



Dr. Alaa Najah Noori

E-Mail :

ala_alsamarmed@yahoo.com

Phone Number :

07830570393

Suha Jasim Ali

E-Mail :

suhaaltaai19@gmail.com

Phone Number :

07722228998

Iraqi University - College of Media

Keywords:

- Function.
- Awareness.
- Radio Broadcasting.
- Service Program.

ARTICLE INFO

Article history:

Received : 12 / 7 /2023

Accepted : 17 / 8 /2023

Available Online : 15 / 9 /2023

UTILIZING SERVICE PROGRAMS IN AUDIO

BROADCASTING:

**An Analytical Study of Studio Al-
Amanah Al Muftawah
Program**

ABSTRACT

Service programs play a role in changing the behavior of the public, if they are employed correctly in specialized service radio stations, including Sawt Al Asimah Radio, which is considered one of the specialized radio stations, and through its service program (Al Amana Open Studio), through which awareness was employed, through an analytical study that includes Within the descriptive studies, it relied on the survey method in both the descriptive and analytical parts, and used the method of content analysis in the quantitative and qualitative parts, and the above radio was chosen to represent the research community according to criteria related to being the first specialized service radio in Baghdad, and the researcher adopted the method of comprehensive inventory of all episodes of the aforementioned program for a period of three Months, the researcher conducted an analysis of (62) episodes, and the research found results as he focused in some of his episodes on interest in awareness through the achievements of the Baghdad Municipality.

توظيف البرامج الخدمية في الإذاعات المسموعة

"دراسة تحليلية لبرنامج ستوديو الأمانة المفتوح"

المستخلص

تؤدي البرامج الخدمية دورا في تغيير سلوك الجمهور، اذا ما وُظفت بطريقة صحيحة في الإذاعات الخدمية المتخصصة، ومنها إذاعة صوت العاصمة والتي تعد من الإذاعات المتخصصة، ومن خلال برنامجها الخدمي(ستوديو الأمانة المفتوح)، والذي تم توظيف التوعية من خلاله، عبر دراسة تحليلية تدرج ضمن الدراسات الوصفية، واعتمد على المنهج المسحي بشقية الوصفي والتحليلي، واستخدم أسلوب تحليل المضمون بشقية الكمي والكيفي، وتم اختيار الإذاعة أعلاه ممثلة لمجتمع البحث على وفق معايير تتعلق بكونها أول إذاعة خدمية متخصصة في بغداد، واعتمدت الباحثة أسلوب الحصر الشامل لجميع حلقات البرنامج المذكور لمدة ثلاثة اشهر، وقد أجرت الباحثة تحليلا لـ (٦٢) حلقة، وتوصل البحث لنتائج أهمها تبين البرنامج في تفعيل الوظيفة التوعوية في مضامين حلقاته وذلك طبقا لما يراه انه ينطوي على قدرات إقناعية اكبر، اذ ركز في بعض حلقاته على الاهتمام بالتوعية من خلال إنجازات أمانة بغداد والتي وُظفها في عملية الإقناع، وعلى نقد المواطن، وتوظيف العامل الديني.

© 2021 مسار، الجامعة العراقية | كلية الاعلام ،

أ.م.د علاء نجاح نوري
الإيميل :

ala_alsamarmed@yahoo.com

رقم الهاتف : ٠٧٨٣٠٥٧٠٣٩٣

سهى جاسم علي
الإيميل :

suhaaltaai19@gmail.com

رقم الهاتف : ٠٧٧٢٢٢٢٨٩٩٨

عنوان عمل الباحث:

الجامعة العراقية – كلية الاعلام

الكلمات المفتاحية:

- الوظيفة.
- الوعي.
- الإذاعة المسموعة.
- البرنامج الخدمي.

معلومات البحث

تاريخ البحث :

الاستلام : ٢٠٢٣ / ٧ / ١٢

القبول : ٢٠٢٣ / ٨ / ١٧

التوفر على الانترنت: ٢٠٢٣ / ٩ / ١٥

المقدمة : ان وسائل الإعلام تعمل على جذب الجمهور عبر توجيهه باتجاهات مخطط لها، ويأتي توجيه وسائل الإعلام بمقدار ما لدى الجمهور في المجتمع من ثقافة ودراية بالأفكار والمعلومات والقضايا ، لذلك أصبح لها أهمية كبيرة في رفع مستوى ثقافة الجمهور ، وحسن إدائهم لوظائفهم واكتسابهم القيم الاجتماعية، اذ تعمل هذه الوسائل على حمل المجتمع إلى بر الأمان والتطور والتقدم والنمو اذا ما استخدم الإعلام وظائفه بالاتجاه الصحيح، فالإعلام أداة خطيرة لم يكن وليد عصر من العصور، بل استخدم منذ ان وجد الإنسان على الأرض، باختلاف الوسائل فقط لا في اصل الاستخدام، وذلك لان كل مجتمع إنساني يقوم على الاتصال بين جماعاته وأفراده، وكل اتصال بين البشر يحمل في طياته ضربا من الإعلام، ومجمل القول ان الإعلام بالنسبة للمجتمعات أشبه بجامعة كبرى مفتوحة لها منهاجها اليومي المتجدد والمتغير مع الظروف والأحداث، ومع تطور الاهتمامات والحاجات والتي تتسع بأتساع الوعي والنشاط العام للمجتمع، وفي ظل تطور وسائل الإعلام من الوسائل التقليدية المتمثلة بالصحف والراديو والتلفزيون إلى وسائل إعلام جديدة المتمثلة بشبكة الإنترنت بمواقعها المتنوعة والفضائيات وراديو الإنترنت والصحف الإلكترونية، ظهرت الحاجة إلى الإعلام المتخصص ولم تكن الإذاعة بمنأى عن هذه الطفرة، ومن اجل تحقيق أهداف البحث والإجابة عن تساؤلاته قسم البحث إلى ثلاثة مباحث، تناول الأول منها منهجية

البحث وأهميته وأهدافه ومشكلته فيما تناول المبحث الثاني (الإعلام المتخصص في الإذاعات المسموعة) وفيما تناول المبحث الثالث نتائج الدراسة التحليلية والوصول إلى الاستنتاجات.

المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث

ان مشكلة البحث تتناول طريقة توظيف البرامج الخدمية في الاذاعات المسموعة متمثلة بإذاعة صوت العاصمة من أمانة بغداد، إذ ان البرامج الخدمية في الإذاعات المسموعة تستهدف تقديم وظيفة التوعية في مجال معين في المقام الأول، إضافة الى تقديم وظائف إعلامية أخرى، وفي إذاعة صوت العاصمة يتم التركيز على الوظيفة التوعوية الخدمية وبهذا تتمثل مشكلة البحث بالتساؤل الرئيس الاتي: (ما الطرق المستخدمة لتوظيف البرامج الخدمية في إذاعة صوت العاصمة- ممثلة ببرنامج ستوديو الأمانة المفتوح- أثناء المدة الزمنية المحددة للتحليل؟) والذي تنفرع منه تساؤلات عديدة تغطي جوانب البحث كافة، تتمثل بالاتي:

- ١- ما المضمون الذي يحمله البرنامج الخدمي؟
- ٢- ما الموضوعات التوعوية التي تم التركيز عليها في كل محور من محاور البرنامج الخدمي؟
- ٣- ما آليات التوعية المستخدمة في البرامج الخدمية لتعريف الجمهور بالخدمات المقدمة والمعوقات؟
- ٤- ما أساليب الإقناع المستخدمة من قبل الإذاعة عينة البحث للوصول إلى التوعية المطلوبة؟

ثانياً: أهمية البحث

وتتمثل أهمية هذا البحث في عدد من الأوجه يمكن صياغتها بالشكل الاتي :

- ١ - **الأهمية العلمية:** يسهم البحث في إثراء المعرفة العلمية في هذا المجال وذلك عن طريق ما تضيفه نتائجه إلى التراث العلمي، إذ تكمن أهميته العلمية في معرفة السبل التوعوية المستخدمة في الإذاعات الخدمية، وهو موضوع جديد إذ تنطلق أهميته من ندرة الدراسات المماثلة، وترى الباحثة ان ذلك يشكل إضافة علمية جديدة وضرورية للمكتبة العلمية العراقية والعربية .
- ٢ - **الأهمية المجتمعية:** ترتبط أهمية هذه الدراسة بالأهمية الكبيرة التي تشكلها الإذاعات الخدمية باعتبارها أداة من أدوات التطور التي يحتاجها المجتمع العراقي وأيضاً التعرف على طبيعة البرامج الخدمية التي تم تقديمها من قبل إذاعة صوت العاصمة وللاستفادة منها من قبل معدي البرامج الخدمية في وضع برامج توعوية ذات تأثير اكبر على جمهور البرامج الخدمية .

