



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التربية والتعليم العالي
جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي -
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية



عنوان المذكرة

دور الإعلام المسموع في عملية التغيير السياسي


دراسة ميدانية على عينة من مستمعي إذاعة الوادي


مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال
تخصص سمعي بصري

تحت إشراف الأستاذة:

د. د. صالح دليلة 

من إعداد الطلبة:

كروشي زكريا 

مصباحي بشير 

لجنة المناقشة

المؤسسة الأصلية	الصفة	الأستاذ
الشهيد حمه لخضر - الوادي -	رئيسا	الدكتور رشيد خضير
الشهيد حمه لخضر - الوادي -	مشرفا ومقررا	الدكتورة دليلة صالح
الشهيد حمه لخضر - الوادي -	مناقشا	الدكتورة قبطة فاطمة الزهراء

الموسم الجامعي : 2022/2021



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التربية والتعليم العالي
جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي -
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية



عنوان المذكرة

دور الإعلام المسموع في عملية التغيير السياسي


دراسة ميدانية على عينة من مستمعي إذاعة الوادي


مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال
تخصص سمعي بصري

تحت إشراف الأستاذة:

د. د. صالح دليلة 

من إعداد الطلبة:

كروشي زكريا 

مصباحي بشير 

لجنة المناقشة

المؤسسة الأصلية	الصفة	الأستاذ
الشهيد حمه لخضر - الوادي -	رئيسا	الدكتور رشيد خضير
الشهيد حمه لخضر - الوادي -	مشرفا ومقررا	الدكتورة دليلة صالح
الشهيد حمه لخضر - الوادي -	مناقشا	الدكتورة قبطة فاطمة الزهراء

الموسم الجامعي : 2022/2021

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قال الله تعالى:

﴿قل هل يستوي الذين يعلمون والذين لا يعلمون إنما

يتذكر أولو الألباب﴾

[الزمر 9]

الشكر والتقدير

لك الحمد ربنا يا من مننت علينا بنعمة العلم، ويسرت لنا سبله، وأعنتنا على
تحصيله، وعلمتنا ما لم نعلم، الصلاة والسلام على خير المعلمين محمد سيد الخلق
وعلى آله وصحبه أجمعين وبعد:

نتوجه بالشكر الجزيل والامتنان الكبير للدكتورة الفاضلة " دليلة صالحى " لتتويجها
لعملنا بإكليل من النصح والإرشادات فكان لنا خير معين وسند في إنجاز هذا

البحث

وأیضا نتوجه لكل ما ساعدنا في إتمام هذا العمل

من قريب وبعيد.

شكراً



الإهداء

سبحان الذي وهبنا العقل سبحان الذي يستحق الشكر على نعمته وحده لا شريك له

والصلاة والسلام على أشرف المرسلين خير الخلق الله أجمعين أما بعد

نهدي هذا العمل

الى الوالدين الكريمين، الذين كانا لهما الفضل لبلوغنا التعليم العالي

ومن وضعونا على طريق الحياة وروحنا حتى صرنا كبارا

الى إخواننا وأخواتنا من كان لهم بالغ الأثر في تجاوز الكثير من العقبات والصعاب

الى كل الأصدقاء والزلاء

الى جميع أساتذتي الكرام من لم يتوانوا في مد يد العون لنا

الى كل هؤلاء اهدي لكم هذا العمل المتواضع

ونسأل الله ان ينال المحابكم

"زكريا، بشير"

فهرس المواضبع

7	الشكر والتقدير
8	الاهداء
9	فهرس المواضبع
12	فهرس الجداول
14	فهرس الأشكال
16	مقدمة عامّة
19	الجانب النظري للدراسة
20	الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة
21	أولا: إشكالية الدراسة
22	ثانيا: تساؤلات الدراسة:
22	ثالثا: أسباب اختيار موضوع الدراسة:
22	رابعا: أهمية الدراسة
22	خامسا: أهداف الدراسة
23	سادسا: المفاهيم الأساسية للدراسة
24	سابعا: أدوات الدراسة
25	ثامنا: منهج الدراسة
26	تاسعا: مجتمع وعينة الدراسة
27	عاشرا: الدراسات السابقة
31	الفصل الثاني: أساسيات حول الإعلام المسموع والمحلي
32	تمهيد
33	أولا: ماهية الإعلام المسموع
33	1. التعريف بالإعلام المسموع:
33	أ. نشأة الإذاعة وتطورها
33	- ظهور وتطور الإعلام المسموع في العالم

34	ظهور وتطور الإعلام المسموع في الوطن العربي.....
35	ب. مفهوم الإعلام المسموع.....
36	ثانيا: أهمية وأهداف الإعلام المسموع.....
36	1. أهميته.....
36	2. أهدافه.....
37	ثالثا: وظائف الإعلام المسموع وخصائصه.....
37	1. وظائف الإعلام المسموع (الإذاعة).....
38	2. خصائص الإعلام المسموع (الإذاعة).....
38	رابعا: أنواع الإذاعات وكيفية عملها.....
38	1. أنواع الإذاعات.....
40	2. كيفية عمل الإذاعة.....
40	خامسا: نشأة وتطور الإعلام المسموع المحلي.....
40	1. نشأة الإعلام المسموع المحلي.....
42	2. مراحل تطور الإذاعة المحلية:.....
45	سادسا: مفهوم الإعلام المسموع المحلي.....
46	سابعا: خصائص الإذاعة المحلية.....
46	ثامنا: اهداف ووظائف الإعلام المسموع المحلي.....
46	1. أهداف الإعلام المسموع المحلي.....
47	2. وظائف الإعلام المسموع المحلي.....
48	تاسعا: عوامل انتشار الإذاعة المحلية في الجزائر.....
48	عاشرا: لغة الجمهور للإعلام المسموع المحلي.....
51	الفصل الثالث: التغيير السياسي ودور الإعلام المسموع في عملية التغيير فيه.....
52	تمهيد.....
53	أولا: ماهية التغيير السياسي.....
53	مفهوم التغيير السياسي.....

54 ثانيا: أنواع التغيير السياسي
55 ثالثا: آليات ووسائل التغيير السياسي
57 رابعا : التسويق السياسي وعلاقته بالحملات الانتخابية
60 خامسا: الإذاعة ودورها في التغيير السياسي
64 خلاصة الفصل
65 الجانب التطبيقي للدراسة
66 الفصل الرابع: الدراسة الميدانية للدراسة
67 أولا: الدراسة الاستطلاعية
68 ثانيا: عرض وتحليل النتائج:
89 ثالثا: النتائج في ضوء التساؤلات
94 الخاتمة
97 قائمة المصادر والمراجع
102 الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
27	تقيم الدراسات السابقة	01
53	يمثل أنماط التحول الديمقراطي	02
65	يوضح قيمة ٢ لحساب الصدق	03
66	يوضح قيمة ألفا كرونباخ	04
66	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب الجنس (نكر ، أنثي)	05
67	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب السن	06
68	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب المستوى التعليمي	07
69	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب الحالة المهنية	08
70	يمثل توزيع أفراد العينة حول سماع الإذاعة وفق متغير الجنس	09
71	يمثل توزيع أفراد العينة حول البرامج المفضلة للاستماع في الإذاعة الوادي وفق متغير السن	10
72	يمثل توزيع أفراد العينة حول البرامج الوقت المستغرق للاستماع للإذاعة وفق متغير الحالة المهنية	11
73	يمثل توزيع أفراد العينة حول الوقت المفضل للاستماع للبرامج الإذاعية	12
73	يمثل توزيع أفراد العينة حول مشاركتهم في الاستماع للإذاعة وفق متغير الجنس	13
74	يمثل توزيع أفراد العينة حول مكان سماع الإذاعة وفق متغير السن	14
75	يمثل توزيع أفراد العينة حول انقطاع البث المفضل للاستماع للبرامج الإذاعية	15
75	يمثل توزيع أفراد العينة حول الاهتمام بالأخبار السياسية في إذاعة الوادي	16
76	يمثل توزيع أفراد العينة حول تأثير البرامج الإذاعية السياسية	17
76	يمثل توزيع أفراد العينة حول تفضيل متابعة المواضيع السياسية وفق متغير الجنس	18
77	يمثل توزيع أفراد العينة حول انطباع العام حول إذاعة الوادي	19
77	يمثل توزيع أفراد العينة حول تتابع المواضيع السياسية في إذاعة الوادي	20

78	يمثل توزيع أفراد العينة حول المواضيع السياسية في إذاعة الوادي وفق متغير السن	21
79	يمثل توزيع أفراد العينة حول استفاة الإذاعة من تغطية للأنشطة سياسية وفق متغير الحالة المهنية	22
80	يمثل توزيع أفراد العينة مساهمة الإذاعة في الانتخابات وفق متغير الجنس	23
80	يمثل توزيع أفراد العينة حول معلومات مفيدة من الإذاعة	24
81	يمثل توزيع أفراد العينة حول سلبية البرامج السياسية على المجتمع وفق متغير السن	25
82	يمثل توزيع أفراد العينة حول مساهمة إذاعة الوادي في نشر حملات من السياسية	26
82	يمثل توزيع أفراد العينة حول دور الحراك السياسي والإذاعة	27
83	يمثل توزيع أفراد العينة حول تقييم دور الإذاعة وفق متغير المستوى التعليمي الإذاعة	28
84	يمثل توزيع أفراد العينة حول المشاركة في حدث سياسي تم الإعلان عنه عبر الاذاعة	29
84	يمثل توزيع أفراد العينة حول تناول إذاعة الوادي المواضيع العربية	30
85	يمثل توزيع أفراد العينة حول رأيهم حول ما يتم أذاعه من اخبار سياسية في إذاعة الوادي	31
86	يمثل توزيع أفراد العينة حول أباء الرأي حول الانتخابات عن طريق إذاعة الوادي	32
86	يمثل توزيع أفراد العينة حول رأيهم عن المواضيع السياسية وفق متغير الحالة المهنية	33
87	يمثل توزيع أفراد العينة حول رأيهم عن التجربة وفق متغير الجنس	34

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
67	بوضح توزبع ونسبة العبنة حسب الجنس (ذكر؁ أنثب)	01
68	بوضح توزبع ونسبة العبنة حسب المستوى التبعلبمب	02
69	بوضح توزبع ونسبة العبنة حسب السن	03
70	بوضح توزبع ونسبة العبنة حسب الحالة المهنبة	04

فهرس الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق	رقم الملحق
102	الاستمارة	01
108	مخرجات spss	02

مقدمة عامّة

لقد شهد هذا القرن تطورات كبيرة على مستوى الاتصالات ووسائل نشر المعلومات والأخبار، وهذا بتطور الراديو، والتلفزيون والحاسبات الإلكترونية والأقمار الصناعية وشبكات المعلومات والانترنت... وغيرها من وسائل الاتصال والإعلام التي أحدثت الكثير من التغيير الشامل في الحياة ومنها نجد الإذاعة كإعلام مسموع والتي تعد من ابرز وسائل الاعلام الجماهيري وأكثرها تأثيرا رغم المنافسة الشديدة ومنقطعة النظير التي تفرضها عليها وسائل الاعلام الأخرى وبفضل ثروة الاستماع التي تحققت باكتشاف الراديو، بفعل ما تتميز به من خصائص التي جعلتها تستمر في الحفاظ على مكانتها.

ومن بين هذه الاذاعات نجد فالإذاعة المحلية والتي تعمل على نقل المعلومات والمعارف بشأن قضايا والمشكلات التي تواجه الأفراد في حياة اليومية، التي عادة لا يتم تناولها من قبل وسائل الإعلام الأخرى، وذلك بشكل مبسط وشامل، وربط هذه المشكلات بهوم المواطنين بهدف رفع وعيهم بأبعادها ومخاطرها وأثارها عليها وخلق سبل الحوار تكوين الرأي العام والأكثر من هذا رسم الوجدان الاجتماعي من خلال هذه الوسيلة.

وعلى هذا الأساس نشأت الإذاعات المحلية التي تبحث عن تواصل من خلال تواجدها في المجتمع المحلي للوصول لجمهور عريض وتعتبر الجزائر من البلدان النامية التي أولت أهمية كبيرة لهذا الجهاز الاعلامي العام نظرا لإدراكها الكبير لأهميته ودوره في المجال التنموي.

تلعب الاذاعة المحلية دورا بارزا في تعزيز الوعي الاجتماعي والثقافي والديني، وكذلك السياسية حيث انه يشجع على المشاركة السياسية لدى الافراد من خلال المعلومات والافكار والتوجهات السياسية المنقولة لهم عبر مختلف البرامج المعروضة، وهذا بلا شك يحدث تنمية وتغيير سياسي شامل يساعد في تشكيل قاعدة من العلم والمعرفة تعمل على تغيير سلوك الافراد الواعيين للسير على المنهج الصحيح.

وعلى هذا الأساس سعت دراستنا اللي معرفة الدور الذي يلعبه الإعلام المسموع في عملية التغيير السياسي، وهو الهدف الأساسي المرجو بلوغه من خلال دراستنا.

وقد تطرقنا لهذا الموضوع في أربع فصول، حيث جاء الفصل الأول بعنوان منهجية الدراسة وإشكالياتها حيث تضمن العديد من العناصر هي: تحديد الإشكالية وطرح تساؤلاتها والتطرق أسباب اختيار الموضوع، وكذا أهمية الموضوع وأهدافها، إضافة إلى تحديد المفاهيم

الخاصة بيها وعرض بعض الدراسات السابقة التي تم اعتماد عليها، فضلا عن تحديد منهج الدراسة، مع التطرق إلى عينة وأدوات جمع البيانات.

أما الإطار النظري يحتوي على فصلين، فالفصل الثاني جاء بعنوان: أساسيات حول الإعلام المسموع والمحلي وندرجت تحته العنوين كالتالي:

أولاً: ماهية الإعلام المسموع

ثانياً: أهمية وأهداف الإعلام المسموع

ثالثاً: وظائف الإعلام المسموع وخصائصه

رابعاً: أنواع الإذاعات وكيفية عملها

خامساً: نشأة وتطور الإعلام المسموع المحلي

سادساً: مفهوم الإعلام المسموع المحلي

سابعاً: خصائص الإعلام المسموع المحلي

ثامناً: أهداف ووظائف الإعلام المسموع المحلي

تاسعاً: عوامل انتشار الإذاعة المحلية في الجزائر

عاشراً: لغة الجمهور للإعلام المسموع المحلي

أما بالنسبة الفصل الثالث جاء بعنوان التالي: التغيير السياسي ودور الإعلام المسموع في عملية التغيير فيه وندرجت تحته العناوين التالية:

أولاً: ماهية التغيير السياسي

ثانياً: أنواع التغيير السياسي

ثالثاً: آليات ووسائل التغيير السياسي

رابعاً: التسويق السياسي وعلاقته بالحملات الانتخابية

خامساً: الإذاعة ودورها في التغيير السياسي

أما الجانب الميداني المتمثل في الرابع الذي عنون ب " المعالجة الكمية الكفية للبيانات وعرض نتائج الدراسة" تضمن عرض الجداول والتعليق عرضها وكذلك نتائج الدراسة، لينتهي بعنصر الاقتراحات والتوصيات، في الأخير خاتمة الدراسة.

الجانب النظري

للدراسة

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

أولاً: إشكالية الدراسة

ثانياً: تساؤلات الدراسة

ثالثاً: أسباب اختيار موضوع الدراسة

رابعاً: أهمية الدراسة

خامساً: أهداف الدراسة

سادساً: المفاهيم الأساسية للدراسة

سابعاً: أدوات الدراسة

ثامناً: منهج الدراسة

تاسعاً: مجتمع وعينة الدراسة

عاشراً: الدراسات السابقة

أولاً: إشكالية الدراسة

لقد تعددت وتنوعت وسائل الإعلام في عصرنا الحالي والتي تلعب دوراً كبيراً وهاماً للغاية في المجتمعات وذلك من خلال ما تملكه من أدوات للتأثير المباشر على الآراء والاتجاهات لدى الأفراد فالإعلام بشكل عام هو تلك الأدوات والتقنيات التي يتم من خلالها إيصال المعلومات أو الأحداث أو الآراء إلى الجمهور، ولا يخفى علينا ان الإعلام له العديد من الأقسام ومن بين أقسامه نجد الإعلام المسموع.

حيث لعب الإعلام المسموع دوراً أساسياً في التأثير على أفراد المجتمع، ومعرفة رغباتهم الإبداعية التي تتطلب من الجمهور أن يحملها ضمن مواضيعه وي طرحها على مائدة النقاش في إحدى برامجهم، كما أن الإعلام المسموع يتناول عدة مواضيع تتطوي على عدة برامج منها: الإخبارية، الاجتماعية، الترفيهية وحتى التثقيفية والدينية، وسياسية وهذا ما جعل الإعلام المسموع يحوز على أكبر عدد من المستمعين والمهتمين به ولقد تمثل الإعلام المسموع في الإذاعة والراديو ومنه حاز على مكانة مرموقة داخل المجتمعات اذا تعتبر الإذاعة المسموعة إحدى الوسائل المستخدمة في عمليات التنمية الاجتماعية حيث تهتم بنشر المعرفة ونقل المعلومات بسرعة وفورية متخطية حاجز الحدود المكانية والعوائق الجغرافية وحاجز الأمية ومن بين الإذاعات نجد إذاعة الوادي حيث لعبت دوراً هاماً في نشر التوعية الاجتماعية كمحو الأمية، وتعليم البنات والصحة العامة والأخبار السياسية... الخ.

وقد يطرأ على المجتمعات الكثير من المشاكل الاجتماعية والثقافية والدينية وحتى السياسية والتي تتمثل في الانتخابات والمفاوضات، وكل ما يتعلق بشؤون البلاد وعلاقاتها الداخلية والخارجية التي تنعكس على حياة المواطن، هذا الأخير الذي يسعى إلى البحث عن معلومات حول كل هذه الشؤون في مختلف الوسائل وعلى الأخص الإذاعة نظراً لتوفرها في كل مكان وسهولة استعمالها، إلى جانب كونها وسيلة الشعب التي تصل إلى كل فئاته على اختلاف مستوياتهم، التي تطرح المواضيع والبرامج السياسية بحيث تتم مناقشتها وتحليلها وطرحها على المجتمع بهدف إحداث نوع من التغيير السياسي وهنا حاولنا ومن خلال هذه الدراسة إبراز دور الإعلام المسموع في عملية التغيير السياسي، من خلال صياغة الإشكالية التالية:

كيف تساهم إذاعة الوادي في عملية التغيير السياسي من خلال ما تقدمه؟

ثانيا: تساؤلات الدراسة:

- ما هو الدور الذي لعبه الإعلام المسموع "الإذاعة في المجتمع؟
- ماهي طبيعة البرامج السياسية التي تطرحها وتعالجها إذاعة الوادي؟
- ماهي مكانة إذاعة الوادي بين وسائل الإعلام الأخرى في معالجة المواضيع السياسية؟
- ماهي الاساليب التي تتبعها اذاعة الوادي في عملية التغيير السياسي من خلال برامجها؟
- هل تمتلك إذاعة الوادي القدرات الكافية من اجل المساهمة في عملية التغيير السياسي؟

ثالثا: أسباب اختيار موضوع الدراسة:

أ. الأسباب الموضوعية:

- الموضوع محل دراسة في مجال تخصصنا
- محاولة إنجاز دراسة تبقى كمرجع يمكن الاستفادة منه للطلبة مستقبلا
- ب. الأسباب الذاتية
- الميل الشخصي إلى البرامج المسموعة كالأعلام المسموع
- إدراكنا للحاجة المتزايدة لمكتبة العلوم الإنسانية إلى المزيد من البحوث والدراسات العلمية المتخصصة التي تصب في هذا المجال.

رابعا: أهمية الدراسة

ترجع أهمية الموضوع إلى كونه يتناول أهم الظواهر الاتصالية المتمثلة في البرامج الإذاعية السياسية التي تقوم على الأسس الموضوعية للإعلام والمنطلقة من الأسس الإعلامية السياسية المتكاملة المنهج وذلك من أجل توعية الجمهور بقضاياها و تغيير السياسي الذي يطرأ على كل مجتمع ومحاولة إدخال الفرد بما يسمى الوعي السياسي بإثارة الحوافز السياسية لديه وتثقيفه بما كل ما يجري في بلده من تغيرات سياسية، كما تكمن أهميته في كونه يتناول أحد أهم المواضيع التي هي تناقش وتثير الجدل اليوم في اطار السياسة.

خامسا: أهداف الدراسة

- إبراز الدور الأساسي الذي يلعبه الإعلام المسموع في عملة التغيير السياسي
- معرفة عادات وأنماط المجتمع واستماعهم للبرامج الإذاعة السياسية

- الكشف على عدد الفترات الزمنية وعدد الساعات الذي يقضها أفراد المجتمع في الاستماع للبرامج الإذاعية

- التعرف على دور الإعلام المسموع في عملية التغيير السياسي

سادسا: المفاهيم الأساسية للدراسة

إن المفاهيم هي عبارة عن آليات ومفاتيح وهي أيضا جسد الدراسة، وذلك تطرقنا إلى تحديد المفاهيم التالية قبل الشروع في عرض دراستنا

1. الإعلام المسموع

- لغة: هو الاسم الذي اختاره اللغويون للراديو هو "المذياع" فهو الرجل أو الشخص الذي لا يستطيع أن يكتم السر ويعمل على نشره وإذاعته والأصل اللغوي لكلمة "إذاعة" وهي إشاعة بمعنى النشر العام كما يصفون الرجل المفشى للأسرار بالرجل المذياع¹

- اصطلاحا: هي عبارة عن تنظيم هيكل في شكل وظائف وأدوات تقوم على بث مجموعة من البرامج ذات طابع ترفيهي والإعلامي وذلك لاستقبالها في ان واحد من طرف الجمهور متناثر يتكون من أفراد وجماعات بأجهزة مناسبة²

- التعريف الإجرائي: هي جل الوسائل الاتصال السمعية، حيث يتم من خلال وسائل الاعلام ائصال مضامين المختلفة للجمهور التي يستخدم فيها حاسة السمع فقط.

2- مفهوم التغيير

- اصطلاحا: من الجانب الاصطلاحي فإن التغيير هو كل تلك التحولات والتغيرات التي تطرأ على الأشياء بفعل شخص ما، يعني أن التغيير يكون مخطط له ومتوقعة نتائجه وقد يمس التغيير صيغ الوظائف والهياكل والعمليات والقرارات والسلوكيات، إما في البيئة المحيطة أو الفرد أو الجماعة أو المجتمع أو التفاعل بين كل العناصر السابقة، لذلك فان التغيير رد فعل لتصرفات مبرمجة وهادفة لإحداث تغيير معين³.

¹ فضيل دليو، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيري ، ديوان المطبوعات الجامعية، ط1، الجزائر ، 2008 ، ص40.

² عبد العزيز شرف، مدخل إلى وسائل الإعلام، دار الكتاب المصرية القاهرة ، 1989 ، ص403.

³ سماتي حاتم، واقع مقاومة التغيير التنظيمي في الجامعة الجزائرية في ظل تطبيق نظام LMD من وجهة نظر الأساتذة الجامعيين، دراسة ميدانية بكل من جامعتي تيارت وبسكرة، مذكرة لينل شهادة الدكتوراه في تخصص علم النفس العمل والتنظيم، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2017/2018، ص 38.

-التعريف الاجرائي: هي كل المخططات التي تسهل التنبؤ بها من قبل الفرد والمجتمع والذي يقوم على المبادرات وكذلك يعتمد على برنامج زمني معين.

3. مفهوم التغيير السياسي:

-اصطلاحاً: يشير التغيير السياسي إلى "الانتقال من وضع لا ديموقراطي استبدادي إلى وضع ديموقراطي. والتغيير السياسي السلمي قد يطلق عليه مصطلح (إصلاح) ويمكن اعتباره مرادفاً للتغيير الدستوري في القيادة أو لإعادة بناء التأثير السياسي داخل المجتمع¹.

والتغيير السياسي كذلك هو "مجملة التحولات التي قد تتعرض لها البنى السياسية في المجتمع أو طبيعة العمليات السياسية والتفاعلات بين القوى السياسية وتغيير الأهداف، بما يعنيه كل ذلك من تأثير على مراكز القوة بحيث يعاد توزيع السلطة والنفوذ داخل الدولة نفسها أو بين عدة دول².

-التعريف الاجرائي: هي كل التحولات والتغييرات التي طرأت على نظام الدولة سواء مراكز القوة بحيث يعاد توزيع السلطة والنفوذ داخل الدولة نفسها او بين عدة دول، ويأتي هذا التغيير كاستجابة لعدة عوامل اهمها: الرأي العام، تداول السلطات، ضغوطات ومطالب خارجية.

