

دور الإذاعة المحلية في التحسيس و نشر الوعي البيئي . إذاعة البهجة نموذجا .

The role of local radio in raising and spreading environmental awareness - Radio El Bahja as a model

أ . د أحمد شوتري جامعة الجزائر 3، الجزائر `ahmedchoutri19@gmail.com	ط. د خليفاي حنان* جامعة الجزائر 3، الجزائر khelifaouihanan@gmail.com
---	--

تاريخ القبول: 2024/02/26

تاريخ الاستلام: 2023/09/07

الملخص

لتحقيق التوافق بين الإنسان والبيئة لابد أن يمر عبر قناة التوعية التي تعتبر من العناصر الفعالة في التعامل مع المشكلات البيئية المختلفة التي تواجه أغلب المجتمعات المعاصرة، ومنه تهدف هذه الورقة البحثية إلى معرفة دور الإعلام الجزائري بشقه المسموع من خلال إذاعة البهجة المحلية في خدمة ومعالجة المشكلات والقضايا البيئية، الأمر الذي دفعنا بالبحث في الشبكة البرمجية لمعرفة طبيعة المواضيع المتناولة والنماذج السلوكية التي تعرضها وما إذا كانت تساهم في حماية البيئة.

ونستنتج من هذه الدراسة أن إذاعة البهجة تلعب دورا مهما في تسليط الضوء على الواقع البيئي في الجزائر العاصمة وهذا لتغيير الأنماط السلوكية وتعديل الإتجاهات ونقل الفرد من حالة اللاوعي إلى حالى الوعي بالبحث عن الحلول من خلال الشبكة البرمجية للإذاعة. الكلمات المفتاحية: الإعلام المحلي، الإذاعة المحلية، الوعي البيئي.

Abstract

In order to achieve compatibility between man and the environment, it must pass through the awareness channel, which is considered one of the effective elements in dealing with the various environmental problems facing most contemporary societies. Addressing environmental problems and issues, which prompted us to search the program network to find out the nature of the topics covered and the behavioral models they present and whether they contribute to protecting the environment. We conclude from this study that Radio El-Bahja plays an important role in highlighting the environmental reality in Algiers, and this is to change behavioral patterns, modify attitudes, and transfer the individual from an unconscious state to a

* المؤلف المرسل: خليفاي حنان ، الإيميل: khelifaouihanan@gmail.com

state of awareness by searching for solutions through the radio programmatic network.

Keywords: local radio, local media, environmental awareness.

مقدمة:

إن لوسائل الإعلام والاتصال بكل أشكالها مكانة هامة في أي مجتمع لما لها من قوة تأثير ودور فعال في تفعيل روابط وقنوات الاتصال بين الأفراد والشعوب إضافة لثورة المعلومات وتفاعلها مع حركة العولمة وتياراتها، مما ساعد على ظهور العديد من التغيرات البنائية والوظيفية في المجتمع، حيث شاهد تحولا عميقا من مجتمع ينبنى على الإنتاجية إلى مجتمع يقوم على الإعلام والمعلومات، و بما أن المجتمعات المعاصرة أصبحت صناعية بدرجة أولى أدى لتفاقم المشكلات الإيكولوجية وأصبحت الكرة الأرضية تعيش الآن في مجموعة من الكوارث التي تحيط بالبيئة نتيجة لسوء استخدام الإنسان لها، ما جعل من قضايا التنمية قضية إنسانية ملحة لاغنى عنها سواء على الصعيد المحلي والعالمي، ولعل من أسباب تفاقم هذه المشكلات البيئة راجع إلى القصور العلمي والتكنولوجي وقصور الوعي البيئي بدرجة أولى وعدم توفر وسائل التوعية التي تعد إحدى أهم العناصر الفاعلة في التعامل مع مشكلات البيئة.

إن توعية الجماهير تعتبر حافزا هاما في تكوين مسار تشاركي لحماية البيئة، بحيث تصبح المواطنة الإيكولوجية حقيقة ملموسة لذلك فإن القضية الأساسية التي تواجه الإعلام بوجه الخصوص هي كيفية نشر وتعميم عملية الوعي البيئي، هنا تؤدي وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة منها والمرئية دوراً هاما وكبيرا في تشكيل هذا الوعي لدى الجمهور وفي تغيير اتجاهات سائدة وتعويضها بمواقف جديدة، فنجاح الرسالة الإعلامية في تنمية هذا الوعي مرهون بمدى قدرتها على إقناع والتأثير على أفراد المجتمع لتتحول من حالة اللاوعي إلى حالة الوعي والإدراك الصحيح لقضايا البيئة ومشكلاتها ومن ثم تجاوز مرحلة الوعي إلى مرحلة المشاركة الفعالة في الحفاظ على البيئة لتنفيذ البرامج والمشروعات المتعلقة بالبيئة.

وتستخدم الإذاعة بشقيها الوطنية والجهوية لتنمية الوعي البيئي لأفراد المجتمع نظراً لقدراتها التأثيرية على المعرفة والاتجاه من خلال الرسائل الإعلامية الموجهة لهم، لتزويدهم بالمعلومات البيئية للتعريف بها وبعناصرها ومكوناتها ومشكلاتها وكيفية المساهمة في صيانتها وتزويدهم كذلك بالقوانين المتعلقة بحماية البيئة لتكوين قاعدة معرفية لكل فرد، تمكنه من تجاوز الغموض

الناتج من نقص المعلومات وبالتالي ترقى الإذاعة لتكوين اتجاهات إيجابية التي تحكم سلوك الإنسان إتجاه بيئته.

والجزائر من بين الدول النامية التي أولت عناية كبيرة بالبيئة لاسيما في الوقت الراهن، وتعتبر من بين الدول التي تحمل بوادر التدهور البيئي نتيجة لظروف الطبيعية والبشرية، مما أدى لتظافر الجهول لكامل الجهات لحمايتها وصيانتها كظهور جمعية حماية البيئة في كثير من جهات الوطن موازاة مع زيادة حجم هذا التدهور، إضافة لذلك سمحت التعددية الإعلامية بظهور إذاعات جهوية في مناطق مختلفة للجزائر تسير جنبا إلى جنب مع الإذاعة الوطنية تهتم بقضايا المجتمع المحلي تعبر عن واقعهم ومشاكلهم وإهتماماتهم، ولأنها عرفت تطورا ملحوظا فإننا بهذه الدراسة نسعى إلى الكشف عن دورها في التحسيس ونشر الوعي البيئي لأفراد المجتمع الجزائري، هذا لمواجهة التدهور البيئي الذي أصبح يشكل خطرا كبيرا على صحة الفرد وعلى الإقتصاد الوطني، كون أن إذاعة البهجة إذاعة جهوية قريبة إلى المجتمع المحلي، والحفاظ على البيئة يتحقق أساسا على الصعيد المحلي إنطلاقا من خصوصية كل منطقة و طبيعة مشكلاتها البيئية، وحتى نفهم خصوصيات الإذاعة الجهوية ودورها في التحسيس ونشر الوعي البيئي في الجزائر من خلال إذاعة البهجة، إرتأينا أن نبور التساؤل الجوهرى التالي: **ما هو الدور التحسيسى والتوعوي الذي تقوم به إذاعة البهجة لنشر الوعي البيئي لدى جمهور المستمعين؟**

بهذا التساؤل الجوهرى نكون قد ربطنا بين التحسيس ونشر الوعي البيئي لدى المواطن الجزائري منطلقين من إذاعة البهجة، ولإثراء الإشكالية رأينا ضرورة تفريغها لجملة من التساؤلات:

- ما هي دوافع إقبال الجمهور للإستماع لإذاعة البهجة؟

- ماهي نوعية القضايا والمعلومات البيئية المطروحة في الإذاعة البهجة من فيفري إلى

جوان 2015؟

- كيف تساهم إذاعة البهجة الجهوية في التحسيس ونشر الوعي البيئي لدى جمهور المستمعين؟

وتكمن أهمية الدراسة في معرفة الدور الذي تضطلع به إذاعة البهجة في تنمية وعي أفراد

المجتمع من خلال تحسيسهم وتزويدهم بالمعلومات البيئية، كما سلطت الدراسة الضوء على

الثقافة البيئية التي تكون من خلال التحسيس ونشر الوعي البيئي الذي يعد من أهم العناصر

لجعل الإنسان يساهم في حماية البيئة بإعتبارها قضية مجتمعية تقع مسؤوليتها على الجميع،

إضافة لهذا تمكننا الدراسة من معرفة الجمهور البيئي ومنه تحديد الشريحة الإجتماعية الأكثر إهتماما بالبيئة، كما تهدف الدراسة إلى تحقيق عدة أهداف أهمها:

- تهدف الدراسة إلى تقييم وتحليل دور وفعالية وسائل الإعلام لاسيما منها إذاعة البهجة في إبلاغ رسالتها الإعلامية إلى المجتمع المحلي لتحسيسه وتنمية وعيه البيئي، كما تسعى للتعرف على وعي الأفراد المجتمع بمختلف شرائحه بالمشكلات البيئية، والكشف عن بعد الوعي البيئي المتضمن في الرسالة الإعلامية الإذاعية لما لها من أثر كبير في التنمية بمختلف مجالاتها خصوصا البيئية منها.

- معرفة مدى إهتمام ومدى معالجة إذاعة البهجة قضايا البيئة ومشكلاتها، مع محاولة معرفة مدى مساهمتها في التحسيس ونشر الوعي البيئي لأفراد المجتمع الجزائري لاسيما بعدما أصبحت الإذاعة الجهوية تسير جنبا إلى جنب مع الإذاعة الوطنية وعرفت إنتشارا واسعا في أوساط المجتمع المحلي.

من أجل الإجابة على إشكالية الدراسة والتحليل الشامل لمختلف محاور البحث والإمام بمختلف جوانب الموضوع، وتماشيا مع أهداف وأهمية الدراسة تم معالجة وسائل الإعلام وتأثيراتها وأيضا إذاعة البهجة ودورها في التحسيس ونشر الوعي البيئي بتوظيف المنهج الوصفي التحليلي ذلك لوصف الظاهرة ووسائل الإعلام والإعلام المحلي والوعي البيئي وجمع معلومات دقيقة عنها والتقرب من واقعها خاصة كون هذا المنهج يساعد في تحليل العلاقات الوظيفية بين هذه العناصر ويساعد على إدراك الدور الذي تؤديه، كما تم توظيف المنهج الإحصائي الرياضي لتحليل البيانات والمعلومات النظرية والميدانية التي تم التوصل إليها كما وكيفا إضافة إلى تناول عناصر مهمة نجدها في كل دراسة علمية وهي الإجراءات المنهجية.

