جامعة الدكتور يحي فارس بالمدية
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم علوم الإعلام و الاتصال

اتجاهات الجمهور إزاء مصداقية الأخبار المسموعة

-إذاعة المدية أنموذجا-

مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال

تخصص: سمعي بصري

إعداد الطالبتين:

- متريني لامية
- بن عمور آمال

إشراف الأستاذة:

أ.د - حمدي وردة

السنة الجامعية: 2021-2022

شكر وتقدير

الحمد لله نحمده ونستعينه.....

اللهم صلي وسلم وبارك على أشرف خلقك سيدنا وحبيبنا وشفيعنا محمد صلى الله عليه وسلم.

نحمد الله حمدا كثيرا على توفيقنا لإتمام هاته الدراسة المتواضعة، ونسأله مزيدا من النجاحات على حياتنا العلمية والعملية.

نتقدم بالشكر الجزيل للأستاذة الفاضلة **"حمدي وردة"**، وقبولها بالإشراف على رسالتنا وتقديم كل مساعدة ممكنة لإنجاز هذا البحث العلمي، لها كل الشكر والاحترام وجزاها الله كل خير، كما نشكر موظفين إذاعة المدية الجهوية الذين قدموا لنا المساعدة شكرا جزيلا لهم.

بارك الله فيكم جميعا.

الاهداء:

الى الرجل الطاهر الكريم... الذي صنع طفولتي بيديه الكريمتين... بعد الله سبحانه وتعالى "أبي الغالي"، ادعو الله أن يحفظه وألا يذيقني الم فقدانه ولا حزنه.

الى تلك الوردة الفواحة التي لا أزال استنشق شذاها حتى الان..."أمي الحبيبة متعها الله بالصحة والعافية"أسألك اللهم رضاك ورضاهما.

الى من شاركوني طفولتي وأحبوني بصدق وإخلاص وتعاونوا معا لأتمم مشواري الدراسي "أخواتي: سندي في هذه الحياة محمد رضا، وتوأم روحي ايمان، وأسامة، وأشرف، وصهيب والصغيرة ابنة اختي سيلين وجدتي الغالية حفظها الله وأطال في عمرها.

الى صديقتي واختي الطيبة التي لا تفارقني ملامحها "فاطمة" رحمها الله.

الى من اشهد لهما بانهما نعم الرفيقات "خلود، ياسمين، نعيمة وأمال التي شاركتني في هذا البحث"

الى كل من كان لهم الفضل في انجاز هذه الدراسة...

الى كل من امن بالكلمة الطيبة (لاإله الا الله) وعمل من أجلها.

لامية

الاهداء:

اهدي تخرجي هذا الى النفس الطيبة "ابي الغالي" ادعو الله ان يحفظك والا يذيقني الم فقدانه ولا حزنه

الى التي تحت قدماها الجنان، الى نبع الحب والحنان، والى بلسم الشفاه والى القلب الناصع بالبياض "امي الغالية"

الى أخي وحبيب قلبي "ريان"

الى كل من ساندني من قريب او بعيد، ومن ساهم الى وصولي الى هذا المستوى.

أمـــال

فهرس المحتويات

الشكر والتقدير

الاهداء

مقدمة

الإطار المنهجي للدراسة

1. الإشكالية وتساؤلات الدراسة
2. اهداف الدراسة
3. أهمية الدراسة
4. أسباب اختيار الموضوع
5. منهج البحث.
6. تحديد المفاهيم
7. الدراسات السابقة

الفصل الاول: الاتجاهات والجمهور العام.

تمهيد.

المبحث الاول: ماهية الاتجاهات.

المطلب الأول: مفهوم الاتجاهات وانواعه.

المطلب الثاني: مراحل تكوين الاتجاهات.

المطلب الثالث: عوامل تكوين الاتجاهات.

المبحث الثاني: ماهية الجمهور.

المطلب الأول: مفهوم الجمهور وانواعه.

المطلب الثاني: مراحل تكوين الجمهور.

المطلب الثالث: السمات العامة للجمهور.

خلاصة الفصل.

الفصل الثاني: مصداقية الأخبار المسموعة.

تمهيد.

المبحث الأول: ماهية المصداقية.

المطلب الأول: مفهوم المصداقية ومكوناتها.

المطلب الثاني: أبعاد المصداقية.

المطلب الثالث: مقاييس المصداقية.

المبحث الثاني: ماهية الأخبار المسموعة.

المطلب الأول: تعريف الخبر الاذاعي.

المطلب الثاني: كيفية كتابة اخبار الإذاعة.

المطلب الثالث: مصادر الأخبار في الإذاعة المحلية.

خلاصة الفصل.

الفصل الثالث: الإجراءات المنهجية للدراسة

1. مجتمع الدراسة الميدانية
2. عينة الدراسة وطريقة اختيارها
3. أدوات جمع البيانات

الجانب التطبيقي:

- بطاقة فنية لإذاعة المدية.
- التحليل الاحصائي للبيانات.
- النتائج العامة للدارسة.

خاتمة

قائمة الصادر والمراجع

الملاحق

مقدمة

مقدمة :

نتيجة للتطور الذي ألت اليه الحياة أفراد المجتمعات، وما أدى اليه من تكنولوجيا عالية في بدايتها اختراع الراديو وثم التلفزيون فالحاسوب الالكترونية وصولا الى الأقمار الصناعية وشبكة المعلومات الحديثة فتبين ان الانسان ليس مكانه العيش واستمرار بمفرده ولتسهيل ذلك كان لابد له من وسيلة تساعده على الاتصال بالأفراد والتفاهم معهم فظهرت أساليب الاتصال الجماهيري، والتي استخدمت لأغراض اقتصادية، سياسية، ترفيهية، وتعليمية، وما الإذاعة الا وسيلة من بين هذه الوسائل لتوصيل الرسالة الإعلامية الى عدد كبير من الجماهير في ان واحد، حيث تكتسب الكلمة المذاعة قوة إيجابية لها خصائص متعددة منه السرعة الفائقة التي تنقل بها من محطة الراديو الى اذن المستمع، والإذاعة من ناحية أخرى تخاطب المتعلم والامي وتنقل الثقافة والعلم والفن والترفيه اليهما أينما كانا، ومازالت تهدف الى كسب المستمع والوصول اليه وملاحقته.

تعد الإذاعة واحدة من أبرز وسائل الاعلام الجماهيري، وأكثرها تأثيرا رغم المنافسة الشديدة والمنقطعة التي تفرضها عليها وسائل الاعلام الأخرى، فلقد تربعت الإذاعة على عرش وسائل الاعلام الجماهيري باعتبارها الوسيلة الأكثر تأثيرا والأكثر شعبية والأكثر انتشارا، لكن العديد من متغيرات العصر بدأت تواجهها، وتهز مكانتها من الجذور، ولكنها تسعى كغيرها من وسائل الاعلام الأخرى لتحقيق اهداف مختلفة تعود على الفرد والمجتمع كالتثقيف والتربية والترفيه والتوعية في جميع المجالات. فهو اليوم في صميم المجتمع لإيصال فكرة ما وتشكيل عقل وصناعة ذوق عام، فهو لم يعد يكتفي برصد الحدث وايصال المعلومات بل أصبح يملك من قوة وعوامل وتأثير وضغط يصنع الحدث ويحضر له في نفس الوقت، وهذا الأخير أصبح ذا أهمية كبيرة بالنسبة للعالم حيث ان الجمهور دوما بحاجة الى الخبر ومهما اعطى من الاخبار فهو يريد المزيد، وذلك للتغيير الدائم في الاحداث ولأنه بحاجة الى التعرف على ما يدور حوله وهذه حاجة طبيعية لدى الانسان.

وتبعا لهذا التأثير يأتي الموضوع الذي يتناول مصداقية الاخبار المسموعة والتي تلعب دورا مهما في حياة الفرد الجزائري بل أصبحت محورا مهما في محاور حياته وتساهم في تغيير أرائه وتوعيته وجعله طرفا فعالا في العملية التنموية الشاملة، كما انها اخذت معنى جديد تعكسه من خلال البرامج التي تقدمها والتي أصبح لها معنى وأثرواضح، وشهدت إذاعة المدية الجهوية مؤخرا تحسن ملحوظ في أداء ومستوى المذيعين مع تقديم كل ما هو جديد وحديث وأصبحت تقدم مواضيعها بكل موضوعية ومصداقيةلأنها تحس بالمسؤولية اتجاه جمهورها.

ومن هذا المنطلق تسعى هذه الدراسة الى الكشف عن العلاقة بين الجمهور والإذاعة المحلية ومصداقيتها من خلال معرفة اتجاهاتهم نحو متابعة الاخبار في هذه الآونة الأخيرة، وأخذنا إذاعة المدية كنموذجاواجرينا هذه الدراسة على عينة عشوائية لجمهور إذاعة المدية، على اعتبار أنها توفر لهم خدماهم واهتماماتهم وتعكس مشاكل المجتمع وتشبع حاجاتهم النفسية والاجتماعية وتمكنهم من اثبات ذواتهم وتمنحهم الإحساس بالمتعة والاثارة، من اجل التمكن من مختلف جوانب هذه الدراسة تم تقسيم الدراسة الى ثلاثة فصول وهي:

في البداية قمنا بالإطار المنهجي للدراسة، حيث تناولنا فيه إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، اهداف الدراسة، أهمية الدراسة، أسباب اختيار الموضوع، منهج البحث، تحديد المفاهيم، وبع الدراسات السابقة، أما الفصل الأول: الاتجاهات والجمهور العام تطرقنا فيه للاطار النظري للدراسة والذي يعتبر بمثابة ارضية تمهيدية للعمل الميداني في البداية قمنا باستنتاج مقدمة للفصل ويشمل بدورة على مبحثين أساسيين، المبحث الأول ماهية الاتجاهات قسم الى ثلاث مطالب: مفهوم الاتجاهات وأنواعه، مراحل تكوين

الاتجاهات، عوامل تكوين الاتجاهات، أما المبحث الثاني ماهية الجمهور قسم أيا الى ثلاث مطالب وهي: مفهوم الجمهور وأنواعه، مراحل تكوين الجمهور، لسمات العامة للجمهور. وفي الأخير خلاصة شاملة للفصل.

أما الفصل الثاني مصداقية الاخبار المسموعة قسم أيضا الى مبحثين أساسيين في البداية قمنا باستنتاج مقدمة للفصل، بالنسبة للمبحث الأول ماهية المصداقية قسم الى ثلاث مطالب: مفهوم المصداقية ومكوناتها، أبعاد المصداقية، مقاييس المصداقية. أما المبحث الثاني ماهية الاخبار المسموعة قسم الى أربعة مطالب: مفهوم الخبر الإذاعي، كيفية كتابة الاخبار الاذاعية، مصادر الاخبار في الإذاعة المحلية، وفي الأخير الاخبار وعلاقتها بالمصداقية ثم خلاصة شاملة للفصل. أما الفصل الثالث الإجراءات المنهجية للدراسة قسمت الى ثلاثة محاور: مجتمع الدارسة الميدانية، عينة الدراسة وطريقة اختيارها، أدوات جمع البيانات. وفي الأخير الجانب التطبيقي في البداية قمنا ببطاقة فنية لإذاعة المدية، ثم التحليل الاحصائي للبيانات، تناولنا فيه التحليل الكمي والكيفي للنتائج، وكذلك النتائج العامة للدراسة. وفي الأخير ختمنا البحث بخاتمة كانت حوصلة لنتائج الدراسة ككل.

إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

لقد لعب الاعلام دورا كبيرا في التأثير على حياة الأفراد في المجتمع، الذين هم بحاجة ماسة الى معرفة الاخبار والتطورات والتزود بالمعارف، ويكون ذلك عبر وسائل الاعلام المختلفة والمتمثلة في التلفزيون والإذاعة، حيث ان هذه الوسائل حظيت باهتمام كبير من طرف افراد المجتمع خاصة الإذاعة، التي عرفت منذ القدم نظرا لانتشارها الواسع والسريع لما تحتويه من برامج تثقيفية، دينية، إخبارية..... وقدرتها على التأثير في سلوك المجتمع.

وتعد الإذاعة المسموعة واحدة من الوسائل العديدة لتوصيل الرسالة الإعلامية الى اعداد كبيرة من الجماهير في ان واحد، والتي تساهم في تنمية الوعي الاجتماعي لأفراد المجتمع من خلال برامجها والتي تلعب دورا مهما في التعبير عن اهتمامات واحتياجات المجتمع بتعزيز الوعي الاجتماعي.

مع تطور الراديو والتلفزيون والاقمار الصناعية وشبكات المعلومات والانترنت وغيرها من وسائل الاعلام والاتصال أحدثت تغيرات كبيرة في الحياة ولعل اهم انجاز استفادت منه الجزائر هو انشاء إذاعة محلية لكل ولاية وهذا في مطلع التسعينات بعد الانفتاح السياسي والاقتصادي والإعلامي وكان الهدف من هذه الإذاعات هو التقرب الأكثر للمواطنين وخصوصا الذين يعيشون في المناطق الصغيرة والمعزولة وحاجة المستمع لمعرفة الاخبار الصادقة من خلال الكم الهائل من الاخبار، حيث اصبحت المصداقية الهاجس الأكبر للمتلقين وكذا الإذاعات الجزائرية التي تسعى للبحث عن الحقيقة والحصول على ثقة المستمع لأنه العامل المهم في نجاح الوسيلة الإعلامية واستمرارها في سوق المنافسة الإعلامية.

وهذا ما دفعنا للبحث عن اتجاهات الجمهور إزاء مصداقية الأخبار المسموعة، وعليه يمكن طرح الإشكالية التالية:

- ماهي اتجاهات جمهور إذاعة المدية إزاء مصداقية اخبارها؟

تساؤلات الدراسة:

للإجابة على التساؤل الرئيسي تم طرح مجموعة من التساؤلات الفرعية التي تحدد مسار الدراسة وهي:

- ✓ ماهي درجة متابعة الجمهور لإذاعة المدية وخاصة البرامج الإخبارية التي تقدمها؟
- ✓ ماهي انعكاسات البرامج الإخبارية لإذاعة المدية؟
- ✓ ما قدرة هذه البرامج على معالجة القضايا والموضوعات التي تتناولها؟
- ✓ ماهي وجهة نظر الجمهور حول نوعية البرامج وأسلوب عرضها؟

أهداف الدراسة وأهميتها:

أهداف الدراسة:

لكل انسان هدف يسعى لتحقيقه ويتأثر من اجل الوصول اليه وكلما كان الهدف واضحا ومحددا كلما تيسر الوصول ايه ان شاء الله واتضحت له معالم الطريق.

وقد حددنا في دراستنا هذه أهدافا تمثلت فيما يلي:

- التعرف على مدى متابعة الاخبار من طرف افراد العينة.
- ابراز دور إذاعة المدية في تلبية رغبات الجمهور من معلومات تساعدهم في حياتهم اليومية او فهم ما يحيط في المجال الاخباري.
- التعرف على وجهات نظر الجمهور حول إذاعة المدية.
- التعرف على أنواع البرامج التي يفضل الجمهور الاستماع لها.

أهمية الدراسة:

- تطور صناعة الاخبار في الآونة الأخيرة حيث أصبحت تنقل في زمن وقوعها من مراكز الاحداث الى الجمهور.
- تتابع أهمية الدراسة من ضرورة الاهتمام بالجمهور الذي يعد أحد عناصر العملية الاتصالية فدراسته تساعد القائمين على الإذاعة التعرف على حاجاته ورغباته ومقترحاته لتعزيز الإيجابيات والسلبيات لتطوير مستوى الأداء الإذاعي في إذاعة المدية في زمن المنافسة والانتشار الواسع لوسائل الاعلام والاتصال الحديثة.
- كما تبرز أهمية الدراسة من خلال تركيزها على اتجاهات ودوافع الجمهور للطلبة الجامعيين اتجاه الخدمة الإخبارية التي تقدمها إذاعة المدية لها أهمية كبيرة على تطوير البرامج الإخبارية وتعديل خطط البرامج الإخبارية بما يلي حاجيات ورغبات الجمهور ويجعلهم أكثر ارتباطا بالإذاعة.
- تزايد أعداد الاذاعات التي تقدم خدمة الاخبار المسموعة في كل الولايات.

أسباب اختيار الموضوع:

الأسباب الموضوعية:

- قلة الدراسات بخصوص الموضوع وبالتالي تأتي هذه الدراسة لمحاولة سد الفراغ.
- اجراء دراسة ميدانية وفق أسس منهجية.
- وجود أنواع جديدة من الوسائل على الساحة الإعلامية كمناقش تزود الجماهير بالأخبار.
- الزيادة المستمرة في التغطيات الإخبارية.

الأسباب الذاتية:

- دراسة اتجاهات الجمهور نحو الاخبار المسموعة لإذاعة المدية الجهوية.
- رغبة الباحث في دراسة موضوع النشرات الإخبارية لإذاعة المدية.
- التدريب الشخصي على أدوات البحث العلمي وذلك لقلة الخبرة في مجال البحوث العلمية والميدانية.
- الحرص الشديد على التكوين والتخصص في مجال الاتصال الجماهيري والتعرف على اليات بناء الرسالة الإعلامية الهادفة الى تنمية المجتمعات

منهج البحث:

يعتبر المنهج كما عرفه "سوريس أنجرس" مجموعة الإجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة من أجل الوصول الى نتيجة.

فالمنهج كما يراه "حامد ربيع" هو مجموعة من القواعد التي يتم وضعها يقصد الوصول الى حقيقة في العلم.[1]

يعتبر المنهج ضروري في أي بحث علمي لأنه الطريق الذي يستعين به الباحث ويتبعه في كل مراحل دراسته بغية الوصول الى نتائج علمية موضوعية.

تدخل هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية باعتبارها الأنسب لطرق معالجة الإشكالية المطروحة في البحث والمتمحورة أساسا في اتجاهات الجمهور إزاء مصداقية الاخبار المسموعة لإذاعية المدية "كنموذجا".

نظرا لطبيعة الدراسة وطبيعة الموضوع، وكذا الأهداف الرامية الى تحقيقها، فقد اعتمدنا المنهج المسحي والذي يعتمد اعتمادا كبيرا في البحوث الكشفية والوصفية والتحليلية ذلك انه عبارة عن دراسة عامة لظاهرة موجودة في جماعة معينة وفي مكان معين وفي الوقت الحاضر[2] كما ان منهج المسح يعتبر من أفضل المناهج التي تبحث في اتجاهات الجمهور وخصائصه وكذا احتياجاته في بحوث الاعلام.

ـ يعرفه احمد بن مرسلي "بأنه الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة، من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها، كما هي في الحيز الواقعي وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة، من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك.[3]

[1] عمار بحوش محمد محمود الذنيبات: مناهج البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصبة للنشر الجزائر ط1 2004 ص 66.

[2] محمد زيبان عمر، البحث العلمي، مناهجه، تقنياته، مصر: الهيئة المصرية العامة للكتاب 2002 ص 117.

[3] أحمد بن مرسلي، مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال الطبعة الثانية الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2006 ص 286.

تحديد المفاهيم:

1ـ مفهوم الاتجاهات:

لغة: يستخدم مصطلح الاتجاه في معاني مختلفة، فيقصد به الجهة او القصد او الر أي او الميل او القيمة اما في الدراسة العلمية فيستخدم كمراد الراي او الميل او القيمة.[1]

ان اتجاه الفرد نحو أي موضوع عبارة عن موقف يتخذه حيال هذا الموضوع وكل فرد له اتجاهات واسعة ومتعددة اتجاه الموضوعات المختلفة في العالم المحيط بنا فتح لنا اتجاهات نحو الفن والفلسفة وغير ذلك كل فر د منا أيا له اتجاهات نحو نفسه.[2]

اصطلاحا: يمكن تعريف الاتجاه على أنه عبارة عن استجابات تقويمية متعلقة إزاءالموضوعات أو الأحداث أو غير ذلك من الميزات، وعندما يقال أن الاتجاه عبارة عناستجابة تقويمية متعلقة بمثيرها فإن ذلك يفسر المفهوم تفسيرا جزئيا فقط لأن الاتجاه لهمكونات مختلفة تتحدد فيها لتكوين الاستجابة النهائية.[3]

تعريف الاتجاه إجرائيا: هي مواقف ووجهات نظر الجمهور المتتابع للأخبار في الإذاعةالمحلية وما تبثه من أخبار مختلفة وهذا ما لاحظناه على أرض الواقع فهذه الاتجاهاتتختلف من شخص إلى آخر.

2ـ مفهوم الجمهور:

لغة: من الفعل جمهر له الخبر بطرف له على وجهه وجمهور الناس جعلهمجماهير[4].

اصطلاحا: يقصد به جماعة من الناس تتميز عن غيرها بصفات خاصة كما يرتبطأفرادها بروابط معينة وهذه الجماعة من الناس تقع في محيط نشاط المنشأة أو المؤسسة الإعلامية تؤثر فيه وتتأثر به، أي هناك تفاعلا متبادلا بين الطرفين كما أن هناك مصلحةمشتركة بين هؤلاء الناس[5].

تعريف الجمهور إجرائيا: هو مجموعة من الناس لديهم اتجاهات ومواقف معينة نحومتابعتهم للإذاعة المحلية هذه الدراسة تركز على الاتجاهات الجمهور المتتبع والمستمعللإذاعة المحلية.

3ـ تعريف الاذاعة المحلية:

لغة: نقول: أذاع، يذيع، إذاعة الخبر، أي نشره، وإذاعة السر إفشاؤه. تطلق على الدار التي تنشر الاخبار بواسطة اللاسلكي.[6]

اصطلاحا: هي جهاز أعلامي يخدم المجتمع محليا معنى ذلك أن الاذاعة المحلية تبثبرامجها مخاطبمجتمعا خاصا محدود العدد، يعيش فوة أرض محدودة المساحة[7].

---

[1]مصطفى سويف، مقدمة لعلم النفس الاجتماعي، (القاهرة، المكتبة، لأنجلو المصرية، ط2 1996)، ص 326.
[2] جودت بني جابر، علم النفس الاجتماعي، (عمان، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، 1994)، ص 265.
[3] راضي الوقفي، مقدمة في علم النفس، (عمان، دار للنشر والتوزيع، 1998) ص674.
[4]مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز بادي: القاموس المحيط مصر الحديث، د، ط، 2008 ص 297.
[5]حاتم الكعبي: السلوك الجمعي، مطبعة الديوانية الحديثة، العراق، 1973، ص 175.
[6]السعيد در اجي، عادات وانماط مشاهدة الأطفال: الب رامج التلفزيونية دراسة ميدانية بكمالية مدينة قسنطينة، (ر سالة ماجيستر ر الأميرعبد القادر قسنطينة، 2002- 2003 ص 72.
[7]عبد المجيد شكري، الإذاعات المحلية لغة العصر: الم ركز الجامعي للطباعة الالكترونية، (القاهر ة، دار الفك ر العربي، 1996) ص 10.

تعريف الاذاعة إجرائيا: عبارة عن هيكل تنظيمي في شكل وظائف وأدوار أن تقوم بثمجموعة من البرامج ذات الطابع الترفيهي والاخباريوالتثقيفيوالاعلامي، وذلك لاستقبالها في ان واحد من طر ف جمهور متأثر، يتكون من افراد وجماعات، مزودة بأجهزة استقبال مناسبة.

4ـ تعريف الاخبار المحلية :

هي الأخبار التي تتناول الحوادث والمشاكل الخاصة بإقليم محدد او مدينة معينة، لذا فإنها أقرب الى القراء، كونها تعالج المشاكل المحيطة بهم ويعيشونها وتؤثر في حياتهم، وهي غالبا تقع داخل المجتمع الذي تصدر فيه الصحيفة،[1]

5ـ تعريف المصداقية:

تعرف سوزي سيد سالم المصداقية بانها "مدى ثقة المتلقي فيما تقدمه الوسيلة، بناء على خبرته السابقة مع ما تقدمه من معلومات تأكد له صحة مصدرها وامانة نقلها وموضوعية صياغتها في رسالة تصل اليه في الوقت المناسب من خلال القائم بالاتصال له خبرته ويحظى بثقته، بالإضافة الى المرجع النفسي بداخل المتلقي ذاته من خلال مع رفته بعلاقة الوسيلة باي جهز تتحاز له، وهل تخدم الجمهور ام انها تتحاز لجهة معينة على حسابه سواء كانت السلطة او المعا رضة او جماعات ذات مصلحة".[2]

[1]أبو زيد، فن الخبر الصحفي مكتبة العلم ط 1 جدة 1981ص 85.
[2]الحبيبي، مصداقية المضامين الدينية الإسلامية في وسائل الاعلام الجديدة لدى الجمهور المصري: دراسة مقا رنة ص 92.

الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى:

اشكالية الدراسة كانت تدور حول التساؤل ماهي الاهداف التي انشئت الإذاعات المحليةفي الجزائر لتحقيقها وماهي انماط التنظيم والتسييروالتمويل التي تسير وفقها هذهالاذاعات وهل استطاعت عبر برامجها الاعلامية تلبية احتياجات المجتمعات المحلية التي تخدمها وطرحت الدراسة جملة من التساؤلات حول النقاط الاتية:

- ماهي اهداف انشاء اذاعية محلية.
- كيف يتم تنظيم وتمويل الاذاعات المحلية.
- ما مدى توفر هذه الاذاعات على التجهيزات التقنية والاتصال والمعلوماتية.
- ماهي طبيعة المنتوج الاعلامي التي تقدمه الاذاعات المحلية
- كيف عالجت الاذاعات المحلية موضوع الثقافية المحلية عبر برامجها

تعتبر هذه الدراسة استطلاعية فهدفها وصف الظاهرة بظروفها ومتغيراتها على ما هياثناء اجراء الدراسة لذلك اعتمدت الباحثة على اسلوب المسح الوصفي كمنهاج بحثمستخدمة الاستبيان والمقابلةكأدوات لجمع البيانات.

وجاءت نتائج هذه الدراسة مناقشة للمتغيرات المتعلقة بالبرامج والمضامين الاعلامية التيتقدمها الاذاعات المحلية من خلال تناولها للنقاط المتعلقة بمقاييس تسيطر الشبكاتالبرامجية والجهات المشاركة في تسطيرها الوسائل التي تستخدمها الاذاعات المحلية فيتقييم برامجها مع تقديم غرض مفصل.[1]

الدراسة الثانية: نبيلة جعفري، الاعلام الجهوي وتحقيق اشباعاتالجمهور، دراسةميدانية على عينة من جمهور إذاعة ام البواقي الجهوية، مذكرة لنيل شهادة الماجيسترفي علوم الاعلام والاتصالتخصص: صحافة ن بجامعة قسنطينة عام 209-2010.

