



LARBI TEBESSI – TEBESSA UNIVERSITY

UNIVERSITE LARBI TEBESSI – TEBESSA-

جامعة العربي التبسي - تبسة

كلية العلوم الإنسانية والحوارية

قسم: علوم الاعلام والاتصال

الميدان: علوم إنسانية وإجتماعية

الشعبة: علوم الاعلام والاتصال

التخصص: سمعي بصري

واقع انتاج البرامج الحوارية في الاعلام المسموع

دراسة ميدانية بإذاعة تبسة

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر " ل.م.د "

دفعة: 2021

إشراف الدكتورة:

سيفي نسرين

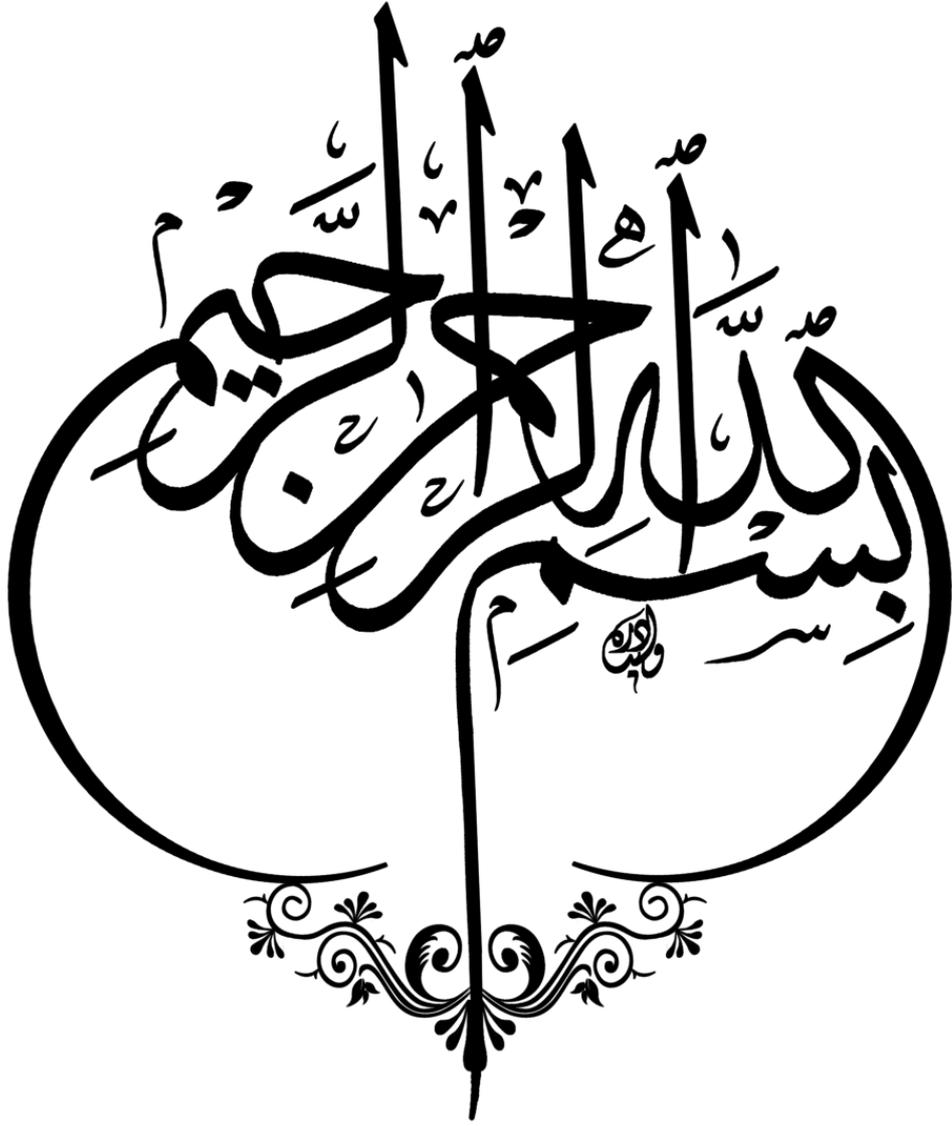
إعداد الطالب:

- بورقعة هاني

لجنة المناقشة:

اللقب والاسم	الرتبة العلمية	الصفة
أميرعلي فاطمة الزهراء	أستاذ مساعد أ	رئيسا
سيفي نسرين	أستاذ محاضر ب	مشرفا ومقررا
ذويب أميرة	أستاذ محاضر ب	عضوا ممتحنا

السنة الجامعية: 2020:2021



شكر وعرفان

أُتوجه بالشكر لله أولاً وآخراً على اتمام هذا

العمل

كما أشكر الأستاذة المشرفة على مساعدتها

ونصائحها القيمة

ولجنة المناقشة على تكريمهم مناشئة هذا العمل

وكل من قدم لنا يد العون من قريب أو بعيد

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	شكر و عرفان
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
أ-ب	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
5	1- مشكلة الدراسة
7	2- تساؤلات الدراسة
7	3- أهمية الدراسة
7	4- أهداف الدراسة
7	5- أسباب اختيار الموضوع
8	6- تحديد المصطلحات و المفاهيم
10	7- الدراسات السابقة
الفصل الثاني: البرامج الحوارية	
16	المبحث الأول: ماهية البرامج الحوارية
16	المطلب الأول: تعريف البرنامج الحواري
16	المطلب الثاني: تقسيمات البرامج الحوارية
17	المطلب الثالث: مكونات البرنامج الحواري
18	المطلب الرابع: سمات البرامج الحوارية
19	المبحث الثاني: تصنيفات البرامج الحوارية
19	المطلب الأول: التصنيف العام للبرامج الحوارية
20	المطلب الثاني: التصنيف الخاص للبرامج الحوارية
23	المطلب الثالث: الصفات العامة لجمهور البرامج الحوارية
24	المطلب الرابع: دور البرامج الحوارية في تدعيم المشاركة في مختلف الأنشطة
الفصل الثالث: الإذاعة	
28	المبحث الأول: ماهية الإذاعة

28	المطلب الأول: نشأة الإذاعة
30	المطلب الثاني: نشأة الإذاعة في الجزائر
33	المطلب الثالث: خصائص ووظائف الإذاعة
36	المبحث الثاني: متعلقات الإذاعة
36	المطلب الأول: أنواع الإذاعات
37	المطلب الثاني: أهداف الإذاعة
38	المطلب الثالث: أهمية الإذاعة
39	المطلب الرابع: جمهور الإذاعة
الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة	
41	أولاً: مرتكزات الدراسة المنهجية
41	1-منهج الدراسة
41	2-عينة الدراسة
42	3-الاطار المكاني والزمني للدراسة
42	4-أدوات جمع البيانات
44	ثانياً: نتائج تحليل الجداول
60	ثالثاً: النتائج العامة للدراسة
63	خاتمة
65	قائمة المصادر والمراجع
71	الملاحق

فهرس الجداول

العنوان

الصفحة

44	الجدول رقم 01: توزيع افراد العينة حسب الجنس
45	الجدول رقم 02: توزيع افراد العينة حسب السن
46	الجدول رقم 03: توزيع افراد العينة حسب الخبرة المهنية
47	الجدول 04: يمثل أهمية علاقة البرامج الحوارية لمعرفة الجمهور بتطورات المجتمع المحيط به
47	الجدول 05: البرامج الحوارية تستحوذ على أكبر نسبة متبعة من طرف المستمعين
48	الجدول 06: تظهر أهمية البرامج الحوارية في قدرتها على منافسة المضامين الأخرى بالإذاعة المحلية
48	الجدول 07: البرامج الحوارية تقدم مواضيع وقضايا متعددة ومتنوعة تمس جميع شرائح المجتمع.
49	الجدول 08: يمثل أهمية البرامج الحوارية في إثارة اهتمام الجمهور في مختلف القضايا الحوارية
49	الجدول 09: أهمية البرامج الحوارية في أنها تعتبر مرآة تعكس مشكلات وقضايا المجتمع وتكشف سلبيات وأحيانا تساعد على حلها
50	الجدول 10: تستخدم البرامج الحوارية أساليب إقناع متنوعة (مقابلات ميدانية، اتصالات هاتفية مباشرة، رسائل خطية من طرف الجمهور)
51	الجدول 11: مضمون البرامج الحوارية يعتمد على الموضوع والفئة الموجه لها
51	الجدول 12: يتمثل في مراعاة الإذاعة المحلية للضوابط المهنية والأخلاقية عند بثها للبرامج الحوارية
52	الجدول 13: مضامين البرامج الحوارية تنوع الجمهور المستهدف والتفاعل مع المستمعين والمصادقية وحرية التعبير
52	الجدول 14: يمثل مدى مساهمة البرامج الحوارية في رفع مستوى الوعي والادراك
53	الجدول 15: يمثل مدى توافق مواضيع البرامج الحوارية مع مختلف المراحل العمرية للمجتمع
53	الجدول 16: يبين ضرورة جمع معلومات وإجراء دراسات من طرف معدي البرامج الحوارية والقيام ببحوث حول المضمون
54	الجدول 17: يوضح تفاعل وتجاوب مضامين البرامج الحوارية مع تساؤلات ومقترحات الجمهور
55	الجدول 18: يمثل الاهتمام باختيار العاملين والمعددين للبرامج الحوارية من مختصين في هذا المجال.
56	الجدول 19: يتمثل في محاولة دعم الاعتماد المالي المخصص للبرامج الحوارية في مختلف الجوانب
57	الجدول 20: تنوع طرق تناول المواضيع في البرامج الحوارية وعدم الاعتماد على نمط معين
58	الجدول 21: مراعاة التخصص في هذا المجال وتجنب تناول المواضيع الحساسة كالتمايز العرقي والقبلي

فهرس الأشكال

الصفحة	العنوان
44	الشكل رقم 01: توزيع افراد العينة حسب الجنس
45	الشكل رقم 02: توزيع افراد العينة حسب السن
46	الشكل رقم 03: توزيع افراد العينة حسب الخبرة المهنية

مقدمة

مقدمة:

يعتبر الاتصال أساس استمرار الحياة الاجتماعية ورمز مختلف التطورات التي عرفت البشرية من الرسومات الصخرية مرورا بالطباعة التي مثلت نقلة نوعية في نشر وتعميم المعرفة ،وصولاً إلى تكنولوجيا الاتصال الحديثة التي طبعت حياتنا اليومية ،والذي يعد الاتصال التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية أحد أهم سماتها ، فإذا كان الانفجار المعرفي هو أحد المظاهر البارزة للعولمة فمجال الاعلام المسموع هو الآخر كان نتائج هاته التطورات العلمية والتكنولوجية

فقد شهد البث السمعي عبر قنوات الراديو والاذاعة بشكل عام وفي الجزائر بشكل خاص تزايداً ملحوظاً في عدد القنوات الإذاعية التي تبث عبر موجاتها وأثيرها مختلف البرامج والحصص التي تستهدف عامة المجتمع بمختلف شرائحه.

وأمام هذه التطورات التي حتمتها عديد الظروف التي تنامت في كنفها وسائل الاتصال الجماهيري كان للإذاعة دور كبير باعتبارها وسيلة مهمة من الوسائل السمعية الاعلامية التي لا زالت تستقطب جمهوراً عريضاً لا بأس به باعتبارها منصة للكثير من المواضيع التي خلق بينها تنافس من حيث المواضيع التي تعالجها

وطبقاً لما تفرضه طبيعة الاذاعة التي تعمل وفق شبكة برمجية مختلفة بين السياسية والثقافية والاجتماعية والترفيهية والإخبارية التي تحقق المشاركة الجماهيرية ، نجد على رأسها البرامج الحوارية التي أصبحت جزء أساسي من طقوس الحياة اليومية للكثير من المشاهدين ، كأحد الآليات التي تستخدم لإعلام الجمهور وإخبارهم بكل ما هو جديد ، بناء على ما تقدمه من تقارير وأخبار للإحاطة بما يدور من مجريات الأحداث وإدارة المواقف داخل المجتمع ، تهدف من خلالها إلى إحداث تحولات تتعارض أحيانا وتتفق أحيانا أخرى ناتجة عن تأثيرات هذا النوع من البرامج في بنائها للتصورات وتشكيل وعي الجمهور بالقضايا التي تهم الرأي العام

من هنا جاءت هاته الدراسة لتسلط الضوء على موضوع واقع إنتاج البرامج الحوارية في الاعلام المسموع دراسة ميدانية بإذاعة تبسة، معتمدين على الخطة التالية:

مقدمة

قسمنا الدراسة إلى أربعة فصول، الفصل الأول بعنوان: الإطار المنهجي للدراسة، ذكرنا فيه مشكلة الدراسة، تساؤلات الدراسة، أهمية الدراسة، أهداف الدراسة، أسباب اختيار الموضوع، تحديد المصطلحات و المفاهيم، الدراسات السابقة

أما الفصل الثاني فعنوانه البرامج الحوارية، قسمناه هو الآخر إلى مبحثين؛ المبحث الأول: ماهية البرامج الحوارية، المبحث الثاني: تصنيفات البرامج الحوارية
وفي الفصل الثالث المعنون ب الإذاعة، تحدثنا في المبحث الأول عن ماهية الإذاعة، والثاني متعلقات الإذاعة

والفصل الأخير جاء بعنوان الجانب التطبيقي للدراسة، قسمناه إلى ثلاثة؛ أولاً: مرتكزات الدراسة المنهجية، ذكرنا فيه منهج وعينة الدراسة، إطار الدراسة، وأدوات جمع البيانات
والجزء الثاني نتائج تحليل الجداول، والجزء الثالث النتائج العامة للدراسة
وختمنا الدراسة بخاتمة وقائمة للمصادر والمراجع المعتمدة

الفصل الأول:

الإطار المنهجي للدراسة

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

1. مشكلة الدراسة
2. تساؤلات الدراسة
3. أهمية الدراسة
4. أهداف الدراسة
5. أسباب اختيار الموضوع
6. تحديد المصطلحات و المفاهيم
7. الدراسات السابقة

1- مشكلة الدراسة:

الحقيقة التي لا يمكن دحضها أن الإعلام صار محورا أساسيا في المجتمع المعاصر، خاصة بعد الثورة التي تولدت عنها تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة. لذلك تعددت وتنوعت اتجاهات و مشارب الدراسات التي أجريت و لازالت تجرى في مجال علوم الإعلام والاتصال، مساهمة بذلك إثراء هذا الميدان الجديد والخصب ، فبعد أزيد من خمسون سنة على استقلال و استرجاع السيادة على الإذاعة و التلفزيون برزت على الساحة الإعلامية الجزائرية العديد من وسائل الإعلام والاتصال بمختلف قنواته وبرامجه هذا ما قد يضع الجمهور أمام زخم إعلامي كبير ، فالجمهور لم يعد ذلك الوعاء المتلقي لكل ما يصله من الإعلام ووسائله بمختلف برامجه ، بل أصبح اليوم شريكا في الرسالة و يجب التعامل معه على هذا الأساس إذ يعتبر المستهدف الأول بالنسبة لها وبتجلى ذلك بوضوح أمام المنافسة الملحوظة في تقديم الأفضل من خلال طرح انشغالات واهتمامات الجمهور وقضاياها محاولة بذلك الإلمام بكل الجوانب الحوارية، السياسية، الثقافية، الرياضية... الخ جاهدة بذلك التعرف على ثقافته وتطلعاته من أجل برمجة منظومة إعلامية تتماشى والثقافة المجتمعية و مواكبة للتنمية المستدامة.

كما تؤكد النظريات الإعلامية ونظريات التنشئة الحوارية على أهمية المؤسسات الإعلامية في تنمية المجتمعات الإنسانية وتطويرها فالإعلام كأحد أهم مؤسسات التنشئة يشكل مصدرا رئيسيا للمعرفة الإنسانية والمكون الإدراكي لسلوك الإنساني ولفكره ومن هذا المنطلق فإنه يقع على عاتقها مسؤولية كبيرة تجاه المجتمعات وتطورها.

وقد أولت الدراسات الإعلامية أهمية للدور الذي تؤديه الإذاعة إذ تعد من أبرز محطات الإتصال الجماهيرية وأكثرها تأثيرا رغم المنافسة الشديدة والمنقطعة النظر التي تفرضها عليها الساحة الإعلامية الأخرى، باعتبارها الأكثر شعبية والأوسع انتشارا وذلك لأهمية الدور الذي تؤديه الإذاعة في تنمية المجتمعات وخاصة في الدول النامية، وكان من الممكن أن تحتفي الإذاعة من حياتنا أمام ضغط متغيرات العصر التي خلقها التقدم التكنولوجي المتصل في جميع المجالات من بينها مجال الإتصال، لكن مع ذلك إستطاعت الصمود وبقيت من أهم أدوات الإعلام معتمدة بذلك على وظائفها الجوهرية من إعلام وإرشاد وتوجيه وتنقيف وتهيئة المناخ الملائم للتنمية ونشر القيم الحضارية .