سابعا: أدوات الدراسة

استخدمت في هذه الدراسة استمارة الاستبيان حيث تعتبر من أدوات البحث الشائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية خاصة في علوم الإعلام والاتصال وهو عبارة عن مجموعة من الأسئلة التي يقدمها الباحث بعناية ليتم طرحها على المبحوث قصد الحصول على معلومات خاصة بالبحث

1. استمارة الاستبيان:

أ. تعريف الاستبيان

هو عبارة عن مجموعة من الأسئلة والاستفسارات المتنوعة، والمرتبطة بعضها ببعض بشكل يحقق الهدف أو الأهداف، التي يسعى إليها الباحث. وذلك في ضوء موضوع البحث

¹ عماد مؤيد جاسم محمد المرسومي، أثر دراسة قوى التغيير في استشراف مستقبل الدولة القومية -التنمية البشرية نموذجاً، أطروحة دكتوراه غير منشورة، العراق، جامعة النهرين، كلية العلوم السياسية، 2006 ص 27. متوفر عبر الرابط <https://eipss-eg.org>، 2022/05/11، 14:00.

² إسماعيل صبري مقلد، محمد محمود ربيع: موسوعة العلوم السياسية. الكويت، جامعة الكويت، 1994، ص 47.

والمشكلة التي اختارها. أما حجم الاستبيان، وعدد الأسئلة التي يشتمل عليها فقد تكون كثيرة أو قليلة تبعاً لطبيعة الموضوع، وحجم البيانات التي يتطلب جمعها وتحليلها، ولكن المهم أن تكون الأسئلة وافية وكافية لتحقيق هدف أو أهداف البحث ومعالجة الجوانب المطلوب معالجتها من قبل الباحث¹.

حيث أننا استخدمنا في دراستنا أداة الاستبيان حيث وزعت 100 استبانة على أفراد مختلفة الأعمار ومختلفة المستويات حيث دار الموضوع على دور الأعلام المسموع في عملية التغيير السياسي وضمت ثلاثة محور حيث المحور الأول كان خاص بالبيانات الشخصية

ومحورين الثاني بعنوان عادات وأنماط الاستماع لإذاعة الوادي وبه 11 فقرة.

أما المحور الثالث بعنوان الإعلام المسموع ودور إذاعة الوادي في التغيير السياسي وبه 16 فقرة.

ثامناً: منهج الدراسة

يلجأ العديد من الباحثين على أن اختيار المنهج الذي يلعب دوراً وأهمية بالغة في نجاح البحث العلمي، وهو عبارة عن عرض مفصل ودراسة معمقة تتمثل في الكشف عن الحقيقة أو التأكيد عليها لإضافة جديد أو حل لمشكلة، وهو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسة المشكلة لاكتشاف الحقيقة وهو الطريق المؤدي لكشف الحقيقة في العلوم البسيطة طائفة من القواعد العامة التي تهيم على السير العقل وتحديد عملياته حتى تصل إلى صحة المعلومة²

وقد اتبعنا في دراستنا على المنهج المسحي الذي يعتبر أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وأدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم³.

¹ عامر إبراهيم قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، دار المسيرة، ط5، الاردن، 2014م، ص168

² عمار بوحوش، مناهج البحث العلمي ومطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجزائرية بن عكنون، ط2، دس، ص128

³ حكيمة جاب الله، المنهج المسحي، محاضرات السداسي الثاني لمقياس: منهجية علوم الإعلام والاتصال، ماستر - اتصال تنظيمي، كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم الاتصال، جامعة الجزائر 3، ص12

1. تعريف المنهج المسحي

يعرف بأنه محاولة منظمة لتحليل وتفسير وتقرير الوضع الراهن لنظام اجتماعي أو جماعة أو بيئة معينة وينصب البحث المسحي على الوقت الحاضر وليس على اللحظة الحاضرة كمان أنه يهدف إلى الوصول إلى بيانات يمكن تصنيفها وتفسيرها وتعميمها وذلك للاستفادة بها في المستقبل وخاصة في الأغراض العلمية.

تحديد المشكلة موضع الدراسة: بداية إجراءات أو خطوات المنهج الوصفي المسحي يتمثل في تحديد المشكلة دراستنا والتي تمثلت في دور الاعلام المسموع في عملية التغيير السياسي لذلك وجب أن تكون مشكلة واقعية، ومرئية للجميع ومنه وضعنا اشكالية رئيسية تتفرعها اسئلة جزئية من اجل تحليل ووصف محتوى الموضوع ويشمل المنهج المسحي ايضا حدود وتتمثل هذه الحدود في: الحدود الموضوعية الحدود المكانية، والحدود الزمانية، ومن بين مؤشرات اختيارنا للمنهج المسحي هو اختيارنا لمجتمع وعينة الدراسة حيث قمنا بتوزيع الاستبانة وتحليل الاحصائي للبيانات.

تاسعا: مجتمع وعينة الدراسة**1. تعريف مجتمع الدراسة**

يتم اختيار العينة من مجتمع الدراسة والذي نعني به: "مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة"¹

يقصد بمجتمع الدراسة جميع الأحداث أو (الأفراد) أو المؤسسات التي يمكن أن يكونوا أعضاء في عينة الدراسة. ومجتمع الدراسة جمع طبيعي أو جغرافي أو سياسي من الأفراد أو الحيوانات أو النباتات أو المواضيع. وباختصار فالمجتمع من الناحية البحثية ما هو إلا جمع فيزيقي، ولأسباب اقتصادية وعملية لا يستطيع الفرد دراسة مجتمع الدراسة في جميع الدراسات، وإنما يستعاض عن ذلك بدراسة العينة.²

ويتمثل مجتمع الدراسة في جمهور الإذاعة المحلية في ولاية الوادي.

2. عينة الدراسة**- تعريف عينة الدراسة:**

¹ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، ط1، القاهرة، مصر، 2000، ص130

² البديانة ذياب، المرشد إلى كتابة الرسائل الجامعية، الرياض، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، 1999، ص43

فاختيار العينة بناء على نوع الدراسة وأهدافها فبالتالي فالأنسب لهذه الدراسة من بين أنواع العينات العينة القصدية ونظرا لاقتران عيناتنا على مستمعي إذاعة الوادي فقد اعتمدنا في هذه الدراسة على العينة القصدية.

تعرف العينة القصدية بأنها العينة التي يعتمد عليها الباحث أن تكون من حالات معينة أو وحدات معينة لأنها تمثل المجتمع الأصلي.

تعرف تحت أسماء متعددة مثل: الغرضية: العمدية أو النمطية، يقوم فيها الباحث باختيار مفردات بطريقة تحكيمية لا مجال للصدفة فيها، وفق إدراك مسبق ومعرفة جيدة لمجتمع البحث ولعناصره الهامة وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة .

العينة القصدية: هي التي يتم فيها اختيار عدد قليل من المفردات بطريقة يراعى فيها صفة التمثيل المطلوبة وعليه لا يلجأ الباحث إلى استعمالها إلا إذا اضطرته ظروف البحث إلى اختيار عدد قليل جدا من المفردات .

طريقة اختيار العينة: حيث أنها تتم عن طريق اختيار الباحث لمجموعة من الأفراد تلائم الغرض من البحث كأن تكون هذه العينة عايشة ظاهرة معينة واعتمدت الباحثة في اختيار العينة على الأسلوب العرضي بحيث تم توزيع الاستمارات على مستمعي إذاعة الوادي وبرامج السياسة حيث اخترنا عينة 100 مفردة من المجتمع الأصلي للدراسة.

عاشرا: الدراسات السابقة

1. عرض الدراسات السابقة ومجال الاستفادة منها

الدراسة الأولى: من إعداد ضيف الله ليندة المعنونة بـ: " دور الإذاعة الوطنية في التنمية الثقافية " القناة الأولى نموذجا" دراسة ميدانية على طلبة جامعة الجزائر -يوسف بن خدة الجزائر - العاصمة، أطروحة لنيل شهادة الماجستير العلوم علم اجتماع الاتصال، لسنة 2009-2010.

هدفت الدراسة إلى معرفة الإذاعة وضرورتها في متابعة الموضوعات الثقافية فهي الجهاز الثقافي يمكن أن يساهم في عملية التنمية الثقافية من خلال البرامج الثقافية التي تبثها حسب الباحثة وقراءاتها النظرية والإحصائية كما استنتجت أن القناة الأولى للإذاعة

الوطنية لا تعطي مكانة كبيرة للتنمية الثقافية وهذا تتحكم فيه عدة عوامل ومؤثرات داخلية وخارجية، كما أنها تساهم بشكل متوسط في عملية التنمية الثقافية وأن البرامج الثقافية بالإذاعة الوطنية لا تزال تحتاج إلى التطوير والتحسين أكثر حتى تلقى اهتمام كبير في حدوث عملية التنمية الثقافية

معتمدة على المنهج المسحي الوصفي وذلك بالقراءات الإحصائية ومجموع التكرارات من خلال إجابات الباحثين كما وظفت الباحثة أكثر من أداة بحثية منها الملاحظة والاستبيان والمقابلة، وبلغت العينة المدروسة من الطلبة 200 مفردة ، وقد خلصت الدراسة بنتائج التالية:

- أن مساهمة الإذاعة الوطنية في التنمية الثقافية يتطلب الاستمرارية وبذل المزيد من الجهود مع تغيير الخطط والاستراتيجيات في التنمية الثقافية
- تهتم الدراسة بصفة خاصة بالأخبار والقيم الإخبارية في عملية التحرير وتأثيرات ذلك على الصحفيين بصفة خاصة والجمهور بصفة عامة حيث أفادتنا هذه الدراسة في:
- ماهية الإذاعة وأهميتها وأهداف التي تسعى إليها
- دور الذي لعبته الإذاعة على المستوى العام
- الدراسة الثانية من إعداد بداني فؤاد، المعنونة بـ "سوسيولوجية القيم الإخبارية بالإذاعة الجزائرية - دراسة ميدانية حول إذاعة مستغانم"، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه العلوم علم اجتماع الاتصال، لسنة 2015-2016.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الاتصال والنشاط الذي يقوم به في كل زمان ومكان نلتقي فيه بأشخاص أو نريد أن نوصل معلومة أو فكرة أو أمراً إليهم. إنه من أكثر الأنشطة التي يقوم بها الإنسان في حياته، كما يوجد مفهوم الإعلام الذي عرّف بأنه تزويد الناس بالأخبار والوقائع السليمة ومن عناصره نجد الوسيلة وهي الطريق الذي تمر من خلاله الرسالة بين المرسل والمستقبل. والقنوات التي تنقل الرسائل هي موجات الضوء والصوت التي تمكننا من رؤية الآخرين وسماعهم فالمناهج التي اعتمدت عليها هي المناهج الكمية والكيفية من تحليل المحتوى والمنهج المسحي الوصفي، أما لأداة فهي الاستمارة بالمقابلة

حيث قدرت عينة الدراسة لقد اختير مجموعته من الصحافيين العاملين بقسم الأخبار والتحرير وهذا لمحدودية عددهم 10. وقد خلصت الدراسة بالنتائج التالية:

- إن الإذاعة وسيلة من وسائل الإعلام المسموع والتي لها قوة تأثير كبيرة على الجماهير من خلال الصوت.

- ان في إذاعة مستغانم المحلية يوجد العديد من أشكال القائم بالإعلام والذي يشكل في جمعه هيئة التحرير المكلفة بالأخبار.

- اعتماد الإذاعة على نوع الخبر كقالب صحفي متميز في الأداء الإخباري والذي يسمح بالتحكم في الوقت ودرجة الموضوعية في تناول الأخبار والأحداث وإذاعة مستغانم تحاول دائماً تجنب الصراعات وعدم التعمق والتطرق.

أفادتنا هذه الدراسة فيما يلي:

- التعريف بالأعلام المسموع المحلي

- اهم المواضيع التي تتناولها الإذاعة

2. تقييم الدراسات السابقة

من خلال ما تم التطرق اليه في الدراسات السابقة نجد ان:

الجدول رقم(01): تقييم الدراسات السابقة

المقارنة	الدراسة الأولى	الدراسة الثانية	الدراسة الحالية
من حيث الموضوع الدراسة	دور الإذاعة الوطنية في التنمية الثقافية "القناة الأولى نموذجاً" دراسة ميدانية على طلبة جامعة الجزائر - يوسف بن خدة الجزائر - العاصمة	سوسولوجية القيم الإخبارية بالإذاعة الجزائرية - دراسة ميدانية حول إذاعة مستغانم-	دور الإعلام المسموع في عملية التغيير السياسي
من حيث أهداف الدراسة	معرفة الإذاعة وضرورتها في متابعة الموضوعات الثقافية فهي الجهاز الثقافي يمكن أن يساهم في عملية التنمية الثقافية	التعرف على الاتصال والنشاط الذي يقوم به في كل زمان ومكان نلتقي فيه بأشخاص أو نريد أن نوصل معلومة أو فكرة أو أمراً إليهم	إبراز الدور الأساسي الذي يلعبه الإعلام المسموع في عملة التغيير السياسي

معرفة عادات وأنماط المجتمع واستماعهم للبرامج الإذاعة السياسية			
استخدمت هذه الاستبيان	الاستبيان	استخدمت أداة الاستبيان	من حيث الأداة
ضرورة تنوع أكثر من البرامج الإذاعية بالأخص في المجال السياسي حيث كلما تنوعت البرامج زاد النمو المعرفي للجمهور اهتمام أكثر بالبرامج السياسية ومدى أهميتها وتأثيرها على المجتمعات إنشاء إذاعة خاصة بالبرامج السياسية.	إن الإذاعة وسيلة من وسائل الإعلام المسموع والتي لها قوة تأثير كبيرة على الجماهير من خلال الصوت	أن مساهمة الإذاعة الوطنية في التنمية الثقافية يتطلب الاستمرارية وبذل المزيد من المجهود مع تغيير الخطط والاستراتيجيات في التنمية الثقافية	النتائج

المصدر: من إعداد الطلبة

الفصل الثاني: أساسيات حول الإعلام المسموع والمحلي

تمهيد

أولاً: ماهية الإعلام المسموع

ثانياً: أهمية وأهداف الإعلام المسموع

ثالثاً: وظائف الإعلام المسموع وخصائصه

رابعاً: أنواع الإذاعات وكيفية عملها

خامساً: نشأة وتطور الإعلام المسموع المحلي

سادساً: مفهوم الإعلام المسموع المحلي

سابعاً: خصائص الإعلام المسموع المحلي

ثامناً: أهداف ووظائف الإعلام المسموع المحلي

تاسعاً: عوامل انتشار الإذاعة المحلية في الجزائر

عاشراً: لغة الجمهور للإعلام المسموع المحلي

خلاصة الفصل

تمهيد

تعتبر وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري مرآة تعكس توجهات وأفكار القائمين عليها، كما أنها تؤثر على الرأي العام وتوجهاته خاصة في ظل الأزمات والصراعات سواء بين الأنظمة والمرجعيات القائمة في أي مجتمع، أو بين الأنظمة وقوى خارجية أخرى وللإعلام المسموع أهمية كبيرة في المجتمعات يظهر ذلك من خلال الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها سواء خلق الوعي الشامل حول القضايا السياسية والاجتماعية الخلافية المطروحة والتركيز على الأهداف السياسية وإبراز القضايا الموجودة داخل المجتمعات، حيث تعد الإذاعة احد وسائل الإعلام المسموع وهي أداة اتصال جماهيرية المهمة التي تتميز بسعة الانتشار وانخفاض التكلفة، وهي الوسيلة السهلة التي تجعل الأفراد وغيرهم على علم بما يحدث. ومن خلال هذا الفصل سنتطرق إلى التعريف بالأعلام المسموع بشكل عام والإعلام المحلي بشكل خاص.

أولاً: ماهية الإعلام المسموع

للإعلام المسموع دور كبيرة في نشر الأفكار بما في ذلك أفكار السلام بين المستمعين محلياً أو خارجياً وإحساسهم انهم أبناء وطن واحد رغم تعدد اللهجات، وتعد أيضاً وسيلة للاتصال مع العالم الخارجي سواء بطريق مباشر أو غير مباشر رسمية أو غير رسمية وبذلك يصبح العالم قرية صغيرة تضمها بين ذراعيك وتستمتع إليها بأذنيك فتؤدي إلى تقارب الأفكار وتالف القلوب رغم بعد المسافات ومنه نعرف الإعلام المسموع.

1. التعريف بالإعلام المسموع:

لقد ظهرت الإذاعة في العديد من المناطق سواء في العالم عامة أو في الوطن العربي خاصة ومنه سنتطرق إلى نشأة وتطور الإذاعة التي تعد أحد أهم وسائل الإعلام المسموع:
أ. نشأة الإذاعة وتطورها

- ظهور وتطور الإعلام المسموع في العالم

تعود التجارب الأولى التي أجريت من أجل نقل الصوت على الأثير إلى حوالي عام 1890¹ كما ان أول عملية لنقل المعلومات إلى مسافات بعيدة عبر الفضاء الخارجي قد حققها العالم الإيطالي ماركوني في عام 1901 حين استطاع إرسال إشارات راديوية والنقاطها عبر المحيط الأطلسي² ولكن الإذاعة لم تصبح حقيقة واقعة إلا في عام 1920. وتعد الولايات المتحدة الدولة الأولى التي أجريت فيها التجارب في هذا الحقل وتبعتها عن قرب بريطانيا وفرنسا وألمانيا، ونشرت استراليا وكندا في هذا المضمار في تاريخ يعتبر مبكراً نسبياً.

ففي عام 1920 بدأ الدكتور فرانك كونراد المهندس في شركة "ويستجهاوس" في بنسلفانيا بتشغيل محطة راديو تليفون الهواة، واعتاد كونراد إذاعة الموسيقى المحلية المسجلة ونتائج المباريات الرياضية، وقد بدت هذه المحطة تذيع برامج منتظمة في 02 نوفمبر 1920، ووافق افتتاحها إجراء انتخابات الرئاسة وخلال الأشهر الأولى لتشغيل المحطة أذاعت وصفاً صوتياً لمباريات في ملاكمة والبيسبول.

وتم إنشاء هيئة الإذاعة البريطانية BBC 1924 وبدأ البث الإذاعي في فرنسا عام 1921، وفي ألمانيا 1923، وما ان انتهت سنة 1924 حتى كانت هناك محطة إذاعة واحدة على

¹ علي عبد الفتاح، الإعلام والمجتمع، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط1، 2014، عمان، ص15.

² حارث عيود، مزهر العاني، الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي، دار مكتبة حامد، ط1، 2015، ص34-35.

الأقل في كل بلد متقدم، وفي عام 1935 بلغ عدد المحطات الإذاعية في العالم حوالي 1200 محطة، فوصل العدد في عام 1960 إلى أكثر من 7500 محطة.¹

- ظهور وتطور الإعلام المسموع في الوطن العربي

بدأت الإذاعة المسموعة بثها متأخراً نسبياً عن دول العالم، حيث عرفت محطات الإذاعة لأول مرة في العالم العربي في منتصف العشرينيات، فكانت مصر هي أول دولة عربية، تم تأسيس عدد من الإذاعات الأهلية في عشرينيات القرن الماضي، ففي القاهرة كانت هناك إذاعة مصر الجديدة وهي أول إذاعة أهلية تم تأسيسها عام 1925.² يؤرخ لبداية الإذاعة في الوطن العربي ببدايتها في مصر، وامتد أثر الهواة مثلما كان في الولايات المتحدة الأمريكية، فقد امتلك الهواة المصريون الإذاعة وعملوا على نشرها، واعتمدوا على الإعلانات التجارية في تمويلها، ولكن كان لابد من ضبط هذا النشاط وتقنيته فصدر مرسوم ملكي يحدد الشروط التي يجب إتباعها لاستخراج التراخيص الخاصة باستخدام الأجهزة اللاسلكية طبقاً للاتفاقيات الدولية، وبدأت هذه المحطات الإذاعية الأهلية تذيع باللغة الانجليزية والفرنسية والاطالية للأجانب في مصر، وقد تم إيقاف هذه المحطات جميعها عن البث لضعف إمكانياتها ومادتها وبدأت الحكومة المصرية ببث إرسالها في ماي 1934م.

وبعد مصر جاءت الإذاعات تباعاً على النحو التالي:

- في الجزائر قام أحد الفرنسيين سنة 1925م بإنشاء محطة إرسال على الموجة المتوسطة حتى سنة 1962م حيث أصبحت الإذاعة خاضعة لإشراف الحكومة الجزائرية.

- في تونس بدأ الإرسال الإذاعي سنة 1935م باستخدام محطة للبث بواسطة بعض الأشخاص.

- في لبنان أنشأت حكومة الانتداب الفرنسي أول محطة إذاعية في سبتمبر 1938م إلى أن تسلمتها الحكومة الوطنية 1946م.

- في السودان بدأت أول محطة إرسال الإذاعة في أبريل 1940م.

- في سوريا أنشئت أول محطة إذاعية سنة 1941م بعد انسحاب القوات الفرنسية.

¹ علي عبد الفتاح، مرجع سابق، ص 16.

² أحمد عزت واخرون، الإذاعة والتلفزيون إعلام السلطة، دراسة في إعلام السلطة، القاهرة، مصر، ص 8.

- في الأردن بدأ الإرسال الإذاعي في مدينة أرم الله في 1948م.¹

ب. مفهوم الإعلام المسموع

قد اختلف تحديد مفهوم الإعلام المسموع أو ما يعرف بالإذاعة لذلك سنقوم بتفصيل حول مفاهيم التي أطلقت على الإذاعة

-**التعريف الأول:** يعرفها عبد العزيز شرف²: "على انها عبارة عن تنظيم مهيكلي في شكل وظائف وأدوار، تقوم على بث مجموعة من البرامج ذات الطابع الترفيهي التثقيفي والإعلامي وذلك لاستقبالها في آن واحد من طرف جمهور متناثر يتكون من أفراد وجماعات بأجهزة مناسبة".

-**التعريف الثاني:** تعرف على انها³: هي الانتشار المنظم والمقصود بواسطة الراديو لمواد إخبارية وثقافية وتعليمية وتجارية وغيرها من البرامج، ليلتقطها في وقت واحد المستمعون المنتشرون في شتى أنحاء العالم فرادى وجماعات باستخدام أجهزة الاستقبال المناسبة.

-**التعريف الثالث:** تعرف الإذاعة على انها⁴: "هي الإذاعة المسموعة احدى الوسائل المستخدمة في عمليات التنمية الاجتماعية حيث تهتم بنشر المعرفة ونقل المعلومات بسرعة وفورية متخطية حاجز الحدود المكانية والعوائق الجغرافية وحاجز الأمية"

ومنه نستنتج ان الإذاعة أوسع وسائل الاتصال انتشارا وأكثرها شعبية، وجمهور عام بجميع مستوياتها، فتستطيع الوصول إليه مخترقة حواجز الأمية، والعقبات الجغرافية والقيود السياسية، التي تمنع الرسائل الأخرى من الوصول إلى مجتمعاتها، يعني أن الإذاعة تخاطب جميع أفراد المجتمع ذلك أنها لا تعرف الحدود إذا قارناها ببعض الوسائل الأخرى.

¹ محمد شوابنة، الإعلام المحلي وقضايا التنمية، جامعة 8 ماي 1945 - قالمة، الجزائر، 2016-2017، ص33-35.

² حميد صالح محمد، دور الإذاعات المحلية في ترسيخ الوحدة الوطنية، عمان، دار غيدان للنشر والتوزيع، ص89.

³ الحطامي عبد الباسط محمد، مقدمة في الإذاعة والتلفزيون، دار اسامة للنشر والتوزيع، الاردن- عمان، ط1، 2015، ص20.

⁴ حميد صالح محمد، دور الإذاعات المحلية في ترسيخ الوحدة الوطنية، المرجع السابق، ص89.

ثانياً: أهمية وأهداف الإعلام المسموع

1. أهميته

للإذاعة أهمية كبيرة تكمن فيما يلي:

- تعد الإذاعة وسيلة التعبير المبنية على الكلام والموسيقى والصوت قد أخذت على نفسها مختلف المهام كالتسلية والانباء والخدمات ذات النفع العام والتربية والثقافة.
- ازدادت أهمية الإذاعة في دول العالم الثالث وخاصة الدول العربية لاعتبارات كثيرة أهمها ارتفاع نسبة الاميين اللذين لا يقرؤون ولا يكتبون واللذين وجدو في الإذاعة ضالتهم المنشودة، ثم ارتفاع نسبة الأطفال اللذين هم على مقاعد الدراسة، وازدياد الطلب الاجتماعي على التعليم وبرز دور الإذاعة في هذا المجال.
- تبوأ الإذاعة منذ العشرينيات من القرن العشرين مكانا بارزا في العالم، وقد احتلت مكانها في عاداتنا وتغلغلت في جميع الأوساط وفرضت وجودها في كل موضع
- كما نعلم من قبل ان الإذاعة تستطيع مخاطبة الجميع وتعتبر من أفضل وسائل الاتصال الجماهيرية في قدرة الوصول إلى المستمعين دون تمييز.¹

2. أهدافه

تسعى الاذاعات إلى تحقيق أهداف معينة ومن بين تلك الأهداف نذكر²:

- المساهمة بجميع السبل والوسائل في توسيع التواصل.
- القيام باستغلال وسائلها الإنتاجية وصيانتها وتتميتها وتكثيفها مع تطور التقنيات والتكنولوجيات.
- فتح قنوات لانفتاح على العالم الخارجي من كافة النواحي بما في ذلك تبادل الخبرات وعقد الصداقات وتحسين صورة المجتمع لدى مجتمعات الأخرى ورد على حملات التشويه الخارجية التي قد توجه إلى أي مجتمع من المجتمعات.³
- تدعيم اتجاهات وقيم إيجابية مسبقة موجودة أصلا لدى فئات الجمهور المستهدف.