وتمت صياغة الإشكالية على النحو التالي: هل يحقق الاعلام الجهوي من خلال إذاعة أم البواقي الجهوية رغبات واشباعات الجمهور بالنظر إلى ما تعرضه من برامج؟

وقد انطلقت الدراسة من مجموعة تساؤلات فرعية تمحورت حول "الاستخدامات والاشباعات كالأتي:

ماهي عادات وأنماط استخدام الجمهور لإذاعة ام البواقي الجهوية

ماهي دوافع اقبال الجمهور للاستماع لبرامج إذاعة ام البواقي الجهوية؟

ماهي الاشباعات المحققة من الاستماع؟

هل هناك علاقة بين الاستماع لإذاعة ام البواقي الجهوية.....

[1] مسعود جودي تجربة الإعلام في الجزائررسالة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال بجامعة الجزائر قدمتها الباحثة عام 2003

ومن النتائج التي توصلت اليها الباحثة من خلال هذه الدراسة:

ـ عادات وأنماط ودافع استخدام الجمهور لإذاعة ام البواقي الجهوية

- أكثر من ربع مجموع مفردات العينة يستمعون لإذاعة ام البواقي الجهوية بصفةمنتظمة 27%.
- ما يقارب مجموع مفردات العينة الذين يستمعون لإذاعة ام البواقي الجهوية بصفة غيرمنتظمة، لكن بشكل غائب 49%.
- ما يقارب ربع مجموع تكرارات افراد العينة بصفة 24%.
- لا توجد علاقة بين متغير الجنس والمستوى التعليمي.لبرامج إذاعة ام البواقي الجهوية،
- تفضل الماكثات في البيوت الفترة الصباحية للعرض للإذاعة الجهوية 3،62% .[1]

[1] **نبيلة جعفري، الإعلام الجهوي وتحقيق اشباعات ا لجمهور، دراسة ميدانية على عينة من جمهور إذاعة أم البواقي الجهوية، مذكرة لنيل شهادة الماجيستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص: صحافة ن بجامعة قسنطينة عام 209-2010.**

الجانب النظري

الفصل الأول:

الاتجاهات والجمهور العام.

مقدمة فصل

المبحث الأول: ماهية الاتجاهات

المطلب الأول:مفهوم الاتجاهات وأنواعه

المطلب الثاني: مراحل تكوين الاتجاهات.

المطلب الثالث:عوامل تكوين الاتجاهات.

المبحث الثاني: ماهية الجمهور.

المطلب الأول:مفهوم الجمهور وأنواعه.

المطلب الثاني: مراحل تكوين الجمهور.

المطلب الثالث: السمات العامة للجمهور.

خلاصة الفصل.

مقدمة فصل:

يجمع الباحثون والمنظرون على أن كل من الاتجاهات والجمهور هما ظاهرة اجتماعية سلوكية توجد في جميع المجتمعات الإنسانية دون اعتبار لمستوى تقدمها أو نوعية نظامها السياسي والاقتصادي.

فقد اعتبر الاتجاه النفسي من أهم محددات السلوك، باعتباره ناتج عن تفاعل أفكار البشر ومشاعرهم وسلوكياتهم، والموجه لمواقفهم حيال الموضوعات المختلفة، وقد حدده هيربرت سبنسر وهو أول من استخدم مصطلح اتجاه حيث قال في كتابه " ان وصولنا الى احكام صحيحة في مسائل ميسرة لكثير من الجدل يعتمد الى حد كبير من اتجاهاتنا الذهنية ونحن نصغي الى هذا الجدل ونشارك فيه".

كما ان الجمهور يختلف في تقسيماته كثيرا ومتشابه في المفاهيم وهذا ما صعب على الكثير من الباحثين والدارسين التميز بينها، ويركز على حجم اعضائه وكذا تنوعهم وانتشارهم وجهلهم لبعضهم البعض، وافتقارهم الى أي تنظيم اجتماعي بهيكلهم كما يتميز تكوينهم بالعفوية والتغيير السريع.

المبحث الأول:ماهية الاتجاهات.

1- المطلب الأول: مفهوم الاتجاهات وانواعها.

يشكل مفهوم الاتجاه وتعريفه احدى الإشكاليات التي تتباين حولها وجهات نظر كثيرة من علماء النفس وعلماء الاجتماع، لا بل حتى بين علماء المجال التخصصي الواحد، ويمكن لنا ان نتفهم هذا التباين في دلالات المفهوم بالنظر الى التمايز في المنظومات القيمية لدى الافراد والجماعات، حيث تكشف القيم عن نفسها في المواقف والاتجاهات والسلوك اللفظي والفعلي والعواطف التي بكونها الافراد نحو موضوعات معينة[1]، وهذا ما يبر تعدد التعريفات التي سنحاول الوقوف على عدد منها.

تفيد المراجع بان هربرت سبنسر اول من استخدم مفهوم الاتجاهات، حيث قال في كتابه " المبادئ الأولى عام 1862م: " ان وصولنا الى احكام صحيحة في المسائل الجدلية يعتمد الى حد كبير على الاتجاه الذهني الذي نحمله في اثناء اصغائنا الى هذا الجدل او الاشتراك فيه"[2]

ويعتبر جوردن البورت من أوائل المتهمين بمفهوم الاتجاه، حيث عرفه " بانه حالة من التهيؤ والتأهب العقلي العصبي التي تنظمها الخبرة وتوجه استجابات الفرد نحو عناصر البيئة " وقد أوضح أيضا ان حالة التأهب هذه قد تكون قصيرة المدى أي لحظية او تكون بعيدة المدى أي تستمر لزمن طويل.[3]

ومن التعريفات التي توضح العناصر الأساسية المكونة للاتجاه الذي يمكن ملاحظته في تعريف كل من كراش وكرتشفيلد (1962) فالاتجاه " هو تنظيم مستمر للعمليات الانفعالية والادراكية والمعرفية إزاء بعض جوانب المجال الذي يعيش فيه الفرد"

وكذلك يعرفه ليفين بانه " ذو بنية وجدانية تعمل في تفاعل مستمر لتحديد السلوك التالي"[4].

ومن هنا نستخلص مما سبق ان الاتجاهات هي عبارة عن ردود أفعال تنشأ نتيجة انعكاس أفكار او معتقدات نحو موضوع ما على شكل موقف يتخذه الفرد وقد تكون اتجاهات إيجابية تدل على القبول والرضا او اتجاهات سلبية تدل على الرفض والنفور.

[1] محمد علي محمد: مفهوم القيم الاجتماعية الأسس النظرية والمؤثرات الإجرائية. ب ط، القاهرة: المركز الإقليمي للبحوث والتوثيق في العلوم الاجتماعية، 1982م ص 43.

[2] عبد الله شمت المجيدل: اتجاهات طلبة كلية التربية في صلالة نحو مهنة التعليم ـ دراسة ميدانية، المجلة التربوية، العدد81، جامعة الكويت، مجلس النشر العلمي، ديسمبر2006، ص 101.

[3] السيد فؤاد البهي وعبد الرحمان سعد: علم النفس الاجتماعي ـ رؤية معاصرة، ب ط، القاهرة: دار الفكرالعربي،1999م، ص: 251.

[4] جابر عبد الحميد والشيخ سليمان، دراسات نفسية في الشخصية العربية، ب ط، القاهرة: عالم الكتب، 1978م،ص105.

2-1 أنواع الاتجاهات:

تعددت تقسيمات الاتجاهات وأنواعها باختلاف الزاوية التي ينظر اليها منها علم النفس الاجتماعي للاتجاه كما يلي:

1-1 اتجاهات جماعية فردية:

وللاتجاهات الجماعية هي تلك الاتجاهات المشتركة بين عديد من الناس كإعجاب الناس بزعيم سياسي او بطل ديني، أما الاتجاهات الفردية فهي تلك الاتجاهات التي تميز فردا عن أخر كإعجاب بشخصية معينة او بفئة معينة من الناس.

2-1 اتجاهات علنية وسرية:

فالاتجاهات القوية هي التي تسيطر على جانب كبير من الانسان وتجعله يسلك في بعض المواقف سلوكا جادا نحو الاتجاه ونحو الدين، أما من يقف من الاتجاه موقف ضعيف لا يستطيع مقاومته فانه يفعل ذلك لأنه لا يشعر بشدة الاتجاه[1].

3-1 اتجاهات موجبة وسالبة:

الاتجاهات الموجبة هي التي تنحو بالفرد نحو شيء معين كالفن مثلا، أما الاتجاهات السالبة فهي التي تجنح بالفرد بعيدا نحو شيء اخر كالإدمان مثلا.

4-1 اتجاهات عامة وخاصة:

والاتجاه العام هو الذي يكون معمما نحو موضوعات متعددة ويكون أكثر ثباتا واستقرار من الاتجاه الخاص فالاتجاه الخاص هو الاتجاه الذي يكون محددا نحو موضوع نوعي محدد.

5-1 وهناك نوعان اخران من الاتجاهات هما:

اتجاهات معرفية: أي يحكمها البناء المعرفي.

تحكمها الشعور:هي اتجاهات أخرى اما الاتجاهات المعرفية تقوم على معلومات أكثر موضوعية من تلك التي تقوم على المشاعر والاحاسيس المرتبطة بشيء او قضية ما[2].

6-1 الاتجاهات النوعية:

هي الاتجاهات التي تنصب على الناحي الذاتية وتسلك الاتجاهات النوعية مسلكا يخضع في جوهره للإطار الاتجاهات العامة وبذلك تعتمد الاتجاهات النوعية على العامة وتشتق دوافعها منها.

[1] سهام إبراهيم كمال محد، مفهوم الاتجاه ماجيستر في التربية (رياض الأطفال) مركز دراسات وبحوث المعوقين، جامعة القاهرة، مصر، ص 12

[2] سهام إبراهيم كمال محد،مفهوم التجاه ماجيستر في التربية (رياض الطفال) المرجع السابق ص 13

2- المطلب الثاني:مراحل تكوين الاتجاهات.

يمر الاتجاه اثناء تكوينه بثلاث مراحل هي:

2-1 المرحلة الادراكية المعرفية: وفيها يدرك الفرد مثيرات البيئة ويتصرف بموجبها فيكتسب خبرات ومعلومات تكون بمثابة إطار معرفي له.[1]

وبذلك يكون الاتجاه في هذه المرحلة ظاهرة ادراكية او معرفية تتضمن معرفة الفرد بصورة مباشرة على بعض عناصر البيئة الطبيعية والبيئة الاجتماعية التي تكون طبيعة المحتوى العام لطبيعة المجتمع الذي يعيش فيه.[2]

2-2 مرحلة نمو الميل نحو شيء معين: وتسمى كذلك بالمرحلة التقويمية وفيها يتفاعل الفرد مع مثيرات وفق الإطار المعرفي الذي كونه عنها، فضلا عن الكثير من احاسيسه ومشاعره التي تتصل به، ومعنى ذلك ان هذه المرحلة تستند الى خليط من المنطق الموضوعي والمشاعر والاحساسات الذاتية وبناء عليه يحاول الفرد في هذه المرحلة ان يتفاعل مع المثيرات بالاستناد الى الإطار المعرفي الذي كونه حول هذه المثيرات بالإضافة الى استعدادات نفسية ذاتية كالمشاعر والاحاسيس الخاصة.[3]

2-3 مرحلة الثبات والاستقرار: ان الثبوت والميل على اختلاف انواعه ودرجاته يستقر ويثبت على شيء ما عندما يتطور الى اتجاه نفسي، فالثبوت هو المرحلة الأخيرة في تكوين الاتجاه، وتعرف هذه المرحلة بالمرحلة التقريرية: وهي مرحلة التقرير او إصدار الحكم بالنسبة لعلاقة الفرد مع عنصر من عناصر البيئة، فاذا كان ذلك الحكم موجبا يكون الاتجاه الموجب لدى الفرد والعكس صحيح، بمعنى انه في هذه المرحلة يتم تبيان الشكل الذي أصبح عليه الاتجاه، وثبوت الميل نحو الأشياء لتشكيل الاتجاه.[4]

3- المطلب الثالث: عوامل تكوين الاتجاهات.

ان عملية تكوين الاتجاهات تمثل الأساس او المحدد الذي يساهم في تحقيق التأثير بالتدعيم او التغيير في الاتجاهات، حيث تتفاعل مجموعة من العوامل في عملية التكوين كل منها يعمل على مستوى مختلف ولكن يتكامل مع الاخر وتكون المحصلة النهائية لتكوين الاتجاه على المدى الطويل[5] ومن بين هذه العوامل:

3-1الخبرات الطويلة والتفاعل مع البيئة: يلاحظ ان الاتجاهات تنتمي الى الدوافع المكتسبة من البيئة المحيطة بالإنسان، حيث يكتسب سلوكه نتيجة الخبرات السابقة كأنواع التعلم والتنشئة الاجتماعية التي لها ردود كبيرة في تكوين الاتجاهات، فالخبرات السارة تؤدي الى تكوين

---

[1] راضي الوقفي، مقدمة في علم النفس، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، 1998 ص 276.
[2] جودت بني جبار، علم النفس الاجتماعي، عمان، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، 1994 ص 273.
[3] جودت بني جبار، مرجع السابق، ص 274.
[4] خليل عبد الرجمان المعايطة، علم النفس الاجتماعي، القاهرة، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، 1998ص 33- 34.

[5] شدوان علي شيبة، الإعلان ـ المدخل والنظرية، مصر، دار المعرفة الجامعة، 2005 ص 131.

اتجاهات إيجابية والعكس صحيح، والافراد يكتسبون المعلومات والأفكار ويتقبلون الآراء والانماط المختلفة من السلوك خلال تفاعلهم مع الاخرين الذين يمثلون نوعا خاصا من العلاقات.

2-3 اشباع الحاجات النفسية: ان الحاجة الى الامن النفسي والاستقرار والتقدير او اثبات الذات وتوكيدها تثير في الفرد مشاعر الرضا والقبول وهذا من شأنه ان ينمي اتجاهات إيجابية نحو الافراد او الأشياء او المواضيع التي يشبعون بها هذه الحاجات، في حين ينمي الفرد اتجاهات سلبية نحو ما يحيط ببعض الحاجات النفسية لديه.

3-3 الإيحاء:ومعنى ذلك تقبل الآراء من الاخرين دون مناقشة او نقد ويختلف الافراد في القابلية على الاقناع والتأثير عن طريق الإيحاء ويظهر هذا واضحا لدى الافراد الذين تقل ثقتهم في أنفسهم، إذا يجيدون في التجارب مع غيرهم والاستجابة لهم اشباعا أكبر لحاجتهم وان اتجاهاتهم

تتغير بسهولة أكثر وللأسرة دور كبير في تكوين الاتجاهات عن طريق الإيحاء، فالفرد كثيرا ما يكون آرائه وافكاره او معتقداته تشكل اتجاهات مستقبلا نحو عادات وتقاليد المجتمع.[1]

[1] نبيهة صالح السامائي، علم النفس الإعلامي عمان، دار المناهج، 2007 ص -85-86.

المبحث الثاني: ماهية الجمهور.

1- المطلب الأول: مفهوم الجمهور وانواعه.

هناك اختلاف في تحديد مفهوم واضح وشامل لمفهوم الجمهور وذلك حسب العديد من المتغيرات التي توجه الباحثين في ذلك فقد يرمز الى الجمهور في سياق التعرض كمجموعات او وحدات لرسائل إعلامية، أي نرمز الى الجمهور كمجموعة من الأرقام لمشاهدين لبرنامج او برنامج او تغطية صحفية، اما دينيز ما كويل 1987 يطرح عدة تصورات لمفهوم الجمهور منها الجمهور بوصفه عامة والجمهور بوصفه جماعة اجتماعية عامة والجمهور بوصفه مقاربا لمفهوم السوق وفي كل هذه الصور يأخذ الجمهور معنى حاصا يقتصر على السياق والمتغيرات التي يرتبط بها.[1]

كما عرف على انه جماعة في حالة نفسية معينة ووضع شعوري خاص وهناك من عرفه على انه جماعة تضامنية من افراد وجدوا أنفسهم مؤقتا ودمجوها بقيم مشتركة وأصبحوا يعانون من عواطف وانفعالات متشابهة. [2]

أما مفهوم جمهور وسائل الذي لا يزال يستمد مفهومه من الأصل التاريخي لمصطلح " أديسون " حيث كانت فكرة الجمهور في الأصل تعني مجموعة من المتفرجين على عرض درامي او لعبة او أي استعراض عام يستقطب عديدا من الناس كجمهور الصلوات في المساجد، وجمهور المسرح وغيرها من الفعاليات التي تستقطب عددا كبيرا من الناس.[3]

فالجمهور اذن ظاهرة ثنائية من حيث مصادر التكوين، فهو عبارة عن تجمع يتم تشكيله اما من خلال الاستجابة لوسائل الاعلام بما تحمله من مضامين وما توظفه من أدوات او من خلال القوى الاجتماعية الأخرى التي تعمل بمعزل عن وسائل الاعلام وذلك من خلال ادواتها الاتصالية الخاصة.[4]

1-2أنواع الجمهور:

1-2الجمهور العام: هو اكثر حجما من التجمعات الأخرى أعضاؤه اكثر تبعثرا، متباعدين في المكان واحيانا في الزمان ولكنه ذو ديمومة اكثر يتشكل حول قضية مشتركة من الحياة العامة هدفه الرئيسي تكوين اهتمام الرأي العام حول قضية او العام كظاهرة اجتماعية، ارتبط ظهوره وتطوره بالبرجوازية والصحافة حتى اصبح خاصية من خصائص مجموعة من القضايا للوصول الى تغيير سياسي وهو عنصر أساسي للمشاركة في المؤسسات الديمقراطية ويعتبر الجمهور الديمقراطية، فهو يتميز بوجود جماعة نشطة متفاعلة ومستقلة في وجودها على الوسيلة الإعلامية التي تعمل من خلالها.

---

[1] عبد الله الطويرقي: صحافة المجتمع الجماهيري، مكتبة العبيكان، السعودية، 1997 ص 95.
[2] حاتم الكعبي: السلوك الجمعي، مطبعة الديوانية الحديثة، العراق، 1973، ص 175.
[3] الطاهر بن خرف الله واخرون، الوسيط في الدراسات الجامعية، الجزائر، دار هومة للنشر والتوزيع، 2002 ص 49.

[4] عبد الأمير فيصل، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، ط1 عمان دار الشروق، 2006 ص 166.

2-2الجمهور الخاص: هو الجمهور الذي يجمع افراده بعض الاهتمامات او الحاجات او الاتجاهات المشتركة التي تميز عضويتهم في هذا الجمهور مثل الأفراد المشتركين في صحيفة ما ويصبح من بعد ذلك من واجب وسائل الاعلام استشارة هذا الاهتمام وتدعيمه وتلبية حاجاته بحيث يمكن ان نحتفظ بهذا الجمهور الذي يندمج أعضاؤه في التركيز الجمعي وينشرون بذلك الاتصال الذي يرتبط بهذا التركيز وهذا ما يبرر اختيار وسائل الاعلام للموضع الشائع بين هذا الجمهور الذي تتخذه مدخلا لتنظيم الاهتمامات وتكييفها وقدم الباحث الأمريكي كلوس تحليلا عدديا للجمهور حسب درجات مساهمته كما يلي:

3-2الجمهور المفترض: هو مجموع السكان المستعدين لاستقبال عرض وحدة اتصال أي الذين يملكون الوسائل المادية والتقنية التي تمكنهم من استقبال الرسائل الإعلامية لوسيلة معينة ومن هنا فان كل من يمتلكون أجهزة استقبال تلفزيونية او إذاعة يشكلون الجمهور المفترض لهما والجمهور المفترض

للصحيفة يقاس بعدد نسخ السحب اما جمهور الوأب المفترض حسب هذا المنظور فهو أكثر تعقيدا لأنه يتطلب توفر جهاز كمبيوتر وخط هاتفي ومودام الى جانب اشتراك في الانترنت.

4-2الجمهور الفعلي: هو مجموع الأشخاص الذين استقبلوا فعلا العرض الإعلامي مثل المواظبين على برنامج تلفزيوني او المستمعين المداومين على حصة إذاعية معينة او قراءة صحيفة او زوار موقع الكتروني يسجل حضورهم بمجرد النقر على الرابط.

5-2الجمهور المتعرض: هو جزء من الجمهور الفعلي الذي يتلقى الرسالة الإعلامية يصرف النظر عن ادراكها وعن الموقف الذي يتخذه منها فهناك من الجمهور من يستجيب للرسالة الإعلامية وهناك من يتجاهلها تبعا لتطالقها مع احتياجاته ومصالحه المادية واهتماماته الفكرية والثقافية.

-6-2الجمهور الفعال: وهو الجزء الذي يتفاعل أي يستجيب للرسالة الإعلامية وهو الجمهور المستهدف من خلال الإعلانات التجارية والدعوات الانتخابية وهو الجمهور الذي يحاول المرسل كسب وده او حياده.[1]

2- المطلب الثاني: مراحل تكوين الجمهور.

لم يتكون المفهوم الراهن للجمهور طفرة واحدة وانما مر بعدة مراحل، كان لكل واحدة منها الأثر الكافي لإضافة عناصر أساسية وإدخال تعديلات شكلية على مفهوم الجمهور وهذا تبعا للتطور التاريخي العام وتطور تقنيات الاتصال الجماهيري على وجه الخصوص وتطور مفهوم الجمهور وخضع في تشكيله في مرحلتين مهمتين حيث قسمتا كالتالي:

1-2مرحلة ما قبل ظهور وسائل الاعلام:

كانت فكرة الجمهور في اصلها تعني هؤلاء الذين يقبلون على عرض درامي او لعبة او استعراض عام يستقطب عددا من الناسو كان هذا الجمهور يتصف بعدة مميزات اذ ان جميع أفراده معروفين بذواتهم ومحددين في الزمان والمكان ذلك انهم سكان لمدينة او قرية ما، وكان تجمعهم لتشكيل جمهور

[1] علي قسايسية، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسة المتلقي، دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر أطروحة لنيل الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال جامعة الجزائر 2005،2006 ص 72

العبادة او المسرح او الملعب او السوق غالبا منضما بحكم العادة ومعين المواقع وفق للمراتب والمراكز الاجتماعية تشرف عليه سلطة دينية او روحية او إدارية حيث كان يجلس سيد القبيلة في الأول ثم تأتي حاشيته ثم النبلاء حتى نصل الى جميع الناس وقد اضفت تلك السلطات على الجمهور طابع مؤسسة تفرض سلوكيات جماعية معينة.

2-2 مرحلة ظهور وسائل الاعلام الجماهيرية:

وقد قسمت هذه المرحلة بدورها الى أربع مراحل مهمة ساهمت في إضافة عناصر جوهرية وادخال تعديلات شكلية على عدة خصائص ويتجلى ذلك في:

ـ المرحلة الأولى:

أول وأهم مرحلة في تاريخ وسائل الاعلام الحديثة كانت اختراع حروف الطباعة في القرن الخامس عشر على يد غونتمبورغ، حيث ظهر جمهور القراء بفضل التمكن من اصدار النشريات والمطبوعات بما فيها الصحف لاحقا وتوزيعها على نطق واسع مما كان عليه الحال سابقا، وقد أوجد هذا الكم من التطور النوعي تقسيما اجتماعيا واقتصاديا كان معروفا في السابق بين الأغنياء والفقراء والحضر والبدو وساعد التطور على تكوين مفهوم أولي لما يعرف حاليا الجمهور العام كفكرة او رأي يرتبط بين عدد

غير محدود من أناس يوجدون ضمن السكان ويختلفون عن عامة الناس تبعا لاهتماماتهم ومستوى ترتيبهم وتطلعاتهم الدينية او السياسية او الفكرية.[1]

المرحلة الثانية:

ان التطور التاريخي الرئيسي الثاني الذي كان له تأثير بالغ في تشكيل مفهوم جمهور وسائل الاعلام، هو الافراز الاجتماعي للثورة الصناعية التي أعطت دفعا قويا للطباعة مما اسهم في تنمية وتسويق الصحافة وخاصة الصحافة الشعبية او الموجهة الى افراد المجتمعات الجماهيرية الجديدة التي نمت حول المدن الصناعية الكبرى والمكونة خاصة من شتات من المهاجرين انتقلوا من الأرياف التي تسودها الروابط العائلية والصلات الاجتماعية الى المدن والمجتمعات الجديدة التي تتميز بالتباين بين افرادها لغياب قيم ثقافية وتقاليد واعراف اجتماعية مشتركة.

في هذه المرحلة بدأت الصحافة تتخذ شكلها الذي لايزال يلازم وسائل الاعلام والاتصال الى الوقت الراهن مع بعض التعديلات الشكلية.

ـ المرحلة الثالثة:

ومن العوامل التي ساهمت في تشكيل مفهوم الجمهور ورسم معالمه الحديثة ظهور وسائل الاعلام الالكترونية من إذاعة في عشرينيات القرن الماضي والتلفزيون في نفس القرن فقد أصبح الجمهور غير محدد في المكان حيث باعد البث الإذاعي والتلفزيوني بين افراد الجمهور من جهة وبينهم وبين المرسل او القائم بالاتصال من جهة أخرى فظهر شكلان جديدان من اشكال الجمهور هما المستمعين والمشاهدين الذين لم تعد الامية والحواجز الطبيعية تحولان دون تعرضهم للرسائل الإعلامية كما كان الشأن بالنسبة

[1] علي قسايسية، مرجع سابق ص 76

للصحافة المكتوبة.

ـ المرحلة الرابعة:

ويتمثل العنصر التاريخي الرابع في اعتناق نظريات الديمقراطية السياسية التي تعتبر وسائل الاعلام وحريتها أحد اهم مظاهرها فقد انعكس تطبيق الأفكار الديمقراطية في أنظمة الحكم على مهام ووظائف وسائل الاعلام وعلى الرقابة السياسية والاجتماعية ومبادئ الوصول اليها والمشاركة فيها كما انعكس على وعي المجتمع ككل بأهمية الاعلام ودوره في الحياة السياسية والاقتصادية والثقافية. [1]

المطلب الثالث: السمات العامة للجمهور.

يقصد بالسمات العامة للجمهور تلك الخصائص التي يشترك فيها افراد المجتمع، هذه الخصائص تتكون وفقها فئات متعددة، تصف التركيب السكاني لهذا المجتمع مثل: السن، النوع او الجنس، التعليم ...وغيرها، وتعمل هذه السمات مع غيرها من السمات الاجتماعية والفردية في تكيل خبرات الفرد

وموقعة في سياق حياته، وبالتالي فهي تؤثر في كل من شخصية الفرد ونماذج سلوكه، لذلك أصبحت دراسة هذه السمات اتجاها في بحوث الاعلام، يهدف الى تحليل تشكيلة جمهور المتلقين لمعرفة أنواع الجمهور الذي يميل الى وسيلة معينة في أوقات مختلفة ونوع المحتوى خلال ساعات البث الذي تعرف بنماذج الاهتمام.