ولقد أنشئت الإذاعات المحلية من قبل الدولة الجزائرية لعدة اعتبارات و أغراض منها الحوارية والاقتصادية والثقافية ، وصارت وسيلة ترفيه للمجتمع المحلي ، و لوظيفة الإذاعة المحلية دور كبير في استقرار المجتمع وتماسكه، فالإذاعة المحلية تتحمل مسؤولية كغيرها من المؤسسات الحوارية نحو معالجة

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

القضايا و المشكلات الحوارية من خلال تعزيز القيم والسلوكيات والاتجاهات ومنه بناء توجهات الأفكار أو تغييرها لدى أفراد المجتمع وتصوراتهم الذهنية، كما يمكنها أداء دور مهم في ترتيب الأولويات الحوارية، الاقتصادية، سياسية، ثقافية عند الأفراد وتقودهم للتصرف على ضوءها فالبرامج التي تبث على المحطات الإذاعية لها التأثير المباشر على المتلقي، ومن هذا المنطلق فهي تعنى بالمساهمة في تنمية المجتمعات المحلية من أجل تحسين المستوى وإحداث تغييرات إيجابية في البناء الاجتماعي من أجل تحقيق تنمية المنشودة ، فهي تستمد من المجتمع المحلي استمراريتها وتعايش قضاياها ومشكلاته، وهذا ما يميزها عن الإذاعة الوطنية أو الإذاعة الدولية ، وهي تعمل لفك العزلة الحوارية في الوسط المحلي وتنمية التواصل الاجتماعي ، وتعزيز المعايير الجمعية عند أفراد المجتمع التي تمارس نوع من الضبط الذي يجتاح المجتمع كلما ازدادت تعقيدات الأدوار الحوارية التي يصاحبها الزيادة في التفكك الاجتماعي ، وقد ازدادت أهمية الإعلام الوطني والمحلي لتعزيز القيم و العادات الإيجابية التي تساهم في التماسك الاجتماعي خاصة مع وصول البث الفضائي المباشر إلى البيوت مما أدى إلى حدوث تغييرات عميقة في القيم الحوارية في إطار ثقافة العولمة التي تسعى من خلال سلاحها الأول وهو وسائل الإعلام المتنوعة لتشكيل مجتمعاتنا حسب ما تريد ، أو على الأقل إبعادنا عما لا نريد " ، فالتكنولوجيات الحديثة و التي تعتبر من أهم محركات العولمة تمثل أداة قهر، ذات تأثير على فردية الفرد وهوية الأمة . "وإن كان تأثير الإذاعة المحلية بسيط مقارنة بالحجم الكبير للبرامج التي تبثها الفضائيات والتقنيات والفنيات المستعملة في ذلك ، إلا أن من خلال هذه الوسيلة الإعلامية المحلية يمكن العمل على تدعيم الروابط الحوارية وتقوية وتأصيل الثقافة العربية الإسلامية القائمة في مجتمعنا ، مما يقلل من آثار العولمة التي تعمل على أن تجعل من المشكلات الحوارية عوامل لا استقرار بإعطاء ثقافة النزعة الفردية والاستقلالية التي تصورها أفلام الدراما الأجنبية من خلال البطولات الفردية التي يصاحبها عدم الإهتمام بالقيم الحوارية والأخلاقية ، في أفلام تبث في الفضائيات العربية والغربية فمنذ انطلاق البث الإذاعي لإذاعة تبسة ضمن شبكة الإذاعات المحلية في إطار مشروع ضخم للإذاعات الجزائرية لإقامة إذاعة محلية عبر الولايات الثماني والأربعين للبلاد، و هي تعد من بواكير تجسيد هذا المشروع ضمن منظومة الإذاعة الجزائرية ، و تنتوع الشبكة البرمجية لها بين إخبارية و تروبية و ثقافية و اجتماعية ، وأحد أهم هاته البرامج نجد البرامج الحوارية مواكبة في محتواها حركة التنمية عبر الولاية عاكسة نبض المجتمع بمختلف انشغالاته و قطاعاته من خلال عمل إعلامي جوارى متعدد الأبعاد و متنوع الموضوعات و عليه نصطدم بتساؤل رئيسي التالي:

- فيما يتجلى واقع انتاج البرامج الحوارية بإذاعة تبسة ؟

2- تساؤلات الدراسة :

- ◊ فيما تكمن أهمية البرامج الحوارية لإذاعة تبسة المحلية؟
- ◊ ما مدى تفاعل الجمهور المستمعين مع مضامين البرامج الحوارية ؟
- ◊ ما هي الأهداف المحققة من البرامج الحوارية للإذاعة تبسة المحلية؟

3- أهمية الدراسة:

- ✓ تتبع أهمية الدراسة من الأهمية التي تتطوي عليها وسائل الإعلام ومن هنا الإذاعة لكونها أهم الوسائل الاتصالية و الإعلامية و الحوارية اليوم.
- ✓ معرفة واقع انتاج البرامج الحوارية في الإذاعة المحلية وتأثيرها على الجمهور .
- ✓ محاولة التوصل إلى نتائج علمية و دقيقة حول الموضوع.
- ✓ التعرف و الكشف و الوصول إلى مدى احتياج الجمهور للبرامج الحوارية بولاية تبسة.

4- أهداف الدراسة :

نسعى من خلال هاته الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف والتي نوردها فيما يلي:

- ✓ الكشف عن مدى أهمية البرامج الحوارية لإذاعة تبسة المحلية وخاصة مع العدد الهائل من التكنولوجيات الإتصالية التي يحوز عليها المجتمع ويستخدمها وهذا من خلال الوصول إلى نتائج مبنية على أسس علمية .
- ✓ التعرف على كيفية انتاج البرامج الحوارية وتحديد نسبة تفاعل الجمهور المستمعين للمضامين الإذاعية ومدى تأثيرهم بالبرامج الحوارية.
- ✓ الهدف الأخير من هذه الدراسة يكمن في معرفة الأهداف المحققة من هذه البرامج الحوارية للإذاعة المحلية بالنسبة للمجتمع المحلي على اعتبار أنه المستهدف الأول من هذه التقنية .

5- أسباب اختيار الموضوع :

5-1- أسباب ذاتية :

- ✓ الرغبة في إثراء البرامج الحوارية في الإذاعة بموضوع جديد يركز على جانبها الضيق
- ✓ عدم توفر دراسة لهذا الموضوع على مستوى جامعتنا
- ✓ الرغبة في أن تكون الدراسة حول الإذاعة المحلية بتبسة كنموذج أو عينة عن كل الإذاعات.
- ✓ الميل لهذا النوع من المواضيع ومحاولتنا إعطاء نظرة حول البرامج الحوارية في إذاعة تبسة

5-2- أسباب موضوعية :

- ✓ القناعة بأن الإذاعة المحلية هي الوسيلة الاعلامية الأولى في المجتمع المحلي، كونها تصل إلى أغلب أعضاء المجتمع ، وحيث يمكن للمتعلم والامي سماعها والتلقي منها.
- ✓ أصبحت الإذاعات المحلية ليوم في كافة الولايات ، وتغطي كل إذاعة جل المنطقة ويسمعاها المواطنين باستمرار، لذا فهي أداة وسيلة مؤثرة وفعالة لو أحسن استثمارها بالشكل الصحيح لعلاج المشكلات الحوارية وبث الوعي الاجتماعي.
- ✓ العمل الإعلامي المتمثل في الإذاعة المحلية والاستفادة منها في معالجة القضايا الحوارية
- ✓ قلة الأبحاث و الدراسات المتعلقة بهذا الموضوع.

6- تحديد المصطلحات و المفاهيم :

6-1- البرامج الحوارية:

أ- تعريف البرامج الحوارية:

بصفة عامة هي بث مواد ومضامين متنوعة إلى جماهير واسعة ومتباينة في العمر والمستوى المعيشي والوظيفي والثقافي والتعليمي¹.

ب- الحوار الإعلامي : يعرف بأنه: "عنصر مشترك في العديد من الأشكال البرمجية، وهو الأساس في الحصول على المعلومات من الضيوف، ويتألف من عدة عناصر متداخلة، مقدم البرنامج الحوارى وضيوفه، والموضوع المطروح، ومدى اهتمام المشاهدين به، والمعد، واللغة المستخدمة فيه، والأسئلة المطروحة، والأجهزة والمعدات التي يتطلبها، ووقت وزمن ومكان إجراءه.²

ج- البرامج الحوارية اصطلاحا:

هي برامج تعمل على التواصل الفكري والثقافي والاجتماعي التي تتطلبها الحياة في المجتمع المعاصر لما له من أثر في تنمية قدرة الأفراد على التفكير المشترك والتحليل والاستدلال، كما أن الحوار من الأنشطة التي تحرر الإنسان من الانغلاق والانعزالية وتفتح له قنوات للتواصل يكتسب من خلالها المزيد من المعرفة والوعي³.

¹ راضي رشيد حسن وعثمان محمد ذويب، إتجاهات البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العراقية (السومرية والبغدادية نموذجا) الجامعة العراقية، مجلة كلية التربية واسط، ع ، 2011، 10ص4.

² عبد القادر الحديثي: دراسة في البرامج الحوارية لاذاعة BBC العربية، دار غيداء للنشر والتوزيع، الأردن، 2016ص2.

³ علي عبد المعطي محمود الحلاحلة: القيم الاجتماعية في البرامج الحوارية في التلفزيون الأردني من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية برنامج بسعد صباحك نموذجا ، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الاوسط، 2011/2012ص0.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

التعريف الإجرائي: هي برامج تثبت في أوقات مبرمجة مسبقا لعرضها على الجمهور المتلقي بكل مستوياته، وهدفها استضافة ضيف أو أكثر مختص لتسليط الضوء على قضايا المجتمع ومشكلاته وطرحها للنقاش والتحليل وتبادل الآراء حولها قصد الخروج بحلول فاعلة

6-2- الإذاعة:

لغة: "ذاع الشيء" والخبر "يذيع وذيعا وذيوعه". محرقة: فشاو انتشر والمذيع بالكسر ومن لا يكتم السر أو من لا يستطيع كتم خبره، والجمع المذاييع ويقال: " فلان للأسرار مذيع ولأسباب مذيع" و" أذاع سره وبه أفشاه وأظهره ونادى به في الناس.¹

ب- اصطلاحا: يعرفها " عبد الحافظ سلامة" بأنها الانتشار المنظم المقصود بواسطة المذيع لمواد إخبارية يؤكد على أن المادة المذاعة تكون من نفس مجتمع الإذاعة بمختلف النظم الاجتماعية والثقافية والدينية والنشرات الإخبارية الخاصة بذلك المجتمع يكون هناك تأثير بين أفراد المجتمع والبرامج المذاعة والتي تثبت في آن واحد وتلتقط من طرف المستمعين²

التعريف الاجرائي: هي عبارة عن قناة سمعية يتم الاستعراض من خلالها لمختلف البرامج والندوات والحوارات المختلفة التي تثبت مسجلة أو على الهواء مباشرة وتستهدف كل شرائح المجتمع من المستمعين لها.

6-3- الجمهور :

لغة : جاء في (لسان العرب) أن "جمهور كل شيء معظمه، وقد جمهره .و جمهور الناس :جَلهم، و جماهير القوم :أشرفهم، وفي حديث" ابن الزبير "قال معاوية " :إنا لا ندع مروان يرمي جماهير قريش بمشاقصه "أي جماعاتها، واحداها جمهور .وجمهرت القوم إذا جمعتهم، وجمهرت الشيء إذا جمعته، ومنه حديث النخعي أنه أهدي له بختج، قال هو الجمهوري؛ وهو العصير المطبوخ الحلال، وقيل له الجمهوري، لأن عامة الناس يستعملونه أي أكثرهم، وعدد مجهر :مكثّر، والجمهرة :المجتمع.³

اصطلاحا : وقد استخدم لفظ" الجمهور "كترجمة للمصطلحين الإنجليزيين (Public). و (Audience) رغم ما بينهما من اختلاف؛ فاصطلاح (Public) يشير إلى المجموع العام للأفراد، أو الشعب في مجتمع ما، بينما يشير مصطلح (Audience) إلى مجموع الأفراد الذين يقرؤون أو يستمعون أو يشاهدون أيا من

¹ مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، 2014، ص 362.

² اسماعيل سليمان أبو جلال: الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، ط1، دار سلمة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص25.

³ ابن منظور :لسان العرب، مج4 ، ط3 ، دار صادر ، لبنان ، . 1994 ص149

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

وسائل الإعلام أو وحداته، ، فالفرد من حيث أنه يعتبر جزءاً من (Public) بينما يلزم كي يكون جزءاً من (Audience) ان يقوم بعمل ما، كأن يقرأ أو يشاهد أو يسمع¹.

7- الدراسات السابقة :

الدراسات السابقة في مجال البحث العلمي هي المجال الواسع الذي يمكننا من فهم الموضوع والاستفادة مما توصل إليه الباحثون من قبل، ويكون الاقتراب من الدراسات السابقة أو كما يسميها البعض الأدبيات السابقة إما نظرياً أو منهجياً أو الإثنيين معا ويشترط في هذه الدراسات التي يتناولها الباحث ان تكون ذات علاقة مباشرة بموضوع الدراسة فيؤكد الباحث أو يضيف أو يلغي ما توصل إليه الباحثون الذين استعان ببحوثهم.

الدراسة الأولى:

جاءت الدراسة تحت عنوان **الإذاعة المحلية والعادات الإستماعية للمجتمع المحلي في الجزائر** رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال من إعداد الباحثة حفيظة سنوسي 1996-1997 معهد الإعلام والاتصال جامعة الجزائر .

- حاولت الباحثة دراسة ظاهرة البث المحلي في الجزائر لمعرفة طبيعته وتحددت إشكالية الدراسة في السؤال التالي: **هل كان ظهور الإذاعات المحلية استجابة لمطالب الجمهور أم مجرد مسابرة فترة امتازت بالكثير من التغيير؟** .

الباحثة ومن خلال هذه الدراسة كانت تهدف الى تحديد طبيعة البث الإذاعي المحلي في تماثلها وفي اختلافها عن تجربة البث الإذاعي المحلي في أوروبا وفي أمريكا ومدى توافق الإتجاه الرسمي في التعامل مع ظاهرة البث المحلي في الجزائر مع اتجاهات المجتمع المحلي ومن أجل الوصول إلى ذلك استخدمت الباحثة المنهج المسحي.

ولجمع البيانات من الأفراد المبحوثين ، اعتمدت الباحثة في دراستها على الاستمارة والتي احتوت على مجموعة من الأسئلة التي استهدفت عينة عشوائية اشتملت على 287 مفردة من خلاها تم الكشف عن العادات الاستماعية لجمهور الإذاعات المحلية في الجزائر .

قد توصلت الدراسة الى النتائج التالية:

-إن الإذاعة تستحوذ على نسبة اهتمام لا بأس بها لدى الأفراد المبحوثين فنسبة 56.2 يستمعون للإذاعة لمدة أكثر من ساعتين وكانت الفترة الليلية من أكثر الفترات التي يستمع فيها الأفراد المبحوثين للإذاعة أما

¹ جون ميرال، رالف لوينشتاين: **الإعلام وسيلة ورسالة**، ترجمة ساعد خضر العرابي الحارثي، دار المريخ، السعودية، 1989 ، ص 165 .

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

طريقة الاستماع فكانت بشكل مقتطع واستحوذت خلالها البرامج الترفيهية على اهتمام الجمهور، لتليها البرامج الإعلامية فالبرامج الثقافية والتربوية، فالحوارية وتوصلت الباحثة إلى أن التوجه الأساسي لأفراد العينة في اختيار نوع المحطة هو المحطة الإعلامية الترفيهية، ثم يليه نوع المحطات الثقافية الحوارية.

-أفراد العينة يتوجهون أكثر الى القناة الأولى ومن ثم إلى القناة الثانية

-يحرم الأميون من جزء من المجال الإذاعي، فهم لا يمكنهم سوى التعرض للقناة الأولى بالنسبة لذوي الانحدار اللغوي العربي والقناة الأولى والثانية لذوي الإنحدار الشاوي .

- اعتبر المبحوثين التلفزيون أحسن وسيلة يمكنها الاستجابة * للمحلية* ثم الإذاعة وأخيرا الصحافة المكتوبة
- وكخاتمة لدراستها خلصت الباحثة إلى أن الاعلام المسموع في الجزائر يعاني من بعض السلبيات والنقائص وذلك راجع الى غياب سياسة إعلامية واضحة ومحددة وغياب نقص قانوني يحدد طبيعة هذه الإذاعات كمؤسسة.

يمكن جانب الاستفادة من هذه الدراسة من الناحية العلمية فتحت المجال للباحثين للقيام بدراسات أخرى للاستكمال الجوانب الناقصة فيها ومن بينهم دراستنا تحت عنوان **اتجاهات الجمهور نحو البرامج الحوارية في إذاعة تبسة المحلية**

الدراسة الثانية :

رسالة ماجستير بعنوان " تجربة الإعلام المحلي في الجزائر - الإذاعات المحلية نموذجا - " للطالبة جودي مسعودة، تم مناقشتها بجامعة الجزائر في 2003/2002 .

و هي عبارة عن دراسة ميدانية على عينة من الإذاعات المحلية في الجزائر، للإجابة على الإشكالية التي مفادها ما هي الأهداف التي أنشئت الإذاعات المحلية في الجزائر لتحقيقها، و ما هي أنماط التنظيم و التسيير و التمويل التي تسيروها الإذاعات، و هل استطاعت عبر برامجها الإعلامية تلبية احتياجات المجتمعات المحلية التي تخدمها ؟ و لان الدراسة كانت الأولى من نوعها في الجزائر فقد اعتبرتها الباحثة ضمن الدراسات الاستطلاعية تهدف إلى جمع المعلومات حول الإشكالية محل الدراسة للاقتراب منها أكثر و تأسيس تراكم علمي معرفي يساعد على تبني افتراضات أساسية حول أهم جوانب الموضوع، و لهذا فقد اعتمدت الباحثة على طرح مجموعة من التساؤلات استخرجت من خلالها مجموع المتغيرات المتحركة في الظاهر محل الدراسة، كما اعتمدت على المنهج المسح الوصفي بغية وصف طبيعة و ظروف تجربة الإعلام المحلي المسموع في الجزائر في وضعها الفعلي من خلال دراسة الإذاعات المحلية المتواجدة على الساحة الإعلامية أثناء إجراء الدراسة و كذا طبيعة المتغيرات المتحركة في هذا التواجد، و قد اعتمدت

الباحثة على عينة تمثيلية توافق 7 إذاعات محلية من بين 21 إذاعة كانت متواجدة في ذلك الوقت، أما العينة البشرية فقد بلغت 32 مفردة، كما استعملت في جمع البيانات كل من أداتي الاستبيان و المقابلة، و قد تمكنت الباحثة من الوصول إلى مجموعة من النتائج أهمها أن هذه الإذاعات وجدت بقرار إداري اتسم بالأحادية و تم تطبيقه بارتجالية مطلقة كونه تعلق فيما بعد برغبة الولاية في امتلاك إذاعات محلية، كما لم توجد نصوص تحدد مفهوم و أهداف و وظائف هذه الإذاعات المحلية، ناهيك عن انعدام أي دراسات مسبقة لإمكانيات البث أو طبيعة المحتوى أو مقاييس الإنشاء أو شروطها و هو ما شمل أيضا حتى آليات التسيير و التنظيم، كما أنها ارتبطت بالتقسيم الإداري الخاضع لمنطق الولاية مما أخفى الكثير من العيوب كالسيطرة السياسية في التسيير .

الدراسة الثالثة:

من اهم الدراسات التي تتعلق بجمهور الإذاعة في الجزائر والتي وقعت بين أيدينا هي دراسة للباحث عبد القادر قندوز لنيل شهادة الماجستير تحت عنوان **متابعة برامج الإذاعات الأجنبية من طرف الطلبة الجامعيين في الجزائر.**

تناولت هذه الدراسة كموضوع متابعة برامج الإذاعات الأجنبية من طرف الطلبة الجامعيين في الجزائر تمحورت إشكالية الدراسة حول معرفة عادات ودوافع الاستماع للبرامج الإذاعية الأجنبية لدى الطلبة الجامعيين في الجزائر، وقد استهدفت الإجابة على عدد من التساؤلات.

اقتصرت الدراسة على الشباب الجامعي المتواجد في كل من وهران، الجزائر العاصمة وقسنطينة أما المنهج المعتمد فهو المنهج المسحي الوصفي، وتم استخدام الاستبيان من أجل جمع الأدوات الميدانية وتضمنت المذكرة فصلين، الأول تناول الإذاعات الأجنبية من حيث الخصائص والأهداف ومدى التقاط هذه الإذاعات عبر الأثير في الجزائر والوطن العربي، أما الفصل الثاني فتضمن الدراسة الميدانية أي متابعة برامج الإذاعات الأجنبية من طرف الطلبة الجامعيين في الجزائر.