¹ أحمد شاهين، الإعلام والتنمية، مؤسسة طبية للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة-مصر، 2001 ص10.

² نسمة احمد البطريق، الكتابة للإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة -مصر، 2005، ص 17.

³ عبد احمد يوسف حمائل، دور اذاعة "امن اف ام" في تعزيز الانتماء الوطني لدى الطلبة الجامعيين، شهادة مقدمة لنيل درجة الماجستير، جامعة الشرق الاوسط، 2011، ص27.

ثالثا: وظائف الإعلام المسموع وخصائصه

1. وظائف الإعلام المسموع (الإذاعة)

يقوم الإعلام المسموع بأدوار عديدة وفعالة في المجتمع، فالإذاعة لا تقل أهمية عن الوسائل الإعلامية الأخرى، والدراسات العديدة التي أنجزت في العديد من جهات العالم، تؤكد أن الراديو لأسباب عديدة سبق التعرض لها مزال منافسا للتلفزيون، بل هناك بعض الوظائف التي يحققها الراديو للمستمعين والتي لا تستطيع وسائل إعلام أخرى تحقيقها ومما يلي سنقوم بعرض وظائف الإعلام المسموع¹:

- **الوظيفة الإشهارية:** يعتبر الإشهار المورد الأساسي للإذاعة الذي له دور كبير في تمويلها بما يكفل تسديد جزء من نفقاتها.
- **وظيفة تربوية وتعليم:** حيث تعمل الإذاعة على القيام بدور فعال في محو الأمية، فهي تلعب ادوار أساسية في التوعية بالمشكلات.
- **وظيفة تحديث المجتمع:** تعمل الإذاعة على نشر المعرفة، وتنمية المجتمع كما تعمل على تهيئة مناخ الحوار وسط الجمهور المستمع.
- **الوظيفة الإعلامية:** تعمل الإذاعة على نقل المعلومات كالأخبار والأنباء، كما تمنح الأفراد معلومات متنوعة تمكنهم من اتخاذ القرارات المناسبة، فالأخبار والبرامج الإخبارية تمثل العمود الفقري للمواد التي يتم بثها من خلال الإذاعة، والوظيفة الإخبارية التي تعنى بنقل الأخبار مهما كان نوعها اقتصادية، سياسية، اجتماعية... الخ.
- **الوظيفة التثقيفية:** وذلك من خلال ما تبثه من أفكار ومعلومات وقيم، التي تحافظ على ثقافة المجتمع وكيانه وتساعده على تنشئة أفراده.
- **الوظيفة الخدماتية:** تقدم الإذاعة المحلية خدمات متنوعة للمواطنين الذين يحتاجون يوميا إلى معلومات حول النقل، الطقس والصحة.

¹ شعباني مالك، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي، شهادة لنيل الدكتوراه في علم اجتماع التنمية، جامعة منثوري - قسنطينة، الجزائر، 2005-2006، ص 32-33.

2. خصائص الإعلام المسموع (الإذاعة)

اختلفت الميزات التي تكتسبها الإذاعة فمن بين الخصائص التي امتازت بها الإذاعة نذكر¹:

- تخاطب الإذاعة جميع أفراد المجتمع من مختلف الأعمار والفئات، والطبقات والجهات المختلفة تدخل كل البيوت دون استئذان، رفيق الناس في السفر والحضر.²
- الإذاعة خفيفة أي غير مكلفة
- يعتبر الراديو الوسيلة الوحيدة غير المرئية بين جميع وسائل الإعلام، لذا يطلق عليه أساتذة وخبراء الإعلام والاتصال الوسيلة العمياء.
- الإذاعة ذات مصداقية
- استخدام الإذاعة يتم بسهولة فهو غير معقد على المستوى الفني
- قدرتها على الاستحواذ وقابليتها الاستحواذ الجماهير.³
- يستطيع المستمع القيام بأنشطة مختلفة أثناء سماعه للراديو، ولاسيما ان الاستماع إلى الراديو لا يشغل المرء عن الاهتمام بأمر أخرى في البيت أو العم
- ان الراديو يمنح المواطنين في البيئات المتقدمة حرية إعلامية أوسع من غيره.⁴
- صعوبة فرض الرقابة عليها.⁵

رابعاً: أنواع الإذاعات وكيفية عملها

1. أنواع الإذاعات

تنقسم محطات الإذاعة وفقاً لبقوة إرسالها إلى ثلاث أنواع وهي⁶:

¹ مصطفى كافي، الانتاج الإذاعي والتلفزيوني، ط، دار ومكتبة الحامد، عمان، 2016، ص76.

² فؤاد بداني، سوسيولوجيا القيم الاخبارية بالإذاعة الجزائرية، اطروحة دكتوراه، جامعة وهران، 2015-2016، ص52.

³ محمد صاحب سلطان، وسائل الاعلام والاتصال، دار الميسرة للنشر والتوزيع، ط، عمان- الاردن، 2012، ص208.

⁴ عبد الرزاق محمد الدليمي، مدخل الى وسائل الاعلام الجديد، دار الميسرة للنشر والتوزيع، ط1، 2012، عمان- الاردن، ص63.

⁵ عبد احمد يوسف حمائل، دور اذاعة "امن اف ام" في تعزيز الانتماء الوطني لدى الطلبة الجامعيين، مرجع سابق، ص27.

⁶ عبد المجيد شكري، الإذاعة المحلية لغة العصر، دار الفكر العربي، د ط، القاهرة مصر، 1987م، ص15

أ. **الإذاعة المركزية:** وتبث برامجها من عاصمة الدولة، فهي الإذاعة القومية الرسمية الناطقة باسم تلك الدولة، ولها من قوة البث ما يغطي الوطن كله بل ويعبر صوتها حدود الدولة، وتخاطب الإذاعة المركزية أبناءها جميعا، فهي الوسيلة القومية المعترف بها للاتصال، وهي تقدم ما يهم غالبية المواطنين فهي تخدم جميع المواطنين بصفة عامة وتهتم في برامجها بالكليات دون التفاصيل، حيث أنها تخاطب مستمعين باختلاف اهتماماتهم، هادية لهم في كل ما تقدمه من برامج وحتى من خلال مخاطبتها للطوائف ولتنوعيات محددة من المواطنين، فيكون ذلك عن طريق التعميم دون التخصيص، ويضع مقدم البرامج الناجح باعتباره دائما أن مستمعيه هم أبناء الطائفة أو النوعية التي يوجه إليها، وفي نفس الوقت يسمعهم آلاف غيرهم ويودون أن يجدوا ما يهمهم في البرامج، فإذا كان البرنامج يخاطب المزارعين ويتحدث عن زراعة معينة يتحدث عنها بصفة عامة دون تخصيص.

ب. **الإذاعة الدولية:** ويقصد بها تلك المحطات الإذاعية التي يتجاوز بثها حدود الدولة الواحدة، وهي بذلك موجهة للغير قصد التأثير عليه كما توجه للمغتربين من البلد الأم، وقد تطورت الإذاعة الدولية منذ العشرينات من القرن الماضي عبر أربع مراحل

■ **مرحلة تبادل البرامج والخدمات الإذاعية:** وقد تم ذلك لأول مرة عام 1923م بين المحطة الأمريكية K.D.K.A ومحطة بريطانية على موجة قصيرة

■ **مرحلة بث الإذاعات الموجهة بين الدولة الأم إلى مستعمراتها:** وقد بادرت بهذا النوع من البث الإذاعة الهولندية عام 1929م

■ **مرحلة الإذاعات الموجهة من دولة إلى مواطنيها:** وقد بدأت ذلك عام 1935م، عندما خاطبت الإذاعات السويسرية هذه الفئة على الموجة القصيرة وبلغات متعددة.

■ **مرحلة الإذاعات الموجهة إلى مواطني الدولة أو دولة أخرى أجنبية:** وكان الاتحاد السوفياتي سابقا أول من استخدم هذا البث ووظف الإذاعة الدولية وذلك بـ 50 لغة تقريبا. وعلى العموم فإن المحطة الدولية تعمل على توجيه إذاعاتها من داخل دولة معينة إلى دولة أخرى وتكون إذاعاتها باللغات الملائمة لسكان تلك الدول

ج. **الإذاعة المحلية¹:** هي جهاز إعلامي يخدم مجتمعا محليا، تبث برامجها مخاطبة مجتمعا خاصا محدود العدد، والذي يعيش فوق أرض محدودة المساحة، يخاطب مجتمعا متناسقا

¹ عبد المجيد شكري، الإذاعة المحلية لغة العصر، المرجع السابق، ص18.

اقتصاديا، وثقافيا، واجتماعيا، بحيث يشكل هذا المجتمع بيئة متجانسة بالرغم من وجود الفروق الفردية التي توجد بالضرورة بين أفراد المجتمع الواحد، فهي تتفاعل مع هذا المجتمع تأخذ منه وتعطيه وتقدم له الخدمات المختلفة كما تغطي بإرسالها مدينة معينة أو دائرة محددة تمثل إقليما محددًا

2. كيفية عمل الإذاعة

يتوافق البث الإذاعي على عدة عوامل؛ بشرية، مالية، مادية، تقنية، وتنظيمية، فالإذاعة مثلها مثل باقي وسائل الاتصال الجماهيرية الحديثة، تعتمد في وصولها إلى جمهورها على طاقم بشري متخصص (إداريين، صحفيين، تقنيين، متعاونين) وإمكانيات مالية ضخمة لتغطية تكاليف الإنجاز الإذاعي اليومي، بالإضافة إلى أنظمة تحويل الإشارات الصوتية عبر شبكات الإرسال، وإعادة الإرسال، وأجهزة استقبال موجودة لدى المستمعين وتتم هذه العملية عبر أمواج كهرومغناطيسية يمكن إنتاجها اصطناعيا بواسطة عمليات، وتتميز هذه الموجات بترددتها ليعبر عن عدد تموجاتها بوحدة الهرتز الزمنية ف 50 هرتز مثلا تعني 50 تموجا في الثانية (وبطولها) المسافة الفاصلة بين تموجين ويطلق عادة مصطلح التردد على الموجة نفسها وعلى القيمة الرقمية لترددتها.

خامسا: نشأة وتطور الإعلام المسموع المحلي

الإعلام المحلي أداة أساسية للوصول للمجتمعات المحلية المختلفة عن غيرها من المجتمعات داخل الدولة الواحدة سواءا كان التواصل مع المجتمع بصفة مباشرة أو غير مباشرة ومنه سنقوم بالتطرق لاحد وسائل الإعلام المسموع المحلي ألا وهي الإذاعة المحلية

1. نشأة الإعلام المسموع المحلي

شهدت الإذاعة الجزائرية تطورا ملحوظا بعد إعادة هيكلتها وخاصة بعد التعددية حيث تعتبر من أكثر المؤسسات الإعلامية تجاوبا مع التحولات السياسية والاقتصادية التي شهدتها البلاد وأكثرها تأثيرا بحكم الأنوية التي تتميز بها في متابعة الأحداث ونقل الأخبار وتحليلها، وتحاول الإذاعة الجزائرية تجسيد التجارب في الإنتاج الملحوظ الذي تميزت به فور الدخول في عهد التعددية بموجب دستور 1989م. كما تجاوزت مع التعددية السياسية والإعلامية، وهذا بفتح فضاءات هامة للنقاش والتعبير الحر والمتنوع، من خلال برامج سياسية، اقتصادية، ثقافية، وترفيهية مكنتها من المساهمة في ترقية ثقافة الديمقراطية والتسامح، ومن ثمة تعزيز

مصادقيتها واحتلال موقع متقدم لدى الرأي العام، بالموازاة مع ذلك، شرعت الإذاعة الجزائرية منذ 1991م في تنويع عرضها البرامجي وتوسيع انتشارها الأثيري وهذا بإقامة شبكة الإذاعات الجهوية وموضوعيته لتتشكل تدريجيا منظومة الإذاعة الجزائرية وتكتمل كما هي عليه الآن: 48 إذاعة جهوية، أربعة إذاعات موضوعيته (إذاعة الشباب، إذاعة القرآن الكريم، الإذاعة الثقافية، وأذاعة الجزائر الدولية) بالإضافة إلى القنوات الوطنية الثلاثة الناطقة باللغات: العربية الأمازيغية والفرنسية، والإذاعة الإليكترونية "الإذاعة الجزائرية متعددة الوسائط" التي هي الآن واجهة الإذاعة الجزائرية.¹

- **الهيكلية التنظيمية للإذاعة الجزائرية:** اعتيدت هيكلية المؤسسة الأم (الإذاعة والتلفزة الجزائرية) في سنة 1986م إلى أربع مؤسسات مستقلة هي المؤسسة الوطنية للإذاعة المسموعة والمؤسسة الوطنية للتلفزيون ومؤسسة البث الإذاعي والمؤسسة الوطنية للإنتاج السمعي البصري وبموجب مرسوم صادر في 01 جويلية 1986م، تأسست الإذاعة تحت تسمية المؤسسة الوطنية للبث الإذاعي المسموع، إن إعادة هيكلة الإذاعة منحتها استقلالية تنظيمية ومالية وتقنية ومكنتها من تطوير وسائل آدائها في مجال الخدمة العمومية، وبموجب مرسوم تنفيذي صادر في 20 أبريل 1991م، تحولت تسمية الإذاعة من المؤسسة الوطنية للبث الإذاعي المسموع إلى "المؤسسة العمومية للبث الإذاعي المسموع"، وبموجب ذلك تحولت إلى مؤسسة ذات طابع صناعي وتجاري، تمارس مهمة الخدمة العمومية في مجال البث الإذاعي المسموع طبقا لأحكام دفتر المهام والأعباء

ومن أهم بنود المهام والأعباء:

- إعلام المواطن بما يرتبط بالحياة الوطنية والجهوية والمحلية أو الدولية.
- إنتاج وبث برامج ذات طابع سياسي، اقتصادي، ثقافي، اجتماعي، فني ورياضي.
- ومن الناحية القانونية، الإذاعة الجزائرية مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري وهي إذاعة ذات خدمة عمومية ولديها دفتر شروط خاص بها.
- الإذاعة الجزائرية هي المؤسسة العمومية للبث الإذاعي المسموع، مقرها في 21 شارع الشهداء، الجزائر العاصمة.

¹ محمد شلوش، الإذاعة الجزائرية النشأة والمسار، (كتيب إلكتروني)، الجزائر، 16 ديسمبر 2014، ص-ص 7-8.

2. مراحل تطور الإذاعة المحلية:

يمكن تقسيم المراحل التي مرت بها الإذاعة المحلية في الجزائر إلى المراحل الآتية¹:

▪ **مرحلة الانطلاق: (1991 - 1993)** بداية تجربة الإعلام المحلي بالجزائر كانت إذاعة التكوين المتواصل ثم في 20 أبريل 1991 بإنشاء إذاعة الساورة بولاية بشار، في نفس السنة أنشئت إذاعة ورقلة 09 ماي 1991، وإذاعة متيجة 08 ماي 1991 وإذاعة الاغواط 05 نوفمبر 1991 وفي سنة 1992 أنشأت إذاعتان هما إذاعة سطيف 10 أكتوبر 1992 وإذاعة تمنراست 16 أبريل 1992 وإذاعة تلمسان 07 أكتوبر 1992 وعرفت كمرحلة انطلاق بعض الضعف في تطبيق الخطة بسبب عدم تجهيز هذه المحطات بمرتكزات إرسال قوية كافية لتجسيد المهام الموكلة إليها، و اقتصرت الوسائل التي وفرها القطاع آنذاك على توفير المعدات الأولية، طبقا لتصور موحد لجميع المحطات، أي أستوديو البث و أستوديو الانتاج و خلية للتركيب للمزج، ووحدة للروبوتاج وكل الامدادات العادية كالطاقة والتكييف والهندسة الصوتية والنقل وقد بلغت التكلفة ذلك يقارب 13 مليار سنتيم لكل محطة .

▪ **مرحلة ارساء قواعد الإعلام المحلي وتوسيع ساعات البث (1994 - 1999):** هذه المرحلة زاد الاهتمام بالاعلام الاذاعي المحلي، من خلال دعم شبكات الاذاعات المحلية حيث اتخذت الإذاعة المركزية سنة 1994 قرار بإنشاء إذاعة محلية على الحدود الجزائرية نظرا لتعرض سكان هذه المناطق للبث الوارد من الدول المجاورة وكان الاهتمام في هذه المرحلة بزيادة عدد البث والتركيز على الجوانب عدة في وضع الشبكات البرمجية التي تهتم بالتربية والترفيه والثقافة بالاعتماد على اللغة العربية واللهجات المحلية.²

¹ إبراهيم جلول، القيم الخبرية في نشرات أخبار الاذاعات المحلية، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، جامعة الشهيد حمدة لخضر، الوادي، 2017-2018، ص 54.

² مرجع نفسه، ص55

وأنشئت في هذه المرحلة إذاعة ادرار 04 جوان 1994، إذاعة باتنة 29 جانفي 1994، إذاعة الوادي 21 نوفمبر 1996، إذاعة بجاية 19 اوت 1996، إذاعة اليزب 27 جانفي 1997، إذاعة تيارات 25 اكتوبر 1998، إذاعة تندوف 12 مار 1999، اما بالنسبة للمستخدمين فتم اعداد نمط واحد يحدد ب21 مستخدم ، بين مدير و صحفيين وثلاث تقنيين وثلاث منشطين والباقي مخرجين واداريين .

ان اقرار كان يهدف الى تدعيم الاذاعات الموجودة، وتجهيز الاذاعات التي سوف يتم إنشاؤها، غير ان هذا التوسيع والتدعيم كان دون إدخال التعديلات على المعطيات التقنية وتم التركيز على حجم ساعات البث، ومرت معظم المحطات من ساعتين الى أربعة ساعات ثم الى ثمانية ساعات، وهو المؤشر معبر على إدارة السلطات في تسريع وتيرة تنفيذ البث وأيضا يوجد مرحلتين وهما:¹

▪ **مرحلة الثبات : (2001- 2007)** وضعت الإذاعة المركزية خلال هذه المرحلة برنامجا جديدا، يقضي بإنشاء 12 إذاعة محلية خلال هذه المرحلة وهي:

إذاعة غرداية 24 فيفري 2001 إذاعة المسيلة 10 أكتوبر 2003 إذاعة سكيكدة 15 نوفمبر 2003 إذاعة سيدي بلعباس 11 فيفري 2004، إذاعة سوق اهراس 23 فيفري 2005 إذاعة مستغانم 11 فيفري 2004، إذاعة غليزان 05 جويلية 2006 إذاعة الجلفة 09 سبتمبر 2007 إذاعة جيجل 01 نوفمبر 2007، إذاعة معسكر 27 جويلية 2003 واذاعة البيض 08 سبتمبر 2003 على أن يتم تعميم البرنامج بالنسبة لباقي ولايات الوطن. وما يميز هذه المرحلة هو بداية تبلور الاهتمام بمجال الإعلام المحلي المسموع من منطلق إعلامي وثقافي، حيث أن تجربة الإذاعات التي أسست خلال المرحلة الأولى بدأت تطرح نتائجها، وتسجل مجالا يحتاج لكثير من النقاش المعمق والتناول الجدي للموضوع، بعيدا عن الارتجالية والخلفيات غير المعلنة وهذا ما يفسر سلسلة الورشات التكوينية المتتالية، التي نظمتها مؤسسة الإذاعة حول الإذاعات المحلية.

¹ محمد شلوش، الإذاعة الجزائرية النشأة والمسار، المرجع السابق، ص10

وتُوجت بالملتقى الوطني الأول حول الإذاعات المحلية في الجزائر، الذي انعقد بالجزائر العاصمة يومي 29 و30 جانفي 2003 .

تم استغلال هذه المرحلة لتحقيق أهداف محددة تخدم ديمومة الخدمة العمومية، عن طريق الاستثمار المكثف في مرتكزات الإرسال، وإدخال استعمال التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال ورسكلة المستخدمين تبعاً للمقاييس المهنية العصرية، وتطوير الأساليب التفاعلية في مجالات أكثر مردودية من الماضي، وهذا في إطار الاختيار إلى إنشاء إذاعة في كل ولاية، الذي يبدو أن السلطات لعمومية استقرت وفي هذه المرحلة برز الاهتمام بالإعلام المحلي المسموع واستكملت الإذاعة المركزية فتح الإذاعات المحلية لكن بوتيرة ثابتة.

مرحلة استكمال : (2008-2012) في هذه المرحلة وعلى مدار أربع سنوات، أولت الدولة الجزائرية اهتماماً بالغاً بالإعلام الإذاعي المحلي من خلال تخصيص مقرات للعمل، وقد بدت وتيرة إنشاء الإذاعات المحلية في هذه المرحلة سريعة، ففي سنة 2008 تم فتح سبع إذاعات وتزامنت انطلاقاً بثها مع تواريخ هامة في مسيرة الجزائر التاريخية وهذا يعكس دور الإعلام الإذاعي المحلي في ربط الحاضر بالماضي وترسيخ والحفاظ على ثقة وتاريخ الجزائر والإذاعات التي أنشئت في هذه المرحلة هي : إذاعة عين تيموشنت 26 مارس 2008، إذاعة تيسمسيلت 06 افريل 2008، إذاعة أم البواقي 19 مارس 2008، إذاعة سعيدة 24 فيفري 2008، إذاعة برج بوعريريج 23 افريل 2008، إذاعة عين الدفلى 01 ماي 2008، إذاعة خنشلة 25 ديسمبر 2008 إذاعة قالمة، 27 ديسمبر 2008 إذاعة البويرة، 29 ديسمبر 2008 إذاعة ميلة 09 مارس 2009، إذاعة تيبازة 01 جويلية 2009، إذاعة المدية 22 مارس 201، إذاعة الطارف 05 جويلية 2010، إذاعة البليدة 04 جويلية 2011 إذاعة تيزي وزو 01 نوفمبر 2011، إذاعة بومرداس، 08 أوت 2012 .

وقد تم استكمال إنشاء كل الإذاعات المحلية في هذه المراحل في إطار القرار الرامي إلى إنشاء إذاعة ف كل ولاية من ولايات الوطن، وقد استقرت السلطات العمومية عليه نهائيا، هذا لأهمية الإذاعة المحلية وكذا مواكبة للتطورات على الساحة الإعلامية العالمية.¹

سادسا: مفهوم الإعلام المسموع المحلي

للأعلام المسموع المحلي صدى كبير في المجتمع خاصة المجتمع المحلي على الرغم من اختلاف أشكاله ووسائله من وسائل تقليدية (الإذاعة، الصحف...) أو الحديثة كالأنترنت والشبكات التواصل الاجتماعي

التعريف الأول: تعرف الإذاعة المحلية على أنها²: "المحطة التي تقوم على خدمة مجتمع محدود ومتناسق، من الناحية الجغرافية والاجتماعية والاقتصادية... الخ، مجتمع له خصائص البيئة الاقتصادية والثقافية المتميزة، على أن تحده حدود جغرافية حتى تشمله رقعة الإرسال المحلي، فالإذاعة كوسيلة اتصل جماهيري مرتبطة أساسا بمجتمع خاص محدود المعالم والظروف وقد يكون هذا المجتمع مدينة أو مجموعة قرى أو مدنا صغيرة متقاربة تجمعها وحدة اقتصادية وثقافية متميزة".

التعريف الثاني: تعرف على أنها³ "تعتبر الإذاعة المحلية المسموعة احدى الوسائل المستخدمة في عمليات التنمية من الاجتماعية حيث تهتم بنشر المعرفة ونقل المعلومات بسرعة وفورية متخطية حاجز الحدود المكانية والعوائق الجغرافية وحاجز الامية".

التعريف الثالث: كما يعرفها⁴ (سعد لبيب) على أنها تلك الإذاعة التي تخاطب مستمع محدد له مصالحه وارتباطاته الاجتماعي المعروفة وله تقاليده وعاداته وتراثه الفكري الخاص بالإضافة الى إحساس المستمع بالانتماء لهذه الإذاعة التي تقدم له الأخبار التي تهتمه، وتقدم الأسماء

¹ خولة شايب عينو ، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي البيئي، مذكر لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي - ام البواقي، الجزائر، ص-ص 47- 50.

² ليندة ضيف، دور الإذاعة الوطنية في التنمية الثقافية القناة الأولى نموذجا، "دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة الجزائر"، رسالة ماجستير، جامعة يوسف بن خدة: كلية علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2009، ص173.

³ لبنى لطيف، دور برامج بسكرة في تنمية المجتمع المحلي، اطروحة دكتوراه، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2011-2012، ص130.

⁴ حميد صالح محمد، دور الإذاعات المحلية في ترسيخ الوحدة الوطنية، المرجع السابق، ص89.

