

الرقم:/2022



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على الاستماع لإذاعة جيجل المحلية - فيسبوك - نموذجاً

دراسة ميدانية لعينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة - جيجل -

مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي
في علوم الإعلام والاتصال تخصص السمع البصري

إشراف الأستاذ:

عبد الوهاب بويعة

إعداد الطلبة:

- مراد ركيمة
- سفيان باغي
- سامي سيدهم

لجنة المناقشة

الصفة	الجامعة	الرتبة	إسم ولقب الأستاذ
عضوا ممتحننا	جامعة جيجل	أستاذ محاضر أ	صبرينة حمال
مشرفا ومقررا	جامعة جيجل	أستاذ مساعد أ	عبد الوهاب بويعة
عضوا ممتحننا	جامعة جيجل	أستاذ مساعد أ	فيروز بوزيدة

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وتقدير

الحمد لله على إحسانه والشكر له على توفيقه وامتنانه ونشهد أن لا إله إلا الله وحده لا شريك له تعظيما لشأنه ونشهد أن سيدنا محمد عبده ورسوله الداعي إلى رضوانه صلى الله عليه وعلى آله وأصحابه وأتباعه وسلم.

بعد شكر الله سبحانه وتعالى على توفيقه لنا لإتمام هذا البحث المتواضع نتقدم بجزيل الشكر والامتنان إلى من شرفنا بإشرافه على مذكرة تخرجنا الأستاذ *عبد الوهاب بوباعة* والذي لن تكفي حروف هذه المذكرة لإيفائه حقه بصبره الكبير معنا ولتوجيهاته العلمية التي لا تقدر بثمن والتي ساهمت بشكل كبير في إتمام واستكمال هذا العمل.

شكرا إلى كل أساتذة كلية علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل قطب تاسوست على توجيهاتهم وغرس روح الإرادة فينا.

كما نتوجه بجزيل الشكر إلى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد في إنجاز وإتمام هذا العمل.

فشكرا للجميع

إهداء

الحمد لله وكفى والصلاة على الحبيب المصطفى وأهله وصحبه ومن وفى أما بعد:
الحمد لله الذي وفقنا لثمين هذه الخطوة في مسيرتنا الدراسية بمذكرتنا هذه ثمرة الجهد
والنجاح بفضلته تعالى مهداة إلى أعز الناس وأقربهم إلى قلبي والدتي العزيزة ووالدي العزيز
اللذان كانا عوناً وسنداً لي، وكان لدعائهما المبارك أعظم الأثر في تسيير سفينة البحث حتى
ترسو على هذه الصورة.

إلى من ساندتني وخطت معي خطواتي، ويسرت لي الصعاب، إلى زوجتي العزيزة التي
تحملت الكثير وعانت، فإنجازي هذا بعد انقطاعي عند الدراسة لمدة طويلة ما كان ليحدث
لولا تشجيعها المستمر لي.

إلى فلذت كبدي ولدي العزيز "آدم غيث".

إلى كل العائلة الكريمة التي ساندتني ولا تزال.

إلى كل هؤلاء أهديهم هذا العمل المتواضع سائلاً الله العليّ القدير أن ينفعنا به ويمدنا
بتوفيقه.

مراد ركيمة

إهداء

﴿ وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا ۚ إِنَّمَا يُبَلِّغَنَّ عِندَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا ﴾ [الإسراء: 23].

واحتكاما إلى منطق الأشياء فإن لك مسيرٍ مصيرا، وها أنا أكتب آخر حروف مذكرتي .
إليكما يا أعلى ما في هذه الدنيا (أمي وأبي) ... راجيا من المولى عز وجل أن يجعل
رضاكما عني موفرا... فلكما أهدي ثمرة عملي هذا الذي ما كان ليكون لولاكما...

إلى أختي العزيزة وطفليها "فادي" و"جواد"...

إلى كل من علمني حرفا في هذه الحياة ...

إلى كل الأصدقاء والأحبة...

سفيان باغي

إهداء

الحمد لله الذي انار لي درب العلم و المعرفة وأعانني على أداء هذا الواجب ووفقني في إنجازي لهذا العمل أتوجه بجزيل الشكر والامتنان ال كل من ساعدنا من قريب أو بعيد على إنجاز هذا العمل وفي تذليل ما واجهناه من صعوبات، و أخص بالذكر الأستاذ المشرف "بوباعة عبد الوهاب " الذي لم ييخل علينا بتوجيهاته ونصائحه القيمة التي كانت عوننا لنا في إتمام هذا البحث، ولا يفوتني أن نشكر كل أساتذة قسم العلوم والاتصال الذين ساعدونا طيلة سنتين من الدراسة حفظهم الله ورعاهم وبارك لهم ، كما أشكر كل الزميلات والزملاء من طلبة الدفعة.

سامي سيدهم

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على الاستماع لإذاعة جيجل المحلية، حيث ركزت هذه الدراسة على فيسبوك وتأثيره على استماع الطلبة الجامعيين لإذاعة جيجل المحلية، وأجريت هذه الدراسة على (108) طالب جامعي من أصل (1088) طالب بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد صديق بن يحي بولاية جيجل أي ما يقدر بـ 10% من مجتمع البحث.

واستخدم الباحثون في هذه الدراسة المنهج الوصفي، وقد تم إعداد استمارة من 34 سؤال، وزعت على أفراد العينة قصدياً، حيث تم الاعتماد على التكرارات والنسب المئوية كأساليب إحصائية في معالجة البيانات.

وتوصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل يستخدمون موقع فيسبوك بشكل دائم وكثيف في حياتهم اليومية.
- عزوف طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل عن الاستماع لإذاعة جيجل المحلية.
- استخدام طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل لموقع فيسبوك، أثر بشكل كبير على استماعهم لإذاعة جيجل المحلية وكان سبباً مباشراً في عزوفهم عن الاستماع لها.

الكلمات المفتاحية: الاستخدام، الطلبة الجامعيين، مواقع التواصل الاجتماعي، الأثر، الاستماع، إذاعة جيجل المحلية.

Summary of the study

This study aimed to recognize the use of social media networks, by university students, and its impact on their listening to the local radio of Jijel, However, this research focused on how does Facebook, as a social media network, affect students' listening to Jijel's local radio. The study was conducted on 108-university student out of 1088 student in the department of information and communication sciences in Sedik Ben Yahia University, i.e. 10% of the research community. Thus, the descriptive approach was used.

Therefore, a form of 34 questions has been prepared and distributed to the individuals of the sample intentionally. Where repetition and percentages are relied upon as a statistical method in data processing. Finally, the study came up with:

- Students of the department of information and communication sciences at Jijel University use Facebook permanently and intensively in their daily lives.
- Students of the department of information and communication sciences at Jijel University are reluctant to listen to the local radio of Jijel.
- The use of Facebook by students of the department of information and communication sciences at Jijel University significantly affected their listening to the local radio of Jijel and it is a direct reason why they are not.

Keywords: The use, university student, social media networks, the impact, listening, the local.

الصفحة	الموضوع
-	الشكر والتقدير
-	الإهداء
-	ملخص الدراسة
-	فهرس المحتويات
-	فهرس الجداول
أ-ب	مقدمة
-	الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة
5-3	أولاً: إشكالية الدراسة
6-5	ثانياً: أسباب اختيار موضوع الدراسة
7-6	ثالثاً: أهمية وأهداف الدراسة
11-8	رابعاً: تحديد مفاهيم الدراسة
12-11	خامساً: منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات
13	سادساً: مجتمع البحث والعينة
21-14	سابعاً: الدراسات السابقة
-	الفصل الثاني: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" نموذجاً
22	تمهيد
23	المبحث الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
24-23	المطلب الأول: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي
26-24	المطلب الثاني: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
28-26	المطلب الثالث: خصائص ومميزات مواقع التواصل الاجتماعي
34-28	المطلب الرابع: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
35	المطلب الخامس: خدمات مواقع التواصل الاجتماعي
38-36	المطلب السادس: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
39	المبحث الثاني: فيسبوك نموذجاً
39	المطلب الأول: مفهوم فيسبوك
40	المطلب الثاني: نشأة موقع فيسبوك

فهرس المحتويات

43-41	المطلب الثالث: خصائص ومميزات فيسبوك
47-44	المطلب الرابع: تأثيرات فيسبوك السلبية والايجابية
48	خلاصة الفصل
-	الفصل الثالث: الإذاعة المحلية في الجزائر
49	تمهيد
50	المبحث الأول: الإذاعة
50	المطلب الأول: مفهوم الإذاعة
60-51	المطلب الثاني: نشأة وتطور الإذاعة
62-60	المطلب الثالث: خصائص الإذاعة
63-62	المطلب الرابع: أنواع الإذاعات
64	المبحث الثاني: الإذاعة المحلية
64	المطلب الأول: مفهوم الإذاعة المحلية
65-64	المطلب الثاني: خصائص الإذاعة المحلية
66-65	المطلب الثالث: وظائف الإذاعة المحلية
66	المطلب الرابع: المضمون الإعلامي للإذاعة المحلية
67	المطلب الخامس: إذاعة جيجل المحلية
68	الهيكل التنظيمي لإذاعة جيجل المحلية
69	خلاصة الفصل
-	الفصل الرابع: الإطار التطبيقي
70	تمهيد
71	المبحث الأول: عرض وتحليل البيانات
73-71	المطلب الأول: عرض وتحليل بيانات المحور الأول
81-73	المطلب الثاني: عرض وتحليل بيانات المحور الثاني
89-82	المطلب الثالث: عرض وتحليل بيانات المحور الثالث
96-89	المطلب الرابع: عرض وتحليل بيانات المحور الرابع
97	المبحث الثاني: نتائج الدراسة
97	المطلب الأول: عرض نتائج المحور
98-97	المطلب الثاني: عرض نتائج المحور الثاني
99-98	المطلب الثالث: عرض نتائج المحور الثالث

فهرس المحتويات

100-99	المطلب الرابع: عرض نتائج المحور الرابع
100	المبحث الثالث: تحليل ومناقشة نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات الفرعية
101-100	المطلب الأول: تحليل ومناقشة نتائج المحور الثاني
101	المطلب الثاني: تحليل ومناقشة نتائج المحور الثالث
102-101	المطلب الثالث: تحليل ومناقشة نتائج المحور الرابع
102	الاستنتاج العام
103	خاتمة
108-104	قائمة المصادر والمراجع
-	الملاحق

فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	71
02	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	71
03	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي	72
04	يمثل توزيع أفراد العينة حسب نوع إقامتهم	72
05	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير استخدامهم للفييس بوك	73
06	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير منذ متى يستخدمون فييسبوك	74
07	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الوقت المستغرق في تصفح فييسبوك	74
08	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الوسيلة التي يستخدمونها لتصفح فييسبوك	75
09	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الهدف من استخدام فييسبوك	76
10	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير طبيعة الصفحات التي يتابعونها عبر فييسبوك	77
11	يمثل توزيع أفراد العينة على أساس طبيعة المواضيع التي يتابعونها عبر فييسبوك	78
12	يمثل توزيع أفراد العينة على أساس طبيعة الخدمات المفضلة عبر فييسبوك	79
13	يمثل توزيع أفراد العينة على أساس نوع المعلومات التي يقومون بنشرها عبر فييسبوك	80
14	يمثل توزيع أفراد العينة على أساس طبيعة المعلومات التي يفضلونها	81
15	يمثل توزيع أفراد العينة على أساس استماعهم لإذاعة جيجل المحلية	82
16	يمثل توزيع أفراد العينة على أساس الوقت المفضل لاستماعهم لإذاعة جيجل المحلية	83
17	يمثل توزيع أفراد العينة على أساس مع من يستمعون لإذاعة جيجل المحلية	83
18	يمثل توزيع أفراد العينة على أساس الوسيلة التي يستمعون بها لإذاعة جيجل المحلية	84
19	يمثل توزيع أفراد العينة على أساس مناسبة أوقات بث إذاعة جيجل المحلية	85
20	يمثل توزيع أفراد العينة على أساس أماكن استماعهم لإذاعة جيجل المحلية	85
21	يمثل توزيع أفراد العينة على أساس البرامج التي يفضلون الاستماع إليها	86

فهرس الجداول

87	يمثل توزيع أفراد العينة على أساس هل سبق لهم الاتصال بالبرامج التي يستمعون إليها	22
88	يمثل توزيع أفراد العينة على أساس الوسيلة التي استعملوها للاتصال بالبرامج التي يستمعون إليها في حالة ما إذا كانت اجاباتهم بنعم	23
88	يمثل توزيع أفراد العينة على أساس الدور الذي تؤديه إذاعة جيجل المحلية	24
89	يمثل توزيع أفراد العينة على أساس تقييمهم للدور الذي تؤديه إذاعة جيجل المحلية	25
89	يمثل توزيع أفراد العينة على أساس الوسيلة المفضلة لديهم للحصول على الأخبار والمستجدات	26
90	يمثل توزيع أفراد العينة على أساس الوسيلة المناسبة للتعبير عن أفكارهم	27
91	يمثل توزيع أفراد العينة على أساس الوسيلة الأكثر تلبية لرغباتهم	28
91	يمثل توزيع أفراد العينة على أساس الوسيلة المفضلة لمعالجة مشاكلهم	29
92	يمثل توزيع أفراد العينة على أساس ان وقتهم المستخدم في تصفح فيسبوك أنقص من حجم استماعهم لإذاعة جيجل المحلية	30
93	يمثل توزيع أفراد العينة على أساس قياس كثافة استماعهم لإذاعة جيجل المحلية بعد انتشار فيسبوك	31
93	يمثل توزيع أفراد العينة بخصوص تعويض موقع فيسبوك للإذاعة المحلية بجيجل من عدمه	32
94	يمثل توزيع أفراد العينة على أساس الوسيلة التي يتفاعلون معها أثر من بين فيسبوك والإذاعة المحلية بجيجل	33
95	يمثل توزيع افراد العينة على أساس إمكانية اللجوء للاستماع لإذاعة جيجل المحلية عند انقطاع الانترنت	34
95	يمثل توزيع أفراد العينة على أساس استخدام فيسبوك والاستماع لإذاعة جيجل المحلية	35

أدى التطور المتسارع والهائل في تكنولوجيا الاتصال في نهاية القرن المنصرم الى إنتاج وسائل حديثة في التواصل الاجتماعي، عملت على تغيير أنماط حياة الأفراد اليومية وعلاقاتهم الاجتماعية وطرق تفاعلاتهم التقليدية المألوفة، ويأتي الإنترنت في مقدمة هذه الانجازات دون منافس، إذ عمل أكثر من أية وسيلة أخرى على إحداث تغييرات جذرية مست حياة الناس وطالت جوانب حياتهم السياسية والاجتماعية والنفسية والاقتصادية والتربوية والصحية جميعها، كما انه عمل في الوقت نفسه على تغيير واضح وجلي في طبيعة الاتصالات الأخرى التي تعود عليها في المجتمع وفي نمط الثقافة. ويشبه بعض الباحثين التغييرات والتأثيرات التي أحدثها الإنترنت في حياة الناس وثقافتهم، بتلك التي أحدثها فيهم الهاتف في مطلع القرن العشرين والتلفزيون في مرحلة الخمسينات والستينات، ومن المعروف أن الإنترنت أشهر وسيلة معلوماتية تفاعلية وهي عبارة عن شبكة ضخمة تضم بداخلها مجموعة من الشبكات المعلوماتية العمومية والخاصة والمتصلة ببعضها البعض، أما فيما يخص تاريخ نشأتها فقد كان سنة 1969 نتيجة لمشروع من وزارة الدفاع للولايات المتحدة الأمريكية.

ولم يجر استخدام الإنترنت بشكل واسع حتى اوائل التسعينات من القرن العشرين، ومع مرور الزمن عرفت إقبالا واسعا حيث ارتفع عدد الحواسيب الشخصية الموصولة بهذه الشبكة العالمية، ومن أبرز الأسباب التي زادت من الاقبال على الإنترنت هي الخدمات التي تقدمها العديد من التطبيقات والتقنيات الإلكترونية أهمها خدمة الويب، البريد الإلكتروني، مجموعة الأخبار أو المؤتمرات، التخاطب والدرشة، مما أكسبها مكانة متميزة بين وسائل الإعلام ووسائل الاتصال الأخرى بصفة عامة وفي حياة الأفراد بصفة خاصة.

ولعل من أبرز مظاهر هذا التحول وأعمقه الأثر الذي تركه في وسائل الإعلام و الاتصال والتغير الكلي الحاصل داخل المجتمع حيث أصبح مجتمعا قائم على الإنترنت، اتصاله يكون على الشبكة بدون حضور مادي او لقاء حسي، بل بنبضات كهربائية تنتقل بين الطرفين، بل إن فهم التراث نفسه تغير عبر هذه المعطيات الجديدة وبالتالي تغير كليا بعد ظهور الإنترنت وذلك من خلال تعدد خدماته وتطبيقاته، كما أن هذه الأخيرة (الإنترنت) أصبحت تكتسي أهمية كبيرة في الجزائر بحيث نلاحظ اهتمام الأفراد بخدماتها من حيث الجودة العالية وانخفاض الأسعار باستمرار، ومن بين الخدمات التي لقيت رواجاً واسعاً وكبيراً بين الأفراد هي الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي حيث ازداد الاقبال عليها من

طرفهم والتي وفرت فتحا تاريخيا وثوريا ونقل الإعلام الى آفاق غير مسبوقة وأعطى مستخدميه خاصة الطلبة الجامعيين فرصة لتحقيق رغباتهم وفرص كبرى للتأثير، ويعد فيسبوك أحد أنواع هذه المواقع الاجتماعية الذي مكن مستخدميه من تبادل الآراء والمعلومات وتفعيل المشاركة فيما بينهم، كما ساهم أيضا في عزلهم اجتماعيا وجذبهم بصفة غير مباشرة عن وسائل الإعلام والاتصال الأخرى وخاصة الإذاعة.

ومما سبق حاولنا من خلال هذه الدراسة تسليط الضوء على مواقع التواصل الاجتماعي وبصفة خاصة فيسبوك وتحديد التأثير الذي أفرزه استخدام فيسبوك على الاستماع للإذاعة المحلية بجيجل. حيث قمنا بتقسيم دراستنا إلى أربع فصول بحيث خصصنا الفصل الأول لتحديد موضوع الدراسة فتطرقنا فيه إلى تحديد الإشكالية، أسباب اختيار الموضوع، الأهمية والأهداف، تحديد مفاهيم الدراسة، تحديد منهج الدراسة أدوات جمع البيانات وأخيرا الدراسات السابقة.

- الفصل الثاني جاء بعنوان ماهية مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك نموذجا بحيث قسمنا هذا الفصل بدوره إلى مبحثين المبحث الأول بعنوان مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي، تطرقنا فيه لمفهوم مواقع التواصل الاجتماعي، النشأة، الخصائص، الأنواع، الخدمات التي تقدمها هذه المواقع، وأخيرا الإيجابيات والسلبيات، أما المبحث الثاني بعنوان فيسبوك نموذجا تطرقنا فيه لمفهوم فيسبوك، نشأته، خصائصه ومميزاته وأخيرا تأثيراته السلبية والإيجابية.
- الفصل الثالث عنوانه بالإذاعة المحلية في الجزائر والذي بدوره قمنا بتقسيمه إلى مبحثين المبحث الأول بعنوان الإذاعة حيث تطرقنا فيه إلى مفهوم الإذاعة، النشأة والتطور سواء في العالم أو في الوطن العربي أو في الجزائر ثم تطرقنا إلى خصائص الإذاعة ثم الأنواع، أما المبحث الثاني فخصصناه للإذاعة المحلية حيث تطرقنا فيه إلى مفهومها، خصائصها، وظائفها، مضمونها الإعلامي وأخيرا تطرقنا إلى إذاعة جيجل المحلية في لمحة قصيرة.

أما الفصل الرابع والأخير فقد خصصناه لتحليل ومناقشة البيانات والاستنتاج العام وفي الأخير تأتي خاتمة لهذه الدراسة ثم قائمة المصادر والمراجع.

الإطار المنهجي

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

أولاً: إشكالية الدراسة

ثانياً: أسباب اختيار موضوع الدراسة

ثالثاً: أهمية وأهداف الدراسة

رابعاً: تحديد مفاهيم الدراسة

خامساً: منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات

سادساً: مجتمع البحث والعينة

سابعاً: الدراسات السابقة

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

أولاً- إشكالية الدراسة

أحدثت الثورة التكنولوجية التي ظهرت في منتصف القرن العشرين نقلة نوعية في شتى المجالات، من بينها مجال الإعلام والاتصال، حيث ساهمت في الانتقال من التكنولوجيا الآلية و الإلكترونيات التناظرية إلى الإلكترونيات الرقمية خاصة مع انتشار شبكة الإنترنت والتي تعد من أبرز معالم هذه الثورة التكنولوجية حيث انتشرت بشكل واسع في أرجاء المعمورة وجعلت من هذا العالم قرية صغيرة يسهل التواصل فيه بين الأفراد والمجتمعات، معطية بذلك وجهاً جديداً لأنماط التواصل في هذا العالم، وهو ما نتج عنه تزاوج بين الثورة التكنولوجية ومجال الإعلام والاتصال، وقد أفرز هذا التزاوج ولادت وسائل جديدة عرفت بمواقع التواصل الاجتماعي.

