

جامعة سعد دحلب – البليدة –

كلية الآداب والعلوم الاجتماعية

قسم علم الاجتماع والديموغرافيا

## مذكرة ماجستير

التخصص علم اجتماع الاتصال

الإعلام الإذاعي والثلاثية اللغوية

دراسة سوسيولوجية في مكونات الخطاب الإذاعي

من طرف

روابح فتيحة

أمام اللجنة المشكلة من:

بويحياوي براهيم	أستاذ محاضر	(أ) جامعة سعد دحلب البليدة	رئيساً
نقاز سيد أحمد	أستاذ محاضر	(أ) جامعة سعد دحلب البليدة	مشرفاً ومقرراً
قاسيمي ناصر	أستاذ محاضر	(أ) جامعة سعد دحلب البليدة	عضواً مناقشاً
أوموسى ذهبية	أستاذة محاضرة	(ب) جامعة سعد دحلب البليدة	عضواً مناقشاً

البليدة جانفي 2013.

## المخلص

يعتبر الإعلام بكل أبعاده عاملا مهما لما له من أهمية كما أن تأطيره قوي يظهر من خلال إثارة المعاني المشتركة لدى قطاعات جماهيرية واسعة في المجتمع ويمكن القول أن إذاعة كوسيلة إعلامية تؤثر في الجمهور المتلقي لها من خلال إثارة المعاني المتشابهة لدى ملايين البشر في وقت واحد ولهذا كانت إشكالية دراستنا تكمن في البحث عن العوامل التي دفعت الإعلاميين أو المذيعين في الإذاعة إلى التعامل بالثلاثية اللغوية وذلك في مجتمع لغته الرسمية هي العربية الفصحى وقد حاولنا من خلال هذه الدراسة معرفة أثر هذه المنظومة الرمزية في تفاعل الجمهور المستمعي مع رسالة الإعلام الإذاعي. وقد تبين لنا أن العملية الاتصالية تعتبر أساس استمرارية حياة الأفراد في المجتمعات وبها يتم تبادل الآراء والأفكار والمعلومات.

فهي تتطلب أخذ ورد بين ملقي لرسالة معينة والذي دائما لديه معنى مقصود يريد إيصاله كونه يمثل القائم بالعملية الاتصالية يسعى إلى إعداد وتوجيه مبادئ والاتجاهات للأفراد في المجتمع ومستقبل لهذه الرسالة والذي له دور هام في عملية الاتصال بحيث يعمل على تحليل المحتوى المضمون الموجه إليه.

وحتى تتم هذه العملية على وجه ناجح فهي ترتبط بسلسلة من العناصر وهذه العناصر الخمس تنطبق على موضوع دراستنا الذي يعتمد على تقنية إعلامية مسموعة تتمثل في الإذاعة كونها مؤسسة إعلامية لا تتطلب إمكانيات ولا مستوى تعليمي معين فهي وسيلة موجهة إلى كافة الجماهير وذلك بمختلف توجهاتهم ورغباتهم وأذواقهم وطبقات الاجتماعية التي ينتمون إليها.

ونظرا لأهمية النظام الرمزي الموظف في اللغة الإعلامية التي يتضمنها مضمون الرسالة الموجهة للجمهور ندرك الإذاعة أن نجاح رسالتها وبلوغها لأهدافها هو مبني على مدى توافق هذا النظام الرمزي الذي تتوجه به في رسالتها الإعلامية إلى جمهورها وفقا لمنظومة رمزية تتوافق مع خصوصية المتلقي.

## شكر

الحمد لله ثم الحمد لله حمدا كثيرا يليق بعظيم جلاله وصلاة والسلام على نبينا محمد وعلى آله وأصحابه الأخيار وسلم تسليما كثيرا.

أما بعد:

أتقدم بكل ما يحمل من معاني الاحترام والتقدير والشكر الجزيل إلى أستاذي الفاضل الدكتور سيد أحمد نغاز الذي كان سندا لي طوال فترة إنجاز هذا العمل حفظه الله ووفقه لمزيد من النجاح والرقى.

## فهرس الجداول

الصفحة	الرقم
122	1
122	2
123	3
124	4
125	5
125	6
126	7
127	8
128	9
129	10
130	11
132	12
135	13
138	14
140	15
142	16
145	17
146	18
147	19
149	20

- 21 مدى إمكانية اعتبار العربية الفصحى الأسلوب التخاطبي الأنسب الذي يؤدي مهمة التأثير على المستمع حسب نوع المتابعة 150
- 22 مدى الاستماع لبرامج الإذاعة الجزائرية التي تبث بالفصحى ورأي المستمع في مستوى هذه اللغة 151
- 23 مدى استيعاب المستمع للمستوى اللغوي المتمثل في العربية الفصحى وذلك حسب عادات التعرض للمستمع 152
- 24 مدى مساهمة اللغة في تفضيل المستمع لبرنامج دون الآخر 154
- 25 يمثل رأي المستمع في كون الثلاثية اللغوية تحقق التفاعل لدى المستمع حسب المستوى التعليمي 156
- 26 يمثل مدى تفضيل المستمع للبرامج التي تبث بالثلاثية اللغوية 157
- 27 يمثل مدى اعتبار المستمع الثلاثية اللغوية ضمان للمعلومة 159
- 28 مدى اعتبار الثلاثية اللغوية كلغة إعلامية من الأسباب التي تزيد من مشاركة المستمع في البرنامج 160
- 29 مدى اعتبار الثلاثية اللغوية لغة تقرب الإذاعة من المستمع 161
- 30 يمثل رأي المستمع في ظاهرة الثلاثية اللغوية وذلك حسب المستوى التعليمي 163

## فهرس الأشكال:

الصفحة	الرقم
26	1
33	2
34	3
35	4

## الفهرس

ملخص

شكر

فهرس الجداول والأشكال

الفهرس

10.....	مقدمة.....
13.....	1- الجانب النظري والمنهجي للدراسة.....
13.....	1.1- أسباب اختيار الموضوع.....
13.....	2.1- أهداف الدراسة.....
14.....	3.1- الاشكالية.....
15.....	4.1- فرضيات الدراسة.....
15.....	5.1- تحديد المفاهيم.....
18.....	6.1- المقاربة السييسولوجية.....
20.....	7.1- الدراسات السابقة.....
23.....	8.1- تقييم الدراسات السابقة.....
23.....	9.1- صعوبات الدراسة.....
25.....	2- العملية الاتصالية والإعلام في المجتمع.....
25.....	1.2- الاتصال الجماهيري.....
25.....	1.1.2- خصائص العملية الاتصالية.....
28.....	2.1.2- أهمية الاتصال الجماهيري.....
29.....	3.1.2- أهداف الاتصال الجماهيري.....
30.....	4.1.2- أنواع الاتصال.....
32.....	5.1.2- نماذج ونظريات الاتصال.....
35.....	6.1.2- معيقات الاتصال الجماهيري.....
36.....	2.2- الإعلام في المجتمع.....
36.....	1.2.2- وسائل الإعلام في المجتمع قبل الإستقلال.....
38.....	2.2.2- وسائل الإعلام في المجتمع بعد الاستقلال.....

38.....	وظائف الإعلام في المجتمع.....3.2.2
40.....	نظريات الإعلام.....4.2.2
42.....	الإعلام في زمن العولمة.....5.2.2
44.....	3- الإذاعة وسيلة إعلامية تخاطب السمع وتستهدف الخيال ما قبل الاستقلال وما بعده.
44.....	1.3- ظهور الإذاعة الجزائرية وتطورها.....
44.....	1.1.3- ميلاد الإذاعة الجزائرية.....
46.....	2.1.3- الإذاعة قبل وبعد الإستقلال.....
47.....	3.1.3- مكانة الإذاعة بين وسائل الإعلام الأخرى.....
49.....	4.1.3- وظائف الإذاعة وخصوصياتها الإذاعية.....
52.....	5.1.3- أنواع الإذاعات الجزائرية ومجالات تأثيرها.....
56.....	2.3- الأداء الإذاعي وفعالية الرسالة الإذاعية.....
56.....	1.2.3- ماهية الأداء الإذاعي.....
58.....	2.2.3- مميزات الأداء الإذاعي.....
61.....	3.2.3- عوامل نجاح الرسالة الإذاعية.....
62.....	4.2.3- أنواع الأبراج الإذاعية.....
66.....	5.2.3- وظائف البرنامج الإخباري نموذجا.....
69.....	4- تنوع جمهور الراديو ودور اللغة في تفاعله مع رسالة الإذاعة.....
69.....	1.4- الجمهور الإذاعي.....
69.....	1.1.4- مفهوم مصطلح الجمهور.....
71.....	2.1.4- تحديد الجمهور الإذاعي.....
75.....	3.1.4- تقييم الجمهور الإذاعي.....
77.....	4.1.4- خصائص الجمهور الإذاعي.....
79.....	5.1.4- متطلبات الجمهور الإذاعي.....
81.....	2.4- أهمية اللغة في التأثير على الجمهور.....

81.....	1.2.4- المنظور السوسولوجي للغة.....
82.....	2.2.4- وظائف اللغة و خصائصها في المجتمع.....
84.....	3.2.4- اللغة كوسيلة إتصال.....
86.....	4.2.4- اللغة في المجال الإعلامي.....
87.....	5.2.4- المرسل و المتلقي و مناسبة لغة الرسالة الإذاعية.....
93.....	5- الثلاثية اللغوية كقناة للإتصال و التواصل الاجتماعي.....
93.....	1.5- اللغة العربية كإحدى عناصر تأثير الإعلام الإذاعي.....
93.....	1.1.5- لمحة عن تاريخ اللغة العربية في المجتمع.....
94.....	2.1.5- موقع العالمية من اللغة الفصحى في المجتمع.....
97.....	3.1.5- العامية و الفصحى و تفاعلها مع الرسالة الإعلامية.....
100.....	4.1.5- واقع اللغة العربية في الإذاعة.....
101.....	2.5- الأمازيغية كإحدى عناصر تأثير الإعلام الإذاعي.....
101.....	1.2.5- لمحة عن تاريخ الأمازيغية في المجتمع.....
103.....	2.2.5- الحركة البربرية في المجتمع.....
105.....	3.2.5- الأمازيغية في المجال الإعلامي.....
107.....	4.2.5- واقع الأمازيغية في الإذاعة.....
108.....	3.5- اللغة الفرنسية كإحدى عناصر تأثير الإعلام الإذاعي.....
108.....	1.3.5- واقع اللغة الفرنسية أثناء الاحتلال.....
110.....	2.3.5- واقع اللغة الفرنسية بعد الاستقلال.....
112.....	3.3.5- البعد الاجتماعي للتعريب و دوره في المجال الإعلامي.....
115.....	4.3.5- واقع اللغة الفرنسية في الإذاعة.....
117.....	6- الإطار الميداني للدراسة.....
117.....	1.6- التعريف بميدان الدراسة.....
118.....	2.6- المناهج والأدوات المستعملة.....
121.....	3.6- تحديد عينة الدراسة.....
122.....	4.6- عرض و تحليل البيانات العامة.....
130.....	5.6- عرض و تحليل البيانات الخاصة بالفرضية الأولى.....
144.....	1.5.6- نتائج الفرضية الأولى.....
145.....	6.6- عرض و تحليل البيانات الخاصة بالفرضية الثانية.....

153.....	1.6.6- نتائج الفرضية الثانية.....
154.....	7.6- عرض و تحليل البيانات الخاصة بالفرضية الثالثة.....
165.....	1.7.6- نتائج الفرضية الثالثة.....
166.....	8.6- عرض وتحليل نتائج المقابلات.....
181.....	1.8.6- نتائج عامة لكل من المقابلات.....
183.....	2.8.6- مناقشة نتائج المقابلات.....
183.....	9.6- الاستنتاج العام.....
185.....	خاتمة.....
187.....	الملاحق.....
197.....	قائمة المراجع.....

## مقدمة :

تعتبر العملية الاتصالية ضرورة المجتمعات الانسانية، فبدون إتصال لا يمكن أن تكون هناك عملية إجتماعية تمثل أساس إستمرارية حياة الأفراد، ولا يمكن تصور وجود مجتمع يندمج فيه تبادل الآراء و الأفكار و المعلومات و كذلك فإن متغير الإتصال هو أساس التفاعل بين الأفراد و الجماعات في المجتمع، ومن خلاله تنشأ علاقات متنوعة و متعددة بين الأفراد . وكلما إزدادت أواصر هذا الإتصال إكتسب الانسان نشاطا إجتماعيا و حضاريا ، ولحدوث عملية إتصالية فإن ذلك يتطلب بالضرورة أخذ ورد بين ملقي لرسالة معينة و متلقي لها . و لكن لن يحدث لك إلا بتوفر خصائص هذه العملية، مرسل للرسالة ، و مستقبل لها ، الرسالة في حد ذاتها، ووسيلة للإتصال و في الأخير رجوع الصدى أو تحقيق التأثير و هو هدف كل عملية إتصالية . و هذه العناصر الخمس تنطبق على موضوع دراستنا الذي يعتمد على تقنية إعلامية مسموعة ألا وهي " الإذاعة".

والتي كانت نتيجة للتقدم التكنولوجي و بالإضافة إلى كونها وسيلة إتصالية جد مهمة فهي أكثر إنتشارا إذا ما قورنت بالكلمة المكتوبة . وهذا لإمكانها مخاطبة كل فئات الجمهور من مختلف الأعمار كبار السن و صغار هم و على إختلاف مستوياتهم الاجتماعية و هي تعني أنه جمهور عريض و متعدد القطاعات و الفئات كما أنه متباين في الذوق و الثقافة بالإضافة إلى إهتمامها بفئة الغير المتعلمين، وبالتالي إستطاعت هذه الوسيلة أن تحتل مكانة خاصة بين وسائل الإتصال الجماهيرية بإمتلاكها قدرة عالية في التعبير عن الواقع المعيش بشكل موضوعي و جدي. ونظرا لما تتميز به من خصوصيات تجعلها قريبة من الجمهور المستمعين كسهولة حمل جهاز الراديو و قدرة المستمع على استخدامه في كل الأماكن من خلال توجيه برامجه ليس فقط لجمهورها في المنازل و إنما في السيارات و في كل مكان وإلى جانب ذلك مخاطبته هذه الوسيلة الاعلامية لكافة شرائح المجتمع باللجوء إلى الطرق الجذابة و المشوقة . واستعمال اللغة البسيطة التي بإمكانها أن تسيطر على العقول وتؤثر في السلوك و ترى أن الاشتراك في المعاني هو شرط إستمرار الإتصال و التواصل الاجتماعي بين الأفراد.

ولذلك نجدها تلجأ من خلال منشطيتها أو مزيغيتها إلى المزج اللغوي أو ما أسميناه في بحثنا بالثلاثية اللغوية المكونة من مستوى اللغة العربية بكل تركيباتها العامية و الفصحى إلى جانب الأمازيغية بمختلف لهجاتها بالإضافة إلى اللغة الفرنسية و نظرا إلى أهمية النظام الرمزي الموظف في اللغة الاعلامية التي يتضمنها مضمون الرسالة الموجهة للجمهور . ندرك الإذاعة كوسيلة إعلامية أن نجاح رسالتها وبلوغها لأهدافها هو مبني على مدى توافق هذا النظام الرمزي الذي تتوجه به في رسالتها الإذاعية إلى جمهورها المستهدف مع المنظومة الرمزية التي تتوفر في هذا الأخير كمتلقي، وبذلك تحاول من خلال رسالتها أن تركز على مميزات و ردود فعل المستقبل من أجل التأثير عليه، وذلك بإعتمادها على اللغة كوسيلة إتصالية.

وفي مجال دراستنا هذه إعتدنا على أخذ عينة من الجمهور المستمع للإذاعة الجزائرية بالإضافة إلى الأخذ بعين الاعتبار رأي القائمين بهذه العملية الاتصالية في بعض الإذاعات الجزائرية. وذلك من خلال دراسة ترمي إلى معرفة الأسباب و العوامل التي دفعت بالمذيع إلى مخاطبة جمهور المستمع بالثلاثية اللغوية و معرفة إذا كانت هذه الحقيقة الواقعية الرائجة والمتجذرة في الواقع اللغوي قد أثرت حقيقة في تفاعل الجمهور المستمع مع مضمون رسالته الإعلامية وللإجابة على ذلك جاء عملنا مقسم إلى قسمين الأول يحمل الجانب المنهجي والنظري .أما القسم الثاني يتمثل في الجانب الميداني للدراسة و لذلك إحتوت هذه الدراسة على ستة فصول وهي:

**الفصل الأول:** يهتم بتحديد الجانب المنهجي للدراسة الذي يبدأ بسبب إختيار الموضوع. تليها أهداف الدراسة وبعده الطرح الإشكالي متبوعا ببعض التساؤلات التي تمحورت في ثلاثة فرضيات. وكذا تحديد

أهم المفاهيم التي تساعد على تبسيط الموضوع.كما تم تحديد المقاربة النظرية إلى جانب إستعراض بعض الدراسات السابقة التي تصب في الموضوع،و أخيرا الصعوبات التي إعتزضت سبيل هذه الدراسة.

**الفصل الثاني:** تم تخصيص هذا الفصل كمدخل للإتصال و الإعلام في المجتمع ،والذي حاولنا من خلاله توضيح فيه خصائص العملية الاتصالية ثم أهمية و أهداف الإتصال الجماهيري تليها أنواع الإتصال بالإضافة إلى أهم النماذج و النظريات في عملية الإتصال ثم تطرقنا إلى معيقات الإتصال أما بالنسبة للإعلام في المجتمع قمنا بالتطرق إلى فلسفة الإعلام ثم محاولة التعريف بوسائل الإعلام قبل وبعد الاستقلال و بوظائفه و نظرياته و في الأخير تحديد قضايا الإعلام في زمن العولمة.

**الفصل الثالث:** وهو خاص بالإذاعة و الأداء على مستوى هذه الوسيلة بالإضافة إلى فعالية الرسالة الإذاعية بحيث جاء فيه في البداية ميلاد الإذاعة الجزائرية ثم و وضعيتها قبل وبعد الاستقلال و موقعها بين وسائل الإعلام الأخرى و كذا وظائفها و خصوصياتها اللغوية ثم نجد أنواع الإذاعات التي عرفت الجزائر و مجالات تأثيرها ،كما جاء أيضا في هذا الفصل التطرق إلى ماهية الأداء الإذاعي إلى جانب مميزاته و عوامل نجاح الرسالة الإذاعية بالإضافة إلى أنواع البرامج في الإذاعة و في آخر هذا الفصل تطرقنا إلى وظائف البرنامج الإخباري نموذجا.

**الفصل الرابع :** وهو خاص بتنوع جمهور ولهذا الراديو و دور اللغة في تفاعل هذا الأخير مع رسالة الإذاعة و لهذا ارتأينا من خلاله التعرف على أبعديات هذا الجمهور من حيث التطرق أولا إلى مفهومه كمصطلح ثم جاء فيه تحديد الجمهور الإذاعي بالإضافة إلى تقسيمه و أهم خصائصه ثم أردنا التعرف على متطلباته كجمهور مستمع و متنوع في أدواقه.

كما جاء أيضا في هذا الفصل أهمية اللغة في التأثير على الجمهور الإذاعي بحيث قمنا أولا بالتطرق إلى أهمية المنظور السوسiolوجي للغة. ووظائفها في المجتمع بالإضافة إلى دورها الاتصالي ولاسيما في المجال الإعلامي و منه إرتئينا إلى التعرف على علاقة التفاعل و مهارات الاتصال بين المرسل و المتلقي أو الجمهور المستمع و تأثير لغة الرسالة الإذاعية في ذلك.

**الفصل الخامس:** وهو خاص بالثلاثية اللغوية و دورها كقناة للإتصال و التواصل الاجتماعي و نجده يبدأ أولا بدراسة اللغة كإحدى عناصر تأثير الإعلام الإذاعي بحيث تم التطرق إلى إعطاء لمحة عن تاريخ اللغة العربية في المجتمع و موقع العامية من اللغة الفصحى و دور كل منهما في المجال الإعلامي بالإضافة إلى واقع اللغة العربية في الإذاعة كوسيلة إعلامية كما جاء أيضا في هذا الفصل التطرق إلى الأمازيغية كإحدى عناصر تأثير الاعلام الإذاعي و ذلك من خلال إعطاء لمحة عن تاريخ هذه اللغة في المجتمع ثم بعد ذلك محاولة التعرف عليها كحركة بربرية عرفها المجتمع الجزائري بالإضافة إلى دور الأمازيغية في المجال الاعلامي و لاسيما واقعها كالغة متعددة اللهجات في الإذاعة.

وفي آخر هذا الفصل تطرقنا إلى اللغة الفرنسية كإحدى عناصر تأثير الإعلام الإذاعي و ذلك من خلال التعرف أولا على واقع هذه اللغة في المجتمع أثناء الاحتلال وبعده ثم التعرف على البعد الاجتماعي لسياسة التعريب المنتهجة و دورها في المجال الإعلامي و في الأخير تم التطرق إلى واقع اللغة الفرنسية في الإذاعة

**الفصل السادس:** تطرقنا فيه إلى عرض و تحليل نتائج الفرضيات و كذا عرض و تحليل نتائج المقابلات و تقييمها ثم الاستنتاج العام الخاص بهما و في الأخير إنتهى بحثنا بالخاتمة إلى المراجع و الملاحق.

## فصل 1:

### الجانب النظري والمنهجي للدراسة

#### 1.1 - أسباب اختيار الموضوع:

إن لكل باحث أسباب تدفعه إلى اختيار الموضوع ونحن بدورنا لم نخرج عن هذه القاعدة بل كانت لدينا أسبابنا ودوافعنا الخاصة نلخصها في عاملين أساسيين هما:

##### 1.1.1 - أسباب ذاتية:

- ميولي الخاص إلى التخصص في هذا الميدان الذي أراه ضرورة حيوية بالخصوص في كيفية الإعداد والإنتاج الإعلامي.

- الإهتمام الشخصي بمحاولة معرفة حقيقة العوامل المؤثرة في مسار الرسالة الإذاعية من المرسل إلى المستقبل خصوصا ما تعتمد عليه من سياسات واستراتيجيات لبلوغ أهدافها.

##### 2.1.1 - أسباب موضوعية:

- الوصول إلى حقائق ونتائج سوسيولوجية توضح العلاقة الموجودة بين الثنائية المرسل والمستقبل في ضوء ما تحمله المنظومة الرمزية لكل منهما.

- انتشار ظاهرة الثلاثية اللغوية بشكل كبير في المجتمع وامتدادها إلى المؤسسات الإذاعية مما يدعو للبحث عن أسباب ذلك.

- معرفة الأهمية البالغة التي توليها المؤسسات الإذاعية الجزائرية لطبيعة ونوعية جمهورها المستهدف من خلال مضامينها الإذاعية.

- محاولة تطبيق تقنيات البحث السوسيولوجي ومعرفة مدى انسجام المعطيات السوسيولوجية مع المعطيات الميدانية.

#### 2.1 - أهداف هذه الدراسة:

الهدف الرئيسي والجوهري الذي نسعى للوصول إليه من خلال هذه الدراسة هو:

- الوصول إلى نتائج علمية تبين أهم العوامل التي دفعت بالمذيع إلى التعامل بالثلاثية اللغوية في مجتمع لغته الرسمية هي العربية الفصحى ومدى تفاعل الجمهور المستمع مع هذه الحقيقة الواقعية (الثلاثية اللغوية).

- محاولة الكشف عن العلاقة التي تجمع بين اللغة والإعلام خصوصا في المؤسسات الإذاعية باعتبارهما عنصران متلازمان ومتكاملان لا يمكن لأحدهما الاستغناء عن الآخر والهدف من ذلك تبيان المكانة التي تحتلها اللغة في العملية الاتصالية.

- التحقق من الفرضيات المتبناة كإجابات احتمالية حول إشكالية الدراسة.

-إثراء الرصيد المعرفي بدراسة جديدة خاصة في علم الاجتماع والاتصال كون أغلب الدراسات تناولت موضوع اللغة من جانب اجتماعي تربوي.

### 3.1- الإشكالية:

لقد عرف المجتمع الإنساني على إختلاف درجات تقدمه أنواعا مختلفة للإعلام . فقد عمل منذ بدايته على شرح وتبسيط مختلف الآراء وإيصال المعلومات بهدف تثقيف الجمهور وإعلامه بكل ما يهم في الحياة الإجتماعية. وعليه فإن هناك عدة عوامل تتطلب وجود الإعلام في المجتمع . نظرا لما يحدثه من تأثيرات نفسية واجتماعية وثقافية والتي كان لها صداها في المجتمع وهكذا تزايد التعامل مع وسائل الإعلام بكل أنواعها إذ ساهم الإعلام في تقريب المسافة بين الأفراد والجماعات ومختلف المجتمعات . وذلك بمعالجة قضاياهم ومشاكلهم كوجود اجتماعي وثقافي عبر مختلف المضامين الإعلامية من خلال الطرح والتناول والمناقشة والإثراء وهكذا تمكنت وسائل الإعلام من إحداث تفاعل اجتماعي إلى جانب تأثيرات بالغة الأهمية لدى ملايين البشر في وقت واحد.

وقد تطورت هذه الوسائل نتيجة التقدم التكنولوجي الذي أكسبها أهمية في مدى أفراد المجتمع بمختلف المعلومات والتوجهات. فالإذاعة كوسيلة إعلامية إستطاعت أن تساهم في التأثير على مختلف الممارسات الإجتماعية للأفراد. خاصة أن تعامل المجتمع مع هذه الوسيلة كان ما قبل الاستقلال واستمر إلى ما بعده. إذ تلعب الإذاعة دورا مهما من حيث وصول الكلمة المذاعة. وهذه الأخير لا يمكن أن تصل إلا عن طريق منظومة من الرموز اللغوية تصاغ في رسالة إعلامية توجه إلى الجمهور المستمع وذلك على إختلاف قطاعاته وفئاته وتباين أدواقه وثقافته في صيغة تبادلية وتفاعلية بين المذيع أثناء أدائه الإذاعي كمرسل للرسالة والمستمع كمتلقي لها باعتبار أن الفرد يحتاج إلى اللغة حتى تكتمل عملية إتصاله مع غيره وهو ما يميز الرسالة الإعلامية أثناء انتقالها من المصدر إلى المستقبل.

إذ أصبحت تلازم وسائل الإعلام وخاصة منها الإذاعة عدة لغات مختلفة. وكل لغة تهيمن على جانب معين من الحياة الاجتماعية للأفراد بإعتبارها ركيزة أساسية يعتمد عليها الإتصال لتفعيل العملية الإعلامية بين المرسل والمتلقي. ولهذا يسعى الإعلام في الإذاعة إلى أن يبلغ طبقات المجتمع على إختلاف مستوياتها. وقد وصل دور الإذاعة إلى مرحلة التأثير من خلال إحداث تغييرات لدى الجمهور المستمعين وإقناعهم بمضامين الرسالة الإعلامية فمن برامجها ما يبث باللغة العربية بمستوياتها العامية والفصحى ومنها ما يبث باللغة الفرنسية وكذا الأمازيغية كل ذلك في صيغة لغوية متعددة المعاني أو ما يعرف بالثلاثية اللغوية. حيث أن كل مستوى لغوي من هذه الثلاثية يحمل عددا متميزا من الرموز يسعى من خلالها المذيع أثناء أدائه الإذاعي إلى تحقيق التفاعل والاستجابة لرسائل والمضامين الإعلامية المقدمة للمستمعين وذلك من خلال وضعيات إجتماعية مختلفة يستعمل فيها رموز لغوية تكون تارة من محتوى العامية وتارة أخرى من محتوى الفصحى واللغة الفرنسية وحتى الأمازيغية

ومن هنا يبرز إشكال الدراسة والذي يطرح نفسه بحدّة نظرا لتوظيف اللغة العربية (العامة والفصحى) والفرنسية إلى جانب الأمازيغية في بناء رسالة الإذاعة الجزائرية. وفي ضوء هذه الثلاثية اللغوية التي تطبع الأداء الإذاعي يحضرنا الإشكال التالي:

ما هي أهم العوامل التي دفعت بالمذيع إلى مخاطبة جمهوره المستمع بالثلاثية اللغوية في مجتمع يعتبر الفصحى لغته الرسمية في حياته الفكرية؟

وهل هذه الحقيقة الواقعية والرائجة في الواقع اللغوي أثرت في تفاعل الجمهور مع رسالة الإعلام الإذاعي؟

تساؤلات هذه الدراسة:

1- هل محتوى أو مضمون الرسالة الإعلامية هو الذي يجعل المذيع يختار نوع اللغة المناسبة في بناء الرسالة؟

2- هل توجيه المذيع رسالته بالفصحى يؤثر في فهم الجمهور للمضامين الإذاعية؟

3- هل توظيف المذيع للثلاثية اللغوية أو المزج اللغوي أثناء أدائه الإذاعي يزيد من مشاركة وتجاوب المستمعين.

#### 4.1- الفرضيات

1- المادة الإعلامية لها دور في تحديد نوع اللغة التي تبث بها برامج الإذاعة وذلك بهدف إحداث قبول لدى المستمع.

2- توجيه المذيع رسالته بالفصحى يؤثر في فهم الجمهور للمضامين الإذاعية. كونها لغة صعبة الفهم بالنسبة لفئات معينة.

3- توظيف المذيع للثلاثية اللغوية كنظام رمزي في طريقة تقديمه يؤدي إلى استقطاب الجمهور المستمع وبالتالي تحقيق أهداف البرنامج.

#### 5.1- تحديد المفاهيم والمصطلحات:

إن عملية تحديد المفاهيم تعتبر عملية ضرورية ومنهجية لكل بحث علمي ولهذا حتى يكون الباحث على دراية بالمضامين لكل مفهوم. مما يساعد على الإحاطة بموضوع بحثه كما يساعد أيضا القارئ على فهم المضمون العملي لكل مفهوم ويعطيه نظرة واضحة عن موضوع الدراسة. كما يمكنه من فهم فصول البحث. وفي دراستنا قد إقتصرننا على بعض المفاهيم الأساسية التي تخدم الموضوع بشكل مباشر وهي كالتالي:

#### 1.5.1- تحديد مفهوم الإتصال:

\* الإتصال لغويا: كلمة مشتقة من مصدر "وصل" الذي يعني أساسا الصلة وبلوغ الغاية [1] ص

إن كلمة الاتصال communication هي كلمة مشتقة من الأصل اللاتيني للفعل communicare بمعنى يشيع عن طريق المشاركة أو بمعنى عام أو مشترك في عدد كبير من المهن والمجالات المختلفة ومنها التربوية والتوجيه والتنقيف [2] ص 79.

ويعرف الاتصال في إطار الإعلام بأنه بث رسائل واقعية أو خيالية تتصل بموضوعات معينة على أعداد كبيرة من الناس مختلفين فيما بينهم في النواحي الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية ويوجدون في مناطق متفرقة [3] ص 20.

والاتصال مفهوم موجود منذ القدم لكنه أصبح واسع الانتشار في تعاملاتنا الحالية. [4] ص 15.

### التعريف الإجرائي للاتصال:

يعتبر الإتصال عملية أساسية في الحياة الاجتماعية كما يمثل عملية ربط مقصودة بين طرفين المرسل والمستقبل وذلك من أجل تأدية وظيفة محددة. وبالتالي تكون الغاية من الاتصال هو حصول كل فرد من أفراد المجتمع على المعارف والمعلومات والتطلع على تجارب الآخرين من جهة والتعبير عن أفكاره من خلال الألفاظ والرموز والإشارات أو اللغة بمختلف أنواعها والتي يستخدمها المرسل صاحب الرسالة لإقامة علاقة إتصال بينه وبين المستقبل.

### 2.5.1- تحديد مفهوم الإعلام:

الإعلام هو عبارة عن تزويد الناس بالأخبار الموضوعية والمعلومات الدقيقة والحقائق كل ذلك يهدف إلى تكوين رأي حول واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشاكل وهذا الرأي الذي يتكون مميّزا تعبيرا موضوعيا عن عقلية الجماهير وإتجاهاتهم وميولهم فالإعلام يهدف إلى الشرح والتوضيح والتبسيط [5] ص 15.

### -التعريف الإجرائي للإعلام:

يعتبر الإعلام عبارة عن مخزون من المعطيات ، بحيث تقوم العملية الإنضالية بتحويلها وتوظيفها. وبالتالي هو عملية يتم من خلالها نقل المعلومات إلى نوعيات جماهيرية مختلفة وحتى تكون لهذه المعلومات قيمة لا بد من وجود مرسل لنقل الرسالة الإعلامية ومنتلقي لهذه الرسالة. ونجاح هذه العملية يتطلب وجود أسلوب خطابي يخدم فئات الجمهور المتباينة ويتمثل بالتحديد في اللغة المستعملة خلال هذا النشاط الإتصالي.

### 3.5.1- تحديد مفهوم الإذاعة:

وهو مصطلح يعني البث المنظم ونشر للأخبار والبرامج والأغاني والتمثيلات والموسيقى وأي مواد إعلامية أخرى موجهة إلى الجمهور العام. [6] ص 76.

تعتبر الإذاعة من أقدم أشكال الاتصالات الأساسية حيث ينظر الكثيرون للراديو باعتباره جهاز تليفزيون تنقصه الصورة أو باعتباره وسيلة إعلامية من الدرجة الثانية. وتكمن الخطوة الأولى في تحقيق تغطية إذاعية ناجحة في القدرة على عرض الخبر بشكل فعال مع التركيز بشكل خاص على عنصرين أساسيين وهما صلة وارتباط موضوع الخبر بالجمهور الموجه إليه. [7] ص ص 209-237.

#### -التعريف الإجرائي للإذاعة:

المقصود بالإذاعة في هذا البحث هو مؤسسة الإذاعة الجزائرية بكافة قنواتها ومحطاتها. والتي تبت برامجها ساعية بذلك إلى الأخذ بعين الاعتبار كل فئات الجمهور أو المجتمع بمختلف الأعمار ومختلف المستويات التعليمية وذلك باستخدام اللغة كجوهر للتفاعل الاجتماعي وللتعبير عن الواقع المعاش بغية تحقيق الإتصال والتواصل الإجتماعي.

#### 4.5.1- تحديد مفهوم الإعلام الإذاعي:

ما ميزه هو أن خطره أصبح أشد وأثره أعمق في نفوس الملايين. خاصة كلما كانت البيئة قليلة الحظ من الثقافة والتعليم فهو يخاطب الأمي والجاهل حتى أصبحنا الراعي في حلقة يرعى قطيعه يلتقط هذا الجهاز الصغير المسمى ( ترانزستور) وتوافرت الأجهزة في البيوت والمقاهي والمطاعم والبواخر والسيارات والقطارات كل هذا لأن الإعلام الإذاعي لا يتطلب من المستمع مقدرة ثقافية معينة كما هو الحال بالنسبة لوسائل الإعلام الأخرى [8] ص 168.

#### -التعريف الإجرائي للإعلام الإذاعي:

هو جهاز يملك القدرة على مخاطبة كل طوائف وفئات الجمهور من أطفال وشباب ونساء ورجال. كبار السن وصغارهم مهما اختلفت درجة تعليمهم، متخطيا بذلك حاجز الأمية. ولذلك فهو يعتمد على الوضوح والتبسيط من خلال إختيار اللغة كنظام رمزي يتوافق مع خصوصيات المتلقي.

#### 5.5.1- تحديد مفهوم اللغة:

تمثل اللغة نمطا مهما من الأنماط الثقافية التي تتكون من خلالها ثقافة المجتمع بل تعد عند معظم الأنثروبولوجيين أهم هذه الأنماط لأنها تعتبر الوعاء الذي يحتوي على جميع الأنماط الثقافية وسماتها من ناحية، كما أنه كل ما يكتسبه الفرد ويتعلمه من هذه الأنماط يصل إلى عقله ووجدانه من خلال اللغة من ناحية ثانية [9] ص 18.

و تلعب اللغة (الحوار) دور أساسي في الاتصال (التواصل) الاجتماعي [10] ص 19.

#### -التعريف الإجرائي للغة:

تعتبر اللغة في دراستنا هذه تلك الألفاظ التي يستخدمها أفراد المجتمع لإقامة علاقة الإتصال فيما بينهم . ونركز بالخصوص في هذه الدراسة على المرسل الذي يتخذ اللغة كوسيلة إتصال أساسية

ومنظمة لتوصيل الأفكار والمعلومات إلى المستقبل وذلك عن طريق لغة محكمة محملة بنفس القيم الاجتماعية والأفكار التي يتبناها الأفراد. حتى يحدث ما يسمى بالتفاعل وذلك لاعتبار أن عملية الاتصال مرهونة باللغة.

### 6.5.1- تحديد مفهوم الثلاثية اللغوية:

نظرا لعدم وجود تعريف اصطلاحى يحدد المعنى المقصود لمفهوم الثلاثية اللغوية في دراستنا هذه فإننا نكتفي بتحديد المفهوم الإجرائي.

#### -التعريف الإجرائي للثلاثية اللغوية:

المقصود بالثلاثية اللغوية في موضوع بحثنا وجود ثلاثة لغات وكل لغة تختلف عن الأخرى عند فرد ما أو جماعة ما حيث يتم توظيف هذه اللغات الثلاث في عملية الاتصال كنظام لغوي رمزي أو خصوصية لغوية يجعل منها المذيع أسلوبه الذي يخاطب به جمهوره المستمع وبالتالي هي ذلك التعدد اللغوي الذي يتكون بالدرجة الأولى من اللغة العربية المتمثلة في المستويين اللغويين (العامة والفصحى) وكذا اللغة الفرنسية بالإضافة إلى الأمازيغية. وبما أن الإذاعة الجزائرية هي من بين وسائل الإعلام التي يطرح فيها استخدام الثلاثية اللغوية ضمن مضامينها التي تتوجه بها للجمهور المستمع. أردنا من خلال ذلك النظر إلى الأسباب الرئيسية التي أدت أو دفعت بالمذيع إلى التفاعل مع هذه الثلاثية اللغوية وجعلها اللغة الموظفة في بناء الرسالة الإعلامية ومدى تفاعل الجمهور المستمع هو الآخر مع هذه الرسالة.

### 6.1- المقاربة السوسيوولوجية:

تعد المقاربة السوسيوولوجية من الخطوات الهامة في علم الاجتماع ذلك لوضع موضوع الدراسة في الإطار النظري. أي الإطار العلمي والمهني. وهذا بالإعتماد على مفاهيم أساسية لنظرية معينة. فالنظرية هي "إطار فكري يفسر مجموعة من الفروض العلمية ويصفها في نسق علمي مترابط"

لذا فإننا ملزمين بوضع دراستنا ضمن مقاربة سوسيوولوجية له والذي يتمثل في "الإعلام الإذاعي الثلاثية اللغوية". وهذا تبعا لما جاء في الإشكالية والفرضيات تطلب منا الإعتماد على "النظرية التفاعلية الرمزية" وباعتبارها نظرية تهتم أساسا وفي المقام الأول بعملية التفاعل الإجتماعي القائم على الرموز وتركز بشكل مباشر على الإتصال من منظور التفاعل الرمزي فإن الفعل الإجتماعي يكون مستقرا في الأفراد الفاعلين الذين يكيفون مسارات أفعالهم الشخصية نحو كل منهم لأخر من خلال عملية التفسير. وعلى النقيض من ذلك فإن المفاهيم الإجتماعية تضم الفعل الإجتماعي عادة في حركة ونشاط المجتمع أو في بعض وحداته. ويرى " بلومر" أنه في وجهة نظر التفاعلية الرمزية فإن تنظيم المجتمع الإنساني يمثل الإطار الذي يحدث بداخله الفعل الإجتماعي وفيما يتعلق بأولوية الإتصال أن

الذوات تعتبر سابقة على عملية الإتصال بحيث يمكن شرح الإتصال من خلال هذه العملية [11] ص 33-34.

وقد قمنا بإدراج موضوعنا في هذه النظرية لأن اللغة هي عبارة عن مجموعة من الرموز المميزة بين الأفراد بإعتبار أن هذه الوظيفة التي تؤديها اللغة داخل المجتمع لا يمكن أن تحصل إلا بالرموز المتداولة بينهم. وبالتالي هي الأساس لتحقيق عملة الإتصال والتواصل الإجتماعي. وبفضل هذه الرموز تتوفر العلاقة التبادلية الحاصلة بين اللغة ووسائل الإعلام ومنها الإذاعة كوسيلة إعلامية فبناء محتوى أو مضمون الرسالة بعيدا عن اللغة لا يمكن أن يكون حاصل أو موجود فهي متلازمة مع الإعلام كتلازمها مع الفرد في مجتمعه كونها وسيلة هامة في خدمة المجتمع، إذ لا يمكن للفرد كمتلقي أن يتأثر بالرسالة الإعلامية إلا بعد أن تتم عملية الفهم والفك للرموز اللغوية الموظفة في المحتوى الإعلامي. والثلاثية اللغوية بكل ما فيها من لغات عربية وفرنسية وأمازيغية هي من اللغات التي تتحدد وظيفتها بمنطلق مستعمليها فوظيفتها تختلف لدى الأفراد بحكم تركيباتها ومستوياتها وتظهرها المتكون من اللغة العربية والفرنسية والأمازيغية وكل مستوى هذه اللغات يحمل عددا متميزا من الترميزات المختلفة. وبالتالي يمكن القول أن توظيف المذيع أثناء أدائه الإذاعي للنظام الرمزي بكل ما يتوافق مع خصوصيات المتلقي يعتبر أمر ضروري في بناء الرسالة الإعلامية؟

كما يمكن أن ندرس موضوع بحثنا ضمن النموذج الذي قدمه " هارولد لا زول" في الإتصال مؤكدا على عنصر التأثير في العملية الإتصالية. ولقد لخص نمودجه هذا في عبارته المشهورة " من يقول؟ وما يقول؟ ولمن يقول؟ وبأية وسيلة؟ وبأي تأثير؟

ويشير " لازويل " إلى أن دراسة الإتصال تحاول الإجابة على الأسئلة السابقة.

-السؤال الأول: من يقول؟ يشير إلى من القائم بالإتصال وما هي خصائصه سواء كانت الفردية أو الجماعية. إذ أن القائم بالإتصال يعد أحد عناصر العملية الإتصالية.

-والسؤال الثاني: ماذا يقول؟ ويعني الرسالة في حد ذاتها

-أما العنصر الثالث: لمن يقول؟ ويعني بذلك الجمهور

-والعنصر الرابع يركز على الوسيلة وأخر عنصر ركز عليه "لازول" في نمودجه هو عنصر "

التأثير" الذي تحدثه العملية الإتصالية [12] ص 56.

وفي هذا الموضوع يسعى الإعلامي في الإذاعة بصفته القائم بالإتصال والذي يعتبر عنصر من عناصر العملية الإتصالية إلى نقل الرسائل الإعلامية وهنا بالتحديد تتبين وتظهر أهمية اللغة الإعلامية التي يتضمنها المضمون أو محتوى الرسالة من المرسل إلى المتلقي فيختار الثلاثية اللغوية أو المزج اللغوي بلغاته المختلفة كنظام رمزي أساسي باعتبارها خصوصية لغوية تميز المجتمع الجزائري بغية بلوغ أهداف الإتصال والتواصل

## 7.1- الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة الراهنة من قريب أو من بعيد مصدرا هاما لإلقاء الضوء عليها ويؤكد جمهور الباحثين على أهمية البحوث والدراسات السابقة باعتبار أن البحث كما نعلم لا يبدأ من فراغ كما أن الباحث لا يكتب آخر كلمة في العلم ولهذا لا بد من الإطلاع على الدراسات السابقة وبالتالي لا يمكن بالضرورة أخذ نفس الدراسة من حيث العنوان ونفس المشكلة فقد يكون هذا صحيحا إذا كانت مثل هذه الدراسة متوفرة لكن الباحث حتى ولو كان بصدد دراسة إستطلاعية يجب أن يطلع على البحوث السابقة سواء إرتبطت بالموضوع من قريب أو من بعيد.

-الدراسة الأولى: [13] .

هذه الدراسة قام بها " فارس طباش" تحت عنوان " العامية والفصحى وإشكالية التلقي لدى جمهور الإذاعة الجزائرية" وذلك في رسالة لنيل شهادة ماجستير في معهد علوم الإعلام والاتصال تخصص " وسائل الإعلام والمجتمع" والتي حاول من خلالها أن يكشف عن الوظيفة التي تؤديها اللغة داخل المجتمع باعتبارها الأساس لتحقيق الإتصال والتواصل ومختلف الأغراض المنتظرة من العملية ويعتبر الإعلام اليوم عاملا مهما وهاما في هذا النشاط الإتصالي بل أصبح أساسيا نظرا للعلاقة التبادلية الحاصلة بين اللغة ووسائل الإعلام عموما. وهو يعتبر أن البحث في هذه العلاقة يعتبر من أبرز الإشكاليات التي تكتسي أهمية بالغة وكبيرة سواء بالدراسات المتعلقة باللغة أو بحقل الإعلام والإتصال وهو يرى أن توظيف العامية والفصحى تنجم عنها إشكالية التلقي والتفاعل مع المضمون الإعلامي ولهذا تمثلت الإشكالية التي تناولتها هذه الدراسة فيما يلي:

هل تعرض و تفاعل الجمهور مع رسالة الإذاعة الجزائرية عند توظيف العامية والفصحى يرتبط بفهم رموز وألفاظ كل مستوى لغوي؟ أم أن ذلك راجع لاعتبارات أخرى تتحكم في العملية؟

من بين تساؤلات هذه الدراسة:

1-هل التلقي الإيجابي يعني تحقيق الفهم والتفاعل يتحكم فيه نوع النموذج اللغوي الموظف في مضمون الإذاعة الجزائرية؟

2-هل تتحكم كل من العامية والفصحى في تعرض وتفاعل أفراد الجمهور للإذاعة؟

3-هل بناء الرسالة التي تتوجه بها الإذاعة الجزائرية نحو الجمهور بالفصحى يحقق الفهم والتفاعل مع المتعرضين أم أن العادات اللغوية المكتسبة من المجتمع ( العامية) تشكل عائق في فهم الرسالة؟

4-هل فهم الرسالة بما يحدث التفاعل لدى الجمهور يرتبط بالنموذج اللغوي الذي توظفه الإذاعة

الجزائرية بمعنى الثنائية اللغوية المكونة من العامية والفصحى؟[13].

وقد قام الباحث لتوضيح موضوعه أكثر بتحديد أهم المفاهيم والتي تمثلت في كل من مفهوم الإذاعة والإتصال وأيضا الثنائية اللغوية بالإضافة إلى تحديد مفهوم الإزدواجية اللغوية وكل من مفهوم التلقي والتفاعل في هذه الدراسة. كما قام الباحث بالجوء إلى أسلوب أخذ العينات التي تمثل المجتمع الأصلي بأخذ صورة مصغرة عنه. هذه العينات تتحدد بحسب مجتمع البحث حيث أنه إذا كان هناك تجانس يكون حجم العينة ذات عدد صغير. أما إذا كان هناك تباين بين أفراد المجتمع الأصلي تأخذ عينة كبيرة وعريضة ونظرا للتجانس الموجود بين الأفراد تم إعتماده عينة ذات حجم صغير تتكون من 100 فرد وهي من نوع العينة العشوائية كما أن الباحث في هذه الدراسة إعتد على المنهج المسحي الذي يقوم على الإستبيان لجمع البيانات والمعلومات معتمد في ذلك على إستمارة تتضمن 26 سؤالاً.

### نتائج هذه الدراسة:

-لغة الإعلامية تأثير قوي وكبير في التعرض لمضامين الإذاعة الجزائرية  
-للثنائية اللغوية المتمثلة في العامية والفصحى تأثير على الجمهور المتعرض للإذاعة الجزائرية سواء من جانب إنتقاء المضامين أو تفضيل القنوات التي يتعرض لها.  
-عدم التعرض والتفاعل مع المستوى الثاني من اللغة العربية أي العامية ينجم بحسب المبحوثين عندما يتضمن الخطاب الإعلامي الموجب لهم سياقات وصيغ لا تتطابق مع الرموز الأصلية للعامية [13] ص 224.  
الدراسة الثانية: [14].

هذه الدراسة كما قام بها " حسين حمران" تحت عنوان " الإتجاه اللغوي لجمهور وسائل الإعلام الجزائرية في ظل الإزدواجية اللغوية"

وذلك في رسالة لنيل شهادة ماجستير في معهد علوم الإعلام والإتصال. وتقدم هذه الدراسة تصور عام عن الواقع اللغوي في الجزائر. وتحلل ظاهرة هامة في إحدى المجالات المتمثلة في المجال الإعلامي من خلال دراسة علاقة الجمهور بظاهرة الإزدواجية اللغوية في وسائل الإعلام الجزائرية هذا الجمهور الذي وجد نفسه بحكم عوامل تاريخية إستعمارية مخيرا أمام وسائل إعلام وطنية مزدوجة اللغة وتمثلت الإشكالية التي تناولتها الدراسة فيمايلي: كيف يتعامل جمهور وسائل الإعلام الجماهيرية ممثلة من الطلبة الجامعيين مع ظاهرة الإزدواجية اللغوية؟

أي فيما تتمثل اللغة التي يفضلها هذا الجمهور أكثر عند قراءته للصحافة الوطنية: هل هي اللغة العربية؟ أم الفرنسية؟

ومن بين تساؤلات هذه الدراسة:

1-ماذا تعني الإزدواجية اللغوية؟ ما هي أنواعها وما هو موقع الجزائر من بين هذه الأنواع؟

2- ما هي مختلف العوامل التاريخية التي ساهمت في تكريس ظاهرة الإزدواجية اللغوية في الجزائر أثناء الإحتلال وبعده؟

3- كيف تتجلى مظاهر الإزدواجية اللغوية في وسائل الإعلام الجزائرية على إختلافها صحافة مكتوبة. إذاعة. تلفزيون؟

4- كيف تظهر العلاقة القائمة بين اللغة والإعلام؟ [14].

من بين أهم المفاهيم التي قام الباحث بتحديدتها في هذه الدراسة هي مفهوم الإزدواجية اللغوية كما إعتد الباحث على عينة تدرج في إطار العينات الغير إحتماالية وبالتحديد ضمن العينة القصدية بحيث تتكون العينة من 500 فرد يمثلون طلبة جامعيين موزعين على ستة معاهد وذلك ليس بالتساوي وإنما وفق متطلبات ومقتضيات المعاينة الحصصية. إذ أن الباحث في هذه الدراسة إعتد على المنهج التاريخي. والذي وضعه في إحدى محطات هذه الدراسة كما إتبع النهج الوثائقي الذي يقوم على جمع البيانات والمعلومات بالإضافة إلى منهج المسح يسعى إلى التعرف على الإتجاه اللغوي للطلبة الجامعيين. ولهذا نجد الباحث إعتد على الإستمارة لجمع المعلومات.

#### الدراسة الثالثة:

هذه الدراسة لقد قام بها " الدكتور أحمد الزغبي " تحت عنوان " إزدواجية اللغة ووحدة الثقافة في الجزائر".

لقد ظهرت لدى هذا الباحث فكرة هذا الموضوع في ديسمبر 1979. لما شهدت جامعة الجزائر ومنها جامعة وهران إضطرابات طلابية حول مسألة التعريب وكان الأمر الذي لفت نظر الباحث أنذاك هو أن الإضطرابات انحصرت في الأقسام.

إن هذه الظاهرة التي شكلت لدى الباحث إشكالية ذات طابع إستمولوجي ( معرفي) صاغها على النحو التالي: إذا كانت مسألة التعريب وطنية عامة وتقع كما هو معلن في صلب الثورة الثقافية فمن المنطقي أن لا يكون الإنقسام حولها إنقسام لغويا وإنما إنقسام ذو طبيعة مختلفة تقع في مركزها مختلف العوامل الإجتماعية والإقتصادية والثقافية والإيديولوجية".

#### تساؤلات هذه الدراسة:

1- هل يعكس هذا الإنقسام اللغوي حول مسألة التعريب مواقف وإنقسامات إجتماعية أخرى؟

2- هل يمكن أن تلعب اللغة دور المتغير المستقل في حين تمثل العملية الثقافية دور المتغير

التابع؟

3- هل يمكن أن يتحول هذا الإنقسام اللغوي إلى إنقسام ثقافي؟ [15].

#### فرضيات هذه الدراسة:

1- تمثل اللغة عاملا أساسيا في تكوين وفي المحافظة على الشخصية الأساسية للأمة ومن جملتها

الثقافة الوطنية؛

2- إن الإنفصام اللغوي يمكن أن يترتب عليه إنفصام ثقافي؛  
3- إن اللغة كعامل للثقافة وكوسيلة للتفاهم يمكن أن تتحول مرة إلى نتيجة ومرة إلى سبب يتعلق بدورها كأداة توجيه أو تفكك ثقافي.

وقد إعتد الباحث في هذه الدراسة على عينة طبقية تتشكل من 500 طالب وطالبة موزعين مناصفة بين الأقسام المعربة والمفرنسة. أما الطريقة المنهجية التي إعتد عليها الباحث هي طريقة إختيار الموقف بواسطة السؤال وهكذا فقد قام الباحث بوضع إستمارة إستبيان تتضمن 36 سؤالا  
**نتائج هذه الدراسة:**

- 1- وجود حالة جنينية شعورية من الإنفصام الثقافي بين المبحوثين
- 2- أن هذا الإنفصام الثقافي الجنيني يتماشى ومنعرجات الإنفصام اللغوي.
- 3- أن هناك مواقع ثقافية وتراثية كانت مكان إجتماع الطرفين [15] ص 15.

### **8.1- تقييم الدراسات السابقة:**

تعتبر الدراسات السابقة كنقطة إنطلاق للباحث أو كمرجعية نظرية يعتمد عليها البحث في صياغة أسئلة إنطلاقه. لها أهمية كبرى في البحث العلمي حيث أنها تمد الباحث بالقواعد المنهجية.  
-تعتبر الدراسة التي قام بها " فارس طباش " حول العامية والفصحى وإشكالية التلقي لدى جمهور الإذاعة الجزائرية أهم دراسة تصب في موضوعنا يكفي أنها تخدم إحدى الفرضيات التي كانت تدور حول توجيه المذيع رسالته بالفصحى ومدى فهم الجمهور لمضامين هذه الرسالة. ولأنها تتضمن موضوع الإذاعة كما هو الحال في موضوع بحثنا.

-أما الدراسة الثانية التي قام بها " حسن حمران " حول الإتجاه اللغوي لجمهور وسائل الإعلام الجزائرية في ظل الإزدواجية اللغوية والتي نعتبرها أول دراسة تناولت هذا الموضوع من هذا الجانب كونها درست موضوع الإزدواجية اللغوية في المجال الإعلامي لدى الجمهور المنتبغ لوسائل الإعلام الجزائرية وهي بذلك قد أفادتنا كثيرا في موضوعنا من حيث بناء الفرضيات وأيضا تحديد الموضوع أكثر وتوضيحه.

-أما الدراسة الثالثة التي قام بها الدكتور " محمد أحمد الزغبي " حول الإزدواجية اللغوية ووحدة الثقافة في الجزائر نعتبرها كنقطة إنطلاق لدراستنا هذه . فكلاهما يشترك في موضوع اللغة من حيث التنوع.

### **9.1- صعوبات الدراسة:**

لكل بحث من البحوث وكأي باحث في مساره العلمي قد اعترضتنا عند معالجة هذا البحث صعوبات كانت كالتالي:

#### **1.9.1- الجانب النظري:**

وجود صعوبة كبيرة في اقتناء الكتب وذلك بالتحديد في مكتبة جامعة (خميس) بالرغم من أن إعاره الكتب داخلية ونظرا لهذا لجأنا إلى كل من مكتبة جامعة الجزائر رقم 03 "البابور" T.F.C والمكتبة المتواجدة في مليانة بحيث كانت إعاره الكتب لنا في هذه المكتبات خارجية وذلك تقديرا من طرف عمال هذه المكتبات لظروف البحث.

### 2.9.1- الجانب الميداني:

لم تواجهنا أي صعوبة في توزيع الاستثمارات طول فترة البحث نظرا لتعاون الباحثين معنا وتفهمهم وإدراكهم لمعنى البحث العلمي، بالإضافة إلى منحهم لنا الوقت الكافي للإجابة على كل أسئلة الإستمارة وكان ذلك مع جميع أفراد العينة دون استثناء. بالنسبة لإجراء المقابلات لم نلقى صعوبات على مستوى الإذاعات التي تم فيها ذلك.

## الفصل 2

### العملية الاتصالية والإعلام في المجتمع

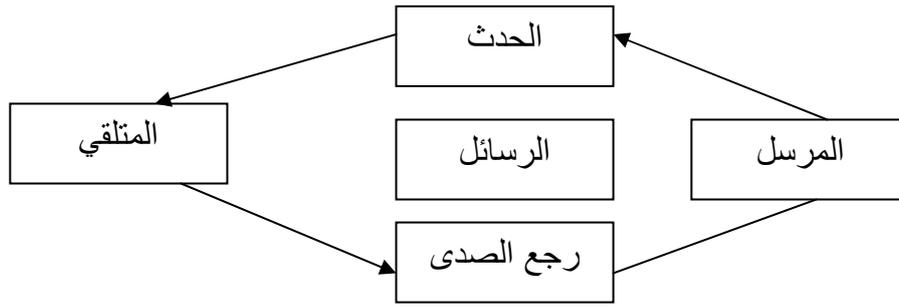
في هذا الفصل سوف نحاول إعطاء لمحة ولو موجزة عن خصائص العملية الاتصالية وكل ما يميز الاتصال الجماهيري والإعلام في المجتمع إذ قمنا بتقديم هذا الفصل إلى مبحثين: يتضمن المبحث الأول والذي كان تحت عنوان الاتصال الجماهيري التعرف أولاً عن خصائص العملية الاتصالية لكونها تمثل جانب مهم جداً في موضوعنا . ولأن عملية الإتصال تتطلب أخذ ورد بين مرسل لرسالة معينة ومستقبل لهذه الرسالة أو ما يسمى بالتفاعل. كما أنه من وراء هذه العملية أهمية وأهداف يسعى الإتصال إلى تحقيقها لإستمرار الحياة الإجتماعية. ولكل عملية إتصالية أنواع إذ أن النظر إلى الإتصال كعملية يعني أخذ العديد من المتغيرات في الإعتبار مثل: الجماعات وإتجاهات الفرد والظروف الإجتماعية وليس فقط الرسالة الإعلامية مما دفع ذلك إلى إقتراح نماذج ونظريات سنحاول التطرق إليها في هذا الفصل أو المبحث الذي نسعى إلى أن تكون خاتمة مطلب نتناول فيه معيقات الإتصال

- أما المبحث الثاني كان تحت عنوان الإعلام في المجتمع فقد كان من الضروري جداً الإشارة إلى هذا المبحث بصفته يخدم الموضوع سوف نحاول من خلاله التطرق أولاً تحليل عملية الإعلام ثم التعريف بوظائفه لأن الإعلام في وقتنا الحاضر لم يتوقف عند حدود تغطية وتوصيل الأخبار فحسب بل تعدى ذلك ولقد عرفت وسائل الإعلام والإتصال في الجزائر عدة مراحل قبل وصولها إلى ما هي عليه وهما مرحلة ما قبل الإستقلال وما بعده لتأتي بعد ذلك قضايا الإعلام في زمن العولمة للتعريف بما يتجه الإعلام إليه اليوم.

### 1.2 - العملية الاتصالية

#### 1.1.2 - خصائص العملية الاتصالية (processus de communication)

بما أن الإتصال بمثابة إرسال رسالة من مرسل إلى متلقي عبر قناة ما ، حيث يكون للمرسل والمتلقي فهرس مشترك من الإشارات القابلة للإستعمال [16] ص 26 وبطريقة مختصرة يمكن تلخيص ذلك في مخطط للإتصال فيما يلي: [17] ص 63



شكل يوضح مخطط للإتصال

ومنه فإن النظر إلى الإتصال كعملية يعني أن الإتصال لا ينتهي بمجرد أن تصل الرسالة من المصدر إلى المتلقي كما يعني أن هناك العديد من العوامل الوسيطة بين المرسل والمتلقي يتحدث عن موضوع معين أو موضوعات معينة فيما يعرف بالرسالة أو الرسائل ويعكس هذا الحديث وأيضاً يتأثر بما لديه من قيم ومعتقدات وكذلك بإنتمائه الإجتماعية والثقافية بما يثير لديه ردود معينة إتجاه ما يتلقاه من معلومات وأراء وبما يجدد أيضاً مدى تأثره بهذه المعلومات والآراء. في هذا الإطار ظهرت النماذج التي تشرح وتفسر عملية الإتصال بعناصرها المختلفة حيث ظهر في البداية النموذج الخطي أو المباشر الذي يرى أن تلك العناصر هي مجرد المرسل والرسالة والمستقبل . ولكن الدراسات التي أجريت منذ الأربعينات بينت مدى قصور ذلك النموذج وحطمت النظرية القائلة بأن لوسائل الإعلام تأثيراً مباشراً على الجمهور.

وبتالي لقد ظهرت العديد من النماذج والتي تطورت من الطبيعة الثنائية إلى الطبيعة الدائرية والتي على ضوءها تتكون عملية الإتصال من ستة عناصر أساسية هي: المصدر. الرسالة. التلقي. رجع الصدى والتأثير. وسنحاول التطرق إلى كل عنصر على حدى. [18] ص 55

### 1.1.1.2- المصدر: source

يعتبر المرسل في عملية الاتصال ذو شخصية قوية من حيث قدرته على التفكير (التخيل) وهذا ما يعبر عنه بنقل أو تحويل المعلومة [19] ص 17. فالمرسل لديه معنى مقصود يريد نقله فهو المسؤول عن إعداد وتوجيه المعلومات والمفاهيم والآراء أو المبادئ أو الإتجاهات التي يحتاجها من يتعامل معهم من الأفراد والجماعات في موقف معين ويقوم بالمرسل بوظيفتين:

- تحديد الفكرة ودراستها

قيامه بشرح أو توضيح هذه الفكرة لمن هم في حاجة لذلك من خلال المرسل يتم صياغة الهدف

الذي تتضمنه الرسالة الإتصالية. [20] ص 266.

أما بالنسبة للترميز تجمع هذه الوظيفة جزء من المعالجات التي ينبغي القيام بها بخصوص الإشارة المرئية المسموعة قبل إرسالها وتجتمع هذه المعالجات تحت مصطلح ترميز المصدر [21]

ص 266

### 2.1.1.2- الرسالة: Message

وهو العنصر الثاني في العملية الإتصالية حيث تشير إلى مضمون الأفكار التي تطرحها من خلال الوسيلة الإتصالية والتي غالبا ما تترجم أهداف المتصل أو القائم بعملية الإتصال. وتتوقف فعالية الإتصال على فهم مادة الإتصال لهذه الرسالة وذلك من حيث أنها ذات محتوى يعبر عن أهداف محددة عند من يقوم بصياغتها وإرسالها وقد تكون شفوية أو مكتوبة [22] ص 29 بحيث يتم نقلها بسرعة إلى الجمهور وذلك عن طريق آليات وسائل الإتصال مثل: الطباعة والتعليم والإذاعة [23] ص 61

### 3.1.1.2- المستقبل: Receiver:

المستقبل هو الجهة أو الشخص الذي توجه إليه الرسالة ويقوم بحل رموزها بغية التوصل إلى تفسير محتواها وفهم معناها. وينعكس ذلك في أنماط السلوك المختلفة التي يقوم بها. ويجب أن لا يقاس نجاح عملية الإتصال بما يقدمه المرسل ولكن بما يقوم به المستقبل سلوكيا. فالسلوك هو المظهر والدليل على نجاح الرسالة وتحقيق الهدف وينبغي مثلا أن يدرك المدرس أن نجاح الدرس لا يقاس بما يقوم به التلميذ [12] ص 30

### 4.1.1.2- الوسيلة (القناة) Channel

يمكن تشبيه الوسيلة بأنها القناة أو القنوات التي تمر خلالها الرسالة بين المرسل والمستقبل فهي بإختصاره عبارة عن قنوات للإتصال ونقل للمعرفة وشأنها في ذلك شأن وسائل المواصلات فكما أنه توجد عدة رسائل للصفير بين بلد وآخر ولا يمكن الإنتقال إلا بإختيار إحداها فكذلك وسائل الإتصال فهي كثيرة ومتنوعة [24] ص 31

### 5.1.1.2- رجع الصدى: Feed Back

المقصود برجع الصدى هو رد فعل دورة الإتصال التي تبدأ بفكرة أو خبرة أو تجربة أو معلومة يرى المرسل أن إنتقالها إلى آخرين يحقق هدف ما فيبدأ في تحويل هذه الفكرة أو المعنى المراد

توصيله إلى الرسالة ذات المحتوى الذي يتكون من الرموز اللفظية أو الوحدات اللغوية الكلمات والجمل والعبارات. أو يعبر عنه بالرموز غير اللفظية مثل الصورة أو الرسوم أو الموسيقى وغيرها وتعتبر هذه الرسالة مثيرا بالنسبة للمستقبل عندما تصل إليه فيستجيب لها بشكل أو بآخر يتفق مع تفسير للرموز وإدراكه للفكرة أو المعنى في إطار خبرته وتجربته الخاصة ونتيجة لهذه الإستجابة فإنه يقوم بصياغة نتيجة الإستجابة التي توضح أثر الرسالة في رسالة أخرى أو راجعة إلى المرسل - رجعي الصدى يقوم المرسل بناء عليهما بتقييم أثر الرسالة ونتائج عملية الإتصال [25] ص ص 23-24

وعليه فإن العملية الاتصالية تعمل على تحقيق التأثيرات المتبادلة، أو غرضها هو احداث تغييرات عديدة في السلوك الاجتماعي وذلك من خلال ضمان استمرار عملية اتصالها بتحقيق تفاعل بين أطرافها من خلال المضمون le contenu الذي تقوم بنقله وارساله ولذلك هي تتطلب وجود خصائص يتمثل الطرف الأول منها في المرسل الذي يعمل على ارسال رسالته إلى الطرف الثاني وهو المستقبل، ويتم ذلك بوجود وسيلة ناقلة لمضمون هذه الرسالة مما يؤدي إلى إحداث أثر على المتلقي للرسالة، وبالتالي تكون هذه الأخيرة قد عملت على بلوغ أهداف العملية الاتصالية وفي موضوعنا نتكلم عن خصائص هذه العملية في الإذاعة كوسيلة إعلامية يسعى فيها القائمين بالاتصال على تبادل المعاني الموجودة في الرسائل وذلك من خلال الحوار الذي يتم من خلاله التفاعل مع المستقبل على اختلاف ثقافته بهدف توصيل الفكرة أو المعنى لفهم الرسالة الاعلامية.

## 2.1.2 - أهمية الإتصال الجماهيري:

إذا تحدثنا عن أهمية الإتصال بشكل عام فإن هذه الأهمية تظهر في الإجابة على السؤال: لماذا نتصل بالغير.....؟

وخصوصا فيما يسمى بالإتصال الغير مخطط والذي نقوم به جميعا في حياتنا اليومية سواء داخل الأسرة أو مع الغير أو في الجماعات الصغيرة أو داخل المجتمع. الكل في هذه الحالة يصبح نموذج الدوافع والحاجات الإنسانية مدخلا مناسباً لتحديد هذه الأهمية والتي تظهر في الإجابة. نحن نتصل لتلبية حاجاتنا الإنسانية وبالنسبة للفرد يعتبر الإتصال لأنه يرغب في بناء العلاقة ببيئته ويرى الآخرون أن الإتصال هو طريق بناء العلاقات. فكل يوم نعتمد على قدرتنا في الحديث والإستماع. [26] ص 22.

كما أن الإتصال يعني بالنسبة إلى كل نوع من أنواع المجتمعات والجماعات الإنسانية شيئا على أعظم جانب من الأهمية وأن المجتمع لا يمكن أن يوجد أو نقوم له قائمة بدون الإتصال فعن طريق الإتصال وبالإتصال وحده تتكون وتنمو المعايير والقيم والمضامين الثقافية وعمليات التعليم الإجتماعية. [27] ص 16.

وبالتالي فإن الاتصال الجماهيري يلعب دور هام وفعال في التغيير الاجتماعي، كما أنه يتوجه إلى مجتمع متباين الاتجاهات ومختلف الشرائح الاجتماعية وللاتصال الجماهيري وسائل خاصة تعمل على نقل الرسائل إلى أعداد هائلة من أفراد المجتمع، كالإذاعة مثلا وسيلة اتصالية جماهيرية تعمل على نقل الأخبار والمعلومات إلى جمهور عريض يتسم بالتنوع والتعدد في قطاعاته، يختلف في المستوى التعليمي والمواقع الاجتماعية.