من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة مايلي :

- المستمع الجزائري ينتقل كثيرا بين المحطات الإذاعية لمقارنة ما تبثه من معلومات والتنوع فيها .
- بينت الدراسة أن الذين يتابعون الإذاعات الأجنبية بصفة منتظمة يمثلون ربع أفراد العينة وأن الذكور أكثر إقبالا على تلك الإذاعات ويمثل طلبة الأحياء الجامعية الفئة الأكثر تعرضا، أما الخارجين يتابعون هذه الإذاعات بمعدلات أقل وذلك يرجع الى أن هؤلاء الطلبة يتوجهون إلى وسائل إعلامية أخرى.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- قمة الاستمتاع تكون في الفترة المسائية تليها فترة الصباح وكانت فترة الظهيرة هي أقل الفترات التي يتعرض فيها المبحوثين للإذاعة.
- تصدرت إذاعة البحر المتوسط médial سلم ترتيب الإذاعات الأجنبية الأكثر تتبعا من طرف الطلبة الجزائريين، تليها في المرتبة الثانية إذاعة فرانس أنتار
- أغلب الطلبة المبحوثين يتوجهون إلى الإذاعات الأجنبية بدافع رفع مستواهم التحصيلي والتطلع المعرفي، وكذلك لاكتساب معلومات جديدة ثم يليه دافع التسلية وقضاء الوقت وتأتي الأخبار والتحليلات السياسية في المرتبة الأولى من ناحية البرامج التي يحرص أفراد العينة على متابعتها.

الفصل الثاني:

البرامج الحوارية

الفصل الثاني: البرامج الحوارية

المبحث الأول: ماهية البرامج الحوارية

المطلب الأول: تعريف البرنامج الحواري

المطلب الثاني: تقسيمات البرامج الحوارية

المطلب الثالث: مكونات البرنامج الحواري

المطلب الرابع: سمات البرامج الحوارية

المبحث الثاني: تصنيفات البرامج الحوارية

المطلب الأول: التصنيف العام للبرامج الحوارية

المطلب الثاني: التصنيف الخاص للبرامج الحوارية

المطلب الثالث: الصفات العامة لجمهور البرامج الحوارية

المطلب الرابع: دور البرامج الحوارية في تدعيم المشاركة في مختلف الأنشطة

الفصل الثاني: البرامج الحوارية

المبحث الأول: ماهية البرامج الحوارية

المطلب الأول: تعريف البرنامج الحواري

يعرف معجم Larousse البرنامج الحواري بأنه: "برنامج تلفزيوني عبارة عن حوار بين إعلامي وضيف أو أكثر حول مواضيع محددة" منذ الأيام الأولى لانطلاقة التلفزيون ظهر البرنامج الحواري مع Joe Franklin.¹

منذ العام 1951 و المدة الأطول في حياة البرنامج الحوارية هو برنامج Tonight Show The في الولايات المتحدة الأمريكية، الذي بدأ منذ العام 1954 و لا يزال، أما البرنامج الأكثر متابعة في أمريكا فكان " The Oprah Winfrey Show" الذي بدأ في 6 أيلول 1986 و انتهى عرضه في العام 2011 و هو شكل حالة خاصة تميز بها.

عن بدايات البرامج الحوارية في الدول العربية يذكر أن "حمدي قنديل" في برنامجه الأشهر "رئيس التحرير"، كان رائدا في هذا المجال قبل منعه، وهو ما يجعله الأب الشرعي البرامج ال توك شو" التي تمثلت بها الفضائيات العربية، مؤكدا أن نجاحه كان مضاعفا، لأنه عمل في التلفزيون الحكومي المصري و انتزع حريته منه في الوقت الذي كان من الصعب الحصول عليها.

المطلب الثاني: تقسيمات البرامج الحوارية

أ- لجهة النوع:

يتفق الجميع على أن أنواع البرامج الحوارية أو ال **talk show** أو **debat televise** كما يطلقون عليه التسمية في فرنسا، تركز على ثلاث أنواع من الحوارات:

- ✓ حوار الرأي للإضاءة على رأي الضيف في مواضيع و قضايا محددة.²
- ✓ حوار معلومات لتقديم شروحات علمية أو عرض، تحليل أحداث ملفات معينة.
- ✓ حوار الشخصية للإضاءة على الشخصية، الضيف و التعرف عليها.

بالطبع قد تجمع البرامج الأنواع الثلاثة معا.

¹- جوسلين نادر وطني مخايل، رصد البرامج الحوارية في المحطات التلفزيونية، مؤسسة مهارات، بيروت، 2015، ص 07.

²- المرجع نفسه، ص 8.

الفصل الثاني: البرامج الحوارية

ب- لجهة الضيف:

وقد تستضيف البرامج الحوارية (و في غالبيتها الساحقة هنا سياسية):

- شخصية واحدة.

شخصيتين سياسيتين كل شخصية تمثل أو تنتمي إلى طرف، أو شخصية

- سياسية و صحافي.

- عدة شخصيات سياسية أو سياسيين و صحفيين و أشخاص من المجتمع المدني أو خبراء... إلخ.

ت- لجهة البث:

البرامج بغالبيتها تبث مباشرة و بعضها قد يكون مسجلا، لكنها بشكل عام تبث من الاستوديو إلا في حالات معينة في خارجه، من مكتب أو منزل الضيف الأسباب أمنية أو كون الشخصية خارج البلد) أو ساحة العاصمة (كما مع الحراك المدني).¹

ث- لجهة حضور أو لا حضور الجمهور مباشرة:

هناك برامج مع جمهور حاضر في الاستوديو فيها اخرى من دون جمهور. وهناك برامج حوارية تستقبل اتصالات من الجمهور أو فقط رسائل إلكترونية ومنها لا تستقبل.

المطلب الثالث: مكونات البرنامج الحوارية

تتشكل مكونات البرنامج الحوارية من:

✓ مدير الحوار أولا (أو المحاور).

✓ الضيف أو الضيوف.

✓ الاستوديو أو الديكور، يجلس الجميع خلف طاولة مستديرة أو مثلثة أو غيرها ...،

✓ و الديكور و أهميته أحيانا (الصورة الخلفية أو الشعار...)-

✓ الجمهور (ليس أساسيا في الاستوديو).

✓ و الموضوع المحدد.²

البرامج الحوارية قد تكون سياسية أو ثقافية أو اجتماعية.. تبث في أوقات تحدد تبعا للجمهور المستهدف و

¹- جوسلين نادر وطني مخايل، مرجع سابق، ص 09.

²- المرجع نفسه، ص 10

الفصل الثاني: البرامج الحوارية

لنسب المشاهدة المتوقعة، و مصدر منافسة بين المحطات.

المطلب الرابع: سمات البرامج الحوارية

اكتسحت في التسعينيات من القرن الماضي ظاهرة البرامج الحوارية البرامج التلفزيونية وفي منتصف عقد التسعينيات تحديدا سيطر مقدمو تلك النوعية من البرامج على القنوات التلفزيونية، حتى أن القنوات المتخصصة - وهي التي كانت لا تولي هذه النوعية من البرامج أي اهتمام - أخذت تدرج البرامج الحوارية في هيكلها البرامجي، وذلك لتزويد من شعبيتها، ومشاهديها خاصة في فترة المساء، وأوقات ذروة المشاهدة، كما أثرت اتجاهات الرأي العام في زيادة البرامج الحوارية، وزيادة عدد المتابعين لها، فظهرت برامج حوارية غير دائمة تعتمد على ضيوف البرنامج فقط في مناقشة القضايا السياسية، والاجتماعية المهمة¹.

وهذا بدوره أسهم في جعل البرامج الحوارية تحتل مساحة كبيرة في الخريطة البرامجية للعديد من القنوات الفضائية التلفزيونية؛ نظرا لتنوع مواضيعها التي تشتمل على جميع ألوان الموضوعات، ولا تقتصر على مجرد الموضوعات المألوفة عادة، ولكنها تشتمل أيضا على كثير من المشكلات، فتتناول الموضوعات الدينية، والاجتماعية، والسياسة، والعلمية، والفنية، ومواضيع الثقافة، والتربية، والتاريخ، والصحة، والمنجزات الحضارية... إلخ، وهي بذلك تستهدف جميع أوجه النشاط الإنساني، كما تستهدف جميع فئات المشاهدين، وتعمل وفق امتداد زمني سواء أكان في الماضي، أو الحاضر، أو المستقبل، وتسهم في تكوين الرأي العام².

¹ - هيلارد، يلارد، روبرت . الكتابة للتلفزيون والإذاعة ووسائل الإعلام الحديثة .ترجمة: مؤيد حسن فوزي، دار الكتاب الجامعي،

العين، الإمارات العربية المتحدة، 2003، ص 251

² - إبراهيم محمد معوض: دراسات ف يالاعلام الخليجي، الجزء الثاني، دار الكتاب الحديث، القاهرة، مصر، 2002،

الفصل الثاني: البرامج الحوارية

المبحث الثاني: تصنيفات البرامج الحوارية

قبل أن نتناول أنواع البرامج الحوارية لابد من الإشارة إلى أن هذه النوعية من البرامج لا تتطلب إعداد نصوص ثابتة، وكاملة لمادتها كما هو شأن بعض البرامج الأخرى، وإنما يتم وضع الخطوط العامة لها على شكل محاور، أو صياغة معينة، ولا بد أن يتضمن المخطط العام التفصيلي للبرنامج أهم الملحوظات التي يراها المقدم، وتقديم المشاركين في النقاش، وعرض المشكلة، والمحاور العامة للمواضيع التي ستم مناقشتها ضمن الموضوع الرئيسي، حيث يتم إعداد التساؤلات الأساسية، أو محاور موضوع حلقة البرنامج، وكذلك المقدمة، والخاتمة بشكل كامل. وقد تناولت مجموعة من الدراسات، والمؤلفات العلمية تصنيف البرامج الحوارية بشكل متعدد و متنوع ولذا فإن الباحثة يرى أن غالب هذه التصنيفات وقع على أساسين رئيسين هما:

الأساس الأول: التصنيف العام للبرامج الحوارية:

الأساس الثاني: التصنيف الخاص للبرامج الحوارية:

وفيما يلي تناول تفصيلي لهذين الأساسين وتصنيفاتهما:

المطلب الأول: التصنيف العام للبرامج الحوارية:

وهذا الأساس يخضع للعملية الإعلامية بوجه عام، وهو بذلك يصنف البرامج الحوارية وفق أبعاد فكرية، وتوجيهية معينة، ويمكن تقسم البرامج الحوارية وفق هذا الأساس إلى عدة أقسام هي:

1. برامج حوارية ذات هدف عام في العملية الإعلامية:

ووفق هذا التصنيف تنحصر الأهداف العامة من البرنامج الحوارية في الوظائف العامة للإعلام والتي منها: الإخبار، والترفيه، والتنقيف، والتعليم، والتسويق، والإعلان ... إلخ¹.

2. برامج حوارية تخاطب جمهور معين أو عامة الجمهور:

ويمكن تصنيف البرامج الحوارية في هذا الأساس إلى نوع من البرامج الحوارية يخاطب عامة المجتمع، وآخر يستهدف فئات، أو مجموعة معينة كالأطفال، أو الشباب، أو النساء، أو المثقفين، أو قادة الرأي من المفكرين وهكذا.

¹ - عبد العزيز بركات ومعوذ محمد، إنتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية، ذات السلاسل للطباعة والنشر، الكويت، 1998، ص 15.

الفصل الثاني: البرامج الحوارية

3. برامج حوارية دورية في أوقات محددة:

هذا التصنيف يخضع البرامج الحوارية وفقا لدوريات عرضها، والوقت الذي تستغرقه، فهناك البرامج اليومية الصباحية، أو المسائية، والبرامج الأسبوعية، أو الشهرية، وبرامج المناسبات الخاصة التي لا تتكرر إلا مرة واحدة في العام ... إلخ.

4. برامج حوارية منتجة محلية أو مستوردة:

وقد تنوعت البرامج الحوارية في هذا التصنيف وفقا للجهة المنتجة لها، فهناك البرامج التي يتم إنتاجها بواسطة قناة فضائية تلفزيونية معينة، وهناك البرامج التي تستوردها القنوات الفضائية التلفزيونية من قنوات فضائية، أو شركات إنتاج أخرى سواء كانت محلية، أم خارجية عربية أم أجنبية.

5. برامج حوارية ذات علاقة بالفصحى والعامية وباللغات الأجنبية:

وقد صنفت البرامج الحوارية هنا على أساس اللغة المستخدمة فيها، فهناك البرامج التي تستخدم اللغة العربية الفصحى الملتزمة بقواعد اللغة وأصولها، وهناك البرامج التي تستخدم اللغة العربية الميسرة، وهناك البرامج التي تستخدم اللهجات المختلفة أو العامية، والتي تختلف من دولة إلى أخرى، مثلما تختلف داخل الدولة الواحدة، كما في الدول العربية مثلا، وهناك أيضا البرامج الحوارية التي تقدم باللغات الأجنبية، كاللغة الإنجليزية والفرنسية وغيرهما من اللغات الواسعة الانتشار¹

المطلب الثاني: التصنيف الخاص للبرامج الحوارية:

وضع الباحثون أسسة خاصة لتصنيف هذه النوعية من البرامج، يتعمق في الصفات الأساسية للبرامج الحوارية، وطبيعتها، ووظيفتها، وكيفية إجرائها، ويمكن تقسم البرامج الحوارية وفق هذا الأساس إلى عدة أقسام هي:

1. تصنيف البرامج الحوارية وفق نمط الحوار في البرنامج الحوارية:

يرى عدد كبير من المتخصصين في هذا المجال أن من أهم تصنيفات البرامج الحوارية، هو تصنيفها وفق نمط الحوار الذي يسير في اتجاهه، فينقسم البرنامج الحوارية بهذا التصنيف إلى ثلاثة أنواع هي:

- حوار الرأي:

وهذا النوع من الحوار يقوم على استطلاع رأي شخصية معينة في موضوع ما، سواء أكان صاحب الرأي،

¹ - عبد العزيز بركات ومعوذ محمد، المرجع السابق، ص 15.

الفصل الثاني: البرامج الحوارية

أو الضيف متخصصة في مجال معين، أو شخصا عادية، وكما هو معلوم فإن هناك قضايا عديدة تكون مثار جدل، واختلاف في وجهات النظر بين الأفراد، أو الجماعات، وبالتالي فإن معرفة رأي الناس من خلال مقابلة للرأي بمثابة استفتاء عام، شريطة ألا يكون موضوع المقابلة، أو الحلقة خارجة عن دائرة استيعاب الجمهور لها. وحوار الشخصية: يهدف هذا النوع من الحوار إلى إبراز شخصية معينة، والتعريف بها عن قرب، سواء أكانت تلك الشخصية شخصية هامة ذات شهرة مسبقة، أو من الشخصيات العادية التي حازت على اهتمام الجمهور لأسباب عارضة جعلتها شخصية مهمة، فهذا النوع من المقابلات لا يقتصر على الشخصيات المشهورة فقط، بل يمتد ليشمل أي شخصية تتوفر فيها حاجة الجمهور لمعرفة جوانب معينة فيها.

- حوار المعلومة:

يميل هذا النوع من الحوار إلى الحصول على معلومات بشأن قضية معينة، ويبحث عن التفاصيل المهمة لتوضيح موضوع معين إلى الجمهور، ولا بد من التفريق هنا بين المعلومة والرأي فالمقدم يبحث هنا عن المعلومة، وليس الرأي¹

2. تصنيف البرامج الحوارية وفق مضمون ما يطرح من موضوعات:

يأتي تصنيف البرامج الحوارية - من حيث مضمون موضوعاتها كواحد من أهم التصنيفات التي وضعها الباحثون والمتخصصون في هذا المجال، وهي بهذا التصنيف تنقسم إلى ثلاثة أنواع هي:

✓ البرامج الحوارية المتخصصة:

وهي برامج تتناول قضايا متنوعة تناقشها مناقشة مستفيضة مستهدفة جمهوره محددة، وتتنوع هذه القضايا بعمومها من دينية إلى سياسية، أو اقتصادية، أو اجتماعية، أو رياضية... إلخ، وفيما يلي عرض لأهم موضوعات هذه النوعية من البرامج الحوارية المتخصصة:

✓ البرامج الحوارية الدينية:

تعرض الكثير من القنوات الفضائية عددا من البرامج الحوارية التي تعالج القضايا والموضوعات الدينية، والبرامج الحوارية في هذا المجال لا بد أن تتميز بإسنادها إلى التشريع وتوثيقها على أساس ديني.

¹ - شكري عبد المجيد . الفن الإذاعي وتحديات تكنولوجيا قرن جديد أسس نظرية وتطبيقية . دار الفكر العربي لمنشر والتوزيع،

الفصل الثاني: البرامج الحوارية

البرامج الحوارية السياسية والإخبارية: وتتناول هذه البرامج القضايا ذات الصلة بالسياسة، أو الأخبار، وتستضيف شخصيات يتناولون قضية سياسية، ويطغى على أسلوب تقديم هذا النوع من البرامج الحوارية أسلوب التقديم المواجهي، فتتقابل شخصية بارزة مقابل خصم قوي، أو معروف في مجاله¹

✓ البرامج الحوارية الاجتماعية:

تتعدد قضايا وموضوعات هذا النوع من البرامج الحوارية لتشمل برامج الأسرة، والبرامج التي تعالج المشاكل الاجتماعية، والبرامج التربوية، والبرامج الفنية الموجهة للشباب، أو الأطفال، أو المرأة وغيرها من البرامج كالبرامج الصحية، والأمنية... إلخ².

البرامج الحوارية الثقافية: تصاغ البرامج الحوارية ذات الموضوعات الثقافية بحيث تخاطب الجمهور الموجهة له، وتعد مادة هذه النوعية من البرامج من خلال استخدام المفردات، والصيغ التي تلائم جمهورها. كما أن البرامج الحوارية الاقتصادية: يركز هذا النوع من البرامج الحوارية على تناول ومناقشة القضايا الاقتصادية في كافة مجالاتها، الزراعية، والصناعية، والتجارية، وقضايا المال والأعمال، وتقتصر هذه البرامج على الشخصيات الاقتصادية من رجال أعمال، أو محللين اقتصاديين، أو خبراء أكاديمية

✓ البرامج الحوارية للمرأة والطفل:

وتتناول هذه النوعية من البرامج الحوارية الموضوعات، والقضايا التي تلامس اهتمامات المرأة، من طرائق تربية الطفل، والطهي، والأزياء... إلخ³.

