقد أن الإذاعة تعمل على تطوير علاقة الثقة بين المواطن والسلطة؟

نعم  لا

14-3 لماذا؟

.....  
.....

#### 4- المحور الرابع: الإذاعة المحلية وتوجيه الرأي العام المحلي

1-4 في رأيك، هل تعتبر المعلومات الإذاعية جديرة بـ:

الاستماع فقط  الاستيعاب  المناقشة  المتابعة

2-4 هل سبق وأن أذيعت أخبار أو معلومات أثارت اهتمامك؟

نعم  لا

3-4 ما طبيعة هذه الأخبار أو المعلومات:

السياسية  الاجتماعية  الثقافية  الدينية  الرياضية

الإرشادية التعليمية  الاقتصادية  أخرى  حدد: .....

4-4 كيف تعاملت معها؟

الحرص على متابعتها  نشرها لدى معارفك  مناقشتها مع الأهل والمعارف  
الاتصال بالإذاعة للاستفسار عنها  الاتصال بالإذاعة لإبداء رأي مخالف   
5-4 لماذا؟

.....  
.....  
.....

6-4 عادة ما تخصص الإذاعة برامج وحصص للنقاش. هل تهتم بها؟

نعم  لا

7-4 لماذا؟

.....  
.....  
.....

8-4 هل سبق وأن شاركت في نقاش إذاعي؟

نعم  لا

9-4 بأي شكل؟

في استيديوهات الإذاعة  عن طريق الهاتف  أخرى

حدد: .....

10-4 ما طبيعة هذا النقاش؟

السياسية  الاجتماعية  الثقافية  الدينية  الرياضية

الإرشادية التعليمية  الاقتصادية  أخرى  حدد: .....

11-4 هل سبق وأن تأثرت تأثرا بليغا بخبر أو معلومة إذاعية معاكسة نوعا ما أو تماما

لاعتقادك؟

نعم  لا

12-4 ما طبيعة هذه المعلومة؟

السياسية  الاجتماعية  الثقافية  الدينية  الرياضية   
الإرشادية التعليمية  الاقتصادية  أخرى  حدد: .....

13-4 ماذا كانت ردة الفعل لديك؟

القبول بالمعلومة والتخلي عن الاعتقاد السابق  طرح المعلومة للنقاش لمعرفة رأي آخر   
عدم المبالاة بما أذيع  التحري من المعلومة في وسائل إعلام أخرى  حدد:

.....

14-4 هل تعتقد أن للإذاعة دور فعلي في تحديد وتوجيه آراء المواطنين؟

نعم  لا

15-4 هل تعتقد أن الإذاعة لا زالت تحافظ على تميزها مع وجود وسائل الاتصال الأخرى؟

نعم  لا

16-4 لماذا؟

.....

.....

.....

.....

5-المحور الخامس: مكانة الإذاعة في منظومة الإعلام الوطني والكوني

1-5 من حيث جمع ومعالجة ونشر المعلومات أي وسائل الإعلام الأكثر استقطابا في رأيك؟

الإذاعة  التلفزيون  شبكة الأنترنت  مواقع التواصل الاجتماعي   
الصحافة المكتوبة  التواصل الشفهي

2-5 هل تساهم وسائل الإعلام الأخرى في تكوين وتحديد اتجاهات الأفراد؟

نعم  لا

3-5 في رأيك ما هي الوسيلة الأكثر فعالية في هذا المجال؟

الإذاعة  التلفزيون  شبكة الأنترنت  مواقع التواصل الاجتماعي  
الصحافة المكتوبة  التواصل الشفهي

4-5 في رأيك هل للإذاعة فعالية في ترقية القيم الوطنية والحفاظ عليها؟

نعم  لا

5-5 كيف؟

.....  
.....  
.....  
.....

6-5 ماهي في رأيك الوظائف الإيجابية التي لازالت الإذاعة تؤديها اتجاه المجتمع؟

- .....  
.....  
- .....  
.....  
- .....  
.....  
- .....  
.....  
- .....  
.....  
- .....  
.....  
- .....  
.....

7-5 هل يمكن أن يؤثر الخطاب الإعلامي الإذاعي بشكل سلبي على المجتمع؟

نعم  لا

8-5 في حالة الإجابة بـ (لا) متى وكيف؟





الملحق رقم: 02 بطاقة فنية عن إذاعة تلمسان الجهوية.

- المقر الاجتماعي: مدينة تلمسان، الموجة: FM.92
- عنوان المحطة: حي الأفق الجميل.
- الطابع القانوني للمؤسسة: مؤسسة عمومية ذات طابع اقتصادي تجاري.
- تاريخ البث التجريبي: 09 جوان 1992.
- تاريخ البث الرسمي: 17 أكتوبر 1992.
- قوة بث جهاز الإرسال: 10 كيلواط.
- طبيعة التجهيزات: نصف رقمية.
- لغة البث: العربية + الدارجة.
- مجال التغطية: 100% من إقليم تلمسان وأكثر من 100 كم من محيط الولاية.
- حجم التوقيت: 15 ساعة و 15 دقيقة أي من 07:30 صباحا إلى غاية 08:00 مساء.