### **3.1.2- أهداف الإتصال الجماهيري**

لقد أوضحنا سلفا أن الإتصال يعتبر عملية إجتماعية لا يمكن أن تعيش بدونها أية جماعة إنسانية أو منظمة إجتماعية وعلى ذلك فإن الإتصال يعد الوسيلة التي يستخدمها الإنسان لتنظيم وإستقرار وتغيير حياته الإجتماعية ونقل أشكالها ومعانيها من جيل إلى آخر عن طريق التعبير والتسجيل والتصميم. ولهذا فإن عملية الإتصال تسعى لتحقيق هدف عام وهو التأثير في المستقبل حتى تتحقق المشاركة في الخبرة مع المرسل. وقد ينصب هذا التأثير على أفكاره لتعديلها وتعبيرها. لذلك يمكن تصنيف أهداف الإتصال إلى ما يلي:

#### **1.3.1.2- هدف توجيهي**

ويمكن أن يتحقق ذلك حينما يتجه الإتصال إلى إكساب المستقبل إتجاهات جديدة أو تعديل إتجاهات قديمة أو تثبيت إتجاهات جديدة أو تعديل إتجاهات قديمة أو تثبيت إتجاهات قديمة مرغوب فيها. ولقد وضح ذلك من خلال الدراسات العديدة التي أجريت أن الإتصال الشخصي أقدر على تحقيق هذا الهدف من الإتصال الجماهيري.

#### **2.3.1.2- هدف تثقيفي:**

ويتحقق هذا الهدف حينما يتجه الإتصال نحو تبصير وتوعية المستقبلين بأمر تهمهم بقصد مساعدتهم وزيادة معارفهم وإتساع أفقهم لما يدور حولهم من أحداث [28] ص ص 19 - 20

#### **4.3.1.2- هدف إجتماعي:**

يتيح الإتصال الفرصة لزيادة إحتكاك الجماهير ببعضهم البعض وبذلك نقوى الصلات الإجتماعية بين الأفراد وفي الواقع فإن الإتصال قد يجمع بين أكثر من هدف في وقت واحد [29] ص ص 19 - 20

وبالتالي فإن الإتصال أهداف كثيرة ولكن يمكن تقسيمها إلى أهداف عامة وأهداف خاصة. ومناك أهداف عامة بالنية لكل عملية إتصال أيا كان نوع هذا الإتصال أو المجال الذي يتم فيه وهناك أهداف خاصة لعملية الإتصال وهذه الأهداف الخاصة تختلف حسب الظروف والمكان الذي يتم فيه هذا الإتصال وحسب طبيعته ومنها.

- الأهداف العامة:

- أهداف معرفية عندما يكون الهدف أساسيا توصيل المعلومات أو الخبرات
- أهداف إقناعية عندما يكون الهدف تغيير وجهة نظر أفتاع بشيء
- أهداف ترويجية وتوحي أساسا للترويج عن النفس.
- **الأهداف الخاصة:**

ويمكن تلخيص بعض الأهداف الخاصة فيما يلي:

#### - أهداف الإتصال بالنسبة للعاملين

يهدف الإتصال داخل المؤسسة التي تلي تعريف العاملين بما يجري داخل المؤسسة الأمر الذي يؤدي إلى زيادة التفاهم

#### - أهداف الإتصال بالنسبة للجمهور:

الجمهور له أهمية بالنسبة للمؤسسة الإجتماعية حيث أنها غالبا مؤسسة خدمات ، لذلك فالمؤسسة يههما إقامة نظام للإتصال بالجمهور. [30] ص ص 36-39.

ومن خلال هذا يمكننا القول أن كل عملية إتصالية في الحياة الإجتماعية إلا وكان من ورائها هدف فأحيانا يكون الإتصال من أجل الترفيه والترويج عن النفس وقد يكون من أجل التعليم والتثقيف بالإضافة إلى أنه يساهم في تحسين سير العمل وتوزيع المسؤوليات ومثلا: في الإذاعة نجد المتلقي لهذه الرسالة الإعلامية.

### 4.1.2- أنواع الإتصال الجماهيري:

هناك العديد من يميز عدة أنواع للإتصال مثل:

- 1- الإتصال الذاتي: interpersonal communication
- 2- الإتصال المواجهي Face communication
- 3- الإتصال الجماهيري Masscommunication
- 4- الإتصال التنظيمي organizational communication

وهناك من يضيف الإتصال الثقافي

وسنحاول التطرق إلى بعض هذه الأنواع:

#### 1.4.1.2- الإتصال الذاتي:

وهو تلك العمليات التي تدور داخل الفرد من قراءة مؤشرات الواقع وإستعادة الأحداث الماضية . ووضع خطة المواقف القادمة وهكذا أو حتى عندما يكون طرفا في موقف إتصالي فهو تفكيره وفك رموز ما يقال وإستعادة للرد عليها وهكذا فهي عمليات عقلية مرتبطة بالتذكر وترتيب أطراف معرفية

وإدراكية بصورة معينة قد يستيقظ أو لا ثم يبدأ يعرف ما إذا كان الوقت الذي حدده من قبل وماهي خطة يومه إلا أن البعض يرفض الاعتراف بالاتصال الذاتي.

### 2.4.1.2- الإتصال المواجهي:

ويتميز بأن كل من المرسل والمتلقي يرى بعضهم البعض وقد يكون المرسل فرد وفرد ( بين شخصين) أو فرد وجماعة وتتفاوت حجم هذه الأخيرة فقد تكون جماعة صغيرة. [31] ص ص 53-55.

### 3.4.1.2- الإتصال الجماهيري:

إن كلمة Mass أو جماهير تعني حشد أو جمهرة أو مجموعة كثيرة من الناس تأتي من جميع مجالات الحياة ومن مختلف الطبقات الإجتماعية. وتتضمن هذه المجموعة أفرادا يختلفون في مراكزهم ومهنتهم وثقافتهم وثروتهم وكل فرد من أفراد هذا الحشد أو الجمهرة مجهول الهوية ولا يتفاعل مع الآخرين ولا يتبادل معهم المشورة أو الخبرة ولذلك فإن الإتصال الجماهيري هو تلك العملية التي يتم من خلالها الإتصال بهذا الحشد أو تلك الجماهير وذلك من خلال الإعتماد على وسائل الإتصال الحديثة. كالصحافة والإذاعة.... إلخ [32] ص 43.

أما بالنسبة للإتصال الشفهي فقد أوجد عدد من المنظرين خلال العقود الأخيرة من قرن 20 تسميات مختلفة ومنها شارودو charaudeau الذي يرى في أساس كل كلام عقد إتصالي يستلزم وجود معايير وإتفاقيات مقبولة من المشاركين لتسهيل الإتصال [33] ص 14

ويرى " وليامز " أن كل وسائل الإتصال تستخدم إستخداما سيئا سواء من ناحية الضبط السياسي مثل: الدعاية وسواء من حيث الفائدة التجارية مثل: الإعلام ذلك أن إستخدام وسائل الإتصال والمتحكمين فيها يسببونها وفقا لهواهم وعقائدهم وإستثناءاتهم الطبقية وهناك ثلاثة أنواع من الإتصال هي:

### 4.4.1.2- الإتصال التنازلي:

وهو الذي يأتي من قمة الهرم التدريجي إلى قاعدته بمعنى الأفكار أو الآراء

### 5.4.1.2- الإتصال التصاعدي:

وهو ذلك الإتصال الذي ينتقل من قاعدة الهرم إلى قمته بمعنى إنتقال المعلومات من العمال إلى

الإدارة

### 6.4.1.2- الإتصال الأفقي:

وهو ذلك الذي يكون بين العمال من قسم في نفس المستوى ويتوقف مضمون الإتصال إلى حد ما على إتجاهه [34] ص 27

والإتصال المنظم هو الإتصال المتناسق والفعال القادر على الأداء المتفاني [35] ص 10.

### 5.1.2- النظريات ونماذج الإتصال الجماهيري:

#### 1.5.1.2- نظريات الإتصال:

##### 1.1.5.1.2- النظرية الوظيفية:

أسهمت النظرية الوظيفية كثيرا في فهم طبيعة وسائل الإتصال وأدوارها في المجتمع وإهتمت هذه النظرية بما تقدمه وسائل الإتصال من وظائف بدل التركيز على التاريخ أو الملكية أو الحرية... وترى هذه النظرية أن أساس وجود أي مؤسسة هو وظائفها الحاضرة وعادة ما تضحل المؤسسة بزوال وظائفها في المجتمع. فوظائف وسائل الإتصال تتضمن الإعلام والإخبار إضافة إلى الترفيه والبيع.

وتتعدد هذه الوظائف بدءا بمهمة تنوير الرأي العام إلى المساهمة في النشاط الإقتصادي إلى

التأثير في منح القرار في المجتمع [36] ص 112.

### 2.1.5.1.2- نظرية المعلومات: information theory

وتستند هذه النظرية على أساس أن الإتصال يعتبر أساسا عملية معالجة المعلومات يقوم بها الإنسان. وفي هذه الحالة فإن الإهتمام الأول يبدو في تحري وقياس كمية المعلومات في أي رسالة وطبقا لرأي " فريك " Frik "

فإن نظرية المعلومات تمثلت في إدراك الحقيقة القائلة بأن العمليات التي قد توصف بأنها عملية نقل معلومات هي أساسا عملية إنتقالية أو عملية إختيار. وهكذا فإن النظرية هي الرياضية للمعلومات تقدم مدخلا موضوعيا لتحليل النشاط الإتصالي سواء كان ذلك في الأجهزة بين الناس أو الأنساق الأخرى أما عن الأساس الذي يستند عملية القياس الكمي الموضوعي فإنه يتمثل في النظام للترميز الثقافي.

كما تستند هذه النظرية على أساس أن كافة المسائل أو الموضوعات الغامضة أو المشكوك فيها يمكن خفض درجة الغموض فيها، وذلك بتحويلها إلى سلسلة من الأسئلة كما أن الأسئلة المطلوبة لحل المشكلة ( مجموعة عناصر المعلومات تشكل القياس الكمي الضروري الذي يمكن من إستخدام هذه النظرية في تحليل عملية الإتصال).

ونظرية المعلومات على هذا الأساس ليست نودجا أو نظرية للسلوك الإتصالي . ولكن هذه النظرية لها تأثير فعال في صياغة المسائل أو المشاكل وصياغة النماذج لدراسة عمليات الإتصال وفقا لما ذكره " فرك " فإن المدخل النظري للمعلومات يوصف بأنه إتجاه أو رأي وفيما يتعلق بنظم الإتصالات الإلكترونية والتي طبقت عليها هذه النظرية في بادئ الأمر فإن هذا الإتجاه يؤدي إلى الإفتراضات التالية:

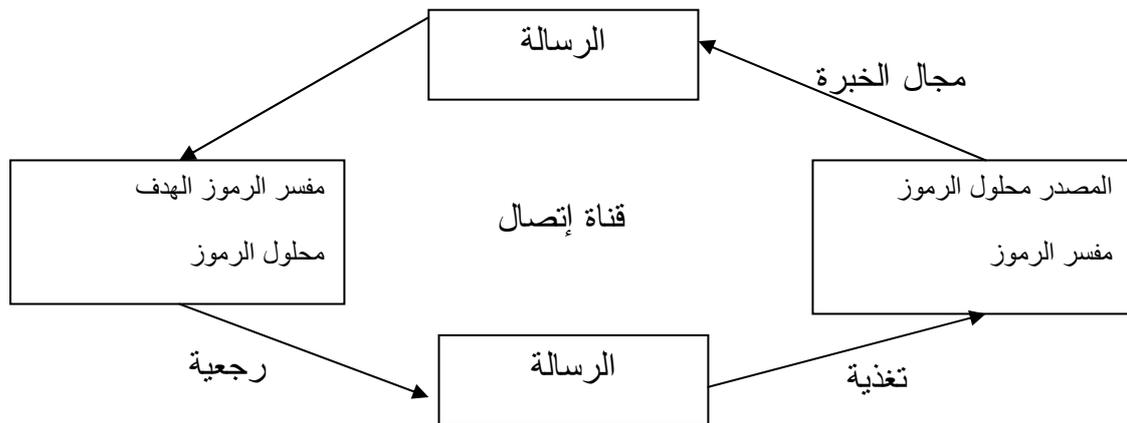
- إن هذه العملية تعتبر عملية إحصائية
  - إن المظهر العام للعملية كان يبدو في صعوبة القيام بعملية الإتصال.
- ومن هنا يمكن أن نرى نظرية المعلومات رغم أنها تعتبر أداة أو طريقة فنية فإن لها أيضا نزعة أو هدف يتعلق بالمسائل أو الأسئلة التي سألناها من قبل ذلك [37] ص ص 45-46.

### 2.5.1.2- نماذج الإتصال:

#### 1.2.5.1.2- نموذج ولبور شرام: wilbur chrumm model

في عام 1954 نشر شرام موضوعا بعنوان كيف يعمل الإتصال؟ قدم فيه نماذج عن ديناميكية عملية الإتصال .، وقال شرام في وصفه لنموذجه يمكن أن يكون المصدر فردا ( يكتب أو يشير، ويمكن أن يكون هيئة ( جريدة، أو دار نشر أو تلفاز أو ستوديو سينمائي وتكون الرسالة في شكل حبر على الورق أو موجات صوتية في الهواء أو ترددات في تيار كهربائي وتتخلص العناصر الأساسية لنموذج شرام فيما يلي [38] ص 74:

- المصدر source - المستقبل Receiver - الإشارة signal
- الهدف Destination - ومجال الخبرة Field of experiences



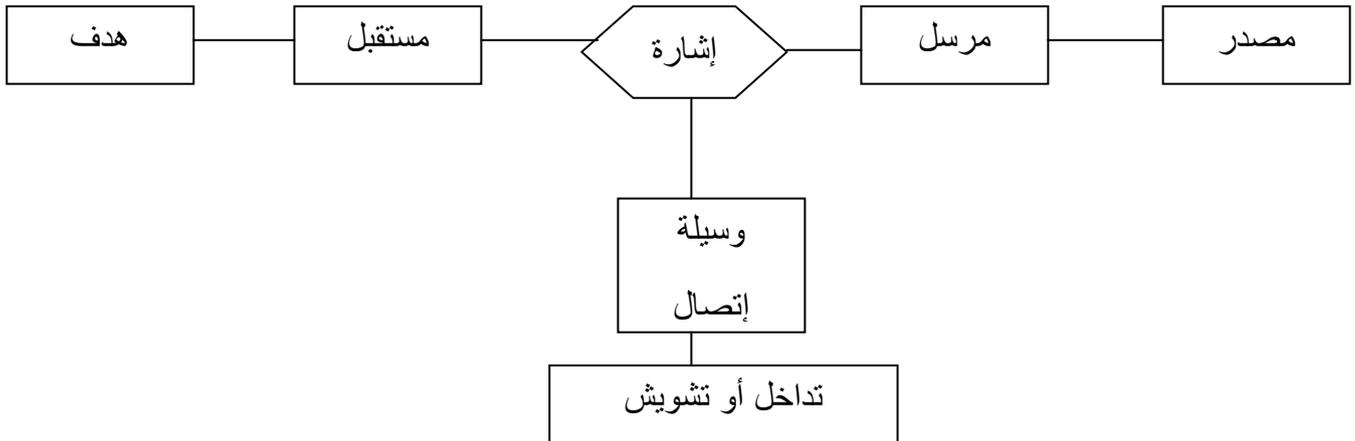
مخطط يوضح .نموذج شرام

#### 2.2.5.1.2- نموذج شانون وويفر:

قد تبين لنا فيما تقدم كيف أسهم علماء الهندسة والطبيعة والرياضيات في تقديم نماذج لعمليات الإتصال وعقد المقارنات بين الإتصال الإلكتروني والإتصال الإنساني وقد إستطاع " شانون وويفر " أن يصور نموذجا ويتضمن هذا النموذج مصدر المعلومات الذي يختار الرسالة معينة يضعها في صيغة رمزية ثم يبعث بها من خلال جهاز إرسال خط تلفزيوني أو إتصال لا سلكي أو جهاز لنقل الصور ثم يقوم الإستقبال بفك شفرة الإشارات ويحولها إلى رسالة يستطيع الهدف أن يستقبلها . ويمكن تشبيه هذه الدورة الإتصالية بالميكروفون الذي يحول الموجات الصوتية المنبعثة من المصدر إلى موجات كهربائية إلى موجات ضوئية يستطيع الهدف أن يلتقطها وقد فسر " شانون وويفر " في نموذجا عنصر التداخل أو التشويش الذي يعوق عملية الإتصال ويشير هذا المعوق الإتصالي إلى المصدر أو مصدر الخطأ . بسبب حدوث إختلافات العلامات أو الإشارات التي تدخل جهاز الإرسال والعلامات أو الإشارات التي تدخل جهاز الإرسال والعلامات التي تدخل جهاز الإرسال والعلامات التي تخرج من جهاز الإستقبال ويوضح " د. أمام " ذلك بقوله أن حرف الطباعة الصغيرة إلى حد كبير تعتبر تداخلا في الإتصال الصحفي. [39] ص ص 2101-102.

ويعتبر هذا النموذج من أكثر نماذج الإتصال شهرة. حيث إعتبر أساسا لتعاريف ونماذج تالية حاولت شرح عناصر الإتصال ويضم هذا النموذج خمسة عناصر هي: المصدر، المرسل، إشارة مع ضوضاء، مستقبل ثم هدف. [40] ص 36

الشكل التالي: يمثل نموذج شانون وويفر للإتصال



### 3.2.5.1.2- نموذج لاسويل:

من يقول ماذا؟ وبأي قناة إتصال؟ وبأي أثر؟ هذه النظرية التي جعلته مشهورا وهي النظريات التي يبدو أنها تخلق من أي تناقص منح " لا سويل " إطارا موضوعاتيا لعلم الإجتماع الوظيفي لوسائل الإتصال سنة 1948 [41] ص 20.

ولقد تصور لا سويل عناصر عملية الإتصال الجماهيري حيث أشار أننا لكي نفهم عمليات الإتصال الجماهيري . فنحن في حاجة لدراسة كل مرحلة من مراحل هذه العملية وفقا للعناصر التي سبق وأن ذكرناها.

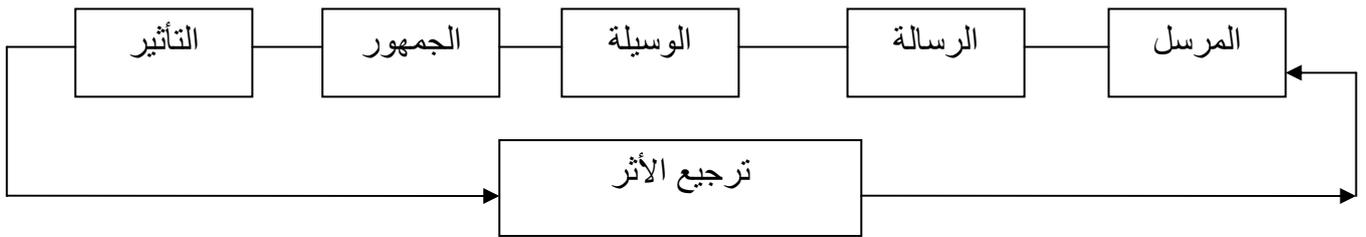
ويطلق على هذا النموذج إصطلاح o.wmodel وعلى الرغم من أنه نموذج مبسط إلا أنه من الممكن تطبيقه في كافة المجالات الإعلامية والدعائية والإعلانية حيث ينتج إمكانية تنظيم البدائل والمتغيرات التي تواجه القائم بالإتصال عن طريق الإجابة على مجموعة من الأسئلة التي توضح المحددات الأساسية لعملية الإتصال بالجماهير والتي سبق وإن أشرنا إليها:

- من؟ who?

- ماذا؟ what ?

- مستخدما أي وسيلة؟ Hour channel media لإحداث أي تأثير Effect or why?

الشكل الآتي: يوضح الإتصال التقليدي الجماهيري



وبالتالي هذا النموذج يشمل كل من :

- المرسل: وهو القائم بالإتصال؛
- الرسالة: وهي مجموعة الأفكار والمعاني المراد توصيلها ؛
- الوسائل الإتصالية؛
- المستقبلين؛

الأثر: وهو الناتج النهائي للجهود الإتصالية. [42] ص ص 76-77.

## 6.1.2- معوقات الإتصال:

سبق لنا أن حددنا عناصر الإتصال في 5 عناصر أساسية هي المرسل الرسالة الوسيلة والمستقبل وإرجاع الأثر. حيث ينطوي كل عنصر من هذه العناصر على عدد من المشكلات تقلل من فعالية الإتصال وقد تشوه نقل وفهم المعنى لذلك يتطلب الأمر تفهم هذه المشكلات لتحسين الإتصال:

### 1.6.1.2- المشكلات المتعلقة بالمرسل:

تتعلق معظم هذه المشكلات بالعوامل النفسية التي يكون عليها المرسل والتي تؤثر عليه في نقل الرسالة بجانب عوامل أخرى وتتمثل تلك المشكلات فيما يلي:

- الحالة المزاجية العاطفية التي يكون عليها الفرد عندما يرسل المعلومات مثل: العصية..الخ
- إفتراض المرسل أنه ما دامت الرسالة قد أرسلها فيجب أن تستقبل فقد نرى المدير مثلا: يقول لمرؤوسيه لماذا لم تنفذ العمل...
- إستخدام المرسل بعض المصطلحات الفنية التي قد لا يحيط المستقبل بها علما مما ينتج عن ذلك عدم الفهم والإستيعاب
- عدم القدرة على التعبير الواضح والصياغة السليمة لعباراته شفويا أو كتابيا فالبعض دقيق في عباراته حريص في كلماته والبعض الآخر ليس كذلك وهناك من يطيل ومن يختصر التعبير السليم.
- عدم إختيارك الوقت المناسب لنقل الرسالة نتيجة ضغوط في العمل مما يحدد من قدرة المستقبل على فهمها.

### 2.6.1.2-المشكلات المتعلقة بنقل الرسالة:

- عدم إستخدام الوسائل المناسبة للإتصال بمعنى أن طبيعة الرسالة نفسها تحدد أي الوسائل هي الأفضل لنقلها من إجتماعات...إلخ
- قد يتوافر لدى المنظمة الأساليب الحديثة في الإتصال ومع ذلك لا يحسن العاملون إستخدامها. التشويه أو التحريف الذي يحدث عند نقل البيانات أو نتيجة سوء فهم وبصفة خاصة في الإتصالات الشفوية [43] ص ص 34-35.

### 3.6.1.2- معوقات الاتصال من قبل المستقبل [44] ص ص 7-8

- يمكننا تلخيص المعوقات الخاصة بالمستقبل في النقاط التالية:
- سوء النقاط الرسالة الذي قد ينجم عن التسرع في تفسير الرسالة.
- الإدراك الاتقاني المفرط بحيث يركز المستقبل على بعض أجزاء الرسالة ويعطيها تفسير يتعارض مع تفسيرها الحقيقي.
- سوء ارجاع الأثر ويتجلى بعدم اعطاء ردود الفعل الدالة على حسن استقبال الرسالة وتفاعله.
- الأحكام والمواقف المستقلة وهي قد تدفع المستقبل إلى التعامل مع الرسالة ومراسلها بناء على اسقاطاته وتوقعاته المبنية أساسا على هذه الأحكام.

### 2.2- الإعلام في المجتمع

#### 1.2.2- وسائل الإعلام في المجتمع قبل الاستقلال

لقد اندلعت ثورة أول نوفمبر 1954 في وقت بلغ فيه الإعلام الاستعماري ودعاياته المضللة ذروته القصوى ضد الوعي الثوري لجماهير الشعب الجزائري لذلك وجدت الثورة نفسها خلال هذه الظروف بحاجة ماسة إلى قيام إعلام ثوري يؤدي المهام السياسية التالية:

- اتصال الثورة بالشعب وإبلاغ المواطنين حقيقة ما يجري من صراع مسلح مع العدو.
- تعبئة الجماهير الشعبية لتلتف حول الثورة بغاية التحرر والاستقلال.
- تحصين المواطنين الجزائريين من الإعلام الاستعماري وحرية النفسية الايديولوجية.
- نقل وإبلاغ رأي الثورة وحقيقتها من العالم الخارجي.
- مواجهة إعلام العدو والرد عليه ورخص دعاياته. [45] ص 38.

### 1.1.2.2- وسائل إعلامية تعيش مرحلة ما قبل الاستقلال

قام المستعمر بتوسيع شبكات الإرسال التلفزيوني لتغطية كل مناطق الوطن الجزائري بإقامة مركز للإرسال بقيمة الشريعة وتشبيد محطة جهوية بوهران وكان ذلك لغرض إنتزاع القيم الوطنية والقضاء على كل ماله صلة بتراث ومقومات الشخصية الجزائرية [46] ص 30

### 2.1.2.2- التلفزيون في الجزائر قبل الإستقلال.

إضافة إلى الأساليب والوسائل السابقة ومن أجل أن يثبت المستعمر أقدامه كان لا بد أن يستخدم كل طاقاته لتعبئة الشعب. فبعد تأسيس محطات الراديو عمل في 24 ديسمبر 1956 على تأسيس محطة للتلفزيون بالجزائر العاصمة تكون دعما فعالا للراديو في بث البرامج الفرنسية بإنتزاع القيم الوطنية وفي الواقع لم يكن دخول التلفزيون إلا نتيجة متطلبات وأهداف معينة يمكن تلخيصها فيمايلي:

- الرغبة في الإستجابة للحاجات الثقافية والفنية والترفيهية للجماهير.
- تمديد نطاق السيطرة الإستيطانية وإنماء نضالات الشعب الجزائري
- إقناع الأقلية الأوروبية المقيمة بالجزائر بالسياسة الإستعمارية المنتهجة وذلك رأي يبرز هذه السياسة وبدعمها.

- مؤازرة التجار الفرنسيين في مد السوق الفرنسية للصناعة الإذاعية والتلفزيون
- توسيع شبكات الإرسال التلفزيوني لتغطية مناطق البلاد
- إجراء ضغط مزدوج على برامج التلفزيون [47] ص ص 395-396.

### 3.1.2.2- الصحافة المكتوبة في الجزائر قبل الإستقلال

كانت الدعاية الصليبية تزيد في حماس المتطوعين وقد أثرت تأثيرا كبيرا حتى في أوساط المنقذين وإستسلم الكثير منهم لهذا التيار الجارف لغزو الجزائر. وأعتبرت الجزائر أول بلد في المغرب العربي عرف الإعلام المكتوب وكان ذلك على يد المحتل الفرنسي حسين كانت أول صحيفة يصدرها جزائري فكانت كوكب إفريقيا عام 1907. تلتها صحف أخرى كان أبرزها جمعية العلماء المسلمين الجزائريين بقيادة الشيخ عبد الرحمان بن باديس [48] ص 27.

عرفت وسائل الإعلام والاتصال في الجزائر عدة مراحل وصولاً إلى ماهي عليه الآن، وأصعب مرحلة شهدتها هذه الوسائل كانت مرحلة ما قبل الاستقلال حيث كان الإعلام خلال هذه الفترة إعلام محصور في خدمة الاستعمار ولم يكن بقدر كبير إعلام ثورة بالرغم من المحاولات العديدة له، إلا أنه لم يكن يحمل طابع ثوري نظراً لسيطرة المستعمر على خدماته بهدف التعبير عن أهدافه وأفكاره.

## 2.2.2- وسائل الإعلام في المجتمع الجزائري بعد الإستقلال

### 1.2.2.2- الصحافة المكتوبة في الجزائر بعد الإستقلال:

عرفت الصحافة الجزائرية بعد الاستقلال 1965 نقلة نوعية لكنها لم تكن شاملة ولا جذرية نتيجة مخلفات الاستعمار الثقافي وبروز مجموعة من المنقذين الذين تسربوا إلى وسائل الإتصال المكتوبة. ولا يزال الصراع قائماً إلى حد الآن تبعاً لنفوذ مراكز القرار في المجتمع الجزائري منذ الاستقلال فكانت هناك أربعة مراحل نذكر منها ما يلي:

1- أُل مرحلة بدأت منذ 1965 وكانت هذه المرحلة حاسمة في تاريخ الجزائر. وذلك مع

حدوث الانقلاب العسكري وتميزت بظهور أسبوعية *la révolution Africa*

2- أما المرحلة الثانية 1956-1979 صادفت هذه المرحلة وفاة الرئيس الهواري بومدين

3- كانت ما بين 1979-1989 تميزت هذه المرحلة بتوضيح الوضع القانوني للإعلام

وظهور يوميتين مسائيتين عام 1985. المساء باللغة العربية وأفاق باللغة الفرنسية، حيث مثلتا التحول للبلاد التي أرادت إعطاء الصبغة الإعلامية والصبغة الثقافية للمؤسسات الإعلامية بدلاً من الطابع السياسي ودعم هذا القطاع بتجهيزات عصرية وإمكانيات مادية مما أدى إلى نوع من التنافس.

4- كانت ما بين 1989-1991 ظهرت هذه المرحلة مع ظهور دستور 1989 الذي يسمح

بتأسيس الجمعيات السياسية وحرية الصحافة وتنوعها ومن بين الصحف اليومية التي تنتمي إلى الصحافة المتنقلة نجد صحيفة "الخبر" والتي كانت الإنطلاقة لها بموجب عقد توثيقي في الفاتح سبتمبر 1990 [1] ص ص 113-114-115.

### 3.2.2- وظائف الإعلام في المجتمع:

إن الباحث الإعلامي معني في التعرف على آلية العمل الإعلامي ووظائف عبر مراحل التطور التاريخي الإجتماعي والمهام التي يؤديها أسوة بالأنساق الاجتماعية الأخرى. وتعبيراً عن طبيعة البيئة الاجتماعية من جهة ثانية ذلك: المضمون الثقافي والمضمون الإيديولوجي ، وبدقته أكثر إن تحليل ميكانيزم العمل الإعلامي يتم في مرحلتين:

الثورة الصناعية والثورة المعلوماتية المعاصرة يكشف بالضرورة طبيعة القانون الذي يحكم العملية الإعلامية ويحدد مهامها المستقبلية ومن ثم يجدد صيغ العمل الإعلامي ومضمون الوظائف المرهلية [49] ص ص 118-119.

ويمكن تحديد وظائف الإعلام في 7 وظائف أساسية وهي:

- مراقبة البيئة أو إلتماس المعلومات

- تطوير مفهومها عن الذات وذلك بثلاث طرق هي:

1- إستكشاف الواقع

2- عقد مقارنات وأضداد

3- المساعدة في تجويد مهنتها

- تيسير التفاعل الإجتماعي

- بديل للتفاعل الإجتماعي

- المساعدة في التحرير العاطفي

- المساعدة في الهروب من التوتر والإغراب

- خلق طقوس يومية تمنحنا الإحساس بالنظام والأمن

إذ أصبحت وسائل الإعلام الجماهيرية مسؤولة عن القيام بغالبية هذه المهام إلى جانب مؤسسات التنشئة الإجتماعية الأخرى ولهذا أصبحت وسائل الإعلام الجماهيرية ظاهرة تؤثر على حياتنا يوميا وتؤثر على المؤسسات المختلفة الموجودة في المجتمع كما تؤثر على المجتمع نفسه بشكل كبيراً جداً [50] ص ص 113-114.

ولتوضيح وظائف الإعلام أكثر نذكر كل وظيفة على حدى وهي كالتالي:

### 1.3.2.2- الوظيفة الإخبارية:

كان الإنسان ولا زال في حاجة دائمة إلى وسيلة تراقب له الظروف المحيطة به وتحيطه علماً بالأخطار المحدقة به أو الفرص المتاحة له. وقد عهدت القبائل البدائية بهذه المهمة إلى الأفراد.

### 2.3.2.2- وظيفة المراقبة الإعلامية على المستوى العام

إن وسائل الإعلام لا تمدنا فقط بالمواد الإعلامية ولكنها تلعب دوراً سياسياً في المجتمع. إنها تضم الكثير في برنامج العمل السياسي. كما أنها تساعد على تحديد المطالب السياسية

### 3.3.2.2- وظيفة المراقبة على المستوى الخاص أو الشفهي:

إن لوسائل الإعلام تأثيراً واضحاً على المواطن العادي فهي بمثابة عينية وإذنه على العالم المحيط به. فوسائل الإعلام تخبر المواطن بالظروف الإقتصادية وأخبار الرياضة والطقس والأعمال والأحداث الثقافية والإجتماعية.... الخ.

### 4.3.2.2- الوظيفة التفسيرية للأحداث:

بالإضافة لدور وسائل الإعلام بتغطية الأحداث فإنها تقوم بتفسير معانيها ووضعها في سياقها العام وتوقع نتائجها كثيرا من الأحداث تقود إلى تفسيرات مختلفة والتفسير المختار يؤثر على النتائج السياسية [51] ص ص 37-38.

وكون الإعلام منيرا حرا بعض الشيء في بعض البلدان يستطيع فيه المثقف ورجل العلم والمعرفة أن يعرض إنتاجه ويقدم نفسه للمجتمع وهو كذلك مجال يساهم بطريقة معتبرة في إيصال الثقافة للمجتمع ويبرز أيضا التنوع الذي يسود المجتمعات فهو مكمل لقطاع الثقافة لذلك لا تجد قطاع الإعلام إلا مرتبطا بقطاع الثقافة وهذا ما يلاحظ في دمج القطاعين في حقيقة وزاوية واحدة وعليه فإن الإعلام يقوم بتلك الأدوار دون أن يتجاوز وظيفة أخرى وهي من أخطر الوظائف حاليا ونعني بها الدعاية والترويج فإذا ما أراد الإعلام أن يرفع من شأن شخصية سياسية معينة أو فكرية فإنه يستطيع وإذا ما أراد العكس فإنه يعصف بها كما يريد [52] ص 25.

## 4.2.2- نظريات الإعلام.

### 1.4.2.2- نظرية التأثير المباشر ( نظرية إطلاق الرصاصة)

كان هناك حماس شديد لتحليل الدعاية بعد الحرب العالمية الأولى مما قاد إلى أسطورة رجل الدعاية وقوته في استخدام وسائل الإعلام كأداة للتأثير والسيطرة على مواقف البشر وأفكارهم وسلوكهم وكان هذا الرأي سائدا قبل الحرب العالمية الثانية.

إن هذه النظرية أعطت للإعلامي قوة كبيرة في التأثير فهو يشب من يطلق الرصاصة ليصيب من ضحيته مقتلا إن هذه النظرية تنظر الناس بإعتبارهم مخلوقات سلبية يمكن التأثير المباشر عليهم بمجرد حقنهم بالرسائل الإعلامية ومن ثم فإن المتصل يستطيع تحقيق أهدافه بمجرد حقنهم إرسال رسالته الإعلامية. ليضمن إستجابة فورية من الجمهور ولم تحمد هذه النظرية طويلا إذ أن عملية الإتصال عملية معقدة وهي تخضع لمجموعة من العوامل المتعددة التي تتحكم في فعالية الرسالة الإعلامية فليست كل رسالة يمكنها أن تكون مؤثرة ناجحة. وإذا كانت بعض الرسائل من بعض المتصلين ذوي الشخصية الكارزمية قادرة على التأثير في الجمهور. إلا أن ذلك لا يحصل مع كل الرسائل الإعلامية وفي الأربعينيات من القرن الماضي إهتزت هذه النظرية ولم تصمد أمام الدراسات الميدانية مما فسح المجال لظهور نظرية التأثير المحدود [53] ص ص 124-125.

### 2.4.2.2- نظرية ( حارس البوابة) الإعلامية:

تمر الرسالة بمراحل عديدة وهي تنتقل من المصدر حتى تصل إلى المتلقي وتشبه المراحل السلسلة المكونة من عدة حلقات أي وفقا لإصطلاحات هذه النظرية فإن المعلومات في عملية الإتصال هي مجرد سلسلة تتصل حلقاتها

كما يؤكد ذلك " إدموند" في كتابه نظريات الإتصال فإن أبسط أنواع السلاسل هي سلسلة الإتصال المباشر المواجهي من فرد إلى آخر ولكن هذه السلاسل في حالة الإتصال الجماهيري تكون طويلة ومعقدة جدا، لأن المعلومات التي تدخل شبكة اتصال معقدة مثل: الجريدة أو محطة الإذاعة أو التلفزيون عليها أن تمر بالعديد من الحلقات أو الأنظمة المتصلة فالحدث الذي يحدث في العوايق مثلا : يمر بمراحل عديدة قبل أن يصل إلى القارئ في أمريكا أو أوروبا أو الشرق الأوسط ونجد قدر المعلومات التي تخرج من بعض تلك الحلقات أو الأنظمة أكثر مما يدخل فيها . لذلك يسميها " شانون" أجهزة تقوية أي وسائل الإعلام تستطيع أن تضم في نفس الوقت عددا كبيرا جدا من الرسائل المتطابقة مثل: نسخ الصحف وتوصيلها للجمهور

كما توجد في هذا النوع من السلاسل شبكات بطرق معقدة يبعثه بوظيفة فك الرموز أو الشفرة والتفسير وتخزين المعلومات ثم وضعها مرة أخرى في رموز وهي الوظيفة التي يؤديها كل القائمين بالإتصال كذلك فإن الفرد الذي يتلقى رسائل وسائل الإعلام هو جزء من شبكة علاقات موجودة داخل الجماعة.... الخ [54] ص 54.

### 3.4.2.2- نظرية الثقافة الجماهيرية: [55] ص ص 123-124.

نستطيع أن نميز ثلاثة إفتراضات على الأقل في المذهب الليبيرالي للإعلام:

- يعتبر السوق في المقام الأول النظام السياسي لإنتاج الرسائل وتوزيعها في الدول الليبيرالية. إنه النظام الحقيقي.

- في المقام الثاني يستند المذهب الليبيرالي في الإعلام إلى أنثربولوجية عقلانية نظرا لكون الإنسان عقلاني في الأساس يختار ما هو أفضل وما يتناسب مع مصالحه

- وفي المقام الثالث: لا تدرك الثقافة إلا في بعدها الحديثي عندما يتعلق الأمر بالرسائل فإن قيمة المرجعية تمكن أساسا في الحقيقة فالرسالة الجيدة هي تلك التي يكون محتواها مطابقا للواقع.

وبتالي نسمي هنا نظرية الثقافة الجماهيرية تلك النظرية التي تهتم بالرسائل التي توزعها وسائل الإتصال الجماهيري والتي في إحتفاظها بنظرية السوق ( على الأقل من الجانب الذي تتقبل فيه أن توزيع الرسائل يخضع عمليا إلى نموذج السوق وهي أيضا تلك النظرية التي ترى من جهة أخرى أن البعد الجمالي التعبيري وليس البعد الحديثي بعدا أساسيا ونستطيع أن نعبر على عناصره هذه النظرية في حالتها البسيطة لدى مختلف المؤلفين والكتاب حيث نجدها لدى " إدغار موران " بشكل أكثر صراحة وتفضيلا في كتابه المضمون " روح العصر"

### 4.4.2.2- النظرية النقدية: [56] ص ص 86-87.

تفترض النظريات النقدية أن وظيفة وسائل الإعلام هي مساعدة أصحاب السلطة في المجتمع على فرض نفوذهم والعمل على دعم الوضع القائم ولذلك كانت درساتهم النقدية للأوضاع الإعلامية

وإنتشار الثقافة الجماهيرية بديلا عن الثقافة الراقية لوضع تفسيرات خاصة بمحتوى وسائل الإعلام للترويج لمصالح الفئات المسيطرة على المجتمع.

وتنتمي النظريات النقدية إلى الفكر الماركسي وهي تمثل مدخل يطلق عليه المدخل الثقافي وتستمد هذه النظريات أفكارها من " مدرسة فرانكفورت " وأعضائها البارزين - هورخيمر - أدورنو - ماركوزي

وكانت هذه المدرسة قد بدأت نشاطها في جمهورية - فيمار - الألمانية ثم هاجرت إلى الو.م.أ في أعقاب النازي الحكم في ألمانيا.

ولقد لخص " ستيوارت هول " أحد أبرز روادها برنامج هام جدا على الوجه التالي:

- دراسة محتوى وسائل الإعلام على المستوى الأوسع  
- تحدي النظريات الخاصة وإعطاء إهتمام أكبر للبناء اللغوي والفكري أكثر من مجرد تحليل المحتوى النقدي

- الإهتمام بالدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في تداول وتأمين وتعريفات الهيمنة الفكرية

## 5.2.2- الإعلام في زمن العولمة

أتاحت تكنولوجيا الإتصال الحديثة العديد من الوسائط والوسائل التي ألغت الحدود الجغرافية وقربت المسافات وسهلت إمكانية الحصول على المعلومات من أي مكان وتجميدها وتخزينها وبثها بشكل فوري متخطية قيود الوقت والمساحة وقد تمثلت هذه المبتكرات في الأقمار الصناعية والحسابات الإلكترونية وخطوط الميكرو والألياف الضوئية والإيصالات الرقمية والكوابل المحورية والوسائل المتعددة والاتصال المباشر بقواعد وشبكات المعلومات والتليفونات الخلوية والحمولة والبريد الإلكتروني وعقد المؤتمرات وتعمل معظم هذه المبتكرات في إطار المشروعات الخاصة وتخاطب الحاجات الفردية. [57] ص ص 65-66.

وهكذا تطورت شبكات الإعلام والاتصال كالإنترنت والقنوات الفضائية وأجهزة الفاكس وكذا المؤسسات الإذاعية التي تعمل على مخاطبة جمهور عريض متباين، بحيث تطورت وسائل الإعلام والاتصال من مرحلة الاتصال الشفوي في التاريخ كالنفخ في المناديل والخطباء والشعراء، بالإضافة إلى الروايات كالقصص والأساطير، ثم جاءت بعدها مرحلة الاتصال الخطي والتي تمثلت في النقش على الأحجار والرسومات على المقابر خاصة الجدران وكذا المعابد والقصور إلى جانب الكتابة على الجلود أو الأوراق، ثم بعدها جاءت مرحلة الاتصال عن طريق الطباعة والتي تمثلت في النشورات.....إلخ.

من خلال هذا الفصل خلصنا إلى أن عملية الاتصال والإعلام في المجتمع حقيقة أساسية في الوجود الإنساني لما له من أهمية في الحياة الاجتماعية إذ أنه اصطلاح واسع يشمل كل الطرق التي يؤثر من خلالها الفرد نفسه على الآخر ويتأثر بها فيعيد الإعلام والاتصال عملية اجتماعية تمثل أساس

استمرارية حياة الإنسان. ومن خلال الاتصال كما أوضحنا ذلك في هذا الفصل يتم نقل رسالة معينة أو مجموعة من الرسائل إلى مستقبل أو متلقي لها. وذلك بوجود عناصر عملية اتصالية متكاملة غايتها تبادل المعلومات والخبرات المشتركة وما إلى ذلك إذ تعددت نماذج ونظريات الاتصال في مجالات الخدمة الاجتماعية.

وعليه فإن عملية الاتصال بالجمهور وعملية الاتصال بالإعلام تحتوي على عناصر مشتركة سبق وأن ذكرناها كما تطرقنا أيضا إلى وسائل الإعلام في المجتمع الجزائري إذ كانت تعتبر قبل الإستقلال السبب في تأثيرها على شرائح مختلفة من المجتمع. أما بعد الاحتلال ظهرت الحاجة إلى كل فرد جزائري للنهوض بالمجتمع ثم يأتي بعد ذلك سرعات الإعلام في زمن العولمة.

### الفصل 3:

#### الإذاعة وسيلة إعلامية تخاطب السمع وتستهدف الخيال ما قبل الاستقلال وما بعده

نتيجة الأبحاث المكثفة والمستمرة في نقل الكهرباء والمغناطيس بدأت ثورة الإلكترونيات وكان الراديو أحد ثمار هذه الجهود العلمية والنظرية والتطبيقية وتحديدا منذ بداية العشرينات شهدت الجزائر تجسيد أول جهاز إرسال إذاعي وقد عرفت الإذاعة الجزائرية سلسلة متنوعة من التطورات التقنية الملحوظة والإدارات المشرفة عليها وذلك منذ نشأتها إلى غاية آخر تاريخ للإحتلال الفرنسي فكانت الإذاعة الجزائرية حاجة المجتمعات لإسماع هويتها من خلال الوظائف التي تؤديها في المجتمع أما بالنسبة للإعلام المعني المسموع لم تعرفه الجزائر إلا في بداية التسعينات كما لا يفوقنا أن نؤكد على أهمية القائم بمهمة الأداء الإذاعي في العملية الإتصالية إذ عليه أن يتقيد بشروط ومواصفات وخصائص ويتحلى بمميزات لا بد منها لكي يوصل المعلومات والأفكار عن طريق مختلف البرامج الإذاعية وطبيعة محاميتها الإعلامية وذلك ضمن نسيج متنوع من الحصص الإذاعية بحيث تأخذ هذه العملية الإتصالية في إعتبارها أهم العوامل التي تساعد على نجاح وفعالية الرسالة الإذاعية.

#### 1.3- ظهور الإذاعة الجزائرية وتطورها

##### 1.1.3- ميلاد الإذاعة الجزائرية:

في البداية لا بد أن نتحدث عن الراديو هذه القصة التي تبدأ عام 1865. عندما تتبأ عالم بريطاني لا مع هو " جيمس كلارك " بوجود الموجات الكهرومغناطيسية وأثبت العالم الألماني " هنريك هرتز " بعد عشرين عاما صحة نظرية " ماكسويل " وحفزت نتائج هذه الأبحاث مخترعا إيطاليا يبلغ من العمر عشرين عاما هو " جليمو ماركوني " عام 1894 فأقام معملا في منزله ليجزي تجارب على الإستخدام العلمي للموجات الكهرومغناطيسية . وهكذا توصلت التجارب إلا أن الراديو لم يصبح حقيقة واقعية إلا عام 1920 وتعتبر الو.م.أ الدولة الأولى التي أجريت فيها أولى التجارب في هذا الحقل، إلى أن بدأت الإذاعة في بعض الدول العربية بداية تجارية حيث أنشأ بعض الأفراد أو الشركات محطات إذاعية مثلما حدث في الجزائر عام 1925 وإتسمت هذه المحطات بالسعي لتحقيق الربح المادي [58] ص ص 11-12.

فإذا تحدثنا عن ميلاد الإذاعة في الجزائر. فقد ظهرت تقريبا مع ظهورها في فرنسا يعني في أواخر العشرينات من القرن العشرين. وكانت بدايتها تابعة للحكومة الفرنسية تحت الإشراف الفني لوزارة البريد، وبقيت الإذاعة الفرنسية في الجزائر تابعة لهذه الوزارة حتى سنة 1945 رغم الدور الذي لعبته هذه الإذاعة أثناء الحرب العالمية الثانية ووجود الحكومة المؤقتة الفرنسية بمدينة الجزائر، ولكن أثناء هذه الفترة الإستثنائية أصبح الإشراف السياسي موزعا بين الحاكم العام للجزائر الذي

أسندت إليه مراقبة الحصص الموجهة للجزائريين المسلمين والحكومة المؤقتة الفرنسية التي كانت تشرف على الحصص الموجهة لفرنسا ولأوروبيين بصفة عامة.

وفي سنة 1945 أدمجت الإذاعة الجزائرية بالإذاعة الفرنسية التي كان يشرف عليها رئيس الحكومة وإدارة مستقلة لشؤون التسيير والشؤون الفنية غير أنه أعطيت بعض الإمتيازات الخاصة للحاكم العام الذي أصبح يترأس مجلسا يدعى باللجنة الجزائرية للإذاعة. تتكون من ستة أعضاء من المجلس الجزائري ( 3 مسلمون و 3 أوروبيين) وستة شخصيات لها إهتمام بشؤون الإذاعة وستة ممثلين عن الموظفين والعمال التابعين للإذاعة.

والحقيقة أن الإذاعة الجزائرية لم يكن لها رواج كبير إلا بعد سنة 1943 عندما بدأت تبتث باللغة العربية ولم تكن من قبل تبتث إلا باللغة الفرنسية ولم يكن يسمعا إلا العدد القليل من الفرنسيين الذين كانت تتجه إليهم. [59] ص 107.

ومعهم عدد قليل من المسلمين الذين كان يفهمون اللغة الفرنسية، ونظرا لأهمية الإذاعة في التأثير ونشر المعلومات الخاصة بالنشاط السياسي للحكومة الفرنسية في الجزائر فإن السلطات الفرنسية بذلت جهدا للاتصال بالجزائريين الذين لا يفهمون اللغة الفرنسية وهكذا أنشأت في سنة 1943م قناة بالغة العربية خصصت لها أستوديو مستقل لإنجاز البرامج بالغة العربية ثم أنشأت كذلك قناة أخرى في سنة 1948م بدأت تبتث باللغة القبائلية وجهزت لها أستوديو خاص بها كذلك وعلى هذا تعتبر سنة 1948 السنة الحقيقية لإنطلاق شامل للإذاعة الجزائرية إذ زيادة على إنشاء القنوات الجديدة فإن السلطات الفرنسية ضعفت من إستديوهات إعداد البرامج في مختلف المدن الجزائرية مثل قسنطينة ووهران وبجاية كما أدخلت إصلاحات تقنية على محطات الإرسال والإكثار من محطات الربط في عدة مدن جزائرية، بحيث أصبحت قوة الإرسال الإجمالية تصل إلى 333 كيلووات في سنة 1954م في حين لم تكن إلا 25 كيلووات في سنة 1946م وكانت الإذاعة تبتث على الموجة المتوسطة والقصيرة.

وبهذا تضاعف عدد المستمعين فكان يقدر في سنة 1956م بحوالي 358 مستمع من بينهم 157 مسلم 231 غير مسلم في حين لم يكن يقدر في سنة 1948 إلا ب 155.059 مستمع أغلبيتهم غير مسلمين ولم يكن يتجاوز عدد المسلمين عشرة آلاف.

والحقيقة أن إنتشار استعمال الإذاعة كان مرهونا بوجود الكهرباء التي لم تكن تصل إلى الأرياف والبادية حيث توجد الجماهير الإسلامية زيادة على أن الإذاعة الجزائرية كانت تصل ضعيفة جدا إلى بعض النواحي البعيدة من مراكز الإرسال أو من محطات الربط . وكانت البرامج العربية تتكون من النشرات الإخبارية ومن بعض الروبورتاجات ومن الموسيقى 48.5 % من مجموع البرامج. ومن مسرحيات وحصص ثقافية ودينية (24.5 %) بالنسبة لسنة 1953م [59] ص 108.

وهكذا تمكن الراديو من أن يكون صوت أسقط الحواجز بين كل المجتمعات وأصبح ينتقل بين ربوعها إلى أن وصل الجزائر. فقد تعرضت هذه الوسيلة الإعلامية إلى عدة تغيرات لم تكن أبعد عن التغيرات التي عاشها المجتمع الجزائري بقدر ما كان تاريخها ملازما ومساويا لها. وذلك وفقا للظروف والأوضاع التي ميزت هذا المجتمع. ولهذا كان لا بد من الوقوف عند هذه الوسيلة الإعلامية التي عرفتها الجزائر في البداية كوسيلة إستعمارية ولم يبدأ الإقبال عليها إلا بعد أن أصبح موضوع اللغة غاية في الأهمية بالنسبة لها مما أدى إلى تنوع ما دتها المذاعة حيث أصبحت تبث بلغاتها الثلاث. اللغة العربية بما فيها العامية بالإضافة إلى الأمازيغية واللغة الفرنسية وهكذا تمكنت الإذاعة أن ترتبط بكل التغيرات الإجتماعية من خلال نشر المعلومات والأفكار والآراء والإتجاهات وأن تغير في فكر المجتمعات لتصل بعدها إلى قلوب كل الجماهير على إختلاف طبيعته ومستوياته.

### 2.1.3- الإذاعة الجزائرية قبل الإستقلال وبعده

#### 1.2.1.3- الإذاعة أثناء الإحتلال الفرنسي

إن الإستماع للراديو في الجزائر، ليس وليد العشرية الأخيرة ولا حتى ما يعرف بفترة ما بعد الاستقلال، إن عملية الاستماع للإذاعة ترجع تقاليداً لبداية هذا القرن، بداية ظهور الإذاعة في الجزائر، وإن كان جمهور مستمعي هذه الوسيلة في المرحلة هذه محدود جداً، حيث كان مقتصر على الفئة الأوربية في الجزائر، بحكم فهمها للغة البث آنذاك ، والفئة البورجوازية الجزائرية القليلة جداً، التي كانت تستطيع اقتناء جهاز راديو، إلا ان هذا الجمهور نمت وتكاثر بسرعة نتيجة لظهور فئات إجتماعية تتقن لغة البث الفرنسية، ومن جهة ثانية ظهور قنوات تذيع باللغة العربية والقبائلية هذا ما سهل وساهم في عملية تكوين جمهور إذاعي لأبأس به.

منذ هذه الفترة المبكرة تكون في الجزائر جمهور إذاعي قليل، لكنه إذا ما قيس بتلك الفترة والظروف فهو يشكل جمهور كبير، جمهور ظهر مع إرساء أول جهاز إرسال في بدايات العشرينيات على الموجة المتوسطة، كان هذا سنة 1925 بمبادرة من أحد الخواص الفرنسيين، وكانت هذه المحطة الفتية تحت الإشراف الفني لمصلحة البريد والمواصلات الفرنسية، وظلت كذلك لمدة طويلة مع سنة 1926 أنشأ جهاز إرسال آخر بقوة 100 واط في البريد المركزي بالجزائر العاصمة.

ومع انطلاق الحرب التحريرية الكبرى في الجزائر ونظرا للأهمية العظيمة للإذاعة في المجال الدعائي والتعبئة الجماهيرية عملت السلطات الفرنسية على توسيع شبكة البث الإذاعي، فعلى مدى سنتي 1956، 1957 شيد مركز البث جديد بقوة كبيرة في أولا فايت بالجزائر العاصمة [60] ص

22.

### 2.2.1.3- الإذاعة بعد الإستقلال

مع سنتي 1961 - 1962 حيث حدث تغير كبير على مستوى تبديل محتوى القنوات الإذاعية في الجزائر، ونقصد بهذا القناة الفرنسية، العربية، القبائلية.

### 1.2.2.1.3 - القناة الفرنسية:

بعدما كانت تبث حوالي 101 ساعة أسبوعيا سنة 1960 ، أصبحت سنة 1961 تبث ب 106 ساعة أسبوعيا.

### 2.2.2.1.3 - القناة العربية:

سبق وأن أشرنا أنها أنشأت سنة 1943 ، نجدها في سنة 1961 قد قلصت ساعات بثها من 77 ساعة أسبوعيا إلى 57 ساعة، وهذا بسبب تحويل برامجها إلى قناة "Alger Inter" ، لكن ميزتها الأساسية التي طبعت بها منذ نشأتها ظلت محتفظة بها وهي الميزة الفلكلورية لبرامجها 18 ساعة خاصة بالأخبار والمجلات الإخبارية 11 ساعة و45 دقيقة مخصصة للموسيقى منها 03 ساعات و45 دقيقة مخصصة للأستديوهات الخارجية "تلمسان، وهران، بجاية، قسنطينة".

### 3.2.2.1.3 - القناة القبائلية:

مس التغيير الجديد القناة القبائلية بشكل كبير، حيث شهدت مع سنة 1961 البث عبر موجاتها بثلاث لغات[60] ص ص 25-30-32.

### 3.1.3 - موقع الإذاعة بين وسائل الإعلام الأخرى:

تتفرد الإذاعة بخصائص تميزها عن غيرها من وسائل الإعلام الأخرى ونذكر منها مايلي:

- 1- أن موجات الراديو ( المذياع) قادرة على إختراق كل أنحاء العالم في أقل من لمح الصر، وقد أكدت الدراسات أن موجة الأثير تدور حول الكرة الأرضية في نحو ثمن ثانية لا يقف في سبيلها حدود، يقول "بوب سيلر" bobisiller أنه منذ أن ظهر المذياع إلى الوجود وهو يلعب دورا حيويا في تزويد العالم بالأخبار بسرعة وبكافئة وقد ظلت هذه الصفة الإعلامية هي التي تميز المذياع.
- 2- يستطيع المذياع أن يخاطب طل طوائف وفئات الناس مهما اختلفت درجة تعليمهم . فالإذاعة تصل إلى جميع السكان بسهولة متخطية حاجز الأمية نظرا لأنها لا تتطلب أدنى درجات القدرة على القراءة والكتابة وكذلك تتخطى الحواجز الجغرافية وتصل إلى جماعات خاصة مثل: الأطفال وكبار السن وجماعات أخرى قد يصعب عليها الوصول إليها بوسائل الإعلام الأخرى كفاقدي البصر ومثلا[61] ص 165.

- 3- يستطيع المتلقي من المذياع أن يكيف المضمون بطريقة تجعله يتفق مع توقعاته وظاهرة الإسقاط معروفة في علم النفس وهي من الخصائص المألوفة في حياتنا اليومية ويلعب الإسقاط دورا في الإستجابة التي يقوم بها الناس على الفنون الجماهيرية.

4- لا يحتاج المذيع إلى أي مجهود من جانب المستمعين حيث أن غالبية الناس أصبحوا مشغولين وليس لديهم وقت يتفرعون فيه للقراءة أو المشاهدة أو التركيز الكامل لمتابعة برنامج ما.

5- يستطيع المذيع أن يجذب المستمع ويستحوذ على إهتمامه لمتابعة برامجه وذلك لأنه يستخدم عناصر ثلاثة تضيف على المادة الإذاعية جاذبية خاصة وهذه العناصر الثلاث هي: المؤثرات الصوتية والموسيقى والحوار.

6- يؤثر المذيع في أغلب الناس تأثيرا خاصا وهو تأثير التوجيه الشخصي الخاص فينتقل إلى السامع عالما من التفاهم غير المنظور موفرا له بذلك خبرة خصوصية.

7- إن المشاركة الجماعية لوسائل الإتصال تكون أكثر أهمية في حالة المذيع فقد كشفت جميع الدراسات التي أجريت في المجتمعات النامية أنه حينما يندر وجود أجهزة الراديو يلجأ الناس إلى التجمع حول الأجهزة القليلة الموجودة ويكون الإجتماع عادة في منازل الأغنياء نسبيا وفي المفاهي [61] ص ص 166-168 .

8- ففي الحرب العالمية الثانية شكل الراديو تحديا حقيقيا للصحف التي عجزت عن نقل أخبار المعارك في مختلف الجبهات بالأسلوب الفوري واللحظي الذي مارسته محطات الراديو التي أصبح لها مراسلون في هذه الجبهات ينافسون مراسلي الصحف في نقل الأخبار التي تزداد فور تبليغها للمحطات. ولم يعد الناس ينتظرون على أحر من جمر وصول الطبعات الجديدة من الصحف إليهم، بل يكفهم تشغيل مفتاح الراديو ليعرفوا آخر تطورات المعارك والأحداث اللاهثة لحظة بلحظة، وقد أدرك القادة والزعماء الدور الخطير الذي يمكن أن يلعبه الراديو في توجيه دقة المعارك من خلال تكوين الرأي العام.

9- وهناك ميزة أخرى لا تتوافر للصحيفة، فهو سباق دائما إلى إذاعة الأخبار الخطيرة والحساسة. فإذا كانت هناك أزمة داخلية أو أزمة دولية حرجة فإن الأذان تتجه في كل مكان إلى الراديو لمعرفة آخر تطوراتها وينطبق هذا أيضا على المترفين والمتقفين ثقافة عالية الذين لا يكترون عادة للإستماع إلى برامج الراديو لأنها لا تضيف كثيرا إلى مخزونهم الثقافي والمعرفي. ومن هنا كان الراديو منافسا خطيرا للصحيفة سواء في مجال الإعلام أم الدعاية أم الإعلان خاصة في زمن الحروب والكوارث والأزمات التي يمكن أن يذيع تطوراتها ومرآطها لحظة بلحظة. [62] ص ص 17-13.

لقد أثبتت الإذاعة كجهاز إعلامي موقعها ومكانتها وجودها وفعاليتها بين وسائل الإعلام الأخرى كالصحافة والتلفزيون بالرغم من التقدم التكنولوجي الحاصل في وسائل الإعلام والإتصال. إلا أن الإذاعة أكدت وجودها وتغلغلها من خلال مختلف أشكالها. لم يعد الراديو مقتصرًا على وجوده في المنازل فحسب بل ظهر الترانزستور " الخفيف الوزن ليزيد من الجمهور المستمع للإذاعة هذه الوسيلة الأوسع في الإنتشار والأقدر على مخاطبة كل شرائح المجتمع بمختلف مستوياته الثقافية والمهنية

والاجتماعية والتي إلتزمت البساطة في لغتها ومقدرتها على الإقناع بإعتبارها وسيلة إعلامية قوية لا تكلف مستمعيها جهدا مثلا: كالقراءة وبالتالي تكسبه من وقته ما يمكن أن يضيع من عمله معتمدة في بث برامجها على الواقعية الحية بالإضافة إلى الكلمة المسموعة ومؤثراتها الصوتية مما يزيد من التفاعل الإجتماعي بين جمهورها المستمع وذلك بمشاركته يوميا في أحداثه وقضاياها ومشاكله الإجتماعية وإقتراحاته وآراءه والجمع بين ماضيه وحاضره.

### 4.1.3- وظائف الإذاعة وخصوصيتها اللغوية

للراديو وظائف كغيره من الوسائل الإعلانية بالإضافة إلى خصوصية لغوية تميزه عن غيره من هذه الوسائل ونذكر منها مايلي:

#### 1.4.3.1.3- وظائف الإذاعة

- 1- يقدم الراديو خدمة فكرية للجمهور بطريقة مبسطة وليست مقتصرة على أهداف معينة علاوة على أنها وسيلة تجارية أو دعائية.
- 2- إن الراديو في المجتمعات الرأسمالية يمكن أن يحافظ على درجة معتدلة من المحاباة بين الإتجاه المحافظ الليبرالي والأحزاب العمالية والأحزاب الجمهورية والديمقراطية.
- 3- ويمكن للإذاعة أن تستخدم على نطاق واسع في عمليات التنمية بالمجتمعات النامية حيث يتم إستخدامها في نقل التكنولوجيا وتعليم المواطنين. [63] ص 139.
- 4- بالإضافة إلى ذلك تعد الإذاعة بمثابة النظام الإجتماعي والتربوي الذي يمكن من خلاله أن نجد إجابات حول مشاكل القرن العشرين الإتصالية وتزويد الأفراد بالحقائق الهامة خاصة بعد الزيادة السكانية الرهيبة في العالم.
- 5- والإذاعة كوسيلة إعلامية أو كوسيلة إتصال تكنولوجية تعد ضرورة في عصر الإلكترونيات وهي تعتبر عاملا أساسيا في البلاد الصناعية الغنية والشعوب النامية [63] ص 139.
- 6- فقد حدثت متغيرات عالمية عديدة حضارية وعقائدية وسياسية وتكنولوجية فرضت وجود وظائف عديدة للراديو فبالإضافة إلى الوظائف التقليدية المعروفة وهي الإعلام أو الإخبار والتنقيف والترفيه فهناك:

- التعليم والمشاركة في عمليات التنمية
- تغيير الخصائص السكانية
- وإعادة تشكيل الرأي العام
- والدعاية والإعلان والتحريض فالراديو رقيق يؤثر ويكسر وحدة إنسان اليوم الذي يشعر بالغرابة والإغتراب معا. فالراديو متوفر اليوم كجهاز ترانزستور

منتقل ومتوفر أيضا كإضافة لأجهزة أخرى مثل: المرونة الكهربائية، والساعات المنبهة والآلات الحاسبة وأقلام الحبر... إلخ. [64] ص 175.

(7) - إن الراديو بحق يسيطر على جميع حواسنا ويجعل العالم كله بين أطراف أصابعنا ويجعل المستمع شريكا إيجابيا في كل ما يسمع إليه . فالمستمع يستكمل الصور المفقودة في الكلمة المنطوقة عن طريق تكوين صور ذهنية لم يستمع يساعده في ذلك الإستخدام الجيد لأبجديات العمل الإذاعي أو ما نطلق عليه لغة الإذاعة من كلمات صوتية يتم ترجمتها داخل الذهن إلى صور إلى مؤثرات صوتية وموسيقية وحوار صاعد يدرك الأحداث إلى مؤثرات إلكترونية [65] ص 79.

### 2.4.3.1.3 - الخصوصية اللغوية للإذاعة:

على الرغم من أن التلفزيون إختطف الشهرة من الإذاعة إلا أن الإذاعة ما زالت تحتفظ بجمهورها، ولو لم تكن كذلك لما كتب لها البقاء والإستمرار في منافسة التلفزيون ومن أهم عوامل الإذاعة وإحتفاظها بجمهورها .

- مضامينها التي إلتزمت بالوضوح والتبسيط الذي يجذب الملايين من المستمعين في كل مكان من العالم. فالإذاعة لها خصائصها التي تغلبت من خلالها على التباين الإجتماعي في التعليم والثقافة بين المجتمعات وألغت حواجز الأمية فضلا على أن سماع برامجها بواسطة الأذن. أدى إلى أن يكون المذيع رفيق شخصي للأفراد وهم يمارسون نشاطاتهم ويزاولون أعمالهم في المنزل والمزرعة وأثناء قيادتهم للسيارة والمكانة والقطار... إلخ.

- لذلك إستمر التبسيط سمة ملازمة للفنون الإذاعية وبقي الإذاعي فنان بحكم طبيعة الوسيلة وخصائصها الفنية. فالبرامج الإذاعية تمثل خدمة يومية تقتضي تحديد الوقت الذي يستغرقه البرنامج ومدى قابلية للإخراج في إطار زمني كبير الذي يتلقى الرسالة الإذاعية ويترقب البث ليتابع المضامين الإقناعية.

- وبما أن اللغة المنطوقة تمثل منظومة من الرموز والإشارات الدلالية المؤدية إلى المعاني والمفاهيم المختلفة. وبما أن هذه المنظومة تعبر عن الفكر الإنساني وما يهدف إليه من غايات ومقاصد فإن إكتمال الإتصال من خلال اللغة

يعتمد على الصوت المنطوق بهذه الرموز والإشارات الدلالية المعبرة عن معان معينة فإستغلت الإذاعة هذه الخاصية لإعداد برامجها الإقناعية باللغة المنطوقة ووفقا لهذا التطور إرتبطت أهمية الإذاعي الناجح بمدى إجادته لفن إستخدام اللغة بمنطق مؤثر لإيصال رسالة وإحداث تفاهم وتواصل مع الآخرين لأن الكلام المنطوق عندما توظف فيه رموز بلاغية مشحونة بالمعاني والدلالات تصبح له القدرة والأهلية على تحقيق التفاهم والإقناع بإعتبارها لغات قادرة على إحداث التفاهم مثل: لغة البصر والشم والإشارة... إلخ، إلا أن لغة النطق بالكلام الملفوظ من أهم تلك اللغات، لهذه الأسباب وظفت اللغة المنطوقة في المضامين البرمجية على نطاق واسع وتطورت بعد أن تعاضمت أهميتها، وإستفادت

الإذاعة من تطور خاصية النطق لتحقيق الإقناع لدى قطاعات جماهيرية واسعة، وقد أطلق عليها بعض الباحثين بلغة اللسان ويؤكد اللغوي ( سيموبوتر ) ذلك.

وكما هو معروف فإن الإذاعة أدت إلى إزدياد أهمية اللغة المنطوقة ووسعت من وظائفها بعد أن أسهمت في نشرها بين قطاعات واسعة من الجماهير. [66] ص ص 262-263-264.

- ومع تطور التجارب الإذاعية، ومع فهم إدراك القائمين على الإذاعة لطبيعة هذه الوسيلة وتميزها عن الصحافة بدأت تتحدد لغة الإذاعة وتتميز سماتها. فالإذاعة كوسيلة إستفادت من الوسائل التي سبقتها. وأخذت من لغتها منطلقا لوجود لغة خاصة بها. وإذا كانت الإذاعة قد بدأت حين إنتهت الصحافة فقد طورت في اللغة الإعلامية مما كان له الأثر في زيادة الثروة اللغوية بين عامة الشعب وساهمت في توحيد ونطق المفردات وفي التقريب بين اللهجات.

- ولغة الإذاعة تتميز عن لغة الصحافة في أن ألفاظها ما هي إلا رموز صوتية للكاتب بدلا من الرموز البصرية المطبوعة. وعلى هذا كاتب لغة الإذاعة أقل التزاما بالشكليات من لغة الكتابة الصحفية. لأن لغة الإذاعة هي لغة الإتحاد الحقيقي بين لغة الكتابة المطبوعة ولغة الحديث المنطوق.

- فالكتاب الإذاعي تتضح مقدرته في الكتابة على قدرته في خلق المنظر والصورة والشخصية وبعثها إلى الحياة من خلال الكلمة المنطوقة وحدها. ولغة الإذاعة هي التي تبدو وكأنها مرتجلة والإرتجال الوهمي أحد الأصول التي تقوم عليها الإذاعة كوسيلة إعلامية. [67] ص 15.