✓ البرامج الحوارية الترفيهية:

تتم هذه النوعية من البرامج الحوارية بالتسلية والترفيه والمتعة، وتجعله هدفا رئيسا لها، وقد يتخلل ذلك تقديم للمعلومات الجادة. ويتسم تأثير هذه النوعية من البرامج الحوارية بالمحدودية على الجمهور، ويطلق البعض عليها برامج حوارية خفيفة، وعلى الرغم من تركيزها على الموضوعات، والقضايا الاجتماعية إلا أنها لا تلبي حاجات الجمهور الثقافية ومن الأمثلة على ذلك: برامج المسابقات الثقافية، والمعلومات، وبرامج الإهداءات

¹- حمدي عاصف . العمل الإذاعي والتلفزيوني مفاتيح النجاح وأسرار الإبداع . أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة، ، 2004، ص174

²- المرجع نفسه ص 169.

³- الديويبي عبد الله،، أمر علي . اتجاهات طلبة جامعة العلوم التطبيقية نحو الفضائيات (دراسة اجتماعية تربوية .مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العموم الإنسانية)، مجلد 35، العدد3، غزة، فمستين، ، 2011، ص 579

الفصل الثاني: البرامج الحوارية

المطلب الثالث: الصفات العامة لجمهور البرامج الحوارية:

يخاطب التلفزيون أعداد ضخمة وغير متجانسة من الجماهير من حيث الثقافة والمستوى التعليمي، والأعمار، والديانة والمكانة الاجتماعية، والاقتصادية، والجنس، أو التوزيع الجغرافي، فضلا عن الخصائص النفسية، والاجتماعية والتي لها دلالتها، والتي تؤثر على مدى الاستجابة للاتصال التلفزيوني، وتشكل هذه الخصائص النفسية والاجتماعية المتصلة بشخصية جمهور المشاهدين عاملا مهما في مدى تقبلهم، أو رفضهم لما يطرح من خلال البرامج التلفزيونية بعمومها، لذا تعد دراسة جمهور المشاهدين من الدراسات الضرورية لنجاح عملية جذب انتباه الجمهور، وتعزيز مشاهدته للقنوات الفضائية، خاصة وأن جمهور التلفزيون يشكل مجتمعة غير متجانس، حيث تفيد هذه الدراسات في التعرف على الخصائص الأساسية التي تميز جمهور كل برنامج حوارى عن غيره من البرامج حتى يمكن تقديم الموضوعات المناسبة لهم باستمرار¹.

وقد أخذ هذا التوجه أهمية إضافية بعد اكتشاف الباحثين أن هناك عوامل وسيطة أخرى هي التي تتوسط بين الرسالة وقبولها أو رفضها من الجمهور المتلقي ومن أمثلة هذه العوامل الوسيطة والتي يشكل فيها الجمهور دورا رئيسا - عوامل التعرض الانتقائي، والتي تتكون من الفروق الفردية، واختلاف الجمهور المتلقي بعضه عن البعض سواء في أطره العقلية أو عاداته الاجتماعية²، ولا سيما بعد تغير سمات الواقع الاتصالي العربي في مرحلة ما بعد الفضائيات العربية عن ما قبلها، حيث كان الواقع الاتصالي قبل الفضائيات يتسم بتغيب الجمهور عن المشاركة الفاعلة في برامج التلفزيون الحوارية الأمر الذي أدى إلى انفصام ملحوظ بين الإعلام، والرأي العام وصل في بعض الدول العربية إلى حد القطيعة الكاملة، على النقيض تماما مما هو عليه الحال في الوقت الحاضر حيث تمتعت البرامج الحوارية بالمشاركة الفاعلة من قبل الجمهور، وتبعا لذلك تعددت، وتنوعت موضوعات البرامج الحوارية، وزادت جرأتها في الطرح، كما تعدد أشكالها وأنواعها³

فجمهور البرامج الحوارية ليس جمهور، متجانسة، وهذا الأمر يجب أن يتجسد بداية في تفكير القائمين على إعداد البرامج الحوارية عند صياغتهم، أو إعدادهم، أو تنفيذهم للبرنامج الحوارى والذي يستهدفون من خلاله الوصول إلى فئة معينة من الجمهور.

¹ - إبراهيم حمد معوض . واقع الحوار التلفزيوني وكيفية الارتقاء به في القنوات الفضائية العربية .

جامعة عين شمس، القاهرة، مصر، 2005، ص 39

² - الموسى عصام سليمان، المدخل في الاتصال الجماهيري . ط 4، الكتاني لمنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 1998، ص 62

³ - أبو رشيد نهلة مظفر ، المعالجة الإخبارية لقضايا الدول النامية في الفضائيات العربية رسالة دكتوراه كمية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، 2005، ص42.

الفصل الثاني: البرامج الحوارية

المطلب الرابع: دور البرامج الحوارية في تدعيم المشاركة في مختلف الأنشطة:

إن الذي يتابع البرامج الحوارية عبر القنوات التلفزيونية الفضائية يكتسب أنماطا وسلوكات جديدة يتعلمها من خلال هذه البرامج، إذ أن هذه البرامج في كثير من الأحيان تسهم في تنمية الطالب جسدية وعقلية واجتماعية ونفسية. على اعتبار أن قيم الشخص، وأنماطه السلوكية، تنشأ عن التفاعل الذي يجري بينه وبين الآخرين في البرامج الحوارية.

وعندما يكتسب الفرد السلوك الإيجابي والإحساس بالمسؤولية الاجتماعية فإنه يشعر بالحرية والاستقلال والنضج ومعرفة الأدوار، والثقة بالنفس، وتحمل المسؤولية الاجتماعية، وهذا بدوره يغرس فيه روح الإحساس الجماعي والولاء لأعضاء الجماعة. الأمر الذي يدفعه إلى أن يشارك مرة أخرى في أنشطة الجماعة حتى يبرز ويبين لغيره من الأعضاء قدر المسؤولية والدور الذي تعلمه منها. فهو هنا يشبع حاجة أساسية لديه من خلال تحقيق الذات والنجاح وتحقيق المكانة العالية. فالشخص الذي حقق الذات يحس بتقبل ذاته كما هي، وبتقته بنفسه، والسير بناء على معتقدات ثابتة يؤمن بها، الأمر الذي يؤدي في نفس الوقت إلى أن يحافظ على ذاته وشخصيته ومسؤوليته من خلال إشباع حاجاته من خلال تنوع البرامج الحوارية، وبالتالي ينمو لديه الأمن والإحساس بالمسؤولية إذا أحس بأهمية مشاركته بالرأي ووضع الخطط وتقييمها والمشاركة بكل ما يهم الجماعة ويؤدي إلى تقدمها ونجاحها.

وبناء على ما سبق ترى الباحثة أهمية البرامج الحوارية في إكساب الشباب المسؤولية الاجتماعية واكسابه الثقة بالنفس، وشعوره بأن عليه أدوار اجتماعية يجب القيام بها من خلال الثقة والقدرة على العطاء والمشاركة وأحس أيضا بأن عليه أن يكتسب الخبرات الجديدة والمواهب المختلفة وأن يشبع حاجاته ويحقق ذاته وأنه عضو مفيد وفعال وله دور مهم في تقدم ونجاح الجماعة التي تهتم بنفس البرنامج الذي يحبه، أدى هذا كله إلى قيامه بعملية المشاركة مع تلك الجماعة أو مع أي جماعة أخرى من جماعات النشاط في الجامعة، حتى يشبع حاجاته الأساسية بتحقيق ذلك الشعور، وهكذا تسير العملية مرتبطة مع بعضها البعض كل طرف يؤثر بالآخر بشكل إيجابي¹.

وقد أخذ هذا التوجه أهمية إضافية بعد اكتشاف الباحثين أن هناك عوامل وسيطة أخرى هي التي

¹ - إبراهيم محمد عوض، المرجع السابق، ص 39

الفصل الثاني: البرامج الحوارية

تتوسط بين الرسالة وقبولها أو رفضها من الجمهور المتلقي ومن أمثلة هذه العوامل الوسيطة والتي يشكل فيها الجمهور دوراً رئيساً - عوامل التعرض الانتقائي، والتي تتكون من الفروق الفردية، واختلاف الجمهور المتلقي بعضه عن البعض سواء في أطره العقلية أو عاداته الاجتماعية¹. ولا سيما بعد تغير سمات الواقع الاتصالي العربي في مرحلة ما بعد الفضائيات العربية عن ما قبلها، حيث كان الواقع الاتصالي قبل الفضائيات يتسم بتغيب الجمهور عن المشاركة الفاعلة في برامج التلفزيون الحوارية الأمر الذي أدى إلى انفصام ملحوظ بين الإعلام، والرأي العام وصل في بعض الدول العربية إلى حد القطيعة الكاملة، على النقيض تماماً مما هو عليه الحال في الوقت الحاضر حيث تمتعت البرامج الحوارية بالمشاركة الفاعلة من قبل الجمهور، وتبعا لذلك تعددت، وتنوعت موضوعات البرامج الحوارية، وزادت جرأتها في الطرح، كما تعدد أشكالها وأنواعها²

¹ - الموسى عصام سليمان، المرجع السابق، ص 62

² - أبو رشيد نهلة مظفر، المرجع السابق، ص 42

الفصل الثالث:

الإذاعة

الفصل الثالث: الإذاعة

المبحث الأول: ماهية الإذاعة

المطلب الأول: نشأة الإذاعة

المطلب الثاني: نشأة الإذاعة في الجزائر

المطلب الثالث: خصائص ووظائف الإذاعة:

المبحث الثاني: متعلقات الإذاعة

المطلب الأول: أنواع الإذاعات

المطلب الثاني: أهداف الإذاعة

المطلب الثالث: أهمية الإذاعة

المطلب الرابع: جمهور الإذاعة

الفصل الثالث: الإذاعة

تعد الإذاعة من أهم وسائل الاتصال الجماهيري التي يصل أثرها إلى كافة المجتمعات وذلك من خلال إتاحتها الفرصة للاتصال والاحتكاك به والتفاعل معه وذلك من أجل تلبية حاجاته ورغباته. ولكن في السنوات الأخيرة لوحظ اهتمام خاص بالإعلام المحلي في الجزائر، إذ سخرت إمكانيات معتبرة أفضت إلى تحسيد مشاريع خاصة بالإذاعات المحلية، حيث لا تستطيع الإذاعة المركزية تلبية كافة حاجات ورغبات المجتمع المحلي وبالتالي فالإذاعة المحلية تعنى باهتمامات وانشغالات جماهيرها ومناقشة المشكلات المحلية ومحاولة إيجاد حلول لها من خلال الخصائص التي تتميز بها والوظائف التي تقوم بها بالإضافة إلى مختلف المهام والأنشطة التي تمارس.

المبحث الأول: ماهية الإذاعة

المطلب الأول: نشأة الإذاعة

تنبأ عالم الطبيعيات الإنجليزي " جيمس ماكسويل " و كان أستاذا بجامعة لندن بوجود ما يسمى بالموجات الكهرومغناطيسية عام 1865؛ حيث جذبت هذه النظرية انتباه عالم ألماني هو " هيرتزش هيرتز " فأثبت صحتها وقام بتجارب الإنتاج لتلك الموجات و حدد سرعتها و أطوالها و خصائصها عام 1888؛ وقد حفزت هذه النتائج عالما إيطاليا اسمه " ماركوني " لإجراء المزيد من التجارب العلمية لإرسال إشارات لاسلكية عن طريق الراديو التلغرافي عام 1894 و أنشأ شركة لتطوير المخترع ، وفي سنة 1901 استمع " ماركوني " الرسالة بعث بها عبر الأطلسي من محطة إرسال في " كورنول " بإنجلترا إلى "سان جون " في الولايات المتحدة الأمريكية ؛

كما تأكد الدور الخطير الذي يمكن أن تلعبه الإذاعة عمليا عندما أنقذ الإرسال اللاسلكي سفينة الركاب الضخمة في الوقت المناسب عام 1912 ؛ وبعدها توالى إجراءات استكمال جميع العناصر الإذاعية لإيجاد الإذاعة التي تنقل صوت الإنسان والموسيقى ، و في سنة 1920 أصبحت الإذاعة حقيقة واقعة كما نعرفها الآن .

وفي سنة 1922 بلغ عدد المحطات في أمريكا نحو 50 محطة ثم وصلت إلى 550 محطة في العام الذي تلاه مباشرة ؛ ثم انتشرت الإذاعة بسرعة في بريطانيا و فرنسا و أستراليا و في عام 1952 أصبح العالم يعج بنحو 600 محطة ارتفعت إلى 8500 محطة عام 1960 و توالى إلى يومنا هذا انتشارا و ذيوعا¹.

و من أهم المراحل في تاريخ الإذاعة هي :

¹- يحي بسبوني : الإذاعة الإسلامية ، د ط ، دار المعرفة الجامعية ، طبع، نشر، توزيع، الإسكندرية ، مصر ، 2012 ،

الفصل الثالث: الإذاعة

- ✓ 1864 : تتنبأ " جيمس كلارك ماكسويل " بوجود الموجات الكهرومغناطيسية التي تنتقل بسرعة الضوء؛
- ✓ 1880 : أثبت " هينريتش هرتز " نظرية " ماكسويل " ؛
- ✓ 1895 : أرسل " ماركوني " إشارات الاتصال بموجات الراديو عبر الأثير لأول مرة
- ✓ 1901 : استقبل " فرديناننت براون " موجات الراديو بواسطة مذياع بلوري ؛
- ✓ 1901 : استقبل " ماركوني " إشارات الشفرة المرسلة عبر المحيط الأطلسي ؛
- ✓ 1904 : حصل " جون أمبروز فليمنج " على براءة اختراع الصمام الثنائي المستخدم في استقبال موجات الراديو ؛
- ✓ 1906 : بث " ريجين لدفنندن " أول صوت بشري عبر المذياع ؛
- ✓ 1909 : تم انقاذ ركاب الباخرة " س س ريليك " من الغرق باستخدام موجات الراديو ؛
- ✓ 1912 : ساعدت موجات الراديو في انقاذ الناجين من غرق الباخرة " تيتانيك " ؛
- ✓ 1915 : أول مكالمة هاتفية أرسلت عبر المحيط الأطلسي بين " أرلينجتون " في ولاية " فيرجينيا " في أمريكا و " برج إيفل " في فرنسا ؛
- ✓ 1918 : طور " إدوين أرمسترونج " دائرة فوق هتروداينية ؛
- ✓ 1920 : أول بث تجاري منظم قامت به محطات **WWJ** في ديترويت و " **KDKA** " في بيتسبورج؛
- ✓ 1922 : قامت شركة الإذاعة البريطانية و التي سميت فيما بعد هيئة الإذاعة البريطانية بأول بث إذاعي لها ؛
- ✓ 1923 : أرسل مذيعو " سيدني " في أستراليا أول برامجهم ؛
- ✓ 1926 : بدأت شركة الإذاعة الهندية في بث برامجها ؛
- ✓ 1929 : أدخل تضمين التردد **FM** في البث الإذاعي ؛
- ✓ 1932 : أول بث لهيئة الإذاعة البريطانية إلى أنحاء العالم ؛ 1925 - 1950 : كان المذياع المصدر الوحيد لتسلية العائلة في المنزل خلال هذه الفترة التي سميت بالعصر الذهبي للمذياع ؛
- ✓ 1947 : طور العلماء في شركة " بل " للامتن في الولايات المتحدة الأمريكية " الترانزستور " ؛
- ✓ 1961 : تم أول اتصال مع الفضاء الخارجي بين رائد الفضاء السوفييتي " يوري جاجارين " والمحطات الأرضية ؛
- ✓ 1969 : حملت إشارات موجات الراديو إلى الأرض أولى الكلمات التي نطقها رائد الفضاء على

القمر ؛

✓ 1990 - وما بعدها : بدأ البث باستخدام التكنولوجيا الرقمية ، و هو نوع من البث ذو جودة عالية جدا و بتكلفة أقل بكثير من الأنظمة التقنية السابقة¹.

المطلب الثاني: نشأة الإذاعة في الجزائر

الجزائر من بين الدول التي أعطت إهتماما كبيرا للإعلام المحلي، حيث قامت بإنشاء إذاعة في كل ولاية " ولم تظهر الإذاعة المحلية إلا في السنوات المتأخرة وذلك للعوائق القانونية والسياسية على الرغم من وجود عدة مجتمعات محلية تتميز بالعادات والتقاليد واللهجات، وهي التحولات السياسية والتعديلات القانونية شهد قطاع الإعلام عدة تغيرات نحو حرية التعبير التعددية الإعلامية التي سمحت بظهورها من جديد في بداية التسعينيات².

لهذا سنتطرق لمعالجة نشأة وتطور الإذاعة في الجزائر:

1- فترة ما قبل الإستقلال: (قبل سنة 1962):

البدايات الأولى لظهور الإذاعة في الجزائر تعود إلى عام 1920، عندما قام أحد الفرنسيين بإنشاء محطة إرسال على موجة متوسطة لم تتعدى قوتها 100 واط، قم ارتفعت عام 1921 إلى 600 واط³. وفي عام 1940 نموا كبيرا في الجزائر العاصمة، قسنطينة ووهران لتمكين الجمهور من إتقاط البرامج التي تبث باللغتين الفرنسية والعربية في آن واحد، وقد كانت تشرف عليها سنة 1945 إدارة مستقلة لشؤون التسيير والشؤون الفنية، غير أنه أعطيت بعض الصلاحيات للحاكم العام للجزائر الذي أصبح يتّراس مجلس يدعى " اللجنة الجزائرية للإذاعة وقد أسند إليه الحصص الموجهة للجزائريين الذين لا يفهمون الفرنسية⁴. أما من الجانب التقني فقد تطورت الإذاعة الجزائرية بعد إدخال إصلاحات تقنية على محطات الإرسال وقوة البث، وهنا يقول الأستاذ زهير إحدادن أنه "أصبحت قوة الإرسال الإجمالية تصل إلى 322 كيلو واط سنة 1954 في حين لم تكن إلى 200 كيلو واط سنة 1946، وكانت الإذاعة تبث على الموجة المتوسطة

¹- يحي ببيوني: المرجع السابق، ص 110.

²- نور الدين تواتي: الصحافة المكتوبة والهيئة البصرية في الجزائر، ط1، الدار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2009، ص 158.

³- عاطف عدلي العيد وماحي الحلواني: الأنظمة الإذاعية والتلفزيونية، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987، ص 204.

⁴- نوال بومشطة: مرجع سبق ذكره، ص 33.

القصيرة¹.

ومنذ ذلك الوقت والبرامج تبث باللغة الفرنسية في الإذاعة، بحيث أن نسبة الإستماع ضعيفة فقامت السلطات الفرنسية على جلب كم من المستمعين الجزائريين وضمان وصول الخدمة إليهم².