ففي بدايات القرن 21 بدأت تظهر نتائج هذه الثورة التكنولوجية حيث شهد العالم ظهور مواقع التواصل الاجتماعي التي غيرت موازين الإعلام والاتصال بشكل كبير، ومواقع التواصل الاجتماعي هي المواقع والبرامج التي تعتمد على شبكة الإنترنت لتسهيل التواصل بين المستخدمين وتبادل المعلومات في ما بينهم من خلال أجهزة الكمبيوتر أو أجهزة الهواتف المحمولة، وأصبحت هذه المواقع مؤخرًا تحتل المراتب الأولى في عدد المستخدمين، ومن أشهر ثلاث مواقع تواصل اجتماعي في العالم موقع فيسبوك وموقع يوتيوب و واتساب وذلك حسب آخر الإحصائيات التي كانت في شهر يناير 2022 لموقع statista.com المختص في الإحصائيات، وحسب نفس الموقع يعد فيسبوك أضخم مواقع التواصل الاجتماعي حيث تجاوز عدد مستخدميه الناشطين شهرياً 2.9 مليار مستخدم.

وموقع فيسبوك هو موقع إلكتروني مجاني عبر الإنترنت خاص بالتواصل الاجتماعي حيث يمكن لأي مستخدم لهذا الموقع التواصل والتفاعل مع الأصدقاء والعائلة والزملاء، والاطلاع أيضاً على آخر الأخبار والمستجدات إضافة على ذلك كونه موقعاً للتسلية والترفيه.

ومن بين الفئات الأكثر استخداماً لموقع فيسبوك في حياتهم اليومية هم فئة الشباب، ومن ضمن هؤلاء الشباب نجد الطلبة الجامعيين، وذلك نظراً لما يقدمه من خدمات تتناسب مع اهتماماتهم وتطلعاتهم، حيث أصبح أغلب الطلبة الجامعيين يستخدمون موقع فيسبوك للتواصل فيما بينهم والاطلاع على كل ما هو

جديد والبحث عن المعلومات والتفاعل معها، وهذا ما جعل من موقع فيسبوك موقعا منافسا لوسائل الاعلام التقليدية، ومن بين هذه الوسائل الإذاعة.

والإذاعة هي وسيلة إعلامية سبّاقة في مجال الإعلام جاءت بعد الصحافة المكتوبة والمطبوعة وأول ظهور رسمي لها كان سنة 1920م مع إذاعة kdka بمدينة "بيتسبرغ" بولاية "بنسلفانيا" في الولايات المتحدة الأمريكية، وتزامن ذلك مع الانتخابات في أمريكا، وتلعب الإذاعة دورا محوريا في المجتمع بتقديمها لخدمات إعلامية وإخبارية، وتزويد الناس بالمعلومات ومجريات الأحداث في العالم وتقديم خدمات ترفيهية وتنقيفية وتعليمية، وللإذاعة عدة أنواع نذكر منها الإذاعة المحلية.

والإذاعة المحلية هي جهاز إعلامي يخاطب جمهورا خاص يعيش في رقعة جغرافية محدودة داخل دولة تقدم له برامج متنوعة وتعطي له الحق في المشاركة في بعضها ومن بين هذه البرامج نجد البرامج الثقافية المعبرة عن الهوية المحلية والبرامج الإخبارية، وبرامج تعليمية وترفيهية، وكلها خدمات تسعى الإذاعة المحلية من خلالها لكسب ود وثقة مستمعيها، لكن مع هذا التطور التكنولوجي والانتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي خاصة موقع فيسبوك الذي يقدم نفس الخدمات التي تقدمها الإذاعة المحلية من خلال صفحات محلية تغطي رقعة جغرافية تتناول كل الأحداث الدائرة فيها، أصبحت الإذاعة المحلية اليوم في تنافس دائم مع هذه المواقع على جذب واستمالة الجمهور خاصة من فئة الشباب والطلبة الجامعيين.

والجزائر وكغيرها من دول العالم شهدت انتشار واسع لمستخدمي موقع فيسبوك خاصة من فئة الشباب والطلبة الجامعيين، كما شهدت أيضا ظهور تنافس بين هذا الموقع والإذاعة المحلية، وقد وصل عدد الإذاعات المحلية حتى الآن في الجزائر إلى 48 إذاعة، من بين هذه الإذاعات إذاعة جيجل التي تشهد منافسة إعلامية مع الصفحات المحلية على موقع فيسبوك التي تحاول تغطية مختلف الأحداث المحلية في جيجل.

وعليه وفي كثير من الأحيان تطرح مسألة مستقبل الإذاعة عموما والإذاعة المحلية على وجه الخصوص وذلك من خلال التساؤل حول مصير هذه الوسيلة الإعلامية التقليدية من ناحية والتخوف من انعكاسات الاستخدام المكثف لوسائل الاتصال الحديثة من ناحية أخرى، وعلى هذا الأساس جاءت هذه الدراسة لتكشف الأثر الذي أفرزته تكنولوجيا الإعلام والاتصال على الاستماع للإذاعة المحلية في الجزائر، وعلى ضوء ما سبق ذكره نتطرق دراستنا من التساؤل الرئيسي التالي:

- ما أثر استخدام الطلبة الجامعيون لموقع فيسبوك على استماعهم للإذاعة المحلية الجزائرية بجيجل؟

وتتدرج تحته مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي كالتالي:

- ماهي عادات وأنماط استخدام طلبة علوم الإعلام والاتصال لموقع فيسبوك؟
- ماهي عادات وأنماط استماع طلبة علوم الإعلام والاتصال لإذاعة جيجل المحلية؟
- ما هو أثر استخدام طلبة علوم الإعلام والاتصال لموقع فيسبوك على استماعهم لإذاعة جيجل المحلية؟

ثانياً-أسباب اختيار موضوع الدراسة

يمكن القول أن من أصعب مراحل البحث هو اختيار الباحث لموضوع بحث يساهم في إثراء المجال المعرفي، فهناك مجموعة من الأسباب التي تحفزه لدراسة موضوع ما قد تكون هذه الأسباب ذاتية تنم عن رغبة الباحث في تجسيد فكرة ما أو أسباب موضوعية تكون دافعا محفزا لاختيار أفكار جديدة للدراسة ولهذا فإنه توجد مجموعة من الأسباب التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع أهمها:

الأسباب الذاتية

- محاولة التعرف على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في حياة الأفراد عامة والطلبة الجامعيين خاصة.
- الرغبة في معرفة سبب نجاح الكثير من مواقع التواصل الاجتماعي عبر الأنترنت وعلى رأسهم فيسبوك في استمالة عدد كبيرة من الطلبة الجامعيين.
- الرغبة في تقديم دراسة عن أشهر مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك.
- الرغبة والفضول من أجل التعمق في هذا الموضوع أكثر فأكثر.

الأسباب الموضوعية

- تميز موضوع الدراسة بالحدثة لكونه مرتبط بالتكنولوجيات الحديثة وتأثيراتها على افراد المجتمع عامة والطلبة الجامعيين خاصة.

- انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير بين مختلف فئات المجتمع الجزائري وعلى رأسهم الطلبة الجامعيين لاسيما موقع فيسبوك.
- معرفة طريقة تعامل الطلبة الجامعيين مع موقع فيسبوك والإذاعة المحلية.
- التعرف على تأثير الاعلام الجديد ممثلا في فيسبوك على الإعلام التقليدي ممثلا في الإذاعة المحلية.

ثالثا- أهمية وأهداف الدراسة

1- أهمية الدراسة

تتجلى أهمية الدراسة في عدة جوانب وهي: التحولات التي عرفتتها وسائل الإعلام في جميع أنحاء المعمورة و ظهور وسائل إعلامية اتصالية جديدة صاحبها تحول في مجال استخداماتها، و في هذه الدراسة سنحاول الكشف عن هذه التحولات التي طالت الإذاعة و التركيز على استخدامها من شريحة مهمة وواسعة الانتشار في المجتمع الجزائري وهي فئة الطلبة الجامعيين، فنجد أن التعرض للإذاعة تأثرت لسببين هامين و هو أن الشباب يستخدم حاليا العديد من الوسائل الاتصالية، نذكر منها مواقع التواصل الاجتماعي وبالتحديد موقع فيس بوك، في هذا السياق تدرج هذه الدراسة والتي تسعى للكشف عن أثر موقع فيس بوك على الإذاعة المحلية بجيجل.

تستمد هذه الدراسة أهميتها من كونها تهتم بدراسة علاقة جمهور الإذاعة من فئة الطلبة الجامعيين، من منظور وظيفي، فهي توظف إطارا منهجيا لنظرية الاستخدامات و الإشباع في واقع مغاير من الناحية الثقافية و الاجتماعية للإطار الذي ظهرت فيه هذه النظري، كما تستمد هذه الدراسة أهميتها من جانب اهتمامها بدراسات الجمهور في الجزائر وخاصة وأنها تعرضت إلى جمهور الإذاعة، والمنافسة التي تتلقاها من مواقع التواصل الاجتماعي وهو قليل ما تعرضت إليه دراسات الجمهور في الجزائر، و اتخذت من فئة الطلبة الجامعيين كعينة لدراسة استخداماتها، فتعتبر علاقة هذه الفئة بوسائل الإعلام من جهة ومواقع التواصل الاجتماعي من جهة اخرى من المواضيع التي تجلب انتباه العديد من الباحثين في مختلف المجالات العلمية النفسية منها و الاجتماعية و التربوية باعتباره أحد فئات الجمهور المتعرض لوسائل الإعلام و محتوياتها المختلفة ، و هذا التعرض هو أحد سنن الحياة بالنسبة إليهم، وهم أكثر من غيرهم تطلعا إلى التكنولوجيات الجديدة للإعلام و الاتصال ولا يخف على أحد ما لهذه المرحلة من العمر من

أهمية بالغة في الحياة الإنسانية، فهي بمثابة وثبة عالية محملة بتغيرات بيولوجية و تطورات نفسية واجتماعية لها تأثير على الحياة الثقافية وخاصة وأن هذه التغيرات توجد دوافع تتطلب الإشباع الكافي لتحقيق التوازن الذي يؤدي بدوره إلى قدر معقول من التوافق، وتكمن أيضا الأهمية في أن الطلبة الجامعيين في مرحلة عمرية لها خصائصها الثقافية و السلوكية الشائعة و طريقة حياتهم و استجاباتهم التي تميزهم عن الجماعات الأخرى من الجمهور فتلك الحاجات مغايرة لحاجات الفئات الأخرى من الناحية العمري.

