

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم: علم الاجتماع



الموضوع:

المؤسسات الإعلامية ودورها في تنمية القيم الثقافية لدى المجتمع المحلي

دراسة ميدانية بالإذاعة المحلية الجهوية - الطارف

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر تخصص علم الاجتماع الإتصال

إشراف الدكتورة:

بن وهيبة نورة

من إعداد الطالبة:

بحري إسمهان •

لجنة المناقشة:

الجامعة	الصفة	الدرجة العلمية	اسم ولقب الأستاذ (ة)
جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف	رئيسا	أستاذة التعليم العالي	أ.د/ بوزيان راضية
جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف	مشرفا ومقررا	أستاذة محاضرة - أ -	د/بن وهيبة نورة
جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف	عضو مناقشا	أستاذ محاضر - ب -	د/ بوحنيكة نذير

السنة الجامعية: 2018-2019



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا
عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ

صدق الله العظيم
سورة البقرة آية (32)



شكر وتقدير

إذا كان الشكر تقديرا للجميل وحبل الإخلاص الطويل فالإيكم مني بالغ
الشكر أحبائي وأبدئه:

إلى الله عزوجل الذي يسر لي درب العلم والمعرفة ورزقني من حيث لا
أحتسب إلى خاتم الأنبياء والمرسلين معلم الأمة أجمعين الحبيب المصطفى
"محمد صلى الله عليه وسلم".

إلى مشرفة البحث وموجهته الدكتورة: "بن وهيبة نورة" التي لم تبخل عليا
لحظة بتوجيهاتها وعملها ووقتها كما أتوجه بالشكر والتقدير إلى كل
الأساتذة الأفاضل الذين دعمونا كثيرا سواء بالتوجيه أو النصح وكذلك
التدعيم العلمي من خلال جمع المادة العلمية، والذين لم يبخلوا علينا بتقديم
العون والمؤازرة لإتمام هذه المذكرة معنويا.

وإلى أعضاء لجنة المناقشة

وإلى كل من مدني العون من قريب أو من بعيد.

وشكرا

إهداء

"السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته"

الحمد لله الذي يسر لي أمري ووفقني في كتابة هذا البحث وسدد خطواتي ومهد
طريقي للنجاح والصلاة والسلام على خير الأنام محمد سيد البشرية جميعا الذي بلغ
العلا بكماله وكشف الدجى بجماله، عظمت جميع خصاله.
"أهدي عطر نجاحي هذا إلى:

-من حملت همي وكشفت غمي ومسحت دموعي ورسمت البسمة على وجهي
بعطائها وينبوع الصبر والحنان والأمل، إلى كل من في الوجود بعد الله ورسوله
"أمي الغالية"

-من رعاني وعمل جاهدا على تعليمي أبجديات الحياة ومن سعى وشقى لأنعم
بالراحة والهناء، الذي لم يبخل بشيء من أجل دفعي إلى طريق النجاح...الذي
علمني أن أرتقي سلم الحياة بحكمة وصبر إلى "والدي العزيز الغالي".
-من أحسست به بالاطمئنان والفخر إلى: أخي العزيز "محمد الأمين"
-الورود الجميلة والفواصل الأنيقة والبراعم الناعمة إلى شقيقاتي:
أمال، وهيبة، سميحة، يمينة، حنان

-من أظهر لي ما هو أجمل من الحياة وسندي في هذه الحياة وشمعة دربي ومن
أشرفت شمسها في ماء حياتي إلى قوتي وملاذي بعد الله حفظك الله لي وامتلك
بالصحة والعافية ودمت لي: "س.ب".

-من تقوى العين برؤيتها وتطيب النفس بمواساتها ويطمئن القلب برؤيتها: مشرفة
البحث وموجهته الدكتورة: "بن وهيبة نورة".

-كل صديقاتي ورفيقاتي وإلى كل من وسعتهم ذاكرتي ولم تسعهم مذكرتي.

-كل الأهل والأقارب صغيرا وكبيرا.

إسمهان

فهرس المحتويات

	آية قرآنية
	شكر وتقدير
	الإهداء
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
	ملخص
أ - ج	مقدمة.....
الفضل الأول: الإشكالية: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة	
04	توطئة الفصل الأول.....
05	المبحث الأول: الإشكالية وأسباب اختيار الموضوع، أهميته واهدافه.....
13-5	المطلب 1: إشكالية الدراسة.....
14-13	المطلب 2: أسباب اختيار الموضوع.....
14	المطلب 3: أهمية الدراسة.....
15	المطلب 4: أهداف الدراسة.....
15	المبحث الثاني : الإطار المفاهيمي للدراسة.....
16	المطلب 2: تحديد المفاهيم الأساسية.....
16	الفرع الأول: المفاهيم الأساسية للدراسة.....
18-16	1- الإذاعة.....
19-18	2- الإذاعة المحلية.....
22-19	3- الدور.....
23-22	4- التنمية.....
25-24	5- القيم.....
27-25	6- الثقافة.....
28-27	7- القيم الثقافية.....
29-28	8- المجتمع.....
30-29	9- المجتمع المحلي.....
31	المطلب 2: تحديد المفاهيم المقاربة للدراسة.....
31	الفرع الأول: المفاهيم المقاربة في مجال المؤسسات الإعلامية.....
32-31	1- الاتصال.....
34-33	2- التواصل.....

35-34	3- الانترنت.....
37-35	4- التخطيط الإعلامي.....
37	الفرع الثاني: المفاهيم المقاربة في مجال تنمية المجتمع المحلي.....
38-37	1- التنمية المحلية.....
39-38	2- التنمية الاجتماعية.....
41-40	3- المشاركة المجتمعية.....
43-41	4- التنمية المستدامة.....
44	المبحث الثالث: الإطار المنهجي للدراسة.....
44	المطلب 1: تحديد المنهج المستخدم للدراسة.....
45-44	الفرع الأول: المنهج.....
46-45	الفرع الثاني: المنهج الوصفي.....
46	المطلب 2: تحديد أدوات جمع البيانات.....
51-48	الفرع الأول: دليل المقابلة.....
53-52	الفرع الثاني الاستمارة.....
54	المطلب 3: تحديد مجالات الدراسة.....
55-54	الفرع الأول: المجال المكاني.....
56-55	الفرع الثاني: المجال الزمني.....
56	الفرع الثالث المجال البشري.....
59-57	الفرع الرابع: عينة الدراسة.....
60	خلاصة الفصل الأول.....
الفصل الثاني: المقاربات النظرية والدراسات السابقة	
62	توطئة الفصل الثاني.....
63	المبحث الأول: التأصيل النظري للمؤسسات الإعلامية والقيم الثقافية للمجتمع المحلي.....
63	المطلب 1: التأصيل النظري للمؤسسات الإعلامية (الإذاعة المحلية
67-64	الفرع الأول: نظرية التنسيق.....
70-68	الفرع الثاني: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.....
69	الفرع الثالث: نظرية تحليل الإطار الإعلامي.....
69	المطلب 2: التأصيل النظري لتنمية المجتمع المحلي.....
70-69	الفرع الأول: النظرية البنائية الوظيفية.....
72-70	الفرع الثاني: النظرية التفاعلية الرمزية.....
73-72	الفرع الثالث: النظرية الإنماء الثقافي.....
74	المبحث الثاني: الدراسات السابقة.....
84-74	المطلب 1: الدراسات الجزائرية (المحلية).....

90-85	المطلب 2: الدراسات العربية.....
91	خلاصة الفصل الثاني.....
الفصل الثالث: المؤسسات الإعلامية ودورها في تنمية القيم الثقافية لدى المجتمع المحلي	
93	توطئة الفصل الثالث.....
94	المبحث الأول: قراءة نظرية للمؤسسات الإعلامية.....
94	المطلب 1: وظيفة الإعلام ودوره في المجتمع العربي.....
95-94	المطلب 2: موقع الاتصال والإعلام في العملية التنموية.....
96-95	المطلب 3: دور الإعلام في بناء الشخصية والمجتمع.....
97-96	المطلب 4: دور الاتصال الجماهيري في مجال التنمية.....
97	المطلب 5: أهمية استخدام وسائل الإعلام والاتصال في تعبئة الجماهير.....
102	المطلب 6: عوامل نجاح عملية التواصل في المؤسسات الإعلامية.....
101	المبحث الثاني: قراءة نظرية للقيم الثقافية للقيم لدى المجتمع المحلي.....
102	المطلب 1: إمكانية التنمية والاستعداد و التنمية.....
104-102	المطلب 2: آليات تجسيد التنمية المحلية.....
105	المطلب 3: آليات تجسيد التنمية المستدامة في المجتمعات المحلية.....
108-106	المطلب 4: محددات التفاعل الثقافي وآلياته.....
109-108	المطلب 5: تقديم خدمات من خلال المشاركة المجتمعية.....
117-109	المطلب 6: المشاركة في التنمية المحلية.....
118	خلاصة الفصل الثالث.....
الفصل الرابع: المعالجة الميدانية للدراسة	
120	توطئة الفصل الرابع.....
166-121	أولاً: عرض وتحليل المعطيات الميدانية.....
175-167	ثانياً: نتائج الدراسة.....
176	خلاصة الفصل الرابع.....
177	التوصيات والاقتراحات
179	خاتمة
	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق

الصفحة	فهرس الجداول	الرقم
121	يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس	جدول رقم 1
122	يبين توزيع أفراد العينة حسب السن	جدول رقم 2
124	يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	جدول رقم 3
125	يبين توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة	جدول رقم 4
127	يبين توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية	جدول رقم 5
128	يبين توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية	جدول رقم 6
130	يبين توزيع أفراد العينة حسب اللغة الأكثر استعمالاً في المؤسسة	جدول رقم 7
131	يبين توزيع أفراد العينة حسب مساهمة الارتقاء في مجال الاتصال والإعلام على تحقيق استراتيجية ناجحة	جدول رقم 8
133	يبين توزيع أفراد العينة حسب أن وظيفة الاتصال ركيزة أساسية للمؤسسة	جدول رقم 9
135	يبين توزيع أفراد العينة حسب طبيعة الاتصال الذي تعتمد عليه في المؤسسة	جدول رقم 10
136	يبين توزيع أفراد العينة حسب وسائل الاتصال المعتمدة في المؤسسة	جدول رقم 11
138	يبين توزيع أفراد العينة حسب نوع المعارف التي اكتسبتها في المؤسسة	جدول رقم 12
139	يبين توزيع أفراد العينة حسب المعارف المكتسبة في مجال الاتصال تساعد على تطوير قدراتك وإمكانياتك	جدول رقم 13
142	يبين توزيع أفراد العينة حسب الطرق المعتمدة في توصيل المعلومات داخل المؤسسة	جدول رقم 14
144	يبين توزيع أفراد العينة حسب البرامج الإعلامية التحسيسية والنوعية تعمل على ترقية العنصر البشري	جدول رقم 15
146	يبين توزيع أفراد العينة حسب فوائد البرامج الإعلامية التحسيسية والنوعية داخل المؤسسة.	جدول رقم 16
148	يبين توزيع أفراد العينة حسب هدف هذه البرامج الإعلامية النوعية والتحسيسية إلى إضافة معلومات وخبرات تساعد على الارتقاء والتقدم بمستوى العامل داخل المؤسسة.	جدول رقم 17
150	يبين توزيع أفراد العينة حسب وجود فرص للتدريب في المجال الإعلامي والاتصالي في المؤسسة.	جدول رقم 18
152	يبين توزيع أفراد العينة حسب تطبيق المؤسسة أسلوب التخطيط الإعلامي في جميع عملياتها وأنشطتها.	جدول رقم 19

153	يبين توزيع أفراد العينة حسب اعتبار التخطيط الإعلامي توظيف الإمكانيات المادية والبشرية والإعلامية من اجل تحقيق أهداف المؤسسة	جدول رقم 20
155	يبين توزيع أفراد العينة حسب معنى القيمة الثقافية بالنسبة للفرد	جدول رقم 21
156	يبين توزيع أفراد العينة حسب إيمان المؤسسة بما يعرف بثقافة الفرد	جدول رقم 22
157	يبين توزيع أفراد العينة حسب مساهمة المؤسسة في الارتقاء بالثقافات الفرعية المتواجدة داخل وخارج المؤسسة.	جدول رقم 23
159	يبين توزيع أفراد العينة حسب الإمكانيات التي تعدها المؤسسة من أجل المساهمة في الارتقاء بالقيم الثقافية	جدول رقم 24
160	يبين توزيع أفراد العينة حسب وجود فرص للتدريب في مجال المساهمة في الارتقاء بالقيم الثقافية	جدول رقم 25
162	يبين توزيع أفراد العينة حسب اعتبار المشاركة المجتمعية من أكثر العناصر أهمية وفعالية في تحقيق أهداف معينة والوصول إلى تنمية المجتمع المحلي.	جدول رقم 26
163	يبين توزيع أفراد العينة حسب قيام التنمية المحلية بمجموعة من العمليات والنشاطات الوظيفية بهدف النهوض في كافة المجالات المكونة للمجتمع المحلي.	جدول رقم 27
165	يبين توزيع أفراد العينة حسب دور المؤسسة اتجاه المجتمع المحلي	جدول رقم 28

الصفحة	فهرس الأشكال	الرقم
66	يبين عناصر نظرية التنسيق	شكل رقم 1
67	يبين العلاقات التبادلية بين المجتمع ووسائل الإعلام والجمهور	شكل رقم 2
121	يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس	شكل رقم 3
122	يبين توزيع أفراد العينة حسب السن	شكل رقم 4
124	يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	شكل رقم 5
126	يبين توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة	شكل رقم 6
127	يبين توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية	شكل رقم 7
129	يبين توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية	شكل رقم 8
130	يبين توزيع أفراد العينة حسب اللغة الأكثر استعمالاً في المؤسسة	شكل رقم 9
132	يبين توزيع أفراد العينة حسب مساهمة الارتقاء في مجال الاتصال والإعلام على تحقيق استراتيجية ناجحة	شكل رقم 10
134	يبين توزيع أفراد العينة حسب أن وظيفة الاتصال ركيزة أساسية للمؤسسة	شكل رقم 11
135	يبين توزيع أفراد العينة حسب طبيعة الاتصال الذي تعتمد عليه في المؤسسة	شكل رقم 12
137	يبين توزيع أفراد العينة حسب وسائل الاتصال المعتمدة في المؤسسة	شكل رقم 13
138	يبين توزيع أفراد العينة حسب نوع المعارف التي اكتسبتها في المؤسسة	شكل رقم 14
140	يبين توزيع أفراد العينة حسب المعارف المكتسبة في مجال الاتصال تساعد على تطوير قدراتك وإمكانياتك	شكل رقم 15
142	يبين توزيع أفراد العينة حسب الطرق المعتمدة في توصيل المعلومات داخل المؤسسة	شكل رقم 16
144	يبين توزيع أفراد العينة حسب البرامج الإعلامية التحسيسية والنوعية تعمل على ترقية العنصر البشري	شكل رقم 17
146	يبين توزيع أفراد العينة حسب فوائد البرامج الإعلامية التحسيسية والنوعية داخل المؤسسة.	شكل رقم 18
149	يبين توزيع أفراد العينة حسب هدف هذه البرامج الإعلامية النوعية والتحسيسية إلى إضافة معلومات وخبرات تساعد على الارتقاء والتقدم بمستوى العامل داخل المؤسسة.	شكل رقم 19
151	يبين توزيع أفراد العينة حسب وجود فرص للتدريب في المجال الإعلامي والاتصالي في المؤسسة.	شكل رقم 20

152	يبين توزيع أفراد العينة حسب تطبيق المؤسسة أسلوب التخطيط الإعلامي في جميع عملياتها وأنشطتها.	شكل رقم 21
154	يبين توزيع أفراد العينة حسب اعتبار التخطيط الإعلامي توظيف الإمكانيات المادية والبشرية والإعلامية من أجل تحقيق أهداف المؤسسة	شكل رقم 22
155	يبين توزيع أفراد العينة حسب معنى القيمة الثقافية بالنسبة للفرد	شكل رقم 23
156	يبين توزيع أفراد العينة حسب إيمان المؤسسة بما يعرف بثقافة الفرد	شكل رقم 24
158	يبين توزيع أفراد العينة حسب مساهمة المؤسسة في الارتقاء بالثقافات الفرعية المتواجدة داخل وخارج المؤسسة.	شكل رقم 25
159	يبين توزيع أفراد العينة حسب الإمكانيات التي تعدها المؤسسة من أجل المساهمة في الارتقاء بالقيم الثقافية	شكل رقم 26
161	يبين توزيع أفراد العينة حسب وجود فرص للتدريب في مجال المساهمة في الارتقاء بالقيم الثقافية	شكل رقم 27
162	يبين توزيع أفراد العينة حسب اعتبار المشاركة المجتمعية من أكثر العناصر أهمية وفعالية في تحقيق أهداف معينة والوصول إلى تنمية المجتمع المحلي.	شكل رقم 28
164	يبين توزيع أفراد العينة حسب قيام التنمية المحلية بمجموعة من العمليات والنشاطات الوظيفية بهدف النهوض في كافة المجالات المكونة للمجتمع المحلي.	شكل رقم 29
165	يبين توزيع أفراد العينة حسب دور المؤسسة اتجاه المجتمع المحلي	شكل رقم 30

The media organizations, including Al-Tarf Regional Radio, are a means of communication in the communities as part of the community system, such as education and social and local development, and increasing knowledge in various fields. Hence the importance of using local radio, specifically Al-Tarif radio station to mobilize the masses interested in change and local development. The importance of the study in how local radio use is best used to pass development programs and plans and communication process to listeners is that the development and communication process aims at listening individuals, Li cultural values of the development of the local community.

Based on this, this study sought to reveal the role of media institutions in the development of cultural values in the local community (Radio Al-Tarif Regional).

Hence, we ask the main question of the question: What is the role played by the media institutions, especially Al-Tarif Radio, in the development of the cultural values of the local community?

Accordingly, the following main questions fall under the main question:

- 1- What is the role of the policy adopted by the media organization "Radio Al-Tarif Regional"
- 2 - What are the most important educational and educational programs on which the media organizations "Al-Tarif Regional Radio" rely on to support the cultural values of the local community?
- 3- How do the media institutions, in particular "Al-Tarif Regional Radio, contribute to activating popular participation?

Since this study belongs to the descriptive studies, we identified the problem, the reasons for the choice of the subject, its importance and its objectives, in addition to the definition of the basic concepts and the approach, where we relied on the descriptive approach as a research necessity and we chose the interview manual and the form within the tools of data collection and then the areas of spatial, temporal and human study, A sample of 31 individuals is the comprehensive survey of all employees.

Where the media variables and cultural values were reviewed by the local community. In the first variable, we discussed the role of the media in the Arab community, media communication in the development process, the

role of media in building personality and society, We addressed the possibility of development and the readiness for development, the mechanisms to embody the strategy of local development, the determinants of cultural interaction and its mechanisms, and participation in local development.

Finally, we analyzed the data quantitatively and then digitally translated it into statistical tables, arrived at the accurate and general scientific results on the study, answered the main question. Finally, some recommendations and suggestions were presented on the subject of the study. Radio Al-Tarf Regional in order to achieve its objectives using the various means of communication, but the most used means are the classical means to ensure their survival and growth.

And the achievement of its objectives with the variables surrounding, the institution depends on media planning in its activities and departments because of its importance as an effective method to achieve its objectives?

Envoyer des commentaires

Historique

Enregistré

Communauté

تسعى معظم المجتمعات الإنسانية والاجتماعية بغض النظر عن النظم المختلفة لبناء مجتمع قادر على مواكبة متطلبات هذا العصر نتيجة الحاصلة في مختلف المجالات سياسيا، اقتصاديا اجتماعيا لهذه ظهرت الحاجة إلى قيام الإدارات والمؤسسات الإعلامية بأداء نشاطها الإعلامي والاتصالي، حيث أن الإذاعة كغيرها من وسائل الاتصال الكبرى، قد لعبت دورا هاما في تطوير المجتمعات البشرية وفي تغيير السلوك الإنساني داخل هذه المجتمعات في تنوع الصلات التي تربط أفراد هذه المجتمعات، فقد ربطت هذه الوسيلة بين الأفراد بصفة متينة ومستمرة، ومتكررة، بحيث أصبح أفراد إذاعة الطارف الجوية كلهم بمثابة فرد واحد، فأصبح تبادل المعلومات ونقلها بين الأثناء النائية بصفة مرضية، وأصبحت المعرفة بمفهومها الفياض كشغل بين الأفراد، تدفعهم إلى المزيد من الإطلاع مما جعل هذه الوسيلة تعرف بدورها تطورا سريعا وهذا يتضح جليا في ثنايا المذكرة .

ولقد أصبحت أجهزة الإعلام والاتصال في عصرنا الحالي تتحدى المسافات وتتخطى الحواجز لتجعل من العالم قرية صغيرة ، وصارت قوة بايديولوجياتها الإعلامية والسياسية والبشرية بل كذلك بتحكمها في وسائل وتكنولوجيا الاتصال والإعلام وهي ثروة تتجسد في وفرة قنوات الاتصال والإعلام إضافة إلى تنوع الرسائل الاتصالية وأشكالها والقوى هو من يتحكم في الوسيلة إنتاجا وتصنيعا والرسالة من حيث قوتها وتأثيرها على المجتمع المحلي والعالمي ، حيث في وقتنا الحاضر تعتبر من أدوات التأثير والوجيه والتثقيف والإعلام خاصة في ظل العولمة الإعلامية والاتصالية.

حيث أن المجتمع المحلي أصبح من أولويات تطور وتنمية المجتمعات الإنمائية، أما التطوير الاجتماعي والثقافي والإعلامي يستلزم خلق فاعليا اجتماعيين يساهمون في خلق تنمية مجتمعية مستدامة قادر على مكافحة التهميش للأفراد ذوي القدرات والإمكانات فاعلة في ميدان الاهتمام بشؤون المجتمع والمساهمة في تطويره.

حيث يعتبر " التواصل " و " الاتصال المحلي " من خلال وسائل الاتصال الجماهيري ومن بينها إذاعة الطارف الجهوية المحلية ، طريق هاما لفهم المجتمعات المحلية وتحديد احتياجاتها وترتيب أولوياتها فهو وسيلة للولوج للمجتمع المحلي وبالتالي يكون هنالك عملية الاتصال التنموي من خلال برامج التنمية الاجتماعية والثقافية والمحلية التي تبثها الإذاعة المحلية حيث لا تقتصر وظيفتها على مجرد الإخبار أو مجرد حلقة في عملية الاتصال التقليدية التي تعرفها جميعا.

حيث تعتبر الإذاعات المحلية أداة مهمة من أدوات التواصل والاتصال التنموي حيث تعرف بأنها الإذاعة التي تخاطب مستمعا محددًا له مصالحه وارتباطاته المعروفة ، وهي تبث برامجها مخاطبة المجتمع المحلي لأنه ضمن أولوياته في الخطط الإعلامية التنموية مقارنة بالجمهور الوطني والدولي .

أما في الجزائر نسجل عبر مراحل تنظيمية متعاقبة أن اهتمام إذاعة الطارف الجهوية، بأداء دور إيجابي في تنمية المجتمع المحلي ، لم يظهر إلا في السنوات الأخيرة فقط ،حيث تميز محيط المؤسسة الإذاعية من مرحلة التسيير الذاتي إلى الاشتراكي مرورًا من مرحلة إعادة الهيكلة واستقلالية المؤسسات الإعلامية إلى التوجه إلى سياسة الخوصصة المتبعة، حيث أصبحت المؤسسات الإعلامية تسعى إلى ربط علاقات جيدة مع المجتمع المحلي ، وتعد المؤسسة إذاعة الطارف الجهوية ركيزة أساسية لدعم إستراتيجيات التنمية المحلية والمستدامة نظرا للدور الذي تؤديه في تنمية المجتمع المحلي.

ومن هنا لا بد من الاهتمام بدور " المؤسسات الإعلامية في تنمية القيم الثقافية لدى المجتمع المحلي حيث أن مؤسستنا موضوع الدراسة تسعى جاهدة للقيام بتحقيق أهدافها في جميع أقسامها ومع جميع موظفيها خاصة فيما يتعلق بتنمية القيم الثقافية وتنشيط العملية الاتصالية وهذا بهدف تحقيق إستراتيجيتها وتوجيه أداء موظفيها باختلاف مستوياتهم ، ولمعالجة هذا الموضوع تم الاعتماد في هذه الدراسة على ثلاثة فصول نظرية وفصل ميداني من أجل الإلمام بالموضوع وتغطية كل الجوانب المتعلقة به وعلى هذا الأساس قد تناولنا في :

الفصل الأول : تضمن إشكالية الدراسة والإطار المفهومي والمنهجي للدراسة بدءًا بتحديد المشكلة وعرض أسباب اختيار الموضوع أهمية الدراسة، وأهداف الدراسة، ثم تحديد المفاهيم الأساسية والمفاهيم المقارنة المرتبطة بمتغيرات الدراسة والهدف منها توضيح الرؤية المفاهيمية للبحث .

وكما تطرقنا إلى الإطار المنهجي الذي اشتمل على المنهج المستخدم وتمثل في المنهج الوصفي وأدوات جمع البيانات، ثم تطرقنا إلى مجالات الدراسة، المجال المكاني والزمني والبشري مع تحديد مجتمع البحث من خلال اختيارنا لعينة المسح الشامل.

أما الفصل الثاني : تضمن عرض أهم النظريات والدراسات السابقة التي تعتبر كمقاربة علمية وكخلفية نظرية ، نستند إليها من أجل تحليل المعلومات الخاصة بمتغيرات الموضوع .

أما الفصل الثالث : تطرقنا فيه إلى الجانب النظري لكل المتغيرات، حيث تطرقنا في المتغير الأول إلى المؤسسات الإعلامية، ووظيفة الإعلام ودوره في المجتمع العربي، وموقع الاتصال والإعلام في العملية التنموية، ودور الإعلام في بناء الشخصية والمجتمع، دور الاتصال الجماهيري في مجال التنمية وعوامل نجاح عملية التواصل في المؤسسات الإعلامية، أما المتغير الثاني فهو قراءة نظرية للقيم الثقافية لدى المجتمع المحلي فقد تطرقنا فيه إلى إمكانية التنمية والاستعداد لها، آليات تجسيد إستراتيجيات التنمية المحلية والتنمية المستدامة، ومحددات التفاعل الثقافي وآلياته، تقديم الخدمات من خلال المشاركة المجتمعية، والمشاركة في التنمية المحلية .

أما الفصل الرابع : تطرقنا في هذا الفصل إلى معالجة الميدانية لموضوع البحث وهذا من خلال جمع البيانات والمعلومات المتحصل عليها عن طريق تطبيق مجموعة من الإجراءات المنهجية ومن ثم تفرغ وتبويب المعلومات في جداول ثم تحليلها وتفسيرها وعرض النتائج النهائية والتوصيات التي تم التوصل إليها ، إضافة إلى الخاتمة .

الفصل الأول: الإشكالية، الإطار المفهومي

والمنهجي للدراسة

- توطئة الفصل الأول
- المبحث الأول: الإشكالية ، أسباب اختيار الموضوع، أهدافه.

➤المطلب 1: الإشكالية

➤المطلب 2: أسباب اختيار الموضوع

➤المطلب 3: أهداف الدراسة

- المبحث الثاني: الإطار المفهومي للدراسة

➤المطلب 1: تحديد المفاهيم الأساسية

➤المطلب 2: تحديد المفاهيم المقاربة

- المبحث الثالث: الإطار المنهجي للدراسة

➤المطلب 1: المنهج المستخدم

➤المطلب 2: أدوات جمع البيانات

➤المطلب 3: مجالات الدراسة

خلاصة الفصل الأول

توطئة الفصل الأول:

يعتبر كل من الإشكالية والإطار المفهومي والمنهجي للدراسة مراحل أساسية وجد هامة من مراحل البحث العلمي فمن خلالها يحاول الباحث إبراز أهم الخطوات التي يمر بها في بحثه، وقد تضمن الإطار المفهومي من مقدمة وإشكالية هذه الأخيرة تعتبر اللبنة الأولى التي يبني عليها الموضوع بالإضافة إلى تحديد المفاهيم الأساسية كمفاتيح ندخل بها إلى الدراسة وصولاً إلى تحديد المفاهيم المقاربة التي بدورها تساعد الباحث في فهم الدراسة عن طريق تناول العديد من الميادين : لغويا اصطلاحاً، إجرائياً.

- أما الإطار المنهجي فقد تضمن المنهج المستخدم وأدوات جمع البيانات، ولا تنسى مجالات الدراسة والتي نهدف من خلالها إلى الحصول على قدر ممكن من المعلومات الميدانية والتي تساعدنا للتوصل إلى النتائج العلمية والدقيقة.

المبحث الأول: الإشكالية، أسباب اختيار الموضوع، أهدافه.

المطلب الأول: الإشكالية

يشهد العالم اليوم ثورة في المؤسسات الإعلامية (وسائل الإعلام والاتصال)، الثورة التي كادت تلغي الحدود بين الدول، وقد عبرت المؤسسات الإعلامية حاجز المنافسة في شتى نواحي حياتنا فلم يعد يخفى على أحد حاجة المجتمع إلى الإعلام بوسائله الاتصالية الجماهيرية والمؤسسات الإعلامية التي من أبرزها: الانترنت، التلفزيون، الإذاعة وهذه الأخيرة ...

من خلال ما سبق نذكره نستنتج أن المجتمع بصفة عامة والفرد بصفة خاصة أصبح لا يستغني عن وسائل الإعلام والمؤسسات الإعلامية ولا يستطيع أن ينكر دورها في الحياة اليومية.

أصبح لكل وسيلة من هذه الوسائل والمؤسسات أهمية في حياة الأفراد وذلك لما تقدمه من معلومات باعتبار هذه الأخيرة حاليا تعيش ثورة وقفزة على الصعيد الوطني والعالمي وأصبح لها أهمية وقيمة عظيمة في مختلف المجالات والأنشطة البشرية، وبما أن الإنسان المعاصر نجده بحاجة ماسة للمعلومات في كل وقت وأي مكان، هذه ما جعل وسائل الإعلام الجماهيرية تتحمل مسؤولية اختصار الوقت والجهد والمال له، في تقديم مثل هذه الضرورة الحياتية كالتعرف على نوعية الأشياء وتكاليفها كالسلع الاستهلاكية والخدمات الطبية والرعاية الاجتماعية والخدمات التعليمية إلى جانب المعلومات الإدارية حول ظروف العمل وقوانينه ولوائحه، فهذا القطاع أضحي بمثابة قاطرة التنمية في كافة الدول.¹

¹-حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار: في القرن الحادي والعشرين، دار المصرية اللبنانية، القاهرة ، دط، 2008،

تبين لنا من خلال ما تناولناه في هذه الفقرة أن الإذاعة من أهم وسائل الاتصال الجماهيري والتي تم اعتبارها من أسرع وسائل الإعلام في إيصال المعلومات والبيانات وذلك بما تتسم به من مزايا.

ومن أهم الوسائل الاتصالية الجماهيرية والمؤسسات الإعلامية التي تستخدم في إيصال المعلومات " الإذاعة " حيث تعتبر الوسيلة الأكثر انتشارا وأكثر شعبية، فهي تمثل نقطة بداية لمرحلة هامة من تاريخ الإعلام وهي مرحلة " الإعلام الجماهيري " وهذا لتمييزها بسرعة الوصول إلى كافة الأفراد في أي مكان متخطية حاجزي الفقر والامية، كما أن تكاليفها أقل ثمنا مقارنة بوسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى.¹

من خلال ما تناولنا نتحلى لنا الأهمية الكبيرة للإذاعة في حياة المجتمع والفرد بصفة خاصة وذلك منذ ظهورها في أوائل القرن 20 حتى عصرنا الحالي.

وللإذاعة أهمية كبيرة في حياة المجتمع بوجه عام والفرد بوجه خاص، وهذا منذ ميلادها في أوائل القرن 20 وصولا إلى ذروتها في العصر الحالي، خاصة في ظل الاندماج التكنولوجي الحديث مع الوسائل الإعلامية التي ساهمت بشكل كبير في ظهور عدد من الخدمات والمثيرة التي تلبى من خلالها حاجات ورغبات الجمهور، وقد حققت " الإذاعات " عبر تاريخها تأثيرات كبيرة على اتجاهات المجتمع وسلوكياته ويتجلى ذلك من خلال خلق عادات نمطية للاستماع المنظم لبعض المواد الإذاعية أو لبعض الفترات الزمنية مثل: متابعة النشرات الإخبارية أو الاستماع للمواد الموسيقية قبل النوم.²

نلاحظ من خلال ما درسناه أن هناك مساهمة التطور التكنولوجي في ظهور البيئة الاتصالية الجديدة والمتمثلة في "الإذاعات المحلية"، وكيف ربطت هذه الأخيرة "بالمجتمع المحلي" وبما تعبر

¹ - عبد الباسط محمد عبد الوهاب: استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، المكتب الجامعي الحديث ، دط، 2005 ص 124 .

² -حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار: مرجع سبق ذكره، ص 34

عنه من مصالحهم وقيمهم وتراثهم وقد استطاعت "الإذاعة المحلية" من خلال ما تقدمه من أخبار وبرامج أن تؤثر على المشاعر والاتجاهات ورفعها من مستوى التذوق الفني والجمالي للمجتمع.

وقد ساهم التطور التكنولوجي في ظهور بيئة الإذاعات المحلية، نتيجة امتزاج الحاسبات الالكترونية والاتصالات السلكية واللاسلكية، فربطت هذه الأخيرة بمجتمع ينطبق عليه مفهوم " المجتمع المحلي" وهو المجتمع المحدود المتناسق من النواحي الجغرافية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية، حيث تعبر هذه الإذاعات عن مصالحهم وقيمهم وتراثهم وأذواقهم وأفكارهم بل وحتى لهجتهم المحلية وهكذا تصبح " الإذاعة المحلية " أداة أساسية في الوصول إلى " مجتمع محلي " محدود له تقاليده وعاداته وتراثه الفكري الخاص. بالإضافة إلى إحساس المستمع بالانتماء لهذه " الإذاعة" التي تقدم له الأخبار التي تهتمه من خلال البرامج التي تقدمها.¹

من خلال ما قمنا بدراسته تبين لنا أن البرامج الإذاعية كونها أيضا أن تؤثر على مشاعر واتجاهات المجتمع مما تعرضه من حصص وبرامج وأخبار عن طريق الفنون والمضامين الثقافية المختلفة.

وتكمن أهمية هذه " البرامج" في كونها تستطيع أن تؤثر على المشاعر والاتجاهات بما تعرضه من حصص وبرامج كما ترفع في الوقت ذاته من مستوى التذوق الفني والجمالي وذلك عن طريق تقديم الفنون المختلفة والمضامين الثقافية فضلا عن التراث المحلي.²

من خلال ما تناولناه يتبين لنا أن الإذاعة الوطنية الجزائرية تحضي بمشاركة شعبية واسعة حيث تسعى لاستجابة أنواع كثيرة من رغبات وحاجيات ودوافع الجمهور المستهدف والمستمع وذلك من خلال جانب التكفل بالتراث الثقافي وتثبيت وترسيخ كل من الجذور الحضارية والهوية الثقافية

¹ - منى سعيد الحديدي، سلوى إمام علي: الإعلام والمجتمع، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 2004، ص 160 - 163.

² - عبد الباسط محمد عبد الوهاب: مرجع سبق ذكره، ص 130.

ولتحافظ على العادات وكل من التقاليد والأعراف وغيرها من القوام التي تقوم عليها الشخصية الجزائرية.

وبالحديث عن الجزائر نجد أن " الإذاعة الوطنية" ظهرت في 1 جويلية 1986م وهي مؤسسة عمومية ذات طابع اقتصادي وصبغة اجتماعية ثقافية تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي وتؤدي مهامها بشكل منظم استنادا لأوامر إدارية مسطرة لمعالجة الأحداث، حيث تحظى الإذاعة الجزائرية بشعبية واسعة وبرامجها مسموعة لدى كل الفئات، كما تسعى للاستجابة لأنواع كثيرة من رغبات وتطلعات جمهور المستمعين آخذة بعين الاعتبار حاجاته ودوافعه الجديدة، إلى جانب التكفل بالتراث الثقافي وتثبيت الجذور الحضارية التي تقوم عليها الشخصية الجزائرية وترسيخ هويته والعمل على الحفاظ على عاداته وتقاليد وأعرافه ودينه وقيمه.¹

تبين لنا من خلال ما تناولناه أن حركة التنمية المحلية في تنمية المجتمع المحل، تعتبر من أكثر القوى الاجتماعية التي تؤثر في عمليات التغيير المباشر والموجه المقصود، وفي العالم هناك عدة دول تتبنى برامج قومية لتنمية المجتمعات المحلية وحيث أصبحت هناك مؤسسات عديدة ومتنوعة تقدم أيضا برامج وهذه البرامج تضاعف العشرات المرات وكل هذه المؤسسات تنشأ برامج تعليمية ذات تركيز على تنمية المجتمع المحلي.

ومن القواعد الأساسية " لتنمية المجتمع"، ضرورة المشاركة المجتمعية (الشعبية) بوجودها للنهوض بالمجتمعات المحلية، لكن إن لم يشارك المواطنون بجهودهم وإمكاناتهم للنهوض بمجمعاتهم،

¹ - مرجع نفسه، ص 131.

فان الحديث عن التنمية المحلية يصبح غير مجدي، فالتنمية الاجتماعية تعد مسؤولية جماعية، يشارك فيها كل فرد أيا كان موقعه في المجتمع.¹

يتضح لنا من خلال ما تناولناه أن القاعدة الرئيسية والأساسية لتنمية المجتمع ضرورة وجود مشاركة مجتمعية للنهوض بالمجتمعات المحلية، فالتنمية الاجتماعية تعد مسؤولية جماعية لا بد أن يشارك كل أفراد الجماعة إن غيبوا عن مشاركتهم للنهوض بمجتمعاتهم، أن لم تكن هناك تنمية محلية لدى المجتمع.

أن للإنسان الحق في الحياة بمستوى لائق حاضرا ومستقبلا في إطار " تنمية " حقيقية، " فالتنمية المستدامة" مفتاح المشاركة والتنظيم والتربية والتمكين للناس، ويتمثل محور التنمية المستدامة في المواطنين حيث أن غايتها الأولى تحقيق رفاهيتهم المادية والروحية والتنمية التي يكون المواطنون محور اهتمامها - تنمية تحترم الاستراتيجيات، مما يؤدي إلى فتح الحوار الأفكار جديدة وعرض القضايا المراد تناولها ومن ثم يعمل ذلك على استمرارية عملية التنمية والتخطيط وعدم توقفها، فيتوقف استمرار وتواصل هذه التنمية في المجتمع على قدرات الإنسان الفاعلة وتنظيمه لاستخدام الموارد المجتمعية وتنميتها ومن ثم فان الفرد (الإنسان) يعد من أهم موارد وثروات المجتمع.²

نستنتج من خلال ما ذكرناه أن الإنسان اجتماعي بطبعه وله حق من حقوق العيش في الحياة، وبمستوى راق وكاف ولائق في الحاضر والمستقبل إذن فالتنمية المستدامة هي مفتاح مشاركته وتنظيمه وتربيته فهي الغاية الأولى لتحقيق رفاهيته وكل حاجياته، فالإنسان يعتبر من أهم الموارد المجتمعية وثروات المجتمع.

¹ - سميرة كامل محمد: التنمية الاجتماعية، المكتب الجامعي للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، د.ط، 1988، ص 132.

² - عثمان محمد غنيم، ماجدة أحمد أبو زنت: التنمية المستدامة فلسفتها وأساليب تخطيطها وأدوات قياسها، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2007، ص 35 .

تعتبر حركة " التنمية المحلية" في تنمية المجتمع المحلي في الواقع من أكثر القوى الاجتماعية تأثيراً في عمليات التغيير المقصود خلال الثلاثين عاماً الأخيرة، وفي العالم اليوم ثلاثون دولة على الأقل تتبنى كل منها برنامجاً قومياً لتنمية المجتمعات المحلية، كما أن ثلاثين دولة أخرى بصورة أو أخرى من صور برامج تنمية " المجتمع المحلي" وأحداث التغيير المقصود، كما شهدت السبعينات من هذا القرن قمة هذا التطور حيث أصبحت أمثال تلك البرامج منتشرة في آلاف المجتمعات المحلية في العديد من دول العالم، وأصبحت مؤسسات عديدة تقدم برامج في " تنمية المجتمع المحلي". بل وتضاعف عدد هذه البرامج عشر مرات في العشر سنوات المشار إليها، كما أن المؤسسات الإعلامية التي تقدم المشورة الفنية والتعليمية في "تنمية المجتمع المحلي" قد انتشرت الآن انتشاراً كبيراً، وكل هذه المؤسسات قد أنشأت برامج تعليمية ذات تركيز على " تنمية المجتمع".¹

تبين لنا من خلال ما تناولناه أن حركة التنمية المحلية في تنمية المجتمع المحلي، تعتبر من أكثر القوى الاجتماعية التي تؤثر في عمليات التغيير المباشر والموجه المقصود، وفي العالم هناك عدة دول تتبنى برامج قومية لتنمية المجتمعات المحلية وحيث أصبحت هناك مؤسسات عديدة ومتنوعة تقدم أيضاً برامج وهذه البرامج تضاعف العشرات المرات وكل هذه المؤسسات تنشأ برامج تعليمية ذات تركيز على تنمية المجتمع المحلي.

إن الجزائر ومنذ عدة سنوات مضت حاولت إرساء مبدأ اللامركزية الذي يعتبر أهم وسيلة لتحقيق " التنمية المحلية" سواء على المستوى المحلي والوطني. ويتضح هذا جلياً من خلال الصلاحيات الواسعة التي أوكلت للجماعات المحلية -الولاية والبلدية- عبر الإصلاحات المستمرة وذلك في كافة المجالات الاقتصادية والاجتماعية وغيرها من الإصلاحات الجارية في إطار التحول والانتقال من

¹ - رشاد أحمد عبد اللطيف: تنمية المجتمع المحلي، دار الوفاء لندنيا للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر

خلالها بالمجتمع من حالة التخلف والركود إلى وضع التقدم والقوة والسير في طريق النمو والارتقاء إلى ما هو أفضل وسد وتلبية الاحتياجات الأساسية لسكان المحليين بمجهودهم الذاتية وبمساندة من الهيئات الحكومية بهدف النهوض بمشاريع التنمية على المستوى المحلي.¹

من خلال دراساتنا اتضح لنا أن الجزائر اعتمدت على مبدأ باعتباره أهم وسيلة لتحقيق تنمية محلية على كل من المستويين المحلي والوطني، وذلك عن طريق الصلاحيات عبر الإصلاحات المستمرة وغيرها من الإصلاحات الجارية بهدف النهوض بمشاريع تنمية محلية شاملة على المستوى المحلي.

وتبقى الإذاعة الوطنية المسؤولة على تأسيس الإذاعات الجهوية والمحلية كونها صاحبة الخبرة والنواة الأولى في هذا المجال متطلعة إلى ضرورة وجود مثل هذا المستوى من الإعلام، وذلك لأهميته في " التنمية" والتطوير الاجتماعي فظهرت " الإذاعات المحلية الجزائرية" في السبعينات مستخدمة كافة وسائلها البسيطة والمركبة المباشرة وغير المباشرة وذلك لتحقيق أهدافها ومواجهة المنافسة الخارجية.²

نستنتج من خلال ما تناولناه أن الإذاعة الوطنية تبقى دائما هي الركيزة المسؤولة على إنشاء الإذاعات الجهوية والمحلية، إذن كونها صاحبة الخبرة والنواة الأولى، مستخدمة كافة وسائلها لتحقيق أهداف معينة ومواجهة كل المنافسات الخارجية.

ومما سبق نجد أن هناك تكامل بين القيم الثقافية للمجتمع والإذاعات المحلية التي هي بمثابة الناقل الأساسي للثقافة وأداة لتنظيم الذاكرة الجماعية للمجتمع من خلال ربطه بعاداته وتقاليد وأعرافه وقيمه وترسيخ هويته ببث برامج تخدم " المجتمع المحلي" بمختلف فئاته العمرية ومستوياته الثقافية

¹ - قيس المؤمن وآخرون : التنمية الإدارية، دار زهرات للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، د.ط، 1997، ص 09 .

² - مصطفى حميد كاظم : التقنيات الإذاعية والتلفزيونية وأهميتها تطبيقية في التعليم والتعلم، دار الدنيا للنشر، القاهرة مصر، 2007، ص21.

متضمنة رسائل إعلامية ترفيهية وثقافية وتعليمية مساعدة على التنشئة الاجتماعية وإكساب الفرد ثقافة جماعية والتمسك بها.¹

مما سبق ذكره نستنتج أن هناك علاقة تكامل بين كل من القيم الثقافية للمجتمع والإذاعات المحلية، بمساعدة التنشئة الاجتماعية من أجل إكساب الفرد قيمة ثقافية وتنمية المجتمعات والتمسك بهذه الثقافة.

ومما لاشك فيه أن الموروث الثقافي بمختلف أشكاله يعتبر وجها من وجوه التعبير عن الذات والهوية المحلية في إطار جماعة تتقاسم نفس الأفكار والعادات المعيشية وحتى المعتقدات، فنجد أن هناك جملة من اللبانات التي تعتبر من أهم العوامل الجامعة للأفراد في إطار مقومات وركائز الأمة التي ينتمي إليها الفرد، كاللغة والعادات والتقاليد والقيم التي أصبحت اليوم من أهم المورثات الثقافية التي تساهم " الإذاعات المحلية" خاصة في إرسائها وترسيخها لأبناء المنطقة التي تصلهم موجات أثرها.²

من خلال ما تناولناه نستنتج أن اللغة والعادات والتقاليد والقيم من المقومات والركائز التي ينتمي إليها المن أهم المورثات الثقافية من خلالها تساهم الإذاعات المحلية في ترسيخ هذه المقومات والمورثات للأفراد والجماعات التي تصدهم موجات هذه الإذاعات.

وهذا ما نلاحظه في إذاعتنا المحلية " بولاية الطارف" التي تحاول تغطية كل الأحداث التي تخص " مجتمعنا المحلي" وذلك بإشراكه في كل الأحداث من خلال البرامج التي تقدمها محاولة بذلك تغطية كل الجوانب التي تهمة خاصة ربطه بقيمه الثقافية الأصلية وهذا ما دفعنا إلى طرح التساؤل التالي:

¹ - عبد الرزاق محمد الدليمي: مدخل إلى وسائل إلى إعلام والاتصال، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ط1، 2011، ص 145.

² - مرجع نفسه، ص 146.

ما هو الدور الذي تلعبه " المؤسسات الإعلامية وتحديدًا " إذاعة الطارف المحلية" في تنمية القيم

الثقافية لدى المجتمع المحلي؟

وللإجابة على هذا التساؤل اخترنا التساؤلات الفرعية التالية:

التساؤلات الفرعية:

1- ما هو دور السياسة المتبعة من طرف المؤسسة الإعلامية " إذاعة الطارف المحلية" في تجسيد

وترسيخ العادات والتقاليد الخاصة بالمجتمع المحلي؟

2- ما هي أهم البرامج التعليمية والتنقيفية التي تعتمد عليها المؤسسات الإعلامية " إذاعة الطارف

المحلية" في تدعيم القيم الثقافية للمجتمع المحلي؟

3- كيف تساهم المؤسسات الإعلامية وتحديدًا " إذاعة الطارف المحلية" في تفعيل المشاركة الشعبية

(المجتمعية)؟

المطلب الثاني: أسباب اختيار الموضوع:

لا يخلو أي موضوع بحث من دوافع تثير رغبة الباحث وتجعله يتمسك بموضوع بحثه، ومنها

الموضوعية والذاتية، وعليه فاختيار الموضوع ليس وليد الصدفة ويمكن إيجاز هذه الدوافع فيما يلي:

*الأسباب الذاتية:

- الفضول والرغبة الشخصية في تناول هذا الموضوع.

- ضرورة الاهتمام بمدى فهم ووعي وإدراك موظفي " إذاعة الطارف المحلية" في ما يخص القيمة

الإعلامية التي تقدمها هذه المؤسسة لجماهيرها في إطار الارتقاء بالمستوى التعليمي والثقافي في

المجتمع المحلي، وبالتالي خدمة التنمية المحلية الشاملة والمستدامة.

*** الأسباب الموضوعية:**

- إعطاء الموضوع الطابع الأكاديمي.
- طبيعة الموضوع في التخصص، في مجال علم الاجتماع والاتصال.
- معرفة مدى تناسب المؤسسات الإعلامية " إذاعة الطارف المحلية" في تنمية القيم الثقافية لدى المجتمع المحلي في المؤسسة.
- دراسة هذا الموضوع، هو معرفة ما إذا المؤسسات الإعلامية " إذاعة الطارف المحلية" تطبق القوانين والإجراءات التنموية لثقافة المجتمع المحلي.
- السعي إلى معرفة الجانب النظري للموضوع وواقعه في المؤسسات الإعلامية الجزائرية.
- حداثة الموضوع، إذ يشكل ربط متغيرات الدراسة بالشكل الذي هي عليه طرحا جديدا يستحق الدراسة والتعمق أكثر.