ثالثاً: أهداف البحث

- ١- معرفة الطرق المتبعة في توظيف البرامج الخدمية في الاذاعات المسموعة.
- ٢- معرفة مضمون البرنامج الخدمي.
- ٣- الكشف عن الموضوعات التوعوية التي تم التركيز عليها في البرنامج عينة البحث.

٤- الكشف عن أساليب الإقناع المتبعة في البرنامج الخدمي عينة البحث وإبراز آليات التوعية المستخدمة.

رابعاً: نوع البحث ومنهجه وأداته

ويعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تعتمد على منهج البحث بشقيه الوصفي والتحليلي وهو المنهج الذي كثيراً ما تستعمله الأبحاث العلمية في منهجيتها الأكاديمية كونه يتحلى بالمرونة وسهولة الوصول إلى المعلومات بشكل دقيق لتحقيق بلوغ الهدف الرئيس من البحث وبناء على ذلك تم الاعتماد عليه في دراسة توظيف البرامج الخدمية في إذاعة صوت العاصمة، كما استخدمت الباحثة في دراستها أسلوب تحليل المضمون وأداته (استمارة التحليل) لمعرفة المضمون الذي يحمله البرنامج الخدمي إذ يعرف تحليل المضمون بأنه ((تصنيف المادة المكتوبة أو المسموعة أو المرئية تحت فئات معينة على وفق معايير محددة بما يكشف خصائص هذه المادة من حيث الشكل والمحتوى))^(١).

خامساً: مجتمع البحث وعينته

يتمثل مجتمع البحث بإذاعة صوت العاصمة والتي تقدم برنامج خدمي يتم التوعية بالأمور الخدمية من خلاله وهو برنامج ستوديو الأمانة المفتوح فضلاً عن وظائف إعلامية أخرى وموضوعات ومضامين تخص الحياة العامة وقد استخدمت الباحثة أسلوب الحصر الشامل لتحديد التوعية الخدمية التي انطوى عليها البرنامج أثناء المدة الزمنية الخاصة بالتحليل وهي ثلاثة أشهر للمدة من (٢٠٢٢/١١/٢م إلى ٢٠٢٢/٣/٣١م).

سادساً: دراسات سابقة

١- (دراسة احمد، ٢٠٢٢م)^(٢): تناولت هذه الدراسة المضامين التوعوية التي تناولتها الصحافة العراقية إزاء الموضوعات والقضايا المجتمعية، وهدفت الدراسة إلى التعرف على مدى مساهمة الصحافة العراقية في إداء الوظيفة التوعوية إزاء الموضوعات المجتمعية، وانطلقت من التساؤل الرئيس (ما المضامين التوعوية التي تناولتها الصحافة العراقية إزاء الموضوعات والقضايا المجتمعية؟)، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية واستخدمت الباحثة منهج المسح الوصفي التحليلي، ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على استمارة تحليل المضمون على عينة البحث المتمثلة بـ (جريدة الصباح، جريدة الزمان، طريق الشعب)، وقد توصلت الدراسة إلى نتائج وهي أن الصحافة العراقية والمتمثلة بعينة الدراسة لم تتمكن من تحقيق الهدف السامي للإعلام في توعية المتلقي أو القارئ العراقي بمختلف الفئات العمرية والاجتماعية، إذ تناولت القضايا بشكل سطحي بعيد عن التفاصيل التي تلبي حاجة المتلقي في معرفة ما يحدث من حوله ووجود ضعف واضح في الوظيفة التوعوية للصحافة وغياب دورها في الشرح والتفسير والتحليل.

(١) بركات عبد العزيز، مناهج البحث العلمي، (القاهرة: دار الكتاب الحديث، ٢٠١٥م)، ص ٢٥٧.

(٢) سندس احمد النداوي، الوظيفة التوعوية للصحافة العراقية إزاء الموضوعات المجتمعية دراسة تحليلية لجريدة الصباح، جريدة الزمان، جريدة طريق الشعب، رسالة ماجستير، الجامعة العراقية، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠٢١م.

٢- (دراسة محمد، ٢٠١٠م)^(١): تهدف الدراسة إلى تحليل تجربة (نادي مستمعي راديو البلد) والذين هم عينة الدراسة وتبيان الدوافع التي تقف وراء مواظبة أعضاء النادي لمتابعة برامج (راديو البلد) والاهتمام بها والتفاعل معها، وذلك من أجل التعرف بعمق على تجربة هذه الإذاعة الأردنية المجتمعية وتبيان دورها في عملية التنمية المجتمعية، وانطلقت الدراسة من عدة تساؤلات من بينها (ما التأثيرات التي أحدثتها برامج (راديو البلد) على اتجاهات وسلوكيات أعضاء النادي؟) واعتمدت الدراسة العينة العشوائية الممثلة لأجراء الدراسة، وبيّنت النتائج ان (٨٦%) من أعضاء النادي ان رسالة هذه الإذاعة مجتمعية تسهم في معالجة قضايا المواطن الأردني وتلامس همومه، وان (٨٩.٣%) يعتقدون أنها تسهم في نقل مشكلاتهم وقضاياهم وإيصالها إلى المسؤولين، وان (٨٥.٢%) يعتقدون ان هذه الإذاعة قد أسهمت في رفع الوعي لديهم.

المبحث الثاني: توظيف الإعلام المتخصص في الإذاعات المسموعة

أولاً: مفهوم الإعلام المتخصص

تكمّن الفكرة الرئيسة في الإعلام المتخصص هي الاشتراك في الاطار التخصصي، اذ يعرف على انه ((نمط إعلامي معلوماتي يتم عبر وسائل الإعلام المختلفة ويعطي جل اهتمامه لمجال معين من مجالات المعرفة ويتوجه إلى جمهور عام أو خاص مستخدماً مختلف فنون الإعلام من كلمات وصور ورسوم واللوان وموسيقى ومؤثرات فنية أخرى ويقوم معتمداً على المعلومات والحقائق والأفكار المتخصصة التي يتم عرضها بطريقة موضوعية، وبهذا يستخدم الإعلام المتخصص مختلف عناصر الإعلام العام كالتشويق وأساليب العرض والتقديم من سرد ودراما وندوة وحوار وتمثيلية ومسلسل ومقالة وتحقيق وتقرير وأفلام تسجيلية وما غير ذلك لتلبية متطلباته))^(٢).

ومن هذا المنطلق عرف أيضاً بأنه ((الإعلام الذي يهدف إلى إعداد ونشر وإتاحة أنواع محددة ومتعمقة ومتخصصة من المادة الإعلامية بهدف توجيهها لجمهور محدد ذي خصائص وسمات واحتياجات وأذواق مشتركة أو متقاربة))، فالقائم بالاتصال هنا يعرف جمهوره بدقة ومن خلال هذه المعرفة يعد مادة إعلامية ويضعها في الشكل الملائم لخصائص الجمهور فبالتالي احتمالات نجاح الرسالة الإعلامية تكون أكثر بكثير جداً من الرسائل التي توجه إلى جمهور عام^(٣).

ثانياً: دوافع ظهور الإعلام المتخصص

يعد ظهور وتطور الإعلام المتخصص عملية معقدة تعبر عن التقسيم الاجتماعي للعمل وتطور قوى الإنتاج وانعكاس ذلك على الحياة المادية والاجتماعية، اذ اتسع مجال اهتمام الإعلام ليغطي جميع جوانب الحياة وظهر نتيجة تداخل عدد من العناصر مع بعضها البعض وهي التعليم العالي والوفرة أو الغنى ووقت الفراغ وزيادة حجم السكان واتساع الطبقة الوسطى في المجتمع وانتشار

(١) عبلّة محمد رويس، تجربة الإذاعات الأردنية في تنمية المجتمع المحلي دراسة حالة: نادي مستمعي راديو البلد، رسالة ماجستير ، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، كلية الإعلام، قسم الإعلام، ٢٠١٠م.

(٢) إسماعيل إبراهيم، الإعلام السياحي، (القاهرة: مجموعة النيل الدولية، ٢٠١٧م)، ص ٢٧.

(٣) مهند سليمان النعيمي، الف باء تاء.. صحافة، (المنامة: ب ن، ٢٠١٧م)، ص ١٨٨.

التعليم بين أوساطها^(١) وتعثر خطوات الإعلام العام على إشباع هذه الحاجات، اذ سعت القوى التي تمتلك الإعلام وتوجهه إلى تحقيق تأثير اعمق في الواقع الاجتماعي عن طريق الوصول الفاعل إلى جميع الفئات الاجتماعية، فالتخصص هو الوسيلة الأنجح لمخاطبة متلقين محددين، فضلا عن ان تخصص الوسيلة يجعلها اكثر قدرة على التغلغل وبشكل اعمق في الواقع الاجتماعي والاقتصادي والسياسي فتكون اكثر قدرة على كشف علاقاته الداخلية المترابطة^(٢).