- والكلمة المذاعة كلمة مأنوسة خالية من الغرابة والتنافر هي كلمة موجهة إلى الملايين من الجماهير. كما أنها تصل إلى المستمع الذي قد يكون منشغلا عنها بأنشطة أخرى.

- فالإذاعة تخاطب بالكلمة جماهير عريضة من الناس متباينة في السن والجنس والطبقة والمكانة الاجتماعية والثقافية والقدرة على التفكير. والكلمة الموجهة إلى الجمهور المستمعين لن يكون لها فائدة أو فاعلية إلا إذا كانت هذه الكلمة يفهمها هذا الجمهور الذي يتسع حتى يصل إلى الملايين أو يضيق حتى يصبح فردا والمعاني لا توجد في الكلمات المجردة، ولكنها توجد داخل الإنسان الذي يستعمل هذه الكلمات. والكلمة المذاعة هي الكلمة التي تخاطب العاطفة أكثر مما تخاطب العقل. ومن هنا كانت الكلمة المذاعة هي التي تخاطب العاطفة أكثر مما تخاطب العقل. ومن هنا كانت الكلمة المذاعة هي التي تخاطب الجماهير بطريقة أساسها الألفة والبساطة والوضوح والمعنى المحدد الذي لا يوجد فيه غموض ويجب أن تختلف الكلمة المذاعة عن الكلمة المكتوبة للنشر والطباعة.

- والإذاعة كوسيلة إعلامية تخاطب من خلال الكلمة المذاعة العاطفة أكثرها تخاطب العقل وأحسن كلمة لمخاطبة العاطفة هي تلك الكلمة التي لها قوة إيجابية ولهذا فإذا أردت أن تسمعك الجماهير حقا . وتستجيب لكلماتك وتتأثر بمعلوماتك وأفكارك فلا مفر من التضحية برونق الفصحى وإستخدام اللغة التي تحيا بها الجماهير في حياتهم اليومية [67] ص ص 152-153.

إن الإذاعة كوسيلة إعلامية لا تقل أهمية في توعية وظائفها كغيرها من وسائل الإعلام الأخرى فهي تسري في المجتمع من خلال نشر معلوماتها وأفكارها وآرائها ودخولها البيوت والسيارات تبحث عن جمهورها المستمع بقدر ما يتدفق الدم في الشرايين. تحاول أن تبعد العزلة عن جمهورها تسعى جاهدة إلى أن تجمع بين التثقيف والترفيه جاعلة بذلك خدمة المجتمع هدفها وشعارها لا تنسى أن تراعي عاداته وتقاليدته وأن تبعث به للتسلية والمتعة من خلال نغماتها وفقراتها الفكاهية، كما تقف عند إختيار اللغة الأنسب لمضمونها ولمستوى جمهورها، فهي ترى أن الإهتمام باللغة يعني مخاطبتها لكل شرائح المجتمع دون التفريق بين ثقافتهم ومهنتهم وبيئتهم محاولة أن تنتقل من مكانها وبقوة لتصنع مكانا لها في قلوب جمهورها المستمع . فهي لا ترى في اللغة وسيلة للإتصال فقط بل التعبير عن المجتمع برمته واقعة وحاضره ولذلك نجدها تمزج بين لغاتها في شكل تداخل لغوي بين الفصحى والعامية والأمازيغية والفرنسية في أغلب برامجها ومنه وصول رسالتها الإعلامية.

### 5.1.3- أنواع الإذاعات ومجالات تأثيرها

#### 1.5.3.1.3- أنواع الإذاعات الجزائرية

##### 1.1.5.3.1.3- الإذاعة الوطنية:

##### 1.1.1.5.3.1.3- القناة الأولى:

تتوجه برامج هذه القناة إلى كل فئات المستمعين وتضم حصصا ثقافية تربوية إجتماعية ومسرحيات ومنوعات وأحداث وأخبار تقدم موجزا إخباريا كل ساعة وأربع نشرات إخبارية في اليوم وثبتت برامجها على الموجات الطويلة المتوسطة والقصيرة على دار 24 ساعة.

##### 2.1.1.5.3.1.3- القناة الثانية:

تتدرج برامج هذه القناة في إطار الإستجابة لرغبات الشعب الجزائري المتمثلة في الحفاظ على العبقريات الشعبية الجزائرية وتضم عدة حصص دائمة. عشرة مواجيز إخبارية في اليوم نشرتين إخباريتين بالأمازيغية وخمس نشرات بتامزيغت (الشاوية، الشنوية، الميزانية) وعرض للصحافة اليومية ومدة البث 19 ساعة في اليوم على الموجات المتوسطة والقصيرة. هذه الإذاعة التي أخذت من 21 شارع الشهداء مقرا لها. [68] ص 69.

وإذا كان الحديث عن القناة الثانية بالأمس ينصب على نشأتها التي سبقت ثورة التحرير وعن وقوفها شاهدا على أكبر التحولات في الجزائر وعراقتها، فإنه اليوم سيختلف تماما لأننا نريد أن نحكي هذا النموذج الرائع لقناة عالجت عقدها بنفسها وتداركت أخطاءها وكل الوقت الضائع. لتصد قائمة القنوات الناجحة في ظرف قياسي، مما جعلها من بين أهم المحطات التي نخرج عليها اليوم ونحن نفتش عبر أكثر من أربعة عقود من العطاء الإذاعي . قد يبدو إستعمال مصطلح "عقدة" مبالغا فيه لكنه في الحقيقة يبقى أنسب تعبير لما ظلت تعانيه القناة الثانية منذ نشأتها بسبب الجهوية الضيقة وتموقعها

على المسار نفسه الذي نصب لخدمة الثقافة الأمازيغية. والإهتمام بشؤون منطقة القبائل دون سواها. كما لو كانت بمعزل عن باقي الوطن، فكان لا بد من تصحيح الوضع والإرتقاء بالقناة حتى تعكس كونها وطنية بالدرجة الأولى خاصة حسب ما ذكره مديرها الحالي " السيد بدر الدين محمد" بعد توفر كل الإمكانيات لتنفيذ برامج أفضل وهو الأمر الذي أخذه على عاتقه منطلقا من مبدأ تجسيد البعد الوطني من خلال تعديل محتوى البرامج والإفتتاح على الثقافات الأخرى. [69] ص 84.

وإثرائها بما يزرخ به تراثنا من طبوع متنوعة بالإضافة إلى الإهتمام بالجانب السياسي بمختلف إتجاهاته وبث برامج وإنشغالات كل الأحزاب السياسية دون إستثناء، بدليل إستضافة القناة لوجوه سياسية عديدة، ووزراء وسفراء في مناسبات مختلفة.

أما بخصوص تجسيد البعد الدولي فقد إهتمت من خلال إدراج نشرة دولية منذ سبتمبر 2005 فتحت المجال للإتصال مع خبراء ومسؤولين سياسيين عرب وغربيين هذه التجديدات مجتمعة ساهمت في تخلص القناة من عقدة الماضي وجعلها أكثر إنفتاحا على الجمهور بمختلف فئاته وإنتمائه ومستوياته. كما إهتمت القناة بتسوية الوضعية الإدارية للعاملين بها خاصة في ظل الإدارة الحالية التي أوجدت متنفسا ومجالا لتحسين أمور هؤلاء ضمانا لجودة الأداء والإنتاج أما فيما يخص الجانب التقني للقناة فإنه يعبر أكثر الجوانب التي شهدت تطورا وقفزة حقيقية بإعتباره شبه مرقم كلياً . أما ما يعتبره القائمون على القناة الثانية أهم من كل ذلك. فهو تكوين الفريق على هذا النمط من الإعلام في الإنتاج والبث تحضيراً لهم لمشروع رقمنة الإذاعة ككل. فالعاملون في القناة الثانية يعتبرون اليوم أكثر إستعدادا لذلك التغيير من غيرهم. وحسب ما جاء في تصريح مدير القناة الثانية " السيد بدر الدين محمد" ل " أمواج" لن يتوقف عن هذا الحد. لأن هدف القناة الأكبر هو الإنتشار عبر كل التراب الوطني سعياً منها لتكثيف الإستفادة من برامجها الناطقة بكثير من اللهجات الأمازيغية كالترقية والمزاية والشاوية . [69] ص 85

### **3.1.1.5.3.1.3- القناة الثالثة:**

تتمثل برامج هذه القناة في تقديم نشرات إخبارية . حصص ترفيهية مواضيع إقتصادية وثقافية. عدد حصص دائمة روبرتاجات وتحقيقات تقدم موجزا إخباريا كل ساعة وأربع نشرات إخبارية في اليوم وتبث على الموجات الطويلة المتوسطة والقصيرة لمدة 19 ساعة في اليوم وهي تتخذ من شارع الشهداء في الجزائر مقرا لها.

### **4.1.1.5.3.1.3- القناة الرابعة:**

تهدف برامج هذه القناة إلى التعريف بصوت الجزائر في كل أنحاء العالم وتبث لمدة ساعة في اليوم على الموجات الطويلة والقصيرة باللغتين الإنجليزية والإسبانية وتقدم نشرات إخبارية وعروض للصحافة. ومقرها كغيرها من القنوات الإذاعية الأخرى القناة الأولى والثانية والثالثة [68] ص 70

### 2.2.5.3.1.3 - الإذاعات المحلية:

فهذه الإذاعات هي أداة أولية لدعم حق الإتصال للفرد والجماعات الصغيرة والمجتمعات المحلية علاوة على أنها أداة سياسية لإصلاح عدم التوازن في سريان المعلومات من العواصم إلى المحليات والمناطق النائية. [70] ص 20.

ومن بين هذه الإذاعات المحلية لدينا مايلي:

### 3.2.5.3.1.3 - إذاعة القرآن الكريم:

تأسست هذه الإذاعة في 12 جويلية 1991 ويدوم البرنامج أربع ساعات في اليوم.

### 4.2.5.3.1.3 - إذاعة البهجة:

تأسست في 1 أكتوبر 1992 ويدوم برنامجها 18 ساعة في اليوم.

### 5.2.5.3.1.3 - إذاعة متيجة:

تأسست في 8 ماي 1991 ويدوم البرنامج أربع ساعات في اليوم.

### 6.2.5.3.1.3 - إذاعة الساورة:

تأسست في 20 أفريل 1991 ويدوم البرنامج ستة ساعات في اليوم.

### 7.2.5.3.1.3 - محطة قسنطينة:

تبت برنامجا وطنيا يدوم خمسة ساعات ونصف في اليوم

### 8.2.5.3.1.3 - محطة الأغواط:

تأسست في 5 نوفمبر 1991 وتبت برنامجا محليا يدوم ثلاثة ساعات في اليوم وبرنامجا وطنيا يدوم خمسة ساعات ونصف مرة في الأسبوع. [68] ص ص 70-71.

### 3.5.5.1.3 - الإذاعة ومجالات تأثيرها:

لقد تربع الراديو على عرش وسائل الإتصال الجماهيري بإعتباره الوسيلة الأكثر تأثيرا والأكثر شعبية والأكثر إنتشارا لكن العديد من متغيرات العصر بدأت تواجه وتهز مكانته من الجذور. وكان من الممكن أن يختفي الراديو من حياتنا أمام ضغط متغيرات العصر التي خلقها ذلك التقدم التكنولوجي المذهل في مختلف المجالات وعلى رأسها مجال الإتصال وع ذلك فقد إستطاع الراديو الصمود. إلى الآن وبقي كأحد أهم وسائل الإتصال الجماهيري وقد يبقى كذلك لسنوات أخرى قادمة وقد عبرت مجلة نيويورك الأمريكية عن ذلك برسم كاريكاتوري يظهر بائع صحف داخل " كشك" يبيع الصحف وسط أكوام من الصحف اليومية والمجلات المنوعة الصادرة في مختلف أنحاء العالم. لكننا نرى البائع يمسك بجهاز راديو ترانزستور صغير في يده اليسرى مقربا إياه من أذنه وقد كتب تحت إسمه ما يقوله المذيع من خلال الراديو - والآن إليكم الأخبار - and now the news

فقد عجزت جميع الصحف وجميع المجالات عن إشباع رغبة بائع الصحف في الحصول على آخر الأخبار وكان إختياره الوحيد الممكن هو الراديو. [71] ص 3.

- إن وسيلة الإتصال التي تتعدد كونها رؤيا نظرية في نهاية القرن الماضي تركت أثرا رئيسيا عبر الكرة الأرضية ويقول " جين سيتون " عن هذا الابتكار إن الإذاعة أي بث البرنامج التي تسمعها في الآن ذاته أعداد لا حصر لها من البشر هي ابتكار اجتماعي وليست ابتكار تقني والمقدرة على البث الإذاعي ظلت موجودة لوقت طويل قبل التعرف عليها فالإرسال البرقي اللاسلكي نشأ خلال الحرب العالمية الأولى لأغراض حربية. وجرى إستخدامه كبديل للتلفزيون إلا أنه بديل يتميز بعجزه عن تحديد الجمهور الذي يسمح الرسالة.

- لقد أثر التقدم التكنولوجي على البث الإذاعي وعلى تطويره حيث تطورت وسائل الإذاعات وأجهزتها ودخلت التكنولوجيا هذا المجال الحيوي، وأصبحت الإذاعات قادرة على الوصول إلى مسافات بعيدة ثم أضافت الأقمار الاصطناعية إمكانية نقل الرسائل الإذاعية إلى كافة أنحاء الكرة الأرضية. وكان أن أصبح بإمكان أن تلعب دورا مهما في تكوين رأي عام عالمي حول القضايا التي تهم كافة الشعوب والأمم ( الحرب- السلام- البيئة - الأوبئة- الأمراض- قضايا المرأة وحقوق الإنسان) وما إلى ذلك من شؤون ذات طابع إنسانية شاملة فضلا عن القضايا السياسية التي تمثل مكانة هامة في البرامج الإذاعية.

- إن قوة تأثير الإذاعة على الرأي العام وعلى المستمع كقدر إنما تنتج عن كون الكلمة المذاعة تتميز وتتضح خطورتها بإعتبارها أسرع وسيلة إعلامية تصل إلى الإنسان في أي مكان في العالم. فهي تصل إلى المستمع في حقله وفي محترفه وفي مكتبه وفي غرفة نومه وفي سيارته وتشير إحدى الدراسات التي أجريت في قرية عربية إن المادة الإذاعية تعمل كما لو كانت أرضية ثابتة ومستمرة لمناشط اليوم. لا تقطعها إلا فترات الصلاة والنوم ولذلك فإن الأخبار وغيرها من محتويات الإذاعة يمتصها المستمع بصورة تكاد تكون لا شعورية [72] ص ص 153-154-155.

لقد أخذت الإذاعة الجزائرية منبر إعلامي متميز يسعى ويناضل من أجل خدمة المجتمع تقدم خبرتها للغير وتأخذ من التجارب الأخرى بقدر ما هي خلية تفاعلية ترافق الحياة للمجتمع الجزائري . ولأن الحاجة إلى التغيير نحو الأحسن مطلب يلح عليه جمهورها المستمع ونظرا لقوة إرسالها تنوعت وتعددت محطاتها الإذاعية فمنها ما يمثل إذاعات محلية تخدم المجتمع المحلي ومنها التي تسعى إلى أن تخاطب كل مستمعيها دون أن تعتمد على نوع محدد من المستمعين كما هو الحال في الإذاعات المحلية. هذا لا يعني أن هذه الإذاعات تقل في أهميتها عن غيرها من الإذاعات الوطنية الأخرى فهي لها دورا أيضا في تفعيل العمل الجوّاري وإثراء الرسالة الإعلامية وقد أكدت ذلك من خلال ما تقدمه من برامج ثقافية وإجتماعية وإقتصادية وإخبارية ضمن شبكات برامج عادية وصيفية ورمضانية تهتم ببرامجها بحياة الفرد في منطقة معينة وذلك من خلال حرص المذيع على أن تكون المواضيع ذات

محتوى تفاعلي بإعتمادها على تخطي جميع حوافز اللغة وحتى وإن اضطرت إلى التوضيح برونق وجمال العربية الفصحى لتخاطب هذا المجتمع بمختلف اللهجات بما فيها الدارجة أو العامية وحتى الأمازيغية والفرنسية.

ولعل إذاعة البهجة التي إختارناها لتكون نموذجاً من بين النماذج الإذاعية الأخرى التي إعتدنا عليها في بحثنا قد برهنت على الأداء في العمل والتنوع البرامجي وكل هذه الإذاعات تسعى إلى أن تكون أكثر تأثير وشعبية بالنسبة لمستمعيها من خلال قطعها لأشواط كبيرة في نشر الوعي والثقافة والترفيه وإرضاء المستمع معتمدة على عامل اللغة في توصيل رسالتها كسلاح لها تظهر من خلاله قوتها وتأثيرها .

### 2.3- الأداء الإذاعي - و- فعالية الرسالة الإذاعية

#### 1.2.3- ماهية الأداء الإذاعي

- يصل المخرج إلى الأستوديو قبل موعد التسجيل بوقت كافي ويتأكد من تجهيز كل عناصر الإنتاج ومن عمل الأجهزة والمعدات بكفاءة عالية ومراجعة عدد الميكروفونات وأنواعها وأماكنها داخل الأستوديو ويناقش الأمور الفنية مع مهندس الصوت ويتم كل ذلك قبل وصول المؤديين وعند بداية العرض يتم إستخدام الإشارات التي تم الإتفاق عليها أثناء التدريب.

- يتابع المخرج الأداء بإهتمام ويقوم بلغة إنتباه الفنيين قبل أي جزء هام، كما يشجع الممثلين على الأداء من غرفة المراقبة. كذلك يسيطر المخرج على الجوانب الفنية في البرنامج ويراقب الوقت ويجب أن لا يظهر على المخرج إي ضيق أو إمتعاض عند حدوث بعض الأخطاء لأن ذلك يؤثر سلبياً . وفي أي شكل إذاعي يعتبر الإنسجام بين صوت المذيع وطريقة الإلقاء لإيصال الرسالة المطلوبة أحد أهم عناصر نجاح المادة الإذاعية فصوت مذيع الأخبار يفترض أن يتصف بالوقار وصوت المذيع في الإعلان الإذاعي . لا بد أن يكون مماثلاً [73] ص 64.

لطبيعة السلعة ونوع الجمهور المستهدف كما يجب أن يذلو الصوت الإذاعي من الإرتباك ومن أي عيوب وليست المرضية فقط لأن ذلك سيثبت الإنتباه عن الرسالة ومن ذلك مثلاً: إلتقاط المذيع لأنفاسه في الأوقات غير مناسبة حيث يجب أن تكون عملية التقطيع محسوسة بحرفية عالية وعلاج اللهاث يكمن في الإحتفاظ بمخزون كبير من النفس والتصرف به بشيء من الخبرة خلال بث المقاطع الصوتية مما يحول دون الحاجة لإلتقاط الشهيق في منتصف الطريق [73] ص 65-66.

- ومن هنا أصبح من الضروري سد الفجوة العميقة والواسعة بين الإنسان العادي ومجريات الأمور في عالمه المعاصر وذلك عن طريق التفسير والتحليل والشرح والتعليم فالقصة لا تنحصر في مجرد توصيل الأخبار إلى المستمع على إختلاف أنواعها بل تمتد لتشمل إدراك معانيها ودلائلها وأبعادها الظاهرة والخفية والخلفيات التي أدت إليها والتداعيات التي يمكن أن تترتب عليها هنا يبرز "

المحرر الإذاعي " المتمرس والتمكن من أصول عمله الإعلامي ولا شك أن مهمته أصعب وأشمل من مهمة المحرر الصحفي الذي يكتب لقراء يملكون الوقت للإستعاب والفهم أما المحرر الإذاعي فيكتب لجمهور لا يمكن حصر مستوياته المعرفية التي ربما وصلت إلى حد الأمية ولا بد أن يضيع كل هذه الإعتبارات في حساباته بحيث لا يهبط المستوى السطحي الفج الذي يرفضه المستمع المثقف ولا يرفع إلى المستوى الأكاديمي المتخصص الذي لا يتحملة المستمع العادي بصفة عامة والمستمع الأمي بصفة خاصة فقد أصبحت الأنباء والأفكار والآراء من التضارب والتناقض بحيث أدت إلى بلبلة أفكار المستمعين العاجزين عن التفرقة بين النبا الصادق الموضوعي والنبأ المغرض المدسوس المتلون. ولذلك يقوم الإذاعي بهدف المهمة عندما يخلص الأحداث من التضارب الذي يحيط صورتها باللبس والغموض والتعقيد كما يساعد المستمع على إستيعاب المعلومات الواردة وفهمها من خلال تبسيطها وتفسيرها بأسلوب سلس خال من التفاصيل العلمية المعقدة [74] ص ص 358-359.

- يسجل الكاتب مادته بصوته ولهجته وكلماته الخصوصية والسمات المميزة مسألة أساسية هي أن الإذاعة تحول كل شيء ليبدو وكأنه مجتمع سري مجرد همسة أمام الميكروفون تؤدي إلى انهيار جبل.

- الأكثر أهمية إن ما يثير الإهتمام لدى غالبية المستمعين هو مشاركتهم المشاعر ووجهات النظر مع المذيع يجب على المذيع أن يتحدث وكأنه بين أصدقائه الجديين وليس كأنه عين مؤخرا مديرا لمدرسة أطفال .

- والمذيع الجديد لا يقرأ أمام الميكروفون بل يتحدث مع الميكروفون وإذا ما أردت أن تكون مذيعا ناجحا يجب أن تتعلم أن تقرأ كلماتك الخاصة كما لو أنها قفزت للتو إلى ذهنك وهكذا إستخدم الشريط المسجل كوسيلة لتسجيل مسودة حديثك.

- أكتب تماما كما تتحدث ثم حرر ما كتبت ورتبه تجنب إغراء تكثيف الجملوتجنب المبالغة في ترتيب الجمل إترك التكرارات والعبارة القصيرة المتقطعة والمتفاوتة الجودة وإنتبه إلى التنقيط في الكتابة الإذاعية مختلف عنه في الصحيفة يشبه التنقيط في الكتابة الإذاعية الإشارات الديناميكية في الموسيقى سيكون حديثك موجهها إلى برنامج إذاعي معين ولهذا يجب أن تحدد الكلمات المملة وأبحث عن تعابير حية لإستبدالها وخاصة الكلمات التي تثير صورا في ذهن المستمعين وتذكر أنك ستجعل المستمعين يشمون ويجسسون كما لو أنهم يرون [75] ص ص 13-15.

ويضع " توماس بيري " مبادئ أساسية للكتابة الإذاعية:

1- إن الكاتب الإذاعي أو التلفزيوني يهيء مواد له للمستمعين أو المشاهدين. فالمستمع يقتصر على الكلمة المتلوة وحدها ؛

2- إن الكتابة الإذاعية يجب أن تكون مستساغة التلاوة تصاغ بأسلوب المذيع المتكلم وليس بأسلوب الكاتب ؛

3- مراعاة بعض الإعتبارات المتعلقة بالمفردات، ويقدم في هذا الشأن مجموعة من الأمثلة منها ضرورة استخدام المفردات البسيطة.

4- مراعاة ما يسهل مهمة المستمع أو المشاهد في تلقي الرسالة بالإهتمام بالصياغة مثل: تقديم الفعل على الفاعل والمفعول وتقديم الفاعل على المفعول به واستخدام المبني للمعلوم بدلا من المبني للمجهول. [76] ص ص 54-55.

حتى يحدث تواصل أو إتصال ناجح بين المذيع وجمهوره المستمع لا بد من التحضير الكامل والدقيق لطبيعة العمل الإذاعي ولذلك عليه أن يكون على دراية كاملة بأنه يكتب ويحضر لجمهور متباين يختلف في مستوياته منهم من هو مثقف ومنهم من هو أمي ومنهم من هو ذو مستوى عادي بصفة عامة وحتى يتمكن من خلق روح التواصل الإجتماعي بينه وبين جمهوره المستمع لا بد أن يكون هناك أداء إذاعي مبني على الإتفاق التام بين المخرج للبرنامج والمذيع له وكل الفريق التقني فالإيصال الرسالة المطلوبة لا بد من الإنسجام التام بين الفريق الإذاعي الساهر على نجاح برنامج معين ليكون في النهاية المذيع على وعي كامل بالرسالة التي يقدمها للمجتمع وذلك من خلال الأخذ بعين الإعتبار بعنصر اللغة الذي يقوم عليه بناء الرسالة الإعلامية وعن طريق الميكروفون يمكن للمذيع التأثير على جمهوره المستمع.

### 2.2.3- مميزات الأداء الإذاعي:

تعد مهارات الإتصال وتتنوع لتشمل عددا كبيرا من العوامل والمؤثرات على طبيعة العلاقة بين طرفي الإتصال ومن أهم المهارات التي يجب أن يستمع بها المتصل لتحقيق درجات عالية من الإتصال بين طرفي الإتصال مايلي:

- الإستماع الفعال: أن يستمع أكثر مما يتكلم وعلى المتصل أن يتعرف على حاجات ورغبات وإهتمامات وتوقعات الطرف الآخر وعليه أن يشعره بالثقة والأمان وأن بإمكانه التعبير عن آرائه كما يحلو له. ولا يمكن لهذا أن يحدث إلا بالإستماع فالإستماع المستمر لما يدور من حولنا يشجع الآخرين على متابعة الإتصال [77] ص 115.

- القدرة على التعبير وإيصال المعاني أو المعنى المطلوب ولا يأتي ذلك إلا بقدر وافر من الإخلاص والصدق والتعبير وملائمة الإلقاء لمقتضيات الحال. فكل مادة إذاعية الأسلوب المناسب لها فهناك الحديث الفني والأدبي والديني والاجتماعي... الخ وهذه ملائمة لطبيعة ونوع المادة المذاعة هي التي تجعل " أداء المذيع" مرنا متمشيا مع هذه المستويات جميعا دون الوقوع في خطأ الأداء النمطي

وتلك من أهم الأسس لإقناع المستمع بالمادة الإذاعية

- الأداء الصوتي القوي وتعويد " المذيع" على أن يكون مطمئنا وواثقا أمام الميكروفون أو الكاميرا يكتسب تدريجيا ومن خلال التعود والممارسة وكذلك فإن حيوية الصوت والقدرة على الأداء السليم تتأثران إلى حد كبير بالحالة الصحية والشخصية.

- التفاعل والتجاوب مع المادة التي يقدمها من ناحية ومع جمهور المستمعين ويتحقق ذلك بإدراك المذيع لطبيعة المتلقى ووجود الفرد في مجموعة أو مجموعات متنوعة مختلفة وكذلك إدراكه لنوعية البرامج الإذاعية المتعددة وأنواعها وأشكالها ووظائفها.

- القدرة على توافق الأداء الصوتي مع طبيعة الفترة الإذاعية التي يقدم مادته الإذاعية أثناءها. إذ يجب أن تتفق طبيعة الأداء الإذاعي مع طبيعة فترة الإرسال، فالفترة الصباحية مثلاً: تحتاج إلى نوع من الأداء اليقظ النشط الذي يتسم بالحيوية ويهيئ المستمع

ولتحقيق هذه الغايات ولكي يكتسب المذيع هذه المهارات الأساسية للتدريبات الخاصة فيتلقى المذيع دروساً وتماريناً في اللغة والقراءة والأداء [78] ص ص 39-40.

كما يتدرب على مخاطبة الجماهير إلى جانب الدراسات الخاصة بفنون الإتصال ووسائله كما يتلقى تدريبات في مجال الإعلام والتسويق

- المؤثرات الصوتية هي إحدى العناصر الهامة التي تدخل في تكوين البرنامج الإذاعي ويجب أن تكون ذات نوعية ممتازة وتستخدم في الوقت المناسب لكي تحقق الأهداف المرجوة منها. ومن أبعاديات العمل الإذاعي ولغته استخدام المستويات الصوتية مثل: مستوى الدخول ومستوى الخروج والمستوى القريب والمستوى المتوسط والمستوى البعيد ويقصد بذلك القرب أو البعد عن الميكروفون من أجل تحديد مكان الشخص الذي يتكلم

كما يجب على المخرج مراعاة الإيقاع السريع والذي يتناسب مع خصائص الإذاعة واستخدام اللغة السهلة البسيطة مع مراعاة القاموس اللغوي للمرحلة العمومية التي تخاطبها [79] ص 119.

- عادة ما يطلق لفظ المذيع على قارئ النشرة بالراديو وتختلف مهارات المذيعين وخلفياتهم من إذاعة لأخرى ففي المحطات الصغيرة يمكن أن يكون مدير الأخبار أو أحد المندوبين أو المحررين هو نفسه قارئ النشرة ولا بد أن يتمتع قارئ النشرة ببعض الصفات مثل: المظهر الحسن والمصادقية والقدرة على الإتصال والصوت الإخباري المميز والجاذبية والشباب وقوة الشخصية والمرونة والتعاون والتفاهم مع العاملين بالأخبار ومن المعروف أنه كلما زاد عدد من المندوبين والمحررين بالمحطة الإذاعية كلما إقتصر دور المذيع على قراءة النشرة فقط. وتتوقف فعالية الأخبار إلى حد كبير على حسن أداء قارئ النشرة والحياد هو المطلب الأساسي لقارئ النشرة. فالمذيع يجب أن ينحاز لخبر أو لرأي . كما يجب ألا تحمل نبرات صوته أحكاماً مسبقة وإنما يدع المستمع يستنتج ما هو صواب وما هو خطأ

- أما عن أسلوب المذيع أمام الميكروفون فبعد أن يقوم بتحضير المادة الإذاعية التي سيقروها عليه أن يتوجه إلى الأستوديو قبل عدة دقائق على الأقل من بدء تقديم المادة أو بدء إذاعة البرنامج لكي يتهيأ نفسياً ويركز على مشاعره نحو المادة الإعلامية الإذاعية حتى يتخلص من كل بقايا الأحاديث التي يسمحها وهو خارج الأستوديو ويقصد من هذا التخلص من تأثير كافة المؤثرات الخارجية

- ومن الجهة الثانية ينبغي القول بأنه من المهم جدا على المذيع أن يعرف مكانة عند الميكروفون [80] ص184.

حتى لا تضيع مخارج الألفاظ بعد أن تتمزق على سطح الميكروفون وتفقد كل جمالها.  
- وهناك صفات أساسية يجب أن تتوفر في المذيع حتى يكون أدائه الإذاعي ناجحا وهي:

### 1.2.2.3 - الخيال:

يجب أن تتوفر في المذيع القدرة على التخيل حتى يتمكن من ابتكار برامج جديدة والتنوع في نصوص البرامج وموادها ولمواجهة المواقف الطارئة التي تحدث أحيانا كالوصف الفوري لحدث ما والخلل الذي يصيب الخطوط الإذاعة الخارجية.

### 2.2.2.3 - الحماس الطبيعي:

الحماس ضروري للمذيع حتى يتمكن من نقل هذه الشحنة إلى جمهوره، أما إذا لم يتميز آداؤه بالحماس الطبيعي فإنه سيصبح أدائه مهلهلا وفاترا.

### 3.2.2.3 - حب الناس:

يكفي أن تفهم الناس حتى تستطيع أن تؤدي عملك أما إذا كنت ستدعوهم لإتباع رأي معين وتستعمل معهم يوما بعد يوم فيتعين عليك أن تحبهم أيضا وأن تبدو دائما صديق للجمهور [80] ص185.

ومن العوامل التي تزيد من نجاح المذيع:

المحرر المذيع إنسان يعيش كالأخرين لكن يسكنه قلق كبير وحماس مؤثر لأن يأتي بالجديد إلى المستمع وهو في موقع لا يجسد عليه، إن تجاوز الخطوط الحمراء أو فشل في تجاوز إمتحان التحرير مهنيا فإن المحرر النموذجي الذي نسعى إليه المحطات لا بد وأن يحمل المواصفات التالية:

- الدراية الكاملة بمواقع الإختصاص الأماكن والأشخاص بما في ذلك إقامة العلاقات الجنسية مع جميع العاملين بها أو من يتصلون بها عن قرب.
- الثقافة العامة في مجال العمل الذي يعمل فيه.
- التمتع بالسمعة الحسنة بين من يعملون بهذا الموقع
- المظهر اللائق والمناسب للعمل بمكان ما والذي قد يختلف من مكان لآخر ومن وقت ومن مناسبة لأخرى.

- الدراية الكاملة بنظم العمل وتقاليده ومشكلاته في هذا الموقع

- الحاسة الصحفية اللازمة في مجال الحصول على الأخبار

- عدم الإقتصاد في المحصول الإخباري على ما تقدمه النشرة أو ما يذاع على المندوبين من بيانات أو خلال مؤتمرات صحفية معينة وإنما يتخذها المحرر كنقطة إرتكاز وقاعدة إنطلاق إلى الأخبار أكثر أهمية وأكبر حجما

- الصدق في رواية الأخبار والأمانة في نقلها بدقة في إستطلاع وقائعها.

- الإستعداد الكامل لبذل كل ما يستطيع من جهد دون خوف من تعب أو إرهاق وبكل آتات

وحبر.

- الفهم الكامل لملايسات الحدث الذي ينقله وما يختفي من ورائه أو وراء وقائعه المختلفة [81]

ص ص 57-58.

- إستخدام لغة نابضة بالحياة:

لقد تراجعت قيمة فن الحدث الراقي إلى درجة أننا عندما نقابل شخصا يستطيع التعبير عما في ذهنه بطريقة مؤثرة وأنيقة لا نملك سوى الشعور بالإعجاب والتأثر وتخطر لنا جميعا بعد إنتهاء الحديث تعابير ذكية نتمنى لو كنا قلناها وهذا أمر لا مفر منه فالفكرة هنا ليست في أن تحاول تهيئة أقوال بليغة تعلق في الذاكرة بل في أن تكون واضحا ومؤثرا في المسائل التي تهتمك وعند توفر الإلتزام العميق بالموضوع الذي سنتحدث عنه [82] ص 219.

لكي يصبح المذيع ناجحا في عمله فإن ذلك يتطلب منه كامل الإستعداد من خلال إكتساب مهارات الإتصال التي تتعلق بالأداء الإذاعي وإحساسه التام والكامل لما يحتاج إليه هذا المجتمع الذي سيشكل منه جمهوره المستمع والمتلقي إرسالته الاعلامية وأن يخاطب باللغة أو اللهجة التي يرغب فيها وذلك سعيا منه في الحفاظ على مشاعره وأذواقه المختلفة وعلى المذيع أن يكون على دراية بأن هذا البرنامج الذي يقدمه سيعكس شخصيته ويظهرها للمستمع حتى وإن ل تظهرها الصورة بسبب غيابها كما يجدر بالمذيع أن يكون ذو ثقافة عالية ملما بكل الموضوعات التي يقدمها ويدرك أن النجاح في أدائه الإذاعي يتوقف على ذلك والتركيز إختيار اللغة المناسبة لمضمونه والمفضلة لدى جمهوره كما عليه أن يتميز ومن دون ملل بالرغبة في الإعداد والتحضير لإستمرار عملية التواصل الإجتماعي والإهتمام بأراء جمهوره وإنشغالاته اليومية وإقتراحاته التي تهدف إلى مواكبة حياة مستمعيه يتساءل وبإستمرار على مدى تأثير برنامجه وموضوعاته المطروحة في المجتمع وبذلك يكون قد حقق تجسيد التفاعلية في برامجه الإذاعية وإعطائه للمستمع فرصة حوار إذا أمكن وطرح إستفساراته وإقتراحاته.

### 3.2.3- عوامل نجاح الرسالة الإذاعية [83] ص 34.

يجب أن يراعي في الرسالة الاهتمام بأكبر عدد ممكن من الجماهير المستمعين وأن يشعر وبحاجتهم إلى موضوع الرسالة وأن تعالج مشاكلهم وتتناول مختلف قضاياهم فالتحدث عن المييدات الزراعية مثلا: يجذب إهتمام الفلاحين بدرجة تفوق إهتمامهم بالشعر والموسيقى كما لا بد أن تتناسب الرسالة والظروف الخاصة تحكم على وسيلة الإعلام لأن الرسالة الإذاعية تتطلب شروطا قد لا تتطلبها

الرسالة الموجهة عن طريق التلفزيون وذلك أن مستقبل الرسالة الإذاعية لا يرى الحدث بعينه كما لا يرى المذيع الذي ينقل له ذلك الحدث وكذا فإن الرسالة المطبوعة تسمح إلى حد ما بالإضافة في شرح تفاصيل الموضوع الذي تنقله وكذا فإن الرسالة الشفوية تختلف عن الرسائل التي ذكرناها وهذا يتطلب من المرسل أن يكون متفهما لطبيعة كل وسيلة

- ومن عوامل نجاح الرسالة الإذاعية يجب مراعات المستويات المختلفة للجمهور المستقبل للرسالة الإذاعية فتوجه الرسالة باللغة التي يفهمها هذا الجمهور ويتجاوب مع معانيها فالرسالة الموجهة إلى مستويات شعبية قليلة الحظ من التعليم والثقافة والرسالة الموجهة إلى جماهير الشباب أو الكبار في السن وبالتالي فإن الرسالة الإذاعية يجب أن تعبر تعبيراً موضوعياً صادقاً عن عقلية الجماهير وإتجاهاتهم وميولهم في نفس الوقت كما يجب أن لا تأتي الرسالة متناقضة مع عادات المجتمع

### 4.2.3- أنواع البرامج الإذاعية

تحاول معظم الإذاعات إجتذاب المستمعين بواسطة برامج تهمهم ذوي الأهواء المختلفة كالموسيقى الصاخبة مثلاً: للمراهقين والأخبار العلمية للمتقنين وتشجيع الموسيقى المحلية في برامج التسلية والترويج والمنوعات ومعظم الإذاعات المتخصصة بها تذيع نوعاً معيناً منها مثل: الموسيقى الهادئة أو موسيقى الجاز أو الموسيقى الشعبية كما تذيع بعض المحطات الأخرى أنواعاً مختلفة من الموسيقى من دون أن تختص بها. ولذلك فإن معظم المحطات الإذاعية تسعى إلى توظيف معلقين متميزين ذوي أساليب شيقة.

### 1.4.2.3- برامج التسلية:

لا تقتصر على الموسيقى بل تتعداها إلى الفكاهة والتمثيلات ذات الحلقات والمسرحيات التي تنتقل مباشرة أو المسجلة وبعض التمثيلات تكتب للبث الإذاعي فقط.

### 2.4.2.3- البرامج الرياضية:

وهي مثل نظيرتها الاخبارية تحظى بإهتمام خاص إذ يحاول المعلقون الرياضيون نقل الأحداث الرياضية المميزة ولا سيما مباراة كرة القدم وكرة الضرب والكريكت فتنتقلها نقلاً مباشراً وهو ما يسمى التعليقات أو على الأقل تنقل نتائجها للمستمعين وتنافس المحطات في إجتذاب المستمعين فيذيع معظمها برامج تحقق رغبات فئة معينة منهم كالمحطات التي تبث بالموسيقى مثلاً . والتي تحاول إجتذاب المراهقين وصغار السن من المستمعين [84] ص ص 78-79.

### 3.4.2.3- برامج الأحاديث:

تعد برامج الأحاديث أبسط أشكال الكلمة المذاعة وأكثرها إنتشاراً فالمحادثات الإذاعية التي يتم إعدادها وتنفيذها بدقة هي عصب الإذاعة اليوم فهي تجمع بين العمق الذي تحققه الكلمة المطبوعة وبين

دفع الاتصال المواجهي الذي يحققه نمط الأحاديث ويطلق مصطلح برامج الأحاديث ليغطي عدة أنواع من أشكال البرامج مثل:

- الحديث المباشر
- الحوار
- المناقشات
- البرامج الوثائقية

### 1.3.4.2.3 - الحديث المباشر:

يعد الحديث المباشر أقدم الأشكال الإذاعية على الإطلاق حيث يوجد شخص واحد فقط يتحدث عبر الميكروفون في موضوع يهم أكبر عدد ممكن من الجماهير. وحيث أن الكلمة المنطوقة تخاطب حاسة السمع فقط فإن ذلك يفرض على المتحدث في الإذاعة الوعي الكامل بطبيعة الوسيلة وحدودها وطبيعة الجمهور المستهدف من حيث التنوع الثقافي والبيئي والعمر والنوع والإتجاهات والرغبات والإحتياجات.

### 2.3.4.2.3 - برامج الحوار:

تعد برامج الحوار من أكثر أشكال برامج الراديو إنتشارا ويتوقف نجاح هذا الشكل على جودة الإعداد وأسلوب التقديم الذي يستوي المستمعين ويمكن إعداد الحوار إعدادا كاملا من جانب المحاور والمتحاور. ويوجد أربعة أنواع من برامج الحوار هي:

- حوار الرأي
- حوار المعلومات
- حوار الشخصية
- حوار الإستدلال

### 3.3.4.2.3 - برامج المناقشات:

تهدف برامج المناقشات إلى تبادل الآراء والمعلومات للوصول إلى حلول واقعية أو محتملة حول أسئلة هامة أو مشكلة معينة . ويجدر بنا عدم الخلط بين برامج الحوار وبرامج المناقشات. فالأولى تهدف إلى الحصول على المعلومات وإستنباط الآراء. بينما الثانية تهدف إلى تبادل الآراء والمعلومات [85] ص ص 72-73.

وتسير كتابة برامج المناقشات على خيط رفيع بين الإعداد الكامل للنص والإعداد الجزئي الذي يتضمن الخطوط الرئيسية

### 4.3.4.2.3 - البرامج الوثائقية:

هي شكل إذاعي مستقل يتضمن صبغة تعليمية في الغالب وهو لا يعتمد على الخيال ولا على الواقع تماما وإنما يقدم وصفا للمجتمع الإنساني مع تعليقات على السلوك البشري والإجتماعي وقد جذب أسلوب الاقلام الوثائقية القائمين على الإذاعة لأنهم وبدو فيها الإشارة التي تضي الراديو الحيوية والتشويق.

### 5.3.4.2.3- البرامج الإخبارية:

تعد الخدمة الإخبارية من المواد الأساسية التي تقدمها المحطات الإذاعية. ففكرة نقل الأخبار إلى أكبر عدد ممكن من الناس وفي أسرع وقت ممكن كانت ومازالت هدفا أساسيا للمجتمعات المختلفة. فالأخبار هي المعلومات الجديدة التي تهم الناس وتؤثر فيهم وتكتسب البرامج الإخبارية أهمية كبرى في قنوات الإذاعة نظرا لقدرة الوسيلة على نقل المستمع إلى مواقع الأحداث فورا. [85] ص ص ص ص 94-84-74.

### 4.4.2.3- البرامج التعليمية والتثقيفية [85] ص 89

تتوجه معظم برامج الراديو للجمهور العام ونتيجة منافسة التلفزيون وإستقطابه لقطاعات عريضة من الجماهير إتجهت الإذاعة نحو الإستخدام المتزايد للبرامج التي تستهدف جماعات متجانسة من الجماهير وقد ساعد في ذلك أيضا التوسع في إنشاء الإذاعات المحلية التي تخاطب متخصصة من الجماهير وتهتم بالمناطق الجغرافية ذات الخصائص المشتركة والتمايزة

### 5.4.2.3- برامج المرأة والأسرة:

1- تخصص المؤسسة الإذاعية في برامجها فترات أو برامج للتوجه إلى الأسرة بكل ما يتعلق بشؤونها ويساعد على شد الأواصر بين أفرادها وخلق مناخات التفاهم والتعاطف بينهم.  
2- تعطي المرأة الإهتمام اللازم بما يساعدها على أداء دورها في المجتمع وتأمين سعادة الأسرة.

3- يخطر على المؤسسة الإذاعية بث أي دعاية أو فقرات توحى أو تشجع بشكل مباشر أو غير مباشر على العنف الجنسي. أو الجسدي [86] ص 523.  
أو يساعد على الإنحراف أو يحط من شأن المرأة أو يقود أركان الترابط الأسري العائلي. أو يتعارض مع أحكام المادة 32 من قانون الإعلام.

4- يراعي في تقديم هذه البرامج إختيار الإختصاصيين من ذوي العلم والخبرة

### 6.4.2.3- برامج الأطفال:

1- تلتزم المؤسسة الإذاعية بتقديم برامج للأطفال تساعد على تكوين شخصيتهم وحقل مواهبهم وتنمية قدراتهم ومهاراتهم وتعزيز إنتمائهم الوطني.  
2- يتم إعداد هذه البرامج من قبل الإختصاصيين وأصحاب الخبرة

### 7.4.2.3- برامج البيئة:

- 1- على المؤسسة الإذاعية تخصيص برامج للبيئة تسلط فيها الأضواء على شؤون البيئة وأهميتها وتعالج مشاكلها وقضاياها وما ينبغي أن يلتزم به المواطن والمسؤول حفاظا على البيئة وجمالها مما يساعد على تحقيق التطهير البيئي في الريف والمدينة ورفع مستوى الذوق العام.
- 2- تعد هذه البرامج بإشراف أخصائيين في قضايا البيئة.

### 8.4.2.3- البرامج الصحية:

- 1- تعطي المؤسسة الإذاعية أهمية خاصة للقضايا الصحية وما يتعلق من توجيه وتوعية مما يساعد على نشر وتعميم الثقافة الصحية العامة.
- 2- على المؤسسة بث البرامج والنشرات والإرشادات التي تطلب وزارة الإعلام إذاعتها بطلب من الهيئات الصحية الرسمية أو الأهلية أو الدولية.

### 9.4.2.3- البرامج الاقتصادية:

- على المؤسسة أن تقدم برامج متخصصة بمتابعة الأوضاع وشؤون الأعمار والبناء والقطاعات الإنتاجية والقطاع المالي والمصرفي بما يعكس حاجة لبنان إلى إبراز دوره والإنجازات التي يحققها على هذا الصعيد.
- وعلى المؤسسة أن تقدم ندوات متخصصة حول المشكلات التي تواجه القطاعات الاقتصادية كافة وتسهم في إيجاد الحلول.

### 10.4.2.3- برامج الألبان:

- والإثارة فيها تتمثل فيما تطرحه من مسائل في شكل ألبان وأسئلة تحتاج من المستمع المشاركة بأعمال نكرة وذكائه في حل هذه الألبان.
- البرامج المثيرة: التي تثير حب المستمع وتجعله راغبا في متابعة البرنامج لمعرفة الجوانب المختلفة من الموضوع [86] ص ص 225-524. من خلال هذا المطلب نرى تنوع في برامج الإذاعة الجزائرية وهي التي تستهدف نقل الأفكار والمعلومات والاتجاهات لجمهورها المستمع بغية جذب إنتباهه والمحافضة عليه. ونظرا لطبيعة الموضوع وتنوع جمهورها المستهدف كبار السن وصغارهم أطفال وشباب فهي تنقسم إلى عدة برامج منها: إجتماعية، ترفيهية، دينية، رياضية، ثقافية، منوعات وخصص خاصة بالأطفال.

برامج للمرأة والأسرة وأخرى إقتصادية وإخبارية بالإضافة إلى البرامج الفكاهية كبرامج الألبان والبرامج المثيرة. فالإذاعة كوسيلة إعلامية جماهيرية تحاول أن تضع حياة إعلامية في المجتمع مهمة بعبادته وتقاليد وأوضاعه الإجتماعية. إذ تقدم خدمات متميزة ومتنوعة كما لا تنسى أن تضع في إهتماماتها سعيها للتعرف على مشاكل الشباب التي يعاني منها وبهذا أصبحت الإذاعة تبث برامجها

التي أخذت تتطور من يوم لآخر وهي ترى أنه حتى يتواصل النجاح في خدمة المستمع لا بد أن تهتم بنوع " اللغة" التي يحيا بها أفراد هذا المجتمع في حياته اليومية. ونظرا لعلاقة اللغة بالمجتمع فالإذاعة تدعم اللغة التي يتخاطب بها الأفراد بأنواعها من العربية الفصحى إلى الدارجة وكذا الأمازيغية والفرنسية وكثيرا ما يظهر ذلك في شكل تداخل لغوي أو كما أسميناه في بحثنا بالثلاثية اللغوية من أجل توسيع عملية الاتصال والتواصل الإجتماعي وقد أثبتت الدراسة الميدانية لهذا الموضوع أن الإذاعة تضع " عنصر اللغة عنوان للمحبة والتواصل بينهما وبين مستمعيها "

### 5.3.2- وظائف برنامج نشرة الأخبار نموذجا:

- تضم عددا كبيرا من الأخبار وتكون بمثابة الإشارة إلى أهم ما تتضمنه من أخبار
- تثير إهتمام المستمع لذلك يجب أن تتمتع بالأهمية والحدثة وتصاغ بطريقة شديدة الإختصار
- تقرير عن أهم الأخبار داخل النشرة وتخضع لعدد من الإعتبارات:
- 1- التركيز على أهم ما يتضمنه الموضوع وترتب ذلك على الوقت المحدد له.
- 2- أن يوضح جوانب الخبر المختلفة وتبتعد نهائيا عن رأي المذيع
- 3- أن تكون المعلومات مسلسلة تسلسل منطقي وهناك أشكال مختلفة تقدم داخل النشرة

#### الإخبارية

- أ- قد يكون الخبر بواسطة تقرير من مراسل
- ب- مقابلة إخبارية سريعة تتضمن تصريح لأحد المسؤولين
- ج- جانبا من مؤتمر صحفي [87] ص 3.

وهناك مجموعة من الوظائف المهمة التي ينبغي أن تستهدفها النشرة الإخبارية وتعمل على

تحقيقها وهي:

- إشباع حاجات الجماهير إلى المعرفة العامة والخاصة
- توفير إنذارات سريعة عن التهديدات والأخطار التي تحيط بالجمهور المستهدف
- رفع تطلعات الجماهير نحو آفاق أوسع وأرحب
- مساندة الدولة في جهود التنمية السياسية والإقتصادية والإجتماعية.
- التأثير على إتجاهات الجماهير بتعديلها أو تدعيمها أو بذلقها من أساسها
- الحد من الآثار السلبية المتوقعة كردود أفعال للأحداث والقرارات والسياسات الداخلية

والخارجية.

- تزويد الجمهور بأهم الأحداث العالمية والمحلية.
- تشبع في الإنسان أبرز صفاته في معرفة ما يحدث حوله من أحداث سياسية. وإقتصادية

وإجتماعية ورياضية وأخبار خفيفة

- تزوده بالمعلومات التي يحتاج إليها عن أي شيء في المجتمع من حوله فيرى بنفسه في الأفرح والأقراح.

- تشكل جزءا مهما من نسيج الحياة اليومية للجمهور.

- تزداد أهميتها يوما بعد يوم في نقل الأحداث العالمية حال وقوعها على نحو لم يسبق له مثيل في تاريخ البشرية نتيجة للتقدم الهائل في مجال تكنولوجيا [87] ص 4 الإتصالات الفضائية وإستخدام الأقمار الصناعية.

- هناك من الأخبار ما يصعب على المشاهد العادي فهمه وتكوين رأي بشأنه أو عقد مقارنات بينها دون شرح أو تفسير أو تعليق

- تمثل متحدثا رسميا بإسم الحكومة في أي دولة من الدول.

- تنتقل المعلومات السياسية بحياد ودون إنحياز إلى جانب من جوانب الأحداث أحيانا.

- تقدم النقد والتعليق المستقل على مجريات الأحداث

- تعلق على السياسات والمواقف المتميزة لكل حزب من الأحزاب.

- تقوم بنقل المعلومات السياسية وتقديم التعليقات والنقد عليها من وجهة النظر الرسمية ويذيع

ما تطلب الحكومة إذاعته رسميا وما يتصل بالسياسات العامة للدولة والمصالح القومية العليا.

- توفر إنذارات سريعة عن التهديدات والأخطار التي تقع خارج المجتمع والتي تترتب على ظروف طبيعية أو هجوم مسلح.

- تقوي شعور البشر بالمساواة وتتيح لكل فرد فرصة متساوية لتلقى الأخطار والإستعداد

لمواجهتها

- توفر حاجات يومية للأفراد والمؤسسات والمجتمع كأخبار المال والطقس والخدمات

الليلية [88] ص ص 75-76 من خلال وظائف البرنامج الإذاعي الخاص بنشرة الأخبار والذي إتخذناه

في هذا المطلب نمودجا من بين وظائف البرامج الأخرى وذلك نظرا للمكانة التي يحضى بها هذا

البرنامج الإذاعي ضمن نسيج متنوع من الحصص الإذاعية الأخرى فهي كذلك تسعى دائما إلى ترقية

آدائها والدليل إهتمامها بمختلف الإتجاهات الخاصة بأفراح المجتمع كبنها لبرامج وإنشغالات كل

الأحزاب السياسية ولقاءاتها التي تخصصها للشخصيات البارزة في المجتمع كما أن هذه البرامج تحاول

أن تأخذ بأفراد المجتمع من خلال إثرائها لم يزخر به تراثنا من طبوع متنوعة والإفتتاح على الثقافات

الأخرى وبذلك فهي تحتاج دائما وتسعى إلى تطوير " لغتها "

وحتى تكفل هذه المهمة بالنجاح ترى أنه على مديعها وكل ما يلزم هذه النشرة من تعليق

وتفسير يدخل ضمن هذا الإطار البرامجي أن يلتزم " بالعربية الفصحى "

ويتضح ذلك من خلال الأداء الإذاعي الذي يميز هذه النشرات

إذ تعتبر العربية الفصحى الوسيلة الأنسب لنقل واقعنا الإجتماعي والأخذ به بعيدا للتطلع على تجارب الآخرين وقد أكدت " الدراسة الميدانية لهذا الموضوع " من خلال إجابة المبحوثين على السؤال رقم 19 أن البرامج الإخبارية تعتبر من البرامج التي تناسبها العربية الفصحى لإنجاح رسالتها الإعلامية بالرغم من التنوع في فئات الجمهور المستهدف لهذا البرنامج وأنه من خلال لغتها المتمثلة في " العربية الفصحى " يمكن أن تظهر مكانتها ضمن البرامج الأخرى كالبرامج الترفيهية أو الفكاهية.

من خلال ما رأيناه في هذا الفصل نستنتج أن الإذاعة الجزائرية عرفت مراحل مختلفة منذ ظهورها إلى يومنا هذا . كانت في بدايتها وسيلة إعلامية قوية ساعدت الثورة التحريرية كوسيلة للكفاح وصد الإدعاءات الفرنسية وبعد الإستقلال إتخذتها الحكومة الجزائرية عنصر أساسي في بناء المجتمع الجزائري بإعتبارها الوسيلة الوحيدة التي تصل رسالتها إلى جميع أنحاء البلاد بما فيها سكان الريف والجمال وكل المناطق النائية من خلال تأثيرها على المجتمع وخصوصيتها اللغوية وبساطة كلماتها المذاعة بالإضافة إلى تنوع إذاعاتها المختلفة ولذلك نجد القائم بمهام الأداء الإذاعي يتصف بمواصفات وخصائص أو مميزات يستطيع بها التكيف مع الجمهور المستمع بشكل متفاعل خاصة أن نجاح الرسالة الإذاعية مرهون بمدى مناسبة مضمونها مع حاجات الجمهور المستهدف وخصائصه من أجل وصول الفكرة بطريقة جيدة ومقنعة وفعالة إلى المستمع بإستخدام أدوات الجذب والتوصيل للمعلومات.

## الفصل 4

### تنوع جمهور الراديو ودور اللغة في تفاعله مع رسالة الإذاعة

تأخذ عملية الاتصال الفعال في اعتبارها طبيعة الجمهور المستهدف بالاتصال كمحدد رئيسي للعملية الاتصالية وهذه العملية التي تستهدف جمهور عريض لا بد أن تراعي الفئات المختلفة للجمهور من صانع قرار إلى سياسي إلى شيوخ شباب وغيرها.

كل هذا يستدعي الوقوف على الخصائص التي تتميز بها هذا الجمهور وكيفية تحديده بشكل واضح وتقسيماته وكذا متطلباته بالإضافة إلى أهمية اللغة من المنظور السيولوجي وكذا وظائفها وموقعها في العملية الاتصالية كونها وسيلة للاتصال.

#### 1.4- الجمهور الإذاعي

##### 1.1.4- مفهوم مصطلح الجمهور

جاء لسان العرب "لاين منظور" أن كلمة جمهور مأخوذة من كلمة الجمهرة والجمهور وهو عدد الناس ويقال جمهور الناس أي جلهم وجماهير القوم أي أشرفهم وعدد مجهر أي مكثرة والجمهور تعني المجتمع ومصطلح جمهور من المصطلحات التي سبقت بشأنها الكثير من التعريفات ومن عدة منظورات ولكن ما يهنا في هذا الإطار هو المنظور الإعلامي فقد جاء في لجنة شون ماك برايد "أن الجمهور أكثر من مجرد جمع عدد الأفراد وأنه يعني جماعة ما تدين بوجودها لتقاسم أفرادها تجارب معينة وذكريات وتقاليد محددة وظروف حياة بعينها ويضيف التقرير «بيد أن الجماعة ليست كلاً متماثلاً وهذه حالة جمهور وسائل الإعلام». حتى وإن كانت مجتمعا محليا صغيراً جداً فعندما توضح تحت الملاحظة فإنها تكتشف عن الكثير من الاختلافات التي تقوم على أساس الفروق الطبقيّة.

والمصلحة الاقتصادية والمعتقد الديني والانتماء السياسي والإيديولوجي وما إلى ذلك وبسبب تجاهل هذا الجانب من الموضوع تحدثت المبالغة في تقييم تأثير وسائل الإعلام [89] ص 14 يتلقن الجمهور كل يوم خارج دائرة العلاقات الشخصية عداً لا يحص من الرسائل الإعلامية المتنوعة ولكن. من هو الجمهور ومن هم أفرادهم؟ وما هي إستجابته للبيانات والأفكار والتحليلات والأحكام والتفسيرات الواردة بهذه الرسائل التي تعكس سلوكه وتؤثر في آن معا والتي تعرف بعبارة فخفاة هي «الرأي العام».

توجد تعاريف كثيرة للجمهور لا يمكن إعتبار الجمهور مجموعاً غير محدد المعالم للأفراد الذين يتألف منهم. لذلك ينبغي الحديث عن الجماهير وليس عن الجمهور وبالمثل فالرأي العام ليس

مجرد حاصل جمع آراء فردية بل هو عملية مستمرة لمقارنة الآراء ومضامينها قوامها تشكيلة واسعة من المعارف والخبرات.

ولو أن الجمهور ليست لديه حقا موافق وصفات خاصة به. فمن الممكن أن يفرض عليه أي نوع من المعتقدات أو التحيزات أو أي نمط سلوكي ولكن الواقع هو ان الجمهور.

يعتبر ويقيم الرسائل التي تقدم بمقاييس ثوراتها أو إتخاذها لنفسه. وهذه المقاييس تحكم إستجابته بالقبول أو الرفض، إن هذا التفاعل بين تأثير وسائل الإعلام وإستجابة الجمهور هو عامل أساسي في ممارسة الإتصال والإعلام وينظر إلى الأفراد الذين يتألف منهم جمهور وسائل الإعلام على أنهم هدف واسع غير محدد المعالم فتحوله الوسائل وحدات صغيرة تقتقر إلى عنصر الفردية وكثيراً ما يعطي القادة السياسيون والإجتماعيون والمسؤولون عن الإعلام انطبعا بأنهم يخاطبون جمهورا متجانسا لا يميزون فيه بين الفئات الاجتماعية والمهنية بل يتجاهلون السن والجنس ومع أن هذا التقدير قد يصدق جزئيا على الأقل بالنسبة لكثير من بلدان ومناطق العالم فإنه لا يمكن تطبيقه على الجميع. ذلك أنه مفرط في التبسيط فلا يراعي مختلف النظم السياسية والاقتصادية ويتجاهل تنوع الجماهير في البلد الواحد: الجماهير الكبيرة والصغيرة، الجماهير المتخصصة. [90] ص ص 407-409.

ومن الصعب على الجمهور أن يقرر ما إذا كانت وجهات النظر المعروضة تعكس موقفا موضوعيا أو تحيزا ضيقا يخفي وراءه أطماعا ومصالح حزينة وحتى الجهود الصادقة التي تبذل لإعلام الجمهور قد تؤدي بالعكس إلى حالة من السلبية أو إلى التلقين المذهبي وإذا ما حدث في ظل أسوء الأوضاع إن كانت مصادر المعلومات محدودة وسمح لوجهة نظر واحدة بالتعبير عن نفسها. فإن الجمهور يكون عرضة لأن تتلاعب به الدعاية ويجب أن تحاول الوسائل الإعلامية أن تعرض وجهات نظر مختلفة بأكبر قدر من الموضوعية لكي يتسنى للجمهور أن يكون لنفسه رأيا مستقلا فالمثل يقول « إن الشخص غير المطلع على مجريات الأمور رعية بينما الشخص المطلع على بواطنها مواطن». [90] ص 416.

من خلال هذا المطلب يتضح أن الجمهور يمثل عدد كبير من الناس أو من أفراد المجتمع وهو مصطلح يأخذ عدة أبعاد متناقضة وذلك تبعا للسياق الإجتماعي الذي ينتمي إليه الفرد داخل المجتمع لهم قيم وأذواق وإحتياجات وإهتمامات وهو يمثل أهم متغير تقوم عليه عملية الإتصال يخضعون لفروقات طبقية كما أنه جمهور مختلف من حيث عملية التأثير بوسائل الإعلام نظراً لشخصيته ومعتقداته لا يمكنه العمل وفق تنظيم إجتماعي واحد كونه ينتمي إلى جماعات تتنوع مستوياتهم الثقافية وقد يكون هذا الجمهور فعال من حيث تأثيره بما يتعرض له أو العكس ويرجع ذلك إلى رغباته المكتسبة.

## 2.1.4- تحديد الجمهور الإذاعي

الجمهور يختلف في علاقته بالجهاز الإجتماعي ويتغير الظروف الإجتماعية. بعض الجماعات سوف تحصل على مكاسب والبعض الآخر سيعاني خسائر وسيكون هناك تبايناً في الإعتماد على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات والتوجيه وعموماً فإنه ستكون للصفوة الإجتماعية سيطرة أكثر على وسائل الإعلام وتوصل أكثر إليها وستكون أقل اعتماداً عليها من غير الصفوة وسوف تتجه إلى الوصول إلى مصادر الإعلام أكثر خبرة ودون تنظيم خاص بطرق مناسبة فإن على غير الصفوة أن تعتمد على وسائل الإعلام أو على مصادر شخصية يعوزها الإطلاع [91] ص 39 ويقول كل من "راتب وغالب جليل حويص" في كتابها "تقنيات ومهارات الإتصال" حدد جمهورك هل هم داعمون أم هل هم عدائيون أم هل هم لا مبالون أم هم خليط مما سبق ولكي تكون ناجحاً في عرضك فمن الأفضل أن يكون لديك بمن ستقابل وما هي التوجهات المتوقعة من قبلهم عند التعرض لهذه الأمور يجب أن تضع في ذهنك عدة أنواع من الجمهور:

1.2.1.4- **المؤيدون:** هذا النوع من الجمهور يقومون بمشاطرتك الرأي وفي الغالب يريدون ما تريده أنت فمثلاً: الذين يقومون بالانتساب لمراكز العناية الخارجية سيكونون من المؤيدين لهذه المراكز.

2.2.1.4- **العدائيون:** أولاً يجب أن تعرف سبب عدائية هذا الجمهور هل هو بسبب التوقيت أم هو بسبب "اللغة" أم هو بسبب الفلسفة المتبعة.

1.4.3.2- **اللامبالاة:** هم الذين لا يؤثر الموضوع المطروح عليهم. [92] ص ص 54-55.

يمثل الجمهور أهمية مركزية في عملية الإتصال فلا إتصال دون جمهور إتصال ومصدر ناجح وفعالية الإتصال يعتمد على كيف يستقبل الجمهور ويدرك ويفسر المادة الإتصالية (الرسالة)؟ وكيف يتصرف الجمهور إزاء بمصدرية الرسائل؟ هل يتفاعل معه أم يقبل هذا المصدر فحسب؟

ليس الجمهور مجرد مجموعة خاملة من أفراد ينتظرون فحسب ما يأتيهم من قبل المستقبل بل العكس صحيح فالجمهور ديناميكي بل ومتغير وأحياناً يقاوم وأحياناً يستقبل ويستجيب وهذه السمات في الجمهور قد تقود إلى نوع من الوحدة بين أفرادها مواقف معارضة أو مؤيدة للمرسل ويعتبر "مورتنس" هذا الإتجاه نحو الوحدة في مواقف أعضاء الجمهور بمثابة الأثر المولى للطاقة والنشر وتمتد تأثيرات هذا الإتجاه على المصدر وعلى الجمهور ذاته. إن أثر الجمهور بيد ووضحا ليس فقط في تشجيع ودفع المرسل قدماً إلى مواصلة مهمته بالنجاح بل وفي تنشيط نشاطه والهبوط بمستوى نشاطه وأدائه إلى درجات أدنى وبمعنى آخر يجب النظر إلى الجمهور باعتباره ذات كيان أو ذاتية ذات تأثير سيكولوجي

واسع على إستعدادات المرسل وعلى انجازاته خصوصا في حالة الإتصالات المباشرة وجها لوجه وعلى السياق الكلي لعملية الإتصال. فإن للجمهور تأثير على أعضائه يناظر تأثيره على المرسل. ذلك أن وجود أفراد الجمهور معا يظهر الأفراد باعتبارهم يمثلون خليطا سيكولوجيا أو وحدة معنوية فالجميع يشكلون روحا جماعيا واحدة ويشعرون بالإستقطاب وبالحماس الجماعي الذي تنتشر عداوة في سهولة وعلى نطاق مسيطر. معنى ذلك ان سلوك أعضاء الجمهور الفرادى يصبح بمثابة لمثير لسلوك الأعضاء الآخرين ويميل كثيراً من أفراد الجمهور إلى إنتظار إستجابة ورد فعلى الأفراد الآخرين قبل أن يفعلوا بأنفسهم شيئا ما. وهكذا فإن قبول أو رفض أي فكرة قد تبدأ بعدد محدود من اعضاء الجمهور ثم تنتشر وتتفشى عبر الجمهور بأكمله وهذا يفرض أن يكون قادراً على إتباع استراتيجية تدعم القبول [93] ص 30.

وتجعله ينتشر ويسري عبر أفراد الجمهور أو تقلل من حدة المقاومة وتجعلها في مستوياتها الأدنى، وتحليل الجمهور يساعد القائمين على الإتصال في تحديد الموضوعات التي يتناولها الإتصال وفي تحديد أهدافهم وإختيارهم للمادة الإتصالية وطريقة صياغتها ذلك لأن تحليل الجمهور يوضح ليس فقط الخلفيات الإقتصادية والثقافية والإجتماعية لأفراد الجمهور وليس فقط إتجاههم ومعتقداتهم وحاجاتهم وإنما يوضح أيضا إلى جانب ذلك ما يألفه الجمهور من مسائل ونظرة الجمهور إلى مصدر الرسائل.

هناك إختلاف أساسي بين مجرد قبول أفراد الجمهور للرسالة وبين مشاركة الفرد وإنغماس ذاته في الجمهور الذي يستقبل الرسالة بشأن المسألة أو المشكلة التي تدور حولها العملية الإتصالية. إن تحيز الجمهور بالتأييد أو المعارضة أو الحياد يعد واحدا من ظروف وشروط اخرى عديدة يلزم أخذها في الاعتبار عند تحليل الجمهور. ومشاركة الفرد من العوامل والشروط الأخرى التي لها تأثيرها ومغزاها مما يؤكد ضرورة الإهتمام بها ودراستها والوقوف على ما يرتبط بها من تأثيرات وإمكانيات، ولكي يصبح رجل الإتصال قادراً على بناء تنبؤاته وتوقعاته حول جمهوره بشأن مسألة أو موضوع معين فعليه أن يتعرف على أفراد جمهوره ممن يشاركون أو ينغمسون بذاتهم فيه ويجب أن يكون رجل الإتصال على علم بالكيفية التي إستجاب بها افراد جمهوره وردود أفعالهم في مواقف سابقة بالنسبة لآراء مختلفة بشأن مسألة خلافية محددة. [93] ص ص 105-117

يعتبر الجمهور أهم متغير في عملية الإتصال فهي بذلك تتعامل مع المحطات الإذاعية بشكل مرن مع جمهورها ويعني أنه ليس كل ما تبثه يستقطب كل المسمعين لذلك فعلى المعدين الإذاعيين أن تكون لديهم فكرة جيدة عن طبيعة الجمهور العقلية والعاطفية وخصائصه الولية هذا سوف يحد من مقدرته على التأثير عليه وإقناعه مهما كانت الرسالة معدة إعداداً جيداً هذا ما يؤكد لنا أن دراسة الجمهور هامة و اساسية ومن ثم يجب في البداية تحديد الجمهور المستهدف تحديدا جيدا:

من هو مستمع البرنامج الذي يقام إعداده؟ من هو الجمهور المستهدف الحقيقي؟ ومن هم أفراداه؟ هل بالإمكان تصور هذا المستمع من حيث سماته وخصائصه؟ كيف ستكون إستجابة الأفكار والتحليلات والتغيرات الواردة بهذه الرسالة الإذاعية هل بإمكان إقامة علاقة مودة وألفة معه حتى يظل متابعاً لما يقدم ومن ثم يستطيع تحقيق الهدف النهائي من هذا البرنامج وهذا كله يساعد على زيادة التأثير على المتلقي وإقناعه بما يقدم ويرجع إلى:

- 1- أساليب الإعداد والكتابة تتباين داما حسب جمهور كل وسيلة.
  - 2- الجمهور في حد ذاته هو عنصر على قدر كبير من التعقيد لنتوعه وإنتمائه إلى طبقات متعددة.
  - 3- كما أن نوع الجمهور هو الذي يعتقد القائم بالإتصال أنه يوجه إليه رسالته له تأثير كبير على الطريقة التي يتم بمقتضاها إختيار المعلومات وتنظيمها.
- فلهذا قام باحثون في بلاد مختلفة بدراسات متعددة تناولت جمهور الراديو فأحدى الدراسات عن المستمعين للراديو في الولايات المتحدة الأمريكية قد كشفت على أن الراديو مازال يحتفظ بمكانة له بين الجماهير وعلى الأخص فقد تبين ما يلي:
- أن المستمع للراديو ينفق وقتاً أطول مع الراديو كما كان متوقعا.
  - أن المستمع الذي تعود الإستماع لمحطة معينة يصعب تغيير ما يقود عليه.
  - الإهتمام بالأخبار والإعتماد على الراديو لمعرفة الأخبار كان أمراً ملحوظاً. [94] ص ص 60-61.