المطلب الثالث: أهمية الدراسة :

- يكتسي موضوع بحثنا أهمية بالغة عن باقي مواضيع علم الاجتماع والاتصال، كونه من المواضيع الحساسة في حياة المؤسسة باعتبار العنصر البشري هو الأساس فيها فالموضوع المتناول هو مساهمة المؤسسات الإعلامية " إذاعة الطارف المحلية". ودورها في تنمية وتجسيد وترسيخ القيم والعادات الثقافية لدى المجتمع المحلي، إذ تبحث كل مؤسسة عن السبل المثلى لنجاحها.
- ولا تكتمل هذه التنمية إلا بتحسين الظروف الاجتماعية والبيئة للمجتمع.
- وضع قواعد تساعد المؤسسات على اكتساب تكنولوجيا المعلومات التي تمكنها من تحقيق تنمية شاملة وجامعة بشكل فعال.
- تقديم إطار علمي يربط أبعاد تكنولوجيا المعلومات بالتنمية المحلية لدى المجتمع.
- تقديم تفسيرات منطقية وواقعية لإشكالية البحث المطروحة .

المطلب الرابع: أهداف الدراسة:

يهدف هذا البحث إلى:

- إبراز عمل إدارة المؤسسات الإعلامية (الإذاعة المحلية) داخل المؤسسة .
- محاولة تحديد المؤسسة الإعلامية (الإذاعة المحلية) التي تؤدي إلى تنمية القيم الثقافية لدى المجتمع المحلي.
- أن يكون هذا البحث لمسة من لمسات علم الاجتماع، يساهم ولو بالقليل في إثراء هذا التخصص.
- المساهمة في إثراء المعارف النظرية والتطبيقية عن المؤسسات الإعلامية .
- محاولة ربط البحوث الجامعية بالواقع الاجتماعي (المجتمع).
- معرفة حجم اهتمام الإذاعة المحلية بالقضايا المتنامية، وتحديد نوع المشكلات والقضايا التي تطرحها وتتناولها بالنقاش من خلال حصصها وبرامجها التعليمية والثقافية المختلفة.
- تقييم وتحليل دور وفعالية المؤسسات الإعلامية لاسيما " الإذاعة المحلية "، في إبلاغ رسالتها التنموية على الخصوص، ومدى قدرتها على تعبئة الجماهير والمجتمعات وتوعيتهم وتدعيمهم وتغيير بعض سلوكياتهم السلبية.

المبحث الثاني: الإطار المفهومي للدراسة:**المطلب الأول: تحديد المفاهيم الأساسية:**

إن تحديد المفاهيم وتوضيح معانيها ومصطلحاتها يعتبر جوهر أي دراسة وهو أساس في أي بحث علمي وخطوة من خطواته، ونظرا لأهميته، فقد حاولنا تحديد المصطلحات ومن خلال هذا يحتاج بحثنا إلى تحديد مفاهيم أساسية ومفاهيم مقارنة كالآتي:

الفرع الأول: المفاهيم الأساسية:

1- الإذاعة: (Radio) :

*الدلالة اللغوية:

أذاع، يذيع، أذع، إذاعة، فهو مذيع، والمفعول مذاع.

أذاع **النشرة**: بثها، ونقلها بواسطة جهاز لاسلكي، عبر الإذاعة المسموعة أو الإذاعة المرئية: أذاع

الحديث / النبأ / القصة/الأغنية، يذيع خبر على الملأ.

أذاعه/أذاع به: أفشاه، ونشره، ناد به في الناس أظهره، أذاع أفكارا، سر مذياع، أذاع بصوت عال (وإذا

جاءهم أمر من الأمن أو الخوف أذاعوا به)¹.

- من خلال هذه الدلالة اللغوية، أن الإذاعة تعتبر إشاعة والنشر العام، و" ذبوع " ما يقال، والعرب

تصف الرجل الذي لا يكتم السر بأنه رجل " مذياع".

الدلالة الاصطلاحية:

هناك عدة تعريف " للإذاعة" حسب فكر كل من يتناولها بالدراسة، وكذا حسب الناحية التي

ينظرون من خلالها إليها، لهذا السبب نجد اختلاف بين العلماء في تعريفهم للإذاعة:

وعلى هذا الأساس نعرف مصطلح " الإذاعة" كالتالي:

***عرفها " عبد المجيد شكري"**: أنها الإذاعة القومية الرسمية الناطقة باسم تلك الدولة ولها من قوة

البث ما يغطي الوطن كله بلا ويعتبر صوتها الحدود الدولية، فهي تقدم ما يهم غالبية المواطنين

¹- أحمد مختار عمر: معجم اللغة العربية المعاصرة، عالم الكتب للنشر، القاهرة، مصر، غير مفهرس، مجلد(1)،

عدد صفحاته (3367)، ط1429هـ، 1، 2008م، ص 1102.

وتخدم جميع المواطنين بصفة عامة، وتهتم في برامجها بالكلية بالتفصيلات حيث أنها تخاطب مستمعين تختلف اهتماماتهم ووظائفهم وثقافتهم وتقاليدهم.¹

*عرفها " محمد جمال الفار": هي مصطلح يعني البث المنظم والنشر للأخبار والبرامج والأغاني والتمثيلات والموسيقى وأي مواد إعلامية أخرى موجهة إلى الجمهور العام، واستقبال ذلك جماهيريا وعاما بواسطة استعمال "الراديو"، وبذلك أصبح هذا المصطلح يعبر عن خصائص فن قائم بذاته له مقوماته المادية وجمهوره ونتيجة جهود وأبحاث متواصلة تم التوصل للإذاعة بمفهومها الحالي.²

- بمعنى أن " الإذاعة" تقدم خدمات لجميع المواطنين بصفة عامة عن طريق بث ونشر الأخبار والبرامج، والأغاني والتمثيلات أو أي مواد إعلامية متنوعة، تخدم جمهور عريض باختلاف اهتماماته ووظائفه وثقافته وتقاليده.

*عرفها " خضير شعبان": على أنها وسيلة اتصال جماهيرية شعبية لا تعرف الحواجز القائمة بين الحدود وهي وسيلة تحقق فيها فورية التدفق الإعلامي، على درجة عالية من الكفاءة، فيتأثر الفرد بالأداء الصوتي تأثرا انفعاليا ذهنيا، دون تحية الفكر والعقل جانبا، فالإذاعة تخاطب المثقف والأمي على السواء.³

- من خلال هذا التعرف أستنتج أنه ركز على خصائص الإذاعة من خلال صفة الفورية والتدفق ودرجة التأثير في الفرد ومستويات مخاطبة المثقف والأمي.

¹-عبد المجيد شكري: الإذاعة المحلية لغة العصر، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، دط، 198، ص 150.

²- محمد جمال الفار: المعجم الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، دط، 2004، ص 35.

³-خضير شعبان: المصطلحات في الإعلام والاتصال، دار اللسان العربي، الجزائر، دط، ص 35.

***الدلالة الإجرائية:**

من خلال ما سبق نقول بأن " الإذاعة " هي وسيلة من وسائل الإعلام والاتصال ذات البث القوي والمنظم والتغطية اللامحدودة، تخدم جمهورا عريضا بمختلف شرائحه الاجتماعية ومستوياته الثقافية وذلك بتقديم برامج وفقرات يلتقطها المستمعين من أماكن مختلفة وفي أوقات مختلفة.

2- الإذاعة المحلية : (Radio Local)***الدلالة الاصطلاحية:**

لقد اختلفت تعريفات " الإذاعة المحلية " باختلاف مضامين هذه التعريفات:

***عرفها " عبد المجيد شكري":** أنها جهاز إعلامي يخدم المجتمع محليا، بمعنى أن " الإذاعة المحلية " تبث برامجها مخاطبة مجتمعا خاصا، محدود العدد يعيش فوق أرض محدودة المساحة، تخاطب مجتمع متناسق من الناحيتين الاقتصادية والثقافية وحتى الاجتماعية، فهي تتفاعل مع هذا المجتمع والجمهور المستهدف لكل إذاعة محلية هم أفراد هذا المجتمع المحلي.¹

***ويعرفها أيضا:** بأنها تلبى الاحتياجات التي تستطيع الإذاعة المركزية تلبئها بالنسبة للمجتمع المحلي، حيث من واجب " الإذاعة المحلية " عموما، الإعلام والتثقيف والترفيه.²

من خلال هذين التعريفين نستنتج:

- أن " الإذاعة المحلية " في تعريفها ربطت بمفهوم المجتمع المحلي، حيث تلبى حاجياته ومتطلباته وتعمل على الإعلام والتثقيف والترفيه.

¹- عبد المجيد شكري، مرجع سبق ذكره، ص 12.

²- مرجع نفسه، ص 14.

*في تعريف آخر تعرف بأنها: ذلك البث المنخفض إلى منطقة سكانية متجانسة، يشارك الجمهور في إنتاج البرامج أكثر من مشاركتهم في السياسة والتخطيط، وهي التي تستجيب لاحتياجات المجتمع المحلي الذي تخدمه كما تساهم في تنميته.¹

*تعريف آخر: أنها استخدام النظام " للإذاعة" بهدف تنمية الناس داخل منطقة جغرافية ذات حدود سكانية محددة بدقة، أو أي جماعة من الناس ذوي طموح وخصائص ومشكلات متشابهة إلى حد كبير.²

من خلال التعريفين نجد أن:

- التعريف الأول: ركز على مشاركة الجمهور في إنتاج البرامج واستجابة الإذاعة لحاجاته في نفس الوقت.

-التعريف الثاني: ركز على دور " الإذاعة المحلية" في تنمية مجتمعه الذي تخدمه.

*في تعريف آخر تعرف أنها:

هي الإذاعة التي استخدمها في المجتمع المنشأة فيه بهدف خدمة هذا المجتمع وعكس صورة له وتوصيل صوته من خلال أفراد هذا المجتمع.³

- من خلال هذا التعريف نجد أنه مركز على " الإذاعة المحلية" وعلاقتها بالمجتمع المحلي، لكنه أشار إلى مشاركة هذا المجتمع في إنتاج البرامج أيضا وذلك المبين في العبارة الأخيرة: " وتوصيل صوته من خلال أفراد هذا المجتمع".

¹- طارق سيد أحمد الخلفي : معجم مصطلحات الإعلام، دار المعرفة الجامعة، القاهرة، مصر، دط، 2008، ص 80.

²- طارق سيد أحمد الخلفي: مرجع سبق ذكره ، ص 81

³- علي فلاح الزغبى : الإعلان الفلاح، دار البازوري للنشر والتوزيع، د ط ، 2009، ص 298

*الدلالة الإجرائية:

هي جهاز إعلامي ذات قوة إرسال منخفضة تخاطب مجتمعا خاصا بها من خلال تقديمه لجملة من البرامج التي تلبي احتياجاته الخاصة، والعمل على تنميته اجتماعيا، واقتصاديا وثقافيا من خلال مشاركته في إنتاج البرامج.

3-الدور: (Le rôle)

*الدلالة اللغوية:

أنه دور: الدواري، الدهر الدوار بالناس، قال العجاج والدهر بالإنسان دواري، ويقال: دار دورة واحدة.¹

وستعمل في لغة: فيقال دوار: ويقال دواري والمدار: موضع الشيء الذي تدير به كالحبل تديره على الشيء وموضعه من ذلك الشيء.²

- من خلال الدلالة اللغوية نستنتج أن الدور هو عودة الشيء إلى ما كان عليه الموقف الذي يظهر فيه الممثل على الدور.

*الدلالة الاصطلاحية:

- يعرفه " مرزوق عبد الحكم العادلي":

أنه يعبر عن الوظيفة التي تصف العلاقة بين وحدات النظام والنظام ككل وجذور هذا المفهوم تمتد إلى العلوم البيولوجية، والسلوكية، والاجتماعية، ففي علم البيولوجيا مثلا: يعتبر جسم الإنسان نظاما كلياً يتضمن مجموعة من الأعضاء ويقوم كل عضو بدور مهم في حياة النظام ككل، وفي النظام الاجتماعي، مؤسسات اقتصادية، خدماتية، إعلامية مثلا: تمارس هذه الأحداث المتمثلة في

¹- علي بن هادية وآخرون: القاموس المدرسي، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، ط7، 1991، ص 107 .

²- علي بن هادية وآخرون: مرجع نفسه ، ص 108.

الصحفيين المراسلين... بنقل الأخبار، الترفيه، التثقيف... سواء للأفراد أو الجماعات، أو المجتمع العام، وينتج عن ممارسة هذه الأنشطة وظائف أو أدوار مثل: دور وسائل الإعلام في زيادة معلومات الأفراد.¹

- من خلال هذا التعريف نستنتج أن الدور مجموعة من المستويات والأنشطة والصلاحيات الممنوحة لشخص أو فريق ويمكن لكل شخص أو فريق أن يكون له عدة " أدوار " على سبيل المثال: دور مدير التهيئة ومدير البيئة، يمكن أن يقوم بهما شخص واحد.
*ويعرفه " احمد زكي البدوي":

هو ذلك السلوك المتوقع من الفرد في الجماعة والجانب الاجتماعي لمركز الفرد فبينما يشير المركز إلى مكانة الفرد في الجماعة، فإن " الدور " يشير إلى نموذج السلوك الذي يتطلبه المركز ويتحدد سلوك الفرد في ضوء توقعاته وتوقعات الآخرين منه، وهذه التوقعات تتأثر بفهم الفرد والآخرين للحقوق والواجبات المرتبطة بمركزه الاجتماعي وحدود " الدور " تتضمن تلك الأفعال التي تتقبلها الجماعة في ضوء مستويات السلوك في الثقافة السائدة.²

- من خلال هذا التعريف نستنتج أن " الدور " ألا وهو نموذج سلوكي يركز حول بعض الحقوق والواجبات، ويرتبط بوضع محدد للمكانة داخل جماعة أ، موقف اجتماعي معين ويتعين دور الشخص في أي موقف.

¹- مرزوق عبد الحكم العادلي: الإعلانات الصحفية، دراسة الاستخدامات والاشباع، دار الفجر للنشر والتوزيع القاهرة، مصر، 2004، ص 98.

²- أحمد زكي البدوي : علاقات العمل في الدول العربية، دار النهضة العربية للطباعة والنشر والتوزيع، عدد المجلدات(1)، عدد صفحاته(378)، ط1، 1985، ص 115.

*الدلالة الإجرائية:

أن " الدور " نموذج السلوك المتمثل في الأفعال والتصرفات التي تتوافق مع متطلبات مركز معين في المجتمع، وهو الوظيفة والمهمة التي كلفت " الإذاعة " القيام بها من خلال ما تقدمه من برامج وحصص تعليمية وترفيهية وتثقيفية... الخ

4- التنمية: (Développement)

*الدلالة اللغوية:

نمى: (فعل)

نمى: ينمي، نم ، تنميه، فهو منم، والمفعول به منمى.

نمى إنتاجه: زاده وكثره، ورفع معدله.

نمى الأمر: طوره.

نمى إليه الحديث: رفعه إليه وعزاه: وأسندة إليه.

نمى الحديث: بلغه على جهة النميمة والإفساد.

نمى ذاكرته: أنعشها وقواها.¹

- من خلال الدلالة اللغوية " للتنمية"، نجد أنها تعبر عن الزيادة والنماء والكثرة والوفرة والمضاعفة والتطور والرفع من المستوى.

*الدلالة الاصطلاحية:

اختلفت مفاهيم " التنمية" اصطلاحاً من شخص إلى آخر تبعاً للمضمون الذي يركز عليه، لكن:

يمكن إجمال تعاريف " التنمية" كالآتي:

¹- احمد مختار عمر: مرجع سبق ذكره، ص 220.

* ويعرف هذا المفهوم في تعريف آخر بأنها:

ذلك التغيير الإرادي الذي يحدث داخل المجتمع سواء اجتماعيا، أم اقتصاديا، أم سياسيا، بحيث ينتقل من خلاله من الوضع الحالي الذي هو عليه إلى الوضع الذي ينبغي أن يكون عليه، بهدف تطوير وتحسين أحوال الناس من خلال استعمال جميع الموارد والطاقات المتاحة حتى تستغل في مكانها الصحيح، ويعتمد هذا التغيير بشكل أساسي على مشاركة أفراد المجتمع نفسه.¹

- التطوري بأشكاله المختلفة الذي يؤدي إلى رفع مستوى المجتمع أو في نسبيا إلى أعلى مستوى نسبيا . من خلال هذا التعريف نجد أن التنمية عملية تحويل من حالة أفضل فيها، وهي الفعل

* يعرفها "محمد شفيق":

أنها عمليات مخططة وموجهة في مجالات متعددة تحدث تغييرا في المجتمع لتحسين ظروفه أفاده، من خلال مواجهة مشكلات المجتمع وإزالة العقبات وتحقيق الاستغلال الأمثل للإمكانيات والطاقات، بما يحقق التقدم والنمو في المجتمع والرفاهية والسعادة للأفراد.²

من خلال هذا التعريف نستنتج أن " التنمية" هي العملية المرسومة لتقدم المجتمع بكل أبعاده اقتصادية كانت أم اجتماعية أم ثقافية أم سياسية والتي تعتمد اكبر اعتمادا ممكن على مشاركة المجتمع.

* الدلالة الإجرائية:

التنمية هي عبارة عن التقدم المعتمد على البرامج والخطط التي تتضمن اعتبارات أخرى عديدة تتعلق أساسا برفاهية الإنسان، ومن هذه الاعتبارات هناك ما هو ثقافي وما هو روحي، وما هو مادي.

¹ - عصام فوزي، عدنان سليمان: التنمية الاقتصادية، منشورات جامعة دمشق، سوريا، 1995، ص 142، متحصل عليه من الموقع: <http://www.hrdisussion.com/nr18879.htm?v27cduo.oro> تم التصفح عليه بتاريخ 2019/02/19 على الساعة 16:45 مساء.

² - محمد شفيق: دراسات في التنمية الاقتصادية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، ص 16.

5- القيم (Valeurs)

*الدلالة اللغوية :

- القيمة واحدة القيم لأنه يقوم مقام الشيء، يقال قومت السلعة، والاستقامة والاعتدال، وقومت الشيء فهو قويم أي مستقيم، وقوام الرجل أيضا قامته وحسن طوله.¹

- والقائم في الملك الحافظ له، المقام والمقامة، المكان الذي تقيم فيه، وماء قائم أي دائم وما لفلان قيمة: إذا لم يدم على الشيء.²

- مما سبق ذكره يتضح لنا أن كلمة (قوم) استعملت في اللغة لعدة معان منها:

- 1- قيمة الشيء و ثمنه
 - 2- الاستقامة والاعتدال
 - 3- نظام الأمر و عماده .
 - 4- الثبات والدوام والاستمرار .
- ولعل أقرب هذه المعاني هو الثبات والدوام والاستمرار على الشيء .

*الدلالة الاصطلاحية:

عرفت القيم في الاصطلاح بعدة تعريفات منها:

*في تعريف آخر: مستوى أو مقياس أو معيار نحكم بمقتضاه ونقيس به ونحدد على أساسه المرغوب فيه والمرغوب عنه.³

من خلال هذا التعريف نستنتج أن القيم صيرورة ومستوى يعتمد أساسا على مبادئ ومعايير ومقاييس تقيس بها سلوكيات وتصرفات الأفراد وقياس الرغبات والاحتياجات المتطلبة.

¹- إسماعيل بن حماد الجوهري: الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية، دار العلم هرس، مجلد (07)، عدد صفحاته (2801)، ط4، 1990، ص 1323 .

²- إسماعيل بن عباد صاحب أبو القاسم: المحيط في اللغة، مفرس، مجلد (11) عدد صفحاته (2900)، ط 1 1414هـ، 1994م، ص 184 .

³- مانع بن محمد بن علي المانع: القيم بين الإسلام والغرب، دار الفضيلة للنشر، المملكة العربية السعودية الرياض، ط1، ج1، عدد الصفحات (417)، 1426هـ-2005م، ص 187 .

*كما عرفت في تعريف آخر بأنها: القواعد التي تقوم عليها الحياة الإنسانية وتختلف بها عن الحياة الحيوانية كما تختلف الحضارات بحسب تصورها لها.¹

*ويعرف هذا المفهوم في تعريف آخر بأنها: حكم بصدرة الإنسان على شيء ما، مهتديا بمجموعة المبادئ والمعايير التي ارتضاها الشرع محددًا المرغوب فيه والمرغوب عنه من السلوك.²

من خلال هذين التعريفين نستنتج أن:

- مصطلح "القيم" جامع وشامل وراجع إلى الشرع القويم، مستمدة منه من خلال مبادئ ومعايير يلتزمها الإنسان في حكمه على الأشياء.

*الدلالة الإجرائية:

"القيم" هي مبادئ ومعايير يلتزم بها الفرد (الإنسان)، في حكمه على الأشياء، تهدف إلى ضبط سلوكه، وقواعد تقوم عليها الحياة الإنسانية ومستوى يحدد عن طريقه الأساس المرغوب فيه وعنه.

6-الثقافة: (Culture)

*الدلالة اللغوية:

أنها التثاقف والثقافة: العمل بالسيف والتثاقف: هو ما تسوي به الرماح تثقيفها تسويتها ثقف : أي ذو فطنة وذكاء والمراد به انه ثابت المعرفة بما يحتاج إليه.³

*الدلالة الاصطلاحية:

اختلفت مدلولات المعرفة للثقافة حيث تعرف ب:

¹- د.حامد عبد السلام زهران، علم النفس الاجتماعي، عالم الكتاب للنشر، ط6، مجلد (1)، عدد الصفحات (588) 2003، ص 420.

²- مرجع نفسه، ص 195.

³- ابن منظور: لسان العرب، دار صادر للطباعة والنشر، بيروت، لبنان، مجلد (3)، ط3، 2004.

*يعرفها " فرنس بواس":

أنها كل مظاهر العادات الاجتماعية في المجتمع المحلي، واستجابات الأفراد نتيجة لعادات الجماعة التي يعيشون فيها ومنتجات النشاط الإنساني.¹

- نستنتج من خلال هذا التعريف أن " فرنس بواس" ربط الثقافة بعادات وتقاليد المجتمع المحلي أو عادات الجماعة، وقد ركز على جانب واحد للثقافة هو العادات.

*يعرفها " تايلور فريديريك":

على أنها ذلك الكل المركب الذي يحتوي على المعرفة والاعتماد والفن والأخلاق والقانون والعادات والتقاليد، وأي قدرات أخرى تكتسب بواسطة الإنسان باعتباره عضوا في المجتمع.²

- من خلال هذا التعريف نستنتج أن " تايلور" جمع كل عناصر الثقافة من عادات وتقاليد معرفة، قانون..... وبالتالي هذا التعريف جاء شامل لجميع جوانب الثقافة وحتى تلك التي يكتسبها الإنسان.

*يعرفها " غراهام ولس" بأنها:

عبارة عن تراكم الأفكار والقيم والأشياء، أي أنها التراث الذي يكتسبه أفراد المجتمع عبر الأجيال المتعاقبة عن طريق التعليم والاكْتساب.³

في هذا التعريف يؤكد " غراهام" على أن الثقافة هي تراث متنقل من جيل إلى آخر، كالقيم والعادات والتقاليد التي تبقى إلى آلاف السنين.

*أما " إبراهيم محمود عبد الباقي" يعرفها بأنها:

¹ - محمد عاطف غيث: قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، مصر، 2002، ص 110.

² - احمد بن نعمان: هذه هي الثقافة، دار الأمة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، ص 21.

³ - علي عبد الرزاق حليبي وآخرون: علم الاجتماعي الثقافي، دار المعرفة الجامعية، 2005، ص 120.

مجموعة المعارف والمهارات الذهنية والتقنية وأنماط من التصرف والمخالفة التي تميز شعب عن

سواه من الشعوب.¹

في هذا التعريف نجد أن الثقافة هي المعارف الذهنية والتقنية وأنماط التصرف التي تميز شعب

عن آخر، أي أن لكل شعب ثقافة تميزه عن غيره.

*الدلالة الإجرائية:

"الثقافة " هي مجموعة القيم والعادات والأعراف الاجتماعية والتراث التي يكتسبها الأفراد من

مجتمعاتهم المحلية التي ينتمون إليها، ويعملون على إنتاجها والمحافظة عليها بنقلها من جيل إلى

آخر.

7- القيم الثقافية (valeurs culturel)

*الدلالة الاصطلاحية:

*تعرف القيم الثقافية بأنها مجموعة المبادئ المادية والروحية والاتجاهات والمعتقدات والتوجهات

والافتراضات الأساسية التي تلبي حاجات الإنسان، وتحكم تصرفاته وتشكل ركائز لكل ما هو سائد بين

الناس داخل المجتمع، فتنمح قيمة لموضوع ما وتسليها من موضع آخر.²

*ويعرف هذا المفهوم في تعريف آخر بأنها:

صناعة إنسانية تراكمية، تنمو في المجتمع وتتطور بحسب قوانين معينة، داخلية وخارجية مرتبطة

بالوعي الاجتماعي وأنواعه المتعددة.³

¹ - مرجع نفسه، ص 26.

² - فوزية دياب: القيم والعادات الاجتماعية، دار الكاتب العربي، القاهرة، مصر، 2003، ص 15.

³ - سلوى السيد عبد القادر، محمد عباس إبراهيم: الاثربولوجيا والقيم، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع الإسكندرية، مصر، ط1، 2005، ص 35.

- نستنتج من خلال هذين التعريفين أن " القيم الثقافية" تمثل خلاصة تفاعل مجموعة من العناصر المتمثلة في المبادئ والتاريخ والمعتقدات والعادات والتوجهات.

*الدلالة الإجرائية:

" القيم الثقافية": تعتبر المكون الأساسي لوجدان أي مجتمع، وتعتبر عن العمق التاريخي والمتراكم في المجتمع من خلال محاولة تحويل نمط الحياة إلى نمط غربي، وخصوصا من الجانب التنموي.

8-المجتمع: (Société)

*الدلالة اللغوية:

هو مصطلح مشتق من الفعل جمع، وهي عكس كلمة فرق، أي جمع الشيء عن تفرقة بجمعه جمعا وجمعه، كما أنها مشتقة على وزن مفتعل، وتعني مكان الاجتماع والمعنى الذي يقصد به هذه الكلمة هو جماعة من الناس.¹

نستنتج من خلال هذه الدلالة اللغوية أن المجتمع عبارة عن فئة من الناس تشكل مجموعة تعتمد على بعضها البعض.

*الدلالة الاصطلاحية:

هناك عدة تعريفات للمجتمع ومن بينها كالأتي:

*يعرف بأنه عدد كبير من الأفراد المستقرين الذين تجمعهم روابط اجتماعية ومصالح مشتركة ترافقها أنظمة تهدف إلى ضبط سلوكهم ويكونون تحت رعاية السلطة.²

¹-احمد مختار عمر: مرجع سبق ذكره، ص 1300

²- محمد محمود الجوهري: المدخل إلى علم الاجتماع، دار الشروق للنشر والتوزيع، مصر، مجلد(1)، عدد صفحاته (436)، ط4، 2004، ص 225

من خلال هذا التعريف نستنتج أن " المجتمع " عبارة فئة من الناس والأفراد يشكلون مجموعات ويعيشون مع بعضهم البعض، وترابطهم روابط ومصالح مشتركة وتحكمهم عادات وتقاليد وقوانين مشتركة.

*في تعريف آخر:

انه مجموعة من الأشخاص الأحياء، وليس مجموعة من الأفكار فحسب، وهؤلاء الأشخاص مكتفون بذاتهم، ومستثمرون في البقاء ويتنوعون بين ذكور وإناث.¹

نستنتج من خلال التعريف ان " المجتمع " عبارة عن اكبر جماعة يمكن أن ينتمي إليها الأفراد، وله القدرة على التكيف بذاته، وأنه مكتفيا بحيث يستمر إلى اللانهاية.

*الدلالة الإجرائية:

المجتمع كمفهوم إجرائي عبارة عن منظومة بالغة التعقيد تكونها مجموعة متنوعة من الأفراد وقد يكون المجتمع من مجموعات عرقية مختلفة تعيش سوية في شكل منظم وضمن جماعة منظمة يسعى كل واحد منهم تحقيق المصالح والاحتياجات إلى حد ما هو متعاون ومتعارف عليها.

9- المجتمع المحلي: (Société local)

*الدلالة الاصطلاحية:

تعددت تعاريف " المجتمع المحلي " لكن كلها تجمع على نقاط أساسية والتي سنعرضها من خلال التعاريف الآتية:

¹- محمد بن سالم البيحاني: إصلاح المجتمع، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، مجلد (1)، عدد صفحاته(438)، ط2، 1972، ص 287.

*عرفه " عبد المجيد شكري":

"المجتمع المحلي" عبارة عن مجتمع محدود العدد فوق أرض محدودة المساحة، يؤدي معظم أفراده نشاطا اقتصاديا رئيسا محددًا، وقد يكون النشاط الذي يمارسه أفراده نشاط زراعيًا، أو تجاريًا، فيصبح المجتمع تجاريًا أو يكون النشاط الرئيسي حر في مثل: صيد الأسماك... فينسب المجتمع إلى الحرفة التي معظم أفراد هذا المجتمع كحرفة رئيسية.¹

- من خلال هذا التعريف أعطى " المجتمع" صفة المهنة التي تمارسها سواء كانت تجارية أو زراعية أو حرفية من جهة والمحدودية في المعيشة والعدد من جهة أخرى.

*يعرفه " محمد محمود الجوهري":

انه جماعة من الأفراد يرتبطون بروابط معينة ويشتركون في المصالح والاهتمامات، كما يمكن أن نتصور مكانا معينًا: بلدة صغيرة أو جزء من مدينة أو حيادا داخل مدينة، أما في العلوم الاجتماعية فهو العيش معا والسعي نحو تحقيق استمرار الحياة والانتماء والاستمرار في الوجود داخل نطاق جغرافي محلي.²

من خلال هذا التعريف يعرف " المجتمع المحلي"، على انه جماعة تعيش باستمرار داخل نطاق جغرافي، أي تكوين مجموعة العلاقات بين الأفراد الذين يكونون هذه الجماعة الكبيرة (المجتمع المحلي).

*الدلالة الإجرائية:

هو مجموعة من الناس يقيمون في منطقة جغرافية محددة يكونون فيما بينهم وحدات اجتماعية مميزة، وتسود بينهم قيم عامة وثقافة خاصة بالانتماء إليها.

¹ - عبد المجيد شكري: مرجع سبق ذكره، ص 15

² - محمد محمود الجوهري: أسس البحث الاجتماعي، دار الميسرة للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص

المطلب الثاني: تحديد المفاهيم المقاربة للدراسة:

الفرع الأول: المفاهيم المقاربة في مجال المؤسسات الإعلامية

1-الاتصال:(communication)

*الدلالة الاصطلاحية:

هو عملية منظمة ونظمية وعفوية أيضا تتطوي على إرسال وتحويل معلومات وبيانات من جهة إلى جهة أخرى، شرط أن تكون البيانات والمعلومات المحلولة مفهومة ومستصاغة بها، كما بعد الاتصال احد ركائز التوجيه، حيث ينطوي على تدفق المعلومات والتعليمات والتوجيهات والأوامر والقرارات من فرد أو مجموعة إلى أفراد أو مجاميع بغرض الإبلاغ أو التأثير أو إحداث التغيير باتجاه أهداف محددة مسبقا.¹

بهذا المعنى نقر بأن الاتصال عملية مستمرة يتم بمقتضاها تبادل المعلومات وإرسال المعاني من فرد أو مجموعة إلى أفراد بغرض إحداث التغيير والإبلاغ لتحقيق أهداف محددة مسبقا.
*يعرفه " شارلز كولي " عالم الاجتماع الأمريكي بأنه:

ذلك الميكانيزم الذي أمكن من خلاله للعلاقات البشرية أن تقوم وتتطور والذي يجعل رموز العقل الإنساني تترايط وتنتقل عبر الزمان والمكان بواسطة وسيلة للإرسال.²
بمعنى أن الاتصال عملية يتم فيها ومن خلالها تكوين علاقات بين أفراد المجتمع وتبادل المعلومات في رموز دالة فيما بينهم لتحقيق أهداف معينة.

¹- بشير العلق:الاتصال في المنظمات العامة بين النظرية والممارسة، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، د.ط. 2007، ص 17.

²- ناصر دادي عدون: الاتصال ودوره في كفاءة المؤسسة الاقتصادية الدراسة النظرية والتطبيقية، دار المحمدية العامة، الجزائر، د.ط. 2004، ص 20.

*يعرفه " لوصاد فاسكس " : " Losada vazquez "

هو مجموعة العلاقات الشاملة لكل مجالات التفاعل التنظيمي والتي تتم في شكل كبير رسمي ومقصود للمؤسسة بصفتها القائمة بعمليات الاتصال وذلك بإدماج كل الوسائل التي بحوزتها بغية تسهيل عمل الدافع وتسيير خلق صورة عمومية معينة تتيح عن نشر شخصية محددة تنسجم مع واقعها، انتظارها وأهدافها وأحاسيس أعضائها وطلبات محيطها.¹

بمعنى أن الاتصال من أهم الركائز التي يبني عليها التفاعل الإنساني مع خلق معنى وصورة بعقل المستقبل يشبه معنى الوجود بذهن المراسل في شكل رسمي ومقصود للمؤسسة.

*الدلالة الإجرائية:

ويمكن القول أن الاتصال كمصطلح أساسي يقصد به العملية الرئيسية التي يمكن أن نطوي فيها كافة أوجه النشاط الإعلامي والدعائي والتوعوي بالإضافة إلى أنشطة العلاقات العامة والمعلومات بهدف تبادل المعلومات والأفكار والآراء والمعتقدات والمشاعر والاتجاهات بين طرفي عملية الاتصال (مرسل ومستقبل) من خلال عملية ديناميكية متواصلة ودون نهاية وباستخدام رموز ذات معنى محدود وأساليب محددة للتأثير ووسائل إعلامية معينة وعبر نسق اجتماعي مبني على التفاعل ووسائل لتحقيق الأهداف المحددة مسبقا.

¹ - فضيل دليو: الاتصال (مفاهيمه، نظرياته، ووسائله)، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة، مصر ، ط1، 2003

2-التواصل:(communication) :

*الدلالة الاصطلاحية:

*هو كافة الوسائل المستخدمة في الاتصال سواء أكان لفظيا أو غير لفظيا، مثل: البريد

الالكتروني والتلفزيون والصحف والراديو..... وغيرها.¹

*في تعريف آخر يعرف بأنه:

تطبيق الاتصال المعتمد على تبادل المعلومات، من خلال الكتابة أو الكلام أو أي وسيلة من

وسائل التواصل الأخرى.²

من خلال هذين التعريفين يمكن القول أن التواصل هو فعل الاتصال المطبق من خلال الأفراد

عن طريق مجموعة من الأساليب والوسائل المتنوعة والمستخدم، لإرسال واستقبال المعلومات

والأفكار بين الناس.

*ويعرفه " علاء الدين احمد كفاي":

أنه عبارة عن نسق جماعي الذي يؤثر بطريقة أو بأخرى في العلاقات المتبادلة بين أعضاء

الجماعة ، وآرائهم واتجاهاتهم، وعليه فإن أي تغير يحدث داخل الكائن الحي نتيجة لمؤثر ما سواء

داخليا أو خارجيا ، فانه ثمة اتصال قد حدث.³

- من خلال هذا التعريف نستنتج أن التواصل يحقق نقل معايير وقيم وآراء واتجاهات الجماعة

ونشوء تفاعل بينهما ينتج عنهما نقل الأفكار واتجاهات وعلى هذه المعايير حدث تغير داخل

الكائنات الحية، نتيجة حدوث اتصال.

¹ - حليلة قادري: التواصل الاجتماعي، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، وهران، الجزائر، ط1، 2016 م - 1437 هـ

ص 15.

² - مرجع نفسه، ص 16.

³ - مرجع نفسه، ص 17.

* الدلالة الإجرائية:

من خلال التعاريف سابقة الذكر نستطيع القول إجرائياً بأن التواصل هو عبارة عن جميع أشكال التفاعل والتكامل المنبثق عن الإحسان والرفق، ويقوم على مجموعة من العلاقات قوامها الاتصال وهو ذلك النسق الجماعي الذي يؤثر بطريقة أو بأخرى في العلاقات المتبادلة بين أعضاء الجماعة وآرائهم واتجاهاتهم، ويعرف بتبادل الأفكار وتلقي المعلومات بشكل مناسب.

3- الانترنت (Internet)

* الدلالة الاصطلاحية:

تعتبر الانترنت أكبر شبكة في العالم، فهو عبارة عن مجموعة من أجهزة الحواسيب والخوادم المتصلة مع بعضها البعض بواسطة أجهزة التوجيه والمحولات، فهو يعتمد على نفس مبدأ الشبكة الموجودة في المنازل والمكاتب¹.

من خلال هذا التعريف يمكن القول أن الانترنت بأنها مجموعة الحواسيب مرتبطة في هيئة شبكة أو شبكات، وهذه الشبكات لها القدرة على الاتصال بشبكات أكبر بحيث يكون هذا الاتصال وفق بروتوكول ضبط التراسل الذي يتيح استخدام خدمات الشبكة على نطاق عالمي.

* في تعريف آخر أنه:

عبارة عن الشبكة التي تضم عشرات الألوف من الحواسيب المرتبطة مع بعضها البعض في العشرات من الدول وتستخدم الحواسيب المرتبطة بروتوكول النقل والسيطرة وبروتوكول الانترنت الذي يرمز له (TCP/IP) بتأمين الاتصالات الشبكة لذا فإنها أوسع شبكات الحواسيب في العالم تزود المستخدمين بالعديد من الخدمات كالبريد الإلكتروني، ونقل إعلانات والأخبار والوصول إلى الآلاف

¹ - العلمي شوقي: رهانات الانترنت، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، د ط، 2006

من قواعد البيانات وتزودهم بخدمات الدخول في حوارات مع أشخاص آخرين حول العالم وممارسة الألعاب الإلكترونية¹.

بمعنى أن الانترنت اليوم تمثل عماد المجتمع المعلوماتي الجديد ومعجزته التي يبشر بها حيث فتحت هذه الأداة الجديدة العالم على أبوابه ودكت كل الحصينات والأسوار فخيمت بانتشارها السريع في العالم الأثري لينصاع العالم لها ويتسلم جموحها.

* الدلالة الإجرائية:

من خلال التعاريف سابقة الذكر يمكن القول إجرائياً بأن الانترنت عبارة عن مجموعة الحاسبات في هيئة شبكة أو شبكات، وهذه الشبكات لها الإمكانية والقدرة على الاتصال بشبكات أخرى أكبر بحيث يكون الاتصال سري وفق بروتوكول عالمي.

4- التخطيط الإعلامي: (Planification Médiatique)

* الدلالة الاصطلاحية:

• عرف "د. نبيل عارف الجردى"، التخطيط الإعلامي بأنه:

توظيف الإمكانيات المادية والبشرية والإعلامية من أجل تحقيق أهداف معينة².

بمعنى الاستفادة من كل ما هو متاح من إمكانيات بشرية ومادية والجمع بين هذه الإمكانيات وهذين النوعين أهم أسس التخطيط الإعلامي السليم حيث لا يمكن الاعتماد على أحدهما دون الآخر.

¹ - عامر قنديلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، دار البازوري للنشر والتوزيع عمان، الأردن، د.ط، د.س، ص 351.

² - عماد محمد حسين الهاللي: التخطيط والتخطيط الإعلامي، دار الشؤون الثقافية للنشر والتوزيع، بغداد، د.ط 2001، ص، ص 50.45.

• عرفه "د. محمود كرم سلمان" بأنه:

اتخاذ التدابير العملية للاستفادة المثلى من الإمكانيات والقوى والكفاءات المستقبلية في إطار سياسة إعلامية محددة، وباستخدام خطط إعلامية متكاملة يجرى تنفيذها تنفيذًا فاعلاً بأجهزة إدارية وتنظيمية قادرة¹.

بمعنى عدم قصر النظرة على الإمكانيات المتوفرة، وإنما التطع والبحث والتخطيط للاستفادة مما سيتم توفيره أو المتوقع إتاحتها من هذه الإمكانيات مستقبلاً انطلاقاً من النظرة المستقبلية للتخطيط.

• في تعريف آخر بأنه:

هو عبارة عن حصر القوى الإعلامية بما فيها من طاقات بشرية وأجهزة ومعدات تقنية، ويشمل المؤسسات الإعلامية من تلفزيون وإذاعة، ودور السينما والإعلام الشعبي وكل ما من شأنه أن يسهم في تعبئة وتوجيه هذه القوى لتحقيق أهداف التنمية².

من خلال هذا التعريف يمكن القول أن التخطيط الإعلامي عبارة عن تفاعل في التنسيق بين الأجهزة التقنية والإعلامية ويقرب المسافات بينهما، وفي هذا الإطار ورد بأن التخطيط هو النظرة الكلية وهو المنهج التكاملي.

¹ - عاطف عدلي العبد، عدلي رضا: إدارة المؤسسات الإعلامية، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، د.ط. 2008، ص 13.

² - عمر خالد المسفري: الإتصال الجماهيري والإعلام الأمني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1 2012، ص 112.

* الدلالة الإجرائية:

من خلال التعاريف سابقة الذكر نستطيع القول إجرائيا بأن التخطيط الإعلامي عبارة عن توظيف الإمكانيات البشرية والمادية المتاحة أو التي يمكن أن تتاح خلال الخطط من أجل تحقيق أهداف معينة في إطار السياسة الإعلامية أو الاتصالية مع الاستخدام الأمثل لهذه الإمكانيات.

الفرع الثاني: المفاهيم المقاربة في مجال تنمية قيم المجتمع المحلي.

1- التنمية المحلية: (Société local)

* الدلالة الاصطلاحية:

هي مسار تحسين فهي كسائر عمليات الانتظام المجتمعي، يجب أن تركز على التحركات والنتائج، لا يمكن اشتراك الناس في مسار أو في خلق مسار إلا في حال وجود غاية في النهاية، فهي تدعم سلوك الأفراد وتصلق مهاراتهم حتى يتمكنوا من تطوير أنفسهم مما ينعكس إيجابيا على مجتمعهم ويؤدي إلى نموه في العديد من القطاعات المحلية المؤسسية والتعليمية وغيرها، فهي سعي إلى توفير كافة الخدمات الأساسية للأفراد من وسائل نقل المؤسسات التعليمية وقطاعات عامة وغيرها¹.

يعني أن التنمية المحلية: هي القيام بمجموعة من العمليات والنشاطات الوظيفية والتي تهدف إلى النهوض من كافة المجالات المكونة للمجتمع المحلي.

- ويعرفها "د. أحمد رشيد" على أنها:

¹ - محمد فتح الله الخطيب: الحكم المحلي والتنمية، منشورات كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، القاهرة، مصر، د.ط. 1998، ص2، متحصل عليهم من الموقع: [http:// rodrami-gouverneme.localdvp.blogspot.com/](http://rodrami-gouverneme.localdvp.blogspot.com/) تم التصفح عليه بتاريخ 2019/02/26 على الساعة 18:20 مساء.

عملية تغيير في البنية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للمجتمع وفق توجيهات عامة لتحقيق أهداف محددة تسعى أساسا لرفع مستوى معيشة السكان في كافة الجوانب¹.

- من خلال هذا التعريف تعتبر التنمية المحلية: عملية شاملة ومستمرة تضم جوانب الحياة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية، وعملية تغيير ونقل المجتمع نحو الأحسن مع الانتفاع من التغيير.

* الدلالة الإجرائية:

يمكن القول إجرائيا بأن "التنمية المحلية"، هي وجه من أوجه التنظيم المجتمعي الذي يركز على بناء بنية تحتية من العلاقات والمسارات والنظم التي يمكن من خلالها حل مشكلات المجتمع المحلي والتجاوب مع جميع الحاجيات.

2- التنمية الاجتماعية: (Social Développement)

* الدلالة الاصطلاحية:

• تعرف التنمية الاجتماعية بأنها:

"سلسلة من العمليات الإدارية المخطط لها مسبقا التي تسعى لتحقيق مجموعة من الأهداف التي تقود الطاقات والإمكانات إلى التفاعل والاستغلال الأمثل، وتحفيز جهود الدولة والقطاعات العامة التابعة لها وإيجاد روابط اجتماعية بينها وبين القطاع الخاص والمواطنين"².

¹ - أحمد رشيد: التنمية المحلية، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، د.ط، 1986، ص 14.

² - محمد شفيق: التنمية الاجتماعية، دراسات في قضايا التنمية ومشكلات المجتمع، المكتب الجامعي الحديث، د.ط، 1994، ص 25.

من خلال هذا التعريف نجد أن التنمية الاجتماعية تقوم بتحقيق الرفاهية لأفراد المجتمع على الصعيد المادي والمعنوي وتعني إحداث تغيير قوى من شأنه نشر العدل بين المواطنين، وحدث تحول كبير في الظواهر والنظم والعلاقات السائدة في المجتمع.

- وتعرف حسب "هو بهاوس" بأنها

تطور البشر في علاقاتهم المشتركة وهذا ما يسميه بالتوافق في العلاقات الاجتماعية، فتغير البناء الاجتماعي لا يعني شيئاً بالنسبة له ما لم يحدث تغيير في طبيعة العلاقات الاجتماعية." نستنتج من خلال هذا التعريف بأن "هو بهاوس" بنظر إلى "التنمية الاجتماعية"، على أنها تنمية علاقات الإنسان المتبادلة، ويعني بها التنمية المتواصلة الشاملة، ومن أجل تقدم المجتمع يجب توفر المعايير التالية: الحجم، الكفاية، الحرية، المشاركة.

* الدلالة الإجرائية:

من خلال التعاريف سابقة الذكر نستطيع القول إجرائياً بأن "التنمية الاجتماعية": هي عبارة عن تطوير وتنمية العلاقات الشاملة التي يتم تبادلها بين الأفراد بهدف النهوض بالمجتمع وتطوره، وتعتمد التنمية على معايير عديدة منها: الحجم، الكفاية، الحرية المشاركة، وتعن أيضاً بأنها مجموعة من العمليات الإدارية التي تهدف إلى استغلال الإمكانيات والموارد وتوظيف جميع الطاقات بصورة سلمية من أجل التوصل لروابط اجتماعية بين أبناء المجتمع والقطاع الخاص والعام والدولة لخلق التغيير والتقدم في الأنشطة الاجتماعية مثل: المواقف والقيم والعادات والتقاليد لتحقيق الرقي والتقدم لجميع الأفراد.

3- المشاركة المجتمعية: (participation communautaire)

* الدلالة الاصطلاحية:

• تعرف المشاركة "المجتمعية" بأنها:

إحدى دعائم النظم الفعلية في تحقيق أهدافها، فهي تعبر عن إحساس الجماهير بمشاكلهم، والعمل على إشراكهم في تنفيذ خطط وبرامج تنموية، مما يجعلهم أكثر حرص على الحفاظ على نتائج الأعمال التي ساهموا فيها¹.

من خلال هذا التعريف نستنتج أن "المشاركة المجتمعية"، تعتبر من أكثر العناصر أهمية وفعالية في تحقيق أهدافها والوصول إلى تنمية المجتمع المحلي.

• في تعريف آخر تعرف على أنها:

"هي التي تعبر عن الوسائل التي تهدف إلى تعزيز دور التعاون الاجتماعي بين سكان الحي أو المنطقة أو المجتمع الواحد، بهدف تحفيز المشاركة في العديد من المجالات التي توفر خدمات للمجتمع المحلي، مما يساهم في تغييره تغييرا إيجابيا وتطويره نحو الأفضل².

- بمعنى أن المشاركة المجتمعية تساهم في دعم الأفراد في المجتمع والتعزيز من التنمية المجتمعية، وتساعد الأفراد على الوصول لحلول منطقية للأزمات التي تحدث في المجتمع وتعزيز التعاون الفعال بين كافة السكان.

¹ طارق بركات: تفعيل دور المشاركة الشعبية والتمكين المستدام في التنمية المحلية، مجلة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، مجلد (26)، عدد 5، د ط، 2014، ص 32.

² عبد الهادي الجوهري: أصول علم الاجتماع السياسي، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، د.ط،

• تعريف آخر:

تعرف على أنها مصطلح يستخدم للإشارة إلى مجموعة الطرق التي تتبعها مؤسسات المجتمع المحلي للمساهمة في الربط بين أفراد المجتمع الواحد، وخصوصاً من هم بحاجة إلى توفير المساعدة لهم سواء في مجال الصحة، أم التعليم، أم غيرها من المجالات الأخرى¹.

من خلال هذا التعريف نستنتج أن "المشاركة الشعبية"، تقوم على تدعيم وتوفير التكافل الاجتماعي من خلال تقديم مساعدات للأفراد ونمو المجتمعات، والتخلص من الآثار السلبية الناتجة عن بعض المشكلات الاجتماعية.

* الدلالة الإجرائية:

"المشاركة المجتمعية"، هي عبارة عن رغبة المجتمع واستعداده للمشاركة الفعالة في تحسين وتحقيق جهوده التطوعية التي يقوم بها الأفراد بجميع فئاتهم على أساس المسؤولية الاجتماعية، ويتحقق من هذه المشاركة، استيفاء احتياجات المشاركين والعمل على إشراكهم في تنفيذ خطط وبرامج تنموية وتحقيق تنمية شاملة يتقبلها المجتمع.

4- التنمية المستدامة: (Développement Durable)

* الدلالة الاصطلاحية:

• عرفها تقرير "برند تلاند"، (Brund Triland) على أنها: "التنمية التي تفي باحتياجات الحاضر دون الإخلال بقدرة الأجيال القادمة على الوفاء باحتياجاتها²."

¹ - عبد الهادي الجوهري: مرجع سبق ذكره، ص 38.

² - منى جميل سلام و د. مصطفى محمد علي: التنمية المستدامة للمجتمعات المحلية، المكتب الجامعي الحديث الإسكندرية، مصر، ط1، 2014، ص 148.