والشخصيات المعروفة لديه والقريبة منه وتقدم أيضا ألوان الفنون التي يرتاح لها أكثر من غيرها وتناقش المشكلات التي تمس حياته اليومية وتوفر له المشاركة المباشرة والغير مباشرة من خلال برامجها

سابعاً: خصائص الإذاعة المحلية

تتمثل خصائص الإعلام المسموع المحلي فيما يلي¹:

- الجمهور المستهدف لإذاعة المحلية هو جمهور مجتمع محلي، هيئة محدودة من حيث العدد مقارنة بجمهور الإذاعة القومية أو الإذاعة القومية أو الإذاعة الدولية
- ان الإذاعة المحلية تمثل الرقابة الشعبية بين أفراد المجتمع المحلي وتهتم بتلبية حاجياتها وجه مشاكلهم.
- بساطة الأسلوب واللغة واستعمال اللهجات المجملة عامل هام في نشر الثقافة بين الأوساط الشعبية وإحياء التراث المحلي الأدبي والفني كما تسعى الى تقوية الشعور بالتعاون الاجتماعي بين روح التضامن بين مختلف الأفراد وتعزيز التقاليد الصالحة.

ثامناً: اهداف ووظائف الإعلام المسموع المحلي

1. أهداف الإعلام المسموع المحلي

تتمثل اهداف الإعلام المسموع المحلي فيما يلي:

- تعزيز فضاءات حرية التحرير للرأي والرأي الآخر كمرتكز أساسي لحق الإنسان في التعبير عن آرائه وأفكاره هو تصوراته تجربة تامة.
- تنمية الوعي بحقوق الإنسان والحريات المدنية والسياسية العامة والخاصة والشخصية.
- رفع الوعي القانوني لدى المواطن بصفة عامة وإبراز حقوق المرأة والطفولة وفق تعاليم ديننا الإسلامي الحنيف والقوانين النافذة والاتفاقيات الدولية الموقعة عليها بلادنا.
- تسلط القوى على المناطق الأكثر حرمان ومراعات خصوصية سكانها.

¹ لبنى سويقات، الإعلام المحلي وأبعاده التنموية، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، جامعة وهران، الجزائر، 2009-2010، ص 155

2. وظائف الإعلام المسموع المحلي

اختلفت وظائف ومهام الإعلام المسموع محليا حيث اننا حاولنا اجمال الوظائف في النقاط التالية¹:

- **الوظيفة الإعلامية الإخبارية:** الأخبار في الإذاعة المحلية لا يقصد بها مجرد الأخبار المحلية بل الأخبار التي تهم أفراد المجتمع المحلي سواء كانت محلية قومية أو عالمية، فجمهور الإذاعة المحلية يريد معرفة أخبار الوطن وأخبار العالم بل أن هناك من الأخبار القومية والعالمية ماله ارتباط وثيق ومباشر بالمجتمع المحلي.

- **الوظيفة الترفيهية:** لا يقل هذا الدور للإذاعة أهمية عن الوظائف الأخرى فهي تربط بتلك الوظائف ببعضها البعض إذ أنها تعلم وتنمي وتنقف في قالب هزلي أو مسابقة قد يكون هذا ذا بعد غير مباشر إضافة إلى الوظائف السابقة للإذاعة المحلية يمكن ذكر وظيفة اجتماعية هامة هي رعاية المواهب والعمل على بلورة المواهب من خلال إتاحة الفرصة كاملة لكل هؤلاء لكي ينطلقوا من الإذاعة المحلية.

- **الوظيفة التنموية:** يتمثل دورها في المجال الاقتصادي من خلال الإعلانات التجارية والبرامج والتوعية بالمشكلات القائمة، وتقديم الحلول وإبراز أهمية مشاركة الأفراد الإيجابية في عمليات التحول وتأكيدات الرقابة الشعبية على عمليات تنفيذ المشروعات التي تقوم بها الدولة، ومتابعة التنفيذ وتحريك الأفراد وتوجيههم نحو الهدف الصحيح.

- **الوظيفة التعليمية والتثقيفية:** تقوم الإذاعة المحلية بدور فعال في محو الأمية من خلال التوعية بمشكلة وحث المواطنين الأميين على التقدم إلى مدارس محو الأمية لمحو أميتهم، أما البرامج التعليمية وغيرها من الأنشطة التعليمية.

- **الوظيفة الإخبارية:** تقوم بنقل الأخبار إلى أفراد المجتمع المحلي سواء كانت محلية أو قومية أو عالمية، ولها ارتباط وثيق ومباشر بالمجتمع المحلي.

¹ عبد المجيد شكري، الإذاعة المحلية لغة العصر، المرجع السابق، ص 14-15.

تاسعا: عوامل انتشار الإذاعة المحلية في الجزائر

- تعدد العوامل التي ادت بظهور الإذاعة المحلية في الجزائر ومن بين اهم العوامل نجد¹:
- **عامل اللغة:** تعتبر اللغة اهم العوامل التي تؤثر على الانظمة الإذاعية، إذ ان تعدد اللغات واللّهجات داخل الدولة الواحدة قد يشكل عائق أمام الإذاعة في بعض الاحيان، وهذا ما يؤكد الحاجة الى إذاعات محلية لمخاطبة التركيبات السكانية المختلفة بلغتهم.
 - **عامل التحفيز للمشاركة في عمليات التنمية:** ان التنمية بجميع ابعادها هي احد الدوافع الاساسية لإنشاء الإذاعات المحلية من اجل تفعيل مشاركة التنمية لان التنمية كي تتحقق في الدول النامية، لا بد ان تراعي اهتمام الافراد داخل المجتمعات المحلية.
 - **العامل الجغرافي:** فحجم وشكل الارض في أي منطقة او دولة له تأثير على نظامها الكبير الإذاعي، فقد لا تستطيع أحيانا الإذاعة المركزية أن تغطي كل أجزاء الدولة ولا يمكنها أيضا ان تلبى جميع احتياجاتها.

عاشرا: لغة الجمهور للإعلام المسموع المحلي

لم يستعمل علماء اللغة مصطلح لهجة بالشكل المعروف اليوم، وغاية في كتبهم هو ما تردده المعاجم من اللهجة اللسان، او ظرفه، ولهجة فلان لغته التي ترعرع عليها فعتاد نطقها واللغة المحلية، او بالمعنى الادق اللهجة المحلية استناد لمفهوم المجتمع المحلي، هي محدودة الوجود، او منطقة جغرافية محددة الوجود، او منطقة جغرافية معينة، يشترك فيها افراد المجتمع المحلي فقط، وهب اللهجة التي تنشأ في البيئة الجغرافية وتعكس تاريخ تراث المنطقة. ان نشوء اللهجة وشيوعها ما هو الا مظهر من مظاهر الميل للخفة واليسر، نتيجة التغيرات التي تمس المجتمعات الانسانية، اذا يمكن القول بان اللهجة في مجرياتها تير من الصعب الى السهل، من المعقد الى الميسر، الشئ الذي تحافظ عليه الإذاعة المحلية اثناء مخاطبة جمهورها المحلي هو لضمان نجاح العملية الاتصالية²

¹ لبنى سويقات، الإعلام المحلي وأبعاده التنموية، تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، جامعة وهران، الجزائر، 2009-2010، ص 155.

² مرجع نفسه، ص156

ولعلى التطور التكنولوجي لوسائل اعلام واتصال أدى الى انتشار الواسع للهجات المحلية عبر المجتمع الواحد الامر الذي عمل على تطويرها وأعطى إمكانية فهمها من مجتمع محلي آخر.

خلاصة الفصل

يمكن القول بأن الإعلام المسموع يعد احد الوسائل الهامة في حياة الفرد لما له من وظائف وخصائص تميزه عن غيره من وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، حيث يخاطب كافة شرائح المجتمع، ويطلق على الإذاعة على أنها وسيلة تقوم بتنشيط خيال الإنسان، كما أن الإذاعة كغيرها من الوسائل التي ظهرت وتطورت عبر عدة مراحل ومحطات أساسية في العالم والوطن العربي وكذلك في الجزائر، أما الإذاعة المحلية فهي أحد أنواع الإذاعة التي تختص بنشر الموضوعات والأخبار الخاصة في جهة معينة وتخاطب جمهورا معيناً، وهي تحظى بمكانة واسعة في المجتمعات.

الفصل الثالث: التغيير السياسي ودور الإعلام المسموع في عملية التغيير فيه

تمهيد

أولاً: ماهية التغيير السياسي

ثانياً: أنواع التغيير السياسي

ثالثاً: آليات ووسائل التغيير السياسي

رابعاً : التسويق السياسي وعلاقته بالحملات الانتخابية

خامساً: الإذاعة ودورها في التغيير السياسي

خلاصة الفصل

تمهيد

يشير مصطلح التغيير السياسي إلى عملية نشر الوعي السياسي وذلك فيما يخص كل ما يجري في الوطن العربي، كما ان للتغيير السياسي أهمية كبيرة في المجتمع حيث يساهم الإعلام المسموع في عملية استهداف أفكاره افراد المجتمع ذلك عن طريق غرس معلومات وقيم وممارسات يستطيع من خلالها تكوين مواقفه واتجاهاته الفكرية والإيديولوجية التي تؤثر في سلوكه السياسي، لذا ينبغي أن تتحمل وسائل الإعلام ومن بينها الإذاعات جزءا كبيرة من مسؤولية التغيير السياسي لفكر الفرد، حيث يكتسب من خلالها الشباب السلوكيات والمواقف السياسية المختلفة، وتنتقل من خلالها الأعراف والسلوكيات المقبولة في نظر نظام سياسي ما من جيل إلى جيل آخر ومن خلال أداء هذه المهمة يتم إدخال الأبناء في الثقافة السياسية وتتشكل توجهاتهم بشأن الموضوعات السياسية

أولاً: ماهية التغيير السياسي

يعتبر التغيير السياسي ضرورة لا بد أن تتوفر بين كل أفراد المجتمع، فمن خلاله يستطيع الفرد المشاركة في الحياة السياسية بأبعادها المختلفة، كما يمكنه التفاعل مع مختلف القضايا السياسية، والتأثير في العملية السياسية، كما يعتبر التغيير السياسي أحد المفاهيم الشائعة والمتداولة بين الأفراد ومن العوامل التي ساعدت على انتشاره هو كثرة النقاشات والتفاعلات بين الأفراد مع مختلف الأحداث والوقائع السياسية.

مفهوم التغيير السياسي

لقد تعدد مفاهيم التغيير السياسي فمن بين التعاريف نجد:

التعريف الأول: يعرف التغيير السياسي في معجم المصطلحات السياسية على انه¹: "تغيير يصاحب مفهوم الثورة التي تصاحب ميلاد كل مرحلة جديدة في الحياة السياسية، وهو كل تغيير كيمي أو نوعي أو عميق بشرط ان يكون حاسم الناتج".

التعريف الثاني: تعرف موسوعة العلوم السياسية التغيير السياسي على انه²: "مجمل التحولات التي قد تتعرض لها البنى السياسية في المجتمع أو طبيعة العمليات السياسية والتفاعلات بين القوى السياسية وتغيير الأهداف، بما يعنيه كل ذلك من تأثير على مراكز القوة بحيث يعاد توزيع السلطة والنفوذ داخل الدولة نفسه أو بين عدة دول".

التعريف الثالث: اما ابن خلدون فيرى ان التغيير السياسي هو عبارة على³: "أحد سمات الدول والمجتمعات حيث يقول: "إن أحوال العالم والأمم وعوائدهم ونحلهم لا تدوم على وتيرة واحدة ومنهاج مستقر، إنما هو اختلاف على الأيام والأزمنة، وانتقال من حال إلى حال، وكما يكون ذلك في الأشخاص والأوقات والأمصار، فكذاك يقع في الآفاق والأقطار والأزمنة والدول".

¹ خلود خميس، التغيير السياسي في شمال إفريقيا في ضوء التدخل الدولي "ليبيا نموذجاً"، موقع الغد العربي، متوفر عبر الرابط الإلكتروني التالي: <http://alghadalarabi.net/ar/?Action=Details&ID=16552>، 2022/05/08، 11:30.

² عبد الفتاح اسماعيل، معجم المصطلحات السياسية والاستراتيجية، دار العربي للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 2008، ص92.

³ عبد المؤمن سي حمدي، إشكالية التغيير السياسي في المنطقة العربية في ظل التحولات الجديدة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف - المسيلة-، 2018-2019، ص23

التعريف الرابع: اما بالنسبة للتعرف الاجرائي للتغيير السياسي فقد عرف على انه¹: " هو الانتقال بالمجتمع من وضع الى وضع اخر مغاير عن الوضع القائم بهدف الاصلاح في الانظمة السياسية والتي من خلالها يتكون اصلاحا في جميع الميادين".

ثانيا: أنواع التغيير السياسي

ان مفهوم الحراك الساسي هو "مفهوم نسبي"، ولعله من المناسب هنا ان نركز على نوعان أساسيين للحراك الساسي حتى يمكننا التمييز بين صفة الحراك الذي نتحدث عنه. وهذين النوعين هما: السلبي والايجابي، فالحراك الإيجابي بمعنى ان هدف الحراك السلبي في العادة هو الاحتواء واستمرارية الحكم الفاشل ومحاولة إخراجهم من الأزمات التي تواجههم، وليس الغرض النهائي له كما يعتقد انه إصلاح الأوضاع وإرضاء المواطنين ... أما الحراك الإيجابي فهو الحراك الهادف والذي يقود في العادة إلى تحقيق أهداف متفق عليها مسبقا وان الهدف النهائي منه هو محاولة كسب الرضى وإصلاح احوال الشعب

وإذا ربطنا مفهوم التغيير السياسي بالتحول الديمقراطي فيمكننا القول ان التحول الديمقراطي هو عملية تهدف إلى إعادة النظر في خارطة القوة على مستوى النظام السياسي، والعمل على إعادة التوازن بين القوى الرسمية المتمثلة في الدولة والمؤسسات غير الرسمية متمثلة في منظمات المجتمع المدني وغيرها وبالنظر إلى الأشكال التي تتخذها عملية التحول الديمقراطي، والإجراءات التي تتبع للإطاحة بالنظام غير الديمقراطي ويمكن تلخيص أنماط التحول الديمقراطي في ثلاثة أشكال في الجدول التالي:

¹ إسماعيل صبري، محمد محمود ربيع، موسوعة العلوم السياسية، د د ط، الكويت، 1998، ص 47.

الجدول رقم 02: يمثل أنماط التحول الديمقراطي

التحول من أعلى	التحول من خلال التفاوض	التحول من خلال الشعب
تضمن تحول النظام نحو الديمقراطية بمبادرة من قادة النظام أنفسهم الذين يلعبون دورا حاسما في إجراء هذا التحول، والذي يعني أن قادة النظام السلطوي أو الشمولي هم الذين يسعون الى إنهاء نظاما غير الديمقراطي وتحويله إلى نظام آخر ديمقراطي	يحدث هذا التحول عبر مسار التفاوض عندما ينخرط النظام السلطوي في حوار مثمر مع القوى السياسية والاجتماعية المختلفة، وذلك رغبة في وضع أسس مشتركة لإنهاء النظام السلطوي وإقامة نظام ديمقراطي بديل ومن بين العوامل المهمة التي تدفع قادة النظام السلطوي إلى الدخول في مفاوضات لقوى المعارضة احتمال قيام معارضة للنظام السياسي أو معارضة للتوجهات الأيديولوجية	يقصد بذلك أن التحول في أعقاب صراعات عنيفة وانتشار أعمال الاحتجاجات من جانب التنظيمات الشعبية والإضرابات العامة غير المنظمة، وقيام بعض أعمال العنف من جانب القوى الاجتماعية الراضية للوضع القائم

المصدر: من اعداد الطلبة

ثالثا: آليات ووسائل التغيير السياسي

توجد مجموعة من الآليات ووسائل للتغيير السياسي، لا بد أن يسلك قادة التغيير أو الجماهير إحداها لإحداث تغيير سياسي على أرض الواقع، وهذه الوسائل تعتمد اما على مقدرة قادة التغيير أو الجماهير في تبنيتها وترجمتها لواقع وحقيقة، وإما على النظام السياسي القائم ومدى استجابته لمتطلبات التغيير السياسي، وتدرج هذه الوسائل ضمن¹:

1. التغيير الشعبي السلمي²:

وهو تغيير قائم على انتفاضة الجماهير وثورتها سلمياً على نظام الحكم القائم وعلى الاستبداد وغياب الحرية وسوء الظروف والأوضاع المعيشية والاقتصادية والاجتماعية، وهذه

¹ محمد عارف محمد عبد الله ، "دور قناة الجزيرة الفضائية في إحداث التغيير السياسي في الوطن العربي" الثورة المصرية نموذجاً"، مذكرة ماجستير، قسم العلوم السياسية، جامعة نابلس، 2013، ص36.

² المرجع نفسه، ص37.

الوسيلة تتطلب تراكم الظروف الصعبة الدافعة لحدوث الثورة، كما تتطلب حدث يفج كل هذه التراكمات، وتتسم هذه الوسيلة بالسلمية بحيث لا تحمل الجماهير السلاح وإنما تطالب بحقوقها وبالتغيير السياسي سلمياً بالتظاهر والاعتصام والعصيان المدني وغيرها من الوسائل السلمية، مثل الثورة التونسية على نظام بن علي، والثورة المصرية على نظام حسني مبارك، وقبلهما الثورة البرتغالية في أوكرانيا على نظام الحكم الذي كان قائماً وقتها والمقرب من روسيا

2. التغيير السياسي العنيف:

والمتمثل في الانقلاب على الحكم القائم بقوة السلاح أو الثورة المسلحة وهو شائع الحدوث في الدول الاستبدادية ودول العالم الثالث بصفة خاصة، وعادة ما ينفذ من قبل جنرالات أو قطاعات في الجيش، مثل الانقلابات العسكرية التي شهدتها سوريا في الستينيات والسبعينيات، أو عبر تيارات سياسية وفصائل مسلحة مثل سيطرة حركة حماس على قطاع غزة بالقوة العسكرية، أو عبر عسكرة انتفاضة شعبية سلمية نتيجة القمع المفرط الممارس ضدها بقوة السلاح، كالنموذج الليبي في الإطاحة بحكم القذافي.

التغيير السياسي الدستوري¹:

المعروف بالتداول السلمي للسلطة، هذه الوسيلة متبناه في الدول والمجتمعات الديمقراطية الراسخة، وتقوم على فكرة ومبدأ الانتخابات الحرة المباشرة الدورية، بحيث يكون النظام السياسي في الدولة نظاماً مستقرًا، والدستور ينص صراحة على التداول السلمي للسلطة عن طريق الانتخابات العامة المباشرة الحرة، وهو أفضل آليات التغيير السياسي وأكثرها أمنًا وضمانًا لاستقرار للدولة والمجتمع والفرد، ولكنه لا يتوافر إلا في دول ديمقراطية تعددية.

¹ عمار حميد ياسين، عبير سهام مهدي، العوامل الداخلية والخارجية للتغيير السياسي في المنطقة العربية، مجلة دراسات الدولية، ع58، 2014، ص81

رابعاً : التسويق السياسي وعلاقته بالحملات الانتخابية

1. تعريف التسويق السياسي

عندما نستعمل كلمة التسويق لوحدها، فإن الأمر يتعلق تقريباً ودوماً، بالتسويق التجاري ومع ذلك فإنه يوجد بالتأكيد مقاربات تسويقية في المجال السياسي أيضاً أو في المجال الاجتماعي، ولفهم التسويق السياسي فإنه من الواجب أولاً الاستناد على تعريف من جملة تعريفات متعددة أخرى للتسويق التجاري، هدف استخراج أو استنباط خصوصيات التسويق السياسي ومن هنا سنقوم بتعريف التسويق السياسي

التعريف الأول: يعرف التسويق السياسي على أنه¹ عملية معقدة وهي ناتجة عن تضافر أكثر من عامل للتواصل السياسي. أعتبر إدخال علم التسويق في علم السياسة كنتيجة لوضع سياسة الاتصال السياسي في استراتيجية شاملة على تصميم وترشيد ونقل الرسائل السياسية.

التعريف الثاني: " يعرف التسويق السياسي على أنه² يمكن الأحزاب السياسية من التصدي لمخاوف الناخبين المتنوعة ويحتاج من خلال التسويق التحليل والتخطيط والتنفيذ والتحكم في الحملات الانتخابية، كما يقول أيضاً أن، الغرض الرئيسي من التسويق السياسي هو تمكين الأحزاب السياسية والناخبين لاتخاذ القرارات المناسبة والمرضية.

التعريف الثالث: عرفته جمعية التسويق الأمريكية على أنه³: " التسويق السياسي على أنه دمج كلمة "الأفكار" في إعادة تعريف التسويق عام 1985 على أنها "عملية تخطيط، وتنفيذ التصورات، والتسعير، والترويج، والتوزيع للأفكار والسلع والخدمات لخلق التبادلات التي تلبى الأهداف الفردية والتنظيمية

¹Loannis Kolovos and Phil Harris, "Political marketing and political communication: the relationship revisited", University of Otago, 2005, p8.

<http://otago.ourarchive.ac.nz/bitstream/handle/11/05/2022, 21:15>.

² محمد تهامي، التسويق السياسي، شهادة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قناة السويس، 2010، ص14

³ المرجع نفسه، ص14.

2. خصائص التسويق السياسي

- إذا كان البعض ينفي وجود التسويق السياسي فإن هذا قد يتنافى مع ممارسات الواقع في السوق السياسية - إن صح التعبير - وذلك للأسباب والخصائص التالية¹:
- يلعب الاعلام المسموع دورا مهما وهاما في التسويق الانتخابي وفي تنفيذ استراتيجية البيع لأفكار مرشح أو حزب معين استخدامات تقنيات تسويق السلعة والخدمات في مجال تسويق الأفكار وبرامج الأحزاب والمرشحين السياسيين ممكنة جدا
 - إذا كان من المهم في مجال التسويق السياسي هو التأثير على أكبر عدد من الأفراد في أقصر وقت، فمن الممكن أيضا القول بأن التسويق السياسي ما هو إلا أسلوب إدارة لحملات انتخابية باستخدام كافة وسائل الاعلام المختلفة
 - إن تقنيات التسويق السياسي هي مجموعة من المعارف والوسائل التي توضع لخدمة قضية أو فكرة أو برنامج انتخابي أو سياسي معين
 - إن المتخصصين في التسويق السياسي عادة ما يقدمون خدمات تساعد على تغيير أو بناء رأي عام حول برنامج الحزب/ المرشح، بدرجة أكبر من النصائح الخاصة بتكوين أو اتخاذ القرارات السياسية

3. مضامين التسويق السياسي

- سنحاول أن نقوم بتحليل كل مكون من مكونات التسويق السياسي على النحو التالي:
- **المنتج:** السلع في التسويق التجاري يمكن أن تأخذ شكل الأملاك، التي تحدد مستوى مصادر الثروات والقيم، ويعرف المنتج على أنه عبارة عن مجموعة عناصر مادية وغير مادية، إن المنتج المستهدف للترقية يأخذ ثلاثة صور أو أشكال حيث نجد:
 - في البداية أفكار المرشح:** حيث تندرج فيها كلا من الخلفية الفكرية للمرشح ومرجعيات المختلفة وتصورات الأشياء وطريقته في معالجة القضايا المجتمعة، السياسية، الاقتصادية والاجتماعية

¹ محمد التهامي، التسويق السياسي، المرجع السابق، ص 20.

ثم نجد انتماء المترشح: سواء تعلق الأمر بالانتماء العائلي أو السياسي

ثم نجد المترشح نفسه: وما يتصف به من صفات سلوكية، خطابية، أكل ما يتعلق

بشخصيته الكاريزمية

- **المستهلك¹**: بالنسبة للتسويق السياسي فإن المستهلك وقبل كل شيء هو عبارة عن مواطن عادي، حيث يجب جلب انتباهه ثم تجنيده، عن طريق معلوماتهم مستقبلة وكذا مستقبل عائلته، مدينته، منطقته ومستقبل وطنه أيضا، والجهد المبذول في التسويق السياسي للبحث عن المساندين يهدف إلى تطويع هؤلاء عن طريق إعلان نزيه خال من الأخطار، وبعيد كل البعد عن الكذب والديماغوجية التي يمكن أن يتصف بها هذا الإعلان في حالة انحرافه

- **البيع**: في التسويق التجاري البيع يعني التنازل عن شيء حسب السعر المناسب، وهذا المفهوم غير موجود في التسويق السياسي، للتسويق السياسي وظيفة تنظيم التعريف برجل وبأفكاره، وقياس وضمان ولائه، وبكلمة أخرى تحريك ظاهرة الانخراط لحسابه، وفي هذا السياق فإن التسويق السياسي هو المحرك الذي يطلق عنان التزام المواطن وهو المحرك متميز بعامل حدسي مرتفع لكن على فترات، ألا وهو التصويت ويعرف التصويت أو الانتخاب بأنه طريقة التعبير عن الإرادة الحرة في الاختيار، وهو حق وواجب وظيفة لكل مواطن له جنسية الوطن الإقليم ويتمتع بالأهلية العقلية وسنه يحدد ب 18 سنة فأكثر، فالمواطن له حقوق سياسية ومدنية، ويملك جزءا من السيادة يمارسها عن طريق الانتخاب

4. الأطر العامة للتسويق السياسي

الأطر القانونية والدستورية: وهذه الأطر تشتمل على ما يلي :

- القوانين الانتخابية

¹ بن ثامر كلثوم، استراتيجيات الاتصال الترويجي لمنظمات الأشخاص، شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، 2006، ص25.