ويفيد تحديد الجمهور المستهدف في الجوانب الآتية:

- التركيز على ابعاد معينة من الموضوعات والقضايا المطروحة.
- تلبية الإحتياجات الحقيقية للجمهور المستهدف.
- إختيار الضيف الملائم.
- تحديد المدة الزمنية للبرنامج.
- تحديد الوقت المثالي لبث البرنامج الإذاعي.
- تحديد نوعية الموسيقى والأغاني الملائمة للبرنامج.

- تحديد أشكال الإتصال والتفاعل المناسب مع أسرة البرنامج الإذاعي. [95] ص ص 17-18.

إن تحديد الجمهور المستهدف بدقة يساهم في الصياغة المناسبة للفكرة والإختيار الدقيق لمفرداته ولنضرب مثلاً بفكرة محو الأمية الأبجدية فهذه الفكرة قد تستهدف الجمهور العام أي الجمهور الكامل للوسيلة الإذاعية وبهذا تقدم معلومات هامة عن خطورة المشكلة (محو الأمية) وحجمها والجمهور المبدولة لإيجاد حلول لها.

وهنا تختار شكلاً من أشكال الحديث المباشر أو الحديث الحوارى أو الندوة لتقديم هذه المعلومات كما قد تختار شكلاً درامياً أو حتى إعلامياً وحين تقدم هذه الفكرة لجمهور محدد مثل: جمهور الأميين فنوعية تناول الفكرة يجب أن تختلف كما يختلف أيضاً شكل المضمون وطريقة عرضه والقالب الذي يقدم من خلاله فالأغاني والدراما مثلاً من أهم الأشكال البرمجية التي يمكن أن تخاطب هذا الجمهور وبالمثل حين نقدم هذه الفكرة للمشرفين على برنامج محو الأمية فشكل ومضمون الفكرة يمكن أن يختلف إلى حد كبير وهكذا ففكرة تنظيم الأسرة يمكن أن نحدد لها أكثر من جمهور فمثلاً يمكن أن تخاطب الجمهور العام كما يمكن أن نوجه الفكرة إلى جمهور المرأة المتعلمة.

الغير متعلمة، العامة، الغير العامة، الحضرية، الريفية، المتزوجة المرأة في سن الزواج، الغير متزوجة.

وتحديد الجمهور بدقة يساهم بشكل كبير ليس فقط في إختيار الشكل البرمجي المناسب لتقديم هذه الفكرة إلى هذا الجمهور بل يساهم أيضاً في تحديد مضمون الفكرة أو أسلوب صياغتها ولغتها الإعلامية. [96] ص 117.

يرى البعض أن جمهور الراديو ليس متنوعاً كجمهور التلفزيون فعندما إختفت الشبكات الإذاعية الشبيهة بشبكة محطات التلفزيون الحالية يسبب إستحواذ التلفزيون على أغلب النجوم والبرامج، إختيار الراديو التجزئة إلى محطات تخاطب جماهير محلية لكي يحافظ على بقائه. [97] ص 40.

مما سبق ذكره ترى أن تحديد الجمهور المستمع للإذاعة يعتبر من أهم الركائز أو الحقائق التي يسعى القائم بالإتصال إليها ولذلك فهو يحاول من خلال أدائه الإذاعي وأسلوبه ومادته المذاعة أن يحقق القبول والفعالية لدى هذا الجمهور العريض والمتنوع وهو يعلم أنه لا يمكن ذلك إلا بإمتلاكه خلفية ملائمة من المعرفة وبتحقيق التكيف الإجتماعي مع هؤلاء المتلقين خاصة من خلال الأخذ بعين الإعتبار نوع اللغة الموظفة في المضامين المختلفة للعملية الإتصالية كون هذا الجمهور يبلغ درجة كبيرة من التعقيد نظراً لضخامته وبالتالي يتعامل المرسل بما يتفق ويتمشى مع القيمة الإجتماعية

لغالبية جمهوره المستمع بإعتبار أن هذا الأخير يريد من يشاركه في إتهاداته وأهدافه، وتحديد الجمهور يساعد القائمين بالعملية الإتصالية على تحديد ما يمكن تقديمه أو تركه وبالتالي تحديد أهدافهم كما يساعد ذلك على معرفة الخلفيات الثقافية والإجتماعية للمتلقي بالإضافة إلى معتقداتهم وأن يتلائم مع توقعات هذا الجمهور خاصة في لغته وإختياراته.

### 3.1.4- تقسيم الجمهور الإذاعي

تعتبر دراسة الجمهور من أهم الأسس التي تقوم عليها صياغة إستراتيجية ناجحة لبناء صورة إيجابية للدولة. ذلك أنه لكي يستطيع القائمون بالإتصال تشكيل رسائلهم بما يناسب الجمهور فغنهم يحتاجون إلى التعرف أولاً على:

**1.3.1.4- إتهاداته:** ولذلك تتزايد الحاجة إلى إنشاء معاهد ومراكز لدراسة الجمهور وتحديد الإتهادات الإعلامية والثقافية للجمهور في فترة زمنية معينة وبالتالي فإن هذه الدراسات توفر الأسس لنجاح الرسائل الإعلامية وزيادة تأثيرها ومع ذلك فإن الأمر لا يتوقف عند حد إشباع الإتهادات الإعلامية والثقافية للجماهير كما تكشف عنها الدراسات لكن المر يتعدى ذلك إلى كيفية تحويل الجمهور نفسه داخل الدولة إلى فاعل في عملية الإتصال وزيادة القدرات الإبداعية للمواطنين في العملية الإتصالية وزيادة قدراتهم على إستيعاب الرسائل ونقلها إلى الآخرين. [98] ص 128.

- إن التعامل مع الجمهور داخل الدولة بشكل عام وبث رسائل إعلامية عامة إلى الجماهير ضرورة لتحقيق تماسك المجتمع وتوحيده وبناء ثقافة عامة وزيادة إتهام الجماهير بالقضايا العامة ومع ذلك فإن هناك حاجة لتضيق الجمهور إلى فئات وإشباع الإتهادات الإعلامية والثقافية لهذه الفئات وصياغة رسائل معينة تتناسب مع إتهامات فئات معينة من الجماهير كما أن تصنيف الجمهور من خلال دراسات جادة يساهم في توضيح إمكانيات إستغلال بعض الحاجات المتميزة لبعض الفئات في تحسين صورة الدولة.

إن التعرف على ردود أفعال الجماهير يساهم في نجاح إستراتيجية بناء صورة إيجابية للدولة حيث يساعد القائمين بالإتصال على تشكيل رسائلهم يعالج الأخطأ التي تم إرتكابها في الرسائل السابقة ويحقق النجاح للرسائل الجديدة حيث أن التغذية الإسترجاعية توضح للقائم بالإتصال الأفكار التي لم يتفاعل معها الجمهور والرموز التي لم يستطيع أن يفهمها وبالتالي فإنه يقوم بإعادة تشكيل رسائله بشكل يحقق للجمهور مزيداً من الفهم والجاذبية.

- يضاف إلى ذلك أنه يمكن استخدام قادة الرأي في قياس ردود أفعال الجماهير ومدى فهمها للرسائل ودخول الرموز المستخدمة داخل الإطار الدلالي للجمهور.

- من الخطأ النظر إلى الجمهور على أنه كتلة واحدة متشابهة والتعامل معه على هذا الأساس ولكن النجاح في بناء صورة إيجابية للدولة يعتمد على معرفة قطاع الجمهور الذي يمكن أن يتقبل الرسائل التي تهدف إلى بناء هذه الصورة لذلك فإنه لا بد من تقسيم الجمهور ومعرفة الخصائص المختلفة والإحتياجات الإعلامية والثقافية المتميزة لكل قطاع وإمكانيات التأثير في القطاع ومعرفة مدى رسوخ الصورة النمطية إلى هذا القطاع من الدولة. لذلك فغن إنشاء مراكز لدراسات الجمهور هو عملية ضرورية للتواصل إلى إستراتيجيات ناجحة لبناء صورة إيجابية [98] ص ص 129-138.

فالعلاقة بين ذوق الجمهور والمادة التي تقدمها وسائل الإعلام أصبحت علاقة دائرية وتعتبر الطريقة الممكن أن تكون ناجحة لفهم العلاقة بين محتوى وسائل الإعلام الجماهيري وذوق الجمهور (هذا ما يفسر إلى حد ما الإستمرارية الملحوظة للمستوى الثقافي الهابط لمحتوى وسائل الإعلام هي تلك الطريقة التي يقدمها النموذج البنائي الوظيفي. [3] ص 99

- وهناك خصيصة هامة تميز الإذاعة عن غيرها هي إنقسام

**2.3.1.4- جمهورها إلى وحدات قليلة العدد:** فجمهور كل جهاز راديو يتألف في غالب الأحيان من فرد واحد أو اثنين ومن هنا وجب أن يراعي الكاتب الإذاعي نفسية هذين الشخصين أو هذا الشخص الفرد عندما يكتب التمثيلية وفي الإذاعة يقوم إتصال شخصي مباشر بين المستمعين والتمثيلية مما لا يمكن توافره في أية وسيلة فنية أخرى فهنا يندمج الجمهور والتمثيلية في وحدة واحدة. [99] ص 80.

ويمكن القول أن دراسة الجمهور تعتبر بداية صحيحة وهامة لنجاح العملية الإتصالية ويتحقق ذلك من خلال العودة إلى نتائج الأبحاث العلمية المتخصصة أو التطبيقية التي تساعدنا على تكوين خلفية صحيحة عن سمات الجمهور الذي نتوجه إليه كما ساعدتنا الدراسة الميدانية لهذا الموضوع على معرفة أن جمهور الإذاعة هو جمهور ينقسم ويختلف من حيث إحتياجاته ورغباته ودوافعه وكذا أنماطه الإتصالية مع الإذاعة كما أنه جمهور يشمل جميع ومختلف القطاعات في المجتمع بالإضافة إلى تباين أفراده من خلال مستوياتهم الثقافية والمهنية ولكن يسعون إلى نفس الإهتمامات والإحتياجات فهناك من يستجيب للرسالة الإذاعية ويدركها لفترة قصيرة ومنهم من يستغرق وقتا لإدراكها فهو جمهور متنوع ومتفاعل مع هذه الوسيلة الإعلامية وله علاقات إجتماعية كما أنه يتأثر بالجماعات التي ينتمي إليها من خلال مناقشته لمضامين الرسالة الإذاعية الموجهة إليه كما أنه جمهور تتعدد وتختلف مستوياته الثقافية، والتي لها دور كبير في تكوينه ولا يفوتنا أن نتطرق إلى نوع من فئات الجمهور المتلقين للرسالة

الإذاعية وهو فئة الجمهور الأمي الذي لا يقرأ ولا يكتب ولكنه هو الآخر يميل إلى حب الإستماع والإدلاء برأيه إن أتاحت له فرصة النقاش والحوار والإتصال بالبرنامج.

#### 4.1.4- خصائص الجمهور الإذاعي

تقول ماري هسنت "Mairie Hochmut" إن المرسل (الخطيب المتحدث) يجب أن يضمن الرسالة الاحتمالات المتاحة في جمهوره أن عليه أن يقيم رابطة وإنسجاما بين إقتراحاته وأفكاره أي مضمون الرسالة وبين نسق القيم السائدة وخصائص الجمهور بصفة عامة:

- مصالحه.
- حلفياته التعليمية.
- إنتمائه الجيلي.
- نوعه (ذكر - أنثى).
- الطبقة الاقتصادية والشريحة الاجتماعية التي يمثلها الميراث السياسي معنى هذا أن المرسل عليه أن يختار وينتقي فيستبعد مضامين معينة ويتبنى أخرى وكل هذا يحدده جمهور المستقبلين لا يستطيع المرسل أن يختار دائما الجمهور الذي يتعامل معه فهذه مثالية نادراً ما تتحقق في الواقع، وليس أمام المرسل إلا أن يتعامل مع هو واقعي وقائم بالفعل. والجمهور الذي يتجه إليه المرسل برسالة خصائصه ومميزاته وعلى المرسل بناء توقعات حول الجمهور المحتمل وحول شبكة استجابته وتقبله للرسالة والمرسل لا يتجه إلى كل فرد من افراد الجمهور بالضرورة وبشكل مباشر فإذا كان المرسل يدعو في الرسالة [99] ص 106 لفكرة جديدة. أو لإستراتيجية أو لبرنامج جديد فإنه المحتمل أن يحقق المرسل نجاحا أوليا فييدي أغلب أفراد الجمهور علاقات ودية مع المرسل أو يمنحون المرسل فرصة للوصول إليهم وقد توجد إستثناءات قليلة وبعض ردود الفعال إزاء موضوعات أو مسائل فرعية بعينها.

لا تحقق الفاعلية في عملية الإتصال دون تكيف والتكيف هنا يقوم به المرسل بصورة مستمرة وهو تكيف تحدده المعلومات التي يصل إليها هذا المرسل حول إدراك أفراد الجمهور للرسالة، ميولهم...ووفق هذه المعلومات يستطيع المرسل أن يتخذ قرارات محورية تتعلق بعدد من المسائل في مقدمتها:

- إختيار موضوع الرسالة.

- تحديد الهدف من العملية الإتصالية.
  - إختيار لغة الرسالة (فصحى، عامية، لهجة معينة).
  - تحديد الخطوط العامة لتطوير العملية الإتصالية ككل.
  - إختيار المادة المساعدة في الرسالة (صورة مؤثرات صوتية).
- إن المعلومات التي يكتسبها القائمون على الإتصال حول الجمهور وإتخاذهم القرارات اللازمة في ضوء هذه المعلومات تعزز قدرتهم على التكيف مع الجمهور معنى هذا أن مهمة المرسل ذات جانبين:
- فهم الجمهور بقطاعاته المختلفة والوقوف على خصائصه ذلك الخليط السيكولوجي الذي يمثله الجمهور.
  - تكيف الرسالة وفق خصائص الجمهور كما فهمها المرسل كذلك هناك إعتبرات أخرى عديدة تبرز عند محاولة تحقيق أنسب ملائمة بين الجمهور والرسالة. [99] ص ص 107-109.
- إن الكاتب الإذاعي هو فنان يخاطب الجماهير ويجب عليه أن يعرف أنه يتعامل مع جمهور مختلف في الأعمار والجناس والخلفيات الثقافية فهم أساس يعيشون تحت ظروف مختلفة إلى حد بعيد ومن شتى الثقافات والأوضاع في المجتمع ويزاولون منها متغايرة جدا ومن ثم لهم اهتمامات ومستويات معيشة متباينة أي انهم في النهاية جمهور مجهول الهوية غير أن هناك بعض الحقائق التي يمكن أن يسترشد بها الكاتب منها خصائص وسمات وميزاج الجمهور الحضري يختلف عن خصائص وسمات الجمهور الريفي كما أن الأبحاث أثبتت أن مستمع الإذاعة هو:
- غير معروف وغير متجانس مع غيره من المستمعين.
  - له ذكاءه وقدراته ولا يقبل الإستهانة بذكائه أو قدراته ولا يقبل ما لا يحتاج إليه.
  - يحمل في داخله ناقدا بأكثر مما يحمل في داخله من حاجة إلى المعرفة فضلا عن البديهيات النابغة من طبيعة الإستماع للإذاعة. [100] ص ص 75-76.
- يستمتع الجمهور للإذاعة في الأماكن المختلفة (المنزل، السيارة) لا يتفرغ الجمهور بالضرورة للإستماع للإذاعة ولكن يستمع إليها أثناء ممارسة عمل آخر تتفاوت خصائص الجمهور الذي يستمع للإذاعة من حيث الخصائص:
- العمرية.

- النوع.
- المهنة.
- المستوى الإقتصادي.
- المستوى الإجتماعي.
- الإنتشار الجغرافي.
- يستمع الجمهور للإذاعة في أحيان كثيرة وهو في حالة إسترخاء ويختلف بذلك عن عادات وأنماط مشاهدة السينما والمسرح.
- يعامل الجمهور الراديو بحميمة أكثر من وسائل الإتصال الأخرى فهو جهاز قريب منه يضعه في غرفة جلوسه أو نومه أو في جيبه حيث يسهل نقله إلى أي مكان وربما يولد لديه إحساساً بالخصوصية بشكل يفوق التلفزيون. [96] ص 28.

#### 5.1.4- متطلبات الجمهور المتسمعين

- إن معرفة متطلبات الجمهور المتسمعين للراديو ضرورية لسبب واضح المؤسسات التجارية من أن تتعرف لما يحبه زبائنها وما يكرهون ولذلك ينبغي على المحطة أن تعرف البرامج التي تجذب المتسمعين والبرامج التي تصرفهم عن الإستماع ومع تحليل ما يطلب المتسمعين هو مشكل عويص فيمكن تمييز بعض المؤثرات القوية التي تكيف متطلباتهم وهي:
- جنس الجمهور. فئة عمره.
  - مقوماته.
  - جذوره الإجتماعية.
- إن تقرير الجمهور المحتمل أن يستمع إلى إذاعة معينة مهم لأن النساء والرجال غالباً ما يكتشفون عن أدواق وإهتمامات متباينة جداً ونتيجة لذلك فإن البرامج المقدمة يجب أن تترتب وفق ذلك فالنشرات الإخبارية مثلاً: خليقة بأن تتألف من الأنباء الصرف وأنباء الرياضة في الصباح المبكر والمساء يسبب أن صنف الرجال هو الصنف الغالب.

على وجب الإحتمال من بين المستمعين أما الأخبار النسائية "الأزياء" فإن أفضل نشرة هي نشر منتصف الصباح "10" ونشرة بعد الظهر لأن صنف النساء هو الغالب على وجه الإحتمال من بين المستمعين حين ذاك وهكذا فإن الجنس يؤلف مؤثراً منفرداً متميزاً.

#### 1.5.1.4- عمر الجمهور المحتمل:

إن تقرير الجمهور المحتمل مهم لأن هناك برامج كثيرة موجهة إلى الأفراد منهم الأطفال اليافعين، المراهقين وغيرهم من الفئات الأخرى الممثلة.

فبرنامج الأطفال مثلاً يبيث في ساعة متأخرة أو في مستهل الصباح أو المساء يوم العطلة المدرسة لأن هذه الأوقات التي يحتمل كثيراً أن يستمع فيها الأطفال إلى البرامج ويمكن تقدير عمر الجمهور المحتمل بسهولة في العادة بواسطة عملية الاستيعاد الاحتمالي التي تجدي على هذا الغرار لا يمكن الاستئثار بإستماع الأطفال في الصباح لأنهم يكونون وقتئذ في المدارس كما أن كبار السن نادراً ما يستمعون إلى الإذاعة بعد العاشرة ليلاً.

#### 2.5.1.4- مقومات الجمهور المحتمل وجذوره الإجتماعية:

إن هذا المؤثر هو أعسر المؤثرات الثلاث تقيماً وأنه لعسير بسبب انه ينطوي على محاولة " التحييص وقياس" حالات عويصة محيرة مثل:

أصول الجمهور لثقافته وميوله الدينية ومنشأة القومي ومعالمه العامة المشتركة وبالطبع نجد معظم المحطات نفسها مضطرة إلى الاعتماد والحدس والتخمين وثمة صعوبة أخرى في التعرف على متطلبات المتسمعين تنشأ من تقرير المذيع الذي يحتمل أن يستمع إلى الإذاعات في الاجازات وساعات العطل. فما هي طبيعة الأشخاص المحتمل أن يستمعوا إلى الإذاعات يوم الجمعة أو الأحد؟ ما هي طبيعة الجمهور الذي يحتمل أن يصغي إلى الإذاعات، المطاعم، قاعات الانتظار؟ وهل يظل هذا الجمهور على المستوى العددي. منسجم، ثابت من يوم إلى آخر أم أنه يتباين في عدد تبايناً حاداً؟

ينبغي على مدير البرامج أن يرجع المحطات المناقشة نظراً لأنها تعكس رأي شخص ما والاعتقاد السائد هو أن المحطة لا يمكن أن تحقق النجاح عبر السنين إلا إذا أنمت معرفة وثيقة بمنطقتها ومستمعيها. [101] ص ص 410-411.

من خلال هذا المطلب يتضح انه على الإذاعة كمؤسسة إعلامية أن تكون على دراية بما يريده وما يطلبه جمهورها المستمع وما يرغب فيه وذلك من خلال تأكد القائمين بالعملية الإتصالية من الأفكار التي تبنى عليها الرسالة الإذاعية من حيث تنظيمها وبنائها من اجل الإهتمام بجمهورها

المستهدف وبالتالي على المؤسسة الإذاعية كغيرها من المؤسسات التي تسعى لجذب زبائنها أن يحافظ القائمون على الإتصال بها على مستويات أدائهم من خلال سلامة التعبير واللغة خاصة أن الفرد في المجتمع كثيراً ما يفضل التمسك بما هو على معرفة به ويرفض الرسائل التي تبنى على معاني جديدة يجهلها كونها تتطلب منه وقتاً لفهمها وأن تعلم هذه المحطات الإذاعية أن هدفها هو التأثير على إتجاهات الجماهير من خلال إقناعهم بتقديم لهم كل ما يتناسب مع سنهم وجنسهم ومستوياتهم الفكرية وكل مقوماتهم الشخصية والاجتماعية وأن تسعى هذه المحطات إلى التعرف على ردود أفعال الجماهير حيث يساعد ذلك القائمين بالعملية الاتصالية على بناء رسائلهم الإذاعية.

## 2.4- أهمية اللغة في التأثير على الجمهور

### 1.2.4- أهمية الدراسة الاجتماعية للغة

بما أن اللغة شأنها شأن الظواهر الاجتماعية في المجتمع الإنساني ظهر إهتمام علماء الاجتماع باللغة لدراسة العلاقة بين اللغة والحياة الاجتماعية وأثر هذه العلاقة وأشكالها التي تظهر في تعدد المستويات اللغوية في المجتمع أو تعدد اللغات واللهجات ويسجل الفروق اللغوية الموجودة بين طبقات المجتمع المختلفة كما يرصد التحول أو الانتقال الاجتماعي من طبقة إلى أخرى وأثر ذلك على الأشكال اللغوية التي يختارها أفراد تلك الطبقة [102] ص 17 اللغة كغيرها من الظواهر الاجتماعية عرضة للتطور في عناصرها المختلفة قواعدها ومضامينها ودلالاتها. حيث توجد علاقة جدلية بين اللغة والنشاط الاجتماعي والإنساني.

ويرجع علماء اللغة التطور الذي لحق بها إلى مجموعة من العوامل أبرزها:

**العوامل الاجتماعية:** والتي تتمثل في حضارة الأمة ونظمها وعاداتها وتقاليدها وعقائدها ومظاهر نشاطها العلمي والعقلي وثقافتها العامة وإتجاهاتها الفكرية وهناك عوامل تأثر اللغة بلغات أخرى وعوامل أدبية تتمثل فيما تنتجه قرائح الناطقين باللغة وما تبذله معاهد التعليم والمجامع اللغوية وما إليها سبيل حمايتها وإرتقاء بها وكذلك إنتقال اللغة من السلف إلى الخلف وأخيراً عوامل لغوية ترجع إلى اللغة نفسها قد تتطوي على بعض نواح تؤثر في تطورها. [103] ص ص 15-16

تحظى اللغة في أي مجتمع بأهمية بالغة بالنظر إلى الدور الذي تمارسه في التوصل الاجتماعي فهي عالم رحب ووطن فسيح يمارس من خلاله الإنسان حرية التعبير والتفكير فاللغة رداء الفكر ولباسه وكل تطور يحصل في المجتمع يتردد صدها من خلال مؤسسة اللغة بإعتبارها الناطق الرسمي بإسم الأمة والمعبر عن حياتها ولذلك تعتبر اللغات أصدق سجل لتاريخ الشعوب لأنها أداة الحاضر

وصورة التاريخ ومنها تقتبس الألوان الحضارية والإجتماعية الحالة على مجاري الأمور ومصائر الأقسام. [104] ص 49.

وعلى هذا الأساس نخلص إلى أن اللغة أهمية في الحياة الإجتماعية كما انها خاصية إنسانية يتميز بها الفرد في المجتمع إذ لا يمكن أن نتصور وجود مجتمع لا يقوم على اللغة وبهذا أصبحت هذه الأخيرة تشكل ظاهرة إجتماعية مرتبطة بوجود النظام الاجتماعي للفرد كونها فعل إجتماعي يتناقلها الخلف عن السلف وهي تمثل هوية المجتمع وحاميه في نفس الوقت لتراثه التاريخي والحضاري كما أنها تنتقل بين الأفراد في المجتمعات وبذلك تخضع لديناميكيات التطور الحاصل داخل المجتمع ككل مرتبطة بالصياغة المتداولة لدى الأفراد متأثراً بسياقه وإطاره الاجتماعي بحيث يأتي تعلمها من خلال الجماعة التي ينتمي إليها الفرد ومن خلال اللغة يمكن قياس مدى تطور فكر الانسان

#### 2.2.4- وظائف اللغة وخصائصها في المجتمع.

للغة وظائف متعددة حاول العديد من العلماء والباحثين تحديدها وتصنيفها إذ يرى علماء الفكر والفلسفة أنها وسيلة للتوصيل ومساعد آلي للتفكير وأداة للتسجيل والرجوع أما ( بوهلر) وهو عالم لغوي بارز، فيرى أن اللغة ثلاث وظائف أساسية وهي وظائف إعتمدها العالم الروسي ( ياكوبسون) وأكد عليها والوظائف هي:

##### 1.2.2.4- الوظيفة التعبيرية:

والتي يعبر فيها الكاتب أو المتكلم عن مشاعره بغض النظر عن الاستجابة وتظهر هذه الوظيفة في الشعر الغنائي والأدب القصصي والمسرحي إضافة إلى البيانات الرسمية كالمراسلات والوثائق السياسية أو القانونية والأعمال الفلسفية العلمية الموثقة.

##### 2.2.2.4- الوظيفة الخطابية: [102] ص ص 18-19-20.

وجوهر هذه الوظيفة هو جمهور القراءة والمخاطبين وتتعلق هذه الوظيفة في مخاطبة الجماهير ليفعلوا شيئاً ما أو يفكروا بشيء ما وأهم شيء في هذه الوظيفة هو رد الفعل الذي يقوم به المتلقونأما ( ياكوبسون) فقد عدد ستة وظائف للغة بما فيها الوظائف التي ذكرها بوهلر وهي:

##### 3.2.2.4- الوظيفة التبليغية: وهي التي يسعى فيها المتكلم إلى إبلاغ المخاطب معنى ما.

4.2.2.4- الوظيفة التعبيرية أو الانفعالية: وهي تركز على المرسل وتهدف إلى التعبير بصفة مباشرة عن موقف المتكلم تجاه ما يتحدث عنه وهي تنزع إلى تقديم إنطباع عن انفعال معين حادق أو خادع.

**5.2.2.4- الوظيفة الانشائية:** وتظهر في صيغ الأمر والنهي والنداء

**6.2.2.4- وظيفة ما وراء اللغة:** وهي التي تسمح للمتكلم والمخاطب بالثبوت.

ويرى آخرون أن وظائف اللغة عديدة:

**7.2.2.7- الوظيفة الاجتماعية للغة:** إذ يفهم الناس معنى حديث بعضهم البعض وإلى جانب ذلك فهي سلاح مهم من أسلحة مواجهة الكثير من المواقف الجبائية التي تتطلب استخدام اللغة في إستماع وتحدث وقراءة وكتابة

**8.2.2.4- الوظيفة النفسية للغة:** فيها يتمكن الإنسان من النطق والتعبير الجيد بطلاقة مما يشعره بالطمأنينة والإحساس بالرفعة ويدفعه ذلك إلى مزيد من الرقي والثقة بنفسه وعدم الخجل أو الاضطراب أو الخوف.

**9.2.2.4- الوظيفة الفكرية للغة:** فتعني أنها تكشف عن علاقة حميمة بين الفكر واللغة إذ أن بينهما إرتباطا عفويا فالفكر مختزن في عقل [102] ص 19 الانسان لا يعلمه إلا الله سبحانه وتعالى فالله يعلم خائنة الأعين وماتخفى الصدور ولكي يخرج الانسان أفكاره إلى حيز الوجود فلا بد من قالب يصب فيه تلك الأفكار وضبطها ودقتها فمن الثابت أن عملية التفكير في حد ذاتها لا يمكن أن تكون إلا باستخدام ألفاظ دالة على معان محددة تساعد على اتمامها.

**10.2.2.4- الوظيفة الثقافية للغة:** إن حضارات الأمم في الواقع تقاس بدرجة ثقافة أفرادها وبمقدار ما لديها من معالم التراث الثقافي والحضاري والحضارة لا تخرج من كونها مجموعة من القيم والنظم وهذه القيم والنظم التي تكون الحضارة يتمسك بها النسان إلى درجة الإيمان بها ومن ثم فإن كل مجتمع يحرص على تطور قيمة ونظمه.

**11.2.2.4- الوظيفة التربوية للغة:** فتعني أن اللغة لا تدرس على أنها هدف مقصود لذاته بل هي وسيلة لبلوغ هدف أسمى وأعظم ألا وهو تربية الأجيال وإعدادها إعدادا يتلائم هو وظروف الحياة وتطورها.

ومن الملاحظ أن تعدد وظائف اللغة يرتبط إرتباطا وثيقا ليس يتطور الدراسات اللغوية فحسب بل بمجالاته المختلفة وخصوصا في العلاقات بين الدول والمجتمعات فضلا عن تحقيق التقارب الدولي عبر أدوات وسائل الاتصال المختلفة ولكن الأهم من ذلك كله هو الانسان لأن اللغة في الأساس وقبل كل شيء هي لغة إنسانية ،ومايدل على ذلك ما تتسم به اللغة من سمات.

#### 12.2.2.4- خصائص اللغة في المجتمع [103] ص ص 224-225.

أنها كما توجه إهتماماتها إلى النظام الرمزي تهتم أيضا بمعنى هذه النصوص في ضوء الثقافة التي أنتجتها، فهي تهتم بشرح الثقافة وتفسيرها بالإضافة إلى المعاني اللغوية أي أنها تهتم بشرح ذلك النشاط الذي تعتبر اللغة بالنسبة له أداة ولكنها ليست بالأداة الكافية.

- فالقاعدة النحوية التي يتجه التحليل الدلالي التي تناولها تعد قاعدة شديدة الاتساع، حيث يهتم بتحليل ثلاث قطاعات رئيسية داخل النص

#### 1.12.2.2.4- القطع الأول: هو الدلالة ويدرس العلاقة بين الكلمات وما تدل عليه من معان.

2.12.2.2.4- القطع الثاني: تمثل في التركيب ويدرس العلاقة بين الكلمة وما يجاورها من كلمات داخل النص وكذا الرموز الأخرى وما يجاورها من رموز شبيهة فهو بإختصار يتناول كافة أنظمة وقواعد تنظيم الرموز.

3.12.2.2.4- القطع الثالث: وهو ما يعرف بالبراجماتية pragmatics ويدرس العلاقة بين الكلمات والسلوك الانساني.

ورغم أن فئات تحليل المضمون تتعامل مع فئات الشكل بالإضافة إلى تعاملها مع فئات الموضوع، فتتناول ضمنها العناصر التيبوغرافية المستخدمة داخل النص فإنها تتناول كمجرد شكل يخدم في التحليل الكمي للنص وليس في ضوء ما تحمله من مضمون دال سواء تم النظر إلى هذه العناصر كجزء من بنية النص أو النظر إليه كبنية نصية مستقلة ( في إطار دراسات الإخراج الصحفي على سبيل المثال) فالتحليل الدلالي ميزة أساسية في تحليل النصوص التي تتعدد أنظمتها الرمزية بحيث لا تكون مقصورة على الرموز اللفظية وكذلك النصوص التي لا تلتزم بقواعد لغوية أو تلتزم بالقاموس اللغوي المتاح... وتتنمي معظم النصوص الاعلامية إلى هذا النمط من النصوص.

#### 3.2.4- اللغة كوسيلة إتصال

تظلع حواسنا كلها بمهمات إتصالية مع بيئتنا في حين تعطي " اللغة " " لعملية الإتصال" بعدا آخر وتثريه ثراء كبيرا وعلى الخصوص أن " الإتصال هو النشاط الأساسي للإنسان" ومعظم ما نقوم به في حياتنا اليومية إن هو إلا مظاهر مختلفة لما نعنيه بالإتصال الذي يحدد بدوره معالم الشخصية الإنسانية من خلال ممارستها الإتصالية

وقد مر الإتصال الإنساني بمراحل شهد خلالها تطورات بارزة انتقلت معها العملية الإتصالية من الإشارات إلى التكنولوجيات الجبارة التي يقول بشأنها ماك لوهان في مؤلفه Understanding

Media المترجم إلى الفرنسية تحت عنوان Pour Comprendre Media إن تكنولوجيا الاتصال التي تشكل محيطا هي إمدادات لأجهزتنا العضوية وجهازنا العصبي وهي موجهة للرفع من قوة وسرعة تلك الأجهزة.

وتعتبر " اللغة " من أقدم الظواهر الاجتماعية حيث تقوم بعملية الاتصال فالمجتمع منذ خلال التعبير عن الأفكار بواسطة الأصوات الكلامية المؤتلفة في كلمات ..... وكما يرى " إدوارد سباير " فإن اللغة وسيلة إنسانية خالصة وغير عزيزية إطلاقا لتوصيل الأفكار والرغبات عن طريق نظام من الرموز التي تصدر بطريقة إرادية

إن تطور اللغة هو الذي جعل الاتصال الانساني قويا على نحو خاص وجعل الجنس البشري يتفوق على عالم الحيوان .... وهو تطور من حيث الاتساع والعمق المحتملين الذين أضفاهما على مضمون الاتصال وكذلك بالنسبة إلى ما كلفة من دقة وتفصيل في التعبير.

والواقع أنه لا توجد حقا حدود لتنوع وبراءة أساليب الاتصال التي استخدمها البشر ، فقد تطورت أشكال الاتصال ومحتويات وسائله المستخدمة كما تنوعت باستمرار وقد ظهرت لغات مختلفة نتيجة لعدم وجود صلات بين شعوب المناطق المتباعدة ... ولكنها ظهرت بصفة خاصة لأن المجتمعات ذات التقاليد الثقافية والاقتصادية والأخلاقية المتميزة إحتاجت إلى مجموعة خاصة من المفردات اللغوية وإلى أنماط لغوية معينة [102] ص ص 21-22.

منذ أزمان موعلة في القدم استخدم الجنس البشري أشكال إتصال بدائية وبسيطة أخذت تتعاضد وتتسع إلى أن حقلت ولا تزال تستخدم حتى اليوم في جميع المجتمعات بالرغم من الاختراع المستمر لتكنولوجيا جديدة وإزدياد وتعقد التفاعل بين الناس وإطراد تعميقه فعلى سبيل المثال إستخدم الأفراد في البداية أجسامهم للإتصال حتى يتمكنوا من التعبير عن مشاعرهم وإحتياجاتهم ولم تفقد لغة الأجسام وغيرها من اللغات المنطوقة التي استخدمت لآلاف السنين في المجتمعات التقليدية لأغراض متعددة شيئا من صلاحيتها وأهميتها حتى اليوم بالرغم من قصورها الواضح.

ومن ثم الرسائل والأفكار لا تزال تنقل في كثير من البلاد عن طريق فرق متجولة للرقص والإيماء ومسارح العرائس المتحركة وغيرها من الفنون الشعبية.

وكثيرا ما سبقت اللغة الألفاظ ومازالت تسبقها غير أن اللغة تعد خطورة هائلة عن طريق تقديم الاتصال الإنساني لاسيما في دعم الذاكرة وفي نل المعرفة والتعبير عن مفاهيم معقدة نسبيا وبالفعل فإن اللغة ليست هي الأداة الوحيدة بين الأشخاص غير أنها أداة لا غنى عنها ومازال للتخاطب العادي قوة

لا تلحق بها التكنولوجيات أو وسائل الاتصال بالجماهير. ذلك أنه شريان حيوي لشبكات إتصالية لا تحصى.

وفي المجتمعات التي ساعدت عزلتها أو صغر حجمها بل وتفشي الأمية فيها على بقاء التقاليد لا يزال التخاطب والأداء الحركي وضرب المثل أكثر وسائل نقل المعارف شيوعا إن لم تكن الوسيلة الوحيدة ،بينما نجد في البلدان الصناعية أن القنوات التقليدية للإتصال المباشر كادت تختفي كمصدر للمعلومات ، اللهم إلا إذا استثنينا المناطق القاصية فإن ذلك لا ينطبق بحال على سائر شبكات الاتصال فيما بين الأشخاص التي تتضمن تقديم المعلومات أو تبادلها في إطار الأسرة الصغيرة أو الأسرة الكبيرة أو الأحياء السكنية أو الجماعات أو المجموعات الأثنية. [90] ص ص 114-115.

وبالتالي يمكن القول أن الفرد يتخذ اللغة كوسيلة للإتصال مكن خلال تعامله مع أي جماعة إجتماعية أو أكثر من ذلك ويمكن إعتبار اللغة عامل جوهري وأساسي يتمكن بواسطتها الفرد من الخروج عن عزلته وبها يمكن التعبير عن المجتمع وفهم تغيراته إذن هي قناة أو وسيلة أساسية ،تعتمد عليها العملية الاتصالية كما أنها تمثل حقيقة الحياة الاجتماعية نظرا لعلاقتها بالواقع الاجتماعي وبهذا هي تتدخل في عالم الحياة اليومية للفرد من حيث دورها في بناء المعنى وتطرقها إلى وسائل الاتصال الجماهيرية ومنها للإذاعة ،إذ تعتبر اللغة ضرورة حياتنا للتواصل بين أفراد المجتمع وبدونها لا يمكن أن تتحقق عملية الإتصال الجماهيري بمعناها المعروف إذ نقصد باللغة في دراستنا هذه تلك الألفاظ والرموز والإشارات التي يستخدمها أفراد المجتمع ومنهم القائمين بالعملية الاتصالية في الإذاعة لإقامة علاقة الاتصال بينهم كمرسلين والجمهور المستمع كمتلقي للرسالة الإذاعية.

#### 4.2.4- أهمية اللغة في المجال الاعلامي:

للغة الإعلام خصائص تميزها عن اللغات الأخرى الموظفة في ميادين الحياة المختلفة حيث تتجدد مفرداتها وأساليبها ويظهر ذلك في مجارة الوزن.

ومن مميزات لغة الإعلام أيضا نجدها توظف الرمز وتخاطب العقل والعاطفة ونلاحظ أيضا أن أغلب مخاطبتها سياسية أو عاطفية مثل الأناشيد والبرامج الوطنية والتاريخية وتغلب الفصحى على العامي وتكثر من أفعال المطاوعة والأفعال المبنية للمجهول بالإضافة إلى اكتساحها حواجز الزمان والمكان بإعتبار أن الوسائل الحديثة ألغت الحدود وإعتمدت لغة جديدة فلغة الإعلام حيرت العالم قرية صغيرة ،حيث يتواصل الناس بكل بساطة وسهولة بفضل المرونة التي تتصف بها ،فهذه اللغة إستوجبت كل منجزات الحضارة وروح العلم وواقعية المجتمع الجديد ،وبهذا فإن لغة الإعلام قد حققت معظم ما يصبو إليه المجمعون في قراراتهم.

كذلك فالوظيفة الاعلامية للغة تظهر حين تستخدم في الأخبار عن الحقائق أو أحداث معينة أو عن نوع من المعرفة أوفي شرح معين أو تقديم تقرير عن موضوع معين كالتقارير والنشرات الاخبارية والمعلومات العلمية المختلفة والمعلومات العامة التي يتناقلها الأفراد في أحاديثهم اليومية أو تنشرها الصحف والإذاعات أو تتناقلها النشرات أو المجلات العلمية العامة وما إلى ذلك. [104] ص 93-17.

وعلى الرغم من ارتباط الفكر واللغة معا بقوة وإعتبار اللغة أهم وسيلة يمكن بها التعبير بدقة وبطريقة منهجية مطردة عن الفكر وعلى الرغم من أنه يدون اللغة سيكون من الصعب الاحتفاظ بالفكر وإستعادته ونقله للآخرين فإن هذا لا يعني على ما يقول " وايتهايد" في كتابه "mode of thought" إن اللغة هي جوهر الفكر وماهيته فكثيرا ما تقتصر اللغة عن التعبير عن الأفكار من ناحية وعن العواطف والانفعالات من الناحية الأخرى ،ومن هنا لم تكن اللغة بالمعنى الدقيق للكلمة أو لغة الكلام هي اللغة الوحيدة التي يعرفها الانسان وإنما هناك إلى جانبها لغات أخرى غير كلامية تستخدم هي أيضا للتعبير والتوصيل ومع التسليم بأن الألفاظ والكلمات تستطيع أن تبلور التفكير وأن تخفي على الصور الذهنية المجردة ( التي تكون أكثر ما تكون باهتة ومبهمة وغامضة) كثيرا من الدقة والوضوح والتحديد فإن هذا لا يعني إستحالة التفكير بغير اللغة الكلامية [105] ص 97.

وما دامت اللغة هي الرابطة الكبرى بين الاعلام والمجتمع فينبغي أن ننظر إليها نظرا علميا صحيحا إذا اللغة ليست مجموعة القواعد التي نحصلها ونسميها بالنحو المتواضع عليه وهي لا يمكن أن تكون وسيلة " إفادة" فحسب بل لا يمكن أن تخضع لقواعد المنطق الصوري أو المنطق الارستطاليسي الذي قسم الكلام إلى مخارج محددة جعلها أسماء وأفعالا وأدوات واللغة ليست هذا كله . ذلك لأنها بمفهومها الاجتماعي سلوك فردي وجماعي على أن لغة الإعلام تقوم على الوظيفة الهادفة والوضوح والإشراف وتكاد تكون فنا تطبيقيا قائما بذاته ،فالإعلام تعبير إجتماعي شامل ولغته ظاهرة مركبة خاضعة لكل مظاهر النشاط الثقافي من علم وفن وموسيقى وفن تشكيلي.... الخ

ومن ذلك يبين أن الفن الصحفي والإعلامي بوجه عام فن تطبيقي يهدف إلى الاتصال بالناس ونقل المعاني والأفكار إليهم فهو أداة وظيفية وليس فنا جماليا يقصد لذاته ذلك أن لوسائل الإعلام وظائف تشمل : الإعلام والتفسير والتوجيه والتسويق والإقناع والتنشئة الاجتماعية. ومع ذلك فلغة الفن الاعلامي تختلف عن كل هذه جميعا لأنها تتضمنها كلها ولا تقتصر على أي منها لأن جمهور

#### 5.2.4- المرسل والمتلقي ومناسبة لغة الرسالة الإذاعية.

يفترض أندرسون ونيكلس وبوث Anderson, Nichois, Booth أنه ليس من السهل دائما تحديد : كيف سيتفاعل الجمهور مع المرسل ويؤكد هؤلاء الكتاب أنه كلما واصل المرسل مهامه ومشاركته باستمرار في عملية الاتصال كلما إكتسب أكثر فأكثر المزيد من المهارات والخبرات حول كيف يجعل المرسل مستقبله فيصبح مرسلا فعالا؟ مثل هذه الخبرات والمهارات تمنح المرسل المعرفة والدراية بفعالية الاتصال وبأهمية الإلمام بموضوع الاتصال وضرورة أن يقترب من جمهور مستقبله وأن يتلائم وتوقعات هذا الجمهور ليس فقط في طريقته وسلوكه وحركته . ولغته وإختياراته بل وفي ملبسه وشكله العام ،عندئذ يستطيع المرسل أن ينجز ويتخطى المرحلة الأولى من تحليل الجمهور لينقل إلى تحليل الجمهور والرسالة.

لا تتحقق الفاعلية في عملية الاتصال دون تكيف والتكيف هنا يقوم به المرسل بصورة مستمرة وهو تكيف تحدده المعلومات التي يصل إليها هذا المرسل حول إدراك أفراد الجمهور للرسالة ميوله. ووفق هذه المعلومات يستطيع المرسل أن يتخذ قرارات محورية تتعلق بعدد من المسائل في مقدمتها :

- اختيار موضوع الرسالة

- تحديد الهدف من العملية الاتصالية

- إختيار لغة الرسالة ( فصحي،عامية،لهجة معينة)

- تحديد الخطوات العامة لتطوير عملية الاتصال وإختيار المادة

- المساعدة في الرسالة ( صورة، مؤثرات صوتية.) [93] ص 108.

- إن بعض المسائل يسهل تقديمها للجمهور والبعض الآخر يتطلب تبني إستراتيجيات بذل جهود مخططة في صياغة الرسالة بدقة وإمعان ،فتتميز الرسالة بوضوح التعبير والإحكام في البناء ومنطقية الحجة ،مما يسر تجنب التعقيد في فهمها والتغلب على الصعوبات التي قد تواجه جمهور المستقبلين في الإحاطة بها والمعروف أن تعقيد وصعوبة فهم مسألة ما من قبل الجمهور أو النظر إليها باعتبارها مقبولة أو غير مقبولة مرضية أو غير مرضية يعتمد إلى عدد كبير على خصائص الجمهور الاجتماعية والثقافية والجيلية وعلى تحيز الجمهور ومشاركة الذات الفردية وإهتمامها وسمات الشخصية [93] ص ص 109-111.

- يعني أن المستقبل يستطيع أن يفك الرموز ليتوصل إلى المعاني التي أراد القائم بالاتصال أن تصل إليه وهذا لا يمكن تحقيقه إلا إذا كانت كل الرموز المستخدمة تقع داخل الإطار الدلالي للمستقبل مع ذلك فإن القائم بالاتصال لابد أن يبذل جهدا في فهم الثقافة التي يعبر عنها والثقافة التي ينقل إليها

الرسائل بما تتضمنه هاتان الثقافتان من رموز وإختلافات بين دلالات الرموز حتى يستطيع أن يعبر عن المعاني بوضوح في الوقت نفسه فإن القائم بالاتصال لابد أن يبذل جهدا ليجتنب الغموض في الصياغة وتركيب الجمل وإستخدام الكلمات بحيث يعطي للمستقبل إمكانيات أكبر لفهم الرسائل.

- إن الجمهور يميل إلى عدم التعرض للرسائل التي يشعر أنها معقدة أو تحتاج إلى الكثير من الجهد لفهمها ويفضل الرسائل البسيطة وع ذلك فإن الأحداث والمواقف والصراعات الدولية والشؤون الحضارية والثقافية هي بطبيعتها معقدة والقيام بتبسيطها يؤدي إلى التضليل والتزييف والتجهيل خاصة عندما تغطي عملية التبسيط فتؤدي إلى التقليل من جودة الرسائل وتؤدي إلى زيادة كسل الجمهور وتجهيله.

كذلك فإن عملية التبسيط ضرورة في الرسائل ولكن بشرط ألا تكون على حساب المضمون....ولابد أن يدرك المتلقي أن الرسالة شديدة التبسيط قد تؤدي إلى المساهمة في زيادة رسوخ الصورة النمطية المستقرة في أذهان الجماهير عن الدولة والأمن ولا تؤدي إلى تشكيل صورة إيجابية جيدة، لذلك فإن إحترام عقلية الجمهور وتكرار الرسائل وإستخدام الرموز الواضحة والبرهنة على صحة الحقائق والتأثير التراكمي للرسائل عبر فترة زمنية طويلة يمكن أن يكون أكثر تأثيرا من زيادة التبسيط بشكل يقلل من القيمة الثقافية والإعلامية للمضمون الذي تقدمه الرسائل.

- والقائم بالاتصال الناجح هو الذي يستطيع أن يرصد هذه الاحتياجات المغيرة ويقوم بإشباعها ويربط الرسائل التي يقدمها للجماهير بالأحداث والمشكلات التي يعاني منها المجتمع الذي يوجه له الرسائل. [98] ص ص 136-137.

وتتميز الإذاعة المسموعة بأنها الوسيلة غير المرئية بين وسائل الاتصال فهي ليست إلا مجموعة من الأصوات و" الصمت" كما أن الصحافة المكتوبة مجموعة الكلمات والمساحات البيضاء التي تتصل بينها وكذلك فإنه يمكن القول بأن اللوحة الإذاعية تتشكل صوتيا من :

**1.5.2.4- الصوت البشري أو الكلمة المنطوقة :** وهو صوت يمكن إخضاعه للتعديل والتكوين طبيعيا أو آليا.

**2.5.2.4- صوت الأشياء أو الصوت المميز لحركة الأشياء :** كما هو في واقع الحياة كأصوات المطر والأمواج والمعارك وهو ما يعرف بالمؤثرات الصوتية.

**3.5.2.4- الموسيقى :** وهي الأصوات التي تنتج عن آلات خاصة عند إستخدامها وفق قواعد وأصول معينة فتأتي في شكل أنغام وإيقاعات خاصة

**4.5.2.4- الصمت :** وهو يؤدي وظيفة الفواصل بين الكلمات والجمل والعبارات ويمكن إستخدامه وتوظيفه توظيفا خاصا لإحداث تأثير معين في حالات محددة [103] ص 81

#### 5.5.2.4- خصائص الأسلوب الإذاعي

وقد لخص الخبراء خصائص الأسلوب الإذاعي في كلمات وجيزة حين قالو: إنه الأسلوب الذي يصلح أن تخاطب به جدة في التسعين من عمرها لا تسمع جيدا .ومن ثم تحتاج إلى وضوح وسرعة في الأداء وتخاطب به طفلا لا يتجاوز عمره الرابعة عشرة ويحتاج إلى اختيار ألفاظ معينة تتفق مع هذا العمر وتخاطب به رجلا ناضجا من حيث الأفكار ،ويمكن إستنادا إلى هذا أن تحدد أن:

أهم خصائص اللغة الإذاعية:

- الوضوح

- الاختصار

- وسلامة اللغة

والتأثر بالمسخة الذاتية والشخصية للمذيع بما يخفيه الصوت البشري على الكلمات عندما تؤدي بشكل معين يعبر عن حرارة الصدق والتفاعل.

إن وضوح اللغة الإذاعية وسلامتها نقطة مهمة للغاية حتى يمكن أن تصل إلى جمهور المستمعين.

- ومن جهة أخرى فإن اللغة الإذاعية تراعي أن من أصول الإلقاء الإذاعي تقدير القيمة الصوتية للألفاظ والتدقيق في إستخدامها وفي معرفة وقعها الحقيقي على الأذن.

- إن لغة الإذاعة هي اللغة المنطوقة التي تتوصل بها في الإعلام وصوغ العالم على النحو الذي يجعلها قسمة شائعة بين أفراد المجتمع جميعا وبالتالي تبرز أهمية ومسرحتها ونمذجتها في قوالب خاصة.

- وفيما يتعلق بخاصية الاختصار فإن المقصود بها في اللغة الإذاعية هو استخدام الجمل القصيرة التي تؤدي رسالتها التبليغية للمستمع لكي يستوعب المعنى المقصود في يسر وسهولة ،ويدخل في هذا النطاق تجنب التكرار وتجنب إستخدام الجمل الطويلة والمعاني المتشعبة التي تشتت ذهن المستمع وتباعد بينه وبين المعنى أو الهدف المقصود وكذلك فإن العديد من الدراسات التي أجريت في هذا الصدد تؤكد على ضرورة صياغة الجملة المنطوقة في عدد محدد من الكلمات يستغرق إلقاؤها مدة

زمنية محددة وذلك لأن طول الجملة وصعوبتها يرتبط إرتباطا وثيقا بعدم التركيز وعدم القدرة على الفهم والاستعاب.

- وفيما يتعلق بخاصية الوضوح في اللغة الإذاعية فإنها ترتبط إرتباطا وثيقا باستخدام الكلمات والجمال والعبارات وإن كان له جانبه الآخر الذي يرتبط بالنطق والأداء. [103] ص ص 82-83

- أي أن لغة الإذاعة هي تلك اللغة التي تميل إلى السهولة والخفة ويفهمها العامة والخاصة، فالإذاعة وتخص بالذكر الراديو يساعد المعلف مثلا في تحقيق أهدافه في أقل وقت ممكن وفي نطاق واسع ومن أهم مزاياها" المرونة إذ يمكن تغيير الرسالة الاعلانية حتى الوقت الذي يسبق إذاعتها بقليل" فلغة الإذاعة تخضع للتتقيح والتبديل حتى الدقيقة الأخيرة التي يتم فيها الإعلان. [104] ص 91.

وعلى هذا الأساس يمكن القول أن الفاعلية في العملية الاتصالية تحددها العلاقة بين طرفي الاتصال أي المرسل للرسالات والمتلقي لها من خلال تأثير الاتصال على الجمهور المتلقي وبالتالي يعمل القائمين بالاتصال على تحقيق المزيد من الفاعلية من أجل النجاح في توجيه الرسالة الاعلامية، وفاعلية الاتصال تكون مبنية على مدى مهارات المرسل في صياغة رسالته وذلك من خلال مراعاة مايلي:

- صحتها
- سلامة لغتها
- ووضوحها
- ومدى بساطتها
- بالإضافة إلى تجنب لغة ما قد يكون غير مرغوب فيها من طرف الجمهور المستهدف.
- كما يسعى القائم بالعملية الاتصالية على أن تكون علاقته بالجمهور علاقة يميزها التماثل والتبادل والتفاعل بين الطرفين.

- وبذلك تعمل الاذاعة كغيرها من وسائل الاعلام الأخرى على مراعاة طبيعة ونوعية جمهورها المستهدف في بناء رسالتها الإذاعية من خلال تقديمها لبرامج تتناسب مع عقلية وتفكير الجمهور المستمع ومستوياته التعليمية والإذاعة كمؤسسة إعلامية تعلم أن هدفها مبني على مدى تأثير رسالتها وبالتالي على هذه الأخيرة أن تتناسب مع الجمهور المتلقين من خلال قدرتها على التأثير فيهم وإشباع حاجياتهم بتقديمها مختلف المعلومات له والأفكار ومعرفة إتجاهاته وعاداته وتقاليده

وقيمة الاجتماعية بالإضافة إلى مراعاة جانبه النفسي ومن أهم المبادئ التي تعتمد عليها الإذاعة من أجل ضمان وصول معلوماتها وتقبلها هي اللغة باعتبارها عاملاً مهماً في حياة الفرد الاجتماعية وبها تتم عملية الاتصال والتواصل الاجتماعي وبهذا تتحقق العلاقة بين الجمهور المستمعين ومؤسسة الإذاعة.

لقد خلصنا من خلال هذا الفصل إلى أن الجمهور الإذاعي هو جمهور عريض ومتعدد القطاعات والفئات كما أنه متباين الذوق والثقافة ويتميز بقدرة كبيرة على الفهم والاستيعاب لكل ما يبث عبر أثير الإذاعة من رسائل ومضامين إعلامية. إذ بإمكان المستمع أن يستمع إليها وهو يقوم بشؤون المنزل بصفة عامة. كما يمكنه ذلك وهو في سيارته أو خارج منزله ومع من يشاء من أفراد مجتمعه.

والرسالة الإذاعية يجب أن تراعي طبيعة المتلقي لها بحيث تكون مناسبة على مستوى عقليتهم وتفكيرهم وبطبيعة الحال هذا يعود إلى مدى وضوح لغة الأسلوب الإذاعي ومادته الإذاعية نظراً لأهمية اللغة في الحياة الاجتماعية للفرد وذلك من خلال إظهار الثقة وإعطاء الجمهور المستمع فرصة لإبداء رأيه اتجاه الموضوع الذي تتضمنه الرسالة الإعلامية في الإذاعة وكل هذا يعتبر من بين الأسباب التي تحقق رجوع صدى لدى المتلقي إتجاه الرسالة الإذاعية والتأثر بها.

## فصل 5

### الثلاثية اللغوية قناة للاتصال والتواصل الاجتماعي

إن المجتمع الجزائري يعيش ظاهرة التنوع اللغوي داخل البلد الواحد وهذا لأنها تتوفر على العديد من اللغات التي يتحدث بها أفرادها، وكل لغة لها تاريخها وسبب وجودها على ما هي عليه. فبالإضافة إلى اللغة العربية كونها اللغة الرسمية في المجتمع هناك الأمازيغية التي تميز عدد كبير من أفراد هذا المجتمع بالرغم من أنها لغة شفوية بالدرجة الأولى إلى جانب مختلف لهجاتها التي تتقارب فيما بينها كالقبايلية، المزابية، الشاوية، الترقيية...إلخ.

وبحكم عوامل تاريخية استعمارية بحتة وجد هذا المجتمع نفسه بعد الاستقلال يتعامل إلى جانب لغته الأصلية العربية بلغة أخرى أجنبية. كل هذا خلق "ثلاثية لغوية" تمثلت في اللغة العربية، والأمازيغية والفرنسية والتي امتدت إلى الجانب الإعلامي إذ أصبحت الإذاعة كأحدى وسائل الإعلام وبحكم تباين فئات جمهورها المستهدف وفي ظل هذه الثلاثية اللغوية تتعامل بلغات متنوعة، ولهذا إرتئينا أن نتطرق في هذا الفصل إلى كل لغة على حدى ولهذا ارتأينا أن نتطرق:

- إلى بإعطاء لمحة عن تاريخ اللغة العربية وموقع العامية من اللغة الفصحى بالإضافة إلى دور كل منهما في بناء الرسالة الإعلامية وخاصة في الإذاعة؟
- فقد تناولنا فيه لمحة عن تاريخ الأمازيغية إلى جانب التعرف عليها كحركة بربرية في المجتمع بالإضافة إلى واقعها في مجال الإعلام ولا سيما الإذاعة.
- نظرقتنا من خلاله إلى واقع اللغة الفرنسية أثناء الاحتلال وبعده بالإضافة إلى سياسة التعريب المنتهجة ودورها في المجال الإعلامي وأخيرا واقع هذه اللغة في الإذاعة.

### 1.5- اللغة العربية إحدى عناصر تأثير - الإعلام الإذاعي -

#### 1.1.5- المحة عن تاريخ اللغة العربية في المجتمع.

لقد بدأ انتشار اللغة العربية في الجزائر مع مطلع الفتح الإسلامي كما سبق التفصيل، وتعربت البلاد دون أن تجد اللغة العربية أي عائق يحول دون انتشارها كلغة دين وعلم وثقافة كما لم يحدث خلال التاريخ الإسلامي للجزائر أن تقلص ظل اللغة العربية من أية منطقة دخلها اللسان العربي. إلى أن انطوت البلاد تحت الحكم العثماني في القرن السادس عشر حيث أصبحت اللغة التركية هي اللغة المستعملة في دواوين الدولة غير أن هذه اللغة لم يكن لها تأثير في الواقع الاجتماعي وبقيت اللغة العربية هي السائدة كلغة دين وعلم وثقافة كما بقيت جميع المؤسسات التعليمية العربية قائمة، يدرس فيها الدين والعلوم باللغة العربية فقط، دون أن يستطيع الأتراك القضاء عليها لأنهم كانوا يعتبرون أنفسهم حماة الدين الإسلامي. متخذين من تطبيقهم لتعاليمه ومرونتهم الفائقة في معاملة الأهالي وسيلة للبقاء في الحكم إدراكها منهم لطبيعة الجزائريين الذين لا يقبلون الإكراه على شيء إلا بوازع من

الدين، فكان الأتراك يظهرون أخوة في الدين[106] ص 145. الذي لا فرق فيه بين عربي وأعجمي إلا بالتقوى، وقد مكنتهم هذه السياسة من البقاء في الجزائر قرابة ثلاثة قرون دون أن يجدوا أي رفض أو مقاومة من طرف الأهالي وكان الأتراك يتساهلون مع الجزائريين إلى درجة أن كانت البلاد شبه مستقلة حيث لم يكن يربطها بمركز الخلافة إلا تعيين الباشا الذي كان يتم بموافقة الخليفة في الأستانة، كما أن النفوذ التركي لم يكن يتجاوز الحواضر الكبرى في المناطق الساحلية أما المناطق الأخرى فكانت مستقلة تماما عن الحكم التركي.

وعن عدم تحكم الدولة العثمانية في المؤسسات التعليمية التي كانت تدرس باللغة العربية فقط، يقول الدكتور "سعد الله"«... وتشهد كتب الرحالة الأجانب الذين زاروا الجزائر خلال العهد العثماني أن التعليم كان منتشرًا، وأن كل جزائري تقريبًا كان يعرف القراءة والكتابة، وقد كان التعليم حرًا من سيطرة الحكم العثماني...» وبهذا نرى أن اللغة العربية بقيت منتشرة في الجزائر ولم تستطع اللغة التركية أن تتنافسها إلا في الإدارة، وبقيت المعاهد والمدارس والزوايا تزخر بالطلاب والأساتذة الجزائريين وفي هذا المعنى يقول الأستاذ "مولود قاسم"«...وإذا أردنا أن نخلص إلى الجزائر، ونلقي نظرة فاحصة سريعة على مراحل تطورها في هذا المجال (أي مجال اللغة والثقافة العربية) وجدنا أنها مثل أخواتها في البلاد الشقيقة كانت لها مساهمتها في التراث العربي الإسلامي المشترك من خلال التراث الإنساني العالمي فكانت لها جامعاتها وكان لها علمائها...» [106] ص 145.

ويؤكد هذا المعنى أيضا المؤرخ الفرنسي "بولارد Poulard" حيث يقول « كانت الجزائر فيما مضى معاهد علمية عظيمة الشأن في الفلسفة والآداب والعلوم، كان يقوم بتدريسها أساتذة كبار من الجزائريين كما كانت هناك مدارس عديدة مخصصة لتعليم القضاء الشرعي والعلمي، وكان الملوك يختارون مستشاريهم من صفوة المتعلمين من خريجي تلك المعاهد » ثم يقول في مكان آخر من نفس الكتاب « ولقد أحدث وجود الفرنسيين اضطرابا بالغا بين هؤلاء المفكرين والأدباء وأضطر معظم العلماء والفقهاء إلى ترك المؤسسات التعليمية فإنهم لم يحاربوها قط لأنها بقيت على أشدها إلى عهد الاحتلال الفرنسي، ما عدا الجامعات الكبرى التي أخذت في الزوال قبل ذلك ... والسبب كما يبدو في نظر الباحث لا يرجع إلى سياسة التتريك وإنما إلى الانحطاط العام الذي بدأ يدب في أوصال الدولة الإسلامية بعد سقوط الأندلس. وما أعقب ذلك من احتلال الإسبان لبعض الحواضر الجزائرية في الساحل والذي دام قرابة قرنين من الزمن وما نتج عن ذلك من حروب بين الجزائريين والأتراك في مواجهة الاحتلال الإسباني [106] ص ص 146-147.

### 2.1.5- موقع العامية من اللغة الفصحى في المجتمع.

فموضوع العلاقة بين الفصحى والعامية هو مسألة لغوية اجتماعية نتجت عن تقسيم المجالات والوظائف بينهما في التعبير عن الحياة في مختلف مظاهرها، إذ اكتفت الفصحى بالتعبير عن مجالات معينة، كالدين والآداب والعلوم والأمور السياسية والإدارية وبعض المظاهر الثقافية والفنية واقتصرت

العامية على التعبير عن جوانب الحياة اليومية في البيت والشارع والسوق والمصنع وبعض الأماكن الترفيهية وما إلى ذلك، وقد أدى هذا التقسيم في الأدوار بمرور الزمن إلى ظهور هوة شاسعة بين هذين المستويين اللغويين اللذين كانا يمثلان أصلاً واحداً دون أي مجال للشك كما بينت ذلك مختلف الدراسات وتوضح هذه الهوة في عدم قدرة أي شخص أن يتكلم بالفصحى بطلاقة ودون أخطاء عن أمور الحياة اليومية.

كما لا يستطيع هذا الشخص أن يعبر عن القضايا العلمية والفكرية بالعامية وهو ما جعل "محمود تيمور" وهو من كبار الأدباء وأحد أبرز المجمعين في مجمع اللغة العربية بالقاهرة - يصف الصراع الدائر بين المدافعين عن الفصحى وبين أنصار العامية يكون الفئة الأولى تستعمل العامية للدفاع عن الفصحى في المواقف الخطابية وتدافع الفئة الثانية عن العامية بالفصحى [107] ص ص 18-19.

ويعني ما سبق أن الفصحى لغة مكتوبة وليس لها تقاليد اللغة المنطوقة في هذا العصر على الأقل، وأن ما نسمعه في وسائل الإعلام المسموعة والمرئية من هذا المستوى ما هو إلا فصحى مقروءة ويحتوي هذا المستوى اللغوي كذلك تراثاً حضارياً كبيراً يشترك فيه كل العرب بل جل المسلمين في بعض الجوانب. أما العامية فهي عكس الفصحى لكونها لغة منطوقة ولم يسبق لها أن كتبت بكيفية منمطة، كما أن هذه العامية في حقيقة الأمر عاميات لكل ناحية أو بلد أو إقليم في العالم العربي عامية خاصة به غالباً ما يطلق عليها مصطلح "اللهجة" وتتميز كل واحدة منها بمجموعة من الخصائص الصوتية والانفرادية والنحوية والأسلوبية.

وقد حدث بعض التطور على هذه الوضعية خلال القرنين الماضيين إذ استطاعت الفصحى أن تقتحم بعض مجالات العامية، ويظهر ذلك في دخول عدد من الكلمات والتراكيب الفصيحة في لغة المعاملات اليومية نتيجة انتشار التعليم ورواج وسائل الإعلام وغير ذلك من العوامل، كما حاولت العامية أن تلج كلياً أو جزئياً بعض الميادين المخصصة للفصحى ويتضح ذلك جلياً في لغة المسرح ولغة بعض أقسام القصة والرواية، ويظهر أيضاً نتيجة التفاعل بين هذين المستويين اللغويين من العربية مستوى ثالث يؤدي وظائف اللغة المنطوقة المشتركة بين كل العرب، أطلقت عليه مصطلحات عدة منها اللغة الوسطى واللغة المهذبة ولغة المتعلمين وهو مزيج بين الفصحى والعامية [107] ص 20.

غير أن عدد مستعمليه ما زال محدوداً لتفشي الأمية، كما أن بنيته اللغوية هي أقرب إلى العامية من الفصحى في نظر بعض الدارسين.

ويمكن أن نستنتج من خلال هذا الوصف الموجز لأنواع الدراسات حول العلاقة بين الفصحى والعامية أنه لا يمكن الاستغناء عن أحد هذين المستويين من التعبير، وبالتالي فالانتصار للفصحى وحدها كما هي عليه الآن أو الدعوة إلى العامية بمفردها موضوع فيه نظر، لأن للفصحى كثيراً من المزايا تقتدر إليها العامية ولا يتسع المقام لذكرها هنا لذلك تبناها العرب المحدثون بعد صراع كبير مع

دعاة العامية. ولكن للعامية أيضا عدد من المزايا غير موجودة في الفصحى يجب ألا نتجاهلها، ولهذا السبب ما زال الموضوع مطروحا للنقاش في الأوساط العلمية.