إن الإعلام كافة أوجه الأنشطة الإتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار والمعلومات عن الموضوعات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية وبدون تحريف بما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي لدى فئات جمهور المتلقين للمادة الإعلامية.

1. وسائل الإعلام وتأثيراتها

1.1 ماهية الإعلام ووسائل الإعلام:

إن الإعلام عملية نشر المعلومات والأخبار والأفكار والآراء بين الناس، على وجه يعبر عن ميولهم واتجاهاتهم قصد التأثير فيهم، ويهدف إلى تزويد الناس بحقائق ثابتة التي تساعد على تكوين رأي عام حقيقي يعبر عن مواقفهم تعبيراً موضوعياً. (عاطف عدلي العبد عبيد، 1997، ص 16-17).

والإعلام خلافاً للإتصال مرتبط أشد الإرتباط بالوسائل الحديثة، وإن كان يتفق مع الإتصال في الشرطين الأساسيين لوقوع العملية (الصيغة ونقل الخبر)، فإنه يختلف معه في شيوع الخبر إذ هو ليس شرط في وقوع عملية الإتصال زيادة على أن عملية الإتصال لها مدلول إجتماعي في حين الإعلام يقتصر على مفهوم إعلامي محض. (محمد منير حجاب، 2008، ص 349)

2.1 وسائل الإعلام و أنواعها:

وسائل الإعلام هي كل الأدوات الإعلامية المقروءة كالصحف والمجلات، والمسموعة كالمذياع، المرئية كالتلفزيون التي تنتقل للأفراد الخبر والحدث، وبدخول العالم مرحلة الأنترنت أصبحت مواقع الأنترنت والبريد الإلكتروني يلعبان دوراً متزايداً في تسهيل تدفق المعلومة بسرعة مذهلة وتكلفة اقتصادية بسيطة. (عبد الرزاق محمد الدليمي، 2012، ص 50)

3.1 وظائف وسائل الإعلام: لها وظائف عديدة نذكر منها:

- الإخبار، التفسير والتوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات.
- زيادة التنقيف والتوعية والمعلومات، التربية والتعليم.
- الإتصال الإجتماعي، التسلية والترفيه، الإعلان والدعاية. (فاروق أبو زيد، 1986، ص 58)

كما لوسائل الإعلام أهداف كثيرة ومتعددة نذكر منها:

- هدف إعلامي: عن طريق نقل المعلومات.
- هدف إقناعي: من خلال محاولة إقناع الآخرين بالأفكار والآراء التي لدينا.
- هدف استفساري: من خلال السؤال عن قضية معينة.
- هدف انساني: بهدف خلق التفاهم المشترك والتعاون والعلاقات الجيدة. (ربحي مصطفى عليان، 2003، ص 14)

4.1 الإعلام المحلي: هو إعلام محدود النطاق، يختص باهتمام بمنطقة معينة تمثل مجتمعا محليا ويمثل إنعكاسا واقعيا لثقافة ذلك المجتمع المحلي، مستهدفا خدمة إحتياجات سكانه ومحققا لتفاعلهم ومشاركتهم، (طارق سيد أحمد، 2004، ص 71) وحسب دراستنا المحلي هو ذلك

المجتمع صغير العدد نسبيا يقيم في أرض محدودة تربطها وحدة إجتماعية كما يشتركون معا في الأنشطة أيا كان نوعها ويتقاسمون الأدوار وظيفيا في إطار خاصية الشعور بالإنتماء .

ووسائل الإعلام المحلية، هي تلك الوسائل الإعلامية التي صممت كي تشجع مشاركة القطاعات الرئيسية المتداخلة داخل المجتمع المحلي، ويمكن وصف وسيلة إعلامية بأنها محلية بالرجوع إلى جانبين: أولهما يتعلق بالمدى أو النطاق الذي تخدمه، فهي تتميز بمحدودية النطاق فالإذاعة المحلية لها قوة بث محدودة لتغطية جمهورها المستهدف.

والآخر يتعلق بالوظيفة والدور الذي تقوم به، فالوسيلة المحلية محور تركيزها المحلي وتقوم على خدمة الإهتمامات المحلية وتعبر عن خصوصية المشكلات المحلية. (منى سعيد الحديدي وسلوى إمام علي، 2006، ص160)

5.1 الإذاعة المحلية: والإذاعة هي الوسيلة التي تعني بها دراستنا، التي أصبحت تعرف إنتشارا واسعا في معظم بقاع العالم فهي تخاطب كل الشرائح الإجتماعية، فضلا على أنها تصاحب الفرد ساعات طويلة من الزمن له بالمشاركة الفعلية في الأحداث الإذاعية هذا ما أتاح لها القدرة على الإقناع والتأثير فهي تضيف معلومات جديدة وتوضح الرؤى بالرد على إستفسارات المستمعين.

فالإذاعة الآن من الوسائل الفعالة في توصيل الرسائل إلى الجماهير العريضة، فهي تستطيع أن تترجم الحدث بشكل فوري نظرا لبساطتها. (محمد صاحب سلطان، 2011، ص31)

ومن هذا فالإذاعة المحلية جهاز إعلامي يخدم مجتمعا محليا تبت برامجها مخاطبا مجتمعا خاصا محدود العدد، يعيش فوق أرض محدودة المساحة، تخاطب مجتمعا متناسقا من الناحية الإقتصادية والثقافية والإجتماعية حيث يشكل هذا المجتمع بيئة متجانسة وتتفاعل معه ويتفاعل معها. (كرم شلبي، 1989، ص344)

6.1 خصائص الإذاعة المحلية: تستمد الإذاعة المحلية خصائصها من خصائص الإذاعة عموما كوسيلة إتصال جماهيرية التي نذكر منها:

الفورية في إذاعة الأخبار والأحداث، إضافة للتغطية الجغرافية الواسعة للإرسال الإذاعي مع تخطي حاجز الأمية والفقر لأنه لا يحتاج إلى معرفة القراءة والكتابة للتعرض للمحتوى الإعلامي، كما تساهم الإذاعة في رسم الإطار النفسي للمستمعين وتعتبر من أسهل الأجهزة الإعلامية إستخداما، (ماجي الحلواني، 1982، ص09) والإذاعة المحلية تزيد بخصائص أخرى

من حيث القرب كالقرب الجغرافي فكلما كان الموضوع يتعلق بأخبار إطارها الجغرافي قريب من المستمع كلما كانت تشده أكثر، والقرب الزمني كلما كان نشر الموضوع قريبا من موعد وقوعه استقطب عددا أكبر من المستمعين، أما من حيث القرب الثقافي أو الاجتماعي فالمستمع يبحث عن الأخبار التي تهم الأشخاص الذين ينتمون الي بيئته لأنها تعكس وضعه إضافة إلى القرب في الحياة اليومية تتناول الإذاعة المسائل التي تهم الحياة اليومية للمستمع كالأجور والسكن والنقل كما هناك القرب الإعلامي والقرب العاطفي. (طه عبد العاطي نجم، 2009، ص 21)

7.1 دور الإذاعة المحلية: أهم الأدوار التي تقوم بها الإذاعة المحلية في المجتمع أنها أداة أساسية في عملية التنمية المحلية وفتح مجالات المشاركة، كما أنها تعد من أهم الوسائل للدفاع عن الخصوصيات الثقافية المحلية وحمايتها من طوفان العولمة ويساهم في حماية الحقوق الثقافية للأقليات المنتشرة في مختلف أنحاء العالم مع حماية اللغات واللهجات المحلية المهددة بالإنقراض كما تعتبر أداة لتكريس المشاركة الديمقراطية المحلية وخلق فضاءات التواصل والتضامن المحلي. (فضيل دليو، 2010، ص 250)

2. إذاعة البهجة و دورها في التحسيس و نشر الوعي البيئي

1.2 الإعلام البيئي:

هو توظيف وسائل الإعلام من قبل أشخاص مؤهلين بيئيا وإعلاميا للتوعية بقضايا البيئة وخلق رأي عام متفاعل ايجابيا مع تلك القضايا. (سناء مجمد الجبور، 2011، ص 12)

ظهر مصطلح الإعلام البيئي وأخذ يتطور في المفهوم والإستخدام منذ سبعينات القرن الماضي، فبعدما كان نقلاً للخبر البيئي والإثارة الصحفية لمزيد من المبيعات، أصبح له سياسات وخطط ووظائف لتحقيق أهداف مختلفة، إذ أصبح الإعلام البيئي أداة تعمل على توضيح المفاهيم البيئية من خلال إحاطة الجمهور المتلقي والمستهدف للرسالة والمادة الإعلامية البيئية بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية (الصحيحة) بما يسهم في تأصيل التنمية البيئية المستدامة، وتنوير المستهدفين لتكوين رأي صائب في الموضوعات والمشكلات البيئية المثارة والمطروحة في حال عدم تسييسها وتوجيهها لخدمة أغراض أخرى. (جمال الدين السيد علي صالح، 2003، ص

(93)

ويهدف الإعلام البيئي وفقا لما حدده مؤتمر تبليسي الإتحاد السوفيتي سابقا عام 1977 إلى:

تحقيق المعرفة (أو البعد الإدراكي) وهو معاونة الأفراد والجماعات على إكتساب خبرات لتفهم أساس البيئة ومشكلاتها، مع تكوين المواقف والقيم (البعد المهاري) أي معاونة الأفراد للاهتمام بالبيئة لتحفيزهم للمشاركة الإيجابية.