مع ذلك فإن هناك إجماع على أن "التنمية المستدامة" تشير إلى مجموعة واسعة من القضايا وتستلزم نهجا متعدد الجوانب لإدارة الاقتصاد والبيئة والاهتمامات البشرية والقدرة المؤسسية.

• في تعريف آخر تعرف على أنها:

"إدارة استخدام موارد المجتمع وصيانتها وتعزيزها حتى يمكن المحافظة على العمليات الإيكولوجية التي تقوم عليها الحياة وحتى النهوض بنوعية الحياة الشاملة الآن وفي المستقبل¹.

من خلال هذا التعريف أن "التنمية" تعني الحاجات الأساسية التي يجب تلبيتها وتوفيرها لجميع أطراف المجتمع بالشكل الذي يضمن تحقيق العدالة الاجتماعية ليس فقط بين الأفراد المجتمع الحالي وإنما بين أفراد المجتمع المحلي والمجتمع المستقبلي.

• ويعرفها (Edoird Barbier) بأنها:

ذلك النشاط الذي يؤدي إلى الارتقاء بالرفاهية الاجتماعية أكبر قدر ممكن مع الحرص والحفاظ على الموارد الطبيعية المتاحة، وبأقل قدر ممكن من الأضرار والإساءة إلى البيئة².

بمعنى أن "التنمية المستدامة" تسعى إلى تحقيق استقرار والنمو ورفع مستوى الخدمات الصحية والتعليمية وغيرها.

• في تعريف آخر أنها: عملية توظيف وإدارة وصيانة قاعدة الموارد الطبيعية المتاحة وتوجيه

التغيير الثاني والمؤسسي على نحو يضمن استمرار إشباع الاحتياجات البشرية للأجيال الحالية والمستقبلية³.

¹- صلاح عباس: التنمية المستدامة في الوطن العربي، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، د.ط، 2010 ص 19.

²- أنس عبد الباسط عباس: إدارة أعمال وفق منظور معاصر، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، ط1 2011، ص 170.

³- يسرى دعيس: البيئة والتنمية المستدامة، دار البيطاش للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، ط1، 2006، ص 35.

بمعنى أنها تلك "التنمية" التي تهيئ الحاضر لجعل متطلباته أساسية ومشروعة دون أن تخل بقدرة المحيط الطبيعي على أن يهيئ للأجيال التالية متطلباتهم، أي استجابة التنمية لحاجات الحاضر، دون المساومة على قدرة الأجيال المقبلة على الوفاء بحاجاتها.

• تعريف آخر أنها:

تعتبر إستراتيجية ملحة يسعى لتحقيقها المجتمع المحلي باعتبارها قضية أخلاقية إنسانية مستقبلية بقدر ما هي قضية آتية ملحة، لأن برامج التنمية الناجحة بمقاييس الحاضر قد تبدو عاجزة عن الاستمرار الآمن بمقاييس المستقبل لأنها برامج تتم على حساب سرعة استهلاك واستنزاف الرصيد الطبيعي للأجيال القادمة¹.

بمعنى تنمية إحساس المجتمع بالمسؤولية اتجاه التنمية وحثهم على المشاركة الفاعلة في إيجاد حلول مناسبة لها من خلال مشاركتهم في إعداد وتنفيذ ومتابعة وتقييم برامج ومشاريع "التنمية المستدامة".

* الدلالة الإجرائية:

من خلال التعاريف سابقة الذكر يمكن القول أن "التنمية المستدامة" هي الإدارة الحكيمة للموارد الطبيعية المتاحة بشكل يكفل الرخاء الاقتصادي والاجتماعي وتحقيق الاحتياجات البيئية والإنمائية للأجيال الحالية والمستقبلية.

¹ - خالد مصطفى قاسم: إدارة البيئة والتنمية المستدامة في ظل العولمة المعاصرة، دار الجامعة، الإسكندرية، مصر د.ط، 2007، ص 157.

المبحث الثالث: الإطار المنهجي للدراسة

المطلب الأول: تحديد المنهج المستخدم للدراسة

الفرع الأول: المنهج

عند القيام بأي دراسة علمية لأبد من إتباع خطوات فكرية منظمة وعقلانية هادفة إلى بلوغ نتيجة ما، وذلك بإتباع منهج يتناسب مع طبيعة الدراسة التي سنتطرق لها على اعتباره خطوة رئيسية لأي بحث علمي.

وعلى هذا الأساس يعرف المنهج بأنه: الأسلوب أو الطريقة الواقعية التي يستعين بها الباحث لمواجهة مشكلة بحثه أو في دراسة لمشكلة موضوع البحث¹

فالمنهج إذن: هو الطريقة المتبعة للإجابة عن الأسئلة التي تشير لها إشكالية البحث.

في تعريف آخر يعرف بأنه:

" الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة نهيم

على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة.²

• في حين عرفه كثير من الفلاسفة والعلماء بأنه:

" الطريقة التي تعتمد على التفكير الاستقرائي وتستخدم أساليب الملاحظة العلمية وفرض القروض

والتجربة لحل مشكلة معينة والوصول إلى نتيجة معينة.³

¹ - عمار بوحوش: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، د.ط، 1995، ص29.

² - غازي غاية: البحث العلمي، منهجية إعداد البحوث والرسائل الجامعية، بكالوريوس، ماجستير، دكتوراه محاضرات على طبقة الدراسات العليا، جامعة حرش الأهلية، كلية الحقوق، 2014، ص20.

³ - خالد احمد فرحات المشهداني ورائد عبد الخالق عبد الله العبيدي: مناهج البحث العلمي، دار الأيام للنشر والتوزيع عمان، الأردن، د.ط، 2013، ص19.

إذن المنهج يعتبر مقياس لجودة البحث، وهذه الجودة تتوقف على الالتزام به أي المنهج، لأنه يبني على قواعد، وقوانين، ومضامين، ومؤشرات علمية إجرائية محددة تكسب البحث الدقة، والنظامية والرونق الرفيع.

قبل التطرق إلى المنهج المستخدم لابد من الإشارة إلى أن لكل منهج شروط ومتطلبات وقدرات محدودة في البحث، تفرض على الباحث استخدامها في حالات معينة، وإن عملية اختيار الباحث لمنهج بحثه لا تتم بطريقة اعتباطية وإنما طبيعة الموضوع الذي تعالجه ونوعيته هي التي تفرض على الباحث تفضل منهج على آخر.

وانطلاقاً من أننا نحاول الوصف والتعرف على المؤسسات الإعلامية ودورها في تنمية القيم الثقافية لدى المجتمع المحلي داخل الإذاعة المحلية بالطرف، فقد قمنا باستخدام المنهج الوصفي الذي يكلف لنا جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات التي تساعدنا في بحثنا واللازمة لغرض استخدام البيانات وتفسيرها بهدف معرفة الواقع.

الفرع الثاني: المنهج الوصفي:

- ويعرف: " بأنه أسلوب من أساليب التحليل المركز على معلومات كافية ودقيقة، عن ظاهرة أو موضوع محدد، من خلال فترة أو فترات زمنية معلومة، وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية دقيقة ثم تفسيرها بطريقة متنوعة"¹.
- في تعريف آخر انه: "وصف لحالة تتعلق بظاهرة طبيعية أو مجتمعية خلال فترة زمنية محددة لمعرفة أسبابها، ونتائجها ومن ثم تعميمها على الحالات المتشابهة"².
- هذا ما تنتمي إليه الوصفية الشائعة في بحوث الإعلام والاتصال والتي تقوم على تفسير

¹ - دوقات عبيدات وآخرون: كتاب البحث العلمي، دار الفكر، عمان، الأردن، د.ط، 2001، ص 191.

² - غازي غاية: البحث العلمي، منهجية إعداد البحوث والرسائل الجامعية، المرجع السابق، ص 79.

- الوضع القائم للظاهرة أو المشكلة من خلال تحديد ظروفها وأبعادها والعلاقة بين متغيراتها¹.
- يهدف الانتهاء إلى وصف علمي دقيق ومتكامل للظاهرة أو المشكلة التي تقوم الحقائق المرتبطة لذلك المنهج الوصفي وفق ما تتطلب دراسة المؤسسات الإعلامية ودورها في تنمية القيم الثقافية لدى المجتمع المحلي.
- وبصيغة أخرى : " المنهج الوصفي هو اعتماد طريقة الاستقراء أو الوصف في دراسة الظواهر بجميع أشكالها سواء كانت اجتماعية أو سياسية أو اقتصادية....الخ².
- من خلال البيانات والمعلومات كيفيا بهدف تحليلها وتفسيرها عن طريق جداول إحصائية وصولا إلى النتائج.
- هذه الأخيرة تجسد في نظرنا احد دوافع دراسة هذا الموضوع والمتمثل في إخراج البحث العلمي من المحيط الداخلي للجامعة إلى الميدان العلمي. من خلال الحصول على المعطيات والبيانات بغرض وصف المؤسسات الإعلامية (الإذاعة المحلية) والدور الذي تلعبه في تنمية القيم الثقافية لدى المجتمع المحلي داخل المؤسسة، واستخلاص النتائج وإبداء توصيات واقتراحات بشأن الظاهرة وإسقاطها على ارض الواقع.

المطلب الثاني: تحديد أدوات جمع البيانات:

إن دقة أي بحث علمي تتوقف إلى حد كبير على اختيار الأدوات المناسبة التي تتماشى مع طبيعة الموضوع وإمكانيات الباحث، للحصول على البيانات والمعطيات التي تخدم أهداف الدراسة وطبيعة الموضوع المدروس تتطلب من الاستعانة بأكثر من أداة منهجية، وهذا الإلمام بالموضوع ولهذا

¹- أحمد بن مرسل: مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2، ص 286.

²- زيان عمر: البحث العلمي منهجية وتقنياته، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، د.ط، 1997، ص18.

الغرض اعتمدنا على الأدوات المنهجية، وقبل التطرق إلى دليل المقابلة ارتأينا إلى تعريف المقابلة كما يلي:

- المقابلة: تعتبر مقابلة البحث من ضمن تقنيات جمع البيانات في العلوم الإنسانية والاجتماعية التي يفضلها يتم جمع البيانات والمعلومات بكمية هائلة حول (آراء، اتجاهات، تصورات معايير...الخ). هذه الجوانب النفسية والعقلية التي يصعب علينا تسجيلها عن طريق الملاحظة المباشرة وحتى استمارة الاستبيان في بعض الأحيان، وتعرف المقابلة عموماً بأنها " التبادل اللفظي الذي يتخذ وجهاً لوجه بين القائم بالمقابلة (الباحث) وبين شخص آخر أو أشخاص آخرين".¹
- **وبتعريف آخر:** " هي تفاعل بياني بين شخصين طلباً لحقائق ، ومعلومات تتعلق بموضوع بحث بغية إثرائه علمياً".²
- من خلال التعاريف السابقة نستطيع القول بان المقابلة هي عبارة عن وسيلة لجمع البيانات عن طريق أسئلة توجهها شخص يسمى الباحث ويحصل على إجابات عليها من قبل شخص آخر يسمى المبحوث.
- من المعروف انه هناك عدة أنواع للمقابلات العلمية يختلف استخدامها باختلاف الغرض من ذلك وقد استخدمنا في هذه الدراسة نمط من أنماط المقابلة:

¹- حسن محمد الحسن: الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، دار الطبعة للنشر والتوزيع، بيروت، لبنان ط2، 1996، ص107.

²- غازي عناية : البحث العلمي منهجية إعداد البحوث والرسائل الجامعية ، المرجع السابق، ص212.

الفرع الأول: دليل المقابلة:

تعرف على أنها: "أداة لجمع المعطيات تبنى من أجل أن تسأل بصفة معمقة شخص أو مجموعة صغيرة"¹.

وقد ركز دليل المقابلة على وضعية المؤسسات الإعلامية وتحديد الإذاعة المحلية لولاية الطارف والتحديد الذي لحق هذه الأخيرة، على مستوى القيم الثقافية من خلال القيام بالمجهودات والمحاولات وخلق مجموعة من التقنيات فيما يخص زيادة وعي الأفراد وتنمية قيمهم الثقافية .

وتمحورت أسئلة مقابلتنا في مجموعة من الأسئلة وهي كالتالي:

- 1- من المسؤول الأول في مؤسستكم؟
- 2- فيما يتمثل مهام المدير العام لمؤسستكم
- 3- هل الاتصال متوفر داخل مؤسستكم؟
- 4- هل يوجد توافق الأجهزة المعلوماتية التي يستعملها العاملين في المؤسسة؟
- 5- هل تهتم المؤسسة بإيصال المعلومات والقرارات إلى كل المستويات؟
- 6- هل تهتم المؤسسة بدورات تدريبية للعنصر البشري؟
- 7- هل تشمل المؤسسة على إستراتيجية في التعامل مع المؤسسات الأخرى؟
- 8- هل تتبع إدارة مؤسستكم على العديد من الوسائل لبلوغ أهدافها؟
- 9- هل تتابعون برامج إذاعة الطارف الجهوية؟
- 10- ما نوع البرامج المستعملين إليها المقدمة من طرف إذاعة الطارف الجهوية؟
- 11- هل انتم راضون على هذه البرامج المقدمة؟

¹ - موريس أنجرس، ترجمة بفرید صحراوي وآخرون: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، دار القصبه للنشر والتوزيع ، الجزائر، ط2، ص62.

12- هل ترون هذه البرامج توعوية تحسّيه وإعلامية؟

13- ما هي فوائد هذه البرامج المستمعين لها؟

14- هل تساهم هذه البرامج في تنمية قدراتكم وإمكانياتكم وقيمكم الثقافية؟

ويتم تنظيم هذه الأسئلة في جدول يسمى بدليل المقابلة:

طبيعة الأسئلة	طبيعة الأسئلة	الجهة المستهدفة من المقابلة	تاريخ المقابلة
هو المدير العام على مستوى الجزائر العاصمة	المسؤول الأول في إذاعة الطارف الجهوية	مصلحة الأخبار	2019/04/24
تمثيل لهذه المؤسسة التي تتكون أكثر من 55 محطة إذاعة على المستوى الوطني، هناك قنوات مركزية تتمثل في القناة الأولى والثانية والثالثة، وقناة القران الكريم، بالإضافة إلى القنوات الموضوعاتية وهي قنوات متخصصة وثم المحطات الجهوية على كل ولاية.	مهام المدير العام للمؤسسة		
طبعا هي مؤسسة إعلامية اتصالية لا بد أن تكون مثالا يتحدى به في الاتصال بين عمال المؤسسة وبين جميع الأفراد داخل هذه المؤسسة وحتى مع مؤسسات أخرى، ومع الجمهور الذي يمثل رأس مال أي مؤسسة إعلامية.	الاتصال متوفر داخل المؤسسة		

<p>طبعا يوجد توافق لان مؤسسة الإذاعة الجزائرية خطت خطوات هامة من اجل عصرنه وتحديث الوسائل المستعملة فهي انتقلت من النظام التماثلي في البث إلى النظام الرقمي، ومن هنا البث عن طريق النظام الرقمي يكون باستعمال الوسائل الرقمية أو في استعمال المادة الإعلامية الرقمية، يعني تسجيل هذه المادة الرقمية يكون بوسائل رقمية ومعالجتها أليا بوسائل رقمية وبثها رقميا.</p>	<p>وجود توافق الأجهزة المعلوماتية التي يستعملها العاملين في المؤسسة</p>		
<p>نعم وهي وظيفتها الأولى الأخبار وكذلك تقدم خدمة إعلامية عمومية من خلال قنواتها ومن خلال محطاتها وكذلك من خلال بوابة الكترونية تضم في طياتها معلومات إخبارية يومية ، تتماشى والعصر الذي نعيشه عصر التطور التكنولوجي وتطور الصحافة الالكترونية.</p>	<p>حول اهتمام المؤسسة بإيصال المعلومات والقرارات إلى كل المستويات.</p>		
<p>مؤسسة الإذاعة تهتم بهذا الجانب منذ فترة طويلة هناك بعثات للخارج من اجل رفع المستوى الأداء المهني، هذا قبل 2012، منذ 2012 تم اعتماد مركز للتدريب الإذاعي والتلفزيوني على مستوى محطة تيبازة وإنشاء مركزين اثنين مكملان لمركز تيبازة، واحد</p>	<p>حول اهتمام المؤسسة بدورات تدريبية للعنصر البشري.</p>		

مركز للتدريب بأم البواقي والآخر بعين تيموشنت.			
تشمل المؤسسة على إستراتيجية الاتصال المؤسساتي مابين مختلف المؤسسات الأخرى في نفس لمضه، في نفس التوجه الإعلامي أو مختلف المؤسسات الأخرى العمومية المتخصصة والعامه.	تشتمل المؤسسة على إستراتيجية في التعامل مع المؤسسات الأخرى.		
تتبع إدارة إذاعة الطارف الجهوية على العديد من الوسائل لبلوغ أهدافها ولرسم صورة ايجابية عن المؤسسة.	إدارة المؤسسة تتبع على العديد من الوسائل لبلوغ أهدافها.		
نعم نحن نتابع إذاعة الطارف من حين لآخر.	تتابعون برامج إذاعة الطارف الجهوية	مجموعة أفراد من المجتمع الطارفي	2019/04/28
هناك برامج ثقافية، ترفيهية، اجتماعية سياسية، رياضية... الخ.	حول نوع البرامج المستمعين إليها المقدمة من طرف إذاعة الطارف الجهوية		
راضون نسبيا	انتم راضون على هذه البرامج المقدمة		
طبعا هي برامج توعوية تحسيسية وبالضرورة إعلامية كونها مؤسسة إعلامية اتصالية.	ترون هذه البرامج توعوية تحسيسية وإعلامية.		
فوائدها خدمة إعلامية للمواطن في كافة المجالات.	حول فوائد هذه البرامج المستمعين لها		
نعم تساهم هذه البرامج في تنمية قدراتها وإمكانياتها لان برامج الإذاعة تمس وتتطرق	حول مساهمة هذه البرامج في تنمية القدرات والإمكانيات		

إلى كافة مجالات الحياة اليومية لدى المواطن الطارفي والجزائري ككل.	والقيم الثقافية.		
--	------------------	--	--

الفرع الثاني : الاستمارة

- وتعتبر الدليل أو المرشد الذي يوجه المقابلة التي تقع بين الباحث والمبحوث، بعد أن يرسم مساراتها ويحدد موضوعاتها، ويشخص طبيعة المعلومات التي يطلبها الباحث من المبحوث وتحتوي " الاستمارة" عادة على مجموعة من الأسئلة المفتوحة والمغلقة¹.
 - وفي هذا الصدد نجد "محي الدين مختار" : يرى أن أسئلة الاستمارة يجب أن تصاغ من خلال مؤشرات، مستخلصة من الفرضيات أو الأسئلة الفرعية وان تصمم بعد من المراحل المنهجية الهامة، والتي لا بد من ايلائها الأهمية الكافية، حتى توصلنا إلى حقائق دقيقة².
 - في تعريف آخر: " هي وسيلة لجمع المعلومات والبيانات عن طريق استمارات من قبل المستجوبين³.
- إضافة إلى ذلك أنها تعتبر وسيلة هامة من وسائل جمع المادة العلمية، وبصفة خاصة من المصادر البشرية وبالنسبة للعلوم الإنسانية والاجتماعية، وتستند إلى الاستجابات الاستبباني الذي يكون مكتوبا ومن مختلف الأشخاص ومن المعروفين وغير المعروفين.
- والمتواجدين في مكان واحد كالجامعة أو المؤسسة أو الوزارة ... أو في أماكن متفرقة وبحيث لا تكون هناك علاقات أو معارف شخصية بينهم وبين الباحثين في اغلب الأحيان⁴.

¹ - محي الدين مختار: الاتجاهات النظرية والتطبيقية في منهجية العلوم الاجتماعية، دار المنشورات، باتنة، الجزائر ط1، 1999، ص243.

² - مرجع نفسه، ص244.

³ - غازي عناية: البحث العلمي منهجية إعداد البحوث والرسائل الجامعية، المرجع السابق، ص200.

⁴ - محي الدين مختار: مرجع نفسه ، ص201.

في تعريف أخـر: تعد وسيلة مهنية لجمع البيانات واتصال الباحث بالمبحوث، حيث تضم مجموعة من الأسئلة توجد إلى الأفراد بهدف الحصول على بيانات استخداما وشيوعا في الدراسات الاستطلاعية الكشفية وتوجه إلى أفراد العينة¹.

هناك نوعين من الأسئلة تحدد حسب أغراض البحث: يطلق عليها بالمفتوحة غير المقيدة، والأخر أسئلة محددة أو مفيدة ، ولها فائدتها في كل ميدان فهي تعطي للمبحوث فرصة أفضل للتعبير عن آرائه ومواقفه بعمق ووضوح، أما المقيدة أو المحددة فهي التي تطلب فيها الإجابة بأحد المتغيرات المحددة بنعم أو لا.²

لقد قمنا باستخدام الاستمارة في بحثنا كأداة مهمة تسمح بالاتصال المباشر مع العمال والمجتمع المدرس، حيث تمكنا من جمع البيانات الخاصة بالدراسة، فقد حاولنا بقدر الإمكان أن تكون الأسئلة واضحة بعيدة عن الغموض، حيث انه أهم ما يميز أسئلتنا هو التنوع في نمطها فقد نجد الأسئلة مغلقة وشبه مغلقة ومفتوحة لتسهيل عملية فهم الموضوع من قبل المبحوث.

لقد تم تصميم استمارة بحث تضم 29 سؤالاً معدة بدقة كما جاءت هذه الأسئلة في ثلاث (03) محاور كالتالي:

المحور الأول: هو محور خاص بالبيانات الشخصية للمبحوثين حيث تضمنت 07 أسئلة الجنس، السن، المستوى التعليمي، الوظيفة، الأقدمية، الحالة الاجتماعية، اللغة الأكثر استعمالاً، هدفه الحصول على المعلومات الخاصة بالأفراد.

المحور الثاني: هو محور خاص بتحديد بيانات حول ماهية المؤسسات الإعلامية ودورها في تنمية المجتمعات حيث تضمن 14 سؤالاً.

¹ - أحمد مرسلبي : مرجع سبق ذكره، ص220.

² - حسن محمد حسن: مرجع سبق ذكره، ص112.

المحور الثالث: هو محور خاص بتحديد بيانات حول القيم الثقافية لدى المجتمع المحلي حيث

تضمن 08 أسئلة.

المطلب الثالث: مجالات الدراسة:

تنصب الدراسة الميدانية على تحليل واقع الميدان الذي يجري فيه البحث، بما أن أي دراسة

ميدانية تتطلب تحديد مجالاتها المختلفة من مجال مكاني وزماني وبشري، وهي في دراستنا كالاتي:

الفرع الأول: المجال المكاني

يقصد به المجال المكاني، المكان المخصص لإجراء البحث الميداني وهي من ضمن المؤسسات

الإعلامية وتحديدا "إذاعة الطارف الجهوية" التي تقع بمنطقة ذي أهمية وهي تتوسط مختلف الهياكل

الإدارية الجديدة للولاية، كما أنها تقع على الطريق الوطني رقم 82 عند المحور المؤدي تقدر بـ

3884م.13¹

التعريف بالمؤسسة الإعلامية : إذاعة الطارف الجهوية

عند وضعها في الخدمة تكون إذاعة الطارف الجهوية الإذاعة رقم 46، والتي تدخل في إطار

سياسة رئيس الجمهورية السيد عبد العزيز بوتفليقة التي ترمي إلى تمكين كل ولاية من إذاعتها².

➤ **المبنى:** يتربع على مسافة إجمالية تقدر بـ: 437م² وبه طابق علوي وآخر ارضي في الأخير يوجد

أستوديو البث، الإنتاج، خلية المراسلات، مركز البث والذبذبات ومكاتب المصالح التقنية، أما

الطابق العلوي به الإدارة والمالية.

¹ - المصدر: الوثائق الداخلية للمؤسسة.

² - نفس المرجع .

➤ أستوديو:

تتوفر المحطة على أستوديو للبث وأخر للتسجيل مجهزة بـ ONAIR2500، إضافة إلى نظام ناي وكذا مركز البث والذذبات.

➤ **البث والموجة:** تبث إذاعة الطارف الجهوية على خمس ترددات على موجة FM الأولى رئيسية وهي 88.30 وأربعة إعادة بث لمناطق الظل وهي على التوالي:

101.40 / 98.40 / 96.00 / 94.60

كما تم تجهيز المحطة للبث عن طريق الساتل NSS7 و AB3.

الفرع الثاني: المجال الزمني

يقصد بالمجال الزمني الوقت الذي إستغرقناه أثناء إجراء هذه الدراسة بالإذاعة الجهوية " لولاية الطارف" انقسمت هذه الدراسة إلى 03 مراحل:

المرحلة الأولى: كانت عبارة عن زيارات استطلاعية بدأت من 20 فيفري 2019 لمدة دامت

أكثر من أسبوع إلى أن الموافقة على التبرص التطبيقي وعلى برامج الزيارات بالمؤسسة وهذا من خلال الاتفاق على الزيارات من قبل المسؤولين، لإجراء البحث بهدف الاكتشاف والتعرف المبدئي على المؤسسة بعمالها وموظفيها، والتعرف على أهم المهام والأنشطة بفروعها وأقسامها.

المرحلة الثانية: قمنا فيها بالعديد من الزيارات بدأت من 03 مارس 2019 إلى غاية 28

مارس 2019 ، كانت هذه الزيارات لفترات متباعدة تضمنت جمع المعلومات حول طبيعة المؤسسة، موقعها عدد عمالها، هيكلها التنظيمي، طبيعة الوظائف المسندة للعمال.

المرحلة الثالثة : تبدأ من 02 أبريل الى غاية 30 أبريل 2019 حيث تم فيها تصميم استمارة

بحث وتوزيعها على أفراد العينة والاتصال المباشر معهم لإيجاد أي غموض في الأسئلة وتوضيحها

بالإضافة إلى تصميم دليل المقابلة الموجه إلى الجهة المستهدفة من المقابلة، من أجل التعرف على دور المؤسسات الإعلامية في تنمية المجتمع المحلي، وهذا يساعدنا إلى الوصول إلى مرحلة تحليل وتفسير هذه البيانات في جداول إحصائية.

الفرع الثالث: المجال البشري:

يعتبر المجال البشري من المجالات المهنية في الدراسة الميدانية كونه يحدد المجتمع الكلي للدراسة، أي العدد الإجمالي للعمال، ويقصد به المجتمع الأكبر أو موضوع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة.¹

ونقصد به مجمل العمال الناشطون في المؤسسة الإعلامية، إذاعة الطارف الجهوية، حيث يشتغل

بها "32" عامل ويتأصلهم مدير (ة) مقسمة على 08 مصالغ كالتالي²:

- الإدارة والمالية: 03
- الصحفيون: 05
- المنشطون: 05
- المخرجون: 05
- التقنيون: 05
- السائقون: 03
- أعوان الأمن: 04
- عمال النظافة: 02

¹ - محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، مصر، دون ذكر الطبعة، 2000 ص112.

² - المصدر: الوثائق الداخلية للمؤسسة.

• الفرع الرابع: عينة الدراسة

تعريف العينة:

إن عينة الدراسة هي عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع البحث يتم اختيارها بطريقة منظمة وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي¹.
والعينة حسب الباحثين هي جزء من المجتمع يتم اختيارها وفق قواعد خاصة بحيث تكون العينة المسحوبة ممثلة قدر الإمكان لمجتمع الدراسة².

إذن من خلال ما تناولناه يمكننا القول واستنتاج أن العينة خطوة من خطوات إجراءات البحث حيث يقوم الباحث بانتقاد العينة والتي تمثل مجتمع الأصل (مجتمع البحث) والتي يجري عليها الباحث بحثه.

عينة الدراسة:

إن اختيار عينة الدراسة أمر ضروري لذلك يستوجب من التدقيق والتركيز في اختيار العينة وذلك حسب موضوع الدراسة لأنها تساعد على الوصول على أهدافه والنتائج التي يرغب إلى الوصول إليها غير انه في هذا البحث لم يتم اختيار عينة بل ارتأينا إلى التطبيق الجيد إلى المسح الشامل من خلال اخذ كل مفردات المجتمع الأصلي للدراسة من الموظفين، نظرا لصغر حجم المجتمع الكلي المتواجد تعرف التقنية بأنها تستهدف دراسة كل مفردات المجتمع دون استثناء لهذا يسمى بالمسح الشامل³.

¹ - عبد الغني عماد : منهجية البحث في علم الاجتماع، الإشكاليات التقنيات، المقاربات، معهد العلوم الاجتماعية الأردن، ط1، 2007، ص25.

² - خالد احمد فرحان المشهداني ورائد عبد الله العبيدي: مناهج البحث العلمي، دار الأيام للنشر والتوزيع، الأردن الطبعة العربية، 2013، ص36.

³ - محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، مصر، بدون ذكر الطبعة، 2000، ص119.

نظرا إلى صغر حجم مجتمع البحث والمتمثل في 31 فردا متواجدين بالإذاعة المحلية لولاية الطارف، ارتأينا إلى اختيار عينة المسح الشامل وبالتالي اخذ كل مفردات مجتمع البحث.

أن مجتمع البحث بإذاعة الطارف المحلية يقدر ب 31 فردا وهم موزعون كالتالي:

- الإدارة والمالية:03

- الصحفيون:05

- المنشطون:05

- المخرجون:05

- التقنيون:05

- السائقون:03

- أعوان الأمن:04

- عمال النظافة:02

- الإدارة والمالية.

لقد ارتأينا إلى تطبيق المسح الشامل

السبب الأول: انه يتناسب موضوع بحثنا.

السبب الثاني: يعود إلى كونه يضمن تمثيلا لجميع فئات المجتمع الأصلي بالإضافة إلى إمامه بكل

المعلومات الخاصة بالموضوع والمرتبطة ارتباطا وثيقا بكل المستويات العمرية والثقافية والتعليمية

الموجودة بالمؤسسة الإعلامية إذاعة الطارف الجهوية.

السبب الثالث: نظرا لصغر المجتمع الكلي المتواجد داخل المؤسسة الإعلامية.

المسح الشامل:

هو أسلوب لجمع البيانات من جميع الوحدات الإحصائية دون استثناء من خلال اخذ كل مفردات

المجتمع الأصلي للدراسة، حيث يساعد ذلك على دراسة الظاهرة بشكل شامل.¹

وباعتبار أن المجتمع الكلي صغير الحجم ويتكون من 31 فردا فإننا قمنا بأخذ كل مفردات

المجتمع الكلي دون استثناء حتى نتوصل إلى نتائج نتقرب بشكل كبير من الحقيقة في البحث

والدراسة.

¹ - تم التصفح عليه 2019/03/24 على الساعة 20:35 ليلا www.albahe.co.uk.

خلاصة الفصل الأول:

من خلال تناولنا الإطار المفهومي والمنهجي للدراسة بما تحتوي عليه على اعتبار أنه فتح لنا الأبواب من أجل التوسع التدريجي في البحث والفهم المتعمق لمتغيرات الموضوع. علما أن الإطار المنهجي قد قدم لنا فرصة التعرف على الطريقة العلمية المنتهجة التي تسير عليها في دراسته مستعينين في ذلك على أدوات جمع البيانات كدليل المقابلة والاستمارة واللذان يعتبران كأدوات محفزة للحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات التي تمكننا من تدعيم فصول الدراسة النظري والميداني.

الفصل الثاني: المقاربات النظرية والدراسات السابقة

- توطئة الفصل الثاني

- المبحث الأول: التأصيل النظري للمؤسسات الإعلامية والقيم الثقافية

➤ **المطلب 1: التأصيل النظري للمؤسسات الإعلامية**

• أولاً: نظرية التنسيق.

• ثانياً: الاعتماد على وسائل الإعلام.

• ثالثاً: نظرية تحليل الإطار الإعلامي.

➤ **المطلب 2: التأصيل النظري للقيم الثقافية لدى المجتمع المحلي**

• أولاً: نظرية البنائية الوظيفية.

• ثانياً: نظرية التفاعلية الرمزية.

• ثالثاً: نظرية الإنماء الثقافي.

- المبحث الثاني: الدراسات السابقة

➤ **المطلب 1: الدراسات السابقة الخاصة بالمؤسسات الإعلامية.**

➤ **المطلب 2: الدراسات السابقة الخاصة بالقيم الثقافية للمجتمع**

المحلي.

خلاصة الفصل الثاني

توطئة الفصل الثاني:

تعد المؤسسات الإعلامية (الإذاعة المحلية) أحد روافد الإعلام المحلي وتعتبر مؤشرا للتنظيم وكذلك وسيلة جماهيرية تهتم بخدمة الأفراد داخل المجتمع وتساهم في حل قضاياهم ومشاكلهم الاجتماعية وهذا من خلال برامجها المتنوعة سواء كانت ثقافية، سياسية، اجتماعية، ... إلخ.

سوف نتطرق في هذا الفصل بالنسبة للمبحث الأول اتجاهين أساسيين الأول مرتبط بالاتجاهات النظرية المرتبطة بالمؤسسات الإعلامية والمتضمنة نظرية التنسيق ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ونظرية تحليل الإطار الإعلامي، والاتجاهات النظرية المرتبطة بالقيم الثقافية للمجتمع المحلي متضمنة النظرية البنائية الوظيفية ونظرية التفاعلية الرمزية ونظرية الإنماء الثقافي.

وقد تطرقنا بالنسبة للمبحث الثاني إلى استعراض بعض الدراسات السابقة التي تناولت متغيرات الدراسة.

تكتسي النظريات قدرا كبيرا من الأهمية في البحث العلمي والمعرفة العلمية وهي تمثل رصيد معرفي لأي بحث علمي باعتبارها نمط بناء المعرفة العلمية، فهي تدعم أي بحث لأنها توفر له الكثير من المعلومات وبناء على هذا سوف نتطرق لأهم النظريات التي اعتمدنا عليها في بناء موضوع دراستنا: "المؤسسات الإعلامية ودورها في تنمية القيم الثقافية لدى المجتمع المحلي"، وهي نظرية التنسيق ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ونظرية تحليل الإطار الإعلامي، والنظرية البنائية الوظيفية والنظرية البنائية الوظيفية ونظرية التفاعلية الرمزية ونظرية الإنماء الثقافي، حيث أن هذه النظريات توضح لنا بعض الاتجاهات لموضوع دراستنا.

المبحث الأول: التأصيل النظري للمؤسسات الإعلامية والقيم الثقافية للمجتمع المحلي

المطلب الأول: التأصيل النظري للمؤسسات الإعلامية (الإذاعة المحلية)

الفرع الأول: نظرية التنسيق

تقوم هذه النظرية على فكرة أساسية وهي أن المؤسسة وال جماهير المرتبطة بها يتصلون ببعضهم بطريقة فعالة تصل إلى حد التنسيق الكامل بينهما على مستوى انطباع كل منهما عن الآخر .

وبناء على هذه النظرية تتوفر عدة بدائل محتملة للوصول إلى اتفاق فعلي بين رؤى الجماهير بأنواعها ورؤى المنظمة، ففي بعض الأحيان قد يتفق طرفان ولكنهما يعتقدان أنهما غير متفقين حول قضايا معينة ومن جهة أخرى قد يكونان مختلفين ولكنهما يعتقدان أنهما متفقان وعندما يتحقق الاتفاق والإجماع من الطرفين حول "قضية" معينة فهذا يعني أن أسلوب الاتصال المعتمد فعال وأتى بنتيجة إيجابية، فالجمهور الداخلي مثلا يدرك أن جانب الدقة والاتفاق والفهم المشترك يرتبط بتحقيق أهداف المؤسسة وعليه يسعى مديرو العلاقات العامة إلى تدعيم فعالية البرامج الاتصالية لما لها من تأثيرات إيجابية على المدى الطويل من خلال التركيز على النقاط التالية¹:

- تأكيد الثقة: وتعني أن كل طرف يحترم شعور الطرف الآخر ولا يستغلها.
- الرقابة المتبادلة: وتعود إلى الدرجة التي يعتقد بها كل طرف الجمهور والمؤسسة أن له سيطرة على أهداف وأنشطة الآخر.

¹ - محمد راسم الجمال وآخرون: إدارة العلاقات العامة، المدخل الإستراتيجي، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، ط1، 2005، ص65.

الفرع الثاني: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

من الأهداف الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام أحيانا آثار قوية ومباشرة، وفي أحيان أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعا ما.

ويمكن القول: إن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام هي "نظرية بيئية"، والنظرية البيئية تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيبا عضويا، وهي تبحث في كيفية ارتباط أجزاء من النظم الاجتماعية صغيرة وكبيرة يرتبط كل منها بالآخر، ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات، والمفترض أن تكون نظام وسائل الإعلام جزءا هاما من النسيج الاجتماعي للمجتمع الحديث، وهذا النظام له علاقة بالأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الاجتماعية الأخرى، وقد تتسم هذه العلاقات بالتعاون أو بالصراع، وقد تكون ديناميكية متغيرة، أو ساكنة ثابتة وقد تكون مباشرة وقوية أو غير مباشرة وضعيفة¹.

ويستخدم مؤسس النظرية "ملفين ديفلير" و"سادرا بول روكيتش"، مصطلح المعلومات للإشارة إلى إنتاج وتوزيع كل أنواع الرسائل التي تقدمها وسائل الإعلام، ويشيرون إلى أن الفروق التقليدية التي توحى بأن "الأخبار" شيء يتعلق بالمعلومات².

ويقترح "ملفين ديفلير" و"ساندرا بول روكيتش" النموذج التالي للتعبير عن الاعتماد المتبادل "Interdependence" بين كل وسائل الإعلام، والنظم الاجتماعية الأخرى والجمهور³.

1- د. حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد: الإتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1 1998، ص 314.

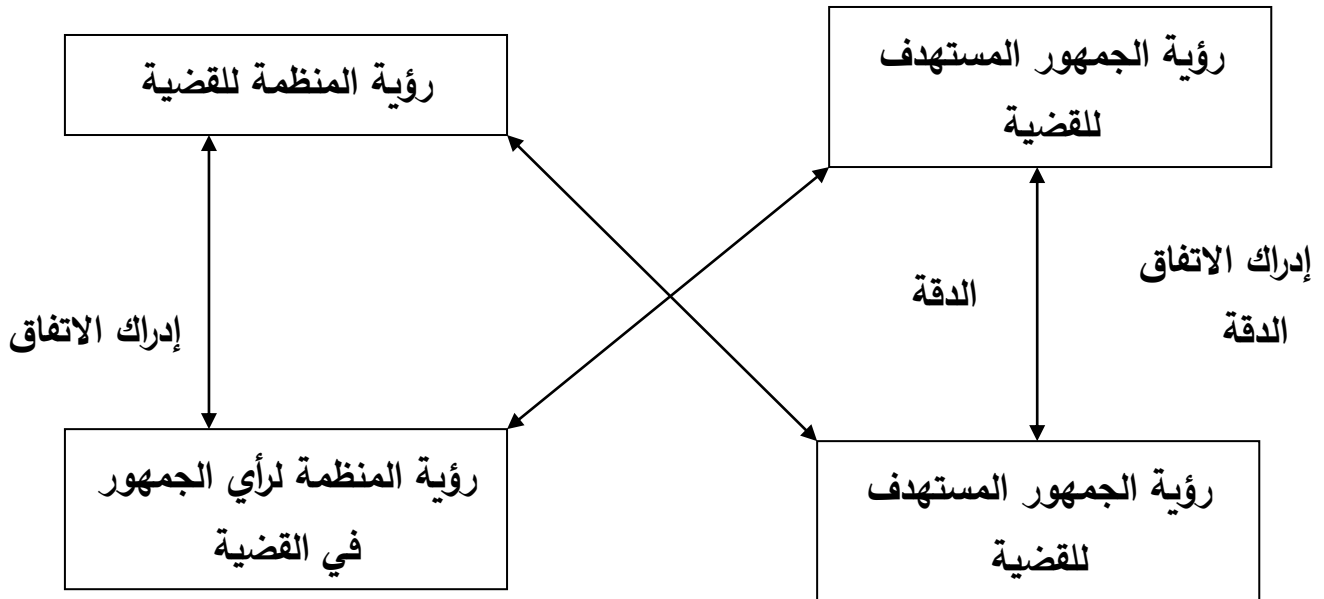
2- مرجع نفسه، ص 315.

3- مرجع نفسه، ص 316.

الالتزام: وتعني الرغبة في الحفاظ على العلاقة الجيدة مع الجماهير الداخلية من خلال التزام المؤسسة برصد كل حاجات ومتطلبات أفرادها ومحاولة تحقيقها بما يضمن الحفاظ على مستوى اهتمام كل طرف بالآخر وبالتالي قبول الأفراد بأهداف مؤسستهم والعمل على تنفيذها.

الرضا: وهو الدرجة التي تظهر فيها العلاقة متكاملة ولا يأتي هذا التكامل إلا إذا قامت المؤسسة بمبادرة فعلية نحو جماهيرها الداخلية بفتح قنوات الاتصال وتلقى انشغالاتهم والعوائق التي تعرضهم في محيط العمل وبالتالي القيام بخطوة جدية بحوصلة كل تلك المشاكل وحلها في أقرب وقت حتى تستطيع المؤسسة الحصول على رضا جماهيرها الداخلية وتدعيم سبل التعاون والانتماء بينهما¹.

شكل رقم 01: يوضح عناصر نظرية التنسيق



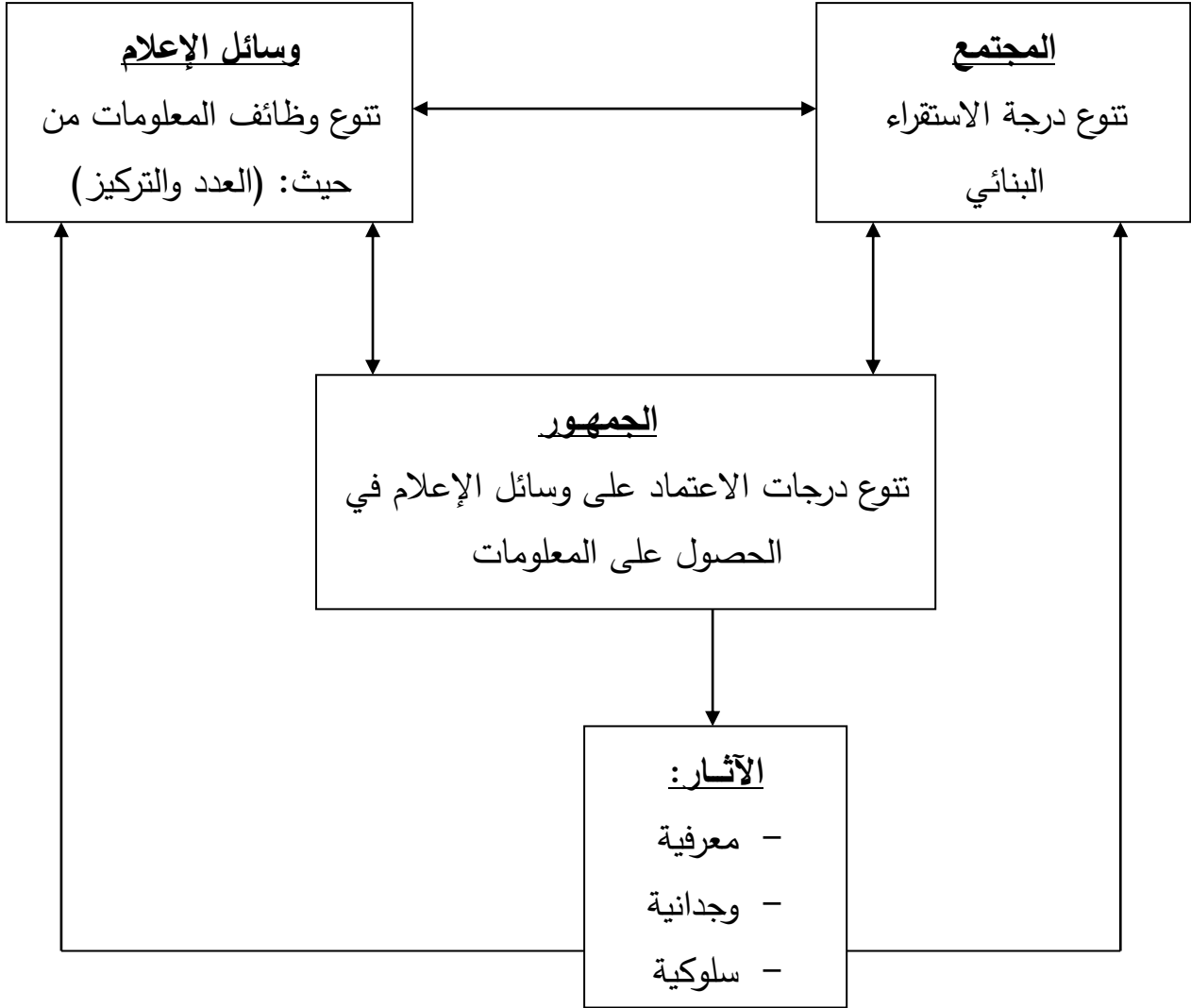
المصدر: محمد راسم: مرجع نفسه، ص65.

نلاحظ أن هذه النظرية تسعى إلى بناء علاقات جيدة على المدى الطويل بين المؤسسة وجماهيرها خاصة الداخلية، بما أنها تمثل عصب التنمية فيها وفق برامج الاتصال الموجهة لهذه الفئة لأنها تهتم بالجانب الاتصالي كوظيفة للمؤسسات والعلاقات المتبادلة والعامّة وبالتالي توفر عنصر

¹ - محمد راسم الجمال وآخرون: مرجع نفسه، ص 65.

الاتفاق بين الجماهير والمنظمة، حيث أن المنظمة دورها هو رصد كل حاجات ومتطلبات أفرادها ومحاولة التحقيق الرضا لها وتوسيع مساحة الاتفاق والفهم المتبادل وبالتالي تتحقق أهداف المنظمة بفعل عامل الاتصال.

شكل رقم 02: يوضح العلاقات التبادلية بين المجتمع ووسائل الإعلام والجمهور



المصدر: حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد: مرجع سبق ذكره، ص 316.

نلاحظ أن هذه النظرية تحكمها العلاقة الرئيسية هي علاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور، وقد تكون هذه العلاقات مع نظم وسائل الإعلام جميعها أو مع أحد أجزائها مثل: الصحف، التلفزيون، الراديو، خاصة هذه الأخيرة وتعد وسائل الإعلام نظام معلومات يسعى إليه الأفراد والمنظمات والمجتمعات وخاصة تنمية المجتمع المحلي من أجل تطور وبلوغ أهدافهم.

الفرع الثالث: نظرية تحليل الإطار الإعلامي:

تعد نظرية تحليل الإطار الإعلامي واحدة من الروافد الحديثة في دراسات الاتصال، حيث تسمح للباحث بقياس المحتوى الضمني للرسائل الإعلامية التي تعكسها وسائل الإعلام وتقدم هذه النظرية تفسيراً منتظماً لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات حيال القضايا البارزة وعلاقة ذلك لاستجابات الجمهور المعرفية والوجدانية لتلك القضايا .

ولتقتضض هذه النظرية أن الأحداث لا تنطوي في حد ذاتها على مغزى معين وإنما تكتسب مغزاهها من خلال وضعها في إطار frame يحددها وينظمها ويضفي عليها قدراً من الاتساق من خلال التركيز على بعض جوانب الموضوع وإغفال جوانب أخرى، فالإطار الإعلامي هو تلك الفكرة المحورية التي تنظم حولها الأحداث الخاصة بقضية معينة.¹

إذن نستنتج أن هذه النظرية هي الركيزة الأساسية للاتصال وتتميز بالحدائثة خاصة في دراسات الاتصال، حيث أنها تسمح للباحث بتضمن ما هو في المحتوى، وتقوم بتقديم عدة مبادئ حول قضايا واضحة لإبراز العلاقة وبعض الاستجابات حولها والتركيز على بعض سلبيات وإيجابيات جوانب الموضوع المراد دراسته.

حيث تضمنت نظرية تحليل الإطار الإعلامي ثلاث مكونات أساسية:

- البناء التركيبي (الشكلي) للقصة الإخبارية
- الفكرة المحورية
- الاستنتاجات الضمنية.²

¹- حسن عماد مكاي، وليلى حسين السيد : مرجع سبق ذكره، ص 348.

²- مرجع نفسه، ص 343

إذن نستنتج أن نظرية تحليل الإطار الإعلامي ركزت على مكونات أساسية، للخروج باستنتاجات ضمنية وواضحة.

ويشير " إنتمان" إلى إمكانية تناول الأطر الإعلامية وفق مستويين أساسيين: يتعلق المستوى الأول: بتحديد مرجعية تساعد في عملية تمثيل المعلومات واسترجاعها من الذاكرة مثل استخدام إطار "الحرب الباردة" في المجتمع الأمريكي للتمييز بين الأصدقاء والأعداء في الشؤون الخارجية، ويتعلق المستوى الثاني بوصف السمات التي تمثل محور الاهتمام في النص الإعلامي.¹

نستنتج أن " إنتمان" أشار إلى القدرة وإمكانية على تناول أطر إعلامية عن طريق التركيز على مستويين يشمل كل منهما بمهنة معينة تخدم الأطر الإعلامية.

التعليق:

يتضح لنا من خلال هذه النظرية أن الجماهير يتفاعلون فيما بينهم من خلال وسائل الإعلام، لأنها تدخل في تشكيل الأفكار والاتجاهات والمجتمعات وذلك من خلال تحليل الإطار الإعلامي، وتقدم هذه النظرية تفسيراً في تشكيل كل هذه الجوانب داخل المؤسسة وتنمية العلاقة بين المؤسسات الإعلامية والمجتمعات المحلية والعاملين فيها.