- أسلوب التصويت: اقتراع ذو دورة واحدة، اقتراع الأكثر من دورة واحدة واقتراع نصف نسبي توزيع المقاعد طبقا للمحافظات، الولايات أو المناطق الجغرافية
 - الاستخدام الاستراتيجي للضغوط الدستورية ويتطلب تحليل المذاهب الانتخابية
 - الأطر الاجتماعية:** وهي خاصة بوسائل الإعلام والاتصال الجماهيري حيث تلعب وسائل الإعلام دورا أساسيا في الحياة السياسية كما أنها تمثل وسائل الثقافة الشعبية من ناحيتين¹:
 - مدى ارتباطها بالدولة أو تبعيتها للدولة كسلطة رسمية
 - تأثير وسائل الإعلام على الرأي العام وعلى المواقف وسلوكيات المواطنين
 - مستفيدون من التسويق السياسي:** تساهم في الحياة السياسية عدد من الأطراف هي المستفيدة بالدرجة الأولى من التسويق السياسي وتتمثل هذه الأطراف في:
 - **الأحزاب السياسية:** وتمثل أحد الأطراف الهامة في الحياة السياسية سواء من ناحية وظائفها التنظيمية أي من حيث استقرار تياراتها الإيديولوجية أو دورها كمحرك رئيسي للمواطنين، وأخيرا من حيث دورها في إعداد الكوادر السياسية، هذا وقد أصبح للأحزاب نظما الدستورية الخاصة. وبالإضافة إلى ما ذكر سلفا من وظائف الأحزاب السياسية يمكن ذكر الوظائف الأخرى الهامة الآتية أيضا:
 - المساهمة في تكوين الرأي العام والتقريب بين المرشحين ذوي الميول الواحدة.
 - انتقاء واستجلاب الأشخاص السياسيين.
 - تمثيل المواطنين وتلبية مطالبهم.
 - **جماعات الضغط وجماعات المصالح:** وهذه الجماعات قد تتمثل في الأجهزة الوسيطة، التي لها دور فاعل في الحياة السياسية مثل النقابات والجمعيات المهنية والدينية.
- خامسا: الإذاعة ودورها في التغيير السياسي**
- في مقابلة قمنا بها في كلية العلوم السياسية لجامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي مع الدكتور الصادق جرایة المتابع للشأن السياسي الوطني والذي كانت له استضافات متكررة لإذاعة الجزائر من الوادي وفي حديثنا عن دور إذاعة الوادي في عملية التغيير السياسي يقول الدكتور صادق جرایة: " أن إذاعة الوادي لعبت دورا هاما في عملية التنشئة الشبابية

¹ بن ثامر كلثوم، استراتيجيات الاتصال الترويجي لمنظمات الأشخاص، المرجع السابق، ص28.

كغيرها من الإذاعات الوطنية المحلية من خلال الفرص التي أتاحتها الدولة للشباب بإعطائهم حرية الرأي والتعبير هذا من جهة ولو أن حرية الرأي والتعبير فيها نوعا ما من التقييد لم تعطى لهم الحرية الكاملة طبعا فإذا قلنا مثلا حرية الرأي والتعبير أي أنك قادرا على التظاهر مثلا هذا لا بل أعطاهم أو أوضح من ذلك نقول سهل قانون الانتخابات الجديد ترشح بقيادة مناصب سياسية في مختلف أجهزة الدولة (الترشح في الانتخابات التشريعية والانتخابات المحلية) كما ساهمت إذاعة الوادي بكافة خصائصها وسمياتها بمدخلات التنشئة الاجتماعية كان ذلك من خلال تزويد المستمعين بالمعلومات التي تتعلق باستقرار المجتمع ووحدته وتعزيز رابطة الوطنية ومن خلال أيضا شرح القوانين الجديدة إبتداءا من الدستور الجديد وقانون الانتخاب الجديد لأن الإذاعة خصت لهذين القانونين مساحة واسعة من خلال برامجها بشرح مواد ومضامين الدستور وقانون الانتخابي الجديد وهذا الشرح لم يفد فقط المواطن أو الشاب فقط وإنما من جهة الهيئة الناخبة ومن جهة ثانية أفاد المترشحين لأن قانون الانتخابات الجديد جاء ليطبق نظام انتخابي جديد لم تعهده الجزائر من قبل وبالتالي المترشحين هنا يلزمهم نوع من التكوين والتوعية في هذا الإطار وهذا ما قامت به إذاعة الوادي قبل وأثناء الحملة الانتخابية وكذا سهل عليهم فهم وتقويم البيئة السياسية المحيطة بهم وتشكل توجهات التي تتكون عند كل فرد نحو العالم السياسي بعدة أبعاد معرفية ووجدانية وكذا المهارية.¹

وكذا لعبت إذاعة الوادي دورا هاما في نشر الثقافة السياسية من خلال بث روح المواطنة وتعزيز اللحمة الوطنية بين أفراد المجتمع وكانت الوسيلة من أجل التواصل مع العالم الخارجي كما استطاعت أن تساهم من برامجها ذات الطابع الاجتماعي والسياسي والإرشادي التوعوي التي تسعى إلى ترشيد الاتجاهات وتعديلها وكذا تشكيل الرأي العام بصفة عامة كغيرها من وسائل الإعلام وكذا التصدي إلى جهات لها أغراض ضرب الوحدة الوطنية، هنا ساهمت الإذاعة على تماسك المجتمع وكذا تنمية الثقافة السياسية وهذه مهمة جدا خاصة كما قلنا في القوانين الجديدة وشرح الكثير والكثير من المفاهيم السياسية سواء

¹ مقابلة مع الدكتور: صادق جرایة، رئيس قسم كلية الحقوق والعلوم السياسية، المقر جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، يوم 26 ماي 2022 على الساعة 10:00.

المتعلقة بالانتخابات أو غير الانتخابات وفي المرحلة الجديدة التي يعيشها النظام الجزائري يوجد العديد من المؤسسات تم استحداثها ومجالس تم استحداثها من بينها المجلس الأعلى للشباب وكذا السلطة المستقلة وكذا المجلس الاقتصادي والاجتماعي استصعب على الناس فهمها هنا تجسد دور الإذاعة في شرح هاته المؤسسات والوصول إلى ما تساهم فيه من خلال برامجها التوعوي والتثنية السياسية وكذا التحكم في الرأي العام هو دور مهم ومساهمة مهمة ليس بالضرورة أن تكون نتيجتها على أرض الواقع على المدى القريب بل من خلال عدة سنوات نبدأ بحصد نتيجة إلى ما توصلنا إليه بالتوعية والإرشاد نعني بذلك أن التغيير السياسي التي تقوم به الإذاعة ليس بالضرورة أن يكون تغيير آني وإنما يكون بعد سنوات على المدى القريب أو المتوسط وأهم شيء يمكن القول أن الإعلام بشكل عام ساهم بإيجابية في المرحلة الإنتقالية التي عاشها النظام السياسي الجزائري وأن الإذاعة ساهمت بالتغيير السلس الذي نقصد به تغيير الأشخاص من جهة لكن مع بقاء المؤسسات السيادية للدولة فعند قولنا التغيير السياسي أو تغيير النظام ليس يعني تغيير الأشخاص فالنظام هو مؤسسات السياسة الرسمية التي هي المؤسسة التشريعية مجسدة في البرلمان والمؤسسة التنفيذية الحكومة والمؤسسة القضائية فعندما نقول النظامي السياسي تغير في دولة معينة هل تغيرت هاته المؤسسات الثلاثة إذا لم يتغير النظام، فإذا تغير الرئيس هو ليس النظام فالرئيس هو جزء من المؤسسة التنفيذية فهو جزء بسيط من مؤسسة يتكون منها النظام السياسي وهي المؤسسات السياسية الرسمية والمؤسسات السياسية الغير رسمية التي يتشكل منها أيضا النظام السياسي كالأحزاب والنقابات ومنظمات المجتمع المدني وجماعات الضغط وكذا جماعات المصالح الى غير ذلك، تصور أن هذا كله هو النظام السياسي أعيد القول أن التغيير ليس آني بل على المدى البعيد ومن خلال التغييرات الجزئية .

فلاحظ أننا نتداول في كثير من الدول العربية في مفاهيم خاطئة فيقول سقط النظام في دولة ما ماذا يعني هذا؟ يعني أن البرلمان انهار والحكومة إنهارت وكذا المؤسسات التنفيذية والأحزاب ومنظمات المجتمع المدني والنقابات كلها إنهارت.

لم يحدث هذا الأمر لا في دولة تونس ولا في مصر ولا سوريا ولا العراق لم يتغير النظام لكن تغيير أشخاص أو بعض الأشخاص الذين كانوا في هرم السلطة على هذا النظام، إذا التغيير السياسي الحقيقي يكون على المدى البعيد من خلال التغيير في الثقافة السياسية

للأفراد وأيضاً النخبة الحاكمة، مما أردت الوصول إليه أن الإذاعة ساهمت في التغيير على مدى بعيد ببرامجها السياسية التي تقدمها للمستمع كما يمكننا القول أن دور الإذاعة في التغيير السياسي من خلال التغيير في أجزاء تتعلق بالنظام السياسي والثقافة السياسية والمساهمة في التنشئة السياسية وكذا تحقيق الوعي السياسي لدى المواطنين وشرح التعديلات في المؤسسات السياسية هذا هو الدور الحقيقي والمساهمة الحقيقية لإذاعة الوادي في مجال التغيير، وأعيد القول أن هذا التغيير لم يكن آني بل على المستوى القريب والمتوسط والبعيد. كما استطاعت إذاعة الوادي منذ الإعلان على الانتخابات وقانون الدستور الجديد بإستضافة مختصين في القوانين والعلوم السياسية الذين شرحوا الشرح المستفيض في مواد القانون، كذا استضافوا عناصر من المجتمع المدني لأن المسودة الأولى التي طرحت ساهموا فيها كل شرائح المجتمع كان هدف الإذاعة منه التوعية السياسية.¹

¹ مقابلة مع الدكتور: صادق جراية، رئيس قسم كلية الحقوق والعلوم السياسية، المقر جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، يوم 26 ماي 2022 على الساعة 10:00.

خلاصة الفصل

ومن خلال الفصل يمكن القول بأن الإذاعة انتشرت بصورة كبيرة وأصبحت لها أنواع منها الإذاعة المحلية التي لها دور كبير في تنوير الرأي العام المحلي وتزويد المجتمعات المحلية بالمعارف المتعلقة بحياتهم اليومية، والجزائر كغيرها من الدول قامت بعمل كبير في هذا المجال حين أدركت مدى تأثير الإذاعة على عقل المواطن الجزائري وضرورة التصدي للغزو الإعلامي، ونظرا لهذا الاهتمام يمكن اعتبار الإعلام الإذاعي المحلي في الجزائر تجربة رائدة في العالم العربي، حيث أصبحت اليوم لكل ولاية إذاعة تتحدث بلهجة مجموعها المحلي وتعالج قضايا واهتمامات مستمعيها في شبكة برمجية تغطيها على رأس كل ساعة محطة إخبارية تتناول جديد الأحداث المحلية ومن بين أهم برامجها هناك البرامج السياسية، لاسيما تلك التي تساير المحطات والأحداث السياسية التي تمر بها الجزائر

الجانب التطبيقي للدراسة

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية للدراسة

أولاً: الدراسة الاستطلاعية

ثانياً: عرض وتحليل النتائج

ثالثاً: النتائج في ضوء التساؤلات

أولاً: الدراسة الاستطلاعية

قمنا بتوزيع الاستبيان على عينة استطلاعية مكونة من 30 من مستمعي إذاعة الوادي وقاموا بالإجابة علي الاستبيان، فقمنا بحساب قيمة معامل بيرسون لصدق المحتوى للاستبيان، وقيمة الثبات ألفا كرو نباخ فكانت نتائجهم كالآتي:

1-صدق المحتوى (الاتساق الداخلي):

قمنا بحساب صدق المحتوى للمقياس بطريقة الاتساق الداخلي، وذلك بحساب معامل ارتباط كل محور من محاور الاستبيان عن الدرجة الكلية، تم استعمال نظام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS₂₃) لحساب قيمة r لكل محور، فتحصلنا على النتائج المدونة في الجدول التالي:

الجدول رقم (03) يوضح قيمة r لحساب الصدق

المحاور	عدد أفراد العينة	قيمة معامل الارتباط R	مستوى الدلالة	القرار
الخدمات التي يقدمها الإعلام المسموع للمجتمع	30	0.688	0.000	دالة إحصائياً عند 0.01
		0.704	0.000	دالة إحصائياً عند 0.01
الإعلام المسموع ودوره في التغيير السياسي				

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (03) نجد أن قيمة معامل الارتباط بيرسون بين المحاور والدرجة الكلية للاستبيان تتراوح بين 0.688 و0.704 وهي تدل علي وجود علاقة قوية بين المحاور والدرجة الكلية للاستبيان ومستوي الدلالة تساوي 0.000، وهي أقل من مستوى معنوية 0.01 إذا هي داله إحصائياً عند 0.01، مما يؤكد على أن الاستبيان صادق من ناحية المحتوى أو المضمون.

2 - ثبات التناسق الداخلي للبنود (ألفا كرو نباخ):

قمنا بحساب ثبات المقياس بطريقة التناسق الداخلي للبنود (ألفا كرو نباخ) بواسطة نظام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS₂₃)، النتائج مدونة في الجدول التالي:

الجدول رقم (04) يوضح قيمة ألفا كرونباخ

المحاور	عدد البنود	قيمة معامل ألفا كرونباخ	القرار
الخدمات التي يقدمها الإعلام المسموع للمجتمع	11	0.752	دالة إحصائيا
الاعلام المسموع ودوره في التغيير السياسي	15	0.795	دالة إحصائيا
الدرجة الكلية للاستبيان	26	0.893	دالة إحصائيا

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (04) نجد أن قيمة ألفا كرونباخ للاستبيان، أي درجة التناسق الداخلي بين بنود المحور الثاني الخدمات التي يقدمها الإعلام المسموع للمجتمع 0.752 وهي علاقة موجبة بين البنود المكونة للمحور الثاني، ودرجة التناسق الداخلي بين بنود المحور الثالث الاعلام المسموع ودوره في التغيير السياسي تساوي 0.795، وهي علاقة موجبة بين البنود المكونة للمحور الثالث، وهذا ما يؤكد ذلك درجة التناسق الداخلي لكل بنود الاستبيان والتي تساوي 0.893 وهي علاقة موجبة بين البنود الاستبيان وبذلك يمكن القول بأن الاستبيان ثابت.

الدراسة الأساسية:

بعد التأكد من صدق وثبات الاستبيان، قمنا بتوزيع الاستبيان على العينة الأساسية والمقدرة ب 100 مستمع لإذاعة الوادي، وقاموا بالإجابة علي الاستبيان، فكانت النتائج كالآتي:

ثانيا: عرض وتحليل النتائج:

1- عرض وتحليل نتائج البيانات العامة

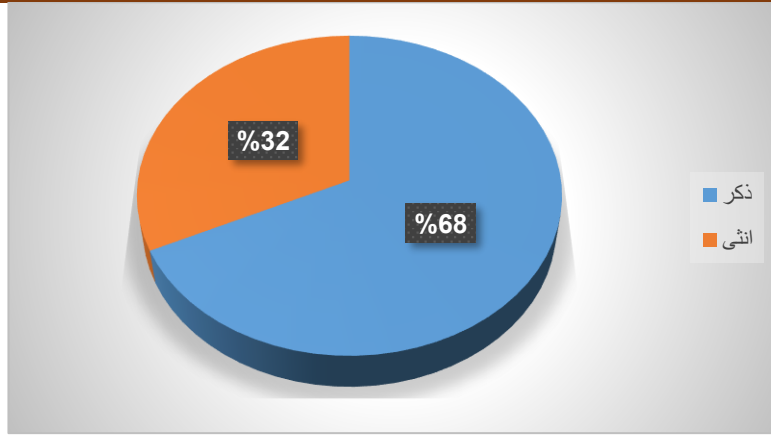
أ- الجنس :

الجدول رقم (05) يوضح توزيع ونسبة العينة حسب الجنس (ذكر، أنثي)

الجنس	العدد	النسبة المئوية %
ذكر	68	%68
أنثي	32	%32
المجموع	100	100%

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات spss

التمثيل البياني رقم (01) يوضح توزيع ونسبة العينة حسب الجنس (ذكر ، أنثي)



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد مخرجات spss

من خلال قراءتنا للجدول رقم (05) والتمثيل البياني رقم (01): نجد أن العينة المأخوذة لدراستنا غير متساوية العدد بين الجنسين، حيث نجد عدد المستمعين الذكور 68 مستمع بنسبة 68%، وعدد المستمعات الإناث 32 مستمعة بنسبة 32%.

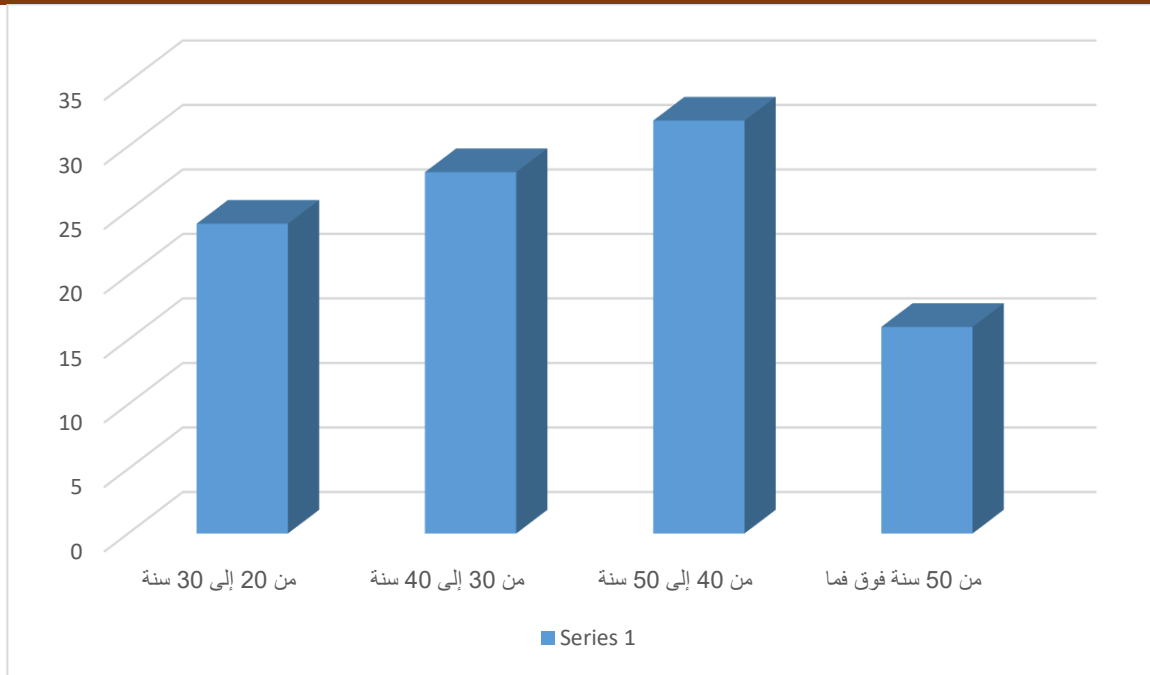
ب-السن:

الجدول رقم (06) يوضح توزيع ونسبة العينة حسب السن

النسبة المئوية %	العدد	السن
24%	24	من 20 إلى 30 سنة
28%	28	من 30 إلى 40 سنة
32%	32	من 40 إلى 50 سنة
16%	16	من 50 سنة فوق فما
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات spss

التمثيل البياني رقم (02) يوضح توزيع ونسبة العينة حسب السن



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال قراءتنا للجدول رقم (06) والتمثيل البياني رقم (02): نجد أن العينة المأخوذة لدراستنا غير متساوية العدد في الأعمار، حيث نجد عدد المستمعين الذين أعمارهم من 40 إلى 50 سنة 32 مستمع بنسبة 32%، وعدد المستمعين الذين أعمارهم من 30 إلى 40 سنة 28 مستمع بنسبة 28%، وعدد المستمعين الذين أعمارهم من 20 إلى 30 سنة 24 مستمع بنسبة 24%، وعدد المستمعين الذين أعمارهم من 50 سنة فما فوق 16 مستمع بنسبة 16%.

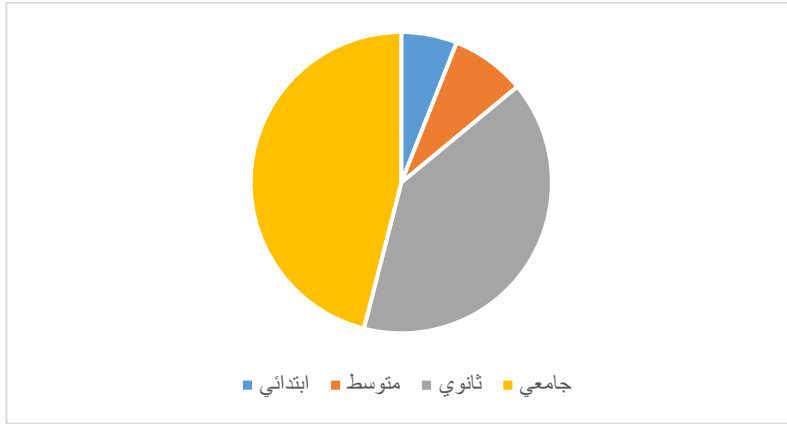
ج - المستوى التعليمي:

جدول رقم (07) يوضح توزيع ونسبة العينة حسب المستوى التعليمي

النسبة المئوية %	العدد	المستوى التعليمي
6%	6	ابتدائي
8%	8	متوسط
40%	40	ثانوي
46%	46	جامعي
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات spss

التمثيل البياني رقم (03) يوضح توزيع ونسبة العينة حسب المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال قراءتنا للجدول رقم (07) التمثيل البياني رقم (03) نجد أن العينة المأخوذة لدراستنا غير متساوية العدد في المستوى التعليمي، حيث نجد عدد افراد العينة الذين لديهم مستوى جامعي هم 46 بنسبة 46%، وعدد افراد العينة الذين لديهم مستوى ثانوي هم 40 بنسبة 40%، وعدد افراد العينة الذين لديهم مستوى متوسط هم 8 بنسبة 8%، وعدد افراد العينة الذين لديهم مستوى ابتدائي هم 6 بنسبة 6%.

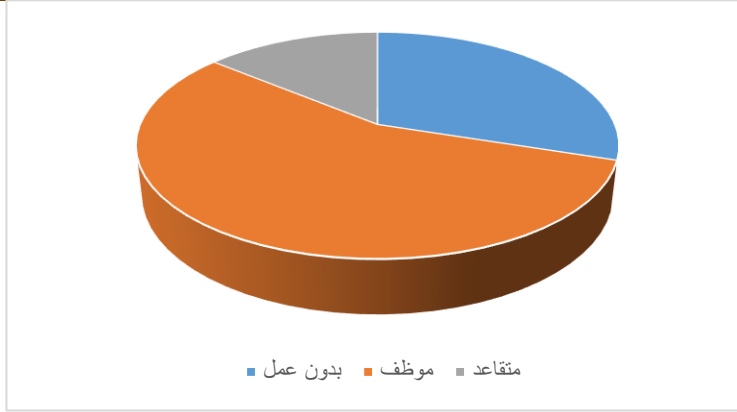
د-الحالة المهنية:

جدول رقم (08) يوضح توزيع ونسبة العينة حسب الحالة المهنية

النسبة المئوية %	العدد	الحالة المهنية
30%	30	بدون عمل
56%	56	موظف
14%	14	متقاعد
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات spss

التمثيل البياني رقم (04) يوضح توزيع ونسبة العينة حسب الحالة المهنية



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال قراءتنا للجدول رقم (08) والتمثيل البياني رقم (03): نجد أن العينة المأخوذة لدراستنا غير متساوية العدد حسب الحالة المهنية، حيث نجد عدد الافراد الموظفين هم 56 بنسبة 56%، وعدد الافراد بدون عمل هم 30 بنسبة 30%، وعدد الأفراد المتقاعدين هم 14 بنسبة 14%.