2- أهداف الدراسة

من خلال هذه الدراسة والتي جاءت لغرض دراسة مدى تأثير موقع فيس بوك على الاذاعة المحلية بجيجل، نسعى لتحقيق مجموعة من الأهداف والتي نوردها فيما يلي:

- معرفة ما إذا كانت الاذاعة المحلية تقوم بتغطية انشغالات الطلبة الجامعيين وتلبية حاجياتهم
 - الكشف عما إذا كانت الإذاعة المحلية تقدم خدمة الاعلام والابخار لجمهورها من الطلبة الجامعيين.
 - معرفة ما إذا كانت الاذاعة المحلية بجيجل تقدم مضامين تثقيفية لجمهورها من الطلبة الجامعيين من خلال البرامج التي تبثها.
 - استمرار البحث لمعرفة تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة فيس بوك التي استطاعت فرض مكانتها.
 - البحث في مدى اعتبار موقع فيس بوك بديل للإذاعة المحلية.
- والهدف الأخير من هذه الدراسة هو الاستفادة منها في دراسات الجمهور في الجزائر وتطويرها، كما يمكن لهذه الدراسة أن تثير بعض القضايا، وتفتح المجال لباحثين آخرين للقيام بدراسات أخرى للاستكمال الجوانب الناقصة فيها.

رابعاً-تحديد مفاهيم الدراسة

1-الاستخدام

- لغة: من استخدم استخداماً، أي اتخذ الشخص خادماً أي يخدمه خدمة فهو خادم وخادم له⁽¹⁾
- اصطلاحاً: نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار والقدم، فحينما يصبح الاستعمال متكرر ويندمج في ممارسات وعادات الفرد يمكن حينئذ الحديث عن الاستخدام، وعليه فاستخدام وسيلة إعلامية أو مضمون إعلامي ما يتحدد بالخلفيات الديمغرافية والثقافية للأفراد، فالعوامل الاقتصادية والتكنولوجية هي مصدر صيرورة الاستخدام، ذلك أن العرض هو الذي يقف وراء الاستخدام.⁽²⁾
- التعريف الإجرائي: هي كيفية التعامل واستخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي ودوافع اللاقبال على هذه المواقع واستعمالها والتفاعل مع مضامينها المختلفة.

2-الطلبة الجامعيين

- التعريف الإجرائي: أولئك الأفراد (ذكورا، إناثا) الذين انتقلوا من المرحلة الثانوية إلى الجامعة بعد حصولهم على شهادة البكالوريا بمعدل مقبول للانتقال للجامعة، تتراوح أعمارهم من 18 سنة فما فوق ونقصد بالضبط طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل قطب تاسوست ولاية جيجل.

3-مواقع التواصل الاجتماعي

- اصطلاحاً: هي مواقع الكترونية على الشبكة العنكبوتية تؤسسها وتبرمجها شركات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاء ولمشاركة الأنشطة والاهتمامات، وللبحث عن تكوين صداقات، والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين، ومعظم الشبكات الاجتماعية الموجودة حالياً هي عبارة عن مواقع ويب، تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل المحادثة الفورية، والرسائل الخاصة، والبريد الإلكتروني، والفيديو، والتدوين، ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات⁽³⁾ ويعرفها "رضوان بلخيري: "إن مواقع التواصل الاجتماعي تشير إلى حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية، ما فيما تعلق بإعلاء

(1) منال هلال الزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر وتوزيع، عمان الأردن، ط1، 2012، ص 170.

(2) محمد شفيق، نظريات الإعلام، دار فكر وفن الطباعة والنشر والتوزيع، د ط، 2014، ص 186.

(3) مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني الأسس وأفاق المستقبل، دار الإعصار للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص246.

الفردية والتخصيص، وتأتيان نتيجة لميزة رئيسية هي التفاعلية، فإذا ما كان الإعلام الجماهيري والإعلام واسع النطاق، وهو بهذه الصفة وسم إعلام القرن العشرين، فإن الإعلام الشخصي والفردى هو إعلام القرن الجديد، وما ينتج عن ذلك من تغيير انقلاي للنموذج الاتصالي الموروث بما يسمح للفرد العادي من إيصال رسالته إلى من يريد، في الوقت الذي يريد، وبطريقة واسعة الاتجاهات، وليس من أعلى إلى أسفل وفق النموذج الاتصالي التقليدي، فضلا عن تبني هذه المواقع تطبيقات الواقع الافتراضي وتحقيقه لميزات الفردية، والتخصيص وتجاوزه لمفهوم الدولة الوطنية والحدود الدولية. (1)

- **التعريف الإجرائي:** مواقع إلكترونية اجتماعية تفاعلية تسمح بالتواصل لمستخدميها من أي مكان في العالم، وفي أي وقت يشاؤون، أصبحت اليوم الوسيلة الاتصالية الأكثر تأثيرا في الحياة اليومية وتتيح للمستخدمين التعبير الحر عن أفكارهم وآرائهم، ومناقشة قضاياهم وقضايا مجتمعاتهم وتوفر لهم مجموعة من الخدمات على غرار تبادل الملفات والصور وإجراء المحادثات وتركز في دراستنا على " فيسبوك".

4- الأثر

- **لغة:** يقال أثر على الشيء تأثيرا أي ترك فيه أثرا. (2)

الأثر له ثلاثة معاني: الأول: بمعنى النتيجة، وهو الحاصل من الشيء، والثاني: بمعنى العلاقة، والثالث: بمعنى الجزء. (3)

الأثر: العلامة، ولمعان السيف وأثر الشيء بقيته، وفي المثل (لا تطلب أثرا بعد عين) يضرب هذا المثل لمن يطلب أثرا بعد الشيء بعد فوت عينه، وما يحدثه، وجاء في أثره في عقبه. (4)

- **اصطلاحا:** التأثير هو التغيير الذي يطرأ على مستقبل الرسالة كفرد فقد تلفت الرسالة انتباهه ويدركها، وقد تضيف إلى معلوماته معلومات جديدة، وقد تجعله يكون اتجاهات جديدة أو يعدل اتجاهاته القديمة، وقد تجعله يتعرف بطريقة جديدة، أو يعدل سلوكه السابق، فهناك مستويات عديدة

(1) رضوان بلخيري، مدخل إلى الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، جسر للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2014، ص21.

(2) الشيخ عبد الله البستاني، الوافي، معجم وسيط للغة العربية، مكتبة لبنان، د ط، سنة 1990 ص 3.

(3) سيد الشريف أبي الحسن علي بن الحسيني الجرجاني الحنفي، التعريفات، دار الكتابة العلمية للنشر، لبنان، ط 2، 2003، ص13.

(4) إبراهيم مصطفى وآخرون، المعجم الوسيط (الجزء الأول) المكتبة الإسلامية للطباعة والنشر والتوزيع، تركيا، ط 2، 1972، ص 5.

للتأثير ابتداء من الاهتمام بحدوث تدعيم داخلي للاتجاهات إلى حدوث تغيير على تلك الاتجاهات ثم في النهاية إقدام الفرد على سلوك علني. (1)

- **التعريف الإجرائي:** هو مجموعة التغييرات التي تطرأ على سلوك الطلبة الجامعيين واستماعهم للإذاعة المحلية في جيجل وذلك من خلال المضامين المختلفة من معلومات والخبار التي يتلقونها من موقع فيسبوك.

5- الاستماع

- **لغة:** السمع وهو حس الأذن والاستماع، هو الإصغاء. (2)

- **اصطلاحا:** عملية إنسانية تعتمد إلى تلقي أي مادة صوتية بقصد: الاكتساب، الفهم، التحليل، التفسير، والاشتقاق، ثم البناء الذهني... (3)

- **التعريف الإجرائي:** هو عملية التعرض الإعلامي من قبل الطلبة الجامعيين لإذاعة جيجل المحلية كوسيلة إعلامية تقليدية ومدى اعتمادهم عليها في تلبية رغباتهم الإعلامية.

6- الإذاعة

إن الإذاعة هي وسيلة سمعية تنقل الأخبار و المعلومات لتبثها للجماهير عبر أجهزتها التقنية المتنوعة الحجم و القدرات التقنية في مساحة و سرعة البث و حتى في جودة الصوت، ويقال أن المذيع هو الذي لا يكتف السر، كما يعرفها " الدكتور إبراهيم إمام " بأنها الانتشار المنظم و المقصود لمواد إخبارية و ثقافية و تعليمية و تجارية و غيرها من البرامج بواسطة " الراديو " لتلتقط في وقت واحد بواسطة المستمعين المنتشرين في شتى مناطق العالم كما تمتاز الإذاعة بأنها واسعة الانتشار سريعة التأثير فهي تصل إلى جماهير عريضة و واسعة من الكبار والصغار والمتقنين. (4)

- **الإذاعة المحلية:** وهي الإذاعة التي تبث أخبارها في منطقة جغرافية محدودة وتمتاز بالمحلية كونها توجه للمجتمعات المحلية بهدف تحقيق الاتصال الجوّاري وتقريب وسائل الاتصال من السكان

(1) محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، المجلد 2 دار الفجر 2003، ص 533.

(2) إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، دار الفكر العربي، مصر، 1985، ص 256.

(3) إبراهيم وهيبي، الخبر الإذاعي، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1985، ص 18.

(4) حسن عماد مكاي، الأخبار في الراديو و التلفزيون، المكتبة الأنجلو مصرية، مصر، 1989، ص 29.

والمجتمعات التي تتواجد خارج المدينة بهدف التحديث والتنمية حسب النظرية التنموية لـ "ولبارم شرام".⁽¹⁾

- **التعريف الإجرائي:** نقصد بالإذاعة المحلية في هذا البحث، تلك المحطة الإذاعية الموجهة بالدرجة الأولى إلى المجتمع المنشأة فيه جغرافياً، وتحتويه إدارياً، والتي تعكس صوت افراده، وبالتحديد إذاعة جيجل المحلية، الموجهة للمجتمع المحلي الجيجلي.

