

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشهيد حمّة لخضر - الوادي



قسم العلوم الانسانية

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

## دور الاذاعة في زيادة الوعي الثقافي لدى

### سائقي سيارة الاجرة

دراسة ميدانية لعينة من سائقي سيارة الاجرة بولاية الوادي

مذكرة مكملة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر

تخصص سمعي بصري

تحت إشراف الدكتورة:

-فاطمة الزهراء قيطة

إعداد أطلالبات

- حنان قردي

- ربيعة حافي

لجنة المناقشة

المؤسسة الأصلية	الصفة	الرتبة	الأستاذ
جامعة الشهيد حمّة لخضر- الوادي	رئيس اللجنة	أستاذ محاضر	زياد إسماعيل
جامعة الشهيد حمّة لخضر- الوادي	مشرفا ومقررا	أستاذ محاضر	فاطمة الزهراء قيطة
جامعة الشهيد حمّة لخضر- الوادي	عضوا مناقشا	أستاذ محاضر	هابة طارق

السنة الجامعية : 2020/2019

# شكر وتقدير

بسم الله الرحمن الرحيم

< قل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنين >

صدق الله العظيم

الهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك ولا تطيب اللحظات إلا  
بذكرك ولأطيب الآخرة إلا بعفوك.... ولا تطيب الجنة إلا برويتك .  
الى من بلغ الرسالة ..... وأدى الامانة .... ونصح الامة  
الى نبي الرحمة ..... ونور العالمين  
سيدنا "محمد صلى الله عليه وسلم "

لابد لنا ونحن نخطو الخطوات الاخيرة في الحياة الجامعية من وقفة نعود الى اعوام  
قضيناها في رحاب الجامعة مع اساتذتنا الكرام الذين قدموا لنا الكثير باذلين بذلك جهود  
كبيرة في بناء جيل الغد.  
و قبل ان نمضي نتقدم بخالص واسمى عبارات الشكر والامتنان والتقدير والمحبة الى  
الذين حملوا اقدس رسالة ..... في الحياة  
الى الذين مهدوا لنا طريق العلم والمعرفة ..... الى جميع اساتذتنا الافاضل .  
ونخص بالشكر والتقدير  
الدكتورة : قيطة فاطمة الزهراء .

انت نموذج يتحدى به في الاخلاص ، وحب العمل والعطاء المستمر ، فلمثلكم يرفع  
الوشاح وتثير الاضواء ، وتتعالى اصوات المديح والعرفان ، نسأل الله عز وجل ان يسددكم  
لتكونوا مثالا يتحدى به كل الامة التي تسير على خطاكم . وفي الختام عملنا جاهدين  
عل ان نوفيك حق الشكر فقد كان تأثير جهودكم في انجاح العملية التعليمية في هذه  
الظروف الصعبة.

الى كل العاملين في قسم الاعلام والاتصال الى كل من ساهم في مساعدتنا لإنجاز  
ثمرة جهدنا هاته. ( حنان قردي - ربيعة حافي )

# اهداء

الى الوالدين فلو لا هما لما وجدت في هذه الحياة ،ومنها تعلمت الصمود ، مهما كانت  
الصعوبات ..

امي التي علمتني كيف اواجه الصعاب وغمرتني بالحب والحنان

وأبي سندي الذي افنى حياته في خدمتنا اقول لهم : لقد وهبتموني الحياة والأمل  
والشغف على حب الاطلاع والمعرفة.

الى اغلى شخص هو بمثابة الاب الثاني لي الذي ساندني طيلة  
مشوار الدراسي "عبد المالك رجب" حفظه الله من كل مكروه.

الى كل اخوتي وأخواتي (خميسه ،عبد لعزیز ، فريد منير ، حياة ،علي ، دلال ،نورة، شمس

الدين ) الذين يحملون في عيونهم ذكريات طفولتي وشبابي هم سندي في هاته الدنيا

الى زوجات اخي (رمضانة ،رحيمة)واولادهم

الى زوج اختي "عمار" وابنته الكتكوة" أريام"" رزقهم الله تعالى طاعته.

الى توأم روحي التي رافقتني طول المشوار الدراسي "عواطف حافي" التي

مهما اثنت بمدحها لن اوفيتها حقها.

الى كل اقربائي القريب منهم والبعيد.

الى اعز الاصدقاء واخص بالذكر اعز واحن صديقة "راضية رواق"

الى كل من علمني حرف اصبح نجم يضيء الطريق امامي

الى بلدي العزيز "الجزائر وفلسطين" حفظهما الله من كل عدو.

ثم الى صديقتي التي تحمل هذه الرسالة ايضا اسمها "قردي حنان وزوجها احمد

"وفقهما الله في حياتهما . اهدي إليكم رسالة الماستر داعية من المولى عز وجل ان تكمل

بالقبول من جانب اعضاء المناقشة المبجلين .

ربيعة حافي

# اهداء

الى اول من تلفظ لسانى باسمها فنبض قلبي الى التي اعطتني الامل الذي اعيش له الى التي وهبت حياتها لي وأمرت ان تكمل رسالتها في الحياة فأثارت لنا السبيل وكانت لنا المثل الاعلى الى التي لو اهديتها حياتي لن تكفي في حقها امي ثم امي م امي الحبيبة والغالية حفصها الله لنا (عائشة قردي)

الى من رباني على الصدق والإخلاص ابي العزيز حفصه الله لنا وأطال في عمره (احمد قردي)

الى من هوا قرب من روحي وانس عمري زوجي الغالي احمد بوصبيع العايش حفصه الله لي والى كل عائلته الكريمة

الى بلسم روحي وحياتي الى من هم مخزن ذكرياتي ومصدر سعادتني اخواتي حسبية ،سمية، سلوى ،امينة ، سمير ، صلاح حفصكم الله لي يارب

الى خالتي الغالية رشيدة وزوجها الغالي عمي عمر وابنائها (نور الدين ،حميد ،نصر الدين ، عادل ،لطي )

وخالتي العزيزة خميسة وزوجها الغالي عمي محمد وابنائهم (ليلي ، شيماء،سلمى ،جعفر ،اسامة )والى كل اعمامي وعماتي (بوبكر ،صادق ،جموعي، ربيعي، رمضان ، نبيل ، رهوة ،نورة)

الى اعز صديقات جمعنتي بهن الذكريات ،سمية حافي ،سعدية داسي ،مسعودة غنابزية ، انصاف حابي ،

الى كل اقربائي القريب منهم والبعيد

الى بلدي الغالي الجزائر وفلسطين حفصها الله من كل سوء

الى التي شاركتني عناء هذه المذكرة صديقتي العزيزة ربيعة حافي والى كل عائلتها الى كل من حملته ذاكرتي ولم تحمله مذكرتي الى هؤلاء اهدي ثمرة هذا الجهد المتواضع

(حنان قردي)

## ملخص الدراسة:

بما ان الاذاعة وسيلة من اهم الوسائل التي تخاطب الأمي قبل المتعلم والمرأة قبل الرجل وتمس جميع طبقات المجتمع وتخاطب سائق السيارة والعامل والبطال.... الخ لقد تناولنا في دراستنا هذي دور الاذاعة في زيادة الوعي الثقافي لدى سائقي سيارة الاجرة بولاية الواد والتي تهدف الى معرفة عادات وانماط استماع سائقي سيارة الاجرة للإذاعة وحاجتهم ودوافعهم من هذا التعرض لنصل الى اثر ذلك على سائقين ولاية الواد حيث اندرجت هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية باسلوب امراد حيث اعتمدنا على المنهج المسحي باستخدام الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات من المبحوثين وقد اجريت الدراسة على عينة حجمها 40 مفردة موزعين على كافة ولاية الوادي تم اختيارهم بطريقة عينة الصدفة وتم التوصل الى النتائج التالية:

\_ حيث وجدنا ان اكثر المستمعين الذين سنهم اقل من 40 سنة اكثر تعرضا للاستماع من السائقين الذين سنهم اكثر من 40 سنة

\_ اما في ما يخص متغير المستوى الدراسي نجد ان نسبة السائقين ذوي المستوى الثانوي اكثر استماع للإذاعة عن باقي المستويات الاخرى

\_ فيما يتعلق بمتغير مكان الإقامة فقد كشفت النتائج ان السائقين في منطقة الإقامة هم اكثر تعرضا للإذاعة الواد عن ذوي الإقامة البعيد

\_ لقد كشفت لنا الدراسة الميدانية ان طبيعة الاستماع للإذاعة لا تتم بصفة دائمة حيث ان معظم المبحوثين يستمعون اليها احيانا وان معظم سائقين سيارة الاجرة تتاسبهم الفترة الصباحية للاستماع الى الاذاعة

\_ ان المدة التي تستغرق في سماع الاذاعة من طرف المستمعين مدة اقل من ٣ ساعات هي المناسبة للسائق

\_ وان سائقة سيارة الاجرة يفضل الاستماع للإذاعة رفقة الركاب عبرة راديو السيارة

\_ ان السائقين احيانا ما يتابعون المضامين المنبثة في الاذاعة، و من بين البرامج المفضلة عند غالبية السائقين هي البرامج الدينية

- ان مستوى البرامج المنبثة المتابعة من طرف السائقين متوسطة حيث ان غالبية افراد العينة يرون ان الموضوعات المطروحة في الاذاعة المحلية لا تخاطب رغباتهم واهتماماتهم ، وان نسبة السائقين الذين يتابعون برنامجا معيننا باستمرار والذين لا يتابعون برنامجا معيننا

متساوية ومن بين اكثر البرامج المتابعة هي برامج التوعية ، ان افراد عينة الدراسة من سائقي سيارة الاجرة بالوادي يفضلون مناقشة مواضيع الاذاعة رفقة الركاب \_ان معظم سائقين سيارة الاجرة المستمعين للاذاعة يساعدهم الوقت الذي يبث فيه برنامجهم الاذاعي المفضل

- ان الموضوعات والقضايا المقترحة المقدمة من طرف اذاعة الوادي يرون ان الاذاعة تخاطب انشغالاتهم الحياتية بنسبة اكبر

\_ان معظم افراد العينة المبحوثة يعتبرون ان الاذاعة مصدرا لمعلوماتهم ، حيث كشفت الدراسة ان سائقين المستمعين لبرامج الاذاعة لا يتفاعلون دائما معها بل احيانا

- اعتبار الاذاعة سببا احيانا في تغيير سلوك معين لبعض السائقين و اتضح ان معظم البرامج التي تبثها الاذاعة لها القدرة في تغيير وجهة نظر المستمعين من العينة المبحوثة دائما وأحيانا بنسبة متساوية في حين احيانا ما تلبي رغبات المستمعين من السائقين

\_ان تأثير البرامج الاذاعية على الوعي الثقافي لدى المستمعين من العينة المبحوثة بالإيجاب ، اتضح ان اكبر نسبة من السائقين يتأثرون ويتفاعلون مع البرامج التي تبثها الاذاعة المحلية

- ان نسبة كبيرة ترى ان مساهمة الاذاعة كبير

-ان نسبة كبيرة من افراد العينة قد ساهمت الاذاعة المحلية في زياد رصيدهم الثقافي بنسبة كبيرة جدا ،حيث ان اغلبية المبحوثين قدموا تقييما متوسط لدور الاذاعة في زيادة رصيدهم الثقافي.

## **Study summary:**

Since the radio is one of the most important means that addresses the ignorant before the educated and the woman before the man and touches all classes of society and addresses the car driver, worker and hero .... etc. We have discussed in our study this role of the radio in increasing cultural awareness among taxi drivers in the wilayat of El-Oued, which aims to know The customs and patterns of the taxi drivers listening to the radio and their need and motives from this exposure to reach the effect of that on drivers in the state of El-Oued, as this study was included in the descriptive studies Basalum Imrad. The wilayat of the valley was chosen by the shell sample method, and the following results were reached:

\_Where we found that most of the listeners who are less than 40 years old are more likely to listen than drivers who are over 40 years old.

As for the academic level variable, we find that the percentage of drivers with a secondary level is more listening to the radio than other levels

\_With regard to the variable of place of residence, the results revealed that drivers in the area of residence are more likely to broadcast Al-Wad than those with remote residence.

\_The field study revealed to us that the nature of listening to the radio does not take place permanently, as most of the respondents listen to it sometimes and that most taxi drivers fit in the morning period to listen to the radio

\_The time that takes less than 3 hours to be heard by the listeners is appropriate for the driver

\_The taxi driver prefers to listen to the radio with the passengers, using the car radio

\_The drivers sometimes follow the contents broadcast on the radio, and among the favorite programs of the majority of drivers are religious programs

-The level of follow-up programs by drivers is average, as the majority of the sample members see that the topics presented on the local radio do not address their desires and interests, and that the percentage of drivers who follow a specific program constantly and who do not follow a particular program is equal, and among the most follow-up programs are awareness programs. The members of the study sample of taxi drivers in the valley prefer to discuss radio topics with the passengers

\_Most of the taxi drivers who listen to the radio are helped by the time that their favorite radio program is broadcast

-The proposed topics and issues presented by Radio Al-Wadi believe that the radio addresses their concerns in life to a greater extent.

\_Most of the members of the surveyed sample consider the radio a source for their information, as the study revealed that drivers who listen to radio programs do not always interact with them, but sometimes

- Considering the radio a reason sometimes to change a certain behavior of some drivers, and it became clear that most of the programs broadcast by the radio have the ability to change the viewpoints of the listeners from the sample researched always and sometimes in an equal proportion, while sometimes meeting the wishes of the listeners of the drivers

\_ The effect of radio programs on the cultural awareness of the listeners from the positively researched sample, it became clear that the largest percentage of drivers are affected and interacting with the programs broadcast by the local radio

-A large percentage believes that the contribution of the radio is large

-A large percentage of the sample individuals have contributed to the local radio in increasing their cultural balance by a very large percentage, as the majority of the respondents gave an average evaluation of the role of the radio in increasing their cultural balance.

## فهرس المحتويات

شكر وتقدير .....	
اهداء.....	
ملخص الدراسة:.....	
فهرس المحتويات.....	
فهرس الجداول .....	
مقدمة:.....أ.	

### الفصل الأول: التراث النظري للدراسة

المبحث الاول: الخلفية النظرية.....	10
1- مفهوم نظرية الاعتماد:.....	10
2- نشأة وتطور نظرية الاعتماد:.....	11
3- المميزات الخاصة بنظرية الاعتماد على وسائل الاعلام:.....	12
4- الفروض الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الاعلام:.....	12
5- الاثار المترتبة على اعتماد الجمهور على وسائل الاعلام:.....	13
6- الانتقادات الموجهة لنظرية الاعتماد على وسائل الاعلام:.....	17
المبحث الثاني: الدراسات السابقة.....	19

### الفصل الثاني: منهجية الدراسة

أولاً: مجتمع البحث وعينة الدراسة :.....	24
1-مجتمع الدراسة:.....	24

- 24.....-2 عينة الدراسة:
- 25.....ثانيا: منهج الدراسة وأداة جمع البيانات
- 25.....1- منهج الدراسة:
- 27.....-2 اداة جمع البيانات :

### الفصل الثالث: الدراسة الميدانية

- 30.....المبحث الأول عرض نتائج الدراسة.
- 30.....المحور الاول : حول السمات العامة
- 33.....المحور الثاني حول عادات الاستماع
- 38.....ثالثا: المحور الثالث البرامج المتابعة من طرف سائقي الأجرة بولاية الوادي
- 50.....المحور الرابع: مساهمة الإذاعة في زيادة الوعي الثقافي من وجهة نظر سائقي الأجرة؟..
- 58.....المبحث الثاني: مناقشة نتائج الدراسة
- 2-مناقشة المحور الثاني :النتائج المتعلقة حول عادات وأنماط استماع سائقي سيارة الاجرة
- 58.....للبرامج الثقافية بإذاعة الواد
- 3-مناقشة المحور الثالث : البرامج المتابعة من طرف سائقي الأجرة بولاية الوادي .....
- 4-مناقشة المحور الرابع : مساهمة الإذاعة في زيادة الوعي الثقافي من وجهة نظر سائقي الأجرة.....
- 59.....
- 61.....الخاتمة:
- 63.....قائمة المصادر والمراجع:
- 64.....الملاحق

## فهرس الجداول

- الجدول رقم (1): توزيع افراد العينة حسب السن ..... 30
- الجدول رقم (2): توزيع افراد العينة حسب المستوى الدراسي ..... 31
- الجدول رقم (3): توزيع افراد العينة حسب مكان الاقامة ..... 32
- الجدول رقم (4): توزيع افراد العينة حسب الاستماع للإذاعة ..... 33
- الجدول رقم (5): توزيع افراد العينة حسب فترات الاستماع للإذاعة ..... 34
- الجدول رقم (6): توزيع افراد العينة حسب مدة الاستماع للإذاعة ..... 35
- الجدول رقم (7): توزيع افراد العينة حسب مع من تستمع للإذاعة ..... 36
- الجدول رقم (8): توزيع افراد العينة حسب وسيلة الاستماع للإذاعة ..... 37
- الجدول رقم (9): توزيع افراد العينة حسب متابعة المضامين المنبثة في الاذاعة ..... 38
- الجدول رقم (10): توزيع افراد العينة حسب البرامج المتابعة للإذاعة ..... 39
- الجدول رقم (5): توزيع افراد العينة حسب مستوى البرامج المنبثة ..... 40
- الجدول رقم (12): توزيع افراد العينة حسب البرامج المطروحة تناسب رغباتك واهتماماتك ..... 41
- الجدول رقم (13): توزيع افراد العينة حسب الاستفادة من معلومة تم بثها في الإذاعة ..... 42
- الجدول رقم (14): توزيع افراد العينة حسب متابعة برنامج معين باستمرار ..... 43
- الجدول رقم (15): توزيع افراد العينة حسب نوع البرنامج ..... 44
- الجدول رقم (16): توزيع افراد العينة حسب ..... 45
- الجدول رقم (17): توزيع افراد العينة حسب يساعدك وقت بث البرنامج الذي تتابعه ..... 46
- الجدول رقم (18): توزيع افراد العينة حسب الإذاعة من خلال برامجها تخاطب اهتماماتك وانشغالاتك  
الحياتية ..... 47
- الجدول رقم (19): توزيع افراد العينة حسب الإذاعة مصدرا لمعلوماتك ..... 48
- الجدول رقم (20): توزيع افراد العينة حسب التفاعل مع برامج الإذاعة ..... 49
- الجدول رقم (21): توزيع افراد العينة حسب تساعدك اذاعة الواد في تغيير سلوك معين ..... 50
- الجدول رقم (5): توزيع افراد العينة حسب البرامج المنبثة لها القدرة في تغيير وجهة نظرك ..... 51
- الجدول رقم (23): توزيع افراد العينة حسب تلبى اذاعة الوادي رغباتك ..... 52
- الجدول رقم (24): توزيع افراد العينة حسب تأثير البرامج الإذاعية على وعيك الثقافي ..... 53
- الجدول رقم (25): توزيع افراد العينة حسب التأثير والتفاعل مع البرامج التي تبثها الاذاعة ..... 54

- الجدول رقم (26): توزيع افراد العينة حسب من وجهة نظر ساهمت الاذاعة من خلال البرامج التي تبثها  
في زيادة الوعي الثقافي لدى المستمعين ..... 55
- الجدول رقم (27): توزيع افراد العينة حسب مساهمة في زيادة الوعي الثقافي لديك ..... 56
- الجدول رقم (28): توزيع افراد العينة حسب التقييم لدور الاذاعة في زيادة وتحقيق الوعي الثقافي ..... 57

# مقدمة

## مقدمة:

تعد الاذاعة "الراديو " من اهم وسائل الاتصال اذ مكنت المجتمعات الانسانية من ارسال الصوت الإنساني والموسيقي والإشارات بأنواعها المختلفة الى أرجاء متعددة من العالم، وبفضلها أصبح في امكان المسافرين على متن السفن والطائرات او كل وسائل النقل الاتصال وتبادل المعلومات كما يمكن استخدام موجات الاذاعة في الاتصال بالفضاء الخارجي، كما ان البث الإذاعي هو الاكثر شيوعا لموجات الاذاعة ،وهو يشمل البرامج الدينية والثقافية والاجتماعية وغيرها كما يستيقظ الناس على ساعة المذيع ويقودون سياراتهم الى أعمالهم ،مستمعين اليه وأيضا يمكنهم الاستماع الى البرامج الاذاعية في اوقات راحتهم كما ان الاذاعة الصوتية هي مصدر للأخبار سواء بالنسبة للدول النامية او المتقدمة خاصة عند وقوع الأحداث الهامة ،نظرا لأن الاذاعة هي اسرع وسائل الاتصال في نقل الاخبار للجماهير المستمعة خاصة المناطق التي تنتشر فيها الامية او التي تقل فيها إعداد الصحف فيها وذلك لعدم توفر وسائل النقل السريعة .