المطلب 02: التأصيل النظري لتنمية قيم المجتمع المحلي

الفرع الأول: النظرية البنائية الوظيفية:

تعد الإذاعة من أكبر الوسائل الجماهيرية التي تهتم بالمجتمع خاصة قيمه الثقافية التي تعد من بين أكثر المواضيع التي تهتم بها الإذاعة فالقيم فكرة يعتمد بها الإنسان ويعتقها وتجعل منه إنساناً

¹ - مرجع نفسه، ص 350

أو مواطننا صالحا ومتكفيا مع جماعته أو مجتمعه ولذلك يطلق على هذه القيم تعبير القيم الثقافية لأنها تنشأ من احتكاك الأفراد بعضهم البعض واتصالهم في جماعة.¹

تمثل البنائية الوظيفية، إحدى الاتجاهات الهامة في علم الاجتماع المعاصر، وهو اتجاه قديم وحديث في نفس الوقت، تتأمل جذوره في الاثربولوجيا الاجتماعية، وقد كسب تأييدا كبيرا في كل من الولايات المتحدة، وأوروبا، وتبناه حديثا كل من بارسونز وكنجزي، ودافيز، وروبرت ميرتون، وجورج هومانز وآخرون.²

*التعقيب:

من خلال هذه النظرية نجد أنها تركز على طبيعة البناء المجتمعي، وكيف تعمل الوحدات داخل النظام العام، ويمكن النظر إلى هذا النظام على نطاق واسع باعتبار المجتمع هو النظام الشامل أو على مستوى ضيق بحيث تكون المؤسسة أو الوسيلة الإعلامية ومحتواها وجمهورها هي النظام العام وفي كلتا الحالتين تربط " البنائية الوظيفية " بين التفاعلات التي تحدث فيما وحدات النظام، وأثر هذه التفاعلات على النظام ككل .

الفرع الثاني: نظرية التفاعلية الرمزية

ظهرت هذه النظرية في أعمال " جورج هيربرت مبد " تهتم بعملية التفاعل الاجتماعي القائم على الرموز وتتركز أساسا بشكل مباشر على الاتصال، وعلى الرغم من أعمال " مبد " قد سبقته أعمال "بارسونز" من الناحية التاريخية من منظور التفاعلية الرمزية، فإن الفعل الاجتماعي يكون مستقرا في الأفراد الفاعلين الذين يلائمون أو يكييفون مسارات أفعالهم الشخصية نحو كل منهم للأخر من خلال

¹ - علي خليل أبو العينين: القيم الإسلامية والتربية، مكتبة إبراهيم الحلبي، السعودية، دط، 1988، ص 71.

² - سامية، مصطفى الخشاب: النظرية الاجتماعية ودراسة الأسرة، دار المعرفة، القاهرة، مصر، دط، 1982 ص

عملية التفسير وعلى النقيض من ذلك فإن المفاهيم الاجتماعية تمتع الفعل الاجتماعي عادة في حركة ونشاط المجتمع.¹

*لقد حققت الاثربولوجيا شهرة واسعة في إطار المداخل الفينومينولوجية في علم الاجتماع وعرف " جارفينكل " مواجهته القيادية في هذا الصدد، وبالرغم من تزايد العلماء الذين سايروا الاتجاه الاثربميتودولوجي في علم الاجتماع إلا أن " جارفينكل " من خلال نشر كتابه " دراسات في الاثربميتودولوجي " وفي تناولنا للاتجاه النفسي لدى " جارفينكل " من خلال دراساته الاثربميتودولوجية بتعريف النزعة النفسية .

حيث أن كل ما جاء به " هارولد جارفينكل " يرمي الى التفاعلية الرمزية في فهم علاقات الاتصال والمشاركة بين الجماهير.²

قد ذهب " كولي " في تحليله لطريقة تشكيل الذات الاجتماعية إلى أن هناك نوع من الحساس يوجد لدى الشخص ويطلق عليه الإحساس الذاتي ويعبر عنه بالضمائر ووصف " كولي " هذا الإحساس بأنه يتصف بالغريزة وحب التملك ويوجد لدى الشخص منذ ولادته مثل بقية الأفكار الغريزية ويمكن أن ينمو ويتطور من خلال المشاركات والخبرات الاجتماعية المختلفة، بمعنى أنه يتكون في البداية مرتبطاً بغيرائه الجسدية والعضوية ثم بإدراكه ومشاعره المتعلقة بتصوراته وأفكاره.³

¹-علي غربي وآخرون: تنمية الموارد البشرية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة ، دون ذكر الطبعة، 2007 ص 36.

²-جمال محمد أبو شنب: نظريات الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، مصر، د.ط. 2002، ص 149

³-يحيى مجد عبد المجيد: العلاقات العامة بين النظريات والمنهج الإسلامي، مكتبة القران للنشر والتوزيع، القاهرة، دون ذكر الطبعة، ص 101

*التعليق:

يتضح لنا من خلال ما تطرقنا إليه حول نظرية التفاعلية الرمزية بأنها تهتم بالظواهر الاجتماعية، فالأفعال التي تحدث في المجتمع وتشكل وفق تنظيمات الاجتماعية حيث أن التفاعلية الرمزية ترى المجتمع على أنه تفاعل رمزي دون أن تشير إلى المواقف والظروف التي تظهر عليها، حيث أن الرموز المستخدمة تحدث تفاعل وبالتالي فهي تعمل على تسهيل عملية التواصل وهي سمة خاصة في الإنسان.

الفرع الثالث: نظرية الإنماء الثقافي:

ظهرت نظرية الإنماء الثقافي في الولايات المتحدة الأمريكية خلال عقد السبعينات كمنظور جديد لدراسة أثر وسائل الإعلام، وترتبط هذه النظرية بالجهود التي طورها الباحث الأمريكي " جورج جرينز" من خلال مشروعه الخاص بالمؤشرات الثقافية « **cultural indication** » ويهدف هذا المشروع إلى إنماء وإقامة الدليل الإمبريقي على تأثير وسائل الإعلام على البيئة الثقافية، واهتمت بحوث المؤشرات الثقافية بثلاث قضايا متداخلة هي:

1- دراسة الهياكل والضغوط والعمليات التي تؤثر على إنتاج الرسائل الإعلامية.

2- دراسة الرسائل والقيم والصور الذهنية التي تعكسها وسائل الإعلام.

3- دراسة الإسهام المستقل للرسائل الجماهيرية على إدراك الجمهور للواقع الاجتماعي.¹

*التعليق:

من خلال هذه النظرية يتضح لنا أن وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية تحدث آثار قوية على إدراك الناس للعالم الخارجي، وبالتالي فإن الصور الذهنية التي تسود لدى المجتمع، تكون ناتجة عن

1- حسن عماد مكاي، وليلى حسين السيد: مرجع سبق ذكره، ص 299

تكرار تعرض أفراد هذا المجتمع لأنواع خاصة من الرسائل الجماهيرية، فالإنماء هو ما تفعله الثقافية في مجتمع ما فالثقافة هي الوسيلة الأساسية التي تعيش فيها الإنسانية .

من خلال هذه النظرية يتضح لنا أن وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية تحدث آثار قوية على إدراك الناس للعالم الخارجي، وبالتالي فإن الصور الذهنية التي تسود لدى المجتمع، تكون ناتجة عن تكرار تعرض أفراد هذا المجتمع لأنواع خاصة من الرسائل الجماهيرية ، فالإنماء هو ما تفعله الثقافية في مجتمع ما فالثقافة هي الوسيلة الأساسية التي تعيش فيها الإنسانية.

المبحث الثاني: الدراسات السابقة

تكتسي الدراسات السابقة قدرا كبيرا من الأهمية في المعرفة العلمية والبحث العلمي لأن هذا الأخير، يستمد فروضه وتساؤلاته من نتائج الجهود العلمية السابقة باعتبارها أنها تدعم أي بحث لأنها توفر له الكثير من المعلومات سواء كانت نظرية أو إجرائية وذلك بغية الاستفادة منها في جميع مراحل البحث.¹

سوف نتطرق لأهم الدراسات السابقة التي تناولت موضوع المؤسسات الإعلامية والقيم الثقافية لدى المجتمع المحلي، وفي ما يتعلق بموضوع بحثنا فقد اعتمدنا على جملة من الدراسات منها الجزائرية ، العربية حيث أن هذه الدراسات تتقارب بشكل كبير مع اهتماماتنا، والتي أوضحت لنا بعض الاتجاهات التي اتخذت بعين الاعتبار خلال دراساتنا.

¹ - علي عوجة : الأسس العلمية للعلاقات العامة، عالم الكتب، القاهرة، مصر، ط3، 1985، ص 28.

المطلب الأول: الدراسات الجزائرية (المحلية)

*الدراسة الأولى:

صاحب الدراسة الأولى: الهاشمي بن بوكريطة أمال

عنوان الدراسة الأولى: " دور الإذاعة المحلية في تكوين وتعزيز الذهنية للهوية الثقافية والحفاظ عليها" وهي مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع تخصص وسائل الإعلام والتنمية المستدامة، أجريت بجامعة خميس مليانة خلال الموسم الدراسي 2015/2014 دراسة مسحية لعينة من طلبة جامعة خميس مليانة -عين الدفلى.¹

ملخص الدراسة:

إن الفكرة العامة في الإشكالية مفادها أن الإذاعة المحلية ودورها أصبح يشكل مدخلا أساسيا في تسليط الضوء على ثقافة المجتمع المحلي هذا إلى جانب دورها في رفع المستوى الثقافي لدى مستمعي إذاعة عين الدفلى وإبراز أهميتها في ترقية وتطوير الثقافة المحلية وتعزيز دورها هذا في الحفاظ على الهوية الثقافية وإثراء ثقافتها والحفاظ عليها بصورة واضحة وهي بوصفها أقرب وأبرز الوسائل الاتصالية والإعلامية القريبة إلى المجتمع المحلي.

إشكالية الدراسة:

السؤال الرئيسي: كيف تسهم إذاعة عين الدفلى من خلال برامجها الثقافية في تكوين وتعزيز الصورة الذهنية للهوية الثقافية والحفاظ عليها؟

¹ - الهاشمي بن بوكريطة أمال : دور الإذاعة المحلية في تكوين وتعزيز الصورة الذهنية للهوية الثقافية والحفاظ عليها مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، منشورة وسائل الإعلام والتنمية المستدامة، عين الدفلى، السنة الجامعية 2015/2014.

الأسئلة الفرعية:

- ما مدى إقبال الجمهور على البرامج الثقافية؟
- هل نشاط الإذاعة يخدم الهوية الثقافية ويحافظ عليها؟
- هل تمكنت إذاعة عين الدفلى المحلية من خلال شبكتها البرمجية في الحفاظ على هويتها من جميع عناصرها؟
- هل تسعى الإذاعة المحلية إلى احترام صورتها في إطار ما تقدمه إلى جمهورها؟
- كيف يتلقى ويتفاعل جمهور إذاعة عين الدفلى مع ما تقدمه من برامج ثقافية ؟
- هل تساهم الإذاعة في تنمية الهوية الثقافية ؟

المنهج المستخدم:

اعتمد الباحث على المنهج المسيحي لإبراز والتعرف على الظاهرة المدروسة في الوضع الطبيعي الذي تنتمي إليه من خلال إجراء مسح-المعلومات ذات العلاقة بمكوناتها الأساسية وما يسودها من علاقات داخلية وخارجية .

مجتمع البحث:

اعتمد على العينة القصدية حيث اختار أفرادها عشوائيا نظرا لطبيعة الدراسة وما تحمله من خصوصيات، لأنها أكثر ملائمة حيث تم اختيار نسبة 25 % من المجتمع الكلي أي ما يعادل 120 طالب جامعي من مجموع وحدات الدراسة (ذكور وإناث) موزعة على أربعة معاهد (حقوق وعلوم سياسية، علوم إنسانية واجتماعية، أدب عربية ولغات، علوم اقتصادية وتجارية وعلوم التسيير)، بينما اعتمدنا نحن على العينة التطبيقية وعلى العينة العشوائية البسيطة للإمام بكافة أفراد المجتمع المدروس.

أدوات جمع البيانات:

اعتمد الباحث في دراسته على أداتي الاستبيان والمقابلة كأدوات جمع البيانات ساعدته في الدراسة بينما اعتمدنا نحن في دراستنا على المقابلة والاستمارة.

نتائج الدراسة:

- إن لكل وسيلة من وسائل الإعلام مقدرة على الإقناع والتأثير وقد كان للإذاعة المحلية نصيب في هذا من خلال ما تسعى إليه من محاولة لدعم الثقافات المحلية وترسيخها، إذ أصبحت مصدرا هاما للثقافة المحلية لدى المجتمع المحلي.

- لقد كان دور الإذاعة فعال في تعزيز الهوية الثقافية عن طريق البرامج الثقافية التي تعبر عن الواقع الثقافي المحلي، بشكل يتيح إعادة هيكلة هذه القيم والثقافات المحلية السائدة يتبين أن الإذاعة لها دور ايجابي ومهم في المحافظة على الهوية الثقافية في ظل الظروف الراهنة والصراعات الحاصلة.

- تعيش المجتمعات المحلية حملة إعلامية تهدف إلى زعزعة منظومتها القيمية الثقافية واختراقها عبر ما يسمى بالغزو الثقافي من أجل إحلال قيم ثقافية غربية مكانها.

- تؤثر العولمة على الهوية الثقافية من جميع النواحي، إذ هي محاولة لوضع شعوب العالم في قوالب فكرية موحدة لسليخها عن ثقافتها وموروثها الحضاري، إذ أصبحت تفرض نفسها على الأفراد والشعوب التي تسيطر عليها الدول الغربية .

- رغم التطور الكبير للتكنولوجيات الحديثة لوسائل الإعلام والاتصال إلا أنه لم يتم الاستغناء عن الإذاعات المحلية التي هي موجودة فينا وفي تصوراتنا عن الشعور بالانتماء نحو الهوية المحلية التي هي موجودة فينا وفي تصوراتنا الذهنية.

تعقيب حول الدراسة الأولى:

لقد تطرق الباحث في هذه الدراسة إلى موضوع الإذاعة المحلية ومآلها من انعكاسات ايجابية ودور أهمية كبيرة في تعزيز وتفعيل وتطوير الثقافة المحلية لدى المجتمع المحلي، حيث أنه ما يطابق دراستنا هو الواجب الاهتمام بالإذاعة المحلية لأنها تعمل على تحقيق مستوى ثقافي عال وإثراء ثقافتنا والحفاظ عليها، من أجل مواجهة التغيرات التي تحدث في مجتمعنا حيث أن هذه الدراسة تتشابه مع دراستنا ومع نوع المؤسسة، وتختلف في العينة والمنهج المستخدم وأدوات جمع البيانات، حيث أننا اعتمدنا على المنهج الوصفي والأدوات على المقابلة والاستمارة لجمع قدر كاف من المعلومات.

* الدراسة الثانية:

صاحب الدراسة: لبزة إيمان، عمارة إلهام.

عنوان الدراسة:

المجالس المنتخبة والتنمية المحلية، هي مذكرة لنيل شهادة الماستر في ميدان العلوم السياسية، تخصص: الحكم الراشد والتنمية المستدامة، أجريت بجامعة باجي مختار عنابة خلال الموسم الجامعي 2015/2014 دراسة ميدانية في المجلس الشعبي الولائي عنابة¹.

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة التي تدور فصولها حول موضوع المجالس المنتخبة والتنمية المحلية للمجلس الشعبي الولائي بعنابة، إلى محاولة معرفة إذا ما كانت المجالس المنتخبة تساهم في تحقيق تنمية محلية ومعرفة المدى الحقيقي لمشاركة المجالس الولائية للدولة في إحداث التنمية المحلية، وهذا

¹ - لبزة إيمان وعمارة إلهام: المجالس المنتخبة والتنمية المحلية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية، تخصص الحكم الراشد والتنمية المستدامة، جامعة باجي مختار - عنابة -، 2015/2014.

بغرض توجيه أنظار السلطة المعنية للعمل على إزالتها وتغاديبها في المستقبل، بما يعود بالفائدة على الصالح العام للمجتمع الجزائري.

إشكالية الدراسة:

- ما هو دور المجالس المنتخبة في تحقيق التنمية المحلية؟

الأسئلة الفرعية:

- هل قطاع التعليم يلعب دورا في النهوض بالتنمية المحلية؟
- هل قطاع الصحة يلعب دورا في النهوض بالتنمية المحلية؟
- هل قطاع التشغيل يلعب دورا في النهوض بالتنمية المحلية؟

المنهج المستخدم:

اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي التحليلي لدراسة واقع الظاهرة وسة وتصويرها كميًا عن جميع المعلومات ووصفها وصف علمي دقيق من خلال تحديد أبعادها والعلاقة بين متغيراتها حيث أن هذا المنهج يتشابه المنهج المستخدم في دراستنا من خلال وصف الظاهرة مع التلميم بصفة عامة لجميع المعلومات، واعتمد أيضا على منهج دراسة الحالة، لدراسة وحدة معينة وحالة محددة (المجلس الشعبي الولائي)، للحصول على معلومات شاملة حول الحالات التي تميز مجال الدراسة أثناء البحث، وهذا المنهج يفيد في توضيح حالة المجالس المنتخبة وتحقيقها التنمية المحلية، واعتماده أيضا على المنهج المقارن لإبراز أوجه الاختلاف والاتفاق بين إجابات المبحوثين.

أدوات جمع البيانات:

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على الملاحظة والمقابلة واعتمد أيضا على السجلات والوثائق وطرق تحليل البيانات كأداة مهمة في جمع البيانات الخاصة بالدراسة.

نتائج الدراسة:

- تساهم المجالس المنتخبة في ارتفاع مستوى الوعي لدى الأفراد بأبعاد الظروف الاقتصادية والاجتماعية التي يمر بها المجتمع.
- تلعب وظيفة المجالس المنتخبة في توفير المناخ الملائم العام، الذي يجب أن يسود في المجتمع بحيث ينظم العلاقات بين الأفراد وبينهم وبين الحكومة.
- ساهمت المجالس المنتخبة (المجلس الشعبي الولائي) في العمل على إدماج الجهود الأهلية المحلية مع الجهود الحكومية لزيادة فاعلية المشاركة وتلبية الحاجيات المحلية للأفراد.
- أن مشاركة المجالس الشعبية الولائية للدولة في إحداث التنمية المحلية مازالت محدودة المدى ومازالت تعاني من مشكلات عديدة تقف في طريقها وتحول دون تجسيدها الحقيقي.

التعقيب حول الدراسة الثانية:

لقد تطرق الباحث في هذه الدراسة إلى التنمية المحلية على ضوء ما تقوم به المجالس المنتخبة من جهود بين الإدارة المحلية وعاملها وإبراز الانعكاسات السلبية فبنجاح التنمية المحلية نستطيع تحقيق علاقات طيبة وفعالية المشاركة بين الإدارة والأفراد وبالتالي تحقيق أهداف المجالس المنتخبة، حيث اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي التحليلي بينما اعتمدنا نحن على المنهج الوصفي لوصف الظاهرة المدروسة واعتماد الدراسة السابقة على أداة المقابلة وغيرها من الأدوات، بينما اعتمدنا نحن على المقابلة والاستمارة لجمع قدر ممكن من المعلومات الكافية.

* الدراسة الثالثة:

صاحب الدراسة: ليندة ضيف.

عنوان الدراسة: دور الإذاعة الوطنية في التنمية الثقافية، وهي مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، أجريت بجامعة "بن يوسف بن خدة" الجزائر، خلال الموسم الجامعي 2006/2005، القناة الأولى نموذجاً دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة "بن يوسف بن خدة" الجزائر¹.

ملخص الدراسة:

- ما دور القناة الأولى للإذاعة الوطنية في التنمية الثقافية من خلال الأفراد المستمعين؟

الأسئلة الفرعية:

- هل البرامج الثقافية التي تقدمها القناة الأولى للإذاعة الوطنية تلقى إهتماماً لدى الأفراد المستمعين من الطلبة؟
- هل تشجع البرامج الثقافية الأفراد المستمعين على المشاركة في الأنشطة الثقافية؟
- هل تساهم إذاعة تبسة في بناء المستمعين فكرياً؟
- ما هي مكانة التنمية الثقافية في إذاعة تبسة؟

¹- ليندة ضيف: دور الإذاعة الوطنية في التنمية الثقافية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، السنة الجامعية، 2005-2006.

المنهج المستخدم:

اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسح بالعينة، وأن أول خطوة في دراسة ظاهرة ما تتمثل في جمع أوصاف ومعلومات دقيقة عن هذه الظاهرة كما توجد في الواقع ويتم وصفها وصفا دقيقا ويعبر عنها تعبيراً كفيماً أو تعبيراً كميّاً.

نتائج الدراسة:

- استقطبت القناة الأولى للإذاعة الوطنية جمهوراً لا بأس به من المستمعين من الطلبة، في حين أن البرامج الثقافية في الإذاعة الوطنية احتلت مكانة مهمة ضمن الترتيب العام لأنواع البرامج الموجودة التي تبثها القناة.

- معظم المبحوثين تساعدهم القناة الأولى من خلال الأخبار التي تقدمها على الإقبال على الأعمال الثقافية المتنوعة، والتي في مقدمتها معارض الكتب والندوات.

التعليق حول الدراسة:

لقد تطرق الباحث في هذه الدراسة إلى موضوع "دور الإذاعة الوطنية في التنمية الثقافية"، فهي دراسة مطابقة لدراستنا الحالية في المضمون دورها في التنمية الثقافية الشاملة إن لم تكن هنا ثقافة شاملة وجامعة لما تحقق لما تحقق التنمية، إذ اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسح بالعينة لمعرفة مدى دور الإذاعة وما تليبه من دور والمساهمة في التنمية الثقافية لدى الأفراد بينما اعتمدنا نحن في دراستنا على المنهج الوصفي كوننا وصف الظاهرة المدروسة وصفاً دقيقاً والتعبير عنه بالكم والكيف.

* الدراسة الرابعة:

صاحب الدراسة: سويقات لبنى

عنوان الدراسة: الإعلام المحلي وأبعاده التنموية في المجتمع، وهي مذكرة نيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة وهران، كلية العلوم الاجتماعية، خلال الموسم الجامعي 2009-2010، دراسة وصفية تحليلية للخطاب الإعلامي، إذاعة ورقلة الجهوية نموذجاً¹.

ملخص الدراسة:

هدفت هذه إلى الأهمية الفعلية للإعلام المحلي عموماً، والإذاعة المحلية خصوصاً في تحقيق التنمية وسط المجتمعات المحلية من خلال ما تبثه من برامج ورسائل إعلامية، لما لها من مميزات مرتبطة بالبيئة المحيطة بها، وهو ما تقر إسقاطه عن الإعلام المحلي في الجزائر، والذي تعكسه الإذاعة المحلية على غرار إذاعة ورقلة الجهوية، إلا أن العملية التنموية تتطلب خطاباً مبيناً على أسس واضحة ويتبنى إستراتيجية معينة.

إشكالية الدراسة:

- كيف يعمل الإعلام المحلي ومن ذلك الإذاعة المحلية على تنمية المجتمعات المحلية من خلال مضامين الرسائل التي تبثها؟

¹- سويقات لبنى: الإعلام المحلي وأبعاده التنموية في المجتمع، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة وهران، السنة الجامعية 2009-2010.

الأسئلة الفرعية:

- هل يمكن أن نتحدث عن وجود خطاب إعلامي تنموي متضمن في الرسائل التي يبثها الإعلام المحلي؟
- ما حجم اهتمام الإذاعة المحلية بقضايا التنمية في المجتمعات المحلية؟
- ما مدى تحكم الإذاعة المركزية في تحديد الصيغة الإعلامية والخطاب الإعلامي الموجه إلى تلك المجتمعات المحلية لخدمة التنمية؟
- هل يناسب الخطاب الإعلامي الهادف إلى التنمية؟
- ما هي الوسائل التي يستعملها الإعلام المحلي لإقناع جمهوره بضرورة التنمية؟

المنهج المستخدم:

اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي لوصف الظاهرة المدروسة من حيث كونها أبحاث يتم فيها دراسة الوضع الراهن أو الظواهر المبحوثة، واعتماده أيضا على المنهج التحليلي لكي يهدف إلى تحليل الموضوعات والظواهر وأنماط السلوك المتضمنة في النصوص والمضمون الإعلامي لمعرفة الأفكار وعن طريقه مما يستهل طريقة العمل ويحقق نتائج على قدر من الدقة والثبات إذا ما تم الالتزام به.

أدوات جمع البيانات:

أعتمد الباحث في دراسته على أداة مسح شامل للبرامج الإذاعية، حيث بلغ عدد هذه البرامج الإذاعية (64) برنامجا منها الأسبوعي ومنها اليومي بينما اعتمدنا نحن على أداة المقابلة والاستمارة لجمع قدر كاف وواف من البيانات والمعلومات حول الموضوع المدروس.

نتائج الدراسة:

- تحقيق التكامل بين أنشطة المجتمع المحلي والإعلام الإذاعي.
- تكييف البرامج المذاعة بحيث تتفق مع ردود الفعل المحلية.
- المحافظة على الثقافة المحلية وتطويرها.
- تفسير الأمور المحلية للجمهور وتشجيع أفراد الجمهور على التعبير عن أنفسهم حول مستقبلهم ومجتمعاتهم.

التعليق حول الدراسة:

هدفت دراسة الباحث حول موضوع الإعلام المحلي وأبعاده التنموية لدى المجتمع كون الإذاعة المحلية واهتمامها بقضايا التنمية في المجتمعات المحلية، رغم أن دراستنا الحالية تتطابق مع هذه الدراسة السابقة المشابهة لدراستنا في بعض المؤشرات المعتمدة في الدراسة والتوصل إلى نفس النتائج المتناسبة مع الموضوع المدروس، واعتماد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي لوصف الظاهرة وصف دقيقاً، إذن هناك تشابه في المنهج واختلاف في الأدوات لجمع المعلومات والبيانات، إذا اعتمدنا نحن في دراستنا على أداة المقابلة والاستمارة لجمع قدر كافي وواف من المعلومات، واعتماد الباحث في دراسته على أداة المسح الشامل.

المطلب الثاني: الدراسات العربية

* الدراسة الأولى:

صاحب الدراسة الثانية: عبد الله حميد العنزي

عنوان الدراسة الثانية:

دور وسائل الإعلام المحلية الكويتية في تعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الكويتي، وهي مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، قسم الإعلام، أجريت بجامعة الشرق الأوسط، الكويت، خلال الموسم الدراسي 2014/2013¹.

ملخص الدراسة:

انطلقت هذه الدراسة من فكرة مفادها أن وسائل الإعلام المرئية والمسموعة تعد مصدرا مهما من مصادر التوجيه والتنقيف في أي مجتمع، وهي ذات تأثير كبير في جماهير المتلقين المختلفين باختلاف مستوياتهم العمرية والثقافية، المتباينين في اهتماماتهم وتوجهاتهم ومستوياتهم الفكرية والأكاديمية والاجتماعية، وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى فاعلية وسائل الإعلام الكويتية المحلية في تعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الكويتي، ذلك لاتخاذ الإجراءات اللازمة لتطويرها بما يتوافق وحاجات الشباب الكويتي.

إشكالية الدراسة:

- ما دور وسائل الإعلام المحلية الكويتية (القنوات التلفزيونية المحلية، الصحف المحلية،

الإذاعة المحلية) في تعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الكويتي؟

¹ - عبد الله حميد العنزي: دور وسائل الإعلام المحلية الكويتية في تعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الكويتي، مذكرة نيل شهادة الماجستير في الإعلام، قسم الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الكويت، السنة الجامعية 2013-2014.

الأسئلة الفرعية:

- ما متوسط الوقت الذي يتعرض فيه المبحوثين للتلفزيون المحلي؟
- ما متوسط الوقت الذي يستمع فيه المبحوثون للإذاعة المحلية؟
- ما متوسط قراءة الصحف المحلية لدى المبحوثين؟
- هل يختلف دور وسائل الإعلام المحلية الكويتية في تعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الكويتي باختلاف نوع الوسيلة الإعلامية (صحف، إذاعة، قنوات تلفزيونية)؟
- ما دور وسائل الإعلام المحلية الكويتية في تعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الكويتي؟

المنهج المستخدم:

لتحقيق منهجية الدراسة تم اعتماد الباحث على المنهج الوصفي المسحي، بوصفه المنهج الأكثر ملائمة لهذه الدراسة كونها تدرس دور وسائل الإعلام المحلية الكويتية في تعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الكويتي، في حين اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي.

عينة الدراسة:

اعتمد الباحث في دراسته على عينة عشوائية نسبية تبعا للجامعة باستخدام جدول "بارنلت" و"كوترلك"، وهيجنز (Bartlett, Kotrlik, Higgins, 2001) لتحديد حجم العينة من حجم المجتمع وبلغ عدد أفرادها (324) طالبا وطالبة في حين اعتمدنا نحن على العينة الطبقية والعينة العشوائية البسيطة للإلمام بكافة أفراد المجتمع المدروس.

أدوات جمع البيانات:

استخدم الباحث الاستبيان لجمع البيانات وجمع المعلومات الكافية في حين اعتمدنا في دراستنا على المقابلة والاستمارة للإلمام بكافة البيانات والمعلومات الكافية.

نتائج الدراسة:

- تبنى القائمين على وسائل الإعلام المحلية آلية لتعزيز الثقافة السياسية لدى الطلبة، من خلال تعزيز الوعي السياسي بالقضايا المحلية والعالمية، وتبني عرض وبث برامج سياسية هادفة في كافة المجالات السياسية.
- عمل قنوات الإذاعة المحلية على بث برامج جاذبة للشباب وقادرة على التأثير في ثقافتهم.
- تبني قنوات التلفزيون المحلي برامج هادفة تحاكي اهتمامات وميول الطلبة الجامعيين.
- اتخاذ الصحافة المحلية منهجا عصريا في عرض وتقديم الموضوعات بما يتلائم وفكر وتوجهات الشباب من خلال تضمين الاهتمام بالقضايا السياسية والرياضية والتعليمية.

التعقيب حول هذه الدراسة:

هدفت هذه الدراسة حول موضوع دور وسائل الإعلام المحلية الكويتية في تعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الكويتي، كونها دراسة مشابهة لدراستنا الحالية في وظيفة وسائل الإعلام التي تخدم المجتمع وتقوم على تطويره وتعزيزه وتنميته، حيث اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي المسحي لملائمة هذه الدراسة، في حين اعتمدنا نحن في دراستنا على المنهج الوصفي لوصف الظاهرة المدروسة وتفسيرها تفسيراً دقيقاً، واعتمد على أداة الاستبيان لجمع البيانات، في حين اعتمدنا نحن على أداة المقابلة والاستمارة لجمع قدر ممكن وكاف من البيانات والمعلومات.

* الدراسة الثانية:

صاحب الدراسة: منال عبد المعطي صالح قديمي.

عنوان الدراسة: دور المشاركة المجتمعية في تنمية وتطوير المجتمع المحلي، وهي مذكرة لنيل شهادة الماجستير في التخطيط الحضري والإقليمي، كلية الدراسات العليا، في جامعة النجاح الوطنية

فلسطين، خلال الموسم الجامعي 2008، حالة دراسية للجان الأحياء السكنية في مدينة نابلس فلسطين¹.

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى توضيح دور المشاركة المجتمعية في تنمية وتطوير المجتمع المحلي وكذلك البحث في العلاقة ما بين المشاركة المجتمعية ومستواها في تنمية المجتمع المحلي في مدينة نابلس، وتلقى الدراسة الضوء على إحدى وسائل المشاركة المجتمعية، وهي لجان الأحياء السكنية في مدينة نابلس من حيث وجودها، ودورها، المعوقات، والمشاكل المتعلقة بها.

وتسعى هذه الدراسة إلى تزويد المسؤولين والقائمين على برامج تنمية المجتمع المحلي في مدينة نابلس بمعلومات كافية عن هذه اللجان، بالإضافة إلى نوعية الأهالي بأهمية المشاركة فيها من أجل تنمية وتطوير المجتمع المحلي.

إشكالية الدراسة:

- ما الدور الذي تلعبه المشاركة المجتمعية في تنمية وتطوير المجتمع المحلي في مدينة نابلس من وجهة نظر أفراد المجتمع المحلي وأعضاء لجان الأحياء السكنية وبعض المؤسسات العاملة في هذا المجال؟

الأسئلة الفرعية:

- ما اتجاهات عينة الدراسة نحو مفهوم المشاركة المجتمعية من وجهة نظرهم؟
- ما مجالات المشاركة المجتمعية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة؟
- هل يتفهم السكان طبيعة الأنشطة التي تقوم بها لجان الأحياء السكنية؟

¹ - منال عبد المعطي صالح قديمي: دور المشاركة المجتمعية في تنمية وتطوير المجتمع المحلي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في التخطيط الحضري والإقليمي، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2008.

- هل يوجد توجه من قبل السكان لطلب المساعدة من لجان الأحياء السكنية؟
- هل يوجد تعاون ما بين لجان الأحياء السكنية والمؤسسات المحلية؟

المنهج المستخدم:

اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي التحليلي بهدف رصد أبعاد ومعايير الموضوع المدروس في محاولة لفهم الموضوع وتقديم صورة توضيحية عبر وصف دقيق لمشكلة الدراسة أو الموضوع وعلى المنهج الوصفي الميداني كمثابة أسلوب مساعد للمنهج الوصفي التحليلي، بينما اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي.

أدوات جمع البيانات:

اعتمد الباحث في دراسته على الأدوات التالية: الاستمارة والمقابلة والملاحظة، كأدوات جمع البيانات والمعلومات ساعدته في الدراسة، بينما اعتمدنا نحن في دراستنا على المقابلة والاستمارة.

نتائج الدراسة:

- أن المؤسسات التي تشارك في تنمية وتطوير المجتمع المحلي تهدف إلى تقديم خدمات متنوعة مرتبطة بمشاريعها وبرامجها وتأهيل وتدريب من خلال التنسيق والمشاركة في البرامج.
- أن دور لجان الأحياء السكنية في المجتمع من وجهة نظر مسؤولي البرامج المجتمعية في هذه المؤسسات يتمثل في العمل على معرفة احتياجات المجتمع الحقيقية ومن ثم المساعدة في تلبية هذه الاحتياجات، العمل على الدفاع عن حقوق ومصالح الأفراد، والعمل على تحقيق التنمية البشرية والاجتماعية والاقتصادية في المجتمع الفلسطيني.
- أن مسؤولي البرامج المجتمعية في هذه المؤسسات يرون أنه يمكن التعاون مع لجان الأحياء السكنية في مجالات تحديد احتياجات الشباب والفئات المهمشة في المجتمع المحلي، المشاركة في فعاليات

المؤسسة وتمثيلها لمؤسسة في ورش عمل محلية وعالمية، بالإضافة إلى نشر الوعي في المجتمعات السكنية.

- أنه يتم تكوين لجان الأحياء السكنية في هذه المؤسسات من خلال التأهيل ثم تحديد القدرات والمهارات ومن ثم قبول العضوية في هذه المؤسسة، وبعد ذلك تتم عملية التدريب لتنمية المهارات والقدرات اللازمة للعمل التطوعي الاجتماعي.

- أن العمل في المجال التطوعي في هذه المؤسسات لا يعتمد على متغير العمر أو الجنس لأن الانتساب متاح للذكور والإناث على حد سواء، والأهم في العمل التطوعي الالتزام بالعمل والقدرة على العطاء والتعليم والاستعداد والرغبة في تطوير الشخصية.

التعقيب حول الدراسة:

هدفت هذه الدراسة حول موضوع دور المشاركة المجتمعية في تنمية وتطوير المجتمع المحلي كونها دراسة مطابقة لدراستنا في التنمية والتطوير وارتقاء المجتمع وتعاون البرامج المجتمعية كوسيلة إعلامية في مجال احتياجات الأفراد في مجتمعه، كون دراستنا دور الوسائل الإعلامية في تنمية القيم لدى المجتمع المحلي في تحقيق تنمية محلية شاملة، حيث اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي التحليلي بهدف رصد أبعاد ومعايير الموضوع المدروس، بينما نحن اعتمدنا على المنهج الوصفي كوننا وصف المؤسسات الإعلامية تحديدا الإذاعة المحلية ودورها في تحقيق تنمية شاملة للمجتمع المحلي، واعتمدنا على أدوات متشابهة ومتطابقة مع الموضوع في جميع البيانات والمعلومات الكافية ألا وهي المقابلة والاستمارة.

خلاصة الفصل الثاني

تطرقنا في هذا الفصل إلى الدراسات السابقة والنظريات، فمن خلال ما تقدم من نظريات سوى المتعلقة بالمؤسسات الإعلامية أو بالقيم الثقافية لدى المجتمع المحلي ، فقد ساهمت في تنمية وتفعيل المجتمع والارتقاء بأداء العنصر البشري من جهة وتطوير المؤسسة الإعلامية من جهة أخرى.

بالإضافة ما تقدم من دراسات متشابهة التي تناولت موضوع المؤسسات الإعلامية والقيم الثقافية لدى المجتمع المحلي ، حيث تم الاستفادة من هذه الدراسة في التعرف على المنهج المناسب للدراسة وكذلك أدوات جمع البيانات، معرفة تساؤلات الدراسة وأدوات جمع البيانات والعينة وأخيرا معرفة أهم النتائج المتحصلة عليها.

الفصل الثالث: المؤسسات الإعلامية ودورها في تنمية

القيم الثقافية لدى المجتمع المحلي

- توطئة الفصل الثالث

- المبحث الأول: قراءة نظرية للمؤسسات الإعلامية.

- المطلب 1: وظيفة الإعلام ودوره في المجتمع العربي.
- المطلب 2: موقع الاتصال والإعلام في العملية التنموية.
- المطلب 3: دور الإعلام في بناء الشخصية والمجتمع.
- المطلب 4: دور الاتصال الجماهيري في مجال التنمية.
- المطلب 5: أهمية استخدام وسائل الإعلام و الاتصال في تعبئة

الجماهير

➤ المطلب 6: عوامل نجاح عملية التواصل في المؤسسات الاعلامية

-المبحث الثاني: قراءة نظرية للقيم الثقافية لدى المجتمع المحلي

- المطلب 1: إمكانية التنمية والاستعداد للتنمية.
- المطلب 2: آليات تسجيد إستراتيجية التنمية المحلية.
- المطلب 3: آليات تسجيد إستراتيجية التنمية المستدامة في المجتمعات المحلية .
- المطلب 4: محددات التفاعل الثقافي وآلياته.
- المطلب 5: تقديم الخدمات من خلال المشاركة المجتمعية
- المطلب 6: المشاركة في التنمية المحلية.

خلاصة الفصل الثالث

توطئة الفصل الثالث :

يحتل موضوع المؤسسات الإعلامية أهمية كبيرة باعتبارها وظيفة إعلامية حيوية تتبناها المؤسسات الإعلامية في مجال الاتصال والإعلام وذلك وفق إستراتيجية تمتاز بها المؤسسات في إعداد برامجها ونشاطاتها وضمان بقاءها واستمراريتها من خلال الترويج اليومي للخطط والبرامج المختلفة مما يؤدي إلى نجاح المؤسسات الإعلامية.

وبناء عليه سوف نتطرق في هذا الفصل إلى مبحثين المبحث الأول تحت عنوان المؤسسات الإعلامية سوف نتطرق فيه إلى قراءة نظرية حول المؤسسات الإعلامية من ناحية وظيفة الإعلام ودوره في المجتمع، وموقع الاتصال والإعلام في العملية التنموية، ودور الإعلام في بناء الشخصية والمجتمع، ودور الاتصال الجماهيري في مجال التنمية، وعوامل نجاح عملية التواصل في المؤسسات الإعلامية، كما سنتطرق إلى قراءة نظرية حول تنمية القيم الثقافية لدى المجتمع المحلي من ناحية إمكانية التنمية والاستعداد لها، واليات تجسيد إستراتيجية التنمية المحلية، واليات تجسيد التنمية المستدامة في المجتمعات المحلية، ومحددات التفاعل الثقافي واليات تقديم الخدمات من خلال المشاركة، المشاركة في التنمية المحلية.

المبحث الأول: قراءة نظرية المؤسسات الإعلامية

المطلب الأول: وظيفة الإعلام ودوره في المجتمع العربي

انتشار النظريات التنموية في الوطن العربي أثار اعتقاد مفاده، بان الواقع المتميز للمجتمعات العربية يطرح مفهوماً جديداً للوظيفة الإعلامية، حيث أن مهمة وسائل الإعلام لا تبقى مقتصرة على تلقي وبث الأخبار والمعلومات ولا على تفسيرها وتحليلها بل هناك مهمة غائية وهي: المساهمة في رقي وتطوير المجتمع نفسه من خلال دفع القراء والمستمعين والمشاهدين إلى إدراك خطورة مشكلات التنمية والى البحث عن حلول وجرى تلخيص الوظيفة الإعلامية في مجالين¹ أو ثلاث¹ أن تقوم وسائل الإعلام في المجتمع العربي بدور المنبه للتنمية من خلال إثارة اهتمامه بقضايا التنمية.

- أ- حشد الدعم الشعبي والجماهيري للتنمية والتي تفقد مضمونها دون مشاركة شعبية فاعلة.
- ب- ضرورة الربط بين سياسات الاتصال والإعلام وبين السياسات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية حتى تتكامل في خطة شاملة للتنمية المستدامة.

من خلال ما تناولناه نستنتج أن الإعلام لا تقتصر دوره في التنمية الشاملة على البناء المعنوي للإنسان، بل انه يسهم أيضا في البناء المادي.

المطلب الثاني: موقع الاتصال والإعلام في العملية التنموية

الاتصال لوحده لا يمكن أن ينهض بعبء التنمية، ولكن عدم مساهمة الاتصال ووسائله في خطط التنمية يؤدي إلى حصول إخفاقات ومصاعب غير متوقعة تؤثر سلبيا على مجرى العملية التنموية، حيث يقول خبير الإعلام التنموي الدكتور "زكي الجابر" بات من حكم المؤكد أن الإعلام

¹ - مصطفى يوسف: علم الاجتماع الإعلامي، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط2016، ص1، ص

يمكن أن يكون الاتجاهات الايجابية نحو التقدم المنشود للبلدان النامية، وبذلك يسهم في تسريع التنمية بزيادة فعالية الأساليب الأخرى وفي تكوين الاتجاهات والمواقف والآراء يتم عن طريق نشر القيم وكل ما يدعو إلى الإيمان بالقدرة على البناء وتصور النماذج الإنسانية المتقدمة حضاريا وهذا ما تقوم به أجهزة الإعلام الحديثة.¹

إذن نستنتج مما لاشك فيه أن دور الإعلام في المجتمع ينبع من أهمية ما يعطى الإعلام من ادوار داخل المجتمع خلال عملية البناء التنموي، فالإعلام يساعد على إيجاد اتفاق عام بين فئات المجتمع الواحد ويقوم بحثها على المشاركة في عمليات التنمية المستدامة.

المطلب الثالث: دور الإعلام في بناء الشخصية والمجتمع

تتطور وسائل الاتصال بين الناس وتنتشر بشكل سريع جدا، ويعد استقطابها عاملا مهما في تزايد تأثيرها في المجتمع بشكل عام، وعلى فئة الشباب بشكل خاص، واعتقد المهتمون والدارسون لمجالات التطور الإعلامي بان هذا التطور يشترك أثارا عميقة في المجتمعات، وهذا اعتقاد له ما يبرره، ولكن خلال فترة وجيزة بدا مضمون الاتصال في التطور، واخذ منحى آخر، إلى درجة أن بعض جوانبه أخذت بعدا كبيرا من الجدل بشأن تفاعل الناس مع هذا المضمون، ومثال ذلك الفضائيات الخاصة ببث الأغاني والفيديو كليب، والتي استقطبت قطاعا عريضا من الشباب على امتداد العالم، خاصة العالم العربي في الآونة الأخيرة، واللافت للنظر أن الفئة الصغيرة من الشباب الذين يمكن أن نقول أنهم بالفعل أطفال، استقطبوا أيضا لهذه البرامج، الأمر الذي يضع تساؤلات كبيرة حول تأثير

¹ - المرجع السابق، ص 191.

الإعلام ودوره في المجتمع في ظل غياب شبه تام لإعلام الدولة أو ما يمكن أن نسميه الإعلام الموجه².

من خلال ما درسناه نستنتج أن الأهم من وسائل الإعلام يفترض أن تمثل المجتمع تمثيلاً حقيقياً، فتكون مرآة تعكس صورة المجتمع وقيمه وأرائه وأفكاره وعاداته وتقاليده، فلو عبر الإعلام تعبيراً حقيقياً عن واقع المجتمع، لما احتاج إلى جهد كبير في القيام بإعداد البرامج المعبرة عن إرادة الناس و اختيارهم.

المطلب الرابع: دور الاتصال الجماهيري في مجال التنمية

تطورت وسائل الاتصال والإعلام الجماهيري مؤخراً بشكل ملحوظ مؤثراً في حياة الأفراد والمجتمعات، ليدرك المهتمون بالتنمية بأنه يمكن استخدام هذه الوسائل في دفع برامج التنمية لتحقيق أهدافها.

ويشير بعض علماء الاجتماع والإعلام والسياسة إلى أن دور الإعلام والاتصال لا يبدأ فقط عندما تبدأ التنمية، وإنما ينبغي أن يبدأ قبلها، وقد حاول بعض علماء النفس والاجتماع والإعلام التركيز على دور وسائل الإعلام والاتصال في عملية التنمية وذلك من خلال إحداث تغيرات في اتجاهات الأفراد وسلوكهم وميولهم¹

من خلال هذا المتناول نستنتج أن وسائل الاتصال الجماهيرية يمكنها أن تسهم بإيجابية كبيرة في التصدي للمشاكل الاقتصادية والاجتماعية والثقافية خاصة التي تعوق عملية التنمية مثل الأمية، أزمة السكن، وتنظيم الأسرة.... وغيرها من المشاكل المتنوعة.

المطلب الخامس: أهمية استخدام وسائل الإعلام والاتصال في تعبئة الجماهير:

² - يوسف عبد علي حسن، حنين عبد الله: الإعلام النفسي، دار للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2016، ص140.

¹ - محمد منير حجاب: الإعلام والتنمية الشاملة، دار الفجر، القاهرة، مصر، ط2، 2000، ص84.

إن عملية التخطيط لعملية الاتصال تسعى جاهدة إلى تجاوز الأفكار الكلاسيكية التقليدية التي غيبت وظيفته وأهميته تماما، أما الآن وفي وقتنا الحاضر أصبح الاتصال تحديا ورهانا استراتيجيا تأخذ المؤسسات على عاتقها من أجل تحقيق النمو والتطور والازدهار والديمومة، فلقد أصبح الاتصال أساسيا في كل الوظائف وفاعلا استراتيجيا تعيشه المؤسسة وتريد الوصول من خلاله إلى بر الأمان.¹ إذن ومنه يمكن أن نستنتج أن التخطيط لعملية الاتصال يعمل على إيجاد القنوات الاتصالية في كل الاتجاهات، كما يساعد في تنظيم أي أن كل مركز في إدارة مسؤول عن تنفيذ أو التخطيط الإعلامي فالإتصال هو العامل الرئيسي المساعد على استقرار الحياة الإنسانية وإزدهارها ويعود له الفضل الأكبر في نمو الفكر الإنساني وتطوره وتقدمه.

هي حقيقة فطنت إليها منظمة الأمم المتحدة، فأوصى المجلس الاقتصادي والاجتماعي التابع لها بحل المشكلات التي تعترض طريق الجهود التي تبذلها الدول من اجل تقوية وتدعيم وسائل الإعلام المختلفة، فالدول النامية في حاجة إلى إعلام يواكب خططها الإنمائية. ويعمل على خلق المشاركة من جانب أفرادها في العملية التنموية فهو السبيل لنقل اهتمامات المواطن ومشاكله للمسؤولين والسلطات الحكومية كما انه يمثل أداة لنشر المعرفة بخطط الدولة، وهو الذي يجمع جهود الجميع (حكومات وأفراد) في تنفيذ المشاريع التنموية²

نستنتج من خلال ما تناولناه، إن وسائل الإعلام والاتصال تستطيع أن تقوم بإحداث التغيير والتطور في اتجاهات الناس وإحداث علاقات بينهم وبين محيطهم من أفكار وموارد ووسائل وتكنولوجيات يمكنها تحقيق أساليب إنتاج واستهلاك جديدة وإدخال مفاهيم علمية حديثة في السلوك والعادات والتقاليد.

¹ - BETHGUOLLA , BALLOFFET CODERRE , Communication marketig, cheneliere mcgrau.hill,montréal canada,2004-avant propos.

² -مصطفى يوسف: مرجع سبق ذكره، ص.ص،183-184.

المطلب السادس: عوامل نجاح عملية التواصل في المؤسسات الإعلامية:

الفرع الأول: عوامل فاعلية المصدر:¹

وتنقسم إلى :

أ- **المصدقية:** لا بد أن تكون الرسالة التي تقدمها الحملة الإعلامية صادقة في مضمونها، لان المتلقي يستطيع أن يميز بين الصدق والكذب، فإذا يشعر الجمهور المستهدف بالكذب اتجاه الرسالة الإعلامية فان ذلك سيأتي سلبا على الهوية المؤسسية، وبالتالي يحتاج بناؤها سنوات طويلة كذلك فان إعادة الثقة بالهوية المؤسسية تحتاج إلى سنوات عدة أخرى.

بمعنى أن المصدقية عامل فعال اتجاه المتلقي لأنه يفرق بين الصح أو الخطأ، وبين ما هو صادق وما هو كاذب، حيث ترجع كل هذه التفرقة التي يقوم بها المتلقي بالسلب على المؤسسة المتلقية الرسالة الإعلامية أو الحملة الإعلامية.