لقد نتج عن هذا الوضع عدد كبير من المشكلات اللغوية نجد في مقدمتها المدة الزمنية الطويلة التي يستغرقها متعلمو اللغة العربية الفصحى، دون الحصول على نتائج مرضية في كثير من الأحيان وما تفرع عن هذه الوضعية من مشكلات مختلفة، كالتخلف في تحصيل المعارف العلمية لأن أذهان المتعلمين تنصرف إلى الشكل الذي كتبت به هذه المعارف أكثر من التفكير في محتويات هذا الشكل وعدم وجود لغة منطوقة مشتركة بين كل الناطقين بالعربية تكتسب بكيفية طبيعية وعفوية كما هو الحال في اللهجات العربية المختلفة، وهو الأمر الذي يكون قد ساهم في عدم بلوغ الخطاب السياسي والإعلامي [107] ص 20. والثقافي بالصورة المرضية إلى كافة الطبقات الاجتماعية مهما كانت درجة تحليلها.

ولعل من بين الأسباب الأساسية في ضعف تعليم العربية بالإضافة إلى الأسباب الداخلية المرتبطة بعملية التعليم ذاتها، هو أن مكتسبات الطفل اللغوية التي تمت بكيفية سليقة قبل بلوغه سن التمدرس لا تستثمر في المدرسة بصفة عقلانية بل تحارب هذه المكتسبات أحيانا بحجة أنها غير فصيحة وأن ما تعلمه هذا التلميذ في المدرسة من فصحى يضيع كثيرا منه وهو خارج هذه المؤسسة أو عند تخرجه منها.

والرهان المطروح اليوم أمامنا هو كيفية الخروج من هذه الوضعية أو تجاوز أهم عقباتها على الأقل؟ وكيف نستفيد من مزايا الفصحى في قواعدها ومنتها وأساليبها ومن مزايا العامية في المفاهيم الحضارية المتداولة بين الناس وفي قواعد الاقتصاد اللغوية المشتركة التي تتميز بها من أجل الوصول إلى مستوى لغوي كحد أدنى مشتركة في البداية بين كل الجزائريين في المرحلة الأولى وبين كل العرب في المرحلة الثانية يؤدي وظائف اللغة المنطوقة واللغة المكتوبة في آن واحد، ويكتسب بكيفية عضوية قبل الدخول إلى المدرسة ويصلح للتعبير عن مختلف مظاهر الحياة الروحية والفكرية والمادية كما هو الحال في كثير من اللغات الحية في زماننا التي تمتلك قدرا مشتركا من القواعد والمفردات اكتسبها كل الناطقين بها بكيفية سليقة وباستطاعة الأجنبي أن يتعلم جزءا منه في مدة قصيرة، يسمح له بقضاء حاجاته [107] ص ص 21-22-23.

والعربية الفصيحة مجموعة من الرموز المكتوبة الدالة على معان محددة متفق عليها، فالكلمة (رمز أو دال) غير ما دلالتها على (معنى مادي معين) نسميه (الرموز إليه) وهو الاستعمال الحقيقي لهذه الكلمة، فإذا استعمل الرمز في غير ما وضع له كان استعماله (مجازيا) ذلك أن الخبرة اللغوية ثلاثية الأطراف: الطرف الأول فيها هو النطق والثاني فيها هو الكتابة والطرف الثالث فيها هو الشيء المدلول عليه سواء أكان ماديا أم معنويا فإذا نطقنا أو كتبنا كلمة (رأس) انصرف الذهن إلى

الجزء العلوي من جسم الإنسان، وإذا استعملنا كلمة ( رأس ) في غير ما أتفق العرب عليه كان استعمالنا لها مجازياً [108] ص 26.

إن على حساب قول كبار الأدباء " محمد تيمور " في هذا المطلب يتضح أن العامية لا يمكنها أن تكون يوماً ما لغة مكتوبة بقدر ما هي لغة منطوقة على عكس العربية الفصحى التي تعتبر لغة مكتوبة، كما يتضح أيضاً أن اللغة العربية في المجتمع مستويين العامية والفصحى وما يقوله الأفراد في المجتمع وما يكتبونه هو الصحيح وسوى هذا فإنه يعتبر قضية تاريخية وسياسية ودينية خاصة أن اللغة هي العلاقة بالحياة الاجتماعية.

### 3.1.5- العامية والفصحى وتفاعلها مع الرسالة الإعلامية.

وتكاد وسائل نجاح الرسالة الإعلامية في التأثير على المتلقي أن تصبح علماً قائماً بذاته، فبعد أن كان هذا التأثير عند أكثر اللسانيين القدماء مرهوناً باعتماد تلك الرسالة على المنطق وعلى البلاغة والفصاحة اللغويتين صار اليوم ذا صلات وثيقة بالمنطق وعلم النفس وعلم الاجتماع من ناحية، وعلى الدراسات اللسانية من ناحية أخرى وقد استطاع الباحثون تحديد المعايير والضوابط التي تساعد على خلق العادات اللغوية السليمة في التأدية الإعلامية سواء بتحديد طبيعة المفردات والتراكيب المستعملة أم بتحديد سمات وخصائص النص المؤثر والملائم للرسالة الإعلامية وعلى وفق نوعها، اجتماعية كانت أم سياسية أم دعائية أم تجارية أم غير ذلك، باعتبار أن النص الإعلامي ليس نصاً سهلاً ومن ذلك نذكر على سبيل المثال البحوث التي نشطت عن اللغة الإعلان والإشهار والدعاية ونصوص الشارع وغيرها مما أجهد فيه اللسانيون ورجال الإعلام والاجتماع والنفس أنفسهم وصولاً إلى وضع البرامج المحددة لتقويم اللغة المستعملة في الإعلام وبيان مدى فعاليتها وتأثيرها على الناس

وفي الوقت الذي يود فيه اللسانيون أن يرو في نصوص التبليغ الجماهيري فيما هي لغوية لا تخرج عن منظومة اللغة لأنها تخل بها، ومن ثم تعمل على إفساد الذوق، نجد من طرف ثان أن الإعلاميين كثيراً ما يخرجون عن دائرة تلك المنظومة اللغوية لأن وظيفة محددة قبل كل شيء لا تتفق مع كثير من ضوابط وقوانين اللغة سواء على المستوى التركيبي أم الفني، وقد كان للصحافة والإذاعة بوصفها من وسائل الإعلام التي لها سلطان كبير في حياة الناس وضع الرأي العام تأثيراً كبيراً في تحقيق الظروف الملائمة لذيوع أشكال لغوية معينة أو في تهيئة الظروف الملائمة لإنتاج شكل لغوي آخر.

وعلى الرغم من الخلط القائم بين مصطلحات من نحو العامية اللهجة والهجين والفصحى، الفصيحة، اللغة المشتركة عربية المثقفين، العربية الحديثة... الخ. فهو على أي حال متصل بعلاقة اللغة بالمجتمع والتقدم في شتى الأنشطة ذات الأبعاد المتعددة في إطارها العام أو في تفاصيلها الجزئية، أرى أن أسباب الصراع التي أدت ضمن سياقها التاريخي الإشكالية الراهنة تكمن في بعدين يبدو أنها في الظاهر متناقضتين ولكنهما متكاملان من حيث الجوهر وهما.

**1.3.1.5- البعد الذاتي :** المترافق مع البعد الموضوعي والمشارك معه حيث أن أهم ما واجه رجال الإصلاح والقادة السياسيين [109] ص ص 41-42-43.

**2.3.1.5- البعد الموضوعي :** من الظواهر التي يمكن لأي باحث واسع البال أن التاريخ لا يمنح الإنسان من شروط التقدم في إطار الطرف العيني إلا بمقدار ما تساهم فيه الأجيال السابقة لذلك الطرف وبقدر ما تكون الحلقات الظرفية ضيقة يتغلب العامل الموضوعي على العامل الذاتي بل يجرفه وبعيدا عن المزاج.

ولا يعني استخدام الفصيحة المشتركة وسيلة للإعلام مجرد الارتقاء بالمستوى اللغوي فحسب ولكنه يستهدف التغيير في سلوك الفرد والجماعة بحيث يتعامل العرب مع وسائل الإعلام بدون عوائق اتصالية تتمثل في العاميات التي لا تفهم من جانب المستقبل العربي في أماكن أخرى من القرية العربية.

وبقول "هادي نهر" في كتابه لعل تأكيدنا اختبار الفصيحة المشتركة قد لا يرضي بعض الباحثين باعتبار أن هذا الاختيار يعارض ما يحمله علم اللسانيات من ( مفاهيم اللامركزية ) و( انعدام المعيارية ) ومبدأ ( الشيوخ اللغوي ) الذي كان أحد نتائج المدرسة اللغوية الأمريكية فنجد من بين هؤلاء الباحثين من يتبنى العامية لغة مستقبلية لأنها الوسيلة السهلة التأدية، المتطورة، المطووعة ونسو أن العامية وسيلة فوضوية للاتصال لأنها لا تمتلك النظام الذي يوسمها بصفة ( الاجتماعية ) وما نموها السريع أو قل : تغييرها ألا لانفلاتها عن أحكام النظام اللغوي الذي لا بد منه في أية لغة كي يتلائم وتحقيق أهداف الإنسان في الثقافة والتحضر وتسجيل الوقائع والأحداث وحفظ النتائج الثقافي[104] ص 109.

لقد طغت العامية في وسائل الإعلام المختلفة وفي أحاديث الصحافيين الذين لا يجدون حرجاً في توظيف العامية على حساب الفصحى فطغت العامية على البرامج الثقافية التي يكثر فيها ترويج الأغاني العامية الهابطة وأصبحت البرامج المختصة بالعربية الفصحى تنقلص يوماً بعد يوم وهذا ما يخالف دعوة المجامع المنادية للتقليد باللغة العربية الفصحى في البرامج، والصحافيون يولون الأهمية للمعلومة وكيفية إيصالها بأيسر السبل إلى المشاهد أو المستمع أو القارئ ولو كان على حساب الفصحى وفي هذا تقول " مها قنوت " >> إذا أردت أن تسمعك الجماهير حقاً وتستجيب لندائك فلا مفر من التضحية برونق الفصحى ومن مخاطبة الجماهير باللغة التي تحيا بها القومية وتعبر عن انفعالاتها وتشرح من خلالها أحاسيسها <<، ولا شك بأن الصحافيين في هبوطهم إلى مستوى العامية يرمون إلى إبلاغ الرسالة الإعلامية وتميرها إلى أكبر شريحة ممكنة من المجتمع على حساب الخطاب واللغة العربية ويعللون ذلك إلى انتشار الأمية في المجتمع، ولكثرة المتكلمين بلهجات عديدة فهذه الوسائل الإعلامية تخاطبهم بما يفهمون ويستوعبون، ولا شك أن لهذا النزول إلى العامية في استعمال العربية في الإذاعات له مسوغاته في نظر مسيريهيها والقائمين على أمورها ومن أهم تلك المسوغات أن يخاطب

الناس بما يفهمون والناس الذين إليهم برامج الإذاعة والتلفزيون طبقات في العلم والثقافة [104] ص 110.

وخاصة في الثقافة اللغوية، وربما يتحجج الإعلاميون بهذه الموسوعات التي جعلتهم يلجئون إلى توظيف العامية بدل الفصحى ونستغرب هذا الأمر، إذا أثبتت التجربة الإعلامية أن الأكثرية من عامة الناس يفهمون الأخبار والمسلسلات الدينية والتاريخية والأفلام المدبلجة، وكلها تقدم باللغة العربية الفصحى، أما الدخيل فنجدته يطغى ويغزو بقوة الخطابات الإعلامية وذلك في الصحف والإذاعة والتلفزة فأصبح الصبيان يتلقون الإعلانات الإشهارية المصاغة باللغة الأجنبية والعامية بسرعة فائقة خاصة إذا ما أحسن عرضها وأتبعته بمقاطع موسيقية تشد انتباههم غير أن بعض الصحافيين يلجؤون من حين لآخر إلى استعمالها فيما يبدو سوى تلك القوة الإيحائية التي يمتاز بها هذا النوع من الكلمات والعبارات لعمق انغراسها في لغة المجتمع.

فالصحفيون في لجوئهم إلى اللفظ الرذيل في رسالتهم الإعلامية إنما يقصدون الكلمات الشائعة والموظفة بشكل كبير في المجتمع لدرجة عدم القدرة على اقتلاعها وتغييرها. فيهجرون بذلك إلى الفصحى ومن الطبيعي أن يؤدي هجر اللغة إلى هجر الثقافة والقيم المرتبطة بها وبذلك يتأسس فراغ لغوي وثقافي تتدفق اللغات والثقافات الأجنبية إلى ملئه. فاستبدال العربية الفصحى بغيرها من اللغات الأجنبية يؤدي إلى مسح الهوية الوطنية والعربية واستبدالها بهوية أخرى وثقافة أجنبية وتتنبى بذلك سلوكيات وعادات متنافية مع أعرافنا وعقيدتنا. [104] ص 111.

وقد يحصل أن يؤدي تطور الحياة والعادات والمفاهيم عبر القرون إلى تبدل المدلول مع الاحتفاظ بالبدال فعندها يتبدل مضمون الكلمة ليشير إلى مفهوم آخر تقوم اللغة هنا بدور محافظ. إن التبدل الدلالي قد ينجم عن وجود تعابير خاصة بالشرائح الاجتماعية ففي المجتمع كل مهنة أو نشاط أو أي شريحة اجتماعية لها كلماتها وتعابيرها الخاصة بها وتحاول المحافظة عليها وتكييفها مع متطلبات الحياة... وفي الوقت نفسه هي اللغة المشتركة التي تزداد غنى. في هذه الحالة يمكن لمعنى الكلمة أن يتطور بإطار آلية تتركز باتجاه التخصص من اللغة المشتركة نحو اللغة الفئوية أو بالعكس حسب آلية انفراج شامل من لغة فئة ما باتجاه اللغة المشتركة وبتأثير التحولات الاجتماعية نشهد حسب الحالة إما تراجعاً في المعنى أو توسع فيه. [110] ص ص 91-92.

زمن خلال هذا نخلص إلا أنه باعتبار اللغة أو الرموز اللغوية هي من أهم وسائل الاتصال كونها مؤسسة قائمة بذاتها فإذا أراد الإعلامي أن يسمعه الجمهور ويستجيب لرسالته الإعلامية فما عليه إلا أن يضحى بجمال العربية الفصحى وذلك في سبيل إيصال معلوماته وأفكاره وبالتالي يمكن القول أن استعمال العامية ونزول الإعلامي إلى مستوى اللهجة الدارجة في تقديم برامجه الإعلامية مثلاً يهدف إلى مخاطبة مختلف شرائح المجتمع وخاصة الفئة قليلة الحظ في المستوى التعليمي. إذ أن تلقي الجمهور للرسالة الإعلامية مرتبط ارتباط كبير بمدى اختلاف السياقات الاجتماعية وثقافتهم لما له

علاقة بالخصوصية اللغوية. وبالتالي يظهر أن توجيه الإعلام رسالته بعيدا عن هذا المستوى اللغوي المتمثل في اللهجة الدارجة يؤدي إلى عدم الفهم خاصة بالنسبة لفئة الغير المتعلمين وهذا ما أشارت إليه "مها قنوت" من خلال قولها الذي سبق وأن ذكرناه في هذا المطلب.

ولكن تبقى دائما العامية لها طابعها الشفوي باعتبارها اللغة المنطوقة التي تستعمل على وجه الخصوص في المحيط الاجتماعي كما تعتبر وسيلة تخاطب بين الأصدقاء وفي المعاملات اليومية بينما العربية الفصحى هي اللغة المكتوبة التي تتميز بتنوع ألفاظها وغنى مفاهيمها بالمفردات المعبرة كونها اللغة الرسمية في الحياة الفكرية. إلا أن الفرد في المجتمع يحتاج أحيانا إلى التحرر من قيود العربية الفصحى ليتكلم كما يشاء كالتعبير مثلا عن شعوره اتجاه شيء ما.

#### 4.1.5- واقع اللغة العربية في الإذاعة.

إن اللغة العربية تتمتع بخصائص إعلامية تجعلنا نلاحظ أنها تتفق مع غايات الإعلام الحديث من حيث أنه أداة وظيفية وليس فنا جماليا يقصد لذاته لأنه يهدف إلى الاتصال بالناس ونقل المعاني والأفكار إليهم وبالتالي تعتبر اللغة العربية وظيفية هادفة لأنها لغة معرفية تهدف إلى الإعلام والتفسير والتوعية والتنشئة الاجتماعية، ومرجع ذلك إلى وجود الخصائص الإعلامية الأصلية في اللغة العربية والتي تبين من تكيفها وفقا للقوالب الإعلامية المختلفة بحيث استخدمت في الوسائل الإعلامية المستحدثة ولم تقع في أخطاء لغوية كالتي وقعت فيها اللغات الأوربية.

حينما نتحرر من بعض القيود اللغوية ولا سيما عند صياغة العناوين المختصرة ومن خلال كل هذا نجد الدكتور "عبد العزيز شرف" في كتابه المدخل إلى وسائل الإعلام، إن اللغة الإعلامية هي اللغة العربية الفصحى، نعني ذلك جميعا على نقيض ما يذهب إليه البعض في اللغات الأوربية من لغة الإعلام ولغة الفن الصحفي بالذات مستقلة تمام الاستقلال عن اللغة الأصلية الفصيحة ويقول أيضا أن بعض البرامج الإذاعية بحيث تصبح الألفاظ الفصحى وتعبيراتها أكثر تداولاً على الألسن تمهيدا لتتميم استعمال اللغة العربية الفصحى في جميع البرامج، إذ أن هذه اللغة الفصحى هي الأساس الأول للثقافة العربية وتعميم استعمالها يمكن الإذاعات من تجاوز العوائق المحلية فيحقق لها بذلك مخاطبة جمهور أوسع ويجعل برامجها أكثر صلاحية للتبادل بين مختلف البلاد العربية. [18] ص 49.

ويشير أيضا د. "عبد العزيز شرف" أن الإذاعة وهي صحافة مسموعة ستكون عزيمة الأثر في زيادة الثروة اللغوية بين عامة الشعب، وفي توحيد نطق المفردات وفي التقريب بين اللهجات ولسي من المستبعد أن تتجح في إحلال الفصحى المبسطة محل العامية السائدة، ومن ثم فإن لغة الإذاعة أقل التزاما بالشكليات من الكتابة للصحف، ذلك أن لغة الإذاعة هي لغة الاتحاد الحقيقي بين لغة الكتابة ولغة الحديث على أن الإذاعة لا تقوم على اللهجات المحلية وإنما تقوم في أغلب الأحيان على اللغات الغالبة الواسعة الانتشار وهي بعينها اللغة المشتركة أو اللغة العربية الفصحى. [18] ص 427.

وهناك من يرى أن الأخبار الإذاعية لا تكتب لإعطاء انطباع إيجابي أو لرفع إيجابي أو لرفع الروح المعنوية. فدورها هو إيصال المعلومات لذلك يجب أن نتحدث لغة جميع المستمعين. وهذا يعني عدم استخدام مؤثرات فخمة أو كلمات صعبة أو مصطلحات غريبة أو تراكيب معقدة... اللغة الدارجة فقط إذا كانت واضحة البرمجة اللفظية تعرقل الاتصال وبعض الدوائر ترى في القدرة على استخدام الكلمات الفخمة الغامضة مقياسا للبراعة والبلاغة.

لكن هذا لا ينطبق على الإذاعة فاستخدام كلمة "يرائي" مثلا تدل على كلمة "يكذب" قد تبهر البعض إلا أنها قد تشوشهم أيضا فاستخدام الكلمات الصغيرة الدارجة هي أفضل طريقة لإيصال المعلومات للجمهور المستمعين من الكلمات الصعبة المركبة وهذا مهم بشكل خاص عند البث على الهواء فالكلمات التي قد تتجح في فك رموزها في صحيفة أو كتاب مثلا من الصعب فهمها وهي تمر عابرة في الإذاعة.

كما قد تكون اللغة العامية في الإذاعة خطرة فقد تستبعد بعض المستمعين وتزعج آخرين، إلا أنه لا يمكن استبعاد الكلمات العامية كلية من الأخبار المذاعة وهي غالبا ما تكون لماعة وساحرة وصارة للأذان. والمؤكد أن العامية مرحب بها في جميع محادثاتنا، إذ أن اللغة العامية تشكل أو تمثل مشكلة إنها ممتعة لكنها خطرة وفيما يلي بعض الإرشادات حول استخدام العامية وهي كالتالي:

- 1- لا نتحدث بغباء لأن بعض الجمل العامية لا توحى بالغباء بل بعدمه.
- 2- لا تستخدم الكلمات المهينة والشتائم واللعنات والألقاب المهينة والافتراءات العنصرية فهي تفسد الجو.

لا تبالغ فبعض المناسبات لا يجوز استعمال العامية فيها. [61] ص 50.

إن الإذاعة كغيرها من وسائل الإعلام تستعمل اللغة العربية في بعض قنواتها أو محطاتها الإذاعية فإذا اعتمدت على العربية الفصحى في بثها لبعض برامجها فإنها ليست بالفصحى المعقدة بقدر ما نجدها في الصحف مثلا وإنما تميل إلى استعمال الألفاظ والعبارات المبسطة والغالبية الانتشار والتي بإمكانها أن تخاطب جميع الفئات الاجتماعية في الحياة اليومية وفي جميع مستوياتها والتي ترى أنه من خلالها يتعامل أفراد المجموعة الاجتماعية ويرى القائمين بالعملية الاتصالية في الإذاعة، أن استعمال الكلمات الغامضة المعقدة قد يشوش عملية الاتصال لدى الكثير من الأفراد في المجتمع.

## 2.5- الأمازيغية إحدى عناصر تأثير - الإعلام الإذاعي -

### 1.2.5- لمحة عن تاريخ الأمازيغية في المجتمع.

المتحدثون باللغة الأمازيغية هم سكان ما يعرف حاليا المغرب العربي. وهم السكان الأصليون لشمال إفريقيا، وتاريخ سكان هذه المنطقة ولغتهم مرتبط أيضا ارتباطا بالحضارات التي تعاقبت عليها وبالتالي ارتباطا بلغاتهم ببعض ومنها الجزائر.

هذه الحضارات التي ساهمت في تراجع اللغة الأمازيغية وإبقائها لأزمنة عدة في حالتها الشفوية دون أن تتمكن من الانتقال إلى مرحلة الكتابة.

**واللغة الأمازيغية** عبارة عن لغة شفوية بالدرجة الأولى وليست متماثلة في كل القطر المغاربية وهي عبارة عن مجموعة من اللهجات والتي تتقارب فيما بينها والتي كانت تشكل ما يعرف **"باللغة الليبية Le libyque"** وبتعاقب تلك الحضارات حصلت للغة الليبية تأثيرات عدة وعلى جميع المستويات.

#### 1.1.2.5- الحضارة الفينيقية:

حوالي 1100 قبل الميلاد، وقد كان لها الفضل الكبير في إخراج منطقة المغرب القديم من ظلمات الجهل والعصر البدائي وهذا عن طريق التعاملات والتبادلات التجارية ثم بعدها تأسيس قرطاجنة وقد أحدث هذا تأثيرا على الجانب اللغوي **"اللغة الليبية"**. [111] ص 23-24.

وأنتج التداخل اللغوي ما يسمى **"الليكو-فينيقية Punique-libyco"** ونظرا لأن **"الليبية"** شفوية بالدرجة الأولى فإن هذا التأثير نجده في الأبجدية خاصة عن الطوارق إلى حد الآن وهي أبجدية التيفيناغ والتي تحوي 40 حرفا في حين أن البونية تحوي فقط 23 حرفا.

زكما أنها أثرت في الأبجدية فإنها أثرت كذلك في المفردات فهناك اشتقاقات كثيرة من الفينيقية.

#### 2.1.25- الحضارة الرومانية:

التي دامت 04 قرون في منطقة شمال إفريقيا ولغتها هي اللاتينية فكيف أثرت يا ترى على اللغة البربرية؟

مما لا شك فيه أن يكون لحضارة استقرت مدة 04 قرون من الزمن إلا ويكون لها تأثير على اللغة وهو ما حدث للغة البربرية سواء في جانبها الأبجدي إلى حد الآن والدليل هو أنه (الحروف اللاتينية) هي إحدى الأبجديات التي تكتب بها الأمازيغية حاليا إلى جانب العربية وحروف التيفيناغ ولكن لا يجب أن ننسى ونقول بأنه حتى اللاتينية تأثرت باللغة الأمازيغية ويظهر هذا من خلال المشتقات والمفردات حيث يقول الباحث **"سالم شاكر"** عن شدة التأثير والتأثر ما يلي: « في بعض الأحيان لا ندري من اشتق من الآخر اللاتينية أم البربرية فالتشابه في مجال المفردات حتى الأساسي منها إما اشتقاقا أو أنها وحدة مورثة عن المفردات العامة».

وحسب أحد المؤرخين **"Robert laffite"** أن **"اللغة اللاتينية العامة"** هي منطقة شمال

إفريقيا. [111] ص 25.

#### 3.1.2.5- الحضارة العربية الإسلامية (في التأثير):

والتي شهدت انتصارا قويا ابتداء من القرن السابع الميلادي وهي حضارة أحدثت تطورا وتغيرا في المجتمعات البربرية خاصة على المستوى الروحي - الديني وهو أحد العوامل التي رجحت اللغة العربية على اللغة البربرية والعامل الثاني يتمثل في الجانب العملي للغة.

#### 1.3.1.2.5- العامل الأول (الروحي - الرمزي):

فهو متعلق بالدين فالعربية هي لغة القرآن وبالتالي نفهم جيدا كيف أنها وفي مدة قصيرة من الزمن أصبحت اللغة الأولى المشتركة لكل سكان المنطقة. وهذا خاصة على المستوى الرسمي وفي الموثيق الرسمية وهذا لاختلاف سكان المغرب القديم (الأمازيغ) في خصائص عدة عن سكان المشرق العربي وهذا لأن ما يعطى لهذه اللغة (العربية) من تمثيل من طرف الأمازيغ هي القداسة.

#### 2.3.1.2.5- العامل الثاني أي الجانب العملي للغة العربية:

فنقول أنه وبحكم أن الأمازيغ كانوا يقطنون الجبال والتلال فإنهم ولأسباب نفعية عملية احتكوا مع القادمين من العرب المشاركة إلى المغرب القديم وكانوا قد وجدوا أنفسهم أمام واقع سياسي اقتصادي واجتماعي جديد وكانوا يجبرون على تقبل أحكام المتمدين العرب.

ويتميز مجال الاشتقاق من العربية وتأثيرها في اللغة الأمازيغية بما يلي:

- أن أغلب الأسماء المشتقة من العربية إلى البربرية تحتفظ بتركيبها الأصلية.

أن البربرية هي لغة اشتقاق وقولية شأنها شأن اللغات العامية السامية. [111] ص 26.

لقد تطرقنا إلى إعطاء لمحة عن تاريخ اللغة الأمازيغية في هذا المجتمع كونها تمثل لغة العديد من الأفراد في المجتمع الجزائري وكونها لغة من بين اللغات التي تميزهم فهي الأخرى لها تاريخها وسبب وجودها وبقائها إلى يومنا هذا، ولكن بالرغم من أن هذه اللغة مرت بالعديد من الحضارات وصولا إلى الجزائر كونها أقدم لغة إلا أنها ليست اللغة الرسمية الأولى للجزائريين ونظرا إلى أنها تمثل عنصر هام في دراستنا إلى جانب التعدد اللغوي الذي يعيشه المجتمع الجزائري نجد البربرية حالها حال اللغة العربية. أردنا بذلك معرفة تاريخ هذه اللغة في المجتمع.

#### 2.2.5- الحركة البربرية في المجتمع الجزائري.

إن ما يمكن استخلاصه من مواقف رجال الحركة الإصلاحية من تاريخ الأمازيغ أنهم لم يقصوا البعد الأمازيغي في تشكيل المجتمع الجزائري الحديث وتكوين شخصية فقد تحدثوا في مجملهم بدون عقد عن الأمازيغ ولغتهم وخصائصهم وآدابها بروح وطنية وباطمئنان خاصة وأن

تعاليم الدين الإسلامي لا تتعارض والتعددية اللغوية والحضارية وعليه جاء طرحهم للأمازيغية في إطار تكاملي مع العربية الإسلامية.

ويقول "محمد أرزقي فراد" وفي الوقت الذي كنا ننتظر تدعيم هذا الطرح الصحيح في عهد الاستقلال حدث العكس إذ تم إقصاء البعد الأمازيغي من الهوية الجزائرية بل وأخطر من ذلك أصبح في وقت ما مجرد التلفظ بكلمة أمازيغية جريمة يعاقب عليها القانون مما أدى ظهور حركة ثقافية أمازيغية تتأرجح مواقف أعضائها بين التطرف والاعتدال وعانى أتباعها من مضايقات السلطة السياسية التي زجت بالكثير منهم في السجن وبعد عدة سنوات عديدة من المعاناة والتضحية.

كانت مقاطعة مقاعد الدراسة سنة 1994 آخر حلقة منها اعترفت السلطة السياسية بالأمازيغية كأحد مقومات الشعب الجزائري وكان بإمكان الساسة تقادي كل هذه الصراعات بشيء من الحكمة التي كانت تقنضي انتهاج وتبني موقف رجال الإصلاح من الأمازيغية. [112] ص 26.

موقف "مولود قاسم نايت بلقاسم" من الأمازيغية يعتبرها مولود قاسم من الأعلام البارزة في الساحة الفكرية بفضل ثقافته الموسوعية وتحكمه في ناحية اللغات الأجنبية واقتربت شخصيته الفذة بالدعوة إلى الجمع بين الأصالة والمعاصرة وفي هذا الإطار تحدث كثيرا عن هوية الجزائر انيتها وأصالتها بكل مقوماتها الأمازيغية والإسلام والعربية فضلا عن بعدها العالمي.

وبعد أن أكمل مولود نايت بلقاسم الدراسة بمسقط رأسه (القبائل الصغرى) شد الرحال نحو المشرق العربي حيث درس الفلسفة وتعمق في دراسة الحضارات والتاريخ أثناء تواجده بألمانيا الغربية (سابقا) لمهمة سياسية كلفته بها قيادة الثورة التحريرية. وقد تأثر بالحضارة الألمانية أيما تأثر لاعتمادها على العلم والعمل والوطنية والبعد التاريخي.

ويقول في ذلك "محمد أرزقي فراد" أن أهم جانب ظل غامضا إلى حد ما في حياته يتمثل في موقفه من الأمازيغية (حضارة وتاريخ ولغة) فهو لم يتخذ موقفا حاسما إزاءها فرغم دعوته إلى الاعتزاز بالبعد الأمازيغي باعتباره مكونا من مكونات الشخصية الجزائرية فإنه لم يعلن موقفه من تدرسي الأمازيغية ومن جهة أخرى فإنه رغم تحمسه للغة العربية وسعيه الحثيث لتعريب المحيط. فإنه لم يعلن معارضته للأمازيغية وبناء على ما تقدم فإن موقفه الغامض هذا قد جعله يتبوأ ما يشبه "المنزلة بين المنزلتين" أي جعل موقفه يتوسط التأييد والمعارضة للأمازيغية. [112] ص 49.

ويقول إذا كان موقفه غاضبا إزاء اللغة الأمازيغية فإن موقفه من الحقبة التاريخية الأمازيغية واضح تمام الوضوح فهو يدعو بصريح العبارة إلى الاعتزاز بالبعد التاريخي الأمازيغي في شخصيتنا خلافا لكثير من المثقفين المعربين الذين تجرعوا على الدعوة إلى إقصاء البعد الأمازيغي. فقد أصدر مولود قاسم نايت بلقاسم العدد الأول من مجلة الأصالة يحمل في صفحته الأولى صورة الملك الأمازيغي الثائر **يوغرطا** وفي ذلك عبرة كبيرة ودلالة عميقة وإجابة صريحة لمن أنكر البعد الأمازيغي في تاريخنا وكان قبل ذلك قد نوه بهذا البعد التاريخي في محاضرة ألقاها في المؤتمر الرابع للتعرف على الفكر الإسلامي المنعقد في قسنطينة في شهر أوت 1970، وقد جاء فيها >> ... إن ما يزيد من شعوري بهذا الشرف أن ينعقد هذا الملتقى في هذه المدينة التي كانت العاصمة الثقافية في حقب مختلفة من تاريخنا الطويل، ويرمز الكفاح والمقاومة للبلاد كلها من عهود ماسينيسا ويوغرطة إلى أحمد باي وعبد الحميد بن باديس <<.

ومما تجدر الإشارة إليه أن مولود قاسم قد طرح البعدين الأمازيغي والإسلامي طرحا تكمليا أي لا يلغي أحدهما الآخر وعليه فهو يفرض الطرح الإقصائي للمتحمسين للأمازيغية إلى درجة الغلو وللمعارضين لها إلى درجة التتبع ما دامت الجزائر تتسع للأمازيغية والعربية معا: >> ... إذا كان لكل بلاد أن تعتنر بأصلها القديم. فلا بأس بهذا ما دام لا يمس بما أتى بالحضارة التي تجمع الذي أتى بالدين وبالأخلاق، الذي أتى بالثقافة التي تجمع هذه الأمم كلها... إلخ <<.

وهكذا نرى أن مولود نايت قاسم يتبنى الطرح الباديسي فيما يخص العلاقة بين الأمازيغية والعربية المبنية على أساس الرابطة الدينية الإسلامية. وتتجلى هذا الموقف الإيجابي من الأمازيغية في الكلمة الارتجالية التي ألقاها في الأكاديمية العسكرية بشرشال يوم 27 مارس 1973 جاء فيها >> ... يجب علينا إبراز حضارة أمجادنا هذه الحضارة القديمة، هذا التراث العظيم الذي كان لأسلافنا حتى العهد القديم حتى قبل روما <<.

ثم تحدث عن مآثر الأمازيغ خاصة في عهد الملك يوبا الثاني الذي يعود إليه الفضل في تأسيس أول جامع كاملة قبل اليونان وفي تأليف أول طائرة معارف وفي وضع أول خريطة للجزيرة العربية كما ذكر أن أول من دون القصة على لسان الحيوان هم الأمازيغ وعن الجزائر أخذها الشرق والغرب.

وبالنسبة لموقفه من اللغة الأمازيغية فإنه يصعب على الدارسين الفصل في هذه النقطة بسبب غياب نصوص صريحة والشفيع لنا في هذه الحالة هو بعض أفعاله المساعدة على تحديد معالم موقعه. [112] ص ص 49-51-52.

### 3.2.5- الأمازيغية في المجال الإعلامي.

يجب الإشارة في البدء هنا إلى أن الجزائر عرفت الصحافة المكتوبة منذ المراحل الأولى للتواجد الفرنسي بها. إلا أنه لم يسجل أي تواجد لأي صحيفة باللغة الأمازيغية منذ ما يزيد عن قرن تواجدها في الجزائر، وهذا لأن اللغتين الفرنسية والعربية الفصحى هما اللتان كانتا تصدر بهما الصحف الجزائرية آنذاك أضف إلى ذلك الطابع الشفوي للغة الأمازيغية لمدة طويلة لأسباب التي ذكرناه آنفا ونظرا للتهميش الذي عرفته اللغة نفسها.

عرفت الصحافة المكتوبة الجزائرية الناطقة بالأمازيغية ثلاثة مراحل : مرحلة العمل في الخفاء، مرحلة التحرر النصفي، مرحلة التحرر والوجود القانوني.

### 1.3.2.5- مرحلة العمل في الخفاء: (1967 و1980)

أغلب الصحف الصادرة في هذه الفترة كانت بصفة عابرة سواء تلك الصادرة في الجزائر أو فرنسا.

**1.1.3.2.5- جريدة Agraw Imazighen (تجمع البربريين):** وهي أول جريدة تصدر بحروف التفيناغ وقد طبعت في فرنسا عام 1967 من طرف الأكاديمية البربرية تحت إشراف "بسعود محند أعراب" أحد أعضاء جيش التحرير الوطني في المنفى وقد منع عام 1968 من طرف السلطات الفرنسية تحت ضغط السلطات الجزائرية.

**2.1.3.2.5- جريدة TaFsut (الربيع):** صدر منها 14 عددا في باريس عام 1973 ولقد أعيد بعثها عام 1980 في تيزي وزو. [111] ص 39.

**3.1.3.2.5- جريدة Taftilt (Le flambeau):** وهي جريدة مزدوجة اللغة بدأت بالصدور عام 1973 من طرف جماعة من الطلبة تحت إشراف مولود معمري نشر منه عدد واحد فقط عاودت الظهور عام 1990 من طرف الجمعية الثقافية imdyazen (الشعراء) باللغتين البربرية والفرنسية.

### 2.3.2.5- مرحلة التحرر النصفي: (1980-1989)

هي المرحلة ما بعد أحداث أفريل 1980 لم يكن يمنع إصدار نشرات أو دوريات ولا يتبع أصحابها قضائيا ولكن دائما لم يكن لها وجود قانوني وسحبها كان محدودا جدا.

**1.2.3.2.5- مجلة Awal (أوال: الكلمة):** جريدة لمولود معمري متخصصة في البربرية وتطبع بباريس منذ 1980 هي جريدة مزدوجة اللغة الفرنسية/البربرية.

**2.2.3.2.5 - مجلة Tilleli (الحرية):** صدر منها عددان في مدينة تيزي وزو عام 1980 طرف تجمع: الحركة الثقافية الأمازيغية بعد أحداث الربيع الأمازيغي مزدوجة اللغة فرنسية / بربرية.

**3.2.3.2.5 - مجلة Tafsut spécial (دراسات ونقاشات):** وهي مجال مفتوح على كل اللهجات البربرية المتواجدة على مستوى المغرب العربي كانت تطبع بباريس منذ 1983 مزدوجة اللغة فرنسية / بربرية. [111] ص 41.

### **3.3.2.5 - مرحلة التحرر والوجود القانوني:**

وهذا منذ صدور دستور 1989 وقانون الإعلام 1990 أين صدر عدد كبير من الجرائد والمجلات لأحزاب سياسية وحركات جمعوية ولقد كان نوعان من الجرائد:

**1.3.3.2.5 - الجرائد الأحادية اللغة:** ويتعلق الأمر بجريدتي Assalu (الهضبة) وهي لسان حال حزب التجمع من أجل الثقافة والديمقراطية RCD وجريدة Amaynut (الجديد).

**2.3.3.2.5 - جريدة Assalu (أسالو):** وحسب معنى الكلمة فإنه يعتبر وبالفعل أول جريدة ناطقة كلية بالأمازيغية (وبالتالي رائدة في الميدان). هدفها أولاً سياسي لأنها لسان حال جريدة حزب التجمع من أجل الثقافة والديمقراطية (RCD).

وثانياً ثقافي لأنها الجريدة التي تتحدث باسم المجموعة الاجتماعية (القبائل) المهمشة لمدة طويلة والتي كانت تحتاج بشدة إلى وسيلة تعبير كتابية وبالتالي هي تعبر عن الوضعية الصعبة التي ظهرت فيها الجريدة وصحفييها هم مناضلي الحزب (RCD) وهم متطوعين في عملهم هذا وأغلبهم لم يتلقوا تكويناً في الصحافة على مستوى الشكل، شهدت الجريدة تطورات فمن 08 صفحات في بدايتها إلى 20 صفحة. [111] ص 42.

### **4.2.5 - واقع اللغة الأمازيغية في الإذاعة.**

نجد الدكتور "إحدادن زهير" يقول: أنه لا يمكن التضحية بالحرية والديمقراطية من أجل اللغة خاصة إذا استطاع هذا الفرد أن يعبر عن الثوابت الوطنية باللغة الفرنسية وإنما لا ينبغي تشجيع التعبير باللغة الفرنسية، فاللغة العربية هي اللغة الوطنية لكن هناك عدة مناطق واسعة من الجزائر لا تعتبر اللغة العربية لغتها الأصلية وإنما لغتها الأمازيغية. وإذ فإنه من المصلحة الوطنية وحرية التعبير إيصال الإعلام إلى هذه المناطق بلغتها الأصلية فالتشجيع يجب أن يتوجه نحو التعبير باللغة الأمازيغية عبر وسائل الإعلام المعروفة ولهذا أعتقد أنه من الضروري ترقية

وتطوير القناة الثانية حتى يتسنى لها التكفل بجميع اللهجات الأمازيغية وفي الجزائر وذلك يدخل في إطار المصلحة الوطنية والديمقراطية وحرية التعبير.

ويرد على قول: "د.إحدادن زهير" "د.عزي عبد الرحمن" وذلك يطرح السؤال التالي: كيف يمكن إذن وفي إطار تشجيع الأمازيغية التعامل مع بعض وسائل الإعلام مع بعض وسائل الإعلام مثل القناة الإذاعية الثانية التي تبث بالقبائلية والتي أشترتم إليها؟ فيجيبه على ذلك "د.إحدادن زهير" في قوله: أعتقد أنه ينبغي توسع هذه القناة بجميع اللهجات البربرية كي تستعمل وهي الآن تذيع جزءا من النهار فقط في الوقت الذي يتعين أن تبث طول الوقت دون انقطاع لفسح المجال لكل الخصوصيات اللهجية التعبير عن ذاتها.

ويقول "د.إحدادن زهير" في اعتقاده أن هناك قمع إلى يومنا هذا لعدد كبير من الجزائريين من الناحية الإعلامية لأنهم باللغة العربية كما يتعين الواقع فتح المجال لإصدار الصحف باللغات المحلية وهذه من حتميات الديمقراطية وحرية التعبير. [113] ص ص 77-78.

تستمد قوة الإذاعة من طبيعة اللغة المستعملة وكذا بساطتها ونوعها حتى تتمكن من الوصول إلى جمهورها المستهدف وبما أن هذا الجمهور هو ذو فئات متباينة ونظرا لوجود فئة من بين هذه الفئات ناطقة بالأمازيغية وذلك بمختلف فروعها القبائلية والمزابية والشاوية والترفيه...إلخ.

فهي ترى أنه لا بد عليها أن تراعي طبيعة ونوعية هذه الفئة من حيث تلقيها للمعلومة كأبي فئة أخرى ناطقة مثلا باللغة العربية وكذلك نجد على مستوى الإذاعة الوطنية القناة الثانية التي تسعى إلى مخاطبة هذه الفئة بمختلف اللهجات الأمازيغية وبالتالي يمكن القول أن هناك إعلام يحاول أن يستجيب لكل متطلبات الجمهور المستمع لأنه كما سبق وأن ذكرنا. أن احترام عامل "اللغة" لدى الملتقى يعني ضمان وصول المعلومات له.

### 3.5- اللغة الفرنسية كإحدى عناصر تأثير - الإعلام الإذاعي -

#### 1.3.5- واقع اللغة الفرنسية أثناء الاحتلال.

شرعت فرنسا منذ السنوات الأولى من الاحتلال في محو الثقافة العربية والفرنسية قصد استكمال غزوها للبلاد وهذا روفيقو Rovigo يقول في عام 1843:

« إنني أنظر إلى نشر التعليم وتدرسي لغتنا بحسبانها الأداة الناجعة المثلى لبسط نفوذنا في هذا البلد...»

والمعجزة الحقيقية الواجب القيام بها تكمن في إحلال الفرنسية محل العربية تدريجيا والتي لا محالة أنها ستتنتشر في أوساط الأهالي لا سيما إذا تهافت الجيل الجديد على تعلمها في مدارسنا.»

وهكذا تتالت الإجراءات التمييزية المجحفة إزاء العربية وتدريسها، الأمر الذي ترتب عنه هدم المساجد والزوايا التي كانت تمثل البنية القاعدية للتعليم التقليدي الذي كان في نظر الجنرال دومة

"Doumas" أكثر انتشارا مما كان يعتقد إن صلاتنا بالأهالي المقاطعات الثلاث قد بينت أن معدل الأفراد من جنس الذكور الذين يحسنون القراءة والكتابة يساوي على الأقل المعدل الذي تذكره الإحصائيات حول حملاتنا بعد عشرين سنة من الاحتلال. يصف لنا لاباسي Lapasset نقلا عن إيفون توران Y.Turin هذا المشهد الدال على الوضع المزري الذي صار إليه هذا التعليم. [114] ص 28.

الذي انهارت هيكله البشرية والمادية قائلًا: «أحجم الرجال ذوو الكفاءات عن تقلد الوظائف التي لا تستجيب لآمالهم. كما أهملت الدراسات العليا لافتقارها لمنافذ الشغل وآلت المدارس إلى أناس أميين... وهكذا وعلى نحو من التكافؤ المحزن الذي يربط بين التخلي عن المدارس وعجز المعلمين تقهقر التعليم إلى هذا المستوى من الضعف الذي يندرج بزج الأهالي في دهاليز الجهل والتعصب».

هكذا إذن حظرت العربية في عقر دارها وخضع استعمالها لنوع من السرية وكان لا بد من انتظار مرسوم 1938 كي يقيض لها ثانية ولوج المدارس وإن بوصفها لغة أجنبية بعد قرن من مجيء المعمرين إلى البلاد فضلا عن هذا لا بد من الإشارة إلى كل المحاولات الناجحة والمجتهدة في سبيل ترقية ونشر وتدریس العربية الدارجة على حساب العربية الفصحى التي أصابها الاستهجان والمحصورة في الزوايا والكتاتيب الحضرية لمدة لا يستهان بها (التي تم فيها الحفاظ على بعضها بفضل كرم بعض العائلات الحضرية المشهورة بحسبها وجاها).

وبالموازاة مع محو الثقافة العربية كما أسلفنا عمد عمد المستعمر إلى فرنسا شرسة مسعورة تشهد على ذلك القرارات العديدة المتخذة من أجل فرض اللغة الفرنسية وتراوحت هذه القرارات بين النقل الممسوخ المشوه لأسماء الأعلام من العربية إلى الفرنسية (وهو الحق يقال جزء من المشروع القاضي بهدم المجتمع الجزائري في تنظيمه التقليدي السلب. [114] ص 29.

إن غزو الجزائر الأول قد تم بالسلاح وانتهى في 1871 بتجريد القبائل من السلاح، أما الغزو الثاني فقد تمثل في حمل الأهالي على قبول إدارتنا وعدالتنا أما الغزو الثالث فسيتم بواسطة المدرسة، يتعين على المدرسة بسط هيمنة لغتنا على اللغات المحلية المختلفة وتلقين المسلمين القيم التي نستضرمها عن فرنسا ودورها في العالم وإحلال المفاهيم الأولية الحقيقية للعلم الأوربي محل الجهل والأحكام المسبقة المتعصبة.

لقد وصف إيتوران وف، كولزناوم، حداب وغيرهم بأسهاب مراحل تدمير الأهالي ولا نحسب بأننا في حاجة إلى الوقف وعلى هذا الموضوع ثانية، غير أننا نود فقط الإلحاح على عملية المثاقفة Acculturatio والاندماج Assimilation التي تتطوي على هذه السيرورة رغم النواب التي صادفتها نظرا لمعارضة المعمرين وكذا موقف الجزائريين أنفسهم.

هكذا إذن قبل الجزائريون بإرسال أبنائهم إلى المدرسة بل طالبوا بالحق الإسلامي كما يقول "مصطفى الأشرف" من حيث هو من قبيل "حكم الضرورة" ذلك أنه بعد الانتقال الصعب والمضني الذي عرفه الشعب الجزائري المحروم من حقوقه الأساسية وأملاكه الوطنية وحرياته، استشعر الحاجة إلى

الثقافة أو على نحو أدق إلى التعليم وهذا يعني أن الشعب الذي عرف تقاليد ثقافية طويلة يشق عليه قبول الفراغ الفكري ويحس بأنه قادر من أجل الاستجابة إلى هذه الحاجة التي تبنى لغة أخرى على حساب لغته الخاصة التي حظرت عليه (بوصفها التعبير البيداغوجي والكتابي Livresque والشفوي). تحولت النظرة إذن إلى المدرسة بعد فصلها عن أوجه الاستعمار الآخر بوصفها ضرورة اجتماعية واقتصادية لقد قيض للجزائري آنذاك إدراك "المزايا التي يمكنهم جنيها من التمدن كي يتبوء المنزلة الاجتماعية اللائقة بهم في صلب النظام الاستعماري والانخراط في الوظيفة العمومي والأعمال الحرة والمهن الاقتصادية.

وأكثر من ذلك أدرك الجزائريون ضرورة حذف لغة المستعمر وتملكها وتمثل طريقة تفكيره كي يوفقوا في مجابهة النظام الاستعماري وظلمه وهذه الدواعي كلها اعتمدها جميع فصائل الحركة الوطنية بما فيها جمعية العلماء المسلمين بوصفها حججا. إذ كان لابد من الخروج من عالم الجهل والأمية اللذين كانا جل الشعب الجزائري قابعا فيهما.

غير أنه يجدر بنا أن نلاحظ بأن النتائج التي تم الحصول عليها كانت متواضعة جدا، وهذا بالنظر للوسائل والغايات التي كانت تنتشدها الفرنسية. فالمدرسة لم تمس سوى نسبة ضعيفة من السكان: 02% في 1888، 3.5% في 1902، 4.5% في 1912.

يمكن القول بأنه لم يكن في نية المستعمر تحرير المستعمرين حتى عن طريق لغة وثقافة المجتمع المستعمر. [114] ص ص 30-31.

لقد حاول المستعمر الفرنسي منذ احتلاله للمجتمع الجزائري أن يمحو هويته الوطنية والثقافية بإحلاله اللغة الفرنسية مكان اللغة العربية قصد خلق طبقات اجتماعية متعارضة في المصالح والاهتمامات والاتجاهات الفكرية والثقافية وتجعل منه مجتمع يجهل لغته الوطنية أو الرسمية باستيعابه وإدراكه للغة الفرنسية وذلك من خلال تعليمها في المدارس وبذلك عمدة إلى فرنسا شرسة وخطيرة وكان هدفها الأساسي أن يعم تعلم الفرنسية جميع الفئات سواء في الحياة الاجتماعية أو الحياة المهنية وخاصة في الأوساط الخاصة بالتعليم والتدريس.

إذ يمثل الاستعمار الفرنسي أحد الظروف التاريخية التي عرفت الجزائر والتي لم تعرف من خلالها الهيمنة فقط على الجانب الاقتصادي وإنما على كل ما يتعلق بالحياة الاجتماعية لهذا الشعب وهذا ما يفسر وجود فئة جماهيرية في أغلبها لا تحسن النطق باللغة العربية ولا حتى جزء منها للبعض منهم من تلقوا تعليم خلال هذه الفترة بحيث وجدوا أنفسهم كأفراد في وضعية اجتماعية فرضت عليهم وبقوة التعليم باللغة الفرنسية.

### 2.3.5- اللغة الفرنسية بعد الاستقلال.

على نحو مفارق أخذ استعمال الفرنسية يتعاظم بعد الاستقلال مما حدا ببعض إلى الحديث عن فرنسة ارتجاعية، Une francisation à rebours إن الجهود الجمة التي بذلتها الدولة الجزائرية

الفتية في مجال التمدرس تفسر دون شك انتشار اللغة الفرنسية بعد 1962 وكان لتسخير الجزائريين الحاملين للشهادات أو المعلمين (وكان جلهم تتقنوا بالفرنسية) والمتعاونين الأجانب (الفرنسيين خاصة) أثر واضح في قيام الازدواجية اللغوية إما بالقوة أو بالفعل في النظام التربوي والمجتمع بعامته.

فإلى غاية 1978 تاريخ تطبيق المدرسة الأساسية المعربة تماما كانت هذه الازدواجية ميسم النظام التربوي أي ثلث الأقسام كان باللغة العربية وحدها في حين أن الثلثين الباقين كان التعليم بهما بالعربية والفرنسية بالنسبة للمواد العلمية.

في طور الابتدائي اعتمدت الفرنسية منذ السنة الثالثة غير أن الأمر يعد كذلك اليوم. [114] ص

.42

وأبرز مثل هو "الشيخ عبد الحميد بن باديس" فإنه لكي يؤدي رسالته الإصلاحية الثقافية بصورة وافية لم يلبث أن انسلخ عن وسطه الاجتماعي وعاش في وسط أوسع محيطا وأغزر محتوى اجتماعيا وإنسانيا وهو المحيط الشعبي.

ومما ساهم في تكوين هذا الاتجاه الشعبي أيضا أن ضغط الاحتلال الفرنسي على الجزائر بلغ من الشدة والتوسع والإرهاق حدا لم يبلغه أي استعمال في أي بلد عربي آخر. بحيث لم يترك مجالاً من الاختيار أمام الإطارات المثقفة إما أن تندمج في تقاليد أجنبية تدين بالثقافة للثقافة، والعلم للعلم، والفن للفن، وإما أن يلقي بها على الهامش بعيدا عن الحياة الفكرية وقريبا من المحيط الشعبي المحروم من هذه الحياة الفكرية حرمانه من الحياة المادية فكان المثقف الجزائري على ندرته في عهد الاستعمار. مضطرا لأن يعيش معه إن لم يكن متطوعا لذلك، وهذا ما جعل الإنتاج الثقافي في الجزائر منذ الثلاثينيات إلى الستينيات ينطبع بطابع الروح الشعبية سواء منه ما كتب باللغة العربية الفصحى أو حتى باللغة الفرنسية؟

فكانت الإطارات الثقافية في الجزائر تتميز من ناحية بروح شعبية نسبية في اتجاهها وانتمائها الاجتماعي وتتميز من ناحية أخرى بالمستوى المتوسط من حيث تكوينها وإنتاجها الثقافيين وقبل أن ندخل في تفاصيل هذا الوضع يجب أن نشير إلى أن لنا فئتين من المثقفين فئة عربية وفئة فرنسية اللفة وقليل من ذوي الثقافة باللغتين وإذا كانت الفئة الثقافية قد ارتبطت بمجتمعها من حيث من حيث العاطفة والشعور ومحتوى الإنتاج، فإنها منقطعة عنه من حيث أداة التبليغ إلى المجتمع: "مولود فرعون" و"كاتب ياسين" و"مولود معمري" و"مالك حداد" يتحدثون في رواياتهم كلها عن الشعب وعن الطبقة الكادحة بصورة أخص. [115] ص ص 146-147. يصورون بؤسها وحرمانها وأميبتها ولكن هذه الطبقة بالذات لا تعرف شيئا مما كتبوا وبالتالي فهؤلاء الكتاب معروفون في الخارج أكثر مما هم معروفون في بلادهم.

كذلك يجب أن نشير هنا إلى المعركة التي قامت في وقت ما بين دعاة الفصحى ودعاة العامية أو إحياء بعض اللهجات الإقليمية كالفرعونية في مصر والفينيقية في لبنان والبربرية في الجزائر والمغرب.

ودراسات جادة عميقة الأثر تتناول مشكلة "اللغة" عندنا من الجهة الاجتماعية خاصة. ومرتبطة بضرب من الإيديولوجية الشعبية التي أشرت إليها في مطلع هذا الحديث وهو اتجاه متحرر من الديماغوجية الماركسية السطحية في بعض أواسطنا. هذا الاتجاه الشعبي القومي، كما يمكن أن نسميه يقول "عبد الله شريط" هو الذي أريد أن أعرضه هنا كمثال عن معالجتنا لمشكلة اللغة والمجتمع عندنا وأنا لا أدري إلى أي حد يتجاوب مع بقية البلاد العربية الأخرى وذلك نظرا لوضعية الجزائر الخاصة في هذا الموضوع.

وأحسن من يمثل هذا الاتجاه "الأستاذ مصطفى الأشرف" في دراسات قيمة نشرها في عدة مجلات عالمية مثل "إيسبري" و"الأزمنة الحديثة" وقدم البعض منها إلى مؤتمرات ثقافية عقدت عندنا. والجزائر حافظت طيلة عهد الاستعمار على لغتها المكتوبة التي تجمعها بالشعب العربي في كل مكان، كما حافظت على لهجتها المحلية التي تستعملها لأغراض علمية بحتة. وقد حافظت عليها بوسائل تعلم بسيطة أحيانا في الأرياف والقرى والمدن، في المساجد والمدارس والزوايا، وحتى في المناطق التي لا يتكلم أهلها أي لهجة من اللهجات العربية، بل يتكلمون بدلا من ذلك بلهجة بربرية ولكن لم يكتب لهذه اللغة يوما في عهد الاستعمار أن تعلم تعليما رسميا بل هي أزيحت من ميدان التعليم الرسمي منذ سنة 1830، كما أزيحت كل الثورات الوطنية الأخرى وأقيمت مقامها ثروات المحتل الأجنبي.

إن هذه العملية تولدت عن واقع هو واقع الاحتلال وهي يمكن أن تحل بأي بلد متطور كما تحل ببلد متخلف وبعبارة أخرى حتى لو افترضنا أن الاستعمار الفرنسي لم يمنع تعلم اللغة العربية في الجزائر فإن مصيرها لم يكن ليختلف كثيرا عن المصير الذي آلت إليه بالمنع. [115] ص ص 149-150.

ونتيجة للوضع الثقافي والاجتماعي والسياسي الذي ورثه المجتمع الجزائري عن عهد الاستعمار أدى ذلك إلى حدوث أو تشكل ظاهرة اجتماعية لغوية في نفس الوقت بين المتقنين باللغة العربية وفئة المتقنين باللغة الفرنسية، ولم يكن ذلك نتيجة إثراء وحوار متبادل والرغبة في تعلم لغة أجنبية كأى علم من العلوم الأخرى وإنما كان بسبب اصطدام وصراع بين اللغتين بغية أن تحل اللغة الفرنسية مكان اللغة العربية وإيعادا نهائيا هو هدف المستعمر الفرنسي. مما أدى إلى خلق نمطين لغويين إذ أصبح الفرد في المجتمع بفكر بنمطين مختلفين نمط لغوي فرنسي وآخر لغوي عربي في آن واحد وأصبحت بذلك لغة مهجنة تمتزج فيها الكلمات في مجتمع واحد لغته القومية هي العربية الفصحى.

### 3.3.5- البعد الاجتماعي للتعريب ودوره في المجال الإعلامي.

### 1.3.3.5- البعد الاجتماعي للتعريب:

لا أدل على ذلك من أن الاستعمار الفرنسي عندما أراد أن يذوب المجتمع الجزائري في المجتمع الفرنسي عمد إلى تغيير لسانه العربي الأساسي إلى اللسان الفرنسي ليتحول فكره وثقافته بطريقة عفوية إلى الثقافة الفرنسية ولو تم له ذلك لزال المجتمع الجزائري.(ككيان مستقل) إلى الأبد وتخلص إلى القول بأن الأصالة الثقافية لأي مجتمع لا تكون بلغته الوطنية، وبما أن الإبداع لا يتأتى للأفراد إلا باللغة الأساسية، فلا بد من جعل اللغة الوطنية هي اللغة الأساسية التي يدرج عليها لسان الناشئة، وذلك لا يتحقق في الجزائر إلا بعملية التعريب.

إن الوضع اللغوي الذي ساد الجزائر بعد الاستقلال قد خلق ثقافتين لا متجانستين تتنازعان الأولوية وتتصارعان من أجل البقاء وتهددان البناء الاجتماعي بالتصدع والتفكك على مختلف المستويات والفئات. فقد حدث الخلاف بين الآباء والأبناء والإخوة في الأسرة الواحدة وبين أهل الريف وأهل الحضر وبين الصغار والكبار والفئات المختلفة في المجتمع بحسب الاتجاه الذي ينتمي إليه كل فرد في الفئة وتعصب هذا الفرد إلى إحدى اللغتين في المجتمع الواحد. [106] ص 210.

وقد نبه إلى هذا الخطر رئيس الدولة بقوله: «إن أبنائنا يتحدثون اليوم باللغة العربية بحيث إن المشكل الذي قد يطرح إذ لم نعمل اليوم لتفاديه هو حدوث نوع من الخلل على المستوى العائلي بين الطفل الذي يحسن العربية وولي أمره الذي قد يعجز عن مجارته» ونخلص إلى القول بضرورة التخلص من هذا الوضع الثقافي الخطير وتفاذي أضراره الاجتماعية البعيدة الأثر... وذلك لا يتحقق إلا بعملية التعريب التي توحد لغة المجتمع وتحقق التجانس الثقافي بين أفرادها وتستعيد الوحدة الثقافية التي كانت سائدة في البلاد قبل الاحتلال الفرنسي الذي نتج عنه الوضع الجديد والخطير جدا على الوحدة الوطنية الثقافية والسياسية ونهاية المطاف.

لقد نتج عن بقاء اللغة الفرنسية كلغة أولى في الإدارة الجزائرية بعد الاستقلال ... تكوين طبقة اجتماعية تتمتع بجميع الامتيازات في الحصول على مختلف المناصب في المؤسسات الرسمية وتدافع عن مصالحها وامتيازاتها ضد اللغة العربية التي تنافسها في الأولوية والمكانة كلغة وطنية، وضد الغالبية من أفراد المجتمع الذين يطالبون باستعادة هذه اللغة لمكانتها الطبيعية والإدارة الجزائرية ... ولا يقضي على هذه الطبقة الناشئة في المجتمع الجزائري إلا تطبيق التعريب الكامل الذي يجعل اللغة الوطنية وحدها السائدة كلغة رسمية ولغة استعمال الإدارة وجميع المجالات الاجتماعية كما هو الشأن في كل البلدان الشقيقة. [106] ص 211.

من النتائج التي أسفر عنها وجود الاستعمار الفرنسي في الجزائر ارتفاع نسبة الأمية بين أفراد المجتمع الجزائري إلى 90% تقريبا غداة الاستقلال. وإذ بات محو الأمية أمرا ضروريا يتعين على الدولة القيام به للنهوض بالمستوى الاجتماعي والاقتصادي للبلاد. فلا بد لهذه العملية أن تتم باللغة العربية التي يتحدثها هؤلاء الأميون في بيئتهم الاجتماعية، ومن هنا تكون عملية محو الأمية مرتبطة

ارتباطا كليا بعملية التعريب لأن بقاء استعمال اللغة الفرنسية في المؤسسات الرسمية سيجعل هذه العملية عديمة الجدوى، حيث أن تعليم القراءة والكتابة ( الذي يكتسبه الأميون) باللغة العربية لن يجدوا له مجالاً للتطبيق والممارسة في الحياة العملية.

وكان السبب في فشل برامج محو الأمية باللغة الفرنسية راجعا إلى عزوف غالبية أفراد المجتمع عن تعلمها لاعتبارها رمزا للاستعمار الفرنسي الذي فرضها عليهم بالقوة طيلة عهد الاحتلال. وهكذا يتبين الترابط والتكامل بين محو الأمية وعملية التعريب ونكون بذلك يقول "أحمد بن نعمان" قد أتينا على أبرز وأهم جوانب البعد الاجتماعي لهذه العملية. [106] ص 213.

### 2.3.3.5- دور سياسة التعريب في المجال الإعلامي:

أما في المجال الإعلامي فإن الإذاعة الجزائرية أول وسيلة إعلامية تعرب وذلك خلال السنوات الأولى للاستقلال، حيث تم تقسيمها إلى القناة الأولى الناطقة باللغة العربية، والقناة الثانية الناطقة باللغة البربرية (الأمازيغية)، القناة الثالثة تذيع باللغة الفرنسية، في أغلب برامجها بالإضافة إلى لغات أجنبية أخرى كالإنجليزية والإسبانية وهكذا فإن اللغة الفرنسية في الإذاعة والتي كانت تحتكر الإذاعة الجزائرية تقلصت مكانتها بعد الاستقلال لصالح اللغة العربية.

كما تم تعريب نشرات الأخبار التلفزيونية بصفة جزئية إلى غاية 1987 تعريب كلي. كما تم إنشاء صحيفة الشعب بالعربية مقابل أربع يوميات بالفرنسية لتأتي مرحلة 1965-1978 وهي مرحلة وضع الأهداف والسياسات الوطنية من استرجاع السيادة الوطنية كاملة منها السياسة المنتهجة في المجال الثقافي والتي أضيفت إلى الثورتين الزراعية والصناعية كثورة ثقافية ولتحقيق هذه الأخيرة فإن الدولة الجزائرية وعلى رأسها الرئيس "هواري بومدين" ومسؤولية في مجالات التعليم الأخير وخاصة "أحمد طالب الإبراهيمي" وزير التربية ومجال الإعلام كان هاجسهم الأول هو وضع سياسة التقريب التي كانت هدفا سياسيا صريحا. كان الرئيس هواري بومدين يعتبر اللغة العربية هي عنوان الثقافة الوطنية ووسيلتها التي بدونها لا تتحقق الهوية الوطنية. [111] ص 30.

أما فيما يخص الإذاعة أوصت الندوة بما يلي:

- 1- القناة الأولى: قناة وطنية تهتم بالقضايا الوطنية والقومية والدولية وتبث البرامج الثقافية والفكرية والتربوية مع الاهتمام بالتيارات الثقافية والفكرية في العالم.
  - 2- القناة الثانية: قناة وطنية تعني بإحياء التراث الشعبي وحقله وتقديمه إلى الجماهير.
  - 3- القناة الثالثة: قناة دولية موجهة إلى الخارج تبث برامجها بعدة لغات أجنبية.
- لتأتي مرحلة 1977-1978 توقفت فيها (نوعا ما) مسيرة التعريب لعوامل عدة منها المشاكل التي عرقلت المعربين في سوق العمل بالإضافة إلى فشل اللجنة الوطنية للتعريب في تحقيق مهامها مما أدى إلى حلها وأيضا كون "مصطفى الأشرف" وزيرا للتربية. [111] ص 30.

من خلال ما رأيناه في هذا المطلب يمكن القول أن المستعمر الفرنسي حرص على مهاجمته للأساس الفكري والاجتماعي للمجتمع الجزائري فعمل على حزب اللغة العربية من أجل تهميش الأجيال المتواصلة وقد نجحت تلك السياسة بدرجات متفاوتة في القضاء على لغتنا وإعطاء السيادة للغتهم. صحيح أن هذا المجتمع انتصر على الاستعمار الفرنسي وهو يعيش في فترة ما بعد الاستقلال ولكن هل حقيقة كان يمثل انتصارا في التفكير والثقافة واللغة؟ وهو السؤال الذي يطرح نفسه خلال هذه الفترة .

صحيح أنه من واجبا أن نتعلم اللغة الفرنسية كأى علم من العلوم التي ننتفع بها ولكن ليس أن نبعد عن أذهاننا وتفكيرنا لغتنا الرسمية ونضع محلها لغة أجنبية كأن هذا المجتمع كان في عهد الثورة يقاوم كل ما هو فرنسي عبثا بدون أية غاية لديه.

ولهذا انتهجت سياسة التعريب وذلك من أجل جعل السيادة للغة العربية قبل الثورة لمحاربة فرنسا وأيضا كان لسبب ظهور الحركة البربرية.

أكرر وأقول أن هذا لا يعني أننا نحارب تعلم اللغة الفرنسية في بلدنا لأنها لغة علم وتقدم فهي ضرورة لا بد منها كما لا ننسى أهمية اللغة العربية التي هي الأصل وبالتالي يجب أن نعطي لكل منها حقه ومكانته في المجال التعليمي.

وقد امتدت سياسة التعريب إلى المجال الإعلامي وكانت الإذاعة أول وسيلة إعلامية عرفت ذلك خلال السنوات الأولى للاستقلال.

#### 4.3.5- واقع اللغة الفرنسية في الإذاعة.

عن اللغة الفرنسية في الإذاعة نجد "ابن عمار الصغير" يقول أن المشكل غير مطروح بالنسبة للهجات المختلفة كي تعبر عن نفسها سواء بواسطة الإذاعة أو بواسطة وسائل الإعلام الأخرى مادامت الثوابت الوطنية واحدة وتتمثل في الوحدة الوطنية ويرى أن المشكل الأساسي يتمثل في تشجيع وسائل إعلامية كالإذاعة باللغة الفرنسية في مجتمع ينتمي إلى الوطن العربي وإلى الإسلام.

ولا يوجد هناك دولة تشجع صحفا بلغة غير لغتها على سبيل المثال : فرنسا قد سمحت بإصدار صحف باللغة الإنجليزية ولكن على حساب أصحابها وهي لا تشجع هذه الصحافة لأن ذلك ينافس لغتها ويزعجها.

وقد صرح وزير الثقافة الفرنسي في مكسيكو بأنه يتخوف كثيرا من تسلط اللغة الإنجليزية على اللغات الأوروبية الأخرى مثل : الإسبانية والألمانية والفرنسية... الخ. التي لها مجال جغرافي واسع في العالم.

فأحرى وأولى بنا أن نقول بأن الدولة ينبغي أن تشجع الإنتاج باللغة العربية وهذا واجبها ودورها، أما أن تشجع الإنتاج باللغة الأجنبية فهذا غير طبيعي تماما، إن الأجيال الصاعدة تمثل أكثر من 65 % من المجتمع تقرأ الآن بالعربية وعلى الإعلام أن يتجاوب مع ذلك [113] ص 79.

من خلال هذا الفصل قد توصلنا إلى أن المجتمع الجزائري يعيش حقا ظاهرة التنوع والتعدد اللغوي الذي يشكل ثلاثية لغوية كانت لأسباب حضارية وتاريخية وتأثيرها أصبحت جزءا من الأصل ومن الماضي الذي ينسج خيوط الحاضر.