تكمن اهمية الاذاعة من خلال الاهداف التي تسعى الى تحقيقها سواء في خلق الوعي الشامل حول جميع القضايا الاجتماعية والسياسية والثقافية او التأثير في حياة سلوك الجماهير خاصة قليلة الحظ من الثقافة والتعليم والوعي حيث برزت اهميتها باعتبارها اداة لتنمية وعي الانسان وتطور مداركه ومعارفه، فأصبحت وسائل الاعلام السمعية من الركائز الاساسية التي تقوم بدور كبير في زيادة الوعي بكافة انماطه ونظرا لسهولة انتشارها في كل مكان ،فدخلت في اطار وسائل التوعية تساعد في تعزيز الوعي الاجتماعي والديني والعلمي والثقافي حيث صار لها ارتباطا ومساس مباشر بجوانب كثيرة من حياة الانسان في العصر الحاضر.

وقد انتشرت الإذاعة في كل ربوع الوطن حيث اصبح لكل منطقة اذاعة محلية تبث

موجاتها عن طريق موجات الاثير القصيرة FM.

لتهتم بالأفراد وقضاياهم وتستجيب لحاجاتهم ومتطلباتهم وإشباع رغباتهم ،وعلى اساس ما تم عرضه يمكننا التأكيد على أنه قد اصبح من الضرورة الملحة معرفة الدور الذي تقوم به الاذاعة المحلية في زيادة وترسيخ الوعي الثقافي وهو الهدف الجوهرى المعمول على بلوغه من خلال هذه الدراسة التي تضمنت خطتها ما يلي:

مقدمة :وتشمل مشكلة الدراسة والتساؤلات وأسباب اختيار الموضوع، وكذا ما تسعى الى تحقيقه من اهداف وأهمية الدراسة وكذلك اهم المصطلحات والمفاهيم .وبعدها التطرق الى الجانب التراثي :الذي يشمل الدراسات السابقة والخلفية النظرية ،ثم المنهجية التي تشمل نوع الدراسة ومنهجها وأدوات جمع بياناتها ومجتمع البحث والعينة المدروسة ، ثم عرض النتائج ومناقشتها من خلال ربطها بالتراث النظري، ثم خاتمة وقائمة الملاحق وفهرس الجداول .

## 1- الإشكالية:

لقد نالت الاذاعة انتشارا هائلا لأنها احد اهم وسائل الاعلام والاتصال الجماهيري التي حققت منذ ظهورها انجازات متعددة على مستويات مختلفة ،لذا فهي مدرسة وجد فيها الاميون المعرفة .

وتعتبر الجزائر من اهم البلدان التي اعطت للإذاعة أهمية كبيرة وعملت على تطوير اجهزتها التقنية وإيصالها الى كافة انحاء الوطن ،فهي تخاطب شرائح المجتمع وذلك لتلبية حاجياتهم المختلفة ومن اجل فك العزلة واطلاع المواطن بكل ما يدور حوله وقد سعت الاذاعة لتحقيق اهداف تعود على الفرد والمجتمع كالتربية والترفيه والتثقيف والتوعية في جميع المجالات، كما انها تسعى الى تكريس الخدمة العمومية بفضل الخصائص التي تمتلكها كتخطي الموجات الاذاعية لجميع الحواجز التي يمكن ان تصادفها عند اوصول محتواها الى جمهور المستمعين اضافة الى اعتمادها على حاسة السمع فقط،

هذه الميزة التي تأخذ ابعاد ايجابية فهي تخلق لجمهورها ميزة الخيال اضافة الى ميزة التركيز لان غياب الصورة يجعل التركيز ادق في السمع حيث نجد ان كل ولاية من ربوع الوطن خصائصه ومتطلباته

وقد عرفت الاذاعة انتشارا واسعا حيث اصبحت لكل ولاية اذاعة محلية خاصة بها ومن بين هذه الاذاعات نجد اذاعة الوادي التي تسعى الى اعلام جمهورها بما يجري حوله من احداث واخبار عن طريق ما تقدمه من برامج توعوية وترفيهية وتثقيفية مختلفة .

والتنوع البرامجي يجعلنا نطرح اشكاليات كثيرة على دور الإذاعة وأهميتها ومن بين أهم الانشغالات البحثية ما نتناوله في هذه الدراسة عن دور الاذاعة في نشر الوعي الثقافي لدى افراد المجتمع، خاصة سائقي المركبات العمومية من خلال تنمية مستوى الوعي لديهم وزيادة معلوماتهم ومتطلباتهم سواء كان التأثير سلبا او ايجابيا وهذا يعني اننا نتوقع منها دورا ملموسا في مجال التوعية وتثقيف والارتقاء بفكر الجمهور ووعيه الثقافي والاجتماعي والصحي .

ومن خلال هذا الطرح فإن اشكالية الدراسة تتمحور حول السؤال الرئيسي وهو الى أي مدى تساهم اذاعة وادي سوف في زيادة الوعي الثقافي لدى سائقي سيارة الاجرة ؟

وتبسيطا لهذه الاشكالية نطرح التساؤلات الفرعية الآتية  
ما المقصود بالوعي الثقافي ؟  
ماهي عادات وأنماط استماع سائقي الأجرة لإذاعة الوادي؟  
ماهي البرامج المتابعة من طرف سائقي الأجرة بولاية الوادي؟  
هل تساهم الإذاعة في زيادة الوعي الثقافي من وجهة نظر سائقي الأجرة؟

**2- أهمية الدراسة:**

وتعتبر أهمية الدراسة من الأهمية التي تتطوي عليها وسائل الإعلام ومنها الإذاعة لكونها من اهم الوسائل الاتصالية والإعلامية والاجتماعية والثقافية اليوم ومع تعدد وسائل الاعلام وانفتاح نوافذ المشاهدة والاستماع وتنوع ما توفره وسائل الاتصال الحديثة من برامج ومعلومات ومضامين مختلفة كان لازما على الإذاعة المحلية ان تهتم بالمجتمع المحلي حيث تكمن في البحث في مدى اهتمام جمهور المستمع المحلي سائقي سيارة الأجرة بمتابعة ما يبث له في اذاعة الوادي المحلية وإشباع حاجياته الاجتماعية والترفيهية وخاصة الثقافية ورصد البرامج التوعوية الثقافية وكيف تؤثر على سلوكه.

### **3- اهداف الدراسة:**

-تهدف هذه الدراسة إلى الإجابة على التساؤل الرئيسي  
-تسليط الضوء على الإذاعة المحلية بالوادي  
-تحديد طبيعة المضامين والمواضيع الثقافية التي تقدمها اذاعة الوادي المحلية  
-التعرف على عادات وأنماط تعرض المستمعين للبرامج والأخبار الثقافية التي تبث عبر اذاعة الوادي المحلية

-الكشف عن دوافع تعرض مستمعين اذاعة الوادي المحلية للبرامج المقدمة حول الوعي الثقافي

-التعرف على تقييم مستمعين اذاعة الوادي المحلية للدور الذي تقوم به في نشر الوعي لدى سائقي سيارة الأجرة

-الكشف عن اهم البرامج الثقافية ودرجة تفاعلها مع الجمهور المستمع(سائقي سيارة الأجرة )  
-الكشف عن الرغبات التي تحققها المستمع من خلال معتقده من برامج توعية تثقيفية.

#### 4- اسباب اختيار الموضوع :

ترجع اسباب اختيارنا لدراسة هذا الموضوع الى مجموعة من الاسباب تكمن في اسباب ذاتية وموضوعية

#### - الاسباب الذاتية

الرغبة بالعمل في الاذاعة

الفضول الذي دفعنا للاطلاع على كيفية عمل الطاقم الاذاعي في ولاية الواد  
الرغبة في معرفة سر كثرة اهتمام السائقين بلاذعة المحلية

#### -الاسباب الموضوعية:

الاقتناع التام بالموضوع و لملائمته بطبيعة التخصص

معرفة اهمية الاذاعة واهتمام الجمهور بالثقافة والبرامج الثقافية في الواد

قلة الدراسات والأبحاث بفئة سائقي سيارة الاجرة

#### 5-تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة

#### 5-1-تعريف الدور

لغة : دار الشيء يدور، دوارا بفتح وسكون يقال دار ويدور واستدارا ويستدير اذا طاف حول الشيء كذا عاد الى الموضوع الذي ابتداء منه .

**اصطلاحاً :** مجموعة من الأنشطة المرتبطة بالأطر السلوكية التي تحقق له متوقع في مواقف معينة كما ان الدور هو مجموعة من الوظائف والمهام الاساسية التي يمكن ان يضطلع بها جهاز معين

ويعرف الدور : بأنه مجموعة من المهام والوظائف والمسؤوليات التي يقوم بها تنظيم او قطاع او مؤسسة لتحقيق اهداف داخل المجتمع .<sup>1</sup>

**التعريف الاجرائي لدور :** هي المهنة والوظيفة التي تقوم به الاذاعة تجاه قضية او حدث معين لتحقيق اهداف معينة داخل المجتمع من تثقيف وتوعية وتعليم وترفيه .....الخ

## 5-2-تعريف الاذاعة :

**لغة :** اشتقه كلمة الاذاعة من اذاع الخبر أي نشره ،والشيء المذاع هو انتشار وافشى بين الناس .<sup>2</sup>

**اصطلاحاً :** يعرفها الباحث "فضيل دليو " على انها : ما يبث عبر الاثير باستخدام موجات كهرومغناطيسية بإمكانها اجتياز الحواجز الجغرافية والسياسية ،وربط مستمعيها برباط مباشر وسريع .

يعود اصل كلمة اذاعة الى لفضة راديو radios باللاتينية ، تعني نصف قطر الدارة ، وهذه التسمية تتناسب مع الارسال الاذاعي ، حيث ترسل الموجات الصوتية على هيئة دوائر لها مراكز ارسال .<sup>3</sup>

**التعريف الاجرائي للإذاعة :** هي وسيلة اعلامية سمعية صغيرة الحجم تتكون من اشارة وأصوات تنقل من المرسل الى المستقبل على شكل رسائل صوتيه مسموعة عبر الاثير تحمل مضامين متنوعة .

تعريف الوعي :

<sup>1</sup> محمد مرتضى الزبيدي، تاج العروس من جواهر القاموس (بيروت منشورات مكتبة الحياة 1989 م ) ص 315

<sup>2</sup> ابن منظور ،لسان العرب (بيروت :دار النشر والتوزيع 2000 م) ص 150 .

<sup>3</sup>

لغة: الوعي من الفعل وعى حفظ القلب الشيء، وعى الشيء أي حفظه وفهمه.<sup>1</sup>  
اصطلاحا:

التعريف الإجرائي: هو التدبير والفهم والانتباه لمواقف النقص والغفلة على مستوى الذات والآخرين وكل ما يتعلق بالمعرفة الراهنة والمستقبلية .

### 5-3-تعرف الثقافة

لغة : وصفها المعجم الوسيط بأنها : كلمة محدثة في اللغة واصلها ثقف ولها معنيان رئيسيان متباينان في اللغة العربية ،فأول ثقف وثقفه أي صادفه او اخذه او ضفر به او ادركه ، والثاني ثقف يثقف ثقفا وثقافة صار حاذقا خفيفا وفطنا ومنه ثقف الكلام حذقه وفهمه بسرعة

اصطلاحا: يعرف علماء الاجتماع الثقافة بأنها :اسلوب حياة ورغم ايجازه الشديد فان هذا التعريف يعني ان الثقافة مركب معقد لمزيج متفاعل يضم فنون المجتمع ومعتقداته وعاداته ومؤسساته وقوانينه وأعرافه وإبداعاته وأساطيره وفلكلوره ومعتقداته ولغاته وقيمه المختلفة، ونشير بالذكر ان معنى الثقافة اليوم اتسع فأخذت مجموعة النشاطات والمشروعات والقيم المشتركة التي تكون الاساس للرجبة في الحياة المشتركة لدى امة من الامم ،والتي ينبثق منها تراث مشترك من الصلات المادية والروحية الذي يغتني عبر الزمن ويغدي الذاكرة الفردية والجماعية تبنى على اساس مشاعر الانتماء والتضامن والمصير الواحد، وانطلاقا من هذا يعرف "كاميلري " الثقافة : مجموعة متكاثفة من الدلالات المكتسبة الاكثر دواما وتشاركا بين افراد الجماعة والتي تدفعهم بحكم انتسابهم اليها، الر الاستجابة الى المثيرات الصادرة عن المحيط وعن ذواتهم بما يتوافق معها مبدئين ازاء هذه المثيرات مواقف ،وسلوكيات مشتركة ماثورة .2

<sup>1</sup> ابن منظور لسان العرب , مرجع سابق صفحة 954.

<sup>2</sup> ليليا الشاوي ، انماط تلقي جمهور مستمعي الاذاعة المحلية لبرامج الهوية الثقافية ( اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتورا ، قسم علوم الاعلام ، كلية علوم الاعلام والاتصال ، 2014-2015م)ص27

مفهوم الثقافة في الفكر العربي :

لغة : اصل الثقافة يعود الى الفعل الثلاثي (ثقف) فيقال : الثاء والقاف والفاء كلمة واحدة اليها يرجع الفروع ، وهو اقامة درء الشيء . وجاءت الثقافة في اللغة العربية على عدة معان ، منها : يقال (ثقفت القناة اذا اقامت عوجها . وثقفته بالثقل اقامت المعوج منه ) وفي المدلول اللغوي العربي للفض الثقافة هي انها تشتمل عدة معان، لها من العمق والثراء والشمول لكافة جوانب الحياة التي تخص الجماعة المتنوعة والمختلفة، بما يفي بحاجة موضوع البحث في التنوع الثقافي في المجتمع الاسلامي .

اصطلاحا : تعريف مالك بن نبي قدم الثقافة على انها مجموعة من الصفات الخلقية والقيم الاجتماعية ، التي تؤثر في الفرد منذ ولادته ، وتصبح لا شعوريا العلاقة التي تربط سلوكه بأسلوب الحياة في الوسط الذي ولد فيه .1

التعريف الاجرائي لثقافة :هي افكار واتجاهات وعادات وقيم وخاصة اجتماعية متكاملة مكتسبة منتشرة مستمرة ومنتقلة بين الاجيال من جيل الى جيل اخر لتشكل تراث ثقافي للمجتمعات

#### 4-5-تعريف الوعي الثقافي :

لغة:

اصطلاحا:

التعريف الإجرائي : هو المام الفرد بمعلومات وبيانات اساسية عن ثقافة في جميع الميادين واهتمامه الكافي بهذه المعلومات وإرشاد الآخرين لتوعيتهم لتحقيق مجتمع متقف.

---

<sup>1</sup> جميلة بنت عيادة الشمري ، مفهوم الثقافة في الفكر العربي والفكر الغربي ص 4 ، ص 7

# الفصل الأول

التراث النظري للدراسة

**المبحث الأول: الخلفية النظرية**

ان لخلفية النظرية للدراسة تعد من اهم الخطوات في أي بح علمي وقد تعددت المداخل والنظريات وأصبحت بذلك موروثا معرفيا لكل دراسة ،وفي هذه الدراسة ونظر لطبيعة الموضوع فانه سيتم الاعتماد على نظرية واحدة لدراسة موضوعنا دور الاذاعة المحلية في نشر الوعي الثقافي لدى ساقى سيارة الاجرة .

نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام

**1- مفهوم نظرية الاعتماد:**

ان نظريه الاعتماد على وسائل الاعلام ( نظريه بيئية) والنظرية البيئية تتضرر الى المجتمع باعتباره تركيبا عضويا ،وهي تبحث في كيفية ارتباط اجزاء من النظم الاجتماعية صغيرة وكبيرة الحجم يرتبط كل منها بالآخر ،ثم تحاول تفسير سلوك الاجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات .والمفترض ان يكون نضام وسائل الاعلام جزءا هاما من النسيج الاجتماعي للمجتمع الحديث، وهذا النظام له علاقة بالأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الاجتماعية الاخرى وقد تتسم هذه العلاقات بالتعاون او بالصراع ،وقد تكون ديناميكية متغيرة ،او ساكنة ثابتة ،وقد تكون مباشرة ضعيفة .

وكما يوحي اسم النظرية فان العلاقة الرئيسية التي تحكمها هي علاقة الاعتماد بين وسائل الاعلام والنظام الاجتماعي والجمهور ،وقد تكون هذه العلاقات مع نضم وسائل الاعلام جميعها ، او مع احد اجزائها مثل :الصحف - المجلات الراديو - التلفزيون - السينما.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة (القاهرة ، دار المصرية اللبنانية ، ط 1 ، 1998م) ص314.

## 2- نشأة وتطور نظرية الاعتماد:

اهتم بعض الباحثين في العشرينات بدراسة تأثير وسائل الاعلام على المستوى المعرفي، وأكد بعضهم ان اختلاف المستوى المعرفي للأفراد يرجع اساسا الى التفاعل بين متغيرات مرتبطة بطبيعة وسائل الاعلام بالإضافة الى سمات الجمهور المختلفة. كم اوضح الكثير من الخبراء في الغرب العلاقة بين وسائل الاعلام والنظم الاجتماعية ومؤسساتها في المجتمع على اساس من الاعتماد المتبادل .

ومن ثم كانت البدايات الاولى لنظرية الاعتماد على وسائل الاعلام على يد الباحثة ساندرا بول روكيتش وزملائها عام 1974 عندما قدموا ورقة بحثية بعنوان "منظور المعلومات وطالبو فيمال بضرورة الانتقال من مفهوم الاقناع لوسائل الاعلام الى وجهة النظر التي ترى قوة وسائل الاعلام كنظام معلوماتي يستمد من اعتمادات الاخرين على المصادر النادرة للمعلومات التي تسيطر عليها وسائل الاعلام أي ان هناك علاقة اعتماد بين وسال الاعلام والأنظمة الاجتماعية الاخرى.

ومن هذا المنطلق تركز نظرية الاعتماد على ان العلاقة بين وسائل الاعلام والجمهور والنظام الاجتماعي تتسم بخصائص اجتماعية من الاعتماد المتبادل الذي تفرضه سمات المجتمع الحديث حيث يعتمد افراد الجمهور على وسائل الاعلام كنظام فرعي لأدراك وفهم نظام فعي اخر وهو المحيط الاجتماعي من حولهم، وبذلك تمثل وسال الاعلام مصادر رئيسية يعتمد عليها افراد الجمهور في استقاء المعلومات عن الاحداث الجارية وتتزايد درجة الاعتماد بتعرض المجتمع لحالات وسائل الاعلام الموجودة في المجتمع في فترات التغيير وعدم الاستقرار.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> خضرة عمر المفلح : الاتصال المهارات والنظريات وأسس عامة ، ( عمان ، مكتبة الحامد ، ط2015،م)ص 115

**3-المميزات الخاصة بنظرية الاعتماد على وسائل الاعلام:**

تتمتع نظريه الاعتماد على وسائل الاعلام بمجموعة من المزايا اهمها:  
تعتبر نظريه الاعتماد نموذج مفتوح لمجموعة من التأثيرات المحتملة وتجنب النموذج عدم وجود تأثيرات لوسائل الاعلام ، ووجود تأثيرات غير محدودة ظن لذلك يطلق عليها نظريه شاملة ، حيث تقدم نظريه كلية للعلاقة بين الاتصال والرأي العام ، وتجنب الاسئلة البسيطة عما اذا كانت وسائل الاتصال لها تأثير كبير على المجتمع .  
تهتم نظريه الاعتماد بالظروف التاريخية والبناء الاجتماعي اكثر من المتغيرات الشخصية والفردية، لذلك فهي اكثر ملائمة في التعامل مع النظام الاجتماعي بصورة اكبر من النماذج الاخرى المرتبطة بوسائل الاعلام .

تؤكد نظريه الاعتماد على ان تأثير وسائل الاعلام على الجمهور ، يؤدي التأثير على النظام الاجتماعي وعلى نضام وسائل الاعلام نفسها وبالتالي فان اداء وسائل الاعلام ، قد يؤدي الى المطالبة بالتغيير او الاصلاح نضام وسائل الاعلام ،سواء من خلال النظام السياسي او الية السوق الحر او من خلال ظهور وسائل الاعلام البديلة<sup>1</sup>

**4-الفروض الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الاعلام:**

يتمثل الفرض الرئيسي لنظرية الاعتماد في قيام الفرد بالاعتماد على وسائل الاعلام لإشباع احتياجاته من خلال استخدام الوسيلة وكلما لعبت الوسيلة دورا هاما في حياة الاشخاص زاد تأثيرها وأصبح دورها اكثر اهمية ومركزية وبذلك تنشأ العلاقة بين شدة الاعتماد ودرجة تأثير الوسيلة لدى الاشخاص ، وكلما ازدادت المجتمعات تعقيدا ازداد اعتماد الافراد على وسائل الاعلام .