"كانت نظرة الجزائريين للإذاعة نظرة عدائية، بإعتبارها تمثل وسيلة إستعمارية ووسيلة دعائية النشر أفكار الإستعمار، ولم يبدأ الإقبال عليها إلا بعد ظهور إذاعة الثورة، حيث إعتمدت الجزائر في البداية إذاعات الدول العربية التي وقفت إلى جانب ثورتنا منها، إذاعة القاهرة، حيث كان الإذاعة صوت العرب دورا حاسما في حرب التحرير، إذ كانت تقدم أخبارا عن الثورة سنة 1955، إضافة إلى صوت الجزائر من تونس بدء من عام 1956، وصوت الجزائر الثائرة من دمشق، وصوت الجزائرية من ليبيا³.

وبعد انعقاد مؤتمر الصومام سنة 1956، حددت توصيات هامة حول المهام التي يجب أن تقوم بها وسائل الإعلام من أجل إسماع صوت الثورة داخليا وخارجيا، فعلى المستوى الداخلي يؤكد المؤتمر على ضرورة مضاعفة الدعاية بين المجددين بإستعمال الوسائل التالية:

- تزويدهم بالكتب والمجلات والمناشير المناهضة للإستعمار.

- تمثيل روايات مسرحية تعرف الكفاح الوطني في سبيل الإستقلال.

- فترة ما بعد سنة 1962 (بعد الإستقلال):

بعد الإستقلال أصبحت للجزائر شبكة إذاعات تسمع عبر المدن الكبرى، وعينت الحكومة الجزائرية المؤقتة مديرا عاما للإذاعة جزائري الجنسية، وكذا مسؤول البرامج المذاعة باللغة الفرنسية بدلا من الفرنسيين، ومعه تم إسترجاع السيادة الوطنية على الإذاعة والتلفزيون و أذيع " هنا راديو وتلفزيون الجائر" ومنذ سنة 1963 أصدرت السلطة الجزائرية عدة مراسيم متعلقة بقطاع الإعلام في الأول نيابة مديريةية تمثل هي نيابة التلفزيون مديريةية واحدة، وبعد ذلك أصبحت الإذاعة تشترك مع التلفزيون في مؤسسة واحدة تابعة لوصاية وزارة الإعلام والاتصال، ونظرا لأهمية الإذاعة ودورها في خدمة المجتمع، شرعت الجزائر في التسعينيات من القرن الماضي بوضع شبكة إتصال عام وذلك بإنشاء إذاعات محلية عبر كامل ولايات الوطن، وذلك بإشباع رغبات وحاجات مختلف أفراد المجتمع الثقافية والتراثية والتعبير عن العمق التاريخي لها، وكان تأسيس الإذاعات المحلية في فترة الإستقلال من سياسة الحزب الواحد إلى التعددية وظهرت أول إذاعة محلية سنة

¹ - زهير إحدادن: تاريخ الإذاعة والتلفزيون تاريخ الإذاعة والتلفزيون، دط، المطبوعات الجامعية الجزائرية، الجزائر، 1989، ص 34.

² - نوال بومشطة، مرجع سبق ذكره، ص 33.

³ - المرجع نفسه، ص 34.

الفصل الثالث: الإذاعة

1990، وسيتم بإذاعة التكوين المتواصل ثم تبعتها إذاعة بشار، متيجة، ورقلة، سيرتا، الهضاب، الأوراس، الزيبان عنابة، وعرفت السنوات الأخيرة إنشاء الإذاعات المحلية عبر كامل الوطن في إطار تجسيد مشروع" لكل ولاية إذاعة¹.

وبقيت الإذاعات المحلية تتوزع بكافة ولاية الوطن، من الشرق (أم البواقي، قالمة ... إلخ) إلى مدن الغرب (سعيدة، ... إلخ) ومست كل اتجاهات الجزائر، إلى أن أصبح لكل ولاية إذاعة محلية خاصة بها، وهذا ما ركزت عليه الجزائر كدولة مستقلة بحد ذاتها.

ويمكن تقسيم المراحل التي مرت بها الإذاعة المحلية في الجزائر إلى المراحل الآتية²:

1- مرحلة الانطلاق :

بداية تجربة الإعلام المحلي في الجزائر سنة 1991 بإنشاء إذاعة الساورة بولاية بشار ، إلى غاية 1992 إذاعة تلمسان ، و في هذه السنة تم إنشاء العديد من الإذاعات المحلية كما يوضح الجدول .

2- مرحلة إرساء قواعد الإعلام المحلي و توسيع ساعات البث (1994 - 1999):

زاد الاهتمام بالإعلام الإذاعي المحلي من خلال دعم شبكات الإذاعات المحلية حيث اتخذت الإذاعات المركزية سنة 1994 قرار بإنشاء 12 إذاعة محلية على الحدود الجزائرية نظرا لتعرض سكان هذه المناطق للبث الوافد من الدول المجاورة و كان الاهتمام في هذه المرحلة بزيادة ساعات البث و التركيز على جوانب عدة في وضع الشبكات البرمجية التي تهتم بالتربية ، الترفيه و الثقافة بالاعتماد على اللغة العربية و اللهجات المحلية، وأنشأت في هذه المرحلة إذاعات عديدة (كما ذكرنا في الجدول) من سنة 1994 إذاعة أدرار إلى سنة 1999 إذاعة النعامة³.

3- مرحلة الثبات :

هذه المرحلة برز فيها الاهتمام بالإعلام المحلي المسموع و استكملت الإذاعة المركزية في فتح الإذاعات المحلية لكن بوتيرة ثابتة حيث تم فتح 12 إذاعة محلية من خلال هذه المرحلة وهي من إذاعة غرداية 24 فيفري 2001 إلى غاية إذاعة البيض 8 سبتمبر 2003 و هذا ما يوضح في الجدول من خلال الدكتور "نور الدين تواتي"⁴.

¹- زهير إحدادن، مرجع سبق ذكره، ص 99.

²- نوال بومشطة، مرجع سبق ذكره، ص 35.

³- نبيلة جعفري : الإعلام الجهوي و تحقيق إشباع الجمهور ، ص : 100 ، 101

⁴- المرجع نفسه ، ص : 101 .

4- مرحلة استكمال إنشاء الإذاعات المحلية (2008 - 2012):

في هذه المرحلة وعلى مدار أربع سنوات ، أولت الدولة الجزائرية اهتماما بالإعلام الإذاعي المحلي من خلال تخصيص مقرات للعمل و تطوير التقنيات المستعملة و إدخال الرقمنة في العمل الإذاعي ببعض الإذاعات ، و قد بدت وتيرة إنشاء الإذاعات المحلية في هذه المرحلة المتسارعة ، ففي سنة 2008 تم فتح سبع إذاعات و تزامنت انطلاقة بثها مع تواريخ هامة في مسيرة الجزائر التاريخية و هذا يعكس دور الإعلام الإذاعي المحلي في ربط الحاضر بالماضي و ترسيخ و الحفاظ

المطلب الثالث: خصائص ووظائف الإذاعة:

1- خصائص الإذاعة

لا تخلو وسيلة إعلامية إلا و لها خصائص تميزها عن غيرها من الوسائل الإعلامية الأخرى ، و منه فإن للإذاعة خصائص تكمن فيما يلي¹ :

✓ السرعة الفائقة التي تنتقل بها الكلمة المذاعة من محطة الراديو إلى أذن المستمع متخطية حواجز المسافات و الحدود و الأمية و الفقر ، و الحواجز الطبيعية و الصناعية و الجغرافية و السياسية بين الدول ؛

✓ إمكانية تسجيل المادة المذاعة و تكرار إذاعتها حسب سياسة القائم بالاتصال أو حسب رغبة المستمعين ؛

✓ مخاطبتها مختلف فئات الجماهير المتعلمين و الأميين و المتقنين فهي تنقل لهم الثقافة و العلوم و الفنون و الأخبار أينما كانوا ؛

✓ تقديم خدمات متنوعة و عديدة للمستمعين تفي بكل احتياجاتهم ورغباتهم²؛

✓ لا يحتاج الاستماع إلى الراديو جهدا كبيرا إذ يعتمد على حاسة واحدة هي " حاسة السمع" لذلك يفضله كبار السن و من لا يجيدون القراءة ؛

✓ هو وسيلة رئيسية للاتصال الشعبي على نطاق كبير ، بالإضافة إلى رخصه و انتشاره انتشارا واسعا؛

¹- مصطفى يوسف كافي : الإنتاج التلفزيوني و الإذاعي ، ط 1، دار الحامد للنشر و التوزيع ، عمان، الأردن ، 2016، ص ص 65، 66 .

²- الحطامي عبد الباسط : مقدمة في الإذاعة و التلفزيون ، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن ، 2015 ، ص 20، 21.

الفصل الثالث: الإذاعة

- ✓ يتيح الراديو للمستمع قدرا كبيرا من التخيل ، بعكس الوسائل المرئية التي تصنع حدودا للخيال¹
- ✓ أصبح الراديو الآن يبيت على الانترنت و تحتفظ المحطات بنشرها على مواقعها بالشبكة ؛
- ✓ أصبحت الإذاعة في العصر الحديث سلاحا قويا لمن يجيد استخدامه لتكوين الرأي العام والتأثير عليه بصرف النظر عن أي حواجز ؛
- ✓ الإذاعة تصل إلى كافة طبقات الشعوب من متقنين و عمال و فلاحين بسطاء كبار وصغار على السواء؛

✓ ميزة الآنية في الإذاعة تجعلها الوسيلة الأولى لمتابعة الأحداث و التداعيات الأمنية فور حدوثها²

2- وظائف الإذاعة

إن وظائف الراديو التي يمكن تحديدها اليوم في الإعلام هي الأخبار و التثقيف و الترفيه و التعليم الإعلان و الدعاية ، التحريض و المؤانسة كجليس يؤنس وحدة المستمع ، و نشر الأفكار المستحدثة والإيديولوجيات و التنمية ، الخدمة والإلاحاح الإعلامي و التربية و غسيل المخ (**Brain Washing**)³ .
من وظائف الإذاعة نذكر ما يلي:

أ- الوظيفة الإخبارية (الإعلامية):

تعتبر الوظيفة الإخبارية من جمع و تخزين و معالجة و نشر مختلف المعلومات (أنباء معلومات صور ، آراء ، تعليقات) من أهم وظائف الاتصال و يلاحظ ذكر الآراء و التعليقات ضمن الدور الإخباري ، لأننا نرى بأن هذا الأخير هو في حد ذاته تعبير للرأي ، و نقل الرأي للتأثير على الآراء فقد توزع وسائل الاتصال أخبار خاطئة للتأثير على الرأي العام ، كما أن الأساليب العلمية التي تستعملها هذه الوسائل في التعامل مع الأخبار (من تكرار ، تجاهل ، ترتيب ، تنوع ، تشويق ، إثارة ، تحويل الانتباه ...) تعتبر من أنجع السبل لتغيير الآراء و توجيه الرأي العام⁴.

ب- وظيفة التعليم و التثقيف :

¹ - كامل خورشيد مراد : الاتصال الجماهيري و الإعلام ، ط 1، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة ، الأردن ، 2011 ، ص : 198.

² - أبو جال إسماعيل سلمان : الإذاعة و دورها في الوعي الأمني ، ط 1، دار أسامة للنشر و التوزيع ، عمان ، 2012 ، ص : 143.

³ - عبد المجيد شكري : الدراما الإذاعية فن كتابة و إخراج التمثيلية الإذاعية ، ط 2، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 2003 ، ص 30 .

⁴ - شعباني مالك : دور الإذاعة في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي : مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في علم اجتماع التنمية ، جامعة منتوري قسنطينة ، 2006 ، ص 57

الفصل الثالث: الإذاعة

تعتبر هذه الوظيفة من الوظائف العامة لوسائل الإعلام المختلفة فهي تربوية سواء للطلاب في مختلف مراحلهم الدراسية ، كما أنها وسيلة الالمباليين في تعليمهم و عبرها يتم مكافحة الأمية ، كذلك من وظائفها هو التنقيف للمستمع بصفة خاصة فهي تطلعه على أهم الثقافات القديمة و الحديثة¹ .

ج- الوظيفة الاجتماعية :

تلعب الإذاعة دورا هاما داخل المجتمع ، حيث تجعل خدمة المجتمع من أهدافها الأساسية ، فهي تسعى إلى ترسيخ قيم المجتمع و عقيدته و حضارته و كذا بعث تراثه و عاداته و تقاليده ، كما تسعى الإذاعة إلى الارتقاء بالفكر و السلوك ، بالإضافة إلى أنها تعمل على بحث مشاكل المجتمع و محاولة إيجاد حلول لها لتكوين الوساطة بين شكاوي المواطنين و المسؤولين² .

د- وظيفة الترفيه :

لا أحد ينكر أن لوسائل الإعلام وظيفة ترفيهية ملموسة عالجت كم من سلبيات في المجتمع بأسلوب الدعاية و الترفيه و التسلية ، إن لوسائل الإعلام دور كبير و بارز في إدخال السرور و كسر حاجز الرتابة و الملل بما تقدمه عبر وسائلها المختلفة ، و استطاعت أن تؤثر على مختلف الشرائح و الفئات في المجتمع مما جعلها من أكثر الوسائل تأثيرا على الجمهور و تعمل على التنشئة الاجتماعية³ .

هـ- وظيفة مراقبة البيئة :

تعد هذه الوظيفة حاضرة بقوة في وسائل الإعلام ، و منذ وقت مبكر لأن الإنسان بطبيعته حاله يبحث عن الاستقرار و هذا لا يأتي إلا بمراقبة البيئة لمعرفة الأخطار التي تأتيه منها فيتجنبها و معرفة فرص الغذاء و الرعي و المياه و الصيد فينتقل إليها و يستقر فيها ، و تتناقل تلك المراقبة من جيل لآخر ، ثم ظهرت وسيلة الإذاعة فكانت مداها أكبر و تأثيرها أكبر⁴ .

¹ - عبد الباسط الحطامي، مرجع سبق ذكره ، ص : 87.

² - ضيف ليندة : دور الإذاعة الوطنية في التنمية الثقافية، رسالة ماجستير ، كلية العلوم السياسية و الإعلام ، جامعة الجزائر ، 2007 ، ص : 145.

³ - عبد الباسط الحطامي ، مرجع سبق ذكره ، ص : 89 .

⁴ - المرجع نفسه ، ص : 90.

المبحث الثاني: متعلقات الإذاعة

المطلب الأول: أنواع الإذاعات

1- الإذاعة الإقليمية :

في هذا النوع يعرفها الكاتب " عبد المجيد شكري " بأنها إذاعة تخاطب جماهير مجتمعات ، تعيش داخل إقليم محدد طبقا للتقسيم الإداري للدولة ، فقد يفصل بين هذه الأقاليم حاجز أو أكثر من حواجز اللغة و الدين و حواجز جغرافية ، مما يجعل كل إقليم مستقل بحد ذاته .

2 - الإذاعة المركزية :

" الإذاعة الوطنية " و هي الإذاعة التي تبث برامجها من عاصمة الدولة ، و لها من قوة البث ما يغطي البلد كله بل و يعبر عن صوتها حدود الدولة ، فهي تقدم ما يهم غالبية المواطنين بصفة عامة وتهتم في برامجها بالكليات دون التفاصيل لأنها تخاطب مستمعين تختلف اهتماماتهم ، وظائفهم ، ثقافتهم و تقاليدهم¹ .

3 - الإذاعة الموجهة :

وهي التي توجه برامجها إلى خارج حدود الدولة صاحبة البث ، و في الغالب تخاطب الجمهور المستهدف بعينه و في الأوقات التي تناسبه و ذلك قصد تحقيق أهداف معينة تسعى الإذاعة إلى تحقيقها مثل الإذاعة البريطانية هذه الإذاعة تخاطب الأشخاص الذين بلغوا درجة الوعي و يريدون معرفة ما يجري في بلادهم و التعرف على شعوبهم² .

4 - الإذاعة الدينية :

هذه الإذاعة تمول من قبل مؤسسات دينية و تقوم ببث برامج التفسير و الشرح للقضايا الدينية ولمبادئ دينية معينة ، و لقد لعبت هذه المحطات دورا بارزا في حملات التبشير و لازالت تقدم نشاط ملموس في هذا الجانب و خاصة الدول الفقيرة³ .

5 - الإذاعة الحكومية :

و التي تقع تحت سيطرة الحكومة المباشرة ، بحيث تمولها الدولة من خزينتها و تشرف على مضمون برامجها ، و تحدد الدولة الأهداف التي يجب أن تعمل الإذاعة على تحقيقها ، و هذا النمط من الإذاعات موجود في أغلب الدول النامية⁴

¹ - عبد المجيد شكري : الإذاعة المحلية لغة العصر، د ط ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1987 ، ص : 68 .

² - إياد شكري البكري : تقنيات الاتصال بين زمنين ، ط 1، دار الشروق للنشر و التوزيع، 2003 ، ص : 51.

³ - المرجع نفسه : ص : 51.

⁴ - عبد المجيد شكري : مرجع سبق ذكره ، ص : 69 .

6 - الإذاعة الإخبارية :

و هي إذاعات تمتلكها مؤسسات تجارية أو أفراد أو شركات ، تسعى إلى تحقيق الكسب المادي من خلال ما تبثه من إعلانات تجارية ، و يطغى الترفيه على برامجها ، و لا تسعى إلى تحقيق أهداف سياسية في غالب الأحيان .

7 - الإذاعة السرية :

هذه الإذاعات هي إذاعات مجهولة الهوية ، و لا تصفح عن مصدرها و تقوم ببث برامج من مناطق أو هيئة دولية و في الغالب تستخدم في بث وسائل معينة إلى جمهور معين في فترة معينة¹.

8 - الإذاعة المحلية :

التي سبق و تعرفنا عليها و ماهيتها في الفصل الأول من خلال التعريفات .

المطلب الثاني: أهداف الإذاعة

- ✓ نشر مبادئ الدين الإسلامي مع التركيز على الجوانب الحضارية و الإنسانية التي يدعو لها و الاهتمام بتقدير التفاسير و الفتاوى للشعوب الإسلامية ؛
- ✓ تعريف شعوب العالم بالحضارة و الفكر و العلوم العربية ؛
- ✓ تنوير الرأي العام بالأبناء الداخلية و الخارجية و إيقافه عن مختلف التيارات العالمية ؛ جيد من الفنانين و الفنيين المدربين على
- ✓ تشجيع الهوايات و تنمية المواهب و تقديم جيل الخدمات الإذاعية المتطورة ؛
- ✓ نشر اللغة العربية لغة القرآن الكريم بين الشعوب الإسلامية بحيث تصبح اللغة العربية إحدى الروابط التي تنمي علاقات الدول ؛
- ✓ توجيه الإذاعة المناسبة للمستمع في الأماكن التي يتواجد فيها بالطريقة و الوقت المناسبين ؛
- ✓ معاونة قوى الشعب العامل في التعرف على حقوقهم و واجباتهم عن طريق الإسهام الجدي في رفع كفايتهم الفنية ؛
- ✓ السعي لتبادل الخبرات و البعثات و المنح و البرامج الإذاعية مع سائر الدول ؛
- ✓ تقديم الإذاعة بمختلف اللغات التعريف الشعوب بعدالة مبادئنا و إنجازات ثورتنا و أمجادنا المجيدة²

¹- المرجع نفسه ، ص : 69 .