خامساً- منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات

1- منهج الدراسة

لم يعد الأساس في التقدم العلمي اليوم هو الحصول على كم معرفي أكثر وإنما الأساس هو الوسيلة التي تمكننا من الحصول على هذا الكم واستثماره في أقصر وقت ممكن وبأبسط الجهود، والوسيلة في ذلك هي المنهج العلمي بكل معطياته، ولهذا يعتبر المنهج العلمي الطريق الذي يتبعه الباحث للوصول إلى تعليمات أو نتائج بطريقة علمية دقيقة، وكذلك مجموعة القواعد العامة التي توجه البحث للوصول إلى الحقيقة العلمية،⁽²⁾ وتتعدد مناهج البحث وتختلف تبعاً لطبيعة الموضوع المدروس وبما أن الإشكالية في دراستنا طرحت حول استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على الاستماع لإذاعة جيجل المحلية "فيس بوك" نموذجاً فتطلب ذلك استخدام المنهج الوصفي، لأنه أكثر ملاءمة لدراسة مثل هذه المواضيع، فالمنهج الوصفي يهدف إلى جمع بيانات دقيقة عن الظاهرة المدروسة في ظروفها الراهنة ويحاول أحياناً تحديد العلاقات بين هذه الظاهرة والظواهر التي يبدو أنها في طريقها للتطور أو النمو و وضع تنبؤات عنها،⁽³⁾ وعليه يمكن تعريف المنهج الوصفي بأنه مجموعة الاجراءات البحثية التي تتكامل لوصف الظاهرة اعتماداً على جمع الحقائق والبيانات وتصنيفها ومعالجتها وتحليلها تحليلًا كافيًا ودقيقًا، لاستخلاص دلالاتها والوصول إلى نتائج عن الظاهرة أو الموضوع محل البحث.⁽⁴⁾

فتماشياً مع أهداف وطبيعة موضوع الدراسة فقد اعتمدنا على تطبيق هذا المنهج الذي عرفه كذلك "المشوخى" تعريفاً شاملاً فيقول: "يعتمد المنهج الوصفي على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفاً

(1) إبراهيم إمام، مرجع سابق، ص 12.

(2) حميدة عميراي، مراحل الضوابط المنهجية لإعداد بحث، مجلة الباحث الاجتماعي، ع 1، ص 69.

(3) صلاح الدين شروخ، منهجية البحث العلمي، دار العلوم للنشر، عناية، د ط، 2003، ص 197.

(4) بشير صابح الراشدي، مناهج البحث التربوي رؤية تطبيقية مبسطة، الكويت، دار الكتاب الحديث، 2000، ص 59.

دقيقا ويعبر عنها كفيًا أو كميًا، فالتعبير الكيفي يصف الظاهرة ويوضح خصائصها، أما التعبير الكمي فيعطيها وصفا رقميا يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها أو درجة ارتباطها مع الظواهر الأخرى.⁽¹⁾

2- أدوات جمع البيانات

يركز الباحث على تقنيات لجمع المعطيات والبيانات الخاصة بالظاهرة المراد دراستها واختيار التقنية أو الوسيلة المعتمد عليها يتوقف أساسا على طبيعة موضوع الدراسة، والهدف المراد الوصول إليه إلا أنه من الضروري أن تتحقق درجة معينة من الثقة في البيانات التي يتحصل عليها البحث عن طريق أدوات البحث وبما أننا بصدد معرفة أثر استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي على الاستماع لإذاعة جيجل المحلية، وتماشيا مع طبيعة الموضوع فقد اعتمدنا على الاستبيان لما لها من أهمية كبيرة والذي يعتبر من أدوات البحث الأساسية الشائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية، خاصة في علوم الإعلام والاتصال حيث يستخدم في الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في المجال المبحوث، لكونها معلومات لا يملكها إلا صاحبها المؤهل قبل أن يبوح بها، ويعرف الاستبيان بأنه تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن موضوع المبحوث في إطار الخطة والبيانات المطلوبة، من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة، لتوضيح الظاهرة المدروسة، وتعريفها من جوانبها المختلفة،⁽²⁾ ويعرف كذلك بأنه أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة، لتقديم آراء وأفكار معينة، في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها، دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات.⁽³⁾

وقد قسمنا استمارة الاستبيان إلى أربع محاور وكل محور يتضمن مجموعة من الأسئلة

المحور الأول: مخصص للبيانات الشخصية.

المحور الثاني: مخصص لعادات وأنماط استخدام الطلبة لموقع فيسبوك.

المحور الثالث: مخصص لعادات وأنماط الاستماع لإذاعة جيجل المحلية.

(1) عبد السلام الأشهب، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي "الغيس بوك أنموذجا" وعلاقتها بالتنشئة الاجتماعية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر جامعة حمة لخضر الوادي، الجزائر، 2016-2017، ص 24.

(2) أحمد بن مورسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010، ص2016.

(3) محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الاعلام، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 1993، ص124.

المحور الرابع: مخصص لأثر استخدام فيسبوك على الاستماع لإذاعة جيجل المحلية.

سادسا: مجتمع البحث والعينة

1- مجتمع البحث

تعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الاجتماعية وهي تتطلب من الباحث دقة بالغة، حيث يتوقف عليها اجراء البحث وتصميمه وكفاءة نتائجه، ويواجه الباحث عند شروعه في القيام ببحثه مشكلة تحديد نظام العمل أي اختيار مجتمع البحث أو العينة التي سيجرى عليها دراسته وتحديدها. (1)

يعتبر مجتمع البحث على انه المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، وفي دراستنا هذه يتمثل مجتمع البحث في الطلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة جيجل لكن ولصعوبة الوصول الى هذا المجتمع ككل من الطلبة لأنه مجتمع ضخم تم التركيز على عينة فقط منهم.

2- العينة

تعرف العينة على انها عبارة عن مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية وتعتبر جزء من الكل أي بنسبة معينة من أفراد المجتمع المحلي الأصلي، ثم تعمم نتائج الدراسة على مجتمع الدراسة ككل. (2)

اعتمدنا في دراستنا هذه على العينة القصدية وهي اختيار مجموعة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل والذين يستخدمون موقع فيس بوك وفي نفس الوقت يستمعون الى إذاعة جيجل المحلية نظرا لأنهم يوفون بغرض الدراسة التي نرغب القيام بها وقدرت بـ 108 طالب بنسبة 10 بالمئة من أصل 1088 طالب وطالبة بكلية علوم الاعلام والاتصال من مختلف المستويات، وتعرف العينة القصدية بأنها التي يقوم بها الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية لا مجال فيها للصدفة بل يقوم بها شخصا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة. (3)

(1) محمد شفيق، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، د ط، 1999، ص112.

(2) رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي، في العلوم الاجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية، المطبعة الجهوية قسنطينة، الجزائر، ط3، 2008، ص176.

(3) رشيد زرواتي، مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار الهدى، الجزائر، د ط، 2008، ص334.

سابعاً-الدراسات السابقة

الدراسة الأولى

وكانت بعنوان "الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي" دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي موقع فيسبوك نموذجاً للطالبة *فتيحة كيجل* مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال تكنولوجيا الاتصال الحديثة جامعة الحاج لخضرر -باتنة-كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علوم الاعلام والاتصال سنة 2011-2012 تحت عنوان "الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي" دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي موقع فيسبوك نموذجاً للطالبة *فتيحة كيجل*

حيث تم طرح الإشكالية في التساؤل التالي: كيف يؤدي استخدام فيسبوك كإحدى تطبيقات الاعلام الجديد الى نشر الوعي البيئي لدى جمهور المستخدمين الجزائريين؟

وجاءت تحتها التساؤلات الفرعية التالية أولها تساؤلات خاصة بالاستخدامات:

- ماهي أنماط وطرق استخدام موقع فيسبوك بما يؤدي الى خلق الوعي البيئي لدى جمهور المستخدمين الجزائريين؟
- ماهي عادات تعرض المستخدمين الجزائريين لموقع فيسبوك؟
- ماهي دوافع استخدام هذا الموقع بالذات فيما يتعلق بموضوع حماية البيئة ونشر الوعي البيئي؟

ثانيها تساؤلات خاصة بالاشباكات:

- ما طبيعة الاشباكات المحققة لجمهور المستخدمين الجزائريين من خلال موقع فيسبوك؟

- ما هو الدور الذي يلعبه هذا الموقع لترقية وترسيخ الوعي البيئي لدى المستخدمين الجزائريين؟

وتكمن أهمية هذه الدراسة في كون الإعلام الجديد أحدث تغيير شامل في نظم الاتصال وذلك بظهور الكمبيوتر وتكنولوجيات الاتصال والوسائط المتعددة والاندماج الحاصل بينهم ما ادا الى افرز اشكال جديدة في التطبيقات الإعلامية التي كانت التفاعلية سميتها المميزة، كما تتمثل أهميتها من الناحية الاجتماعية في أن هذا الإعلام الجديد أنتج أشكالاً جديدة من العلاقات وأنماط التواصل بين الأفراد المستخدمين غيرت بصورة تلقائية الاهتمامات من مجرد التواصل العادي إلى نوع آخر من التواصل الهادف لخدمة أغراض وأهداف ذات أبعاد إنسانية وثقافية واجتماعية.

فيما يتعلق بمنهج الدراسة فقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي لمعرفة أنماط وطرق الاستخدام وكذا الإشباع المحققة من وراء استخدام موقع "فيسبوك" واعتمدت على منهج المسح كنموذج معياريا لخطوات جمع البيانات من المفردات البشرية والمتمثلة في المستخدمين ذوي المستويات التعليمية التي تتراوح بين المتوسط والثانوي والجامعي وكذا الموظفين أما عن أدوات جمع البيانات فقد استخدمت الباحثة استمارة الاستبيان والملاحظة.

أما فيما يخص أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة فإنها قد اكدت على صحة التساؤلات الفرعية وبشكل مباشر على صحة الإشكالية الرئيسية إذ توصلت بأن موقع "فيسبوك" يساهم في بلورة ونشر الوعي البيئي لدى جماهير المستخدمين باعتباره واحدا من التطبيقات الإعلام الجديد بصفة خاصة، والتي يمكن توظيفها لخدمة أغراض الإعلام الجديد.

إن الباحثة في دراستها للإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي ركزت على الاستخدامات وأنواع الإشباع المحققة لأفراد العينة والمتمثلة في زيادة الوعي البيئي، وبالمقابل أهملت الجانب السلبي لاستخدام هذا الموقع وأثره على سلوك الفرد خاصة الأفراد من مستوى المتوسط والثانوي.

الدراسة الثانية

وكانت بعنوان " أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري دراسة وصفية مسحية على عينة من شباب -أم البواقي- للطالبيين *كاتب فارس وعقون دنيا*، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة جامعة العربي بن مهيدي -أم البواقي- كلية العلوم الإنسانية قسم العلوم الإنسانية سنة 2015-2016.