كما تقوم على عدة فروض فرعية اخرى هي :

تؤثر درجة استقرار النظام الاجتماعي على زيادة الاعتماد او قلته على مصادر معلومات وسائل الاعلام ، وكلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع كلما زاد الاعتماد لدى الافراد على وسائل الاعلام .

تزداد درجة الاعتماد على وسائل الاعلام في حالة قلة القنوات البديلة للمعلومات اما حالة في جود مصادر معلومات بديلة تقدمها شبكات خاصة او رسمية او مصادر اعلامية خارج المجتمع سيقبل اعتماد الجمهور على وسائل الاعلام .

يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الاعلام نتيجة لوجود اختلاف في الاهداف الخصية والمصالح والحاجات الفردية .<sup>1</sup>

#### 5- الاثار المترتبة على اعتماد الجمهور على وسائل الاعلام:

توضح هذه الرؤية الاهداف الخاصة بالمتلقين من الاعتماد على هذه الوسائل ، وتعكس العلاقة بين درجة بين درجة الاعتماد على هذه النظم واتجاهات التغيير في المعرفة او الشعور او السلوك باعتبارها مجالات التأثير النتائج عن هذا الاعتماد :

#### 5-1- التأثيرات المعرفية والتي تتمثل في مجالات عديدة منها :

تجاوز مشكلة الغموض الناتجة عن تناقض المعلومات التي يتعرض لها الفرد ، او نقص المعلومات او عدم كفايتها لفهم معاني الاحداث او تحديد التفسيرات الممكنة والصحيحة لهذه الاحداث.

وهناك تأثيرات معرفية اخرى توضح الادوار التي تقوم بها وسائل الاعلام في تشكيل الاتجاهات حي تقوم وسائل الاعلام بدفع غير محدود للأراء والموضوعات والشخصيات التي تشير المتلقين للاهتمام بها وخاصة في احوال الازمات او الاضطرابات او الحروب

<sup>1</sup> - نفس المرجع السابق ، خضرة عمر المفلح ،الاتصال المهارات والنضريات واسس عامة ص 125

تأثير وسائل الاعلام في تحديد ترتيب اهتمامات المتلقين بالنسبة للموضوعات او الافكار التي تنشرها وسال الاعلام أي ترتيب اجنده المتلقين بالنسبة لهذه الموضوعات او الافكار اعتمادا على ترتيب الوسائل لها

هناك تأثيرات معرفية اخرى تظهر في حالات بناء السياق الذي تظهر من خلاله القيم ،ولا تقوم وسال الاعلام بإيضاح القيم فقط لكنها تقوم ايضا بتقديم المعلومات التي تشترك فيها القيم المتباينة .

**5-2- التأثيرات الوجدانية تؤثر على مشاعر الافراد واستجابتهم بالتالي في الاتجاه الذي تستهدفه هذه الرسائل ومن امثلة هذه التأثيرات :**

**الفتور العاطفي :** وهناك فرض يرى ان التعرض المكثف الى موضوعات العنف في الرسائل الاعلامية يؤدي الى الفتور العاطفي .وهذا ما يؤكد نقص الرغبة في مساعدة الاخرين نتيجة كثافة التعرض الى اعمال العنف وبالتالي فان الفرد يتصرف كما لو كان العنف هو الحياة الحقيقية

**-القلق والخوف :** على سبيل المثال نجد ان التعرض المكثف للرسائل الجديدة ، او الدراما التلفزيونية التي ترسم مدنا ما على انها تتميز بالعنف ربما يؤدي ذلك الى الخوف من الحياة في هذه المدن او السفر اليها .

التأثيرات الاخلاقية والمعنوية :تحدث نتيجة الرسائل الاعلامية وطبيعة المعلومات التي يكون لها تأثيرات على معنويات الافراد ومستوى الاخلاق فالدعم المعنوي والأخلاقي لا يمكن تطويره دون تأثيرات نظم الاتصال والمثل على ذلك ان وجود معلومات ايجابية ومنظمة حول الجماعات والفئات التي ينتمي اليها الافراد مثل المجتمع التجمعات او المهنة او الجماعات العرقية وجود مثل هذه المعلومات في وسائل الاعلام يمكن ان يكون لها تأثير معنوي على الافراد الذين يعتمدون على نظم وسائل الاعلام في اطار التأثيرات الوجدانية.

## 3-5- التأثيرات السلوكية :

فالتغير في الاتجاهات او المعتقدات او المجالات الوجدانية يهتم بها الجميع ايضا. ولكن على انها درجة للتأثير في السلوك الواضح . ومن اهم التأثيرات في هذا المجال الفعالية يظهر عندما يقوم الفرد بعمل ما كان يعمله لولا تعرضه للرسائل الاعلامية. والتأثيرات السلوكية في النهاية هي الناتج النهائي للتأثيرات المعرفية او الوجدانية وعلى سبيل المثال نجد ان الناس يمكن ان ترتبط بوجهة نظر او حل لمشكلة نتيجة لاتجاهات كونتها بالمعرفة والمشاعر التي طورتها من خلال الرسائل الاعلامية . وعلى العكس من ذلك نجد ان الرسائل الاعلامية عندما تثير الخوف من شيء ما فإنها قد تجعل الفرد يتجنب القيام بعمل ما . وهو المقصود بالامتناع عن الفعل <sup>1</sup>

النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد (1982)

ويوضح هذا النموذج التداخل الكبير بين العناصر الرئيسة للعملية الاتصالية ( وسائل الاعلام - المجتمع - الجمهور ) ويقدم مجموعة معقدة من المتغيرات التي تؤدي الى تأثير وسائل الاعلام التي تظهر نتيجة الاعتماد المتبادل بين وسال الجمهور و النظم الاجتماعية الاخرى <sup>2</sup>

ويمكن تلخيص العلاقة التي يرمز لها النموذج على النحو التالي :

اولا- ينشا تدفق الأحداث من المجتمع الذي يضم مجموعة من النظم الاجتماعية التي يحكمها الوظيفة البنائية ، وتحدث علاقات اعتماد متبادلة بين هذه النظم الاجتماعية ووسائل الاعلام

ثانيا- تؤثر عناصر الثقافة والبناء الاجتماعي للمجتمع على وسائل الاعلام ايجابيا وسلبيا .وهي التي تحدد خصائص وسائل الاعلام التي تتضمن ،الاهداف والموارد والتنظيم ، والبناء والعلاقات المتبادلة ، وتتحكم هذه الخصائص في وضائف تسليم المعلومات التي

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد ، نظريات واتجاهات التأثير ، ( القاهرة ، عالم الكتب ، ط3، 2003م )ص302،ص 305

<sup>2</sup> نفس المرجع السابق ، خضرة عمر المفلح الاتصال المهارات والنظريات وأسس عامة ص 119

يتحكم فيها عدد الوسائل الاعلامية المتاحة ، ودرجة مركزيتها ، ويؤثر ذلك بالتالي على الانشطة التي تمارسها وسائل الاعلام او ما يطلق عليها سياسات التشغيل كذلك تؤثر عناصر الثقافة وبناء المجتمع على الافراد ، ويساهم ذلك في تشكيل الفروق الفردية ، والفئات الاجتماعية والعلاقات الاجتماعية ، ويعمل النظام الاجتماعي على خلق حاجات للأفراد مثل الحاجة الى الفهم والتسلية والتوجيه .

ويحدد الاعتماد المتبادل بين النظم الاجتماعية ونظم وسائل الاعلام على كيفية تطوير الناس على وسائل الاعلام لإشباع حاجتهم النفسية والاجتماعية ، مما يخلق التنوع في تأثيرات وسائل الاعلام على الافراد

ثالثا- تقوم وسائل الاعلام بتغطية الاحداث التي تقع داخل النظم الاجتماعية المختلفة ، ومن الاشخاص داخل هذه النظم ، وتتلقى وسائل الاعلام التركيز على بعض القضايا والموضوعات التي تشكل وسائل الاعلام المتاحة للجماهير .

رابعا- العنصر الرئيسي في هذا الاطار المتكامل هو الافراد كأعضاء في الجمهور المتلقي لوسائل الاعلام هؤلاء الاشخاص لديهم بناء متكامل للواقع الاجتماعي ثم تشكيله عبر التنشئة الاجتماعية والتعليم والانتماء الى جماعات ديموغرافية وعوامل التكيف الاجتماعي والتعليم والانتماء الى افراد وسائل الاعلام لاستكمال بناء الواقع الاجتماعي الذي لا يدركونه بالخبرة المباشرة وتتحكم علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الاعلام والنظم الاجتماعية الاخرى في تشكيل رسائل المعلومات للجماهير

خامسا- حين يكون الواقع الاجتماعي محدد ومفهوما للأفراد، ويلبي حاجاتهم وتطلعاتهم قبل استقبال الرسائل الاعلامية لن يكون لرسائل الاعلامية تأثير يذكر سوى تدعيم المعتقدات والقيم وانماط السلوك الموجودة بالفعل .

وعلى النقيض حين لا يكون لدى لأفراد واقع اجتماعي حقيقي يسمح بالفهم والتوجيه والسلوك فانهم يعتمدون على وسائل الاعلام بقدر اكبر لفهم الواقع الاجتماعي ، وبالتالي يكون لهذه الوسائل تأثير اكبر على المعرفة والاتجاهات والسلوك لذلك يجب الاخذ في الاعتبار درجة

اعتماد الافراد على وسائل الاعلام للحصول على معلومات كوسيلة للتنبؤ بأثار هذه الوسائل على الافراد

سادسا- تتدفق المعلومات من وسائل الاعلام لكي تؤثر في الافراد وفي بعض الحالات تتدفق المعلومات ايضا من الافراد لكي تؤثر في الافراد وفي المجتمع ككل ، ويتخذ ذلك بعض الاشكال مثل :

الاعتراض الجماهيري الذي يزيد من مستوى الصراع في المجتمع ، او يؤدي الى تكوين جماعات اجتماعية جديدة مثل هذه الاحداث قد تؤدي الى تغييرات في طبيعة العلاقات بين نضم الاجتماعي ونضم وسائل الاعلام مثل : تمرير قوانين جديدة يتم تصميمها لتغيير سياسات تش<sup>1</sup> غيل وسائل الاعلام

#### 6-الانتقادات الموجهة لنظرية الاعتماد على وسائل الاعلام:

تعرضت نظريه الاعتماد لمجموعة من الانتقادات ويمكن تلخيصها على النحو التالي :  
تبالغ النظرية في تصوير حجم الاعتماد الفعلي للعناصر المختلفة و خاصة المتعلقة بوسائل الاعلام ، واستقلالها عن النظام الاجتماعي ، فوسائل الاعلام غالبا ما تكون محايدة ،حيث انها مصدر غير سياسي ،تستطيع ان تجده عند الضرورة ،ويجب ان ترتبط وسائل الاعلام بشكل اساسي بالمؤسسات الاكثر هيمنة وسيطرة في المجتمع .

على الرغم من ان الاعتماد الشديد على وسائل الاعلام قد يزيد من التأثيرات الادراكية والسلوكية على الفرد ، فانه للأسف ليست كل تأثيرات وسائل الاعلام الجماهيري هي تأثيرات لمحتويات وسائل اوانها تؤثر على الافراد ، حيث ان الافراد يتأثرون بالأصدقاء و المعارف وغيرهم .

رغم انه كان يقصد بمدخل اساسا الاعتماد على مستوى النظام الاجتماعي ككل ، لكن معظم الدراسات الاعلامية تعاملت مع مدخل الاعتماد على المستوى الفردي فقط ،بمعنى انها

<sup>1</sup> عبد الحافظ عواجي صلوي ، نظريات التأثير الاعلامية ص32 ص33

ركزت على الآثار الناجمة على اعتماد الافراد على الوسائل المختلفة ، مع ها لاتزال  
روكيتش ترى ان المستقبل للتركيز على اهداف الجماعات من الاعتماد  
معظم الباحثين عرفوا الاعتماد اجرائيا بالتعرض ، رغم انه ليس كل من يتعرض لوسيلة يعتمد  
عليها ، فعلى سبيل المثال قد يتعرض الفرد لفترة طويلة في مشاهدة التلفزيون في حين يعتد  
على وسيلة اخرى مثل الصحف في اكتسابه للمعلومات السياسية ، او في موضوع<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> نفس المرجع السابق ، خضرة عمر المفلح ،الاتصال المهارات والنظريات واسس عامة ، ص131،ص132

## المبحث الثاني: الدراسات السابقة

هي كل الابحاث العلمية التي لها صلة بموضوع الدراسة والتي يتم تقديمها بغرض حاجات علمية حيث يؤدي اطلاع الباحث على الدراسات السابقة حول موضوع بحثه الى الوصول الى البيانات التي تساعده على تفسير الظاهرة التي حيرته وتزويده بمعايير ومقاييس التي يحتاجها ويستفيد من ايجابيات مناهجها المتبعة .

تعتبر الدراسات السابقة منطلق رئيسي يعتمد عليه الباحث في انجاز بحث من خلال عدد من خطوات وقد اعتمد دراستنا على عدد من دراسات السابقة:

**1\_ الدراسة الاولى :** "انماط تلقي جمهور مستمعي الاذاعة المحلية لبرامج الهوية الثقافية

تمحورت إشكالية هذا الموضوع حول دراسة الجمهور الجزائري ومعرفة كيفية تلقيه لبرامج الهوية الثقافية في إذاعة محلية وعليه نطرح السؤال الرئيسي التالي :

ماهي انماط تلقي الاسرة الجزائرية لبرامج الهوية الثقافية المسموعة عبر اثير الاذاعة المحلية؟

اما في ما يخص التساؤلات الفرعية هي :

ما هي الخصائص الانثوغرافية للأسرة الجزائرية ؟

ما هي مضامين برامج الهوية الثقافية في الاذاعة المحلية ؟

ما هي عادات تلقي الاسر الجزائرية لمضامين برامج الهوية الثقافية في الاذاعة المحلية ؟

هل تؤثر متغيرات ،الجنس ، السن ، المستوى التعليمي ،منطقة التنشئة الاجتماعية في عادات تلقي الاسرة الجزائرية ؟

هل تختلف انماط تلقي الاسرة الجزائرية لبرامج الهوية الثقافية في الاذاعة المحلية باختلاف خصوصياتها الثقافية وأصولها الأثنية ؟

ما هي معاني التأويلات المصاحبة لفعل التلقي لدى الاسر وعلاقتها بالخصوصيات الثقافية والأثنية ؟

ما هي الاحتياجات التي تسعى الاسرة الجزائرية الى اشباعها من خلال تعرضها لبرامج الهوية الثقافية في الاذاعة المحلية ؟

### نوع الدراسة

اعتمد الباحث على الدراسة الانثوغرافية لأنها تتميز بانفرادها وتركيزها على دراسة المجتمع المحلي هي طريقة لدراسة السلوك الانساني بالتركيز على تحليل مجتمع محلي بالذات وتكمن اهمية هذه الطريقة في انها تعتمد على فحص السلوك والاتجاهات في صورتها الطبيعية في اطار السياق الكلي لي التفاؤل الاجتماعي .

### منهج الدراسة

استخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على جمع المعلومات والبيانات والحقائق ويصف ما هو كائن ويمكن من تفسيره كما يهتم بتحديد الظروف والعلاقات التي توجد بين الحقائق ولا يقتصر على جمع البيانات وتبويبها وإنما يمتد الى ما هو ابعد من ذلك لأنه يتضمن قدرا من التفسير والمقارنة بغرض وضع تصور للدور الذي يمكن ان تلعبه

### مجتمع البحث او العينة

تعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من اهم الخطوات المنهجية في البحوث خاصة الاجتماعية التي تتطلب من الباحث دقة بالغة

### طريقة المعاينة

بالنسبة لجمهور الاذاعات عينة الدراسة والمتمثلة في اسر ذات اصول مختلفة والتي تعرف على انها بعض يمثل الكل يختار بطريقة عملية اي انها مجموعة من الافراد والظواهر التي يفترض ان تمثل مجتمع البحث الاصلي العينة اذا هي جزء من معين او نسبة من افراد المجتمع ثم تعمم النتائج على المجامع كلها

فقد اعتمدت هذه الدراسة على العينة القصدية تتكون من 40 اسرة جزائرية قوامها 266 فرد وهي عينة يختارها الباحث اختيارا مقصودا من مجتمع البحث الاصلي اي اختيار مفرداتها

بطريقة تحكيمية لا مجال فيها للصدفة بل تقوم شخصيا بانتقاء المفردات الممثلة اكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع بحثه كما اشترطنا ان تكون الاسرة من منطقة اصلا وان يكونوا من مستمعي اذاعة محلية وان تتوفر في مجتمع البحث الشروط التالية :

ان يتراوح عدد افراد الاسرة ما بين 896 افراد

ان لا يقل بين الاطفال عن 13 سنة

### ادوات جمع البيانات

**الملاحظة :** هي المشاهدة الدقيقة لظاهرة ما وهي مشاهدة الظاهرة محل الدراسة ، حيث يتمكن الباحث من مراقبة تصرفات وتفاعلات المبحوثين ومن التعرف على انماط وطرق معيشتهم ومشاكلهم اليومية ، اعتمد في دراسته على نوعين من الملاحظة:

**الملاحظة المشاركة :** يخضع الباحث فيها نفسه الى الظروف المختلفة لمجتمع البحث ، ويتفاعل وهي يتجاوب مع افراد ه كأنه عضو منهم ويشارك في نفس التصرفات والأعمال في مجتمع البحث كما يجب فيها اشراك الباحث مع الافراد الذين يقومون بملاحظتهم وذلك في سلوكهم الاجتماعي وفي اوجه النشاطات التي يقومون بها ولو لفترة مؤقتة من فترات الملاحظة ، هو ذلك في حدود ما تسمح به طبيعة البحث .

**الملاحظة بدون مشاركة :** يكتفي الباحث فيها بملاحظة مجتمع البحث دون مشاركتهم حياتهم الخاصة أي اجراء الملاحظة من الخارج بصورة مستقلة عن المجال المدروس ، وهذا النوع من الملاحظة مستبعد في دراستنا سنعتمد على الملاحظة المباشرة كطريقة لجمع البيانات ، أي مشاهدة الظاهرة محل الدراسة عن قرب في اطارها المتميز ، حيث يمكننا من مراقبة تصرفات وتفاعلات المبحوثين .

**المقابلة :** هي حوار لفظي وجها لوجه بين الباحث قائم بالمقابلة وبين شخص اخر او عدة اشخاص ، وعن طريق ذلك يحاول القائم بالمقابلة الحصول على مختلف المعلومات الي تعبر عن الآراء او الاتجاهات او الدوافع او السلوك في الماضي والحاضر .

## نتائج الدراسة

من خلال ما توصلنا اليه في دراستنا لاحتضنا ان معظم الاسر عينة الدراسة لا تستخدم الهويات التي في البحث عن المحطات الاذاعية والاستماع لها من خلال التلفزيون .وهي كذلك نادرا ما تقوم بالاستماع بالإذاعة في الكمبيوتر عن طريق الانترنت . امتلاك معظم لأسر عينة الدراسة للتكنولوجيا المنزلية كديكور فقط.

تختلف دوافع الاستماع لبرامج الهوية الثقافية ولكن تجتمع مع معظمها على التقرب اكثر من الثقافة المحلية

ان مشاهدة بعض المضامين التلفزيونية .جعل معظم ارباب الاسر يدركون مدى خطورة الثقافة التي تزحف من خلالها الى عقول ابنائهم

تؤثر متغيرات الجنس السن المستوى التعليمي ، منطقة التنشئة الاجتماعية في عادات تلقي

الاسر الجزائرية وظروف دواعي التعرض لبرامج الهوية الثقافية في الاذاعات المحلية يؤثر ضيق او اتساع المسكن على الاستماع لبرامج الاذاعة المحلية فإذا كان المنزل كبير الحجم يلجا فيه الافراد الاستماع الفردي اما اذا كان ضيق فالفرد ملزم بالاستماع الجماعي . تركز مضامين الاذاعة المحلية على عنصرين مهمين هما ( المضمون الذي قوامه المعنى ، والمتلقي حيث يشعر افراد الاسر بالرضى والمتعة في حالة تطابق المادة الاعلامية مع توقعاتهم

يوجد نوع من التفاعل بين المستمعين من افراد الاسر عينة الدراسة باعتبارهم المتلقين وبين مضامين الحصص والبرامج التي تعالج الحصص والبرامج التي تعالج مواضيع الهوية الثقافية في الاذاعة المحلية .