2- عرض وتحليل نتائج المحور الثاني: الخدمات التي يقدمها الإعلام المسموع للمجتمع 2-1. هل تسمع إلى إذاعة الوادي:

الجدول رقم (09): يمثل توزيع أفراد العينة حول سماع الإذاعة وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		ذكور		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
دائما	41	60.29%	22	68.75%	63	63%	63	63%
أحيانا	16	23.53%	8	25%	24	24%	24	24%
نادرا	11	16.18%	2	6.25%	13	13%	13	13%
المجموع	68	100%	32	100%	100	100%	100	100%

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (09) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين دائما يستمعون إلى إذاعة الوادي وهم 63 مستمع بنسبة 63% قابلتها نسبة 68.75% من المستمعين الاناث، وهي مرتفعة مقارنة مع نسبة 60.29% من المستمعين الذكور، يليها عدد المستمعين الذين احيانا ما يستمعون إلى إذاعة الوادي وهم 24 مستمع بنسبة 24% قابلتها نسبة 25% من المستمعين الاناث، وهي مرتفعة بقليل مقارنة مع نسبة 23.53% من المستمعين الذكور، يليها عدد المستمعين الذين نادرا ما يستمعون إلى إذاعة الوادي وهم 13 مستمع بنسبة 13% قابلتها نسبة 16.18% من المستمعين الذكور، وهي مرتفعة مقارنة مع نسبة 6.25% من المستمعين

الاناث، وهذا ما يفسر أن اغلبية المستمعين دائما يستمعون إلى اذاعة الوادي، وهذا راجع لتعلقهم بإذاعة سوف المحلية.

2-2. ماهي البرامج التي تفضل الاستماع اليها:

الجدول رقم (10) يمثل توزيع أفراد العينة حول البرامج المفضلة للاستماع في الإذاعة الوادي وفق متغير السن

المجموع	من 50 سنة فما فوق		من 40 الى 50 سنة		من 30 إلى 40 سنة		من 20 الى 30 سنة		السن	البدائل
	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار		
%28	28	%50	8	%31.25	10	%7.14	2	%33.33	8	اجتماعية
%18	18	%37.5	6	%12.25	4	%14.28	4	%16.67	4	ثقافية
%22	22	%12.5	2	%37.5	12	%7.14	2	%25	6	دينية
%32	32	%0	0	%18.75	6	%71.43	20	%25	6	سياسية
%100	100	%100	16	%100	32	%100	28	%100	24	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (10) نلاحظ أن أغلبية المستمعين يفضلون سماع الاخبار السياسية على اذاعة الوادي وهم 32 مستمع بنسبة 32%، قابلتها نسبة 71.43% من المستمعين أعمارهم من 30 الى 40 سنة وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 25% من المستمعين في الفئة العمرية من 20 الى 30 سنة، ونسبة 18.75% من المستمعين في الفئة العمرية من 40 الى 50 سنة ونسبة 0% من المستمعين من 50 سنة فما فوق، يليها عدد المستمعين الذين يفضلون سماع الاخبار الاجتماعية على اذاعة الوادي وهم 28 مستمع بنسبة 28% قابلتها نسبة 50% من المستمعين أعمارهم من 50 سنة فما فوق وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 33.33% من المستمعين في الفئة العمرية من 20 الى 30 سنة، ونسبة 31.25% من المستمعين في الفئة العمرية من 40 الى 50 سنة ونسبة 7.14% من المبحوثين من 30 الى 40 سنة، يليها عدد المستمعين الذين يفضلون سماع الاخبار الدينية على اذاعة الوادي وهم 22 مستمع بنسبة 22% قابلتها نسبة 37.5% من المستمعين في الفئة العمرية من 40 الى 50 سنة وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 25% من المستمعين في الفئة العمرية من 20 الى 30 سنة، ونسبة 12.5% من المستمعين في الفئة العمرية من 50 سنة فما فوق ونسبة 7.14% من المستمعين من 30 الى 40 سنة، يليها عدد المستمعين الذين يفضلون سماع الاخبار الثقافية على اذاعة الوادي وهم 18 مستمع بنسبة 18% قابلتها نسبة 37.5% من المستمعين في الفئة العمرية من 50 سنة فما فوق وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 16.67% من المستمعين

في الفئة العمرية من 20 الى 30 سنة، ونسبة 14.28% من المستمعين في الفئة العمرية من 30 الى 40 سنة، ونسبة 12.25% من المستمعين من 40 الى 50 سنة، وهذا ما يفسر أن أغلبية افراد العينة يفضلون سماع الاخبار السياسية على اذاعة الوادي، وهذا راجع لتعلق المستمعين بما يدور حاليا من أحداث سياسية.

2-3. كم تستغرق من وقت للاستماع للبرامج الإذاعية:

الجدول رقم (11) يمثل توزيع أفراد العينة حول البرامج الوقت المستغرق للاستماع للإذاعة وفق

متغير الحالة المهنية

المجموع		متقاعد		موظف		بدون عمل		الحالة المهنية البدائل
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
22%	22	14.28%	2	21.43%	12	26.67%	8	أقل من ساعة
32%	32	0%	0	39.29%	22	33.33%	10	من ساعة إلى ثلاث ساعات
46%	46	85.71%	12	39.29%	22	36.36%	12	أكثر من ثلاث ساعات
100%	100	100%	14	100%	56	100%	30	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (11) نلاحظ أن أغلبية المستمعين يستغرقون مدة أكثر من ثلاث ساعات للاستماع للبرامج الإذاعية وهم 46 مستمع بنسبة 46%، قابلتها نسبة 85.71% من المستمعين المتقاعدين وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 39.29% من المستمعين الموظفين، ونسبة 36.36% من المستمعين الذين هم بدون عمل، تليها عدد المستمعين الذين يستغرقون مدة من ساعة الى ثلاث ساعات للاستماع للبرامج الإذاعية وهم 32 مستمع بنسبة 32%، قابلتها نسبة 39.29% للمستمعين الموظفين وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 33.33% من المستمعين بدون عمل، ونسبة 0% من المستمعين المتقاعدين، تليها عدد المستمعين الذين يستغرقون مدة أقل من ساعة للاستماع للبرامج الإذاعية وهم 22 مستمع بنسبة 22%، قابلتها نسبة 26.67% للمستمعين بدون عمل وهي مرتفعة قليلا مقارنة بنسبة 21.43% من المبحوثين الموظفين ونسبة 14.28% من المبحوثين المتقاعدين، وهذا ما يفسر أن أغلبية افراد العينة يستغرقون مدة أكثر من ثلاث ساعات للاستماع للبرامج الإذاعية، وهذا راجع لمتابعتهم الدائمة للإذاعة.

2-4. ما هو الوقت المفضل لديك الذي تقوم بالاستماع للبرامج الإذاعية:

الجدول رقم (12): يمثل توزيع أفراد العينة حول الوقت المفضل للاستماع للبرامج الإذاعية

النسبة	تكرار	البدايل
18%	18	صباحا
22%	22	ظهرا
28%	28	مساء
32%	32	ليلا
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (12) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الوقت المفضل لديهم الذي يقومون بالاستماع للبرامج الإذاعية هو ليلا وهم 32 مستمع بنسبة 32%، يليها عدد المبحوثين الوقت المفضل لديهم الذي يقومون بالاستماع للبرامج الإذاعية هو مساء وهم 28 مستمع بنسبة 28%، يليها عدد المبحوثين الوقت المفضل لديهم الذي يقومون بالاستماع للبرامج الإذاعية هو ظهرا وهم 22 مستمع بنسبة 22%، يليها عدد المبحوثين الوقت المفضل لديهم الذي يقومون بالاستماع للبرامج الإذاعية هو صباحا وهم 18 مستمع بنسبة 18%، وهذا ما يفسر أن اغلبية المبحوثين الوقت المفضل لديهم الذي يقومون بالاستماع للبرامج الإذاعية هو ليلا، وهذا راجع إلى أن عينة الدراسة يفضلون الاستماع وقت الراحة ألا وهو وقت الليل.

2-5. من يشارك في الاستماع للإذاعة:

الجدول رقم (13): يمثل توزيع أفراد العينة حول مشاركتهم في الاستماع للإذاعة وفق متغير الجنس

البدايل	الجنس		إناث		ذكر		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
وحدك	26	38.24%	12	37.5%	38	38%		
مع أفراد الأسرة	28	41.18%	16	50%	44	44%		
الاصدقاء	14	20.59%	4	12.5%	18	18%		
المجموع	68	100%	32	100%	100	100%		

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (13) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يشاركونهم في الاستماع للإذاعة افراد الاسرة وهم 44 مستمع بنسبة 44%، قابلتها نسبة 50% للمبحوثين الاناث وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 41.18% للمبحوثين الذكور، يليها عدد المبحوثين الذين لا يشاركونهم في الاستماع للإذاعة احد وهم 38 مستمع بنسبة 38%، قابلتها نسبة 38.24% للمبحوثين الذكور وهي مرتفعة قليلا مقارنة بنسبة 37.5% للمبحوثين الاناث، يليها عدد المبحوثين الذين يشاركونهم

في الإذاعة الاصدقاء وهم 18 مستمع بنسبة 18%، قابلتها نسبة 20.59% للمبحوثين الذكور وهي مرتفعة قليلا مقارنة بنسبة 12.5% للمبحوثين الاناث، وهذا ما يفسر أن اغلبية المبحوثين يشاركونهم في الاستماع للإذاعة افراد الاسرة.

2-6. في أي مكان تستمع الإذاعة:

الجدول رقم (14) يمثل توزيع أفراد العينة حول مكان سماع الإذاعة وفق متغير السن

المجموع	من 50 سنة فما فوق		من 40 الى 50 سنة		من 30 إلى 40 سنة		من 20 الى 30 سنة		السن البدايل	
	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار		
%52	52	%37.5	6	%25	8	%92.86	26	%50	12	البيت
%34	34	%50	8	%50	16	%7.14	2	%33.33	8	السيارة
%14	14	%12.5	2	%25	8	%0	0	%16.67	4	العمل
%100	100	%100	16	%100	32	%100	28	%100	24	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (14) نلاحظ أن أغلبية المستمعين يفضلون سماع الإذاعة في البيت وهم 52 مستمع بنسبة 52%، قابلتها نسبة 92.86% من المستمعين أعمارهم من 30 الى 40 سنة وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 50% من المستمعين في الفئة العمرية من 20 الى 30 سنة ونسبة 37.5% من المستمعين في الفئة العمرية من 50 سنة فما فوق ونسبة 25% من المستمعين اعمارهم من 40 الى 50 سنة، يليها عدد المستمعين الذين يفضلون سماع الإذاعة في السيارة وهم 34 مستمع بنسبة 34%، قابلتها نسبة 50% لكل من المستمعين أعمارهم من 40 الى 50 سنة والمستمعين في الفئة العمرية من 50 سنة فما فوق، وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 33.33% من المستمعين في الفئة العمرية من 20 الى 30 سنة ونسبة 7.14% من المستمعين اعمارهم من 30 الى 40 سنة، يليها عدد المستمعين الذين يفضلون سماع الإذاعة في العمل وهم 14 مستمع بنسبة 14%، قابلتها نسبة 25% للمستمعين أعمارهم من 40 الى 50 سنة وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 16.67% للمستمعين في الفئة العمرية من 20 الى 30 سنة، ونسبة 12.5% من المستمعين في الفئة العمرية من 50 سنة فما فوق ونسبة 0% من المستمعين اعمارهم من 30 الى 40 سنة، وهذا ما يفسر أن أغلبية الطلبة يفضلون سماع الإذاعة في البيت، وهذا راجع إلى تفضيلهم الاستماع للإذاعة في الليل وهم عادة ما يكونون بالبيت في هذا الوقت.

2-7. عند استماعك لبرنامج المفضل هل يؤثر فيك انقطاع البث الاذاعي:

الجدول رقم (15): يمثل توزيع أفراد العينة حول انقطاع البث المفضل للاستماع للبرامج الاذاعية

النسبة	تكرار	البدايل
74%	74	نعم
26%	26	لا
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (15) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين عند استماعهم للبرنامج المفضل يؤثر فيهم انقطاع البث الاذاعي وهم 74 مستمع بنسبة 74%، يليها عدد المبحوثين عند استماعهم للبرنامج المفضل لا يؤثر فيهم انقطاع البث الاذاعي وهم 26 بنسبة 26%، وهذا ما يفسر أن أغلبية المبحوثين عند استماعهم للبرنامج المفضل يؤثر فيهم انقطاع البث الاذاعي وهذا راجع لتعلقهم بالإذاعة.

2-8. هل تهتم بالأخبار السياسية في إذاعة الوادي:

الجدول رقم (16): يمثل توزيع أفراد العينة حول الاهتمام بالأخبار السياسية في إذاعة الوادي

النسبة	تكرار	البدايل
71%	71	نعم
29%	29	لا
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (16) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يهتمون بالأخبار السياسية في إذاعة الوادي وهم 71 مستمع بنسبة 71%، يليها عدد المبحوثين الذين لا يهتمون بالأخبار السياسية في إذاعة الوادي وهم 29 مستمع بنسبة 29%، وهذا ما يفسر أن أغلبية المبحوثين يهتمون بالأخبار السياسية في إذاعة الوادي، وهذا راجع لاهتمام عينة الدراسة بالأخبار السياسية.

2-9. هل تؤثر فيك البرامج الإذاعية السياسية في إذاعة الوادي:

الجدول رقم (17): يمثل توزيع أفراد العينة حول تأثير البرامج الاذاعية السياسية

النسبة	تكرار	البدائل
58%	58	نعم
42%	42	لا
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (17) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين تؤثر فيهم البرامج الإذاعية السياسية في إذاعة الوادي وهم 58 مستمع بنسبة 58%، يليها عدد المبحوثين الذين لا تؤثر فيهم البرامج الإذاعية السياسية في إذاعة الوادي وهم 42 مستمع بنسبة 42%، وهذا ما يفسر أن أغلبية المبحوثين تؤثر فيهم البرامج الإذاعية السياسية في إذاعة الوادي، وهذا راجع للتطور الحاصل في اعداد البرامج السياسية في إذاعة الوادي.

2-10. هل تفضل متابعة المواضيع السياسية في:

الجدول رقم (18): يمثل توزيع أفراد العينة حول تفضيل متابعة المواضيع السياسية وفق متغير الجنس

البدائل	الجنس		ذكور		إناث		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
الاخبار	40	58.82%	4	12.50%	44	44%		
البرامج	28	41.18%	28	87.50%	56	56%		
المجموع	68	100%	32	100%	100	100%		

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (18) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يفضلون متابعة المواضيع السياسية في البرامج وهم 56 مستمع بنسبة 56%، قابلتها نسبة 87.50% للمبحوثين الاناث وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 41.18% من المبحوثين الذكور، يليها عدد المبحوثين الذين يفضلون متابعة المواضيع السياسية في الاخبار وهم 44 بنسبة 44%، قابلتها نسبة 58.82% للمبحوثين الذكور وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 12.50% من المبحوثين الاناث، وهذا ما يفسر أن أغلبية المبحوثين يفضلون متابعة المواضيع السياسية في البرامج، وهذا راجع لحبهم للسياسة.

2-11. ما هو انطباعك العام حول إذاعة الوادي:

الجدول رقم (19): يمثل توزيع أفراد العينة حول انطباع العام حول إذاعة الوادي

البدائل	تكرار	نسبة
---------	-------	------

جيدة جدا	22	22%
جيدة	46	46%
متوسطة	24	24%
ضعيفة	8	8%
المجموع	100	100%

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (19) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين انطباعهم العام حول إذاعة الوادي هو أن الإذاعة جيدة وهم 46 مستمع بنسبة 46%، يليها عدد المبحوثين الذين انطباعهم العام حول إذاعة الوادي هو أن الإذاعة متوسطة وهم 24 مستمع بنسبة 24%، يليها عدد المبحوثين الذين انطباعهم العام حول إذاعة الوادي هو أن الإذاعة جيدة جدا وهم 22 مستمع بنسبة 22%، يليها عدد المبحوثين الذين انطباعهم العام حول إذاعة الوادي هو أن الإذاعة ضعيفة وهم 8 مستمعين بنسبة 8%، وهذا ما يفسر أن أغلبية المبحوثين انطباعهم العام حول إذاعة الوادي هو أن الإذاعة جيدة، وهذا راجع للتطور الكبير لإذاعة الوادي.

3- عرض وتحليل نتائج المحور الثالث: الإعلام المسموع ودوره في التغيير السياسي

3-1. هل تتابع المواضيع السياسية في إذاعة الواد بشكل

الجدول رقم (20): يمثل توزيع أفراد العينة حول تتابع المواضيع السياسية في إذاعة الوادي

البدائل	تكرار	نسبة
منظم	56	56%
متقطع	30	30%
بالصدفة	14	14%
المجموع	100	100%

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (20) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يتابعون المواضيع السياسية في إذاعة الوادي بشكل منظم وهم 56 مستمع بنسبة 56%، يليها عدد المبحوثين الذين يتابعون المواضيع السياسية في إذاعة الوادي بشكل متقطع وهم 30 مستمع بنسبة 30%، يليها عدد المبحوثين الذين يتابعون المواضيع السياسية في إذاعة الوادي بالصدفة وهم 14 مستمع بنسبة 14%، وهذا ما يفسر أن أغلبية المبحوثين يتابعون المواضيع السياسية في إذاعة الوادي بشكل منظم، وهذا راجع لتعلقهم بالإذاعة.

3-2. هل ترى بأن إذاعة الوادي تغطي المواضيع السياسية بشكل جيد وفعال:

الجدول رقم (21) يمثل توزيع أفراد العينة حول المواضيع السياسية في إذاعة الوادي وفق متغير السن

السن البدائل	من 20 الى 30 سنة		من 30 إلى 40 سنة		من 40 الى 50 سنة		من 50 سنة فما فوق		المجموع
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
نعم	16	%66.67	16	%57.14	16	%50	4	%25	52
احيانا	6	%25	12	%42.86	12	%37.5	4	%25	34
لا	2	%8.33	0	%0	4	%12.5	8	%50	14
المجموع	24	%100	28	%100	32	%100	16	%100	100

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (21) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يرون بأن إذاعة الوادي تغطي المواضيع السياسية بشكل جيد وفعال وهم 52 مستمع بنسبة %52، قابلتها نسبة %66.67 من المبحوثين أعمارهم من 20 الى 30 سنة وهي مرتفعة مقارنة نسبة %57.14 من المبحوثين في الفئة العمرية من 30 الى 40 سنة، ونسبة %50 من المبحوثين في الفئة العمرية من 40 الى 50 سنة ونسبة %25 من المبحوثين من 50 سنة فما فوق، يليها عدد المبحوثين الذين يرون بأنه احيانا إذاعة الوادي تغطي المواضيع السياسية بشكل جيد وفعال وهم 34 مستمع بنسبة %34، قابلتها نسبة %42.86 من المبحوثين أعمارهم من 30 الى 40 سنة وهي مرتفعة مقارنة نسبة %37.5 من المبحوثين في الفئة العمرية من 40 الى 50 سنة ونسبة %25 لكل من المبحوثين في الفئة العمرية من 20 الى 30 سنة والمبحوثين من 50 سنة فما فوق، يليها عدد المبحوثين الذين يرون بأنه إذاعة الوادي لا تغطي المواضيع السياسية بشكل جيد وفعال وهم 14 مستمع بنسبة %14، قابلتها نسبة %50 من المبحوثين أعمارهم من 50 سنة فما فوق وهي مرتفعة مقارنة بنسبة %12.5 من المبحوثين في الفئة العمرية من 40 الى 50 سنة، ونسبة %8.33 لكل من المبحوثين في الفئة العمرية من 20 الى 30 سنة ونسبة %0 من المبحوثين في الفئة العمرية من 30 الى 40 سنة، وهذا ما يفسر أن اغلبية افراد العينة يرون بأن إذاعة الوادي تغطي المواضيع السياسية بشكل جيد وفعال، وهذا راجع إلى الرضا الكبير من قبل عينة الدراسة لإذاعة الوادي.

3-3. هل تستفيد من تغطية الإذاعة للأنشطة السياسية في مختلف المحافل الوطنية:

الجدول رقم (22) يمثل توزيع أفراد العينة حول استفادة الإذاعة من تغطية للأنشطة سياسية وفق متغير الحالة المهنية

المجموع		متقاعد		موظف		بدون عمل		الحالة المهنية البدائل
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
%44	44	%42.86	6	%32.14	18	%66.67	20	نعم
%41	41	%42.86	6	%51.79	29	%20	6	أحيانا
%15	15	%14.29	2	%16.07	9	%13.33	4	لا
%100	100	%100	14	%100	56	%100	30	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (22) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يستفيدون من تغطية الإذاعة للأنشطة السياسية في مختلف المحافل الوطنية وهم 44 مستمع بنسبة 44%، قابلتها نسبة 66.67% للمبحوثين بدون عمل وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 42.86% من المبحوثين ونسبة 32.14% من المبحوثين الموظفين، يليها عدد المبحوثين الذين أحيانا يستفيدون من تغطية الإذاعة للأنشطة السياسية في مختلف المحافل الوطنية وهم 41 مستمع بنسبة 41%، قابلتها نسبة 51.79% للمبحوثين الموظفين وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 42.86% من المبحوثين المتقاعدين ونسبة 20% من المبحوثين بدون عمل، يليها عدد المبحوثين الذين لا يستفيدون من تغطية الإذاعة للأنشطة السياسية في مختلف المحافل الوطنية وهم 15 مستمع بنسبة 15% قابلتها نسبة 16.07% للمبحوثين الموظفين وهي مرتفعة قليلا من نسبة 14.29% من المبحوثين المتقاعدين ونسبة 13.33% من المبحوثين بدون عمل، وهذا ما يفسر أن اغلبية المبحوثين يستفيدون من تغطية الإذاعة للأنشطة السياسية في مختلف المحافل الوطنية، وهذا راجع إلى الاحترافية في تغطية المحافل والأنشطة السياسية في إذاعة الوادي.

3-4. هل تساهم إذاعة الوادي في تقديم برامج تشجيعية حول المشاركة في الانتخابات:
الجدول رقم (23): يمثل توزيع أفراد العينة مساهمة الإذاعة في الانتخابات وفق متغير الجنس

المجموع	إناث		ذكر		الجنس
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
نسبة					البدائل
44%	44	31.25%	10	50%	34
39%	39	50%	16	33.82%	23
17%	17	18.75%	6	16.18%	11
100%	100	100%	32	100%	68

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (23) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يرون أن إذاعة الوادي تساهم في تقديم برامج تشجيعية حول المشاركة في الانتخابات، وهم 44 مستمع بنسبة 44%، قابلتها نسبة 50% للمبحوثين الذكور وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 31.25% للمبحوثين الإناث، يليها عدد المبحوثين الذين يرون أن إذاعة الوادي احيانا ما تساهم في تقديم برامج تشجيعية حول المشاركة في الانتخابات وهم 39 مستمع بنسبة 39%، قابلتها نسبة 50% للمبحوثين للإناث وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 33.82% للمبحوثين الذكور، يليها عدد المبحوثين الذين يرون أن إذاعة الوادي لا تساهم في تقديم برامج تشجيعية حول المشاركة في الانتخابات وهم 17 مستمع بنسبة 17%، قابلتها نسبة 18.75% للمبحوثين للإناث وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 16.18% للمبحوثين الذكور، وهذا ما يفسر أن اغلبية المبحوثين يرون أن إذاعة الوادي تساهم في تقديم برامج تشجيعية حول المشاركة في الانتخابات، وهذا راجع لحرص الإذاعة على تنشيط وتوعية المواطنين بضرورة العمل الانتخابي.

3-5. هل سبق وان علمت ببعض المعلومات السياسية من الإذاعة وكانت مفيدة لك:

الجدول رقم (24): يمثل توزيع أفراد العينة حول معلومات مفيدة من الإذاعة

البدائل	تكرار	نسبة
نعم	61	61%
لا	39	39%
المجموع	100	100%

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (24) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين سبق وان علموا ببعض المعلومات السياسية من الإذاعة وكانت مفيدة لهم وهم 61 مستمع بنسبة 61%، يليها عدد المبحوثين الذين لم يسبق وان علموا ببعض المعلومات السياسية من الإذاعة وكانت مفيدة لهم وهم 39 مستمع بنسبة 39%، وهذا ما يفسر أن أغلبية المبحوثين سبق وان علموا ببعض

المعلومات السياسية من الإذاعة وكانت مفيدة لهم، وهذا راجع للأهمية الكبيرة التي توليها الإذاعة في تكريس مبدأ السبق الصحفي.

3-6. هل البرامج السياسية لها جانب سلبي على المجتمع:

الجدول رقم (25) يمثل توزيع أفراد العينة حول سلبية البرامج السياسية على المجتمع وفق متغير السن

المجموع	من 50 سنة فما فوق		من 40 الى 50 سنة		من 30 إلى 40 سنة		من 20 الى 30 سنة		السن	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة		
%25	25	%18.75	3	%21.88	7	%25	7	%33.33	8	نعم
%36	36	%25	4	%34.38	11	%50	14	%29.17	7	احيانا
%39	39	%56.25	9	%43.75	14	%25	7	%37.75	9	لا
%100	100	%100	16	%100	32	%100	28	%100	24	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (25) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يرون بأن البرامج السياسية لا يوجد لها جانب سلبي على المجتمع وهم 39 مستمع بنسبة 39%، قابلتها نسبة 56.25% للمبحوثين أعمارهم من 50 سنة فما فوق وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 43.75% من المبحوثين في الفئة العمرية من 40 الى 50 سنة، ونسبة 37.75% من المبحوثين في الفئة العمرية من 20 الى 30 سنة ونسبة 25% للمبحوثين في الفئة العمرية من 30 الى 40 سنة، يليها عدد المبحوثين الذين يرون أن البرامج السياسية احيانا يوجد لها جانب سلبي على المجتمع وهم 36 مستمع بنسبة 36%، قابلتها نسبة 50% للمبحوثين أعمارهم من 30 الى 40 سنة وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 34.38% من المبحوثين في الفئة العمرية من 40 الى 50 سنة ونسبة 29.17% للمبحوثين في الفئة العمرية من 20 الى 30 سنة، ونسبة 25% من المبحوثين في الفئة العمرية من 50 سنة فما فوق، وهذا ما يفسر أن أغلبية المستمعين يرون بأن البرامج السياسية لا يوجد لها جانب سلبي على المجتمع، وهذا راجع لإعجاب عينة الدراسة بنوعية البرامج السياسية التي تبث عبر أثر إذاعة الوادي.