ب- **الجاذبية:** وتتحقق الجاذبية عندما تؤثر أفكار الحملة الإعلامية في المتلقي من الناحية النفسية والاجتماعية، والإيديولوجية، ويتحقق أيضا بالتفاعل المتبادل بين الفكرة المبتكرة، وتصميم مبتكر خارج عن المألوف، أيضا من ضمن العوامل التي تؤثر في الجاذبية استخدام الشخصيات الشهيرة إذ لا بد أن تتمتع الشخصية بكم كبير من المصدقية عند الجمهور المستهدف، كما لا بد وان يكون لها التأثير النفسي والعقلي في الجمهور المستهدف، حتى تحقق الرسالة الإعلامية الغرض المطلوب منها.

¹ - حليلة قادري: مرجع سبق ذكره، ص48.

من خلال ما تناولناه نستنتج أن تتحقق الجاذبية في عملية التواصل إلا بتأثير أفكار الحملة الإعلامية على المتلقي من جميع نواحيه، وبتحقيقها من خلال الاتصال الداخلي القائم على التفاعل المتبادل وما هو خارجي بمعنى خارج عن ما هو مألوف.

ت- النفوذ: الشخص في موقع السلطة يستطيع تقديم الثواب أو العقاب، ويهتم بالحصول على الموافقة للرسائل التي يقدمها، وإن يتم التدقيق في كيفية جذب المتلقي للرسالة الإعلامية المقدمة.

نستنتج من خلال هذا القول الذي تناولناه أن الشخص بمثابة السلطة حيث من خلال هذه السلطة يقوم في اهتمامه بالحصول على القبول للرسائل التي تقدم والتأكد والدقة في طريقة جلب وجذب المتلقي للرسالة الإعلامية المراد تقديمها.

الفرع الثاني: عوامل فاعلية الرسالة الإعلامية

هناك عدد من الأمور يجب مراعاتها عند توجيه رسالة إعلامية للمرسل إليه وهي¹:

أ- القابلية للاستماع أو القراءة: وهي صفة ترتبط بفهم الرسالة الإعلامية إذ يجب أن تحتوي الرسالة الإعلامية على كلمات سهلة، وبسيطة الفهم .

ب- أن تتضمن الرسالة الإعلامية اهتمامات المرسل إليه.

ت- تجنب تكرار الكلمات

ث- القابلية للتحقق: أي يمكن التأكد من اختيار الرسالة في الواقع.

ج- الاستمالة العاطفية: أي إيجاد مشاعر مشتركة بين الرسالة والمرسل إليه حتى تؤثر فيه نفسياً .

ح- الاستمالة العقلية: تستخدم الرسالة الإعلامية العقل والمنطق والشواهد التجريبية لتأييد الرسالة.

¹- المرجع السابق، ص49.

من خلال ما تناولناه يمكن القول واستنتاج أن هناك أمور يمكن تتبعها من أجل التوجيه والربط بين الرسالة الإعلامية وكل ما هو يتعلق بها وتجنب بعض السلبيات، فالرسالة الإعلامية مرتبطة باهتمامات المرسل إليه.

وتعتمد الرسالة الإعلامية على الآتي¹:

أ- **الانتباه**: وهذا الأجل جذب المتلقين للرسالة الإعلامية، ومن خلالها يمكن استخدام الشخصيات التي لها تأثير في المتلقي لأداء الرسالة الإعلامية، وبالتالي يتم إحداث الأثر المطلوب من الرسالة الإعلامية.

ب- **المعرفة**: والمقصود منها معرفة المستهلكين المرتقبين للرسالة.

ت- **الإعجاب**: إيجاد رابط بين الرسالة ونمط الشخص المحتمل بحيث تبدو قريبة من الواقع مثل : إعلانات الحملات الإعلامية.

ث- **التفصيل**: تنمية الرغبة في المنتج التجاري، وفي الحصول على المنفعة التي وعد بها المعلن، ويظهر التفصيل في العلامات التجارية ذات السمعة الجيدة.

بمعنى أن الرسالة الإعلامية تعتمد على مهارات اتصالية خاصة في استخدام الشخصيات التي تؤثر على المتلقي في أدائه للرسالة الإعلامية وتوافر مستويات معرفية، وتوفير المناخ المادي والنفسي الذي يؤمن الاتصال المفتوح بين المستقبلين ومرسليهم.

الفرع الثالث : عوامل فاعلية المستقبل

¹ - المرجع السابق، ص50.

يؤثر الإطار الدلالي للمستقبل على استجابته للرسالة، تصبح مجرد حروف معينة، ولا قيمة لها

حينما ينعدم الفهم وتكون الرموز غير مفهومة للمستقبل²

- قصور الإدراك الحسي للمستقبل

- دافعية المستقبل إلى المعرفة فمن الخطأ الاعتقاد أن إدراك المستقبل للرسالة أمر مضمون بمجرد أن

يرسلها المرسل عبر وسيلة اتصال، إذ لوحظ أن الإنسان يدرك ما يريد أن يدركه ويعرف عما لا يهتم

به ويتوقف ذلك على ما لدى الإنسان من دوافع وحاجات يريد إشباعها سواء كانت أولية أو ثانوية.

نستنتج من خلال ما تناولناه، أن الظروف المحيطة بالإنسان (الشخص) المستقبل للرسالة

تؤثر تأثيرا كبيرا على مدى تقبله الرسالة أو رفضها.

الفرع الرابع: عوامل فاعلية المصدر أو المرسل

أن يكون المصدر أو المرسل موضع ثقة لان هذه الثقة هي الذي يبني عليه المستقبل تصديقه

للمرسلة ، والمعيار هنا ليس الثقة المطلقة، ولكن المعيار الحقيقي هو ما يتصوره المستقبل نفسه

بصرف النظر عن الدافع.

ينبغي أن يتوفر في المستقبل مجموعة من الشروط منها¹

- وجود مهارات اتصالية خاصة في استخدام اللغة اللفظية.

- توافر مستويات معرفية مناسبة.

يمكن أن نستنتج من خلال ما قلناه أن الثقة هي المصدر الرئيسي الذي يبني عليه المستقبل

من خلال استخدام الأفراد مجموعة من الحركات والمهارات الاتصالية عبر مستويات معرفية

مناسبة .

²- المرجع السابق، ص ص 51،50

¹- مرجع نفسه، ص 51.

المبحث الثاني: قراءة نظرية للقيم الثقافية لدى المجتمع المحلي.

المطلب الأول: إمكانية التنمية والاستعداد للتنمية

هناك ظاهرة هامة نلاحظها في بعض البلاد النامية ونعني بها وجود هوة كبيرة بين إمكانيات التنمية والاستعداد للتنمية فعلا، إذ نجد انه حيثما يكون البناء الأساسي من الضعف بحيث لا يستطيع أن يمارس وظيفة دفع التنمية وتنشيطها في كل المجالات، هنا ينشأ تضارب أو تنشأ هوة بين الإمكانيات المادية الكبرى للتنمية الموجودة، وكذلك قد تكون ثمة فجوة بين الإنفاق الضخم على مشروعات تنمية (سواء عن طريق تمويل محلي أو خارجي) من ناحية وبين انجازات التنمية والاستعداد للتنمية¹.

نستنتج من خلال ما درسناه أن إمكانيات التنمية القائمة بالفعل لم تتلاقى مع استعداد

يُنظرها في نفوس أبناء المجتمع لخلق حركة تنمية فعالة.

المطلب الثاني: آليات تجسيد إستراتيجية التنمية المحلية:

يتطلب تحقيق التنمية عدة إجراءات وقواعد من الناحية العلمية لتفعيلها على المستوى البعيد والقريب من اجل مجتمع راقي في جميع المجالات مبني على أهداف ومعطيات لترقية النمو المحلي، ولتحقيق تنمية وجب على السلطات المحلية إيجاد حلول ذات نجاعة وفائدة في ارض الواقع مع إفساح المجال للإرادة الشعبية.

¹ - محمد محمود الجوهري: علم اجتماع التنمية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2010، ص155.

حيث أن هذه الآليات منحصرة في عدة عوامل وعلى رأسها الجانب البشري من خلال التكوين والتأطير، وعليه فلا بد من الاهتمام بهذه الآليات المحفزة قصد تطوير النمو وجعل الجماعات المحلية قادرة على أداء دورها على أكمل وجه والغاية منها اللحاق يركب الدول ذات التقدم العلمي وذلك يوضع جملة من الأهداف ذات التقدم العلمي وذلك بوضع جملة من الأهداف ذات أهمية كبرى وبناء إستراتيجية عامة وإعادة الاعتبار للدولة في الصياغة والإشراف والتنفيذ على المؤسسات والهيئات يعمل على ترسيخ أسس التعددية في المجال الاقتصادي والسياسي والاجتماعي عن طريق التكفل والرقابة ورسم سياسة حكيمة¹

إذن وعليه نستنتج أن حركة تحقيق التنمية، حركة تهدف إلى تحسين الأحوال المعيشية للمجتمعات إذا أمكن ذلك، فإذا لم تظهر المبادرات تلقائياً تكون الاستعانة بوسائل واليات محفزة للتطوير والنمو لاستجابة حماسية فعالة لهذه الحركة.

الفرع الأول: دور الموارد البشرية في التنمية المحلية

إن الموارد البشرية تعتبر من أهم العوامل التي تؤثر على فعالية ونجاحه أي نشاط تمارسه الهيئات العمومية كالعنصر البشري، حيث يعتبر اللبنة الأساسية لأي عمل يراد له النجاح، فهو المكلف بتقديم الخدمة العمومية وتحسين نوعيتها²

وعليه نستنتج أن أي هيئة ومهما كانت طبيعتها لا يمكن أن تصل إلى تحقيق أهدافها إلا بالاعتماد على قاعدة بشرية تتمتع بالمؤهلات العلمية والمهنية التي تمكنها من أداء مهامها بصفة فعالية .

¹ - ليرة إيمان، عمامرة الهام: المجالس المنتخبة والتنمية المحلية، مذكرة مكملة نيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، تخصص الحكم الراشد والتنمية المستدامة، جامعة باجي مختار، غنابة، 2014-2015، ص ص 110،111.

² - شراك أمانة: دور الجماعات المحلية في تحقيق التنمية المحلية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون إداري، 2010،2011، ص 40.

حيث أن العنصر البشري يشرف على البرامج التنموية والتسيير المحلي من خلال الأهداف التي سيطرتها الدولة من أجل تفعيل وتأطير المجتمعات المحلية التي تهتم بالعتاد البشري مع وضع إستراتيجية محكمة للتكوين وإنتاج وسائل محكمة لتحفيز هذا العتاد الذي يستجيب للاحتياجات الإدارية ويرتكز دور الموارد البشرية في خدمة التنمية المحلية بغرض تحقيق العدل والمساواة وتحسين البرامج العامة للدولة¹

من خلال ما قمنا بدراسته وتناوله نستنتج أن العنصر البشري هو العنصر الأساسي في تفعيل كل ما هو تنموي ومحلي، وأن المورد البشري هو الركيزة في خدمة التنمية المحلية والاستجابة لحاجيات الإدارة من أجل تحقيق كل من أهداف معينة.

الفرع الثاني: تطوير المالية المحلية

ينبغي التفكير في كيفية جعل المجتمعات المحلية الإقليمية القادرة على امتلاك الوسائل المالية الكافية وكيفية تشجيعها على الاتفاق المحكم قصد توفير خدمات إدارية واقتصادية وثقافية من خلال الاعتماد داعمًا لنظام عصري للجباية المحلية وتوزيع الموارد بوجود إدارة سياسية حقيقية لتحقيق هذا الأمر ويستلزم²

- إعادة تحديد الصلاحيات بين الدولة والمؤسسات الأخرى، ويتم ذلك عن طريق تحديد الاحتياجات بدءًا من المستوى المحلي.
- وينبغي أيضا إدخال تعديلات على موارد المجتمعات الإقليمية لكي تتماشى مع الصلاحيات التي تقوم بها في إطار إعادة توزيع امثل وأوضح أكثر عصرة للموارد المالية المحلية.
- ولتنفيذ هذه الإصلاحات لابد من وضع إطار ومنهجية عمل من شأنها أن تقضي إلى إعداد

¹ - مرجع نفسه ، ص41.

² - شراك أمانة: مرجع نفسه، ص42.

مشروع حقيقي بإنشاء جباية محلية فعالة والتي تعتبر الأداة الأساسية لتمويل التنمية المحلية، وذلك بإشراك المجتمعات المحلية في تحديد وعاء الضريبة ونسبتها وكيفية تغطيتها بهدف تقريب إدارة الجباية من المواطن، وخاصة أن المجتمعات المحلية هي المستفيدة الأولى من الجباية المحلية، والتي تؤدي إلى تحسين وظيفتها المالية وتغفي الدولة بذلك من منح إعانات التسيير، التجهيز لهذه الهيئات بغية التوصل إلى جهاز مالي أيسر وانجح وتحديد نوع كل ضريبة محددة محصل عليها بدلا من الاستمرار في التقسيم التعسفي للضريبة بين مختلف الهيئات الإدارية.

من خلال ما تناولنا نستنتج أن تطوير الموارد المالية يضمن نجاعة مختلف البرامج التنموية التي تخصص لها أغلفة مالية كبيرة فعالة وذات مردودية بتطبيق قوانين بصرامة من أجل الحفاظ على حسن استعمال المال العام.

المطلب الثالث : آليات تجسيد التنمية المستدامة في المجتمعات المحلية:

تقوم المجتمعات المحلية على استغلال وصيانة الهياكل الاقتصادية والاجتماعية والبيئية من خلال توجيه التخطيط التنموي، وتطبيق سياسات البيئة المعتمدة على مستوى الوطن وذلك بإيجاد الأسلوب الأمثل في تطبيق مبادئ التنمية المستدامة.

ويتجلى الأسلوب الأمثل من خلال الآليات المقترحة لتحقيق التنمية المستدامة نذكر منها¹:

- من الناحية الحضرية لا بد من المساهمة في المحافظة على إطار حضري ملائم في تطوير مشاريع خاصة لتحقيق نمو متوازن لهذا المجال.
- تتمين دور الجمعيات المختلفة والمجتمع المدني في خلق شبكات مشتركة.
- المساهمة في وضع نظام عمل فعال لتنسيق السياسة العامة للدولة والأهداف التي ترسمها المجتمعات الإقليمية في مجال تنميتها.

¹ - لبرة إيمان، عمارة الهام: مرجع سبق ذكره، ص116.

إذن ونستنتج من خلال ما ذكرناه أن آليات تجسيد التنمية المستدامة ارتقت من الجانب

العصري الحديث إلى آليات جديدة الهدف منها ضمان المستوى المعيشي الراقى للمواطن ونقلها إلى الأجيال القادمة عن طريق الأفاق المستقبلية الحديثة.

المطلب الرابع: محددات التفاعل الثقافي والياتة:

الإنسان كائن اجتماعي، وطالما هو كذلك فإنه يعيش حياته في كل زمان ومكان في اتصال مباشر وغير مباشر مع إقرانه ومحيطه، وهو في الحقيقة لا يمكنه أن يعيش بمعزل ذلك من دون أن يفقد كثيرا من خصائصه الإنسانية، فكل منا ينتمي إلى جماعة أو أكثر، ومن خلالها هو على اتصال مع المجتمع الكلي، والاتصال هو ابرز آليات التفاعل بين الأفراد والمجتمعات، وهو تفاعل يجري حول ما هو شائع أو حتى متعارض، ظاهرا أكان أم رمزيا، مباشرة أم غير مباشر.

والتفاعل تبادلي، يمكن ملاحظته داخل الجماعة، وخارج الجماعة، وهو قد يأخذ ثلاثة أشكال من شخص إلى شخص أو من شخص لجماعة، أو تفاعل من جماعة إلى جماعة لكن آليات التفاعل متعددة تحاكي في كثرتها تعقيد الحياة الاجتماعية، وبالتالي هي حالات لا يمكن تصنيفها بسهولة، لأنها في الحياة العملية لا تعمل بمعزل بعضها عن بعض، لذلك فهذا التصنيف النظري الذي نقدمه يستهدف تسهيل عملية التحليل والفهم، وقد اخترنا خمس آليات أساسية للتفاعل الثقافي والاجتماعي¹:

1- التبادل: لطالما اعتبر التبادل عملية اقتصادية بحتة، لكن علماء الاجتماع المعاصرين

أوضحوا أن التبادل في الواقع هو احد أشكال التفاعل الاجتماعي، فكثير ما نرى حتى في اصغر العلاقات الاجتماعية وأشدّها ألفة ومودة كعلاقة المحبين أو الأصدقاء، أن مبدأ التبادل مطبق،

¹ - عبد الغني عماد : سوسولوجيا الثقافة ، المفاهيم والإشكاليات من الحداثة إلى العولمة، مركز دراسات الوحدة العربية للطبع والنشر والتوزيع ، بيروت، لبنان، ط1، 2006، ص123-130.

كذلك يجري التبادل بين المجموعات سواء أكانت كبيرة تحاكي بحجمها الدول الحديثة أم الإمبراطوريات القديمة، أم صغيرة مساوية لمجموعة الزوجين الأساسية.

إذن من خلال ما تناولناه نستنتج أن التبادل هو إعطاء شكل محسوس للتفاعل الاجتماعي بحيث يصبح واقعة قابلة للقياس نوعاً ما، وهو بديل عن التبادل المشياً أو المادي.

2-التعاون: هو السلوك التضامني أو المشترك لتحقيق هدف ما فيه مصلحة مشتركة لجميع

الأطراف، وهو قد يكون عفويًا، أو موجهًا أو طوعياً أو قسريًا، رسمياً أو غير رسمي، كبيراً وواسعاً أو صغيراً وضيقاً.

إذن ومنه نستنتج أن الإنسان لا يمكن أن يعيش دون أن يتعاون مع الآخرين، فالتعاون هو احد ابرز أشكال التفاعل الاجتماعي، فهو إذن يقوم بين الأفراد المتطلعين إلى هدف واحد أو بين المجموعات التي تقص أشكال المساعدة المشتركة بان تتعاون مع بعضها البعض.

3- التطابق: انه السلوك المنسجم أو المتطابق مع المعايير التوجيهية والتحريرية لأية مجموعة اجتماعية، ومنه تنشأ مظاهر الاتساق والوحدة التي تزود المجتمع بعناصر قوته، وقد يتطابق الأفراد مع قيمة أو قاعدة ما حتى ولو بدت مخالفة بالنسبة إلى الاجتماع العام حولهم، لكنهم لا بد أن يكونوا شديدي التطابق مع تلك المجموعة التي يميلون إلى الرجوع إليها، وهي التي تسمى الجماعة المرجعية والتي تترك اثر أعمق الأثر في حياتهم حتى لو لم يكونوا أعضاء فيها.

نستنتج من خلال ما درسناه أن التطابق هو احد عمليات السلوك الاجتماعي الأكثر شمولاً واستمراراً، ذلك بمعنى أنها تساعد الفرد على تكييف سلوكه وتكييف نفسه مع معايير معينة، وذلك انعكاساً لتأثير الجماعة الاجتماعية بصورة مباشرة أو غير مباشرة، أنها آلية بسيطة يحصل منها الفرد على التقدير والرضي والنجاح في حياتهم اليومية.

4- الإلزام: هو ذلك السلوك القائم أو الناتج على الإكراه والقهر في الغالب وقد يبذوا الإلزام وجيد الجانب لا نمطا من التفاعل، لكنه مع ذلك لا ينفصل عن الشخص أو الفريق الممارس عليه فعل الإلزام، فمهما فعلت الجهة الملزمة فإنها تبقى محكومة في بعض تصرفاتها بالأثر الذي تتوقع أن يتركه إلزامها في الجهة المستهدفة كذلك يعتبر رد فعل الجهة المستهدفة محكوما بالتأثير الذي يتوقع أن يتركه في الجهة الملزمة.

بمعنى أن للإلزام درجات متفاوتة من الشدة في العلاقة بين البشر وبين الجهات والجماعات وهي آلية عامة وشاملة، وهنا يظهر بوضوح من خلال اكتساب الإنسان تدريجيا الإحساس بضرورة مراعاة الآخرين وملاطفتهم ووجوب احترام خصوصيات الآخرين.

5- الصراع: انه السلوك الذي يحمل أفرادا أو مجموعات على التنافس أو التناحر في ما بينهم لبلوغ هدف يسعى إليه الجميع ، ويمكن للصراع أن يندلع في الإنسان نفسه، وذلك حين يشتهي الإنسان شيئا لكنه يقوم تلك الشهوة، وينشأ نتيجة ذلك صراع نفسي داخلي.

ومع ذلك يبقى الصراع بين الأفراد والمجمعات أكثر بروزا وتأثيرا في التعامل الاجتماعي.

بمعنى أن الصراع كثيرا ما كان وقد يكون وسيلة لتحقيق انجازات باهرة كإطلاق حرية التعبير وتخفيف حدة الطغيان.... الخ. وعليه لا يمكن تجنب الصراع داخل أي مجموعة مهما اشتدت أواصر الألفة في ما بينها، وبعض النظر عن شكل التنظيم الاجتماعي الذي يعيشون فيه.

المطلب الخامس: تقديم الخدمات من خلال المشاركة

مهما كانت المعوقات فإنه من المهم أن نخطط لتعزيز الأشكال الممكنة للمشاركة المجتمعية او أنشطة تنمية المجتمع كجزء من برنامج تحسيس الجيرة الحضارية كما أن للمشاركة المجتمعية العديدة من المزايا كطريقة لخدمة المجتمع وانه يمكن استخدامها في تنظيم أنشطة الرعاية الصحية المجتمعية

، وبرامج التدريب المهني الرسمية ، وبرامج الخدمات الاجتماعية المضيفة ويمكن أيضا استخدام تنمية المجتمع لتنظيم الجيرة من اجل التفاوض مع المجلس المدينة حول كيف يكتسب المجتمع القدرة على التحكم في تخطيط وتطبيق برنامج تحسيس الجيرة.¹

بمعنى أن تخطيط برامج الخدمة الاجتماعية لها من التأثير ما يجعلها تستخدم في مواجهة الكثير من المشكلات الاجتماعية التي تؤثر على مجتمع الجيرة، وتطوير المشروعات الاجتماعية التي تتطلب بالفعل الخدمات الاجتماعية متنوعة طبقا لحاجات المجتمع المحلي، ونتائج التحليل المهني في المجالات الصحية والعلمية التحسيسية.

المطلب السادس: المشاركة في التنمية المحلية

الفرع الأول: أهمية المشاركة في التنمية المحلية

لقد أصبح لمفهوم مشاركة المجتمع دور متزايد الأهمية في فلسفة التنمية المحلية، خاصة بعد ما فرضه الواقع القائم في البلدان المختلفة من استحالة تتميتها بنفس الطريقة، التي حدثت في المجتمعات المتقدمة وذلك باعتبار انه من المستحيل على البلدان المتخلفة أن تطور بنفس الذي عرفته البلدان المتقدمة في مجال التنمية وذلك لتباين الظروف الاقتصادية والاجتماعية والثقافية وحتى التاريخية بينهما، وهذا ما جعل تلك البلدان تفكر في إتباع سياسات تنموية، تؤدي إلى تطورها وتقدمها بقدر ممكن من التكاليف وفي أقصر فترة ممكنة لمواكبة البلدان المتطورة ومسايرتها في نموها²

نستنتج من خلال ما تناولناه انه أصبح لمشاركة المجتمع دور مهم في التنمية المحلية وهذا

الدور ما جعل بعض المجتمعات والبلدان التفكير في إتباع سياسات تنموية محلية .

¹ - احمد شفيق السكري: التخطيط لتنمية المجتمع الحضري، دار الوفاء لدينا الطباعة والنشر، الإسكندرية ، مصر، 1، 2016، ص 67.

² - منال طلعت محمود: التنمية والمجتمع ، مدخل نظري لدراسة المجتمعات المحلية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، دون ذكر طبعة ، 2001، ص 265.

لقد كشفت الدراسات العلمية التي أجريت على تلك السياسات التنموية أن الرئيسي في فشلها، يعود إلى إهمال القائمين عليها لمشاركة الأفراد المحليين في نشاطات التنمية المحلية القائمة في مجتمعهم، فقد أكدت هذه الدراسات على الفعالية الكبيرة التي تحقّقها مشاركة الأفراد المحليين في نجاح المشاريع التنموية وتحقيق الأهداف المنتظرة منها في أقصى فترة زمنية ممكنة، ولقد أشار "دوباي"، إلى أهمية المشاركة في التنمية المحلية وحتميتها في كونها كالتالي¹:

- تعمل على تناسب الخدمات التي تقدمها للسكان المحليين مع احتياجاتهم التي حددها بأنفسهم.
- تتيح الفرصة لمختلف فئات المجتمع لمساهمة والقيام بدون فعال وإيجابي في مجريات الأحداث والقرارات المهمة التي تمس مجتمعهم .
- تعمل على ترشيد وتوزيع الخدمات بين مختلف الفئات والمستويات في المجتمع.
- في كونها تجعل أفراد يشاركون بروح رياضية في مساندة وتنفيذ وتتبع سير المشروعات التنموية، خاصة إذا امتدت جسور الثقة وزاد تأكد الأفراد من الهدف الحقيقي من هذه التنمية وهو تحقيق احتياجاتهم وتلبية طلبهم بالدرجة الأولى.
- تعمل على زيادة تماسك أفراد المجتمع وتدعيم جوانب التعاون في ما بينهم وبين الحكومة.
- تعمل المشاركة على تجسيد مبدأ الديمقراطية وتكريس سياسة اللامركزية في إدارة الشؤون المحلية.
- تدعم الرقابة الشعبية على المشاريع التنموية التي تقوم بها الحكومة بما يعود بالمصلحة العامة على أفراد المجتمع.

¹ - مرجع نفسه : ص 266.

- تزيد المشاركة في الوعي الاجتماعي للأفراد من خلال عمليات الشرح المستمر للخدمات والمشاريع التي يقوم بها القائمين على التنمية المحلية.
- تؤدي المشاركة إلى اكتشاف قيادات محلية جديدة تبرز بشكل تلقائي من خلال مواقفها من الأنشطة والبرامج، فبروز قادة جدد يؤدي إلى تغذية المشاركة ومساعدتها على الامتداد الرئيسي والأفقي لتحقيق التنمية المتكاملة والشاملة .
- تعود الأفراد على الحرص على المال العام وتضافر الجهود المحلية مع الجهود الحكومية لتحقيق الأهداف التنموية سواء على المستوى المحلي أو حتى الوطني.
- ومعنى ذلك يمكن القول أن المشاركة تولد شعور بالانتماء لدى كل الأفراد والجماعات في المجتمع لأنها تمس جميع نواحي الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية، وهي بهذا تمثل حجم الزاوية في تحقيق أهداف التنمية المحلية التي تسعى أساسا إلى تغيير البناء الاجتماعي، فلقد أصبحت المشاركة في العمليات التنموية مهما كان مستواها، ضرورة حيوية لا بد من الاعتماد عليها لتغطية نقص الحاجات والإمكانيات المادية والبشرية.
- ويمكننا أيضا توضيح بعض الجوانب الأخرى لأهمية مشاركة الأفراد المحليين في إنجاح التنمية المحلية كمايلي¹:

- يتعلم الأفراد المحليين من خلال المشاركة كيف يحلون مشاكلهم بأنفسهم .
- يعتبر الأفراد المحليين أكثر الناس دراية بما يصبح وما يصح بمجتمعهم .
- تعمل المشاركة على توفير جهود الدولة وتحقيق رغباتها خاصة في الجانب المالي.
- تعمل المشاركة على الكشف على نقاط الضعف ومشاريع التنمية المحلية التي تحتلها

¹ - منال طلعت محمود: المرجع نفسه، ص198.

مشاركة المواطنين المحليين في انجاز مشروعات التنمية المحلية، هي السبب الحقيقي الذي أدى إلى إقناع جميع مخططي التنمية، بان فشل المشروعات و الخطط التنموية السابقة يرجع بالدرجة الأولى إلى استبعاد المواطنين أو الأفراد المحليين عن صياغة هذه المشروعات والخطط التنموية، حيث تأكدوا أن المشروعات التي تشارك فيها الأفراد المحليين تكلفتها أقل من الناحية المالية وعائدها أكثر من الناحية الاقتصادية، كما أنها أكثر تحقيق الأهداف الموضوعية في الخطة وهذا ما جعلهم يكون على ضرورة ترسيخ المشاركة كقيمة محورية وحتمية أساسية لاغني عنا عند تخطيط أو تنفيذ أي سياسة تنموية وطنية أو محلية.

يمكن القول أن المشاركة من خلالها يقوم الأفراد من خلالها حل مشاكلهم، ويتميزون بين ما هو صحيح وما هو خطأ خاصة في مجتمعاتهم، حيث تعمل على كشف نقاط ضعفهم اتجاه انجاز مشروعات تنموية محلية.

الفرع الثاني: أهداف المشاركة في التنمية المحلية

إن مشاركة الأفراد المحليين في التنمية المحلية، ترتبط ساسا بتحقيق حاجاتهم الأساسية وتلبية مطالبهم المتجددة فالمشاركة تعتبر حق لأفراد المجتمع وواجب عليهم في نفس الوقت حق تقضية الديمقراطية ومبادئ حقوق الإنسان، التي تعطي الحق للأفراد في المشاركة والمساهمة بأنفسهم في مناشط الحياة المختلفة واتخاذ المهمة التي تمس حياتهم الاجتماعية والاقتصادية كما في حدود إمكانياتهم وقدراتهم، ومن ثم إشراك الأفراد المحليين في عمليات التنمية المحلية يسعى إلى تحقيق جملة الأهداف التالية¹:

- يتمثل الهدف الأساسي من هذه المشاركة في إتاحة الفرصة للأفراد لممارسة الديمقراطية والشعور بسيادتهم داخل وطنهم.

¹- منال طلعت محمود: المرجع السابق، ص 247.

- تهدف المشاركة إلى تكريس سياسة اللامركزية في العالم إلى أنها الحل المناسب لمشاكلهم الإدارية.

- تهدف المشاركة إلى ضمان التأييد السياسي والشعبي للمشروعات التنموية .

- تهدف المشاركة إلى الاستفادة من الخبرات المحلية وتوظيفها في خدمة التنمية المحلية وزيادة فاعليتها.

نستنتج من خلال ما قدمناه أن المشاركة تعتبر حق من حقوق كل من الفرد والمجتمع فهي مرتبطة أساسا في تلبية رغباتهم ومطالبهم وحاجاتهم الأساسية وفي مناشط حياته اليومية المختلفة والتي تمس حياتهم الاجتماعية.

وبالإضافة إلى جملة هذه الأهداف ذات الطابع السياسي الاجتماعي يمكننا تحديد

جملة أخرى من أهداف المشاركة ذات الطابع الاقتصادي كما يلي¹:

- تعتبر المشاركة مطلب اقتصادي تنموي يهدف أساسا إلى جعل الأفراد المحليين لا يطالبون بالعائد السريع المادي الملموس لمشروعات التنمية المحلية وذلك من خلال تجنيد القيادات المحلية لتوضيح طبيعة هذه المشروعات خاصة من حيث مداها الزمني اللازم للمردودية.

- تهدف لمشاركة إلى تقليل التكلفة وتحقيق الأعباء على الحكومة من خلال تشجيع المساعدات والمبادرات المحلية بالإضافة إلى استغلال الموارد المحلية للمجتمع.

بمعنى أن المشاركة تهدف جاهدة إلى جعل أفراد المجتمع وجماعته ويسعون جاهدين إلى

إنجاح المشروعات التنموية وتدعيم اعتقاداتهم بأن عائد هذه المشاريع سيعود بالفائدة العامة

¹ - احمد مصطفى خاطر: تنمية المجتمع المحلي، الاتجاهات المعاصرة، المكتبة الجامعية الحديثة، الإسكندرية مصر ،دون ذكر الطبعة، 2000، ص231.

عليهم بالدرجة الأولى، مما يجعلهم أكثر صبرا في التعامل مع القائمين على هذه المشروعات التنموية.

الفرع الثالث: مستويات المشاركة في التنمية المحلية

تتم مشاركة الأفراد المحليين في أعمال التنمية المحلية في مستويات عديدة حيث تختلف طبيعة ودرجة هذه المشاركة وأشكالها من مجتمع لآخر، بحسب طبيعة النظام السياسي السائد فيه وبحسب البناء الاجتماعي الذي يميزه، فالتشريعات القانونية والإدارية التي تتبعها كل دولة، هي التي تنظم شكل المشاركة وطرقها خاصة بالنسبة للدول التي تتبع أسلوب الإدارة المحلية في تنظيمها الإداري وذلك من خلال الصلاحيات والاختصاصات التي تتنازل عنها السلطات المركزية لصالح المستويات المحلية.

ويمكن تقسيم الأفراد في التنمية المحلية إلى المستويين الرئيسيين التاليين:¹

أ- المشاركة على المستوى الفردي:

في دراسة أجراها "كارل دوتش" في بداية الستينات حدد ثلاث مستويات للمشاركة على المستوى الفردي:

المستوى الأول:

يمثل هذا المستوى أعلى درجات المشاركة في النشاطات السياسية والتنموية في المجتمع حيث حدد "كارل دوتش" ستة شروط رأى أن توفر ثلاثة منها في شخص يجعله منتمي إلى هذه الفئة، وهذه الشروط هي:

- العضوية في منظمة سياسية ما.

¹- إبراهيم أبراش: علم الاجتماع السياسي، دار الشروق للتوزيع والنشر، عمان، ط1، 1998، ص244.

- التبرع لصالح منظمة سياسية أو مرشح الانتخابات العامة
- حضور اجتماعات سياسية بشكل دوري منظم.
- المساهمة في الحملات الانتخابية.
- مناقشة القضايا المهمة في المجتمع مع السلطات المسؤولة.
- الحديث في السياسة مع الأشخاص خارج نطاق الدائرة الضيقة المحيطة بالفرد.

المستوى الثاني:

ويشمل عامة المهتمين بما يدور في المجتمع مع أحداث وقضايا تهمهم بصفتهم أفراد في المجتمع، يساهمون ويشاركون فيه برأيهم وأصواتهم الانتخابية.

المستوى الثالث:

ويشمل الذين يساهمون أو يشاركون بشكل موسمي متقطع أو بشكل اضطراري في أوقات الأزمات والكوارث وعندما يشعرون بأن مصالحهم مهددة.

إذن يمكننا القول واستنتاج أن المشاركة على المستوى الفردي تتبع أساسا من حرص الفرد على أداء واجبه واعتباره له كعملية اجتماعية سياسية ضرورية لتنمية مجتمعه، فضلا عن شعوره بالالتزام العميق بحقوق المواطنة وواجباته نحوها ووعيه لأهميتها وضرورتها.

وهناك أيضا من يصنف المشاركون على المستوى الفردي إلى¹ :

- مشاركون منفذون: هم قمة الجماعة المشاركة ومتخذو قراراتها الرئيسية.
- مشاركون نشيطون: هم الذين يشاركون في بعض الأنشطة دون الأخرى.
- مشاركون معاونون: وهم اقل المشاركون بذلا للجهد، حيث تكون مشاركتهم عبارة عن انضمام للجماعة المشاركة لزيادة عددها ومساعدتها في جمع المال أو التبرع.

¹ - السيد عبد الحليم الزيات: التحديث السياسي في المجتمع المصري، دار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 1990، ص181.

ب- المشاركة على المستوى الجماعي المنظم:

- تكون المشاركة في هذا المستوى أكثر فعالية وتأثيرا لأن أكثر تنظيما حيث تتم عن طريق تنظيمات شعبية ومؤسسات اجتماعية وغيرها من الأجهزة التي تلقى اعترافا رسميا من طرف الهيئات المسؤولة، مما يجعلها أكبر عائدا أو أقوى تأثيرا وأوسع مدى وتتخذ المشاركة على المستوى الجماعي المنظم عدة أشكال تكاد تكون لا تحصى تختلف تسميتها ووظائفها من بلد لآخر ويمكن ذكر أهم أشكالها كما يلي¹:

- المجالس المحلية المنتخبة بمختلف مستوياتها.

- الأحزاب السياسية.

- النقابات المهنية والعمالية.

- النوادي الرياضية والاجتماعية والثقافية والاتحادات الطلابية.

- الجمعيات السياسية التعاونية.

- مختلف مؤسسات المجتمع المدني.

تجسد مشاركة هذه الجماعات الاجتماعية المنظمة والمعترف بها من خلال مناقشة السلطات المحلية وإبداء رأيها في القضايا المثارة على مستوى المجتمع والمشاركة في الاجتماعات السياسية الهامة وتقلد بعض المناصب أو المواقع السياسية الهامة، مما يزيد في تأثيرهم على اتخاذ القرار وتوجيه رسائل بشأن قضايا سياسية للسلطة التنفيذية أو النيابية أو الصحافة ويمكن القول أن أشكال المشاركة على المستوى المحلي، تزداد وتتجسد أكثر عندما تأخذ الدولة بأسلوب الإدارة المحلية في

¹ - إبراهيم أبراش: مرجع سبق ذكره، ص 243.

إدارة الشؤون المحلية وذلك من خلال طبيعة هذا الأسلوب الإداري وما يمنحه فرص للمشاركة خاصة إذا تم التطبيق الفعلي لسياسة اللامركزية الذي تقتضيه أسلوب الإدارة المحلية¹.

من خلال ما تناولناه يمكن أن نستنتج أن مستويات المشاركة تختلف بصورة عامة بين المجتمعات من بلد لآخر وداخل المجتمع الواحد من زمن لآخر ومن نظام حكم لآخر، إلا أن المشاركة على المستوى الفردي هي في الحقيقة مكملة للمشاركة على المستوى الجماعي.

¹ - مرجع نفسه ، ص250.

خلاصة الفصل الثالث:

يتوقف نجاح المؤسسات الإعلامية على وجود تنمية اتصالية مبنية على التواصل والاستدامة الفعالة التي تقوم على أساس غايات وأهداف واضحة والمتمثلة في وظيفة وسائل الإعلام في المجتمع بدور المنبه للتنمية، وضرورة الربط بين سياسات الاتصال والإعلام، وهدف تحقيق تنمية ومشاركة من أجل الاستفادة من الخبرات المحلية وتوظيفها في خدمة التنمية المحلية وزيادة فعاليتها وهذا ما يمثل دور مهام المؤسسة الإعلامية بطريقة ايجابية تؤدي إلى الارتقاء بمكانة العنصر البشري الذي يعد العنصر الأساسي والاستراتيجي والمساهم من خلال قيمه الثقافية في تحقيق التنمية المحلية المستدامة من خلال ما تقدمه المؤسسات الإعلامية له من معلومات وبرامج تحسيسية وتوعوية تعمل كلها على ترقية ثقافة هذا المورد في المجتمع المحلي.

الفصل الرابع:

المعالجة الميدانية للدراسة

- توطئة الفصل الرابع
- أولاً: عرض وتحليل المعطيات الميدانية
- ثانياً: نتائج الدراسة
- خلاصة الفصل الرابع

توطئة الفصل الرابع:

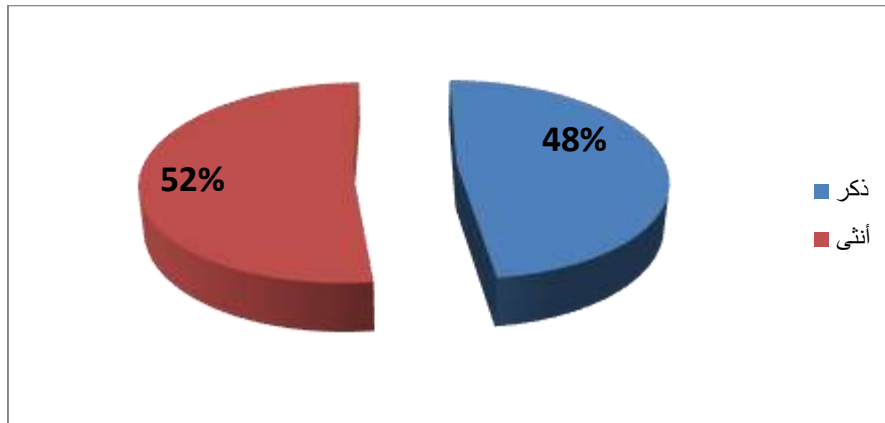
تعد الدراسة الميدانية من أهم الخطوات التي يتم فيها تسليط الضوء على الدور الذي تؤديه المؤسسات الإعلامية في تنمية القيم الثقافية لدى المجتمع المحلي، سنحاول في هذا الفصل التعامل مع استمارة البحث تحديدا عند جمع المعلومات والحقائق، تم تحليلها للخروج بنتائج وهذا الجزء الميداني الذي يعتبر هذا الفصل همزة وصل يربط بين الجانب النظري والجانب الميداني، حيث سيتم فيه تحليل وتفسير البيانات وعرض ومناقشة نتائج الدراسة المتوصل إليها، وأخيرا وضع التوصيات والاقترحات التي تستفيد في الدراسات المستقبلية.

أولاً: عرض وتحليل ومناقشة المعطيات الميدانية:

المحور الأول البيانات الشخصية

جدول رقم 01: يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس

النسبة	التكرار	الفئات
%48	15	ذكر
%52	16	أنثى
%100	31	المجموع



الشكل رقم 03: يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس.

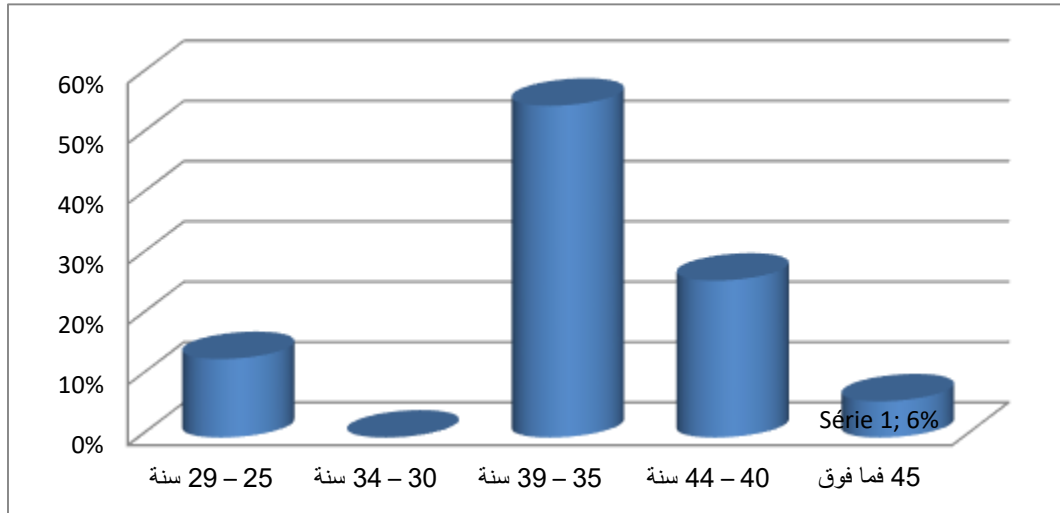
التعليق على الجدول

يوضح الجدول أعلاه البيانات التي تتمحور حول الجنس، حيث تشير نسبة 48% من إجمالي العينة من جنس ذكر في حين أن نسبة 52% من جنس أنثى من خلال هذه البيانات الإحصائية نلاحظ أن نسبة الإناث مرتفعة مقارنة بنسبة الذكور وهي ظاهرة يتميز بها المجتمع الجزائري بحيث أصبح النساء يحصلن على شهادات علمية وأكاديمية، على عكس أكور يعجزون عن الدراسة في سن

مبكر ، فالمرأة بذلك فرضت نفسها في العديد من المجالات مواجهة في ذلك كل التحديات التي تواجهها في المجتمع.

جدول رقم 02: يبين توزيع أفراد العينة حسب السن

النسبة	التكرار	السن
%13	4	29 – 25 سنة
%00	00	34 – 30 سنة
%55	17	39 – 35 سنة
%26	8	44 – 40 سنة
%6	2	45 فما فوق
%100	31	المجموع



الشكل 04: يبين توزيع أفراد العينة حسب السن

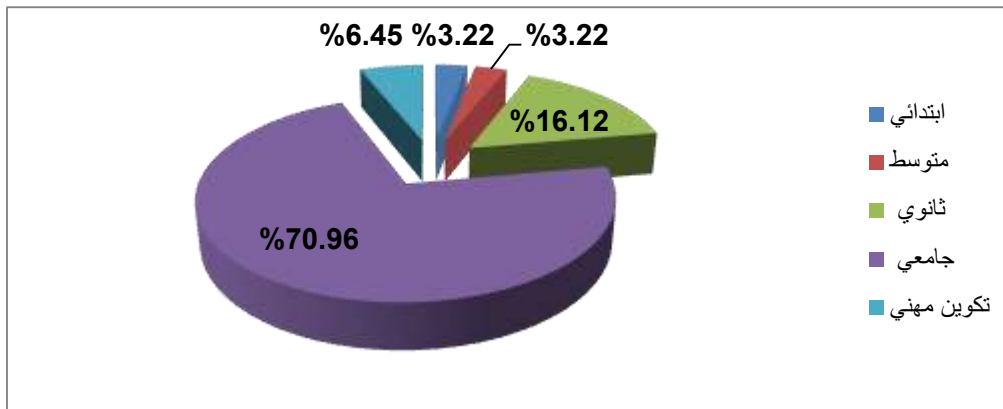
التعليق على الجدول:

من خلال الجدول رقم 02 نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة تتراوح أعمارهم بين (35 - 39) وذلك بنسبة 55% وهي أكبر نسبة إذ ما قمنا بمقاربتها بباقي النسب، ونستطيع تفسير ذلك بقول أن الفئة الأكثر سيطرة هي فئة الشباب، التي تعمل على تقديم ما هو جديد وما يخدم مصالح المؤسسة، أما ثاني فئة فهي تتراوح أعمارهم ما بين (40 - 44) قدرت نسبة 26% من إجمالي العينة، فهذه الفئة معظمها يمثل مناصب مهمة في المؤسسة.

أما الفئة الثالثة تتراوح أعمارهم ما بين (25 - 29) حيث قدرت النسبة بـ 13% من إجمالي العينة، حيث أننا نلاحظ في هذه الفئة أن معظم العمال مدمجين جدد، أما الفئة الرابعة تمثل العمال الذين تتراوح أعمارهم 45 فما فوق حيث قدرت بـ 6%، حيث نلاحظ من خلال ذلك أن المؤسسة تعتمد في أعمالها على ذوي الخبرة القديمة وهذا ما يؤدي إلى تحقيق أهداف المؤسسة وإفادة العمال الجدد وتدريبهم على طريقة تسير العمل داخل المؤسسة وفق التخطيط الإعلامي المتبع داخل المؤسسة.

جدول رقم 03 : يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي :

النسبة	التكرار	الفئات
%3.22	01	ابتدائي
%3.22	01	متوسط
%16.12	05	ثانوي
%70.96	22	جامعي
%6.45	02	تكوين مهني
%100	31	المجموع



شكل رقم 05 : يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

التعليق على الجدول

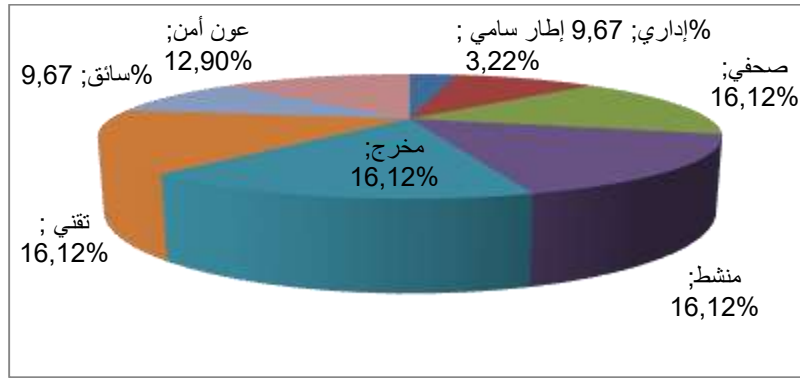
من خلال نتائج الجدول رقم 03 نلاحظ أن المستوى التعليمي يكون مرتفع بنسبة 70.96% في المستوى الجامعي، فنلاحظ أن أغلب عمالها خرجي الجامعات والدليل على ذلك النسبة المرتفعة وعليه يمكن القول بأن المؤسسة تعتمد على موظفين ذات المؤهلات العلمية والمهارات الراقية، وهذا راجع لطبيعة العمل في المؤسسة فهي تعتمد على الإطارات في تأدية مهامها، وبالتالي الارتقاء بمستوى المؤسسة، في حين قد قدرت نسبة ذوي المستوى الثانوي بـ 6.12%، حيث نلاحظ بأنها

نسبة كبيرة ومرتفعة نوعا ما مقارنة مع أصحاب التكوين المهني كانت النسبة تقدر بـ 6.45 % من هنا نستنتج بأن المؤسسة تضم طاقة فكرية وأصحاب تخصصات مختلفة وخارجي الجامعات التي ساعدوا على تنظيم العمل وإعطائه أكثر فعالية.

فالمستوى التعليمي يلعب دور كبير في المؤسسة وكذلك على مردودية العمال وكفاءتهم ومدى فعاليتهم لمختلف الأمور، حيث يعتبر المستوى التعليمي أحد المتغيرات العامة والمؤثرة على سلوك وموقف العامل في عمله، وهذا ما يفسر المؤسسة الإعلامية تعتمد على المستويات الجامعية والثانوية أكثر.