المشاركة (البعد الانفعالي) وهي إتاحة الفرص للأفراد للمشاركة بشكل إيجابي على كافة المستويات، (نصر الدين فضل الله، 1995، ص54) ويمكن تحقيق هذه الأهداف من خلال: ورغم تعدد الأهداف التي يصبو إلى تحقيقها الإعلام البيئي، والمحددة من قبل الباحثين والعلماء غير أنها متفقة على أن الهدف الأساسي للإعلام البيئي هو تشكيل الوعي البيئي بصورة إيجابية مما يؤدي إلى دفع الأفراد إلى تغيير العادات والسلوكيات المضرة بالبيئة والتي كانوا يقومون بها سواء عن قصد أو عن غير قصد، والمشاركة الفعالة في التصدي لمشكلات البيئة والبحث عن أنجع الحلول لها. (راتب السعود، 2010، ص215)

2.2 أساليب التحسيس والتوعية البيئية: إن قيام وسائل الإعلام بالتحسيس والتوعية البيئية ليس بالأمر السهل، كما أنها لا يمكن أن تعمل وحدها على توعية مختلف الناس بيئيا بنجاح تام، بل لابد من تعاون مختلف المؤسسات المجتمعية الأخرى حتى تكون التوعية شاملة لكافة فئات المجتمع، ولتحقيق التوعية البيئية من خلال وسائل الإعلام، يجب مراعاة ما يلي:

- ضرورة توجيه الإعلاميين للاهتمام بشؤون البيئة، عن طريق عقد دورات تدريبية لهم، مع إعداد برامج علمية تحث على حماية البيئة والمحافظة عليها، وتخطب فئات المجتمع المختلفة وخاصة لبنة المجتمع (الأطفال، المرأة...)، مع إحياء المناسبات البيئية والتي يمكن الإستفادة منها.

- التأكيد على دور البرامج الدينية في هذا المجال نظرا للعلاقة الوثيقة بين أخلاقيات البيئة وتعاليم الإسلام.

- إعداد نشرات إعلامية عن الأحداث البيئية وأفلام وثائقية التي تتناول بعض المشاكل البيئية ومصادرها وطرق التصدي لها، مع إقامة ندوات ومحاضرات تحفز الجمهور.

و حسب ما صرح به مدير إذاعة البهجة، يتبين أن القيام بعملية التحسيس والتوعية البيئية تتطلب من وسائل الإعلام المختلفة القيام بمجهودات كبيرة من خلال إعطاء القضايا والمواضيع البيئية الأهمية اللازمة، والتعامل معها كبقية المواضيع السياسية أو الإجتماعية أو

الإقتصادية أو الرياضية وغيرها من المواضيع التي تحظى بمعالجة إعلامية واسعة ومعقدة في مختلف وسائل الإعلام، حتى تتمكن من الإرتقاء بالوعي البيئي لدى أفراد المجتمع. (مقابلة مع السيد شطران محمد، مدير إذاعة البهجة، يوم 19 ماي 2015، على الساعة 11:00)

3.2 الأساليب الإذاعية لإذاعة البهجة للتحسيس ونشر الوعي البيئي:

إن دور إذاعة البهجة في حماية البيئة يتجلى من خلال البرامج الإعلامية البيئية، وبالتالي يمكن القول أن أهم الأساليب الإذاعية التي تتبعها إذاعة البهجة لنشر الوعي البيئي، منها:

- التطرق إلى الأخبار البيئية في أي موجز إخباري عادي، والحرص التي تقدم للمستمعين في شكل حوار ومناقشات مع المختصين والقائمين على شؤون البيئة وبمشاركة المواطنين فالنوادي الإذاعية لها ميزة خاصة من شأنها تقوية وزيادة الوعي بالمشكلات وهذا تحت شعار إستمع ناقش و انتقد.

- كما يتم إستعمال الأغاني والحرص والتمثيلات الراديوفونية فهي فعالة في التوعية البيئية، فالفرد بطريقة غير مباشرة يتعلم ويتوعى بكل مرونة فهو يتلقى الرسالة بدون أن نرغمه على تغيير رأيه، إضافة إلى الإعلانات الغرض منها التأثير في سلوكيات المستمعين إيجابيا وحثهم على المشاركة في رفع الوعي البيئي.

كما تتم عملية نشر الوضع البيئي الفعلي عن طريق تكرار العملية حتى تترسخ الرسالة البيئية في أذهان المستمعين شرط أن تكون الرسالة بسيطة وواضحة لجميع فئات المجتمع، كون أن الإذاعة أكثر الوسائل نجاعة في معالجة المواضيع البيئية، خاصة على المستويات المحلية. (مقابلة مع السيد حسان دميل، صحفي بإذاعة البهجة، يوم 19 ماي 2015، على الساعة 09:30 دقيقة)

4.2 البرامج الإذاعية البيئية بإذاعة البهجة: إن عملية إعداد البرامج البيئية هي نتيجة جهود متكاملة ومتناسقة فيما بينها، تبدأ بعمل المنتج ومقدم البرنامج ورجل البيئة وحتى الهيئات والجهات الرسمية منها والغير الرسمية المعنية بالبيئة، فهذه العملية عبارة عن حلقات مترابطة يؤدي غياب إحداها إلى عدم وصول الرسالة البيئية كما هو مسطر لها، وأضاف أن موضوع البيئة موضوع الكل ليس موضوع الإذاعة أو التلفزيون أو الصحفي أو المواطن، وللمحافظة عليها يجب أن تتضافر كل الجهود بإتحاد الجهات المعنية والغير المعنية في إطار تحقيق تنمية مستدامة للأجيال القادمة. (مقابلة مع السيد حسان دميل، صحفي بإذاعة البهجة)

5.2 إذاعة البهجة وعملية نشر الوعي البيئي:

يجب إدراك الدور الحاسم لوجهة النظر المحلية في إثارة إهتمام الجمهور المحلي لبعض المسائل كالمسائل الإجتماعية، فلإعلام المحلي أهمية بالغة لدى الجماهير العريضة لذا فإنه من الممكن أن يكون لقضايا البيئة المحلية صدى واسع لدى الجماهير، ففي العشرية الأولى من القرن الواحد والعشرين ظهر إتجاها حديثا أخذ ينمو في البلدان النامية في معالجة قضايا البيئة المحلية، كالتفاريات الحضرية وأثر المنشآت الصناعية على صحة الإنسان وتزايد الضوضاء، وغيرها ... و حسب تصريحات رئيسة دائرة الإنتاج بإذاعة البهجة أن هذه الأخيرة بدأت تطرح مثل هذه القضايا لأن الرأي العام في هذا المجال بدأ ينمو ولأن قضايا البيئة المحلية أكثر جذبا وأهمية لدى المواطن، وإذاعة البهجة عامة هدفها الأساسي هو ترسيخ ثقافة حماية البيئة خاصة لدى الأجيال الصاعدة هذا بالإشتراك مع الجهات المختلفة، فبعض مشكلات التنمية تنتج من هبوط مستوى الوعي البيئي، وتحتاج في علاجها إلى قدر ملائم من الوعي الجماهيري بطبيعة المشكلات وبأسلوب مواجهتها، وإذاعة البهجة قامت بدورها في هذا الصدد معتمدة على برامجها بالدرجة الأولى. (مقابلة مع السيدة حبيبة حدهم، رئيسة دائرة الإنتاج بإذاعة البهجة، يوم 19 ماي 2015، على الساعة 10:30 دقيقة)

فإذاعة البهجة تتميز بمقدرة تستطيع من خلالها أن تلح بطريقة غير منفرة لتضيف معلومات جديدة، بتقليب الموضوع على أوجهه المختلفة من خلال إشراكه في نشاطات ميدانية على المباشر بحكم أن الإذاعة ترافق الفرد ساعات طويلة من دون أن تكلفه لا الجهد ولا المال الكثير كحملات التنظيف مثلا، ومن أهم أوجه التوعية التي تضطلع بها إذاعة البهجة في قضايا البيئة، تحفيز المواطنين إلى ضرورة الإشتراك في القضايا التي تهم بيئته المحلية والمساهمة بإبداء الرأي كونها أقرب الى المجتمع المحلي. (المخطط الإعلامي للإذاعة الجزائرية، 2013، ص 2 3)

3. الجانب التطبيقي:

1.3 المنهج المعتمد في الدراسة

تندرج الدراسة ضمن البحوث المسحية التي تهدف إلى تحقيق مقارنة بين الجوانب النظرية والتطبيقية للموضوع، والتعرف على الظاهرة بإعطاء تفسيرات وتحليلات ذلك بناء على ما جاء في إشكالية الدراسة والتساؤلات والمعطيات المتحصل عليها من الواقع، وبذلك الدراسة تندرج

ضمن طائفة الدراسات الوصفية ذات المنحنى التحليلي التفسيري، والمنهج الأكثر ملائمة في الإجابة هو المنهج المسحي الذي يقوم على جمع الحقائق حول الظاهرة موضوع الدراسة وكذا تحليلها، فهو يلائم طبيعة الدراسة والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها أي التعرف على مدى وعي أفراد العينة بقضايا بيئتهم ودور إذاعة البهجة في إنماء الوعي البيئي لديهم. كما إتمدت الدراسة على المنهج الإحصائي الرياضي، الذي يقود إلى إمكانية تصنيف النتائج المتحصل عليها وتبويبها حتى نستطيع تحليلها كما وكيفا، لتعطينا في النهاية دلالات إجتماعية نفسر بها إتجاهات وأراء المبحوثين.