وتصنف هذه السمات الى نوعين أساسيين: [2]

ـ **السمات الاولية:** وتنسبالى الفرد بميلاده بعدم قابليتها للتغيير مثل: السن والجنس والانتماء العرقي.

السمات المكتسبة: القابلة للتغيير مثل اللغة والدين والإقامة والوظيفة والتعليم والدخل.... وكل ما يتعلق بالمستوى الاجتماعي.

ومن بين الفئات الشائعة في دراسة السمات العامة:

1. **النوع:** لقد أظهرت الدراسات في وق مبكر ان للجنس تأثير في التعرض لوسائل الاعلام ومضامينه وتستخدم فيها فئات الذكور والاناث او الرجال والنساء دون استخدام فئات فرعية يشير الاهتمام باستخدام هذه الفئات في وصف جمهور وسائل الاعلام نظرا لتباين رد الفعل الموجودة بين الذكور والاناث ويعتبر النوع او الجنس أكثر قابلية في دراسات الجمهور خاصة عندما تستهدف دراسة النوع والسن معا لأنه في الغالب نجد ان فئتي الرجال والنساء تحمل في معناها وصفا للنوع والسن معا.

ومهما كانت الدراسات الإعلامية الخاصة بجمهور وسائل الاعلام فلا يمكن ان تعتمد على وصف جمهور المتلقين في حدود فئة الجنس فقط بل يجب الاعتماد على سمات أخرى مثل: السن، التعليم،

[1] نفس المرجع ص 76

[2] محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الاعلام، الطبعة الأولى، مصر عالم الكتب، 1993 ص 36.

المهنة وغيرها، باعتبار ان هذه الفئات هي التي تعكس عادة المستويات الادراكية والمعرفية التي يستند اليها لفرد في تكوينه لآرائه واتجاهاته وليس النوع فقط.

2. **السن:** يتأثر الفرد في سلوكه بما يكسبه من مهارات او خبرات في البيئة الخارجية المحيطة به او أيضا بمستوى النضج في خصائصه البنائية التي تميز المراحل المختلفة في عمر الانسان.
3. **التعليم:** كان الاتجاه السائد في دراسة الجمهور يميل الى تصنيف هذا الأخير على أساس المستوى التعليمي الى فئات تتفق مع المراحل التي يحددها النظام التعليمي في الدولة مثل: التعليم الابتدائي، التعليم المتوسط، التعليم الثانوي، التعليم الجامعي او العالي، وتعتبر فئة الامية ضرورية وبصفة خاصة في المجتمعات التي ترتفع فيها نسبة الامية وترتفع معها نسبة تمثيلها في مجتمع البحث او العينة وهذه الفئة تعكس الامية الحقيقة أي من لا يقرأون ولا يكتبون ولكن يعرضون انفسهم الى الصور ويذهبون الى السينما ويشاهدون التلفزيون ويستمعون الى الراديو.
4. **الحالة الاقتصادية:** تعتبر من السمات الهامة التي تنال اهتماما كبيرا في وصف الجمهور فالحالة الاقتصادية قد تعكس قدر الجهد المبذول الذي يعتبر أحد العوامل الهامة في تفضيل الفرد لوسائل الاعلام، هذا الجهد قد يؤثر فيه سهولة الحصول على وسائل الاعلام او الوقت المتاح لدى الفرد للقراءة او الاستماع او المشاهدة.

وفي التفرقة بين مستويات الحالة الاقتصادية فان الباحث يلجأ الى أحد الخيارين:

- أي ان يضع فئات تعبر عن مستويات الحالة الاقتصادية مباشرة، بشرط الاتفاق على معايير محددة لحدود هذه المستويات:
عاليةـ فوق متوسطةـ متوسطةـ منخفضة.
- أو وصف المؤشرات الدالة على الحالة الاقتصادية مثل:

فئات الدخل ـ المهنةـ الملكيات وتعددها ـ نوع المسكن ـ محل الاقامة ـ عدد غرف المسكن ـ ملكية أجهزة الراديو والتلفزيون.

هذه المؤشرات هي على سبيل المثال وليس الحصر، تختلف من مجتمع لأخر حسب الظروف الاجتماعية والاقتصادية السائدة في المجتمع.هكذا أصبحت لهذه الاحصائيات الوصفية دلالات اجتماعية منذ ان نلاحظ روبرت ميرتون منذ 1949 ان بعض السمات مثل السن والجنس والتعليم والدخل لها دلالات في النموذج الإعلامي. [1]

[1] نفس المرجع ص 42 –51.

خلاصة:

ليس من الغرابة في شيء أن تقول ان قياس الاتجاه والجمهور هو مسألة ضرورية وحيوية لكل المجتمعات على اختلاف توجهاتها، فعندها يتبين التراث الفكري في مجالي الاتجاه.

والجمهور نلاحظ ان الأهمية الكبرى له، باعتباره محركا من محركات التغيير الاجتماعي، وهو ما يبرز لنا حيوية واهمية الوظيفة التي يمارسها الاتجاه والجمهور في المجتمع.

الفصل الثاني:

مصداقية الأخبار المسموعة.

مقدمة فصل

المبحث الأول:ماهية المصداقية.

المطلب الأول:مفهوم المصداقية ومكوناتها.

المطلب الثاني:أبعاد المصداقية.

المطلب الثالث: مقاييس المصداقية.

المبحث الثاني: ماهية الأخبار المسموعة.

المطلب الأول:مفهوم الخبر الإذاعي.

المطلب الثاني:كيفية كتابة الأخبار الاذاعية.

المطلب الثالث:مصادر الأخبار في الإذاعة المحلية.

المطلب الرابع: الأخبار وعلاقتها بالمصداقية.

خلاصة فصل

مقدمة فصل

يهدف هذا الفصل الى التعرف على مصداقية الاخبار المحلية يتناول الباحث في المبحث الأول عن مفهوم المصداقية والتي تعتبر مكونا أساسيا لنجاح عملية الاتصال ومهمة بالنسبة للقائم بالاتصال او الجمهور المستقبل للرسالة والتي تبرز أهمية تجعل الرسالة أكثر اقناعا وتكسب رضا الجمهور وتناولنا أيضا مكوناتها وأبعادها والمقاييس المهمة التي يستخدمها الباحثون.

أما المبحث الثاني ماهية الاخبار المسموعة يتناول عن مفهوم الخبر الإذاعي وكيفية كتابة خبر إذاعي واهم مصادر الأخبار في الاذاعة المحلية، وفي الأخير تكلمنا عن الأخبار وعلاقتها بالمصداقية.

والخبر الإذاعي هو وصف موضوعي لحدثأو رأي أو موقف أو فكرة أو قضية، تتوافر فيه قيم إخبارية تجعل الإذاعة تقدمه إلىجمهورها".

المبحث الأول:ماهية المصداقية.

المطلب الأول:مفهوم المصداقية ومكوناتها.

أولا: مفهوم المصداقية: يسعى الناس للحصول على معلومات من أجل المعرفة، وعملية التماس من المعلومات هي عملية متكررة، وتعتمد الى حد كبير على الحالة المحددة لطالبها، ويمكن أن يقتصر تأثير المعلومات في التعلم (حيث يمكن ببساطة أن يتم تخزين المعلومات واسترجاعها)، ولكن في كثير من الحالات ، هناك تأثير أكبر لهذه العملية، حيث يمكن تمرير المعلومات الى الاخرين، ويمكن استخدامها لصنع القرارات، كما يمكن أن تؤثر على المواقف والسلوكيات، فنحن نواجه قدرا كبيرا من المعلومات في حياتنا اليومية، ومعظمها يتم ترشيحه ونحتفظ فقط بما هو مفيد لنا، ومن أهم المعايير التي تستخدم لتصفية المعلومات هي المصداقية.[1]

فالمصداقية تعتبر مكونا أساسيا لنجاح عملية الاتصال، لذا فهي أحد المعايير المهمة المميزة بين وسيلة وأخرى، وهي مهمة كذلك سواء بالنسبة للقائم بالاتصال او الجمهور المستقبل للرسالة.

وتبرز أهمية المصداقية في انها تجعل الرسالة أكثر اقناعا، كما تعد عاملا أساسيا في تحديد العلاقة بين القارئ والصحيفة، فاذا تكون لدى الراي العام اعتقاد بان الوسيلة الإعلامية غير موضوعية فإنها تتعرض بذلك لفقدان مصداقيتها لديه.[2]

فتعريفها متداخل جدا ولكن ببساطة يمكن تعريفها على انها الصدق، وكذلك الانصاف وعدم التحيز، والجدارة بالثقة، والسهولة في الاستخدام، والموثوقية، وأيضا جاذبية الوسيلة نفسها او جاذبية مصادر الاخبار، وطريقة عرض وإخراج مواضيع إخبارية معينة يجعلها أكثر مصداقية.

وبناء على ما سبق يرى الباحث اجرائيا أن مفهوم المصداقية يقوم على رضا الجمهور عما تقدمه وسائل الاعلام المختلفة، بحيث تشمل جميع مؤشرات المصداقية ومكوناتها كالشمولية والتعددية والتوازن

[1]Nadine, wg Jacquelyn, B, journal of the American society for information science and technology (P.134).

[2]محمود، علم الدين مصداقية الاتصال، (د. ط) القاهرة: دار الوزان للطباعة والنشر 1989م ص 07.

والدقة والموضوعية والشفافية...الخ وأنها درجة الثقة في المحتوى المقدم للجمهور بمختلف اشكاله، وما يتكون لدى الجمهور من ثقة.[1]

ثانيا: مكونات المصداقية:

تشير مكونات المصداقية الى الرؤية النظرية والمنهجية لمصداقية وسائل الاعلام بوصفها متغيرا متعدد الأبعاد، وينطوي هذا المتغير على اثني عشر 12 بعدا ترتبط ارتباطا وثيقا بالفئات الاتية:

1. سمات التغطية الإخبارية: وتشمل على ستة أبعاد تتمثل في قدر الثقة في المضمون، والشمولية في التغطية، والفصل بين الحقائق والآراء، والدقة في المعلومات، والعدالة أو الانصاف.
2. تصورات الجمهور حول القائم بالاتصال والوسيلة لتكتيك الغموض وعدم الشفافية في طرح القضايا، والتركيز على مصلحة الوسيلة دون اعتبار لمصالح الجمهور واهتماماته.
3. الأداء الإعلامي: ويشمل على ثلاثة أبعاد تتمثل في: احترام خصوصية الأفراد، المسؤولية الاجتماعية، ومراعاة المصالح الشخصية لأفراد الجمهور.[2]

ويوجد تمييز بين ثلاث مكونات للمصداقية في جميع أنواع مواقع الانترنت وهي: المصداقية المرتبطة بالإثارة، والمصداقية المرتبطة بالتصميم، والمصداقية المرتبطة بالمحتوى، وتمكن المصداقية المرتبطة بالإدارة داخل المنظمة التي تملك الموقع الإلكتروني، بينما تتألف المصداقية المرتبطة بالمحتوى من العناصر المكتوبة في الموقع، فلا عن كيفية عمل الموقع، وتستند المصداقية المرتبطة بالتصميم على المظهر او العلامات التجارية التي يصنعها مصمم الموقع. [3]

المطلب الثاني: أبعاد المصداقية.

توجد للمصداقية أبعاد مختلفة تتصل بالمصدر والوسيلة والرسالة، وتؤثر جميعها على ثقة القارئ ويتح ذلك مما يلي:

أـ مصداقية المصدر:

يعرف المصدر على أنه: منشئ الرسالة الاتصالية "ومن ثم فهو كل من شارك في هذه الرسالة من اعداد وتقديم، ويرى العديد من الباحثين مصداقية المصدر بوصفها ذلك الخيال الذي يعتقد المستقبل في المصدر وهي تعني قابلية المصدر للتصديق او الثقة فيه"[4]

وتمر عملية مصداقية المصدر بثلاث مراحل للتصديق وهي:

1. التصديق المبدئي: وهي مرحلة التصديق المسبق قبل أن يبدأ المصدر في تقديم الرسالة ويتحدد هذا التصديق بالتجارب السابقة والمظهر الشخصي.

[1] محمد حجاب، الموسوعة الإعلامية، (د، ط) القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع 2003م ص 229.
[2] ريهام الحبيبي، مصداقية المضامين الدينية الإسلامية في وسائل الاعلام الجديدة لدى الجمهور المصري: دراسة مقارنة (رسالة دكتورا غير منشورة)، جامعة المنصورة، 2014 ص 104.
[3] نفس المرجع ص 105.
[4] سابق احمد، علاقة المقيمين المصريين في دول الخليج العربي بالحافة المصرية: دراسة تحليلية (رسالة دكتورا غير منشورة) جامعة القاهرة 2007م ص 231.

2. التصديق النابع من الظرف الاتصالي: وهي تتحدد بناء على خصائص المصدر التي ندركها أثناء الحث الاتصالي، فالمصدر ينقل خبرات لفظية وغير لفظية تشير الى خصائصه مثل جدارته بالثقة وكفاءاته وديناميكيته، وفي نهاية الاتصال يكون المتلقي صورة عامة عن المصدر.
3. التصديق النهائي: وهي الصورة التي حصل عليها الجمهور عن القائم بالاتصال مع نهاية عملية الاتصال، وينتج تفاعل المصداقية المبدئية مع المصداقية المستوعبة من الظرف الاتصالي. [1]

ولتدعيم مصداقية المصدر لدى الجمهور يجب الاخذ بالتعليمات الاتية:

ـ محاولة الرجوع الى خبرات شخصية غير مبالغ فيها مع الاستشهاد بمصادر ذات ثقة ومعروف عنها رؤاها المؤثرة في هذا السياق.

ـ محاولة الإيحاء للجمهور بمدة مشاركته لهم في معتقداتهم وتوجهاتهم ليصبح محل ثقتهم.

ومن العوامل التي تؤثر على مصداقية المصدر هي:

- ✓ توافر الخبرة لدى المصدر ومدى المامه بجوانب الموضوع الذي يتحدث عنه.
- ✓ توافر الثقة في المصدر من جانب المرسل، واوضح مثال لها في عملية الاتصال الشخصي والثقة في الأصدقاء والمعارف أكبر من الثقة في غير الأصدقاء.
- ✓ توافر درجة الاعجاب بالمصدر وهي التي ترتبط بمدى قدرة المصدر على ان يكون أكثر جاذبية للجمهور.[2]

ب ـ مصداقية الوسيلة:

حسن استغلال الوسيلة لخصائصها يكسبها درجة اعلى من المصداقية، وهي تعني قابلية الوسيلة الاتصالية للتصديق استنادا الى الثقة بها، والتي تتبع من خصائص الوسيلة نفسها، ومن الصورة الذهنية المتكونة لها في نفوس الجمهور، فما يزيد من مصداقية الوسيلة ان نحسن استخدام خصائصها في الاتصال بالجماهير،فما يزيد من مصداقية الوسيلة ان نحسن استخدام خصائصها في الاتصال بالجماهير، فالإذاعة تختلف عن الصحافة وتختلف عن التلفزيون وتختلف عن الانترنت.

ج ـ مصداقية الرسالة:

الرسالة هي المنبه الذي يقدمه المصدر الى الجمهور عبر وسيلة الاتصال وتتوقف قابليته للتصديق على عدة عوامل وهي:

- ان تصمم الرسالة وتقدم بشكل يلفت انتباه المستقبل الذي توجه اليه.
- ان تستخدم الرسالة علامات ورموز تشير الى خبرة مشتركة بين المصدر والمستقبل.
- ان تثير الرسالة قضايا مرتبطة باحتياجات المستقبل وهمومه.
- ان تقترح وسائل لتحقيق الاحتياجات الملائمة لظروف الجماعة التي يرتبط بها المستقبل.
- ان تتفق الرسالة مع مستوى المستقبل الثقافي.
- اليسر والسهولة، في تناول الحقائق.

[1] محمود علم الدين، مصداقية الاتصال، المرجع السابق ص 29.
[2] حسن سمير، الاعلام والاتصال بالجماهير والراي العام، القاهرة: عالم الكتب، 1984ص 129–162.

- نشر الحقائق، بكل ابعادها السلبية.
- الدقة في تناول الخبر.[1]

المطلب الثالث: مقاييس المصداقية:

ساهمت بحوث المصداقية في الأدبيات الغربية الى تحديد معايير ومقاييس لمصداقيةوسائل الاعلام بشكل عام، حيث استفادت الدراسات الإعلامية المتعاقبة والتي تطرقت إلى مفهوم المصداقية من هذه المعايير واستخلصت منها أكثر الأبعاد شيوعا في عملية قياسالمصداقية.

وتنقسم مقاييس المصداقية الى قسمين:

أ ـ مقاييس المصداقية في المدرسة العربية:

في المدرسة الإعلامية العربية يعتر سيد محمد من أوائل الباحثين الذين تطرقوا إلىموضوع المصداقية في وسائل الإعلام، حيث حدد الدكتور محمد سيد محمد أربع مقايسرئيسية لقياس المصداقية في الإعلام العربي وفي الإعلام بصفة عامة، وهذه المقاييس هي:

1 -المقياس اللغوي: والذي يعتمد على وضوح اللغة في التعبير، مما يجعلها عاملا حاسمافي صدق الرسالة الإعلامية.

2 -المقياس الإيديولوجي: وهو حجب النظرة المحايدة والمتعددة الأبعاد من الواقعة الإعلاميةبسبب النظرة الاجتماعية التي يلتزم بها الإيديولوجيون.

3 -مقياس جزئية المعرفة: ويرتبط بجهل القائم بالاتصال وعدم معرفته العامة بالموضوعالذي يكتب عنه.

4 -مقياس التزوير: الذي يرتبط بتحريف الرسالة الإعلامية، وإخفاء جوانب من الخير وصرف الانتباه وما إلى ذلك مما يمكن إجماله في الدرجات المتعاونة من التزوير.

ب ـ مقايس المدرسة الغربية:

من الدراسات المهمة التي تناولت مقاييس المصداقية دراسة قام به كل من حازبانوومكارثي ;Mcgrath; and Guzianoوالتي كانت بعنوان قياس مفهوم المصداقية منمنظور الجمهور على وسيلتي الصحافة والتلفزيون، وقد قام الباحثين بصياغة معايير على شكلأسئلة تم توجيهها إلى الجمهور، وهذه المعايير هي: التوازن أو الحياد، الوضوح، الشمول،الدقة، احترام الجمهور، ومراعاة اهتمامه، فصل الرأي عن الوقائع، الثقة، كفاءة الصحفي. [2]

المبحث الثاني: ماهية الأخبار المسموعة.

المطلب الأول:مفهوم الخبر الإذاعي.

[1] منى هاشم، مصداقية مواقع بعض الصحف المصرية على الانترنت وعلاقتها بتفضيلات الجمهور المصري: دراسة تحليلية ميدانية على عينة من الريف والحضر (رسالة دكتوراة غير منشورة)، جامعة المنوفية، 2012مصر، ص 67.

[2] نايف مطلق فهد العتبي، مصداقية الاخبار التلفزيونية لدى طلاب وطالبات الملك سعود دراسة مقارنة بين القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة، دراسة مكملة لنيل شهادة الماجيستر في الاعلام، السعودية، ص 41.

لم يعد الخبر الصحفي مجرد وصف اعتيادي لحدث معين يحظى بالاهتمام، بل أصبح صناعةمميزة لها سماتها الخاصة وهذه الصناعة الصحفية دخلت وتفاعلت فيها عدة عواملأسهمت في تطوير أساليبها وطرائق إيصالها إلى الجمهور.

فقد شهد النصف الثاني من القرن الماضي ظهور أنماط جديدة من أساليب تحرير وكتابةالخبر، وتغيرت النظرة الأولى إلى الخبر تعريفا ومفهوما وأصبحت عملية إعداده وصناعتهمتقنة ومعقدة تجاوزتالوصف الاعتيادي للأحداث الجارية لتصبح عملية دقيقة لها وسائلهاوأساليبها وفلسفتها الخاصة.

وكثيرا ما كنا نقرأ في كتب الصحافة عدد من التعريفات للخبر تكاد تلتقي في نقطة محدودةهي أن الخبر: وصف لحدث يحظى باهتمام بعضها الآخر من التعريفات نظرت إلى الخبر على أساس الفائدة التي يحققها للوسيلة وللجمهور فضلا علىأن هناك نظرة أخرى للخبر تقومعلى أساس وظيفتهاالإعلامية تعده أساس المادة الإخبارية جميعها، هذه الاختلافات في النظرةإلى الخير جاءت من الاختلاف المختصون في الفكر والثقافة والاتجاهات والميول والتجاربالشخصية ناهيك عن الاختلاف في مجال العمل فمنهم أكاديمي والآخر ممارس.

عرف الدكتور فاروق أبوزيد الخبر "هو تقرير يصف في دقة موضوعية حادثة أو واقعة أوفكرة صحيحة تمس مصالح أكبر عدد من القراء وهي تثير اهتمامهم بقدر ما تساهم في تنميةالمجتمع وترقيته"أي أن الخبر هو كل ما يحدث ويقع في إطار اهتمام القارئ أو المستمع أوالمشاهد، والخبر هو فكرة أوحدت أو رأي يقع في وقت معين ويرتبط باهتمامات أو يثير اهتمامات الجمهور بشكل عام.

زمن المعلوم إن الخبر يكتسب صفته من الوسيلة التي تناقله وفي بحثنا هذا نتناول الخبر الإذاعي الذي عرفه الدكتور محمد عوض "ان الخبرالإذاعي هووصف موضوعي لحدثأو رأي أو موقف أو فكرة أو قضية، تتوافر فيه قيم إخبارية تجعل الإذاعة تقدمه إلىجمهورها".

فالخبر الإذاعي: هو ما تعرفه الإذاعة على أنه خبر، والخبر تطور من المسموع ثم إلىالمخطوط ثم إلى المطبوع ثم إلى المسموع (الإذاعة) ثم إلى المرئي.والخبر الإذاعي هو أساس كافة الأشكال الإخبارية الأخرى في الإذاعة، فعليه تقوم ومنهتسند مضمونها، وبه يمكنها الاستمرار، ومن خلاله تؤدي الإذاعة وظيفتها الإخبارية[1].

[1]محمد معوض، الخبر الإذاعي والتلفزيوني، ط2، دار الكتاب الحديث، 200 ص 09.

المطلب الثاني: كيفية كتابة أخبار الإذاعة.

- قواعد الكتابة الإذاعية:

تتعدد الشروط الواجب توافرها في النصوص الإذاعية التي تقدم في البرامج الإذاعيةالمختلفة، ويمكن وصف هذه الشروط بأنها قواعد ينبغي مراعاتها في الكتابة للإذاعة وبدونمراعاتها تفقد النصوص الإذاعية أهميتها كمضامين تلائم الإذاعة كوسيلة إعلامية.

-دقة الصياغة اللغوية:

تطلب صياغة النصوص الإذاعية الدقة الشديدة في اختيار الكلمات بحيث تعبر عن المعنىالمطلوب التعبير عنه.

- الوضوح في كتابة النص الإذاعي:

يتحقق الوضوح في النص الإذاعي من خلال الجمل القصيرة والبسيطة والابتعاد عنالأساليب اللغوية المعقدة.

-الإيناس في النص الإذاعي:

يتحقق ذلك من خلال التآلف بين الكلمات، بمعنى أن تكون كل كلمة ملائمة للكلمة التيتليها، غير منقرة منها ولا مباينة لها.

-الإيجاز:

يقصد بالإنجاز تقديم المعنى المطلوب بأقل عدد ممكن من الكلمات دون إخلال بالمعنى.

- التشويق وإثارة الاهتمام:

القاعدة الأساسية في الكتابة الإذاعية أن يكون البرنامج الإذاعي مشوقا أيا كان الموضوعالذي يتناوله، الكلمة لها دور مهم في أن تحكي وتشرح ونصف بطريقة حية ومسلية ومشوقةوبدون ذلك يفشل في تحقيق هدفه.

-مراعاة الذوق والآداب العامة:

فالمادة الإذاعية ينبغي أن تراعي أخلاقيات المجتمع وقيمه، حيث يمنع تقديم أي مضامينجنسية أو تتصل بالمقامرة وتناول الخمور، أو مواد تتعرض للأديان بشكل محرف أو مضللأو خاطئ، أو أي مواد من شأنها أن تشجع المستمعين على الخروج على المنظومة القيميةللمجتمع.

- التبسيط في صياغة الأرقام والوحدات القياسية:

يتعين في الكتابة الإذاعية ضرورة استخدام التقريب والتبسيط والتشبيه، كما يتعين استخدامالوحدات القياسية المعروفة للمستمعين[1].

-صياغة المصطلحات الأجنبية:

[1]سعد لبيب، كرم شلبي، الصحافة الاذاعية، دار الحرية للطباعة والنشر، بغداد، 1972ص43.

يتعين كتابة المصطلحات الأجنبية باللغة العربية بالإضافة إلى وضعها بين قوسين باللغةالأصلية لها، ويستهدف ذلك تسهيل مهمة مقدم النص الإذاعي.

- الاستخدام الصحي لعلامات الترقيم:

ترجع أهمية الاستخدام الجيد العلامات الترقيم إلى تأثيرها المباشر والملحوظ في الإلقاء فهيترتبط بالوقف أثناء الإلقاء، كما أنها ترتبط بالتلوين الصوتي والنبر وغير ذلك من مستلزماتالإلقاء الجيد، بجانب كونها من مستلزمات وضوح النص وفهم معانيه.

- مراجعة النصوص الإذاعية:

الفائدة المراجعة التأكد من أن النص الإذاعي يشتمل على المعاني والأفكار المطلوبتوصيلها للمستمعين بدقة وضوح، كذلك التأكد من سلامة اللغة نحوا وصرفا وهجاء وأسلوباحيث يستقيم المعنى.

- الإخراج الفني للنصوص الإذاعية المكتوبة:

يفضل أن يكون النص الإذاعي مكتوبا على وجه واحد من الورقة، مع ترك مسافة مناسبةبين السطور، ومقسما إلى فقرات تعبر كل منها عن فكرة معينة.[1]

المطلب الثالث: مصادر الأخبار في الإذاعة المحلية.

تشمل غرفة الأخبار الإذاعية على عدد من المصادر التي يمكن الاعتماد عليها، ووفقا لعددهذه المصادر وكمية الأخبار التي تتدفق منها تتحدد كفاءة التغطية الإخبارية لمحطة الراديوومن هذه المصادر هي:

1. **وكالة الأنباء:**

تعد من أهم المصادر التي تعتمد عليها الإذاعة في الحصول على الأخبار، كونها تنفردبإمكانيات خاصة لا تتاح بأي حال من الأحوال للصحف أو الإذاعات، فلديها من المندوبينوالمراسلين والمكاتب الخاصة وأجهزة الاتصال السريعة ما يمكنها من تغطية الأحداث علىمستوى العالم كله في أقصر وقت ممكن.