جدول رقم 04: بين توزيع الأفراد العينة حسب الوظيفة

النسبة	التكرار	الفئات
3.22%	01	إطار سامي
9.67%	03	إداري
16.12%	05	صحفي
16.12%	05	منشط
16.12%	05	مخرج
16.12%	05	تقني
9.67%	03	سائق
12.90%	04	عون أمن
100%	31	المجموع



شكل رقم 06: بين توزيع الأفراد العينة حسب الوظيفة

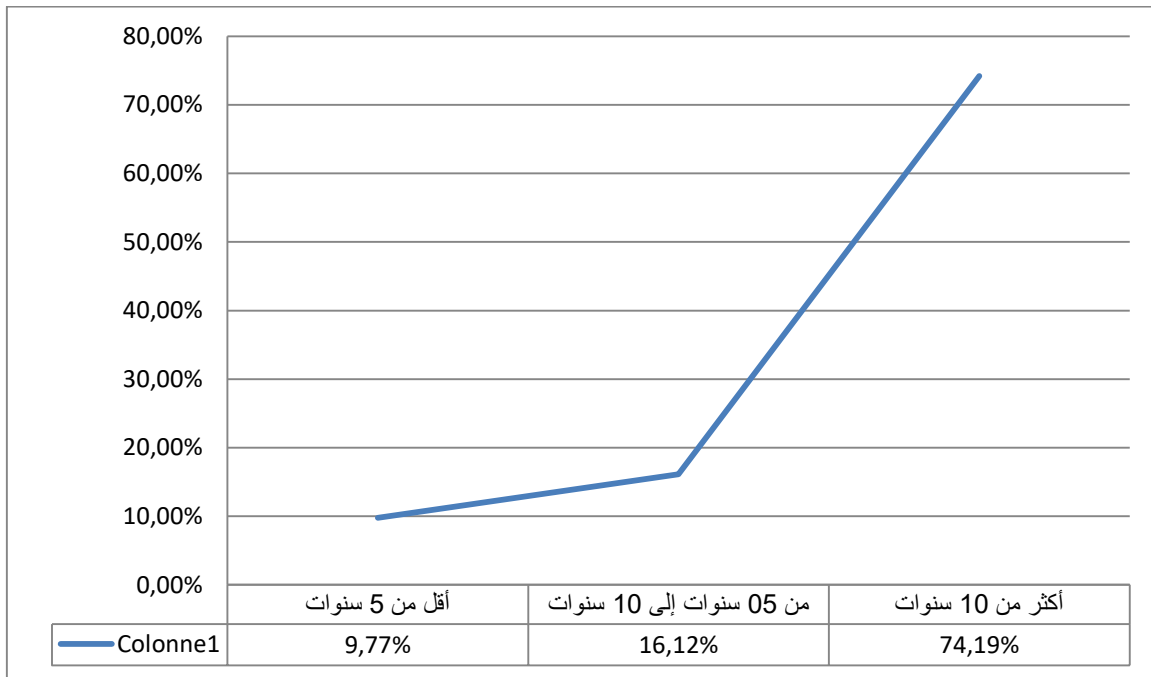
التعليق على الجدول:

من خلال نتائج الجدول رقم 04 نلاحظ أن أفراد العينة موزعون على وظائف مختلفة، حيث قدرت نسبة العينة ضمن الصحفي والمنشط والمخرج والتقني 16.12% ثم تأتي فئة عون أمن بنسبة قدرت بـ 12.90%، ثم تليها فئتين متساويتين هي فئة الإداري وسائق حيث كانت النسبة 9.67% ثم تأتي الفئة الأخيرة وتمثل إطار سامي قدرت نسبتها بـ 3.22%.

وعليه نستطيع القول إن إذاعة الطارف الجهوية، تعتمد في مهامها أكثر على الإداريين وهذا راجع إلى طبيعة النشاط الإداري والإعلامي والخدمات التي تقوم به هذه المؤسسة، ويمكن تفسير التساوي الموجود بين فئة الإداري وفئة السائق وفئة الصحفي والمخرج والمنشط والتقني في المؤسسة هذا راجع لطبيعة نشاط المؤسسة وجود موظفين قائمين بمهام وأوامر كل الخدمات، من أجل تحقيق أهداف المؤسسة وهو التطور والتقدم.

جدول رقم 05: يبين توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية

النسبة	التكرار	الفئات
9.77%	03	أقل من 5 سنوات
16.12%	05	من 05 سنوات إلى 10 سنوات
74.19%	23	أكثر من 10 سنوات
100%	31	المجموع



الشكل رقم 07 : يبين توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية

التعليق على الجدول:

من خلال نتائج الجدول رقم 05 نلاحظ أن نسبة 74.19% للذين تتراوح خبرتهم المهنية أكثر

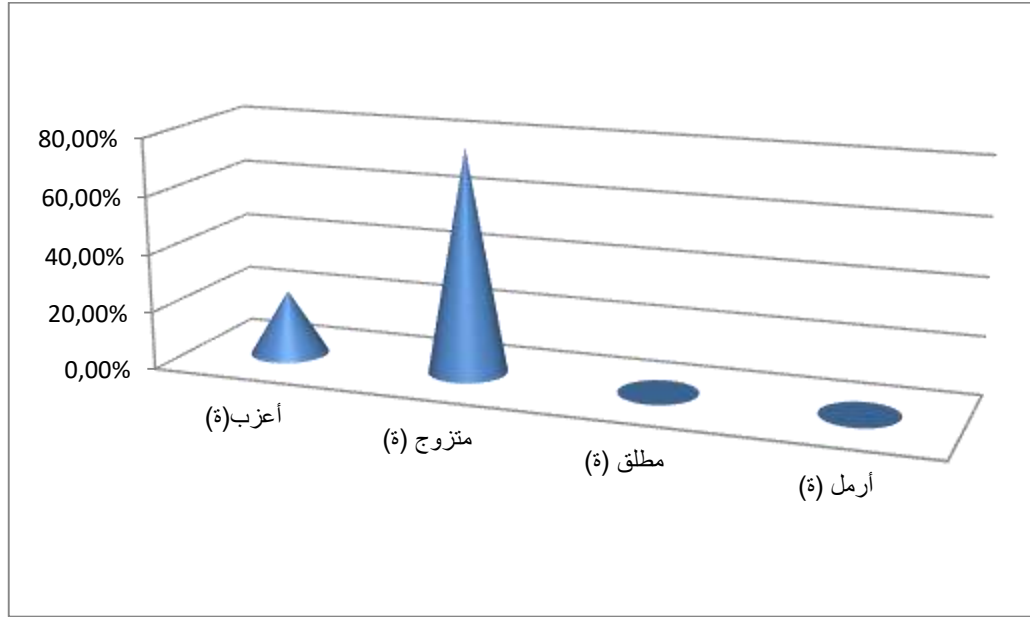
من 10 سنوات، وهذا ما يفسر بأن اغلب عمال إذاعة الطاريف الجهوية لا يهم خبرة مهنية في هذه

الفترة الممتدة وبالتالي فإن هذه المدة تجعل العمل أكثر سهولة وتعمل على رفع أدائهم وتجعلهم على دراية بسياسة ونظام المؤسسة، في حين نلاحظ نسبة 16.12% للموظفين الذين تتراوح من 05 إلى 10 سنوات، حيث أننا نلاحظ بأنها نسبة مرتفعة مقارنة مع الموظفين الذين خبرتهم المهنية أقل من 05 سنوات.

نلاحظ من خلال البيانات الإحصائية بان إذاعة الطارف الجهوية يسيطر عليها الموظفين الذين خبرتهم المهنية قيمة نوعا ما فهم على علم بكل أهداف وسياسيات المؤسسة، حيث أن اغلب موظفين المؤسسة هم الجامعيين ذوي مهارات متفوقة وعالية.

جدول رقم 06: يبين توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية

النسبة	التكرار	الفئات
22.25%	7	أعزب (ة)
77.44%	24	متزوج (ة)
00%	00	مطلق (ة)
00%	00	أرمل (ة)
100%	31	المجموع



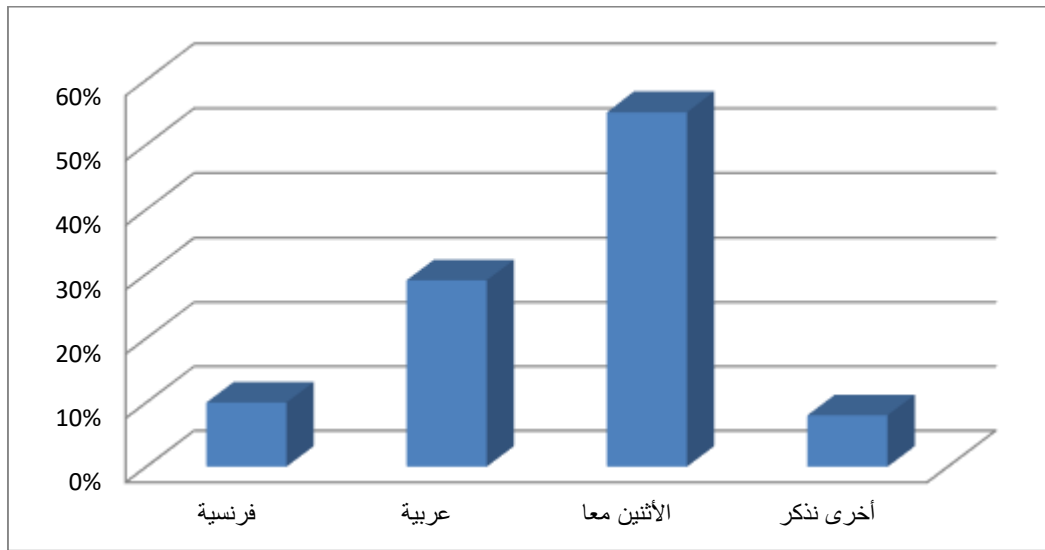
شكل رقم 08: يبين توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية.

التعليق على الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول رقم 06 الذي يدرس متغير الحالة الاجتماعية داخل مؤسسة إذاعة الطارف الجهوية، حيث تمثل سيطرة فئة المتزوجين على باقي الفئات الأخرى، حيث قدرت النسبة بـ 77.44%، أما فئة العزاب فكانت النسبة 22.25%، في حين تكون منعدمة في فئة المطلقين والأرامل، وهذا حسب الإجابات المقدمة من طرف المبحوثين، وهذا راجع إلى استقرار الفرد اجتماعيا داخل الأسر الذي يحقق جو من الاستقرار دون الانشغال بالأمور الأخرى، فكلما كان الفرد مستقرا كانت المردودية داخل المؤسسة عالية.

جدول رقم 07: يبين توزيع أفراد العينة حسب اللغة الأكثر استعمالاً في المؤسسة

النسبة	التكرار	الفئات
%10	03	فرنسية
%29.03	09	عربية
%55	17	الأثنين معا
%8	02	أخرى تذكر
%100	31	المجموع



شكل رقم 09: يبين توزيع أفراد العينة حسب اللغة الأكثر استعمالاً في المؤسسة

التعليق على الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول رقم 07، الخاص بلغة الاستعمال وانتقال المعلومات، نلاحظ أن كلا اللغتان تستعملان ولكن بنسب متفاوتة، إذ يحتل متغير استعمال اللغتين مع المرتبة الأولى بنسبة %55 والدليل على ذلك ما تصدره المؤسسة فهي تحتوي النصف الأيمن باللغة العربية والنصف

الأيسر باللغة الفرنسية، تليها المرتبة الثانية ممن يستعملون اللغة العربية بنسبة 29.03%، ثم المرتبة الثالثة ممن يستعملون اللغة الفرنسية بنسبة 10%، ثم المرتبة الأخيرة تمثلها أخرى تذكر وهي اللغة الإنجليزية بنسبة 8%، فمتغير اللغة الأكثر استعمالاً لانتقال المعلومات لديه علاقة بالخبرة المهنية والتكوين الأساليب الجدية المكتسبة من الخارج وتعليمها هذا سواء كانت إدارية أو تقنية أو معلوماتية.

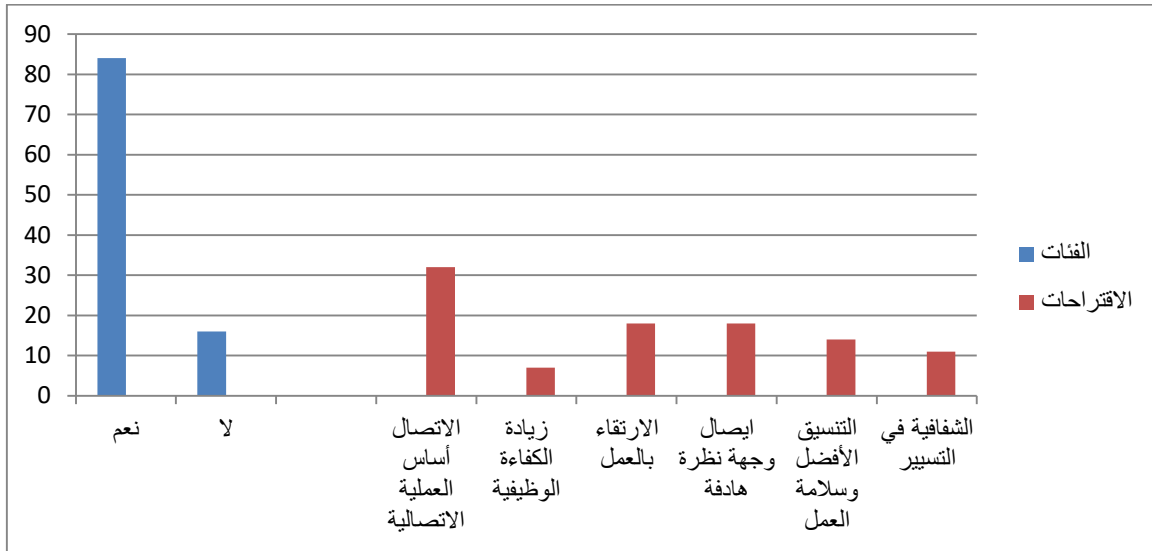
المحور الثاني: البيانات الخاصة بالمؤسسات الإعلامية

أولاً: بيانات خاصة الاتصال والتواصل

جدول رقم 08: يبين توزيع الأفراد العينة على أساس مساهمة الارتقاء في مجال الاتصال والتواصل

على تحقيق إستراتيجية ناجحة

مجالات مساهمة الارتقاء على تحقيق إستراتيجية ناجحة					
النسبة	التكرار	الاقتراحات	النسبة	التكرار	الفئات
32%	09	الاتصال أساس العملية الاتصالية	84%	26	نعم
7%	02	زيادة الكفاءة الوظيفية	16%	5	لا
18%	05	الارتقاء بالعمل	100%	31	المجموع
18%	05	إيصال وجهة نظر هادفة			
14%	04	التنسيق الأفضل وسلامة العمل			
11%	03	الشفافية في التسيير			
100%	28	المجموع			



الشكل رقم 10: يبين توزيع أفراد العينة على مساهمة الارتقاء في مجال الاتصال الإعلام على

تحقيق إستراتيجية ناجحة.

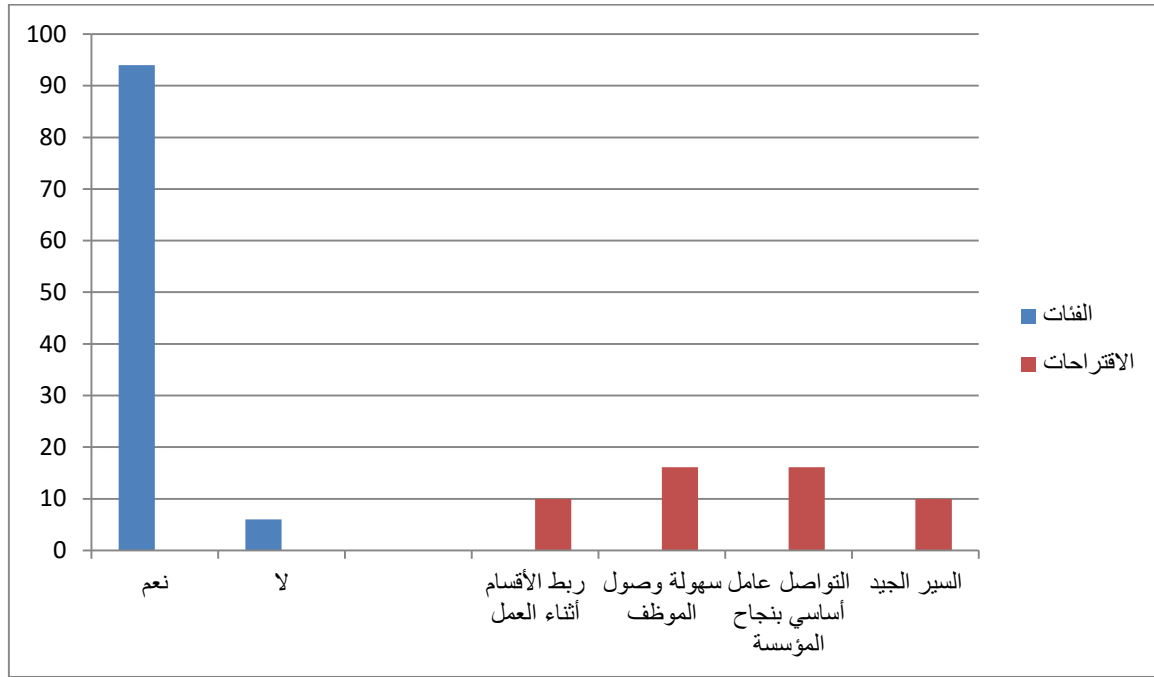
التعليق على الجدول:

نلاحظ من خلال البيانات الإحصائية المتعلقة بالمحور الثاني حول توزيع أفراد العينة على مساهمة الارتقاء في مجال والتواصل لتحقيق إستراتيجية ناجحة 84% من الموظفين صرحوا بأن هناك مساهمة للارتقاء في مجال الاتصال والتواصل بالمؤسسة، في حين أن نسبة 16% من الموظفين صرحوا بأنه لا يوجد مساهمة للارتقاء في مجال الاتصال والتواصل، فمساهمة الارتقاء في مجال الإعلام والاتصال يحقق أهداف المؤسسة ويعمل على زيادة والتفاعل بين عمال المؤسسة وهذا يشير إلى أن مجالات عمل المؤسسات الإعلامية أصبح سريع وارتباط التخصص بالتطوير التكنولوجي فهو يعتبر أن الاتصال أساس العملية الاتصالية داخل المؤسسة حيث قدرت النسبة 32% وهذا يدل على أن المؤسسة تعمل وفق استراتيجيات تابعة لها، ثم هناك فئتين تقدر بـ 18% الموظفين قبل بدأ العمل يخضعون إلى الارتقاء بالعمل وإيصال وجهة نظرها دفة حيث يكتسبوا مهارات تؤهلهم إلى تحقيق أهداف المؤسسة، وهناك فئة أخرى تقدر بـ 14% التنسيق الأفضل وسلامة العمل من الأخطاء

والمنازعات وبالتالي تحقيق مداخل للمؤسسة وبالتالي سهولة العمل وارتقائه وتحقيق مردودية ممتازة، أما الفئة ما قبل الأخيرة فكانت للموظفين الذين صرحوا بالشفافية والتسيير حيث قدرت النسبة بـ 11% أما الفئة الأخيرة الارتقاء يحقق زيادة الكفاءة الوظيفية إذ تقدر نسبتهم بتـ 7% فهم يتعلمونه كيفية العمل داخل المؤسسة وبالتالي زيادة قدراتهم ومعارفهم أكثر حيث تخلق هنا المنافسة بين موظفين المؤسسة، فغن قياس الكفاءة يرجع إلى أن المؤسسة هي التي تقيم الكفاءة في مجال الإعلام داخل المؤسسات الإعلامية، وذلك للنهوض بإستراتيجية المؤسسة.

جدول رقم 09: يبين توزيع الأفراد العينة على أساس أن وظيفة الاتصال ركيزة أساسية للمؤسسة

مؤشرات المبينة على فعالية الاتصال					
النسبة	التكرار	الاقتراحات	النسبة	التكرار	الفئات
10%	03	ربط الأقسام أثناء العمل	94%	29	نعم
16.12%	05	سهولة وصول الموظف	06%	02	لا
16.12%	05	التواصل عامل أساسي بنجاح المؤسسة	100%	31	المجموع
10%	03	السير الجيد			
100%	31	المجموع			



الشكل رقم 11: يبين توزيع أفراد العينة على أساس أن وظيفة الاتصال ركيزة أساسية للمؤسسة

التعليق على الجدول :

من خلال الجدول رقم 09 نلاحظ ان أغلبية المبحوثين صرحوا بان وظيفة الاتصال ركيزة أساسية لمؤسستهم حيث تقدر ب 94% وهذا يدل على التفاعل وتبادل المعارف المكتسبة بين العاملين ، وهذا راجع أيضا لوظيفة المؤسسة الإعلامية التي تقوم بعملية التنسيق بين مختلف أقسام المؤسسة من خلال ما تقدمه من خدمات إعلامية وفق استراتيجيه معينة ، أما بالنسبة للمبحوثين الذين صرحوا بان وظيفة الاتصال ليست ركيزة أساسية للمؤسسة حيث تقدر نسبتهم ب 6% وهذا يدل على ضعف الاحتكاك والتواصل فيما بينهم .

أما بالنسبة للأفراد الذين صرحوا بان وظيفة الاتصال ركيزة أساسية لمؤسستكم فقد أكدوا بان الاتصال وهو الهدف الذي تسعى إليه المؤسسة، وهو عامل أساسي لنجاحها وقد استحوذ على نسبة 48,38% وهو دليل على انه مؤشر مهم في تحسين العلاقة بين العمال والإدارة ، وهو من أكثر ما يرى أن الاتصال يعمل على سهولة وصول الموظف ويعمل على الربط بين الأفراد وموظفي المؤسسة

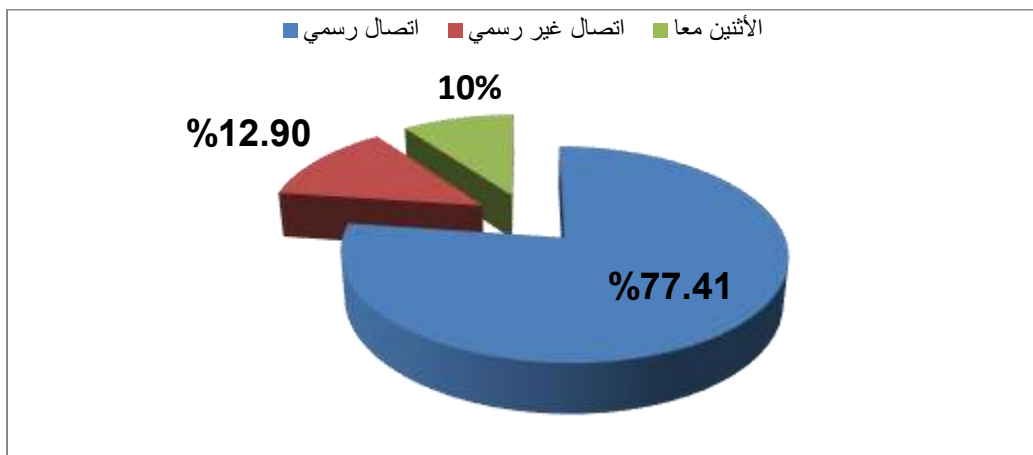
والاحتكاك بهم لنقل المعلومات اذ قدرت نسبتهم ب 16،12% وهذا يدل على أن الاتصال يزيد من فعالية العملية الاتصالية بين أقسام المؤسسة ، وأخيرا تأتي فئتين يرون أن الاتصال يقوم بربط الأقسام أثناء العمل والسير الجيد للعمل قدرت نسبتهم ب 10% .

ومنه فان وظيفة الاتصال ركيزة أساسية في المؤسسة ، فهي تعمل على بلورة الأفكار والمعلومات وخلق جو مناسب للعمل داخل المؤسسة ، وبالتالي تنمية وتفعيل إستراتيجيتها .

جدول رقم 10: يبين توزيع أفراد العينة على أساس طبيعة الاتصال الذي تعتمدون عليه في

مؤسستكم

النسبة	التكرار	الفئات
%77.41	24	اتصال رسمي
%12.90	04	اتصال غير رسمي
%10	03	الأتنين معا
%100	31	المجموع



شكل رقم 12: يبين توزيع أفراد العينة على أساس طبيعة الاتصال الذي تعتمدون عليه في

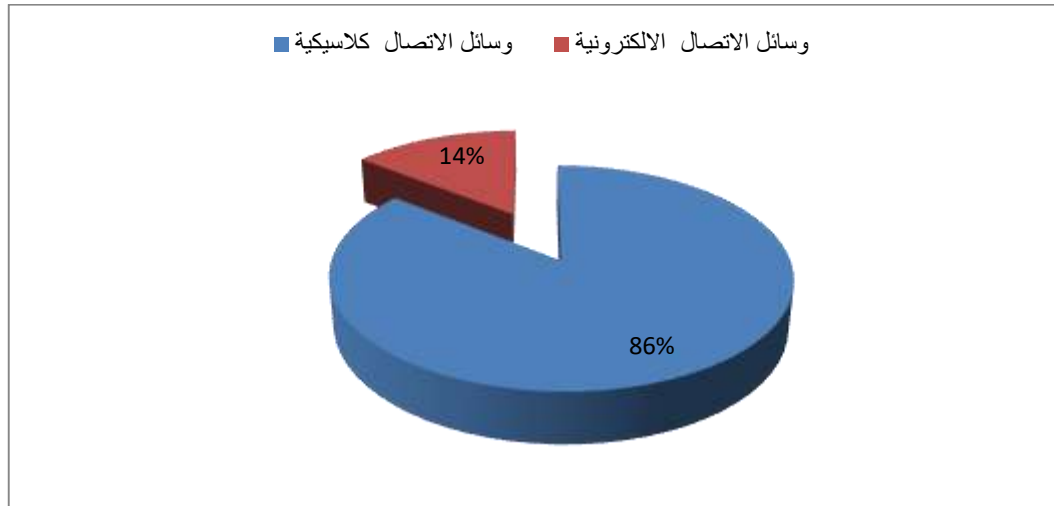
مؤسستكم

التعليق على الجدول :

نلاحظ من خلا الجدول رقم 10 الذي يبين توزيع أفراد العينة على أساس طبيعة الاتصال الذي تعتمد عليه مؤسستكم أن أغلبية أفراد العينة صرحوا بأنه خلال اتصالاتهم يعتمدون على الاتصال الرسمي داخل المؤسسة حيث كانت النسبة ب 41,77% ، حيث أن الاتصال الرسمي يعطي العملية الاتصالية طابع الفعالية داخل المؤسسة ، وهذا راجع لان الاتصال الرسمي هو الاتصال الذي يكون في إطار الأسس والقواعد التي تحكم المؤسسة ، وهذا ما يجعله يتغلب على كل أنواع المعوقات الاتصالية ، في حين نلاحظ أن الاتصال الغير الرسمي الذي يساعدهم على تحقيق عملياتهم الاتصالية ، دون أي معوقات أو تشويش وبالتالي السرعة في نقل المعلومة بصورة واضحة ، أما الفئة الأخيرة صرحت بطبيعة الاتصال الرسمي والغير الرسمي معا بنسبة قدرت 10% كونهم معتمدين على الاتصال الرسمي أكثر من الاتصال غير الرسمي .

جدول رقم 11: يبين توزيع أفراد العينة على أساس وسائل الاتصال المعتمدة في مؤسستكم

النسبة	التكرار	الفئات
51.92%	27	وسائل اتصال كلاسيكية
48.07%	25	وسائل الاتصال الالكترونية
100%	52	المجموع



شكل رقم 13: يبين توزيع أفراد العينة على أساس وسائل الاتصال المعتمدة في مؤسستكم

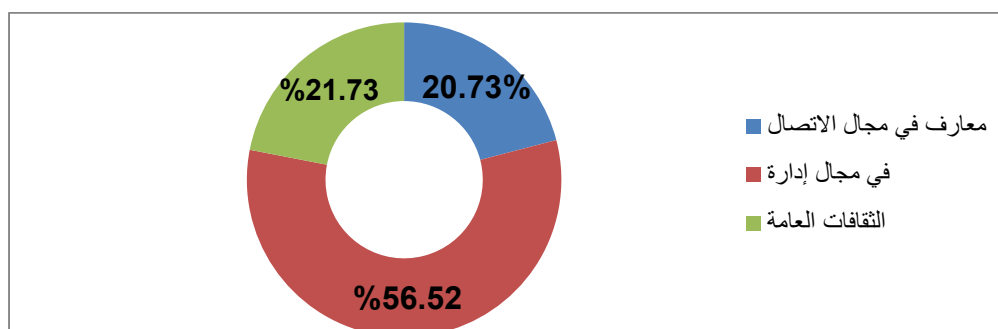
التعليق على الجدول :

من خلال الجدول رقم 11 الذي يبين توزيع أفراد العينة على أساس وسائل الاتصال المعتمدة في مؤسستكم ، فمن خلال تصريحات الموظفين نرى بان اعلى نسبة قدرت ب 92,51% حيث أنها تشير إلى اغلب الوسائل المعتمدة داخل المؤسسة هي وسائل الاتصال الكلاسيكية ، أما بالنسبة للثانية فكانت للموظفين الذين صرحوا بان وسائل الاتصال المعتمدة في المؤسسة هي وسائل الاتصال الالكترونية حيث قدرت النسبة ب 07,48% وهذا راجع لضعف استخدام الوسائل الالكترونية داخل المؤسسة .

من هنا نلاحظ بان إذاعة الطارف الجهوية والمؤسسات الإعلامية الأخرى تعتمد في اغلبها على وسائل الاتصال الكلاسيكية بالإضافة إلى استعمال الموظفين لوسائل اتصال الكترونية بنسبة معتبرة .

جدول رقم 12: يبين توزيع أفراد العينة على أساس المعارف التي اكتسبتها في المؤسسة

النسبة	التكرار	الفئات
20.73%	10	معارف في مجال الاتصال
56.52%	26	في مجال إدارة
21.73%	10	الثقافات العامة
100%	52	المجموع



شكل رقم 14: يبين توزيع أفراد العينة على أساس المعارف التي اكتسبتها في المؤسسة

التعليق على الجدول :

من خلال الجدول رقم 12 الذي يبين توزيع أفراد العينة على أساس المعارف التي اكتسبتها في المؤسسة ، نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة يرون بان المعارف التي اكتسبوها في المؤسسة هي معارف في مجال الإدارة ، حيث قدرت النسبة ب 56,52% وهذا يدل على أن معظم الموظفين هم جدد وخريجي جامعات ، وان هذه المعارف تساعد الموظف على تأهيله ونجاحه ورفع مستوى قدراته ، إن مختلف الموظفين بالمؤسسة قد اكتسبوا معارف متفاوتة وهذا راجع للاقدمية والخبرة أيضا ، حيث أن هناك تساوي في النسب حيث قدرت النسبة ب 21,73% للموظفين الذين صرحوا بان المعارف التي

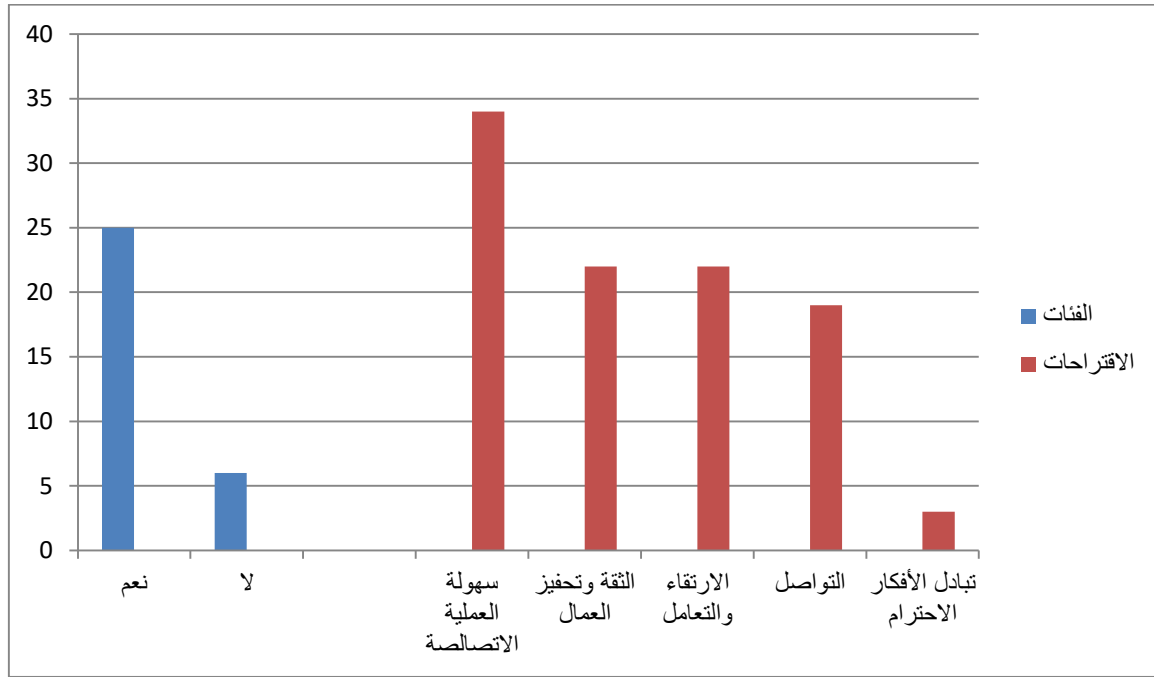
اكتسبها كانت في مجال الثقافات العامة والاتصال ، حيث أن هذه المؤشرات تدل على أن الاتصال يزيد من فعالية سير العمل داخل المؤسسة .

ومنه يمكن القول أن المؤسسات الإعلامية وخاصة إذاعة الطارف الجهوية تجسد لهم صورة المؤسسة ، وكذلك أهدافها وقوانينها الداخلية والخارجية أن كل هذه المؤشرات إن دلت على شيء فهي تدل على مدى الدور الذي تلعبه المؤسسات الإعلامية في تحقيق النمو والتقدم ن والتطلع لتحسين العمل وتوفير جو مناسب للعمل .

جدول رقم 13 يبين توزيع أفراد العينة حسب المعارف المكتسبة في مجال الاتصال تساعد على

تطوير قدراتك وإمكانياتك

المعارف المساعدة على اكتساب إمكانيات الفرد					
النسبة	التكرار	الاقتراحات	النسبة	التكرار	الفئات
34%	11	سهولة العملية الاتصالية	81%	25	نعم
22%	07	الثقة وتحفيز العمال	19%	6	لا
22%	07	الارتقاء والتعامل	100%	31	المجموع
19%	06	التواصل			
03%	01	تبادل الأفكار الاحترام			
100%	32	المجموع			



شكل رقم 15: يبين توزيع أفراد العينة حسب المعارف المكتسبة في مجال الاتصال تساعد على

تطوير قدراتك وإمكانياتك

التعليق على الجدول

من خلال الجدول رقم 13 نلاحظ بأن أغلبية الباحثين صرحوا بأن المعارف المكتسبة في مجال الاتصال تساعد على تطوير القدرات والإمكانيات، حيث قدرت النسبة بـ 81% وهذا يدل على المساهمة في الارتقاء بمكانة المؤسسة، أما الباحثين الذين نقوا بأن المعارف في مجال الاتصال تساعد على تطوير القدرات والإمكانيات تقدر نسبتهم بـ 19% وهي نسبة صغيرة مقارنة مع الفئة الأخرى، وهذا يعني ان هذه الفئة لم تكتسب معارف في أقال التخصص الجامعي لديهم يختلف عن بعضهم البعض، أما بالنسبة للأفراد الذين يرون بأن المعارف المكتسبة في مجال الاتصال تساعد على تطوير القدرات والإمكانيات لديهم وهذا دليل على سهولة العملية الاتصالية داخل أقسام المؤسسة حيث قدرت النسبة بـ 34% فهذا يساعد على إثراء الرصيد المعرفي، مما يؤدي إلى الثقة وتحفيز العمال

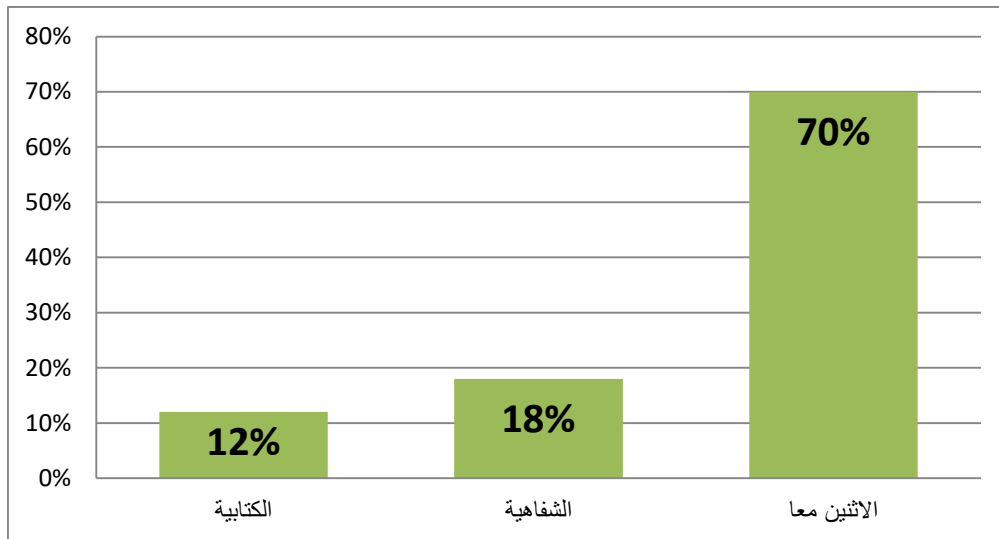
والارتقاء والتعامل بنسبة 22%، وهناك من يرى بأنها تساهم في التواصل داخل المؤسسة بنسبة 19%، وهناك من يرى بأنها تبادل الأفكار والاحترام وهذا بنسبة 3%.

ومنه نستنتج أنه من الضروري يكون هناك تفاعل بين القائمين بالاتصال والتواصل داخل المؤسسة، حتى ينسني لهم تبادل المعارف المكتسبة في مجال الاتصال وبالتالي تساعدهم على تطوير القدرات وتنمية وتفعيل إستراتيجية المؤسسة.

جدول رقم 14: يبين توزيع أفراد العينة حسب الطرق المعتمدة في توصيل المعلومات داخل

المؤسسة

النسبة	التكرار	الفئات
%12	04	الكتابية
%18	06	الشفاهية
%70	24	الأثنين معا
%100	34	المجموع



شكل رقم 16: يبين توزيع أفراد العينة حسب الطرق المعتمدة في توصيل المعلومات داخل

المؤسسة.

التعليق على الجدول

نلاحظ من خلال الجدول رقم 14 أن معظم الباحثين أدلو بأن الطرق المعتمدة في توصيل المعلومات داخل المؤسسة هي الكتابية والشفاهية معا، وقدرت النسبة بـ 70% وهذا دليل على الاتصال الفعال بين العمال والاحتكاك الإيجابي بينهم في إطار العمل أو خارج العمل، إن كثرة مهام

وظائف الإدارة فرض عليها هذا الجانب مما يدل على مدى نجاح هذا الأسلوب في توصيل المعلومات، أما الفئة الثانية قدرت النسبة بـ 18% وهذا يدل على مدى تفاهم العمال في ما بينهم والعمل والمدير وأن العلاقات مبنية على الثقة والاحترام المتبادل .

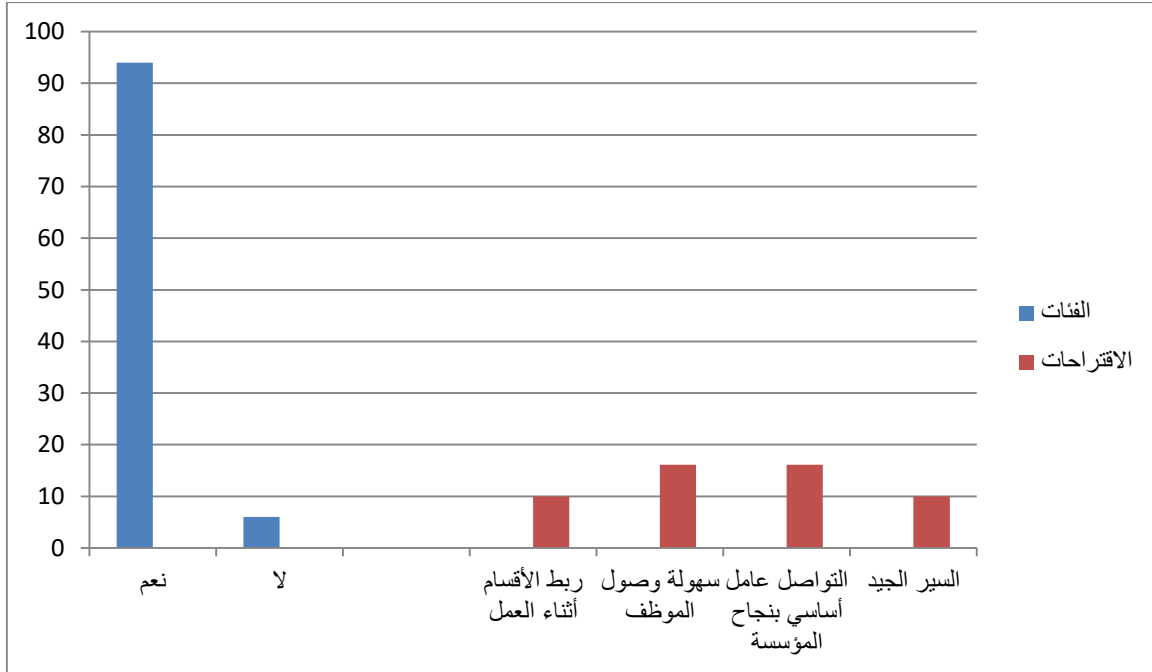
أما الفئة الثالثة قدرت النسبة فيها بـ 12% وهذا يدل على أن الطرق المعتمدة في توصيل المعلومات هي الطريقة الكتابية، هذا راجع إلى طبيعة العمل في هذا القطاع تستوجب حفظ المعلومات وكذلك يجب أن تكون المعلومات الخاصة بالعمل موثقة ومكتوبة رسمية موجهة للعامة داخل المؤسسة ومنه نستنتج أن الطريقة الأكثر سيطرة في توصيل المعلومات داخل المؤسسة هي الكتابية والشفاهية معا.

ثانيا: بيانات خاصة بالإعلام والتخطيط الإعلامي.

جدول رقم 15 : يبين توزيع أفراد العينة حسب البرامج الإعلامية التحسيسية والنوعية تعمل على

ترقية العنصر البشري

البرامج المساعدة على الترقية البشرية					
النسبة	التكرار	الاقتراحات	النسبة	التكرار	الفئات
%30.95	13	عبارة عن ملتقيات	%80.64	25	نعم
%23.80	10	مطويات تحتوي على توصيات	%19.35	6	لا
%45.23	19	حملات تحسيسية	%100	31	المجموع
%100	42	المجموع			



شكل رقم 17: يبين توزيع أفراد العينة حسب فوائد البرامج الإعلامية التحسيسية والنوعية داخل

المؤسسة.

التعليق على الجدول

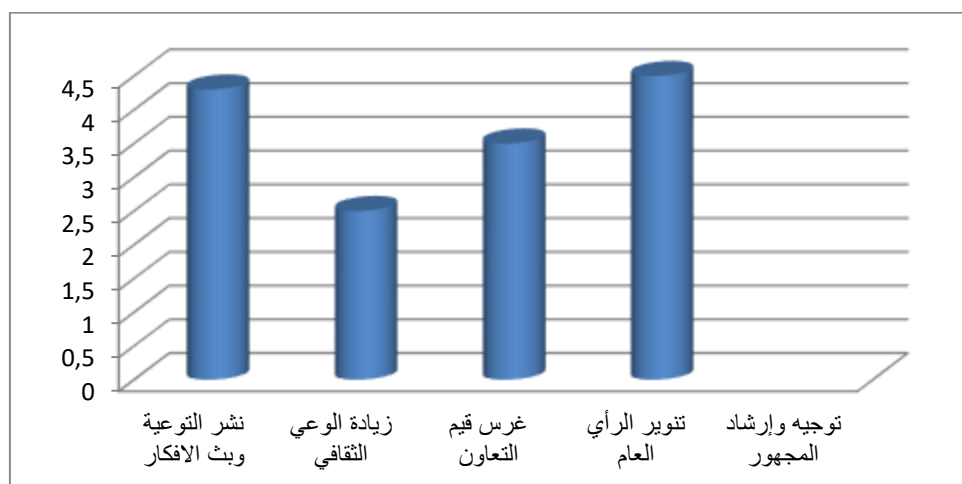
من خلال الجدول رقم 15 نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة صرحوا بأن هناك برامج إعلامية تحسيسية وتوعوية على ترقية ثقافة العنصر البشري حيث قدرت النسبة بـ 80.64%، في حين يرى بقية المبحوثين أنه لا يوجد هناك برامج إعلامية تحسيسية وتوعوية تعمل على ترقية ثقافة العنصر البشري وكانت النسبة 19.35% وهذا يدل على عدم اكتساب الفرد خبرة مهارة في ميدان عمله، لذلك أكدوا أفراد العينة في الاستناد على الحملات التحسيسية وكانت النسبة 45.23%، أما الأخرى عبارة عن ملتقيات مقدرة بنسبة 30.95% أما الفئة الأخيرة ترى أن هذه البرامج الإعلامية عبارة عن مطويات تحتوي على توصيات و قدرت النسبة بـ 23.80% وبالتالي للتحفيز وارتقاء الموظف في عمله والعمل على ترقية ثقافته.

ومنه يمكن الاستنتاج أن البرامج الإعلامية التحسيسية والتوعوية تعمل على ترقية ثقافة العنصر البشري، باعتباره العنصر الأساس في عملية تنمية المجتمع المحلي.

جدول رقم 16: يبين توزيع أفراد العينة على أساس فوائد البرامج الإعلامية التوعوية

التحسيسية داخل المؤسسة

النسبة	التكرار	الفئات
32.25%	10	نشر التوعية وبث الافكار
29.03%	9	زيادة الوعي الثقافي
16.12%	5	غرس قيم التعاون
12.90%	4	تنوير الرأي العام
6.67%	3	توجيه وإرشاد الجمهور
100%	31	المجموع



شكل رقم 18: يبين توزيع أفراد العينة على أساس فوائد البرامج الإعلامية التوعوية التحسيسية

داخل المؤسسة.

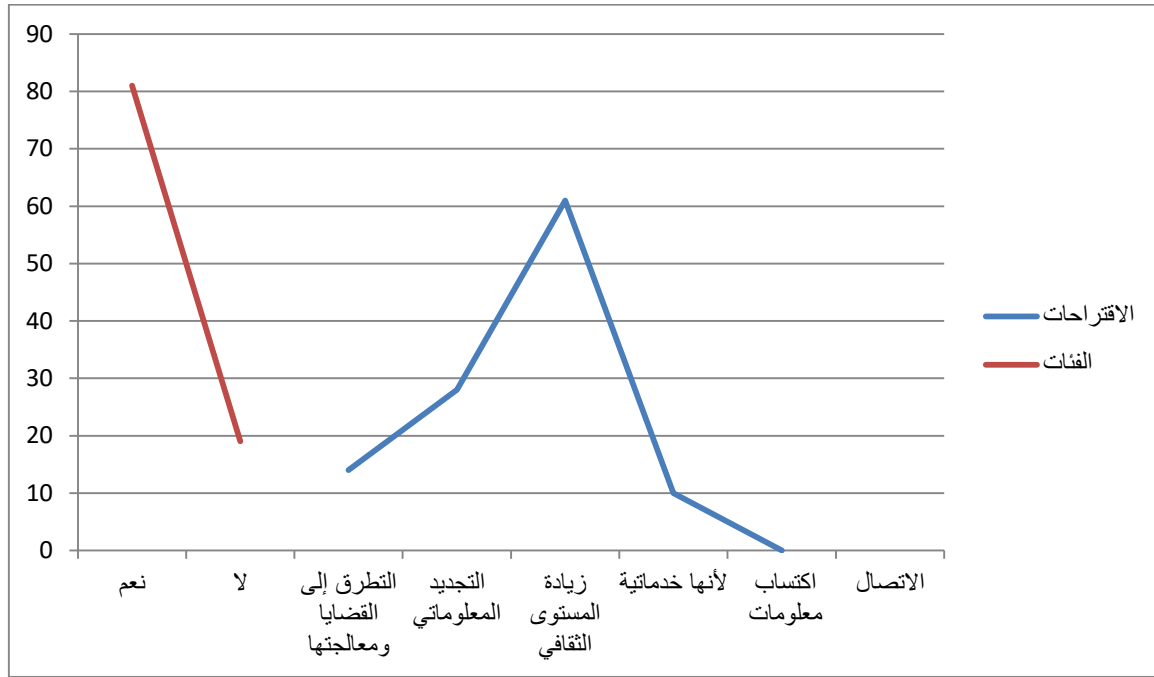
التعليق على الجدول

من خلال المعطيات الإحصائية التالية نلاحظ أغلبية أفراد العينة صرحوا بأن فوائد البرامج الإعلامية التوعوية التحسيسية تساهم بنشر التوعية وبتث الأفكار حيث قدرت النسبة بـ 32.25% هذا يدل على دور الأفراد داخل المؤسسة، أما في ما يخص زيادة الوعي الثقافي فكانت النسبة 29.03% وهذا يدل على إستراتيجية المؤسسة المتبعة في رفع قدرات ومهارات عمالها وإعطائهم فرص، أما في حين ترى فوائد البرامج الإعلامية التوعوية والتحسيسية تساهم في غرس قيم التعاون بنسبة 16.12 التحسيسية وهذا راجع إلى العادات والتقاليد المستدام عليها داخل المؤسسة، كما نلاحظ أيضا نسبة 12.90 التحسيسية من أفراد العينة صرحوا بأن فوائد البرامج الإعلامية توعوية والتحسيسية تعمل على تنوير الرأي العام، وذلك راجع على توجيه وإرشاد الجمهور أيضا من خلال المعطيات أن هذه الفوائد تعمل على توجيه وإرشاد الجمهور بنسبة بـ 6.67 التحسيسية وهذا يدل على ضعف الاحتكاك بين عمال المؤسسة.