ثالثاً: أهداف الإعلام المتخصص

- ان الإعلام المتخصص نشاط متعدد الأبعاد يقنع الأفراد بضرورة المشاركة الإيجابية لذلك له العديد من الأهداف وهي^(٣):
- ١- يهدف الإعلام المتخصص إلى تضييق الهوة بين الثقافة العامة والمعرفة العلمية المتخصصة والتي تشكل حكراً على المتخصصين في مجالها.
 - ٢- نشر الوعي والثقافة العامة بمختلف الوسائل والإمكانيات بأسلوب علمي مبسط دون صعوبة وتعقيد، فهو يقوم بدور تنويري ليساعد أفراد المجتمع على فهم العلاقات المتبادلة في المجتمع وتوعية أفرادها بالمتغيرات.
 - ٣- يزود المتلقي بكل ما من شأنه ان يساهم بمسايرة التطور والتقدم التكنولوجي في الميادين المختلفة.
 - ٤- الإعلام المتخصص فعالية إبداعية معنية أساساً بالتفاعل المبدع مع الواقع في مجالاته.
 - ٥- تنمية السلوك الاجتماعي العام أي تحقيق الطمأنينة من خلال توعية الرأي العام وتنويرهم بواجباتهم وإرشادهم إلى افضل السبل لاتخاذ القرارات الصائبة.
- رابعاً: مفهوم الإذاعات المسموعة

تعد الإذاعة المسموعة من اكثر وسائل الإعلام ذيوها وانتشاراً فهي وسيلة إعلامية هامة تختلف عن باقي الوسائل وذلك لأنها تتخطى الحواجز وتصل إلى كل مكان ويساعد على انتشارها سهولة انتقالها وتليبيتها لجميع الرغبات مما يعطيها فرصة التأثير المستمر لان السامع لا يمل الاستماع منها وبخاصة أنها تحاول إرضاء جميع الأذواق من أطفال وشباب ومتقنين وحتى أميين فهي تخاطب العقول بغض النظر عن المستوى الثقافي^(٤).

(١) رؤوف سالم احمد حسين، الإعلام الصحي وتطبيقاته في المجالات الطبية، (دمشق: دار العلم والأيمان للنشر والتوزيع، ٢٠١٨م)، ص ١١-١٢.

(٢) ماجد فاضل الزبون، الإعلام الاقتصادي: قراءة في القنوات العربية المتخصصة، (القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م)، ص ٩٥.

(٣) ينظر بذلك:

١. خليل إبراهيم البنا، الإعلام الاجتماعي، (عمان: أمواج للنشر والتوزيع، ٢٠١٣م)، ص ٨٨.

٢. رانيا عبد النعيم العشران وآخرون، الإعلام الأمني في ظل المتغيرات الأمنية، (الرياض: دار جامعة نايف للنشر، ٢٠١٧م)، ص ٤٣.

٣. سامح الشريف، رجال الأعمال.. وإعلامهم، (عمان: دار العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٧م)، ص ١٩.

(٤) فرهاد حسن عبد اللطيف، الإعلام الحربي والعسكري، (عمان: دار الجنادرية للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م)، ص ١٣.

وبتطور الحياة الإنسانية يعد ظهور الإذاعة المسموعة من أهم الوسائل السمعية المعاصرة التي تقوم بوظيفتها كوسيط إعلامي واسع الانتشار لما تحمله من صفات التكنولوجيا العلمية المتطورة، وهي وسيلة إعلامية لم تصارحها أي وسيلة إعلامية أخرى في قوة تأثيرها إذ أن موجاتها قادرة على اختراق كل أنحاء العالم في أقل من لمح البصر إذ تعد الإذاعة المسموعة أقدر وسائل الإعلام في سرعة نقل الأخبار^(١).

ويمكن تصنيف الإذاعات المسموعة وفقاً لسيطرة وأشرف الدولة عليها وأشكال هذه السيطرة فهناك مؤسسات حرة مستقلة وأخرى تخضع للسيطرة القوية للدولة وأشرفها الكامل أو يمكن تقسيمها وفقاً للدائرة الجغرافية التي تغطيها فهناك إذاعات محلية مسموعة تخدم جمهور محدود أو متناسق وإذاعات مركزية أو وطنية يغطي إرسالها الدولة أو جزء كبير منها أو إذاعات موجهة تمتد إلى خارج الدولة وإذاعات سرية وإذاعات سوداء التي تسيطر عليها أجهزة المخابرات^(٢).

خامساً: خصائص الإذاعة المسموعة

وتمتاز الإذاعة المسموعة بعدة مزايا تختص بها دون غيرها من وسائل الإعلام فالكلمة المذاعة تكتسب قوة إيجابية ولها خصائص متعددة منها^(٣):

- ١- السرعة الفائقة التي تنتقل بها الكلمة المذاعة من الإذاعة المسموعة إلى إذن المستمع متخطية حواجز المسافات والحدود .
- ٢- تلعب الإذاعة المسموعة بسبب خصوصيتها دوراً كبيراً في التأثير على قاعدة عريضة من الجماهير.
- ٣- الإمكانية في تسجيل المادة المذاعة وتكرار أذاعتها حسب سياسة القائم بالاتصال أو حسب رغبة المستمعين.

(١) علي كنعان، الإعلام التفاعلي، (عمان: دار امجد للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م)، ص ١١.

(٢) غادة عبد التواب، المدخل الوظيفي والجماهيري للأعلام الصحفي، (الإسكندرية: مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، ٢٠٢٠م)، ص ٢١٠.

(٣) ينظر بذلك :

- ١ . أياد هلال حمادي الدليمي، الشبكات الإذاعية والتلفزيونية وشبكات التواصل الاجتماعي وظيفتها إخبارية أم ترف إعلامي، (عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع، ٢٠٢٠م)، ص ص ٢٧ - ٢٨.
- ٢ . عبد الباسط محمد الحطامي، مقدمة في الإذاعة والتلفزيون، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م)، ص ٢١.
- ٣ . وليدة حدادي، الأنترنت والقيم السياسية، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠٢٠م)، ص ص ٢٠٦ - ٢٠٨.
- ٤ . مصطفى يوسف كافي، فن الخبر الإذاعي، (عمان: دار الابتكار للنشر والتوزيع، ٢٠١٨م)، ص ١٦٨.
- ٥ . ابتسام إسماعيل قادر، إبراهيم سعيد، فؤاد علي احمد، رؤى أكاديمية لقضايا إعلامية، (عمان: دار امجد للنشر والتوزيع، ٢٠١٧م)، ص ٢٢٩.
- ٦ . خالد محمد غازي، التحرير الصحفي.. توظيف تكنولوجيا الاتصال، (القاهرة: وكالة الصحافة العربية، ٢٠٢١م)، ص ٢٤.

٤- مخاطبة مختلف فئات الجماهير المتعلمين والأُميين والمتقنين فهي تنقل لهم الثقافة والعلوم والفنون والأخبار أينما كانوا.

٥- تتميز الإذاعة المسموعة بأنها تقوم بدور فعال في تحرير خيال المستمع وإطلاقه بلا قيود.

رابعاً: البرامج الخدمية

ان البرامج الخدمية عنصر أساسي في الإذاعات المتخصصة ومصدر مهم لمد المتلقي بالمعلومات المهمة وتزويده بالآراء حول موضوع معين من خلال المذيع أو الضيف الذي يجري معه الحوار، وهنالك برامج خدمية متعددة وهي برامج المناقشات والندوات الإذاعية والبرامج الحوارية التي تعد من احسن أشكال البرامج في معالجة الموضوعات والمشكلات الخدمية وكما تم ذكره في الصفحات السابقة^(١).

ويعد إنتاج البرامج الخدمية العمود الفقري لديمومة مسيرة هذه الإذاعات المسموعة ويتوقف إنتاج البرامج الخدمية على معرفة الأساس الذي ستقوم عليه من خلال تحديد أفكارها وأنواعها والخطوات السليمة لأعدادها وإنتاجها من المضمون والشكل والشريحة المستهدفة وأوقات البث والأيام^(٢).

ويعرف البرنامج الخدمي بأنه بث مضامين ومواد مختلفة متنوعة متعلقة بالشأن الخدمي إلى مختلف فئات جماهير المستمعين وأيضاً تعني بث برامج خدمية محددة إلى جمهور محدد من قبل إذاعة محددة^(٣).

ان نجاح البرامج الخدمية يتطلب تطويرها ومعالجة نوعيتها ومزجها مع الوظيفة التوعوية للأعلام من خلال تحقيق التكامل بين الشكل والمضمون ويحتاج ذلك من معد ومخرج البرنامج الخدمي ان يحدد بدقة الأفكار الخدمية التي يريد توصيلها للمتلقي وتحديد الأهداف وبالتالي تحديد المصادر التي يمكن ان يستخدمها ويستفيد منها معدو البرامج الخدمية^(٤).