3-7. هل تساهم إذاعة الوادي في نشر حملات من السياسية:

الجدول رقم (26): يمثل توزيع أفراد العينة حول مساهمة اذاعة الوادي في نشر حملات من السياسة

البدايل	تكرار	نسبة
نعم	63	%63

37%	37	لا
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (26) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يرون أن إذاعة الوادي تساهم في نشر حملات من السياسية وهم 63 مستمع بنسبة 63%، يليها عدد المبحوثين الذين يرون أن إذاعة الوادي لا تساهم في نشر حملات من السياسية وهم 37 مستمع بنسبة 37%، وهذا ما يفسر أن اغلبية المبحوثين يرون أن إذاعة الوادي تساهم في نشر حملات من السياسية، وهذا راجع إلى المساهمة الفعالة لإذاعة الوادي في توعية ونشر الحملات السياسية.

3-8. برأيك هل كان إذاعة الوادي دور في الحراك السياسي الذي حدث في بلادنا:

الجدول رقم (27): يمثل توزيع أفراد العينة حول دور الحراك السياسي والإذاعة

البدايل	تكرار	نسبة
نعم	71	71%
لا	29	29%
المجموع	100	100%

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (27) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يرون أنه كان إذاعة الوادي دور في الحراك السياسي الذي حدث في بلادنا وهم 71 مستمع بنسبة 71%، يليها عدد المبحوثين الذين يرون أنه لم يكن لإذاعة الوادي دور في الحراك السياسي الذي حدث في بلادنا وهم 29 مستمع بنسبة 29%، وهذا ما يفسر أن اغلبية المبحوثين يرون أنه كان إذاعة الوادي دور في الحراك السياسي الذي حدث في بلادنا، وهذا راجع للتعطية المكثفة أثناء الحراك.

3-9. في حالة الإجابة بنعم ما هو تقييمك لدور الإذاعة:

الجدول رقم (28) يمثل توزيع أفراد العينة حول تقييم دور الإذاعة وفق متغير المستوى التعليمي

المجموع		جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي		المستوى التعليمي البدايل
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	

دور سلبي	0	%0	1	%20	6	%23.08	7	%21.21	14	%19.72
دور حيادي	2	%33.33	0	%0	14	%53.85	10	%30.30	26	%36.62
دور إيجابي	4	%66.67	4	%80	6	%23.08	17	%51.52	31	%43.66
المجموع	6	%100	5	%100	26	%100	33	%100	71	%100

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (28) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين أجابوا ب نعم على السؤال السابق والبالغ عددهم 71 مستمع يرون أن دور الإذاعة كان دورا ايجابي وهم 31 مستمع بنسبة %43.66، قابلتها نسبة %80 للمبحوثين الذين لديهم مستوى تعليمي متوسط وهي مرتفعة مقارنة بنسبة %66.67 للمبحوثين الذين لديهم مستوى تعليمي ابتدائي، ونسبة %51.52 للمبحوثين الذين لديهم مستوى تعليمي جامعي ونسبة %23.08 للمبحوثين الذين لديهم مستوى تعليمي ثانوي، يليها عدد المبحوثين الذين يرون أن دور الإذاعة كان دورا حياديا وهم 26 مستمع بنسبة %36.62، قابلتها نسبة %53.85 للمبحوثين الذين لديهم مستوى تعليمي ثانوي وهي مرتفعة مقارنة بنسبة %33.3 للمبحوثين الذين لديهم مستوى تعليمي ابتدائي، ونسبة %30.30 للمبحوثين الذين لديهم مستوى تعليمي جامعي ونسبة %0 للمبحوثين الذين لديهم مستوى تعليمي متوسط، يليها عدد المبحوثين الذين يرون أن دور الإذاعة كان دورا سلبيا وهم 14 مستمع بنسبة %19.72، قابلتها نسبة %23.08 للمبحوثين الذين لديهم مستوى تعليمي ثانوي وهي مرتفعة مقارنة بنسبة %21.21 للمبحوثين الذين لديهم مستوى تعليمي جامعي، ونسبة %20 للمبحوثين الذين لديهم مستوى تعليمي متوسط، ونسبة %0 للمبحوثين الذين لديهم مستوى تعليمي ابتدائي، وهذا ما يفسر أن اغلبية المبحوثين يرون أن دور الإذاعة كان لها دورا ايجابي، وهذا راجع لاقتناع المستمع بأهمية الدور الذي تلعبه إذاعة الوادي في الجانب السياسي.

3-10. هل قمت بالمشاركة في نشاط سياسي او حدث سياسي تم الإعلان عليه عبر الإذاعة:

الجدول رقم (29): يمثل توزيع أفراد العينة حول المشاركة في حدث سياسي تم الاعلان عنه عبر

الإذاعة

النسبة	تكرار	البدائل
--------	-------	---------

61	61	نعم
39	39	لا
100	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (29) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين قاموا بالمشاركة في نشاط سياسي أو حدث سياسي تم الإعلان عليه عبر الإذاعة وهم 61 مستمع بنسبة 61%، يليها عدد المبحوثين الذين لم يقوموا بالمشاركة في نشاط سياسي أو حدث سياسي تم الإعلان عليه عبر الإذاعة وهم 39 مستمع بنسبة 39%، وهذا ما يفسر أن أغلبية المبحوثين قاموا بالمشاركة في نشاط سياسي أو حدث سياسي تم الإعلان عليه عبر الإذاعة، وهذا راجع للتفاعل عبر أثير الإذاعة، خاصة في المحافل السياسية مثل الانتخابات.

3-11. هل تتناول إذاعة الوادي موضوع القضايا العربية حالياً:

الجدول رقم (30): يمثل توزيع أفراد العينة حول تناول إذاعة الوادي المواضيع العربية

نسبة	تكرار	البدائل
66%	66	نعم
34%	34	لا
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (30) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يرون ان الإذاعة الوادي تتناول موضوع القضايا العربية حالياً وهم 66 مستمع بنسبة 66%، يليها عدد المبحوثين الذين يرون ان الإذاعة الوادي لا تتناول موضوع القضايا العربية حالياً وهم 34 مستمع بنسبة 34%، وهذا ما يفسر أن أغلبية المبحوثين يرون ان الإذاعة الوادي تتناول موضوع القضايا العربية حالياً وهذا راجع للتغطية الواسعة التي تقوم بها إذاعة الوادي.

3-12. ما رأيك عبر ما يتم أذاعه في إذاعة الوادي فيما يخص الجانب السياسي

الجدول رقم (31): يمثل توزيع أفراد العينة حول رأيهم حول ما يتم أذاعه من اخبار سياسية في إذاعة

الوادي

نسبة	تكرار	البدائل
28%	28	تعبر عن الواقع بصدق

ليس كل ما تنشره صحيح	14	14%
التستر على بعض الأخبار	32	32%
نشر أخبار مزيفة وكاذبة	16	16%
أخرى	10	10%
المجموع	100	100%

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (31) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين كان رأيهم عبر ما يتم إذاعته في إذاعة الوادي فيما يخص الجانب السياسي هو التستر على بعض الاخبار وهم 32 مستمع بنسبة 32%، يليها عدد المبحوثين الذين كان رأيهم عبر ما يتم إذاعته في إذاعة الوادي فيما يخص الجانب السياسي وهو انها تعبر عن الواقع بصدق وهم 28 مستمع بنسبة 28%، يليها عدد المبحوثين الذين كان رأيهم عبر ما يتم إذاعته في إذاعة الوادي فيما يخص الجانب السياسي وهو نشر اخبارا كاذبة ومزيفة وهم 16 مستمع بنسبة 16%، يليها عدد المبحوثين الذين كان رأيهم عبر ما يتم إذاعته في إذاعة الوادي فيما يخص الجانب السياسي وهو ليس كل ما ينشر صحيح وهم 14 مستمع بنسبة 14%، يليها عدد المبحوثين الذين كان رأيهم عبر ما يتم إذاعته في إذاعة الوادي فيما يخص الجانب السياسي وهو نشر اخبارا اخرى وهم 10 مستمعين بنسبة 10%، وهذا ما يفسر أن اغلبية المبحوثين كان رأيهم عبر ما يتم أذاعه في إذاعة الوادي فيما يخص الجانب السياسي هو التستر على بعض الاخبار، وهذا راجع لسياسة التحفظ.

3-13. هل سبق لك أن اتصلت وابدت رأيك حول الانتخابات او اي قضية سياسية عبر الإذاعة في الوادي:

الجدول رقم (32): يمثل توزيع أفراد العينة حول ابداء الرأي حول الانتخابات عن طريق إذاعة الوادي

البدائل	تكرار	نسبة
نعم	61	61%

39%	39	لا
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (32) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين سبق لهم وأن اتصلوا وابدوا رأيهم حول الانتخابات أو أي قضية سياسية عبر الإذاعة في الوادي وهم 61 مستمع بنسبة 61% يليها عدد المبحوثين الذين لم سبق لهم وأن اتصلوا وابدوا رأيهم حول الانتخابات أو أي قضية سياسية عبر الإذاعة في الوادي وهم 39 مستمع بنسبة 39%، وهذا ما يفسر أن أغلبية المبحوثين سبق لهم وأن اتصلوا وابدوا رأيهم حول الانتخابات أو أي قضية سياسية عبر الإذاعة في الوادي، وهذا راجع إلى حب التفاعل وإبداء رأيهم في مختلف الانتخابات.

3-14. إذا كانت الإجابة بنعم كيف وجدت التجربة:

الجدول رقم (33): يمثل توزيع أفراد العينة حول رأيهم عن التجربة وفق متغير الجنس

المجموع	إناث		نكر		الجنس البدائل
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
21.31%	13	15%	3	24.39%	أضاف لي الجديد
29.51%	18	40%	8	24.39%	لم تغير أي شيء
49.18%	30	45%	9	51.22%	نوعا ما
100%	61	100%	20	100%	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (33) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين أجابوا بـ نعم على السؤال السابق والبالغ عددهم 61 مستمع، رأيهم حول التجربة أنها نوعا ما جيدة، وهم 30 مستمع بنسبة 49.18%، قابلتها نسبة 51.22% للمبحوثين الذكور وهي مرتفعة قليلا مقارنة بنسبة 45% للمبحوثين الإناث، يليها عدد المبحوثين رأيهم حول التجربة أنها لم تغير أي شيء وهم 18 مستمع بنسبة 29.51%، قابلتها نسبة 40% للمبحوثين الإناث وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 24.39% للمبحوثين الذكور، يليها عدد المبحوثين رأيهم حول التجربة أنها اضافت لهم الجديد وهم 13 مستمع بنسبة 21.31%، قابلتها نسبة 24.39% للمبحوثين الذكور وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 15% للمبحوثين الإناث، وهذا ما يفسر أن اغلبية المبحوثين رأيهم حول التجربة أنها نوعا ما جيدة، وهذا راجع إلى رضا المستمعين حول النقاشات التي أداروها عبر أثر الإذاعة حول الانتخابات.

3-15. كيف ترى طرح المواضيع السياسية عبر الإذاعة مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى:

الجدول رقم (34) يمثل توزيع أفراد العينة حول رأيهم عن المواضيع السياسية وفق متغير الحالة

المهنية

المجموع		متقاعد		موظف		بدون عمل		الحالة المهنية البدائل
		نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	طرح المواضيع السياسية بكثرة
%38	38	%0	0	%14.29	8	%100	30	
%48	48	%0	0	%85.71	48	%0	0	طرح المواضيع السياسية متوسطة
%14	14	%100	14	%0	0	%0	0	طرح المواضيع السياسية قليلة
%100	100	%100	14	%100	56	%100	30	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (34) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يرون أن طرح المواضيع السياسية عبر الإذاعة مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى كان بنسبة متوسطة وهم 48 مستمع بنسبة 48%، قابلتها نسبة 85.71% للمبحوثين الموظفين وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 0% لكل من المبحوثين المتقاعدين وبدون عمل، يليها عدد المبحوثين الذين يرون أن طرح المواضيع السياسية عبر الإذاعة مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى كان بنسبة كثيرة وهم 38 مستمع بنسبة 38%، قابلتها نسبة 100% للمبحوثين بدون عمل وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 14.29% للمبحوثين الموظفين ونسبة 0% للمبحوثين المتقاعدين، يليها عدد المبحوثين الذين يرون أن طرح المواضيع السياسية عبر الإذاعة مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى كان بنسبة قليلة وهم 14 مستمع بنسبة 14%، قابلتها نسبة 100% للمبحوثين المتقاعدين وهي مرتفعة مقارنة بنسبة 0% لكل من المبحوثين بدون عمل والموظفين، وهذا ما يفسر أن أغلبية المستمعين يرون أن طرح المواضيع السياسية عبر الإذاعة مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى كان بنسبة متوسطة، وهذا راجع لكثرة وسائل الإعلام والاتصال التي تطرح المواضيع السياسية.

ثالثاً: النتائج في ضوء التساؤلات

1 - النتائج الجزئية:

أ - النتائج الجزئية للتساؤل الجزئي الأول: والذي ينص ب: " ماهي الخدمات التي يقدمها الإعلام المسموع للمجتمع ".

- من خلال تحليلنا للاستمارة الموجهة لعينة الدراسة اتضح أن:
- من خلال النتائج الجدول رقم (07) نجد أن أغلبية المبحوثين دائماً يستمعون إلى إذاعة الوادي وهم 63 مستمع بنسبة 63%.
 - من خلال النتائج الجدول رقم (08) نجد أن أغلبية المبحوثين يفضلون سماع الاخبار السياسية على إذاعة الوادي وهم 32 مستمع بنسبة 32%.
 - من خلال النتائج الجدول رقم (09) نجد أن أغلبية المبحوثين يستغرقون مدة اكثر من ثلاث ساعات للاستماع للبرامج الاذاعية وهم 46 مستمع بنسبة 46%.
 - من خلال النتائج الجدول رقم (10) نجد أن أغلبية المبحوثين الوقت المفضل لديهم الذي يقومون بالاستماع للبرامج الإذاعية هو ليلاً وهم 32 مستمع بنسبة 32%.
 - من خلال النتائج الجدول رقم (11) نجد أن أغلبية المبحوثين يشاركونهم في الاستماع للإذاعة افراد الاسرة وهم 44 مستمع بنسبة 44%.
 - من خلال النتائج الجدول رقم (12) نجد أن أن أغلبية المبحوثين يفضلون سماع الإذاعة في البيت وهم 52 مستمع بنسبة 52%.
 - من خلال النتائج الجدول رقم (13) نجد أن أغلبية المبحوثين عند استماعهم للبرنامج المفضل يؤثر فيهم انقطاع البث الاذاعي وهم 74 مستمع بنسبة 74%.
 - من خلال النتائج الجدول رقم (14) نجد أن أغلبية المبحوثين يهتمون بالأخبار السياسية في إذاعة الوادي وهم 71 مستمع بنسبة 71%.
 - من خلال النتائج الجدول رقم (15) نجد أن أغلبية المبحوثين تؤثر فيهم البرامج الاذاعية السياسية في إذاعة الوادي وهم 58 مستمع بنسبة 58%.
 - من خلال النتائج الجدول رقم (16) نجد أن أغلبية المبحوثين يفضلون متابعة المواضيع السياسية في البرامج وهم 56 مستمع بنسبة 56%.
 - من خلال النتائج الجدول رقم (17) نجد أن أغلبية المبحوثين انطباعهم العام حول إذاعة الوادي هو أن الإذاعة جيدة وهم 46 مستمع بنسبة 46%.
- من خلال هذه النتائج نجيب على صحة التساؤل الجزئي الأول القائل " ماهي الخدمات التي يقدمها الإعلام المسموع للمجتمع "، حيث أنها تبدو جلية من خلال أن أغلبية المبحوثين دائماً يستمعون إلى إذاعة الوادي بالإضافة إلى أن أغلبية المستمعين يفضلون سماع الاخبار السياسية على إذاعة الوادي ثم إن أغلبية المستمعين يستغرقون مدة اكثر من

ثلاث ساعات للاستماع للبرامج الإذاعية، إضافة إلى أن أغلبية المبحوثين الوقت المفضل لديهم الذي يقومون بالاستماع للبرامج الإذاعية هو ليلاً، ثم انه أن أغلبية المبحوثين يشاركونهم في الاستماع للإذاعة أفراد الأسرة كذلك إن أغلبية المستمعين يفضلون سماع الإذاعة في البيت، بالإضافة إلى أن أغلبية المبحوثين عند استماعهم للبرنامج المفضل يؤثر فيهم انقطاع البث الإذاعي، وكذلك نجد أن أغلبية المبحوثين يهتمون بالأخبار السياسية في إذاعة الوادي، كذلك أن أغلبية المبحوثين تؤثر فيهم البرامج الإذاعية السياسية في إذاعة الوادي بالإضافة إلى أن أغلبية المبحوثين يفضلون متابعة المواضيع السياسية في البرامج، كذلك أن أغلبية المبحوثين انطباعهم العام حول إذاعة الوادي هو أن الإذاعة جيدة، وكل هاته المؤشرات تعكس الخدمات التي يقدمها الاعلام المسموع للمجتمع.

ب - النتائج الجزئية للتساؤل الجزئي الثاني: والذي ينص ب: " ما هو دور الإعلام المسموع في التغيير السياسي "

من خلال تحليلنا للاستمارة الموجهة لعينة الدراسة اتضح أن:

- من خلال النتائج الجدول رقم (18) نجد أن أغلبية المبحوثين يتابعون المواضيع السياسية في إذاعة الوادي بشكل منظم وهم 56 مستمع بنسبة 56%.
- من خلال النتائج الجدول رقم (19) نجد أن أغلبية المبحوثين يرون بأن إذاعة الوادي تغطي المواضيع السياسية بشكل جيد وفعال وهم 52 مستمع بنسبة 52%.
- من خلال النتائج الجدول رقم (20) نجد أن أغلبية المبحوثين يستفيدون من تغطية الإذاعة للأنشطة السياسية في مختلف المحافل الوطنية وهم مستمع 44 بنسبة 44%.
- من خلال النتائج الجدول رقم (21) نجد أن أغلبية المبحوثين يرون أن إذاعة الوادي تساهم في تقديم برامج تشجيعية حول المشاركة في الانتخابات، وهم 44 مستمع بنسبة 44%.
- من خلال النتائج الجدول رقم (22) نجد أن أغلبية المبحوثين سبق وان علموا ببعض المعلومات السياسية من الإذاعة وكانت مفيدة لهم وهم 61 مستمع بنسبة 61%.
- من خلال النتائج الجدول رقم (23) نجد أن أغلبية المبحوثين يرون بأن البرامج السياسية لا يوجد لها جانب سلبي على المجتمع وهم 39 مستمع بنسبة 39%.
- من خلال النتائج الجدول رقم (24) نجد أن أغلبية المبحوثين يرون أن إذاعة الوادي تساهم في نشر حملات من السياسية وهم 63 مستمع بنسبة 63%.

- من خلال النتائج الجدول رقم (25) نجد أن أغلبية المبحوثين يرون أنه كان لإذاعة الوادي دور في الحراك السياسي الذي حدث في بلادنا وهم 71 مستمع بنسبة 71%.
- من خلال النتائج الجدول رقم (27) نجد أن أغلبية المبحوثين قاموا بالمشاركة في نشاط سياسي أو حدث سياسي تم الإعلان عليه عبر الإذاعة وهم 61 مستمع بنسبة 61%.
- من خلال النتائج الجدول رقم (28) نجد أن أغلبية المبحوثين يرون ان الإذاعة الوادي تتناول موضوع القضايا العربية حاليا وهم 66 مستمع بنسبة 66%.
- من خلال النتائج الجدول رقم (30) نجد أن أغلبية المبحوثين سبق لهم وأن اتصلوا وابدوا رأيهم حول الانتخابات أو أي قضية سياسية عبر الإذاعة في الوادي وهم 61 مستمع بنسبة 61%.
- من خلال النتائج الجدول رقم (32) نجد أن أغلبية المبحوثين يرون أن طرح المواضيع السياسية عبر الإذاعة مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى كان بنسبة متوسطة وهم 48 مستمع بنسبة 48%.

من خلال هذه النتائج نجيب على صحة التساؤل الجزئي الثاني القائل " ما هو دور الإعلام المسموع في التغيير السياسي"، ويبدو هذا التغيير من خلال أن أغلبية المبحوثين يتابعون المواضيع السياسية في إذاعة الوادي بشكل منظم، اضافة الى أن أغلبية المستمعين يرون بأن إذاعة الوادي تغطي المواضيع السياسية بشكل جيد وفعال كذلك نجد المستمعين يستفيدون من تغطية الإذاعة للأنشطة السياسية في مختلف المحافل الوطنية وأن أغلبية المبحوثين يرون أن إذاعة الوادي تساهم في تقديم برامج تشجيعية حول المشاركة في الانتخابات اضافة الى أغلبية المبحوثين سبق وان علموا ببعض المعلومات السياسية من الإذاعة وكانت مفيدة لهم كذلك نجد أغلبية المستمعين يرون بأن البرامج السياسية لا يوجد لها جانب سلبي على المجتمع، بالإضافة الى أن أغلبية المبحوثين يرون أن إذاعة الوادي تساهم في نشر حملات من السياسية كذلك نجد أن أغلبية المبحوثين يرون أنه كان لإذاعة الوادي دور في الحراك السياسي الذي حدث في بلادنا بالإضافة الى أن أغلبية المبحوثين يرون أن دور الإذاعة كان دورا ايجابي، ثم انه كذلك أغلبية المبحوثين قاموا بالمشاركة في نشاط سياسي أو حدث سياسي تم الإعلان عليه عبر الإذاعة وكذلك أن أغلبية المبحوثين يرون ان الإذاعة الوادي تتناول موضوع القضايا العربية حاليا بالإضافة الى أن أغلبية المبحوثين سبق لهم وأن اتصلوا وابدوا رأيهم حول الانتخابات أو أي قضية سياسية عبر الإذاعة في الوادي،

كذلك نجد أن أغلبية المبحوثين يرون أن طرح المواضيع السياسية عبر الإذاعة مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى كان بنسبة متوسطة، وكل هاته المؤشرات تشير إلى أن هناك دور فعال وإيجابي للإعلام المسموع في عملية التغيير السياسي.

2 - النتائج الرئيسية :

أ - النتائج للتساؤل الرئيسي: والذي ينص ب: " ما هو دور الذي يلعبه الإعلام المسموع في عملية تغيير الفكر السياسي لدى مستمعي إذاعة الوادي ".

من خلال تحليلنا للتساؤلات الجزئية للدراسة اتضح أن:

- هناك خدمات يقدمها الاعلام المسموع للمجتمع.
- هناك دور للإعلام المسموع في التغيير السياسي.

من خلال هذه النتائج الجزئية نجيب على التساؤل الرئيسي القائل: " ما هو دور الذي يلعبه الإعلام المسموع في عملية تغيير الفكر السياسي لدى مستمعي إذاعة الوادي "، ويبدو دور جليا من خلال وجود العديد من الخدمات التي يقدمها الإعلام المسموع وخاصة إذاعة الوادي في عملية افادة المجتمع بالأخبار السياسية مع وضع أمامهم فرص لإبداء رأيهم عن الانتخابات والشؤون السياسية المختلفة بالإضافة إلى التوعية السياسية للمجتمع وأفراده.

الخاتمة

ما يمكن قوله في خلاصة دراستنا، أن للإعلام المسموع دور كبير في عملية التغيير السياسي خاصة في استمرارية العمل السياسي الإصلاحية والتوعوي كما تعد الإذاعة أحد المصادر الأساسية التي تساهم في تنمية المعرفة من خلال تزويد سائقي سيارات الأجرة ومختلف فئات المجتمع بالرصيد المعرفي كبير وإكسابهم اتجاهات إيجابية نحوها، وأيضا بتلبيه إشاعتهم واهتماماتهم وميولاتهم في المجال السياسي توصلنا من خلال دراستنا الميدانية والنظرية التي قمنا بها ومن خلال النتائج التي تحصلنا عليها إن للإعلام المسموع دور كبير في عملية التغيير السياسي حيث تؤدي وسائل الإعلام دورا بارزا في تفعيل المشاركة السياسية وتشكل وعي سياسي لدى أفراد المجتمع وذلك من خلال تطوير قدراتهم على الدخول في المجال السياسي، سواء المشاركة في الانتخابات أو الدخول في أحزاب سياسية..... الخ .