²- رفعت عارف الضبع : الإذاعة النوعية، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة ، 2011، ص: 19، 20 .

الفصل الثالث: الإذاعة

✓ فسح المجال للمرأة بهدف ترقية المرأة بصفة عامة ؛

✓ التعريف بتقاليد المنطقة و خصوصيات سكانها و محاولة إحياء التراث و المحافظة على بقائه¹

المطلب الثالث: أهمية الإذاعة

إن أهمية الإذاعة تتبع من سعة الانتشار لهذه الوسيلة ، فضلا عن تطورها السريع ، من إشاعتها للأفكار والمعلومات و المعارف و عمليات تداولها بين الأفراد و المجتمعات . وتتجلى أهميتها في :

✓ أنها تخطت كافة الحواجز ، كالمسافات المتباعدة و الأمية و الفوارق الاقتصادية و الاجتماعية

باعتقاد الكلمة المذاعة التي أصبحت مسموعة في كل مكان من خلال شمولية التغطية ؛

✓ هي وسيلة تعبير مبنية على الكلام و الموسيقى و الصوت قد أخذت على نفسها مختلف المهام؛

✓ كما تكمن أهميتها في تنوع البرامج الإذاعية الأمر الذي جعل منها وسيلة ممتعة و مسلية

فاستخدمت أداة التعليم و التنقيف و تعميق المعارف و التعرف على الآداب و الفنون ، و للترفيه

والإمتاع²؛

✓ المرونة و سهولة الاقتناء و التشغيل² هم عناصر أساسية و مهمة في الإذاعة مما جعل الفرد مهتم

و متأثر بهذه الوسيلة ؛

✓ الإذاعة تتمتع بالقدرة على التغطية الجغرافية الواسعة للإرسال الإذاعي ، فهي لا تشترط مستوى

تعليمي معين في من يتابع برامجها ؛

✓ كما يمكن حملها إلى أي مكان يغادر إليه الإنسان ، و يتم توظيفها بشكل جيد لخدمة عمليتي التعليم

و التنمية³

✓ كما تتمتع الإذاعة بالسبق الإخباري على وسائل الإعلام الأخرى ، فالإرسال الإذاعي متصل على

مدار اليوم و من خلاله يستطيع الانسان الحصول على الأخبار في أسرع وقت ممكن⁴؛

✓ و تعتبر أيضا في جعلها وسيلة إعلانية مقبولة لأن ما يهم المعلن هو وصول الإعلان إلى قطاعات

¹- صالح محمد حميد : دور الإذاعات المحلية في ترسيخ مفهوم الوحدة الوطنية ، ط 1، دار أداء ، عمان ، 2012 ، ص 106 .

²- محمد كاظم الطائي : الفنون الإذاعية و التلفزيونية و فلسفة الإقناع ، ط 1، دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر ، الإسكندرية ، سنة 2007 ، ص : 21.

³- محمد صاحب سلطان : وسائل الإعلام و الاتصال دراسة في النشأة و التطور ، ط 1، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة ، عمان ، سنة 2012 ، ص : 208 .

⁴- حسن عماد مكاي و عادل عبد الغفار : الإذاعة في القرن الحادي والعشرين ، ط 1، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، سنة 2008 ، ص : 31.

عريضة من الجماهير¹.

المطلب الرابع: جمهور الإذاعة

على جمهور الإذاعة إلى الكشف عن العديد من انتهت كثير من الدراسات و البحوث التي حاولت التعرف

مواصفات هذا الجمهور على النحو التالي :

- شخص متوسط ؛

- قد يكون أميا ... و قد يكون عالما ؛

- مجهول ؛

- غير متجانس مع الآخرين ؛

- ليس مضطرا إلى الاستماع أو المشاهدة ؛

- له اهتمامات خاصة ، واهتمامات عامة يشترك بها مع الآخرين ؛

- جمهور خليط من الأطفال و النساء و الرجال و في شتى مراحل العمر ؛

- مستمع و يمكنه متابعة المواد و البرامج و الاستمتاع بها إلى جانب قيامهم بعمل آخر "قيادة السيارة ..

الأعمال المنزلية ... الخ² .

* أهمية دراسة الجمهور :

يتطلب إنتاج البرنامج الإذاعي الناجح دراسة الجمهور بشكل مستفيض ، فمن خلال تحديد فئات الجمهور

المستهدف ، و معرفة اتجاهات هذا الجمهور ، يستطيع منتج البرنامج استخدام أفضل الأساليب الممكنة

للتأثير على الأفكار و الاتجاهات و السلوك ، و لا بد أن يأخذ بعين الاعتبار التعرف الواقعي على طبيعة

المستمع الذي تستهدفه الرسالة الإعلامية و دراسة هذا المستمع دراسة واقعية تتيح إنتاج برامج تحقق المتعة

أو الفائدة معا³.

¹- ماجي الحلواني : مدخل إلى الفن الإذاعي و التلفزيوني و الفضائي ، د ط ، عالم الكتب ، القاهرة ، 2002 ، ص : 32

²- ماجي الحلواني : مرجع سبق ذكره ، ص : 181 .

³- حسن عماد مكاوي و عادل عبد الغفار : مرجع سبق ذكره ، ص : 59 .

الفصل الرابع

الجانب التطبيقي للدراسة

أولاً: مرتكزات الدراسة المنهجية

1- منهج الدراسة:

إن موضوع البحث هو الذي يفرض على الباحث استخدام منهج معين يمكنه من دراسة موضوعه لذلك فتحديد المنهج المستخدم في البحث تعتبر خطوة هامة وضرورية لتوضيح الطريق الذي سوف يتبعه الباحث في مسار بحثه للوصول إلى إجابات عن الأسئلة التي يطرحها في بداية بحثه .

ونظرا لاختلاف المواضيع المدروسة من قبل الباحثين فإن المناهج كذلك تختلف باختلاف المواضيع وذلك باعتبار المنهج هو الطريق الذي يسلكه الباحث للوصول إلى نتيجة معينة¹ .

لذلك فقد اعتمدنا في دراستنا هذه على المنهج الوصفي لأن المنهج الوصفي يعتمد على دراسة الظاهرة كما هي موجودة في الواقع ووصفها وصفا دقيقا ويعبر عنها تعبيراً كمياً أو كيفياً .

ويعرف على أنه: "المنهج الذي يصف الظاهرة وموضوع الدراسة وبحلل بياناتها وبيان العلاقة بين مكوناتها، حيث يعرف هذا المنهج بأنه يصف قضية أو حدث موجود حالياً يمكن الحصول منه على معلومات تجيب على التساؤلات التي يطرحها الباحث خلال موضوعه دون تدخل الباحث فيها"² ..

2- عينة الدراسة:

هناك من عرف العينة على أنها: "مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية و هي تعتبر جزءاً من الكل بمعنى أن تؤخذ مجموعة أفراد المجتمع على أن تكون ممثلة للمجتمع لتجرى عليها الدراسة"³ .

و تعرف أيضا على: "أنها جزء من كل أو بعض من المجتمع"⁴ .

¹ سلطان بلغيت : إضاءات منهجية في العلوم الإنسانية والحوارية ، ط1 دار بن طفيل للنشر الجزائر - 2011 ص 135

² أيمن أحمد فرج البرديني: العلاقة بين اللغة واضطراب التكامل الحسي عند الأطفال المتوحدين، رسالة مقدمة ضمن متطلبات

نيل شهادة الماجستير، تخصص علم النفس، جامعة غزة، 2006، ص146

³ رشيد زرواتي: تدريبات في منهجية البحث العلمي في العلوم الحوارية، دار هومة ، الجزائر - ط1-2002 -ص91

⁴ - محمد حسن علاوي ، اسامة كامل راتب: البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار الفكر العربي - ط2 - القاهرة مصر

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

كما تعتبر العينة من بين أهم الأدوات في البحوث الميدانية التي تقام في المجتمعات الكبيرة، إذ يعتبر البحث عن طريق المعاينة اختصاراً للوقت والجهد والمال والوصول إلى النتائج بسرعة، إلا أنه في المقابل يحتاج إلى تكون العينة ممثلة للمجتمع المراد دراسته.¹ ونظراً لحجم المجتمع الكبير الذي نخصه بالدراسة، فقد ارتأينا اختيار المسح الشامل في اختيار العينة، حيث بلغ عدد العينة المختارة من الموظفين 20 موظفاً

3- الأطار المكاني والزمني للدراسة:

3-1- الأطار المكاني:

تمت الدراسة الميدانية بإذاعة تبسة الجهوية

3-2- الأطار الزمني:

وهو الزمن الذي استغرقه الباحث إجراء هذه الدراسة الميدانية ، وقد تم توزيع استمارات الاستبيان واسترجاعها في الفترة الممتدة بين جانفي 2021 إلى غاية شهر ماي 2021 على النحو التالي:

- القراء الأولية حول الموضوع وجمع المراجع والمعلومات دامت طيلة شهر جانفي 2021
- الزيارة الاستطلاعية بتاريخ 02 فيفري 2021
- توزيع الاستمارة تمت طيلة شهر مارس 2021
- تحليل وتفسير البيانات: طيلة شهر أفريل 2021
- الاخراج النهائي للمذكرة كان في شهر ماي 2021

4- أدوات جمع البيانات:

4-1- الاستمارة : تعد الاستمارة من أكثر الأدوات المستخدمة في جمع البيانات حيث يسمح بالحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في المجال المبحوث لكونها معلومات لا يملكها إلا صاحبها المؤهل قبل غيره على البوح بها ونقاديا لعدم فهم الأسئلة حرصاً على أن يكون هناك اتصال مباشر بالمبحوثين أثناء توزيعها لضمان إجابات موضوعية ودقيقة ومراعاة صيغة الاستمارة وطرح الأسئلة حسب تكوينها.

¹ مروان عبد المجيد إبراهيم: أسس البحث العلمي لأعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى 2000، ص 157.

4-2-الملاحظة:

هي أداة هامة للبحث العلمي، تسمح بمشاهدة حيثيات الدراسة عن قرب، يعرفها محمد عبيدات وآخرون بأنها " عبارة عن عملية مراقبة أو مشاهدة سلوك الظواهر والمشكلات والأحداث ومكوناتها المادية والبيئة ومتابعة سيرها، واتجاهاتها وعلاقاتها بهدف تفسير وتحديد العلاقة بين المتغيرات والتنبؤ بسلوك الظاهرة¹.

4-3-المقابلة:

تعتبر المقابلة من أكثر وسائل الحصول على البيانات شيوعاً ويتوقف نجاحها على مستوى التخطيط لها من جهة، وعلى الكيفية التي تتبع في تسجيل المعلومات والبيانات وجهاً لوجه مع المبحوث والتعرف على صورة النفس البشرية مستعرضة بدرجة تسمح بالإلمام بظروف تنشئة المبحوث الحوارية ومتعمقة بدرجة تسمح للباحث بالكشف عن دوافعه ومشاعره واتجاهاته وعقائده وقيمه وآماله ورغباته، وهذا ما يصعب الحصول عليه عن طريق الوسائل الأخرى بجمع البيانات².

¹ محمد عبيدات وآخرون : منهجية البحث العلمي (القواعد -المراحل -التطبيقات) ، الأردن ، دار وائل ، ط2 ، 1999، ص73.

² غريب سيد أحمد، علم اجتماع ودراسة المجتمع، دار المعرفة الجامعية، 2000، ص42.

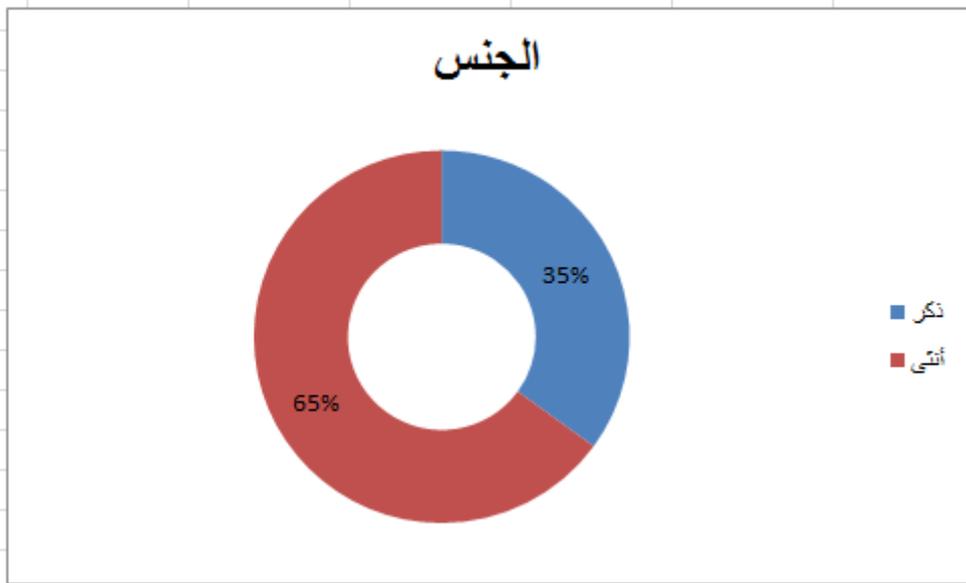
ثانيا: نتائج تحليل الجداول

محور البيانات العامة

الجدول رقم 01: توزيع افراد العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	7	35
أنثى	13	65
المجموع	20	%100

الشكل رقم 01: توزيع افراد العينة حسب الجنس



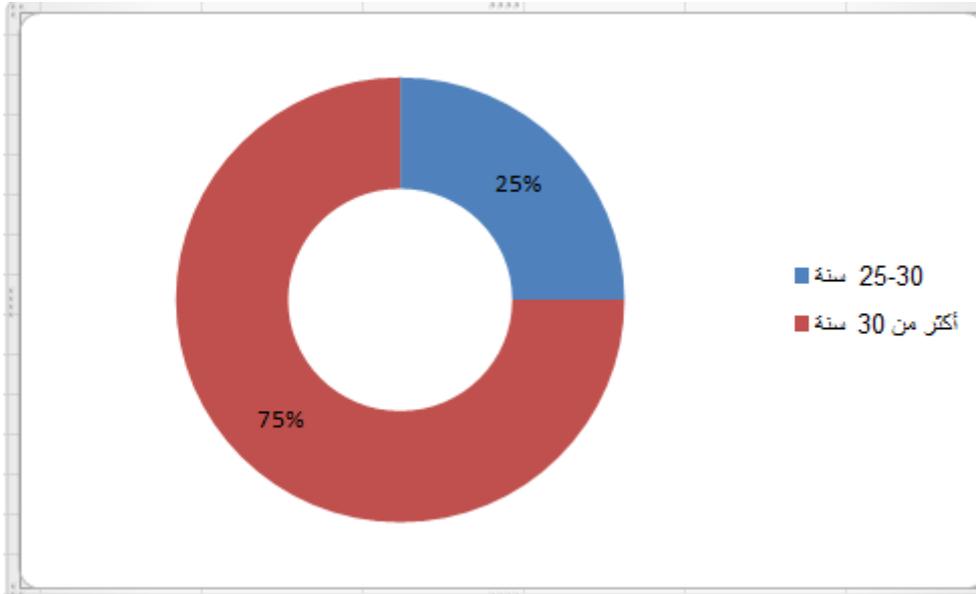
يتبين من خلال الجدول والشكل أعلاه، أن أفراد العينة والمقدرة نسبتهم 65% هم من الإناث، وهي النسبة الغالبة في كافة الشعب الدراسية التي تم توزيع استمارات الاستبيان لها، في حين أن نسبة الذكور بلغت 35%

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

الجدول رقم 02: توزيع افراد العينة حسب السن

السن	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 25 سنة	0	0%
25-30 سنة	5	25%
أكثر من 30 سنة	15	75%
المجموع	20	100%

الشكل رقم 02: توزيع افراد العينة حسب السن



من خلال الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن غالبية عينة الدراسة والمقدرة نسبتهم بـ75% تتراوح أعمارهم بين

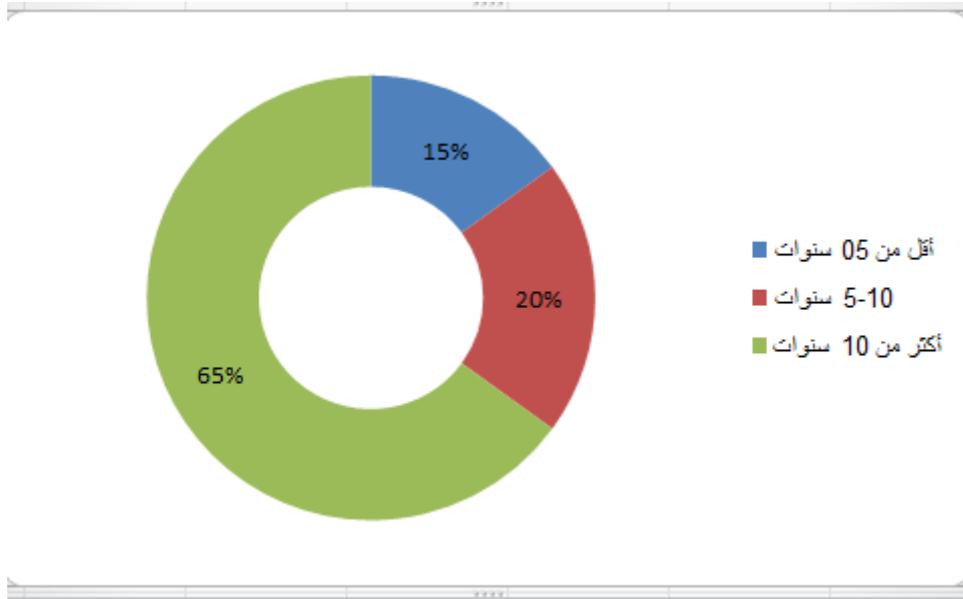
30-25 سنة، تليها نسبة 25% تبلغ أعمارهم أكثر من 30 سنة

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

الجدول رقم 03: توزيع افراد العينة حسب الخبرة المهنية

الخبرة المهنية	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 05 سنوات	3	0%
5-10 سنوات	4	25%
أكثر من 10 سنوات	13	75%
المجموع	20	100%

الشكل رقم 03: توزيع افراد العينة حسب الخبرة المهنية



من خلال الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن النسبة الأكبر من العينة المدروسة والمقدرة بـ 65% لديهم خبرة أكثر من 10 سنوات، تليها نسبة 20% تتراوح خبرتهم المهنية بين 5-10 سنوات، والبقية 15% أقل من

05 سنوات

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

المحور الأول: أهمية البرامج الحوارية في إذاعة تبسة المحلية

الجدول (04): يمثل أهمية علاقة البرامج الحوارية لمعرفة الجمهور بتطورات المجتمع المحيط به:

الإجابة	التكرار	النسبة
مؤيد	18	90%
محايد	1	5%
معارض	1	5%
المجموع	20	100%

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن النسبة الأعلى من العينة والتي بلغت 90% أيدوا الفكرة القاضية بأن البرامج الحوارية لها الدور الإيجابي والفعال في التوعية بالتطورات التي يشهدها المجتمع المحيط بالجمهور، ويرجع ذلك لما تقدمه من مادة إعلامية قيمة تصب في صالح التوعية بما يحيط بالمجتمع، بينما نجد نسبة ضئيلة جدا بلغت 5% من المحايدين والمعارضين على حد سواء مما يؤكد على أهمية البرامج الحوارية وما تقدمه من تصورات وإرهاصات تساهم بشكل واضح وجلي في معرفة ما يحيط بالمجتمع من تطورات وتغييرات.

