

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قال تعالى:

(وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ
إِنِّي مِنَ الْمُسْلِمِينَ) فصلت الآية "33"

صدق الله العظيم

الإهداء

إلى روح أبي الذي كان ساعياً إلى العمل، حاثاً على العلم والإجتهد، فخوراً بنا كما نحن فخورين به ، تقبله

الله في عليين .

إلى أمي ذات النفس الطموحة والهمة العالية، والتي كانت ومازالت وستظل قدوتي في الحياة ، وهي تجسد

قول الغزالي (إن المرأة لتعظم بعلمها الواسع وبيانها الحكيم وسيرتها الماجدة)

إلى زوجي الذي يمنحني العزيمه ويشاركني الفرحة

إلى ابنتي التي تُنير حياتي وأدعو الله أن ينير قلبها وعقلها

إلى إخوتي وأخواتي وزوجاتهم وأبنائهم رفقائي في دروب الحياة... سندي وملاذي الآمن

اليهم جميعاً أهدي هذا الجهد

الباحثة

شكر وعرهان

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على المبعوث رحمةً للعالمين سيدنا محمدٍ وعلى آله وصحبه أجمعين، أما بعد:

فإنَّ الشكر أولاً لله من قبلُ ومن بعد وهو القائل في محكم تنزيله: (وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ ۖ وَلَئِن كَفَرْتُمْ إِنَّ عَذَابِي لَشَدِيدٌ) (إبراهيم آية 7) .

والشكر والعرهان للأستاذ الدكتور "مختار عثمان الصديق" المشرف على الدراسة . والذي تابع الدراسة بالملاحظات والتدقيق والنصح ولم يبخل بعلمه ووقته حتى وصول الدراسة الى صورتها النهائية .

والشكر للأستاذة الأفاضل بكلية علوم الاتصال وكلية الدراسات العليا بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا وللموظفين بالادارتين وكذلك العاملين بمكتبة كلية علوم الإتصال على تعاونهم .

والشكر لكل من علمني حرفاً ونهلت من معين علمه خلال رحلتي العلمية وأخص أساتذتي بجامعة أمدمان الاسلامية- كلية الاعلام.

كما أتقدم بجزيل الشكر لإدارة هيئة التامين الصحي بولاية الخرطوم ولجميع الزملاء والعاملين بالهيئة وعلى رأسهم المدير العام / دكتور عمر حاج حسن وزملائي بإدارة الإعلام والعلاقات العامة وأخص منهم زميلتي الدكتورة رجاء خالد علقم فقد كان لكلٍ منهم دوره الذي أعان الباحثة على إكمال هذه الدراسة .

والشكر لإدارة إذاعة البيت السوداني وللعاملين بالإذاعة على تعاونهم مع الباحثة في تجميع المعلومات الخاصة بالدراسة .

الباحثة

المستخلص

تناولت الدراسة دور الإذاعة في التسويق الاجتماعي (دراسة وصفية تطبيقية على إذاعة البيت السوداني أم درمان أف أم 100 في الفترة من 2015م - 2016م) . استخدمت الباحثة المنهج الوصفي باستخدام أدوات الإستبيان والمقابلة والملاحظة ، حيث هدفت الدراسة إلى قياس مدى إسهام إذاعة البيت السوداني في تنفيذ حملات توعوية لتحقيق التغيير الاجتماعي والوقوف على أهم القضايا التي ناقشتها الإذاعة فيما يتعلق بتحقيق التغيير الاجتماعي ، والتعرف على ما يمكن أن تقدمه إذاعة البيت السوداني في مجال تغيير السلوك بالتركيز على المحافظة على السلوكيات والمعتقدات الجيدة في المجتمع ومحاولة القضاء على السلوكيات السالبة ، وأيضاً مراجعة التخطيط البرامجي وتقييم الأداء بالإذاعة ، وسعت الدراسة الى قياس مدى تفاعل وإستجابة المجتمع مع حملات الإذاعة ، والقضايا التي ينبغي أن تركز عليها حملات التسويق الإقتصادي والتعرف على ما يمكن أن يقدمه التسويق الاجتماعي في مجال التغيير الاجتماعي ، والخروج بتوصيات في مجال البرامج الصحية والاسرية وتطوير البرامج . وفي إطار تحقيق الأهداف السابقة خرجت الدراسة بعدد من النتائج كان من أهمها : أن إذاعة البيت السوداني تؤدي دوراً مهماً وأساسياً في مجال التوعية الأسرية و أشارت النتائج الى أن إذاعة البيت السوداني تحمل مضامين في برامجها وينبغي الاستفادة منها بوضع منهجية علمية و توفير البيانات اللازمة عن الجمهور المستهدف بالحملة ونوعية الرسالة . كما بينت النتائج أن طريقة إعداد وإخراج البرامج الاسرية بالإذاعة تحتاج إلى تطوير وذلك بتبني الإذاعة خطة التسويق الإقتصادي لأنها من أنسب الخطط في المجال الصحي ، خاصة أن البرامج الخاصه بصحة الأسرة تركز على نشر الوعي والعمل على تغيير السلوك . وقد أوصت الدراسة بعدة توصيات منها : وضع منهجية علمية لتنفيذ حملات التسويق الاجتماعي بالإذاعة ، مراجعة تخطيط البرامج التي تهتم بالتوعية والإرشاد وتغيير السلوك بإذاعة البيت السوداني ، إستغلال إستراتيجية تغيير السلوك في حملات التسويق الاجتماعي لتحقيق التغيير الاجتماعي ، إشراك المختصين في مجالات الصحة وعلم النفس والتربية وعلم الاجتماع في تخطيط وتنفيذ برامج الإذاعة .