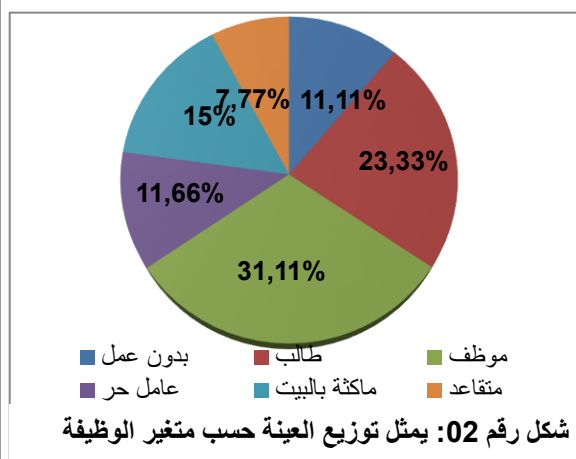
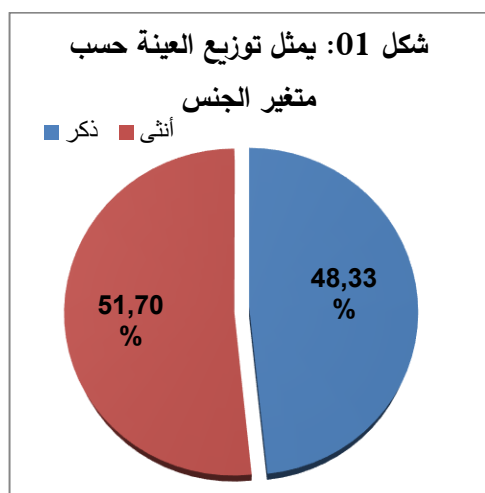
2.3 مجتمع وعينة الدراسة:

بما أن الإختيار وقع على إذاعة البهجة المحلية، ومجتمع الدراسة يتمثل في كل جمهور مستمعي إذاعة البهجة، ففي الدراسة تواجهت الباحثة مباشرة وعن قصد إلى الأفراد الذين يستمعون لبرامج إذاعة البهجة بمعنى عينة قصدية، إعتقادا منا أن مفردات هذه العينة تفيدنا في الحصول على البيانات والحقائق المتعلقة بالإعلام الجهوي وتحقيقه للوعي والتنمية البيئية من خلال إذاعة البهجة وهذا يتطلب أن تجري الدراسة على جمهور يقبل فعلا على متابعة تلك الوسيلة، حيث إعتقدنا أن الطلبة الجامعيين، المقيمين في الأحياء الجامعية ومستعملي المركبات وأصحاب المحلات والمتقاعدون وسائقي سيارات الأجرة والعمال الأحرار والموظفون و حتى البطالون والنساء الماكثات في البيت، هم أكثر الفئات الاجتماعية تعرضا للبرامج الإذاعية وذلك لأن طبيعة عملهم أو مكان إقامتهم لا يتعارض وإستماعهم للإذاعة، بمعنى أن التعرض للبرامج الإذاعية لا يؤخرهم عن أداء أعمالهم اليومية ومن هنا لجأنا إلى إنتقاء مفردات العينة بطريقة حرصنا فيها أن تضم فئة (الطلبة، موظفون، عامل حر، بطل، متقاعد، ماكثات في البيت) وتوجهنا إلى أماكن تواجدهم.

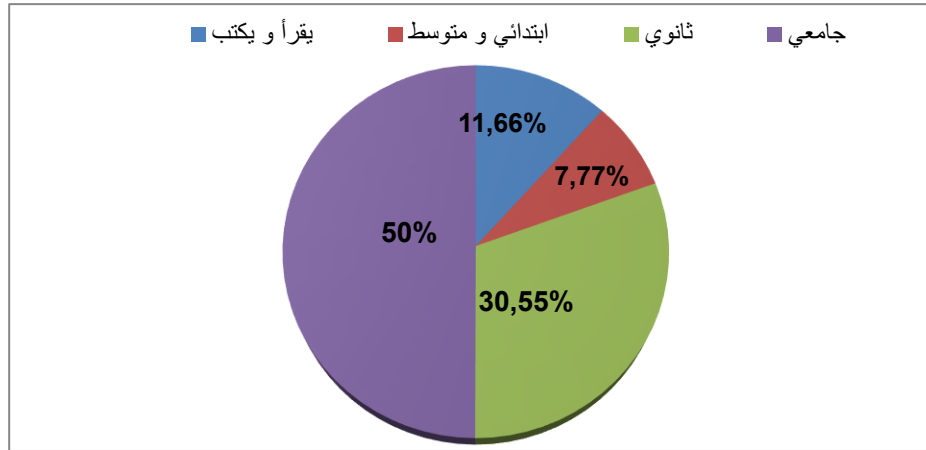
جدول رقم (01): يبين تمثيل العينة حسب متغير البيانات الشخصية في الدراسة

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة %	المجموع	
				النسبة	التكرار
الجنس	ذكر	87	48,33	%100	180
	أنثى	93	51,70		
المستوى التعليمي	يقرأ و يكتب	21	11,66	%100	180
	إبتدائي متوسط	14	7,77		
	ثانوي	55	30,55		
	جامعي	90	50		
الوظيفة	بدون عمل	20	11,11	%100	180
	طالب	42	23,33		
	موظف	56	31,11		
	عامل حر	21	11,66		
	ماكثة بالبيت	27	15		
	متقاعد	14	7,77		

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على spss 22 بعد إعادة التنظيم



شكل رقم 03: يمثل توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي



من خلال نتائج الجدول الذي يبين توزيع أفراد مجتمع البحث والبالغ عددهم 180 فردا ما يعادل نسبة 51,70% من المبحوثين من فئة الإناث والمقدر عددهم بـ 93 فردا أما الباقي 87 فردا من فئة الذكور مثلوا نسبة 48,33%، كما تناول الجدول متغير المستوى التعليمي وكانت أكبر نسبة 50% من نصيب 90 فردا من عينة ذوي المستوى التعليمي الجامعي لتليها فئة مستوى الثانوي بنسبة 30,55% أما 21 فردا لهم مستوى تعليمي يقرأ ويكتب بنسبة 21,66% وأخيرا ذوي المستوى الإبتدائي والمتوسط الذين شكلوا نسبة 7,77%، وهذا يدل أن الأفراد ذووا المستوى الجامعي هم أكثر الفئات استماعا لبرامج إذاعة البهجة كما يدل على أن الإعلام الجهوي من خلال هذه الإذاعة يقدم مضامين للأفراد على إختلاف مستوياتهم التعليمية مما يفند الفكرة التي كانت سائدة أن الإذاعة تخاطب فئة الأميين أو ذوي المستويات التعليمية المنخفضة أكثر من الفئات الأخرى فالمستوى التعليمي للجمهور يؤثر على خصائص الفرد المحددة لإتجاهاته وتفسيره لمختلف الرسائل الإتصالية، أما متغير الوظيفة فقد بين الجدول أعلاه أن المرتبة الأولى للموظفين الحكوميين بنسبة 31,11% ما يعادل 56 فردا وكانت المرتبة الثانية لفئة الطلبة الجامعيين بنسبة 23,33% لتليها فئة النساء الماكثات بالبيت بنسبة 15% ما يعادل 27 امرأة أما المرتبة الرابعة فكانت لأصحاب المهن الحرة بنسبة 11,66% أما فئة بدون عمل فقد مثلوا 11,11% و أخيرا كانت فئة المتقاعدين بنسبة 7,77% و نلاحظ تقارب نسبة الإستماع بين فئة النساء الماكثات بالبيت و فئة الطلبة و أصحاب المهن الحرة و حتى فئة بدون عمل وهذا يعود إلى أن استخدام الراديو لا يعرقل أفراد هذه الفئات في أداء عملهم مما يسهل عليهم الحصول على المعلومة مقارنة بالأجهزة الإعلامية الأخرى.

3.3 أدوات الدراسة: بما أن دراستنا ميدانية بالدرجة الأولى، فاعتمدنا على أدوات معينة تستخدم في هذا النوع من الدراسات كالملاحظة والمقابلة والاستمارة.

أ. الملاحظة: إعتدنا في هذه الدراسة على الملاحظة بغير مشاركة، بملاحظة الظواهر التي تقيدنا في دراستنا الميدانية بمتابعتنا لموضوع الدراسة عن بعد داخل وسط مجتمع البحث، ومنه تحليل وتفسير ملاحظتنا بربط الجوانب الفاعلة مع بعضها البعض خصوصا مع المقاربة النظرية.

ب. المقابلة: وقد تم استخدام في دراستنا هذه المقابلة المقننة التي إستهدفت القائمين على إذاعة البهجة الجهوية، من مدير الإذاعة وصحفيين ورؤساء دوائر الإنتاج.

ج. الإستمارة: حاولنا قدر المستطاع أن تكون أسئلة الإستبيان واضحة ومعبرة عن إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، لتحقيق قدرا من التوازن في تغطية كل التساؤلات، حيث مرت عند صياغتها بمراحل أهمها بناء محاورها إستنادا إلى الأسئلة المتفرعة عن الإشكالية، كما أنها ذات علاقة بالفصول النظرية مع الحرص أن تكون في متناول جميع أفراد العينة المدروسة، حتى يتسنى لهم الإجابة بشكل منفرد بعيدا عن الغموض وتجعل المبحوث يتجاوب بشكل أوتوماتيكي دون إنقطاع في الأفكار، أما بالنسبة لبناء الإستبيان إعتدنا بصفة مركزة على الأسئلة المغلقة التي لا تتطلب إلا التأشير فقط، كما تتضمن إختيار واحد أو أكثر من جملة إختيارات تجنبنا لصعوبة التعبير عن بعض الأسئلة المفتوحة، كما تضمن الإستبيان الأسئلة النصف مغلقة تتيح مجموعة إختيارات مع ترك المجال مفتوح لإضافة إجابات أخرى يراها المبحوث أنسب في إجابته، وتضمن الإستبيان ثلاث محاور رئيسية وهي: - محور يشمل البيانات الشخصية للمبحوثين.

- محور يشمل أنماط ودوافع الإستماع لإذاعة البهجة.

- محور يشمل مدى إهتمام جمهورها المستمعين بالمواضيع البيئية.

- محور يشمل مدى مساهمة إذاعة البهجة في التحسيس ونشر الوعي البيئي.

وتم تسليم الإستمارات يدا بيد كون عينة الدراسة هم جمهور إذاعة البهجة، وقد بدا واضحا أن أفراد عينة ذوا مستويات تعليمية و ثقافية متباينة، فمنهم من لم يفهم أصلا معنى إستمارة بحث علمي، ومنهم من تخوف وتردد في الإجابة على أسئلتها لذا ركزنا على العامل النفسي في التعامل معهم وحاولنا إعطاءهم إحساسا بالراحة والإطمئنان أثناء الحديث معهم، مما جعلهم يجيبون تقريبا على كل أسئلة الإستبيان ومنه تم إسترجاعه فوريا بهذه الطريقة.