2. **المراسلون:**

وهم من كبار المخبرين الصحفيين وذوي الخبرة الجيدة والقدرة العالية على جمع المعلوماتوابتداع الأفكار والموضوعات، فالمراسل أو المندوب هو شخصية المحطة التي يعمل فيهافهو الذي يمكن ان يأتي بمزيد من التفاصيل عن الأحداث ويستخرج منها ما يؤكد شخصيةمحطته وما يخدم سياستها ويحقق أهدافها والمراسلين نوعان (مراسل داخلي ومراسل خارجي).

3. **الإذاعات المحلية والأجنبية:**

تعتبر الإذاعات مصدرا مهما من مصادر الأنباء ولا سميا في تلك الدول التي تخضع فيها الإذاعة لإشراف الحكومة وسيطرتها إذ تعبر الإذاعة عن الاتجاهات الرسمية للدولة، وللأهميةالإذاعة الأجنبية كمصدر للأخبار قامت الوكالات والصحف الكبرى بإنشاء قسم للاستماع يضمأجهزة استقبال إذاعية أجهزة تسجيل ليتم تسجيل ما تذيعه جميع محطات الإذاعات في العالم.

[1] سعد لبيب، كرم شلبي نفس المرجع ص 43.

4. الصحف المحلية والعالمية:

في كثير من الأحيان تنفرد الصحف أو المجلات المحلية أو الأجنبية بنشر خبر مهم أو وثيقةخطيرة قد تنقلها الصحف الأخرى أو تنفرد بإجراء عدد من الأحاديث الصحفية مع الزعماءالمحليين أو الأجانب وقد يحوي الحديث تصريحات مهمة تعد وسائل الإعلام نقلها عنها.

5. المؤتمرات الصحفية:

تعد المؤتمرات هذه من المصادر المهمة للأخبار التي تدلي بها إحدى الشخصيات وفيحضور أكثر من صحفي لشرح سياسة جديدة أو قوانين أو مناقشة قضية تهم الرأي العام.

6. المراسل المحلي:

هو المراسل الذي توفده الإذاعة في المناطق أو مدن داخل الدولةلتزويد الإذاعة بأنباء وقصص إخبارية في تلك المناطق.

7. خدمة التبادل الإخبارية:

نتيجة لضعف إمكانيات بعض المحطات الإذاعية في كثير من المجتمعات، وصعوبة تامينحاجاتها من الأنباء التي في إطار اهتمامات جماهيرها فقد برزت الحاجة إلى قيام بعض الأنظمة الإقليمية في مجال التبادل الإخباري بهدف خفض الأعباء المالية على المؤسساتالإذاعية وذلك عن طريق تبادل خدماتها الإخبارية بين الدول الأعضاء في تلك الأنظمة ومنها:

اتحاد الإذاعات الأوربية الذي أنشئ عام 1949.

اتحاد إذاعات الدول العربية الذي أنشئ عام 1980.

الجهاز العربي لتبادل الأخبار.

8. مصادر أخرى:

ان المصادر التي سبق وان تم ذكرها هي ليست الوحيدة فهناك مصادر للأخبار تختلف وتنوع بحسب الوسيلة وتخصصها ولونها السياسي وسياستها التحريرية ومنهذه المصادر:

1 -الأصدقاء والزملاء ومعاونو الشخصيات البارزة في المجتمع.

2 -المجلات المتخصصة.

3 -رسائل القراء

4- الحفلات والمهرجانات واللجان الرسمية والشعبية.ذ

المطلب الرابع: الأخبار وعلاقتها بالمصداقية.

إن الخبر الصحيح هو الذي يصنع مصداقية الوسيلة الإعلامية «Credibility" بينجمهورها، فالمتلقي يتعامل مع وسيلته لمعرفة ما وقع بالفعل من أحداث ووقائع، فإذا التفت هذهالإمكانية لم يعد هناك مبرر للتعامل مع الوسيلة أصلا، فالخبر الصحيح (الصادق) هو مبرروجود أي وسيلة إعلام حادة تدرك حقيقة دورها الاجتماعي وتعي خطورة مسؤوليتها إزاءجمهورها، إن من الأسئلة الكبيرة المطروحة في الإعلام هو سؤال "الحقيقة" هل هي موجودةفعلا في الإعلام وبأي نسبة؟ والسؤال يفتح على أسئلة كثيرة تتفرع منه، ومنها موضوع بحثناعن مصداقية الاخبار المسموعة.

تقدم لنا التقنيات الحديثة صوتا نقيا وواضحا ومؤثرات صوتية تنقلنا إلى عوالم مجهولة وبعيدة في إطار من اليسر والسهولة، لكن هذا ليس الوحيد في عالمالصحافة والإعلام، إن أشكالا جديدة تتقدم اليوم إلى الواجهة، سواء في الصحافة المكتوبة أوالمرئية المسموعةالتحقيق التقرير الحوار والنقاش وبدأ الخير يفقد شيئا من قدسيته، صحيح أنه مازال عصب الإعلام، منه تتفرع بقية الأشكال، فلا تحقيق بدون خبير ولا تحليلأو تعليق.. لكن هذا الخبر بات يخضع أكثر فأكثر التدخلات وإضافات يفرضها أيضا تسارعفي مقتضيات المهنة، فهناك أولا المنافسة المتزايدة حدة يوما بعد يوم بدأت الوسائلالإعلامية،

وهناك رؤوس الأموال الهائلة المستثمرة في هذا القطاع، وهي رؤوس أموالعائدة إما لدول، وإما إلى مؤسسات ضخمة وإما إلى قوى اقتصادية أو قوى سياسية ممولةأيضا، فطبيعي إذا أن تكون هذه القوى منحازة، وطبيعي أن يؤدي ذلك إلى التداخل المهنيبالمصلحي وبالسياسي وأن يؤثر في طبيعة المهنة ذاتها التي تنتقل من أيدي المهنيين إلى أيدي المهنيين الى ايدي أصحاب السلطة والنفوذ. [1]

[1] عبد القادر شعباني، راغب جابر واخرون: المعالجة الخبرية التلفزيونية العبية بين المتطلبات المهنية والتوجهات السياسية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، تونس ص 18.

خلاصة للفصل:

من خلال ما سبق نرى بان المصداقية هي الصدق وكذلك الانصاف وعدم التحيز والجدارة بالثقة والسهولة في الاستخدام وتعتمد على أسلوب الاقناع لجمهورها وتعتمد في مصداقية الاخبار على الموضوعية والدقة والتوازن.

وتقديم الاخبار أكثر صدقا وموثوقية للوصول الى اعلى معدل للمصداقية فيما يحقق رغبات الجمهور.

الفصل الثالث:

الإطار التطبيقي للدراسة

1. مجتمع الدراسة الميدانية.
2. عينة الدراسة وطريقة اختيارها.
3. أدوات جمع البيانات

1ـ مجتمع الدراسة الميدانية:

مجتمع الدراسة يعني التعرف على حدود جسد المحتوى الذي سيتم دراسته وهذا بدوره يتطلب وضع تعريف مناسب للمجتمع، موضع الدراسة أي يجب ان تكون هناك بيانات محدد وواضحة عن المطلوب.[1]

فمجتمع البحث هو المجتمع الأكبر او مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة. [2]

انطلاقا من موضوع الدراسة حول اتجاهات الجمهور إزاء مصداقية الاخبار المسموعة وتركيزها على هذا الأخير في الجانب التطبيقي تم تحديد مجتمع البحث على جمهور اذاعة المدية، حيث يتكون مجتمع الدراسة من 121 شخص الذي شمل جمهور إذاعة المدية بصفة عامة.

2ـ عينة الدراسة وطريقة اختيارها:

العينة في البحث العلمي:" هي الجزء الذي يختاره الباحث، وفق طرق محددة ليمثل مجتمع البحث تمثيلا علميا سليما" وتستخدم حالات العينة في حالات المجتمعات الكبيرة التي تعد مفرداتها بالآلاف والملايين حيث يتعذر اجراء الدراسة عن طريق الحصر الشامل.[3]

اعتمدنا في هذه الدراسة على العينة العشوائية التي يشير معناها الى (تعرف في البحث العلمي بكونها عينات يتم اختيارها بشكل عشوائي، بحيث تمثل كافة عناصر المجتمع، اذ يتجه الباحث العلمي الى الاعتماد على أسلوب اختيار العينة العشوائية لإعطاء كافة افراد المجتمع فرص متساوية للاشتراك دون التأثير في اختيار الفرد، قمنا بتوزيع الاستمارة الكترونيا والتي شملت 121 شخص قمنا بتصميم 3 ثلاث محاور للاستمارة والتي تضمنت 28 سؤالا موجها لمجتمع البحث، صيغت الأسئلة بشكل مباشر ومفهوم لجميع الفئات.

[1] حبال محمد أبو شنب، أصول الفكر والبحث العلمي ومناهجه "القاهرة، المكتبة الاكاديمية، 1986 ص 45.
[2] محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية " القاهرة، عالم الكتب، ط2 2004 " ص132.
[3] احمد بن مرسلي، مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال الطبعة الثانية الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية،2006 ص286.

3ـ أدوات جمع البيانات:

باعتبار أننا اعتمدنا على هذه الدراسة على المنهج المسحي والوصفي، تم الاعتماد على أداة الاستمارة التي عن طريقها يمكن جمع المعلومات والبيانات المستهدفة في البحث العلمي والخاصة لجمهور الإذاعة وكذا اتجاهاتهم نحو مصداقيتها.

للاستمارة معان عديدة منها الاستفتاء، الاستقصاء، معان تشير الى وسيلة واحدة لجمع البيانات.

وتعتبر مجموعة من الأسئلة ترسل للمبحوثين بطريق اليد او تسلم باليد او تنشر بالجرائد والمجلات، او تذاع بالإذاعة او تعلن بالتلفزيون ليجيبوا عليها ويعيدوها للباحث[1].

ـ والاستبيان في البحث العلمي هو تلك القائم من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعة، لتقدم الى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبينات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة.[2]

تضمن الاستمارة التي قمنا بتصميمها لإعداد هذه الدراسة ثلاث (03) محاور، والتي تتضمن بدورها ثمانية وعشرون (28) سؤالا موجهة لمجتمع البحث، حرصنا على ترتيب الأسئلة وتوضيحها واعطائها الصيغة المباشرة دون وضع الفرد المستجوب في حالة من الغموض او الحرج وتم تعيينها على عينة من الجمهور قبل عملية التوزيع النهائية.

ـ **البيانات الشخصية:** وتضمنت الأسئلة المتعلقة بدراسة العلاقة بين المبحوثين والمتغيرات التالية: الجنس، السن، المستوى التعليمي، المهنة.

ـ **المحور الأول:** وهي أسئلة عامة حول أوقات واهتمامات الجمهور للاستماع لإذاعة المدية.

ـ **المحور الثاني:** تمحورت أسئلة هذا المحور حول تقييم البرامج الإخبارية التي يتم عرضها.

ـ **المحور الثالث:** تضمن الأسئلة حول اتجاهات الجمهور إزاء مصداقية الاخبار المسموعة لإذاعة المدية.

[1] محي محمد مسعد: كيفية كتابة الأبحاث والاعداد للمحاضرات، ط1 المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، ص 28.
[2] أحمد بن مرسلي: مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال: مرجع السابق ص 220.

1) البطاقة الفنية لإذاعة المدية:

1- لمحة تعريفية عن إذاعة المدية:

1-1 نشأة وتطور إذاعة المدية : في إطار الاستجابة للقرار الوزاري الوطني الذي أصدرته الدولة الجزائرية في سياسة تفعيل الاعلام الجواري، بغية ضمان تغطية شاملة لكافة أقطار الوطن الجزائري، تم الإعلان عن انشاء اذاعات محلية في ولايات الوطن، ومن هذه الإذاعات المحلية نجد إذاعة المدية الجهوية، التي نشئت في 22مارس 2010 م ، ومن هذا الخط أعلنت الانطلاقة الفعلية للبث الإذاعي بالمدية تبث برامجها على مدار 07 ساعات و عشرون دقيقة يوميا من الساعة 06:40 الى الساعة 14:00، وفي جويلية 2010 الى أفريل 2012 تم تمديد فترة البث اليومي الى 10 ساعات و 20 دقيقة يوميا من الساعة 06:40 الى الساعة 17:00 ، وفي أفريل 2012 الى جويلية 2016 تم تمديد البث اليومي الى 13 ساعة يوميا من الساعة 06:55 الى الساعة 22:00 الى يومنا هذا.

الموقع: تقع إذاعة المدية الجهوية في القطب الحضري الجديد ـ المدية، يحتوي المقر على طابق أرضي و3 طوابق وحظيرة

محتويات الإذاعة: أستوديو للبث ـ أستوديو للتسجيل ـ مركز البث CDM ـ قاعتين للتحرير (انتاج وأخبار) ـ قاعة التركيب للأخبار ـ مكتب المنشطين ـ قاعة ضيوف الحصص ـ بهو ـ نادي ـ مصلى ـ بهو الثقافة ـ مكتب المدير ـ 07 مكاتب إدارية ـ غرفة الصيانة ـ مخزن العتاد ـ مكتبة ـ قاعة الاجتماعات ـ مكتب الفرع النقابي.

الفريق الرياضي للإذاعة:

أنشأ في 03 ماي 2014 بمناسبة الاحتفال باليوم العالمي لحرية التعبير وشارك في عدة دورات رياضة محلية وجهوية.

موجات البث: يمكنالتقاط برامج إذاعية المدية الجهوية على عدة موجات وهي:

- على الموجتين: 92.3FM-7. 100 FM بالنسبة لمقر الولاية والبلديات والدوائر المحيطة بها.
- على الموجة: 101.0 FM بالنسبة لتابلاط والبلديات والدوائر المحيطة بها.
- على الموجة: 103.7 FM بالنسبة لعين بوسيف والبلديات والدوائر المحيطة بها.
- على الموجة: 98.8 FM بالنسبة للعمارية والبلديات والدوائر المحيطة بها.
- على الموجة: 90.6 FMبالنسبة لبوغار والبلديات والدوائر المحيطة بها.
- على الموجة: 93.3 FM (في جبل ديرة بالبويرة) يغطي كل من الجهة الشرقية من ولاية المدية.

جهاز البث: تبث إذاعة المدية عبر جهاز ارسال بقوة 250 واط

وتبث عبر الساتل: **11059/ H 23704** **Atlantic bird 3**

وعبر الموقع الالكتروني **radioalgerie.dz /live/medea**

ولقد زودت الإذاعة بنظام MENOS: هو نظام تبادل رقمي، وذلك بعد تدشينه من طرف وزير الاتصال السيد حميد قرين عند زيارته التفقدية الى مقر الإذاعة يوم 26 جانفي 2015.

2-1 عدد عمال إذاعة المدية الجهوية:

عند الانطلاقة: في مارس 2010 كان عدد العمال 27 عامل + المدير (السيد: سليمان مبروكي)

وفي الوقت الحالي: أصبح عدد العمال:36 عاملا + المدير: (السيد: بديس العلمي) الذي استلم مهامه في جويلية2021 .

توزيع العمال حسب المهام لسنة 2022.

مصلحة الإنتاج والبرمجة: رئيس المصلحة +6 منشطين + 1 مخرجة +01 ضابط أمواج.

- **مصلحة الاخبار:** رئيس المصلحة + 5 صحافيين.
- **المصلحة التقنية:** رئيس المصلحة+ 5تقنيين.
- **مصلحة الإدارة والمالية:** رئيس المصلحة+01 مساعدة مديرية + 01 مسيرة الموارد البشرية + 01 مكلف بالإشهار+ 03 سائقين + 05 أعوان أمن + 01 عون نظافة.
- **العمال بالقطعة**: 10مراسلين موزعين على 16 ستة عشر دوائر من أصل 19 دائرة.
- **المتعاونون في الحصص المتخصصة: 04**

3-1 الشبكة البرامجية للإذاعة:

أبرز برامج الشبكة الاذاعية بالمدية:

- البرامج الاجتماعية والتربوية: أسلوب الحياة ـ ماذا ولماذا؟ ـ لرضاك ـ تربويات ـ عين على البلديات ـ صناع الامل.
- البرامج الثقافية: بيت القصيد ـ كنوز التيطري ـ خمسة في تاريخنا ـ هذه لهجتنا ـ جسور.
- البرامج الدينية: روح وريحان ـ سيرة المصطفى ـ سورة الكهف.
- البرامج الرياضية: من الملاعب ـ فريق الاثنين ـ .sport titri
- البرامج الترفيهية: سحر النغم ـ رانا هنا ـ فترة تنشيطية ـ كوكتال شعبي ـ 5 على 5 ـ ambince ـ طبوع من الربوع.
- البرامج الخدماتية: معادلات قانونية ـ راديو كود ـ رد بالك ـ صحتك ـ ألو دكتور ـ الميزان

4–1 النسبة المئوية للشبكة البرامجية:

- البرامج الإخبارية والرياضية: 02،25%
- البرامج الاجتماعية والتربوية:33،19%
- البرامج التاريخية والثقافية ودينية:23،10%
- البرامج الترفيهية والمنوعات: 42،45%

أهدافها:

تسعى إذاعة المدية من خلال شبكة البرامج المقدمة لتحقيق جملة من الأهداف نذكر أهمها:

اشباع حق المواطن في الاعلام ودفع عجلة التنمية والتقرب من المواطنين واشراك المواطنين في الحوار واعطائهم فرصة لطرح انشغالاتهم و الحث على الثقة والبحث والمصداقية واستغلال فرصة زيارة كبار المثقفين والباحثين والإعلاميين الى الولاية للحضور في الإذاعة، واللقاء لتبادل الخبرات واكتساب المهارات الجديدة مع اعلامي الإذاعة وتشجيع عناصر الإذاعة بصورة مباشرة على تحسين مستويتهم اللغوية، بالتعامل مع المعاهد المتخصصة في اللغات على مستوى الولاية و ابراز الخصوصية الثقافية والاجتماعية للمنطقة واحياء التراث الشعبي التاريخي لمختلف جهات الوطن.

2) التحليل الاحصائي للبيانات:

البيانات الشخصية:

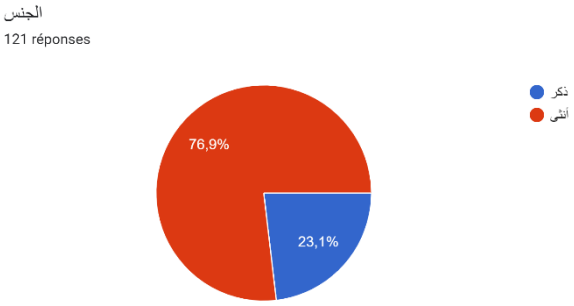
1/ الجنس:

الجدول رقم 01: يمثل توزيع العينة حسب متغير الجنس

العينة العشوائية	التكرار	النسبة%
أنثى	93	%76,9
ذكر	28	%23,1
المجموع	121	%100

تبين الأرقام والنسب أعلاه أن الإناث أكثر من الذكور، حيث بلغ عدد الإناث 93 بنت وهو ما يعادل نسبة 76,9% في حين بلغ عدد الذكور 28 ذكر وهو ما يعادل نسبة 23,1% وهذا راجع إلى أن الإناث يتابعون الإذاعة أكثر من الذكور. وبما أننا قمنا بالتجربة على عينة عشوائية فإن نسبة الإناث كانت مهتمة أكثر من نسبة الذكور.

كما هو موضح من خلال الشكل رقم01.



الشكل رقم 01 يوضح توزيع نسب افراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس.

2/ السن:

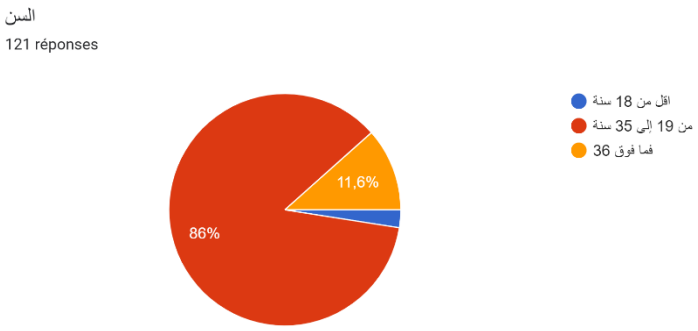
ـ الجدول رقم 02: يبين توزيع مفردات العينة حسب السن:

العينة العشوائية	التكرار	النسبة%
أقل من 18 سنة	3	/
19–35سنة	104	%86
36سنة فما فوق	14	%6،11
المجموع	121	%100

تبين من خلال المعطيات الواردة في الجدول نلاحظ أن الفئة العمرية من 19الى 35سنة تمثل أعلى نسبة من أفراد العينة حيث قدر عددهم ب 104 فرد ما يعادل نسبة 86%ثم تليها فئة من 36 سنة فما فوق حيث قدر عددهم ب 14فرد وهو ما يعادل نسبة 6،11% أما الفئة العمرية أقل من 18 سنة قدر عددهم ب 3أفراد، أما النسبة المئوية انعدمت ويرجع ذلك الى اهتماماتهم بدراستهم فقط.

- ❖ اتضح من خلال التحليل بأن فئة الشباب هي الأكثر متابعة للإذاعة.

كما هو موضح من خلال الشكل رقم 02:



الشكل رقم 02: يوضح توزيع نسب افراد عينة الدراسة حسب متغير السن.

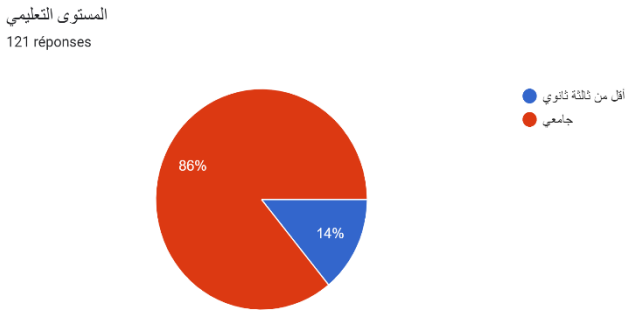
3/ المستوى التعليمي:

ـ الجدول رقم 03: يبين توزيع المفردات على حسب المستوى التعليمي:

العينة العشوائية	التكرار	النسبة
أقل من ثالثة ثانوي	17	%14
جامعي	104	%86
المجموع	121	%100

نلاحظ من خلال القراءة الإحصائية للجدول أعلاه أن أغلب العينة من الفئة ذات التكوين العالي أي الجامعي، اذ قدر عددهم ب 104 فرد ما يعادل نسبة 86% ثم تليها فئة أقل من ثالثة ثانوي قدر عددهم ب 17 فرد ما يعادل نسبة 14%.

كما هو موضح من خلال الشكل رقم 03:



الشكل رقم 03: يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي.

4/الصفة:

ـ الجدول رقم 04: يبين توزيع المفردات على حسب المهنة:

العينة العشوائية	التكرار	النسبة
العاملين	38	%4،31
بطال	28	%1،23
متقاعد	2	/
طالب	45	%2،37
المجموع	121	%100

يبين الجدول أعلاه أن نسبة الطلبة هي الأكثر تمثيلا في عينة الدراسة قدر عددهم ب 45طالب وهو ما يعادل نسبة 2،37%، وتجدر الإشارة الى أن فئة الشباب هم الأكثر متابعة لإذاعة المدية، ثم يليها فئة العاملين قدر عددهم ب 38 عامل ما يعادل نسبة 4،31% ثم يليها فئة البطالين قدر عددهم ب 28 بطال بنسبة 1،23% ثم الفئة التي تليها فئة المتقاعدين والذي يتراوح عددهم الى متقاعدين (02) فقط.

المحور الأول: أوقات واهتمامات الجمهور للاستماع لإذاعة المدية.

ـ الجدول رقم 05: ما مدى متابعتك للأخبار الاذاعية؟

الاجابة	التكرار	النسبة%
دائما	11	%1،9
أحيانا	58	%9،47
نادرا	52	%43
المجموع	121	%100

يتبين من خلال الجدول بأن أفراد عينة الدراسة يستمعون الى الإذاعة أحيانا يتراوح عددهم 58فرد بنسبة9،47 % اما الذين يستمعون اليها بشكل نادرا كانت بنسبة 43% أما الذين يستمعون اليها بشكل دائم كانت نسبتهم 1،9% حيث بلغ عددهم 11فرد.

متابعتك_للأخبار * المستوى_التعليمي * المهنة Tableau croisé

الصفة			المستوى_التعليمي		
			أقل من ثالثة ثانوي	جامعي	Total
عامل	متابعتك_للأخبار	دائما	1	1	2
		النسبةمتابعتك_للأخبار %	50,0%	50,0%	100,0%
		المجموع %	2,6%	2,6%	5,3%

		أحيانا	التكرار	1	13	14
			متابعتك_للأخبار النسبة %	7,1%	92,9%	100,0%
			المجموع	2,6%	34,2%	36,8%
		نادرا	Effectif	2	20	22
			% dans متابعتك_للأخبار	9,1%	90,9%	100,0%
			% du total	5,3%	52,6%	57,9%
	Total		Effectif	4	34	38
			% dans متابعتك_للأخبار	10,5%	89,5%	100,0%
			% du total	10,5%	89,5%	100,0%
بطال	متابعتك_للأخبار	دائما	Effectif	4	1	5
			% dans متابعتك_للأخبار	80,0%	20,0%	100,0%
			% du total	14,3%	3,6%	17,9%
		أحيانا	Effectif	3	9	12
			% dans متابعتك_للأخبار	25,0%	75,0%	100,0%
			% du total	10,7%	32,1%	42,9%
		نادرا	Effectif	0	11	11
			% dans متابعتك_للأخبار	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	39,3%	39,3%
	Total		Effectif	7	21	28
			% dans متابعتك_للأخبار	25,0%	75,0%	100,0%
			% du total	25,0%	75,0%	100,0%
متقاعد	متابعتك_للأخبار	دائما	Effectif		2	2
			% dans متابعتك_للأخبار		100,0%	100,0%
			% du total		100,0%	100,0%
	Total		Effectif		2	2
			% dans متابعتك_للأخبار		100,0%	100,0%
			% du total		100,0%	100,0%

طالب	متابعتك_للأخبار	دائما	التكرار	1	1	2
			النسبةمتابعتك_للأخبار %	50,0%	50,0%	100,0%
			المجموع %	2,2%	2,2%	4,4%
		أحيانا	Effectif	1	25	26
			% dans متابعتك_للأخبار	3,8%	96,2%	100,0%
			% du total	2,2%	55,6%	57,8%
		نادرا	Effectif	1	16	17
			% dans متابعتك_للأخبار	5,9%	94,1%	100,0%
			% du total	2,2%	35,6%	37,8%
	Total		Effectif	3	42	45
			% dans متابعتك_للأخبار	6,7%	93,3%	100,0%
			% du total	6,7%	93,3%	100,0%
Total	متابعتك_للأخبار	دائما	Effectif	6	5	11
			% dans متابعتك_للأخبار	54,5%	45,5%	100,0%
			% du total	5,0%	4,1%	9,1%
		أحيانا	Effectif	8	50	58
			% dans متابعتك_للأخبار	13,8%	86,2%	100,0%
			% du total	6,6%	41,3%	47,9%
		نادرا	Effectif	3	49	52
			% dans متابعتك_للأخبار	5,8%	94,2%	100,0%
			% du total	2,5%	40,5%	43,0%
	Total		Effectif	17	104	121
			% dans متابعتك_للأخبار	14,0%	86,0%	100,0%
			% du total	14,0%	86,0%	100,0%

المستوى الجامعي اعلى ما يعادل 104 فرد اما أقل من ثالثة ثانوي يتراوح عددها الى 17 فرد ونرى أن الإجابة "بأحيانا" كانت الأكثر ما يعادل 50 فرد بنسبة 86,2% أما الإجابة "بنادرا" يتراوح عددها ب 49 فرد بنسبة 94,2% أما الذين قالو "دائما" 05 أفراد بنسبة 45,5% أما مستوى أقل من ثالثة ثانوي نرى أن الإجابة ب "أحيانا "هي الأعلى يتراوح عددها 08 أفراد بنسبة 13,8% والإجابة ب "دائما"

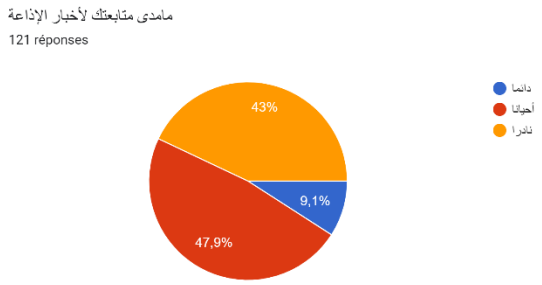
يتراوح عددها 06 أفراد بنسبة54,5% اما "نادرا" ب 03 أفراد فقط بنسبة 5,8% فمن خلال المؤشرات يتضح لنا ان الذين يستمعون الى الإذاعة بشكل أعلى هم فئة المستوى الجامعي يدل على اهتماماتهم ببرامج الإذاعة في مختلف المجالات وقد يرجع الى توفر الوقت واهتمامهم ببرنامجهم المفضل، أما الفئة الثانية أقل من ثالثة ثانوي كانت المؤشرات ضعيفة ونسب قليلة وهذا قد يرجع الى عدم توفر الوقت أو اهتمامهم بالوسائل الإعلامية الأخرى.