# الفصل الثاني

## منهجية الدراسة

## أولاً: مجتمع البحث وعينة الدراسة

## 1-مجتمع الدراسة:

فئة من سائقي سيارة الاجرة المستمعين لإذاعة المحلية في ولاية الوادي المجتمع هو جميع الافراد او الاشخاص او الاشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث ومن هذا المجتمع يتم استنباط وحدة معاينة وهي مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة<sup>1</sup>

## 2- عينة الدراسة:

وقد اعتمدنا في دراستنا على العينة العرضية او عينة الصدفة فيكون الاختيار في هذا النوع من العينات سهلا اذ يتم اختياره بالصدفة ،كأن يذهب الباحث الى مكتبة او مدرسة او كلية التي يتعلق البحث بها ثم يوزعها الاستبيان على من يراهم موجودين امامه.

وقد يضطر العديد من الباحثين اختيار هذا النوع من العينة لسهولة استخدامها او لأن الوقت لديه محدود.<sup>2</sup>

وبالتالي فإن عينتنا تدخل ضمن انواع العينات غير العشوائية حيث توزع الاستمارات على مجموعة من سائقي سيارة الاجرة المستمعين لإذاعة الوادي بالاعتماد على العينة العرضية وكان التوزيع في مرافق

امام الجامعة ..وذلك في شهر ابريل.

<sup>1</sup> \_زياد احمد الطويسي ،مجتمع الدراسة والعينات ،مديرية تربية لواء البتراء 2001، ص 21

<sup>2</sup> \_نفس المرجع السابق ،عامر قندي جلي ،البحث العلمي و استخدام مصادر المعلومات ،ص ص 147\_148

### ثانياً: منهج الدراسة وأداة جمع البيانات

نظراً لكون الدراسة تهدف إلى مدى زيادة الوعي الثقافي بواسطة الإذاعة لدى سائقي سيارة الأجرة.

على معلومات وافية ودقيقة تصور الواقع الاجتماعي والذي يؤثر في كافة الأنشطة الثقافية فقد اندرج بحثنا ضمن الدراسة الوصفية لكونها طريقة يعتمد عليها الباحثون في الحصول والسياسية والعلمية<sup>1</sup>

#### 1- منهج الدراسة:

يعد اختيار المنهج الصحيح للدراسة من أهم خطوات البحث العلمي فهو يساعد على الوصول لأهداف محددة بها وقد عرف المنهج بصفة عامة بأنه وسيلة محددة توصل إلى غاية معينة .

ويعرف "بطل" المنهج على أنه الترتيب الصائب للعمليات العقلية التي نقوم بها بصدد الكشف عن الحقيقة والبرهنة عليها<sup>2</sup>

واعتمدنا في دراستنا على المنهج المسحي لأنه يقوم بتجميع منظم للبيانات المتعلقة بمؤسسات إدارية أو علمية أو ثقافية وذلك خلال فترة زمنية محددة

وأن الوظيفة الأساسية للدراسات المسحية هي جمع معلومات التي يمكن فيما بعد تحليلها وتفسيرها ومن ثم الخروج باستنتاجات منها<sup>3</sup>

الخروج باستنتاجات منها 3

<sup>1</sup> عامر قنديلجي، البحث العلمي و استخدام مصادر المعلومات، عمان شارع الملك، الأيزوري العلمية، ط1 1999م، ص105.

<sup>2</sup> عبود عبد الله العسكري، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، (دمشق سوريا حلبوني، شارع مسلم البارودي، ط2 2004ص.

<sup>3</sup> نفس المرجع السابق، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات ص 105، 106

كما ان المسح يعتبر واحدا من المناهج الاساسية بل اكثرها شيوعا في البحوث الوصفية والدراسات المسحية هي دراسات شاملة مستعرضة

كما يتمثل اسلوب المسح في جمع بيانات ومعلومات من متغيرات قليلة لعدد كبير من الافراد ويطبق هذا الاسلوب في كثير من الدراسات من اجل : وصف الوضع القائم للظاهرة بشكل دقيق وتفصيلي

### مقارنه الظاهرة:

موضوع البحث بمستوياته ومعايير يتم اختيارها للتعرف الدقيق على خصائص الظاهرة المدروسة تحديد الوسائل والإجراءات التي من شأنها تحسين وتطوير الوضع ويطبق اسلوب المسح عادة على نطاق جغرافي كبير او صغير ،وقد يكون مسحا شاملا ،او بطريقة العينة ،وفي اغلب الاحيان استخدام فيه عينات كبيرة من اجل مساعدة الباحث في الحصول على نتائج دقيقة وينسب خطأ قليل وبالتالي تمكنه من تعميم نتائجه على مجتمع الدراسة.<sup>1</sup>

ويعرف المسح : بأنه محاولة منظمة للحصول على معلومات من جمهور معين او عينة معينة وذلك عن طريق استخدام استمارات البحث المقالات ويذكر كل من "فؤاد ابو حطب " و " امال صادق "(1996-65) ان المسح هو دراسة لحاضر الظواهر العلمية وهو لهذا المعنى يجيب عن احد الاربعة الاسئلة مهمة او عنها جميعا استخدام الادوات المناسبة لجميع البيانات :

ما هي طبيعة الظاهرة موضوع البحث ؟(منهج وصفي)

ما هي العلاقات بين المكونات (المتغيرات) التي تتألق منها بنية الظاهرة موضوع البحث ، التي تقترن معا حسب مبدأ التلازم في الاختلاف ؟ (منهج الارتباطي)

<sup>1</sup> رجب مصطفى عليان ،عثمان محمد غنيم ،مناهج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق ، (عمان ،دار صفاء )،ط2000،1 م، ص ص 44،45

ما هي العلاقات بين المتغيرات التي تتألق منها الظاهرة ومتغيرات اخرى خارجية عنها والتي تقترن معها حسب مبدأ التلازم في الحدوث؟ (منهج التجريبي )

ما هي المتغيرات من خارج الظاهرة<sup>1</sup> موضع البحث التي ترتبط بالمتغيرات داخلها لعلاقة سببية؟ (منهج تجريبي)

ويعرف المنهج المسحي ايضا :هو من ابرز المناهج المستخدمة في البحث الاعلامي للحصول على البيانات والمعلومات التي تستهدف الظاهرة العلمية ذاتها ،فهو فهو مجموعة ظواهر موضوع البحث تضم عدد من المفردات المكونة لمجتمع البحث ولمدة زمنية كافية بهدف تكوين القاعدة الاساسية من البيانات والمعلومات لمجال تخصص معين ومعالجتها<sup>2</sup>

## 2- اداة جمع البيانات :

قد يستخدم الباحث اكثر من طريقة او اداة لجمع المعلومات ،حول مشكلة الدراسة للإجابة عن اسئلتها .وقد اعتمدنا في دراستنا على اداة ا سياسية لجمع البيانات .

### استمارة الاستبيان :

تعتبر من اهم طرق جمع المعلومات في الدراسات فهي عبارة عن الوسيلة الرئيسة -ية للاتصال بين الباحث والمبحوثين والتي تحتوي على مجموعة من الاسئلة التي تخص المشكلة التي يريد الباحث معالجتها.<sup>3</sup>

والاستبيان اداة يستخدمها باحثو البحوث التربوية على نطاق واسع للحصول على الحقائق وقت جميع البيانات ،وذلك من خلال

<sup>1</sup> محمود كاضم ،محمود تميمي ،منهجية كتابة البحوث ورسائل في العلوم التربوية والنفسية،(عمان ،دار صفاء)،ط2013،1،ص21

<sup>2</sup> سعد سليمان المشهداني، مناهج البحث الاعلامي (دولة الامارات العربية المتحدة -الجمهورية اللبنانية، دار الكتاب الجامعي)،ط2017،1م،ص163

<sup>3</sup> بوكراع ايمان ،مطبوعة بيداغوجية منهجية البحث التربوي، جامعة محمد الصديق بن يحيى ،جيجل2017-2018م،ص.63

الإجابة على عدد من الأسئلة المكتوبة في نموذج سبق اعداده، وتقنيه ويقوم المجيب بمئه بنفسه ويسلم او يرسل هذا النموذج لعينة

كبيرة نسبيا من افراد مجتمع البحث، وذلك لأن العينة يجب عليها ان تكون ممثلة لجميع فئات المجتمع المراد فحص آرائه.<sup>1</sup>

وقد استخدمنا في دراستنا الحالية على هذه الأداة لأنها تمكننا من الحصول على الإجابات للأسئلة التي صيغة

حول بحثنا وربطنا الأسئلة بالإشكالية وتساؤلات وأهداف الدراسة ليتم بناء الاستمارة اعتمادا على الأسئلة المغلقة و المقاومة التي قسمت الى ثلاث محاور رئيسية وهي كالتالي:

\*المحور الاول: عادات وأنماط الاستماع لإذاعة الوادي من طرف سائقي الاجرة

\*المحور الثاني :تتضمن أسئلة حول ماهي البرامج المتابعة من طرف سائقي في الوعي الثقافي ؟

\*المحور الثالث يتضمن أسئلة حول هل تعتقد ان الاذاعة تساهم في الوعي الثقافي ؟

وقبل ان توزع الاستمارة في شكلها النهائي عرضت على اساتذة محكمين بقسم العلوم الانسانية ليتم توزيعها على باقي افراد العينة في المنطقة قيد الدراسة المذكورة سلفا .

<sup>1</sup> فاطمة عوض، ميرفت علي خفاجة، اسس ومبادئ البحث العلمي(اسكندرية ،دار مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية ،ط1  
2002م ص 55

# الفصل الثالث

## الدراسة الميدانية

المبحث الأول عرض نتائج الدراسة

أولاً: المحور الاول : حول السمات العامة

نتناول في هذا المحور اهم السمات ومعرفة نوع العينة من حيث السن ، المستوى

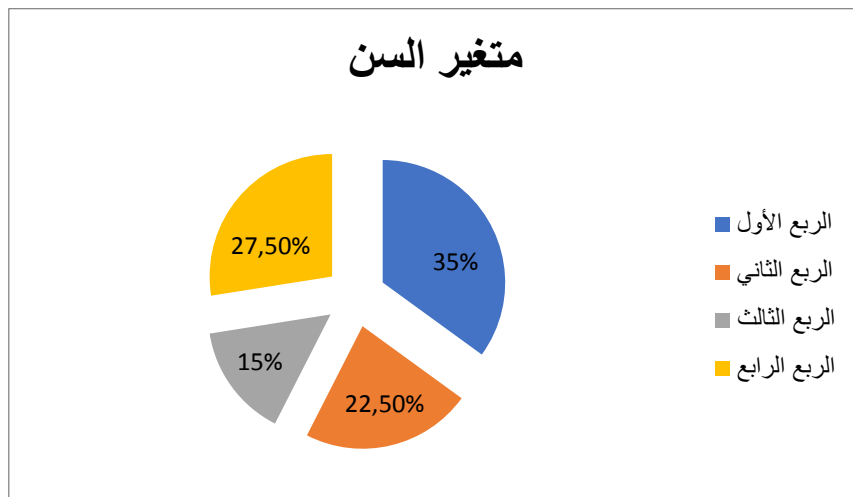
التعليمي ، مكان الاقامة

1-متغير السن :

الجدول رقم (1): توزيع افراد العينة حسب السن

النسبة المئوية%	التكرار	السن
35%	14	25 الى 30
22.5%	09	31 الى 35
15%	06	36 الى 40
27.5%	11	اكثر من 40
100%	40	المجموع

كشفت لنا الدراسة الميدانية من خلال لغة الارقام الواردة ان افراد العينة ذكور 100 % فمن خلال معطيات الجدول رقم (01) ان نسبة سائقي سيارة الاجرة الذين تتراوح اعمارهم من 25 الى 30 سنة حيث بلغت 35% ثم تليها نسبة الذين تفوق اعمارهم 40 سنة حيث بلغت 27.5% ثم تليها نسبة الذين اللذين تتراوح اعمارهم 31 سنة الى 35 سنة بلغت 22.5% ثم تليها اخر نسبة هم الذين تتراوح من اعمارهم من 36 سنة الى 40 والتي بلغت 15%

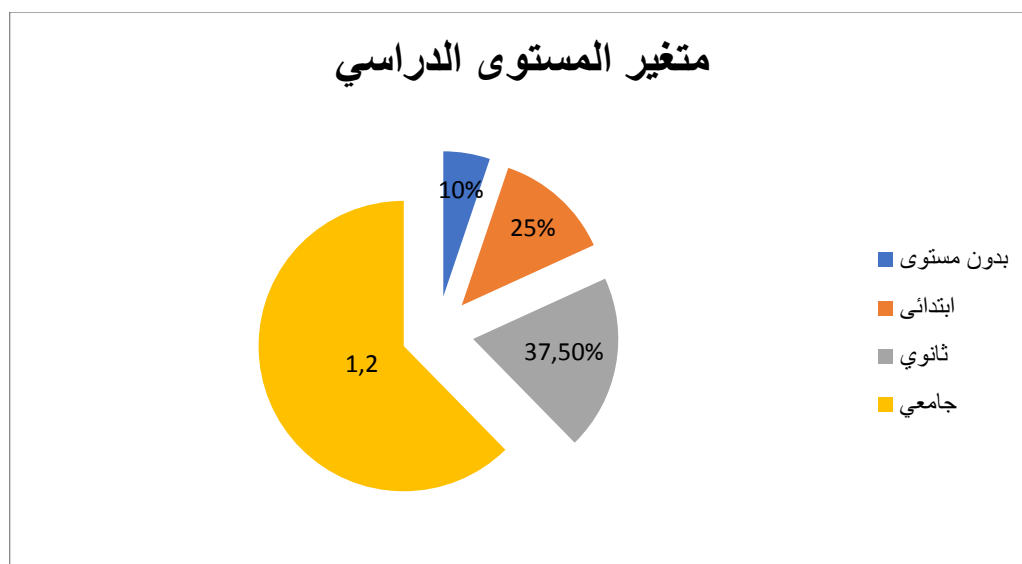


### 2-متغير المستوى الدراسي

الجدول رقم (2): توزيع افراد العينة حسب المستوى الدراسي

النسبة المئوية %	التكرار	المستوى التعليمي
10%	04	بدون مستوى
25%	10	ابتدائي
37.5%	15	ثانوي
27.5%	11	جامعي
100%	40	المجموع

اتضح من خلال معطيات الجدول رقم(02) ان نسبة افراد المستوى الثانوي اعلى من باقي المستويات الاخرى بحيث قدرت ب 37.5 % ،ثم تليها نسبة افراد المستوى الجامعي ،حيث بلغت 27.5 % ،ثم تليها نسبة افراد المستوى الابتدائي حيث بلغت 25 % ، ثم تليها نسبة افراد دون المستوى بنسبة تقدر ب 10 % ،كما هو موضح في الشكل التالي.

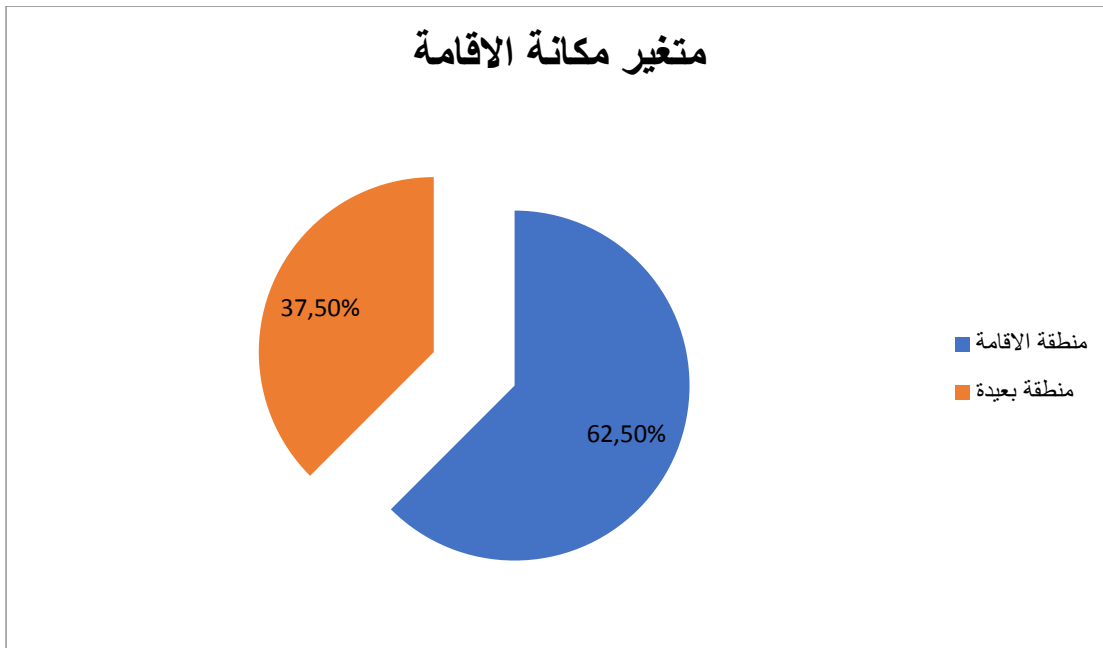


### 3-متغير مكان الإقامة

الجدول رقم (3): توزيع افراد العينة حسب مكان الإقامة

النسبة المئوية %	التكرار	مكان الإقامة
62.5%	25	منطقة الإقامة
37.5%	15	منطقة بعيدة
100%	40	المجموع

تبين من خلال تحليل بيانات الجدول رقم (03)، مكان الإقامة لسائقي الاجرة ان اعلى نسبة هي مكان الإقامة حيث بلغت 62.5%، ثم تليها المنطقة البعيدة عن الإقامة بنسبة 37.5%، كما هو موضح في الشكل التالي:



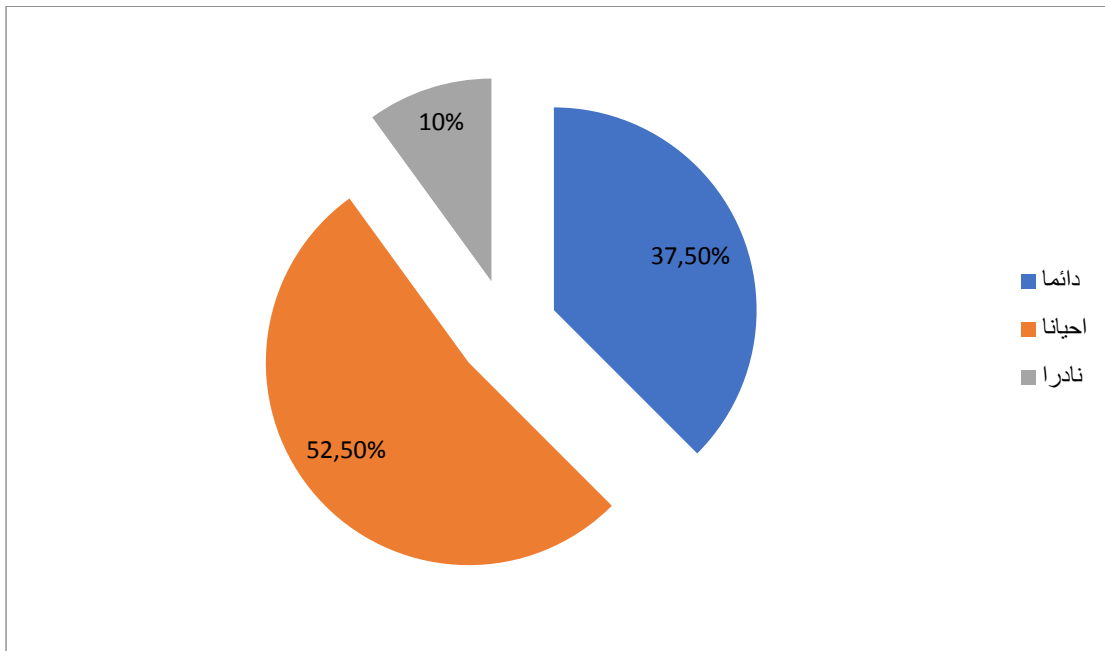
ثانيا: المحور الثاني حول عادات الاستماع

1- الاستماع للإذاعة

الجدول رقم (4): توزيع افراد العينة حسب الاستماع للإذاعة

الاستماع للإذاعة	التكرار	النسبة المئوية %
دائما	15	37.5%
احيانا	21	52.5%
نادرا	04	10%
المجموع	40	100%

تبين من خلال تحليل بيانات الجدول رقم (4)، ان اعلى نسبة للذين يستمعون للإذاعة المحلية في ولاية الوادي هم الذين يتابعونها في بعض الاحيان حيث قدرت ب 52.5%، ثم تليها نسبة الذين يتابعونها دائما ب37.5%، ثم في الاخير تليها الذين لا يتابعون الاذاعة بأقل نسبة حيث بلغت 10% . كما هو موضح في الشكل التالي

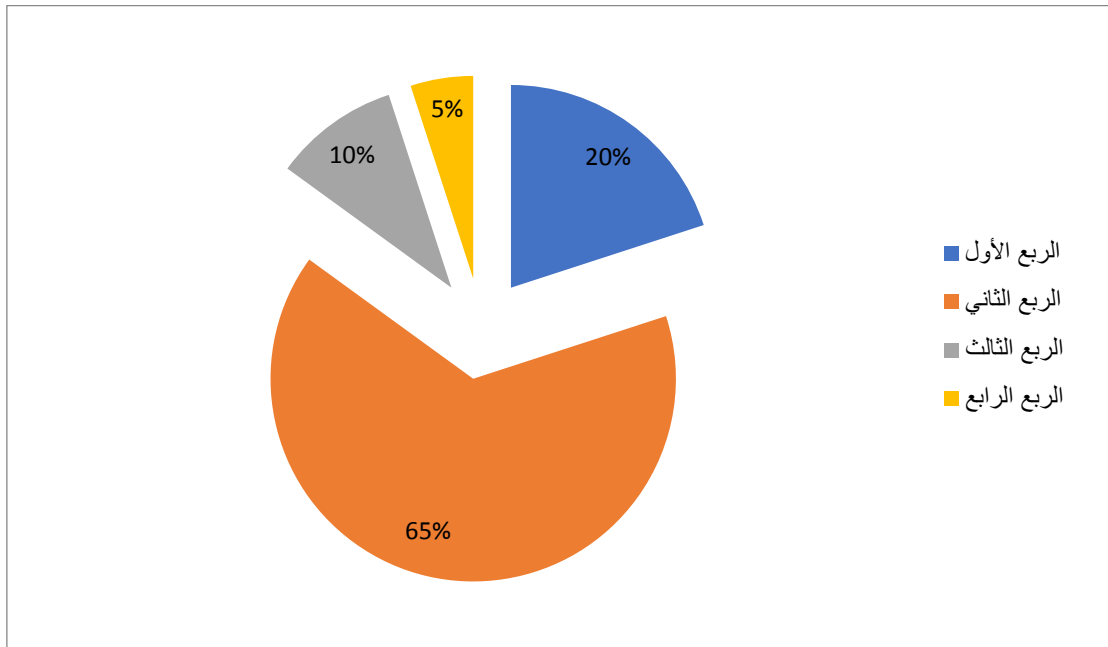


2- فترات الاستماع للإذاعة

الجدول رقم (5): توزيع افراد العينة حسب فترات الاستماع للإذاعة

النسبة المئوية %	التكرار	فترات الاستماع
20%	08	طول فترة الارسال
65%	26	الفترة الصباحية
10%	04	فترة الظهيرة
05%	02	الفترة المسائية
100%	40	المجموع

تبين من خلال تحليل بيانات الجدول رقم (5)، ان الوقت المفضل للاستماع للبرامج الاذاعية هي الفترة الصباحية حيث بلغت نسبتها ب 65%، وجاء في المرتبة الثانية طول فترة الارسال بنسبة 20%، ثم تليها فترة الظهيرة بنسبة 10%، اما المركز الاخير لوقت الفترة المسائية بنسبة 5%. كما هو موضح في الشكل التالي.