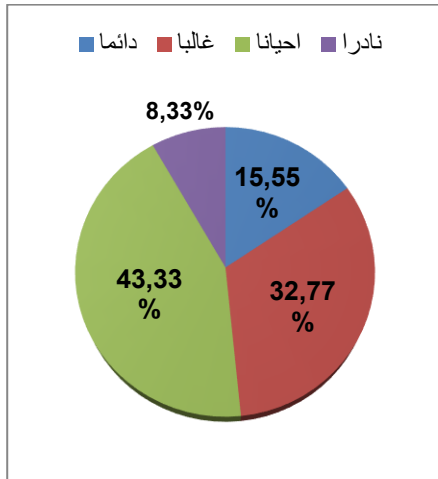
4.3 أسلوب التحليل: بعد عرض المعطيات تم التركيز على طريقتين في التحليل، تجسدتا في التحليل الكمي والتحليل الكيفي، فالتحليل الكمي يسمح لنا ويفيدنا في تبويب البيانات وتحديد

الإحصاءات وكذا النسب المئوية، أما التحليل الكيفي فيرتبط دوماً بإشكالية البحث والمتغيرات الواقعة في الدراسة، كما يرتبط التحليل الكيفي بالتحليل السوسولوجي لكل مؤشر من مؤشرات متغيرات الدراسة، حيث يمكننا من تحليل البيانات وتفسيرها وربطها بالإطار النظري قصد الإجابة العلمية عن التساؤلات وفرضيات الدراسة في الأخير، ومنه تم اختيار بعض الجداول التي تخدم الدراسة والتي سنحللها كما وكيفا حتى نتوصل إلى نتائج صدق وثبات الإستبيان:

• نتائج محور أنماط ودوافع الإستماع لإذاعة البهجة:

جدول رقم (02): يبين مدى إستماع أفراد العينة لبرامج إذاعة البهجة

شكل رقم 04: يبين مدى الإستماع لإذاعة البهجة

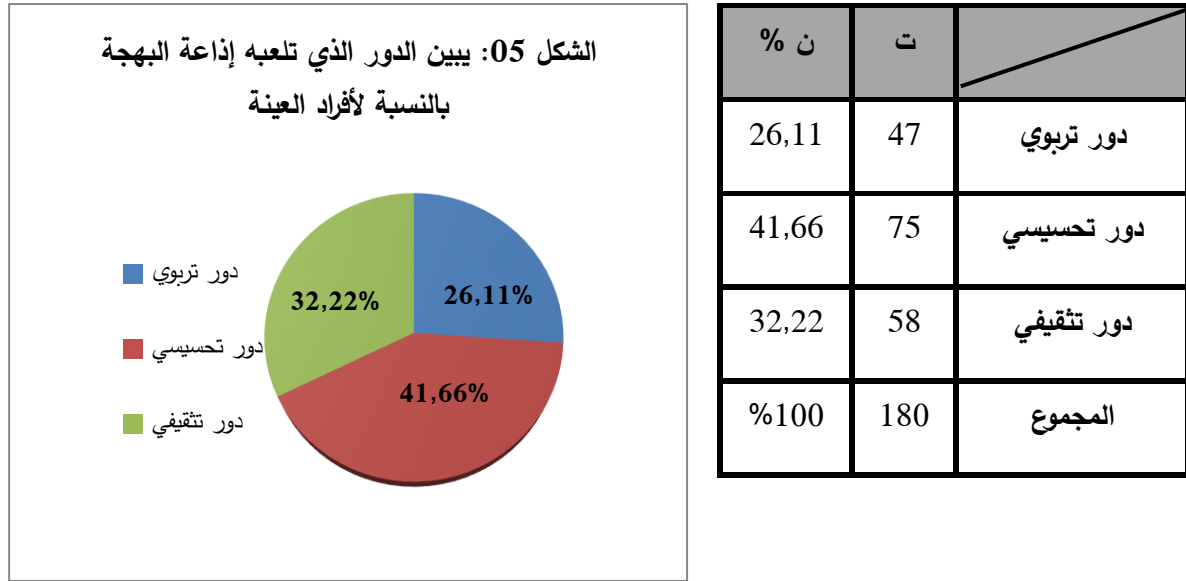


النسبة %	ت	
15,55	28	دائما
32,77	59	غالبا
43,33	78	أحيانا
8,33	15	نادرا
% 100	180	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على SPSS 22 بعد إعادة التنظيم

يتضح لنا من خلال البيانات في الجدول أعلاه أن معظم أفراد العينة يستمعون لبرامج إذاعة البهجة لكن يختلفون في درجة المواظبة على متابعة هذه البرامج، حيث نرى أن نسبة 43,33% ويمثلون 78 فردا يستمعون أحيانا للإذاعة، أي بصفة غير منتظمة في حين بلغت نسبة الأفراد الذين يستمعون إليها غالبا 32,77% أما الذين يستمعون إليها بصفة دائمة ومنتظمة قدرت نسبتهم بـ 15,55%، ويعود ارتفاع نسبة المستمعين أحيانا إلى تعدد الوسائل وتنوعها حيث أن الفرد لا يستطيع أن يقضي معظم وقته في متابعة وسيلة إعلامية واحدة، أما بالنسبة للذين يتعرضون بصفة دائمة للإذاعة فهم أولئك الذين وجدوا فيها وسيلة سهلة تتناسب مع أوقاتهم وانشغالاتهم ويمكن أن نفسر هذا بالمكانة التي تحتلها الإذاعة الجهوية عند المتلقي كونها تنقل إهتماماته مما يجعلها قريبة منه.

جدول رقم (03): يبين الدور الذي تؤديه إذاعة البهجة بالنسبة لأفراد العينة



المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على SPSS 22 بعد إعادة التنظيم

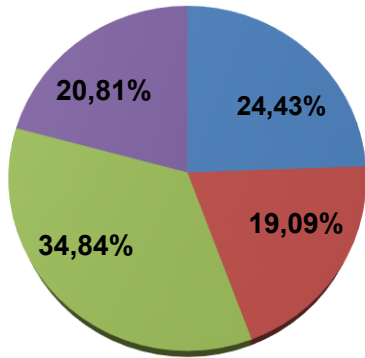
يتضح من الجدول الدور الذي تلعبه إذاعة البهجة بالنسبة لأفراد العينة هو دور تحسيسي وهذا ما جاءت به أعلى نسبة التي قدرت بـ 41,66% أي ما يعادل 75 فردا من أفراد العينة، حيث تقوم الإذاعة بحملات تحسيسية لتوعية الأفراد من جهة وتقريب الفرد من الواقع المعيشي من جهة أخرى هذا من خلال تمرير رسائل ودروس حول السلوكيات الخاطئة ومحاولة إيقاظ العقول النائمة حول موضوع معين، وهناك من يرى أن للإذاعة دور تثقيفي بنسبة 32,22% من خلال البرامج الترفيهية (كالألعاب والفترات الموسيقية) والتثقيفية (كمواضيع الصحة والأسرة والبيئة...) ليأتي في المرتبة الثالثة الدور التربوي بنسبة 26,11% فهي تعمل على تربية الأفراد على إختلاف أعمارهم ومستوياتهم التعليمية من خلال تقديم حصص تربوية تحمل في طياته رسائل هادفة لتنوير العقول.

- نتائج محور مدى إهتمام جمهور إذاعة البهجة بالمواضيع البيئية:

جدول رقم (04): يبين المواضيع البيئية التي يستهويها أفراد العينة من خلال إذاعة البهجة

الشكل 06: يبين المواضيع البيئية التي يستهويها أفراد العينة من خلال إذاعة البهجة

مواضيع أخرى ■ موضوع النفايات ■ موضوع الماء ■ موضوع التلوث



موضوع	ت	ن %
موضوع التلوث	54	24,43
موضوع الماء	44	19,90
موضوع النفايات	77	34,84
مواضيع أخرى	46	20,81
المجموع	221	%100

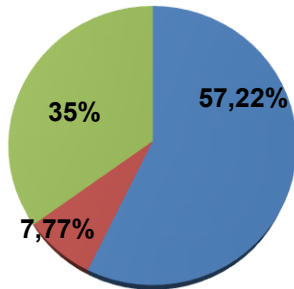
المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على spss 22 بعد إعادة التنظيم

يوضح لنا الجدول أعلاه، المواضيع البيئية التي يستهويها أفراد العينة من خلال برامج إذاعة البهجة، نجد موضوع النفايات حسب ما أشارت إليه أعلى نسبة والمقدرة بـ 34,84% لنجد بعدها ثاني أعلى نسبة وهي 24,43% ومثلت موضوع التلوث، وتشير هذه النسب إلى وعي الأفراد بأهم وأخطر المشاكل التي تعاني منها البيئة، فموضوع التلوث والنفايات مشكلة بيئية يعرفها العام والخاص، أما المركز الثالث نجد مواضيع أخرى وسجلت نسبة 20,81% وهذه المواضيع قد تشمل مشكلة التصحر ومشكلة التغيرات المناخية، ثقب الأوزون، الإحتباس الحراري... وأخيرا نجد موضوع الماء حيث قدرت نسبته بـ 19,90%، ويمكن القول أن هذه المواضيع البيئية هي مشاكل تعاني البيئة في السنوات الأخيرة، وحسب ما أشارت إليه النسب المتحصل عليها يوحي بوجود نوع من الوعي البيئي لدى المبحوثين.

جدول رقم (05): يبين مدى أهمية المواضيع البيئية التي تناقشها إذاعة البهجة بالنسبة لأفراد العينة

شكل 07: يبين مدى أهمية المواضيع البيئية التي تناقشها إذاعة البهجة بالنسبة لأفراد العينة

نعم ■ لا ■ نوعا ما



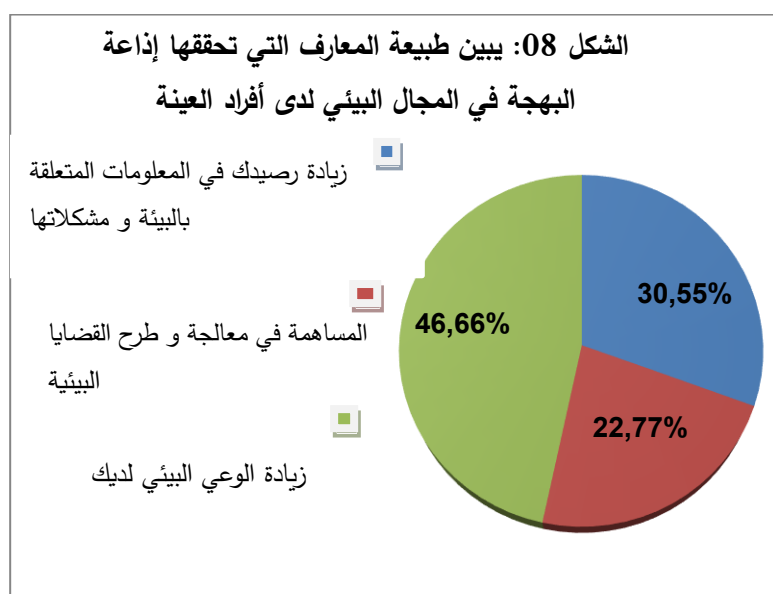
إجابة	ت	ن %
نعم	103	57,22
لا	14	7,77
نوعا ما	63	35
المجموع	180	%100

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على spss 22 بعد إعادة التنظيم

ط.د.د خليفاي حنان
أ.د. أحمد شوتري

يتضح من خلال الجدول أن معظم أفراد العينة يرون أن البرامج البيئية التي تناقشها إذاعة البهجة تستدعي فعلا الإهتمام، لكنهم يختلفون في درجة تقدير هذا الإهتمام، إذ نجد أن 57,22% من أفراد العينة وهي أغلب نسبة يقرون بأهمية كل البرامج البيئية المطروحة دون استثناء، كما أن نسبة 35% منهم يعتقدون أن البرامج البيئية مهمة نوعا ما وفي الأخير 7,77% منهم يرون أن البرامج لا تستدعي الإهتمام، وهذا يدل على أن ما تنتجه إذاعة البهجة من برامج بيئية هي برامج مهمة كما أنها تعطي قيمة لكل كل ما هو بيئي إنطلاقا من قيمة الرسالة البيئية في حد ذاتها.