ويبرز أيضا الجدول حسب الصفة أن فئة الطلبة هم الأكثر متابعة لإذاعة المدية ما يعادل 45 فرد بالنسبة 93,3% للإجابة ب"أحيانا" 26 فرد بنسبة 57,8%و "نادرا" 17 فرد بنسبة 37,8%أما "دائما" فردين 02 بنسبة 4,4% أما الفئة الثانية متابعة لإذاعة المدية هي "الموظفين" والتي تتراوح نسبتها أعلى نسبة كانت ب "نادرا" يتراوح عددها 22 فرد بنسبة 57,9%أما الإجابة ب"أحيانا" 14 فرد 36,8%و"دائما" فردين02 5,3%وبالنسبة لمستوى العاملين كانت جامعي نسبة 34 فرد بنسبة 89,5%أما أقل من ثالثة ثانوي كانت 4 أفراد بنسبة 10,5%وهذا قد يرجع الى نقص وقت العمال مع انشغالاتهم بأعمالهم، أما الفئة الثالثة المتابعة لإذاعة المدية هي فئة "البطالين" والتي يتراوح عدد أفرادها 28 فرد بنسبة 100%وأعلى نسبة كانت الإجابة ب"أحيانا" 12 فرد بنسبة 42,9%ثم تليها "نادرا" فهي متقاربة كثيرا مع المستمعين أحيانا ب 11فرد بنسبة 39,9%ثم "دائما" يتراوح عددها 05 أفراد بنسبة 17,9% فنجد من خلال هذه النسب أن اغلب البطالين لهم مستوى جامعي ولم يحصلوا على وظيفة يتراوح عددهم 21 فرد بنسبة 75%أما فئة الأقل من ثالثة ثانوي يتراوح عددهم 07 أفراد25% ، أما الفئة الرابعة والأخيرة هي فئة "المتقاعدين" توجد إجابة واحدة ب"دائما" لفردين 02 اما الإجابة ب "أحيانا" و "نادرا" فهي منعدمة ومستواهم جامعي.

- ❖ فمن خلال القراءة الإحصائية للجدول يتضح لنا أن متغير المستوى التعليمي يلعب دورا في الاستماع للإذاعة حيث نرى ارتفاع نسبة الشباب الجامعيين يرجع الى اهتمام هذه الفئة بالإذاعة كوسيلة إعلامية وتعليمية وتثقيفية، اما مستوى الأقل من ثالثة ثانوي نرى ان ليس لديهم علاقة وطيدة بالاذاعة، و نرى ان الطلبة هم الأكثر استماعا ومتابعة برامج إذاعة المدية حيث يدل على اهتمامهم بالبرامج الخاصة بالشباب، أما الذين يستمعن بصفة دائمة فهذا يرجع الى توفر الوقت واهتماماتهم بمختلف البرامج الاذاعية و من خلال النسب وجدنا أنا فئة المتقاعدين هم المستمعين دائما وهذا يرجع الى توفر الوقت، اما الذين لا يستمعن للإذاعة فهذا يرجع الى عدم توفر الوقت وأيضا انشغالاتهم بأعمالهم وهم أيا لهم حياتهم الخاصة يعيشونها.

فالإذاعة لم تفقد مكانتها بالنسبة لهذه الفئة التي تعيش في محيط يتميز بالكثير من الوسائل الإعلامية والاتصالية الحديثة خاصة وأن الشباب هم أكثر الفئات استماعا للإذاعة، وقد يرجع أيضا الى ضيق الوقت أو عدم تناسب وقت فراغ الأفراد مع برامج الإذاعة.

كما هو موضح من خلال الشكل رقم 05:



الشكل رقم 05: يوضح نسبة متابعة الاخبار الاذاعية.

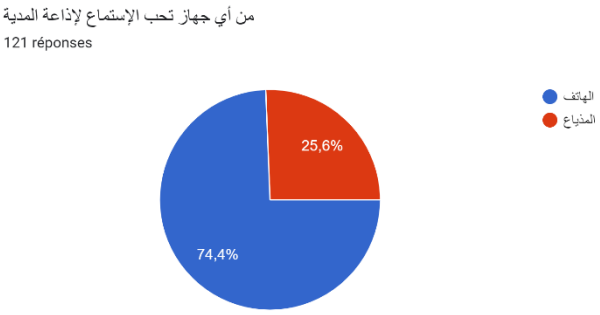
ـ الجدول رقم 06: من أي جهاز تحب الاستماع لإذاعة المدية؟

الاجابة	التكرار	النسبة%
الهاتف	90	%4،74
المذياع	31	%6،25
المجموع	121	%100

تبينمن خلال الجدول أعلاه أن مستمعي إذاعة المدية يحبون الاستماع من الهاتف أكثر والذي قدر بنسبة 4،74% حيث بلغ عددهم 90 فردا، أما المذياع بنسبة 6،25 %بعدد 31 فردا.

- ❖ فمن خلال التحليل يتضح لنا أن الهاتف هو الوسيلة المريحة والمساعدة للأفراد والمتنقل معهم في كل مكان.

كما هو موضح من خلال الشكل رقم 06:



الشكل رقم 06: يوضح الجهاز المستعمل أكثر للإذاعة.

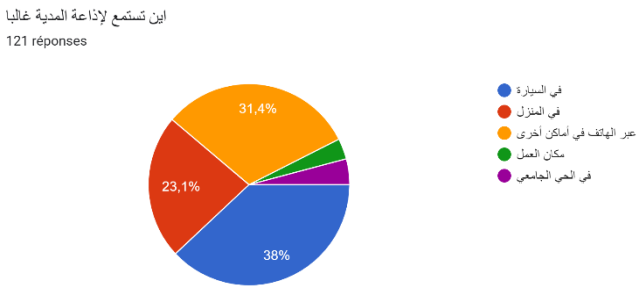
ـ الجدول رقم 07: أين تستمع لإذاعة المدية غالبا؟

الإجابة	التكرار	النسبة%
في السيارة	46	%38

في المنزل	28	%1،23
عبر الهاتف النقال في أماكن أخرى	38	4،31%
مكان العمل	4	/
في الحي الجامعي	5	/
المجموع	121	%100

تبين من خلال الجدول أعلاه أن نسبة الاستماع الى الإذاعة في السيارة هي أعلى نسبة يتراوح عددها 46فرد بنسبة 38% أي ان أغلبية المستمعين يجدون راحتهم في السيارة خاصة عند السفر الطويل ثم يليها عبر الهاتف النقال في أماكن أخرى قدر عددهم 38 فرد وبنسبة 4،31 %ثم يليها في المنزل بنسبة 1،23% ثم في الحي الجامعي والذي يتراوح عددهم الى 05 أفراد وفي الأخير مكان العمل قدر عددهم 04 أفراد.

كما هو موضح من خلال الشكل رقم 07:



الشكل رقم 07: يوضح المكان المفضل للاستماع لإذاعة المدية.

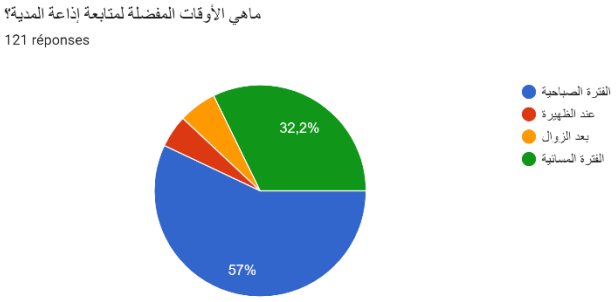
ـ الجدول رقم 08: ماهي الأوقات المفضلة والمناسبة لمتابعتك لإذاعة المدية؟

الإجابة	التكرار	النسبة%
الفترة الصباحية	69	%57
عند الظهيرة	6	%5
بعد الزوال	7	%8،5
الفترة المسائية	39	%2،32
المجموع	121	%100

من خلال الجدول أعلاه تبين لنا أن أغلبية الافراد يستمعون للإذاعة في الفترة الصباحية والذي والذي قدر عددهم 69 فرد ما يعادل نسبة 57 %ثم يليه الفترة المسائية والذي قدر عددهم 39 فرد ما يعادل 2،32 %ثم فترة بعد الزوال والذي يتراوح عددهم 7 افراد ما يعادل نسبة 8،5% وفي الأخير فترة عند الظهيرة يتراوح عددها 6 أفراد ما يعادل نسبة 5%.

- ❖ فمن خلال التحليل يتضح لنا أن أغلب أفراد إذاعة المدية يفضلون الاستماع لها في الفترة الصباحية لأن البرامج المفضلة عنهم تكون غالبا في الفترة الصباحية.

كما هو موضح من خلال الشكل رقم 08:



الشكل رقم 08: يوضح الأوقات المفضلة والمناسبة لمتابعة اذاع المدية.

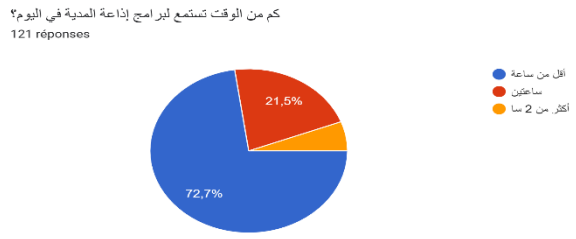
ـ الجدول رقم 09: كم من الوقت تستمع لبرامج إذاعة المدية في اليوم؟

الإجابة	التكرار	النسبة%
أقل من ساعة	88	%7،72
ساعتين	26	%5،21
أكثر من ساعتين	7	%8،5
المجموع	121	%100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة مختلفة حيث الفئة الأولى أقل من ساعة يتراوح عددها 88 فرد ما يعادل نسبة 7،72 %، اما الفئة الثانية ساعتين والتي يتراوح عددها 26 فرد ما يعادل نسبة 5،21 %أما الفئة الثالثة أكثر من ساعتين يتراوح عددها 7 أفراد ما يعادل نسبة 8،5%.

- ❖ من خلال التحليل يتضح لنا أن هناك عدد قليل من الذين يستمعون لإذاعة المدية أكثر من ساعتين وهي نتيجة منطقية نظرا لوجود بدائل ترفيهية كثيرة وأشغال أخرى ووظائفهم، والدراسة بالنسبة للطلبة يقضون فيها جزء كبير من أوقاتهم، وأيضا مثل استخدام شبكة الانترنت والتي يفضلها الكثير من الافراد لقضاء وقتهم بها.

كما هو موضح في الشكل رقم 09:



الشكل رقم 09: يوضح كم يستغرق المستمع من الوقت للاستماع لإذاعة المدية.

ـ الجدول رقم 10: ماهي البرامج التي تفضل متابعتها؟

الإجابة	التكرار	%النسبة
اجتماعية	39	%2،32

سياسية	1	/
ثقافية	36	%8،29
إخبارية	14	%6،11
رياضية	5	%9،4
ترفيه وتسلية	26	%5،21
مجموع	121	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن إجابات افراد عينة الدراسة البالغ عددهم (121فرد) مختلفة فالفئة الأولى البرامج الاجتماعية هي أعلى نسبة من حيث الاستماع حيث قدر عددهم 39فرد ما يعادل نسبة 2،32 ثم يليها الفئة الثانية البرامج الثقافية والتي يتراوح عددها 36 فرد بنسبة 8،29 لا يوجد فرق كبير بينها وبين البرامج الاجتماعية ، ثم في الفئة الثالثة البرامج الإخبارية والتي يتراوح عددها 14 فرد ما يعادل نسبة6،11 ، اما الفئة الرابعة برامج ترفيه وتسلية بنسبة 6،21 والتي يتراوح عددها الى 26 فرد ، ثم يليها الفئة الخامسة البرامج الرياضية يتراوح عددها 5 افراد ما يعادل نسبة 9،4 وبطبيعة الحال يكون العدد قليل لأن عدد الاناث أكثر من الذكور واغلبية الاناث لا يهتمون بالرياضة، وفي الأخير الفئة السادسة البرامج السياسية حيث يتراوح عددها الى فرد واحد فقط اتضح ان أغلبية الافراد يتابعون البرامج السياسية عبر وسائل الاعلام الأخرى.

البرامج_المفضلة * المستوى_التعليمي * المهنة Tableau croisé

الصفة				المستوى_التعليمي		
				أقل من ثالثة ثانوي	جامعي	Total
عامل	البرامج_المفضلة	اجتماعية	Effectif	1	18	19
			% dans البرامج_المفضلة	5,3%	94,7%	100,0%
			% du total	2,6%	47,4%	50,0%
		سياسية	Effectif	0	1	1
			% dans البرامج_المفضلة	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	2,6%	2,6%
		ثقافية	Effectif	0	8	8
			% dans البرامج_المفضلة	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	21,1%	21,1%
		اخبارية	Effectif	2	3	5
			% dans البرامج_المفضلة	40,0%	60,0%	100,0%
			% du total	5,3%	7,9%	13,2%
		00	Effectif	1	4	5

			% dans البرامج_المفضلة	20,0%	80,0%	100,0%
			% du total	2,6%	10,5%	13,2%
	Total		Effectif	4	34	38
			% dans البرامج_المفضلة	10,5%	89,5%	100,0%
			% du total	10,5%	89,5%	100,0%
بطال	البرامج_المفضلة	اجتماعية	Effectif	2	6	8
			% dans البرامج_المفضلة	25,0%	75,0%	100,0%
			% du total	7,1%	21,4%	28,6%
		ثقافية	Effectif	3	4	7
			% dans البرامج_المفضلة	42,9%	57,1%	100,0%
			% du total	10,7%	14,3%	25,0%
		اخبارية	Effectif	1	2	3
			% dans البرامج_المفضلة	33,3%	66,7%	100,0%
			% du total	3,6%	7,1%	10,7%
		ترفيه وتسلية	Effectif	1	0	1
			% dans البرامج_المفضلة	100,0%	0,0%	100,0%
			% du total	3,6%	0,0%	3,6%
		6,00	Effectif	0	9	9
			% dans البرامج_المفضلة	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	32,1%	32,1%
	Total		Effectif	7	21	28
			% dans البرامج_المفضلة	25,0%	75,0%	100,0%
			% du total	25,0%	75,0%	100,0%
متقاعد	البرامج_المفضلة	اجتماعية	Effectif		1	1
			% dans البرامج_المفضلة		100,0%	100,0%
			% du total		50,0%	50,0%
		ثقافية	Effectif		1	1

			% dans البرامج_المفضلة		100,0%	100,0%
			% du total		50,0%	50,0%
	Total		Effectif		2	2
			% dans البرامج_المفضلة		100,0%	100,0%
			% du total		100,0%	100,0%
طالب	البرامج_المفضلة	اجتماعية	Effectif	0	9	9
			% dans البرامج_المفضلة	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	20,0%	20,0%
		ثقافية	Effectif	1	16	17
			% dans البرامج_المفضلة	5,9%	94,1%	100,0%
			% du total	2,2%	35,6%	37,8%
		اخبارية	Effectif	0	4	4
			% dans البرامج_المفضلة	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	8,9%	8,9%
		ترفيه وتسلية	Effectif	0	3	3
			% dans البرامج_المفضلة	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	6,7%	6,7%
		6,00	Effectif	2	10	12
			% dans البرامج_المفضلة	16,7%	83,3%	100,0%
			% du total	4,4%	22,2%	26,7%
	Total		Effectif	3	42	45
			% dans البرامج_المفضلة	6,7%	93,3%	100,0%
			% du total	6,7%	93,3%	100,0%
Total	البرامج_المفضلة	اجتماعية	Effectif	4	35	39
			% dans البرامج_المفضلة	10,3%	89,7%	100,0%
			% du total	3,3%	28,9%	32,2%
		سياسية	Effectif	0	1	1

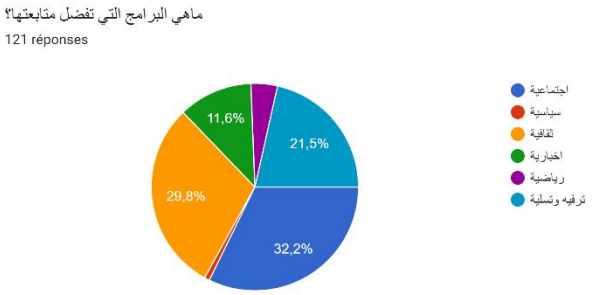
		% dans البرامج_المفضلة	0,0%	100,0%	100,0%
		% du total	0,0%	0,8%	0,8%
	ثقافية	Effectif	6	30	36
		% dans البرامج_المفضلة	16,7%	83,3%	100,0%
		% du total	5,0%	24,8%	29,8%
	اخبارية	Effectif	3	11	14
		% dans البرامج_المفضلة	21,4%	78,6%	100,0%
		% du total	2,5%	9,1%	11,6%
	ترفيه وتسلية	Effectif	1	4	5
		% dans البرامج_المفضلة	20,0%	80,0%	100,0%
		% du total	0,8%	3,3%	4,1%
	6,00	Effectif	3	23	26
		% dans البرامج_المفضلة	11,5%	88,5%	100,0%
		% du total	2,5%	19,0%	21,5%
Total		Effectif	17	104	121
		% dans البرامج_المفضلة	14,0%	86,0%	100,0%
		% du total	14,0%	86,0%	100,0%

من خلال الجدول أعلاه حول متابعة جمهور إذاعة المدية الجهوية لبرامجهم المفضلة حسب المستوى التعليمي والصفة نبدأ بالمجموعة الأولى العاملين اعلى نسبة متابعة هي البرامج الاجتماعية يتراوح عددهم 19 فرد بنسبة 50 بالمئة، 18 جامعيين بنسبة 4،47 بالمئة اما فئة اقل من ثالثة ثانوي كانت الإجابة من طرف فرد واحد بنسبة 6،2 بالمئة اما اخفض نسبة برامج سياسية كانت الإجابة من طرف فرد واحد بنسبة 6،2 بالمئة مستواه جامعي ، اما البرامج الأخرى الثقافية بنسبة 1،21 بالمئة ثم البرامج الرياضية بنسبة 2،13 بالمئة ثم البرامج الإخبارية بنسبة 2،13 بالمئة فهما متساويين .اما المجموعة الثانية البطالين اعلى برنامج من حيث النسبة هي البرامج الرياضية يتراوح عددها 09 افراد بنسبة 1،32 بالمئة ومستواهم جامعي اما مستوى اقل من ثالثة ثانوي فهي منعدمة، اما اخفض نسبة هي البرامج الترفيه والتسلية كانت الإجابة من طرف فرد واحد بنسبة 6،3 بالمئة ومستواه اقل من ثالثة ثانوي اما الجامعي فهي منعدمة اما البرامج الأخرى ثقافية بنسبة 25 بالمئة ثم يليها البرامج الإخبارية بنسبة 7،10 بالمئة، اما المجموعة الثالثة متقاعد نسبة متابعة البرامج متساوية وهي البرامج الاجتماعية والثقافية بنسبة 50 بالمئة ومستواهم جامعي، اما المجموعة الرابعة الطلبة اعلى برنامج متابعة هي البرامج الثقافية يراوح عددهم 17 فرد بنسبة 8،37 بالمئة، 16 جامعي بنسبة 6،35 اما فئة اقل من ثالثة

ثانوي كانت الإجابة من طرف فرد واحد بنسبة 2،2 بالمئة، اما اخفض نسبة هي البرامج الترفيه والتسلية يتراوح عددهم 03 افراد بنسبة 7،6 بالمئة مستواهم جامعي ونسبة اقل من ثالثة ثانوي منعدمة ثم يليها البرامج الأولى رياضية بنسبة 7،26 بالمئة ثم اجتماعية بنسبة 20بالمئة ثم إخبارية 9،8 بالمئة.

- من خلال مما سبق يتضح لنا أن اهتمام الجمهور للبرامج الاجتماعية والحرص عليها كبير، حيث أن أغلبهم يحرص أيضا على متابعة البرامج الثقافية، لأنها تبث في أوقات زمنية مناسبة وتتناول مختلف المجلات الحياتية للإنسان وتبث مواضيع متنوعة وهادفة ويمكن ارجاع ارتفاع نسبة متابعة هذه البرامج الى كثرة المشاكل المرتبطة بالحياة اليومية والمحيط المعيشي الذي يعاني منه المجتمع ومحاولة إيجاد حلول لها.

كما هو موضح في الشكل رقم 10:



الشكل رقم 10: يوضح البرامج التي تفضل متابعتها.

المحور الثاني: تقييم البرامج التي يتم عرضها.

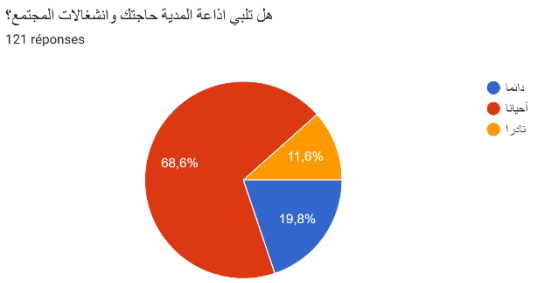
ـ الجدول رقم 11: هل تلبي إذاعة المدية حاجاتك وانشغالات المجتمع؟

الإجابة	التكرار	النسبة%
دائما	24	%8،19
أحيانا	83	%6،68
نادرا	14	%6،11
المجموع	121	100%

من خلال الجدول أعلاه اتضح أن الفئة الأولى دائما يتراوح عددهم 24 فرد ما يعادل نسبة 8،19% أما الفئة الثانية أحيانا هي أعلى نسبة يتراوح عددها 83 فرد ما يعادل نسبة 6،68 %، أما الفئة الثالثة نادرا يتراوح عددها 14 فرد ما يعادل نسبة 6،11%.

- من خلال ما سبق اتضح لنا ان أغلبية الافراد يرون أن إذاعة المدية أحيانا ما تلبي حاجات وانشغالات المجتمع وهذا قد يرجع الى اهتمام إذاعة المدية بكل القضايا الدولية والعربية، فهي لا تهتم بما يدور في المجتمع الجزائري بل تتعدى ذلك.

كما هو موضح في الشكل رقم 11:



الشكل رقم 11: يوضح تلبية إذاعة المدية حاجات وانشغالات المجتمع.

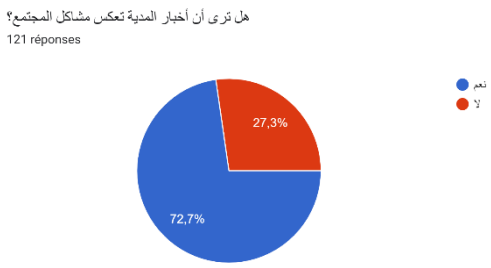
ـ الجدول رقم 12: هل ترى أن أخبار إذاعة المدية تعكس مشاكل المجتمع؟

الإجابة	التكرار	النسبة%
نعم	88	%7،72
لا	23	%3،27
المجموع	121	%100

من خلال الجدول أعلاه اتضح أن الإجابة ب "نعم" بأن أحبار إذاعة المدية تعكس مشاكل المجتمع هي أعلى نسبة يتراوح عددها 88فرد ما يعادل نسبة 7،72% أما الإجابة ب "لا" يتراوح عددها ب 33 فرد ما يعادل نسبة 3،27 %.

❖ فمن خلال ما سبق يتضح أن أغلبية جمهور إذاعة المدية يرون بأنها تعكس مشاكل المجتمع.

كما هو موضح في الشكل رقم 12:



الشكل رقم 12: يوضح بأن اخبار إذاعة المدية تعكس مشاكل المجتمع ام لا.

ـ الجدول رقم 13: هل تجد أن أخبار إذاعة المدية "مكررة من وسائل الاعلام" أم "جديدة عليك"؟

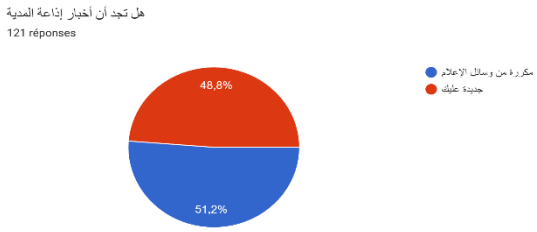
الإجابة	التكرار	%النسبة
مكررة من وسائل الاعلام	62	%2،51
جديدة عليك	59	%8،48

المجموع	121	%100

من خلال الجدول أعلاه اتضح لنا أن جمهور إذاعة المدية يرون أن أخبارها المقدمة مكررة من وسائل الاعلام حيث يتراوح عددها 62 فرد ما يعادل نسبة 2،51 أما الذين قالو بأن أخباراذاعة المدية جديدة عليهم يتراوح عددها 59 فرد ما يعادل نسبة 8،48

- ❖ فمن خلال ما سبق اتضح لنا أن أغلبية الجمهور يتابعون وسائل الاعلام الأخرى كالتلفزيون والهاتف فلهذا ليست بجديدة عليهم عكس الذين قالو بانها جديدة عليهم فهم يتابعون أخبار الإذاعة فقط.