Abstract

The study tackled the role of radio in the social marketing. "A descriptive applied study on the Radio of EL-Bait EL-Sudani FM 100, during 2015 - 2016". The researcher used the descriptive method by using the tools of questionnaire, interview and observation, where the study aimed to measure the contribution of the Radio of "EL-Bait EL-Sudani" in carrying out the awareness campaigns to achieve the social change and to stand the most important issues that were discussed by the radio regarding the achievement of the social change, to uncover what possible to be presented by the Radio of " EL-Bait EL-Sudani " in the field of behavior change, highlighting on keeping the good behaviors and beliefs in the society and the attempt to eradicate the negative customs , as well as reviewing the programmatic planning , evaluation of the performance of the radio .The study endeavored to measure the extent of the society's interaction and response with the radio campaigns ,beside the issues that should be focused on the social marketing campaigns , to recognize what can be presented by the social marketing in the field of the social change, to reach recommendations in the field of the health and family programs and the development of the programs. Within achieving the previous objectives, the study reached to a number of results, top of them: the Radio carries a message in the content of its programs and that it plays an important and key role in the field of family awareness. There is an urgent need to revise the planning of family awareness' programs in, " EL-Bait EL-Sudani ", as well as , that the results indicated to that the family programs in the Radio are need to be developed. The study recommended several recommendations, : to develop a systematic methodology to implementing the social marketing campaigns, to review the radio programs that concerning on raising awareness , guidance and behavior change in the Radio of "EL-Bait EL-Sudani " , to exploit the strategy of the behavior change in social marketing campaigns to achieve the social change, to involve specialists in the areas of health, psychology, education and sociology , in the planning and implementation of the radio programs.

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
أ	الآية
ب	الإهداء
ت	الشكر والعرفان
ث	المستخلص
ج	المستخلص باللغة الإنجليزية (Abstract)
ح	قائمة المحتويات
د	قائمة الجداول
ر	قائمة الأشكال
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
1	مقدمة.
4	أهمية الدراسة.
5	مشكلة الدراسة
6	تساؤلات الدراسة
7	أهداف الدراسة
7	منهج الدراسة.
7	أدوات جمع البيانات.
8	حدود الدراسة.
8	مجتمع الدراسة
9	الدراسات السابقة.
12	مصطلحات الدراسة.

الفصل الثاني: الاعلام الإذاعي تأثيره وبرامجه	
14	المبحث الأول : الإعلام وتأثيراته
32	المبحث الثاني : خصائص ووظائف الإذاعة المسموعة
40	المبحث الثالث : إنتاج وإعداد البرامج الإذاعية للراديو
الفصل الثالث: التسويق الاجتماعي	
55	المبحث الأول : مفهوم وسمات التسويق الاجتماعي.
69	المبحث الثاني: أنواع ومجالات التسويق الاجتماعي.
76	المبحث الثالث: الإتصال الإقناعي .
الفصل الرابع: الحملات الإذاعية (إستراتيجيات التخطيط والتسويق)	
86	المبحث الأول: تخطيط وتصميم الحملات الإذاعية .
94	المبحث الثاني: حملات التسويق الإجتماعي والتغيير الإجتماعي.
107	المبحث الثالث: التسويق الإجتماعي الإستراتيجيات والأهداف
الفصل الخامس: الدراسة الميدانية	
120	إذاعة البيت السوداني.
141	إجراءات الدراسة .
147	عرض وتفسير الجداول.
الفصل السادس : الخاتمة والنتائج والتوصيات	
204	الخاتمة.
204	النتائج.
205	التوصيات.
206	مقترحات لمشروعات بحثية مستقبلية
207	المصادر والمراجع.