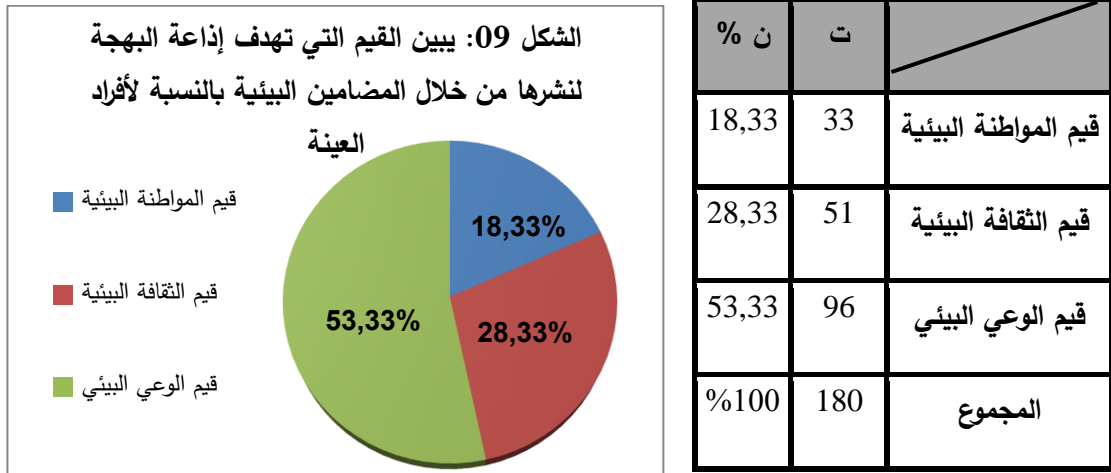
جدول رقم (06): يبين طبيعة المعارف التي تحققها إذاعة البهجة في المجال البيئي لدى أفراد العينة



ن	ت	%
55	زيادة رصيدك في المعلومات المتعلقة بالبيئة ومشكلاتها	30,55
41	المساهمة في معالجة و طرح القضايا البيئية	22,77
84	زيادة الوعي البيئي لديك	46,66
180	المجموع	%100

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على SPSS 22 بعد إعادة التنظيم
يمثل الجدول طبيعة الإشباع المعرفية التي تحققها إذاعة البهجة للمبحوثين في المجال البيئي، حيث يتضح أن زيادة الوعي البيئي هو أكثر الإشباع والمعارف المحققة لديهم ذلك بنسبة 46,66% كما يعد زيادة الرصيد المعرفي المتعلق بالبيئة للمبحوثين ثاني أنواع المعارف التي تحققها إذاعة البهجة بنسبة 30,55% تليها المساهمة في معالجة و طرح القضايا البيئية بنسبة 22,77%.

جدول رقم (07): يبين القيم والمبادئ التي هدف إذاعة البهجة لنشرها من خلال المضامين البيئية بالنسبة لأفراد العينة

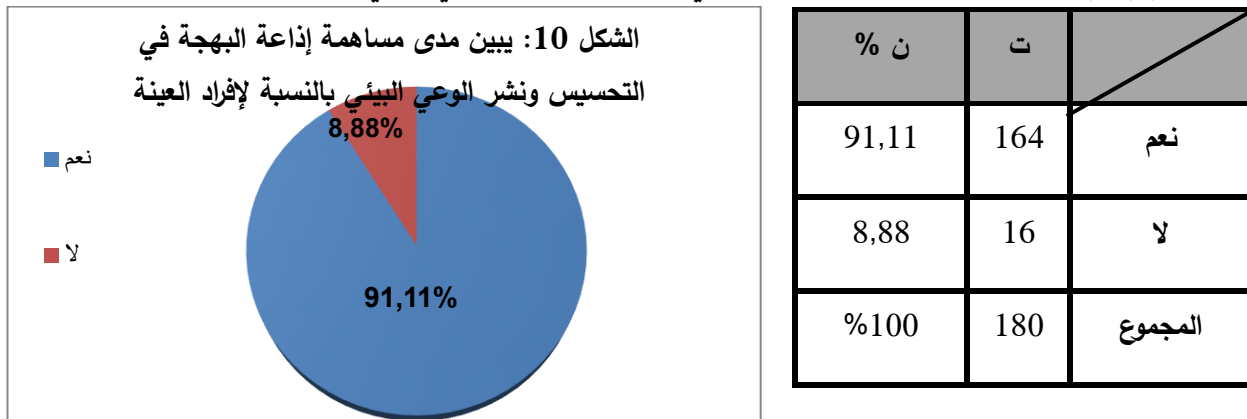


المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على spss 22 بعد إعادة التنظيم

من خلال الجدول يتبين لنا أن أعلى نسبة قدرت بـ 53,33% وهي تمثل نسبة المبحوثين الذين يرون أن إذاعة البهجة تهدف لنشر قيم الوعي البيئي وهذه النسبة تبين أن أفراد العينة يتمتعون بقدر من الوعي البيئي الذي تكون لديهم سواء من خلال المضامين البيئية لإذاعة البهجة أو من مصادر أخرى، لنجد في المركز الثاني نجد فئة المبحوثين الذين يرون أنها تهدف لنشر قيم الثقافة البيئية بنسبة 28,33% أما المركز الثالث نجد قيم المواطنة البيئية بنسبة 18,33%، وهذا ما يجعلنا نلاحظ أن أفراد العينة يمتلكون ثقافة بيئية فالإذاعة كنسق إجتماعي لها دور كبير في نشر هذا النوع من الثقافة والوعي البيئي في المجتمع ما يخلق لديهم أنماط سلوكية تسعى لحماية البيئية وصيانتها وهذا ما يشكل في الأخير قيم المواطنة البيئية.

• نتائج محور مدى مساهمة إذاعة البهجة في التحسيس ونشر الوعي البيئي:

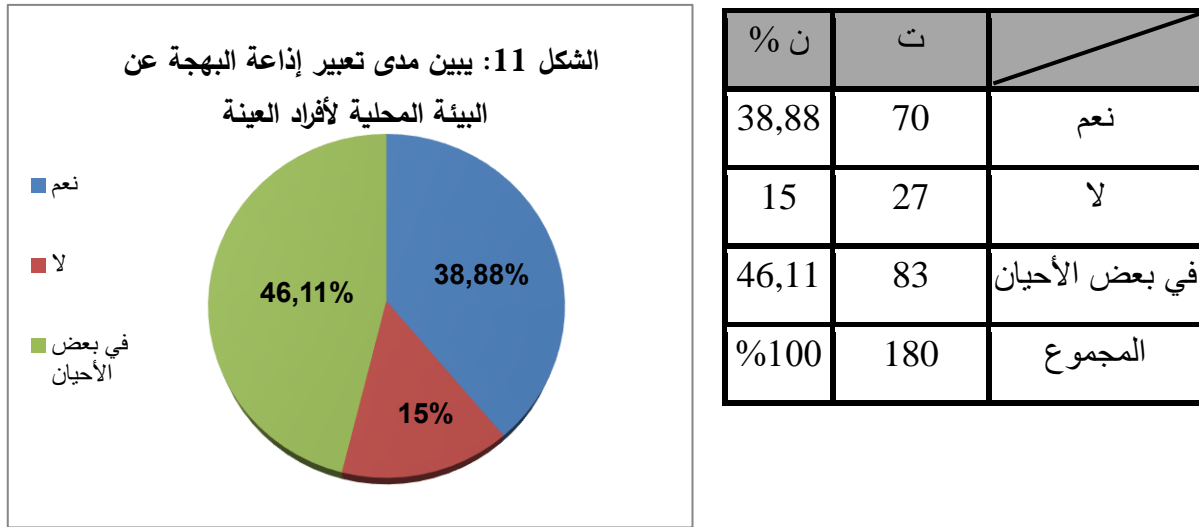
جدول رقم (08): يبين مدى مساهمة إذاعة البهجة في التحسيس ونشر الوعي البيئي بالنسبة لأفراد العينة



المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على spss 22 بعد إعادة التنظيم

نلاحظ أن نسبة 91,11% وهي الأغلبية الساحقة من مجموع المبحوثين يرون أن إذاعة البهجة من خلال برامجها البيئية تساهم بصفة دائمة في التحسيس ونشر الوعي البيئي لدى مستمعيها، ونفسر هذه النتائج بأن المبحوثين من خلال إقبالهم على إذاعة البهجة تهتم بالجانب البيئي في طرح مواضيعها إذ تقدم برامج تعني بالبيئة ومشكلاتها خاصة منها المشاكل البيئية المحلية من خلال نشرات الأخبار والمواجيز الإخبارية وحتى من خلال النشرات التحسيسية والومضات الإخبارية المتعلقة بالبيئة وترى نسبة 8,88% من المبحوثين أن إذاعة البهجة لا تساهم في التحسيس ونشر الوعي البيئي.