وكل لغة تحمل رموز مميزة تؤدي وظيفة اجتماعية أساسية وهي عملية التفاعل بين الأفراد داخل المجتمع وقد امتدت هذه الظاهرة إلى المجال الإعلامي ولإسبما الإذاعة كونها تمثل الخصوصية اللغوية التي تميز فئات جمهورها المستهدف إذ أصبحت هذه الثلاثية اللغوية قناة للاتصال والتواصل الاجتماعي بين الأفراد في المجتمع.

## فصل 6

### الإطار الميداني للدراسة

#### 1.6- مجالات الدراسة:

##### 1.1.6- المجال المكاني:

تمت هذه الدراسة بمدينة مليانة وهي مدينة مبنية على هضبة يعلوها جبل يسمى بجبل زكار، سميت مليانة نسبة للملكة الرومانية "ماليانا" التي كانت تحكم البلاد قبل الميلاد وعند قدوم العرب غيروا الاسم من "ماليانا" إلى مليانة.

مليانة: بالكسر ثم السكون وياء تحتها نقطتان خفيفتان وبعد الألف نون مدينة في الآخر إفريقية بينها وبين تنس أربعة أيام وهي مدينة رومية قديمة.

مدينة مليانة التي نسبت إليها مدينة خميس في العهد الاستعماري وليس العكس وذلك بسبب السوق الذي كان يلتئم أسبوعيا يوم الخميس في مدينة مليانة.

أسسها التركي "كابارا" وسماها "زوكابار" جدها زيري بن مناد وأسكنها ابنه بلكين وهي مدينة في أحواز أشير من أرض المغرب بين تنس والمسيلة وبقرب نهر شلف، تقع في أحضان جبل زكار المطل عليها ومياه المدينة تتدفق من سفحه وهو جبل لا يزال أخضر صيفا وشتاء وأعلى الجبل مسطح يزرع، كما تبعد مدينة مليانة ب 119 كيلومتر غرب العاصمة الجزائرية توجد بها آثار الأمير عبد القادر.

#### - أهم ما يميز مدينة مليانة:

مشهورة بالحسن وطيبة أهلها .

مدينة آهلة لها آبار عذبة وسوق جامعة.

بقرب المدينة حمامات لا يوقد عليها ولا يستقى ماؤها بنيت على عين حارة عذبة الماء.

بقعتها كريمة ومزارعها خصبة ولها أرحاء على نهرها.

تتميز بكثرة الأشجار وتدفق المياه.

كثيرة الخيرات وافرة الغلات.

وما أروع مدينة مليانة بالتقاء شوارعها في مسقط نتصدره ساعة فخمة بجمالها.

#### -أهم الحضارات التي مرت عليها:

الفينيقيون .

الرومان .

الأندلس .

الحضارة العثمانية.

### -مدينة مليانة بلد العلم والمعرفة:

مشهرة بمكتبتها المعروفة بثرائها بالكتب، مكتبة تخدم جميع المستويات ولا سيما المستوى المتوسط والثانوي والجامعي بكل تخصصاته.

حيث تم التعريف بهذه المدينة في الكتب التالية: معجم البلدان، آثار البلاد والأخبار، الروض المعطار في الخبر.

### 2.1.6- المجال البشري:

تمت هذه الدراسة على أفراد من الجمهور المستمع للاذاعة الجزائرية وتتكون عينة البحث من 107 مبحوث موزعين على المستويات التالية:

- مستوى ابتدائي: 09 مبحوثين.
- مستوى متوسط: 34 مبحوث.
- مستوى ثانوي: 24 مبحوث.
- مستوى جامعي: 22 مبحوث.
- دراسات عليا: 07 مبحوثين.
- بدون تعليم: 11 مبحوث.

### 3.1.6- المجال الزمني:

أول مرحله في دراستنا كانت في نهاية السنة الجامعية 2011 وبداية السنة الجامعية 2012 ، في البداية قمنا بقراءات استطلاعية عديدة لكل ما يمد بصلة لموضوع الدراسة وجمع المراجع التي تخدم خطة البحث من كتب ومجلات.....، بعد هذه المرحلة قمنا بتحرير الإشكالية والفرضيات والفصول النظرية، في نفس الوقت قمنا بتحديد أسئلة الاستمارة ثم جاءت مرحلة الانطلاق في عملية توزيع الاستمارات وذلك بداية من 21 فيفري 2012 واستمرت فترة التوزيع والاسترجاع في نفس الوقت إلى غاية 08 مارس، وكان ذلك بشكل مستمر يوميا، بعد هذا أنت مرحلة تفريغ الاستمارات وبناء الجداول الإحصائية البسيطة والمركبة وتحليل نتائج الفرضيات حيث تم إتمام الجانبي النظري والميداني في نفس اليوم والشهر (30أفريل 2012).

### 2.6- المناهج والتقنيات المتبعة في الدراسة:

#### 1.2.6- المنهج المتبع في هذه الدراسة:

من المسلمات المنهجية أن طبيعة الموضوع المدروس هي التي تحدد منهجيته ووصولاً إلى ما ينبغي الالتزام بالخطة الموضوعية للبحث. كما أن موضوع الدراسة هو الذي يحدد نوع المناهج المتبعة. حيث أن هذه الدراسة تسعى إلى وصف وتحليل وتفسير أهم العوامل التي أدت بالمذيع إلى

مخاطبة جمهوره المستمع بالثلاثية اللغوية ومعرفة إذا كانت هذه الحقيقة الواقعية الرائجة في الواقع اللغوي الجزائري قد أثرت في تفاعل الجمهور مع رسالة الإعلام الإذاعي.

وبما أن المنهج العلمي يعتبر الدعامة الأساسية لكل البحوث العلمية يمكن تعريف " المنهج " كما عرفه "موريس أنجر" ص على أنه مجموع الإجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة من أجل الوصول إلى نتيجة. أما " محمد زيان عمر " فعرفه فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة" [117] ص ص 282-283.

أو أنه البرنامج الذي يحدد لنا السبيل للوصول إلى الحقيقة أو أنه الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم [118] ص 103.

وموضوع دراستنا هذه " الإعلام الإذاعي وواقع الثلاثية اللغوية كقناة للإتصال والتواصل الإجتماعي "

يتماشى مع المنهج التالي:

#### 1.1.2.6- المنهج الوصفي التحليلي:

يعتبر هذا المنهج طريقة من طرق التحليل والتفسير بشكل علمي منظم من أجل الوصول إلى أغراض محددة لوضعية إجتماعية أو مشكلة إجتماعية أو سكان معينين ومن أهدافه ما يلي:

-تحديد المشاكل الموجودة أو توضح بعض الظواهر.

-إيجاد العلاقة بين الظواهر المختلفة [119] ص ص 139-140.

ولقد إتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وفقا أو نظرا لعدة إعتبرات هي:

-يقوم هذا المنهج على عدة أسس منها الإستعانة بتقنيات جمع البيانات كالإستماراة بالإضافة إلى

ذلك يعمل على وصف الظاهرة كميا وكيفيا ودراسة أسبابها.

-كشفت ووصف أهم العوامل السوسولوجية التي دفعت بالمذيع إلى بناء رسالته الإعلامية

بالثلاثية اللغوية وأثر هذه الأخيرة في تفاعل الجمهور المستمع مع هذه الرسالة.

-وكتدعيم للمنهج الوصفي التحليلي بإعتبراره المنهج الرئيسي قمنا بتوظيف المنهج الإحصائي

كمنهج مكمل له

#### 2.1.2.6- المنهج الإحصائي:

يؤدي إستخدام المناهج الإحصائية بشكل عام إلى إمكانية التدقيق المشددة ففي مؤلفه الإنتحار

حلل " دوركايم" المعطيات الإحصائية التي يوفرها له الإحصاء لكي يعطي البرهان على القوانين التي

تشمل علوم الطبيعة فقد أعطى أهمية قصوى للمعطيات الإحصائية في ظاهرة الإنتحار والتي أبرز من

خلالها " دوركايم" تناسقا وإنسجاما بين متغيرات [120] ص 70.

والهدف من استخدام هذا المنهج هو الكشف عن العلاقة الموجودة بين المتغيرات لاختبار فرضيات الدراسة، وذلك حتى تكون لها صيغة علمية ويتم هذا باستخدام النسب المئوية الموجودة في الجداول البسيطة والمركبة وذلك للحصول على معلومات إحصائية كمية ثم تحليلها وتفسيرها بصفة كمية من أجل الوصول إلى نتائج مقبولة وتعبر عن الواقع الاجتماعي.

### 2.2.6- التقنيات المتبعة في الدراسة:

إستخدمنا في هذا الموضوع مجموعة من الأدوات لجمع المادة العالمية وهي المقابلة والإستمارة . وتعتبر هذه الأدوات الأكثر شيوعا وأهمية من حيث مساعدتنا على التحكم في ظروف إجراء البحث.

### 1.2.2.6- الإستمارة: questionnaire

بعد إختيارنا لعينة البحث كان لا بد من توزيع الاستمارات للتمكن من الحصول على المعلومات حيث يمكن تعريف الإستمارة " على أنها الأداة الأساسية لعملية الاستبيان وهي المحطة التي تلي تحديد وإختيار العينة وإن تصميم الاستمارة مسألة بمنتهى الأهمية. فعليها يتوقف تجميع المعطيات والمعلومات والوقائع" [121] ص 63

وبما أن الإستمارة تعتبر وسيلة إتصال بين الباحث والمبجوثين فقد شملت الإستمارة الخاصة بموضوعنا على 30 سؤالاً وكان نوع الأسئلة أسئلة مغلقة قصد جمع معطيات محددة وإحتوت أيضا على أسئلة مركبة لترك المجال للمبجوثين من أجل التعبير عن أجوبتهم دون الخروج عن الموضوع ولقد نصت الإستمارة على وجود بيانات عامة شخصية خاصة بالمبجوثين في البداية وثلاثة محاور وهي كالتالي:

-المحور الأول: خاص بالمادة الإعلامية وعلاقته بنوع اللغة المستعملة

-المحور الثاني: خاص بتوجيه المذيع رسالته بالفصحى وإنتقاء الجمهور للمضامين الإذاعية.

-المحور الثالث: خاص بالثلاثية اللغوية ومدى علاقتها بإستقطاب الجمهور

### 2.2.2.6- المقابلة: entrevue de groupe

تعتبر المقابلة أداة من أدوات جمع البيانات والمعلومات في العديد من المناهج العلمية وخاصة المنهج الوصفي [122] ص 91

وللمقابلة مجموعة من المزايا وبعض العيوب في نفس الوقت فمن مزاياها إمكانية الحصول على كم كبير من المعلومات فضلا عن حصول الباحث على معلومات أكثر دقة مما قد يحصل عليه لو إستخدم طرقا أخرى، ومن عيوبها تتعلق بصعوبة التعميم [123] ص ص 174-175.

ولقد استخدمنا المقابلة لإثراء بحثنا بجملة من المعطيات والمعلومات حيث أجرينا مقابلات مع ستة منشطين في كل من إذاعة البهجة والإذاعة الوطنية (القناة الأولى الناطقة باللغة العربية، القناة الثانية الناطقة بالامازيغية، القناة الثالثة الناطقة باللغة الفرنسية)، وقد كانوا جميعهم صحفيون دائمون من

حيث الوضعية السوسيو مهنية داخل المؤسسة الإذاعية ومن مختلف التخصصات الجامعية، وتم ذلك ابتداء من 11 أبريل 2012، ومن خلال مقابلتنا لهم والحوار معهم تمكنا من التعرف على الأسباب الرئيسية التي كان لها دور مباشر في التعامل بالثلاثية اللغوية أثناء العملية الاتصالية.

وهذه المقابلة هي تدميمية لأن التقنية الأساسية في بحثنا هي الإستمارة والهدف من إجراء المقابلة هو جمع المعلومات والمعطيات التي تساعدنا في فهم موضوع بحثنا أكثر والمساهمة في توضيح وتأكيد الفرضيات وإستخلاص النتائج العامة للدراسة

### 3.6- تحديد عينة الدراسة

تعتبر مرحلة تحديد العينة من أهم خطوات البحث في العلوم الإجتماعية. وهي تتطلب من الباحث دقة بالغة حيث يتوقف عليها إجراء البحث للوصول إلى المعلومات والحقائق التي تفي بالغرض النهائي للدراسة. إضافة إلى أنها تمهد للتحقيق الميداني وتسهل تطبيق الدراسة. وبالتالي يمكن تعريف " العينة " كالتالي:

" هي عبارة عن مجموعة فرعية من عناصر مجتمع بحث معين وهناك عوامل مختلفة لا بد من أخذها بعين الإعتبار لتحديد حجم العينة حسب نوع المعاينة"

وتختلف طريقة اختيار العينة باختلاف البحث وتبعاً لطبيعة الموضوع المراد دراسته وعليه تم إختيار عينة دراستنا من بين أفراد مجتمع البحث ومن خلال هذا لجأنا إلى فرز العينة بواسطة

#### 1.3.6- العينة العرضية:

وهي عينة غير احتمالية تواجه صعوبات أقل أثناء انتقاء العناصر، ويتم سحبها من مجتمع البحث حسب ما يليق بالباحث، ويبقى أن نأمل أن المعاينة العرضية لا تتضمن أخطاء كثيرة لكن يبقى هذا مجرد أمنية فقط، إن اللجوء إلى مثل هذا الصنف من المعاينة يتم عندما لا يكون أمامنا أي إختيار، وقد لعبت الصدفة دوراً مهماً في إختيار أفراد العينة.

#### 2.3.6- بالنسبة لحساب العينة:

في موضوع بحثنا هذا المتمثل في الإعلام الإذاعي والثلاثية اللغوية يتعذر علينا حساب هذه العينة نظراً لصعوبة تحديد الحجم الأصلي لمجتمع البحث.

#### 4.6- عرض وتحليل جداول البيانات العامة:

**جدول رقم (1):** توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجنس	ك	ك %
ذكر	58	54.20
أنثى	49	45.80
المجموع	107	100

**التحليل:**

نلاحظ من خلال الجدول أن مجتمع العينة يطغى عليه الطابع الذكوري وذلك بنسبة 54.20% مقابل 45.80% بالنسبة لفئة الإناث.

- تبين من خلال الجدول ارتفاع نسبة الذكور على نسبة الإناث ولقد كان ذلك اعتمادا على من التقيناهم خلال فترة توزيع الاستثمارات في طريقنا بضواحي منطقة مليانة.

**جدول رقم (2):** يمثل توزيع أفراد العينة حسب السن

السن	ك	%
11 - 20	26	24.29
21 - 30	48	44.89
31 - 40	20	18.69
41 - 50	10	09.34
51 فما فوق	03	2.79
المجموع	107	100

نلاحظ من خلال الجدول أن (الاتجاه العام) يتمثل في نسبة 44.89% كأعلى نسبة من المستمعين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 21-30 تليها نسبة 24.29% من المستمعين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 11-20 سنة لتليها نسبة 18.69% من المستمعين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 31-40 سنة ثم تليها نسبة 9.34% من المستمعين الذين تتراوح أعمارهم 41-50 سنة في حين نجد أضعف نسبة للمستمعين الذين تزيد أعمارهم عن 51 سنة و تمثلت ب 2.79% .

تبين مما سبق أن معظم أفراد العينة يتميزون بفئة شابة و الذين تتراوح أعمارهم من 11-40 سنة بما يعادل 94 فرد من المبحوثين (107) فرد و تواجد هذه الفئة بنسبة كبيرة يؤكد أنها تمثل فئة المستمعين الذين لهم دور كبير في متابعة برامج الإذاعة الجزائرية ومدى تعرض هذه الفئة لها و يتضح من ذلك أن الإذاعة الجزائرية تأخذ بعين الاعتبار دور هذه الفئة في العملية الاتصالية و هي

ترى أنها تمثل قمة العطاء في عملية التواصل و التفاعل الاجتماعي و بذلك هي تحاول من خلال برامجها أن تصنع من هذه الفئة جمهورها المستهدف في المجتمع .

-بالمقابل نجد قلة فئة المستمعين الكبار الذين تتراوح أعمارهم ما بين 41- 50 سنة و التي تضعف بالنسبة لفئة المستمعين الذين تتراوح أعمارهم من 51 فما فوق سنة و هذا راجع إلى قلة إهتمام و إستماع هذه الفئات لبرامج الإذاعة الجزائرية.

**الجدول رقم(3):** يمثل توزيع الأفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي:

المستوى التعليمي	ك	ك%
إبتدائي	09	8.48
متوسط	34	31.70
ثانوي	24	22.42
جامعي	22	20.58
دراسات عليا	07	6.54
بدون تعليم	11	10.28
المجموع	107	100

### التحليل:

نلاحظ من خلال الجدول أن (الإتجاه العام)يتمثل في نسبة 31.70% من أفراد العينة الذين يملكون مستوى تعليمي متوسط تليها نسبة 22.42 % من أفراد العينة الذين يملكون مستوى تعليمي ثانوي ثم تليها نسبة 20.58% من أفراد العينة الذين يملكون مستوى تعليمي جامعي تليها نسبة 10.28% من أفراد العينة الذين يملكون مستوى تعليمي تليها نسبة 8.48% من أفراد العينة الذين يملكون مستوى تعليمي إبتدائي في حين نجد نسبة 6.54% من أفراد العينة الذين يملكون مستوى تعليمي في الدراسات العليا .

-تبين أن أغلب المستمعين للإذاعة الجزائرية لديهم مستوى تعليمي متوسط ثم نجد فئة المستمعين الذين لديهم مستوى تعليمي ثانوي و جامعي لتأتي بعدها فئة المستمعين الذين لم يتلقوا لا تعليم ثم نجد فئة المستمعين الذين لديهم مستوى تعليمي إبتدائي في حين نجد فئة المستمعين الذين لديهم مستوى تعليمي في الدراسات العليا.

- و يتبين أن هناك تقارب بين المستويات التعليمية التالية المتوسط و الثانوي و الجامعي ثم تقارب بين الفئة المستمعين الذين لا يملكون مستوى تعليمي و الذين لديهم مستوى تعليمي إبتدائي كما لا تقل عنهم بكثير فئة المستمعين الذين لديهم مستوى تعليمي خاص بالدراسات العليا وهذا يدل و يؤكد أن

الإذاعة الجزائرية لا تعتمد في بناء رسالتها الإذاعية على التعقيد بقدر ما هي تسعى الى التبسيط و التوضيح وذلك بمراعاتها لكل فئات الجمهورية بمختلف مستوياتهم المتعلمين منهم و غير المتعلمين و هي تعتبر كذلك معيارها الأساسي و ركيزتها التي تجعل من خلالها خدمة المجتمع وظيفتها الأساسية من خلال مرافقتها لكل جديد في حياته الإجتماعية و بالتالي يرجع ذلك الى طبيعة و بساطة محتوى مضامينها الإعلامية و التي لا يتطلب مستوى تعليمي عالي للإستماع مما يفسر الى حد بعيد تباين السلوك لدى المستعلمين من خلال تباين المعرفة المكتسبة لديهم على أساس المستوى التعليمي.

**الجدول رقم (4):** يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير لغة التكوين الدراسي.

لغة التكوين الدراسي	ك	ك%
عربية	37	38.59
فرنسية	09	9.30
الإثنان معا	47	48.99
إنجليزية	03	3.12
المجموع	96	100

**ملاحظة هامة:** بما أنه لدينا 11 مبحوث بدون تعليم تحصلنا في هذا السؤال الذي يخص لغة التكوين الدراسي على 96 إجابية من بين 107 مبحوث.

**التحليل:** نلاحظ من خلال الجدول أن (الإتجاه العام) يتمثل في نسبة 48.99% من أفراد العينة الذين تلقوا تكوين دراسي بكل من اللغتين العربية و الفرنسية معا تليها نسبة 38.59% من أفراد العينة الذين تلقوا تكوين دراسي باللغة العربية لتليها نسبة 9.30% من أفراد العينة الذين تلقوا تكوين دراسي باللغة الفرنسية في حين نجد نسبة 3.12% من أفراد العينة الذين تلقوا تكوين دراسي باللغة الإنجليزية.

- يتبين من خلال القراءة الإحصائية للجدول أن أغلب المستمعين تلقوا تكوين دراسي باللغتين العربية و الفرنسية معا ثم تأتي بعدها فئة المستمعين الذين تلقوا تكوين باللغة العربية ثم نجد فئة المستمعين الذين تلقوا تكوين دراسي باللغة الفرنسية في حين نجد فئة المستمعين الذين تلقوا تكوين دراسي باللغة الإنجليزية وذلك من خلال مشوارهم الدراسي.

- يتبين مما سبق أن الجمهور المستمع للإذاعة الجزائرية هو جمهور متنوع و متباين أيضا من حيث لغة التكوين الدراسي يخضع أفراده لفر وقات طبقية و معرفية تمثل جماعات ليست كلا متماثلا و هي تختلف باختلاف المعايير الثقافية و الاجتماعية.

**الجدول رقم(5):**يمثل أفراد العينة الذين يمارسون مهنة م أم لا من حيث العدد و النسبة:

التكرارات الإجابة	ك	ك%
نعم	51	47.80
لا	56	52.20
المجموع	107	100

**التحليل:**

نلاحظ من خلال الجدول أن (الإتجاه العام)يتمثل في نسبة 52.20% كأعلى نسبة من أفراد العينة الذين لا يمارسون أي مهنة تليها نسبة 47.80% من أفراد العينة الذين يمارسون مهن مختلفة .  
- يتبين من خلال القراءة الإحصائية للجدول أن أغلب المستمعين للإذاعة الجزائرية لا يمارسون أي مهنة ويرجع ذلك حسب تصريحات المبحوثين إلى انشغال البعض منهم بالدراسة و البعض و الآخر منهم لم يجدو عمل ثم تأتي بعدها فئة المستمعين الذين يمارسون مهن وهي تختلف حسب تصريحات منهم من يمارسون ( مهنة التعليم بالإضافة إلى موظفين في الإدارة و في المكتبات و أيضا العاملين في التجارة و الخياطة وهنا من يمارسون مهنة الطب والترجمة....).

- مما سبق نستنتج أن الجمهور المستمع للإذاعة الجزائري و هو جمهور عريض و متنوع متلقي و متفاعل في مجتمعه كما أن جمهورها الإذاعي لا يقتصر على من لا يمارسون مهنة ما في حيلتهم الاجتماعية وإنما حتى الذين يقضون أوقاتهم في العمل يفضلون الاستماع لبرامج الإذاعة.

**الجدول رقم(6):**يمثل توزيع أفراد العينة حسب نوع الراديو المفضل لديهم.

التكرارات الإجابة	ك	ك%
راديو البيت	29	27.10%
راديو السيارة	20	18.70
راديو الهاتف النقال	49	45.79
الثلاثة معا	09	08.41
المجموع	107	100

**التحليل:**

نلاحظ من خلال الجدول أن "الاتجاه العام" يتمثل في نسبة 45.79% من أفراد العينة الذين يفضلون الاستماع للإذاعة من خلال الهاتف النقال، تليها نسبة 27.10% من أفراد العينة الذين يفضلون الاستماع للإذاعة من خلال داريو البيت، تليها نسبة 18.70% من أفراد العينة الذين يفضلون الاستماع للإذاعة من خلال راديو السيارة، في حين نجد نسبة 8.41% من أفراد العينة الذين يفضلون الاستماع من خلال راديو البيت والسيارة والهاتف النقال معا.

- يتبين من خلال القراءة الإحصائية للجدول أن أغلب المستمعين للإذاعة الجزائرية يفضلون الاستماع من خلال أو عبر الهاتف النقال ثم نجد المستمعين الذين يفضلون الاستماع من خلال راديو البيت وهناك من يفضلون راديو السيارة في حين نجد بعض المستمعين يفضلون الاستماع من خلال الأنواع الثلاثة معا.

- ويتبين من خلال التصريحات التي أدلى بها المبحوثين أن تفضيلهم لراديو الهاتف النقال يرجع إلى كون هذا الأخير بإمكانه أن يرافقهم في أي مكان سواء كان في أوقات الدراسة أو أثناء أدائهم لأعمالهم وهم يعتبرون أن الإذاعة وسيلة اتصال جد متميزة بين المذيع والمستمع، حتى بإمكانها أن ترافقهم أثناء القيام بالأعمال المنزلية وأثناء قيادتهم للسيارة ويعتبرونها جهاز لا يتطلب تكلفة كما بإمكانها أن تأخذ بالمستمع بعيدا عن العزلة فالبعض من المستمعين يفضلون الاستماع للإذاعة من داخل البيت وخارجه وهم لا يجدون عائقا في ذلك نظرا لتقل هذه الوسيلة التي أصبحت في متناول الجميع.

- مما سبق نستنتج أن التنوع الحاصل في جهاز الإعلام الإذاعي وتكلفته البسيطة تجعل من الرسالة الإذاعية تنتشر على نطاق واسع لتمس كافة الأفراد داخل المجتمع دون أدنى تمييز.

**الجدول رقم (7):** يمثل توزيع أفراد العينة حسب نوع القناة الإذاعية التي يفضلون الاستماع إليها.

التكرارات	ك	ك%
الاجابة		
القناة الأولى	20	18.70
القناة الثانية	03	02.80
القناة الثالثة	07	06.55
إذاعة القرآن	15	14.01
الإذاعة الثقافية	13	12.14
إذاعة البهجة	49	45.80
المجموع	107	100

### التحليل:

نلاحظ من خلال الجدول أن "الاتجاه العام" يتمثل في نسبة 45.80% من أفراد العينة الذين يفضلون الاستماع لإذاعة البهجة، تليها نسبة 18.70% من أفراد العينة الذين يفضلون الاستماع للقناة الإذاعية الأولى، تليها نسبة 14.01% من أفراد العينة الذين يفضلون الاستماع لإذاعة القرآن تليها نسبة 12.14% من أفراد العينة الذين يفضلون الاستماع للإذاعة الثقافية، تليها نسبة 6.55% من أفراد العينة الذين يفضلون الاستماع للقناة الإذاعية الثالثة، في حين نجد نسبة 2.80% من أفراد العينة الذين يفضلون الاستماع للقناة الثانية.

- يتبين من خلال القراءة الإحصائية للجدول واعتمادا على تصريحات المبحوثين أن أغلب المستمعين للإذاعة الجزائرية يفضلون الاستماع لإذاعة البهجة ويرجع ذلك إلى كونها إذاعة موسيقية تقدم فيها الأغاني على مدار جودة عالية من البث والإرسال وأنها إذاعة تسعى إلى أن تراعي مختلف شرائح المجتمع المستهدفة من خلال مقاييس السن والجنس والطبيعة الاجتماعية والثقافية والتربوية كما تسعى لتجسيد الانسجام الاجتماعي من خلال إدراجها لمختلف المواعيد السياسية بالإضافة إلى أنها تعتمد على المؤثرات الصوتية والموسيقية التي بإمكانها أن تهىء ذهن الجمهور المتلقى للرسالة الإعلامية و بالتالي تخلق جو نفسى مناسب لتقبل الفكرة والافتتاح بها مبدئيا، وهناك من المستمعين من يفضلون الاستماع للقناة الإذاعية الأولى لأنهم يجدون فيها البرامج المفضلة لديهم.

كما يرغب بعض المستمعين في تفضيل البرامج التي تبثها الثقافية ويرجع ذلك إلى كونها تسعى إلى تثقيفهم وبالتالي يمكنها أن تصنع لدى مستمعيها حياة ثقافية من خلال توعيتهم وتلبية حاجياتهم وهناك من المستمعين من يفضلون الاستماع للقناة الإذاعية الثالثة الناطقة باللغة الفرنسية والبعض الآخر يفضل القناة الثانية الناطقة بالأمازيغية ويرجع ذلك إلى اهتمامهم بالبرامج التي تبث على مستوى هذه القنوات الإذاعية.

- من خلال إدراجها لمختلف المواعيد السياسية بالإضافة إلى أنها تعتمد على المؤثرات الصوتية والموسيقية التي بإمكانها أن تهىء ذهن الجمهور المتلقى للرسالة الإعلامية وبالتالي تخلق جو نفسى مناسب لتقبل الفكرة والافتتاح بها مبدئيا.

**الجدول رقم(8):** يمثل توزيع أفراد العينة حسب نوعية متابعتهم لمحتوى برامج القناة الإذاعية

المفضلة لديهم.

التكرارات	ك	ك%
الإجابة		
بصفة مستمرة	29	27.10
بصفة غير مستمرة	78	72.90
المجموع	107	100

### التحليل:

نلاحظ من خلال الجدول أن "الاتجاه العام" يتمثل في نسبة 72.90% من أفراد العينة الذين يفضلون الاستماع للإذاعة بصفة غير مستمرة، تليها نسبة 27.10% من أفراد العينة الذين يفضلون الاستماع بصفة مستمرة.

- يتبين من خلال القراءة الإحصائية للجدول أن أغلب المستمعين للإذاعة يفضلون الاستماع بصفة غير مستمرة ويرجع ذلك في الكثير من الأحيان إلى الوقت بسبب انشغالهم، كمدامتهم على الدراسة كما أن هناك البعض الآخر منهم يرجعون السبب إلى وجود هوايات يمارسونها في حياتهم الاجتماعية كالرياضة مثلا، وتعلم الموسيقى ومن المستمعين من يفضلون الاستماع لمحتوى أو مضمون برامج الإذاعة المفضلة لديهم بصفة مستمرة ودائمة ويرجعون ذلك إلى أنهم يعتبرون الإذاعة جزء لا يتجزأ من حياتهم الاجتماعية.

**الجدول رقم (9):** يمثل توزيع أفراد العينة الذين يفضلون متابعة محتوى برامج القناة الإذاعية

بصفة غير مستمرة.

التكرارات الإجابية	ك	ك%
عدم ملائمة البرامج مع أوقاتك	68	87.18
عدم وجود البرامج المفضلة لديك	07	08.97
عدم رغبتك في الاستماع	03	03.85
المجموع	78	100

**ملاحظة:** بما أنه لدينا 29 من المبحوثين المستمعين لبرامج الإذاعة بصفة مستمرة تحصلنا

على 78 مبحوث من المستمعين بصفة غير مستمرة من بين 107 (مبحوث).

- نلاحظ من خلال الجدول أن "الاتجاه العام" يتمثل في نسبة 87.18% من أفراد العينة الذين يفضلون الاستماع بصفة غير مستمرة لبرامج الإذاعة نظرا لعدم ملائمتها مع أوقاتهم، تليها نسبة 8.97% من أفراد العينة الذين يفضلون الاستماع للإذاعة بصفة غير مستمرة نظرا لعدم وجود البرامج المفضلة لديهم.

في حين نجد نسبة 3.85% من أفراد العينة الذين يفضلون الاستماع بصفة غير مستمرة نظرا لعدم

رغبتهم في الاستماع.

- يتبين من خلال القراءة الإحصائية للجدول أن أغلب المستمعين للإذاعة الجزائرية والذين يفضلون الاستماع بصفة غير مستمرة يرجعون ذلك إلى عدم ملائمة البرامج المفضلة لديهم مع أوقاتهم

ويرجع حسب تصريحاتهم إلى انشغال البعض منهم بالدراسة بالإضافة إلى العمل وهناك بعض المستمعين من يرجعون ذلك إلى عدم وجود البرامج المفضلة لديهم وفئة قليلة منهم يرون أن استماعهم بصفة غير مستمرة يرجع إلى عدم رغبتهم في الاستماع إلى برامج الإذاعة بصفة دائمة.

**الجدول رقم(10):** يمثل توزيع أفراد العينة حسب مقدار الوقت الذي يقضونه يوميا في الاستماع

لجهاز الراديو .

التكرارات	ك	ك%
الاجابة		
نصف ساعة	25	23.38
ساعة كاملة	28	26.16
حوالي ساعتين	23	21.49
أكثر من ذلك	31	28.97
المجموع	107	100

- نلاحظ من خلال الجدول أن "الاتجاه العام" يتمثل في نسبة 28.97% من أفراد العينة الذين يقضون أكثر من ساعتين في الاستماع، تليها نسبة 26.16% من أفراد العينة الذين يقضون حوالي ساعة كاملة في الاستماع، تليها نسبة 23.38% من أفراد العينة الذين يتعرضون أو يقضون نصف ساعة في الاستماع، وفي حين نجد نسبة 21.49% من أفراد العينة الذين يقضون حوالي الساعتين في الاستماع لبرامج الإذاعة.

- من خلال القراءة الإحصائية للجدول يتبين أن أغلب المستمعين يتعرضون إلى برامج الإذاعة حوالي أكثر من ساعتين وذلك بتقارب كبير مع المستمعين الذين يقضون حوالي ساعة كاملة في الاستماع، كما نجد هناك تقارب كبير أيضا بين كل من المستمعين الذين يفضلون أو يقضون نصف ساعة في الاستماع والذين يقضون حوالي ساعتين في الاستماع.

- يتبين من خلال ما سبق أن كثافة التعرض لدى المستمعين تختلف باختلاف مستمعيها، كما أن ذلك يعتبر دليلا ظاهري على مدى اهتمام الفرد المستمع بهذه الوسيلة الإعلامية ومدى ثقته بها، بما يتفق مع خصائص و طبيعة هذه الوسيلة وسمات الفرد في المجتمع.

## 5.6- بناء وتحليل الجداول الخاصة بالفرضية الأولى

الجدول رقم(11): يمثل عادات التعرض لدى المستمع للقناة الإذاعية المفضلة حسب نوع

المتابعة

نوعية المتابعة لمحتوى البرامج		مستمرة		غير مستمرة		المجموع	
عادات التعرض		ك	%	ك	%	ك	%
بمفردك		16	55.17	45	75.69	61	57
الاستماع مع صديق		07	24.13	09	11.53	16	14.99
مع أحد أفراد الأسرة		04	13.80	13	16.68	17	15.88
كل أفراد الاسرة		02	6.90	11	14.10	13	12.13
المجموع		29	100	78	100	107	100

نلاحظ من خلال الجدول أن "الاتجاه العام" يتمثل في نسبة 57% من المستمعين الذين يصرحون بأنهم يفضلون الاستماع لبرامج الراديو وذلك بمفردهم وهي مدعمة بنسبة 57.69% من المستمعين الذين يفضلون الاستماع بصفة غير مستمرة وبنسبة 55.17% من المستمعين للراديو بصفة مستمرة. كما نجد نسبة 15.88% من المستمعين الذين يفضلون الاستماع للراديو من أحد أفراد أسرتهم وهي مدعمة بنسبة 16.68% من المستمعين الذين يفضلون الاستماع بصفة غير مستمرة ونسبة 13.80% من المستمعين بصفة دائمة للراديو، ونجد نسبة 14.99% من المستمعين الذين يفضلون الاستماع للراديو مع أحد أصدقائهم وهي مدعمة بنسبة 24.13% من المستمعين بصفة مستمرة ونسبة 11.53% من المستمعين بصفة غير مستمرة، وتبليها نسبة 12.13% من المستمعين الذين يفضلون الاستماع لبرامج الراديو مع كل أفراد أسرتهم وهي مدعمة بنسبة 14.10% من المستمعين بصفة غير مستمرة ونسبة 6.90% من المستمعين بصفة مستمرة.

- يتبين من خلال القراءة الإحصائية أن المستمعين سواء المنتبجين بصفة مستمرة أو غير مستمرة آرائهم متباينة حول رغباتهم في الاستماع لجهاز الراديو فمنهم من يفضلون الاستماع بمفردهم ويرجع ذلك حسب تصريحاتهم إلى تجنب الإزعاج وهذا ما يزيد من تفاعلهم مع محتوى أو مضمون الرسالة الإذاعية التي يتعرضون لها وأن استيعابهم وفهمهم للمادة المذاعة يتعلق بمدى استماعهم للراديو بمفردهم، كما هناك تقارب كبير بين المستمعين الذين يفضلون الاستماع للراديو سواء مع أحد أفراد أسرتهم أو مع أحد أصدقائهم أو الذين يفضلون الاستماع مع كل أفراد أسرتهم وحسب رأي هؤلاء المستمعين يرجع ذلك إلى كونهم يعتبرون أن اختيارهم للمادة المذاعة وتفضيلهم لها يتأثر بالجماعات التي ينتمون إليها.

- نستنتج مما سبق العلاقة التي تربط بين نوعية المتابعة لدى المستمع لمحتوى المادة المذاعة وطريقة اختيار المتلقين مع من يفضلون الاستماع لها.

حيث يؤدي تلقيها عند البعض منهم الذين يفضلون الإنفراد في الاستماع إلى حدوث رجوع صدى لديهم أكثر من تلقيها مع غيرهم من أفراد مجتمعهم، بينما يتأثر البعض الآخر من المستمعين في تلقيهم للمادة المذاعة أكثر بالجماعة التي ينتمون إليها وهم يعتبرونها من العوامل التي تقوي علاقاتهم الاجتماعية والتي يتصل في إطارها المتلقون وبذلك هي جزء لا يتجزأ من حياتهم الاجتماعية.

الجدول رقم (12): المميزات التي يحكم من خلالها المستمع على نجاح أداء المذيع وذلك حسب المستوى التعليمي.

المستوى التعليمي	ابتدائي		متوسط		ثانوي		جامعي		دراسات عليا		بدون تعليم		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مميزات نجاح أداء المذيع														
لغة التعبير														
محتوى الرسالة														
نبرات صوته														
المجموع														
	36.45	39	66.66	10	29.41	13	54.17	3	13.64	-	7	63.63	7	36.45
	55.14	59	61.77	21	61.77	11	45.83	16	72.72	7	100	27.27	3	55.14
	08.41	9	8.82	3	8.82	-	-	3	13.64	-	-	9.10	1	08.41
	100	107	100	34	100	24	100	22	100	07	100	100	11	100

- نلاحظ من خلال الجدول أن "الاتجاه العام يتمثل في نسبة 55.14% من المستمعين الذين يحكمون على نجاح أداء المذيع من خلال محتوى ومضمون الرسالة المقدمة وهي مدعمة بنسبة 100% من المستمعين الذين لديهم مستوى تعليمي خاص بالدراسات العليا وبنسبة 72.72% من المستمعين الذين لهم مستوى تعليمي جامعي وبنسبة 61.77% من المستمعين الذين لهم مستوى تعليمي متوسط وبنسبة 45.83% من المستمعين الذين لهم مستوى تعليمي ثانوي وبنسبة 27.27% من المستمعين الذين لم يتلقوا تعليم وبنسبة 11.11% من المستمعين الذين لهم مستوى تعليمي ابتدائي، كما نجد نسبة 36.45% من المستمعين الذين يحكمون على نجاح أداء المذيع من خلال لغة تعبيرية وهي مدعمة بنسبة 66.67% من المستمعين الذين لديهم مستوى تعليمي ابتدائي وبنسبة 63.63% من المستمعين الذين لم يتلقوا تعليم وبنسبة 54.17% من المستمعين الذين لديهم مستوى تعليمي ثانوي وبنسبة 29.41% من المستمعين الذين لهم مستوى تعليمي متوسط وبنسبة 13.64% من المستمعين الذين لديهم مستوى تعليمي جامعي، ونجد نسبة 8.41% من المستمعين الذين يحكمون على نجاح أداء المذيع من خلال نبرات صوته وهي مدعمة بنسبة 22.22% من المستمعين الذين لديهم مستوى تعليمي ابتدائي وبنسبة 13.64% من المستمعين الذين لهم مستوى تعليمي جامعي وبنسبة 9.10% من المستمعين الذين ليس لديهم مستوى تعليمي وبنسبة 8.82% من المستمعين الذين لديهم مستوى تعليمي متوسط.

- من خلال القراءة الإحصائية للجدول يتبين وعي المستمعين بمدى أهمية محتوى ومضمون الرسالة الإذاعية التي يعمل على تقديمها المذيع ونجد هذا عند المستمعين ذو المستوى التعليمي العالي الخاص بالدراسات العليا وأيضاً كل من المستمعين الذين لهم مستوى تعليمي جامعي ثم المتوسط وكذا الثانوي ثم نجد ذلك عند المستمعين الذين لم يتلقوا ولا تعليم ثم ذو المستوى الابتدائي، والبعض من المستمعين يحكمون على نجاح أداء المذيع من خلال لغة تعبيره منهم الذين يملكون مستوى تعليمي ابتدائي والذين لم يتلقوا ولا تعليم، كما نجد أيضاً عند المستمعين الذين لديهم مستوى تعليمي ثانوي ومتوسط وجامعي في حين نجد أن بعض المستمعين حسب تصريحاتهم يحكمون على نجاح أداء المذيع من خلال نبرات صوته وهم الذين يملكون مستوى تعليمي ابتدائي كما أن هناك تقارب كبير في ذلك بين المستمعين الذين ليس لديهم مستوى تعليمي والذين لهم مستوى تعليمي متوسط.

- ومما سبق يتضح أن نجاح أداء المذيع متصل بمدى قدرته على التفاعل والتجاوب مع المادة الإعلامية التي يقدمها من جهة ومع الجمهور المستمع من جهة أخرى وحتى يتأكد من أن جمهوره المستهدف سوف يستمع إليه عليه أن يكون ذو إحساس كامل لما يحتاج إليه من خلال إلمامه بمحتوى ومضمون الرسالة التي يقدمها كما عليه أن يختار اللغة المناسبة لمضمونه ومدى أهمية مؤثراته الصوتية التي تدخل في تكوين برنامجه.

- نستنتج مما سبق أن نجاح أداء المذيع مرتبط كامل الارتباط بمدى أهمية المادة الإعلامية التي يقدمها لجمهوره المستمع وكذا لغة تعبيره ومؤثراته الصوتية ويتحقق ذلك بإدراك المذيع لطبيعة المتلقي

كفرد يعيش في المجتمع ومن ذلك يكون بإمكانه تجسيد التفاعلية في برنامجه الإذاعي من خلال إدراك القائم بالاتصال لأنماط هذه الجماعات على اختلاف مستوياتهم التعليمية وكلما كان المستوى التعليمي أكثر تقدماً كلما كانت النظرة إلى أهمية نجاح الأداء الإذاعي أكثر ضرورة.

الجدول رقم (13): يمثل العناصر الأساسية التي تزيد من تأثير الرسالة الإذاعية حسب كثافة التعرض لدى المستمع.

المجموع	أكثر من ذلك		حوالي ساعتين		ساعة كاملة		نصف ساعة		كثافة التعرض	تأثير الرسالة الإذاعية
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
34,58	37	58.06	39.13	9	7.15	2	32	8	كون الحوار المفتول مع المستمعين	
09.35	10	-	17.39	4	3.57	1	20	5	الضيوف المشتركين في الحصة	
49.53	53	32.26	34.78	8	85.71	24	44	11	الموضوعات المطروحة في البرنامج	
06.54	07	09.68	8.70	2	03,57	1	04	01	الريبورتاجات	
100	107	100	100	23	100	28	100	25	المجموع	

- نلاحظ من خلال الجدول أن "الاتجاه العام" يتمثل في نسبة 49.53% من المستمعين الذين يعتبرون الموضوع المطروح في البرنامج من العناصر الأساسية التي تزيد من تأثير الرسالة الإذاعية وهي مدعمة بنسبة 85.71% من المستمعين الذين يفضلون الاستماع للبرامج لمدة ساعة كاملة وبنسبة 44% من المستمعين يقضون نصف ساعة في الاستماع وبنسبة 34.78% من المستمعين الذين يقضون حوالي ساعتين في الاستماع وبنسبة 32.26% من المستمعين الذين يقضون أكثر من ساعتين في الاستماع لبرامجهم المفضلة لديهم كما نجد نسبة 34,58% من المستمعين الذين يعتبرون الحوار المفتوح من بين العناصر الأساسية التي تزيد من تأثير الرسالة الإذاعية على مستمعيها وهي مدعمة بنسبة 58.06% من المستمعين الذين يقضون أكثر من ساعتين في الاستماع وبنسبة 39.13% من المستمعين الذين يقضون حوالي ساعتين في الاستماع وبنسبة 32% من المستمعين الذين يقضون نصف ساعة في الاستماع وبنسبة 7.15% من المستمعين الذين يقضون مدة ساعة كاملة في الاستماع، ونجد نسبة 9.35% من المستمعين الذين يعتبرون الضيوف المشاركين في البرنامج من أهم العناصر التي تزيد من تأثير الرسالة الإذاعية وهي مدعمة بنسبة 20% من المستمعين الذين يقضون نصف ساعة في الاستماع وبنسبة 17.39% من المستمعين الذين يقضون حوالي ساعتين في الاستماع وبنسبة 3.57% من المستمعين الذين يقضون مدة ساعة كاملة في الاستماع، في حين نجد نسبة 6.54% من المستمعين الذين يعتبرون الريبورتاجات من العناصر الأساسية التي تزيد من تأثير الرسالة الإذاعية على مستمعيها وهي مدعمة بنسبة 9.68% من المستمعين الذين يقضون أكثر من ساعتين في الاستماع ونسبة 8.70% من المستمعين الذين يقضون حوالي ساعتين في الاستماع ونسبة 4% من المستمعين الذين يقضون نصف ساعة في الاستماع و تضعف بنسبة 3.57% من المستمعين الذين يقضون ساعة كاملة في الاستماع.

- من خلال القراءة الإحصائية للجدول يتبين أن معظم المستمعين لبرامج الإذاعة وذلك حسب مقدار الوقت الذي يقضونه في متابعة البرامج المفضلة لديهم أو ما يسمى بمدى كثافة التعرض، يعتبرون الموضوع المطروح من العناصر الأساسية التي تجذبهم إلى متابعة محتوى البرامج وتفاعلهم مع الرسالة الإعلامية ويرجع ذلك حسب تصريحاتهم إلى أن لقائم بالعملية الاتصالية يسعى إلى تلمس أذواق الجمهور المستهدف واهتمامه ودوافعه من خلال محتوى الرسالة، أما بالنسبة للمستمعين الذين يرون أن الحوار المفتوح من العناصر التي تزيد من تأثير الرسالة الإذاعية عليهم، يرجعون ذلك إلى كون البرامج المفضلة لديهم تعتمد على الحوار والمناقشة مع المستمعين باعتبارهم الطرف المتفاعل والنشط في العملية الاتصالية وأن الحوار يزيد من معرفة آرائهم واتجاهاتهم وبالتالي تقوى عملية الاتصال بين المذيع كمرسل والمستمع كمتلقي كما أن هناك رأي آخر للمستمعين كونهم يعتبرون الضيوف المشاركين في الحصة من العناصر الأساسية التي تزيد من نجاح الرسالة وهم يرجعون ذلك إلى وجود حدة المناقشة بين المذيع وضيوفه المشاركين وهذا ما يزيد من توضيح محتوى الرسالة أكثر بالنسبة لهم بالإضافة إلى وجود رأي آخر لبعض المستمعين الذين يعتبرون أن

الربورتاجات تمثل عنصر أساسي لنجاح الرسالة الإعلامية ويرجع ذلك حسب تصريحاتهم إلى محاولة المذيع من خلال هذه الربورتاجات البحث أكثر في محتوى رسالته.

- نستنتج مما سبق وعلى اختلاف كثافة التعرض لدى المستمعين أن نجاح المادة الإعلامية يكمن في مدى تأثير رسالتها الإذاعية على المستمعين، والذي يعتمد على أهمية الموضوع المطروح في البرنامج إلى جانب الحوار المفتوح الذي يزيد من مشاركة وتجاوب المستمعين بالإضافة إلى إثراء البرنامج من خلال الضيوف المشاركين في الحصة وأهمية الربورتاجات كلها تعتبر من العناصر الأساسية التي تساعد على نجاح الرسالة الإذاعية.

الجدول رقم (14) يمثّل رأي المستمع في مستوى مضمون برامجه المفضلة من حيث نوع اللغة المستعملة وذلك حسب المستوى التعليمي.

المجموع	بدون تعليم		دراسات عليا		جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي		المستوى التعليمي مستوى المضمون من حيث اللغة
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
21.50	23	54.55	6	28.57	2	40.91	9	20.83	5	-	1	11.11	متوسطة
53.27	57	27.27	3	57.14	4	45.55	12	58.34	14	61.76	21	33.33	جيدة
25.23	27	18.18	2	14.29	1	4.54	1	20.83	5	38.24	13	55.56	جيدة جدا
100	107	100	11	100	7	100	22	100	24	100	34	100	المجموع

- نلاحظ من خلال الجدول أن "الاتجاه العام" يتمثل في نسبة 53.27% من المستمعين الذين يعتبرون اللغة المستعملة في مضمون برامجهم المفضلة جيدة وهي مدعمة بنسبة 61.76% من المستمعين الذين لهم مستوى تعليمي متوسط، وبنسبة 58.34% من المستمعين الذين لديهم مستوى تعليمي ثانوي وبنسبة 57.14% من المستمعين الذين لديهم مستوى دراسات عليا وبنسبة 54.55% من المستمعين الذين لهم مستوى تعليمي جامعي وبنسبة 33.33% من المستمعين الذين لديهم مستوى تعليمي ابتدائي وبنسبة 27.27% من المستمعين الذين لم يتلقوا تعليم، كما نجد نسبة 25.23% من المستمعين الذين يعتبرون أن اللغة المستخدمة في برامجهم جيدة جدا وهي مدعمة بنسبة 55.56% من المستمعين الذين لديهم مستوى تعليمي ابتدائي وبنسبة 38.24% من المستمعين الذين لهم مستوى تعليمي متوسط وبنسبة 20.83% من المستمعين الذين لديهم مستوى تعليمي ثانوي وبنسبة 18.18% من المستمعين الذين لم يتلقوا ولا تعليم وبنسبة 14.29% من المستمعين الذين يملكون مستوى دراسات عليا وبنسبة 4.54% من المستمعين الذين يملكون مستوى تعليمي جامعي، في حين نسبة 21.50% من المستمعين الذين يعتبرون اللغة المستعملة في برامجهم المفضلة متوسطة وهي مدعمة بنسبة 54.55% من المستمعين الذين ليس لهم مستوى تعليمي وبنسبة 40.91% من المستمعين الذين لديهم مستوى جامعي وبنسبة 28.57% من المستمعين الذين لهم مستوى دراسات عليا وبنسبة 20.83% من المستمعين الذين لديهم مستوى ثانوي وبنسبة 11.11% من المستمعين الذين لديهم مستوى ابتدائي.

- من خلال القراءة الإحصائية للجدول يتبين أن أغلب المستمعين يعتبرون أن اللغة المستعملة في مستوى مضمون برامجهم المفضلة جيدة بحيث هناك تقارب كبير بين المستمعين الذين صرحوا بذلك من حيث المستويات التعليمية التالية: المتوسط والثانوي ومستوى الدراسات العليا، والمستوى الجامعي في حين نجد أن هناك تقارب بين المستمعين الذين لديهم مستوى تعليمي ابتدائي والذين لم يتلقوا أي تعليم ويرجعون ذلك إلى مدى فهمهم للغة التي تبث بها برامجهم المفضلة وهذا يؤكد أن المذيع كقائم بالعملية الاتصالية يعمل على توظيف نظام رمزي يتماشى أو يتقف مع المنظومة الرمزية التي يتميز بها المتلقي.

- كما نجد هناك رأي آخر لبعض المستمعين الذين صرحوا أن اللغة الموظفة في البرامج المفضلة لديهم جيدة جدا وهم ذو مستويات متباينة أغلبيتهم ذو المستوى التعليمي الإبتدائي والمتوسط، كما أن هناك تقارب كبير في ذلك بين المستمعين الذين لديهم مستوى ثانوي والذين لم يتلقوا أي تعليم ثم نجد المستمعين ذو مستوى دراسات عليا والمستوى الجامعي أكدوا أن مدى فهمهم للغة البرامج التي توظفها الإذاعة هو بدرجة جيدة جدا .

-بالإضافة إلى وجود رأي آخر لبعض المستمعين الذين يعتبرون أن اللغة الموظفة في البرامج التي يفضلونها هي متوسطة ويؤكد على ذلك بعض المستمعين الذين ليس لهم مستوى تعليمي والبعض الآخر الذين يملكون مستوى تعليمي جامعي ودراسات عليا وأيضا ذو المستوى الثانوي والمتوسط.

- نستنتج أن مختلف المستويات التعليمية وحتى الذين لم يتلقوا تعليم لا يجدون مشكلة عدم الفهم عند تعرضهم للغة البرامج المفضلة لديهم وهذا يعني أن القائمين بالاتصال على مستوى الإذاعة الجزائرية يستوعبون مدى أهمية اللغة باعتبارها وسيلة أساسية في العملية الاتصالية ومدى علاقتها بالواقع الاجتماعي وبالتالي هي أساس تحقيق التفاعل مع الجمهور.

**الجدول رقم(15):** رأي المستمع في إذا كان تحكم المذيع في نوع اللغة المستعملة يساهم في نجاح البرنامج وذلك حسب نوعية المتابعة

المجموع		غير مستمرة		مستمرة		نوعية المتابعة
%	ك	%	ك	%	ك	
91.59	98	92.30	72	89.65	26	نعم
8.41	09	7.70	06	10.35	03	لا
100	107	100	78	100	92	المجموع

-نلاحظ من خلال الجدول أن "الاتجاه العام" يتمثل في نسبة 91.59% من المستمعين الذين يعتبرون أن نجاح البرنامج يعتمد على تحكم المذيع في نوع اللغة المستعملة وهي مدعمة بنسبة 92.30% من المستمعين الذين يستمعون للإذاعة بصفة غير مستمرة وبنسبة 89.65% من المستمعين الذين يفضلون الاستماع بصفة مستمرة، في حين نجد نسبة 8.41% من المستمعين الذين يعتبرون أن نجاح البرنامج لا يعتمد على تحكم المذيع في نوع اللغة المستعملة وهي مدعمة بنسبة 10.35% من المستمعين الذين يفضلون الاستماع لبرامجهم المفضلة باستمرار وبنسبة 7.70% من المستمعين الذين يفضلون الاستماع بصفة غير مستمرة.

-يتبين من خلال القراءة الإحصائية للجدول أن أغلب المستمعين يؤكدون أن نجاح البرنامج يعتمد على مدى تحكم المذيع في نوع اللغة المستعملة وحسب تصريحاتهم يعتبرون اللغة بمثابة وسيط إعلامي أساسي بين ما تقدمه الرسالة أو ما تحمله من مضمون ومستوى الجمهور ومن خلال اللغة الموظفة في بناء مضمون الرسالة الإعلامية يمكن للقائم بالاتصال في الإذاعة أن يصل إلى فهم التباين في فئات الجمهور المستمع، كما أن هناك رأي آخر وذلك لفئة قليلة جدا من المستمعين الذين يعتبرون أن نجاح البرنامج لا يعتمد بالضرورة على تحكم المذيع في نوع اللغة المستعملة.

-نستنتج من خلال رأي معظم المستمعين و على إختلاف نوع المتابعة لديهم، أن نجاح البرنامج يتطلب بالضرورة مدى تحكم المذيع في اللغة المستعملة فوصول الكلمة المذاعة الى جمهورها المستهدف يعني وصول رسالتها الإعلامية من خلال تجاوب مستمعيها مع المضامين المادة الإعلامية التي تبث عبر أثر الإذاعة بإعتبار اللغة العامل الجوهري في التعبير عن الواقع الإجتماعي.

الجدول رقم (16): يمثل مدى مراعاة المذيع الطبيعية و نوعية الجمهور المستمع وذلك حسب نوع القناة الإذاعية المفضلة لديه

المجموع	إذاعة البهجة		الإذاعة الثقافية		إذاعة القرآن		القناة الثالثة		القناة الثانية		القناة الأولى		نوع القناة المفضلة	رأي المستمع
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
66,35	71	75.51	37	46.15	6	60	9	71.43	5	66.67	2	60	12	نعم
33,65	36	24.49	12	53.85	7	40	6	28.57	2	33.33	1	40	8	لا
100	107	100	49	100	13	100	15	100	7	100	03	100	20	المجموع

من خلال الجدول يتبين أن الإتجاه العام يتمثل في نسبة 66.35% من المستمعين الذين أجابوا بأن المذيع يراعي طبيعة و نوعية الجمهور المستمع للإذاعة من خلال اللغة المستعملة و هي مدعمة بالنسبة 75.51% من المستمعين الذين يفضلون الإستماع للإذاعة البهجة و بنسبة 71.43% من المستمعين الذين يفضلون القناة الإذاعية الثالثة و بالنسبة 66.67% من المستمعين للقناة الثانية و بنسبة 60% من المستمعين الذين يفضلون كل من الإذاعة القران و القناة الأولى و بالنسبة 46.15% من المستمعين الذين يفضلون الإستماع للإذاعة الثقافية كما نجد نسبة 33.65% من المستمعين الذين أجابوا بأن المذيع لا يراعي طبيعة و نوعية الجمهور المستمع و ذلك من خلال المستعملة في بث البرامج و هي مدعمة بالنسبة 53.85% من المستمعين الذين يفضلون الإستماع للإذاعة الثقافية و بالنسبة 40% من المستمعين لكل من إذاعة القران و القناة الأولى بالنسبة 33.33% من المستمعين الذين يفضلون القناة الثانية و بالنسبة 28.57% من المستمعين الذين يفضلون الإستماع للقناة الثالثة و بالنسبة 24.49% من المستمعين الذين يفضلون الاستماع للإذاعة البهجة.

- من خلال القراءة الإحصائية تبين أن أغلب المستمعين للإذاعة يصرحون أن المذيع يراعي نوعية و طبيعية و نوعية الجمهور المستهدف من خلال اللغة المستعملة بحيث هناك تقارب كبير بين المستمعين للإذاعة البهجة و القناة الثالثة بالإضافة إلى وجود تقارب بين المستمعين لكل من القناة الثانية و إذاعة القرآن الكريم و القناة الأولى ثم نجد مستمعي الإذاعة الثقافية و جميعهم يؤكدون أن القائم بهذه العملية الاتصالية يتطلع إلى معرفة نوعية و طبيعة المستمع و يسعى إلى ذلك من خلال أسلوب تخاطبه المبني على اللغة المستعملة ومدى وضوح مادته الإذاعية و هم يعتبرون أنها جد مناسبة مع مستوى عقلية جمهورها المستمع و تفكيرهم و يرجع ذلك إلى بساطة لغتها و بالتالي حدوث رجوع صدى لدى مستمعيها.

- كما أن هناك رأي آخر لفئة قليلة من المستمعين للإذاعة الثقافية و كل من إذاعة القرآن و القناة الأولى و مستمعي القناة الثانية و الثالثة بالإضافة إلى إذاعة البهجة يعتبرون أن المذيع لا يراعي طبيعة و نوعية الجمهور المستمع وذلك من خلال اللغة المستعملة في بث البرامج.

- نستنتج أن المذيع أثناء تقديم رسالته الإذاعية يراعي طبيعة الجمهور المتلقي لها من حيث تعدد قطاعاته و فئاته و التباين في أذواقه وثقافته و مستوى عقليته و تفكيره و هو يعي أهمية المتغير في العملية الاتصال ويدرك أن وضوح مادته الإذاعية يتوقف على مدى وضوح اللغة المستعملة وبساطتها وذلك من أجل تحقيق أهداف البرنامج المبني على مدى قوة رجوع الصدى لدى المستمعين و كلما كان الاختلاف في نوع القناة الإذاعية المفضلة لدى المستمع واضح كلما اختلفت النظرة إلى ذلك أكثر.

## 1.5.6- نتائج الفرضية الأولى:

- من خلال تحليلنا لبيانات الجداول الخاصة بالفرضية الأولى يمكن استخلاص النتائج التالية:
- هناك علاقة بين المادة المذاعة وعادات التعرض المختلفة لدى المستمعين، فالبعض من الأفراد يميلون إلى العزلة والى الأفراد أثناء صحبتهم للإذاعة كوسيلة اعلامية وهم يجدون أن ذلك يؤدي إلى حدوث رجوع صدى لديهم أثناء تلقيهم للمحتوى الاعلامي، بينما يميل الآخرون أثناء تعرضهم للمادة الاعلامية إلى صحبة أحد أفراد العائلة أو الأصدقاء أو كل أفراد العائلة من أجل تبادل معهم الحديث والمناقشة حول المحتوى الذي تتضمنه المادة الاعلامية التي يتعرضون لها وهم يجدون في ذلك حدوث رجوع صدى لديهم.
- وجود علاقة قوية بين نجاح أداء المذيع الذي يرتبط كامل الارتباط بمدى أهمية المادة الاعلامية التي يقدمها لجمهوره المستمع وكذا لغة تعبيره ومؤثراته الصوتية ويتحقق ذلك بادراك المذيع لطبيعة المتلقي كفرد يعيش في المجتمع ومن ذلك يكون بإمكانه تجسيد التفاعلية في برامجه الإذاعية.
- إن نجاح المادة الاعلامية يكمن في مدى تأثير رسالتها الإذاعية على المستمعين والذي يعتمد على أهمية الموضوع المطروح في البرنامج إلى جانب الحوار المفتوح الذي يزيد من مشاركة وتجارب المستمعين بالإضافة إلى إثراء المادة المذاعة من خلال الضيوف المشاركين في الحصة وأهمية الريبورتاج كلها تعتبر من العناصر الأساسية التي تساعد على نجاح الرسالة الإذاعية.
- يصرح أغلب المستمعين للإذاعة الجزائرية و على اختلاف مستوياتهم التعليمية وحتى الذين لم يتلقوا تعليم أنهم لا يجدون مشكلة عدم الفهم عند تعرضهم للغة المادة الإعلامية المفضلة لديهم وهذا يعني أمن القائمين بالعملية الاتصالية يستوعبون مدى أهمية اللغة باعتبارها وسيلة أساسية في العملية الاتصالية ومدى علاقتها بالواقع الاجتماعي وبالتالي هي أساس تحقيق التفاعل لدى الجمهور المستمع.
- نجاح البرنامج يتطلب بالضرورة مدة تحكم المذيع في نوع اللغة المستعملة فوصول الكلمة المذاعة إلى جمهورها المستهدف يعني وصول رسالتها الاعلامية من خلال تجارب مستمعيها مع مضامين المادة الاعلامية التي تبث عبر أثر الإذاعة باعتبار اللغة العامل الجوهري في التعبير عن الواقع الاجتماعي.
- إن المذيع كقائم بالعملية الاتصالية أثناء تقديمه للرسالة الإذاعية يراعي طبيعة الجمهور المتلقي لها من حيث تعدد قطاعاته والتباين في أدواقه وثقافته ومستوى عقليته وتفكيره.
- وهو يعي أن وضوح مادته الإذاعية يتوقف على مدى وضوح اللغة المستعملة وبساطتها وذلك من أجل تحقيق أهداف البرنامج المبني على مدى قوة رجوع الصدى لدى المستمعين.
- من خلال هذه النتائج التي تبين دور المادة الاعلامية في تحديد نوع اللغة التي تبث بها برامج الإذاعة ومدى العلاقة بينهما وذلك بهدف إحداث قبول لدى المستمع يمكن القول أن الفرضية الأولى قد تحققت.

## 6.6- عرض وتحليل الجداول الخاصة بالفرضية الثانية:

الجدول رقم(17): يمثل اللغة المفضلة لدى المستمع.

اللغة المفضلة لدى المستمع	ك	%
العربية الفصحى	24	22.43
اللغة الفرنسية	08	7.48
الأمازيغية	02	1.87
الثلاثية اللغوية	73	68.22
المجموع	107	100

نلاحظ من خلال الجدول أن "الاتجاه العام" يتمثل في نسبة 68.22% من المستمعين الذين يفضلون الثلاثية اللغوية في الإستماع إلى برامجهم المفضلة، تليها نسبة 22.43% من المستمعين الذين يفضلون العربية الفصحى، تليها نسبة 7.48% من المستمعين الذين يفضلون اللغة الفرنسية، في حين نجد نسبة 1.87% من المستمعين الذين يفضلون الأمازيغية.

- مما سبق يتبين أن أغلب المستمعية للإذاعة يفضلون الثلاثية اللغوية من خلال البرامج المفضلة لديهم وهم يرجعون ذلك إلى أنها أصبحت تمثل اللغة الواضحة والبسيطة لديهم، كما أنها اللغة التي يمكن أن يفهمها جميع أفراد المجتمع ويؤكدون أنها تزيد من تفضيلهم للبرامج أكثر باعتبارها الأداة التي يستعملها جميع الفئات الاجتماعية في الحياة اليومية وفي جميع المستويات وأنها وسيلة التخاطب بين أصدقائهم وفي معاملاتهم اليومية كونها تتماشى مع سياقاتهم الاجتماعية باعتبار الفرد يعيش في تنظيم اجتماعي يتأثر به ويؤثر فيه.

-بالإضافة إلى وجود رأي آخر ، وذلك لبعض المستمعين الذين يفضلون العربية الفصحى في الاستماع لبرامجهم ومن خلال تصريحاتهم يرجع ذلك إلى كونها لغة سهلة الفهم بالنسبة لهم، كما أن هناك البعض من المستمعين يفضلون اللغة الفرنسية في الاستماع إلى برامجهم وجميعهم صرحوا أنها ليست باللغة الفرنسية الفصيحة وإنما تشترك معها في الكثير من الأحيان بعض الألفاظ العربية .

-في حين نجد فئة قليلة جدا من المستمعين يفضلون اللغة الأمازيغية في الاستماع لبرامجهم وصرحوا بأنها تشترك كثيرا مع اللغة العربية في شكل ثلاثية لغوية.

-نستنتج مما سبق أن أغلب المستمعين يفضلون الثلاثية اللغوية في انتقاء مضامينهم الإذاعية مما يؤكد مدى فهم واستيعاب أفراد جمهور الإذاعة الجزائرية للمادة الاعلامية التي يستقبلونها كما يتبين أن التفاعل مع مضامين الإذاعة يتم وفقا لنظام رمزي يتوافق مع الخصوصية اللغوية التي يتميز بها المتلقي للرسالة.

**الجدول رقم (18):** يمثل رأي المستمع في اللغة التي تبث بها الأخبار و ذلك حسب نوعية المتابعة لمحتوى البرامج.

المجموع		غير مستمرة		بصفة مستمرة		نوعية المتابعة رأي المستمع
%	ك	%	ك	%	ك	
89.71	96	88.46	69	93.10	27	مناسبة
10.29	11	11.54	09	6.90	02	غير مناسبة
100	107	100	78	100	29	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن "الاتجاه العام" يتمثل في نسبة 89.71% من المستمعين الذين تعتبرون اللغة التي تبثها الأخبار مناسبة وهي مدعمة بنسبة 93% من المستمعين الذين يفضلون الاستماع بصفة مستمرة وبنسبة 88.46% من المستمعين الذين يفضلون الاستماع بصفة غير مستمرة، في حين نجد نسبة 10.29% من المستمعين الذين يعتبرون اللغة التي تبثها الأخبار غير مناسبة وهي مدعمة بنسبة 11.54% من المستمعين الذين يفضلون الاستماع بصفة مستمرة وبنسبة 6.90% من المستمعين الذين يفضلون الاستماع بصفة مستمرة.

- من خلال القراءة الاحصائية للجدول يتبين أن أغلب المستمعين يعتبرون أن اللغة التي تبث بها الأخبار هي مناسبة لمحتوى ومضمون هذا البرنامج وحسب تصريحاتهم يؤكدون أنه كثيرا ما يخضع نوع اللغة لنوع المضمون بقدر ما يخضع لمستوى الجمهور وطبيعته.

- كما أن هناك رأي آخر للبعض من المستمعين الذين يعتبرون أن اللغة التي تبث بها الأخبار هي غير مناسبة ويرجع ذلك حسب رأيهم إلى كونها اللغة التي يستخدمها معظم المتعلمين ولا يمكن لجميع أفراد المجتمع فهمها.

- نستنتج مما سبق أن اللغة التي تبث بها الأخبار تخضع لنوع المضمون ومحتوى الرسالة وبما أنه مثل هذه المضامين تحاول أن ترفع من تطلعات الجماهير نحو آفاق أوسع وهي تشكل جزء مهم من نسيج الحياة الاجتماعية للأفراد يسعى القائمين بالعملية الاتصالية على انتقاء اللغة المناسبة لمثل هذه المضامين ونجد ذلك عند المستمعين على اختلاف نوع متابعتهم لمحتوى البرامج الإذاعية.

الجدول رقم (19): يمثل نوع البرامج التي تكون فيها العربية الفصحى اللغة الأنسب وذلك حسب المستوى التعليمي للمستمع.