ثانياً: التخطيط للبرامج الخدمية في الإذاعات المسموعة

ان التخطيط للبرامج الخدمية في الإذاعات المسموعة هو تفكير علمي سليم من اجل تحقيق الأهداف المرسومة التي تحددها سياسة المحطة الإذاعية المسموعة ضمن الخطط التي تضعها، اذ ان الخطة البرمجية هي أداة ترجمة السياسيات والاستراتيجيات الإذاعية التي تم التوصل إليها إلى واقع مسموع بواسطة برامج خدمية مجدولة زمنياً يدخل في تركيبها عناصر عديدة هي الاتي^(٥):

(١) محسن جلوب الكناني، فن الحوار الإعلامي إشكالية الشكل والمفهوم، (عمان: دار امجد للنشر والتوزيع، ٢٠١٨م)، ص ٩٢.

(٢) طالب عبد الحسين فرحان الشمري، أعداد البرامج الإذاعية والتلفزيونية، (القاهرة: دار الكتاب الحديث، ٢٠١٤م)، ص ٩١.

(٣) محمد زايد ابو رجب التميمي، المنظور الاستراتيجي للإعلام الدعوي، (عمان: دار امجد للنشر والتوزيع، ٢٠١٧م)، ص ٤٦.

(٤) محمد كحط الربيعي، حسين الأنصاري، الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية، (عمان: مركز الكتاب الأكاديمي، ٢٠١٤م)، ص ٦٩.

(٥) ينظر بذلك:

- ١ - تحديد الهدف الرئيسي من البرنامج هل هو التعريف بالخدمات المقدمة أو معرفة أوجه القصور في تقديم الخدمات ويجب ان تقدم بطريقة تثير لدى المستمع المتعة والفائدة.
- ٢ - تحديد الخطوط الرئيسية للبرنامج للوصول إلى هذه الأهداف.
- ٣ - تحديد المدة الزمنية لخطة البرنامج.
- ٤ - وضع خطط تنفيذية مرحلية لتنفيذ البرنامج أي خطط (يومية -أسبوعية - نصف شهرية - شهرية - سنوية).
- ٥ - متابعة وتقييم البرنامج بصورة مستمرة.

ثالثا: أهمية البرامج الخدمية في المجتمع

تأتي أهمية البرامج الخدمية في المجتمع من أنها تلعب دور الوسيط بين الجمهور المحلي والقضايا الخدمية والتي يحتاجها فهو يبحث عن الشرح والتفسير الذي تقدمه له هذه البرامج في ظل ما تعرضه له من معلومات ووجهات نظر مختلفة وتوجيهات وتوعية وتقارير وما تنتجه من وسائل تفاعلية بينها وبين الجمهور^(١)، ومن ابرز العناصر المحورية في بيان أهمية تأثير البرامج الإذاعية على المجتمع هي^(٢):

- ١ - توجيه الفهم والإدراك: فالمتلقي يتعلم من العالم كل ما هو جديد من خلال تلك البرامج فتلك البرامج الخدمية هي التي تنقل لنا مدى ادراك وطبيعة فهم المستقبل للخدمات المقدمة اليهم.
- ٢ - توجيه السلوك اليومي للأفراد: فتتطبع الأفكار المعروضة من خلال تلك البرامج الخدمية في ذهن المتلقي حول طبيعة السلوك الخدمي.
- ٣ - الحصول على المعلومات: تساهم في الحصول على كميات كبيرة من المعلومات الخدمية سواء كان يعلمها المستمع من قبل أو لا يعلمها بهدف التوعية المستمرة.
- ٤ - التأثير على الأفراد: اصبح لها تأثير واضح على اتجاهات الأفراد في المجتمع نحو أداء الأطراف المختلفة في العملية الخدمية من خلال ما تعرضه من قضايا خدمية خاصة في ظل الأحداث القائمة.
- ٥ - تحقيق التكامل الاجتماعي: اذ تساهم في ربط الأفراد بقضايا المجتمع فيما يتعلق بتقديم الخدمات وأحاطتهم علما بها أي خلق ما يسمى بالوعي الخدمي.

-
١. فلاح كاظم المحنة، البرامج الإذاعية والتلفزيونية، بيت الحكمة، ب س، ص ١١٠.
 ٢. حسين عبد الفتاح الغامدي، مقياس فاعليات الإداء، (الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ٢٠١٠م)، ص ١٠٣.
 - (١) سارة نصر محمد، مؤسسة الرئاسة والبرامج الحوارية: المعالجة الإعلامية وعلاقتها باتجاهات الجمهور، (القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع، ٢٠٢٠م)، ص ٧.
 - (٢) ينظر بذلك:
 ١. حسن علي قاسم، إنتاج المواد السمعية البصرية الأسس العلمية والمهنية، (القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٩م)، ص ١٣٤.
 ٢. أمينة صبري، خالد جمال عبدو، مكانة الإذاعات المسموعة ودورها في ظل منافسة الإذاعات الخاصة، جامعة الدول العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، تونس، ٢٠٠٨م، ص ص ١٢٢-١٢٣-١٢٤.

- ٦- الترويج لأساليب حياة متطورة: يمكن للبرامج الخدمية ان تساعد أفراد المجتمع على توسيع مداركهم وأفقهم مما يدفعهم إلى المطالبة بمزيد من الخدمات المهمة لتطوير حياتهم.
- ٧- نشر ثقافة التغيير: على البرامج الخدمية ان تروج للأفكار الحديثة التي تحمل في طياتها التغيير للأفضل.

رابعاً: وظيفة البرامج الخدمية في الإذاعات المسموعة

تؤدي البرامج الخدمية في الإذاعات المسموعة وظائف عديدة لشرائح المجتمع المتعددة ومثلما كان التخصص في الإذاعات أصبح التخصص أيضاً في البرامج فظهرت البرامج الخدمية والتي كانت مطلب من مطالب التجدد الإذاعي اذ ان وسائل الإعلام وبالأخص الإذاعات المسموعة تمثل عين الجمهور على المؤسسات الخدمية العاملة عليها لذلك توجد عدة وظائف للبرامج الخدمية في الإذاعات المسموعة وهي كالآتي^(١):

- ١- **وظيفة المراقب:** أي ان البرامج الخدمية تسعى لان تكون رقيباً على ما يدور في المؤسسات الخدمية وهنا يمثل دورها بدور الحارس اليقظ الذي يعمل كقريب ضد إساءة تقديم الخدمات أو ضد إساءة استخدام الخدمات من قبل المواطنين.
 - ٢- **وظيفة الحارس الأمين على الخدمات:** وتعني ان البرامج الخدمية في الإذاعات المسموعة تقوم بحراسة المؤسسات الخدمية وتكون شديدة الحرص على كشف العناصر الفاسدة فيها والتي تعكر تقديم الخدمات بشكل صحيح.
 - ٣- **وظيفة المرشد للجمهور:** أي ان البرامج الخدمية تكون بمثابة الدليل أو المرشد الذي يمد المواطنين بالمعلومات عن الواقع الخدمي لتقييم الواقع المقدم لهم.
 - ٤- **وظيفة الداعم للجمهور:** تكون البرامج الخدمية بصورة عامة أداة مستقلة تعمل دون الالتفات إلى الآراء والاتجاهات الأخرى ودون سيطرة الجهات أو المؤسسات الخدمية النافذة حتى لا تكون بمثابة أداة ناقلة لما تريده هذه المؤسسات بان يعرفه الجمهور عن تقديم الخدمات وبالطريقة التي يريدونها دون توجيه أي انتقادات للمؤسسات القائمة.
- وترى الباحثة ان هذه الوظائف أساسية للبرامج الخدمية ولكن تطبيقها يكون مرتبط بعدة عوامل داخلية وخارجية تحد من تأثير الإذاعات المسموعة على الجماهير وتكون مرتبطة بسياسة المؤسسة الإعلامية وبظروف القائم بالاتصال.

خامساً: توظيف الإذاعات المسموعة للبرامج الخدمية

تستخدم الإذاعات المسموعة سلطتها لأحداث التوظيف المطلوب للبرامج الخدمية على النحو الآتي^(٢):

- ١- تبدأ الإذاعات المسموعة في تركيز اهتمامها على نقل رسائل حول موضوع خدمي محدد من خلال البرامج الخدمية.
- ٢- تجميع المعلومات والبيانات الخدمية التي يراد ترجمتها إلى رسائل إعلامية.

(١) مجاشع محمد علي، التلفزيون والفساد: دور التلفزيون ومكافحة الفساد، (القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٦م)، ص ٩١-٩٢.

(٢) خالد محمد غازي، صناعة الكذب.. كيف نفهم الإعلان البديل؟، (القاهرة: وكالة الصحافة العربية، ٢٠٢٢م)، ص ٥٠.