الربط والاستبدال البث يكون:

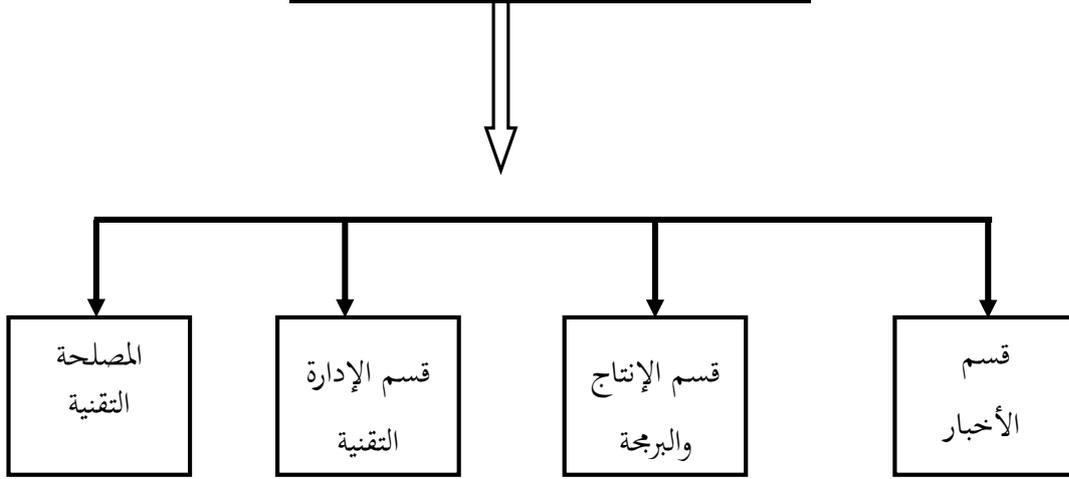
مع القناة الأولى تمام الساعة: الساعة صباحا (نشرة الأخبار)

مع القناة الأولى تمام الساعة: الواحدة زوالا (نشرة الأخبار)

مع القناة الأولى تمام الساعة: الخامسة مساء (نشرة الأخبار)

الموقع الإلكتروني للإذاعة: [www.radio\\_tlemcen.dz](http://www.radio_tlemcen.dz)