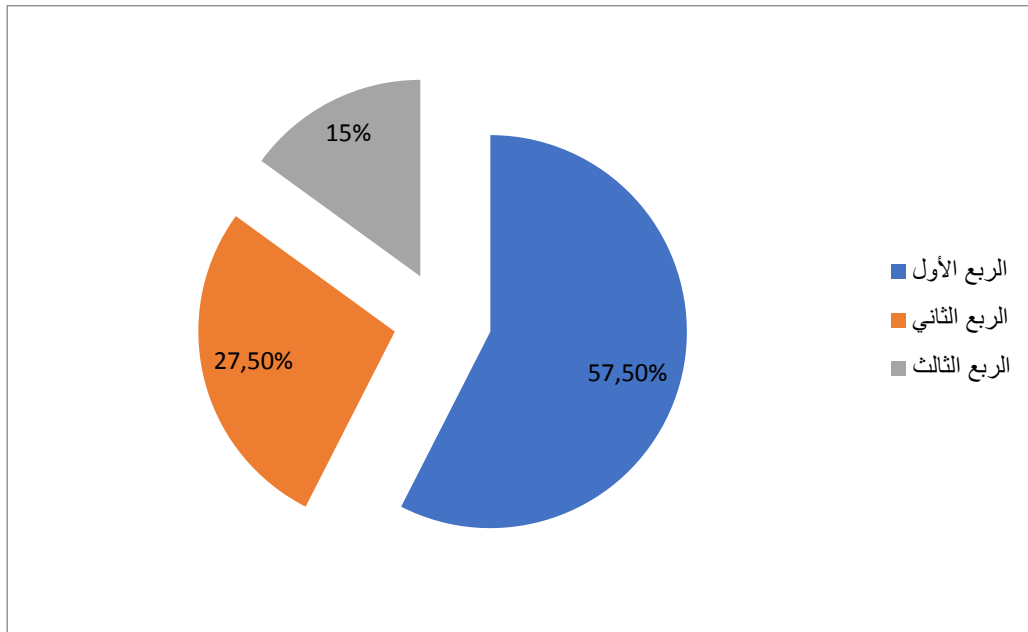


3- مدة الاستماع للإذاعة

الجدول رقم (6): توزيع افراد العينة حسب مدة الاستماع للإذاعة

النسبة المئوية%	التكرار	الوقت
57.5%	23	اقل من ثلاث ساعات
27.5%	11	ثلاث ساعات
15%	06	اكثر من ثلاث ساعات
100%	40	المجموع

اتضح من خلال تحليل بيانات الجدول رقم (6)، ان المدة التي تستغرق في سماع الاذاعة من طرف المستمعين تأتي مدة اقل من 3 ساعات في المركز الاول بنسبة 57.5%، ثم تليها مدة 3 ساعات بنسبة 27.5%، ثم اقل نسبة تحتلها مدة الاكثر من 3 ساعات تقدر ب 15%، كما هو موضح في الشكل التالي.

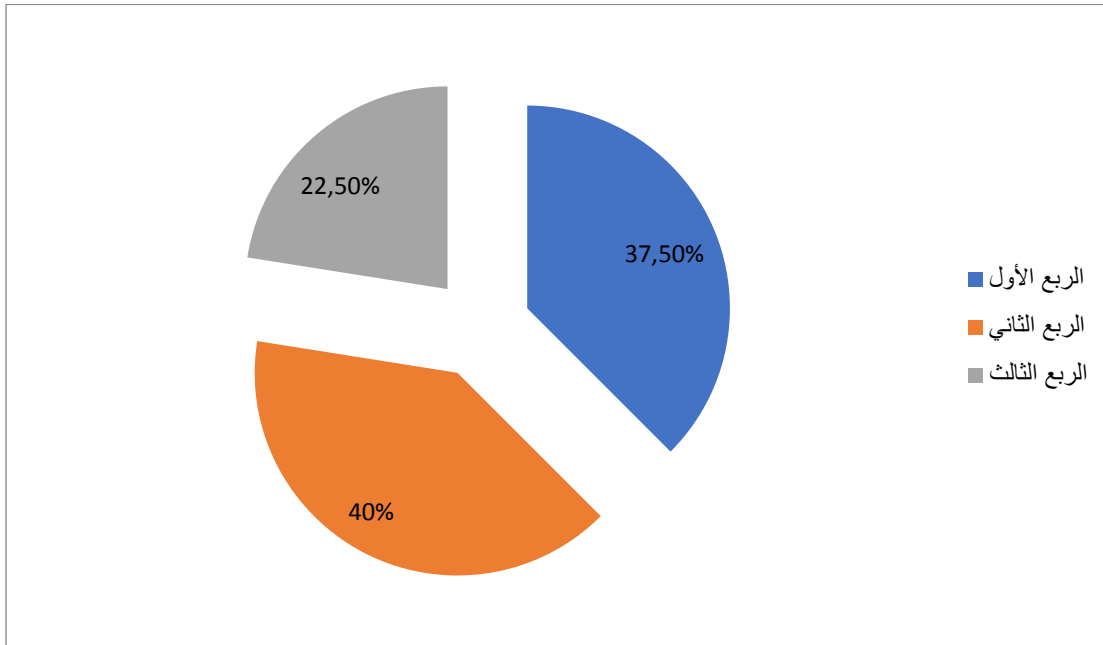


4- مع من تستمع للإذاعة

الجدول رقم (7): توزيع افراد العينة حسب مع من تستمع للإذاعة

مع من تستمع للإذاعة	التكرار	النسبة المئوية %
لوحده	15	37.5%
رفقة الركاب	16	40%
مع في كلتا الحالتين	09	22.5%
المجموع	40	100%

يتضح من خلال تحليل بيانات الجدول رقم (7) ان الذين يفضلون الاستماع للإذاعة برفقة الركاب هي اكبر نسبة حيث قدرت ب 40% ، ثم تليها نسبة الاستماع لوحده ب 37.5%. ثم تأتي في اخر المرتبة الذين يفضلون الاستماع اليها في كلتا الحالتين بنسبة 22.5% ، كما هو موضح في الشكل التالي

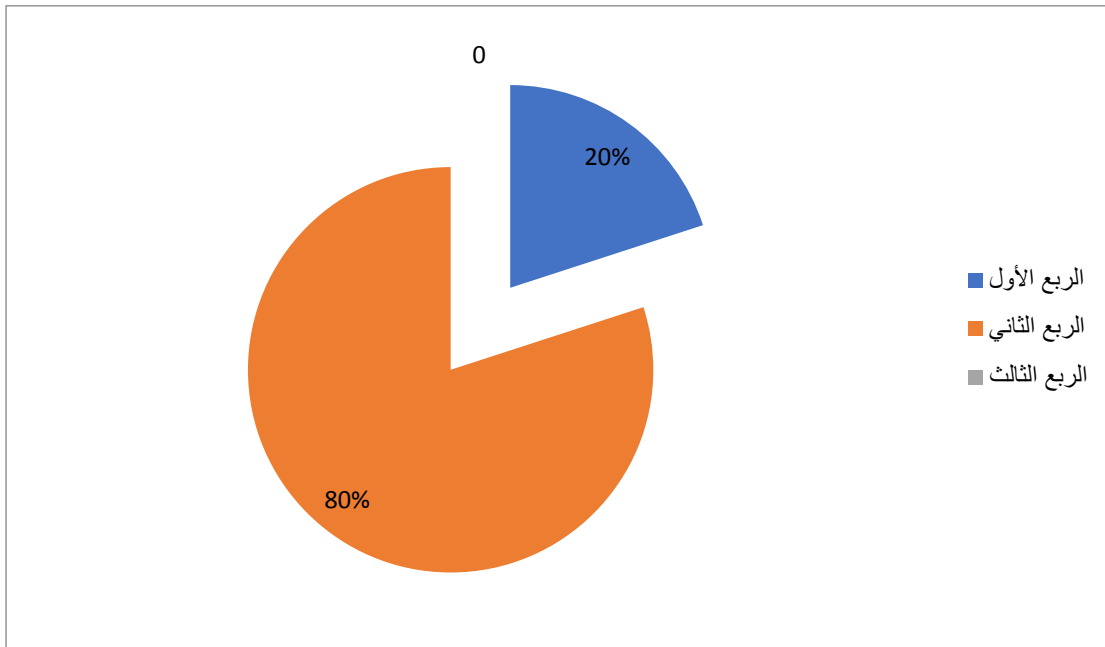


5- وسيلة الاستماع للإذاعة

الجدول رقم (8): توزيع افراد العينة حسب وسيلة الاستماع للإذاعة

وسيلة الاستماع للإذاعة	التكرار	النسبة المئوية %
راديو الهاتف الذكي	08	20%
راديو السيارة	32	80%
راديو الانترنت	00	00%
المجموع	40	100%

تبين من خلال تحليل بيانات الجدول رقم (8)، ان الوسيلة التي يفضلونها للاستماع للإذاعة، يأتي في المرتبة الاولى راديو السيارة بأعلى نسبة حيث بلغت 80%، ثم تليها في المرتبة الثانية راديو الهاتف الذكي بنسبة 20% اما الذين لا يتابعون الاذاعة عن طريق الراديو هي نسبة منعدمة. كما هو موضح في الشكل التالي



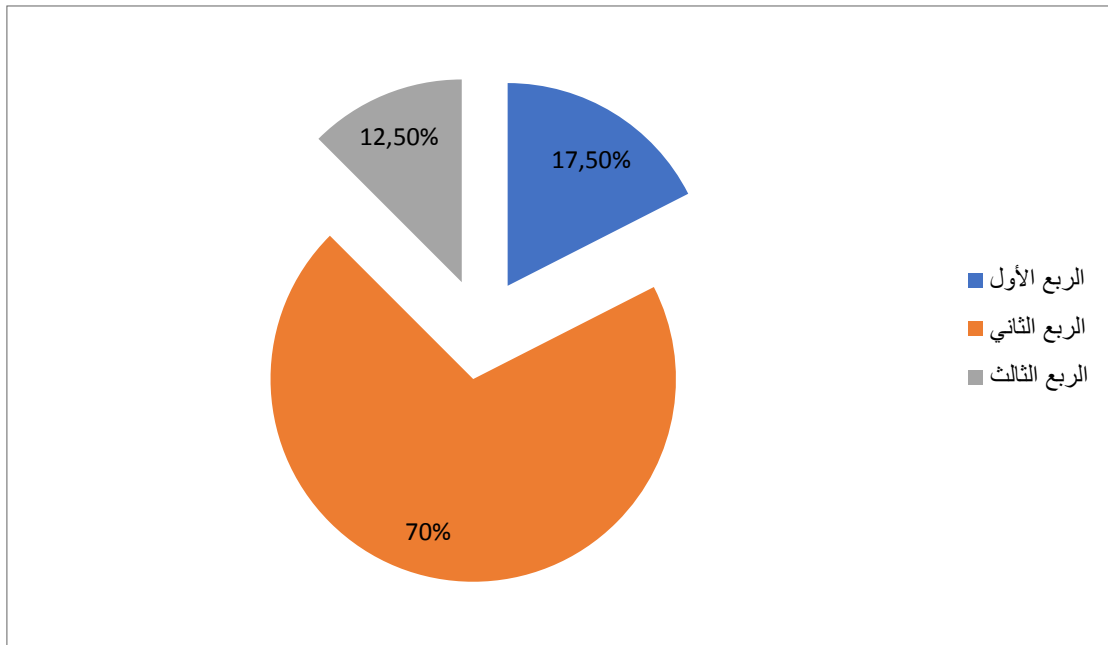
ثالثا: المحور الثالث البرامج المتابعة من طرف سائقي الأجرة بولاية الوادي

1-متابعة المضامين المنبثة في الاذاعة

الجدول رقم (9): توزيع افراد العينة حسب متابعة المضامين المنبثة في الاذاعة

متابعة المضامين المنبثة	التكرار	النسبة المؤوية %
دائما	07	%17.5
احيانا	28	%70
نادرا	05	%12.5
المجموع	40	%100

يتضح من خلال تحليل بيانات الجدول رقم (9)، ان نسبة المتابعين للمضامين الإذاعية في ولاية الوادي بالنسبة لسائقي سيارة الاجرة اعلى نسبة لمتابعيها في بعض الاحيان تقدر ب 70%، ثم تليها نسبة المتابعين لها بشكل دائم ب 17.5%، وفي الاخير تأتي نسبة الذين لا يتابعونها ب 12.5% كما هو موضح في الشكل التالي.

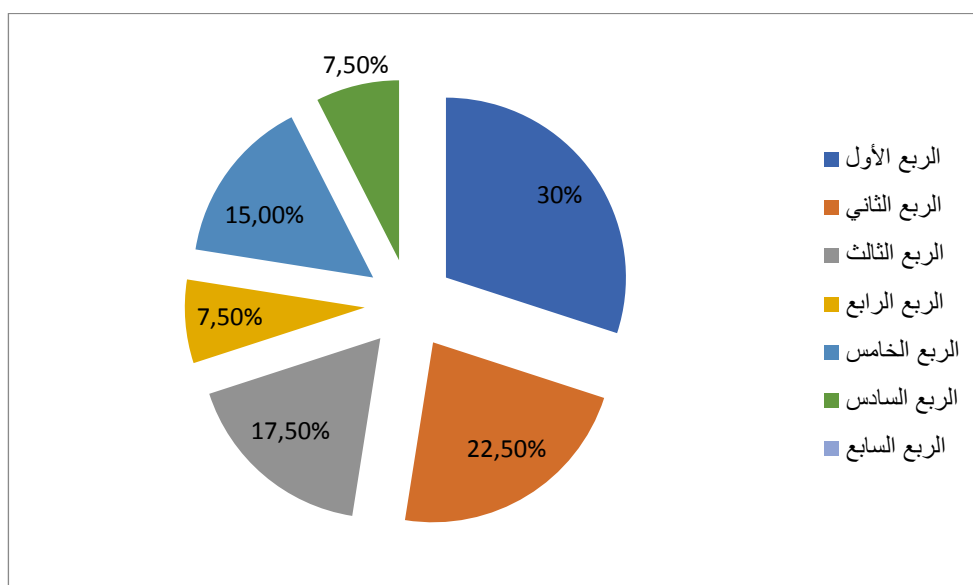


2-البرامج المتابعة للإذاعة

الجدول رقم (10): توزيع افراد العينة حسب البرامج المتابعة للإذاعة

البرامج المتابعة للإذاعة	التكرار	النسبة المئوية %
دينية	12	30%
ثقافية	09	22.5%
اجتماعية	07	17.5%
اخبارية	03	7.5%
سياسية	06	15%
متنوعة	03	7.5%
ثقافية	00	00%
المجموع	40	100%

من طرف سائقي سيارة الاجرة ،تأتي في المرتبة الاولى البرامج الدينية بنسبة تبين من خلال تحليل بيانات الجدول رقم (10)، ان افضل البرامج التي تتم متابعتها 30%، ثم تليها البرامج الثقافية بنسبة 22.5%، ثم تليها البرامج الاجتماعية بنسبة 17.5%، ثم تليها البرامج السياسية بنسبة 15% وفي اخر مرتبة تحتلها البرامج الاخبارية والمتنوعة بنسبة متساوية بنسبة 7.5% كما هو موضح في الشكل التالي

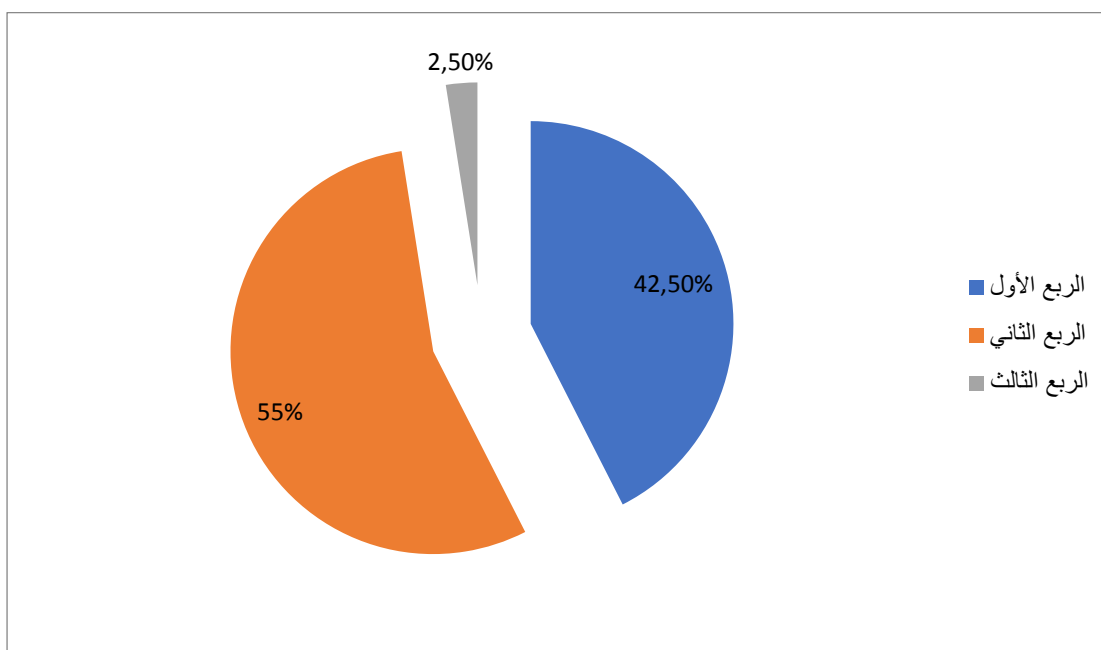


## مستوى البرامج المنبثة

الجدول رقم (11): توزيع افراد العينة حسب مستوى البرامج المنبثة

النسبة المؤوبة %	التكرار	مستوى البرامج المنبثة
42.5%	17	جيدة
55%	22	متوسطة
2.5%	01	ضعيفة
100%	40	المجموع

تبين من خلال تحليل بيانات الجدول رقم (11) ، 55% من افراد العينة يرون ان مستوى البرامج المنبثة متوسطة بينما 42.5% يرون ان مستوى البرامج المنبثة جيدة ، بينما نسبة 2.5% يرون ان البرامج المنبثة ضعيفة وهي فئة قليلة جدا .كما هو موضح في الشكل التالي.