وكما لعبت الإذاعة الوطنية دورا بارزا لإنجاح الحملة الانتخابية من خلال التغطية اليومية لمختلف التجمعات أو عند تدخلات الأحزاب عبر الأثير. وفي هذا الصدد فإن إذاعة الجزائر عامة وإذاعة الوادي خاصة ساهمت ومازالت تساهم في الحملات الانتخابية من خلال برمجة فضاءات خاصة كـ " نقاش التشريعات " و "فضاء المترشحين" و " المرأة و البرلمان " وغيرها.

ونأمل أن نكون قد ساهمنا ولا بجهد قليل في خدمة هذا الموضوع أو الإشارة إلى بعض جوانبه لأنه موضوع دور وسائل الإعلام المسموع في عملية التغيير السياسي. ومن خلال مما سبق نقترح بعض التوصيات:

- ضرورة تنويع أكثر من البرامج الإذاعية بالأخص في المجال السياسي حيث كلما تنوعت البرامج زاد النمو المعرفي للجمهور .
- اهتمام أكثر بالبرامج السياسية ومدى أهميتها وتأثيرها على المجتمعات.
- الحرص الإذاعات الوطنية ببث حملات توعية ذات طابع سياسي فيما يخص الانتخابات والمفوضات وغيرها من المجالات السياسية.
- ضرورة تناول الإذاعة كل القوانين السياسية التي الظاهرات التي تحدث حاليا في الوطن العربي كثورات وغيرها.

- على الإذاعات تناول كافة المشكلات ذات الجانب الخاص بسياسة التي يعاني منها الفرد.
- إنشاء إذاعة خاصة بالبرامج السياسية.

قائمة المصادر والمراجع

I-المراجع العربية

1-الكتب

- أحمد شاهين، الإعلام والتنمية، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة-مصر، 2011.
- أحمد عزت واخرون، الإذاعة والتلفزيون إعلام السلطة، دراسة في إعلام السلطة، القاهرة، مصر
- إسماعيل صبري مقلد، محمد محمود ربيع: موسوعة العلوم السياسية. الكويت، جامعة الكويت، 1994.
- البدائية ذياب، المرشد إلى كتابة الرسائل الجامعية، الرياض، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، 1999.
- الحطامي عبد الباسط محمد، مقدمة في الإذاعة والتلفزيون، دار اسامة للنشر والتوزيع، الاردن- عمان، ط1، 2015.
- حارث عبود، مظهر العاني، الاعلام والهجرة الى العصر الرقمي، دار مكتبة حامد، ط1، 2015.
- حميد صالح محمد، دور الإذاعات المحلية في ترسيخ الوحدة الوطنية، عمان، دار غيدان للنشر والتوزيع.
- عامر إبراهيم قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، دار المسيرة، ط5، الاردن، 2014م.
- عامر إبراهيم قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، دار اليازوري العلمية، ط1، عمان، 1999م.
- عبد الرزاق محمد الدليمي، مدخل الى وسائل الاعلام الجديد، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الاردن، 2012،
- عبد العزيز شرف، مدخل إلى وسائل الإعلام، دار الكتاب المصرية القاهرة ، 1989.
- عبد الفتاح اسماعيل، معجم المصطلحات السياسية والاستراتيجية، دار العربي للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 2008.
- عبد المجيد شكري، الإذاعة المحلية لغة العصر، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 2006.

- علي عبد الفتاح، الاعلام والمجتمع، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط1، 2014، عمان.
- عمار بوحوش، مناهج البحث العلمي ومطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجزائرية بن عكنون، ط2، د س.
- فضيل دليو، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيري ، ديوان المطبوعات الجامعية، ط1، الجزائر، 2008.
- محمد شلوش، الإذاعة الجزائرية النشأة والمسار، (كتيب إلكتروني)، الجزائر، 16 ديسمبر 2014.
- محمد صاحب سلطان، وسائل الاعلام والاتصال، دار الميسرة للنشر والتوزيع، ط1 عمان- الاردن، 2012.
- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، ط1، القاهرة، مصر، 2000.
- مصطفى كافي، الانتاج الإذاعي والتلفزيوني، ط، دار ومكتبة الحامد، عمان، 2016.
- نسمة احمد البطريق، الكتابة للإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة -مصر، 2005.
- أحمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 2005.
- 2-المذكرات والاطروحات**
- إبراهيم جلول، القيم الخبرية في نشرات أخبار الاذاعات المحلية، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، 2017-2018.
- بن ثامر كلثوم، استراتيجيات الاتصال الترويجي لمنظمات الأشخاص، شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، 2006.
- حكيمة جاب الله، المنهج المسحي، محاضرات السداسي الثاني لمقياس: منهجية علوم الإعلام والاتصال، ماستر - اتصال تنظيمي، كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم الاتصال، جامعة الجزائر 3.
- خولة شايب عينو ، دور الاذاعة المحلية في نشر الوعي البيئي، مذكر لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهدي - ام البواقي، الجزائر.

- سماتي حاتم، واقع مقاومة التغيير التنظيمي في الجامعة الجزائرية في ظل تطبيق نظام LMD من وجهة نظر الأساتذة الجامعيين، دراسة ميدانية بكل من جامعتي تيارت وبسكرة، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في تخصص علم النفس العمل والتنظيم، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2018/2017.
- شعباني مالك، دور الاذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي، شهادة لنيل الدكتوراه في علم اجتماع التنمية، جامعة منتوري - قسنطينة، الجزائر، 2005-2006، ص32-33.
- عبد احمد يوسف حمائل، دور اذاعة "امن اف ام" في تعزيز الانتماء الوطني لدى الطلبة الجامعيين، شهادة مقدمة لنيل درجة الماجستير، جامعة الشرق الاوسط، 2011.
- عبد المؤمن سي حمدي، إشكالية التغيير السياسي في المنطقة العربية في ظل التحولات الجديدة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف - المسيلة-، 2018-2019.
- عماد مؤيد جاسم محمد المرسومي، أثر دراسة قوى التغيير في استشراف مستقبل الدولة القومية -التنمية البشرية نموذجا، أطروحة دكتوراه غير منشورة، العراق، جامعة النهدين، كلية العلوم السياسية، 2006 ص 27.متوفر عبر الرابط <https://eipss-eg.org>.
- فؤاد بداني، سوسيولوجيا القيم الاخبارية بالإذاعة الجزائرية، اطروحة دكتوراه، جامعة وهران، 2015-2016.
- لبنى سويقات، الإعلام المحلي وأبعاده التنموية، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، جامعة وهران، الجزائر، 2009-2010.
- لبنى لطيف، دور برامج بسكرة في تنمية المجتمع المحلي، اطروحة دكتوراه، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2011-2012.
- ليندة ضيف، دور الإذاعة الوطنية في التنمية الثقافية القناة الأولى نموذجا، "دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة الجزائر"، رسالة ماجستير، جامعة يوسف بن خدة: كلية علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2009.
- محمد تهامي، التسويق السياسي، شهادة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قناة السويس، 2010.
- محمد شوابنة، الإعلام المحلي وقضايا التنمية، جامعة 8 ماي 1945 - قالم، الجزائر، 2016-2017.

-محمد عارف محمد عبد الله ، "دور قناة الجزيرة الفضائية في إحداث التغيير السياسي في الوطن العربي "الثورة المصرية نموذجًا"، مذكرة ماجستير، قسم العلوم السياسية، جامعة نابلس، 2013.

3-المجلات

-عمار حميد ياسين، عبير سهام مهدي، العوامل الداخلية والخارجية للتغيير السياسي في المنطقة العربية، مجلة دراسات الدولية، ع58، 2014.

4-المقابلات

-مقابلة مع الدكتور: صادق جراية، رئيس قسم كلية الحقوق والعلوم السياسية، المقر جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي.

5-المواقع الالكترونية

-خلود خميس، التغيير السياسي في شمال إفريقيا في ضوء التدخل الدولي "ليبيا نموذجا"، موقع الغد العربي، متوفر عبر الرابط الالكتروني التالي:
<http://alghadalarabi.net/ar/?Action=Details&ID=16552>

II-المراجع الاجنبية

¹Loannis Kolovos and Phil Harris. "Political marketing and political communication: the relationship revisited"، University of Otago،2005، p8. <http://otago.ourarchive.ac.nz/bitstream/handle>.

الملاحق



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التربية والتعليم العالي
جامعة الشهيد حمزة لخضر الوادي
كلية العلوم الانسانية الاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية
شعبة اعلام واتصال
استمارة استبيان حول:



دور الاعلام المسموع في عملية التغيير السياسي دراسة ميدانية على عينة لمستمعي إذاعة الوادي

الى الاساتذة المحكمين الكرام : الدكتور حمزة قدة , الدكتور هابة طارق و الدكتور
محمودي بشير

في اطار انجاز مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر حول الموضوع الموضح اعلاه يشرفنا
أن نقدم اليكم هذه الاستمارة - الاستبيان - للإجابة على تساؤلاتها التي ستتخذ لأغراض البحث
العلمي كما نعدكم ان كل ما ستدلون به من تصريحات سيبقى سرياً...

نرجو منكم قراءتها ثم الاجابة بوضع علامة (X) يلغى (V) صحيح (0) يعدل.

كما يمكن اقتراح بعض الاسئلة من طرفكم.... في الاخير نشكركم جزيل الشكر على تعاونكم
وتقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير.

تحت اشراف الاستاذة:

من اعداد الطلبة:

- صالحى دليلا

- كروشى زكريا

- مصباحى بشير

الموسم الجامعي 2021-2022

1. إشكالية الدراسة

لقد تعددت وتنوعت وسائل الاعلام في عصرنا الحالي والتي تلعب دوراً كبيراً وهاماً للغاية في المجتمعات وذلك من خلال ما تملكه من أدوات للتأثير المباشر على الآراء والاتجاهات لدى الأفراد فالإعلام بشكل عام هو تلك الأدوات والتقنيات التي يتم من خلالها إيصال المعلومات أو الأحداث أو الآراء إلى الجمهور، ولا يخفى علينا ان الاعلام له العديد من الاقسام ومن بين اقسامه نجد الاعلام المسموع.

حيث لعب الاعلام المسموع دورا اساسيا في التأثير على افراد المجتمع، ومعرفة رغباتهم الإبداعية التي تتطلب من الجمهور أن يحملها ضمن مواضيعه وي طرحها على مائدة النقاش في إحدى برامج، كما أن الاعلام المسموع يتناول عدة مواضيع تتطوي على عدة برامج منها: الإخبارية، الاجتماعية، الترفيهية وحتى التثقيفية والدينية، وسياسية وهذا ما جعل الاعلام المسموع يحوز على أكبر عدد من المستمعين والمهتمين به ولقد تمثل الاعلام المسموع في الإذاعة والراديو ومنه حاز على مكانة مرموقة داخل المجتمعات ومن خلال هذه الدراسة سنقوم بإبراز دور الاعلام المسموع في عملية التغيير السياسي، ومن هنا يتوجب علينا صياغة الاشكالية التالية:

• الى أي مدى يمكن اعتبار الاعلام المسموع يساهم في عملية التغيير السياسي؟

2. تساؤلات الدراسة:

- ما هو الدور الذي لعبه الاعلام المسموع " الإذاعة في المجتمع؟
- ماهي طبيعة البرامج السياسية التي تطرحها تعالجها إذاعة الوادي؟
- ما هو دور التغيير السياسي في إذاعة الوادي؟
- كيف تساهم إذاعة الوادي في عملة التغيير السياسي؟

البيانات الشخصية

- الجنس: ذكر انثى
- السن: من 20-25 26-30 31-35 35 فما فوق
- المستوى الدراسي ابتدئي متوسط ثانوي جامعي
- الحالة المهنية :
- بدون عمل
 - موظف
 - متقاعد

المحور الأول: عادات وأنماط الاستماع لإذاعة الوادي

1. هل تستمع إلى إذاعة الوادي ؟

- دائما أحيانا نادرا

2. ماهي البرامج التي تفضل الاستماع اليها ؟

- وطنية الثقافية الدينية سياسية

أخرى:

3. كم تستغرق من وقت للاستماع للبرامج الإذاعية ؟:

- اقل من ساعة من ساعة إلى ثلاثة ساعات أكثر من ثلاثة ساعات

4. ما هو الوقت المفضل لديك الذي تقوم بالاستماع للبرامج الإذاعية ؟

- صباحا ظهرا مساء ليلا

5. من يشاركك في الاستماع للإذاعة :

- وحدك جميع أفراد الأسرة الأصدقاء

6. في أي مكان تستمع للإذاعة :

- البيت السيارة العمل

7. عند استماعك لبرنامج المفضل هل يؤثر فيك انقطاع البث الإذاعي ؟

لا

نعم

8. هل تهتم بالأخبار السياسية في إذاعة الوادي

لا

نعم

..... لماذا؟

10. هل تؤثر فيك البرامج الإذاعية السياسية في إذاعة الوادي؟؟

لا

نعم

اعط أمثلة على ذلك

11. ما هو انطباعك العام حول إذاعة الوادي؟

ضعيفة

متوسطة

جيدة

جيدة جدا

المحور الثاني: الإعلام المسموع ودور إذاعة الوادي في التغيير السياسي

12. هل تمتلك ميول في الجانب السياسي الذي يناقش في إذاعة الوادي

أحيانا

لا

نعم

13. هل تتابع المواضيع السياسية في إذاعة الواد بشكل:

بالصدفة

متقطع

منظم

14. هل ترى بأن إذاعة الوادي تغطي المواضيع السياسية بشكل جيد وفعال؟

أحيانا

لا

نعم

15. هل ترى بان إذاعة الوادي تشرك المواطنين في برامجها السياسية ؟

أحيانا

لا

نعم

16. هل إذاعة الوادي تساهم في بث كل ما يدور في الساحة السياسية؟

أحيانا

لا

نعم

17. هل سبق وان علمت ببعض المعلومات السياسية من إذاعة الوادي وكانت مفيدة

لك

نعم لا

18 برايك ما تقدمه إذاعة الوادي من مواضيع سياسية يرتكز اكثر على؟

الجانب المحلي الجانب الوطني وطني محلي الجانب الدولي

19. هل البرامج السياسية التي تقدمها إذاعة الوادي تقدم مضمون في التوعية؟

نعم لا

20. كيف ترى تأثير البرامج السياسية في إذاعة الوادي على المجتمع؟

سلبى ايجابى

لماذا

21. هل تساهم إذاعة الوادي في الحملات السياسية؟

نعم لا

22. برايك هل كان لإذاعة الوادي دور في عملية التغيير السياسي الذي حدث في

بلادنا

نعم لا

23. هل تناولت إذاعة الوادي موضوع وقضايا عربية حالية

نعم لا

24. هل قمت بالمشاركة في نشاط سياسي او حدث سياسي تم الإعلان عليه عبر

إذاعة الوادي؟

نعم لا

25. ما رايك عبر ما يتم أذاعه في إذاعة الوادي فيما يخص الجانب السياسي؟

تعبّر عن الواقع بصدق ليس كل ما تنشره صحيح

التستر على بعض الأخبار نشر أخبار مزيفة وكاذبة

اخرى.....

26. هل سبق لك أو أن اتصلت وابدت رأيك حول موضوع سياسي عبر الإذاعة في

الوادي؟

نعم لا

اذا نعم كيف وجدت التجربة؟

أضاف لي الجديد لم تغير أي شيء نوعا ما

27 كيف ترى طرح المواضيع السياسية عبر الإذاعة مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى ؟

.....

.....

.....

ملحق رقم (02): بعض مخرجات برنامج spss

Corrélations

		الكلية_الدرجة	المحور2	المحور3
الكلية_الدرجة	Corrélation de Pearson	1	.688**	.704**
	Sig. (bilatérale)		.000	.000
	N	30	30	30
المحور2	Corrélation de Pearson	.688**	1	.310
	Sig. (bilatérale)	.000		.095
	N	30	30	30
المحور3	Corrélation de Pearson	.704**	.310	1
	Sig. (bilatérale)	.000	.095	
	N	30	30	30

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.752	11

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.795	15

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.893	26

الجنس

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide ذكر	68	68.0	68.0	68.0
أنثى	32	32.0	32.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

المهنية الحالة

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide عمل بدون	30	30.0	30.0	30.0
موظف	56	56.0	56.0	86.0
متقاعد	14	14.0	14.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

التعليمي المستوى

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	6	6.0	6.0	6.0
ابتدائي	8	8.0	8.0	14.0
متوسط	40	40.0	40.0	54.0
ثانوي	46	46.0	46.0	100.0
جامعي				
Total	100	100.0	100.0	

السن

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	24	24.0	24.0	24.0
سنة 30 إلى 20 من	28	28.0	28.0	52.0
سنة 40 إلى 30 من	32	32.0	32.0	84.0
سنة 50 إلى 40 من	16	16.0	16.0	100.0
فوق 50 سنة من				
Total	100	100.0	100.0	

س1 * الجنس * Tableau croisé

Effectif		الجنس		Total
		ذكر	أنثى	
س1	دائما	41	22	63
	أحيانا	16	8	24
	نادرا	11	2	13
Total		68	32	100

السن * س2 * Tableau croisé

Effectif		السن				Total
		من 20 إلى 30 سنة	من 30 إلى 40 سنة	من 40 إلى 50 سنة	من 50 سنة فما فوق	
س2	اجتماعية	8	2	10	8	28
	ثقافية	4	4	4	6	18
	دينية	6	2	12	2	22
	سياسية	6	20	6	0	32
Total		24	28	32	16	100

س3 * المهنية الحالة * Tableau croisé

Effectif		المهنية الحالة			Total
		عمل بدون	موظف	متقاعد	
س3	أقل من ساعة	8	12	2	22
	من ساعة إلى ثلاث ساعات	10	22	0	32
	أكثر من ثلاث ساعات	12	22	12	46
Total		30	56	14	100

س4

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide صباحا	18	18.0	18.0	18.0
ظهرا	22	22.0	22.0	40.0
مساء	28	28.0	28.0	68.0
ليلا	32	32.0	32.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

س5 * الجنس * Tableau croisé

Effectif

	الجنس		Total
	ذكر	أنثى	
س5 وحدك	26	12	38
مع أفراد الأسرة	28	16	44
الاصدقاء	14	4	18
Total	68	32	100

س6 * السن * Tableau croisé

Effectif

	السن				Total
	سنة 30 إلى 20 من	سنة 40 إلى 30 من	سنة 50 إلى 40 من	فوق فما سنة 50 من	
س6 البيت	12	26	8	6	52
السيارة	8	2	16	8	34
العمل	4	0	8	2	14
Total	24	28	32	16	100

س7

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide نعم	74	74.0	74.0	74.0
لا	26	26.0	26.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

س8

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide نعم	71	71.0	71.0	71.0
لا	29	29.0	29.0	100.0

Total	100	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

س9

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide نعم	58	58.0	58.0	58.0
لا	42	42.0	42.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

س10 * الجنس * Tableau croisé

Effectif

	الجنس		Total
	ذكر	أنثى	
س10 الاخير	40	4	44
البرامج	28	28	56
Total	68	32	100

س11

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide جيدة جدا	22	22.0	22.0	22.0
جيدة	46	46.0	46.0	68.0
متوسطة	24	24.0	24.0	92.0
ضعيفة	8	8.0	8.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

س12

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide منظم	56	56.0	56.0	56.0
متقطع	30	30.0	30.0	86.0
بالصدفة	14	14.0	14.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

س2 * السن * Tableau croisé

Effectif

	السن				Total
	سنة 30 إلى 20 من	سنة 40 إلى 30 من	سنة 50 إلى 40 من	فوق فما سنة 50 من	
س2 نعم	16	16	16	4	52
أحيانا	6	12	12	4	34

لا	2	0	4	8	14
Total	24	28	32	16	100

3ع * المهنية الحالة Tableau croisé

Effectif

		المهنية الحالة			Total
		عمل بدون	موظف	متقاعد	
3ع	نعم	20	18	6	44
	أحيانا	6	29	6	41
	لا	4	9	2	15
Total		30	56	14	100

4ع * الجنس Tableau croisé

Effectif

		الجنس		Total
		ذكر	أنثى	
4ع	نعم	34	10	44
	أحيانا	23	16	39
	لا	11	6	17
Total		68	32	100

5ع

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	61	61.0	61.0	61.0
	لا	39	39.0	39.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

6ع * السن Tableau croisé

Effectif

		السن				Total
		سنة 30 إلى 20 من	سنة 40 إلى 30 من	سنة 50 إلى 40 من	فوق فما سنة 50 من	
6ع	نعم	8	7	7	3	25
	لا	7	14	11	4	36
	أحيانا	9	7	14	9	39
Total		24	28	32	16	100

7ع

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	63	63.0	63.0	63.0
	لا	37	37.0	37.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

8ع

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	71	71.0	71.0	71.0
	لا	29	29.0	29.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

المستوى التعليمي * 9ع Tableau croisé

Effectif

		المستوى التعليمي				Total
		ابتدائي	متوسط	ثانوي	جامعي	
9ع	لا ب الاجابة حالة	0	3	14	12	29
	سلبى دور	0	1	6	7	14
	حيادي دور	2	0	14	10	26
	إيجابي دور	4	4	6	17	31
Total		6	8	40	46	100

10ع

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide نعم	61	61.0	61.0	61.0
لا	39	39.0	39.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

11ع

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide نعم	66	66.0	66.0	66.0
لا	34	34.0	34.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

12ع

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide تعبر عن الواقع بصدق	28	28.0	28.0	28.0
ليس كل ما تنشره صحيح	14	14.0	14.0	42.0
التستر على بعض الأخبار	32	32.0	32.0	74.0
نشر أخبار مزيفة وكاذبة	16	16.0	16.0	90.0
أخرى	10	10.0	10.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

13ع

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide نعم	61	61.0	61.0	61.0
لا	39	39.0	39.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

الجنس * وجدت التجربة * اذا نعم كيف وجدت التجربة

Effectif

		الجنس		Total
		ذكر	أنثى	
اذا نعم كيف وجدت التجربة	حالة الاجابة ب لا	27	12	39
	أضاف لي الجديد	10	3	13
	لم تغير أي شيء	10	8	18
	نوعا ما	21	9	30
Total		68	32	100

الحالة المهنية * 15ع Tableau croisé

Effectif

	الحالة المهنية			Total
	بدون عمل	موظف	متقاعد	
15ع بكثرة السياسية المواضيع طرح	30	8	0	38
متوسطة السياسية المواضيع طرح	0	48	0	48
قليلة السياسية المواضيع طرح	0	0	14	14
Total	30	56	14	100

المخلص

ما يمكن قوله في خلاصة دراستنا، أن للإعلام المسموع دور كبير في عملية التغيير السياسي خاصة في استمرارية العمل السياسي الإصلاحي والتوعوي

كما تعد الإذاعة أحد المصادر الأساسية التي تساهم في تنمية المعرفة من خلال تزويد سائقي سيارات الأجرة ومختلف فئات المجتمع بالرصيد المعرفي كبير وإكسابهم اتجاهات إيجابية نحوها، وأيضا بتلبيه إشتاعاتهم واهتماماتهم وميولاتهم في المجال السياسي

توصلنا من خلال دراستنا الميدانية والنظرية التي قمنا بها ومن خلال النتائج التي تحصلنا عليها إن للإعلام المسموع دور كبير في عملية التغيير السياسي حيث تؤدي وسائل الإعلام دورا بارزا في تفعيل المشاركة السياسية وتشكل وعي سياسي لدى أفراد المجتمع وذلك من خلال تطوير قدراتهم على الدخول في المجال السياسي، سواء المشاركة في الانتخابات أو الدخول في أحزاب سياسية..... الخ .

وكما لعبت الإذاعة الوطنية دورا بارزا لإنجاح الحملة الانتخابية من خلال التغطية اليومية لمختلف التجمعات أو عند تدخلات الأحزاب عبر الأثير. وفي هذا الصدد فإن إذاعة الجزائر عامة وإذاعة الوادي خاصة ساهمت ومازالت تسير الحملات الانتخابية من خلال برمجة فضاءات خاصة كـ "نقاش التشريعات" و"فضاء المترشحين" و" المرأة و البرلمان" وغيرها.

الكلمات المفتاحية : الاعلام المسموع , الإذاعة , الاعلام السياسي , التغيير السياسي , الإذاعة الوطنية

Summary :

As a conclusion of the study, the audiovisual media have a major role in the process of political change, especially in the continuity of reform and awareness political work.

Radio is also one of the main sources that contribute to the development of knowledge by providing taxi drivers and various groups of society with a great balance of knowledge and giving them positive attitudes towards it.

Through our field and theoretical study, and through the results we obtained, we concluded that the audio media plays a major role in the process of political change, as the media play a prominent role in activating political participation and forming political awareness among members of society by developing their abilities to enter the political field. , whether participating in elections or entering political parties ... etc.

The national radio also played a prominent role in the success of the electoral campaign through daily coverage of various gatherings or the interventions of parties over the air. In this regard, Radio Algiers in general and Radio El Oued in particular contributed and is still keeping pace with the electoral campaigns by programming special spaces such as "Legislative Discussion", "Candidates Space", "Women and Parliament" and others.

Keywords: audio media, radio, political media, political change, national radio .