حيث تم طرح الإشكالية في التساؤل التالي: ما هو أثر استخدام الشبكات الاجتماعية على سلوك الشباب الجزائري؟

وجاءت تحتها التساؤلات الفرعية التالية:

- ماهي أنماط وعادات استخدام الشباب الجزائري لمضامين الشبكات الاجتماعية؟
- ماهي دوافع استخدام الشباب الجزائري لمضامين الشبكات الاجتماعية؟

- هل الجانب القيمي لمضامين الشبكات الاجتماعية يعكس السلوكيات الحضارية والثقافية الجزائرية والتي ينتمي إليها الشباب الجزائري؟
- هل مضامين الشبكات الاجتماعية أدت الى خلق سلوكيات جديدة لدى الشباب الجزائري؟

وتكمن أهمية هذه الدراسة من خلال معالجة أثر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري واستخداماتهم لهذه الشبكات لأغراض مختلفة منها البحث العلمي وتحميل الكتب والأخبار والدرشة وتلبية رغباتهم المختلفة وكذلك التزايد المستمر لمستوى التعليم والتربية والأخلاق والتنشئة الاجتماعية والتنقيف والوازع الديني لدى الشباب الجزائري وما أصبحت عليه شبكات التواصل الاجتماعي من دور تلعبه في هذه الأمور، بالإضافة الى أن الهدف الرئيسي من هذه الدراسة هو معرفة وفهم كيفية استخدام الشبكات الاجتماعية وآثارها السلبية والإيجابية على سلوكيات شباب أم البواقي والشباب الجزائري داخل النسق الاجتماعي الذي ينتمي إليه.

فيما يتعلق بمنهج الدراسة فقد استخدم الباحثان المنهج الوصفي لوصف مضامين الشبكات الاجتماعية وأثارها على سلوك الشباب إضافة إلى ذلك فقد اعتمدا كذلك على المنهج المسحي لتجميع المعلومات من مجتمع البحث بهدف فهم أو التنبؤ بسلوك المجتمع محل الدراسة أي العينة المتمثلة في مجموعة من شباب أم البواقي، أما عن أدوات جمع البيانات فقد استخدم الباحثان استمارة الاستبيان.

أما فيما يخص أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة فإنها قد أكدت على صحة التساؤلات الفرعية وبشكل مباشر على صحة الإشكالية الرئيسية إذ توصلت بأن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت لها من الأهمية ما يمكنها من التأثير على ميول وسلوك الشباب الجزائري.

ان الباحثين في دراستهما لأثر مواقع التواصل لاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري ركزا على الاستخدامات وأنواع الإشباع المحققة لأفراد العينة والمتمثلة في الأنماط والعادات وكذلك دوافع استخدام الشباب لهذه المواقع حيث تطرقا الى الجوانب الإيجابية والسلبية على حد سواء لهذا الأثر والأهمية البالغة التي أصبحت تكتسيها مواقع التواصل الاجتماعي في حياة الشباب الجزائري.

الدراسة الثالثة

وكانت بعنوان "أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك على العلاقات الأسرية صلة الرحم نموذجاً" دراسة ميدانية على طلبة علوم الاعلام والاتصال جامعة عبد الحميد ابن باديس للطالبتين *عباسيني سارة وعليم الزهرة*، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص وسائل الاعلام والمجتمع جامعة عبد الحميد بن باديس -مستغانم-كلية العلوم الاجتماعية قسم العلوم الإنسانية سنة 2014-2015.

حيث تم طرح الإشكالية في التساؤل التالي: ما أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) على العلاقات الأسرية؟ صلة الرحم نموذجاً.

وجاءت تحتها التساؤلات الفرعية التالية:

- ماهي عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الافراد؟
- ماهي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الافراد لموقع فيسبوك؟
- كيف يؤثر استخدام فيسبوك على العلاقات الأسرية؟

وتكمن أهمية هذه الدراسة من خلال معالجتها لإحدى مواضيع الساعة بتناولها للأترنت كوسيلة اتصال حديثة والتي أصبحت تشغل حيزاً واسعاً من اهتمامات الافراد والأسر وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي ممثلة في تطبيق فيسبوك وهنا تكمن أهمية الموضوع حيث يدرس مدى أهمية هذا الموقع الاجتماعي في حياة كل فرد داخل الأسرة كما يدرس الآثار المترتبة عن استخدامه داخل هذا الوسط الأسري، وتهدف هذه الدراسة الى معرفة الدور الكبير الذي تلعبه التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في حياة الأشخاص والتعرف على أهم الخدمات التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك معرفة مدى تأثير العلاقات الأسرية بسبب استخدام الشبكات الاجتماعية الافتراضية.

فيما يتعلق بمنهج الدراسة فقد استخدم الباحثان المنهج الوصفي لوصف الأثر الذي تتركه مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية واعتمداً كذلك على أسلوب المسح في جمع البيانات من مجتمع البحث المتمثل في مستخدمي موقع فيسبوك في الجزائر ممثلاً في عينة من طلبة علوم الاعلام والاتصال لجامعة عبد الحميد ابن باديس بمستغانم، أما عن أدوات جمع البيانات فقد استخدم الباحثان استمارة الاستبيان.

أما فيما يخص أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة فإنها قد أكدت على صحة التساؤلات الفرعية وبشكل مباشر على صحة الإشكالية الرئيسية إذ توصلت بأن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت لها من الأهمية ما يمكنها من التأثير على العلاقات الأسرية ويساعد الطلبة الجامعيين على التواصل مع أسرهم وكفيل بتقوية صلة الرحم بتقريبها للمسافات واختصار الوقت.

ان الباحثين في دراستهما للعلاقات الأسرية صلة الرحم نموذجاً والأثر الذي تتركه مواقع التواصل الاجتماعي على هذه العلاقات ركزتا على الاستخدامات وأنواع الإشباعات المحققة لأفراد العينة والمتمثلة في مساعدة الطلبة الجامعيين على التواصل مع أسرهم وتقريب المسافات واختصار الوقت لكنهما أهملتا الجانب السلبي المتمثل في الاستغناء عن الزيارات الى المنازل والوصول الى الأهل والأقارب إلى ديارهم بدل الاعتماد على هذه المواقع التي تساعد على الكسل والإتكال على هذه المواقع.

الدراسة الرابعة

وكانت بعنوان " تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية في محافظة أربد" للطالبة *أسماء عصام محمد اليوسف*، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع والخدمة الاجتماعية كلية الآداب جامعة اليرموك بالأردن سنة 2016-2017.

حيث تم طرح الإشكالية في التساؤل التالي: ما الأثر الذي تركته مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية في محافظة أربد؟

وجاءت تحتها التساؤلات الفرعية التالية:

- هل تؤثر في العلاقة بين الزوجين؟
- هل تؤثر في العلاقة بين الأبناء أنفسهم؟
- هل تؤثر في العلاقة بين الوالدين والأبناء؟
- ما هي الأسباب التي تدفع الأفراد لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية؟
- ما هي الآثار الايجابية والسلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية؟

وتكمن أهمية هذه الدراسة في أنها تتناول وسيلة مهمة من وسائل الاتصال الحديثة، والتي أثارت جدلاً واسعاً بين المهتمين، كم أنها من الدراسات الحديثة لمواقع التواصل الاجتماعي كإحدى وسائل التكنولوجيا

الحديثة التي تزايد عدد مستخدميها في الفترة الأخيرة بشكل واضح واتسع نطاق تأثيرها المباشرة في ثقافة الأفراد واتجاهاتهم، للتحقق من العلاقة بين ظاهرة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية، وأثرها في العلاقات الاجتماعية لدى الأسرة، وتكمن أهميتها أيضا في أن الأسرة تعتبر اللبنة الأساسية وحجر الأساس في بناء المجتمع، وهي أول وعاء تربوي، وثقافي يحتضن الأبناء، وتعد العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة من أهم العوامل لنجاح الحياة الأسرية، وقيامها بوظائفها على أكمل وجه.

فيما يتعلق بمنهج الدراسة فقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي لوصف الأثر الذي تتركه مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية واعتمدت كذلك على أسلوب المسح في جمع البيانات من مجتمع البحث المتمثل في جميع الأسر المستخدمة لمواقع التواصل الاجتماعي المقيمين في مدينة اربد الأردنية الموزعين على 44 حيا من احياء مدينة أربد، أما عن أدوات جمع البيانات فقد استخدمت الباحثة استمارة الاستبيان.

أما فيما يخص أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة فإنها قد أكدت على صحة التساؤلات الفرعية وبشكل مباشر على صحة الإشكالية الرئيسية إذ توصلت بأن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت لها من الأهمية ما يمكنها من التأثير على العلاقات الأسرية (علاقة الزوجين ببعضهما، وعلاقة الآباء بالأبناء، وعلاقة الأبناء ببعضهم) من الناحية السلبية.

إن الباحثة في دراستها لتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية ركزت على الجوانب السلبية في تأثير هذه المواقع متمثلة في علاقة الزوجين ببعضهما وعلاقة الآباء بالأبناء وعلاقة الأبناء ببعضهم مركزة على الإهمال وقلة التفاعل الأسري نتيجة قضاء أوقات طويلة على هذه المواقع متناسية الجوانب الإيجابية التي يمكن ان تسببها مواقع التواصل الاجتماعي عند استخدامها العقلاني من دون المبالغة في ذلك.

الدراسة الخامسة

وكانت بعنوان "آثار شبكات التواصل الاجتماعي على طلبة جامعة اليرموك وعلاقتها بالرقابة الذاتية من وجهة نظرهم أنفسهم" للطالبة *فاطمة صالح علي الخطيب* مذكرة تخرج لنيل شهادة الدكتوراه علم الإدارة وأصول التربية كلية التربية جامعة اليرموك بالأردن سنة 2016-2017.

حيث تم طرح الإشكالية في التساؤل التالي: ماهي آثار شبكات التواصل الاجتماعي على طلبة جامعة اليرموك وعلاقتها بالرقابة الذاتية من وجهة نظرهم أنفسهم؟

وجاءت تحتها التساؤلات الفرعية التالية:

- ما مستوى آثار شبكات التواصل الاجتماعي الايجابية والسلبية على طلبة جامعة اليرموك من وجهة نظرهم في المجالات الفكرية الدينية والاجتماعية والتربوية؟
- ما مستوى الرقابة الذاتية لدى طلبة جامعة اليرموك أثناء استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظرهم في المجالات الفكرية الدينية والاجتماعية والتربوية؟

وتكمن أهمية هذه الدراسة في ابراز آثار شبكات التواصل الاجتماعي الايجابية للطلبة، للاستفادة من هذه التقنية التي تفرض نفسها بقوة في خدمة الطالب، في المجالات الفكرية والدينية والاجتماعية والتربوية، مع بيان الآثار السلبية لتفاديها والبعد عنها والتحصن ضدها في المجالات قيد الدراسة، كما تأتي أهمية الدراسة من ضرورة توعية الأسرة، والمدرسة، وخطباء المساجد، والقائمين بالإعلام العادي والإلكتروني، والمسؤولين التربويين والإعلاميين، بمخاطر وسلبات شبكات التواصل الاجتماعي، لتتكاتف جهود كافة مؤسسات المجتمع لرفع مستوى الرقابة الذاتية عند الطلبة والشباب بشكل عام.