جدول رقم (09): مدى تعبير إذاعة البهجة عن البيئة المحلية لأفراد العينة



المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على spss 22 بعد إعادة التنظيم

يتضح من الجدول 46,11% وهي النسبة الغالبة يرون أن إذاعة البهجة تعبر أحيانا عن البيئة المحلية لهم، كما نجد أن 38,88% من الذين يرون أن إذاعة البهجة تعبر فعلا عن بيئتهم المحلية، فلإعلام المحلي أهمية بالغة لدى الجماهير العريضة ومنه لوجهة النظر المحلية دور حاسم في إثارة إهتمام الجمهور المحلي لبعض المسائل المجتمعية كقضايا البيئة التي تعتبر من المسائل الإجتماعية المهمة التي تستدعي أن تلقى صدى واسعا لدى الجماهير، كما يمكن أن نفسر هذا كون أن الإذاعة تتميز بمقدرة أنها تلح على الفرد بطريقة غير منفرة معلومات جديدة أو تقدم المشاكل المحلية والإستفسارات، فهي تستطيع أيضا أن تجعل الفرد إيجابيا في عملية تلقيه للرسالة الإعلامية البيئية من خلال إشراكه في النشاطات الميدانية على المباشر بحكم أن الإذاعة ترافق الفرد ساعات طويلة من دون أن تكلفه لا

الجهد ولا المال الكثير كحملات تنظيف الأحياء والشواطئ وهذا يزيد من إحساسه بالانتماء في المجتمع عامة وفي بيئته المحلية التي يعيش فيها خاصة.

4. مناقشة نتائج الدراسة:

أسفرت الدراسة على النتائج التالية:

• فيما يخص أنماط ودوافع استماع الجمهور لإذاعة البهجة:

. تفوق نسبة الإناث في كل المستويات التعليمية ماعدا في المستوى الثانوي تفوقت نسبة الذكور، والمستوى الجامعي فاق كل المستويات التعليمية الأخرى.

. المستويات التعليمية المرتفعة تتغلب في معظم الفئات الوظيفية (الطالبة، موظفين، عامل حر، ماکثة بالبيت)، كما أن فئة البطالين والمتقاعدين نجدهم ذوي مستويات تعليمية منخفضة.

. أكثر من ربع مجموع مفردات العينة يستمعون لإذاعة البهجة بصفة غالبية (32,77%)، وما يقارب نصف مجموع مفردات العينة تستمع بصفة غير منتظمة لكن أحيانا بنسبة (43,33%).

. الإناث أكثر تعرضا للإذاعة الجهوية وأكثر إنتظاما في الإستماع من الذكور (18,27%)

للإناث و(12,64%) للذكور، و يستمعون (34,40%) من الإناث بصفة غالبية مقارنة

بالذكور (31,30%)، وذوي المستوى التعليمي المنخفض أكثر إنتظاما في الإستماع من ذوي

المستوى التعليمي المرتفع، إضافة للماكثات في البيوت أكثر إنتظاما في الإستماع من بقية

الفئات الأخرى التي تستمع أحيانا بنسب أكبر.

. يستمع أفراد العينة للإذاعة الجهوية منذ 5 سنوات فما فوق (58,33%)، ومن 3 سنوات إلى 4

سنوات (22,22%) والباقي يستمعون إليها من سنة إلى سنتين (19,44%).

. يستعمل أغلب أفراد العينة السيارة للإستماع للإذاعة (33,98%) ثم يستعملون الراديو الثابت

(28,12%)، ثم نجد الهاتف النقال (27,34%)، وتستعمل النساء الماكثات بالبيت الراديو

الثابت (53,84%) أكثر من باقي الفئات الأخرى.

. تعتبر الفترة الصباحية هي الفترة المفضلة لإستماع المبحوثين للبرامج الإذاعية لإذاعة البهجة

(31,83%)، ويستمع (32,73%) للإذاعة بدون وقت محدد أي حسب الظروف.

. يتعرض أغلب المبحوثين لإذاعة البهجة من ساعة إلى ساعتين (47,77%) وتستمع (35%)

أقل من ساعة، والذكور أكثر تعرضا من الإناث من ساعة إلى ساعتين (48,27%)

و (47,31%)، أما ذوي المستوى الجامعي يتعرضون من ساعة إلى ساعتين (53,33%).

. لا توجد علاقة بين متغير المهنة ومدة التعرض لبرامج إذاعة البهجة، ما عدا فئة الطلبة والماكثات بالبيوت، الذين يعتبرون أكثر إستماعا لبرامج إذاعة البهجة من ساعة إلى ساعتين.

. يفضل أفراد العينة الإستماع لبرامج إذاعة البهجة في الأماكن التالية:

بالبيت (42,30%)، لا يوجد مكان محدد (22,11%)، في الخارج (16,34%)، أثناء الذهاب والرجوع من العمل (14,42%)، أما باقي الأماكن كانت متقاربة، والإناث أكثر تفضيلا للبيت من الذكور (52,33% مقابل 31,68%) بينما الذكور أكثر من الإناث في عدم وجود مكان محدد للإستماع (22,73% مقابل 17,75%).

. لا توجد علاقة بين متغير المستوى التعليمي ومكان التعرض لبرامج إذاعة البهجة الجهوية.

. تستمع الماكثات بالبيوت إلى برامج الإذاعة الجهوية بالبيت (77,41%)، وحتى البطالين (48,14%).

. توصلت الدراسة إلى أن البرامج التي يفضل المبحوثين الإستماع إليها عبر إذاعة البهجة الجهوية هي: برامج متنوعة (34,43%)، البرامج الإجتماعية (19,41%)، برامج إخبارية (18,31%)، برامج ثقافية (17,21%)، برامج رياضية (10,62%).

. لا توجد علاقة بين متغيرات الجنس، والمستوى التعليمي والمهنة والبرامج المفضلة حسب النتائج الكمية المتحصل عليها.

. كما توصلت الدراسة إلى أن إذاعة البهجة تؤدي دور تحسيبي بالدرجة الأولى (41,66%)، ودور تثقيفي (32,22%)، دور تربيوي (26,11%).

. يرى الذكور أن الإذاعة الجهوية لها دور تحسيبي أكثر من الإناث، (44,82% و 38,70%)، بينما ترى الإناث (34,40%) أن لها دور تثقيفي في حين الذكور (29,88%).

. أغلب نسبة من ذوي مستوى جامعي منهم (44,44%) يروا أن الإذاعة لها دور تحسيبي والثانويين مثلوا (41,81%) و (38,09%) منهم ذوي مستوى يقرأ ويكتب.

. لا توجد علاقة بين متغير الوظيفة والدور الذي تؤديه إذاعة البهجة حسب المعطيات الكمية المتحصل عليها.

• فيما يخص البيانات الخاصة بمدى إهتمام المستمعين بالمواضيع البيئية:

. يستهوي الأفراد المستمعين المواضيع البيئية التي تطرحها إذاعة البهجة كالاتي:

موضوع النفايات (34,84%)، أما موضوع التلوث (24,43%)، مواضيع أخرى (20,81%)، وفي الأخير موضوع الماء (19,90%)، والمواضيع البيئية التي تناقشها إذاعة البهجة ذات أهمية (57,22%)، والإناث يرون هذا أكثر من الذكور (62,36%) إناث (51,72%) ذكور.

. لا توجد علاقة بين متغير الوظيفة ومدى أهمية المواضيع البيئية لإذاعة البهجة حسب المعطيات الكمية المتحصل عليها.

. فئة الذكور (79,31%) يروا أن المدة المخصصة للمواضيع البيئية غير كافية بينما (69,89%) من الإناث يرون أنها كافية، وكلما إنخفض المستوى التعليمي كلما زادت نسبة الذين يروا أن المدة المخصصة للبرامج البيئية لإذاعة البهجة غير كافية.

. يناسب وقت بث البرامج البيئية لإذاعة البهجة الأفراد المستمعين (67,22%) و (32,77%) منهم لا يناسبهم وقت البث، الذكور يناسبهم ذلك أكثر من الإناث (64,36%)، (60,21%).

. الماكثات بالبيت يناسبهم وقت البث (81,48%) أكثر من باقي الفئات الوظيفية.

. أحيانا ما تزود إذاعة البهجة الأفراد المستمعين بالمواضيع البيئية الراهنة (49,44%) أما الذين تزودهم بصفة دائمة (39,44%).

. تتطرق إذاعة البهجة إلى المواضيع البيئية الراهنة، منها: التلوث الصناعي (28,12%)، الطاقات المتجددة (27,50%)، مواضيع أخرى (22,50%)، إعادة التدوير (21,87%).

. يتحصل أفراد العينة على المعلومة البيئية من إذاعة البهجة من:

الحملات التحسيسية والومضات الإشهارية البيئية (34,93%)، الحصص والبرامج الإذاعية البيئية (34,06%)، نشرات الأخبار والمواجز الإخبارية (31%).

. يناقش الإناث أكثر من الذكور المعلومات البيئية حسب موضوعها (36,55% و 34,48%).

. لا يجد أفراد العينة صعوبة في فهم المواضيع البيئية (56,11%)، منهم من يجد أحيانا صعوبة في فهمها (30,55%)، وكلما إنخفض المستوى التعليمي كلما إزدادت صعوبة الفهم لديهم.

. جاء ترتيب الرغبات الإعلامية المحققة من خلال الإستماع للمعلومات البيئية لإذاعة البهجة كالآتي: الإلمام بمختلف الموضوعات البيئية (53,33%)، الإطلاع على الأحداث البيئية المحلية (29,44%)، التعرف على الأخبار البيئية (17,22%).

. تزود إذاعة البهجة أفراد العينة بمعارف تتمثل في:

. زيادة الوعي البيئي لديه (46,66%)، زيادة رصيده في المعلومات المتعلقة بالبيئة ومشكلاتها (30,55%)، المساهمة في معالجة وطرح القضايا البيئية (22,77%).

. تتود الإذاعة الجهوية للإناث الوعي البيئي لديهن أكثر من الذكور (54,83%، 37,93%).
. يثق أفراد العينة في المضامين البيئية لإذاعة البهجة (43,33%)، أما الذين يثقون في مضامينها حسب طبيعة المحتوى (53,33%)، حيث تثق الإناث بالمضامين البيئية حسب طبيعة المحتوى (55,91%)، أما الذكور (50,57%).