كما هو موضح في الشكل رقم 13:



الشكل رقم 13: يوضح عن أخبار إذاعة المدية.

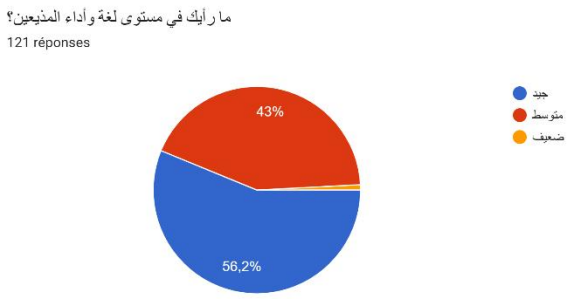
ـ الجدول رقم 14: ما رأيك في مستوى لغة وأداء المذيعين؟

الإجابة	التكرار	النسبة
جيد	68	2،56
متوسط	52	43
ضعيف	1	/
المجموع	121	100

من خلال الجدول أعلاه اتضح لنا أن أغلبية افراد إذاعة المدية يرون أن مستوى لغة وأداء المذيعين جيد حيث يتراوح عددهم 68 فرد ما يعادل نسبة 2،56% ثم يليه الفئة الثانية الذين يرون أنها متوسطة يتراوح عددها 52 فرد ما يعادل نسبة 43% ثم في الفئة الثالثة ضعيف فكان رد واحد فقط.

- ❖ من خلال ما سبق اتضح لنا ان اغلبية افراد إذاعة المدية يرون ان مستوى لغة وأداء المذيعين جيد.

كما هو موضح في الشكل رقم 14:



الشكل رقم 14: يوضح مستوى لغة وأداء المذيعين.

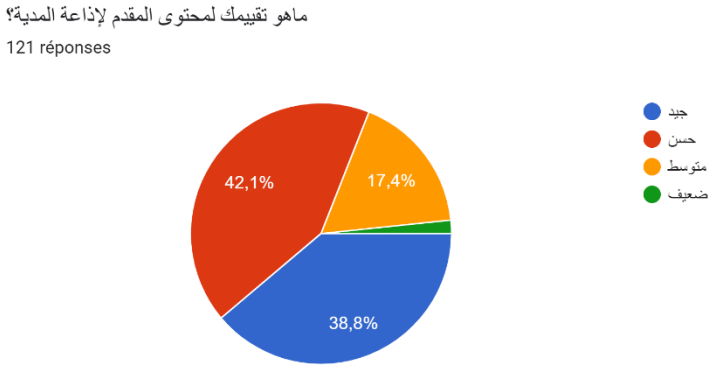
ـ الجدول رقم 15: ما هو تقييمك لمحتوى المقدم لإذاعة المدية؟

الإجابة	التكرار	النسبة%
جيد	47	%8،38
حسن	51	%1،42
متوسط	21	%4،17
ضعيف	02	/
المجموع	121	100%

من خلال الجدول أعلاه اتضح لنا أن أغلبية أفراد إذاعة المدية يرون ان المحتوى المقدم حسن فهي أعلى نسبة يتراوح عددها 51 فرد ما يعادل نسبة 1،42% ثم تليه الفئة الثانية الذين يرون انه جيد يتراوح عددها 47 فرد ما يعادل نسبة 8،38% أما الفئة الثالثة الذين يرون بأنها ضعيفة يتراوح عددها ب ردان (02) فقط.

- فمن خلال التحليل السابق يتضح لنا أن محتوى إذاعة المدية من حيث المضمون وطريقة التقديم لازالت تحتاج الى العديد من التحسينات خاصة مع التطورات السريعة التي تحدث على مستوى العالم من حيث طريقة عرضها للبرامج وكذلك التقنيات والوسائل المستخدمة في ذلك، وعليه فانه من الواجب على القائمين على هذه القناة مواكبة ومسايرة ما يحدث من تطورات على مستوى العالم.

كما هو موضح في الشكل رقم 15:



الشكل رقم 15: يوضح تقييم المحتوى المقدم لإذاعة المدية.

المحور الثالث: اتجاهات الجمهور إزاء مصداقية الاخبار المسموعة.

س1 * المستوى_التعليمي * المهنة Tableau croisé

الصفة				المستوى_التعليمي: أقل من ثالثة ثانوي	المستوى_التعليمي: جامعي	Total
عامل	س1	موافق	Effectif	4	26	30
			% dans س1	13,3%	86,7%	100,0%
			% du total	10,5%	68,4%	78,9%
		موافق بشدة	Effectif	0	3	3
			% dans س1	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	7,9%	7,9%
		محايد	Effectif	0	2	2
			% dans س1	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	5,3%	5,3%
		لا اوافق	Effectif	0	3	3
			% dans س1	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	7,9%	7,9%
	Total		Effectif	4	34	38
			% dans س1	10,5%	89,5%	100,0%
			% du total	10,5%	89,5%	100,0%
بطال	س1	موافق	Effectif	5	16	21
			% dans س1	23,8%	76,2%	100,0%
			% du total	17,9%	57,1%	75,0%

		موافق بشدة	Effectif	2	2	4
			% dans س1	50,0%	50,0%	100,0%
			% du total	7,1%	7,1%	14,3%
		محايد	Effectif	0	3	3
			% dans س1	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	10,7%	10,7%
	Total		Effectif	7	21	28
			% dans س1	25,0%	75,0%	100,0%
			% du total	25,0%	75,0%	100,0%
متقاعد	س1	موافق	Effectif		1	1
			% dans س1		100,0%	100,0%
			% du total		50,0%	50,0%
		موافق بشدة	Effectif		1	1
			% dans س1		100,0%	100,0%
			% du total		50,0%	50,0%
	Total		Effectif		2	2
			% dans س1		100,0%	100,0%
			% du total		100,0%	100,0%
طالب	س1	موافق	Effectif	3	26	29
			% dans س1	10,3%	89,7%	100,0%
			% du total	6,7%	57,8%	64,4%
		موافق بشدة	Effectif	0	3	3
			% dans س1	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	6,7%	6,7%
		محايد	Effectif	0	8	8
			% dans س1	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	17,8%	17,8%

		لا اوافق	Effectif	0	5	5
			% dans س1	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	11,1%	11,1%
	Total		Effectif	3	42	45
			% dans س1	6,7%	93,3%	100,0%
			% du total	6,7%	93,3%	100,0%
Total	س1	موافق	Effectif	15	71	86
			% dans س1	17,4%	82,6%	100,0%
			% du total	12,4%	58,7%	71,1%
		موافق بشدة	Effectif	2	9	11
			% dans س1	18,2%	81,8%	100,0%
			% du total	1,7%	7,4%	9,1%
		محايد	Effectif	0	14	14
			% dans س1	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	11,6%	11,6%
		لا اوافق	Effectif	0	10	10
			% dans س1	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	8,3%	8,3%
	Total		Effectif	17	104	121
			% dans س1	14,0%	86,0%	100,0%
			% du total	14,0%	86,0%	100,0%

نلاحظ من خلال جدول المحور الثالث ان اجابات افراد عينة الدراسة البالغ عددهم 121فردا قد انقسمت الى عدة مجموعات حسب الاسئلة حيث تمحورت الاجابات على **السؤال01 من هذا المحور والذي نص على تقديم الاذاعة كل ما يخص فئات المجتمع** حيثاجاب على التساؤل 30عامل بنسبة 78.9 بالمئة كأعلى نسبة في السؤال الاول بينهم 26جامعي بنسبة 68.4 بالمئة و 4 اقل من ثالثة ثانوي بنسبة 10.5 بالمئة غير ان الاجابة بمحايد سجلت اصغر نسبة تقدر ب5.3بالمئة اي 2 عمال منهم 2 جامعيين بنسبة 5.3بالمئة و 0 اقل من ثالثة ثانوي اما عن البطالبين فتمثلت نسبة موافق كأعلى نسبة حيثاجاب 16 جامعي على الاستمارة بنسبة 57.1بالمئة و 5 افراد اقل من ثالثة ثانوي بنسبة 9،17بالمئة اما ك اقل نسبة اجابة فهي محايد ب 3 اجابات للجامعيين بنسبة10.7 بالمئةو البطالين اقل من ثالثة ثانوي ب 0

اجابة اما بالنسبة للمتقاعدين فتمثلت نسبة الاجابة ب 1موافق للجامعيين بنسبة 50 بالمئة 0 اجابة لأقل من ثالثة ثانوي و 1 اجابة ل موافقبشدة بنسبة 50 بالمئة اما بالنسبة للطلبة فكانت اجابة موافق هي اعلى نسبة ب 64.4 بالمئةو29 فرد تتكون من 26جامعي بنسبة 57.8 بالمئة و 3 افراد اقل من ثالثة ثانويبنسبة 6.7 بالمئة اما عن ادنى نسبة فكانت لموافق بشدة ب 3 افراد بنسبة 6.7 بالمئةللجامعيين و 0 اجابة لأقل من ثالثة ثانوي من خلال الاجابات التالية تؤكد لنا النتائج انعدة افراد يوافقون على ان اذاعة المدية تقدم كل ما يخص فئات المجتمع المختلفة من خلالاجاباتهم و النسب المرتفعة ل اجابة موافق ترفقها بعض الاجابات مثل محايد بنسب قليلة.

س2 * المستوى_التعليمي * المهنة Tableau croisé

الصفة				المستوى_التعليمي		
				أقل من ثالثة ثانوي	جامعي	Total
عامل	س2	موافق	Effectif	3	18	21
			% dans س2	14,3%	85,7%	100,0%
			% du total	7,9%	47,4%	55,3%
		موافق بشدة	Effectif	0	3	3
			% dans س2	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	7,9%	7,9%
		محايد	Effectif	1	5	6
			% dans س2	16,7%	83,3%	100,0%
			% du total	2,6%	13,2%	15,8%
		لا اوافق	Effectif	0	5	5
			% dans س2	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	13,2%	13,2%
		لا أوافق تماما	Effectif	0	3	3
			% dans س2	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	7,9%	7,9%
	Total		Effectif	4	34	38
			% dans س2	10,5%	89,5%	100,0%
			% du total	10,5%	89,5%	100,0%
بطال	س2	موافق	Effectif	4	14	18

			% dans 2س	22,2%	77,8%	100,0%
			% du total	14,3%	50,0%	64,3%
		موافق بشدة	Effectif	3	3	6
			% dans 2س	50,0%	50,0%	100,0%
			% du total	10,7%	10,7%	21,4%
		محايد	Effectif	0	4	4
			% dans 2س	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	14,3%	14,3%
	Total		Effectif	7	21	28
			% dans 2س	25,0%	75,0%	100,0%
			% du total	25,0%	75,0%	100,0%
متقاعد	2س	موافق بشدة	Effectif		1	1
			% dans 2س		100,0%	100,0%
			% du total		50,0%	50,0%
		محايد	Effectif		1	1
			% dans 2س		100,0%	100,0%
			% du total		50,0%	50,0%
	Total		Effectif		2	2
			% dans 2س		100,0%	100,0%
			% du total		100,0%	100,0%
طالب	2س	موافق	Effectif	3	28	31
			% dans 2س	9,7%	90,3%	100,0%
			% du total	6,7%	62,2%	68,9%
		موافق بشدة	Effectif	0	5	5
			% dans 2س	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	11,1%	11,1%
		محايد	Effectif	0	5	5

			% dans 2س	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	11,1%	11,1%
		لا اوافق	Effectif	0	3	3
			% dans 2س	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	6,7%	6,7%
		لا أوافق تماما	Effectif	0	1	1
			% dans 2س	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	2,2%	2,2%
	Total		Effectif	3	42	45
			% dans 2س	6,7%	93,3%	100,0%
			% du total	6,7%	93,3%	100,0%
Total	2س	موافق	Effectif	13	63	76
			% dans 2س	17,1%	82,9%	100,0%
			% du total	10,7%	52,1%	62,8%
		موافق بشدة	Effectif	3	12	15
			% dans 2س	20,0%	80,0%	100,0%
			% du total	2,5%	9,9%	12,4%
		محايد	Effectif	1	15	16
			% dans 2س	6,3%	93,8%	100,0%
			% du total	0,8%	12,4%	13,2%
		لا اوافق	Effectif	0	10	10
			% dans 2س	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	8,3%	8,3%
		لا أوافق تماما	Effectif	0	4	4
			% dans 2س	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	3,3%	3,3%
	Total		Effectif	17	104	121

	% dans س2	14,0%	86,0%	100,0%
	% du total	14,0%	86,0%	100,0%

نلاحظ من خلال الجدول الاجابة عن **السؤال 02 والذي نص على تقديم كل ما هو جديد و حديث**تمحورت الاجابات على هذا السؤال بين موافق و موافق بشدة و محايد حيث تمثل عددالعمال المجبيين بالموافق ب 21 بنسبة 55.3 بالمئة منهم 18 جامع بنسبة 47.4 بالمئة وثلاثة افراد اقل من ثالثة ثانوي بنسبة 7.9 بالمئة كمن تعتبر اجابة موافق بشدة باقل نسبةب3 افراد بنسية 7.9بالمئة منهم 3 جامعيين بنسبة 7.9 بالمئة و 0 اجابة لأقل من ثالثةثانوي اما للأفراد البطالين 18 اجابة بموافق اي بنسبة 64.3 بالمئة منهم 14 جامعي بنسبة 50بالمئة و 4 اقل من ثالثة ثانوي بنسبة 14.3 بالمئة اما محايد فهي ادنى نسبة ب4جامعيين بنسبة 14.3 بالمئة اما بنسبة للمتقاعدين فشملت الاجابة موافق بشدة و محايد فقطحيث تمثلت اجابة بموافق 1 جامعي بنسبة 50 بالمئة تقابلها محايد ب 1 فرد بنسبة 50بالمئة اما بنسبة لطالب تتمثل الاجابة ب31 فرد بنسبة 68.9 بالمئة منهم 28 جامعي بنسبة 2،62بالمئة و 3 افراد اقل من ثالثة ثانوي بنسبة 6.7 بالمئة اما بالنسبة للإجابة ب لااوافق تماما اخذت اقل نسبة ب1فرد جامعي بنسبة 2.2 بالمئة اما بالنسبة للإجابةبموافقبشدة و محايد فلهم نفس النسبة و هي 5 جامعيين بنسبة 11.1 بالمئة اختلفت الاجابات فيهذا السؤال و هو تقديم كل جديد و حديث فبعض ف كانت اغلب الاجابات بموافق مما يعنيان اذاعة المدية تشارك المواطنين كل ما هو جديد و اشباع حق المواطن في الاعلام فكانتنسبة غير موافق و محايد ضعيفة الاجابة مما يعني تمكن الاذاعة من تقديم كل ما هوجديد و حديث و تقبل المستمعين للقناة .

س3 * المستوى_التعليمي * المهنة Tableau croisé

الصفة				المستوى_التعليمي		
				أقل من ثالثة ثانوي	جامعي	Total
عامل	س3	موافق	Effectif	2	8	10
			% dans س3	20,0%	80,0%	100,0%
			% du total	5,3%	21,1%	26,3%
		موافق بشدة	Effectif	0	2	2
			% dans س3	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	5,3%	5,3%
		محايد	Effectif	0	11	11

			% dans 3س	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	28,9%	28,9%
		لا اوافق	Effectif	2	12	14
			% dans 3س	14,3%	85,7%	100,0%
			% du total	5,3%	31,6%	36,8%
		لا أوافق تماما	Effectif	0	1	1
			% dans 3س	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	2,6%	2,6%
	Total		Effectif	4	34	38
			% dans 3س	10,5%	89,5%	100,0%
			% du total	10,5%	89,5%	100,0%
بطال	3س	موافق	Effectif	1	3	4
			% dans 3س	25,0%	75,0%	100,0%
			% du total	3,6%	10,7%	14,3%
		موافق بشدة	Effectif	2	0	2
			% dans 3س	100,0%	0,0%	100,0%
			% du total	7,1%	0,0%	7,1%
		محايد	Effectif	2	10	12
			% dans 3س	16,7%	83,3%	100,0%
			% du total	7,1%	35,7%	42,9%
		لا اوافق	Effectif	0	8	8
			% dans 3س	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	28,6%	28,6%
		لا أوافق تماما	Effectif	2	0	2
			% dans 3س	100,0%	0,0%	100,0%
			% du total	7,1%	0,0%	7,1%
	Total		Effectif	7	21	28

			% dans س3	25,0%	75,0%	100,0%
			% du total	25,0%	75,0%	100,0%
متقاعد	س3	موافق بشدة	Effectif		1	1
			% dans س3		100,0%	100,0%
			% du total		50,0%	50,0%
		محايد	Effectif		1	1
			% dans س3		100,0%	100,0%
			% du total		50,0%	50,0%
	Total		Effectif		2	2
			% dans س3		100,0%	100,0%
			% du total		100,0%	100,0%
طالب	س3	موافق	Effectif	1	16	17
			% dans س3	5,9%	94,1%	100,0%
			% du total	2,2%	35,6%	37,8%
		موافق بشدة	Effectif	0	3	3
			% dans س3	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	6,7%	6,7%
		محايد	Effectif	0	11	11
			% dans س3	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	24,4%	24,4%
		لا اوافق	Effectif	1	10	11
			% dans س3	9,1%	90,9%	100,0%
			% du total	2,2%	22,2%	24,4%
		لا أوافق تماما	Effectif	1	2	3
			% dans س3	33,3%	66,7%	100,0%
			% du total	2,2%	4,4%	6,7%
	Total		Effectif	3	42	45

			% dans س3	6,7%	93,3%	100,0%
			% du total	6,7%	93,3%	100,0%
Total	س3	موافق	Effectif	5	28	33
			% dans س3	15,2%	84,8%	100,0%
			% du total	4,1%	23,1%	27,3%
		موافق بشدة	Effectif	2	6	8
			% dans س3	25,0%	75,0%	100,0%
			% du total	1,7%	5,0%	6,6%
		محايد	Effectif	4	35	39
			% dans س3	10,3%	89,7%	100,0%
			% du total	3,3%	28,9%	32,2%
		لا اوافق	Effectif	3	31	34
			% dans س3	8,8%	91,2%	100,0%
			% du total	2,5%	25,6%	28,1%
		لا أوافق تماما	Effectif	3	4	7
			% dans س3	42,9%	57,1%	100,0%
			% du total	2,5%	3,3%	5,8%
	Total		Effectif	17	104	121
			% dans س3	14,0%	86,0%	100,0%
			% du total	14,0%	86,0%	100,0%

نلاحظ من خلال هذا الجدول الإجابة عن **السؤال رقم 03 والذي ينص على تقوم بتكرار الاخبار**من خلال هذا الجدول 10 من العمال اجاب بموافق بنسبة 26.3 بالمئة 8 منهم جامعيينسبة 21.1 بالمئة و 2 منهم اقل ثالثة ثانوي بنسبة 5.3 بالمئة ثم الجابة بلا اوافق ب 14فرد بنسبة 36.8 بالمئة وهي اعلى نسبة منهم 12 جامعي بنسبة 31.6 بالمئة و 2 اقل منثالثة ثانوي بنسبة 5.3 بالمئة ثم يليها لا اوافق تماما كأقل نسبة ب1 من العمال جامعيبالنسبة 2.6 بالمئة تليها إجابات البطالين كأعلى نسبة و هي محايد ب12 الفرد بنسبة 9،42بالمئة 10 منهم جامعيين بنسبة 35.7بالمئة و 2 اقل من ثالثة ثانوي بنسبة 7.1بالمئة بعدها موافق بشدة ولا اوافق تماما بنفس الاجابات ب2 اقل من ثالثة ثانوي بنسبة

7.1بالمئة لكل من موافق بشدة ولا اوافق تماما بعدها الاجابات عن متقاعد بموافق بشدة ومحايد بنفس نسبة الاجابة 1 جامعي ينسبه 50 بالمئة لكل منهما اما بالنسبة لطالب فتمثلتالاجابة بموافق في 17 اجابة

اي 37.8 بالمئة يتكون فيها كل من 16 جامعي بنسبة 35.6بالمئة و 1 اقل من ثالثة ثانوي بنسبة 2.2 بالمئة تليها موافق بشدة بعدد اجابات 3 جامعيينبنسبة 6.7 بالمئة تليها محايد 11 جامعي بنسبة 24.4 بالمئة تليها لا اوافق ب11 اجابة اي24،4 بالمئة متكون من 10 جامعيين بنسبة 22.2 بالمئة و 1 اقل من ثالثة ثانوي بنسبة2،2 بالمئة بعدها لا اوافق تماما ب3 اجابات بنسبة 6.7 بالمئة 2 منهم جامعي بنسبة 4.4بالمئة و 1 منهم اقل من ثالثة ثانوي من خلال الاجابات التالية يظهر اختلاف في اراء

مستمعي اذاعة المدية لكن اغالب الاجابات عن تساؤل هل تكرر اذاعة المدية الاخبار كانتبمحايد بمجموع 39 فرد بنسبة 32.2 بالمئة تليها مباشرة لا اوافق بنسبة 28.1 بالمئة وهنا نستنتج ان اذاعة المدية نادرا ما تكرر الاخبار حسب عدد الاجابات.

س4 * المستوى_التعليمي * المهنة Tableau croisé

الصفة				المستوى_التعليمي		
				أقل من ثالثة ثانوي	جامعي	Total
عامل	س4	موافق	Effectif	4	16	20
			% dans س4	20,0%	80,0%	100,0%
			% du total	10,5%	42,1%	52,6%
		موافق بشدة	Effectif	0	1	1
			% dans س4	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	2,6%	2,6%
		محايد	Effectif	0	5	5
			% dans س4	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	13,2%	13,2%
		لا اوافق	Effectif	0	9	9
			% dans س4	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	23,7%	23,7%
		لا أوافق تماما	Effectif	0	3	3
			% dans س4	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	7,9%	7,9%
	Total		Effectif	4	34	38
			% dans س4	10,5%	89,5%	100,0%
			% du total	10,5%	89,5%	100,0%
بطال	س4	موافق	Effectif	1	9	10
			% dans س4	10,0%	90,0%	100,0%
			% du total	3,6%	32,1%	35,7%
		موافق بشدة	Effectif	3	1	4
			% dans س4	75,0%	25,0%	100,0%
			% du total	10,7%	3,6%	14,3%

		محايد	Effectif	1	4	5
			% dans س4	20,0%	80,0%	100,0%
			% du total	3,6%	14,3%	17,9%
		لا اوافق	Effectif	1	4	5
			% dans س4	20,0%	80,0%	100,0%
			% du total	3,6%	14,3%	17,9%
		لا أوافق تماما	Effectif	1	3	4
			% dans س4	25,0%	75,0%	100,0%
			% du total	3,6%	10,7%	14,3%
	Total		Effectif	7	21	28
			% dans س4	25,0%	75,0%	100,0%
			% du total	25,0%	75,0%	100,0%
متقاعد	س4	موافق بشدة	Effectif		1	1
			% dans س4		100,0%	100,0%
			% du total		50,0%	50,0%
		محايد	Effectif		1	1
			% dans س4		100,0%	100,0%
			% du total		50,0%	50,0%
	Total		Effectif		2	2
			% dans س4		100,0%	100,0%
			% du total		100,0%	100,0%
طالب	س4	موافق	Effectif	3	23	26
			% dans س4	11,5%	88,5%	100,0%
			% du total	6,7%	51,1%	57,8%
		موافق بشدة	Effectif	0	3	3
			% dans س4	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	6,7%	6,7%
		محايد	Effectif	0	13	13
			% dans س4	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	28,9%	28,9%
		لا اوافق	Effectif	0	3	3
			% dans س4	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	6,7%	6,7%
	Total		Effectif	3	42	45
			% dans س4	6,7%	93,3%	100,0%
			% du total	6,7%	93,3%	100,0%
Total	س4	موافق	Effectif	10	51	61
			% dans س4	16,4%	83,6%	100,0%
			% du total	8,3%	42,1%	50,4%
		موافق بشدة	Effectif	3	6	9
			% dans س4	33,3%	66,7%	100,0%

		% du total	2,5%	5,0%	7,4%
	محايد	Effectif	2	25	27
		% dans 4س	7,4%	92,6%	100,0%
		% du total	1,7%	20,7%	22,3%
	لا اوافق	Effectif	1	16	17
		% dans 4س	5,9%	94,1%	100,0%
		% du total	0,8%	13,2%	14,0%
	لا أوافق تماما	Effectif	1	6	7
		% dans 4س	14,3%	85,7%	100,0%
		% du total	0,8%	5,0%	5,8%
Total		Effectif	17	104	121
		% dans 4س	14,0%	86,0%	100,0%
		% du total	14,0%	86,0%	100,0%

نلاحظ من خلال هذا الجدول الإجابة على **السؤال 04 والذي ينص على تركز الاذاعة علىالبرامج الاخبارية بشكل أساسي**كانت اجابة 20 من الموظفين بنسبة 52.6 بالمئة ب موافق 16

منهم جامعيين بنسبة 42.1بالمئة والبقية 4 افراد اقل من ثالثة ثانوي بنسبة 5 بالمئة تليهابالترتيب التنازلي الاجابات على لا اوافق حيث بلغ مجموع العمال المجبيين لا اوافق 9بنسبة 23.7 بالمئة هذه النسبة من الجامعيين فقط ثم تأتي ادى نسبة و هي موافق بشدة ب 1فرد بنسبة 2.6 من الجامعيين ثم تأتي اجابات الافراد البطالين ب 10 افراد اجاب بموافقبنسبة 35.7 بالمئة 9 منهم جامعيين بنسبة 32.1 بالمئة و فرد 1 اقل من ثالثة ثانوي بنسبة 6،3بالمئة تليها المجيبين بموافق بشدة بمجموع 4 افراد اي بنسبة 14.3 بالمئة منهم فردجامعي بنسبة 3.6بالمئة و 3 افراد اقل من ثالثة ثانوي بنسبة 10.7 بالمئة اما بالنسبةلإجابات محايد ولا اوافق شهدت تعادل في الاجابات بمجموع 5 افراد لكل منهما بنسبة

17.9بالمئة ثم تليها اجابة بلا اوافق تماما ب 4 افراد بنسبة 14.3 بالمئة 3 جامعييننسبة 10.7 بالمئة و 1 اقل من ثالثة ثانوي بنسبة 3.6 بالمئة اما بنسبة للمتقاعدين شهدتكل من الاجابات موافق بشدة و محايد نفس عدد الاجابات 1 جامعي لكل منهما بنسبة 50بالمئة لكل اجابة تليها الاجابات على الطالب بمجموع 26 فرد بنسبة 57.8 بالمئةلإجابة موافق 23 من هذه الافراد جامعي بنسبة 51.1 بالمئة و 3 افراد اقل من ثالثة ثانويبنسبة 6.7 بالمئة تليها الاجابة عن محايد ب 13 فرد بنسبة 28.9 بالمئة جامعيين كما يظهرلنا في الجدول تعادل في الاجابات بشدة ولا اوافق ب 3 جامعيين بنسبة 6.7 بالمئة لكلحدى تختلف الاجابات بين موافق و موافق بشدة و محايد ولا اوفق ولا اوافق تماما حيثفبعض الافراد يسمعون الاذاعة في الاوقات الاخبارية كثيرا كما ان اذاعة المدية تسعىللإلمام بشتى لأخبار الخاصة بالولاية و بلدياتها مما يظهر عليها الطابع الاخباري.