الجدول (05): البرامج الحوارية تستحوذ على أكبر نسبة متبعة من طرف المستمعين

الإجابة	التكرار	النسبة
مؤيد	16	80%
محايد	2	10%
معارض	2	10%
المجموع	20	100%

وكسابقه، نلاحظ من خلال الجدول أن النسبة الساحقة من العينة والتي بلغت 80% يتابعون بنسبة كبيرة البرامج الحوارية من خلال الإذاعة، وهذا عائد بدرجة كبيرة إلى ما تقدمه من مادة إعلامية غنية، وعلى الرغم من وجود بعض المشاركين في الاستبيان لا يتابعون هذه البرامج أو التزموا بالحياد، حيث كانت النسبة 10% لكلاهما، إلا أن هذه البرامج تستهوي الأغلبية وتستقطب نسبة متابعة كبيرة.

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

الجدول (06): تظهر أهمية البرامج الحوارية في قدرتها على منافسة المضامين الأخرى بالإذاعة المحلية

الاجابة	التكرار	النسبة
مؤيد	14	% 73.33
محايد	3	% 16.66
معارض	2	% 10
المجموع	20	% 100

تحليل الجدول أعلاه يقودنا إلى أن أغلبية المشاركين والذين بلغت نسبتهم % 73.33 تميزوا بالأجماع والتأييد فيما يخص أهمية البرامج الحوارية وما يمكن أن تقدمه لمنافسة المضامين والبرامج الأخرى بالإذاعة المحلية، في حين نسبة المحايدون كانت ضئيلة حيث بلغت % 16.66 و يمكن تفسير هذه النتيجة بانهم لا يهتمهم مقارنة ببرامجهم الحوارية بالبرامج الأخرى ، ولم يكن الحال مختلفا عن نسبة المعارضين حيث بلغت نسبتهم % 10 و هم يرون انه لا يوجد اي وجه للمنافسة بين برامج الاذاعة المحلية.

الجدول (07): البرامج الحوارية تقدم مواضيع وقضايا متعددة ومتنوعة تمس جميع شرائح المجتمع.

الاجابة	التكرار	النسبة
مؤيد	13	%65
محايد	6	% 30
معارض	1	%5
المجموع	20	% 100

من خلال الجدول، نلاحظ أن نسبة %65، وهي نسبة لا بأس بها، أيدوا ووافقوا المواضيع والقضايا التي تعالج المشاكل الخاصة بكل شرائح وطبقات المجتمع المختلفة والمعروضة في الإذاعة المحلية، وهذا لما عرفته هاته المشاكل من انتشار واسع داخل أوساط المجتمع، كما نلاحظ أن نسبة % 30 من المشاركين التزموا بالحياد ولم يبدوا موقفهم من هاته البرامج، وهذا عائد في نظرهم إلى أن البرامج لا تعالج المشاكل الحوارية بمفهومها الواسع والشامل، بل تقوم بالإشارة إليها فحسب، وهذا ما صرح به معارضو هاته الفكرة والذين بلغت نسبتهم % 5.

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

الجدول (08): يمثل أهمية البرامج الحوارية في إثارة اهتمام الجمهور في مختلف القضايا الحوارية

الإجابة	التكرار	النسبة
مؤيد	9	46 %
محايد	8	41 %
معارض	3	12 %
المجموع	20	100 %

إن استقراء النتائج السابقة يوحي لنا بتقارب في النتائج فيما يخص الأهمية التي تكتسبها البرامج الحوارية التي تقدمها الإذاعة المحلية، حيث نلاحظ أن نسبة 46 % من العينة أيدوا دور البرامج الحوارية التي تطرح في الإذاعة المحلية في إثارة اهتمام الجمهور في مختلف القضايا الحوارية، وليس بعيدا عن هاته النسبة، فإن عدد المحايدون بلغ 41 % والذي تحفظوا بدورهم عن التفاعل مع هذه الفكرة، أما معارضو هاته الأخيرة فقد كان عددهم ضئيل ولم تتجاوز نسبتهم حاجز 12 % و ربما كان موقفهم هذا ناتج عن عدم تفاعلهم مع بعض القضايا المطروحة في البرامج الحوارية بالإذاعة المحلية .

الجدول (09): أهمية البرامج الحوارية في أنها تعتبر مرآة تعكس مشكلات وقضايا المجتمع وتكشف سلبيات وأحيانا تساعد على حلها

الإجابة	التكرار	النسبة
مؤيد	9	46.66 %
محايد	8	40 %
معارض	3	13.33 %
المجموع	20	100 %

وكسالفه، فإن هذا الجدول يبين التقارب كبير بين نسبة المؤيدين والمحايدون الخاصة في مدى أهمية البرامج الحوارية التي تقدمها الإذاعة المحلية باعتبارها مرآة تعكس مشكلات وقضايا المجتمع، حيث بلغت نسبة المؤيدين من العينة 46.66 % ، ويستندون في ذلك إلى أن البرامج المطروحة والتي تقدمها الإذاعة المحلية لها الفضل الكبير في معالجة المشاكل عن طريق سلبياتها وإيجاد حلول ناجعة لها، في المقابل فنسبة المحايدون والتي بلغت بدورها 40 % تعكس عدم اهتمام نسبة معتبرة من العينة بهذا الانشغال، أما المعارضين فلم تتجاوز نسبتهم 13.33 % إيماننا منهم بأن هاته البرامج لا تمتلك أي دور فعال في ما يخص معالجة المشاكل المطروحة.

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

المحور الثاني: محتوى البرامج الحوارية في إذاعة تبسة المحلية

الجدول (10) تستخدم البرامج الحوارية أساليب إقناع متنوعة (مقابلات ميدانية، اتصالات هاتفية مباشرة، رسائل خطية من طرف الجمهور)

الإجابة	التكرار	النسبة
مؤيد	13	% 65
محايد	5	% 18.33
معارض	2	% 11.66
المجموع	20	% 100

حسب الجدول رقم (10) يتبين أن آراء أفراد العينة تباينت في مدى تبني البرامج الحوارية لأساليب الإقناع المتنوعة وهذا ما تظهره النسب المعبرة عن آرائهم، حيث نرى أن نسبة 65 % مؤيدين لفكرة انه في البرامج الحوارية يستخدم أساليب إقناعية متنوعة منها المقابلات الميدانية و الاتصالات الهاتفية المباشرة و كذا رسائل خطية من طرف الجمهور، أما نسبة 18.33 % منهم فهم محايدون عن هذا المنطلق، و النسبة المتبقية 11.66 % فلها آراء أخرى تمثلت في معارضة تجسيد الأساليب على أرض الواقع.

و نستنتج من هذا كله أن أغلبية المبحوثين لهم تصور واضح على حقيقة و واقعية استخدام الأساليب سألقة الذكر و هذا شيء ايجابي قد يساعدنا في الحصول على درجة استجابة عالية حول الاستبيان و يسهل دراستنا.

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

الجدول (11) مضمون البرامج الحوارية يعتمد على الموضوع والفئة الموجه لها

الاجابة	التكرار	النسبة
مؤيد	11	%58.33
محايد	5	% 26.66
معارض	4	% 15
المجموع	20	% 100

يتبين من خلال الجدول رقم (11) أن المجتمع المدروس يؤيد أن مضمون البرامج الحوارية و الفئة الموجه لها يؤسس مضمونها و ماهيتها و هذا ما تثبته نسبة 58.33 % من أفراد العينة، و يعود هذا ربما الى قناعتهم بان المضمون يحدد و يتحكم به بنية الموضوع و كذا المتلقي له، بينما نجد نسبة 26.66 % منهم رأيهم كان محايدا و هذا راجع حسب وجهة نظرنا إلى عدم رغبتهم في معرفتهم أسباب تكوين المضامين و الاكتفاء فقط بتلقيها، كما نلاحظ ان ظاهرة المعارضة تتكرر ايضا في هذا الجدول و الذي تظهره نسبة 15 % و هذا يوحي باعتقادهم انه يوجد مقومات اكثر اهمية مما تم ذكره تحدد مضمون البرامج الحوارية.

الجدول (12) يتمثل في مراعاة الإذاعة المحلية للضوابط المهنية والأخلاقية عند بثها للبرامج الحوارية

الاجابة	التكرار	النسبة
مؤيد	14	% 75
محايد	2	% 11.66
معارض	4	% 13.33
المجموع	20	% 100

تعتبر النتائج الموضحة بالجدول رقم (12) متباينة و متفارقة اكثر من غيرها و هذا ما تثبته النسبة المئوية المرتفعة للرأي الاول بنسبة 75 % حيث نرى ان الافراد تؤيد بشدة تجسيد ممارسة الضوابط الاخلاقية و المهنية بالاذاعة المحلية عند بثها للبرامج الحوارية ، و نسبة 11.66 % من افراد العينة محايدين ربما هذا راجع لعدم درايتهم و معرفتهم لماهية هذه الضوابط ، أما نسبة 13.33 % فهي تعبر عن الآراء المعارضة و لا ننسى ان ابداء الرأي بالمعارضة هو اسلوب رد و حق مكفول و عليه نؤكد على ضرورة وجود اسباب جعلت هذه الافراد تنفي مراعاة الضوابط سالفه الذكر

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

الجدول (13) مضامين البرامج الحوارية تنوع الجمهور المستهدف والتفاعل مع المستمعين والمصادقية وحرية التعبير

الاجابة	التكرار	النسبة
مؤيد	15	% 73.33
محايد	2	% 11.66
معارض	3	% 15
المجموع	20	% 100

ان مضامين البرامج الحوارية تتميز عادة بتنوع و اختلاف جمهورها و كذا تفاعلها معهم و مصادقيتها و لا ننسى حرية التعبير و التي هي حق مشروع و حسب الجدول رقم (13) فان نسبة 73.33 % من افراد العينة تؤيد هذه الخاصية التي تعد اساسية في البرامج الحوارية، الا ان نسبة قليلة لا تتعدى مفرداتها 09 اي بنسبة 15 % تعارض وجود هذه الميزة، أما النسبة المتبقية 11.66 % فكان رأيهم محايدا و هذا عائد الى عدم ادراكهم لخصائص البرامج التي يتابعونها.

الجدول (14) يمثل مدى مساهمة البرامج الحوارية في رفع مستوى الوعي والادراك

الاجابة	التكرار	النسبة
مؤيد	11	% 58.33
محايد	6	% 26.66
معارض	3	% 15
المجموع	20	% 100

من خلال الجدول رقم (14) نلاحظ أن نسبة 58.33 % من العينة يؤكدون أن البرامج الحوارية لها دور فعال في رفع مستوى الوعي و الإدراك لدى الجمهور المتلقي لها و هذا لاقتناعهم برقي و أهمية المضامين التي تقدمها هذه البرامج، أما نسبة 26.66 % و عددهم 16 مفردة فقد اختاروا المحايدة لظنهم أن هذا الدور غير ضروري و أساسي لنجاح البرامج الحوارية، و النسبة المتبقية 15 % فقد نادوا بانتفاء بعدم تادية هذه البرامج للدور المذكور اي انها لا تؤثر على المستوى الادراكي لافراد الجمهور المتلقي و هذا راجع الى عدم لمس هذه الخاصية في مستوياتهم.

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

الجدول (15) يمثل مدى توافق مواضيع البرامج الحوارية مع مختلف المراحل العمرية للمجتمع

الإجابة	التكرار	النسبة
مؤيد	10	% 50
محايد	6	% 31.66
معارض	4	% 18.33
المجموع	20	% 100

من خلال الجدول رقم (15) الموضح لمدى تناسب مواضيع البرامج الحوارية في الاذاعة المحلية مع جميع الفئات العمرية للمجتمع نجد ان 30 مفردة اي بنسبة 50 % يؤيدون ان الجمهور المتلقي يمتاز بالاختلاف السيميولوجي و هذا ما يدركه معدي البرامج الحوارية مما يجعلهم يحرصون على مراعاة تناسب المواضيع مع شتى الفئات، في حين نجد نسبة 31.66 % كانوا محايدين لتأكيد او نفي صحة هذه العبارة مما يوضح عدم معرفتهم بمدى تناسب المواضيع مع جميع شرائح المجتمع العمرية، أما نسبة 18.33 % فقد عارضوا نهائيا تواجد هذه الخاصية و اوضحوا انها محتكرة على فئة معينة و محصورة حسب رأيهم.

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

المحور الثالث: أساليب ووسائل إنتاج البرامج الحوارية في إذاعة تبسة المحلية

الجدول (16) يبين ضرورة جمع معلومات وإجراء دراسات من طرف معدي البرامج الحوارية والقيام ببحوث حول المضمون

الاجابة	التكرار	النسبة
مؤيد	15	75 %
محايد	3	15 %
معارض	2	10 %
المجموع	20	100 %

يتجلى من خلال الإحصائيات المدونة في الجدول رقم (13) أن أعلى نسبة قدرت ب 75% من المبحوثين يشجعون ضرورة جمع المعلومات وإجراء دراسات ميدانية من طرف معدي البرامج الحوارية من أجل إعداد مضامين البر امج الإذاعية وتليها نسبة 15% من مفردات العينة ليس لديهم أي موقف لا يرفض ولا القبول وقد يعود ذلك إلى جهلهم بأهمية التفاعل بين المرسل والمستقبل في حين نجد نسبة 10% لا يؤيدون فكرة جمع المعلومات وإجراء دراسات من قبل معدي البرامج الإذاعية ربما يعززون ذلك إلى عوامل أخرى تساهم في إعداد البرامج الإذاعية.

من خلال قراءتنا لمعطيات الجدول نلاحظ أن أكبر نسبة من مجتمع الدراسة تشجع جمع المعلومات وإجراء الدراسات من طرف معدي البرامج الإذاعية ومنه اتساع فرص التفاعل والتوصل بين المرسل والمستقبل في العملية الاتصالية بعد أن كانت العلاقة بين الطرفين تقوم على الإرسال والتلقي في اتجاه واحد على الأغلب.

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

الجدول (17) يوضح تفاعل وتجاوب مضامين البرامج الحوارية مع تساؤلات ومقترحات الجمهور

الإجابة	التكرار	النسبة
مؤيد	16	% 78.33
محايد	3	% 13.33
معارض	1	% 8.33
المجموع	20	% 100

يظهر من خلال الجدول رقم (17) أن نسبة 78.33% من المبحوثين يصرحون بتفاعل وتجاوب مضامين البرامج الحوارية مع تساؤلات واقتراحات الجمهور في حين نجد أقل نسبة من إجابات كانت 8.33% يرون أن مضامين البرامج الحوارية للإذاعة لا تتجاوب وتساؤلات واقتراحات الجمهور وقد يرجع ذلك لعدم مشاركتهم وتقربهم من البيئة الإذاعية كما نجد نسبة 13.33% من مفردات العينة لا تبدي انطباع التأييد أو المعارضة نحو تفاعل مضامين البرامج الحوارية مع تساؤلات واقتراحات الجمهور على اعتبار أنه لم تكن لديهم تجربة في هذا المجال.

على ضوء النسب الواردة في الجدول يتبين أن تفاعل وتجاوب مضامين البر امج الإذاعية مع تساؤلات ومقترحات الجمهور من الأهداف الأساسية التي تسعى الإذاعة إلى تحقيقها وتكيف تلك المضامين بما يتناسب ومتطلبات وحاجات الجمهور المستمع للإذاعة.

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

الجدول (18) يمثل الاهتمام باختيار العاملين والمعدّين للبرامج الحوارية من مختصين في هذا المجال.

الاجابة	التكرار	النسبة
مؤيد	14	% 73.33
محايد	4	% 16.66
معارض	2	% 10
المجموع	20	% 100

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (18) أنه لبد من اختيار العاملين ومعدّين البرامج الحوارية في الإذاعة من المختصين بالنسبة 73.33% في حين نجد نسبة 16.66% كانت محايدة أما نسبة 10% من العينة يعارضون مبدأ الاهتمام والحرص على اختيار العاملين ومعدّين البرامج الحوارية للإذاعة من ذوي الاختصاص ويرون بأن هناك عوامل أخرى تساعد على إعداد البرامج والتقرب من الجمهور أكثر كالتجربة المهنية.

وما يمكن استخلاصه من الجدول أن أغلبية مجتمع الدراسة لديه نسبة كبيرة من الوعي بمدى أهمية وحساسية هذه المهنة وما تتطلبه من قدرات فكرية متخصصة حيث يتوقف نجاح هذه الأخيرة على قوة تأثير برامجها وانتشارها في الأوساط الحوارية لذلك يستوجب تكليف أهل الاختصاص بهذه العملية نظرا لما يتسمون بيه من إبداع وحرافية.

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

الجدول (19) يتمثل في محاولة دعم الاعتماد المالي المخصص للبرامج الحوارية في مختلف الجوانب

الاجابة	التكرار	النسبة
مؤيد	12	% 68.33
محايد	5	% 18.33
معارض	3	% 13.33
المجموع	20	% 100

يبرز الجدول المبين أعلاه أنه لبد من محاولة دعم الاعتماد المالي المخصص للبرامج الحوارية في مختلف الجوانب بنسبة 68.33% من مفردات العينة المبحوثة أما فيما يتعلق بالفئة المعارضة لهذا الطرح تمثلت في 13.33% اذ يعتقدون بأن هذه البرامج لا تحتاج إلى الدعم المالي كما أن نسبة 18.33% من المبحوثين كانت آراءهم محايدة في هذا الموضوع.

والاستنتاج الدال على ضوء هذه النتائج أن دعم الاعتماد المالي المخصص للبرامج الحوارية ضروري من أجل استمرارية وتجديد هذه البرامج الإذاعية لأن العملية الاتصالية كما تم الإشارة إليها سابقا لم تبقى مبنية على الإرسال والتلقي فقط بل تطورت وأصبح الدعم المالي ضروري.