فيما يتعلق بمنهج الدراسة فقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي من أجل جمع بيانات الدراسة ومعالجتها، والتحليل للعلاقات القائمة بين نتائجها، وذلك لملائمة هذا المنهج لطبيعة هذه الدراسة، واعتمدت كذلك على أسلوب المسح في جمع البيانات من مجتمع البحث المتمثل جميع طلبة جامعة اليرموك في المرحلة الدراسية الأولى، أما عن أدوات جمع البيانات فقد استخدمت الباحثة استمارة الاستبيان.

أما فيما يخص أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة فإنها قد أكدت على صحة التساؤلات الفرعية وبشكل مباشر على صحة الإشكالية الرئيسية إذ توصلت بأن مواقع التواصل الاجتماعي لها آثار إيجابية

على الطلبة من خلال استخدامهم لها للدراسة أو للتواصل مع الأقارب أو لتكوين صداقات جديدة ولها كذلك آثار سلبية متمثلة في استخدام هذه المواقع لنشر الإشاعات والمعلومات الخاطئة، اضعاف العلاقات المباشرة بالأسرة والتقصير في الجانب الديني من عبادات.

الإطار النظري

الفصل الثاني: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك نموذجا

المبحث الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثاني: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثالث: خصائص ومميزات مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الرابع: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الخامس: خدمات مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب السادس: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني: فيسبوك نموذجا

المطلب الأول: مفهوم فيسبوك

المطلب الثاني: نشأة موقع فيس بوك

المطلب الثالث: خصائص ومميزات فيسبوك

المطلب الرابع: تأثيرات فيسبوك السلبية والايجابية

تمهيد

إن التطورات العلمية الحديثة التي عرفها الإنسان في السنوات الأخيرة خلقت نوعا جديدا من التواصل الاجتماعي بين مختلف أفراد المجتمع، وتعد مواقع التواصل الاجتماعي من أهم الوسائل الحديثة التي أصبح يعتمد عليها في عملية التواصل والتي استطاعت أن تجد لها مكانا مميزا في ظل وجود وسائل الاتصال المختلفة وذلك من خلال تبادل المعارف والمعلومات ومختلف الأنشطة التي يقوم بها الإنسان بطريقة سهلة وسلسة، فقد وجد الانسان فيها راحتته لدرجة انها أصبحت تنافس وسائل الاتصال التقليدية في نقلها للأخبار والأحداث والرسائل النصية ومقاطع الفيديو الأمر الذي ساعد في شهرة وانتشار هذه المواقع وعلى رأسها موقع "فيسبوك" الذي يعتبر من بين اكثر مواقع التواصل الاجتماعي انتشارا في الآونة الأخيرة.

المبحث الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

لقد جاءت عدة تعريفات لمواقع التواصل الاجتماعي والتي من خلالها يمكننا فهم ماهية هذه المواقع والتي نذكر منها:

- تعرف بأنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات أو أصدقاء من الجامعة أو الثانوية. (1)
 - يعرفها محمد عواد بأنها: تركيبة اجتماعية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات ويتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل الفرد الواحد) باسم "العقدة"، بحيث يتم إيصال هذه العقدة بأنواع مختلفة من العلاقات تشكل فريق معين، وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقاً كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص. (2)
 - مواقع التواصل الاجتماعي هي مواقع الأنترنت التي يمكن للمستخدمين المشاركة والمساهمة في إنشاء أو إضافة صفحاتها وبسهولة. (3)
 - تبنى المواقع الاجتماعية العديدة التي قاربت الـ 200 موقع عالمي على قواعد بيانات عملاقة من أجل القيام بأدوارها المتمثلة في عملية التواصل بين مختلف المستخدمين وتتيح تبادل الملفات وإجراء المحادثات الفورية بالإضافة إلى العديد من الخدمات الأخرى. (4)
 - وتعرف كذلك: هي عبارة عن مواقع على شبكة الإنترنت، توفر لمستخدميها فرصة للحوار وتبادل المعلومات والآراء والأفكار والمشكلات من خلال الملفات الشخصية وألبومات الصور وغرف الدردشة. (5)
- من خلال التعاريف السابقة يمكننا القول بأن مواقع التواصل الاجتماعي عبارة عن مواقع تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين فيها من خلال التواصل وتبادل الآراء، المراسلات الفورية، الدردشة،

(1) وائل مبارك خضر فضل الله، أثر فيسبوك على المجتمع، فهرسة المكتبة الوطنية، السودان، ط1، 2012، ص7.

(2) محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المتلقين (دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والإلكترونية) "العربية أنموذجاً"، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، الأكاديمية العربية في الدنمارك، 2012، ص25.

(3) خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس، عمان ط1، 2013، ص24.

(4) وائل مبارك خضر فضل الله، مرجع سابق، ص6.

(5) عبد الكريم على الدبيسي وزهير ياسين الطاهات، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، في دراسة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 40، العدد 1، 2013، ص70.

الفيديو، تبادل الملفات، مجموعات النقاش، البريد الإلكتروني وتبادل مختلف المعلومات في جميع المجالات.

المطلب الثاني: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

يختلف المجتمع الحديث عن سائر المجتمعات التاريخية من جانبيين هما:

أولاً: قوة التكنولوجيا الصناعية التي تتمثل في الإنتاج الضخم، والسرعة، بالإضافة لتقدم وسائل الاتصال.⁽¹⁾

ثانياً: وجود نسق للاتصالات الجماهيرية تمارس من خلال الإذاعة والتلفزيون وكافة الوسائل الأخرى.⁽²⁾ وقد قسمت مراحل تطور الاتصال إلى ثلاث مراحل متعاقبة وهي:

المرحلة الأولى: وهي مرحلة العصور الوسطى، حيث كان الناس يحصلون على الترويج من خلال الأدب القصصي الخيالي، والأقوال الشعبية، والحفلات التي كانت تقام خصيصاً من أجل التسلية والمرح، وكانت تتناقل المعلومات من خلال الاتصال المباشر الذي يحدث خلال اللقاءات بين الناس، وقد تميز الاتصال في هذا العصر بأنه اتصالات توجهها التقاليد والتراث المتوارث، وأن هذه الاتصالات كانت تتميز بطابعها المباشر، وأن نجاح الشخص القائم بالاتصال يتوقف على مهاراته وقدراته الشخصية.⁽³⁾

المرحلة الثانية: بدأت بعصر الإصلاح، وفي هذه المرحلة بدأ الاتصال يأخذ شكلاً ويصطبغ بالطابع المهني.⁽⁴⁾

المرحلة الثالثة: وتغطي هذه المرحلة أقل من المرحلتين السابقتين، وهي تبدأ من الربع الأخير من القرن التاسع عشر، حيث ازدهرت فنون المسرح والموسيقى وأصبحت تمارس بواسطة جهاز لوسائل الاتصال الجماهيري، وقد ازدهرت التكنولوجيا في هذه الفترة، وازدادت قدرة الصناعة على إنتاج السلع والخدمات، وأصبحت وسائل الاتصال منذ ذلك الوقت توفر أساليب الترويج التي تغطي من حيث الكم، ذلك الحيز الذي تتركه أساليب الترويج القديمة فارغاً، ففي القرن العشرين اكتسبت وسائل الاتصال الجماهيري أهمية كبيرة، وخاصة الوسائل الإلكترونية كونها قنوات أساسية للمعلومات والأخبار والترفيه، فأصبحت هذه

(1) أسماء عصام محمد يوسف، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية في محافظة أربد، رسالة ماجستير في علم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة اليرموك، 2016-2017، ص 12.

(2) المرجع نفسه، ص 12.

(3) المرجع نفسه، ص 12.

(4) المرجع نفسه، ص 12.

الوسائل النافذة السحرية التي نرى فيها أنفسنا وعالمنا، كما شهد النصف الثاني من القرن العشرين من أشكال التكنولوجيا ما يتضاءل أمامه كل ما يتحقق في عدة قرون سابقة، فمن أبرز مظاهر التكنولوجيا الاندماج الذي حدث بين ظاهرتي تفجر المعلومات وثورة الاتصال، ويتمثل ذلك في التفجر المعلوماتي باستخدام الحاسب الإلكتروني في تخزين واسترجاع خلاصة ما أنتجه الفكر البشري، بأسرع وقت ممكن، فقد ظهر في السنوات الأخيرة ابتكارات عديدة طورت صناعة الاتصالات السلكية، وحدثت هذه التطورات نتيجة طلب المستهلكين.⁽¹⁾

ويرجع ظهور مفهوم الشبكات الاجتماعية إلى عالم الاجتماع "جون بارنز" في عام 1954 فالشبكات الاجتماعية بشكلها التقليدي تتمثل في نوادي المراسلة العالمية التي كانت تستخدم في ربط علاقات بين الأفراد من مختلف الدول باستخدام الرسائل الاعتيادية المكتوبة، وساهم ظهور شبكة الإنترنت في انتشار ظاهر التواصل الاجتماعي، وتطوير الممارسات المرتبطة بشبكات التي تسمى وسائل الإعلام الاجتماعية عبر الإنترنت المبنية على التطبيقات التي تركز على بناء شبكات اجتماعية أو علاقات اجتماعية بين البشر من ذوي الاهتمامات المشتركة، أو النشاطات المشتركة، وتعتمد مواقع الإعلام الاجتماعية أو شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية أساساً على التمثيل بحيث يكون لكل مستخدم ملف شخصي Profile وكذا خدمات متعددة أخرى تسمح للمستخدمين بتبادل القيم والأفكار والنشاطات والأحداث والاهتمامات في إطار شبكاتهم الشخصية.⁽²⁾

كان أول مواقع التواصل الاجتماعي التي ظهرت في الولايات المتحدة على شبكة الإنترنت، في شكل تجمعات هو موقع theglobe.com عام 1994، تلاه موقع Geocities في نفس العام، تلاهما موقع Tripod عام 1995 حيث ركزت هذه التجمعات على ربط لقاءات بين الأفراد للسماح لهم بالتفاعل من خلال غرف الدردشة وتشارك المعلومات والأفكار الشخصية حول مواضيع مختلفة باستخدام وسائل شخصية للنشر عبر صفحات، وهو الأساس الذي قامت عليه المدونات في حين قامت بعض التجمعات بربط الأفراد من خلال عناوين بريدهم الإلكتروني، وأهمها موقع Classmates.com عام 1995 الذي يهتم بربط الاتصال بين زملاء الدراسة السابقين، وموقع Sixdegrees.com عام 1997 الذي يركز على الروابط غير المباشرة، الملفات الشخصية للمستخدمين، الرسائل المتبادلة المدمجة ضمن قائمة

(1) أسماء عصام محمد يوسف، مرجع سابق، ص-ص 12-13.