جدول رقم 19 : يبين توزيع أفراد العينة حسب هدف هذه البرامج الإعلامية النوعية والتحسيسية

إلى إضافة معلومات وخبرات تساعد على الارتقاء والتقدم بمستوى العامل داخل المؤسسة.

الإضافات المعلوماتية من طرف البرامج المقدمة المساعدة					
على الرفع من مستوى العامل					
النسبة	التكرار	الاقتراحات	النسبة	التكرار	الفئات
%14	04	التطرق إلى القضايا ومعالجتها	% 81	25	نعم
%28	08	التجديد المعلوماتي	%19	6	لا
%61	03	زيادة المستوى الثقافي	%100	31	المجموع
%10	03	لأنها خدماتية			
%24	07	اكتساب معلومات			
%14	04	الاتصال			
%100	29	المجموع			



الشكل رقم 20: يبين توزيع أفراد العينة على أساس أن البرامج التوعوية والتحسيسية تهدف إلى

إضافة معلومات وخبرات تساعد على الارتقاء بمستوى العامل داخل المؤسسة.

التعليق على الجدول

من خلال الجدول رقم 17 نلاحظ أن أغلبية المبحوثين صرحوا بأن البرامج الإعلامية والتوعوية والتحسيسية تهدف إلى إضافة معلومات وخبرات تساعد على الارتقاء بمستوى العامل داخل المؤسسة، حيث تقدر النسبة بـ 81%، في حين يرى بقية المبحوثين بأن البرامج الإعلامية والتوعوية والتحسيسية لا تهدف إلى إضافة معلومات وخبرات تساعد على الارتقاء بمستوى العامل داخل المؤسسة وكانت النسبة 10% وهذا يدل على أن برامجهم كانت مناسبة لطبيعة عملهم ويتلامم بشكل مع الوظائف المسندة إليهم وذلك يهدف وضع الرجل المناسب في المكان المناسب، وهذا ما أكدوه أفراد العينة بأن التجديد المعلوماتي جيد ومهم وكانت النسبة 28% لأنه يكسب الفرد خبرة في مجال عمله ويعمل على اكتساب المعلومات وكانت النسبة 4.13% في حين هناك من يرى بأن المؤسسة مسؤولة على العامل في التطرق إلى القضايا ومعالجتها والاتصال بها وكانت النسبة في تساوي قدرت بـ

14%، أما الفئة الأخير متساوية النسبة ترى أن هذه البرامج الإعلامية تهدف إلى زيادة المستوى الثقافي ولأنها خدماتية وقدرت بـ 10% وبالتالي تحقيق الكفاءة الوظيفية، والارتقاء بمستوى العامل داخل المؤسسة.

ومنه يمكن القول أن البرامج الإعلامية التوعوية والتحسيسية من أهم البرامج لأنها تهدف إلى إضافة خبرات ومهارات وتوسيع نطاق المعرفة للعامل وبالتالي الارتقاء بمستوى العامل داخل المؤسسة.

جدول رقم 18 : يبين توزيع أفراد العينة حسب وجود فرص للتدريب في المجال الإعلامي والاتصالي في المؤسسة.

نوع الفرص التدريبية داخل المؤسسة					
النسبة	التكرار	الاقتراحات	النسبة	التكرار	الفئات
13%	04	غيا بالوسائل المتطورة	74.19%	23	نعم
35%	11	تنظيم دورات ندوية	25.80%	08	لا
45%	14	التكوين	100%	31	المجموع
06%	02	التخطيط الإعلامي			
100%	29	المجموع			



الشكل 20: يبين بتوزيع أفراد العينة على أساس أن هناك فرص للتدريب في مجال الإعلامي

والاتصالي في مؤسسة

التعليق على الجدول

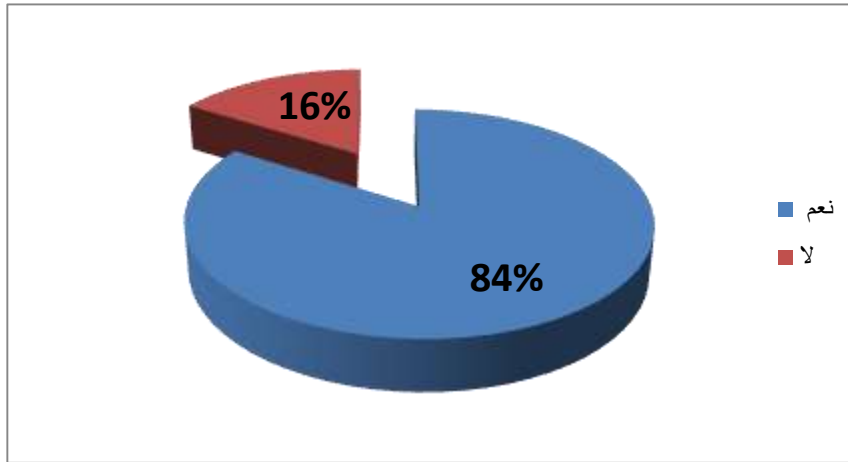
من خلال الجدول رقم 18 الذي يبين توزيع أفراد العينة على أساس وجود فرص للتدريب في المجال الإعلامي والاتصال في المؤسسة، فمن خلال تصريحات الموظفين نرى بأن أعلى نسبة قدرت بـ 74.19% حيث أنها تشير إلى أن أغلب الموظفين يؤكدون على وجود فرص للتدريب في المجال الإعلامي والاتصالي داخل المؤسسة الإعلامية - إذاعة الطارف الجهوية -، في حين نلاحظ أن النسبة الثانية كانت للموظفين الذين صرحوا بأنهم لا توجد داخل المؤسسة الإعلامية فرص للتدريب في المجال الإعلامي والاتصالي بنسبة قدرت بـ 25.80%.

من هنا نلاحظ بأن الموظفين يتمتعون بوجود فرص للتدريب في المجال الإعلامي والاتصالي فهو يعمل على تنظيم دورات تدريبية حيث قدرت النسبة بـ 35% وهذا يدل على أن المؤسسة تعمل وفق مبدأ التكوين بنسبة قدرت بـ 45% وذلك لاكتساب مهارات وخبرات تؤهلهم إلى تحقيق أهداف

المؤسسة وهناك فئة أخرى قدرت بـ 6% وبالتالي فإن قياس فرص التدريب داخل المؤسسة يؤثر بدوره على تنمية القيم الثقافية لدى المجتمع المحلي.

جدول رقم 19: يبين توزيع أفراد العينة حسب تطبيق المؤسسة أسلوب التخطيط الإعلامي في جميع عملياتها وأنشطتها.

النسبة	التكرار	الفئات
84%	26	نعم
16%	05	لا
100%	31	المجموع



شكل رقم 21: يبين توزيع أفراد العينة حسب تطبيق المؤسسة أسلوب التخطيط الإعلامي في جميع عملياتها وأنشطتها.

التعليق على الجدول

نلاحظ من خلال الجدول رقم 19 أن أغلبية أفراد العينة يميلون إلى تطبيق أسلوب التخطيط الإعلامي في جميع أنشطتهم وعملياتهم، وهذا يدل على أن المؤسسة تقوم بتسيير عملياتها وفق خطط

مدروسة ومحكمة وكانت النسبة مقدرة بـ 84 %، أما الفئة الثانية قدرت النسبة بـ 16% وهذا يعني بأن أسلوب التخطيط الإعلامي غير متبع وهذا إن دل على شيء فهو يدل على ضعف التواصل بين العمال داخل المؤسسة قلة والاحتكاك بهم، وهذا راجع إلى أن هؤلاء الفئة معظمهم عمال جدد لم يتعرفوا بعد على طريقة تسير عمل المؤسسة وقوانينها الداخلية.

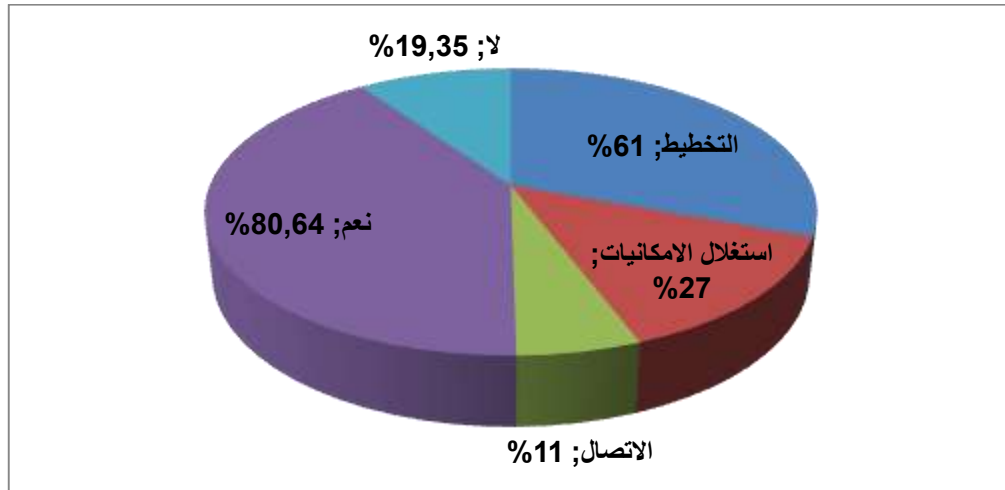
نستنتج من خلال هذه النتائج الإحصائية أن المؤسسات الإعلامية "إذاعة الطارف الجهوية" وظيفة

إدارية تعمل بفاعلية ونشاط لتطبيق التخطيط الإعلامي وبالتالي تحقيق أهدافها

جدول رقم 20 يبين توزيع أفراد العينة على أساس ان التخطيط الإعلامي توظيف الإمكانيات

المادية والبشرية والإعلامية من اجل تحقيق أهداف المؤسسة .

وظيفة التخطيط الإعلامي كتوظيف الإمكانيات المادية والبشرية					
النسبة	التكرار	الاقتراحات	النسبة	التكرار	الفئات
61%	11	التخطيط	80.64%	25	نعم
27%	05	استغلال الإمكانيات	19.35%	06	لا
11%	02	الاتصال	100%	31	المجموع
100%	18	المجموع			



جدول رقم 22: يبين توزيع أفراد العينة على أساس ان التخطيط الإعلامي لتوظيف الإمكانيات

المادية والبشرية والإعلامية من اجل تحقيق أهداف المؤسسة .

التعليق على الجدول :

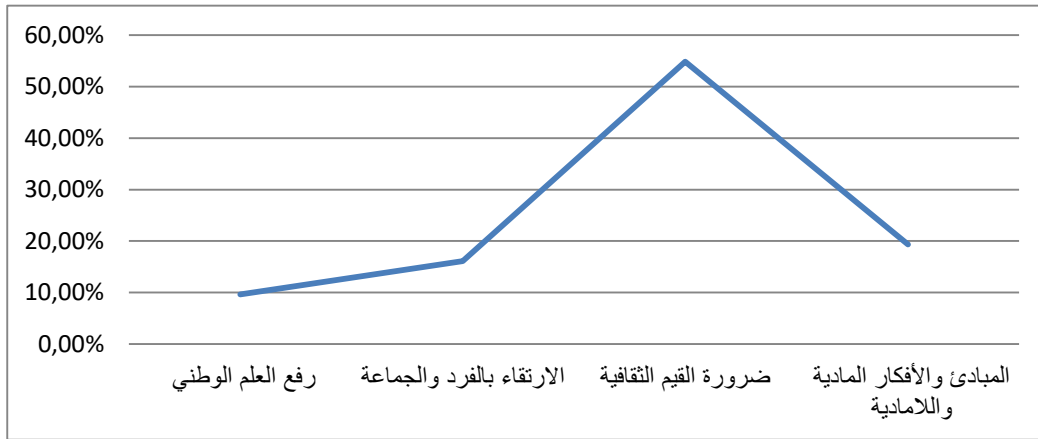
من خلال الجدول رقم 20 الذي يبين توزيع أفراد العينة على أساس أن التخطيط الإعلامي لتوظيف الإمكانيات المادية والبشرية والإعلامية من اجل تحقيق أهداف المؤسسة، فمن خلال تصريحات الموظفين نرى أن أعلى نسبة قدرت ب 80,64% حيث أنها تشير إلى أن اغلب الموظفين في المؤسسة الإعلامية يعملون على أساس التخطيط الإعلامي وذلك من، فهو يسهل على العمال القيام بالأعمال داخل المؤسسة وهذا ما قدر بنسبة 61% وهذا يدل على أن المؤسسة تعمل وفق خطط واستراتيجيات تابعة لها ، ثم هناك فئة أخرى تقدر ب 27% وهم الموظفين الذين يعملون على استغلال الإمكانيات المتوفرة داخل المؤسسة، أما الفئة الأخيرة تقدر نسبتهم ب11% وهذا يدل على إن المؤسسة تعمل وفق خطط واستراتيجيات تابعة لها، ثم هناك فئة أخرى تقدر ب 27% وهم الموظفين الذين يعملون على استغلال الإمكانيات المتوفرة داخل المؤسسة، أما الفئة الأخيرة تقدر نسبتهم ب 11% فهم يعتبرون أن الاتصال هو الأساس في عملية التخطيط الإعلامي والاتصالي وذلك من اجل تحقيق أهداف المؤسسة .

المحور الثالث: البيانات الخاصة بتنمية القيم الثقافية لدى المجتمع المحلي.

أولاً : بيانات خاصة بالقيم الثقافية .

جدول رقم 21 : يبين توزيع أفراد العينة على أساس معنى القيمة الثقافية بالنسبة للفرد .

النسبة	التكرار	الاقتراحات
%9.67	03	رفع العلم الوطني
%16.12	05	الارتقاء بالفرد والجماعة
%54.83	17	ضرورة القيم الثقافية
%19.35	06	المبادئ والأفكار المادية واللامادية
%100	31	المجموع



شكل رقم 23 : يبين توزيع أفراد العينة على أساس معنى القيمة الثقافية بالنسبة للفرد .

التعليق على الجدول :

من خلال الجدول 21 الذي يبين توزيع أفراد العينة على أساس معنى القيم الثقافية بالنسبة للفرد

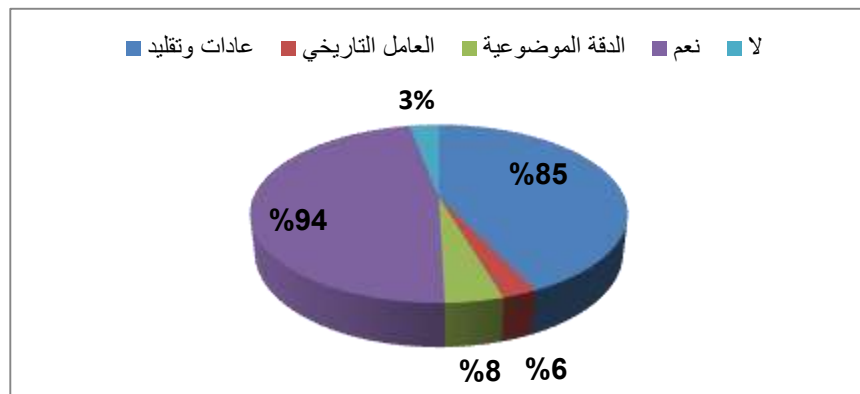
فمن خلال تصريحات الموظفين نرى بان أعلى نسبة قدرت ب 54,83% حيث أنها تشير إلى ضرورة

القيم الثقافية بالنسبة للفرد داخل المؤسسة الإعلامية .

إذاعة الطارف الجهوية ، في حين نلاحظ ان النسبة الثانية كانت للموظفين الذين صرحوا بضرورة المبادئ والأفكار المادية واللامادية بالنسبة للموظفين وذلك بنسبة 19,35% ، في حين هناك من يرى بان المؤسسة تعتمد في فهم القيم الثقافية وذلك من اجل الارتقاء بالفرد والجماعة وذلك بنسبة قدرت ب 16,12% ، أما الفئة الأخيرة ترى بان معنى القيم الثقافية بالنسبة للفرد يندرج في رفع العلم الوطني بنسبة قدرت ب 9,67% ومنه نستنتج بان معنى القيم الثقافية بالنسبة للفرد داخل مؤسسة الدراسة يهدف إلى ضرورة القيم الثقافية وكذلك الارتقاء بالفرد والجماعة .

جدول رقم 22 : يبين توزيع أفراد العينة على أساس أن المؤسسة تؤمن بما يعرف بثقافة الفرد .

ثقة المؤسسة بثقافة الفرد والمجتمع					
النسبة	التكرار	الاقتراحات	النسبة	التكرار	الفئات
85%	17	عادات وتقاليد	94%	29	نعم
05%	01	العامل التاريخي	06%	02	لا
8.33%	02	الدقة والموضوعية	100%	31	المجموع
100%	20	المجموع			



كل رقم 24 : يبين توزيع أفراد العينة على أساس ان المؤسسة تؤمن بما يعرف بثقافة الفرد .

التعليق على الجدول :

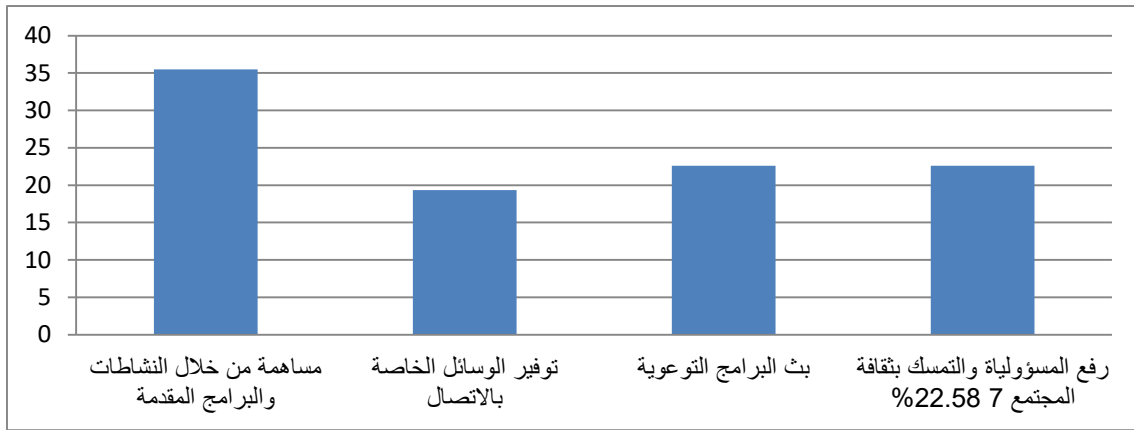
من خلال الجدول رقم 22 الذي يبين توزيع أفراد العينة على أساس إيمان المؤسسة بما يعرف بثقافة الفرد ، فمن خلال تصريحات الموظفين نرى بان أعلى نسبة قدرت ب 94% ، حيث أنها تشير إلى إيمان المؤسسة بثقافة الفرد ، فحين نلاحظ ان النسبة الثانية تشير إلى الأفراد الذين أجابوا بلا يوجد إيمان وقدرت نسبتهم ب 6% ، وهذا من خلال عادات وتقاليد المؤسسة قدرت بنسبة 85% وهذا ما على اهتمام الإذاعة على عادات وتقليد الفرد ، بالإضافة إلى العامل التاريخي الذي يقدر بنسبة 5% أما الأخيرة هي الدقة والموضوعية التي تمثل بنسبة 8,33% .

ومنه نستنتج أن ناين المؤسسة متوقف على عادات وتقاليد الأفراد وهذا ما ينعكس على تنمية القيم الثقافية لدى المجمع المحلي .

الجدول رقم 23 : يبين توزيع أفراد العينة على أساس كيفية مساهمة المؤسسة بالارتقاء بالثقافات

الفرعية المتواجدة داخل وخارج المؤسسة .

النسبة	التكرار	الفئات
35.48%	11	مساهمة من خلال النشاطات والبرامج المقدمة
19.35%	06	توفير الوسائل الخاصة بالاتصال
22.58%	7	بث البرامج التوعوية
22.58%	7	رفع المسؤوليات والتمسك بثقافة المجتمع
100%	31	المجموع



شكل رقم 25 : يبين توزيع أفراد العينة على أساس كيفية مساهمة المؤسسة بالارتقاء بالثقافات

الفرعية المتواجدة داخل وخارج المؤسسة .

التعليق على الجدول :

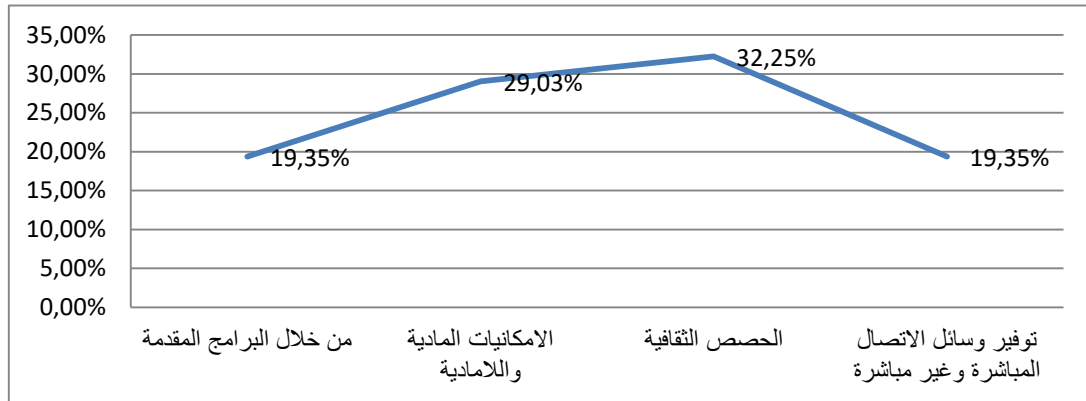
من خلال الجدول رقم 23 الذي يبين توزيع أفراد العينة على أساس مساهمة المؤسسة في الارتقاء بالثقافات الفرعية المتواجدة داخلها وخارجها ، فمن خلال تصريحات الموظفين نرى بان أعلى نسبة قدرت ب 35،48% حيث أنها تشير إلى مدى مساهمة المؤسسة في الارتقاء بالثقافات الفرعية وذلك من خلال النشاطات والبرامج المقدمة ، في نرى النسبة الثاني تقدر ب 22،58% كانت متعلقة بالموظفين الذين بضرورة بث البرامج التوعوية ، أما الفئة الأخيرة فهي تؤكد على توفير الوسائل الخاصة بالاتصال وذلك بنسبة قدرت ب 19،35% .

ومن هنا نلاحظ بان المؤسسة تعمل على المساهمة في الارتقاء بالثقافات الفرعية المتواجدة بداخلها وخارجها من خلال النشاطات والبرامج التوعوية وذلك من اجل الوصول إلى أهداف المؤسسة وتنمية قيمها الثقافية .

جدول رقم 24 : يبين توزيع أفراد العينة على أساس الإمكانيات التي تعدها مؤسستكم من اجل

المساهمة في الارتقاء بالقيم الثقافية .

النسبة	التكرار	الفئات
%19.35	06	من خلال برامج المقدمة .
%29.03	9	الإمكانيات المادية واللامادية
%32.25	10	الحصص الثقافية
%19.35	06	توفير وسائل الاتصال المباشرة وغير مباشرة
%100	31	المجموع



شكل رقم 26 : يبين توزيع أفراد العينة على أساس الإمكانيات التي تعدها مؤسستكم من اجل

المساهمة في الارتقاء بالقيم الثقافية .

التعليق على الجدول :

من خلال الجدول 24 الذي يبين توزيع أفراد العينة على أساس الإمكانيات التي تعدها المؤسسة

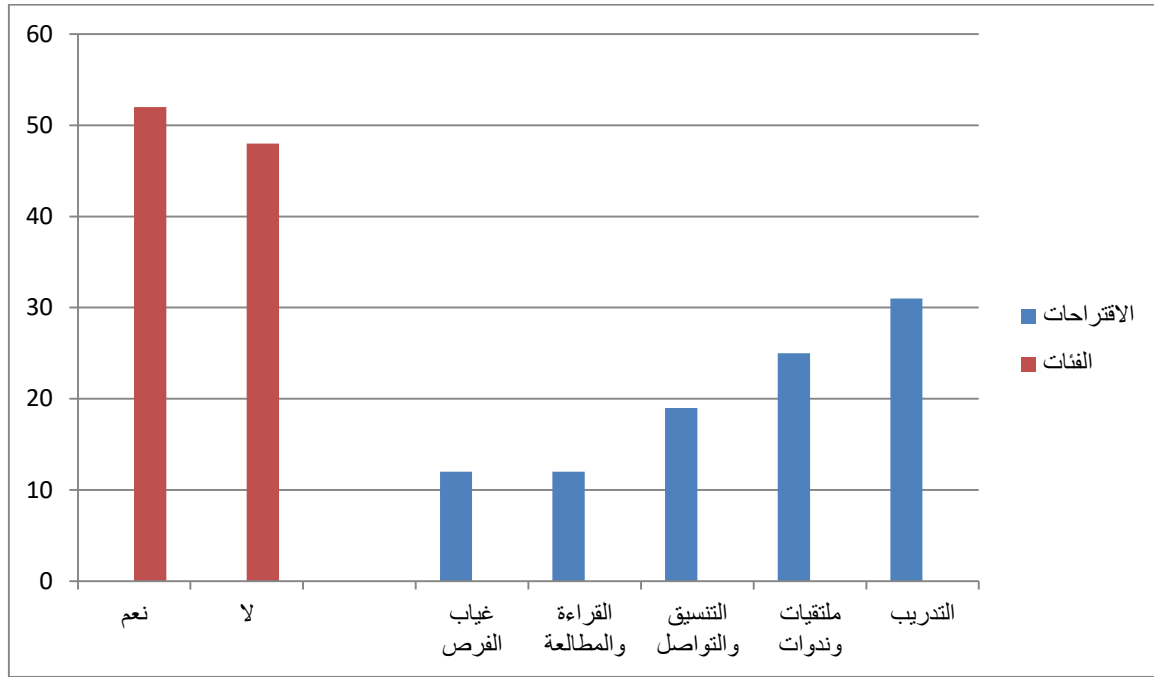
من اجل المساهمة في الارتقاء بالقيم الثقافية ، فمن خلال إجابات وتصريحات الموظفين إن أعلى

نسبة قدرت ب 32,25% حيث أنها تشير إلى أن الموظفين يؤكدون على ان الحصص الثقافية تساهم في الارتقاء بمستوى القيم الثقافية، إما النسبة الثانية فكانت للموظفين الذين صرحوا بضرورة الإمكانيات المادية واللامادية في الارتقاء بالقيم الثقافية بنسبة قدرت ب 29,03%، أما الفئة الثانية والأخيرة والمقدرة بنسبة 19,35% تؤكد على مساهمة المؤسسة في الارتقاء بقيمها من خلال برامجها المقدمة. وهنا نلاحظ إن المساهمة في الارتقاء القيم الثقافية من خلال الحصص الثقافية والإمكانيات المادية واللامادية كأساس من أسس المؤسسة الإعلامية.

جدول رقم 25 : يبين توزيع أفراد العينة على أساس ان هناك فرص للتدريب في مجال المساهمة

في الارتقاء بالقيم الثقافية .

مساهمة فرص التدريب في الارتقاء بالقيم الثقافية لدى الفرد والمجتمع					
النسبة	التكرار	الاقتراحات	النسبة	التكرار	الفئات
12%	02	غياب الفرص	52%	16	نعم
12%	02	القراءة والمطالعة	48%	15	لا
19%	03	التنسيق والتواصل	100%	31	المجموع
25%	04	ملتقيات وندوات			
31%	05	التدريب			
100%	16	المجموع			



شكل رقم 27 : يبين توزيع أفراد العينة على أساس أن هناك فرص للتدريب في مجال المساهمة في

الارتقاء بالقيم الثقافية .

التعليق على الجدول :

من خلال الجدول 25 الذي يبين توزيع أفراد العينة على أساس وجود فرص للتدريب في مجال المساهمة بالارتقاء بالقيم الثقافية ، فمن خلال تصريحات الموظفين نرى بان أعلى نسبة قدرت ب 52% حيث أنها تشير إلى نسبة الموظفين الذين يؤكدون على وجود فرص للتدريب في المؤسسة، في حين نلاحظ ان النسبة الثانية كانت للموظفين الذين صرحوا بعدم وجود فرص للتدريب في مجال المساهمة في الارتقاء بالقيم الثقافية وذلك بنسبة 48%، وهذا ما أكدوا عليه أفراد العينة بان غياب الفرص بنسبة ضئيلة جدا قدرت ب 12%، في حين هناك من يرى بان التدريب يتجسد من خلال التنسيق والتواصل بنسبة قدرت ب 25% تؤكد على أهمية الملتقيات والندوات في المؤسسة.

ومنه يمكن القول بان فرص التدريب في المؤسسة تعمل على المساهمة في الارتقاء بالقيم الثقافية من

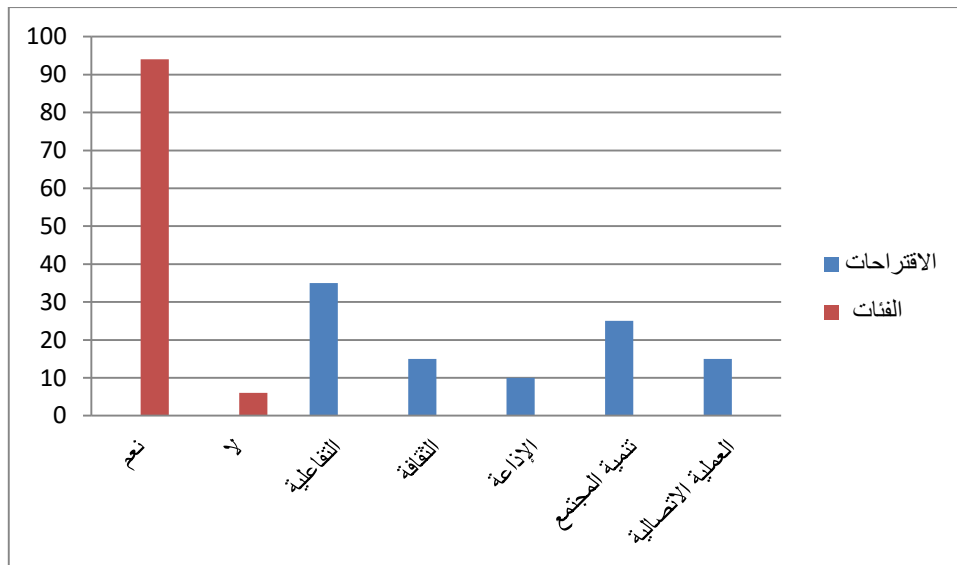
خلال عدة عناصر كالتواصل والتنسيق والملتقيات والندواتالخ

ثانيا : بيانات خاصة بالمشاركة المجتمعية والتنمية المحلية .

جدول رقم 26 : يبين توزيع افراد العينة على أساس ان المشاركة المجتمعية من أكثر العناصر

أهمية وفعالية في تحقيق أهداف معينة والوصول إلى تنمية المجتمع المحلي .

دور المشاركة المجتمعية في تنمية المجتمع المحلي					
النسبة	التكرار	الاقتراحات	النسبة	التكرار	الفئات
%35	07	التفاعلية	% 94	29	نعم
%15	03	الثقافة	%06	02	لا
%10	02	الإذاعة	%100	31	المجموع
%25	05	تنمية المجتمع			
%15	03	العملية الاتصالية			
%100	20	المجموع			



شكل رقم 29 : يبين توزيع أفراد العينة على أساس أن المشاركة المجتمعية من أكثر

العناصر أهمية وفعالية في تحقيق أهداف معينة والوصول إلى تنمية المجتمع المحلي .

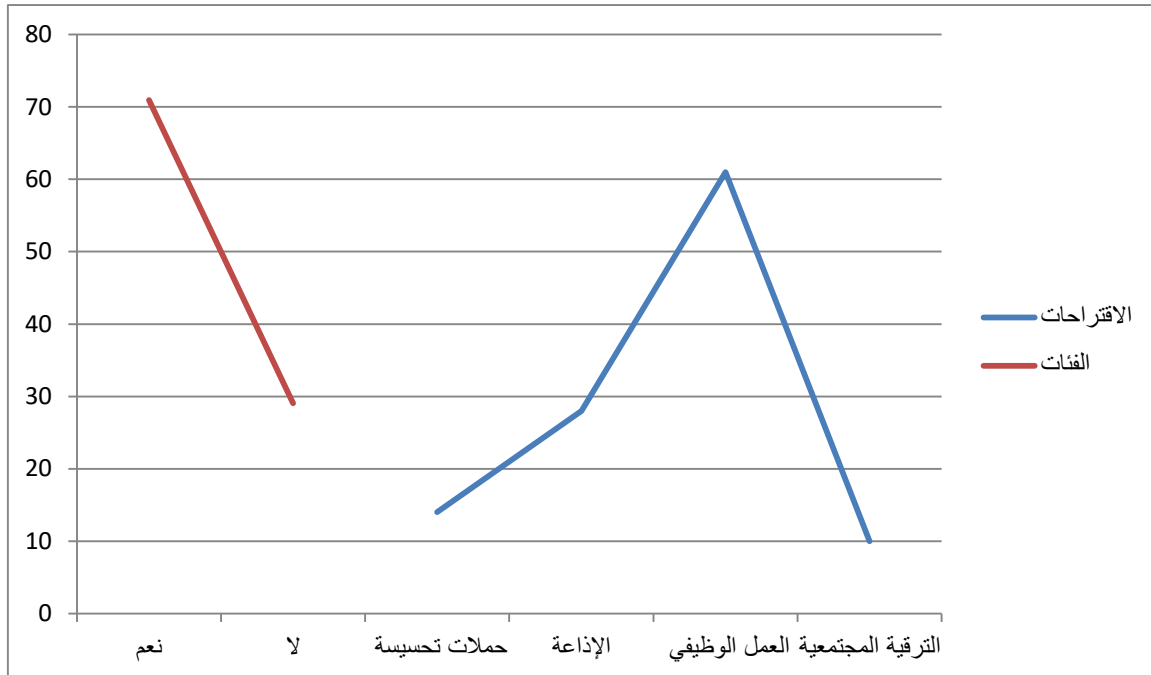
التعليق على الجدول :

من خلال الجدول رقم 26 الذي يبين توزيع أفراد العينة على أساس إن المشاركة المجتمعية تعتبر من أكثر العناصر أهمية وفعالية في تحقيق أهداف معينة والوصول إلى تنمية المجتمع المحلي فمن خلال تصريحات الموظفين نرى ان أعلى نسبة قدرت ب 94% حيث أنها تشير إلى الموظفين الذين يعتبرون المشاركة المجتمعية عنصر هام في تنمية المجتمع المحلي، أما الفئة الثانية والتي تقدر ب 35% والثقافية التي قدرت بنسبة 15% ، وعنصر تنمية المجتمع قدرت بنسبة 25%.
ومن هنا نلاحظ بان الموظف الذي يتمتع بفعالية جيّدة في جو اتصالي فعال يزداد مردوده ويعمل على تحقيق أهداف المؤسسة وبالتالي الوصول إلى تنمية المجتمع المحلي .

جدول رقم 27 : يبين توزيع أفراد العينة على أساس أن التنمية المحلية تقوم بمجموعة من

العمليات والنشاطات الوظيفية بهدف النهوض في كافة المجالات المكونة للمجتمع المحلي .

كيفية نهوض التنمية المحلية بالمجتمع المحلي					
النسبة	التكرار	الاقتراحات	النسبة	التكرار	الفئات
25%	4	التفاعلية	70.96%	22	نعم
12%	2	الثقافة	29.33%	09	لا
25%	4	الإذاعة	100%	31	المجموع
25%	6	تنمية المجتمع			
37%	16	المجموع			



الشكل رقم 29: يبين توزيع أفراد العينة على أساس أن التنمية المحلية تقوم بمجموعة من

العمليات والنشاطات الوظيفية بهدف النهوض في كافة المجالات المكونة للمجتمع المحلي.

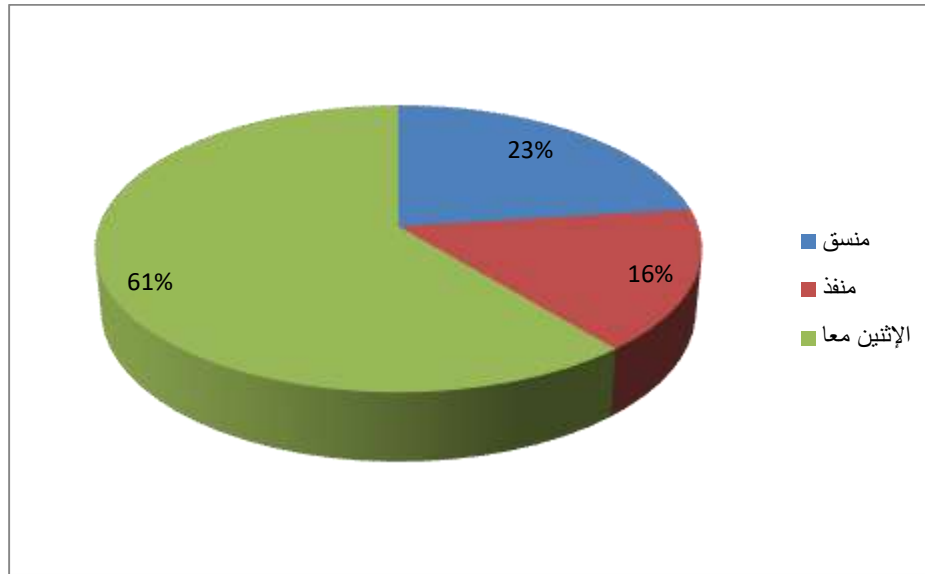
التعليق على الجدول

من خلال الجدول رقم 27 : الذي يتبين توزيع أفراد العينة على أساس أن التنمية المحلية تقوم بمجموعة من العمليات والنشاطات الوظيفية بهدف النهوض في كافة المجالات المكونة للمجتمع المحلي، فمن خلال تصريحات الموظفين ترى بأن أعلى نسبة قدرت بـ 74% حيث أنها تشير إلى أن الموظفين يؤكدون على أن أساس التنمية المحلية هو مجموعة نشاطات الوظيفية وذلك للنهوض بالمجتمع المحلي، أما الفئة الثانية والتي تقدر بـ 29.03% ترى بأن أساس التنمية المحلية ليس مجموعة النشاطات والعمليات وهذا ما تؤكدته إجابات المبحوثين من خلال الحملات التحسيسية المقدره بنسبة 25% تجسيد العمل الوظيفي والترقية المجتمعية من خلال نسبة 37%. وعليه يمكن القول

والاستنتاج أن هناك أهمية كبيرة للعمليات والنشاطات الوظيفية التي تعمل على النهوض بالمجتمع المحلي وخاصة من خلال الإذاعة والترقية والمشاركة المجتمعية.

جدول رقم 28: يبين توزيع أفراد العينة على أساس دور مؤسستكم اتجاه المجتمع المحلي

النسبة	التكرار	الفئات
23%	7	منسق
16%	5	منفذ
61%	19	الإثنين معا
100%	31	المجموع



الشكل رقم 30: يبين توزيع أفراد العينة على أساس دور مؤسستكم اتجاه المجتمع المحلي

التعليق على الحد ول:

من خلال الجدول رقم (28) الذي يبين توزيع أفراد العينة على أساس دور المؤسسات اتجاه المجتمع المحلي فمن خلال تصريحات العمال نرى بأن أعلى نسبة قدرت بـ 23% حيث أنها تشير

إلى أن الموظفين يرون بأن أساس دور المؤسسة اتجاه المجتمع المحلي تبرز في متسق، أما الفئة الثانية كانت للموظفين الذين صرحوا أنه لا يوجد دور للمؤسسة اتجاه المجتمع المحلي والمتمثلة في منفذ وقدرت بـ 16%، أما الفئة الأخيرة والتي قدرت بـ 61% تتمثل في المزج بين المنفذ والمنسق معا وهذا يدل على الدور الفعال الذي تقوم به المؤسسة من أجل تحقيق وبلوغ أهدافها وكسب جماهيرها وتحسين علاقات العمل والشعور بالرضا وللانتماء وبالتالي وزيادة العمل داخل المؤسسة وتحسينه. ومنه نستطيع القول واستنتاج أن هذه المؤسسة محل الدراسة وتبني استراتيجيات مختلفة وهذا من أجل تحسين علاقات العمل والنهوض بإستراتيجية المؤسسة وبالتالي فإن المؤسسات الإعلامية لها دور فعال في تحقيق تنمية شاملة ومستدامة لدى المجتمع المحلي.

النتائج النهائية للدراسة:

من خلال دراستنا لموضوع "المؤسسات الإعلامية ودورها في تنمية القيم الثقافية لدى المجتمع المحلي"، وتحديدًا لإذاعة الطارف الجهوية فإن عرض النتائج ومناقشتها تفيدنا في الإجابة عن التساؤل الرئيسي والأسئلة الفرعية الذي تمحورت حوله دراستنا.

من هنا سوف نقوم بمناقشة هذه النتائج على ضوء المقاربات النظرية التي سبق وأن عرضناها في الفصل الثاني ومقارنتها بالحقائق الميدانية ونختم التحليل بعرض القضايا التي تشيرها الدراسة على بساط البحث في المستقبل تعميماً للفائدة.

أولاً: نتائج الدراسة وارتباطها بالأسئلة الفرعية

1) عملية الدراسة والتحليل على مستوى السؤال الفرعي الأول:

بالنسبة إلى السؤال الفرعي الأول الذي قمنا بطرحه للدراسة والتحليل المتمثل في:

- دور السياسة العامة المتبعة من طرف المؤسسة الإعلامية - إذاعة الطارف الجهوية - في

تجسيد وترسيخ العادات والتقاليد الخاصة بالمجتمع المحلي.

خلصت الدراسة إلى النتائج العامة حول السؤال الفرعي الأول إلى:

أن عملية الاتصال تكتسي أهمية بالغة وفعالية كبيرة لمؤسسة البحث، فبدونه تصبح هذه الأخيرة عبارة عن مجموعة من الموظفين يعملون منفصلين عن بعض، مما يؤدي ذلك فقدان المؤسسة للتناسق ويحول ذلك دون تحقيق الأهداف الإستراتيجية والعملية الاتصالية وهذا من خلال البرامج الإعلامية والتوعوية والتحسيسية المتبعة ويتجلى ذلك في:

1. أن أساس مساهمة الارتقاء في مجال الاتصال والتواصل على تحقيق إستراتيجية ناجحة وذلك بنسبة 84%، وهذا من خلال الكفاءة في مجال الإعلام داخل المؤسسات الإعلامية وذلك للنهوض بإستراتيجية المؤسسة لأنها تعد الوظيفة الإستراتيجية التي من خلالها تدعم كل الوظائف الإدارية

الأخرى، فالاتصال يعتبر جوهر العمليات والمحور الاستراتيجي وبالتالي الارتقاء بمستوى جودة المؤسسة فهم يتعلمون كيفية العمل داخل المؤسسة.

2. أشارت الدراسة بأن وظيفة الاتصال تعد ركيزة أساسية في المؤسسة، وذلك بنسبة 64%، وهذا يدل على أن الاتصال هو الهدف الذي تسعى إليه المؤسسة وهو عامل نجاحها، وبالتالي يزيد من فعالية العملية الاتصالية بين أقسام المؤسسة، فهو يعمل على بلورة الأفكار والمعلومات وخلق جو مناسب للعمل داخل المؤسسة، وبالتالي تنمية وتفعيل إستراتيجيتها.

3. كشفت نتائج الدراسة بأن طبيعة الاتصالات التي يعتمدون عليها في المؤسسة هي اتصالات رسمية، وذلك بنسبة 77،41% وهذا يدل على أن الاتصال الرسمي يعطي العملية الاتصالية طابع الفعالية والفهم الجيد للموضوع.

4. بينت نتائج الدراسة أن وسائل الاتصال المستخدمة في المؤسسة الإعلامية-إذاعة الطارف الجهوية- والمؤسسات الإعلامية الأخرى تعتمد في أغلبيتها على الوسائل الاتصال الكلاسيكية وذلك بنسبة قدرت بـ 51،92%، بالإضافة إلى استعمال الموظفين لوسائل الاتصال الالكترونية بنسبة معتبرة.

5. تفر الدراسة إلى أن نوع المعارف المكتسبة في المؤسسة هي معارف في مجال الإدارة، وذلك بنسبة 56،52%، وهذا راجع إلى كون معظم الموظفين هم خريجي جامعات وان هذه المعارف تساعد الموظف على تأهيله ونجاحه ورفع مستوى قدراته.

6. وضحت الدراسة أن المعارف المكتسبة في مجال الاتصال تساعد على تطوير قدرات وإمكانيات الفرد وذلك بنسبة 81%، وهذا يدل على السرعة في أداء المهام والتعرف على نظام المؤسسة وكذلك إثراء الرصيد المعرفي.

7. كشفت نتائج الدراسة على أن الطرق المعتمدة في توصيل المعلومات داخل المؤسسة هي الكتابية والشفهية معا، وذلك بنسبة %80، وهذا يدل على كثرة مهام ووظائف الإدارة حيث أنه الأسلوب الأرقى والأسمى لتوصيل المعلومات.

8. أشارت الدراسة إلى أن أساس البرامج الإعلامية والتحسيسية والتوعوية تعمل على ترقية ثقافة العنصر البشري، وذلك بنسبة قدرت بـ %80،64، وذلك باعتباره العنصر الأساسي والفعال في عملية تنمية المجتمع المحلي وذلك من خلال:

✓ الملتقيات،

✓ مطويات تحتوي على توصيات،

✓ حملات تحسيسية.

9. كشفت نتائج الدراسة بأن فوائد البرامج الإعلامية والتحسيسية والتوعوية داخل المؤسسة تساهم في الارتقاء بمكانة إستراتيجية المؤسسة، وذلك من خلال النسبة المجسدة بـ %32،25، وهذا يدل على نشر التوعية وبث الأفكار بطريقة مباشرة ومدى المساهمة والمحافظة على توازن واستقرار المؤسسة لتحقيق التقدم والارتقاء.

10. أقرت الدراسة بأن البرامج الإعلامية والتوعوية والتحسيسية تهدف إلى إضافة معلومات وخبرات تساعد على الارتقاء بمستوى العامل داخل المؤسسة، وهذا ما أكدته النسبة %81، باعتبار أن هذه البرامج مهمة في أي مؤسسة إعلامية وذلك بهدف التكوين الجيد والحصول على الكفاءة المعرفية واكتساب معلومات عن طريق التجديد المعلوماتي لتحقيق أداء مرغوب فيه.

11. أثبتت الدراسة بأن هناك فرص للتدريب في المجال الإعلامي والاتصالي في المؤسسة، وذلك بنسبة %19،74، وهذا راجع إلى أن التدريب عامل مهم لأنه يهدف إلى إضافة معلومات وتكوين الأفراد، وبالتالي الارتقاء بمستوى جودة المؤسسة فهم يتعلمون كيفية العمل داخل المؤسسة.

12. تشير بيانات الدراسة بأن المؤسسة تطبق أسلوب التخطيط الإعلامي في جميع عملياتها وأنشطتها وذلك بنسبة %84، وهذا راجع إلى إن المؤسسة تقوم بتسيير عملياتها وأنشطتها وفق خطط مدروسة ومحكمة.

13. كشفت نتائج الدراسة بأن التخطيط الإعلامي هو توظيف الإمكانيات المادية والبشرية والإعلامية من أجل تحقيق أهداف المؤسسة بنسبة قدرت ب 80,64%، باعتبار التخطيط الإعلامي يسعى إلى رسم صورة ايجابية وواضحة في المؤسسة.

بناء على ما سبق فإن عملية الاتصال والإعلام الواقعة في المؤسسة الإعلامية -إذاعة الطارف الجهوية- تتأكد فعلا من خلال:

- عملية الاتصال والتواصل والتخطيط الإعلامي عن طريق:
- السياسة المتبعة من طرف المؤسسة الإعلامية للارتقاء بمجال الإعلام والاتصال والتواصل.
- الاتصال والتواصل مؤشرات مهمان لنجاح المؤسسة وإعطاء العملية الاتصالية طابع الفعالية.
- الاتصال هو الهدف الرئيسي الذي تسعى إليه المؤسسة وخاصة الإعلامية.
- الأهداف المساعدة على تحقيق عملية الاتصال والتواصل وبالتالي المساهمة في إنجازها.
- يلعب التخطيط الإعلامي المتبع دورا بارزا في نجاح إستراتيجية المؤسسة الإعلامية.
- البرامج الإعلامية والتوعوية لها دور في توجيه وإرشاد الجمهور وتكوين الرأي العام.
- رصد أهم المعارف التي تكتسبها المؤسسة الإعلامية لتجسيد صورتها.

14. كشفت الدراسة أن القيمة الثقافية بالنسبة للفرد داخل المؤسسة الإعلامية تهدف إلى الارتقاء بالفرد والجماعة من خلال ضرورة القيم الثقافية وذلك بنسبة قدرت ب 54,83%، وهذا راجع إلى أن الارتقاء عامل مهم يهدف إلى ترقية الأفراد من خلال المبادئ والأفكار.