المجموع	بدون تعليم		دراسات عليا		جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي		نوع البرامج التي تبيث بالفصحى	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
7.47	8	63.64	7	-	-	-	-	-	-	-	11.11	1	الاجتماعية	
9.35	10	9.09	1	28.57	2	9.10	2	4.17	1	11.76	4	-	العلمية	
32.71	35	18.18	2	42.86	3	40.91	9	29.16	7	29.41	10	4	الإخبارية	
9.35	10	-	-	-	-	31.81	7	4.17	1	05.89	2	-	الثقافية	
35.52	38	9.09	1	28.57	2	18.18	4	50	12	47.05	16	3	الدينية	
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	الترفيحية
05.60	6	-	-	-	-	-	-	12.50	3	5.89	2	11.11	1	الرياضية
100	107	100	11	100	07	100	22	100	24	100	34	100	09	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن "الاتجاه العام" يتمثل في نسبة 35.52% من المستمعين الذين يعتبرون العربية الفصحى اللغة الأنسب للبرامج الدينية وهي مدعمة بنسبة 50% من المستمعين الذين لهم مستوى تعليمي ثانوي ونسبة 47.07% من المستمعين الذين لهم مستوى متوسط ونسبة 33.33% من المستمعين الذين لهم مستوى ابتدائي ونسبة 28.57% من المستمعين الذين لهم مستوى دراسات عليا ونسبة 18.18% من المستمعين الذين لهم مستوى تعليمي جامعي ونسبة 9.09% من المستمعين الذين لم يتلقوا تعليم.

كما نجد نسبة 32.71% من المستمعين الذين يعتبرون أن اللغة العربية الفصحى هي اللغة الأنسب للبرامج الإخبارية وهي مدعمة بنسبة 44.45% من المستمعين الذين لهم مستوى تعليمي ابتدائي ونسبة 42.86% من المستمعين الذين لهم مستوى دراسات عليا ونسبة 40.91% من المستمعين الذين لهم مستوى تعليمي جامعي ونسبة 29.41% من المستمعين الذين لهم مستوى تعليمي ثانوي ونسبة 18.18% من المستمعين الذين لم يتلقوا تعليم.

- في حين نجد نسبة 9.35% من المستمعين الذين يعتبرون العربية الفصحى الأنسب لكل من البرامج العلمية والبرامج الثقافية بحيث نجدها في البرامج العلمية مدعمة بنسبة 28.57% من المستمعين الذين لهم مستوى دراسات عليا ونسبة 11.76% من المستمعين الذين لهم مستوى تعليمي متوسط ونسبة 9.10% من المستمعين الذين لهم مستوى جامعي ونسبة 9.09% من المستمعين الذين ليس لهم تعليم، ونسبة 4.17% من المستمعين الذين لهم مستوى ثانوي أما بالنسبة للبرامج الثقافية فهي مدعمة بنسبة 31.81% من المستمعين الذين لهم مستوى جامعي ونسبة 5.89% من المستمعين الذين لهم مستوى متوسط ونسبة 4.17% من المستمعين الذين لهم مستوى ثانوي.

في حين نجد أن جميع المستمعين يعتبرون أن العربية الفصحى ليست اللغة الأنسب للبرامج الترفيهية.

- من خلال القراءة الإحصائية للجدول يتبين أن هناك تقارب كبير بين المستمعين الذين يعتبرون العربية الفصحى اللغة الأنسب لكل من البرامج الدينية والبرامج الإخبارية ونجد ذلك بالنسبة للبرامج الدينية حسب رأي كل من لديهم مستوى تعليمي ثانوي و متوسط و ابتدائي ثم دراسات عليا ومستوى جامعي، ثم يأتي رأي المستمعين الذين لم يتلقوا تعليم، أما بالنسبة للبرامج الإخبارية نجد ذلك عند المستمعين الذين لهم مستوى ابتدائي ومستوى دراسات عليا وجامعي ومستوى متوسط وثانوي ثم الذين لم يتلقوا تعليم و حسب تصريحاتهم يرجع ذلك إلى كون العربية الفصحى هي لغة القرآن وبالرغم من أن البرامج الدينية تهتم بجانب أكبر من المعاملات داخل المجتمع، إلا أنه لا يمكن تغيير لغة القرآن كما يعتبرون العربية الفصحى اللغة الأنسب للبرامج الإخبارية ويرجع ذلك إلى مدى جديتها بالإضافة إلى أنها كثيرا ما تتناول مواضيع اجتماعية ولكن بأبعادها السياسية.

- أما بعض المستمعين يعتبرون أن العربية الفصحى هي الأنسب لكل من البرامج العلمية والثقافية وذلك عند مختلف المستويات التعليمية.

- بينما جميع المستمعين أكدوا أن العربية الفصحى لا يمكن أن تكون اللغة المناسبة للبرامج الترفيهية ويرجعون ذلك إلى اعتماد هذه البرامج غالبا على الفكاهة والألغاز والألعاب وهدفها هو تسلية المستمع والترفيه عنه.

- نستنتج مما سبق أن اختلاف محتوى ومضامين الرسالة الإذاعية كثيرا ما يتطلب وبالضرورة اختلاف اللغة المناسبة لطبيعة كل مضمون فحسب رأي المستمعين وعلى اختلاف مستوياتهم التعليمية وحتى الغير متعلمين منهم، أن العربية الفصحى اللغة الأنسب للبرامج الدينية والإخبارية نظرا لطبيعة المضمون الذي تقدمه هذه البرامج.

**الجدول رقم(20):** رأي المستمع في كون العربية الفصحى لغة تزيد من تفاعله مع برامج الإذاعة وأثر ذلك على رأيه في كلتا الحالتين.

رأي المستمع		نعم		لا		المجموع	
أثر ذلك على رأيه		ك	%	ك	%	ك	%
تتطابق مع لغة المجتمع		04	8.89	-	-	4	3.74
لغة تتناسب مع الحياة الفكرية		41	91.11	-	-	41	38.32
لا تحقق الفهم		-	-	08	12.90	8.	7.47
لا تلامس وعي أفراد المجتمع		-	-	54	87.10	54	50.47
المجموع		45	100	62	100	107	100

نلاحظ من خلال الجدول أن "الاتجاه العام" يتمثل في نسبة 50.47% من المستمعين الذين صرحوا بأن العربية الفصحى لا يمكن أن تزيد من تفاعلهم مع البرامج كونها لغة لا تلامس وعي أفراد المجتمع وهي مدعمة بنسبة 87.10%، تليها نسبة 38.32% من المستمعين الذين صرحوا أن العربية الفصحى تزيد من تفاعلهم مع البرنامج ويرجعون ذلك إلى كونها لغة تتناسب مع الحياة الفكرية مدعمة بنسبة 91.11%.

- من خلال القراءة الإحصائية للجدول يتبين أن أغلب المستمعين للإذاعة الجزائرية صرحوا بأن العربية الفصحى تعيق تفاعلهم مع البرامج ويرجعون ذلك إلى كونها لغة لا يمكن أن تلامس الوعي لدى أفراد المجتمع وحسب تصريحاتهم يرون أن العربية الفصحى لا يمكن أن تحقق الفهم والفاعلية

لدى مختلف شرائح المجتمع مع المحتوى الإعلامي بالرغم من أنها اللغة الرسمية نظرا لعدم تطابق نظامها الرمزي مع خصوصيتهم اللغوية التي يتميزون بها.

- كما نجد بعض المستمعين يعتبرون أنه بإمكان العربية الفصحى أن تزيد من تفاعل المستمع مع المحتوى الإعلامي، ويرجعون ذلك إلى كونها اللغة التي تتناسب مع المجالات العلمية والراقية.  
- نستنتج مما سبق حسب رأي أغلب المستمعين للإذاعة الجزائرية أن اللغة العربية الفصحى لا يمكن أن تلامس الوعي لدى مختلف شرائح المجتمع كونها لا تتماشى مع السياق الاجتماعي نظرا لعدم توفرها على المعاني الاصطلاحية والدلالية التي تتوافق مع خصوصيات المتلقي وهنا تتبين مدى أهمية اعتماد المضامين الإعلامية على نظام رمزي يتماشى مع أفكار المتلقين لهذه المضامين.  
**الجدول رقم(21):** يمثل مدى إمكانية اعتبار اللغة العربية الفصحى الأسلوب التخاطبي الأنسب الذي يؤدي مهمة التأثير على المستمع وذلك حسب نوع المتابعة.

نوع المتابعة		بصفة مستمرة		غير مستمرة		المجموع
رأي المستمعين		ك	%	ك	%	
نعم	11	37.93	18	23.08	29	27.10
لا	18	62.07	60	76.92	78	72.90
المجموع	29	100	78	100	107	100

نلاحظ من خلال الجدول أن " الاتجاه العام " يتمثل في نسبة 72.90% من المستمعين الذين لا يعتبرون العربية الفصحى الأسلوب التخاطبي الأنسب والنموذج اللغوي الذي يمكن أن يؤدي مهمة التأثير على الجمهور المستمع وهي مدعمة بنسبة 76.92% من المستمعين الذين عادات التعرض لديهم غير مستمرة وبنسبة 62.07% من المستمعين الذين عادات تعرضهم لبرامج الإذاعة مستمرة.  
في حين نجد نسبة 27.10% من المستمعين الذين يعتبرون أن اللغة العربية الفصحى الأسلوب التخاطبي الأنسب والنموذج اللغوي الذي بإمكانه أن يؤدي مهمة التأثير على الجمهور المستمع وهي مدعمة بنسبة 37.93% من المستمعين الذين عادات تعرضهم لبرامج الإذاعة مستمرة وبنسبة 23.08% من المستمعين الذين يتعرضون بصفة غير مستمرة لبرامج الإذاعة.

من خلال القراءة الإحصائية للجدول يتبين أن هناك تباين بين رأي المستمعين، إلا أن أغليتهم سواء الذين يتعرضون لهذه البرامج بصفة غير منتظمة أو الذين يكون تعرضهم بصفة دائمة صرحوا أنه لا يمكن اعتبار اللغة العربية الفصحى الأسلوب التخاطبي الأنسب والنموذج اللغوي الذي يؤدي مهمة التأثير على الجمهور المستمع وهذا يرجع حسب رأيهم إلى كونها لغة تحمل مصطلحات صعبة

ولا يمكن فهمها بسهولة وذلك لعدم توظيفها في السياق الاجتماعي مما يؤثر في انتقاء مضامينهم الإذاعية بصورة واضحة تيسر عملية فهمهم وتفاعلهم معها أثناء توظيفها في المحتوى الإعلامي.

كما أن هناك رأي آخر وذلك لبعض المستمعين فقط الذين يعتبرون أنه بإمكان العربية الفصحى أن تكون الأسلوب التخاطبي الأمثل في بناء محتوى الرسالة الإعلامية بالرغم من ذلك صرحوا بأنه لغة تغيب تماما في السياق الاجتماعي لكنها تتلائم حسب رأيهم مع مختلف مجالات الحياة الفكرية.

نستنتج مما سبق أن معظم المستمعين أكدوا أنه لا يمكن للعربية الفصحى أن تمثل الأسلوب التخاطبي الأمثل والنموذج اللغوي الذي يؤدي مهمة التأثير على جميع شرائح المجتمع نظرا لمدى تدخل السياق الاجتماعي الذي ينتمي إليه الفرد في بناء خصوصيته اللغوية مما يؤثر على طرفي العملية الاتصالية وأثره واضح بالنسبة لأغلب المستمعين لمحتوى البرامج بصفة غير مستمرة.

**الجدول رقم(22):** مدى الاستماع لبرامج الإذاعة الجزائرية التي تبث بالفصحى ورأي المستمع في مستوى هذه اللغة.

المجموع		نوعا ما		كثيرا		مدى الاستماع للبرامج التي تبث بالفصحى رأي المستمع في مستوى اللغة
%	ك	%	ك	%	ك	
31.78	34	20.27	15	57.57	19	سهولة الفهم
42.06	45	45.95	34	33.33	11	نوعا ما
26.16	28	33.78	25	9.10	03	صعبة الفهم
100	107	100	7474	100	33	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن " الاتجاه العام " يتمثل في نسبة 42.06% من المستمعين الذين يعتبرون أن مستوى اللغة الفصحى التي تبث بها برامج الإذاعة ليست بصعبة كما لا يمكن اعتبارها سهلة وإنما نوعا ما وهي مدعمة بنسبة 45.95% من المستمعين الذين متابعتهم للبرامج التي تبث بالفصحى ليست بدرجة كبيرة و إنما نوعا ما وبنسبة 33.33% من المستمعين الذين كثيرا ما يستمعون للبرامج التي تبث بالفصحى، لنتيها نسبة 31.78% من المستمعين الذين يعتبرون أن العربية الفصحى التي تبث بها البرامج سهلة الفهم وهي مدعمة بنسبة 57.57% من المستمعين الذين كثيرا ما يستمعون لبرامج تبث بالفصحى وبنسبة 20.27% من المستمعين الذين أحيانا ما يستمعون لبرامج تبث بالفصحى.

في حين نجد نسبة 26.16% من المستمعين الذين يعتبرون الفصحى التي تبث بها برامج الإذاعة صعبة الفهم وهي مدعمة بنسبة 33.78% من المستمعين الذين أحيانا ما يستمعون لبرامج تبث بالفصحى وبنسبة 9.10% من المستمعين الذين كثيرا ما يستمعون للبرامج التي تبث بالفصحى.

- من خلال القراءة الإحصائية للجدول يتبين أن أغلب المستمعين يعتبرون أن اللغة العربية الفصحى التي تبث بها برامج الإذاعة ليست بسيطة كما أنها ليست صعبة وإنما نوعاً ما، ويرجعون ذلك إلى مدى احتواء هذه اللغة على رموز لا يمكن لها أحياناً أن تتوافق مع إطارهم الاجتماعي لكونه ليس المستوى اللغوي المستخدم و المعتمد عليه في الحياة الاجتماعية مما يعيق فهمهم للرسالة الإذاعية، كما أن هناك تقارب بين رأي المستمعين الذين يجدون هذا المستوى اللغوي سهل الفهم بالنسبة لهم والمستمعين الذين يجدون فيه صعوبة كبيرة ، وفي كلتا الحالتين يرجعون ذلك إلى توافقه أحياناً وعدم توافقه أحياناً أخرى مع خصوصيتهم اللغوية.

- نستنتج مما سبق أن أغلب المستمعين يجدون المستوى اللغوي المتمثل في العربية الفصحى ليس بسيطاً، وإنما نوعاً ما ويرجعون ذلك إلى عدم توافق رموزه في الكثير من الأحيان مع الإطار الاجتماعي وهو ما يطرح لديهم مشكل التعرض للبرامج التي تبث بالعربية الفصحى.

**الجدول رقم (23):** يمثل مدى استيعاب المستمع للمستوى اللغوي المتمثل في العربية الفصحى وذلك حسب عادات التعرض للمستمع.

عادات التعرض		مستمرة		غير مستمرة		المجموع	
مدى استيعاب العربية الفصحى		ك	%	ك	%	ك	%
وقت طويل	7	24.14	66	84.62	73	68.22	
وقت قصير	22	75.86	12	15.38	34	31.78	
المجموع	29	100	78	100	107	100	

نلاحظ من خلال الجدول أن " الاتجاه العام " يتمثل في نسبة 68.22% من المستمعين الذين أكدوا استيعابهم للمستوى اللغوي المتمثل في العربية الفصحى يتطلب أو يأخذ منهم وقت طويل وهي مدعمة بنسبة 84.42% من المستمعين الذين تعرضهم لبرامج الإذاعة هو بصفة غير مستمرة وبنسبة 24.14% من المستمعين الذين يتعرضون بصفة مستمرة .

في حين نجد نسبة 31.87% من المستمعين الذين صرحوا بأن استيعابهم وفهمهم للمستوى اللغوي المتمثل في العربية الفصحى يأخذ منهم وقت قصير وهي مدعمة بنسبة 75.86% من المستمعين الذين يكون تعرضهم بصفة مستمرة، وبنسبة 15.38% من المستمعين الذين يكون تعرضهم بصفة غير مستمرة.

- من خلال القراءة الإحصائية للجدول يتبين أن معظم المستمعين وخاصة الذين يتعرضون بصفة غير مستمرة أن مدة استيعابهم للمستوى اللغوي المتمثل في العربية الفصحى يأخذ منهم وقت طويل ويرجعون ذلك إلى صعوبة فك رموز المصطلحات التي تدخل في تكوين هذا المستوى اللغوي،

وهناك رأي آخر لبعض المستمعين الذين صرحوا بأن مدة استيعابهم وفهمهم لهذه اللغة لا تأخذ منهم وقت طويل كونهم لا يجدون صعوبة كبيرة في فك رموزها اللغوية.

- نستنتج مما سبق أن مشكل تلقي المستمعين لمضامين الإذاعة التي تعتمد في بناء رسالتها الإعلامية على العربية الفصحى يمكن في صعوبة فك رموزها كون الخطاب الإعلامي الموجه اليهم يحمل رموز لا تتطابق مع رموزهم المتفق عليها اجتماعيا وبالتالي يؤدي ذلك إلى عدم حدوث عملية الاتصال بين المذيع كمرسل والمستمع كمتلقي لها.

### 1.6.6- نتائج الفرضية الثانية:

حسب تصريحات المستمعين أكدوا أنهم يفضلون الثلاثية اللغوية على العربية الفصحى في انتقاء مضامينهم الإذاعية مما يؤكد مدى فهم واستيعاب أفراد الجمهور المستمع للإذاعة الجزائرية لهذا المستوى اللغوي. كما يتبين أن التفاعل مع مضامين الإذاعة يتم وفقا لنظام رمزي يتوافق مع الخصوصية اللغوية التي يتميز بها المتلقي للرسالة.

-معظم المستمعين للإذاعة الجزائرية يرون أن اللغة التي تبت بها الأخبار هي مناسبة كونها تخضع لنوع المضمون في الرسالة وبما أنه مثل هذه المضامين تحاول أن ترفع من تطلعات الجماهير نحو آفاق أوسع وهي تشكل جزء مهم من نسيج الحياة الاجتماعية يسعى القائمين بالعملية الاتصالية على انتقاء اللغة المناسبة لمثل هذه المضامين.

- إن اختلاف محتوى ومضامين الرسالة الإذاعية كثيرا ما يتطلب وبالضرورة اختلاف اللغة المناسبة لطبيعة كل مضمون فحسب رأي المستمعين وعلى اختلاف مستوياتهم التعليمية وحتى الغير المتعلمين منهم أن اللغة العربية الفصحى اللغة الأنسب للبرامج الدينية والإخبارية نظرا لطبيعة المضمون الذي تقدمه هذه البرامج خاصة وأن التمييز واضح بالمقارنة مع البرامج الترفيهية.

- حسب تصريحات المستمعين إن اللغة العربية الفصحى لا يمكن أن تلامس الوعي لدى مختلف شرائح المجتمع كونها لا تتماشى مع سياقهم الاجتماعي نظرا لعدم توفرها على المعاني الاصطلاحية والدلالية التي تتوافق مع خصوصياتهم وهنا يتبين مدى أهمية اعتماد المضامين الإعلامية على نظام رمزي يتوافق مع أفكار المتلقين لهذه المضامين خاصة أن المتلقي كفرد في المجتمع ما سلوكه الاتصالي إلا جزء من سلوكه الاجتماعي.

- صرح معظم المستمعين أنه لا يمكن للعربية الفصحى أن تمثل الأسلوب التخاطبي الأمثل والنموذج اللغوي الذي يؤدي مهمة التأثير على جميع شرائح المجتمع نظرا لتدخل السياق الاجتماعي الذي ينتمي إليه الفرد في بناء منظومته اللغوية مما يؤثر على طرفي العملية الاتصالية بالرغم من أنها تمثل اللغة الرسمية في مجتمعنا.

- يجد المستمعين مشكلة في تعرضهم للبرامج التي تبتث بالعربية الفصحى وهم يرون أن مستوى هذه اللغة ليس سهلاً بالنسبة لهم ويرجعون ذلك إلى احتوائها على معاني تحمل رموزاً تتوافق في الكثير من الأحيان مع إطارهم الاجتماعي.

- من خلال هذه النتائج التي تبين توجيه المذيع رسالته بالفصحى ومدى تأثيرها على انتقاء الجمهور للمضامين الإذاعية كونها لغة صعبة الفهم بالنسبة لهم يمكن القول أن الفرضية الثانية قد تحققت.

#### 7.6- بناء وتحليل الجداول الخاصة بالفرضية الثالثة:

الجدول رقم (24): يمثل مدى مساهمة اللغة في تفضيل المستمع لبرنامج دون الآخر وذلك حسب كثافة التعرض.

كثافة التعرض		ساعة ونصف		ساعة		ساعتين		أكثر من ذلك		المجموع	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
3	12	5	17.86	8	34.78	11	35.48	27	25.24		
7	28	2	7.14	6	26.09	14	45.16	29	27.10		
15	60	21	75	9	39.13	06	19.36	51	47.66		
25	100	28	100	23	100	31	100	107	100		

نلاحظ من خلال الجدول أن "الاتجاه العام" يتمثل في نسبة 47.66% من المستمعين الذين صرحوا أن اللغة الموظفة المحتوى الإعلامي دور في تفضيلهم لبرنامج دون الآخر وأكدوا ذلك بدرجة كبيرة جداً وهي مدعمة بنسبة 75% من المستمعين الذين يتعرضون لمحتوى البرنامج حوالي ساعة كاملة وبنسبة 60% من المستمعين الذين مدة تعرضهم تقدر بنصف ساعة وبنسبة 39.13% من المستمعين الذين يقضون حوالي ساعتين في الاستماع وبنسبة 19.36% من المستمعين الذين تعرضهم أكثر من ساعتين.

- كما نجد نسبة 27.10% من المستمعين الذين يعتبرون أن اللغة دور في تفضيلهم لبرنامج دون الآخر وأكدوا ذلك بدرجة كبيرة وهي مدعمة بنسبة 45.16% من المستمعين الذين يتعرضون للمضمون الإعلامي وذلك أكثر من ساعتين وبنسبة 28% من المستمعين الذين يقضون نصف ساعة في الاستماع وبنسبة 26.09% من المستمعين الذين يتعرضون للاستماع حوالي ساعتين وبنسبة 7.14% من المستمعين الذين يقضون ساعة كاملة في الاستماع للمحتوى الإعلامي.

- في حين نجد نسبة 25.24% من المستمعين الذين يعتبرون أن اللغة دور في تفضيلهم لبرنامج دون الآخر ولكن ذلك نوعا ما وهي مدعمة بنسبة 35.48% من المستمعين الذين يقضون أكثر من ساعتين في الاستماع وبنسبة 34.78% من المستمعين الذين يقضون حوالي ساعتين في الاستماع وبنسبة 17.86% من المستمعين الذين مدة تعرضهم حوالي ساعة كاملة وبنسبة 12% من المستمعين الذين يقضون حوالي نصف ساعة في الاستماع.

- من خلال القراءة الاحصائية للجدول يتبين أن معظم المستمعين صرحوا أن اللغة الاعلامية دور كبير في تفضيلهم لبرنامج دون الآخر وأكدوا تصريحاتهم بدرجة كثيرة جدا وهم يرجعون ذلك إلى كونهم كمستمعين يعتمدون في اختيارهم للبرامج من خلال اختيارهم للغة التي تتناسب مع خصوصيتهم اللغوية حتى تيسر لهم عملية الفهم والإدراك مما يساعدهم على التفاعل والتواصل الاجتماعي يعتبرون أن اللغة عامل جوهري وأساسي في تفضيلهم لبرنامج دون الآخر والذي يكون مبني على مدى توافق خصوصية هذا المحتوى اللغوي والقيمة الاجتماعية للأفراد وذلك عند كل من المستمعين الذين كثافة تعرضهم للمضمون الإعلامي تقدر عند البعض بحوالي ساعة كاملة ونصف ساعة وأيضا من يقضون حوالي ساعتين في الاستماع وأكثر من ذلك .

- وهناك رأي آخر لبعض المستمعين وهو بدرجة متقاربة جدا بين المستمعين الذين يعتبرون أن اللغة دور في تفضيلهم لبرنامج دون الآخر بحيث أكدوا ذلك بدرجة كثيرة والمستمعين الذين يعتبرون أن تفضيلهم للبرامج يعتمد على اللغة ولكن نوعا ما ونجد ذلك يختلف عند رأي المستمعين باختلاف كثافة تعرضهم للبرامج.

- نستنتج أن اللغة الموظفة في بناء محتوى الرسالة الإعلامية دور كبير لدى المستمعين في تفضيلهم لمضمون دون الآخر ويكون ذلك مبني على مدى توفيق وتطابق اللغة الإعلامية الموظفة في العملية الاتصالية مع كل احتياجات المتلقي الاجتماعية واثر ذلك واضح باختلاف كثافة التعرض لدى المستمعين .

الجدول رقم (25): يمثل رأي المستمع في كون الثلاثية اللغوية او المزج اللغوي يحقق التفاعل لدى المستمع وذلك حسب المستوى التعليمي .

المجموع		بدون تعليم		دراسات		جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي		المستوى التعليمي
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	رأي المستمع
80.38	86	100	11	57.14	4	63.64	14	79.17	19	91.18	31	77.78	7	نعم
19.62	21	-	-	42.86	3	36.36	8	20.83	5	8.82	3	22.22	2	لا
100	107	100	11	100	7	100	22	100	24	100	34	100	9	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن " الاتجاه العام " يتمثل في نسبة 80.38% من المستمعين الذين يعتبرون أن توظيف المزج اللغوي أو الثلاثية اللغوية في المضمون الإعلامي يحقق الفهم لدى الجمهور المستمع وهي مدعم بالنسبة 100% من المستمعين الذين لم يتلقوا تعليم وبالنسبة 91.18 من المستمعين الذين لديهم مستوى تعليمي متوسط وبنسبة 79.17% من المستمعين الذين لديهم مستوى ثانوي وبنسبة 77,78% من المستمعين الذين لديهم مستوى ابتدائي ، وبنسبة 63.64% من المستمعين الذين لديهم مستوى تعليمي جامعي وبنسبة 57.14% من المستمعين الذين لديهم مستوى دراسات عليا . في حين نجد نسبة 19.62% من المستمعين الذين يعتبرون ان الثلاثية اللغوية لا يمكن ان تحقق الفهم لدى الجمهور المستمع وهي مدعمة بنسبة 42.86% من المستمعين الذين لديهم مستوى دراسات عليا وبنسبة 36.36 من المستمعين الذين لديهم مستوى جامعي وبنسبة 22.22% من المستمعين الذين لديهم مستوى ابتدائي وبالنسبة 20.83% من المستمعين الذين لديهم مستوى ثانوي وبنسبة 8.82% من المستمعين الذين لديهم مستوى متوسط.

- من خلال القراءة الاحصائية للجدول يتبين ان معظم المستمعين صرحوا ان المزج اللغوي او ما يعرف بالثلاثية اللغوية بإمكانها ان تحقق الفهم لدى الجمهور المستمع وهم يرجعون ذلك الى مدى تأثيرها عليهم واتفاقها مع اطارهم الاجتماعي كون هذا المستوى اللغوي يستخدم في حياتهم الاجتماعية

وخاصة في تعاملهم مع غيرهم من أفراد المجتمع اذ أصبحت تشكل لديهم اللغة المتفق عليها والتي لا تعيق تعرضهم للبرامج الاذاعية بقدر ماتزيد من تفاعلهم مع المضمون الاذاعي ونجد توظيفها يشكل دور ايجابي في عملية الاتصال خاصة بالنسبة للمستمعين الذين لم يتلقوا مستوى تعليمي والذين صرحوا انها تشكل لديهم لغة الأسرة والمجتمع ككل كما نجد ذلك أيضا لدى المستمعين ذو المستوى التعليمي المتوسط والثانوي والابتدائي بالإضافة إلى أن هناك تقارب بين رأي المستمعين ذو المستوى الجامعي والدراسات العليا في ذلك .

-ونجد هناك رأي آخر للبعض القليل من المستمعين الذين يعتبرون انه بالرغم من ان الثلاثية اللغوية حسب تصريحاتهم هي اللغة التي يتميز بها المجتمع الا انه لايمكن ان يؤدي توظيفها الى تحقيق الفهم لدى أفراد الجمهور . ونجد ذلك من راي بعض المستمعين ذو مستوى دراسات عليا والجامعي وتقارب كبير في ذلك بين راي المستمعين ذو المستوى الابتدائي والثانوي ثم ذو مستوى المتوسط .

- نستنتج مما سبق ان توظيف الثلاثية اللغوية كالغة اعلامية في بناء الرسالة الاذاعية يحقق الفهم لدى الجمهور المستمع كونها حسب تصريحات المستمعين للاذاعة الجزائرية تحتوي على نظام رمزي ملائم ومستوى لغوي فاعل يتطابق مع صيغتهم التخاطبية بحيث كلما كان المستوى التعليمي اكثر تقدما كلما كانت النظرة الى اهمية اللغة في العملية الاتصالية اكثر ضرورة .

الجدول رقم (26): يمثل مدى تفضيل المستمع للبرامج التي تبث بالثلاثية اللغوية وما أسباب ذلك .

المجموع		نوعا ما		كثيرا		مدى تفضيل الثلاثية أسباب ذلك
%	ك	%	ك	%	ك	
22.43	24	27.27	9	20.27	15	سهولة بالنسبة لك
39.25	42	33.33	11	41.90	31	تخاطب ك فئات الجمهور
39.91	32	21.22	7	33.78	25	التخاطب اليومي
08.41	9	18.18	6	4.05	3	تعبير عن عادات وتقاليد المجتمع
100	107	100	33	100	74	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن " الاتجاه العام " يتمثل في نسبة 39.91% من المستمعين الذين يرون أن تفضيلهم للثلاثية اللغوية يرجع إلى كونها لغة التخاطب اليومي وهي مدعمة بنسبة 33.78% من المستمعين الذين كثيرا ما يفضلون الثلاثية اللغوية وبنسبة 21.22% من المستمعين الذين يفضلون الثلاثية اللغوية ولكن نوعا ما في مضامينهم الإعلامية.

- كما نجد نسبة 39.25% من المستمعين الذين يرون أن تفضيلهم للثلاثية اللغوية يرجع إلى كونها تخاطب كل فئات الجمهور المستمع وهي مدعمة بنسبة 41.90% من المستمعين الذين كثيرا ما يفضلون الثلاثية اللغوية وبنسبة 33.33% من المستمعين الذين يفضلون الثلاثية اللغوية ولكن نوعا ما.

- ونجد نسبة 22.43% من المستمعين الذين يرون أن تفضيلهم للثلاثية اللغوية يرجع إلى كونها لغة سهلة الفهم بالنسبة لهم وهي مدعمة بنسبة 27.27% من المستمعين الذين يفضلون الثلاثية اللغوية ولكن نوعا ما وبنسبة 20.27% من المستمعين الذين كثيرا ما يفضلون الثلاثية اللغوية في مضامينهم.

- في حين نجد نسبة 8.41% من المستمعين الذين يفضلون الثلاثية اللغوية ويرجعون ذلك إلى أنها اللغة التي تعبر عن العادات وتقاليد المجتمع وهي مدعمة بنسبة 18.18% من المستمعين الذين يفضلون نوعا ما هذه اللغة وبنسبة 4.05% من المستمعين الذين كثيرا ما يفضلون الثلاثية اللغوية.

- من خلال القراءة الإحصائية للجدول يتبين أن هناك تقارب كبير جدا بين المستمعين الذين يرجع تفضيلهم للثلاثية اللغوية كونها تعتبر بالنسبة لهم لغة التخاطب اليومي واللغة التي بإمكانها أن تخاطب كل فئات الجمهور المستمع بنوعه وطبيعته وبمختلف مستوياته المتباينة ونجد ذلك عند كل من المستمعين الذين كثيرا ما يفضلون هذه اللغة والذين يفضلونها كلغة إعلامية ولكن نوعا ما.

- ورأي آخر لبعض المستمعين الذين يعتبرون أن تفضيلهم لهذا المستوى اللغوي يرجع إلى كونها لغة سهلة الفهم والإدراك بالنسبة لهم وهم الذين نوعا ما ، ما يفضلون هذه اللغة وال مستمعين الذين كثيرا ما يفضلونها في بناء الرسالة الإعلامية.

- بالإضافة إلى وجود رأي آخر ولكن للبعض القليل من المستمعين الذين يعتبرون أن تفضيلهم لهذا المستوى اللغوي يرجع إلى كونها تعبر عن عادات وتقاليد المجتمع وحسب تصريحات هؤلاء المستمعين أن هذه اللغة كانت لأسباب تاريخية نتيجة لوضع ثقافي وسياسي ورثه المجتمع الجزائري عن عهد الاستعمار مما أدى إلى امتزاج اللغة العربي بالفرنسية ويرون أنه حتى وجود الأمازيغية بمختلف لهجاتها القبائلية كان له أسبابه ونجد ذلك عند المستمعين الذين يفضلون هذه اللغة نوعا ما والبعض الآخر يفضلونها كثيرا في المضامين الإذاعية.

- نستنتج مما سبق أن معظم المستمعين يفضلون هذا المستوى اللغوي المتمثل في الثلاثية اللغوية باعتبارها تعني لهم لغة التخاطب اليومي بالإضافة إلى أنها اللغة التي بإمكانها أن تخاطب كل فئات الجمهور وذلك على اختلاف طبيعته ونوعه وبمختلف مستوياته المتباينة.

الجدول رقم(27): يمثل مدى اعتبار المستمع الثلاثية اللغوية ضمان للمعلومات وذلك حسب نوع متابعته لمحتوى البرامج.

المجموع		غير مستمرة		مستمرة		نوع المتابعة رأي المستمع
%	ك	%	ك	%	ك	
71.3	76	93.59	7	10.35	03	نعم
28.97	31	06.41	5	89.65	26	لا
100	107	100	78	100	29	المجموع

- نلاحظ من خلال الجدول أن "الاتجاه العام " يتمثل في نسبة 71.03% من المستمعين الذين يعتبرون أن توظيف الثلاثية اللغوية في المضمون الاعلامي يعني لهم ضمان ووصول المعلومة وهي مدعمة بنسبة 93.59% من المستمعين الذين يتعرضون بصفة غير مستمرة للراديو وبنسبة 10.35% من المستمعين الذين يتعرضون للراديو باستمرار.

في حين نجد نسبة 28.97% من المستمعين الذين يعتبرون أن توظيف الثلاثية اللغوية لا يعني لهم ضمان وصول المعلومة وهي مدعمة بنسبة 89.95% من المستمعين الذين يتعرضون باستمرار لبرامج الراديو وبنسبة 6.41% من المستمعين الذين يتعرضون للراديو بصفة غير مستمرة.

- من خلال القراءة الإحصائية للجدول يتبين أن أغلب المستمعين للإذاعة الجزائرية يعتبرون أن توظيف الثلاثية اللغوية في المضمون الاعلامي يعني بالنسبة لهم ضمان المعلومة التي يتوجه بها القائمين بالعملية الاتصالية في الإذاعة من خلال رسالتهم الإعلامية إلى المتلقين لهذه الرسالة وذلك بالنسبة لكل من المستمعين الذين الأغلبية منهم يتعرضون بصفة غير مستمرة والبعض تعرضهم باستمرار لبرامج الإذاعة.

- كما أن هناك رأي آخر للبعض القليل من المستمعين الذين يعتبرون أن توظيف الثلاثية اللغوية ليس بضمان لوصول المعلومة ونجد ذلك عند كل من المستمعين الذين يكون تعرضهم باستمرار لبرامج الإذاعة والذين لا يتعرضون لها بصفة مستمرة.

- نستنتج حسب رأي أغلب المستمعين لبرامج الإذاعة الجزائرية وذلك على اختلاف نوع متابعته لهذه البرامج أن توظيف القائمين بالعملية الاتصالية للثلاثية اللغوية في بناء مضامين رسالتهم الإعلامية يعني ذلك ضمان وصول المعلومة للمتلقين لهذه الرسالة .

**الجدول رقم(28):** مدى اعتبار الثلاثية اللغوية كلغة إعلامية من الأسباب التي تزيد من مشاركة وتجاوب المستمع مع البرنامج وذلك حسب نوع المتابعة.

المجموع		غير مستمرة		مستمرة		نوع المتابعة رأي المستمع
%	ك	%	ك	%	ك	
71.96	77	75.64	59	62.07	18	نعم
28.04	30	24.36	19	37.93	11	لا
100	107	100	78	100	29	المجموع

- نلاحظ من خلال الجدول أن "الاتجاه العام" يتمثل في نسبة 71.96% من المستمعين الذين يعتبرون أن توظيف الثلاثية اللغوية يزيد من تجاوبهم مع البرنامج وهي مدعمة بنسبة 75.46% من المستمعين الذين يتعرضون بصفة مستمرة وبنسبة 62.07% من المستمعين الذين يتعرضون بصفة مستمرة تليها 28.04% من المستمعين الذين يعتبرون أن توظيف الثلاثية اللغوية لايزيد من تجاوبهم مع البرنامج وهي مدعمة بنسبة 37.93% من المستمعين الذين يتعرضون لمضامين الإذاعة بصفة مستمرة وبنسبة 24.36% من المستمعين الذين يتعرضون باستمرار لبرامج الإذاعة.

- من خلال القراءة الاحصائية للجدول يتبين أن هناك تباين رأي المستمعين إلا أن معظمهم صرحوا بأن توظيف الثلاثية اللغوية يزيد من تجاوبهم مع البرامج الإذاعية وحتى مشاركتهم في البرامج التي يكون فيها الحوار مفتوح مع المستمعين وذلك نظرا لسهولة وبساطة لغتها ووضوحها بالنسبة لهم ونجد ذلك عند المستمعين الذين أغلبيتهم يتعرضون بصفة غير مستمرة والبعض الآخر من يتعرضون لبرامج الإذاعة وذلك باستمرار.

هناك رأي آخر ولكن للبعض القليل من المستمعين الذين يعتبرون أن توظيف الثلاثية اللغوية ليس بالسبب الذي يزيد من مشاركتهم وتجاوبهم مع البرامج الإذاعية ومشاركتهم فيها.

- نستنتج مما سبق أن توظيف الثلاثية اللغوية في محتوى الرسالة الإعلامية يزيد من مشاركة وتجاوب أغلب المستمعين مع البرامج الإذاعية ويظهر ذلك واضح عند المستمعين على اختلاف نوع المتابعة لديهم لمحتوى الرسالة الاعلامية.

الجدول رقم (29): مدى اعتبار الثلاثة اللغوية لغة تقرب الإذاعة من المستمع وذلك في وجوده المكاني والفكري حسب نوع القناة الإذاعية المفضلة.

المجموع	البهجة		إذاعة الثقافة		إذاعة القرآن		القناة III		القناة II		القناة I		القناة الإذاعية المفضلة رأي المستمع
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
57	61	87.75	43	84.62	11	20	3	-	-	-	20	4	دائما
43	46	12.25	06	15.38	02	80	12	100	7	100	3	16	أحيانا
100	107	100	49	100	13	100	15	100	7	100	3	20	المجموع

- من خلال الجدول نلاحظ أن "الاتجاه العام" يتمثل في نسبة 57% من المستمعين الذين يرون أنه بإمكان الثلاثية اللغوية أن تكون لغة التخاطب التي تقرب الإذاعة من الجمهور المستمع وذلك في وجوده المكاني والفكري وذلك دائما وهي مدعمة بنسبة 87.75% من المستمعين لإذاعة البهجة وبنسبة 84.62% من المستمعين للإذاعة الثقافية و بنسبة 20% من المستمعين في كل من إذاعة القران و القناة الأولى.

- في حين نجد نسبة 43% من المستمعين الذين يعتبرون أنه بإمكان أن تكون الثلاثية اللغوية لغة تخاطب تقرب الإذاعة من الجمهور المستمع في وجوده المكاني و الفكري، ولكن أحيانا و هي مدعمة بنسبة 100% من المستمعين للقناة الثالثة و الثانية و بنسبة 80% في كل من إذاعة القران و القناة الأولى و بنسبة 15,38% من المستمعين للإذاعة الثقافية و بنسبة 12,25% من المستمعين لإذاعة البهجة.

- من خلال القراءة الإحصائية للجدول يتبين أن معظم المستمعين صرحوا أنه بإمكان الثلاثية اللغوية تقرب الإذاعة كوسيلة إعلامية من مستمعيها وذلك في وجودهم المكاني و الفكري و حسب تصريحاتهم يرون أن هذا المستوى اللغوي الذي تتوجه به الإذاعة في رسالتها الإعلامية الى المستمعين في الكثير من الأحيان يتلائم مع احتياجاتهم الفكرية و العقلية و نظرا لمدى توظيفه في السياق الإجتماعي و نجد ذلك عند أغلبية المستمعين للإذاعة البهجة و الإذاعة الثقافية بتقارب كبير بينهم و بعض المستمعين لإذاعة القران و القناة الأولى.

- كما أن هناك رأي آخر لبعض المستمعين الذين يرون أنه لا يمكن للثلاثية اللغوية كلغة إعلامية أن تعمل على تقرب الوسيلة الإعلامية من مستمعيها و نجد ذلك عند المستمعين للقناة الثالثة و القناة الثانية و البعض منهم من يفضلون الإستماع لإذاعة القران و القناة الأولى وكذا مستمعي الإذاعة الثقافية و إذاعة البهجة.

- نستنتج مما سبق أن توظيف الثلاثية اللغوية كنظام رمزي في بناء مضمون الرسالة الإذاعية بإمكانه حسب رأي المستمعين تقرب الإذاعة كوسيلة إعلامية من الجمهور المستمع و ذلك أينما كان ووجد، كون المستمع فرد يعيش كشخصية متأثرة بسياقها الإجتماعي و يقودنا هذا أيضا الى أن نستنتج بأنه ليست الوسيلة فقط من تسعى الى إختيار جمهورها المستمع من خلال المحتوى و إنما أيضا الجمهور يميل بدوره هو الآخر الى إختيار الوسيلة من خلال المحتوى و لغته أي أن الإذاعة كغيرها من وسائل الإعلام تلتقي مع جمهورها المستمع عن طريق عملية إختيار متبادل و يتضح أنه كلما كان الإختلاف في نوع القناة الإذاعية المفضلة لدى المستمع واضح كلما إختلفت النظرة الى ذلك أكثر.

الجدول رقم (30): تقييم المستمع لظاهرة الثلاثية اللغوية وذلك حسب المستوى التعليمي

المجموع	بدون تعليم		دراسات عليا		جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي			
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
47.66	51	45.45	5	14.29	1	31.82	7	50	12	55.88	19	77.78	7	تساعد التواصل الطبيعية ضرورية مجددة للغة سلبية تعبر عن عجز اللغة تؤدي إلى موت اللغة تشوه اللغة
21.50	23	9.09	1	85.71	6	13.64	-	25	6	29.42	10	-	-	طبيعية
17.76	19	36.37	4	-	-	-	3	25	6	11.76	-4	22.22	2	ضرورية
0.93	1	-	-	-	-	-	-	-	-	2.94	1	-	-	مجددة للغة
1.87	2	9.09	1	-	-	4.54	1	-	-	-	-	-	-	سلبية
3.74	4	-	-	-	-	18.18	4	-	-	-	-	-	-	تعبر عن عجز اللغة
2.80	3	-	-	-	-	13.64	3	-	-	-	-	-	-	تؤدي إلى موت اللغة
3.74	4	-	-	-	-	18.18	4	-	-	-	-	-	-	تشوه اللغة
100	107	100	11	100	7	100	22	100	24	100	34	100	9	المجموع

- نلاحظ من خلال الجدول أن "الإتجاه العام" يتمثل في نسبة 47,66 % من المستمعين الذين يعتبرون أن الثلاثية اللغوية ظاهرة تساعد على عملية التواصل و هي مدعمة بنسبة 77,78 % من المستمعين الذين لهم مستوى إبتدائي و بنسبة 55,88 % من المستمعين الذين لهم مستوى متوسط و بنسبة 50 % من المستمعين الذين لهم مستوى ثانوي و بنسبة 45.45 % من المستمعين الذين ليس لديهم مستوى تعليمي و بنسبة 14.29 % من المستمعين الذين لهم مستوى دراسات عليا و بنسبة 31.82 % من المستمعين الذين يملكون مستوى جامعي .

- كما نجد نسبة 21.50 % من المستمعين الذين يعتبرون أن الثلاثية اللغوية ظاهرة طبيعية و هي مدعمة بنسبة 85.71 % من المستمعين الذين لديهم مستوى دراسات عليا و بنسبة 29.42 % من المستمعين الذين لديهم مستوى متوسط و بنسبة 25 % من المستمعين الذين لهم مستوى ثانوي و بنسبة 13.64 % من المستمعين الذين لهم مستوى جامعي و بنسبة 9.09 % من المستمعين الذين ليس لهم مستوى تعليمي.

- نجد نسبة 17.76 % من المستمعين الذين يعتبرون أن ظاهرة الثلاثية اللغوية ضرورية و هي مدعمة بنسبة 36.37 % من المستمعين الذين ليس لهم تعليم و بنسبة 25 % من المستمعين الذين لهم مستوى ثانوي و بنسبة 22.22 % من المستمعين الذين لهم مستوى متوسط. تليها نسبة 3.74 % لكل من المستمعين الذين يعتبرونها ظاهرة تعبر عن عجز اللغة كما أنها تشوه اللغة و هي مدعمة بنسبة 18.18 % من المستمعين ذو المستوى الجامعي.

- من خلال القراءة الإحصائية للجدول يتبين أن معظم المستمعين يعتبرون أن الثلاثية اللغوية هي ظاهرة تساعد على عملية التواصل بين أفراد المجتمع و حسب تصريحاتهم يرجع ذلك الى كونها اللغة التي يتعاملون بها يوميا في حياتهم الإجتماعية كما لا تعيق عملية تواصلهم مع أفراد أسرهم و مع زملائهم و محيطهم الإجتماعي ومدى علاقتها بالواقع و تدخلها في الحياة الشخصية لهم و نجد ذلك عند أغلبية المستمعين الذين لديهم مستوى إبتدائي و متوسط و ثانوي و الذين لم يتلقوا تعليم و ذو المستوى الجامعي و مستوى الدراسات العليا.

- و هناك تقارب بين رأي المستمعين الذين يعتبرون أن الثلاثية اللغوية ظاهرة طبيعية و ضرورية في كلتا الحالتين و يرجعون ذلك الى أن الوضعية الإجتماعية للفرد هي التي تفرض عليه إستعمال رموز لغوية قد يكتسبها المجتمع أو يستوحياها من لغات أخرى، مما يشكل لديه نمط لغوي عربي فرنسي في كثير من الأحيان و قد يكون مبني حتى على لهجات أمازيغية فيكسبه لغة مهجنة تمتاز فيها الكلمات المختلفة و نجد ذلك عند المستمعين ذو مستوى دراسات عليا و مستوى متوسط و ثانوي ثم المستوى الجامعي و الذين لم يتلقوا تعليم هذا بالنسبة لمن اعتبروها طبيعية أما عند بعض المستمعين الذين ليس لهم تعليم و ذو المستوى الثانوي و الإبتدائي و المتوسط بنسبة لمن اعتبروها ظاهرة ضرورية في المجتمع.

- هناك رأي آخر لبعض القليل من المستمعين الذين اعتبروها ظاهرة تعبر عن عجز اللغة كما أنها تؤدي الى موت اللغة و نجد ذلك عند المستمعين ذو المستوى الجامعي.

- نستنتج مما سبق و حسب رأي معظم المستمعين أن الثلاثية اللغوية هي ظاهرة تساعد على عملية التواصل بين أفراد المجتمع، كما أنها تحمل معاني كثيرة في التفاعل الرمزي و تمثل بدورها حقيقة الحياة الإجتماعية و تؤدي بها وظيفة الإتصال من خلال الإتفاق الذي يحدث بين أفرادها حول معاني هذه الرموز اللغوية و كون هذه الظاهرة حقيقة واقعية تمكنت من التأثير في تفاعل الجمهور المستمع مع رسالة الإعلام الإذاعي، و بما أن الجمهور يشكل عنصر فعال في العملية الإعلامية إستطاعت الثلاثية اللغوية من تحديد العلاقة المتبادلة بين النظام الإجتماعي بكل عناصره و النظام الإعلامي بكل وظائفه و يظهر ذلك عند المستمعين على إختلاف مستوياتهم المتعلمين منهم و الغير المتعلمين و كلما كان المستوى التعليمي أكثر كلما اتضحت النظرة الى هذه الظاهرة في المجتمع أكثر بكثير.

#### 1.7.6- نتائج الفرضية الثالثة:

- إن لغة الموظفة في بناء محتوى الرسالة الإعلامية دور كبير لدى المستمعين في تفضيلهم المضمون دون الأخر و يكون ذلك مبني على مدى توافق و تطابق اللغة الإعلامية الموظفة في العملية الإتصالية مع كل احتياجات المتلقي الاجتماعية.

- إن توظيف المزج اللغوي أو ما سميناه في بحثنا بالثلاثية اللغوية كألغة إعلامية في بناء الرسالة الإذاعية يحقق الفهم لدى الجمهور المستمع كونها حسب تصريحاتهم تحتوي على نظام رمزي ملائم و مستوى لغوي فاعل يتطابق مع صيغتهم التخاطبية.

- معظم المستمعين للإذاعة الجزائرية يفضلون هذا المستوى اللغوي المتمثل في الثلاثية اللغوية بإعتبارها تعني لهم لغة التخاطب اليومي بالإضافة الى أنها اللغة التي بإمكانها أن تخاطب كل فئات الجمهور وذلك على إختلاف طبيعته و نوعه و بمختلف مستوياته المتباينة.

- أكد المستمعين للإذاعة الجزائرية وذلك على إختلاف عادات التعرض لديهم للبرامج الإذاعية أن توظيف القائمين بالعملية الإتصالية للثلاثية اللغوية في بناء رسالتهم الإعلامية يعني ضمان وصول المعلومة للمتلقين لهذه الرسالة .

- إن توظيف المستوى اللغوي المتمثل في الثلاثية اللغوية و ذلك بمختلف تركيباتها العربية و الفرنسية وحتى الأمازيغية في محتوى الرسالة الإعلامية يزيد من مشاركة و تجاوب المستمعين مع برامج الإذاعة .

- من خلال تصريحات المستمعين يمكن للثلاثية اللغوية كنظام رمزي أن تعمل على تقريب الإذاعة كوسيلة إعلامية من الجمهور المستمع و ذلك في وجوده المكاني و الفكري كون الفرد يعيش كشخصية متأثرة بسياقها الإجتماعي و نستنتج أنه ليست الوسيلة الإعلامية فقط من تسعى الى إختيار

جمهورها من خلال المحتوى و إنما أيضا يميل الجمهور بدوره هو الآخر الى إختيار الوسيلة من خلال المحتوى و لغته.

- يرى المستمعين للإذاعة الجزائرية أن الثلاثية اللغوية هي ظاهرة تساعد على التواصل بين أفراد المجتمع كما أنها تحمل معاني كثيرة في التفاعل الرمزي و هي تمثل بدورها حقيقة الحياة الإجتماعية و بها تؤدي وظيفة الإتصال من خلال الإتفاق الذي يحدث بين أفرادها حول معاني هذه الرموز اللغوية وكون هذه الظاهرة حقيقة واقعية تمكنت من التأثير في تفاعل الجمهور المستمع مع رسالة الإعلام الإذاعي.

- و بما أن الجمهور يشكل عنصر فعال في العملية الإعلامية إستطاعت الثلاثية اللغوية من تحديد العلاقة المتبادلة بين النظام الإجتماعي بكل عناصره و النظام الإعلامي بكل وظائفه.

- من خلال هذه النتائج التي تبين توظيف المذيع للثلاثية اللغوية كنظام رمزي في طريقة تقديمه ومدى استقطاب الجمهور المستمع من أجل تحقيق أهداف البرنامج يمكن القول أن الفرضية الثالثة قد تحققت.

## 8.6- عرض و تحليل المقابلات

### مقابلة رقم (01)

#### البيانات الشخصية:

- الجنس: ذكر
- السن: 37
- التخصص العلمي الذي درسته: بيولوجيا.
- الشهادة المتحصل عليها: ليسانس.
- كان الالتحاق بالعمل الإذاعي مباشر بعد التخرج
- الأقدمية في المؤسسة الإذاعية: 13 سنة
- الوضعية السوسيو مهنية: صحفي دائم
- مدة المقابلة ( ساعة و 18 دقيقة)
- مكان المقابلة: (مقر العمل - إذاعة البهجة)

#### عرض المقابلة:

أنا أعتبر حسب رأيي كمخرج أشرفت على إخراج عدد معين من الحصص و ذلك في كل من إذاعة البهجة و إذاعة القرآن الكريم أرى أن أهم الخصائص و المقاييس التي لا بد أن تتوفر حتى تجعل أداء المذيع جيدا هي:

- في البداية قدرة المذيع على إيصال رسالته من خلال إختيار الأسلوب المناسب لمضمونه أعتبر ذلك أمر ضروري و كثيرا ما أحرص عليه

- وبصفتي كمخرج أتابع أداء المذيع باهتمام كبير و أسعى إلى أن ألفت دائما إنتباهه كي يضع نفسه مكان الجمهور المستمع و يتبنت له ذلك من خلال لغته في التعبير.

بطبيعة الحال يتم إختياري للمواضيع المطروحة في البرنامج بحكم وجودها و إنتشارها في الواقع و مدى أهميتها بالنسبة للمستمعين ،صحيح أنه في بعض البرامج التي أشرفت على إعدادها كانت بعض المواضيع من اقتراح و إلاح المستمعين عليها خاصة البرامج التي يكون فيها الحوار أو المجال مفتوح للمناقشة و المشاركة،ولكن في كلتا الحالتين هي مواضيع مستخلصة من الواقع المعيش و مختلف الظروف الاجتماعية و أنا أرى أنه من الضروري جدا أن تتلائم و تتطابق إلى حد بعيد المادة المذاعة مع الواقع الاجتماعي للفرد.

بما أن الجمهور يعتبر أهم متغير في العملية الاتصالية أرى أنه ضروري أن نتطرق إلى كل إهتماماته و تطلعاته و كل ما يرغب فيه و يبحث عنه و لن يتحقق ذلك إلا من خلال مخاطبة بالكلمات التي تزيد من وضوح المعنى المراد إيصاله أن تكون بعيدة عن التعقيد ،خاصة أن الإذاعة كغيرها من المؤسسات الإعلامية تخاطب جمهور عريض من الناس متعدد و متنوع كما أنه يضم فئات متباينة منهم متعلمون و منهم أميون.

أنا أرى أنه إذا أردنا حقيقة أن نعبر عن الواقع المعيش فما علينا إلا أن نلجأ إلى اللغة فهي وسيلة للإتصال وهي التعبير عن المجتمع وفي رأيي هي تاج نجاح الرسالة الإذاعية و اللغة وحدها كفيلا بتحقيق ذلك لما لها من علاقة بالحياة الاجتماعية للأفراد خاصة أن الإذاعة تعتمد على الجانب الصوتي،نظرا لغياب الصورة و لغة الحركات وما إلى ذلك.

صحيح أن العربية الفصحى هي لغتنا الرسمية و لكن كمخرج لا يمكن أن أتخذها كأسلوب خطابي من بداية الحصة إلى نهايتها و لكن أسعى ألى أن لا يبتعد المذيع بعيدا عن مصطلحاتها خاصة كما سبق و أن ذكرت إذا كانت الحصص تعتمد على مشاركة المستمعين لأنه لا يمكن أن نطلب في البداية من المستمع أثناء اتصاله بالحصة أن يتكلم الفصحى و إلا فإن إتصاله و مشاركته غير مقبولة وفي هذه الحالة أرى أنه على المذيع أن يحاول الاقتراب من مستمعيه و لا يمكن ذلك إلا بالاشتراك في المعنى والفكرة وكل هذا من أجل تحقيق الهدف المتمثل في تبليغ محتوى الرسالة الإذاعية.

كثيرا ما يمكن إستعمال المزج اللغوي من إقناع المستمعين بمحتوى الرسالة و ذلك نظرا للخصوصية اللغوية التي يتميز بها المتلقي كمستمع.مراعاة الوضعية الاجتماعية للجمهور من طرف المذيع حسب رأيي أمر مطلوب.

يحاول المذيع قدر الإمكان أن يكون قريب كل القرب من المستمع و ذلك أينما كان ووجد وبالتالي يسعى إلى الاهتمام باللغة وهو يدرك أن رسالته بالرغم من أنها إعلامية إلا أنه لا يمكن أن تصل بعيدا عنه إذا ما توافقت اللغة المستعملة مع الإطار الدلالي للمستقبل و كلنا نعلم أنه نظرا للظروف التاريخية التي عرفها المجتمع الجزائري نجد غياب العربية الفصحى لدى الكثير من شرائح هذا المجتمع.

رأيي هو أن المزج اللغوي يساعد على عملية التواصل الاجتماعي بين كل من الثنائية المرسل للرسالة و المتلقي لها و أنها حقيقة واقعية يعيشها المجتمع الجزائري شئنا أم أبينا ذلك

### تحليل المقابلة:

يتبين من خلال كلام المبحوث أن نجاح المذيع في عمله أثناء أدائه الإذاعي يعتمد في البداية على قدرة المذيع في اختيار الأسلوب المناسب لمضمونه وهو يعتبر ذلك أمر ضروري لتحقيق أهداف العملية الاتصالية.كما يرى أنه من مسؤولية المخرج بالدرجة الأولى أن يتابع و باهتمام كبير أداء المذيع و أن يلفت إنتباهه من أجل وضع نفسه كمرسل للرسالة مكان المستقبل لها و ذلك من خلال التركيز على لغة التعبير.

أما بالنسبة للموضوع المطروح في البرنامج فيتبين من كلام المبحوث أن ذلك يكون بالاعتماد على الواقع الاجتماعي للفرد أي بحكم وجودها و إنتشارها في الواقع و مدى أهميتها بالنسبة للمستمعين إلا أنه أحيانا حسب تصريحات المبحوث يتم إختيار الموضوع من خلال ،إقتراحات المستمعين و ذلك في الحصص التي يكون فيها الحوار أو المجال مفتوح لمشاركة المستمعين.

من خلال تصريحات المبحوث يظهر أنه يطلب من المذيع مخاطبة جمهوره المستمع بالكلمة الواضحة و البسيطة و البعيدة عن التعقيد و هو يعتبر ذلك ضروري لمراعاة إهتمامات و تطلعات الجمهور كونه يمثل أهم متغير في العملية الاتصالية.

يظهر أن المبحوث يرى في "اللغة" وسيلة للتعبير عن الواقع المعيش و يؤكد ذلك بقوله أنها وسيلة للاتصال وبها يتم التعبير عن المجتمع برمته و يصفها بأنها تاج نجاح الرسالة الإذاعية كما أنها ( اللغة) وحدها كفيلة بتحقيق ذلك نظرا لعلاقتها بالحياة الاجتماعية.

من خلال المقابلة يتبين وعي المبحوث بمدى أهمية العربية الفصحى كونها اللغة الرسمية إلا أنه يشير إلى ضرورة استخدام أسلوب خطابي يتناسب ويشترك في المعنى و الفكرة مع المستقبل كمتلقي للرسالة ويعتبر أن إبقائه على العربية الفصحى من بداية الحصة إلى نهايتها صعب خاصة في الحصص التي تعتمد على مشاركة المستمعين و بالتالي يبدو أن المبحوث يأخذ بعين الاعتبار الجانب السوسولوجي أو الإجتماعي في تعامله مع المتلقين.

كما أشار المبحوث إلى أهمية مراعاة الخصوصية اللغوية التي يتميز بها المستمع و هو يرى أن مراعاة الوضعية الاجتماعية للجمهور أمر مطلوب لدى المذيع حتى و إن تطلب منه الأمر إستعمال المزج اللغوي لإقناعه بمحتوى الرسالة.

يبدو أن المبحوث يسعى قدر الإمكان أن يكون قريب من مستمعيه و ذلك أينما كان ووجوده، وهو يرى أن تفعيل العملية الاتصالية يعتمد على مدى توافق اللغة المستعملة مع الإطار الدلالي للمستقبل.

كما قدم المبحوث رأيه حول ظاهرة التعددية اللغوية أو الثلاثية اللغوية على أنها حقيقة واقعية يعيشها المجتمع الجزائري شئنا ذلك أم أبينا وبها تتم عملية التواصل.

## مقابلة رقم (02)

### البيانات الشخصية:

- الجنس: ذكر
- السن: 30
- التخصص العلمي الذي درسته: علوم سياسية
- الشهادة المتحصل عليها: ليسانس.
- كان الالتحاق بالعمل الإذاعي مباشر بعد التخرج
- الأقدمية المهنية في المؤسسة الإذاعية: 07 سنوات
- الوضعية السوسيو مهنية: صحفي دائم

### عرض المقابلة:

كمزيع أرى أنه من أهم المقاييس التي لا بد أن تتوفر حتى تجعل الأداء الإذاعي ناجحا هي:

- أسلوب صياغة الفكرة و لغته الإعلامية.

- التركيز على الموضوع المطروح كما يجب علينا كمذيع أن أكون ملما بأفكار دقيقة حول الموضوع و أكون على دراية أن هذا الموضوع يهم ويمس الجمهور المستمع.

- إلى جانب ذلك أنا أعتبر المؤثر الصوتي المقدم بالحياة ضروري خاصة أن برنامجي يبث في الفترة الصباحية وبالتالي يجب أن يشعر المستمع لهذا البرنامج بالحماس وليس العكس بالنسبة لي أختار مواضيع البرنامج دائما إستنادا على ما يعيشه الناس في المجتمع ويكون ذلك من خلال الاتفاق مع مخرج الحصة و أنا أعتد كثيرا على الواقع الاجتماعي في إختياري لأي موضوع يبث إلى حد الآن ،لأنني أعلم أن كل ما يجري و يحدث في مجتمعنا نعيش نحن كأفراد لأنه يهمنا حتى و لو كان بعيدا عنا فهو موجود في محيطنا الاجتماعي أن أرى أن مراعاة فئات الجمهور المتباينة هو طريقنا إلى النجاح فلا يمكن أن أهتم فقط مثلا بفئة المثقفين وذو المستوى العالي و هناك فئات أخرى غير مثقفة و بالتالي لابد من اللجوء إلى الكلمات الواضحة السهلة الفهم وكمذيع من واجبي أن أدرك طبيعة المتلقي كفرد يعيش في مجموعة من الجماعات المختلفة و أعتبر أن ذلك نقطة مهمة جدا لبلوغ رسالتي هدفها و بالتالي تحقيق تأثير لدى المستمعين.

حسب رأيي أعتبر اللغة أساس العملية الاتصالية فإذا كان البرنامج أو الموضوع المطروح فيه يخص فئة الأطفال أحاول أن أتكلم لغة يفهمها هذا الطفل و يستوعبها لأنه من خلال اللغة المستعملة أحاول أن أكسب ود المستمعين وبالتالي تعتبر اللغة من أهم العوامل التي تجعل محتوى الرسالة يخضى بالإهتمام من قبل الجمهور المتلقين.

أنا أعترف أن العربية الفصحى لغة مميزة من حيث مستواها ولا أنكر أن توظيفها في البرنامج يجعله ذو مستوى عالي أكثر و لكن في نفس الوقت هناك فئات جماهيرية لا تقوى على فهمها لا يدرك معانيها الكثير من أفراد المجتمع ولهذا أسعى إلى أن أخاطب الجميع أعني كل شرائح المجتمع ،صحيح أنني لا أستعمل ألفاظ تنزل من مستوى لغتنا الرسمية إلى درجة تجعل المثقف يرفض ذلك ولكن في نفس الوقت لا يمكنني إستعمال كلمات فصحى معقدة تزعج إلى حد ما من لا يفهمونها. خاصة أن برنامجي يعتمد على تنوع الأركان المقدمة فيه من خلال الضيوف المشاركين فيه و أثناء إيثار الموضوع المطروح و المناقشة نلجأ إلى اللغة التي بإمكان الجميع فهمها.

لا أنكر إستعمالي للمزيج اللغوي لأنني أرى في ذلك ضرورة يفرضها الواقع الاجتماعي وحتى أنني أحيانا أمزج في كلامي بألفاظ أمازيغية ليس لكوني أمازيغي الأصل و لكن نظرا للحوار مع ضيوف كل ركن من أركان هذا البرنامج أجد في ذلك الأسلوب الأنسب لتوصيل الرسالة ونظرا للإختلاف الحاصل بين فئات الجمهور و مخاطبتي لهذا الأخير باللغة التي يفهمها ويستوعبها يجعلني أقترب منه أكثر و بهذا تتعادل الثنائية المرسل و المستقبل.

حسب رأيي المزج اللغوي أو الثلاثية اللغوية هي ظاهرة عرفها المجتمع نظرا لعدة ظروف خاصة تلك التي عاشها في عهد الاستعمار صحيح أن المجتمع الجزائري حافظ على العربية الفصحى من خلال بقائها كالغة مكتوبة تجمعها مع غيره إلا أن ذلك لم يكن شفويا وهذا ما أدى إلى وجود عدة أنماط لغوية من لغة عربية إلى فرنسية إلى جانب الأمازيغية التي تمثل لغة عدد كبير من أفراد المجتمع وهذا ما جعلها ظاهرة تساعد على عملية الإتصال بين الأفراد في المجتمع و بذلك إمتدت إلى المجال الإعلامي و بالخصوص الإذاعة.

### تحليل المقابلة

حسب رأي المبحوث يرى أنه من أهم المقاييس التي تجعل الأداء الإذاعي ناجحا أولا أسلوب صياغة الفكرة ولغتها إلى جانب ذلك التركيز على أهمية الموضوع المطروح في الحصة كما يتبين و عي المبحوث بمسؤوليته من خلال سعيه إلى كسب أكبر قدر ممكن من المعلومات حول طبيعة الموضوع حتى يتمكن من مواجهة العراقيين التي تواجه الرسالة الإذاعية كون هذه الأخيرة تهم وتمس الجمهور المستمعين بالإضافة إلى ذلك أشار المبحوث من خلال كلامه إلى أهمية المؤثر الصوتي و مدى مناسبه مع الفترات التي تثبت فيها الحصة.

كما نجد المبحوث يصرح أن إختياره للمواضيع يكون إستنادا على ما يعيشه الناس في المجتمع و يشير من خلال كلامه إلى وجود تعاون يعتمد على إبداء الآراء و تقديم إقتراحات بين المبحوث كمذيع و المسؤول عنه كمخرج للحصة في إختيار المواضيع المطروحة في الحصة.

يبدو أن المبحوث يفضل إستخدام الأسلوب البسيط في توجيه رسالته الإعلامية للمتلقين لأنه يأخذ في الحسبان تنوع الجمهور و طبيعته كونه جمهور متباين و بالتالي هو يرى أنه لا يمكن الاهتمام بفئة المتفقين ذو المستوى العالي و إهمال فئة الغير متفقين يظهر أن المبحوث يركز على نقطة هامة من أجل تحقيق النجاح في عمله الإذاعي تتمثل في إكساب ثقة الجمهور المتلقين و السعي إلى تجنب حيادهم.

ومن جانب آخر أشار المبحوث إلى أهمية اللغة المستعملة في البرنامج و هو يعتبرها أساس العملية الاتصالية و بها يحضى محتوى الرسالة بالقبول من قبل الجمهور المتلقين و يركز خاصة على أهميتها بالنسبة للفئة المستهدفة من الجمهور المستمع.

ويشير المبحوث إلى أهمية العربية الفصحى من حيث مستواها ويرى أن توظيفها يرفع من مستوى البرنامج إلا أنه في نفس الوقت يظهر قلق المبحوث على وجود فئات جماهيرية لا تترك

معاني مصطلحاتها ( العربية الفصحى) وهو يرى في ذلك عامل من بين العوامل التي تدفعه إلى مخاطبة هذا الجمهور بالغة التي يفهم و يستوعب و هو يسعى إلى أن لا يستعمل كلمات تؤدي إلى نفور المستمعين المثقفين و في نفس الوقت لا يستعمل كلمات فصحى يرفضها مثقفين لأنها تشكل بالنسبة لهم عنصر تشويش يعيق وصول الرسالة إليهم و يرى المبحوث أن تنوع الأركان في برنامجه الإذاعي إلى جانب الضيوف المشاركين يدفعه إلى استعمال اللغة التي يفهمها جميع شرائح المجتمع.

يصرح المبحوث بإستعماله للمزج اللغوي أثناء أدائه الإذاعي و الذي لا يعتمد فقط على العربية العامية و الفرنسية و إنما حتى الأمازيغية و يرجع سبب ذلك إلى أن هناك ضرورة يفرضها عليه الواقع الاجتماعي و هو يرى أن مخاطبته للجمهور بما يفهم و يستوعب يشعره بالراحة و الاستقرار و الانتماء و التكيف و بالتالي الإقتراب أكثر من المستمعين مما يكسبه و يحقق له تعادل الثنائية المرسل و المستقبل.

### المقابلة رقم 03 :

البيانات الشخصية:

- الجنس: أنثى
- السن: 30
- التخصص العلمي: إعلام و إتصال.
- الشهادة المتحصل عليها: ليسانس.
- كان الالتحاق بالعمل الإذاعي: بعد التخرج مباشرة
- الأقدمية المهنية في العمل الإذاعي: 08 سنوات.
- الوضعية السوسيو مهنية: صحفي دائم
- مدة المقابلة: ( ساعة و 10 دقائق)
- مكان المقابلة: (مقر العمل - إذاعة البهجة) .