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

الجدول (20) تنوع طرق تناول المواضيع في البرامج الحوارية وعدم الاعتماد على نمط معين

الاجابة	التكرار	النسبة
مؤيد	13	% 65
محايد	5	% 26.66
معارض	2	% 8.33
المجموع	20	% 100

تشير بيانات الجدول رقم (20) أن نسبة معتبرة من مفردات العينة قدرت ب 65% تشجع مبدأ تنوع طرق تناول مواضيع البرامج الحوارية وعدم الاعتماد على نمط محدد بالمقابل نجد نسبة 8.33% من المبحوثين يعارضون فكرة التنوع والتجديد ربما يفضلون نمط معين من البرامج الإذاعية يناسبهم ولا يحبذون التغيير وقدرت نسبة الفئة المحايدة ب 26.66% وهذا راجع إلى عدم الاهتمام بالمضامين الإذاعية والمتابعة دون تفاعل.

تأسيسا على ما ورد في الجدول يظهر أن الإذاعة مصدرا هاما للثقافة وخلق الوعي، إلا أنه في ظل توسيع دائرة الوسائل الإعلامية والاتصالية الحديثة تزايدت نسبة المنافسة لذلك لبد من تنوع طرق تناول المواضيع في البرامج الحوارية في الإذاعة دون حصرها في نمط معين وفئة محددة لذا كان لازما التجديد والتوسيع والتنوع بما يتماشى وجميع شرائح المجتمع دون حصر من أجل زيادة الإقبال وهذا ما اعترفت به أغلبية أفراد العينة.

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

الجدول (21) مراعاة التخصص في هذا المجال وتجنب تناول المواضيع الحساسة كالتمايز العرقي والقبلي

الاجابة	التكرار	النسبة
مؤيد	8	% 36.66
محايد	11	% 58.33
معارض	1	% 5
المجموع	20	% 100

تفيد إجابات المبحوثين في الجدول رقم (21) أن 35 مفردة من العينة المبحوثة أي بنسبة 58.33% قد اختاروا الحياد وعدم إبداء الرأي بخصوص هذا التساؤل ويرجع ذلك إلى عدة اعتبارات منها البعد الإيديولوجي وقد يرجعون الإجابة لذوي الاختصاص نظرا لحساسية الموضوع وتليها نسبة 36% من المبحوثين يؤيدون مراعاة التخصص في هذا المجال وتجنب تناول المواضيع الحساسة كالتمايز العرقي والقبلي كما يشجعون البرامج الإذاعية التي تعمل على تحقيق الانسجام والتوافق بين المواطنين كما نجد أقل نسبة من أفراد العينة قدرت ب 5% نجدهم يعارضون مبدأ مراعاة التخصص وعدم تناول المواضيع الحساسة ويعتقدون بأن هذا التوجه يبعد الإذاعة عن الهدف الذي تسعى إليه وهو الواقعية في مناقشة القضايا الحوارية على اعتبار أن التمايز العرقي والقبلي قضية إيديولوجية تحمل طابع سلبي في المجتمع ولابد من تسخير برامج إذاعية تحاول فك هذه النزعة السلبية التي شنت المجتمع.

في الواقع أن الإذاعة لابد أن تكون أكثر تقربا من المواطنين وتحاول تسليط الضوء على المشاكل اليومية التي يعاني منها المواطن وتسعى للكشف عن كثير من الحقائق الحوارية للفت انتباه السلطة ومعالجة القضايا الحوارية في حدود المعايير الأخلاقية والقانونية المسموح بها.

ثالثاً: النتائج العامة للدراسة

ان النتائج العامة التي تم التوصل إليها من خلال هذه الدراسة، تتمثل حسب ما جاء في مختلف الجداول التحليلية فيما يلي:

- ✓ تعد البرامج الحوارية جد مهمة من اجل معرفة الجمهور بالتطورات المحيطة به.
- ✓ تستحوذ البرامج الحوارية على اكبر نسبة متابعة من طرف الجمهور.
- ✓ تتجلى أهمية البرامج الحوارية في قدرتها على المنافسة مع المضامين الأخرى.
- ✓ تتعدد و تتنوع القضايا المتناولة في البرامج الحوارية و التي تمس جميع شرائح المجتمع.
- ✓ تكمن أهمية البرامج الحوارية في إثارتها لاهتمام الجمهور نحو مختلف القضايا.
- ✓ تتجسد أهمية البرامج الحوارية في أنها تعتبر مرآة تعكس مشكلات وقضايا المجتمع وتكشف سلبيات وأحيانا تساعد على حلها.
- ✓ يستخدم في البرامج الحوارية نوعا ما أساليب إقناع متنوعة (مقابلات ميدانية، اتصالات هاتفية مباشرة، رسائل خطية من طرف الجمهور).
- ✓ إن مضمون البرامج الحوارية يعتمد على الموضوع والفئة الموجه لها.
- ✓ يتم مراعاة الإذاعة المحلية للضوابط المهنية والأخلاقية عند بثها للبرامج الحوارية.
- ✓ تتميز مضامين البرامج الحوارية بتنوع الجمهور المستهدف والتفاعل مع المستمعين والمصادقية وحرية التعبير.
- ✓ تساهم البرامج الحوارية في رفع مستوى الوعي و الإدراك.
- ✓ تتناسب مواضيع البرامج الحوارية مع مختلف المراحل العمرية للمجتمع
- ✓ إن جمع معلومات وإجراء دراسات من طرف معدي البرامج الحوارية والقيام ببحوث حول المضمون أمر ضروري و محتوم من وجهة نظر الجمهور.
- ✓ يستلزم وجود التفاعل والتجاوب مع تساؤلات ومقترحات الجمهور نحو مضامين البرامج الحوارية.

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي للدراسة

- ✓ ضرورة الاهتمام باختيار العاملين و المعدين للبرامج الحوارية من المختصين في هذا المجال.
- ✓ محاولة دعم الاعتماد المالي المخصص للبرامج الحوارية في مختلف الجوانب.
- ✓ تنويع طرق تناول المواضيع في البرامج الحوارية و عدم الاعتماد على نمط معين.
- ✓ مراعاة التخصص في هذا المجال و تجنب تناول المواضيع الحساسة كالتمييز العرقي و القبلي.

خاتمة

خاتمة

خاتمة:

من خلال هذه الدراسة التي حاولنا فيها معرفة واقع انتاج البرامج الحوارية بإذاعة تبسة، حيث تبين لنا أن الإذاعة تعد من أهم الوسائط الجماهيرية السمعية التي تقدم الإفادة وتستقطب شرائح كبيرة من المتابعين بفضل ما تعرضه مواد وبرامج، ولعل أبرزها البرامج الحوارية، إذ تبين أنها تفيد بشكل كبير في تعريف الجمهور بالمتطورات الخارجية، نظرا لأنها تتنافس بقية مضامين الإذاعة، حيث تلفت الانتباه للعديد من القضايا والمواضيع، كما تتجسد أهمية البرامج الحوارية في أنها تعتبر مرآة تعكس مشكلات وقضايا المجتمع وتكشف سلبيات وأحيانا تساعد على حلها وهذا عبر الاساليب الإقناعية المعتمدة، كما أن البرامج الحوارية تتميز مضامينها بتنوع الجمهور المستهدف والتفاعل مع المستمعين والمصادقية وحرية التعبير.

وفي الأخير خرجنا بجملته من الاقتراحات التي يمكن أن نفيد بها عبر هاته الدراسة منها:

- تفعيل البرامج الحوارية وجعلها أكثر استهدافا للمواضيع الحساسة التي تعالج مشاكل أكثر دقة
- التحديد الجيد لأطراف الحوار أثناء استضافتهم في البرامج الحوارية من خلال عدة معايير على غرار الكفاءة العلمية والزاد الثقافي الاطلاع على مشاغل الناس في الواقع الملموس
- اتاحة الفرصة وزيادة المدة الزمنية وعدد الحصص الحوارية الهادفة في الإذاعة محل الدراسة

قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

الكتب:

3. إبراهيم حمد معوض واقع الحوار التلفزيوني وكيفية الارتقاء به في القنوات الفضائية العربية .
جامعة عين شمس، القاهرة، مصر ، 2005
4. إبراهيم محمد معوض: دراسات في الاعلام الخليجي، الجزء الثاني، دار الكتاب الحديث، القاهرة،
مصر، 2002
5. ابن منظور: لسان العرب، مج4 ، ط3 ، دار صادر ، لبنان ، . 1994
6. أبو جال إسماعيل سلمان : الإذاعة و دورها في الوعي الأمني ، ط 1، دار أسامة للنشر و التوزيع ،
عمان ، 2012
7. اسماعيل سليمان أبو جلال: الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، ط1، دار سلمة للنشر والتوزيع،
الأردن، 2012
8. إياد شكري البكري : تقنيات الاتصال بين زمنين ، ط 1، دار الشروق للنشر و التوزيع، 2003
9. أيمن أحمد فرج البرديني: العلاقة بين اللغة واضطراب التكامل الحسي عند الأطفال المتوحدين،
رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص علم النفس، جامعة غزة، 2006
10. جوسلين نادر وطوني مخايل، رصد البرامج الحوارية في المحطات التلفزيونية، مؤسسة مهارات،
بيروت، 2015
11. جون ميرال، رالف لوينشتاين : الإعلام وسيلة ورسالة، ترجمة ساعد خضر العرابي الحارثي، دار
المریخ، السعودية، 1989
12. حسن عماد مكايي و عادل عبد الغفار : الإذاعة في القرن الحادي والعشرين ، ط 1، الدار
المصرية اللبنانية ، القاهرة ، سنة 2008
13. الحطامي عبد الباسط : مقدمة في الإذاعة و التلفزيون ، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع،
الأردن ، 2015
14. حمدي عاصف . العمل الإذاعي والتلفزيوني مفاتيح النجاح وأسرار الإبداع . أبو ظبي، الإمارات
العربية المتحدة، ، 2004
15. رشيد زرواتي: تدريبات في منهجية البحث العلمي في العلوم الحوارية، دار هومة ، الجزائر -
ط1-2002

قائمة المصادر والمراجع

16. رفعت عارف الضبع : الإذاعة النوعية، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة ، 2011
17. زهير إحدادن: تاريخ الإذاعية والتلفزيون تاريخ الإذاعة والتلفزيون، دط، المطبوعات الجامعية الجزائرية، الجزائر، 1989
18. سلطان بلغيت : إضاءات منهجية في العلوم الإنسانية والحوارية ، ط1 دار بن طفيل للنشر الجزائر - 2011
19. شكري عبد المجيد . الفن الإذاعي وتحديات تكنولوجيا قرن جديد أسس نظرية وتطبيقية. دار الفكر العربي لمنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 1999
20. صالح محمد حميد : دور الإذاعات المحلية في ترسيخ مفهوم الوحدة الوطنية ، ط 1، دار أداء ، عمان ، 2012
21. ضيف ليندة : دور الإذاعة الوطنية في التنمية الثقافية، رسالة ماجستير ، كلية العلوم السياسية و الإعلام ، جامعة الجزائر ، 2007
22. عاطف عدلي العيد وماجي الحلواني: الأنظمة الإذاعية والتلفزيونية، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987
23. عبد العزيز بركات ومعوذ محمد، إنتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية، ذات السلاسل للطباعة والنشر، الكويت، 1998
24. عبد القادر الحديثي: دراسة في البرامج الحوارية لإذاعة BBC العربية، دار غيداء للنشر والتوزيع، الأردن، 2016،
25. عبد المجيد شكري : الإذاعة المحلية لغة العصر، د ط ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1987
26. عبد المجيد شكري : الدراما الإذاعية فن كتابة و إخراج التمثيلية الإذاعية ، ط 2، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 2003
27. غريب سيد أحمد، علم اجتماع ودراسة المجتمع، دار المعرفة الجامعية، 2000
28. كامل خورشيد مراد : الاتصال الجماهيري و الإعلام ، ط 1، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة ، الأردن ، 2011
29. ماجي الحلواني : مدخل إلى الفن الإذاعي و التلفزيوني و الفضائي ، د ط ، عالم الكتب ، القاهرة ، 2002
30. مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، 2014، ص 362.

قائمة المصادر والمراجع

31. محمد حسن علاوي ، اسامة كامل راتب: البحث العلمي في العلوم الانسانية، دار الفكر العربي - ط2 - القاهرة مصر 1999
32. محمد صاحب سلطان : وسائل الإعلام و الاتصال دراسة في النشأة و التطور ، ط 1، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة ، عمان ، سنة 2012
33. محمد عبيدات وآخرون : منهجية البحث العلمي (القواعد - المراحل - التطبيقات) ، الأردن ، دار وائل ، ط2 ، 1999، ص73.
34. محمد كاظم الطائي : الفنون الإذاعية و التلفزيونية و فلسفة الإقناع ، ط 1، دار الوفاء لندنيا الطباعة و النشر ، الإسكندرية ، سنة 2007
35. مروان عبد المجيد إبراهيم: أسس البحث العلمي لأعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى 2000
36. مصطفى يوسف كافي : الإنتاج التلفزيوني و الإذاعي ، ط 1، دار الحامد للنشر و التوزيع ، عمان، الأردن ، 2016
37. الموسي عصام سليمان، المدخل في الاتصال الجماهيري . ط 4، الكتاني لمنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 1998
38. نور الدين تواتي: الصحافة المكتوبة والهيئة البصرية في الجزائر، ط1، الدار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2009
39. هيلارد، يلارد، روبرت . الكتابة للتلفزيون والإذاعة ووسائل الإعلام الحديثة .ترجمة: مؤيد حسن فوزي، دار الكتاب الجامعي، العين، الإمارات العربية المتحدة، 2003
40. يحي بليونى : الإذاعة الإسلامية ، د ط ، دار المعرفة الجامعية ، طبع، نشر، توزيع، الإسكندرية ، مصر ، 2012

المقالات العلمية

1. راضي رشيد حسن وعثمان محمد ذويب، إتجاهات البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العراقية (السومرية والبغدادية إنموذجا) الجامعة العراقية، مجلة كلية التربية واسط، ع 10، 2011
2. الديوبي عبد الله،، أمر علي . اتجاهات طلبة جامعة العلوم التطبيقية نحو الفضائيات (دراسة إجتماعية تربوية .مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العموم الإنسانية)، مجلد 35، العدد3، غزة، فمستين، 2011

قائمة المصادر والمراجع

الرسائل الجامعية

1. أبو رشيد نهلة مظفر ، المعالجة الإخبارية لقضايا الدول النامية في الفضائيات العربية رسالة دكتوراه كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، 2005
2. علي عبد المعطي محمود الحلاطة :القيم الاجتماعية في البرامج الحوارية في التلفزيون الأردني من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية برنامج بسعد صباحك انموذجاً ، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الاوسط، 2012/2011
3. شعباني مالك : دور الإذاعة في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي : مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في علم اجتماع التنمية ، جامعة منتوري قسنطينة ، 2006

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة العربي التبسي تبسة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الاعلام والاتصال
تخصص: سمعي بصري



استمارة استبيان

- يسرنا أن نضع بين أيديكم هذه الاستمارة في إطار إنجاز بحث علمي ميداني ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص: سمعي بصري

العنوان

واقع انتاج البرامج الحوارية في الاعلام المسموع

دراسة ميدانية بإذاعة تبسة

إشراف الدكتورة:

سيفي نسرين

من اعداد الطالب:

- بورقعة هاني

ملاحظة: نرجو منكم ملاءمة هذه الاستمارة من خلال الإجابة على هذه الأسئلة بكل موضوعية وصدق ، وهذا اسهاما منكم في انجاز البحث مع العلم ان المعلومات التي تصرحون بها لا تستعمل إلا لغرض علمي وتبقى سرية، وفي الأخير نشكركم

السنة الجامعية: 2020/2021

البيانات الشخصية:

1/النوع: ذكر أنثى

2/ التخصص:

3/المستوى:

المحور الاول:

- اتجاهات الجمهور نحو أهمية البرامج الحوارية في اذاعة تبسة المحلية:

معارض	محايد	مؤيد	العبارات
			1/البرامج الحوارية مهمة لمعرفة الجمهور بتطورات المجتمع المحيط به
			2/البرامج الحوارية تستحوذ على أكبر نسبة متابعة من طرف المستعنين
			3/تظهر أهمية البرامج الحوارية في قدرتها على منافسة المضامين الأخرى بالإذاعة المحلية
			4/البرامج الحوارية تقدم مواضيع وقضايا متعددة و متنوعة تمس جميع شرائح المجتمع
			5/تكنم أهمية البرامج الحوارية في أنها تثير اهتمام الجمهور بمختلف القضايا الاجتماعية
			6/تتجلى أهمية البرامج الحوارية في أنها تعتبر مرآة تعكس مشكلات وقضايا المجتمع فتكشف السلبيات و أحيانا تساعد على حلها

المحور الثاني:

- اتجاهات الجمهور نحو واقع البرامج الحوارية في اذاعة تبسة المحلية:

معارض	محايد	مؤيد	العبارات
			1/يستخدم في البرامج الحوارية أساليب إقناع متنوعة (مقابلات ميدانية، اتصالات هاتفية مباشرة، رسائل خطية من طرف الجمهور)
			2/مضمون البرامج الحوارية يعتمد على الموضوع والفئة الموجه لها
			3/مراعاة الإذاعة المحلية للضوابط المهنية والأخلاقية عند بثها للبرامج الحوارية
			4/ تتميز مضامين البرامج الحوارية بتنوع الجمهور المستهدف والتفاعل مع المستمعين والمصادقية وحرية التعبير
			5/تساهم البرامج الحوارية في رفع مستوى الوعي والإدراك
			6/تتناسب مواضيع البرامج الحوارية مع مختلف المراحل العمرية للمجتمع

المحور الثالث:

- اتجاهات الجمهور نحو أساليب ووسائل تطوير البرامج الحوارية في اذاعة تبسة المحلية:

معارض	محايد	مؤيد	العبارات
			1/وجوب جمع معلومات وإجراء دراسات من طرف معدي البرامج الحوارية والقيام ببحوث حول المضمون
			2/التفاعل والتجاوب مع تساؤلات ومقترحات الجمهور نحو مضامين البرامج الحوارية
			3/الاهتمام باختيار العاملين والمعددين للبرامج الحوارية من المختصين في هذا المجال
			4/محاولة دعم الاعتماد المالي المخصص للبرامج الحوارية في مختلف الجوانب
			5/تنويع طرق تناول المواضيع في البرامج الحوارية وعدم الاعتماد على نمط معين
			6/مراعاة التخصص في هذا المجال وتجنب تناول المواضيع الحساسة كالتمييز العرقي والقبلي ...