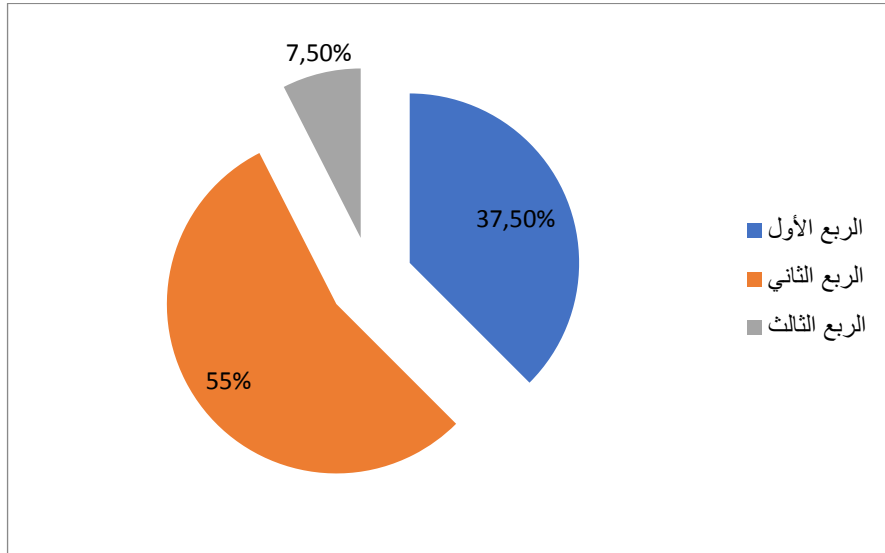


3- البرامج المطروحة تتناسب رغباتك واهتماماتك

**الجدول رقم (11):** توزيع افراد العينة حسب البرامج المطروحة تتناسب رغباتك واهتماماتك

النسبة المؤوية%	التكرار	البرامج المطروحة تتناسب رغباتك واهتماماتك
37.5%	15	نعم
55%	22	لا
7.5%	03	احياناً
100%	40	المجموع

العينة الذين يرون الاذاعة المحلية تثبت برامج تخاطب اهتماماتهم ورغباتهم بنسبة تقدر ب37.5% اتضح من خلال بيانات الجدول رقم (12)، ان غالبية افراد العينة الذين يرون ان الاذاعة المحلية لا تخاطب رغباتهم واهتماماتهم تقدر نسبتهم ب 55% ، اما افراد اما نسبة افراد العينة الذين يرون انها احياناً تخاطب رغباتهم واهتماماتهم فهي تقدر ب 7.5% وهي نسبة قليلة جدا . كما موضح في الشكل التالي.

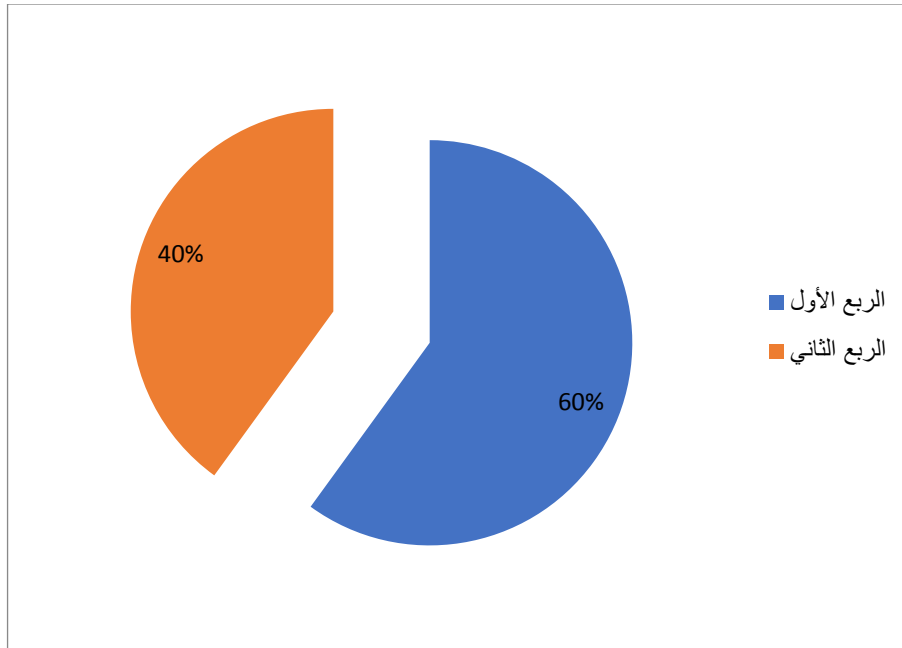


4- الاستفادة من معلومة تم بثها في الإذاعة

الجدول رقم (12): توزيع افراد العينة حسب الاستفادة من معلومة تم بثها في الإذاعة

النسبة المئوية %	التكرار	الاستفادة من معلومة تم بثها في الإذاعة
60%	24	نعم
40%	16	لا
100%	40	المجموع

اتضح من خلال بيانات الجدول رقم (13)، ان اعلى نسبة افراد العينة الذين يرون ان البرامج المطروحة تخاطب اهتماماتهم ورغباتهم تقدر ب 60% ، عكس الافراد الذين يرون ان هذه البرامج لا تخاطب انشغالاتهم بنسبة 40% كما هو موضح في هذا الشكل

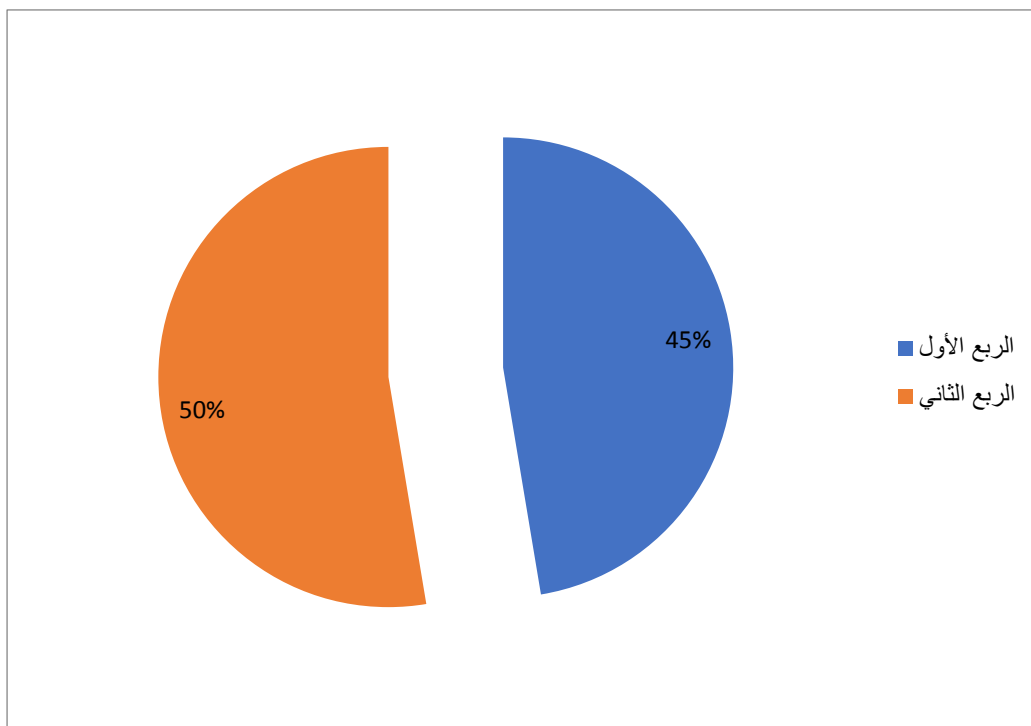


5-متابعة برنامج معين باستمرار

الجدول رقم (13): توزيع افراد العينة حسب متابعة برنامج معين باستمرار

النسبة المئوية %	التكرار	متابعة برنامج معين باستمرار
45%	18	نعم
50%	22	لا
95%	40	المجموع

اتضح من خلال بيانات الجدول رقم (14)، ان نسبة افراد العينة الذين يتابعون برنامجا معيننا باستمرار والذين لا يتابعون برنامجا معيننا متساوية حيث بلغت كل منهما 50%. كما هو موضح في الشكل التالي

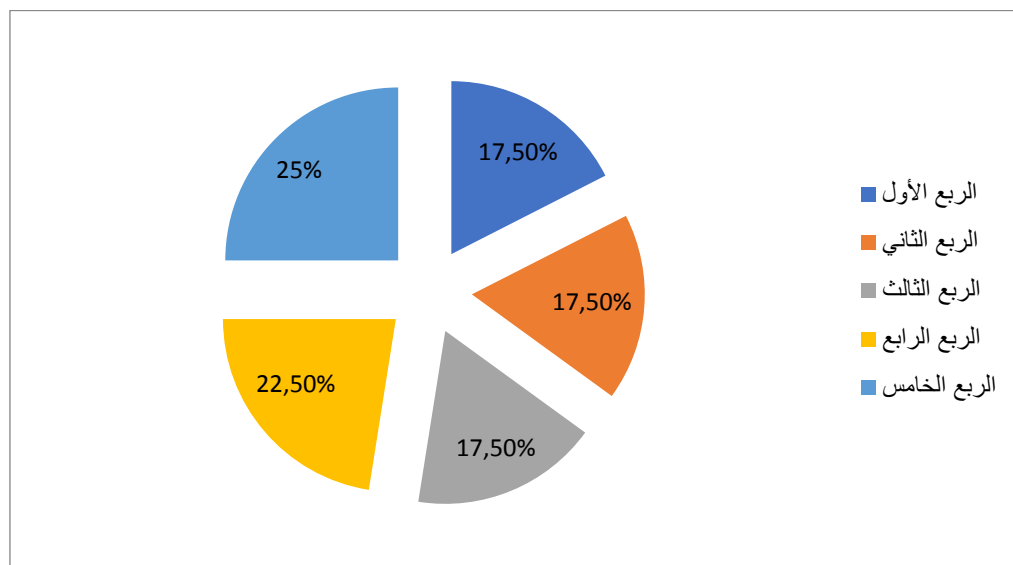


## 6- نوع البرنامج

الجدول رقم (14): توزيع افراد العينة حسب نوع البرنامج

النسبة المئوية %	التكرار	نوع البرنامج
17.5%	07	اجتماعي
17.5%	07	ديني
17.5%	07	ثقافي
22.5%	09	اخباري
25%	10	توعوي
100%	40	المجموع

اتضح من خلال بيانات الجدول رقم (15)، ان البرامج الاكثر متابعة من طرف افراد العينة في المركز الاول تأتي البرامج التوعوية بنسبة 25%، والمرتبة الثانية البرامج الاخبارية بنسبة 22.5%، بينما في المرتبة الثالثة البرامج الاجتماعية والثقافية والدينية متساوية بنسبة 17.5% كما موضح في الشكل التالي..



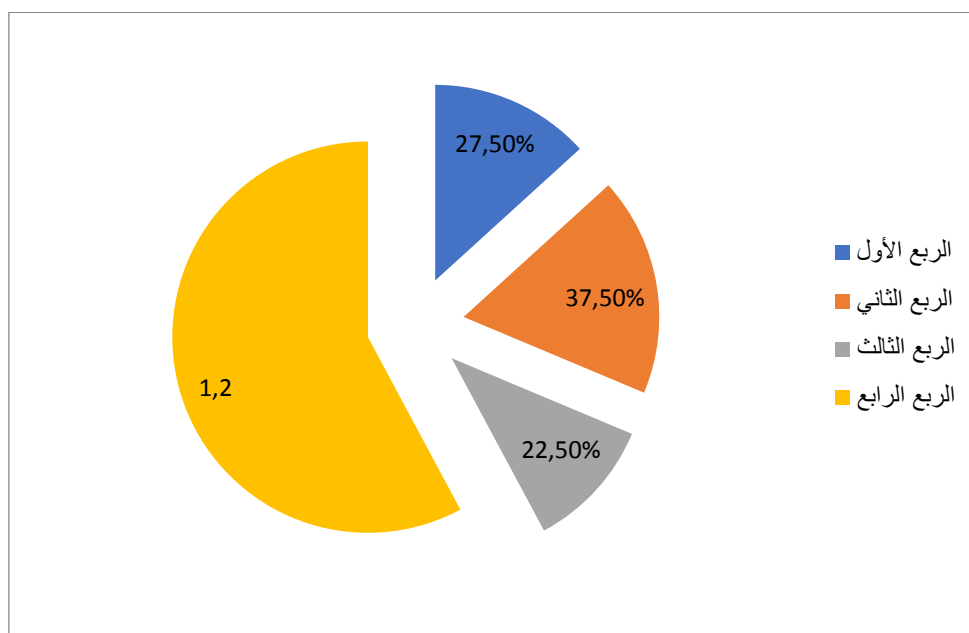
7-مناقشة البرامج المستمعة في الإذاعة

الجدول رقم (15): توزيع افراد العينة حسب

مناقشة البرامج المستمعة في الإذاعة

النسبة المئوية %	التكرار	مناقشة البرامج المستمعة في الإذاعة
27.5%	11	زملائك
37.5%	15	الركاب
22.5%	09	العائلة
12.5%	05	لا اناقش
100%	40	المجموع

اتضح من خلال معطيات الجدول رقم (16)، ان افراد عينة الدراسة من سائقي سيارة الاجرة بالوادي يفضلون مناقشة مواضيع الاذاعة رفقة الركاب بلغت نسبتهم 37.5%، اما الذين يفضلون مناقشة برامج الاذاعة مع زملائهم بلغت نسبتهم ب27.5%، اما الذين يفضلون مناقشة برامج الاذاعة مع العائلة تقدر نسبتهم ب22.5%، اما الذين لا يفضلون المناقشة بلغت نسبتهم ب12.5% وهي نسبة ضعيفة. كما هو موضح في الشكل التالي.

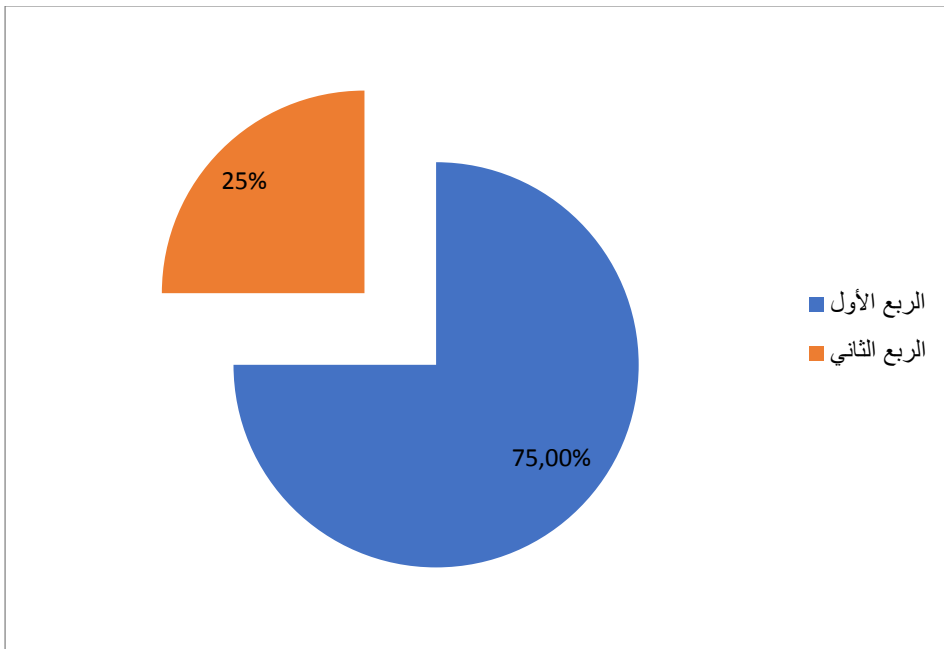


8-يساعدك وقت بث البرنامج الذي تتابعه

الجدول رقم (16): توزيع افراد العينة حسب يساعدك وقت بث البرنامج الذي تتابعه

يساعدك وقت بث البرنامج الذي تتابعه	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	30	75%
لا	10	25%
المجموع	40	100%

كشفت لنا معطيات الجدول رقم (17)، ان معظم افراد العينة يساعدهم الوقت الذي يبث فيه برنامجهم المفضل بنسبة 75.5%، بينما البعض الاخر يرون ان الوقت لا يناسبهم وقد بلغت نسبتهم ب25%، كما هو موضح في الشكل التالي

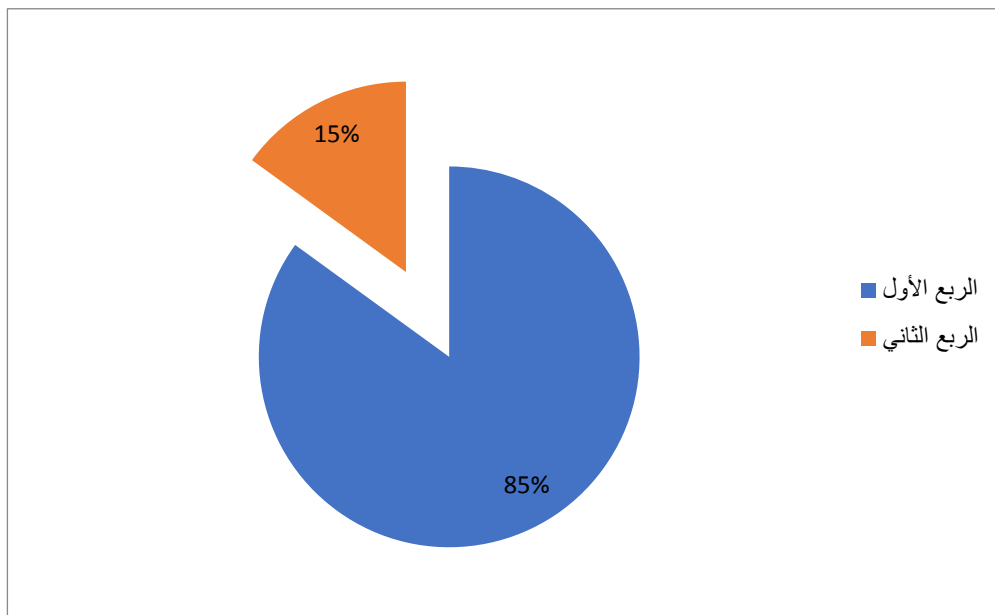


10-الإذاعة من خلال برامجها تخاطب اهتماماتك وانشغالاتك الحياتية

الجدول رقم (17): توزيع افراد العينة حسب الإذاعة من خلال برامجها تخاطب اهتماماتك وانشغالاتك الحياتية

النسبة المؤوية %	التكرار	الإذاعة من خلال برامجها تخاطب اهتماماتك وانشغالاتك الحياتية
85%	34	نعم
15%	06	لا
100%	40	المجموع

تبين لنا من خلال معطيات الجدول رقم (18)، ان افراد العينة المبحوثة يرون ان الاذاعة تخاطب انشغالاتهم الحياتية بنسبة 85%، والبعض الاخر لا يرونها انها تخاطب انشغالاتهم اليومية بنسبة ضعيفة تقدر ب15%، كما هو موضح في الشكل التالي.

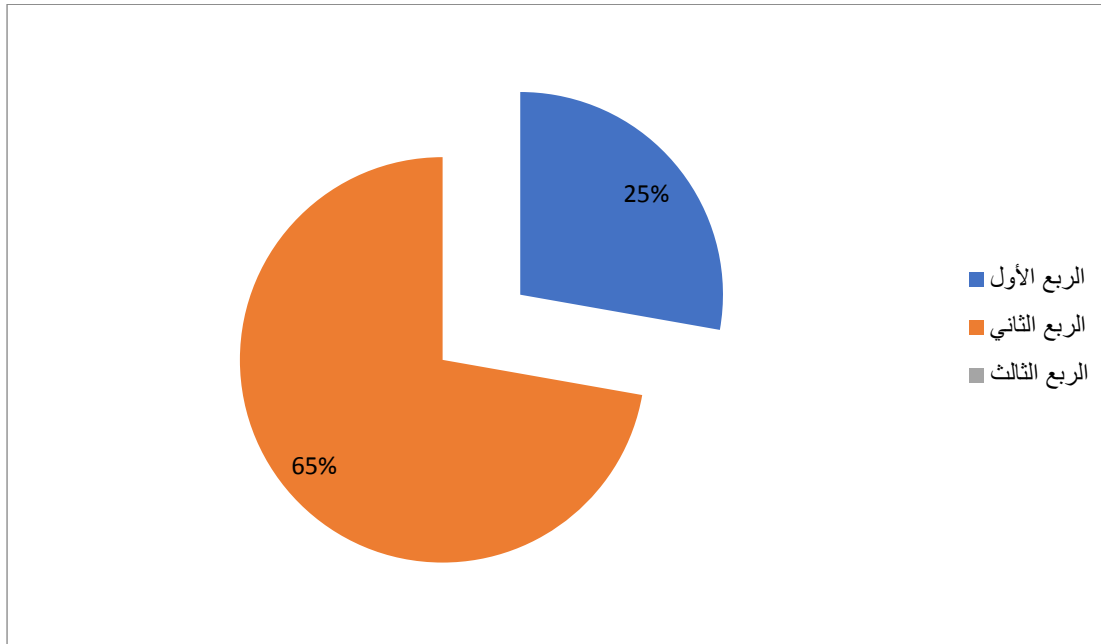


11- الإذاعة مصدرا لمعلوماتك

الجدول رقم (18): توزيع افراد العينة حسب الإذاعة مصدرا لمعلوماتك

النسبة المئوية %	التكرار	الإذاعة مصدرا لمعلوماتك
75%	30	نعم
25%	10	لا
100%	40	المجموع

تبين من خلال معطيات الجدول رقم (19)، ان معظم افراد العينة المبحوثة يعتبرون ان الإذاعة مصدرا لمعلوماتهم وقد بلغت نسبتهم ب 75% ،بينما البعض الاخر لا يراها مصدر لمعلوماته وقد بلغت نسبتهم ب25% ، كما هو موضح في الشكل التالي..