### عرض المقابلة:

كمزيجة أرى أن أهم المقاييس لنجاح الأداء الإذاعي تتمثل في الكلمة المنطوقة. فهي بالنسبة لي أساس ومحور النجاح في العملية الاتصالية لاسيما في الإذاعة حيث نجد الجمهور المتعرض لها يقتصر على الكلمة المنطوقة نظرا لغياب الصورة و بالتالي إلى جانب الكلمة فإن هذه الأخيرة لا بد أن يرافقها أداء صوتي يتناسب مع إيقاع الموسيقى خاصة أن إذاعة البهجة هي موسيقية.

كما سبق و أن ذكرت إلى جانب الكلمة و الأداء الصوتي أسعى دائما ألى أن يكون مضمون الرسالة يتناسب مع الوضع و الحالة الاجتماعية للفرد لأنني أرى أن ذلك جد مهم لجذب المستمعين فمثلا في الأيام القليلة التي مرت كان موضوع " الحراقة" يشكل هاجز لدى أفراد المجتمع فأحاول من خلال برنامجي أن يكون موضوعي يتماشى مع ما يشغل أفراد المجتمع من خلال معاشتي للواقع الاجتماعي بكل ظروفه إلا أنه في بعض الأحيان نظرا لكون برنامجي من الحصص التفاعلية التي يكون فيها المجال مفتوح لمشاركة المستمعين يتم إقتراح مواضيع تهمهم في الحياة الاجتماعية و أنا بدوري يهمني كثيرا ما يريده المستمع و ما يرغب فيه وبالتالي أحاول جاهدة أن أتطرق إلى رغباتهم من خلال المواضيع المقترحة من طرفهم.

كمذبةة يكفيني أن أتفهم طبيعة الجمهور من حيث إختلافه وتباينه في جنسه و فئة عمره وجميع خصائص الأولية و بالتالي أرى أن مخاطبته بالكلمة البسيطة الواضحة المعنى و التي لا تحمل دلالات لغوية صعبة حسب رأيي تلك هي الطريق للوصول إلى المستمع لا يمكنني أن أحقق النجاح إلا بسعيي للتوفيق بين لغتي كمذبةة أشكل مصدر للرسالة الإعلامية و بين الجمهور المستمع كمستقبل لهذه الرسالة و أرى أن ذلك يؤدي إلى تحقيق رجع الصدى أو التأثير في المستمعين خاصة أن برنامجي الذي أتوجه به إلى جمهوري يعتمد على تدخل المستمعين و بالتالي لا يمكنني أن أخاطب مستمع متصل بالحصص إلا بالكلمات التي أرى أنه من خلالها يفهم و يستوعب نظرا لعملية في المجال الإعلامي و بالتحديد في إذاعة البهجة أنا جد متوكدة أن اللغة المستعملة و الموظفة في بناء الرسالة الإعلامية من حيث نوعها و حسن إختيارها تعتبر أهم وسيلة للإتصال ،في نظري لا يمكن تبادل الأفكار و إيصال المعلومة دون وجود اللغة وبالتالي أنا أعتبرها جوهر العملية الاتصالية و أساس مبدئها و إنطلاقها و في النهاية تحقيق هدفها.

إن العربية الفصحى هي لغتنا الرسمية وهي تمثل الكلمة المكتوبة إلى جانب ذلك هي لغة القرآن كما أنها تمثل إرثنا وهويتنا ومن الجميل جدا لو كانت العربية الفصحى هي اللغة التي تميز واقعنا الاجتماعي و تطبع مجالنا الإعلامي و لكن نرى عكس ذلك .بطبيعة الحال لم يكن محض إرادتنا لو عدنا إلى تاريخ لا يمكن أن ينسى لوجدنا الجواب على ذلك، إذ تعتبر سياسة الفرنسية التي إعتمدت في جانب معين من جوانبها على محاربة اللغة العربية و إحلال مكانها الفرنسية و قد نجحت حقيقة في إضعاف اللغة العربية و بالتحديد العربية الفصحى ولهذا لا نجدها في مخاطبتنا لغيرنا إلا في كتابتنا و إلى جانب الأمازيغية أصبح هناك تعدد لغوي تدخل فيه مختلف اللهجات و بالتالي كمذبةة لا يمكنني أن أخاطب الجمهور المستمعين إلا بنظام رمزي يتوافق مع خصوصيتهم اللغوية خاصة أن الفرد يعيش في مجتمع يؤثر فيه و يتأثر به.

أنا أرى أنه إذا خاطبنا مستمعينا باللغة التي يفهمون مثلا المزج اللغوي خاصة أن مشاركة أغلب المستمعين في برنامجي لا تعتمد على العربية الفصحى و جميعهم يتكلمون باللغة ممزوجة تغلب فيها الكلمات العامية و الفرنسية و أيضا الأمازيغية و بالتالي أسعى جاهدة إلى أن أخطبهم بالمستوى اللغوي الذي يساعد على وصول الفكرة و بذلك أشعر أنني إقتربت منهم أكثر و هذا يزيد من مشاركة و تجاوب المستمعين مع الحصة.

كمدیعة من الضروري أن أراعي جميع فئات الجمهور المستمع كونه أهم متغير في العملية الاتصالية إلى جانب ذلك يمثل الهدف الذي أصبو إليه و بالتالي أرى أن مخاطبتي له بالثلاثية اللغوية يساعد على عملية الاتصال.

### تحليل المقابلة

من خلال المقابلة يبدو أن المبحوثة تحصر مقاييس نجاح الأداء الإذاعي فيما يلي:

- أهمية الكلمة المنطوقة فهي ترى أن هذه الأخيرة تمثل محور التفاعل في العملية الاتصالية و تشير إلى مدى أهمية ذلك بالنسبة للإذاعة كوسيلة إعلامية تعتمد على حاسة السمع فقط.
- بالإضافة إلى الكلمة المنطوقة هي ترى أنه لا بد من أن يرافقها الأداء الصوتي الذي من شأنه أن يتناسب مع إيقاع الموسيقى خاصة أن إذاعة البهجة موسيقية.

ويظهر أن المبحوثة تسعى جاهدة إلى أن يتناسب مضمون الرسالة مع الوضيفة الاجتماعية السوسيوولوجية للفرد ،وأن يكون الموضوع حسب قول المبحوثة يمس إنشغالات و إهتمامات المستمعين و لقد لجأت ( المبحوثة) إلى طرح موضوع لطالما كان محور إهتمام و إنشغال أفراد المجتمع في الآونة الأخيرة و هو موضوع " الحراقة"

يتبين أن المبحوثة تدرك طبيعة الجمهور من حيث تباينه سواء في جنسه أو سنه بالإضافة إلى جميع خصائصه الأولية و لهذا نجد المبحوثة تفضل أسلوب خطابي بسيط واضح المعنى لا يحمل دلالات لغوية صحية و هي ترى في ذلك السبيل الوحيد للوصول إلى المستمع.

تؤكد المبحوثة على أهمية اللغة الموظفة في بناء الرسالة الإعلامية من حيث نوعها و حسن إختيارها لما تحمله من قيم و أفكار مشتركة بين طرفي العملية الاتصالية ( المرسل و المستقبل).

وتشير المبحوثة إلى أنها ( اللغة) تمثل " جوهر للإتصال و التواصل الاجتماعي" كما أنها أساس و مبدأ إنطلاق العملية الاتصالية و في النهاية تحقيق هدفها.

من خلال المقابلة يتبين في البداية وعي المبحوثة بمدى أهمية العربية الفصحى من حيث قولها" أنها لغة القرآن كما أنها تمثل إرثنا و هويتنا" و تشير إلى أنه من الجميل جدا لو كانت هي اللغة السائدة شفويا لدى الأفراد في المجتمع ،ومن أهم ما ورد في هذه المقابلة هو حديث المبحوثة عن سياسة الفرنسية التي عملت على محاربة اللغة العربية و بالتحديد الفصحى وهذا ما أدى إلى إبقائها لغة مكتوبة فقط و تتأسف المبحوثة لذلك ثم تقول أنه الأمر أو السبب الذي أدى إلى وجود عدة لغات ولهذا ترى أنه لا يمكن مخاطبتها للجمهور المستمعين إلا بنظام رمزي يتوافق مع خصوصيتهم اللغوية تقول خاصة أن الفرد يعيش في مجتمع يؤثر فيه و يتأثر به.

تشير المبحوثة إلى أن مشاركته أغلب المستمعين في برنامجها الإذاعي لا تعتمد على العربية الفصحى و بالتالي ترى أنه من مسؤوليتها أن تخاطبه بالمستوى اللغوي الذي يساعد على وصول الفكرة و أشارت إلى أن مشاركة أغلب المستمعين في برنامجها الإذاعي لا تعتمد على العربية الفصحى و بالتالي ترى أنه من مسؤوليتها أن تخاطبه بالمستوى اللغوي الذي يساعد على وصول الفكرة و أشارت إلى أن ذلك يزيد من مشاركة و تجاوب المستمعين و بالتالي إحساسها بالاقتراب منه. وترى المبحوثة أن هدفها هو الجمهور في حد ذاته و بالتالي مخاطبتها له بالثلاثية اللغوية يساعدها على تحقيق عملية الإتصال

#### مقابلة رقم (04)

##### البيانات الشخصية:

- الجنس: ذكر
- السن: 32
- التخصص العلمي: إعلام و إتصال.
- الشهادة المتحصل عليها: ليسانس.
- الأقدمية المهنية في العمل الإذاعي: 10 سنوات.
- الوضعية السوسيو مهنية: صحفي دائم
- مدة المقابلة: ( ساعتين)
- مكان المقابلة: (مقر العمل - إذاعة البهجة) بالإذاعة الوطنية .

##### عرض المقابلة:

يبدو لي أن أهم المقاييس التي تجعل من الأداء الإذاعي ناجحا في البداية ما يلي:

- إختيار محتوى مضمون الرسالة الإذاعية بحيث يمس شرائح المجتمع و خاصة الفئة المستهدفة لأن العلاقة بين ذوق الجمهور المستمع و المادة المذاعة علاقة متكاملة و عدم فهمها يؤدي إلى فشل الرسالة الإذاعية.

- بالإضافة إلى ذلك أننا أعمل على مخاطبة جمهوري بالغة نابضة مفعمة بالحياة كون المستمع يستكمل غياب الصورة بالكلمة المنطوقة و بالتالي أرى أنه من الضروري جدا الإهتمام بالغة التعبير إلى جانب ذلك أسعى إلى أن أتكلم بكل طمئنينة وثقة لأن عكس ذلك يؤدي إلى حدوث إرتباك على مستوى الأداء الإذاعي و هذا حتما يزعج المستمعين

حسب رأيي بما أن الفرد في المجتمع يتأثر بالجماعات التي ينتمي إليها وسلوكه ماهو إلا جزء لا يتجزء من حياته الإجتماعية و بالتالي أنا أعمل على بناء محتوى الرسالة من خلال الإعتماد على مواضيع تهتم المجتمع و ذلك باللجوء إلى الواقع المعيش إلا أنني أحرص على أن يكون المضمون في كل مرة متغير و متنوع بالإضافة إلى أنه يتوافق مع المواقف الجديدة التي تناسب تقاليدنا و طريقة تفكيرنا . و أرى في ذلك أمر ضروري حتى أكسب ود المستمعين.

أنا أرى من خلال كون الجمهور الإذاعي جمهور عريض له إهتماماته و حاجياته و أذواقه المختلفة بالإضافة إلى قيمة وعاداته و تقاليدته هو أيضا يختلف في الأعمار منهم كبار السن و صغارهم و بالتالي أعمل على أن تكون الكلمة المذاعة بسيطة من حيث سهولة فهمها لأنه في نظري يؤدي إستعمال الكلمات الصعبة إلى عرقلة العملية الإتصالية التي تعتمد على أخذ ورد بين مرسل لرسالة و متلقي لها.كما أن الكلمة السهلة و الواضحة تسهل تعميق المعنى المراد توصيله بالإضافة إلى أنها تعمل قوة إيجابية من حيث تأثيرها.

أرى أنه حتى يتم إيصال رسالة و إحداث تفاهم و تواصل مع الجمهور المستمع لا بد من إختيار اللغة المناسبة لتحقيق ذلك خاصة أن اللغة تمثل منظومة من الرموز بها يتم التخاطب كونها جزء من النظام الاجتماعي و بدونها لا يتحقق الإتصال الجماهيري.

كلنا نعلم أن العربية الفصحى هي لغة مكتوبة أما شفويا نجدها تغيب عند أغلب فئات الجمهور و بالرغم من جمال رونق ألفاظها إلا أنه لا يمكن أن نخاطب بها جميع فئات الجمهور و لكن هذا لا يعني أن ننزل من مستوى ألفاظها و لكن نسعى قدر الإمكان على أن تكون الألفاظ غير بعيدة عن لغتنا.

من خلال الحصة الإذاعية التي أعمل على تقديمها أحاول قدر الإمكان أن أحافظ على استعمال العربية الفصحى إلا أنه من خلال المناقشة مع الضيوف المشاركين و إتصال المستمعين بالحصة فأنا أرى أنه من الضروري بصفتي قائم بالعملية الإتصالية أن أشارك من خلال نوع اللغة المستعملة مع

المتلقي في أفكاره و أنا أرى ذلك شرط ضروري لإستمرار عملية التواصل و أساس التفاعل الاجتماعي وكثيرا ما يتم إستعمال إلى جانب اللغة العربية أنماط لغوية أخرى خاصة الفرنسية ،وبالتالي أرى أن الرسالة الإعلامية في انتقالها من المرسل إلى المستقبل تعتمد على استراتيجيات تستهدف قيم و أفكار و إتجاهات المتلقين و ذلك من خلال لغة تتميز بنفس القيم الاجتماعية التي يعيشها الأفراد و بذلك يحدث إتصال وتفاعل بين طرفي هذه العملية.

بطبيعة الحال إذا تم إستعمال منظومة رمزية تتوافق مع النظام الرمزي للمتلقي حتما سيحدث تأثير و تأثير بين كل من الوسيلة الإعلامية و جمهورها وهذا يعتمد على مدى أهمية المضمون و لغته و بالتالي يحدث تقارب بينهما مهما بعدت المسافة.

إن المزج اللغوي ظاهرة يعرفها المجتمع الجزائري و إستعمالها يساعد على تحقيق الإتصال.

### تحليل المقابلة:

من خلال المقابلة يتبين أن المبحوث يعي أن العلاقة بين ذوق الجمهور المستمع و المادة المذاعة علاقة متكاملة و هو بذلك يتخذها مقياسا يعتمد عليه لنجاح أو الإناجح أذائه الإذاعي و هو يرى أن المستمع يستكمل غياب الصورة بالكلمة المنطوقة و لهذا أشارت إلى ضرورة الاهتمام باللغة التعبير إلى جانب ذلك هو يرى أنه من الضروري تجنب الإرتباك أثناء الأداء الإذاعي من خلال التحدث باطمئنان و بكل ثقته.

ويرى المبحوث أن الفرد في المجتمع يتأثر بالجماعات التي ينتمي إليها كما أن سلوكه جزء لا يمكن فصله عن حياته الاجتماعية و ذلك يدفعه إلى بناء محتوى رسالته الإعلامية من خلال اللجوء إلى مواضيع تهتم الأفراد في المجتمع و يؤكد المبحوث على مدى أهمية مراعاة التغيير و التنوع في المضمون ومدى توافقه و مجارته للمواقف الجديدة التي تناسب التقاليد و طريقة التفكير.

يبدوا أن المبحوث يراعي أهمية الاعتبارات الفكرية و المعرفية و العمرية للجمهور الإذاعي و لهذا نجده من خلال كلامه يميل إلى استعمال كلمات سهلة وواضحة تعمل على تعميق المعنى المراد توصيله و هو يرى أنها كلمات تحمل قوة إيجابية من حيث تأثيرها أثناء إنتقال الرسالة من المصدر إلى المتلقي.

من خلال تصريحات المبحوث يشير إلى أن اللغة تمثل منظومة من الرموز وهي جزء من النظام الاجتماعي إذ يرى أن عدم تطابق رموزها مع الرموز المتوفرة لدى المستقبل يؤدي إلى عدم بلوغ الرسالة أهدافها.

أما بالنسبة للعربية الفصحى يرى المبحوث أنها لغة كتوبة أما شفويا فهي غير موجودة عند أغلب فئات الجمهور وهو يرى في ذلك سبب يدفعه إلى عدم مخاطبته بها لجميع شرائح المجتمع وهو يؤكد أنه يسعى إلى أن لا يبتعد عنها من خلال ألفاظه.

ويؤكد المبحوث بصفته قائم بالعملية الاتصالية أن أساس التواصل و تحقيق التفاعل الاجتماعي بين الثنائية المرسل و المستقبل مبني على نوع الأسلوب الخطابي الموظف و الذي يعتمد بدوره على استراتيجيات تستهدف قيم و أفكار و إتجاهات المتلقي من خلال رموز لغوية محملة بنفس القيم الاجتماعية.

كما نجد المبحوث يشير إلى أهمية المضمون ولغته في إحداث تقارب وتعادل بين الثنائية (مرسل و مستقبل) ويشير إلى أن الثلاثية اللغوية هي ظاهرة يعيشها المجتمع الجزائري و بالتالي إستعمال يساعد على تحقيق الإتصال.

### مقابلة رقم (05)

#### البيانات الشخصية:

- الجنس: ذكر
- السن: 29
- التخصص العلمي: اللغة الفرنسية.
- الشهادة المتحصل عليها: ليسانس.
- الالتحاق مباشرة بعد التخرج بالعمل الإذاعي.
- الأقدمية المهنية داخل المؤسسة الإذاعية: 06 سنوات.
- مدة المقابلة: ( ساعتين)
- مكان المقابلة: (مقر العمل - القناة الثنائية) الإذاعة الوطنية.

#### عرض المقابلة:

أنا أعتبر أن أهم المقاييس التي لا بد منها لنجاح أداء المذيع

- التركيز على أهمية الموضوع المطروح بحيث يتماشى مع ظروف و أوضاع و إهتمامات المتلقي.
- بالإضافة إلى الكلمة المنطوقة التي أرى أنها تمثل نجاح العملية الاتصالية لأنه من المستحيل إيصال المادة الإذاعية في غياب الكلمة المنطوقة كما أنها تمثل خاصية أساسية لتحقيق التأثير على قطاعات

جماهيرية واسعة و مختلفة و بقدر ما تكون الكلمة المنطوقة أو لغة التعبير مشحونة بالمعاني المؤثرة بقدر ما تزيد من تحقيق التفاهم لدى المستمعين.

كأي مذيع قائم بالعملية الاتصالية أعمل جاهدا على أن أطرح مواضيع و بطبيعة الحال من خلال الاتفاق مع مخرج الحصة بالإعتماد على الواقع الاجتماعي الذي نعيشه.

أنا أعتبر الجمهور هدفي الأساسي أثناء أدائي الإذاعي و بالرغم من أن القناة الثانية للإذاعة الوطنية تبث برامج بالأمازيغية و بحكم أنني أمازيغي أحسن هذه اللغة و نظرا إلى أنها لغة متعددة اللهجات ألجأ إلى استعمال كلمات أمازيغية واضحة كما أنها سهلة لا يهمني أن تكون من مختلف اللهجات.

بالتأكيد تعتبر اللغة عنصر هام كما أنها تمثل محور أساسي لنجاح الرسالة الإذاعية نظرا للوظيفة التي تؤديها داخل المجتمع

كمذيع في القناة الثانية الناطقة بالأمازيغية لا يمكنني توظيف العربية الفصحى صحيح أنها لغتنا الرسمية إلا أن هذه القناة تسعى جاهدة إلى خدمة فئة معينة من الجمهور و هي الفئة الناطقة بالأمازيغية.

من خلال إتصال المستمعين للمشاركة في البرنامج أحيانا يمزحون في اللغة ليس فقط بين اللهجات المختلفة للأمازيغية و لكن كثيرا ما يوظفون مصطلحات من اللغة العربية و خاصة الفرنسية و بالتالي يتوجب علينا كمذيع أن أراعي طبيعة المتصل ونوعه كمتلقي للرسالة التي أتوجه بها خاصة أنه حتى يتم التفاعل بين المرسل و المتلقي فإن ذلك مبني على مدى فك رموز اللغة الموظفة في المحتوى الإعلامي.

كما سبق و أن ذكرت يتم التفاعل مع محتوى الرسالة كمتلقي سواء من الناحية العاطفية أو الفكرية و بالتالي إستعمال الثلاثية اللغوية لتحقيق هذا التفاعل كونها حقيقة يعيشها المجتمع الجزائري.

أرى أن التعددية اللغوية هي ظاهرة أصبحت طبيعية يعيشها المجتمع الجزائري و كانت لأسباب تاريخية حضارية .

### تحليل المقابلة:

من خلال المقابلة يتبين أن المبحوث يعطي أهمية كبيرة للموضوع الذي يتضمنه محتوى الرسالة بالإضافة إلى أنه يرى في الكلمة المنطوقة سر نجاح العملية الاتصالية لتحقيق التأثير على قطاعات جماهيرية واسعة و مختلفة.

صرح المبحوث أن طرحه للمواضيع يكون بإتفاق مع المخرج و هذا يدل على وجود تعاون و تضامن بين القائمين بالعملية الاتصالية داخل الإذاعة كغيرها من المؤسسات الإعلامية الأخرى بحيث يتم اختيار مواضيع البرنامج إعتقادا على الواقع.

ويشير المبحوث إلى استعماله كلمات أمازيغية واضحة و سهلة الفهم كون الأمازيغية لغة متعددة اللهجات و هو يرى أن الجمهور هدفه الأساسي أثناء أدائه عمله.

كما نجد المبحوث يؤكد على أهمية اللغة كونها حسب رأيه تمثل محور أساسي لنجاح الرسالة الإذاعية. وحسب رأي المبحوث بالنسبة للعربية الفصحى فهو يرى أنه لا يمكن توظيفها في برنامج الإذاعي و ذلك بحكم أنه يعمل في القناة الثانية الناطقة بالأمازيغية بالتالي هي تستهدف فئة معينة من الجمهور المستمع.

ويصرح المبحوث أنه من خلال برنامجه الإذاعي الذي يعتمد على مشاركة المستمعين يتم إستعمال أنماط لغوية مختلفة لا تخص فقط اللهجات الأمازيغية و إنما خاصة الفرنسية و هو يقول أنه من واجبه مخاطبة المتصل باللغة التي يقوى على فك رموزها.

يرى المبحوث أن فاعلية المستوى اللغوي مبنية على مدى إستعماله و توظيفه في السياق الاجتماعي.

ويشير المبحوث إلى أن الثلاثية اللغوية أو ظاهرة التعددية في المجتمع أصبحت ظاهرة طبيعية.

## مقابلة رقم (06).

### البيانات الشخصية:

- الجنس: ذكر
- السن: 30
- التخصص العلمي: لغة فرنسية.
- الشهادة المتحصل عليها: ليسانس.
- الالتحاق مباشرة بعد التخرج بالعمل الإذاعي.
- الأقدمية المهنية داخل المؤسسة الإذاعية: 08 سنوات.
- الوضعية السوسيو مهنية داخل الإذاعة: صحفي دائم
- مدة المقابلة: ( ساعة و 15 دقائق)
- مكان المقابلة: (مقر العمل - القناة الثالثة) الإذاعة الوطنية.

## عرض المقابلة:

بالنسبة لي أهم المقاييس التي تؤدي إلى نجاح الإذاعي هي:

- أعتبر الرسالة عمود الإتصال ولهذا أركز على أهمية الموضوع المطروح الذي أتوجه به للجمهور المتلقين.

- كما أعتبر أن اللغة هي المؤسسة للعملية الإتصالية أنا أرى كمنذيع أنه لابد من اللجوء للواقع الاجتماعي دائما ولهذا بدوري أعتمد على ذلك من أجل سرد أحداث حقيقية وواقعية وبذلك تكون الرسالة ذات وظيفة مرجعية. La Fonction Référentielle.

## 1.8.6 - نتائج المقابلات:

من خلال تحليلنا للمقابلات الميدانية حاولنا تحليل نتائجها بتصنيفها ووضعها ضمن فرضيات البحث، وكانت أهم العوامل التي تطرقنا إليها هي: الأداء الإذاعي وأهم المقومات التي يتم على أساسها والأساليب اللغوية التي يتم بها تفعيل العملية الاتصالية.

إن الأداء الإذاعي ضرورة لابد منها يتم من خلاله سد الفجوة بين جمهور لا يمكن حصر مستوياته التي تقدر ما تصل إلى مستوى المثقفين المتعلمين نجدها تصل إلى فئة الأميين، ولهذا لا يمكن أن يقتصر دور الأداء الإذاعي على مجرد توصيل الرسالة الإذاعية وبنها للمتلقي بل يمتد ليشمل العمل بإخلاص والأداء الحسن، وذلك يتطلب من المذيع إدراك أهمية "المادة المذاعة" التي يعمل على تقديمها من خلال التركيز على الأسلوب المناسب لصياغة الفكرة والقدرة على التعبير نظرا لأهمية الكلمة المنطوقة التي تشكل المنفذ إلى الهدف الذي تصبوا إليه الرسالة، وذلك بمراعاة أهمية الأداء الصوتي من خلال تجنب الإرتباك والقدرة على الأداء بكل ثقة واطمئنان أثناء العمل الإذاعي.

إن الاهتمام بالجانب السوسولوجي للجمهور كونه متباين في جنسه وسنه ومختلف خصائصه الأولية، يعد من الضروريات والعوامل التي يتخذها المذيع في اختيار محتوى رسالته التي يبادر من خلالها إلى جعل خدمة المجتمع هدفه من أجل ترسيخ قيمه وعاداته وتقاليدته وتقويم سلوكه الاجتماعي والفردية من خلال ما يبث من برامج بالعودة إلى الواقع السوسولوجي أو الاجتماعي والإنساني وذلك في سبيل العمل بأكثر اقتراحات المستمعين من أجل إشعارهم بالاهتمام بحيث يجد المذيع ذلك من العوامل التي يؤثر بها مضمون الرسالة على معتقدات وسلوكيات من يتلقونها حيث يقوم بناء هذه الرسالة على التفاعل الذي يتحقق في المجتمع.

إن الجمهور الإذاعي يختلف في التباين الاجتماعي وفي التعليم والثقافة بين المجتمعات وهذا يتطلب من المذيعين اختيار الأسلوب الفعال الذي يعمل على تفعيل العملية الاتصالية بين الثنائية (مرسل ومستقبل) والذي يمكنهم من جذب الملايين من المستمعين في كل مكان وحتى يتم ذلك يتطلب اتخاذ أكثر الأساليب التعبيرية تأثيراً في المستمعين بتبسيط الكلمات ووضوح المضامين الإذاعية على أساس أن إدراك الجمهور للرسالة يتأثر بتفسيره لها والذي يعتمد على الوضعية الاجتماعية للجمهور.

ومن العوامل التي تساعد على كسب الجمهور المستمعين وتزيد من تأثير الرسالة عليهم هي نوع اللغة الموظفة في مضمون الرسالة باعتبارها "منظومة من الرموز" تؤدي معاني ومفاهيم مختلفة وغايتها التعبير عن فكر الإنسان وما يهدف إليه من مقاصد ولا يمكن للعملية الاتصالية أن تكتمل إلا من خلال اللغة التي تتخذها الإذاعة كونها تعتمد على حاسة السمع فقط كخاصية في بناء مضامينها التي تتوجه بها للمستمعين قصد إقناعهم والتأثير فيهم.

وأن العربية الفصحى بحكم أنها تمثل اللغة الرسمية التي تميز الحياة الفكرية يرى القائمين بالعملية الاتصالية في الإذاعة أنها لغة مكتوبة بالدرجة الأولى وهذا ما يدفعهم إلى مخاطبة مستمعهم بما يتوافق مع خصوصيتهم اللغوية لأن مهمة التأثير فيهم مبنية على مدى توافق المستوى اللغوي الموظف في محتوى الرسالة والمعاني الإصطلاحية والدلالية التي تميز خصوصية المتلقي اللغوية من حيث تنشئته الاجتماعية والإطار القيمي الذي يأخذ به.

وأن اتخاذ المذيع الثلاثية اللغوية (التي تتكون من المستويات اللغوية التالية، اللغة العربية، اللغة الفرنسية، وكذا الأمازيغية) كأسلوب خطابي يرجع إلى أنها تعمل معاني كثيرة في التفاعل الرمزي والتي تمثل بدورها حقيقة الحياة الاجتماعية وبها تؤدي وظيفة الاتصال من خلال الاتفاق الذي يحدث بين أفرادها حول معاني هذه الرموز اللغوية كونها حقيقة واقعية جعلتها الظروف التاريخية والحضارية رائجة ومتجذرة في الواقع اللغوي للمجتمع الجزائري.

وأن الإذاعة الجزائرية كغيرها من وسائل الإعلام الأخرى تعمل على اختيار جمهورها من خلال المحتوى الذي تقدمه للمستمع وهذا الأخير يعمل بدوره على اختيار الوسيلة من خلال المحتوى ولغته.

وتشكل الثلاثية اللغوية ظاهرة اجتماعية وبامتدادها للمجال الإعلامي لاسيما الإذاعة أصبحت ظاهرة اجتماعية اتصالية يجد فيها القائمين بالعملية الاتصالية وسيلة لتحقيق الاتصال.

## 2.8.6- مناقشة نتائج المقابلات:

بتعدد أسباب الظواهر في علم اجتماع الاتصالات فإن المداخل النظرية التي تفسرها بدورها مختلفة ومتعددة.

قد قمنا بتفسير العملية الاتصالية التي تنشأ بين المذيع والجمهور المستمع ضمن نموذج "هارلود لازيول" كون هذه العملية شملت كل من المرسل والمتلقي والوسيلة والرسالة وأخيرا ركزت على رجع الصدى أو عنصر التأثير في حد ذاته وهذا ما يمكن مطابقته مع العبارة المشهورة لـ "هارلود لاسويل" والمتمثلة في من يقول؟ وما يقول؟ وبأي وسيلة؟ وبأي تأثير؟ بما أن المرسل في الإذاعة كقائم بالعملية الاتصالية يسعى لبناء رسالة إعلامية يتوجب بها إلى المستهدف أو المتلقي وهذه الرسالة في مسارها (من المرسل إلى المستقبل) تتوقف على وجود وسيلة وحتى تحقق أثر على تفكير المستقبل تعتمد على سياسات واستراتيجيات تستهدف قيم وأفكار من تتوجه إليهم.

ويمكن تفسير هذه العملية أيضا ضمن نموذج "جاكسون" « Roman Jakobson » الذي حاولنا من خلاله الوصول إلى أهمية اللغة كونها الوسيلة الأولى للاتصال بين المذيع والجمهور المستمع للإذاعة وبها تؤسس العملية الاتصالية وقد أشار "جاكسون" في نموذجه إلى شبكة من عناصر العملية الاتصالية ونذكر منها "السياق" أو ما أسماه "بالوظيفة المرجعية" والذي يتحقق في محاولة القائمين بالعملية الاتصالية في الإذاعة تقديم رسائل تتضمن أحداث حقيقية وواقعية في نفس الوقت للمتلقي.

أما نظرية التفاعل الرمزي، فقد حاولنا من خلالها تفسير الوظيفة التي تؤديها اللغة والتي لا يمكن أن تحصل إلا بالرموز المتداولة بين الأفراد وبفضل هذه الرموز تتوفر العلاقة التبادلية بين اللغة ومؤسسة الإذاعة كوسيلة إعلامية إذ يعتمد بناء محتوى الرسالة على اللغة كمنظومة رمزية لا يمكن للفرد كمتلقي أن يتأثر بالرسالة الإعلامية إلا بهد أن تتم عملية الفهم والفك للرموز اللغوية الموظفة في المحتوى الإعلامي.

## 9.6- الإستنتاج العام:

تدل نتائج الفرضيات والمقابلات التي توصلنا إليها من خلال هذه الدراسة على ما يلي:

يعتمد الأداء الإذاعي في المؤسسة الإذاعية على توصيل الرسالة للمستمع وأن نجاح مضمونها الإذاعي مرتبط إلى حد كبير بمدى مهارته على تحقيق الاتصال وطريقة تقديمه للمستمع من خلال

جذبه وتسويقه بتوفر الشروط التي لابد أن تكون مقترنة به كسرعة بديهيته وخياله وثقافته الواسعة، فهو كمذيع لابد أن يكون ملم بخصائص الجمهور الذي يخاطبه.

يسعى القائم بالاتصال في الإذاعة بأن يرصد احتياجات الجمهور المتغيرة ويقوم بإشباعها ويربط الرسائل التي يقدمها لجمهوره العريض بالأحداث والمشكلات التي يعاني منها المجتمع الذي توجه له الرسالة الإذاعية.

إن الجمهور الإذاعي على اختلاف أذواقه وطبيعته ونوعه يميل إلى عدم التعرض للرسائل التي يشعر أنها معقدة أو تحتاج الكثير من الجهد لفهمها ويفضل بذلك الرسائل البسيطة، ولذلك فإن المذيع أثناء أدائه يبذل جهد في إفهام ما يعبر عنه من خلال رسالته وما تتضمن من رموز واختلافات بين دلالات هذه الرموز حتى يستطيع أن يعبر عن المعاني بوضوح بتجنبه الغموض في الصياغة التخاطبية وتركيب الجمل واستخدام الكلمات بحيث يعطي للمستقبل إمكانيات أكبر لفهم الرسائل.

كما أن المذيع يعمل على تنويع وتغيير مضامين الرسالة الإذاعية وذلك بهدف إشباع الاحتياجات المتنوعة لجمهوره في حد ذاتها تتسم بالتنوع وأن يتم تشكيل هذه الرسائل بأساليب وفنون مختلفة.

يعتمد تعرض الجمهور المستمع لمضامين الإذاعة على إمكانية فك الرموز التي تتوفر في المستوى اللغوي لدى القائم بالاتصال (المذيع) وفهمها يعد عاملاً جوهرياً وعليه فإن تمكن المذيع من الرسالة وقدرته على إحداث قبول من طرف المستمعين يؤدي إلى استقطاب وكسب عدد كبير من المستمعين وإحداث استجابة وبالتالي تحقيق هدف من أهم أهداف البرنامج وهذا يتوقف على وجود نموذج لغوي يفهمه الطرفان (الثنائية المرسل والمستقبل).

## خاتمة:

من خلال ما سبق يتبين أنه بفضل العملية الاتصالية يتم تبادل المعلومات وانتقال الأفكار والآراء والأخبار إلى جماهير حاشدة من الناس، وذلك بهدف إحداث تغيير في سلوك الأفراد من أجل تحقيق التفاهم اتجاه فكرة أو موضوع ما، وهذه العملية ترتبط بسلسلة من العناصر، مرسل، رسالة، وسيلة، مستقبل، رجع صدى أو تحقيق التأثير وهي تتطلب في ذلك أخذ ورد بين المرسل الذي دائماً لديه معنى مقصود يريد توصيله كونه يمثل القائم بالعملية الاتصالية يسعى إلى إعداد وتوعية المبادئ والاتجاهات للأفراد في المجتمع، والمستقبل لهذه الرسالة والذي له دور هام في عملية الاتصال بحيث يعمل على تحليل محتوى المضمون الموجه إليه.

كما تعد الإذاعة كمؤسسة إعلامية من أهم الوسائل الجماهيرية الهامة كونها لا تتطلب إمكانيات ولا مستوى تعليمي معين فهي وسيلة موجهة إلى كافة الجماهير وذلك بمختلف توجهاتهم ورغباتهم وأذواقهم والطبقات الاجتماعية التي ينتمون إليها خاصة وجود فئة من أفراد هذا المجتمع لا تحسن القراءة والكتابة وبالتالي نجد الإذاعة كوسيلة إعلامية تهدف إلى الوصول والمناقشة وذلك من خلال تلبية ما يحتاج إليه أفراد هذا المجتمع.

وقد حاولنا من خلال هذه الدراسة معرفة أهم العوامل التي دفعت القائمين بالعملية الاتصالية في الإذاعة إلى التعامل بمنظومة رمزية "ثلاثية اللغة" (وجود أنماط لغوية متعددة تتمثل في اللغة العربية والفرنسية إلى جانب الأمازيغية) وذلك في مجتمع لغته الرسمية هي العربية الفصحى ومدى تفاعل الجمهور المستمع مع هذه اللغة.

وقد تبين من خلال هذه الدراسة في البداية أن الجمهور الإذاعي هو جمهور عريض ومتعدد القطاعات والفئات ومتباين الذوق والثقافة كما لديه قدرة كبيرة على الإستيعاب والفهم لكل ما يقدم له من رسائل ومضامين إذاعية، إذ بإمكان المستمع أن يتلقى هذه الرسالة الإعلامية وهو يقوم بشؤون المنزل بصفة عامة أو أثناء قيادتهم للسيارة.

وقد توصلنا إلى أن الإذاعة من خلال توجيه رسالتها الإعلامية تعمل على مراعاة طبيعة المتلقي لها بحيث تكون رسالتها متناسبة مع مستوى عقليتهم وتفكيرهم وهذا يعود إلى أسلوب التخاطب ووضوح المادة الإذاعية وجذب مستمعيها من خلال إظهار الثقة لهم ومنحهم الشعور بالاهتمام بإعطائهم كجمهور مستمعين فرصة للإدلاء برأيهم اتجاه ما تقدمه من مواضيع من أجل تحقيق استجابة ورجع صدى أو التأثير فيهم.

ولقد اتضح من خلال هذه الدراسة الأهمية التي يوليها القائمين بالعملية الاتصالية "لغة" أثناء الأداء الإذاعي، حيث تعد وسيلة للاتصال تجد فيها الإذاعة كمؤسسة إعلامية استمرارها واحتفاظها بجمهورها من خلال مضامينها التي تتوجه بها للمتلقين كونها جزء من النظام الاجتماعي، ذلك أن اللغة تمثل منظومة من الرموز مشحونة بالمعاني لتحقيق التفاهم والإقناع لدى قطاعات جماهيرية واسعة نظرا لاعتماد المذيع على الكلمات الواضحة وما تؤديه من معاني ومفاهيم مختلفة لدى الأفراد بهدف الوصول إلى معنى مشترك لديهم وبالتالي تشكيل موقف واحد.

كما توصلنا أيضا إلى أن الجمهور الإذاعي بحكم تباينه واختلافه في جنيه وسنه ومستوياته المتعلمين منهم والغير متعلمين يمكنهم فك الرموز ليتوصل إلى المعاني التي أراد القائم بالاتصال (المذيع) أن تصل إليهم، وهذا لا يمكن تحقيقه إلا إذا كانت كل الرموز الموظفة في مضمون الرسالة الإذاعية تقع داخل الإطار الدلالي للمستقبل.

وعلى هذا الأساس يراعي القائمين بالعملية الاتصالية في الإذاعة مدى أهمية "السياق الاجتماعي" في نوع الأساليب الخطابية الموظفة في الرسالة وبناء هذه الأخيرة بعيدا عن ذلك يؤدي إلى صعوبة فك رموزها اللغوية لدى المتلقي، نظرا إلى أن تفاعل الجمهور المستمع مع مضمون الرسالة يعتمد بشكل كبير على مدى وضوح الرموز وتناسقها لدى القائم بالعملية الاتصالية في الإذاعة، وبالتالي فإن بلوغ أهداف الاتصال القائم بين الإذاعة كوسيلة اتصالية جماهيرية والجمهور المتلقين يعتمد على نظام رمزي يتوافق مع خصوصيات المتلقي.

وعليه فإن الثلاثية اللغوية ظاهرة اجتماعية راجعة ومتجذرة في الواقع اللغوي الجزائري تحمل معاني كثيرة في التفاعل الرمزي وتمثل بدورها وضعية اجتماعية وجد المجتمع نفسه فيها على اختلاف الدوافع والأسباب، كما أنها تمثل حقيقة الحياة الاجتماعية ومن خلال الاتفاق الذي يحدث بين أفرادها حول معاني هذه الرموز اللغوية تؤدي وظيفة الاتصال.

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة سعد دحلب البليدة

كلية الآداب والعلوم الاجتماعية

معهد العلوم الاجتماعية والديمغرافيا

قسم علم الاجتماع

تخصص اتصال

عنوان الدراسة

الإعلام الإذاعي والثلاثية اللغوية دراسة سوسولوجية في مكونات الخطاب الإذاعي

دراسة ميدانية بأخذ عينة من الجمهور المستمع للإذاعة الجزائرية بمنطقة مليانة

إشراف الدكتور:

إعداد الطالبة:

- نقاز سيد أحمد

- روابح فتيحة

يرجى وضع علامة (X) في الخانة المناسبة:

بيانات هذه الاستمارة تبقى سرية ولا تستخدم إلا لأغراض علمية

السنة الجامعية: 2011-2012

## الإستمارة

## - البيانات العامة

1- الجنس: - ذكر  - أنثى

2- السن: من 11 إلى 20 سنة

21 إلى 30

31 إلى 40

41 إلى 50

51 فما فوق

3- المستوى الدراسي: - ابتدائي  - متوسط

- ثانوي  - جامعي

- دراسات عليا  - بدون تعليم

4- ما هي لغة تكوينك الدراسي؟:

- عربية  - فرنسية

- الإثنان معا

- إنجليزية

- أمازيغية

5- هل تمارس مهنة ما؟:

- نعم  - لا

6- إذا كان جوابك بنعم أذكرها:.....

7- ما هو الراديو الذي تستعمله للإصغاء لمختلف البرامج؟

- راديو البيت  - راديو السيارة  - راديو الهاتف النقال
- أم الثلاثة معا

8- ما هي القنوات الإذاعية التي تفضل الإستماع لها؟

- القناة الأولى  - القناة الثانية  - القناة الثالثة
- إذاعة القرآن الكريم  - الإذاعة الثقافية  - إذاعة البهجة

9- هل متابعتك لمحتوى برامج القناة الإذاعية التي تفضلها يكون؟

- بصفة مستمرة  - غير مستمرة
- إذا كنت من المستمعين بصفة غير دائمة إلى ماذا يرجع ذلك؟.....

10- ما هو مقدار الوقت الذي تقتضيه يوميا في الإستماع لجهاز الراديو المفضل لديك؟

- نصف ساعة
- ساعة كاملة
- حوالي ساعتين
- أكثر من ذلك

- **المحور الأول:** خاص بالمادة الإعلامية ودورها في تحديد نوع اللغة التي تبث بها برامج الإذاعة وذلك بهدف إحداث قبول لدى المستمع.

11- هل إستماعك للقناة الإذاعية المفضلة لديك يكون؟

- بمفردك  - مع صديق  - مع أحد أفراد الأسر

- مع كل أفراد الأسرة

• لماذا؟:.....

12- كمستمع، ما هي المميزات التي تحكم من خلالها على نجاح أداء المذيع والتي تجذبك إلى متابعة برنامجه؟

- لغة التعبير  - محتوى أو مضمون رسالته

- نبرات صوته

- مميزات أخرى أذكرها:.....

.....

13- ما هي العناصر الأساسية التي تجعل الرسالة الإذاعية تزيد من التأثير عليك خاصة وأن الإذاعة تعتمد على حاسة السمع فقط؟

- كون الحوار مفتوح مع المستمعين

- الضيوف المشاركين في الحصة

- الموضوعات المطروحة في البرنامج

- أم الريبورتاجات

14- كمستمع ما هو رأيك في مستوى مضمون برامجك المفضلة من حيث نوع اللغة المستعملة؟

- متوسطة  - جيدة  - جيدة جدا

لماذا؟:.....

.....

15- هل ترى أن تحكم المذيع في نوع اللغة المستعملة يساهم في نجاح البرنامج وبالتالي يزيد من

مشاركة أو تجاوب المستمعين؟

- نعم  - لا

- لماذا؟:.....

.....

16- إستنادا على ما تفضله من برامج إذاعية وإستماعك لها هل ترى أن المذيع يراعي طبيعة

ونوعية الجمهور من خلال اللغة المستعملة؟

- نعم  - لا

- لماذا؟:.....

.....

المحور الثاني: خاص بتوجيه المذيع رسالته الإعلامية بالفصحى ومدى فهم الجمهور لها

17- بأي لغة تفضل الإستماع إلى برامجك المفضلة؟

- اللهجة العامية

- العربية الفصحى

- اللغة الفرنسية

- الأمازيغية

- أم المزج بينهم (أي الثلاثية اللغوية)

- لماذا؟:.....

18- كمستمع هل ترى أن اللغة التي تبث بها الأخبار هي؟

- مناسبة  - غير مناسبة

- لماذا؟:.....

19- حدد نوع البرامج التي تكون فيها العربية الفصحى اللغة الأنسب

- الإجتماعية

- العلمية

- الإخبارية

- الثقافية

- الدينية

- الترفيهية

- الرياضية

في

- لماذا

رأيك؟.....

20- حسب رأيك كمستمع هل ترى أن توظيف العربية الفصحى في المضامين الإذاعية يزيد من

تفاعلك مع برامج الإذاعة؟

- نعم  - لا

• إذا كان جواب بنعم هل يرجع ذلك إلى؟

- تتطابق مع لغة المجتمع

- لغة تتناسب مع الحياة الفكرية

• إذا كان جوابك بـ "لا" هل يرجع ذلك إلى؟

- لغة لا تحقق الفهم

- لا تلامس وعي أفراد المجتمع

21- هل ترى أن العربية الفصحى هي لغة؟

- تعبر عن الواقع المعيش

- تزيد من عملية التواصل

- فماذا ترى غير ذلك؟:.....

.....

22- هل أنت من المستمعين للبرامج التي تبث بالعربية الفصحى؟

- كثيرا  - نوعا ما

في كلتا الحالتين هل ترى ان هذه البرامج؟

- سهلة الفهم
- نوعا ما
- صعبة الفهم

23- كمستمع هل مدى استيعابك وفهمك للمضامين الإذاعية التي تبث بالفصحى تأخذ منك؟

- وقت طويل
- وقت قصير

المحور الثالث: خاص بالثلاثية اللغوية ومدى إستقطاب الجمهور المستمع

24- هل ترى أن اللغة الموظفة في بناء مضمون الرسالة الإعلامية دور في تفضيلك لبرنامج دون

الأخرى؟

- نوعا ما  - كثيرا  - كثيرا جدا

25- كمستمع هل ترى أن توظيف المزج اللغوي المكون من اللهجة العامية كلمات عربية وأخرى

فرنسية وحتى أمازيغية يحقق الفهم لدى الجمهور المستمع؟

- نعم  - لا

لماذا؟:.....

.....

.....

26- هل أنت من المستمعين الذين يفضلون البرامج التي تبث بالثلاثية اللغوية؟

- كثيرا  - نوعا ما

- في كلتا الحالتين هل هي؟

- كونها لغة سهلة الفهم بالنسبة لك
- كونها لغة تخاطب كل فئات الجمهور
- كونها لغة التخاطب اليومي
- كونها لغة تعبر عن عادات وتقاليد المجتمع

27- هل يمكن اعتبار الثلاثية اللغوية ضمان للمعلومة؟

- نعم  لا
- كيف ذلك؟:.....
- .....

28- هل وجود الثلاثية اللغوية كلغة إعلامية يعتبر من الأسباب الرئيسية التي تزيد من مشاركتك وتجاوبك مع البرنامج؟

- نعم  لا
- لماذا وضح أكثر؟:.....
- .....

29- هل تصلح الثلاثية اللغوية برأيك أن تكون لغة تخاطب أو تقرب لإذاعة من الجمهور المستمع وذلك في وجوده المكاني والفكري؟

- دائما  - أحيانا

30- كمستمع ما هو تقييمك لظاهرة الثلاثية اللغوية هي ظاهرة؟

- |                          |                      |                          |                     |
|--------------------------|----------------------|--------------------------|---------------------|
| <input type="checkbox"/> | - طبيعية             | <input type="checkbox"/> | - تساعد على التواصل |
| <input type="checkbox"/> | - مجددة للغة         | <input type="checkbox"/> | - ضرورية            |
| <input type="checkbox"/> | - تعبر عن عجز اللغة  | <input type="checkbox"/> | - سلبية             |
| <input type="checkbox"/> | - تؤدي إلى موت اللغة | <input type="checkbox"/> | - تشوه اللغة        |

### دليل المقابلة

#### - أسئلة خاصة بالبيانات العامة:

ما هو التخصيص العلمي الذي درسته؟ وما هي الشهادة المتحصل عليها؟

- هل كان إلتحاقك بالعمل الإذاعي مباشرة بعد التخرج؟ أم أنك إشتغلت في أعمال أخرى؟
- كم دامت أقدميتك في العمل الإذاعي إلى حد الآن؟ وما هي وضعيتك السوسيو مهنية داخل المؤسسة الإذاعية التي تعمل بها؟

#### - أسئلة خاصة بكل فرصة الأولى والثانية والثالثة:

- 1- ما هي أهم المقاييس التي لابد أن تتوفر حتى تجعل من أدائك الإذاعي أداءا مميزا؟
  - 2- هل إختيارك لمحتوى برامجك المقدمة وبناء مضمون رسالتك الإعلامية هو مستخلص من نظرتك للواقع؟ أم أن ذلك من إقتراح المستمعين؟
  - 3- هل الإختلاف في طبيعة ونوعية الجمهور يتطلب منك كمديع مخاطبته بالكلمات البسيطة؟ وهل تعتبر ذلك نقطة هامة تحكم من خلالها على وجود رجع صدى لدى المستمعين؟
  - 4- بما أنه في الإذاعة تغيب الصورة وهي وسيلة تعتمد على حاسة السمع فقط.
- هل يمكن اعتبار نوع اللغة المستعملة من بين أهم العناصر التي تزيد من تأثير الرسالة الإذاعية على المستمع؟
- 5- هل تعتبر حسب رأيك العربية الفصحى لأسلوب التخاطبي الأمثل والنموذج اللغوي الذي يؤدي مهمة التأثير بالنسبة لكل فئات الجمهور على إختلافها؟ لماذا؟
  - 6- هل يمكن اعتبار المزج اللغوي (الذي يتكون أساسا من العربية الفصحى والعامية وكذا الفرنسية وحتى الأمازيغية) في شكل ثلاثية لغوية وسيلة أو أسلوب من الأساليب المعتمد عليها في إقناع المستمعين بمحتوى الرسالة؟
  - 7- هل الثلاثية اللغوية لغة تقرب الإذاعة من الجمهور المتلقي وذلك في وجوده المكاني والفكري؟
  - 8- كمديع ما هو رأيك في الثلاثية اللغوية كظاهرة من حيث تأثيرها على الجمهور المستمع؟

## قائمة المراجع:

- 1- إبراهيم عبد الله المسلمي، الإعلام والمجتمع. دار الفكر العربي، القاهرة، الطبعة الثانية، 2007.
- 2- Abdehamid Ouaret, Batir sa stratégie de communication et de développement. Editions. Alger. Livres G.A.L Alger. 2008.
- 3- أحمد بدر، الاتصال بال جماهير والإعلام والتطوير والتنمية. دار قباء للطباعة والنشر، القاهرة، 1998.
- 4- أحمد بن نعمان، التعريب بين المبدأ والتطبيق (في الجزائر والعالم العربي). الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، بدون طبعة، 1981.
- 5- احمد حمدي، الثورة الجزائرية والإعلام (دراسة في الإعلام الثوري). ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، بدون طبعة، بدون سنة.
- 6- أحمد عبد الملك، كيف تكون مذيعا ناجحا (تجارب وقواعد). دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2004.
- 7- Armand colin. Analyser les textes de communication. Deuxième édition entièrement revue et augmentée, sans illustration, 2007.
- 8- Armand et Michèle Mattelart. Histoire des théories de la communication. Editions la découverte. Paris, sans illustration, 2002.
- 9- Edouard rivier, communication au diovisuelle. Inprimé en France. 2003.
- 10- إسماعيل معراف، الإعلام حقائق وأبعاد. ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة الثانية، 2007.
- 11- ألبير بير، تاريخ الإذاعة والتلفزة. ترجمة زهير إحدادن، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، بدون طبعة، 1984.

- 12- الدسوقي عبدو إبراهيم، وسائل وأساليب الاتصال الجماهيرية والاتجاهات الاجتماعية. دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، الإسكندرية، بدون طبعة، بدون سنة.
- 13- القاضي أنطون الناشف، البث التلفزيوني والإذاعي والبث الفضائي. مراجعة نوال تلج مسعود، منشورات حلبي الحقوقية، لبنان، الطبعة الأولى، بدون سنة.
- 14- أمال سعد المتولي، مبادئ الاتصال ونظرياته، دار ومكتبة الإسراء للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2007.
- 15- أميرة منصور يوسف علي، الاتصال والخدمة الاجتماعية. المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، بدون طبعة، 1999.
- 16- إيناس محمود حامد، الصحافة والإذاعة المدرسية (فن التصميم والإخراج في الصحافة المدرسية). زهراء الشرق، القاهرة، الطبعة الأولى، 2006.
- 17- Bernard sananés, la communication efficace. Paris, 4<sup>ème</sup> édition, 2005.
- 18- Breton philippe, l'explosion de la communication. Casbah éditions, Alger, 2000.
- 19- Breton philippe, l'utopie de la communication. Casbah éditions, Alger, sans illustration, 2000.
- 20- بقلم سارة حميدي، محطاتنا المحلية. مجلة أمواج، تصدر عن الإذاعة الجزائرية، العدد الرابع، السنة الأولى، نوفمبر 2007.
- 21- بلقاسم ابن روان، وسائل الإعلام والمجتمع. دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، الطبعة الأولى، 2007.
- 22- تأليف ت.ي هاردينغ، الكتابة الإذاعية. أديب يخضور، بدون مكان للنشر، دمشق، بدون طبعة، بدون سنة.

- 23- تأليف دينس ماك كويل، سفين ويندون، أنماط الإعلام لأغراض دراسة الاتصال الجماهيري. ترجمة محمد حسن، نشر بالمنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، بدون طبعة، 1989.
- 24- توماس بييري، الصحافة اليوم (تطورها وتطبيقاتها العلمية). ترجمة مروان الجابري، مؤسسة بدران وشركاه، بيروت، بدون طبعة، 1964.
- 25- Jean lohisse, la communication de la transmission à la relation. Edition revie et augmentée par Ann abelle klein. 2<sup>ème</sup> édition, 2007.
- 26- جمال مجاهد وآخرون، مدخل إلى الاتصال الجماهيري. دار المعرفة الجامعية، الأزاريطة، بدون طبعة، 2009.
- 27- جمال محمد أبو شنب، السياسات الإعلامية. دار المعرفة الجامعية، الأزاريطة، بدون طبعة، 2008.
- 28- جمال محمد أبو شنب، نظريات الاتصال والإعلام. دار المعرفة الجامعية، الأزاريطة، بدون طبعة، 2009.
- 29- جون كلير، كيف تتعامل مع وسائل الإعلام. ترجمة خالد العامري، دار الفاروق للاستثمارات الثقافية للنشر والتوزيع، مصر، الطبعة العربية الأولى، 2007.
- 30- حسن الحسين، الرأي العام والإعلام والعلاقات العامة. الدار اللبنانية للنشر والتوزيع، لبنان، بدون طبعة، بدون سنة.
- 31- حسن عبد الحميد أحمد رشوان، العلاقات العامة والإعلام في منظور علم الاجتماع. المكتب الجامعي، بدون طبعة، 1997.
- 32- حسن عماد مكاي، عادل عبد الغفار، الإذاعة في القرن الحادي عشر. الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، الطبعة الأولى، 2008.

- 33- حسن عماد مكاي، عادل عبد الغفار، الإعلام والمجتمع في عالم متغير. دار المصرية اللبنانية، القاهرة، الطبعة الأولى، 2008.
- 34- حسن محمد عبد الرحمن، الإعلام والاتصال. مؤسسة رؤيا للطباعة والنشر والتوزيع، المعمورة، الطبعة الأولى، 2007.
- 35- حسين حمران، الاتجاه اللغوي للجمهور وسائل الإعلام الجزائري في ظل الازدواجية اللغوية. رسالة ماجستير، بمعهد علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، سنة 1998.
- 36- حميد جاعد محسن الديلمي، علم اجتماع الإعلام (رؤيا سوسيولوجية مستقبلية). دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، بدون طبعة، 2002.
- 37- خولة طالب الإبراهيمي، الجزائريون والمسألة اللغوية. ترجمة محمد يحياتي، دار الحكمة للطباعة والنشر، الجزائر، بدون طبعة، 2007.
- 38- راتب جليل حويص، غالب جليل حويص، تقنيات ومهارات الاتصال. إثراء للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2008.
- 39- راسم محمد الجمال، الاتصال والإعلام في الوطن العربي. مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، الطبعة الثالثة، 2004.
- 40- ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، الاتصال والعلاقات العامة. دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2005.
- 41- زهرة بلحاجي، الإذاعة الوطنية وتحقيق مبدأ الحق في الإعلام. دراسة ميدانية بالقناة الأولى والثانية، رسالة ماجستير بمعهد علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 1998.

- 42- زهير إحدين، الصحافة المكتوبة في الجزائر. ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، بدون طبعة، 1991.
- 43- سامي طابع، مقدمة في مناهج البحث. مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، بدون طبعة، 2004.
- 44- سامية أحمد علي، عبد العزيز شرف، الدراما في الإذاعة والتلفزيون. دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الثانية، 2000.
- 45- سعاد جبر سعيد، سيكولوجية الاتصال الجماهيري. عالم الكتب الحديث، الأردن، الطبعة الأولى، 2008.
- 46- سلوى عثمان الصديقي، هناء حافظ بدوي، أبعاد العملية الاتصالية (رؤية نظرية وعملية وواقعية). المكتب الجامعي الحديث، الازاريطة، بدون طبعة، 1999.
- 47- سليمان صالح، وسائل الإعلام وصناعة الصور الذهنية. مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، الطبعة الأولى، 2005.
- 48- سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي. عالم الكتب، بدون طبعة، 2006.
- 49- شريف الحموي، مهارات الاتصال. دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2007.
- 50- شوان علي شيبية، مذكرة في تاريخ الإعلام. دار المعرفة الجامعية، الازاريطة، بدون طبعة، 2008.
- 51- شفيق حسنين، سيكولوجية الإعلام. دار الفكر والفن للطباعة والنشر والتوزيع، بدون بلد للنشر، بدون طبعة، 2008.
- 52- صالح بلعيد، لغة الصحافة. دار الأمل للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، بدون طبعة، 2007.

- 53- صالح خليل أبو صيع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة. دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الخامسة، 2006.
- 54- طارق الشاري، الإعلام الإذاعي. دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، الطبعة الأولى، 2010.
- 55- طارق سيد أحمد الخلفي، فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية. دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، بدون طبعة، 2005.
- 56- طعم الله خميس، مناهج البحث وأدواته في العلوم الاجتماعية. من إعداد عبد الوهاب بوحديبة، مركز النشر الجامعي، تونس، 2004.
- 57- طلال عبد الله، الزغبى وآخرون، مهارات الاتصال الجماهيري. عالم الكتب الحديث، الأردن، الطبعة الأولى، 2010.
- 58- طه عبد العاطي نجم، الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث (الموضوع والقضايا). دار المعرفة الجامعية، الأزاريطة، بدون طبعة، 2009.
- 59- عاطف عدلي العبد عبيد، نهى عاطف العبد، وسائل الإعلام نشأتها وتطورها-آفاقها المستقبلية. دار الفكر العربي، مدينة نصر القاهرة، الطبعة الأولى، 2008.
- 60- عماد عبد الغني، منهجية البحث في علم الاجتماع. دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، الطبع الأولى، 2007.
- 61- عبد الحافظ سلامة، الاتصال وتكنولوجيا التعليم. دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، بدون طبعة، 2007.
- 62- عبد الحميد صيفري، التلفزيون الجزائري واقع وآفاق. المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، بدون طبعة، 1985.

- 63- عبد الرحمن عزي، دراسات في نظرية الاتصال (نحو فكر إعلامي متميز). مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، الطبعة الأولى، 2001.
- 64- عبد الرحمن عزي، فضاء الإعلام (سلسلة الدراسات الإعلامية). ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، بدون طبعة، 1994.
- 65- عبد العالي رزاق، الخبر في الصحافة الإذاعية. دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، بدون طبعة، 2004.
- 66- عبد العزيز شرف، الإعلام الإسلامي وتكنولوجيا الاتصال. دار قباء للطباعة والنشر، القاهرة، بدون طبعة، 1998.
- 67- عبد العزيز شرف، مدخل إلى وسائل الإعلام (الصحافة، الإذاعة، التلفزيون، السينما، المسرح، أقمار الاتصالات). دار الكتاب المصري، القاهرة، الطبعة الثانية، 1989.
- 68- عبد العزيز شرف، نماذج الاتصال في الفنون والإعلام والتعليم وإدارة الأعمال. الدار المصرية اللبنانية، لبنان، الطبعة الأولى، 2003.
- 69- عبد الله شريط، من واقع الثقافة الجزائرية. الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، الطبعة الثانية، 1981.
- 70- عبد الله عبد الرحمن، سيبولوجيا الإعلام والاتصال. دار المعرفة الجامعية، الأزاريطة، بدون طبعة، 2006.
- 71- عبد المجيد شكري، الاتصال الجماهيري (الواقع - المستقبل). العربي للنشر والتوزيع، بدون طبعة، بدون سنة.
- 72- عبد المجيد شكري، الإذاعة المدرسية في ضوء تكنولوجيا التعليم. نظرة مستقبلية للقرن الواحد والعشرين. دار الفكر العربي، القاهرة، 2000.

- 73- عرفة احمد عامر، الأخبار والبرامج الإخبارية في الراديو والتلفزيون. مكتبة الآداب، القاهرة، بدون طبعة، 2003.
- 74- عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث. ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة الثالثة، 2001.
- 75- غريب سيد احمد، علم اجتماع الاتصال والإعلام. دار المعرفة الجامعية، الأزاريطة، بدون طبعة، 2002.
- 76- فارس طباش، العامة والفصحى وإشكالية التلقي لدى جمهور الإذاعة الجزائرية. رسالة ماجستير، بمعهد العلوم والاتصال، جامعة الجزائر، 2008.
- 77- فوضيل دليو، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية. ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، بدون طبعة، 1998.
- 78- كرم شلبي، المنبع وفن تقديم البرامج في الراديو والتلفزيون. دار الشروق للنشر والتوزيع، بيروت، 2008.
- 79- Kamel elkorso, communication orale et ecrite. Editions dar el gharb, sans année.
- 80- مجدة توماس حانة، اللغة والاتصال في الخطاب المتعدد المعاني. ترجمة ماري شهرستان، دار ديوان للطبع والنشر والتوزيع، دمشق، الطبعة الأولى، 2008.
- 81- محمد أحمد الزغبي، ازدواجية اللغة ووحدة الثقافة في الجزائر. في المستقبل العربي، عدد 40، جوان 1982.
- 82- محمد أرزقي فراد، الأمازيغية (آراء وأمثلة). دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، بدون طبعة، 2008.

- 83- محمد الجوهري وآخرون، علم الاجتماع ودراسة الإعلام والاتصال. دار المعرفة الجامعية، الأزاريطة، بدون طبعة، 1992.
- 84- محمد الصيرفي، الإعلام. دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2009.
- 85- محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي. دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2006.
- 86- محمد سيد فهمي، تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية. المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، بدون طبعة، 2006.
- 87- محمد سيد فهمي، فن الاتصال في الخدمة الاجتماعية. دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2008.
- 88- محمد شطاح، الإعلام التلفزيوني (نشرات الأخبار-المحتوى والجمهور). دار الكتاب الحديث، القاهرة، بدون طبعة، 2007.
- 89- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. عالم الكتب، القاهرة، الطبعة الثانية، 2000.
- 90- محمد عبد المطلب البكاء، الإعلام واللغة. دار نينوي للدراسات والنشر والتوزيع، دمشق، بدون طبعة، 2010.
- 91- محمد علي القوزي، نشأة وسائل الاتصال وتطورها. دار النهضة العربية، لبنان، الطبعة الأولى، 2007.
- 92- محمد محمود مهدي، المدخل في تكنولوجيا الاتصال الاجتماعي. المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، بدون طبعة، بدون سنة.

93- محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي. دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2004.

94- محمد منير حجاب، وسائل الاتصال (نشأتها وتطورها). دار الفجر للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2008.

95- محمد مهنى، مقدمة في الفنون السمعية البصرية. مركز الجامعة للتعليم المفتوح، القاهرة، بدون طبعة، 1999.

96- محمد هاشم الهاشمي، الإعلام المعاصر. دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2006.

97- محمود حسين إسماعيل، الصحافة والإذاعة المدرسية بين النظرية والتطبيق. دار الفكر العربي، القاهرة، الطبعة الأولى، 2004.

98- محمود خليل، منصور هبة، إنتاج اللغة الإعلامية في النصوص الإعلامية. مدخلات تكنولوجية التعليم، بدون بلد للنشر، بدون طبعة، 1999.

99- محمود منصور هبة، قراءات مختارة في علوم الاتصال بالجماهير. مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، بدون طبعة، 2004.

100- محي الدين عبد الحليم، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته. دار الرفاعي بالرياض، القاهرة، الطبعة الثانية، 1994.

101- مصطفى حميد كاظم الطائي، الفنون الإذاعية والتلفزيونية وفلسفة الإقناع. دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2007.

102- مصطفى حميد الطائي، خير ميلاد أبو بكر، مناهج البحث العلمي وتطبيقاته. دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2007.

- 103- مصطفى محمد الحسناوي، واقع لغة الإعلام المعاصر. دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2011.
- 104- من إصدار المجلس الأعلى للغة العربية، حوار الأفكار (موقع العامية من الفصحى). سلسلة منشورات الجيب، الجزائر، بدون طبعة، 2005.
- 105- من إعداد المركز الوطني للدراسات والبحث في الحركة الوطنية وثورة أول نوفمبر 1954، الإعلام ومهامه أثناء الثورة. دار القصبه للنشر، الجزائر، بدون طبعة، 2009.
- 106- من إعداد وزارة الإتصال، دليل وسائل الإعلام في الجزائر. مطبوع بالمركز الوطني لوثائق الصحافة والإعلام، الجزائر، بدون طبعة، 1994.
- 107- من تقرير اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال، أصوات متعددة وعالم واحد. الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، بدون طبعة، 1981.
- 108- منال أبو الحسن، أساسيات علم الاجتماع الإعلامي. دار النشر للجامعات، القاهرة، بدون طبعة، 2007.
- 109- مورييس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية. ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبه للنشر، الجزائر، الطبعة الثانية، 2006.
- 110- مي عبد الله، نظريات الاتصال. دار النهضة العربية، لبنان، الطبعة الأولى، 2006.
- 111- ميتشل ستيفن، البيث الإذاعي. ترجمة هشام عبد الله، الأهلية للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، الطبعة الأولى، 2008.
- 112- نبيل راغب، العمل الصحفي. الشركة المصرية العالمية للنشر لونغمان، مصر، الطبعة الأولى، 1999.
- 113- نبيل راغب، فن الكتابة للإذاعة. دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة بدون طبعة، 2005.

- 114- نسمة احمد بطريق، عادل عبد الغفار، الكتابة للإذاعة والتلفزيون. مركز الجامعة للتعليم المفتوح، القاهرة، بدون طبعة، 2005.
- 115- نشوى سليمان عقل، الإخراج الإذاعي والتلفزيوني. الدار العربية، للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2009.
- 116- نصر الدين العياضي، وسائل الاتصال الجماهيري والمجتمع. دار القصة للنشر، الجزائر، بدون طبعة، 1999.
- 117- نصيرة مزهود، الإذاعة الجزائرية والمستمع. رسالة لنيل شهادة ماجستير بمعهد علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 1997-1998.
- 118- نك موركان، قواعد التأثير في المستمعين. تعريب مها حسن بحبوح، شركة الحوار الثقافي ش.م.م، لبنان، الطبعة العربية الأولى، 2005.
- 119- هادي نهر، الكفايات التواصلية والاتصالية (دراسات في اللغة والإعلام). دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2003.
- 120- هالة منصور، الاتصال الفعال (مفاهيمه وأساليبه ومهاراته). المكتبة الجامعية، الإسكندرية، بدون طبعة، 2000.
- 121- هاني رضا، رامز محمد عمار، الرأي العام والإعلام والدعاية. المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، الطبعة الأولى، 1998.
- 122- هناء حافظ بدوي، الاتصال بين النظرية والتطبيق. المكتب الجامعي الحديث، الأزاريطة، بدون طبعة، 2006.
- 123- يوسف مرزوق، فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون. دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، بدون طبعة، 2008.