قائمة الجداول

رقم الجدول	اسم الجدول	الصفحة
.1	مدخل منهج التغيير	71
.2	صدق وثبات الإستبانة- الإستماره رقم (1)	161
.3	صدق وثبات الإستبانة - الإستماره رقم (2)	162
.4	عينة الدراسة حسب الجنس	164
.5	التوزيع التكراري والنسبي لمتغير العمر	164
.6	التوزيع التكراري والنسبي لمتغير المستوى التعليمي	165
.7	التوزيع التكراري والنسبي لمتغير هل تستمع إلى إذاعة البيت السوداني	165
.8	التوزيع التكراري والنسبي لمتغير إذا كنت تستمع بين الأسباب حسب الأهمية	166
.9	التوزيع التكراري والنسبي لمتغير ماهي أسباب عدم الإستماع	167
.10	التوزيع التكراري والنسبي لمتغير مامدة الإستماع	168
.11	التوزيع التكراري والنسبي لمتغير ماهي الأوقات المفضلة للإستماع للإذاعة	169
.12	التوزيع التكراري والنسبي لمتغير هل تقوم بالتواصل مع الإذاعة	169
.13	التوزيع التكراري والنسبي لمتغير ماهي دوافع التواصل مع الإذاعة	170
.14	التوزيع التكراري والنسبي لمتغير ما البرامج التي تفضل الإستماع اليها في الإذاعة	171
.15	التوزيع التكراري والنسبي لمتغير شمول وعمق الموضوعات الخاصة بصحة الأسرة	172
.16	التوزيع التكراري والنسبي لمتغير محاولة ايجاد حلول لبعض قضايا ومشكلات الأسرة	173
.17	التوزيع التكراري والنسبي لمتغير تقديم مبادرات بمحاربة الممارسات الخاطئة	173
.18	التوزيع التكراري والنسبي لمتغير التركيز على الثقافة التغذوية	174
.19	التوزيع التكراري والنسبي لمتغير تقديم حملات توعوية في مجال الصحة والغذاء الجيد	174
.20	المقاييس الإحصائية لمحور ماهي إيجابيات الإذاعة في مجال التوعية الأسرية	175
.21	المسمى الوظيفي	177

177	التوزيع التكراري والنسبي لمتغير سنوات الخبرة	.22
178	إذاعة البيت السوداني من الإذاعات التي تحمل رسالة في مضامين برامجها	.23
178	تؤدي الإذاعة دوراً مهماً وأساسياً في مجال التوعية الأسرية	.24
179	رأي المبحوثين في طريقة إعداد وإخراج البرامج الأسرية بإذاعة البيت السوداني وهل تحتاج إلى تطوير	.25
180	تهتم الإذاعة بالتطوير والتحسين المستمر في طريقة إعداد وتقديم البرامج الأسرية	.26
180	يتسم معدوا ومقدموا البرامج في إذاعة البيت السوداني بالحرفية والمهنية العالية	.27
181	هل يتم إستغلال الدراما في الإذاعة لتوصيل الرسائل التوعوية في مجال الأسرة	.28
181	هنالك تخصصية في برامج الإذاعة	.29
182	المقاييس الإحصائية لمحور وضح رأيك في برامج الإذاعة	.30
184	كيف تساهم الإذاعة في جهود الدولة في مجال التوعية الأسرية	.31
185	في رأيك ماهي الأشكال البرمجية التي يجب أن تركز عليها الإذاعة	.32
186	الحملات الإعلامية في الإذاعة يجب أن تركز على	.33
187	إلى أي مدى أنت راضٍ عن أداء الإذاعة عموماً	.34
188	ماهي أسباب عدم الرضا	.35
189	تأثير التخطيط البرمجي	.36
190	تأثير ضعف الإمكانيات الفنية	.37
191	تأثير غياب التخصصية والمهنية	.38
192	تأثير ضعف الميزانية المخصصة للإذاعة	.39
193	تأثير ضعف تدريب الكوادر	.40
194	المقاييس الإحصائية لمحور العوامل المؤثرة في أداء الإذاعة	.41
195	التوزيع التكراري والنسبي لمتغير كيف يمكن الإرتقاء بعمل الإذاعة في مجال حملات التسويق الإجتماعي الهادف إلى التوعية الأسرية بهدف تغيير أو تعديل السلوك	.42

قائمة الأشكال

الصفحة	الشكل	رقم الشكل
124	جدول لعناصر المزيج التسويقي الإجمالي	.1
130	الخطة الإستراتيجية للتسويق الإجمالي	.2
187	إلى أي مدى أنت راضٍ عن أداء الإذاعة عموماً	.3
189	تأثير التخطيط البرامجي	.4
190	تأثير ضعف الامكانيات الفنية	.5
191	تأثير غياب التخصصية والمهنية	.6
192	تأثير ضعف الميزانية المخصصة للإذاعة	.7
193	تأثير ضعف تدريب الكوادر	.8