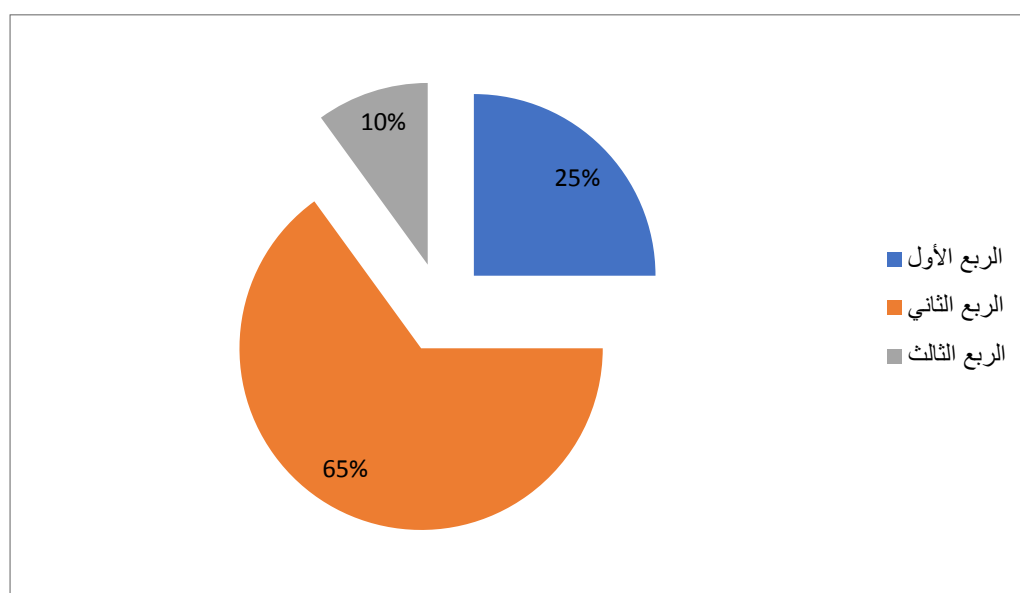


12- التفاعل مع برامج الإذاعة

الجدول رقم (19): توزيع افراد العينة حسب التفاعل مع برامج الإذاعة

النسبة المئوية %	التكرار	التفاعل مع برامج الإذاعة
25%	10	نعم
65%	26	احيانا
10%	04	لا
100%	40	المجموع

تبين لنا من خلال معطيات الجدول رقم (20)، ان افراد من العينة المبحوثة يتفاعلون مع برامج الاذاعة والذين اجابوا بأحياننا" تقدر نسبتهم ب65% ،بينما الذين يتفاعلون بصفة دائمة" نعم " بلغت نسبتهم ب25%، والذين نادرا ما يتفاعلون مع البرامج قدرت نسبتهم ب10%، كما هو موضح في شكل التالي..



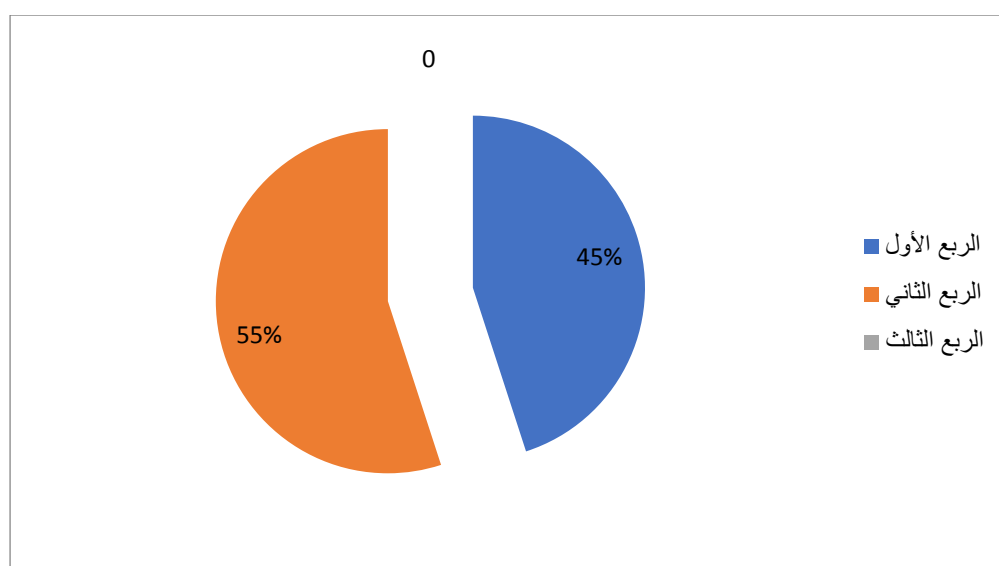
## المحور الرابع: مساهمة الإذاعة في زيادة الوعي الثقافي من وجهة نظر سائقي الأجرة؟

11- تساعدك اذاعة الواد في تغيير سلوك معين

الجدول رقم (20): توزيع افراد العينة حسب تساعدك اذاعة الواد في تغيير سلوك معين

النسبة المئوية %	التكرار	تساعدك اذاعة الواد في تغيير سلوك معين
45%	18	نعم
55%	22	احيانا
00	00	لا
100%	40	المجموع

يروون ان الاذاعة تساعدهم في بعض الاحيان في تغيير سلوك معين تقدر تبين من خلال بيانات الجدول رقم (21)، ان افراد العينة الذين نسبتهم ب 55%، اما الذين يرون أن الاذاعة تساعدهم في تغيير سلوك معين دائما فقد أجابوا بنعم بلغت نسبتهم ب45%، كما هو موضح في الشكل التالي.

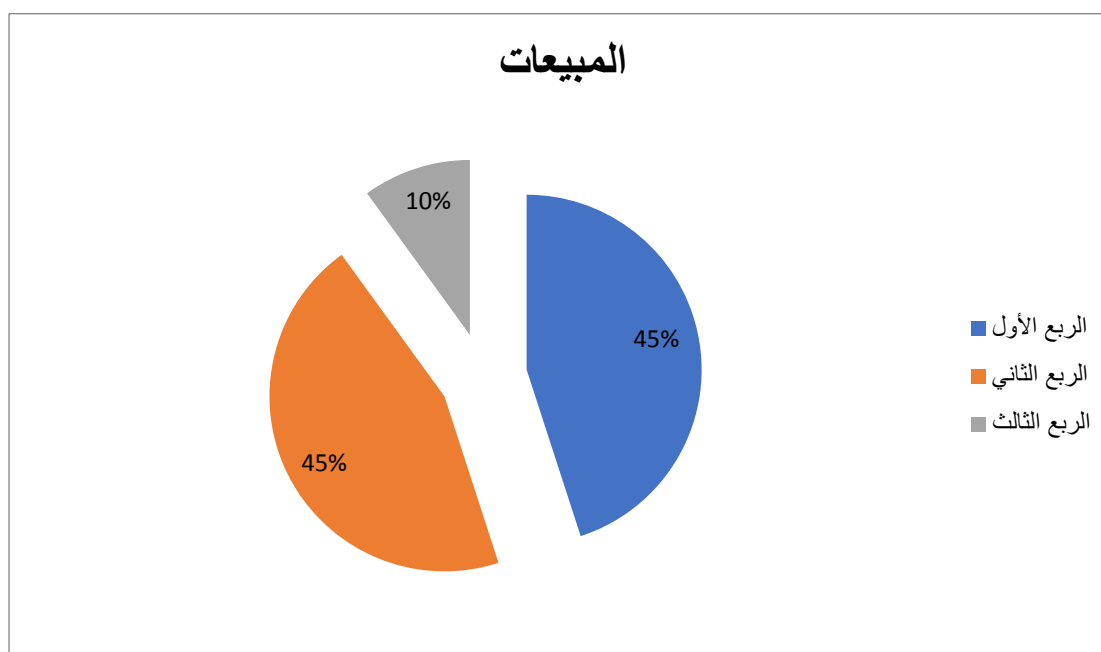


## 12- البرامج المنبثة لها القدرة في تغيير وجهة نظرك

الجدول رقم (22): توزيع افراد العينة حسب البرامج المنبثة لها القدرة في تغيير وجهة نظرك

النسبة المؤوية %	التكرار	البرامج المنبثة لها القدرة في تغيير وجهة نظرك
45%	18	نعم
45%	18	احيانا
10%	04	لا
100%	40	المجموع

من خلال معطيات الجدول رقم (22)، اتضح ان معظم البرامج التي تبثها الاذاعة لها القدرة في تغيير وجهة نظر المستمعين من العينة المبحوثة دائما و احيانا بنسبة متساوية بلغت 45.5%، اما الذين لا تتغير وجهة نظرهم بلغت نسبتهم 10% وهي نسبة ضئيلة جدا ، كما هو موضح في الشكل التالي.

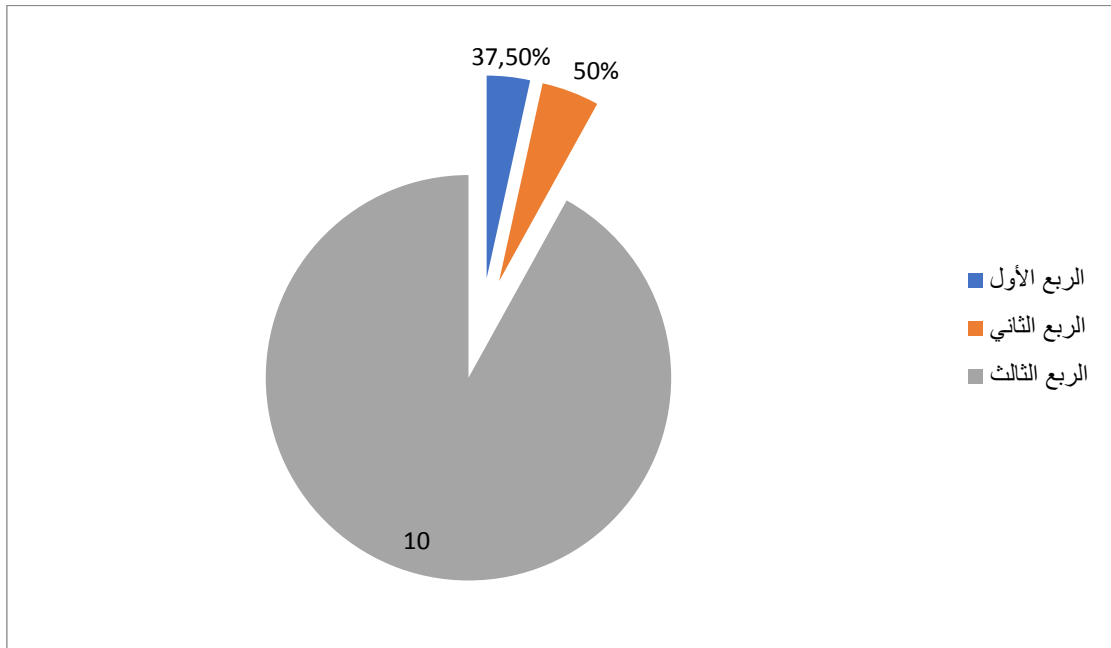


13- تلبية اذاعة الوادي رغباتك

الجدول رقم (21): توزيع افراد العينة حسب تلبية اذاعة الوادي رغباتك

النسبة المئوية %	التكرار	تلبية اذاعة الوادي رغباتك
37.5%	15	نعم
50%	20	احيانا
10%	05	لا
97.5	40	المجموع

وهي اعلى نسبة بلغت 50%، اما البعض الاخر يرون انها تلبية رغباتهم اتضح من خلال معطيات الجدول رقم (23)، ان معظم افراد العينة يرون ان الاذاعة المحلية تلبية رغباتهم في بعض الاحيان بصفة دائمة وقد اجابوا "بنعم" وقد بلغت نسبتهم ب 37.5%، اما اقل نسبة فهم الذين يرونها لا تلبية رغباتهم وقد بلغت نسبتهم 12.5% وهي قليلة جدا. كما هو موضح في الشكل التالي.

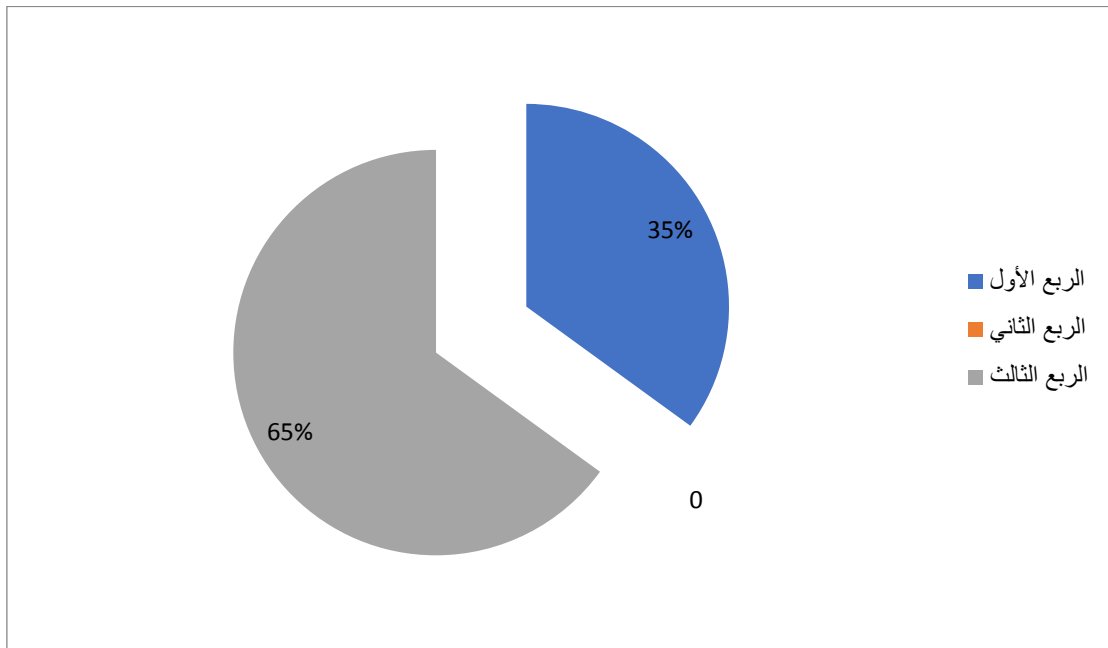


14- تأثير البرامج الإذاعية على وعيك الثقافي

الجدول رقم (22): توزيع افراد العينة حسب تأثير البرامج الإذاعية على وعيك الثقافي

النسبة المئوية %	التكرار	تأثير البرامج الإذاعية على وعيك الثقافي
35%	27	ايجابي
00	00	سلبي
65%	13	لا تأثير
100%	40	المجموع

تبين من خلال معطيات الجدول رقم (24)، الذي يوضح مدى تأثير البرامج الإذاعية على الوعي الثقافي لدى المستمعين من العينة المبحوثة بالإيجاب تقدر نسبتهم بـ 65.5 %، اما الذين لا تؤثر على وعيهم الثقافي بلغت نسبتهم بـ 32.5%، كما هو موضح في الشكل التالي.

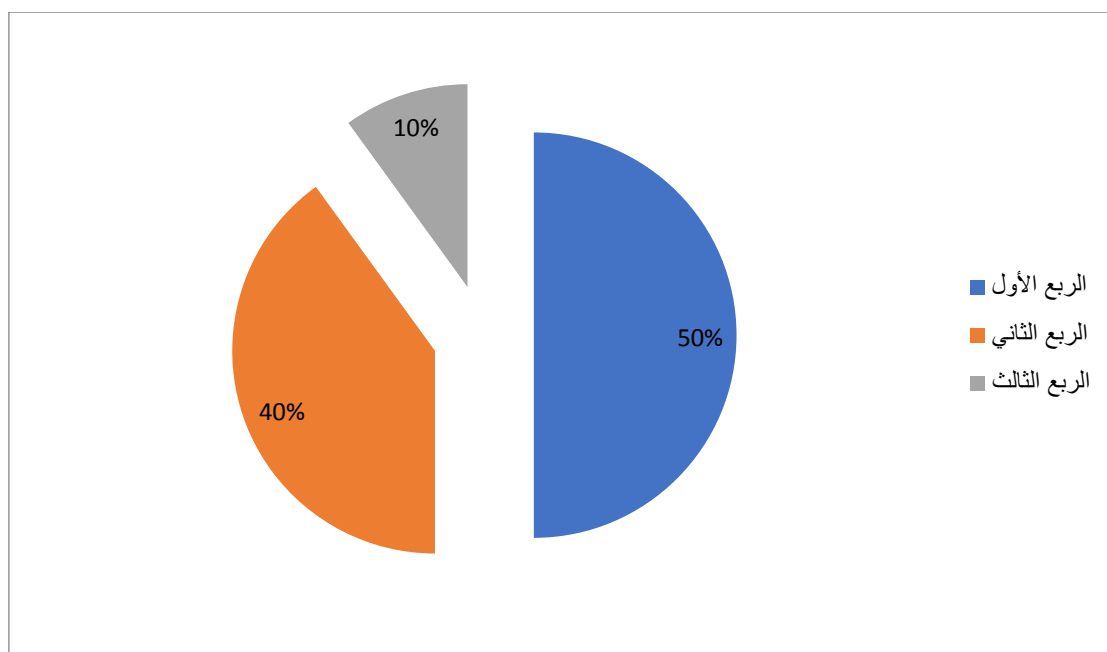


15- التأثير والتفاعل مع البرامج التي تبثها

الجدول رقم (23): توزيع افراد العينة حسب التأثير والتفاعل مع البرامج التي تبثها الاذاعة

النسبة المؤوية%	التكرار	التأثر والتفاعل مع البرامج التي تبثها
50%	20	نعم
40%	16	احياننا
10%	04	لا
100%	40	المجموع

من خلال معطيات الجدول (25)، اتضح ان اكبر نسبة من العينة المبحوثة يتأثرون ويتفاعلون مع البرامج التي تبثها الاذاعة المحلية بنسبة 50% ،اما البعض الاخر يرون انها تؤثر عليهم احياننا وقد بلغت نسبتهم ب40%، والذين لا يتأثرون بما تبثه الاذاعة بلغت نسبتهم ب 10% وهي نسبة ضئيلة جدا ، كما هو موضح في الشكل التالي.