- ٣- على مدى فترة ممتدة من الزمن تستمر البرامج الخدمية في إذاعة الرسائل حول الموضوع الذي ركزت عليه الإذاعة المسموعة بشكل دائم ومنظم ومتكامل.
- ٤- يبدأ الجمهور بالاهتمام بهذه الرسائل الخدمية وتدريبياً يبدأ المجتمع المحلي المكون من الأفراد في تكوين فهمه العام والمتشابه للموضوع الخدمي أو للرسالة التوعوية والمستمد من مضامين البرامج الخدمية.
- ٥- مع زيادة طرح البرامج الخدمية للموضوع الخدمي من خلال الإذاعة المسموعة يتكون فهم عام مشترك حوله وبالتالي يتم تشكيل أو إعادة تشكيل المعاني والمعتقدات والاتجاهات التي تعمل كمرشد للسلوك الخدمي المطلوب.
- ٦- وبالتالي توظف الإذاعات المسموعة من خلال البرامج الخدمية معتقدات واتجاهات جديدة لدى الجمهور تؤدي إلى تغيير أنماط السلوك المرتبط بالموضوع الخدمي.

المبحث الثالث: توظيف البرامج الخدمية في الإذاعات المسموعة

اجرت الباحثة تحليلاً لمضامين برنامج (ستوديو الأمانة المفتوح) والذي هو برنامج خدمي يبيث من خلال إذاعة صوت العاصمة، إذ يتم التوعية فيه بالأمر الخدمية فضلاً عن وظائف إعلامية أخرى وموضوعات ومضامين تخص الحياة العامة وقد استخدمت الباحثة أسلوب الحصر الشامل لتحديد التوعية الخدمية التي انطوى عليها البرنامج أثناء المدة الزمنية الخاصة بالتحليل وهي ثلاثة اشهر للمدة من ٢٠٢٢\١\٢م إلى ٢٠٢٢\٣\٣١م، إذ تم تحليل (٦٢) حلقة تناولت طريقة تفعيل التوعية في البرنامج، وتقدم الجداول أدناه عرضاً لطريقة توظيف الإذاعة للبرنامج الخدمي المذكور .

جدول (١) يوضح تعريف الخدمات المقدمة والمعوقات

ت	فئات فرعية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	استفسار عن المعوقات والمشاكل	٤٧٨	٢٥.٤%	الأولى
٢	توضيح المعلومات	٤٧٠	٢٥.٠%	الثانية
٣	الحديث عن أعمال الدوائر البلدية	٣٥٤	١٨.٨%	الثالثة
٤	تفسير المعوقات والمشاكل	٢٧٥	١٤.٦%	الرابعة
٥	عرض الحقائق	١٥٧	٨.٣%	الخامسة
٦	شرح الأعمال	١٤٨	٧.٩%	السادسة
	المجموع	١٨٨٢	١٠٠%	

تبين من خلال الجدول أعلاه والشكل أعلاه ان المعوقات التي تقف بوجه المؤسسات الخدمية وتمنعها عن أداء وظيفتها من حيث توفير الخدمة وتحسين جودتها واستدامتها، هي مشاكل معقدة ومركبة وتحتاج إلى التواصل الدائم مع المواطنين لمعرفة أسبابها ولتوضيح أسباب عدم الشروع بتنفيذ المشاريع أو أسباب التلكؤ فيها والمعوقات التي تحول دون إكمالها، إذ جاءت فئة (استفسار عن المعوقات والمشاكل) بالمرتبة الأولى بعدد تكرارات (٤٧٨) وبنسبة مئوية (٢٥.٤%)، ويتم سؤال الضيف من قبل المقدم أو المواطن عن أسباب هذه المشاكل الخدمية والمعوقات والتي قد يكون المواطن هو أحد أسبابها أو قد تكون الجهات الأخرى هي المسؤولة إذ ورد في البرنامج

استفسار من المواطن عن سبب الإخفاق في تنفيذ المشاريع الخدمية^(١)، وهنا يؤشر ان البرنامج قائم على الاستفسار اذ يلجأ الضيف إلى تقديم المعلومات التي توضح الأسباب ، اذ ان الاستفسار قد يكون متعلق بالتكؤ في التبليط أو عدم المتابعة الجدية للمشاريع أو عدم تأهيل وتطوير الشوارع أو إدامة الحدائق العامة أو الاستفسار عن عدم وجود مشاريع جديدة في المياه والصرف الصحي.

وجاءت بالمرتبة الثانية فئة (توضيح المعلومات) بعد ان حصلت على (٤٧٠) تكرارا ونسبة مئوية (٢٥.٠%)، اذ يعطي البرنامج الوقت للضيف لتوضيح المعلومات الغير مفهومة بالنسبة للمواطن وإعطاء شرح كامل عنها لجعلها واضحة اكثر وكشف الحقائق وإيضاح الأمور وطريقة اتخاذ القرارات لمساعدة المواطن للوصول إلى حالة من الفهم الصحيح عن الأمور الخدمية، اذ جاء في البرنامج **«توضيح إجراءات طريقة استحصال ودفع رسوم الجباية من المحلات التجارية»**^(٢)، وهذا يؤشر إلى ان البرنامج يوضح الخطوات الصحيحة لطريقة استحصال الجباية اذ دائما ما يجهل المواطن خطوات عملية الاستحصال والنسب المحددة للمحلات التجارية مما يتيح حالة من عدم الفهم والتشكيك بالجباية من قبل المواطن أو ان يقع المواطن ضحية النصب والاحتيال من قبل البعض لعدم معرفته بهذه التعليمات.

ان هدف البرنامج ليس فقط التوعية الخدمية واستلام الشكاوى وإنما الحديث أيضًا عن إنجازات وأعمال ومشاريع الدوائر البلدية لذلك حلت فئة **(الحديث عن أعمال الدوائر البلدية)** بالمرتبة الثالثة ب (٣٥٤) تكرارا ونسبة مئوية (١٨.٨%)، ويتم التعريف بالخدمات المقدمة والإعلان عنها إضافة إلى عرض الإحصاءات والأرقام الخاصة بإنجاز المشاريع وحجم الخدمات المقدمة من تطوير وتأهيل وإدامة مشبكات الصرف الصحي وخطوط المياه والطرق والحدائق العامة والحديث عن الجهد الخدمي في مجال النظافة والأكساء والترقيع والزراعة وجميع أعمال الدائرة البلدية وجاء في البرنامج وعلى لسان الضيف **«ان الدائرة البلدية تقوم بعدة أعمال يومية ومنها أعمال تأهيل وتطوير الشوارع العامة والاستمرارية في تقديم الخدمات في الزراعة وإدامة وتنظيف الطرق وتأهيل الحدائق العامة وتطويرها إضافة إلى معالجة عدد من المشاكل في مشبكات الصرف الصحي وإزالة عدد من التجاوزات والتنسيق مع الجهات الأخرى للحفاظ على المدينة من التجاوزات»**^(٣)، اذ يعمل البرنامج على إبراز دور أمانة بغداد، وهذه الأعمال تعد من الأعمال اليومية والواجبات الروتينية للدوائر البلدية ولكن الحديث عنها هو لمعرفة المواطن بحجم الأعمال التي تقوم بها الدائرة البلدية على ارض الواقع والتي قد تكون رغم بساطة الأعمال بالنسبة للمواطن الطامح إلى تقديم المزيد من الخدمة له، إلا أنها تكلف الدائرة البلدية مجهود مادي وبشري كبير لذلك يعتمد البرنامج ومن خلال الضيف إلى الحديث وذكر هذه الأعمال اذ يتحدث الضيف مره عن تأهيل وإكساء الطرق وتارة أخرى عن إدامة الحدائق العامة ومره عن النظافة.

(١) إذاعة صوت العاصمة، برنامج ستوديو الأمانة المفتوح حلقة يوم ٢٠٢٢/١١/١٣.

(٢) إذاعة صوت العاصمة، برنامج ستوديو الأمانة المفتوح حلقة يوم ٢٠٢٢/١٣/١٧.

(٣) إذاعة صوت العاصمة، برنامج ستوديو الأمانة المفتوح حلقة يوم ٢٠٢٢/١٣/١٧.

جدول (٢) توضيح أشكال التوعية المعروضة في البرنامج

ت	فئات فرعية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	التوعية عن طريق الكلمة	١٧١٧	٩٨.٦%	الأولى
٢	التوعية عن طريق مشهد تمثيلي	٢٤	١.٤%	الثانية
٣	التوعية عن طريق فاصل غنائي	٠	٠.٠%	الثالثة
	المجموع	١٧٤١	١٠٠%	

من خلال تحليل الجدول (٢) يتبين ان برنامج ستوديو الأمانة المفتوح استخدم التوعية بمختلف أشكالها لتحقيق الهدف المرجو من البرنامج فقدم التوعية الخدمية على شكل نصائح على لسان مقدم البرنامج لتركيز انتباه المتلقي على القضية أو المسألة الخدمية فتحمل كلماته الودية أو الناقدة مفردات توعية تؤدي بالمستمع إلى التفكير السليم، لذلك حصلت فئة (التوعية عن طريق الكلمة) على المرتبة الأولى بعدد تكرارات بلغ (١٧١٧) ونسبة مئوية (٩٨.٦%)، وجاء في المرتبة الثانية فئة (التوعية عن طريق مشهد تمثيلي) بحصولها على (٢٤) تكرارا ونسبة مئوية (١.٤%)، اذ يستخدم البرنامج المشاهد التمثيلية التي تجمع ما بين التثقيف بالأمور الخدمية والطرافة من خلال تشجيع المجتمع على الالتزام بالحفاظ على الخدمات المقدمة له وهو بذلك يترجم رؤية المؤسسة الخدمية بلغة درامية هادفة للحد من تشوية المظهر الحضري للمدينة والحفاظ على المنجزات وأيضا توعية المتلقي بحقوقه وواجباته، ويلاحظ في البرنامج عدم استخدام فواصل غنائية توعية لذلك جاءت فئة (التوعية عن طريق فاصل غنائي) بالمرتبة الثالثة بتكرار (٠) ونسبة مئوية (٠%)، وترى الباحثة ان اخذ التوعية عن طريق أغنية مع موسيقى اسهل من أخذها عن طريق الكلمة وخصوصا مع جيل الشباب.