## الهيكل التنظيمي لإذاعة تلمسان الجهوية:

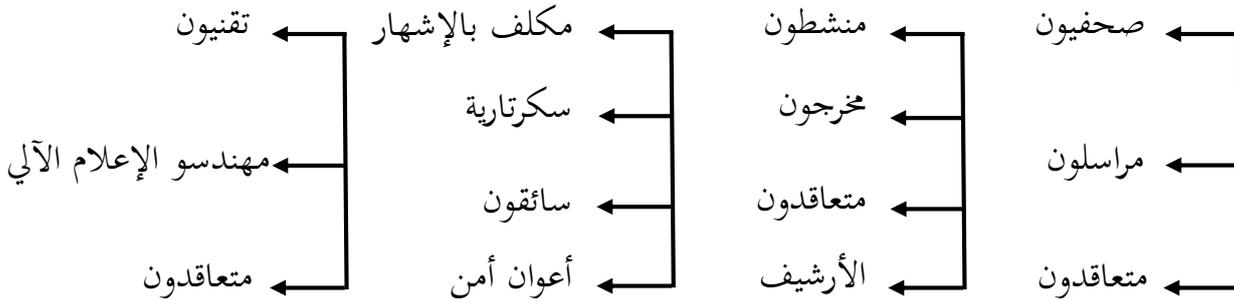


منسق قسم التقنية

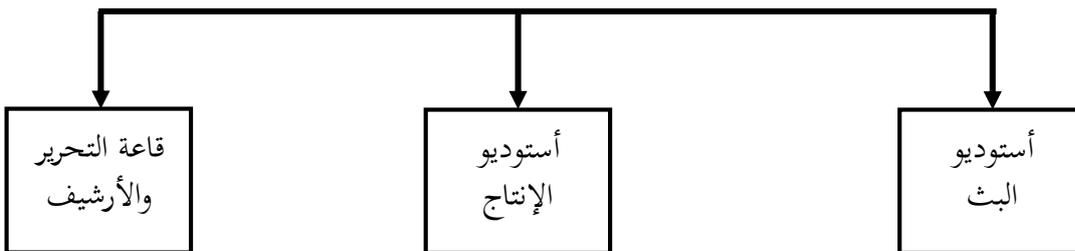
مكلف بالإدارة

منسق قسم الإنتاج والبرمجة

منسق قسم الأخبار



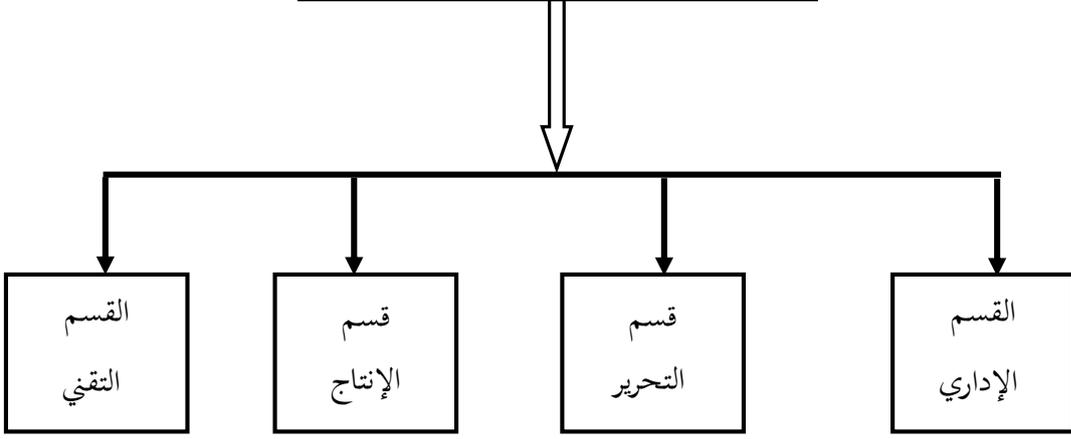
## التجهيزات والمكاتب



ملحق رقم 03: بطاقة فنية عن إذاعة مستغانم الجهوية.

- المقر الاجتماعي: مدينة مستغانم، الموجة: FM.100.1
  - عنوان المحطة: حي المطمر مستغانم.
  - الطابع القانوني للمؤسسة: مؤسسة عمومية ذات طابع اقتصادي تجاري.
  - تاريخ البث الرسمي: 10 فيفري 2004.
  - طبيعة التجهيزات: نصف رقمية.
  - لغة البث: العربية + الدارجة.
  - مجال التغطية: جميع تراب بالإضافة للبث عن طريق القمر الاصطناعي اتلانتيك:  
Satellite : Atlantic (Nilesat) B 3 F:11059: horizontal Fec  
3/4 S R : 23704
  - حجم التوقيت: 13 ساعة أي من 06:55 صباحا إلى غاية 19:55 مساء.
- الربط والاستبدال البث يكون:
- مع القناة الأولى تمام الساعة: الساعة صباحا (نشرة الأخبار)
  - مع القناة الأولى تمام الساعة: الواحدة زوالا (نشرة الأخبار)
  - مع القناة الأولى تمام الساعة: الخامسة مساء (نشرة الأخبار)
- الموقع الإلكتروني للإذاعة: WWW.RADIOMOSTAGANEM.NET

الهيكـل التنظيمي لإذاعة مستغانم الجهوية:



## ملخص:

تناولت هذه الدراسة محاولة الكشف عن دور الإذاعة المحلية كجهاز اعلامي مؤثر في توجهات الرأي العام المحلي، من خلال لعبها الدور الإيجابي عن طريق إيداع معلومات ذات مهنية ومصداقية إعلامية من شأنها تنوير الرأي العام المحلي وخلق نوع من التفاعل الاجتماعي بين الافراد لتنمي بذلك ثقافة الحوار والنقاش وإتاحة الفرصة للفرد المحلي في المشاركة واتخاذ المواقف والقرارات على اسس صحيحة وسليمة، او لعب الدور السلبي بتضليل الرأي عبر بثها لمواد ومضامين إعلامية من شأنها بلورة الوعي الزائف وانتهاجها عنصر الانحياز لطرف على حساب الطرف الاخر، الامر الذي يؤثر سلبا على تكوين وتنمية الرأي العام.

الكلمات المفتاحية: الرأي العام، الإذاعة المحلية، التوجهات، المواقف.

## Resumé:

Cette étude tente de découvrir le rôle de la radio locale comme un média influent dans l'orientation de l'opinion publique nationale, en jouant un rôle positif en déposant l'information avec professionnalisme et la crédibilité des médias qui éclairera l'opinion publique nationale et de créer le genre de l'interaction sociale entre les individus pour développer cette culture, le débat et laisser la possibilité de dialogue pour les personnes locales de participer et de prendre des positions et de prendre des décisions sur en fonction des bases intactes ou jouent un rôle négatif en trompant l'opinion publique grâce à la diffusion de documents et le contenu des médias serait cristalliser fausse conscience et poursuivirent élément aligné à une partie au détriment de l'autre partie, ce qui affecte négativement la formation et le développement de l'opinion publique.

## Summary :

This is attempting to discover the role of local radio as a media influential in the orientation of domestic public opinion, through playing a positive role by depositing information with professionalism and credibility of the media that will enlighten the domestic public opinion and create the kind of social interaction between individuals to develop this culture, debate and allow dialogue opportunity for local individuals to participate and take positions and make decisions depending on intact basics or play a negative role by misleading the public opinion through broadcast of materials and the content of media would crystallize false consciousness and pursued aligned element to a party at the expense of the other party, which adversely affects the formation and development of public opinion.

Keywords: Public opinion, the local radio, Direction and attitudes.