س6 * المستوى_التعليمي * المهنة Tableau croisé

				المستوى_التعليمي		
الصفة				أقل من ثالثة ثانوي	جامعي	Total
عامل	س6	موافق	Effectif	3	19	22

			% dans س6	13,6%	86,4%	100,0%
			% du total	7,9%	50,0%	57,9%
		موافق بشدة	Effectif	1	4	5
			% dans س6	20,0%	80,0%	100,0%
			% du total	2,6%	10,5%	13,2%
		محايد	Effectif	0	5	5
			% dans س6	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	13,2%	13,2%
		لا اوافق	Effectif	0	4	4
			% dans س6	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	10,5%	10,5%
		لا أوافق تماما	Effectif	0	2	2
			% dans س6	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	5,3%	5,3%
	Total		Effectif	4	34	38
			% dans س6	10,5%	89,5%	100,0%
			% du total	10,5%	89,5%	100,0%
بطال	س6	موافق	Effectif	3	7	10
			% dans س6	30,0%	70,0%	100,0%
			% du total	10,7%	25,0%	35,7%
		موافق بشدة	Effectif	3	8	11
			% dans س6	27,3%	72,7%	100,0%
			% du total	10,7%	28,6%	39,3%
		محايد	Effectif	1	4	5
			% dans س6	20,0%	80,0%	100,0%
			% du total	3,6%	14,3%	17,9%
		لا اوافق	Effectif	0	1	1
			% dans س6	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	3,6%	3,6%
		لا أوافق تماما	Effectif	0	1	1
			% dans س6	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	3,6%	3,6%
	Total		Effectif	7	21	28
			% dans س6	25,0%	75,0%	100,0%
			% du total	25,0%	75,0%	100,0%
متقاعد	س6	موافق بشدة	Effectif		1	1
			% dans س6		100,0%	100,0%
			% du total		50,0%	50,0%
		محايد	Effectif		1	1
			% dans س6		100,0%	100,0%
			% du total		50,0%	50,0%

	Total		Effectif		2	2
			% dans س6		100,0%	100,0%
			% du total		100,0%	100,0%
طالب	س6	موافق	Effectif	3	20	23
			% dans س6	13,0%	87,0%	100,0%
			% du total	6,7%	44,4%	51,1%
		موافق بشدة	Effectif	0	10	10
			% dans س6	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	22,2%	22,2%
		محايد	Effectif	0	10	10
			% dans س6	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	22,2%	22,2%
		لا اوافق	Effectif	0	2	2
			% dans س6	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	4,4%	4,4%
	Total		Effectif	3	42	45
			% dans س6	6,7%	93,3%	100,0%
			% du total	6,7%	93,3%	100,0%
Total	س6	موافق	Effectif	12	48	60
			% dans س6	20,0%	80,0%	100,0%
			% du total	9,9%	39,7%	49,6%
		موافق بشدة	Effectif	4	25	29
			% dans س6	13,8%	86,2%	100,0%
			% du total	3,3%	20,7%	24,0%
		محايد	Effectif	1	21	22
			% dans س6	4,5%	95,5%	100,0%
			% du total	0,8%	17,4%	18,2%
		لا اوافق	Effectif	0	7	7
			% dans س6	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	5,8%	5,8%
		لا أوافق تماما	Effectif	0	3	3
			% dans س6	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	2,5%	2,5%
	Total		Effectif	17	104	121

نلاحظ في هذا الجدول ان الاجابة على **السؤال رقم 06 والذي ينص على تقديم مواضيعها بكلموضوعية ومصداقية**موافق هي غالبية النسب حيث اجاب 22 من العمال بموافق بنسبة 57.9 المئة 19 منهم جامعي بنسبة 50.0 بالمئة و 3 افراد اقل ثالثة ثانويبنسبة 7.9 بالمئة اما الاجابة عن موافق بشدة فمجموعها 5 من العمال بنسبة 13.2 بالمئة ا4 منهم جامعيين بنسبة 10.5 بالمئة و 1 منهم اقل من ثالثة ثانوي بنسبة 2.6 بالمئة اماعن اقل نسبة فهي لا اوافق تماما ب4 جامعيين بنسبة 10.5 بالمئة كما

تظهر لنا الإجاباتفي خانة البطال ان 11 من الافراد بنسبة 39.3 بالمئة اجاب بموافق بشدة 8 منهم جامعيينب.28.6 بالمئة و 3 منهم اقل من ثالثة ثانوي بنسبة 10.7 بالمئة كما تعتبر ادنى نسبةللإجابة هي لا اوافق ولا اوافق تماما 1 جامعي بنسبة 3.6 بالمئة لكل من الاجابتين اما عنالمتقاعدين فكان مجموع الاجابة موافق بشدة و محايد بنفس الإجابة وهي 1 جامعي بنسبة 50بالمئة اما اجابات عن الطالب فبمجموع 23 فرد بموافق بنسبة 51.1 بالمئة 20 منهمجامعيين بنسبة 44.4 بالمئة ة 3 منهم اقل من ثالثة ثانوي بنسبة 6.7 بالمئة اما الإجابةبموافق بشدة و محايد فهي 10 من الجامعيين بالنسبة 22.2 بالمئة و لا اجابة لأقل منثالثة ثانوي لكل منهما اما الاجابة بلا اوافق فهي 2 اجابة بنسبة 4.4 بالمئة من الجامعيينحسب الاجابات السابقة نرى ان اغلب الافراد الذين اجاب على الاستمارة يوافقون على ان

اذاعة المدية تقدم مواضيعها بكل موضوعية ومصداقية مما يأكد ان اذاعة المدية تقدمالاخبار الصادقة وتحترم اخلاقيات المهنة مكنها من تعزز جسور الثقة بينها وبينالمواطنين و هدا ما تؤكده النسب الاجمالية حيث ان مجموع الاجابة بموافق على ان الإذاعةتقدم المصداقية والموضوعية كان 60فرد بنسبة 49.6 بالمئة 48 منهم جامعي بنسبة 7،39بالمئة و12 منهم اقل من ثالثة ثانوي 9.9 بالمئة وهي النسبة الغالبة في الجدول.

س8 * المستوى_التعليمي * المهنة Tableau croisé

لصفة				المستوى_التعليمي		
				أقل من ثالثة ثانوي	جامعي	Total
عامل	س8	موافق	Effectif	3	19	22
			% dans س8	13,6%	86,4%	100,0%
			% du total	7,9%	50,0%	57,9%
		موافق بشدة	Effectif	0	2	2
			% dans س8	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	5,3%	5,3%
		محايد	Effectif	0	7	7
			% dans س8	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	18,4%	18,4%
		لا اوافق	Effectif	1	6	7
			% dans س8	14,3%	85,7%	100,0%
			% du total	2,6%	15,8%	18,4%
	Total		Effectif	4	34	38
			% dans س8	10,5%	89,5%	100,0%
			% du total	10,5%	89,5%	100,0%
بطال	س8	موافق	Effectif	2	10	12
			% dans س8	16,7%	83,3%	100,0%

			% du total	7,1%	35,7%	42,9%
		موافق بشدة	Effectif	5	2	7
			% dans 8س	71,4%	28,6%	100,0%
			% du total	17,9%	7,1%	25,0%
		محايد	Effectif	0	5	5
			% dans 8س	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	17,9%	17,9%
		لا اوافق	Effectif	0	3	3
			% dans 8س	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	10,7%	10,7%
		لا أوافق تماما	Effectif	0	1	1
			% dans 8س	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	3,6%	3,6%
	Total		Effectif	7	21	28
			% dans 8س	25,0%	75,0%	100,0%
			% du total	25,0%	75,0%	100,0%
متقاعد	8س	موافق	Effectif		1	1
			% dans 8س		100,0%	100,0%
			% du total		50,0%	50,0%
		موافق بشدة	Effectif		1	1
			% dans 8س		100,0%	100,0%
			% du total		50,0%	50,0%
	Total		Effectif		2	2
			% dans 8س		100,0%	100,0%
			% du total		100,0%	100,0%
طالب	8س	موافق	Effectif	3	24	27
			% dans 8س	11,1%	88,9%	100,0%
			% du total	6,7%	53,3%	60,0%
		موافق بشدة	Effectif	0	4	4
			% dans 8س	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	8,9%	8,9%
		محايد	Effectif	0	10	10
			% dans 8س	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	22,2%	22,2%
		لا اوافق	Effectif	0	3	3
			% dans 8س	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	6,7%	6,7%
		لا أوافق تماما	Effectif	0	1	1
			% dans 8س	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	2,2%	2,2%
	Total		Effectif	3	42	45

			% dans س8	6,7%	93,3%	100,0%
			% du total	6,7%	93,3%	100,0%
Total	س8	موافق	Effectif	11	57	68
			% dans س8	16,2%	83,8%	100,0%
			% du total	9,1%	47,1%	56,2%
		موافق بشدة	Effectif	5	9	14
			% dans س8	35,7%	64,3%	100,0%
			% du total	4,1%	7,4%	11,6%
		محايد	Effectif	0	24	24
			% dans س8	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	19,8%	19,8%
		لا اوافق	Effectif	1	12	13
			% dans س8	7,7%	92,3%	100,0%
			% du total	0,8%	9,9%	10,7%
		لا أوافق تماما	Effectif	0	2	2
			% dans س8	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	1,7%	1,7%
	Total		Effectif	17	104	121
			% dans س8	14,0%	86,0%	100,0%
			% du total	14,0%	86,0%	100,0%

نلاحظ من خلال الجدول أن إجابات افراد عينة الدراسة على **السؤال رقم 08 والذي نص علىامتياز المذيعون والمراسلون بعنصر الاقناع والقبول** تمثلت اجاباتهم على السؤال حسب المستوى التعليمي والصفة، نبدأ بالمجموعة الاولى العاملين : بالنسبة لأعلى نسبة كانت (موافق) يتراوح عددهم 22فرد ما يعادل 57،9%، 19 جامعي بنسبة 50% و 03 أقل من ثالثة ثانوي ما يعادل نسبة 7،9% أما اخفض نسبة كانت (موافق بشدة) يتراوح عددهم فردين 02 بنسبة 5،3%، بالنسبة لمستوى أقل من ثالثة ثانوي منعدمة 00 و الجامعي فردين بنسبة 5،3% كانت الإجابة عن هذا السؤال أكثر من طرف المستوى الجامعي يتراوح عددهم 34 فرد بنسبة 89،5% أما فئة أقل من ثالثة ثانوي 04أفراد ما يعادل نسبة 10،5%، فمن خلال الإجابة على هذا السؤال نرى أن المجموعة الأولى العاملين أغلبهم موافقون على ان إذاعة المدية الجهوية يمتاز المذيعون والمراسلون بعنصر الاقناع والقبول ثم تليها (لا أوافق) و (محايد) بنسبة 18،4% متساويين النسبة ، أما المجموعة الثانية البطالين فتمثل الافراد الذين كانت اجابتهم على هذا السؤال ب: بالنسبة لأعلى نسبة كانت (موافق) يتراوح عددهم 12 فرد بنسبة 42،9%، 10جامعيين بنسبة 35،7% و 02أقل من ثالثة ثانوي ما يعادل نسبة 7،1% أما أخفض نسبة كانت (لا أوافق تماما) يتراوح عددهم فرد واحد نسبة 3،6%، كانت الإجابة على هذا السؤال اكثر من طرف المستوى الجامعي 21فرد ما يعادل نسبة 75% أما فئة أقل من ثالثة ثانوي 07 افراد ما يعادل نسبة 25%، فمن خلال الإجابة على هذا السؤال نرى أن المجموعة الثانية البطالين أغلبهم موافقون بنسبة 57،9% ثم تليها (موافق بشدة) بنسبة 25% ثم (محايد) بنسبة 17،9% ثم (لا أوافق) بنسبة 10،7%. أما المجموعة الثالثة متقاعد فتمثل الافراد الذين كانت اجابتهم على هذا السؤال متساوية (موافق)، (موافق بشدة) يتراوح عدد افرادها فرد واحد فقط لكل منها بنسبة 50%، فمن خلال الإجابة على هذا السؤال

نرى ان افراد المستوى الجامعي هم الحاضرين ، اما المجموعة الرابعة الطلبة فتمثل الافراد الذين كانت اجابتهم على هذا السؤال ب: بالنسبة لأعلى نسبة كانت (موافق) يتراوح عددهم 27 فرد بنسبة 60%، 24 جامعيين بنسبة 3،53% اما فئة أقل من ثالثة ثانوي 03 افراد بنسبة 7،6% أما اخفض نسبة (لا أوافق تماما) يتراوح عددهم طالب واحد بنسبة 2،2% ومستواه جامعي، كانت الإجابة على هذا السؤال اكثر من طرف المستوى الجامعي يتراوح عددهم 42 طالب بنسبة 3،93% اما فئة اقل من ثالثة ثانوي يتراوح عددهم 03 افراد بنسبة 7،6% ، فمن خلال الإجابة على هذا السؤال نرى ان المجموعة الرابعة الطلبة موافقون بنسبة 60% ثم تليها (محايد) بنسبة 2،22% ثم (موافق بشدة) بنسبة 9،8% ثم (لا أوافق) بنسبة 7،6% وفي الأخير (لا أوافق تماما) 2،2%.

س9 * المستوى_التعليمي * المهنة Tableau croisé

الصفة				المستوى_التعليمي: أقل من ثالثة ثانوي	المستوى_التعليمي: جامعي	Total
عامل	س9	موافق	Effectif	3	17	20
			% dans س9	15,0%	85,0%	100,0%
			% du total	7,9%	44,7%	52,6%
		موافق بشدة	Effectif	0	5	5
			% dans س9	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	13,2%	13,2%
		محايد	Effectif	0	8	8
			% dans س9	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	21,1%	21,1%
		لا اوافق	Effectif	1	4	5
			% dans س9	20,0%	80,0%	100,0%
			% du total	2,6%	10,5%	13,2%
	Total		Effectif	4	34	38
			% dans س9	10,5%	89,5%	100,0%
			% du total	10,5%	89,5%	100,0%
بطال	س9	موافق	Effectif	2	6	8
			% dans س9	25,0%	75,0%	100,0%
			% du total	7,1%	21,4%	28,6%
		موافق بشدة	Effectif	3	2	5
			% dans س9	60,0%	40,0%	100,0%
			% du total	10,7%	7,1%	17,9%
		محايد	Effectif	1	8	9
			% dans س9	11,1%	88,9%	100,0%
			% du total	3,6%	28,6%	32,1%
		لا اوافق	Effectif	0	3	3
			% dans س9	0,0%	100,0%	100,0%

			% du total	0,0%	10,7%	10,7%
		لا أوافق تماما	Effectif	1	2	3
			% dans س9	33,3%	66,7%	100,0%
			% du total	3,6%	7,1%	10,7%
	Total		Effectif	7	21	28
			% dans س9	25,0%	75,0%	100,0%
			% du total	25,0%	75,0%	100,0%
متقاعد	س9	موافق بشدة	Effectif		1	1
			% dans س9		100,0%	100,0%
			% du total		50,0%	50,0%
		محايد	Effectif		1	1
			% dans س9		100,0%	100,0%
			% du total		50,0%	50,0%
	Total		Effectif		2	2
			% dans س9		100,0%	100,0%
			% du total		100,0%	100,0%
طالب	س9	موافق	Effectif	3	19	22
			% dans س9	13,6%	86,4%	100,0%
			% du total	6,7%	42,2%	48,9%
		موافق بشدة	Effectif	0	7	7
			% dans س9	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	15,6%	15,6%
		محايد	Effectif	0	10	10
			% dans س9	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	22,2%	22,2%
		لا اوافق	Effectif	0	3	3
			% dans س9	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	6,7%	6,7%
		لا أوافق تماما	Effectif	0	3	3
			% dans س9	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	6,7%	6,7%
	Total		Effectif	3	42	45
			% dans س9	6,7%	93,3%	100,0%
			% du total	6,7%	93,3%	100,0%
Total	س9	موافق	Effectif	10	45	55
			% dans س9	18,2%	81,8%	100,0%
			% du total	8,3%	37,2%	45,5%
		موافق بشدة	Effectif	3	16	19
			% dans س9	15,8%	84,2%	100,0%
			% du total	2,5%	13,2%	15,7%
		محايد	Effectif	2	27	29

		% dans س9	6,9%	93,1%	100,0%
		% du total	1,7%	22,3%	24,0%
	لا اوافق	Effectif	1	11	12
		% dans س9	8,3%	91,7%	100,0%
		% du total	0,8%	9,1%	9,9%
	لا أوافق تماما	Effectif	1	5	6
		% dans س9	16,7%	83,3%	100,0%
		% du total	0,8%	4,1%	5,0%
Total		Effectif	17	104	121

نلاحظ من خلال الجدول ان إجابات افراد عينة الدراسة على **السؤال رقم 09 والذي نص علىتغطية الوقائع والاحداث مباشرة من موقع الحدث** تمثلت اجاباتهم على حسب المستوى التعليمي والصفة، نبدأ بالمجموعة الأولى العاملين، بالنسبة لأعلى نسبة كانت (موافق) يتراوح عددها 20 فرد بنسبة 6،52% 17 جامعي بنسبة 7،44% اما فئة اقل من ثالثة ثانوي 03 افراد بنسبة 9،7% أما اخفض نسبة (لا أوافق) يتراوح عددها 05 افراد بنسبة 2،13%، 04 جامعي بنسبة 5،10% اما فئة اقل من ثالثة ثانوي فرد واحد ما يعادل نسبة 6،2%، كانت الإجابة على هذا السؤال اكثر من طرف المستوى الجامعي يتراوح عددهم 34 فرد بنسبة 5،89% اما فئة اقل من ثالثة ثانوي يتراوح عددهم 04 افراد بنسبة 5،10%، فمن خلال الإجابة على هذا السؤال نرى ان المجموعة الأولى العاملين أغلبهم موافقين بنسبة 6،52 ثم تليها (محايد) بنسبة 1،21% ثم (موافق بشدة) و(لا اوافق) متساويين بنسبة 2،13%، أما المجموعة الثانية البطالين فتمثل الافراد الذين كانت اجابتهم على هذا السؤال بالنسبة لأعلى نسبة (محايد) يتراوح عددها 09 افراد بنسبة 1،32% 08 من المستوى الجامعي بنسبة 6،28% اما فئة اقل من ثالثة ثانوي فرد واحد بنسبة 6،3% أما اخفض نسبة هي (لا أوافق تماما) (لا أوافق) متساويين بنسبة 7،10%، كانت الإجابة على هذا السؤال من طرف المستوى الجامعي والذي يتراوح عددهم 21 فرد بنسبة 75% اما فئة اقل من ثالثة ثانوي يتراوح عددهم 07 أفراد بنسبة 25% فمن خلال الإجابة على هذا السؤال نرى ان المجموعة الثانية البطالين أغلبهم محايدين بنسبة 1،32% ثم يليها (موافق) بنسبة 6،28% ثم (موافق بشدة) بنسبة 9،17% ثم تليها (لا أوافق) و (لا أوافق تماما) متساويين بنسبة 7،10% ، اما المجموعة الثالثة متقاعد تمثل الافراد الذين كانت اجابتهم على هذا السؤال ب: بالنسبة للإجابة عل هذا السؤال متساوية (موافق بشدة) (محايد) كانت الإجابة من طرف فرد واحد فقط لكل منهما فنسبة تكون 100%، أما المجموعة الرابعة الطلبة تمثل الافراد الذين كانت اجابتهم على هذا السؤال ب: بالنسبة لأعلى نسبة (موافق) يتراوح عددها 22 فرد ما يعادل نسبة 9،48% ، 19 من المستوى الجامعي بنسبة 9،48% اما فئة اقل من ثالثة ثانوي 03 افراد ما يعادل نسبة 7،6% ، اما اخفض نسبة (لا أوافق) (لا أوافق تماما) فهما متساويين في النسبة ب7،6% ، كانت الإجابة على هذا السؤال من طرف المستوى الجامعي اكثر يتراوح عددهم 42 فرد ما يعادل نسبة 3،93% اما فئة اقل من ثالثة ثانوي يتراوح عددهم 03 افراد ما يعادل نسبة 7،6% ، ثم يليها (محايد) بنسبة 2،22% ثم (موافق بشدة) بنسبة 6،15% .

س10 * المستوى_التعليمي * المهنة Tableau croisé

الصفة				المستوى_التعليمي: أقل من ثالثة ثانوي	المستوى_التعليمي: جامعي	Total
عامل	س10	موافق	Effectif	3	19	22
			% dans س10	13,6%	86,4%	100,0%
			% du total	7,9%	50,0%	57,9%
		موافق بشدة	Effectif	0	2	2
			% dans س10	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	5,3%	5,3%
		محايد	Effectif	1	8	9
			% dans س10	11,1%	88,9%	100,0%
			% du total	2,6%	21,1%	23,7%
		لا اوافق	Effectif	0	4	4
			% dans س10	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	10,5%	10,5%
		لا أوافق تماما	Effectif	0	1	1
			% dans س10	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	2,6%	2,6%
	Total		Effectif	4	34	38
			% dans س10	10,5%	89,5%	100,0%
			% du total	10,5%	89,5%	100,0%
بطال	س10	موافق	Effectif	4	10	14
			% dans س10	28,6%	71,4%	100,0%
			% du total	14,3%	35,7%	50,0%
		موافق بشدة	Effectif	2	2	4
			% dans س10	50,0%	50,0%	100,0%
			% du total	7,1%	7,1%	14,3%
		محايد	Effectif	1	3	4
			% dans س10	25,0%	75,0%	100,0%
			% du total	3,6%	10,7%	14,3%
		لا اوافق	Effectif	0	3	3
			% dans س10	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	10,7%	10,7%
		لا أوافق تماما	Effectif	0	3	3
			% dans س10	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	10,7%	10,7%
	Total		Effectif	7	21	28
			% dans س10	25,0%	75,0%	100,0%
			% du total	25,0%	75,0%	100,0%
متقاعد	س10	موافق بشدة	Effectif		1	1
			% dans س10		100,0%	100,0%

			% du total		50,0%	50,0%
		محايد	Effectif		1	1
			% dans س10		100,0%	100,0%
			% du total		50,0%	50,0%
	Total		Effectif		2	2
			% dans س10		100,0%	100,0%
			% du total		100,0%	100,0%
طالب	س10	موافق	Effectif	3	20	23
			% dans س10	13,0%	87,0%	100,0%
			% du total	6,7%	44,4%	51,1%
		موافق بشدة	Effectif	0	8	8
			% dans س10	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	17,8%	17,8%
		محايد	Effectif	0	10	10
			% dans س10	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	22,2%	22,2%
		لا اوافق	Effectif	0	2	2
			% dans س10	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	4,4%	4,4%
		لا أوافق تماما	Effectif	0	2	2
			% dans س10	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	4,4%	4,4%
	Total		Effectif	3	42	45
			% dans س10	6,7%	93,3%	100,0%
			% du total	6,7%	93,3%	100,0%
Total	س10	موافق	Effectif	13	50	63
			% dans س10	20,6%	79,4%	100,0%
			% du total	10,7%	41,3%	52,1%
		موافق بشدة	Effectif	2	15	17
			% dans س10	11,8%	88,2%	100,0%
			% du total	1,7%	12,4%	14,0%
		محايد	Effectif	2	24	26
			% dans س10	7,7%	92,3%	100,0%
			% du total	1,7%	19,8%	21,5%
		لا اوافق	Effectif	0	9	9
			% dans س10	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	7,4%	7,4%
		لا أوافق تماما	Effectif	0	6	6
			% dans س10	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	5,0%	5,0%
	Total		Effectif	17	104	121

	% dans س10	14,0%	86,0%	100,0%
	% du total	14,0%	86,0%	100,0%

نلاحظ من خلال الجدول ان إجابات افراد عينة الدراسة على **السؤال رقم 10 والذي نص علىالإحساس بالمسؤولية اتجاه الجمهور** تمثلت اجاباتهم حسب المستوى التعليمي والصفة، نبدأ بالمجموعة الأولى العاملين فتمثل الافراد الذين كانت اجاباتهم على هذا السؤال بالنسبة لأعلى نسبة (موافق) يتراوح عددها 22 فرد ما يعادل نسبة 9،57% ،19 من المستوى الجامعي ما يعادل نسبة 50% اما فئة اقل من ثالثة ثانوي 03 افراد ما يعادل نسبة 9،7% اما اخفض نسبة (لا أوافق تماما) كانت الإجابة من طرف فرد واحد فقط ومستواه جامعي بنسبة 6،2% فمن خلال الإجابة على هذا السؤال نرى ان المجموعة الأولى العاملين اغلبهم موافقين على ان إذاعة المدية الجهوية لإحساسها بالمسؤولية اتجاه جمهورها بنسبة9،57% ثم يليها (محايد) بنسبة 7،23% ثم (لا أوافق تماما) بنسبة 5،10% ثم (موافق بشدة) بنسبة 3،5% ، اما المجموعة الثانية البطالين فتمثل الافراد الذين كانت اجابتهم على هذا السؤال ب: بالنسبة لأعلى نسبة (موافق) يتراوح عددهم 14 فرد بنسبة 50% 10 مستواهم جامعي بنسبة 7،35% اما فئة اقل من ثالثة ثانوي يتراوح عددهم 04 افراد بنسبة 3،14% اما اخفض نسبة (لا أوافق) (لا أوافق تماما) متساويين بنسبة 7،10% مستواهم جامعي ثم يليها (موافق بشدة) (محايد) متساويين أيضا في النسبة 7،14% ، اما المجموعة الثالثة متقاعد فتمثل الافراد الذين تمحورت اجابتهم على النحو التالي: (موافق بشدة) (محايد) الإجابة كانت متساوية بنسبة 50% لكل واحد منها، اما المجموعة الرابعة الطلبة فتمثل الافراد الذين تمحورت اجابتهم ب: أعلى نسبة كانت (موافق) يتراوح عددهم 23فرد بنسبة 1،51% ،20 من المستوى الجامعي بنسبة 4،44% وفئة اقل من ثالثة ثانوي يتراوح عددهم 03 افراد ما يعادل نسبة 7،6% أما اخفض نسبة (لا أوافق) (لا أوافق تماما) متساويين في النسبة ب 4،4% ، فمن خلال الإجابة على هذا السؤال نرى أن المجموعة الرابعة الطلبة أغلبهم موافقون بنسبة 1،51% ثم يليها (محايد) بنسبة 2،22% ثم يليها (موافق بشدة) بنسبة 8،17% .