جدول (٣) يبين كيفية اللجوء إلى الخطط الخدمية

ت	فئات فرعية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	خطط إدامة والمحافظة على المشاريع المنجزة	٤٠٩	٢٨.٥%	الأولى
٢	خطط لأعمال المؤسسة اليومية	٣٦١	٢٥.٢%	الثانية
٣	خطط لحملات توعية	٢٤٨	١٧.٣%	الثالثة
٤	خطط لمعالجة الأضرار	٢٠٦	١٤.٤%	الرابعة
٥	خطط لتأهيل المشاريع	١٠٧	٧.٥%	الخامسة
٦	خطط لمشاريع جديدة	٤٨	٣.٣%	السادسة
٧	التخطيط لحلول مقترحة	٣٩	٢.٧%	السابعة
٨	خطط تعاون مشترك مع الجهات الأخرى	١٦	١.١%	الثامنة
	المجموع	١٤٣٤	١٠٠%	

تستغرق عملية إنجاز المشاريع وقت وجهد كبيرين وتحتاج المشاريع الخدمية للجوء إلى خطط ومجموعة من التدابير التي تعمل على تطويع سائر أفراد المشروع للحفاظ على ما تم تحقيقه من نتائج وعلى أهداف المشروع المستقبلية، اذ تحتاج المشاريع المنجزة إلى إدامة دائمة للحفاظ عليها ويكون ذلك من خلال خطط معينة إما تكون استراتيجية أو تكتيكية أو تشغيلية حسب احتياج كل

مشروع، اذ يتم التأكد من ان المشروع يتجه نحو تحقيق الأهداف المرجوة منه وان الأنشطة والخدمات يتم تقديمها في الوقت المناسب وللجهات المستهدفة لذلك تميزت فئة (خطط إدامة والمحافظة على المشاريع المنجزة) وجاءت بالمرتبة الأولى وحصلت على (٤٠٩) تكرارا ونسبة مئوية (٢٨.٥%)، وجاء في البرنامج ^(١) «ان الدائرة البلدية تضع خطط لإدامة محطات الصرف الصحي وعدم تعطيلها عن الخدمة مع المتابعة المستمرة وإصلاح أي عطل طارئ»^(١)، يلجا البرنامج إلى شرح هذه الخطط لكي يكون المستمع على علم ودراية بخطوات عمل المشاريع اذ ان عمل الدوائر الإدارية والبلدية والفنية ليس فقط إنجاز المشاريع بل كيفية الحفاظ على هذه المشاريع والمتابعة الدائمة ووضع خطط إدامة مستمرة لتلافي حصول عطل أو خروجها من الخدمة والذي من الممكن ان يسبب مشكلة كبيرة في إيصال الخدمات إلى المواطن.

وبعدها جاءت فئة (خطط لأعمال المؤسسة اليومية) بالمرتبة الثانية بعدد تكرارات (٣٦١) ونسبة مئوية (٢٥.٢%)، اذ ان هنالك خطط قصيرة المدى أي الخطط اليومية التي تضعها المؤسسة لتقديم الخدمات اليومية من نظافة وفتح مشبكات المجاري وإيصال المياه إلى الدور وإدامة الحدائق العامة أي المهام اليومية للدائرة البلدية وليست المشاريع الكبرى والتي تحتاج إلى وقت طويل لإنجازها وإلى خطط طويلة، اذ ذكر الضيف ^(٢) «ان الدائرة البلدية تضع خطط يومية خاصة بتنظيف وغسل الطرق وإدامة الحدائق العامة من اجل الحفاظ على الشكل الحضري للمدينة»^(٢)، وهذا يؤشر ان قياس مستوى الخدمات المقدمة للمواطن مرتبط بالخطط اليومية التي تضعها الدائرة البلدية والتي تكون شاملة لجميع الخدمات.

وحصلت فئة (خطط لحملات توعية) على المرتبة الثالثة بعد ان حصلت على (٢٤٨) تكرارا ونسبة مئوية (١٧.٣%)، وتعد حملات التوعية جهد مستدام لتثقيف الأفراد وزيادة وعيهم العام حول القضايا والأمور الخدمية ويتم التوجه إلى التخطيط لاستخدام الحملات التوعوية كونها الأكثر فعالية في إيصال الرسائل التوعوية إلى الجمهور وتحقيق الأهداف المنشودة منها وتعد من الفعاليات والجهود المخطط لها التي تهدف إلى أحداث تغييرات إدراكية وسلوكية واتجاهية لدى جمهور محدد في مكان وزمان محدد للوصول إلى توعية المواطن بصورة طوعية وتعزيز مشاركته في العملية التنموية الخدمية اذ تحدث الضيف ^(٣) «تقوم الدائرة البلدية بالعديد من الخطط والتي منها التخطيط لحملات توعية وبالأخص أثناء أيام الزيارات الدينية اذ تحتاج حملات التوعية إلى إعداد خطط مسبقة للقيام بها وتحديد أماكن تواجد الزوار وتوعيتهم للحفاظ على النظافة وعلى الشوارع العامة من خلال توزيع الفولدرات التوعوية عليهم وأيضاً إعداد فرق توعوية جواله تدخل إلى خيم الزوار وتجتمع بهم وتوعيتهم»^(٣)، اذ يحرص البرنامج على توضيح ان أمانة بغداد تقوم بالعديد من الجهود الخاصة بالتوعية والتي منها وضع خطط خاصة لتوعية المواطنين وان هذه التوعية نابعة من جهد علمي وعملي كبيرين.

(١) إذاعة صوت العاصمة، برنامج ستوديو الأمانة المفتوح حلقة يوم ٢٠٢٢/١٢/١٠.

(٢) إذاعة صوت العاصمة، برنامج ستوديو الأمانة المفتوح حلقة يوم ٢٠٢٢/١٣/٢٢.

(٣) إذاعة صوت العاصمة، برنامج ستوديو الأمانة المفتوح حلقة يوم ٢٠٢٢/١١/١٣.

جدول (٤) يوضح التواصل مع المواطن من خلال البرنامج

ت	فئات فرعية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	دعوة المواطنين للاتصال على أرقام الهواتف الخاصة بالبرنامج	٦٥١	٦٤.٣%	الأولى
٢	التأكيد على وجود صفحة فيس بوك للتواصل	٢٦٧	٢٦.٤%	الثانية
٣	التواصل المباشر عن طريق المتابعين	٥٧	٥.٦%	الثالثة
٤	التواصل عن طريق تحديد موعد لمقابلة المواطن	٣٨	٣.٧%	الرابعة
	المجموع	١٠١٣	١٠٠%	

من خلال الجدول (٤) تبين ان فئة (دعوة المواطنين للاتصال على أرقام الهواتف الخاصة بالبرنامج) جاءت بالمرتبة الأولى بعدد تكرارات بلغت (٦٥١) ونسبة مئوية (٦٤.٣%)، لذلك يقوم برنامج (ستوديو الأمانة المفتوح) باستضافة شخصية معنوية من داخل أمانة بغداد وتكون هذه الشخصية صاحبة قرار من اجل طرح المعلومات حول الأمور الخدمية ويكون فيها مشاركة من المستمعين عن طريق الهاتف اذ تسعى إدارة البرنامج من خلال الضيف إلى أخبار المجتمع المحلي عن حقيقة وجوهر الأمور الخدمية والمعوقات والمشاكل التي تحيط بها، لذلك يدعو المقدم المستمعين إلى الاتصال بالبرنامج وذلك من خلال تكرار أرقام البرنامج وعلى مدار الحلقة ((إذا مستمعينا نتواصل معكم ونستمع لجميع مقترحاتكم وشكاواكم عبر أرقام البرنامج المفتوحة إمامكم))^(١)، ان احد أهداف البرنامج هو الاستماع إلى شكوى ومطالب المواطنين لذلك فإن البرنامج يفقد ركن مهم من أركان وجوده بدون اتصالات المستمعين. وجاءت بعدها فئة (التأكيد على وجود صفحة فيس بوك للتواصل) وحصلت على المرتبة الثانية بعدد تكرارات (٢٦٧) ونسبة مئوية (٢٦.٤%)، اذ حرص البرنامج على فتح صفحات جديدة للتواصل مع المواطنين وعدم الاكتفاء بالتواصل عن طريق الهاتف وفتح بث مباشر على الفيس بوك واستلام الشكاوى والمقترحات وإذاعاتها على الهواء مع مفاتحة الدائرة البلدية بصورة مباشرة أيضاً، اذ جاء في البرنامج ((نستقبل شكاواكم ومقترحاتكم أيضاً على صفحة إذاعة صوت العاصمة على الفيس بوك))^(٢)، وهذا يشير إلى ان البرنامج يسهل التواصل مع المواطنين عن طريق الفيس بوك.