15. أقرت نتائج الدراسة بأن المؤسسة تؤمن بما يعرف بثقافة الفرد وذلك بنسبة قدرت ب 94%، وهذا راجع إلى أن الثقافة هي كل مظاهر العادات والتقاليد الاجتماعية في المجتمع المحلي.

16. كشفت نتائج الدراسة أن المؤسسة تساهم بالارتقاء بالثقافات الفرعية المتواجدة داخل وخارجها بنسبة 35،48، وذلك من خلال:

- النشاطات والبرامج المقدمة.

- البرامج التوعوية.

- توفير وسائل الخاصة بالاتصال.

- رفع المسؤولية والتمسك بثقافة المجتمع.

17. بينت نتائج الدراسة أن الإمكانيات التي تعدها المؤسسة من أجل المساهمة في الارتقاء بالقيم الثقافية بنسبة قدرت ب 32،25%، وذلك من خلال الحصص الثقافية والإمكانيات المادية واللامادية كأساس من أسس المؤسسة الإعلامية.

18. أشارت نتائج الدراسة أن هناك فرص التدريب في مجال المساهمة في الارتقاء بالقيم الثقافية وذلك بنسبة 52%، وهذا راجع إلى أن للتدريب يساعد العامل بالارتقاء والتكيف مع منصب عمله، وبالتالي سهولة الرقي والقيام بالأعمال داخل أقسام المؤسسة.

بناء على ما سبق فإن البرامج التعليمية والتثقيفية التي تعتمد عليها المؤسسات الإعلامية، في تدعيم القيم الثقافية تتأكد فعلا من خلال تنمية القيم الثقافية وهذا راجع الى:

- الارتقاء بالثقافات الفرعية وهذا من خلال النشاطات والبرامج المقدمة.
- مساهمة المؤسسة الإعلامية بالارتقاء بالقيم الثقافية لدى المجتمع المحلي.
- التغيير والبحث عن الحلول والبدائل بما يناسب طبيعة المؤسسة.
- ضمان التواصل والاستمرارية الديناميكية في ظل المتغيرات المختلفة التي تفرضها العملية الاتصالية.

3) عملية الدراسة والتحليل على مستوى السؤال الفرعي الثالث:

بالنسبة إلى السؤال الفرعي الثالث الذي قمنا بطرحه للدراسة والتحليل والمتمثل في:

- مساهمة المؤسسات الإعلامية وتحديدًا - إذاعة الطارف الجهوية - في تفعيل المشاركة الشعبية (المحلية).

خلصت الدراسة إلى النتائج العامة حول السؤال الفرعي الثالث إلى:

إن ضرورة إعادة هيكلة المؤسسة الإعلامية، "إذاعة الطارف الجهوية" يؤدي حتما إلى سيولة تدفق

المعلومات بما يشكل حافزا للمؤسسة

كشفت نتائج الدراسة إلى أن المشاركة المجتمعية من أكثر العناصر أهمية وفعالية كبيرة في تحقيق

أهداف معينة والوصول إلى تنمية المجتمع المحلي وذلك بنسبة 94%، وهذا باعتبار المشاركة

المجتمعية تعبر عن إحساس الجماهير بمشاكلهم وتحفيز المشاركة في العديد من المجالات التي توفر

خدمات للمجتمع المحلي.

1- وضحت نتائج الدراسة بأن التنمية المحلية تقوم بمجموعة من العمليات والنشاطات الوظيفية

بههدف النهوض في كافة المجالات المكونة للمجتمع المحلي وذلك بنسبة قدرت ب 96،70%، من

خلال الترقية المجتمعية والحملات التوعوية والتحسيسية، وهذا راجع إلى إن التنمية المحلية عملية تغيير في البيئة الاجتماعية والثقافية للمجتمع وفق توجيهات عامة لتحقيق أهداف محددة لتسعى أساساً لرفع مستوى الفرد والجماعة.

2- ترى الدراسة أن دور المؤسسة اتجاه المجتمع المحلي هو دور منسق ومنفذ معاً وذلك بنسبة 61%، وهذا يدل على الدور الفعال الذي تقوم به المؤسسة من أجل تحقيق أهدافها وتحسين علاقات التبادل والعمل والشعور بالرضا والانتماء للمؤسسة.

بناءً على ما سبق يمكن القول أن كل من المشاركة المجتمعية والتنمية المحلية تعتبر أساساً من أسس تنمية القيم الثقافية لدى الفرد والجماعة داخل المؤسسة الإعلامية وتحقيق أهدافها وذلك من خلال:

- توفير المعلومات والقيام بالنشاطات والحملات التوعوية ومن خلال الوثائق المكتوبة والشفاهية.
- من خلال الدراسات والمعارف القبلية تبين أن المؤسسة الإعلامية ركيزة ووظيفة أساسية في تنمية المجتمع المحلي.
- من خلال تنمية علاقات الإنسان المتبادلة من أجل التوافق في العلاقات الاجتماعية.

من خلال تفسيرنا نتائج الدراسة على ضوء الأسئلة الفرعية نستطيع تلخيص الدراسة في النقاط التالية:

1- الاتصال أساس العملية الاتصالية في مساهمة الارتقاء في مجال الاتصال والتواصل على تحقيق الإستراتيجية ناجحة.

2- وظيفة الاتصال هي ركيزة أساسية للمؤسسة.

3- طبيعة الاتصال المعتمدة عليها في المؤسسة هي اتصالات رسمية.

4- وسائل الاتصال المعتمدة في المؤسسة وسائل الاتصال الكلاسيكية.

5- نوع المعارف المكتسبة في المؤسسة معارف في مجال الإدارة.

- 6- المعارف المكتسبة في مجال الاتصال تساعد على تطوير قدرات وإمكانيات الفرد.
- 7- الطرق المعتمدة في توصيل المعلومات داخل المؤسسة الطرق الكتابية والشفاهية معا.
- 8- تهدف البرامج الإعلامية والتوعوية والتحسيسية إلى إضافة معلومات وخبرات تساعد على الارتقاء بمستوى العامل داخل المؤسسة.
- 9- يلعب التخطيط الإعلامي دور بارز في توظيف الإمكانيات المادية والبشرية والإعلامية من أجل تحقيق أهداف المؤسسة.
- 10- إيمان المؤسسة بما يعرف بثقافة الفرد.
- 11- يساهم التدريب في مجال المساهمة في الارتقاء بالقيم الثقافية.
- 12- المشاركة المجتمعية من أكثر العناصر أهمية وفعالية في تحقيق أهداف معينة والوصول إلى تنمية المجتمع المحلي.
- 13- دور المؤسسة اتجاه المجتمع المحلي هو منسق ومنفذ معا.
- 14- تطبيق المؤسسة الإعلامية لأسلوب التخطيط الإعلامي في عملياتها وأنشطتها.

النتيجة العامة للدراسة:

بعد عرضنا للنتائج التي توصلت إليها الدراسة سنقوم بالإجابة على السؤال الرئيسي الذي تمحورت حوله الدراسة والمتعلق بدور المؤسسات الإعلامية في تنمية القيم الثقافية لدى المجتمع المحلي.

وبناء على ما سبق يمكن القول بأن المؤسسة الإعلامية _إذاعة الطارف الجهوية_ لها دور سامي وفعال من خلال بث برامج التعليمية والتثقيفية والحملات الإعلامية والتحسيسية والتوعوية في تنمية القيم الثقافية لدى المجتمع المحلي، حيث تكتسي المؤسسة جملة من المميزات التي تميزها عن

باقي المؤسسات الإعلامية الأخرى، وهي الفاعلية والتفاعلية والتنسيق القائم ونوعية الخدمات المقدمة حيث سمحت هذه الميزات ببقائها في النسق الاجتماعي.

خلاصة الفصل الرابع :

لقد تطرقنا في هذا الفصل إلى الدراسة الميدانية التي قمنا بها في المؤسسة الإعلامية إذاعة الطارف الجهوية ، التي كان الهدف منها هو معرفة دور المؤسسات الإعلامية في تنمية القيم الثقافية لدى المجتمع المحلي، باعتبار بأن الإذاعة وظيفة إعلامية تبني مختلف الرسائل الاتصالية من اجل بلوغ أهدافها، فلا يمكن لأي مؤسسه مهما كان طابعها، عمومي، إعلامي، إداري، باختلاف نوع نشاطها أن تستغني عن وظيفتها الإعلامية الاتصالية.

مع العلم أن نتائج الدراسة أكدت على وجود عده جوانب تساعد في تحقيق بلوغ أهداف المؤسسة، فالمؤسسات الإعلامية والمجتمع المحلي هما متغيران مهمان لتحقيق استراتيجية إعلامية.

التوصيات والاقتراحات:

- بعد عرضنا لأهم النتائج العلمية والدقيقة التي توصلت إليها الدراسة الميدانية بإذاعة الطارف الجهوية فإنه من الضروري تقديم أهم التوصيات التي تقترحها:
- 1- ضرورة تعاون الإدارات المختلفة في المؤسسة الإعلامية_إذاعة الطارف الجهوية_ مع إدارة المؤسسات الإعلامية الأخرى حتى يتسنى لها القيام بواجبها وتنمية كل من المجتمعات المحلية.
 - 2- ضرورة إغارة البحث العلمي في مجال الإعلام أهمية خاصة، وإجراء البحوث، وإجراء البحوث القبلية أي قبل إعداد برامج المؤسسات الإعلامية والبعديّة للتعرف على ما تم تحقيقه في مجال الاتصال بالجمهير المختلفة والمشكلات التي تواجه الاتصال.
 - 3- خلق جو مناسب للعمل، والحوار بين الإدارة والأفراد وبالتالي تنظيم علاقات الإدارة بموظفيها.
 - 4- الاهتمام بالعامل من الجانب النفسي والاجتماعي من أجل تحقيق أهداف المؤسسة.
 - 5- ضرورة تطبيق المؤسسة لأسلوب التخطيط الإعلامي في جميع عملياتها وأنشطتها.
 - 6- التركيز على الاتصال والإعلام لأنهما ضروريات في إنجاح الإستراتيجية المتبعة للمؤسسة.
 - 7- ضرورة توسيع نطاق التدريب لأنه مؤشر مهم في تنمية العملية الاتصالية.
 - 8- الدقة في اختيار الموظفين الذين يتمتعون بالخبرة والمهارة والكفاءة العلمية والعملية لضمان نجاحهم في أداء مهامهم في العمل.
 - 9- ضرورة انسجام وتنسيق الوظائف والأعمال.
 - 10- ضرورة أخذ إدارة المؤسسة الإعلامية أهمية تبادل العلاقات الاجتماعية والإنسانية في أسلوبها وإستراتيجيتها وبالتالي تحقيق أهداف المؤسسة.

من خلال دراستنا يتضح لنا أن أهمية كل من الإذاعة وتحديدًا _إذاعة الطارف الجهوية_ كوسيلة اتصال وإعلام ودورها الفعال داخل المجتمع وكذا أهمية القيم الثقافية كعنصر أساسي في الحياة الاجتماعية لدى مختلف المجتمعات.

فالدراسة الميدانية قد أوضحت العلاقة بين الإذاعة والدور الذي تقوم به في القيم الثقافية لدى المجتمع المحلي.

وهذه النتائج وإن كانت ميدانية إلا أنها تشير الكثير من التفاؤولات خاصة وأنها متعلقة بعينة من المجتمع وهذا ما يستدعي البحث في لائحة نشر القيم الثقافية وخلق مناخ للحوار بين الأفراد وتفعيل دور المجتمع في التعامل الاجتماعي لإسماع صوتهم وتحقيق أهدافهم حتى تتحقق تنمية شاملة ومتوازنة ومستدامة وذلك بمشاركة جميع أفراد المجتمع وخلق ثقافة مجتمعية تقود إلى مشاركة شعبية مجتمعية فعالة من طرف جميع المواطنين.

وبناء على الدراسة التي قمنا بها داخل إذاعة الطارف الجهوية وجدنا أن للمؤسسات الإعلامية دور هام وفعال في تنمية قيم المجتمع المحلي، وهذا راجع إلى العديد من الأساليب والطرق التي تتبناها إدارة المؤسسة لتحقيق التقدم وتحسين الخدمات وإعطاء صورة حسنة عن المؤسسة.

ومن خلال النتائج التي توصلنا إليها نستطيع أن نقول أن إذاعة المحلية تعمل على إرسال رسائل مختلفة عن طريق البرامج التي بثتها، كما نستنتج أيضا أن التنمية المحلية من أهم القضايا التي تهتم بحياة المجتمعات المحلية والتي تعمل من خلالها على رفع مستواها وتحسين الأوضاع السائدة لتحقيق التقدم وذلك بالاعتماد على مبادئ كل من التنمية المحلية والاجتماعية والمستدامة....

وفي الأخير نرجوا أن تكون دراستنا قد أعطت فكرة واضحة عن المؤسسات الإعلامية وتنمية المجتمع المحلي، وأتمنى أن تكون هناك دراسات وبحوث علمية أكثر مما تطرقنا إليه تتجسد فعليا على أرض الواقع من أجل النهوض بالمؤسسات الإعلامية الجزائرية.

أ. قائمة المعاجم و القواميس :

1. أحمد مختار عمر: معجم اللغة العربية ،عالم الكتب للنشر ،القاهرة ،مصر ،ط1 ، 1429 هـ ، 2008 م .
2. محمد جمال الفار : المعجم الإعلامي ،دار أسامة للنشر و التوزيع ،عمان ،بدون ذكر الطبعة ،2004.
3. طارق سيد أحمد الخيفي : معجم مصطلحات الإعلام ،دار المعرفة الجامعة ،القاهرة ،مصر ،بدون ذكر الطبعة ،2008.
4. علي بن هادية و آخرون : القاموس المدرسي ،الوطنية للكتاب ،الجزائر ،ط7 ،1991.
5. أحمد زكي البدوي :علاقات العمل في الدول العربية ،دار النهضة العربية للطباعة و النشر و التوزيع ،ط1 ،1985.
6. إسماعيل بن حماد الجوهري : الصفاح تاج اللغة و صفاح العربية ،دار العلم للملايين للنشر ،ط4 ، 1990 .
7. إسماعيل بن عياد الصاحب أبو القاسم : المحيط في اللغة ،ط1 ، 1441 هـ ،1994م .
8. مانع بن محمد بن علي المانع : القيم بين الإسلام و الغرب ،دار الفضيلة للنشر ، المملكة العربية السعودية ،الرياض ،ط1 ، 1426 هـ ، 2005 م .
9. حامد عبد السلام زهران :علم النفس الاجتماعي ،عالم الكتب للنشر ،ط6 ، 2003 .
10. ابن منظور :لسان العرب ،دار صادر للطباعة و النشر ،بيروت ، لبنان ،ط3 ، 2004 .
11. محمد عاطف غيث :قاموس علم الاجتماع ،دار المعرفة الجامعية ،القاهرة ،مصر ،بدون ذكر الطبعة ،2002.

12. محمد محمود الجوهري : المدخل إلى علم الاجتماع ، دار الشروق للنشر و التوزيع ،مصر ، ط4، 2004.

13. محمد بن سالم البيجاني : إصلاح المجتمع ،دار الكتب العلمية للنشر و التوزيع ،بيروت ،لبنان ،ط2، 1972 .

ب. قائمة الكتب :

1. أحمد بن نعمان :هذه هي الثقافة ،دار الأمة للطباعة و النشر و التوزيع ، الجزائر ،بدون ذكر الطبعة ،دون سنة .

2. العلوي شوقي : رهانات الانترنت ،المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع ،بيروت ،لبنان ،د.ط، 2007 .

3. أحمد رشيد : التنمية المحلية ،دار النهضة العربية للنشر و التوزيع ، القاهرة ،مصر ، د.ط،1986.

4. أنس عبد الباسط عباس : إدارة أعمال وفق منظور معاصر ،دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة ، الأردن ،عمان ،ط 1، 2011.

5. أحمد شفيق السكري : التخطيط لتنمية المجتمع الحضري ،دار الوفاء لدينا للطباعة و النشر ،الإسكندرية ،مصر ، ط 1، 2016.

6. أحمد مصطفى خاطر : تنمية المجتمع المحلي ،الاتجاهات المعاصرة ،المكتبة الجامعية الحديثة للنشر و التوزيع ،الإسكندرية ، مصر ،بدون ذكر الطبعة ، 2000.

7. إبراهيم أبراش : علم الاجتماع السياسي ،دار الشروق للتوزيع و النشر ،عمان ،الأردن ،ط1 ،1998.

8. السيد عبد الحليم الزيات : التحديث السياسي في المجتمع المصري ،دار المعرفة الجامعية للنشر و التوزيع ،الإسكندرية ،مصر ،بدون ذكر الطبعة ، 1990.
9. أحمد بن مرسلي : مناهج البحث في علوم الإعلام و الإتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية للنشر و التوزيع ،ط2،دون سنة .
10. بشير العلاق : الإتصال في المنظمات العامة بين النظرية و الممارسة ، دار اليازوري للنشر و التوزيع ، الأردن ، عمان ، بدون ذكر السنة ، 2007.
11. جمال محمد أبو شنب :نظريات الإتصال و الإعلام ،دار المعرفة الجامعية للنشر و التوزيع ،مصر،بدون ذكر الطبعة ،2002.
12. حسن عماد مكاي و عادل عبد الغفار ، الإذاعة في القرن الحادي و العشرين ،دار المصرية اللبنانية ،القاهرة ،مصر ،بدون ذكر الطبعة ،2008.
13. حليلة قادري . التواصل الاجتماعي ،الدار المنهجية للنشر و التوزيع ،وهران ، ط1، 1437 هـ ، 2016 م .
14. حسن عماد مكاي و ليلي حسين السيد :الإتصال و نظرياته معاصرة ،الدار المصرية اللبنانية ،القاهرة ،مصر ،ط1، 1998.
15. حسن محمد الحسن: الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي ،دار الطليعة للنشر والتوزيع ،بيروت ،لبنان ،ط2، 1996.
16. خضير شعبان : المصطلحات في الإعلام و الإتصال ، دار اللسان العربي ،الجزائر ،بدون ذكر الطبعة ،دون ذكر السنة .
17. خالد مصطفى قاسم: إدارة البيئة والتنمية المستدامة في ظل العولمة المعاصرة، دار الجامعية، الإسكندرية، مصر، بدون ذكر الطبعة ، 2007.

18. خالد أحمد فرحات المشهداني، رائد عبد الخالق عبد الله العبيدي: مناهج البحث العلمي، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، بدون ذكر الطبعة، 2013.
19. دوقات عبيدات وآخرون: كتاب البحث العلمي، دار الفكر للنشر والتوزيع، عمان الأردن، بدون ذكر الطبعة ، 2001.
20. رشاد أحمد عبد اللطيف: تنمية المجتمع المحلي، دار الوفاء لدينا للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، ط1، 2007.
21. زيان عمر: البحث العلمي منهجه وتقنياته، ديوان المطبوعات الجامعية للنشر والتوزيع، الجزائر، بدون ذكر الطبعة، 1997.
22. سميرة كامل محمد : التنمية الاجتماعية، المكتب الجامعي للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر ، بدون ذكر، الطبعة، 1988.
23. سلوى السيد عبد القادر، محمد عباس الإبراهيمي: الأنثروبولوجيا والقيم، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، الإسكندرية ، مصر، ط1، 2005.
24. سامية مصطفى الخشاب: النظرية الاجتماعية ودراسة الأسرة، دار المعرفة، القاهرة، مصر، بدون ذكر طبعة، 1982.
25. صلاح عباس: التنمية المستدامة في الوطن العربي، مؤسسة شباب الجامعة الإسكندرية ، مصر، بدون ذكر الطبعة، 2010.
26. عبد الباسط عبد الوهاب: استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، المكتب الجامعي الحديث، بدون ذكر الطبعة، 2005.
27. عثمان محمد غنيم، ماجد أحمد أبوزنط: التنمية المستدامة، فلسفتها وأساليب تخطيطها، أدوات قياسها، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2007.

28. عبد الرزاق محمد الدليمي :مدخل إلى وسائل الإعلام و الإتصال ،دار الثقافة للنشر و التوزيع ،عمان ،ط1، 2011.
29. عبد المجيد شكري: الإذاعة المحلية ، لغة العصر ،دار الفكر العربي ،القاهرة ،مصر ،بدون ذكر الطبعة ،1987.
30. علي الفلاح الزغبى :الإعلان الفلاح ،دار اليازوري للنشر و التوزيع ، مصر ،بدون ذكر الطبعة ،2009.
31. عصام فوزي ،عدنان سليمان :التمية الاقتصادية ،منشورات جامعة دمشق ،سوريا ،بدون ذكر الطبعة ،1995.
32. على عبد الرزاق جلبي و آخرون :علم الاجتماع الثقافي ،دار المعرفة الجامعية ،القاهرة ،مصر ،بدون ذكر الطبعة ،2005.
33. عامر قذليجي : البحث العلمي و استخدام مصادر المعلومات التقليدية و الإلكترونية ،دار اليازوري للنشر و التوزيع ،عمان ،الأردن ،بدون ذكر الطبعة ،دون سنة .
34. عماد محمد حسين الهاللي :التخطيط و التخطيط الإعلامي ،دار الشؤون الثقافية للنشر و التوزيع ،بغداد ،العراق ،بدون ذكر الطبعة ،2001.
35. عاطف عدلي العبد ،عدلي رضا :إدارة المؤسسات الإعلامية ،دار الفكر العربي للنشر و التوزيع ، القاهرة ،مصر ،بدون ذكر الطبعة ،2008.
36. عمر خالد المسفري :الإتصال الجماهيري و الإعلامي الأمني ،دار أسامة للنشر و التوزيع ،الإسكندرية ،ط1، 2012.
37. عبد الهادي الجوهري :أصول علم الاجتماع السياسي ،دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع ،الإسكندرية ،مصر ، ط1، 1966.

38. علي خليل أبو العينين : القيم الإسلامية و التربية ،مكتبة الإبراهيم الحلبي ، السعودية ، د ط
،1988.
39. علي غربي و آخرون :تنمية الموارد البشرية ،دار الفجر للنشر و التوزيع ،القاهرة ،مصر، د ط
،2007.
40. علي عجوة :الأسس العلمية للعلاقات العامة ،علام الكتب ،القاهرة ،مصر ، ط3، 1985.
41. عبد الغني عماد :سوسيولوجيا الثقافة ،المفاهيم و الإشكاليات...من الحداثة إلى العولمة ،مركز
دراسات الوحدة العربية للطبع و النشر و التوزيع ،بيروت ،لبنان ،ط1، 2006.
42. عمار بوحوش :مناهج البحث العلمي و طرق إعداد البحوث ،ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر
،بدون ذكر الطبعة ،1995.
43. عبد الغني عماد :منهجية البحث في علم الاجتماع ،الاشكاليات و التقنيات و المقاربات ،معهد
العلوم الاجتماعية ،الأردن ،عمان ،ط2007، 1.
44. فوزية دياب :القيم والعادات الاجتماعية ،دار الكاتب العربي ،القاهرة ،مصر ،بدون ذكر الطبعة
،2003.
45. فضيل دليو :الاتصال (مفاهيمه ،نظرياته ، ووسائله)،دار الفجر للنشر و التوزيع ،القاهرة
،مصر ،ط1، 2003.
46. قيس المؤمن و آخرون :التممية الإدارية ،دار زهران للنشر و التوزيع ،عمان ،الأردن ،بدون ذكر
الطبعة ،1997.
47. منى سعيد الحديدي ،سلوى إمام علي :الإعلام و المجتمع ،الدار المصرية اللبنانية ،القاهرة
،مصر ،بدون ذكر الطبعة ،2004.

48. مصطفى حميد كاظم :التقنيات الإذاعية و التلفزيونية و أهميتها في التعليم و التعلم ،دار دنيا للنشر ،القاهرة ،مصر ،بدون ذكر الطبعة ،2007.
- 49.مرزوق عبد الحكم العادلي : الإعلانات الصحفية ،دراسة الإستخدامات و الإشباعات ،دار الفجر للنشر و التوزيع ،القاهرة ،مصر ،بدون ذكر الطبعة ،2004.
- 50.محمدشفيق :دراسات في التنمية الإقتصادية ،المكتب الجامعي الحديث ،الإسكندرية ،مصر ،بدون ذكر الطبعة ،دون ذكر السنة .
- 51.محمد محمود الجوهري : أسس البحث الإجتماعي ،دار المسيرة للطباعة و النشر و التوزيع ،عمان ،بدون ذكر الطبعة ،2009.
- 52.محمد فتح الله الخطيب :الحكم المحلي و التنمية ،منشورات كلية الإقتصادية و العلوم السياسية ،القاهرة ،مصر ،بدون ذكر الطبعة ،1998.
- 53.محمد شفيق :التنمية الاجتماعية ،دراسات في قضايا التنمية و مشكلات المجتمع ،المكتب الجامعي الحديث ،بدون ذكر الطبعة ،1994.
- 54.منى جميل سلام ،مصطفى محمد علي :التنمية المستدامة للمجتمعات المحلية ،المكتب الجامعي الحديث ،الإسكندرية ،مصر ط1، 2014
- 55.محمد راسم الجمال و آخرون :إدارة العلاقات العامة ،المدخل الأستراتيجي ،الدار المصرية اللبنانية ،القاهرة ،مصر ،ط5، 2005.
- 56.مصطفى يوسف :علم الاجتماع و الاعلامي ،دار مكتبة الجامد للنشر و التوزيع ،عمان ،الأردن ط1، 2006.
- 57.محمد مني حجاب :الاعلام و التنمية الشاملة ،دار الفجر ،القاهرة ،مصر ، ط2، 2000.

58. ناصر دادي عدون :الاتصال و دوره في كفاءة المؤسسة الاقتصادية ،الدراسة النظرية و التطبيقية ،دار المحمدية العامة ،الجزائر ،بدون ذكر الطبعة ،2004.

59.نببيل السمالوطي :علم اجتماع التنمية ،دار النهضة العربية للنشر و التوزيع ،بيروت ،لبنان ،بدون ذكر الطبعة ،1981.

60.يسرى دعيس :البيئة و التنمية المستدامة ،دار البيطاش للنشر و التوزيع ،الاسكندرية ،مصر ط1، 2006.

61.يحي محمد عبد المجيد :العلاقات العامة بين النظريات و المنهج الإسلامي ،مكتبة القرآن للنشر و التوزيع ،القاهرة ،بدون ذكر الطبعة ،دون ذكر السنة .

62.يوسف عبد علي حسين ،حنين حاتم عبد الله : الاعلامي النفسي ،دار دجلة للنشر و التوزيع ،عمان ،الأردن ،ط 1، 2006.

ج. قائمة المذكرات:

1.ألهاشي بن بوكر بطة أمال:دور الإذاعة المحلية في تكوين وتعزيز الصورة الذهنية للهوية الثقافية والحفاظ عليها، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، منشورة وسائل الإعلام والتنمية المستدامة، عين الدفلى،2014/ 2016.

2.لبزة إيمان و عما مرة إلهام: المجالس المنتجة والتنمية المحلية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية، تخصص الحكم الراشد والتنمية المستدامة، جامعة باجي مختار، عنابة، 2014/2015.

3.ليندة ضيف: دور الإذاعة الوطنية في الثقافية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2005/2006.

4. سويقات لبنى: الإعلام المحلي وأبعاده التنموية في المجتمع، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم

الإعلام والإعلام والاتصال: كلية العلوم الاجتماعية، جامعة وهران، 2009/2010.

5. عبد الله حميد العنزي: دور وسائل الإعلام المحلية الكويتية في تعزيز الثقافة السياسية لدى

الشباب الكويتي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، قسم الإعلام، جامعة الشرق الأوسط،

الكويت، 2013/2014.

6. منال عبد المعطى صالح قدومي: دور المشاركة المجتمعية في تنمية وتطوير المجتمع المحلي،

مذكرة لنيل شهادة الماجستير في التخطيط الحضري والإقليمي، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح

الوطنية، فلسطين، 2008.

7. شراك أمانة: دور الجماعات المحلية في تحقيق التنمية الجامعية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر

في الحقوق، تخصص قانون إداري، 2010/2011.

8. غازي عناية: البحث العلمي، منهجية إعداد البحوث والرسائل الجامعية، بكالوريوس، ماجستير،

محاضرات على طبقة الدراسات العليا، جامعة جرش الأهلية، كلية الحقوق، 2014.

د. قائمة المجالات:

1. طارق بركات: تفعيل دور الشعبية والتمكين المستدام في التنمية المحلية، مجلة تشرين للبحوث

والدراسات العلمية، بدون ذكر الطبعة، 2014.

هـ. قائمة المنشورات:

1- عصام فوزي، عدنان سليمان: التنمية الاقتصادية، منشورات جامعة دمشق، سوريا، بدون ذكر

الطبعة، 1995. متحصل عليه من:

تم التصفح عليه <http://www.hrdisicussion.com/nr18879.htm#u27cdutoro>

2019/02/19 على الساعة 16:45 مساءً.

2- محمد فتح الله الخطيب :الحكم المحلي والتنمية ،مشورات كلية الاقتصادية و العلوم السياسية

القاهرة ،مصر ،بدون ذكر الطبعة ،1998. متحصل عليهم من:

<http://www.hrdiscussion.gouvermome.localdvp.blogspot.com/> تم التصفح عليه

2019/02/26 على الساعة 18:20 مساء.

و. قائمة المراجع الأجنبية:

1. BEGOULLA ,BALLOFFET GODERRE : Communication marketig,
cheneliere mc gran.hill, Montreal canada,2004_avant_propos.

ي. قائمة المواقع الإلكترونية:

1. w.w.w.Albahe.GO.UK. تم التصفح عليه 2019/03/24 على الساعة 20:35 ليلا



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف



كلية العلوم الاجتماعية و العلوم الإنسانية

قسم علم اجتماع

دليل المقابلة موجهة إلى:

مصلحة الأخبار

ومجموعة أفراد من المجتمع الطارفي

المؤسسات الإعلامية ودورها في تنمية القيم الثقافية لدى المجتمع المحلي

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي تخصص علم اجتماع اتصال

ملاحظة:

هذه المعلومات سرية لاستخدام إلى الأغراض البحث العلمي

تحت إشراف الدكتورة

د. بن وهيبة نورة

إعداد الطالبة :

بحري إسمهان

السنة الجامعية: 2018 / 2019

الأسئلة الموجهة إلى مصلحة الأخبار ، ومجموعة أفراد من المجتمع الطارفي .

- 1- من المسؤول الأول في مؤسستكم ؟
 - 2- فيما يتمثل مهام المدير العام لمؤسستكم ؟
 - 3- هل الإتصال متوفر داخل المؤسسة ؟
 - 4- هل يوجد توافق الأجهزة المعلوماتية التي يستعملها العاملين في المؤسسة ؟
 - 5- هل تهتم المؤسسة بإيصال المعلومات والقرارات إلى كل المستويات ؟
 - 6- هل تهتم المؤسسة بدورات تدريبية للعنصر البشري ؟
 - 7- هل تشمل المؤسسة على إستراتيجية في التعامل مع المؤسسات الأخرى ؟
 - 8- هل تتبع إدارة مؤسستكم على العديد من الوسائل لبلوغ أهدافها ؟
 - 9- هل تتابعون برامج إذاعة الطارف الجهوية ؟
 - 10- ما نوع البرامج المستمعين إليها المقدمة من طرف إذاعة الطارف الجهوية ؟
 - 11- هل أنتم راضون على هذه البرامج المقدمة ؟
 - 12 - هل ترون هذه البرامج توعوية تحسيسية إعلامية ؟
 - 13- ما هي فوائد البرامج المستمعين لها ؟
 - 14- هل تساهم هذه البرامج في تنمية قدراتكم و إمكانياتكم وقيمكم الثقافية ؟
- وتمحورت أسئلة مقابلتنا في مجموعة من الأسئلة وهي كالاتي :

- 1- من المسؤول الأول في مؤسستكم ؟
- 2- فيما تتمثل مهام المدير العام لمؤسستكم ؟
- 3- هل الاتصال متوفر داخل مؤسستكم ؟
- 4- هل يوجد توافق الأجهزة المعلوماتية التي تستعملها العاملين في المؤسسة ؟

5- هل تهتم المؤسسة بإيصال المعلومات والقرارات إلى كل المستويات ؟

6- هل تهتم المؤسسة بدورات تدريبية للعنصر البشري ؟

7- هل تشمل المؤسسة على استراتيجية في التعامل مع المؤسسات الأخرى ؟

8- هل تتبع إدارة مؤسستكم على العديد من الوسائل لبلوغ أهدافها ؟

9- هل تتابعون برامج إذاعة الطارف الجهوية ؟

10- ما نوع البرامج المستمعين إليها المقدمة من طرف إذاعة الطارف الجهوية ؟

11 - هل أنتم راضون على هذه البرامج المقدمة ؟

12- هل ترون هذه البرامج توعوية تحسيسية وإعلامية ؟

13- ما هي فوائد هذه البرامج المستمعين لها ؟

14- هل تساهم هذه البرامج في تنمية قدراتكم وامكانياتكم وقيمكم الثقافية ؟

ويتم تنظيم هذه الأسئلة في جدول يسمى بدليل المقابلة :

تاريخ المقابلة	الجهة المستهدفة من المقابلة	طبيعة الأسئلة	طبيعة الإجابة عن الأسئلة
2019/04/24	مصلحة الأخبار	المسؤول الأول في إذاعة الجوية الطارف الجوية	هو المدير العام على مستوى الجزائر العاصمة .
		مهام المدير العام للمؤسسة	تمثل لهذه المؤسسة التي تتكون أكثر من 55 محطة إذاعية على المستوى الوطني ،هناك قنوات مركزية تشمل في القناة الأولى والثانية والثالثة ، قناة القرآن الكريم ،بالإضافة إلى القنوات الموضوعاتية وهي القنوات متخصصة و ثم المحطات الجهوية على كل ولاية .

<p>طبعا هي مؤسسة إعلامية اتصالية لا بد أن تكون مثلا يحتدى به في الإتصال بين عمال المؤسسة وبين جميع الأفراد داخل هذه المؤسسة وحتى مع مؤسسات أخرى ،ومع الجمهور الذي يمثل رأس مال أي مؤسسة إعلامية .</p>	<p>الإتصال متوفر داخل المؤسسة</p>		
<p>طبعا لا يوجد توافق في مؤسسة الإذاعة الجزائرية خبطت خطوات هامة من أجل عصرنة وتحديث الوسائل المستعملة فهي إنتقلت من النظام التماثلي في البث إلى النظام الرقمي ، ومن هنا البث عن طريق النظام الرقمي يكون بإستعمال الوسائل الرقمية أو في إستعمال المادة الإعلامية الرقمية ،يعني تسجيل هذه المادة الرقمية ،يعني تسجيل هذه المادة الرقمية يكون بوسائل رقمية ومعالجتها آليا بوسائل رقمية و بثها رقميا .</p>	<p>وجود توافق الأجهزة المعلوماتية التي يستعملها العاملين في المؤسسة .</p>		
<p>نعم وهي وظيفتها الأولى الإخبار وكذلك تقدم خدمة إعلامية عمومية من خلال قنواتها ومن خلال محطاتها . وكذلك من خلال بوابة إلكترونية تضم في طياتها معلومات إخبارية يومية تتماشى والعصر الذي نعيشه عصر التطور التكنولوجي وتطور الصحافة الإلكترونية .</p>	<p>حول إهتمام المؤسسة بإيصال المعلومات والقرارات إلى كل المستويات .</p>		
<p>مؤسسة الإذاعة تهتم بهذا الجانب منذ فترة طويلة هنالك بعثات للخارج من أجل رفع المستوى الأداء المهني ، هذا قبل 2012 ، منذ 2012 ثم إعتقاد مركز للتدريب الإذاعي والتلفزيوني على مستوى محطة تيبازة و إنشاء مركزين اثنين مكملا تيبازة ، واحد . مركز للتدريب بأم بواقي والآخر بعين تيموشنت .</p>	<p>حول اهتمام المؤسسة بدورات تدريبية للعنصر البشري</p>		

تشمل المؤسسة على استراتيجية الاتصال المؤسساتي ما بين مختلف المؤسسات الأخرى في نفس المهنة ، في نفس التوجه الاعلامي أو مختلف المؤسسات الأخرى العمومية المتخصصة والعامّة	تشمل المؤسسة على إستراتيجية في التعامل مع المؤسسات الأخرى .		
تتبع إدارة إذاعة الطارف الجهوية على العديد من الوسائل لبلوغ أهدافها ولرسم صورة ايجابية عن المؤسسة .	إدارة المؤسسة تتبع على العديد من الوسائل لبلوغ أهدافها		
نعم نحن نتابع إذاعة الطارف من حين لآخر .	تتابعون برامج إذاعة الطارف الجهوية	مجموعة أفراد من المجتمع الطارفي	2019/04/28
هناك برامج ثقافية ، ترفيهية ، اجتماعية ، سياسية ، رياضية الخ	جول نوع البرامج المستمعي إليها المقدمة من طرف إذاعة الطارف الجهوية		
راضون نسبيا	أنتم راضون على هذه البرامج المقدمة		
طبعا هي برامج توعوية تحسيسية وبالضرورة إعلامية اتصالية .	ترون هذه البرامج توعوية تحسيسية وإعلامية		
فؤادها خدمة إعلامية للمواطن في كافة المجالات	حول فوائد هذه البرامج المستعين لها		
نعم تساهم هذه البرامج في تنمية قدراتنا وإمكانياتنا لأن برامج الإذاعية تمس وتتطرق إلى كافة مجالات الحياة اليومية لدى المواطن الطارفي والجزائري ككل.	حول مساهمة هذه البرامج في تنمية القدرات والإمكانيات والقيم الثقافية		



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف -
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية



تخصص: علم اجتماع

قسم علم الاجتماع
اتصال

استمارة مذكرة لنيل شهادة الماستر

المؤسسات الإعلامية ودورها في تنمية القيم الثقافية
لدى المجتمع المحلي
دراسة ميدانية بإذاعة الطارف الجهوية

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي تخصص علم اجتماع اتصال
ملاحظة:

هذه المعلومات سرية لا تستخدم إلا لغرض البحث العلمي

تحت إشراف

د. بن وهيبة نورة

من إعداد الطالبة:
الدكتورة

بحري إسمهان

السنة الجامعية: 2018-2019

المحور الأول: خاص بالبيانات الشخصية

1- الجنس:

ذكر

أنثى

2- السن:

- من 20 - 24 سنة

- من 25-29 سنة

- من 30-34 سنة

- من 40-44 سنة

- 44 فما فوق

3- المستوى التعليمي:

- ابتدائي

- متوسط

- ثانوي

- جامعي

- تكوين مهني

4- الوظيفة:

- إداري

- إيطار سامي (مدير محطة)

- مخرج

- صحفي

- منشط

- عون أمن

5- الأقدمية:

- أقل من 5 سنوات

- من 5 إلى 10 سنوات

- أكثر من 10 سنوات

6- الحالة الإجتماعية:

- أعزب (ة)

- متزوج (ة)

- مطلق (ة)

- أرمل (ة)

7- اللغة الأكثر استعمالا في المؤسسة:

- فرنسية

- عربية

- الإثنین معا
- أخرى:

(1)

المحور الثاني: البيانات الخاصة بالمؤسسات الإعلامية

أولاً: بيانات خاصة بالاتصال والتواصل

8- هل يساهم الارتقاء في مجال الاتصال والإعلام على تحقيق إستراتيجية ناجحة؟

- نعم - لا
- في حالة *نعم*

أشرح:.....

9- هل تعد وظيفة الاتصال ركيزة أساسية لمؤسساتكم؟

- نعم - لا
- في حالة *نعم*

أشرح:.....

10- ما هي طبيعة الاتصال الذي تعتمدون عليه في مؤسساتكم؟

- اتصال رسمي - اتصال غير رسمي - الإثنین معا

11- ما هي وسائل الاتصال المعتمدة في مؤسساتكم؟

- وسائل اتصال كلاسيكية الهاتف، الاتصال الشفوي
- وسائل الاتصال الإلكترونية

12- ما نوع المعارف التي اكتسبتها في المؤسسة؟

- معارف في مجال الاتصال والإعلام
- معارف في مجال الإدارة
- معارف في مجال الثقافات العامة

- أخرى:.....

....

13- هل المعارف المكتسبة في مجال الاتصال تساعد على تطوير قدراتك وإمكانياتك؟

- نعم - لا
- في حالة *نعم*

أشرح:.....

14- ما هي الطرق المعتمدة في توصيل المعلومات داخل مؤسساتكم:

- الكتابية
- الشفهية
- الإثنين معا

(2)

ثانياً: بيانات خاصة بالإعلام والتخطيط الإعلامي

- 15- هل هناك برامج إعلامية تحسيسية وتوعوية تعمل على ترقية ثقافة العنصر البشري؟
- نعم - لا
- في حالة *نعم* هل هي:
- عبارة عن ملتقيات
- مطويات تحتوي على توصيات
- حملات تحسيسية

- 16- ما هي أهمية البرامج الإعلامية التوعوية والتحسيسية داخل المؤسسة؟

.....

.....

.....

- 17- هل تهدف هذه البرامج الإعلامية التوعوية والتحسيسية إلى إضافة معلومات وخبرات تساعد على الارتقاء والتقدم بمستوى العامل داخل المؤسسة؟

- نعم - لا

في حالة *نعم*:

أشرح:.....

- 18- هل هناك فرص للتدريب في المجال الإعلامي والاتصالي في مؤسستكم؟

- نعم - لا

في كلتا الحالتين أشرح:

.....

.....

.....

- 19- هل تطبق المؤسسة أسلوب التخطيط الإعلامي في جميع عملياتها وأنشطتها؟

- نعم - لا

- 20- هل يعتبر التخطيط الإعلامي توظيف الإمكانيات المادية والبشرية والإعلامية من أجل تحقيق أهداف المؤسسة؟

- نعم - لا

في كلتا الحالتين اشرح:

.....
.....
.....

(3)

المحور الثالث: البيانات الخاصة بتمنية القيم الثقافية لدى المجتمع المحلي

أولاً: بيانات خاصة بالقيم الثقافية

21- ماذا تعني القيم الثقافية بالنسبة للفرد؟

.....
.....
.....

22- هل تؤمن مؤسستكم بما يعرف بثقافة المؤسسة للفرد؟

- نعم - لا

في كلتا الحالتين اشرح:

.....
.....
.....

23- كيف تساهم مؤسستكم في المساهمة بالارتقاء بالثقافات الفرعية المتواجدة داخل

وخارج المؤسسة؟

.....
.....
.....

24- ما هي الإمكانيات التي تعدها مؤسستكم من أجل المساهمة في الارتقاء بالقيم الثقافية؟

.....
.....
.....

25- هل هناك فرص للتدريب في مجال المساهمة في الارتقاء بالقيم الثقافية؟

- نعم - لا
في كلتا الحالتين اشرح:

.....
.....
.....

ثانياً: بيانات خاصة بالمشاركة المجتمعية والتنمية المحلية

26- هل تعتبر المشاركة المجتمعية من أكثر العناصر أهمية وفعالية في تحقيق أهداف معينة والوصول إلى تنمية المجتمع المحلي؟
- نعم - لا
في كلتا الحالتين اشرح:

.....
.....
.....

(4)

27- هل تقوم التنمية المحلية بمجموعة من العمليات والنشاطات الوظيفية بهدف النهوض في كافة المجالات المكونة للمجتمع المحلي؟
نعم - لا
في حالة *نعم* اشرح:

.....
.....
.....

28- ما هو دور مؤسستكم اتجاه المجتمع المحلي؟
- منسق للأهداف
- منفذ للبرامج
- الاثنين معا



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف -
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية



تخصص: علم اجتماع اتصال

قسم علم الاجتماع

استمارة مذكرة لنيل شهادة الماستر

المؤسسات الإعلامية ودورها في تنمية القيم الثقافية
لدى المجتمع المحلي
دراسة ميدانية بإذاعة الطارف الجهوية

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي تخصص علم اجتماع اتصال
ملاحظة:

هذه المعلومات سرية لا تستخدم إلا لغرض البحث العلمي

تحت إشراف الدكتورة

د. بن وهيبة نورة

من إعداد الطالبة:

بحري إسمهان

السنة الجامعية: 2018-2019

المحور الأول: خاص بالبيانات الشخصية

1- الجنس:

- ذكر
 أنثى

2- السن:

- من 20 - 24 سنة
 من 25-29 سنة
 من 30-34 سنة
 من 40-44 سنة
 44 فما فوق

3- المستوى التعليمي:

- ابتدائي
 متوسط
 ثانوي
 جامعي
 تكوين مهني

4- الوظيفة:

- إطار سامي (مدير محطة)
 مخرج
 صحفي
 منشط
 إداري
 تقني
 سائق
 عون أمن

5- الأقدمية:

- أقل من 5 سنوات
 من 5 إلى 10 سنوات
 أكثر من 10 سنوات

6- الحالة الاجتماعية:

- أعزب (ة)
 متزوج (ة)
 مطلق (ة)
 أرمل (ة)

7- اللغة الأكثر استعمالا في المؤسسة:

- فرنسية
 عربية
 الإثنين معا
 أخرى:

المحور الثاني: البيانات الخاصة بالمؤسسات الإعلامية

أولاً: بيانات خاصة بالاتصال والتواصل

8- هل يساهم الارتقاء في مجال الاتصال والإعلام على تحقيق إستراتيجية ناجحة؟

- نعم - لا

في حالة *نعم* اشرح:.....

9- هل تعد وظيفة الاتصال ركيزة أساسية لمؤسستكم؟

- نعم - لا

في حالة *نعم* اشرح:.....

10- ما هي طبيعة الاتصال الذي تعتمدون عليه في مؤسستكم؟

- اتصال رسمي - اتصال غير رسمي - الاثنين معا

11- ما هي وسائل الاتصال المعتمدة في مؤسستكم؟

- وسائل اتصال كلاسيكية الهاتف، الاتصال الشفوي
- وسائل الاتصال الالكترونية

12- ما نوع المعارف التي اكتسبتها في المؤسسة؟

- معارف في مجال الاتصال والإعلام
- معارف في مجال الإدارة
- معارف في مجال الثقافات العامة

- أخرى:.....

13- هل المعارف المكتسبة في مجال الاتصال تساعد على تطوير قدراتك وإمكانياتك؟

- نعم - لا

في حالة *نعم* اشرح:.....

14- ما هي الطرق المعتمدة في توصيل المعلومات داخل مؤسستكم:

- الكتابية
- الشفهية
- الإثنين معا

ثانياً: بيانات خاصة بالإعلام والتخطيط الإعلامي

15- هل هناك برامج إعلامية تحسيسية وتوعوية تعمل على ترقية ثقافة العنصر البشري؟

- نعم - لا

في حالة *نعم* هل هي:

- عبارة عن ملتقيات

- مطويات تحتوي على توصيات

- حملات تحسيسية

16- ما هي أهمية البرامج الإعلامية التوعوية والتحسيسية داخل المؤسسة؟

.....
.....
.....

17- هل تهدف هذه البرامج الإعلامية التوعوية والتحسيسية إلى إضافة معلومات وخبرات تساعد

على الارتقاء والتقدم بمستوى العامل داخل المؤسسة؟

- نعم - لا

في حالة *نعم* اشرح:

.....

18- هل هناك فرص للتدريب في المجال الإعلامي والاتصالي في مؤسستكم؟

- نعم - لا

في كلتا الحالتين اشرح:

.....
.....

19- هل تطبق المؤسسة أسلوب التخطيط الإعلامي في تجميع عملياتها وأنشطتها؟

- نعم - لا

20- هل يعتبر التخطيط الإعلامي توظيف الإمكانيات المادية والبشرية والإعلامية من أجل تحقيق

أهداف المؤسسة؟

- نعم - لا

في كلتا الحالتين اشرح:

.....
.....

المحور الثالث: البيانات الخاصة بتمنية القيم الثقافية لدى المجتمع المحلي

أولاً: بيانات خاصة بالقيم الثقافية

21- ماذا تعني القيم الثقافية بالنسبة للفرد؟

.....
.....

22- هل تؤمن مؤسستكم بما يعرف بثقافة المؤسسة للفرد؟

- نعم - لا
في كلتا الحالتين اشرح:

.....
.....

23- كيف تساهم مؤسستكم في المساهمة بالارتقاء بالثقافات الفرعية المتواجدة داخل وخارج المؤسسة؟

.....
.....

24- ما هي الإمكانيات التي تعدها مؤسستكم من أجل المساهمة في الارتقاء بالقيم الثقافية؟

.....
.....

25- هل هناك فرص للتدريب في مجال المساهمة في الارتقاء بالقيم الثقافية؟

- نعم - لا
في كلتا الحالتين اشرح:

.....
.....

ثانياً: بيانات خاصة بالمشاركة المجتمعية والتنمية المحلية

26- هل تعتبر المشاركة المجتمعية من أكثر العناصر أهمية وفعالية في تحقيق أهداف معينة والوصول

إلى تنمية المجتمع المحلي؟
- نعم - لا
في كلتا الحالتين اشرح:

.....
.....

27- هل تقوم التنمية المحلية بمجموعة من العمليات والنشاطات الوظيفية بهدف النهوض في كافة

المجالات المكونة للمجتمع المحلي؟

نعم - لا

في حالة *نعم* اشرح:

.....
.....

28- ما هو دور مؤسساتكم اتجاه المجتمع المحلي؟

- منسق للأهداف

- منفذ للبرامج

- الاثنين معا

الاستثمار و دليل

المقابلة

الهيكل التنظيمي لإذاعة الطارف الجهوية