س12 * المستوى_التعليمي * المهنة Tableau croisé

				المستوى_التعليمي		
الصفة				أقل من ثالثة ثانوي	جامعي	Total
عامل	س12	موافق	Effectif	2	17	19
			% dans س12	10,5%	89,5%	100,0%
			% du total	5,3%	44,7%	50,0%
		موافق بشدة	Effectif	1	4	5
			% dans س12	20,0%	80,0%	100,0%
			% du total	2,6%	10,5%	13,2%
		محايد	Effectif	0	8	8
			% dans س12	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	21,1%	21,1%
		لا اوافق	Effectif	1	5	6
			% dans س12	16,7%	83,3%	100,0%

			% du total	2,6%	13,2%	15,8%
	Total		Effectif	4	34	38
			% dans 12س	10,5%	89,5%	100,0%
			% du total	10,5%	89,5%	100,0%
بطال	12س	موافق	Effectif	3	11	14
			% dans 12س	21,4%	78,6%	100,0%
			% du total	10,7%	39,3%	50,0%
		موافق بشدة	Effectif	4	6	10
			% dans 12س	40,0%	60,0%	100,0%
			% du total	14,3%	21,4%	35,7%
		محايد	Effectif	0	3	3
			% dans 12س	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	10,7%	10,7%
		لا أوافق تماما	Effectif	0	1	1
			% dans 12س	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	3,6%	3,6%
	Total		Effectif	7	21	28
			% dans 12س	25,0%	75,0%	100,0%
			% du total	25,0%	75,0%	100,0%
متقاعد	12س	موافق بشدة	Effectif		1	1
			% dans 12س		100,0%	100,0%
			% du total		50,0%	50,0%
		محايد	Effectif		1	1
			% dans 12س		100,0%	100,0%
			% du total		50,0%	50,0%
	Total		Effectif		2	2
			% dans 12س		100,0%	100,0%
			% du total		100,0%	100,0%
طالب	12س	موافق	Effectif	3	27	30
			% dans 12س	10,0%	90,0%	100,0%
			% du total	6,7%	60,0%	66,7%
		موافق بشدة	Effectif	0	6	6
			% dans 12س	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	13,3%	13,3%
		محايد	Effectif	0	4	4
			% dans 12س	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	8,9%	8,9%
		لا اوافق	Effectif	0	3	3
			% dans 12س	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	6,7%	6,7%
		لا أوافق تماما	Effectif	0	2	2

			% dans 12س	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	4,4%	4,4%
	Total		Effectif	3	42	45
			% dans 12س	6,7%	93,3%	100,0%
			% du total	6,7%	93,3%	100,0%
Total	12س	موافق	Effectif	11	59	70
			% dans 12س	15,7%	84,3%	100,0%
			% du total	9,1%	48,8%	57,9%
		موافق بشدة	Effectif	5	18	23
			% dans 12س	21,7%	78,3%	100,0%
			% du total	4,1%	14,9%	19,0%
		محايد	Effectif	0	16	16
			% dans 12س	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	13,2%	13,2%
		لا اوافق	Effectif	1	8	9
			% dans 12س	11,1%	88,9%	100,0%
			% du total	0,8%	6,6%	7,4%
		لا أوافق تماما	Effectif	0	3	3
			% dans 12س	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	2,5%	2,5%
	Total		Effectif	17	104	121
			% dans 12س	14,0%	86,0%	100,0%
			% du total	14,0%	86,0%	100,0%

نلاحظ من خلال الجدول أن إجابات افراد عينة الدراسة على **السؤال رقم 12 الذي نص علىمراعاة التناسب الزمني بين أهمية الاخبار والوقت الذي يستغرقهلمقارنة البرامج الأخرى** تمثلت اجاباتهم حسب المستوى التعليمي والصفة ، نبدأ بالمجموعة الأولى العاملين فتمثل الافراد الذين كانت اجاباتهم على هذا السؤال بالنسبة لأعلى نسبة (موافق) يتراوح عددها 21 فرد ما يعادل نسبة 3،55% 18، من المستوى الجامعي ما يعادل نسبة 4،47% اما فئة اقل من ثالثة ثانوي يتراوح عددهم 03 افراد بنسبة 9،7% اما اخفض نسبة (موافق بشدة) يتراوح عددهم 03 افراد بنسبة 9،7% ومستواهم جامعي، فمن خلال الاجابة على هذا السؤال نرى ان المجموعة الأولى العامين أغلبهم موافقين بنسبة 3،55% ثم يليها (محايد) بنسبة 3،26% ثم (لا أوافق) بنسبة 5،10%. اما المجموعة الثانية البطالين فتمثل الافراد الذين كانت اجاباتهم على السؤال: بالنسبة لأعلى نسبة (موافق) بنسبة يتراوح عددهم 15 فرد ما يعادل نسبة 6،53% ، 12 من المستوى الجامعي بنسبة 9،42% اما فئة اقل من ثالثة ثانوي 03 افراد ما يعادل نسبة 7،10% اما اخفض نسبة (لا أوافق تماما) كانت الإجابة من طرف فرد واحد ما يعادل نسبة 6،3% ومستواه جامعي ، فمن خلال الإجابة على هذا السؤال نرى ان المجموعة لثانية البطالين اغلبهم موافقون بنسبة 6،53% ثم يليها (موافق بشدة) بنسبة 9،17% ثم (محايد) بنسبة 3،14% ثم (لا أوافق) بنسبة 7،10% ، أما المجموعة الثالثة متقاعد فتمثل الافراد الذين تمحورت اجابتهم على النحو التالي: (موافق بشدة) (محايد) الإجابة كانت متساوية بنسبة 50% لكل واحد منها، أما المجموعة الرابعة الطلبة فتمثل

الافراد الذين كانت اجابتهم على السؤال: بالنسبة لأعلى نسبة (موافق) يتراوح عددهم 29 فرد ما يعادل نسبة 4،64%، 26 من المستوى الجامعي بنسبة 8،57% اما اقل من ثالثة ثانوي عددهم 03 افراد بنسبة 7،6%، اما اخفض نسبة (موافق بشدة) (لا أوافق) متساويين في النسبة 9،8% ، فمن خلال الإجابة على هذا السؤال نرى ان المجموعة الرابعة الطلبة أغلبهم موافقون بنسبة 4،64% ثم (محايد) بنسبة 8،17%.

س13 * المستوى_التعليمي * المهنة Tableau croisé

الصفة				المستوى_التعليمي		
				أقل من ثالثة ثانوي	جامعي	Total
عامل	س13	موافق	Effectif	3	18	21
			% dans س13	14,3%	85,7%	100,0%
			% du total	7,9%	47,4%	55,3%
		موافق بشدة	Effectif	0	2	2
			% dans س13	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	5,3%	5,3%
		محايد	Effectif	1	9	10
			% dans س13	10,0%	90,0%	100,0%
			% du total	2,6%	23,7%	26,3%
		لا اوافق	Effectif	0	4	4
			% dans س13	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	10,5%	10,5%
		لا أوافق تماما	Effectif	0	1	1
			% dans س13	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	2,6%	2,6%
	Total		Effectif	4	34	38
			% dans س13	10,5%	89,5%	100,0%
			% du total	10,5%	89,5%	100,0%
بطال	س13	موافق	Effectif	3	10	13
			% dans س13	23,1%	76,9%	100,0%
			% du total	10,7%	35,7%	46,4%
		موافق بشدة	Effectif	3	3	6
			% dans س13	50,0%	50,0%	100,0%
			% du total	10,7%	10,7%	21,4%
		محايد	Effectif	0	5	5
			% dans س13	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	17,9%	17,9%
		لا اوافق	Effectif	0	2	2
			% dans س13	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	7,1%	7,1%
		لا أوافق تماما	Effectif	1	1	2

			% dans س13	50,0%	50,0%	100,0%
			% du total	3,6%	3,6%	7,1%
	Total		Effectif	7	21	28
			% dans س13	25,0%	75,0%	100,0%
			% du total	25,0%	75,0%	100,0%
متقاعد	س13	موافق بشدة	Effectif		1	1
			% dans س13		100,0%	100,0%
			% du total		50,0%	50,0%
		محايد	Effectif		1	1
			% dans س13		100,0%	100,0%
			% du total		50,0%	50,0%
	Total		Effectif		2	2
			% dans س13		100,0%	100,0%
			% du total		100,0%	100,0%
طالب	س13	موافق	Effectif	3	22	25
			% dans س13	12,0%	88,0%	100,0%
			% du total	6,7%	48,9%	55,6%
		موافق بشدة	Effectif	0	7	7
			% dans س13	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	15,6%	15,6%
		محايد	Effectif	0	7	7
			% dans س13	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	15,6%	15,6%
		لا اوافق	Effectif	0	5	5
			% dans س13	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	11,1%	11,1%
		لا أوافق تماما	Effectif	0	1	1
			% dans س13	0,0%	100,0%	100,0%
			% du total	0,0%	2,2%	2,2%
	Total		Effectif	3	42	45
			% dans س13	6,7%	93,3%	100,0%
			% du total	6,7%	93,3%	100,0%
Total	س13	موافق	Effectif	12	53	65
			% dans س13	18,5%	81,5%	100,0%
			% du total	9,9%	43,8%	53,7%
		موافق بشدة	Effectif	3	14	17
			% dans س13	17,6%	82,4%	100,0%
			% du total	2,5%	11,6%	14,0%
		محايد	Effectif	1	22	23
			% dans س13	4,3%	95,7%	100,0%
			% du total	0,8%	18,2%	19,0%

	لا اوافق	Effectif	0	12	12
		% dans 13س	0,0%	100,0%	100,0%
		% du total	0,0%	9,9%	9,9%
	لا أوافق تماما	Effectif	1	3	4
		% dans 13س	25,0%	75,0%	100,0%
		% du total	0,8%	2,5%	3,3%
Total		Effectif	17	104	121
		% dans 13س	14,0%	86,0%	100,0%
		% du total	14,0%	86,0%	100,0%

نلاحظ من خلال الجدول ان إجابات افراد عينة الدراسة على **السؤال رقم 13 الأسلوب المتميزفي تناول القضايا ومناقشتها** تمثلت اجاباتهم حسب الصفة والمستوى التعليمي،نبدأ بالمجموعة الأولى العاملين فتمثل الافراد الذين كانت اجاباتهم على هذا السؤال بالنسبة لأعلى نسبة (موافق) يتراوح عددها 21 فرد ما يعادل نسبة 3،55% ،18 من المستوى الجامعي ما يعادل نسبة 4،47% اما فئة اقل من ثالثة ثانوي يتراوح عددهم 03 افراد بنسبة 9،7% اما اخفض نسبة (لا أوافق تماما) يتراوح عددهم فرد واحد بنسبة 6،2% ومستواه جامعي، فمن خلال الاجابة على هذا السؤال نرى ان المجموعة الأولى العاملين أغلبهم موافقون بنسبة 3،55% ثم يليها (محايد) بنسبة 3،26% ثم (لا أوافق) بنسبة 5،10% ثم (موافق بشدة) بنسبة 3،5% ، أما المجموعة الثانية البطالين فتمثل الافراد الذين كانت اجاباتهم على السؤال: بالنسبة لأعلى نسبة (موافق) بنسبة يتراوح عددهم 13 فرد بنسبة 4،46% ، 10 من المستوى الجامعي بنسبة 7،35% وفئة اقل من ثالثة ثانوي يتراوح عددهم 03 افراد بنسبة 7،10% اما اخفض نسبة (لا أوافق) عدد الافراد 02 بنسبة 1،7% مستواه جامعي (لا أوافق تماما) عدد الافراد 02 بنسبة 1،7% مستواهم فرد جامعي وفرد اقل من ثالثة ثانوي فهم متساويين النسبة، أما المجموعة الثالثة متقاعد فتمثل الافراد الذين تمحورت اجابتهم على النحو التالي: (موافق بشدة) (محايد) الإجابة كانت متساوية بنسبة 50% لكل واحد منها ومستواهم جامعي، أما المجموعة الرابعة الطلبة فتمثل الافراد الذين كانت اجابتهم على السؤال: بالنسبة لأعلى نسبة (موافق) يتراوح عددهم 25 فرد ما يعادل نسبة 6،55%، 22 من المستوى الجامعي بنسبة 9،48% اما اقل من ثالثة ثانوي عددهم 03 افراد بنسبة 7،6%، اما اخفض نسبة (لا أوافق تماما) تمت الإجابة عليها من طرف فرد واحد وبنسبة 2،2% ومستواه جامعي ،فمن خلال الإجابة على هذا السؤال نرى ان المجموعة الرابعة الطلبة أغلبهم موافقون بنسبة 6،55% ثم (محايد) (موافق بشدة) متساويين بنسبة 6،15% ثم (لا أوافق) بنسبة1،11% .

من خلال التحليل الكمي لاستجابات افراد عينة الدراسة على أسئلة المحور الثالث المتعلق بمصداقية الاخبار المسموعة يتضح لنا ان اغلبية افراد عينة الدراسة كانت نظرتهم إيجابية لإذاعة المدية الجهوية من حيث مصداقيتها.

ولقد اتفقت نتائج هذه الدراسة في مجملها مع ما توصلت اليه الدراسات بشكل عام، فقد اشارت بعض الدراسات العربية الى افتقاد المصداقية، وهذا ما استنتجناه من خلال دراستنا المتعلقة بمصداقية الاخبار في إذاعة المدية الجهوية حيث اتضح ان اغلبية جمهورها راضيين بما تقدمه من اخبار وبرامج، خاصة انها تعكس مشاكل المجتمع، واتضح ان نسبة الطلبة هي الاكثر متابعة لبرامجها وخاصة البرامج الاجتماعية والثقافية.

نتائج الدراسة:

من خلال نتائج هذه الدراسة عن اتجاهات الجمهور حول مصداقية الاخبار المسموعة توصلنا الى مجموعة من النتائج التي يمكن حصرها مع بعض الاقتراحات وهي كالتالي:

1. أن جمهور إذاعة المدية يتابعون الاخبار الاذاعية خلال الفترة الصباحية ويهتمون بها أكثر من الفترة المسائية بنسبة 57% بينا المسائية بنسبة 2،32%.
2. دوافع متابعة الإذاعة تكمن في الاهتمام بالبرامج الاجتماعية عند أغلب الجمهور بنسبة 2،32%.
3. تشجيع وتفعيل الدراسات في مركز البحوث الإعلامية التي تهتم بمضمون البرامج الاجتماعية والتي تلبي حاجيات وانشغالات المجتمع.
4. لارتفاع معدل الاستماع لإذاعة المدية يتطلب من إدارة الإذاعة بولاية المدية التخطيط لسياسات الإنتاج ومتابعة والدورات البرامجية على ضوء نتائج المستمعين، وإعادة النظر في توعية البرامج المقدمة وأسلوب الأداء بما يحقق رغبات واهتمامات المستمع ومحاكاة همومه.
5. بما أن 6،68% من الجمهور يرون أن الإذاعة أحيانا ما تلبي حاجات وانشغالات المجتمع فضروري اعداد برامج اخرى لتقوية العلاقة بين النسيج الاجتماعي والجمهور لأن حسب رأي أفراد العينة لم ينجح في إيجاد حلول أو توجيهات تعكس المجتمع.
6. يجب على القائمين على الاعلام في الجزائر تناول موضوع المصداقية ودراستها من أجل الوصول الى معايير دقيقة لقياسها حتى تتفق مع واقعنا وبيئتنا الاجتماعية والثقافية والاخبارية والسياسية في عالما العربي، وعليه فان وضع مقاييس المصداقية في الدراسات المستقبلية حتى تلائم مع وسائل الاعلام أصبح امر ضروري.

خاتمة

خاتمة:

من خلال هذه الدراسة التي تعرفنا فيها على اتجاهات الجمهور إزاء مصداقية الأخبارالمسموعة من خلال الإجابة على مجموعة من التساؤلات التي تضمنتها الدراسة حيثنستنتج أن الإعلام له دور كبير في التنوير ونقل الأخبار للناس والتأثير فيهم وتمكنالإعلام على إرساء خدمة إعلامية هادفة حيث نستنتج أن إذاعة المدية استطاعت ان تؤثر على عدد معتبر من الجمهور وذلك من خلال قدرتها على التواصل مع واقعهم ونقلانشغالاتهم وحل مشاكلهم المختلفة إضافة إلى أنها تواكب الإحداث المحلية.

ورغم المزايا العديدة للإذاعة غير ان هناك اتجاهات عديدة تختلف من ناحية المضمون اومن ناحية الأداء الإعلامي فهناك من يرى ان الإذاعة نقطة وصل لبث الأخبار وإذاعتها وهناك من هو متردد حول فعاليتها ودورها في خدمة الأفراد بصفة خاصة ورغمالاختلافات نطمح ان تتحلى إذاعة المدية بمختلف المزايا منها الموضوعية وتحسينالخدمات لتقوم بدورها على أكمل وجه.

قائمة المصادر و المراجع

قائمة المصادر والمراجع:

المراجع:

1. أحمد بن مرسلي، مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال الطبعة الثانية الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2006.
2. بحوش محمد محمود الذنيبات: مناهج البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصبة للنشر الجزائر ط1 2004.
3. جودت بني جابر، علم النفس الاجتماعي، (عمان، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، 1994).
4. جودت بني جبار، علم النفس الاجتماعي، عمان، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، 1994.
5. حاتم الكعبي: السلوك الجمعي، مطبعة الديوانية الحديثة، العراق، 1973.
6. حسن سمير، الاعلام والاتصال بالجماهير والراي العام، القاهرة: عالم الكتب، 1984
7. خليل عبد الرحمان المعايطة، علم النفس الاجتماعي، القاهرة، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، 1998.
8. راضي الوقفي، مقدمة في علم النفس، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، 1998.
9. سعاد جبر سعيد، سيكولوجية الاتصال الجماهيري، ط 1 عمان: عالم الكتب الحديث، 2008.
10. سعيد لبيب، كرم شلبي، الصحافة الاذاعية، دار الحرية للطباعة والنشر، بغداد 1972.
11. سهام إبراهيم كمال محد، مفهوم الاتجاه ماجيستر في التربية (رياض الأطفال) مركز دراسات وبحوث المعوقين، جامعة القاهرة، مصر.
12. السيد فؤاد البهي وعبد الرحمان سعد: علم النفس الاجتماعي ـ رؤية معاصرة، ب ط، القاهرة: دار الفكرالعربي،1999م.
13. شدوان علي شيبة، الإعلان ـ المدخل والنظرية، مصر، دار المعرفة الجامعة، 2005.
14. الطاهر بن خرف الله واخرون، الوسيط في الدراسات الجامعية، الجزائر، دار هومة للنشر والتوزيع، 2002.
15. عبد الأمير فيصل، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، ط1 عمان دار الشروق، 2006.
16. عبد الحميد جابر والشيخ سليمان، دراسات نفسية في الشخصية العربية، ب ط، القاهرة: عالم الكتب، 1978م.
17. عبد القادر شعباني، راغب جابر وآخرون: المعالجة الخبرية التلفزيونية العربية بين المتطلبات المهنية والتوجهات السياسية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، تونس،
18. عبد الله الطويرقي: صحافة المجتمع الجماهيري، مكتبة العبيكان، السعودية، 1997.
19. عبد المجيد شكري، الإذاعات المحلية لغة العصر: المركز الجامعي للطباعة الالكترونية، القاهر ة، دار الفك ر العربي، 1996.
20. مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز بادي: القاموس المحيط مصر الحديث، د، ط، 2008.

21. محمد حجاب، الموسوعة الإعلامية، (د، ط) القاهرة: دار الفج [1]أبو زيد، فن الخبر الصحفي مكتبة العلم ط 1 جدة 1981.
22. محمد زيبان عمر، البحث العلمي، مناهجه، تقنياته، مصر: الهيئة المصرية العامة للكتاب 2002.
23. محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الاعلام، الطبعة الأولى، مصر عالم الكتب، 1993.
24. محمد علي محمد: مفهوم القيم الاجتماعية الأسس النظرية والمؤثرات الإجرائية. ب ط، القاهرة: المركز الإقليمي للبحوث والتوثيق في العلوم الاجتماعية، 1982م.
25. محمد معوض، الخبر الإذاعي والتلفزيوني، ط1 دار الكتاب الحديث 2000..
26. محمود، علم الدين مصداقية الاتصال، (د. ط) القاهرة: دار الوزان للطباعة والنشر 1989م.
27. محي محمد مسعد: كيفية كتابة الأبحاث والاعداد للمحاضرات، ط1 المكتب العربي الحديث، الإسكندرية. مصر
28. مصطفى سويف، مقدمة لعلم النفس الاجتماعي، القاهرة، المكتبة، لأنجلو المصرية، ط2 1996.
29. نبيهة صالح الساماني، علم النفس الإعلامي عمان، دار المناهج، 2007.
30. نسمة أحمد الطريق، الكتابة الإذاعية والتلفزيون كلية الاعلام جامعة القاهرة 2005.
31. هيثم هادي الهيتي: الاعلام السياسي والاخباري في الفضائيات، ط1 عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع

الرسائل الجامعية:

1. السعيد در اجي، عادات وانماط مشاهدة الأطفال: الب رامج التلفزيونية دراسة ميدانية بكمالية مدينة قسنطينة، (ر سالة ماجيستر ر الأمير عبد القادر قسنطينة، 2002- 2003.
2. ريهام الحبيبي، مصداقية المضامين الدينية الإسلامية في وسائل الاعلام الجديدة لدى الجمهور المصري: دراسة مقارنة (رسالة دكتورا غير منشورة)، جامعة المنصورة، المنصورة.
3. سابق احمد، علاقة المقيمين المصريين في دول الخليج العربي بالحافة المصرية: دراسة تحليلية (رسالة دكتورا غير منشورة) جامعة القاهرة 2007م.
4. علي قسايسية، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي، دراسة نقدية تحليلية بأبحاث الجمهور في الجزائر أطروحة لنيل شهادة دكتوراه دوله في علوم الاعلام والاتصال جامعة الجزائر،2005-2006.
5. قبلان عبده قبلان حرب: اتجاهات المشاهدين نحو البرامج والخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجيستر في الاعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، عمان،
6. منى هاشم، مصداقية مواقع بعض الصحف المصرية على الانترنت وعلاقتها بتفضيلات الجمهور المصري: دراسة تحليلية ميدانية على عينة من الريف والحضر (رسالة دكتوراة غير منشورة)، جامعة المنوفية، مصر 2012 م.

7. نايف مطلق فهد العتبي: مصداقية الاخبار التلفزيونية لدى طلاب وطالبات الملك سعود دراسة مقارنة بين القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة، دراسة مكملة لنيل شهادة الماجيستر في الاعلام، السعودية،

8. مسعود جودي تجربة الاعلام في الجزائررسالة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال بجامعة الجزائر قدمتها الباحثة عام 2003

9.

الجرائد والمجلات:

1. عبد الله شمت المجيدل: اتجاهات طلبة كلية التربية في صلالة نحو مهنة التعليم ـ دراسة ميدانية، المجلة التربوية، العدد81، جامعة الكويت، مجلس النشر العلمي، ديسمبر2006.

المواقع الالكترونية:

[1] Nadine, w g Jacquelyn, B, journal of the American society for information science and technology (P.134).

الملاحق

البيانات الشخصية:

- الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐
- السن: أقل من 18 ☐ 19-35 سنة ☐ 36 فما فوق ☐
- المستوى التعليمي: أقل من ثالثة ثانوي ☐ جامعي ☐
- الصفة: عامل ☐ بطال ☐ متقاعد ☐ طالب ☐

المحور الأول: أوقات و اهتمامات الجمهور للاستماع لإذاعة المدية

- ما مدى متابعتك للأخبار الإذاعة؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

- من أي جهاز تحب الاستماع لإذاعة المدية؟

الهاتف ☐ المذياع ☐

- أين تستمع لإذاعة المدية غالبا؟

في السيارة ☐ في المنزل ☐ عبر الهاتف في أماكن أخرى ☐

مكان العمل ☐ في الحي الجامعي ☐

- ما هي الأوقات المفضلة لمتابعة إذاعة المدية؟

الفترة الصباحية ☐ عند الظهيرة ☐ بعد الزوال ☐ الفترة المسائية ☐

- كم من الوقت تستمع لبرامج اذاعة المدية في اليوم؟

أقل من ساعة ☐ ساعتين ☐ أكثر من 2 سا ☐

- ما هي البرامج التي تفضل متابعتها؟

اجتماعية ☐ سياسية ☐ ثقافية ☐ اخبارية ☐ رياضية ☐

ترفيه و تسلية ☐

المحور الثاني: تقييم البرامج الإخبارية التي يتم عرضها:

- هل تلبي إذاعة المدية حاجاتك ة انشغالات المجتمع؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

- هل ترى أن أخبار المدية تعكس مشاكل المجتمع؟

نعم ☐ لا ☐

- هل تجد أن أخبار إذاعة المدية

مكررة من وسائل الاعلام ☐ جديدة عليك ☐

- ما رأيك في مستوى لغة و أداء المذيعين؟

جيد ☐ متوسط ☐ ضعيف ☐

- ما هو تقييمك لمحتوى المقدم لإذاعة المدية؟

جيد ☐ حسن ☐ متوسط ☐ ضعيف ☐

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

République Algérienne Démocratique et Populaire

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة يحيى فارس بالمدية
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة المكلفة بالدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة

Ministère de L'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
Université Yahia Fares de Médéa
Faculté des Sciences Humaines et Sociales
Vice Décanat chargée des études et des affaires liées aux étudiants

جامعة يحيى فارس بالمدية
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة المكلفة بالدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة

إذن بالطبع والإيداع

طبيعة الموضوع : مذكرة تخرج لنيل شهادة الليسانس /الماستر للسنة الجامعية 2021-2022

الأستاذ المشرف على الموضوع: أ. حمدي وردة

موضوع البحث: إتجاهات الجمهور إزاء مصداقية الأخبار المصنوعة - إذاعة المدية أنموذجا -

من طرف الطلبة:

1-اللقب:/ بن عمور ..... الاسم:/ أمال .....

2-اللقب:/ مشري بني ..... الاسم:/ هدية .....

3-اللقب:/ ..... الاسم:/ .....

التخصص : سمعي بصري

بعد دراسة العمل المنجز من طرف الطلبة المذكورين أعلاه نأذن بطبع وإيداع المذكرة ونطلب موافاتنا

بنسخة منها.

تأشيرة الأستاذ المشرف

أ. حمدي

تأشيرة رئيس القسم

المدية في 14/06/2022