إما المرتبة الثالثة فقد حصلت عليها فئة (التواصل عن طريق المتابعين) بـ(٥٧) تكرارا ونسبة مئوية (٥.٦%)، لذلك تقوم الإذاعة بأرسال متابع في المنطقة الجغرافية التابع لها بلدية الضيف يقوم بالتواصل مع المواطنين لمعرفة احتياجاتهم ومعاناتهم إضافة إلى رصد نقص الخدمات والتجاوزات وعرضها بصورة مباشرة على ضيف الحلقة ((متابعة ورصد نقص عدد من الخدمات إضافة إلى كسر أنبوب ماء وانتشار النفايات بصورة عشوائية في المنطقة))^(٣)، ان استلام الشكاوى من اكثر من منفذ دليل على جدية البرنامج في التواصل مع المواطن وبمختلف الطرق.

(١) إذاعة صوت العاصمة، برنامج ستوديو الأمانة المفتوح حلقة يوم ٢٠٢٢/٣/٣١.

(٢) إذاعة صوت العاصمة، برنامج ستوديو الأمانة المفتوح حلقة يوم ٢٠٢٢/١٢/٢٠.

(٣) إذاعة صوت العاصمة، برنامج ستوديو الأمانة المفتوح حلقة يوم ٢٠٢٢/٣/٣١.

جدول (٥) لفئة مصادر البرنامج الإذاعي الخدمي

ت	فئات فرعية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	ضيف البرنامج	٢٨٨	٣٤.٥%	الأولى
٢	موقع الإذاعة الرسمي على الفيس بوك	٢٣٥	٢٨.١%	الثانية
٣	موظف مخول بإعطاء معلومات	١٣٣	١٥.٩%	الثالثة
٤	مراسل الإذاعة	٦٢	٧.٥%	الرابعة
٥	مصادر خاصة	٦٠	٧.٢%	الخامسة
٦	شهود عيان	٥٧	٦.٨%	السادسة
	المجموع	٨٣٥	١٠٠%	

يتبين من خلال الجدول (٥) ان فئة (موظف مخول بإعطاء معلومات) جاءت بالمرتبة الأولى وحصلت على عدد تكرارات (٢٨٨) ونسبة مئوية (٣٤.٥%)، اذ حرص البرنامج على ضرورة التواصل خلال الحلقة الواحدة مع موظفين مخولين عن الدوائر البلدية بالإجابة واصبحوا مصدر من مصادر البرنامج وذلك لانهم مخولون بإعطاء معلومة كاملة عن الدائرة البلدية اذ جاء في البرنامج ((قامت الدائرة البلدية بإزالة العديد من التجاوزات الحاصلة في احد الأسواق الموجودة ضمن الرقعة الجغرافية للدائرة البلدية وهي ضمن حملة نفذت لإزالة العديد من التجاوزات))^(١)، اذ أصبحت هنا موظفة الدائرة البلدية مصدر للمعلومة بوجود حملة لإزالة التجاوزات. وحلت فئة (موقع الإذاعة الرسمي على الفيس بوك) بالمرتبة الثانية وحصلت على (٢٣٥) تكرارا وبنسبة مئوية (٢٨.١%)، اذ يلجأ البرنامج إلى فتح بث مباشر على موقع الإذاعة الرسمي على الفيس بوك أثناء إذاعة الحلقة واصبح يستلم المعلومات من خلال الموقع من المواطن ومن موظفي الدوائر البلدية ويقوم بإذاعتها على الهواء مباشرة ((استلام صورة على البث المباشر من احد المواطنين تظهر عبث كبير بالممتلكات العامة))^(٢)، اعتمد البرنامج على الموقع الرسمي واصبح ما ترسل اليه من معلومات وصور واحدة من اهم مصادر البرنامج.

وبعدها جاءت فئة (ضيف البرنامج) بالمرتبة الثالثة بـ (١٣٣) تكرارا وبنسبة مئوية (١٥.٩%)، اذ ان ضيف البرنامج مصدر مهم للمعلومة، كون ان الخدمة مقدمة منه إلى المواطن والتي يسعى لتقديم افضلها، اذ جاء في البرنامج ((سرقة العديد من حاويات النفايات المتريية ومن دون تدخل القوة الماسكة للأرض علما بأنهم على علم بها والسيارات التي تنقل فيها الحاويات المتريية تمر من خلال السيطرات الموجودة في المنطقة))^(٣)، وهنا إشارة من البرنامج إلى ان الضيف هو مصدر للمعلومة بسرقة الحاويات المتريية وعدم اخذ القوة الماسكة للأرض لدورها في محاسبة السراق وإيقاف العجلات التي يسرق فيها.

(١) إذاعة صوت العاصمة، برنامج ستوديو الأمانة المفتوح حلقة يوم ٢٠٢٢/١١/١٦.

(٢) إذاعة صوت العاصمة، برنامج ستوديو الأمانة المفتوح حلقة يوم ٢٠٢٢/١١/١٣.

(٣) إذاعة صوت العاصمة، برنامج ستوديو الأمانة المفتوح حلقة يوم ٢٠٢٢/١١/١٥.

❖ الاستنتاجات

- تأسيسا على ما سبق توصلت الباحثة إلى جملة من الاستنتاجات هي:
- ١-تباين البرنامج في تفعيل الوظيفة التوعوية عملية الأقناع والتوعية وبأساليب إقناعيه مختلفة، فيما ركز في حلقات أخرى على نقد المواطن،
 - ٢-اظهر التحليل ان البرنامج قد أولى اهتماما كبيرا بإنجازات أمانة بغداد، والذي كان ركيزة مادية له للتوعية بأهمية الحفاظ على المنجزات.
 - ٣-تبين من التحليل ان البرنامج قد طرح مجموعة من الخطط قبل الركون إلى تنفيذ المشاريع والأعمال اليومية والحملات التوعوية وهذا يدل على ارتكاز البرنامج على الجوانب العقلانية في التخطيط واستمالة المواطن، وترسيخ هذه الخطط في ذهن الجمهور.
 - ٤-نستدل من التحليل ان البرنامج تميز في ربط الوظيفة التوعوية مع مضامين البرنامج بالشكل الصحيح في بعض حلقاته، اذ ربط بين التعريف بالخدمات المقدمة وتوضيح المعلومات وتفسير المعوقات التي تقف دون تنفيذ الخدمات.
 - ٥-تبين من التحليل ان الأساليب الإقناعية المستخدمة في التوعية الخدمية برزت بشكل واضح في البرنامج مما يعني ان البرنامج خاطب المتلقي من خلال الوقوف معه في إدانة عدم توفير الخدمات وأولى اهتماما كبيرا بالمواطن لأقناعه بالوثوق به والوصول به إلى حالة الأقناع المتوخاة.
 - ٦-حرص البرنامج على الحديث عن اعمال الدوائر البلدية ما يعني تركيزها على الجانب العملي للدوائر البلدية وليس فقط على الشكوى وتكوين ثقل جماهيري للمؤسسة الخدمية في الشارع البغدادي، وفي الوقت ذاته ابراز الجانب التفاعلي مع المواطن في العمل لأجله.

❖ المصادر والمراجع

- (١) ابتسام إسماعيل قادر، إبراهيم سعيد، فؤاد علي احمد، رؤى أكاديمية لقضايا إعلامية.(عمان: دار امجد للنشر والتوزيع، ٢٠١٧م).
- (٢) إسماعيل إبراهيم، الإعلام السياحي، (القاهرة: مجموعة النيل الدولية، ٢٠١٧م).
- (٣) أمينة صبري، خالد جمال عبدو، مكانة الإذاعات المسموعة ودورها في ظل منافسة الإذاعات الخاصة، جامعة الدول العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، تونس، ٢٠٠٨م.
- (٤) أياد هلال حمادي الدليمي، الشبكات الإذاعية والتلفزيونية وشبكات التواصل الاجتماعي وظيفة إخبارية ام ترف إعلامي،(عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع، ٢٠٢٠م).
- (٥) بركات عبد العزيز، مناهج البحث العلمي، (القاهرة: دار الكتاب الحديث، ٢٠١٥م).
- (٦) حسن علي قاسم، إنتاج المواد السمعية البصرية الأسس العلمية والمهنية، (القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٩م).
- (٧) حسين عبد الفتاح الغامدي، مقياس فاعليات الإداء، (الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ٢٠١٠م).
- (٨) خالد محمد غازي، التحرير الصحفي.. توظيف تكنولوجيا الاتصال،(القاهرة: وكالة الصحافة العربية، ٢٠٢١م).
- (٩) خليل إبراهيم البناء، الإعلام الاجتماعي، (عمان: أمواج للنشر والتوزيع، ٢٠١٣م).