. تثق النساء الماكثات بالبيت في المضامين البيئية حسب طبيعة المحتوى (59,25%).
. تهدف إذاعة البهجة لنشر قيم ومبادئ من خلال المضامين البيئية وهي:
. قيم الوعي البيئي (53,33%)، قيم الثقافة البيئية (28,33%)، قيم المواطنة البيئية (18,33%).

. تغرس إذاعة البهجة قيم الوعي البيئي لدى الإناث (54,83%) أكثر من الذكور (51,72%).

• فيما يخص نتائج مدى مساهمة إذاعة البهجة في التحسيس ونشر الوعي البيئي:

. تسعى إذاعة البهجة أحيانا لحل المشكلات البيئية بالنسبة لأفراد العينة (77,22%) أما بصفة دائمة (18,88%)، وتسعى أحيانا لحل المشكلات البيئية بالنسبة لكل المستويات التعليمية.
. لا توجد علاقة بين متغير الوظيفة وسعي إذاعة البهجة لحل المشكلات البيئية.
. تلبى أحيانا إذاعة البهجة إستفهامات أفراد العينة حول المواضيع البيئية (53,8%)، أما بصفة دائمة (30%).

. لا توجد علاقة بين متغير الوظيفة وتلبية إستفهامات أفراد العينة حسب النتائج الكمية.
. يرى أغلب أفراد العينة أن البرامج البيئية لإذاعة البهجة لها نقائص تمثلت في:
. الوقت المخصص للبرامج البيئية غير كاف (44,97%)، عدم إستضافة مختصين وخبراء بيئيين (27,51%)، وقت بث البرامج البيئية غير مناسب (17,46%)، نقص كفاءة مقدم البرنامج البيئي (10,05%).

. يرى أغلب أفراد العينة أن إذاعة البهجة تساهم في التحسيس ونشر الوعي البيئي (91,11%)، حيث ترى الإناث ذلك أكثر من الذكور (94,62%، 87,35%).

. يرى أغلب أفراد العينة أن إذاعة البهجة تؤثر أحيانا على سلوكيات الجمهور إتجاه البيئة (51,66%) أما الذين تؤثر عليهم بصفة دائمة (32,22%)، وتتجسد هذه السلوكيات في:

رمي النفايات في مكانها المخصص (34,08%)، المشاركة في حملات التنظيف (37,82%)، المحافظة على المساحات الخضراء (27,34%).

. يهتم أفراد العينة بالنصائح التي تقدمها إذاعة البهجة في المجال البيئي بصفة دائمة (60%).
 . يهتم الذكور أكثر من الإناث بالنصائح التي تقدمها إذاعة البهجة في المجال البيئي (65,50%، 54,83%)، ويهتم ذوي المستوى التعليمي المنخفض بالنصائح التي تقدمها إذاعة البهجة في المجال البيئي أكثر من المستوى التعليمي المرتفع، أما الموظفين يهتمون أكثر من الفئات الوظيفية الأخرى بالنصائح البيئية التي تقدمها إذاعة البهجة (77,42%)، حتى فئة ذوي المهن الحرة (61,90%) أما الماكثات بالبيت (59,25%).

. يلجأ أفراد العينة إلى مصادر إعلامية أخرى للحصول على المعلومة البيئية (63,33%) مثل: الأتريبت (25,55%)، الجرائد (15%)، التلفزيون (11,66%)، مصادر أخرى (2,77%)، كما أن هناك من لا يلجأ لمصادر أخرى (45%).

. تعكس إذاعة البهجة المشكلات البيئية الجزائرية (77,22%)، بالنسبة للذكور (80,45%) أما الإناث (74,19%).

. تعبر إذاعة البهجة على البيئة المحلية في بعض الأحيان عند الإناث أكثر من الذكور (46,23% و 45,97%)، في حين الذين تعبر لهم بصفة دائمة نجد فئة الذكور أكثر من الإناث (39,08% و 38,70%).

. يرى أفراد العينة أن أكثر الوسائل الإعلامية فعالة في التحسيس ونشر الوعي البيئي كالتالي: التلفزيون (33,97%)، الإذاعة (29,16%)، الأتريبت (24,67%)، الجريدة (12,17%).
 . ترى الإناث أن التلفزيون أكثر وسيلة إعلامية فعالة في التحسيس ونشر الوعي البيئي مقارنة بالذكور (34,39% و 33,54%)، أما الإذاعة الإناث (29,29%) و الذكور (29,03%).
 . الإقتراحات التي يراها أفراد العينة تساهم في تفعيل أداء إذاعة البهجة في المجال البيئي:

الإكثار من الحملات التحسيسية (15%)، تمديد وقت البرامج البيئية (10%)، الإكثار من الحصص البيئية المتخصصة (8,33%)، إستضافة خبراء بيئيين مختصين (8,33%)، وهناك من يرى إقتراحات أخرى (12,22%)، أما من لا توجد لديه أي إقتراحات فنسبتهم (46,11%).

وهنا نخلص إلى أن الإذاعة الجهوية وما تعرضه إذاعة البهجة من برامج بيئية، يساهم في تحسيس الأفراد بالبيئة ومشكلاتها، وهذا ما يؤدي إلى خلق وتنمية الوعي البيئي لديهم وما يساعد في حماية بيئة المجتمع الجزائري عامة والبيئة المحلية للأفراد خاصة.

5. خاتمة:

وفي الختام ومن خلال ما تم استعراضه من تحليل بكل ما يتعلق بوسائل الإعلام والاتصال عامة وبالإذاعة المسموعة خاصة، ولما تتميز به من خصوصية في التغطية الإعلامية للمجتمع المحلي كونها تقوم بدور إعلامي من خلال قربها من جمهورها، ولما لها من دور هام في نشر الثقافة والوعي البيئي يهدف إلى تغيير العادات والمفاهيم والاتجاهات والممارسات البيئية دون أن ننسى الهدف الأسمى لهما وهو تحقيق السعادة للمجتمع عن طريق تحريك الناس للعمل على تحسين أحوال بيئتهم من جميع النواحي، ومنه يمكن أن نخرج بمجموعة من الإقتراحات: كإستغلال الفضاء الإعلاني والإستفادة منه مع التعمق أكثر في مناقشة القضايا البيئية بتدعيمها بأراء المختصين والخبراء الإيكولوجيين لإضفاء مزيد من المصداقية وإحداث تأثير أكثر، مع إختيار الأوقات المناسبة لعرضها أين يكون الفرد قادرا على استعاب الرسالة الإعلامية البيئية مع تمديد عمر البرنامج لوقت أطول حتى يستطيع الفرد أن يلم بكل جوانب الموضوع خاصة بتوضيح موقف الدين من السلوكات الخاطئة ومقارنتها بسلوكات الدول المتقدمة وإبراز الحسم في تطبيق القوانين البيئية على المخالفين.

المراجع:

• المؤلفات:

1. أحمد زكي بدوي (1994)، معجم مصطلحات الإعلام، ط2، بيروت، دار الكتاب اللبناني.
2. جمال الدين السيد علي صالح (2003) الإعلام البيئي بين النظرية والتطبيق، مصر، مركز الإسكندرية للأبحاث.
3. راتب السعود(2010) الإنسان والبيئة، دراسة في التربية البيئية، ط4، عمان، دار الثقافة.
4. سناء محمد الجبور(2011) الإعلام البيئي، ط1، عمان، دار أسامة.
5. طارق سيد أحمد(2004) الإعلام المحلي وقضايا المجتمع، الأزريطة، دار الفكر الجامعية.
6. طه عبد العاطى نجم(2009) الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية.
7. عاطف عدلي العبد عبيد (1997) الإتصال والرأي العام، الأسس النظرية والإسهامات العربية، القاهرة، دار الفكر العربي.

8. عبد الرزاق محمد الدليمي (2012) وسائل الإعلام والاتصال، عمان، دار المسيرة.
9. عبد الله حامد الخلف (2005) دور التوعية في التنشئة الاجتماعية، الرياض، المملكة العربية السعودية، مكتبة الفيصل العامة.
10. فضيل دليو (1998) مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية.
11. فاروق أبو زيد (1986) مدخل إلى علم الصحافة، القاهرة، عالم الكتب.
12. كرم شلبي (1989) معجم المصطلحات الإعلامية، ط 1، القاهرة، مصر، دار الشروق.
13. ماجي الحلواني (1982) مدخل إلى الإذاعات الموجهة، ط 1، القاهرة، دار الفكر العربي.
14. محمد صاحب سلطان (2011) وسائل الاعلام و الاتصال . دراسة في النشأة والتطور، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع.
15. منى سعيد الحديدي و سلوى إمام علي (2006) الإعلام و المجتمع، ط 1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.
16. محمد منير حجاب (2008) وسائل الاتصال، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع.
17. نوال محمد عمر (1993) الإذاعات الإقليمية، دراسة نظرية تطبيقية مقارنة، القاهرة، دار الفكر العربي.

• المقالات:

18. ربحي مصطفى عليان (أغسطس 2003) الاتصال بين الناس علم وفن، مجلة الخفجي (شهرية)، العدد 07، المملكة العربية السعودية.
19. المخطط الإعلامي (من 13 فيفري إلى 31 ديسمبر 2013)، 2013 سنة من أجل البيئة والتنمية المستدامة، الإذاعة الجزائرية.
20. فضيل دليو (سبتمبر 2010)، الصحافة الجوارية من جغرافيا المسافات إلى جغرافيا العلاقات، مجلة الباحث الاجتماعي، جامعة قسنطينة، عدد (10).
21. محب محمود كامل الرفاعي و ماهر إسماعيل صبري محمد (2004)، التربية البيئية من أجل بيئة أفضل، مصر، المركز القومي للبحوث التربوية والتنمية.
22. نصر الدين فضل الله (1995)، دور الإعلام في تنمية الوعي البيئي، تونس، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم.

• المقابلات:

23. مقابلة مع السيدة حجبية حدهم، رئيسة دائرة الإنتاج بإذاعة البهجة، يوم 19 ماي 2015، على الساعة 10:30 دقيقة
24. مقابلة مع السيد حسان دميل، صحفي بإذاعة البهجة، يوم 19 ماي 2015، على الساعة 09:30 دقيقة.
25. مقابلة مع السيد محمد شطران، مدير إذاعة البهجة، يوم 19 ماي 2015، على الساعة 11:00