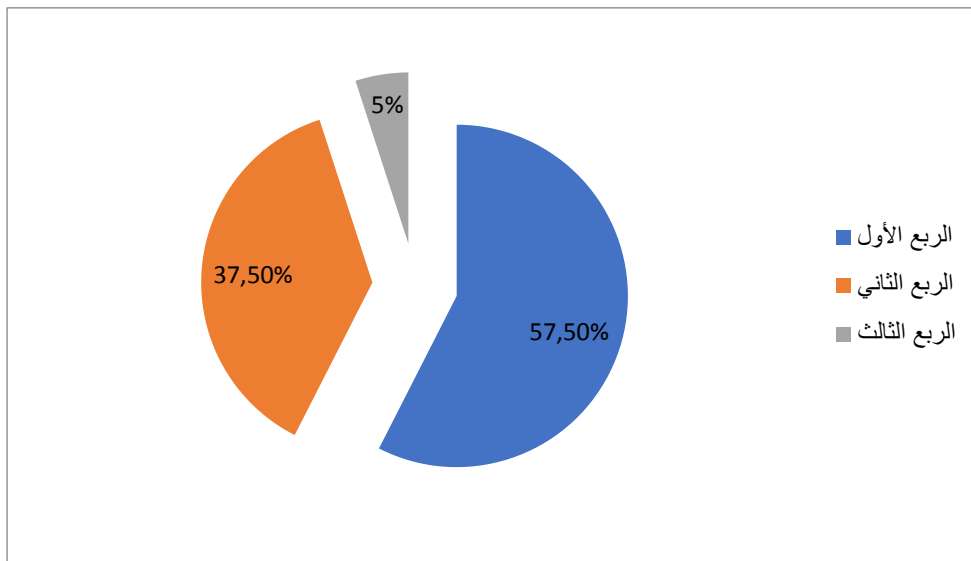


16- من وجهة نظر ساهمت الاذاعة من خلال البرامج التي تبثها في زيادة الوعي الثقافي لدى المستمعين

الجدول رقم (24): توزيع افراد العينة حسب من وجهة نظر ساهمت الاذاعة من خلال البرامج التي تبثها في زيادة الوعي الثقافي لدى المستمعين

النسبة المئوية%	التكرار	
57.5%	23	بصفة كبيرة
37.5%	15	متوسطة
05%	02	ضعيفة
100%	40	المجموع

من خلال معطيات الجدول رقم (26)، المتعلق برأي المبحوثين ووجهات نظرهم في مدى مساهمة الاذاعة من خلال البرامج التي تطرحها، فإن نسبة كبيرة ترى ان مساهمة الاذاعة كبير وبلغت نسبتهم ب57.5%، تليها نسبة 37.5%، الذين يرونها بشكل متوسط، اما اقل نسبة وهي 5% فتري ان مستوى الاذاعة في طرح البرامج ضعيف جدا. كما هو موضح في شكل التالي.

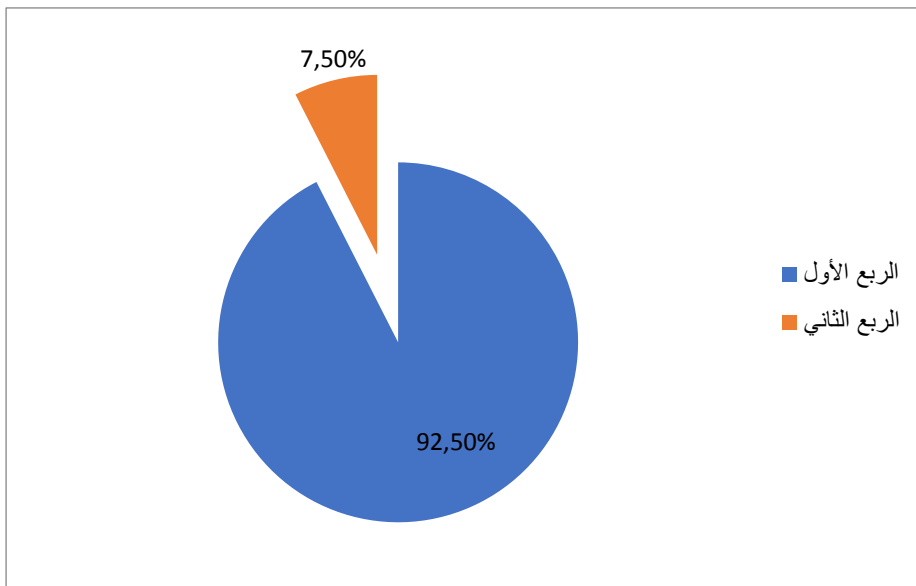


17- مساهمة في زيادة الوعي الثقافي لديك

الجدول رقم (25): توزيع افراد العينة حسب مساهمة في زيادة الوعي الثقافي لديك

النسبة المئوية %	التكرار	مساهمة في زيادة الوعي الثقافي لديك
92.5%	37	نعم
7.5%	03	لا
100%	40	المجموع

من خلال بيانات الجدول رقم (27)، نرى ان نسبة كبيرة من افراد العينة قد ساهمت الاذاعة المحلية في زياد رصيدهم الثقافي بنسبة كبيرة جدا بلغت 92.5%، بينما نسبة ضئيلة ترى ان الاذاعة لا تقدم المطلوب قدرت ب7.5% كما هو موضح في شكل التالي.



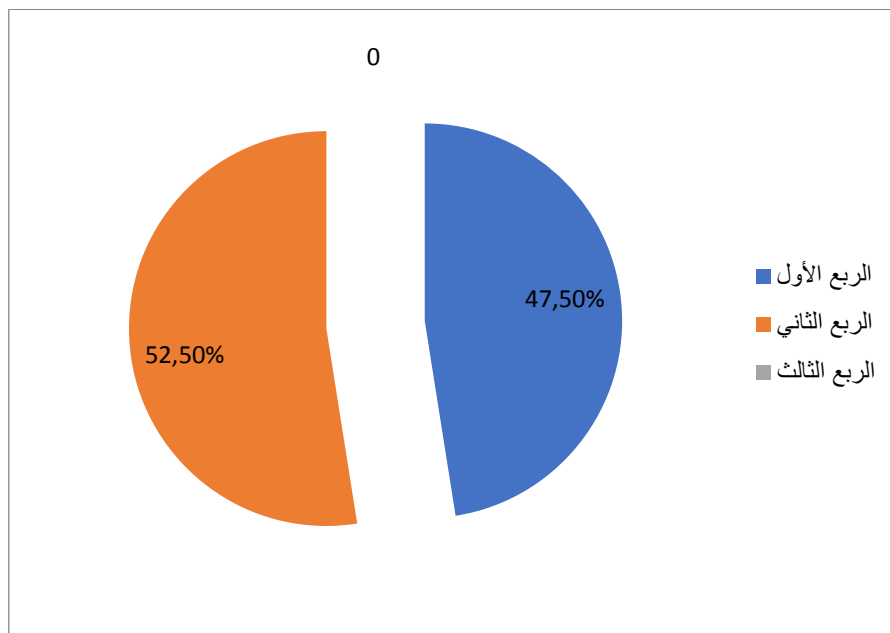
18- التقييم لدور الاذاعة في زيادة وتحقيق الوعي الثقافي

الجدول رقم (26): توزيع افراد العينة حسب التقييم لدور الاذاعة في زيادة وتحقيق الوعي

الثقافي

النسبة المئوية %	التكرار	التقييم لدور الاذاعة في زيادة وتحقيق الوعي الثقافي
47.5%	19	كبير
52.5%	21	متوسط
00	00	ضعيف
100%	40	المجموع

تبين من خلال بيانات الجدول رقم (28) ، ان اغلبية المبحوثين قدموا تقييما متوسط لدور الاذاعة في زيادة رصيدهم الثقافي وبلغت نسبتهم ب 52.5%، اما البعض الاخر قدموا تقييما ان دور الاذاعة في زيادة وعيهم الثقافي ساهم بصفة كبيرة بلغت نسبتهم 47.5%، كما هو موضح في الشكل التالي .



## المبحث الثاني: مناقشة نتائج الدراسة

## 1- مناقشة المحور الاول : النتائج المتعلقة حول الخصائص الشخصية

لقد بينت الدراسة الميدانية ان اذاعة الواد تستقطب جمهورا من سائقي سيارة الاجرة ، حيث وجدنا ان اكثر المستمعين الذين سنهم اقل من 40 سنة اكثر تعرضا للاستماع من السائقين الذين سنهم اكثر من 40 سنة

اما في ما يخص متغير المستوى الدراسي نجد ان نسبة السائقين ذوي المستوى الثانوي اكثر استماع للإذاعة عن باقي المستويات الاخرى فيما يتعلق بمتغير مكان الإقامة فقد كشفت النتائج ان السائقين في منطقة الإقامة هم اكثر تعرضا للإذاعة الواد عن ذوي الإقامة البعيد

## 2- مناقشة المحور الثاني :النتائج المتعلقة حول عادات وأنماط استماع سائقي سيارة الاجرة للبرامج الثقافية بإذاعة الواد

لقد كشفت لنا الدراسة الميدانية ان طبيعة الاستماع للإذاعة لا تتم بصفة دائمة حيث ان معظم المبحوثين يستمعون اليها احيانا وان معظم سائقين سيارة الاجرة تناسبهم الفترة الصباحية للاستماع الى الاذاعة

اتضح من خلال الدراسة الميدانية ، ان المدة التي تستغرق في سماع الاذاعة من طرف المستمعين مدة اقل من 3 ساعات هي المناسبة للسائق

وان سائقة سيارة الاجرة يفضل الاستماع للإذاعة رفقة الركاب عبرة راديو السيارة

## 3- مناقشة المحور الثالث : البرامج المتابعة من طرف سائقي الأجرة بولاية الوادي

كما اظهرت الدراسة ان السائقين احيانا ما يتابعون المضامين المنبثة في الاذاعة، ومن بين البرامج المفضلة عند غالبية السائقين هي البرامج الدينية خ

لقد بينت الدراسة ان مستوى البرامج المنبثة المتابعة من طرف السائقين متوسطة حيث ان غالبية افراد العينة يرون ان الموضوعات المطروحة في الاذاعة المحلية لا تخاطب رغباتهم واهتماماته ، وان نسبة السائقين الذين يتابعون برنامجا معيننا باستمرار والذين لا يتابعون

برنامجا معيننا متساوية ومن بين اكثر البرامج المتابعة هي برامج التوعية ، ان افراد عينة الدراسة من سائقي سيارة الاجرة بالوادي يفضلون مناقشة مواضيع الاذاعة رفقة الركاب ان معظم سائقين سيارة الاجرة المستمعين للإذاعة يساعدهم الوقت الذي يبث فيه برنامجهم الاذاعي المفضل

كشفت الدراسة ان الموضوعات والقضايا المقترحة المقدمة من طرف اذاعة الوادي يرون ان الاذاعة تخاطب انشغالاتهم الحياتية بنسبة اكبر

ان معظم افراد العينة المبحوثة يعتبرون ان الاذاعة مصدرا لمعلوماتهم ، حيث كشفت الدراسة ان سائقين المستمعين لبرامج الاذاعة لا يتفاعلون دائما معها بل احيانا

4- مناقشة المحور الرابع : مساهمة الإذاعة في زيادة الوعي الثقافي من وجهة نظر سائقي الأجرة

اظهرت الدراسة درجة اعتبار الاذاعة سببا احيانا في تغيير سلوك معين لبعض السائقين و اتضح ان معظم البرامج التي تبثها الاذاعة لها القدرة في تغيير وجهة نظر المستمعين من العينة المبحوثة دائما وأحيانا بنسبة متساوية في حين احيانا ما تلبى رغبات المستمعين من السائقين

بينت الدراسة ان تأثير البرامج الاذاعية على الوعي الثقافي لدى المستمعين من العينة المبحوثة بالإيجاب ، اتضح ان اكبر نسبة من السائقين يتأثرون ويتفاعلون مع البرامج التي تبثها الاذاعة المحلية

من خلال معطيات الدراسة المتعلقة برأي المبحوثين ووجهات نظرهم في مدى مساهمة الاذاعة من خلال البرامج التي تطرحها ، فإن نسبة كبيرة ترى ان مساهمة الاذاعة كبير نرى ان نسبة كبيرة من افراد العينة قد ساهمت الاذاعة المحلية في زياد رصيدهم الثقافي بنسبة كبيرة جدا ، حيث ان اغلبية المبحوثين قدموا تقييما متوسط لدور الاذاعة في زيادة رصيدهم الثقافي.

خاتمة

## الخاتمة:

لا يمكن لأحد ان ينكر أن الاذاعة واحدة من أقوى الوسائل التي يمكن أن تؤثر في مختلف شرائح المجتمع ويمكن قياس ذلك بعدد الساعات التي يمكن ان يقضيها المستمع وهو يستمع الى الاذاعة حيث تدافع الاذاعة التابعة لمجموعات السكان الاصليين عن الحق في حرية التعبير للشعوب المستمعة وتشكل هذه الاذاعات أفضل وسيلة لنشر المعلومات حول قضايا تلك الجماهير .

ولقد بحثت هذه الدراسة المتعلقة بدور الاذاعة المحلية في زيادة الوعي الثقافي من خلال جمهور المستمعين من سائقي سيارة الاجرة بولاية الوادي من خلال العلاقة بين الاذاعة والوعي والتي توصلت الى الخلاصة التالية :

\*نوصي كافة القائمين في الاذاعة بزيادة حرصهم واهتماماتهم بالموضوعات الثقافية في شتى المجالات خاصة التي تؤدي دورها في زيادة وترسيخ الوعي الثقافي

\*الحرص على تلبية رغبات وانشغالات جمهورها المستمع من سائقي سيارة الاجرة

\*تقديم موضوعات التي يستمع اليها المستمع بشكل جذاب لكسب أكبر عدد من المستمعين

\*دعوة الاذاعة بتشجيع كافة المستمعين لزيادة الوعي الثقافي لديهم من خلال تقديم

المسابقات وفتح باب المشاركة والحوار بين المقدمين والمستمعين

\*الاهتمام بالقضايا الثقافية والاجتماعية حتى يكون كل المستمعين على دراية بها والمشاركة

فيها بطرح آرائهم

\*نوصي نحن كطلبة اذاعة الوادي بالاستفادة من المقترحات التي يقدمها جمهورها المستمع

(سائقي سيارة الاجرة) وإجراء أبحاث للوصول الى الأفضل دائما لأن الاذاعة تلعب دورا كبيرا

في زيادة ونشر التوعية بين الجماهير لأنها تقدم موضوعات ونصائح بأقل تكلفة وأكثر

جاذبية وتنوعا لتصل الى جماهير عريضة مختلفة التأثير وتحرك عواطفهم واستمالتهم

للمواضيع ببساطة لأنها تتميز بالسرعة والجاذبية.

# قائمة المراجع

قائمة المصادر والمراجع:

المصادر:

I. المعاجم والقواميس :

1. ابن منظور ،لسان العرب (بيروت :دار النشر والتوزيع، 2000 م
2. احمد بدوي، معجم مصطلحات العلوم الإجتماعية، دار مكتبة لبنان ،بيروت 1407هجري.
3. محمد مرتقي الزبيدي ،تاج العروس من جواهر القاموس ،دار منشورات مكتبة الحياة ،بيروت ،1989م.

II. المطبوعات:

1. ايمان بوكراع ،مطبوعة بيداغوجية ،منهجية البحث التربوي ،جامعة محمد الصديق بن يحيى ،جيجل ،2017/2018.

المراجع:

I. الكتب:

1. جميلة بنت عيادة الشمري ،مفهوم الثقافة في الفكر العربي والغربي ،
2. حسن عماد مكاوي ،ليلي حسن السيد ،الاتصال ونظرياته المعاصرة ،دار المصرية اللبنانية ،القاهرة ،1998م.
3. خضرة عمر المفلح ،المهارات وأسس عامة ،دار مكتبة الحامد ،عمان ،2015م
4. رجب مصطفى عليان ،عثمان محمد غنيم،مناهج وأساليب البحث العلمي ،النظرية والتطبيق ،دار صفاء ،عمان ،2000م
5. زياد أحمد الطويسي ،مجتمع الدراسة والعينات ،مديرية التربية لواء البتراء ،2000م
6. سعد سليمان المشهداني ،مناهج البحث الإعلامي ،الامارات العربية المتحدة ،الجمهورية اللبنانية ،دار الكتاب الجامعي ،2017م

7. عبد الحافظ عواجي صلوي، نظريات التأثير الإعلامية.
  8. عامر قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، عمان شارع الملك، مكتبة اليازوري العلمية 1999م.
  9. عبود عبد الله العسكري، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، دار مكتبة دمشق، 2004م.
  10. فاطمة عوض، ميرقت علي خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، دار مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، 2002م.
  11. محمود كاظم، محمود تميمي، منهجية كتابة البحوث ورسائل في العلوم التربوية والنفسية، دار صفاء، عمان، 2013م.
  12. محمد عبد الحميد، نظريات واتجاهات التأثير، دار علم الكتب، القاهرة، 2003م.
- الرسائل الجامعية:
1. ليليا الشاوي، جمهور مستمعي الاذاعة المحلية لبرامج الهوية الثقافية (أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، قسم علوم الإعلام، كلية علوم الاعلام والاتصال، 2015م

الملاحق

جامعة الشهيد حمة لخضر بالواد

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

تخصص : سمعي بصري

## استبيان :

دور اذاعة واد سوف في زيادة الوعي الثقافي لدى سائقي سيارة الاجرة بولاية  
الواد

(دراسة ميدانية لسائقي سيارة الاجرة بولاية الواد )

دراسة مكتملة لنيل شهادة المستر في الاعلام سمعي البصري

يشرفنا المساهمة بأرائكم في الموضوع

اجب عن كل الاسئلة بوضع علامة × امام الاجابة التي تراها مناسبة

ملاحظة : معلومات هذه الاستمارة محاطة بسرية تامة ، لا تستخدم إلا لغرض البحث العلمي  
:

الاستاذ المشرف :  
فاطمة الزهراء قيطة

من اعداد الطلبة :  
- قردي حنان  
- ربيعة حافي

الموسم الجامعي 2019-2020

السمات العامة:

السن:

25 سنة. الى 30  31 الى 35  36 إلى 40  أكثر من 40

المستوى التعليمي:

بدون مستوى  ابتدائي  ثانوي  جامعي

مكان الإقامة:

منطقة الإقامة  منطقة بعيدة:

المحور الاول :عادات وأنماط استماع سائقي الاجرة للبرامج الثقافية بإذاعة الواد المحلية ؟

هل تستمع للإذاعة ؟

- دائما  - احيانا  - نادرا

ما هي الفترة التي تستغرق في سماعك للإذاعة؟

- طول فترة الارسال  - الفترة الصباحية  - فترة الظهرية  - الفترة المسائية

ما هي المدة التي تستغرق في سماعك للإذاعة؟

- أقل من 3 ساعات  - 3 ساعات  - أكثر من 3 ساعات

مع من تستمع للإذاعة ؟

- لوحدهك  - رفقة الركاب  أو معا في كلا الحالتين

هل تستمع للإذاعة عبر؟

- راديو الهاتف الذكي  - راديو السيارة  - راديو الانترنت

المحور الثاني البرامج المتابعة من طرف سائقي الأجرة بولاية الوادي؟

1\_ هل تتابع المضامين المنبثة في إذاعة الوادي؟

- دائما  - احيانا  - نادرا

2\_ ما هي البرامج التي تتابعها؟

دينية  ثقافية  اجتماعية  اخبارية  سياسية  متنوعة  ثقافية

أخرى أذكرها.....

3\_ ما رأيك في مستوى البرامج المنبثة؟

- جيدة  - متوسطة  - ضعيفة

4- هل البرامج المطروحة تناسب رغباتك واهتماماتك؟

- نعم  - لا  أحيانا

إذا كان نعم هل سبق وأن استفدت من معلومة تم بثها في الإذاعة؟

نعم  لا

5\_ هل تتابع برنامجا معيناً باستمرار

نعم  لا

إذا كان نعم ما هو نوع البرنامج: .

اجتماعي  ديني  ثقافي  اخباري  توعوي

6\_ مع من تتناقش حول البرامج المستمعة في الإذاعة:

زملائك  الركاب  العائلة  لا أناقش

7\_ هل يساعدك وقت بث البرنامج الذي تتابعه

نعم  لا

ولماذا.....

8\_ هل تعتقد أن الإذاعة من خلال برامجها تخاطب اهتماماتك وانشغالاتك الحياتية

نعم  لا

لماذا؟.....

9\_ هل تعتبر الإذاعة مصدراً لمعلوماتك

نعم  لا

10\_ هل تتفاعل مع برامج الإذاعة؟

دائماً  أحيانا  نادراً

المحور الثالث: مساهمة الإذاعة في زيادة الوعي الثقافي من وجهة نظر سائقي الأجرة؟

11\_ هل تساعدك إذاعة الواد في تغيير سلوك معين؟

- نعم  - أحيانا  - لا

12\_ هل البرامج المنبثة لها القدرة في تغيير وجهة نظرك؟

- نعم  - أحيانا  - لا

13\_ هل تلبى اذاعة الوادي رغباتك ؟

- نعم  - احيانا  - لا

14\_ كيف يكون تأثير البرامج الإذاعية على وعيك الثقافي ؟

- ايجابي  - سلبي  لا تأثير

15\_ هل تتأثر وتتفاعل مع البرامج التي تبثها الاذاعة ؟

- نعم  - احيانا  - لا

16\_ من وجهة نظرك هل ساهمت الاذاعة من خلال البرامج التي تبثها في زيادة الوعي الثقافي لدى المستمعين؟

- بصفة كبيرة  - متوسطة  - ضعيفة

ولماذا .....

17\_ هل ساهمت في زيادة الوعي الثقافي لديك

- نعم  لا

إذا كان نعم . كيف ذلك .....

18\_ ما هو تقييمك لدور الاذاعة في زيادة وتحقيق الوعي الثقافي ؟

- كبير  - متوسط  - ضعيف