- ١٠ رانيا عبد النعيم العشران وآخرون، الإعلام الأمني في ظل المتغيرات الأمنية، (الرياض: دار جامعة نايف للنشر، ٢٠١٧م).
- ١١ رؤوف سالم احمد حسين، الإعلام الصحي وتطبيقاته في المجالات الطبية، (دمشق: دار العلم والأيمان للنشر والتوزيع، ٢٠١٨م)، ص ١١-١٢.
- ١٢ سارة نصر محمد، مؤسسة الرئاسة والبرامج الحوارية: المعالجة الإعلامية وعلاقتها باتجاهات الجمهور، (القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع، ٢٠٢٠م).
- ١٣ سامح الشريف، رجال الأعمال... وإعلامهم، (عمان: دار العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٧م).
- ١٤ سندس احمد الندوي، الوظيفة التوعوية للصحافة العراقية إزاء الموضوعات المجتمعية دراسة تحليلية لجريدة الصباح، جريدة الزمان، جريدة طريق الشعب، رسالة ماجستير، الجامعة العراقية، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠٢١م.
- ١٥ طالب عبد الحسين فرحان الشمري، أعداد البرامج الإذاعية والتلفزيونية، (القاهرة: دار الكتاب الحديث، ٢٠١٤م).
- ١٦ عبد الباسط محمد الحطامي، مقدمة في الإذاعة والتلفزيون، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م).
- ١٧ عبلة محمد رويس، تجربة الإذاعات الأردنية في تنمية المجتمع المحلي دراسة حالة: نادي مستمعي راديو البلد، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، كلية الإعلام، قسم الإعلام، ٢٠١٠م.
- ١٨ علي كنعان، الإعلام التفاعلي، (عمان: دار امجد للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م).
- ١٩ غادة عبد التواب، المدخل الوظيفي والجامهيري للأعلام الصحفي، (الإسكندرية: مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، ٢٠٢٠م).
- ٢٠ فرهاد حسن عبد اللطيف، الإعلام الحربي والعسكري، (عمان: دار الجنادرية للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م).
- ٢١ فلاح كاظم المحنة، البرامج الإذاعية والتلفزيونية، بيت الحكمة، ب.س.
- ٢٢ ماجد فاضل الزبون، الإعلام الاقتصادي: قراءة في القنوات العربية المتخصصة، (القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م).
- ٢٣ مجاشع محمد علي، التلفزيون والفساد: دور التلفزيون ومكافحة الفساد، (القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٦م).
- ٢٤ محسن جلوب الكناني، فن الحوار الإعلامي إشكالية الشكل والمفهوم، (عمان: دار امجد للنشر والتوزيع، ٢٠١٨م).
- ٢٥ محمد زايد أبو رجب التميمي، المنظور الاستراتيجي للإعلام الدعوي، (عمان: دار امجد للنشر والتوزيع، ٢٠١٧م).
- ٢٦ محمد كحط الربيعي، حسين الأنصاري، الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية، (عمان: مركز الكتاب الأكاديمي، ٢٠١٤م).
- ٢٧ مصطفى يوسف كافي، فن الخبر الإذاعي، (عمان: دار الابتكار للنشر والتوزيع، ٢٠١٨م).

- ٢٨) مهند سليمان النعيمي، الف باء تاء... صحافة، (المنامة: ب ن، ٢٠١٧م) .
- ٢٩) وليدة حدادي، الأنترنت والقيم السياسية، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠٢٠م).

- 1) Abd al-Basit Muhammad al-Hatami, Introduction to Radio and Television, (Amman: Dar Osama for Publishing and Distribution, 2015).
- 2) Abla Muhammad Ruwais, The Experience of Jordanian Radios in Community Development, Case Study: Al-Balad Radio Listeners Club, Master Thesis, Middle East University for Graduate Studies, College of Information, Department of Information, 2010).
- 3) Ali Kanaan, Interactive Media (Amman: Dar Amjad for Publishing and Distribution, 2015).
- 4) Amina Sabry, Khaled Gamal Abdo, the status of audio broadcasting and its role in light of the competition of private broadcasting, the League of Arab States, the Union of Arab States Broadcasting, a series of radio research and studies, Tunisia, 2008.
- 5) Barakat Abdel Aziz, Methods of Scientific Research, (Cairo: Dar Al-Kitab Al-Hadith, 2015).
- 6) Falah Kazem Al-Mehna, radio and television programmes, House of Wisdom, BS.
- 7) Farhad Hassan Abdul Latif, Military and Military Information, (Amman: Dar Al-Janadriyah for Publishing and Distribution, 2015 (.
- 8) Ghada Abdel Tawab, The Functional and Public Entrance to Journalistic Media, (Alexandria: Horus International Foundation for Publishing and Distribution, 2020).
- 9) Hassan Ali Qassem, Production of Audiovisual Materials, Scientific and Professional Foundations, (Cairo: Dar Al-Arabi for Publishing and Distribution, 2019).
- 10) Hussein Abdel-Fattah Al-Ghamdi, Measurement of Performance Activities, (Riyadh: Naif Arab University for Security Sciences, 2010).
- 11) Ibtisam Ismail Qader, Ibrahim Saeed, Fouad Ali Ahmed, Academic Visions of Media Issues (Amman: Dar Amjad for Publishing and Distribution, 2010).
- 12) Ismail Ibrahim, Tourism Media, (Cairo: Nile International Group, 2017)
- 13) Iyad Hilal Hammadi al-Dulaimi, Radio and television networks and social networks: a news function or a media luxury (Amman: Dar Ghaida for Publishing and Distribution, 2020).
- 14) Khaled Mohamed Ghazi, Journalistic Editing.. Employing Communication Technology, (Cairo: Arab Press Agency, 2021).
- 15) Khalil Ibrahim Al-Banna, Social Media, (Amman: Amwaj for Publishing and Distribution, 2013).
- 16) Majid Fadel Al-Zaboun, Economic Media: Reading in Specialized Arab Channels, (Cairo: Dar Al-Arabi for Publishing and Distribution, 2015).

- 17) Mohsen Jalub Al-Kinani, The Art of Media Dialogue, Problematic Form and Concept, (Amman: Dar Amjad for Publishing and Distribution, 2018).
- 18) Muhammad Kaht Al-Rubaie, Hussein Al-Ansari, The Cultural Role of Arab Satellite Channels, (Amman: Academic Book Center, 2014).
- 19) Muhammad Zayed Abu Rajab Al-Tamimi, The Strategic Perspective of Advocacy Media, (Amman: Dar Amjad for Publishing and Distribution, 2017).
- 20) Muhannad Suleiman Al-Nuaimi, Alif Ba Taa.. Journalism, (Manama: BN, 2017).
- 21) Mujasha' Muhammad Ali, Television and Corruption: The Role of Television and the Fight against Corruption, (Cairo: Dar Al-Arabi for Publishing and Distribution, 2016).
- 22) Mustafa Youssef Kafi, The Art of Radio News, (Amman: Dar Al-Ibtikar for Publishing and Distribution, 2018).
- 23) Rania Abdel-Naim Al-Ashran and others, security media in light of security changes, (Riyadh: Naif University Publishing House, 2017).
- 24) Raouf Salem Ahmed Hussein, Health Media and its Applications in the Medical Fields, (Damascus: Dar Al-Ilm and Al-Iman for Publishing and Distribution, 2018).
- 25) Sameh Al-Sharif, Businessmen and Their Media (Amman: Dar Al-Arabi for Publishing and Distribution, 2017).
- 26) Sarah Nasr Muhammad, Founder of the Presidency and Talk Shows: Media Treatment and its Relationship to Audience Attitudes, (Cairo: Dar Al-Arabi for Publishing and Distribution, 2020).
- 27) Sondos Ahmed Al-Nadawi, The awareness function of the Iraqi press regarding societal issues, an analytical study of Al-Sabah newspaper, Al-Zaman newspaper, Tareeq Al-Shaab newspaper, master's thesis, Iraqi University, College of Information, Department of Journalism, 2021).
- 28) Talib Abdul-Hussein Farhan Al-Shammari, preparing radio and television programs (Cairo: Dar Al-Kitab Al-Hadith, 2014).
- 29) Walida Haddadi, The Internet and Political Values, (Amman: Osama House for Publishing and Distribution, 2020).