(2) عبد الكريم على الدبيسي وزهير ياسين الطاهات، مرجع سابق، ص70.

أصدقاء، كما ظهرت عام 1999 نماذج مختلفة من شبكات التواصل الاجتماعي تقوم أساساً على الثقة والصدقة، حيث شملت التحديثات منح المستخدمين سلطة التحكم في المضمون والاتصال.⁽¹⁾

وخلال الفترة ما بين 2002 و2004 بلغت شعبية شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية عبر العالم ذروتها من خلال ظهور ثلاثة مواقع اجتماعية تواصلية، فكان أولها موقع Friendster عام 2003، ثم تلاه موقع Myspace وموقع Bebo من نفس العام حيث كان موقع Myspace الأكثر شعبية من بينها، كما برز موقع "فيسبوك" الذي أنشأه "مارك زوكربيرغ" عام 2004 ليجمع زملاءه في جامعة هارفارد الأمريكية، وأصبح بسرعة أهم هذه المواقع الاجتماعية لاسيما بعد انفتاحه على الأفراد خارج الولايات المتحدة، وبهذه بدأ الانتشار الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي مستفيدة من الاستراتيجية التجارية للإنترنت حيث كان موقع Yahoo أول المبادرين المبادرين باستغلال مواقع الشبكات الاجتماعية في استراتيجيته التجارية بإطلاق موقع yahoo 360 في شهر مارس من عام 2005، كما تم شراء موقع Myspace من قبل مجموعة "روبرت ميردوخ" في شهر جويلية 2005 تلاها موقع Friendster الذي بيع إلى شركة Itv البريطانية في ديسمبر من نفس العام، وبعدها عرف الويب 2.0 ظهور الكثير من المواقع الاجتماعية قدر بعضها بعام 2009 بـ 200 موقع.⁽²⁾

المطلب الثالث: خصائص ومميزات مواقع التواصل الاجتماعي

1- الخصائص

تتشارك مواقع التواصل الاجتماعي في خصائص أساسية بينما تتمايز بعضها عن البعض بمميزات تفرضها طبيعة الشبكة ومستخدميها ومن أبرز هذه الخصائص:

- المشاركة: تشجع وسائل المواقع الاجتماعية المساهمات، وردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث أنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور.⁽³⁾
- الانفتاح: معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة، أو الإنشاء والتعديل على الصفحات، حيث أنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات.⁽⁴⁾

(1) عبد الكريم على الدببسي وزهير ياسين الطاهات، مرجع سابق، ص 70

(2) المرجع نفسه، ص 70

(3) أسماء عصام محمد يوسف، مرجع سابق، ص 15.

(4) المرجع نفسه، ص 15

- **المحادثة:** حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة. (1)
- **المجتمع:** وسائل الإعلام الاجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية لتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة والتواصل بشكل فعال، ومن ثم ترتبط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول مصالح أو اهتمامات مشتركة، مثل حب التصوير الفوتوغرافي، أو قضية سياسية، أو للتعلم، أو برنامج تلفزيوني مفضل، ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعا إلكترونيا متقاربا. (2)
- **الترباط:** تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل أيضا، مثل خبر ما على مدونة يعجبك فترسله إلى معارفك على فيسبوك وهكذا، مما سهل وسرع من عملية انتقال المعلومات. (3)

2-المميزات

- إضافة إلى هذه الخصائص يرى الباحثون أن هناك مجموعة من المميزات الإضافية لمواقع التواصل الاجتماعي التي تزيد من إقبال المستخدمين عليها وهي:
- **سهولة الاستخدام:** فقد تطورت مواقع التواصل الاجتماعي بحيث تكون سهلة الاستخدام فهي تحتاج الى القليل من المعرفة في أسس التكنولوجيا. (4)
- **التواصل والتعبير عن الذات:** أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي قنوات اتصال جاذبة لا تعتمد على نشر محتوى معين (5).
- **تشكيل مجتمع بطرق جديدة:** وفرت لمواقع التواصل الاجتماعي سبلا جديدة كالاتصال حيث ينظم المستخدم لمجتمعات يختارها هو ويفضلها، إذ اختصرت مواقع التواصل منطلق العولمة المتنامي الذي تتدخل فيه المجالات المحلية والعالمية والمجالات الذاتية والعمومية. (6)

(1) أسماء عصام محمد يوسف، مرجع سابق، ص 15.

(2) المرجع نفسه، ص 15.

(3) خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سابق، ص 26-27.

(4) فارس كاتب وندنيا عقون، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري، منكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم

الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي ابن مهدي، ام البواقي، 2015-2016، ص 45.

(5) المرجع نفسه، ص 45.

(6) المرجع نفسه، ص 45.

- التفاعلية: لقد سعت مواقع التواصل الاجتماعي منذ ظهورها إلى تحسين التفاعلية بين أفرادها لضمان الاستمرارية والتطور. (1)
- العالمية: حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية وتتخطى الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب، وببساطة وسهولة (2).
- التنوع وتعدد الاستعمالات: فيستخدمها الطالب للتعلم، والعالم لبث عمله وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء.... وهكذا. (3)
- التوفير والاقتصاد: اقتصادية في الجهد والوقت والمال، في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، فالفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز على مواقع التواصل الاجتماعي، وليست ذلك حكر على أصحاب الأموال، أو حكر على جماعة دون أخرى. (4)

المطلب الرابع: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

هناك عديد أنواع مواقع التواصل الاجتماعي حيث صنفتها الدكتورة "صفاء زمان" لتسهيل عملية الاستيعاب وهي كالاتي: (5)

- النوع الأول: يختص بالاتصالات وإيجاد وتبادل المعلومات، من الأمثلة على هذا النوع من التواصل الاجتماعي:

1- المدونات (Blogs): هذا الموقع مثال لمدونة شخصية، كما يوجد العديد من أنواع المدونات، بعضها يختص بتناقل معلومات عن الأخبار بكل أنواعها، أما الآخر فيختص بأمر شخصية ويومية، ومن أهم برامج المدونات:

Blogger, ExpressionEngine, LiveJournal, Open Diary, TypePad,
.WordPress, Xanga

(1) فارس كاتب وندنيا عقون، مرجع سابق، ص 45

(2) ملخص بحث شبكات التواصل الاجتماعي ما لها وما عليها، المدونات بحث مفصل، <http://www.alukah.net> تاريخ الزيارة 2022/05/04، 10:30.

(3) المرجع نفسه تاريخ الزيارة 2022/05/04، 10:30

(4) المرجع نفسه تاريخ الزيارة 2022/05/04، 10:30

(5) صفاء زمان، الشبكات الاجتماعية (Social Networks) ... تعريفها وتأثيرها. وأنواعها، <https://aboadwy.yoo7.com>، تاريخ الزيارة: 2022/05/04، 11:20.

2- المدونات الجزئية (Micro Blogs): ما هي أسلوب لبث المعلومات بشكل سريع، وما يميزها عن المدونات العادية هو صغر حجم وكمية المعلومات (نصية، صور، صوتية، ومرئية) المتداولة عليها، مما يساعد الناس على تداول أحجام وكميات أصغر من المعلومات بشكل دائم وسريع، ومن أهم برامج المدونات الجزئية:

.Jaiku, Plurk, Posterous, Tumblr, Twitter, Qaiku, Google Buzz, Identi.ca

3- خدمات تحديد المواقع الجغرافية (Location Based Services): كما تعرف اختصاراً بـ LBS حيث قامت الدكتوراة في السابق بكتابة تعريف بسيط لشرحها، هذه الخدمة تمكن المستخدم من تحديد موقعه الجغرافي وتعريف شبكته من الأصدقاء بما يفعل في ذلك الموقع بالتحديد، ومن الفوائد العديدة لهذه الخدمة هي تعرف شبكتك بالأماكن الجديدة في مدينتك أو أي مدينة أخرى قد تزورها، كما تتميز هذه الخدمة بتقديم معلومات عن الموقع قد تكون مفيدة مثل أرقام الاتصال، عنوان الموقع الإلكتروني، رأي المستخدم الشخصي في الخدمة، أو حتى اقتراح لتجربة شيء مميز في ذلك الموقع، وهناك العديد من برامج ومواقع خدمة تحديد المواقع مثل:

Foursquare, Geolqi, Gowalla, Facebook places, The Hotlis

4- مواقع الترابط الشبكي الاجتماعي: لعل من أشهر هذه المواقع هو موقع فيسبوك ولينكدين وهي مواقع تمكن المستخدمين من التواصل المباشر ببعضهم ومشاركة الاهتمامات والفعاليات، كما يمكن استخدام تلك المواقع للبحث عن أصدقاء الدراسة أو البحث عن عمل جديد أو حتى التعرف على كل ما هو جديد في حياة من تعرف دون الحاجة للسؤال المباشر، فهذه المواقع توفر العديد من الفوائد للمستخدمين، ومن أهم مواقع الترابط الاجتماعي:

Ning, .ASmallWorld, Bebo, Diaspora, Facebook, Hi5, LinkedIn, MySpace,
Orkut, Plaxo, Tagged, XING, IRC, Yammer

5- مواقع الفعاليات (Events): هذه نوعية من المواقع لتنظيم الفعاليات والتحكم بعدد الأشخاص المدعوين، كما يمكن لهذه المواقع استخدام خدمات تحديد المواقع الجغرافية (LBS) لتحديد موقع التجمع، مما يميز هذه المواقع الإلكترونية إمكانية التحديث التلقائي،

فيمكن الداعي للفعالية تغيير الموقع والزمان وبالتالي سيعرف كل المدعويين بهذا التغيير مباشرة دون الحاجة لإبلاغهم كل على حدى، ومن أشهر مواقع الفعاليات:

Tweetvite , Eventful, Meetup.

6- مواقع تجميع المعلومات (Information Aggregators): تقوم هذه المواقع والبرامج بتجميع المعلومات التي تهتمك فقط، فما يميز هذا العصر الذي نعيش فيه هو كمية المعلومات المتداولة بشكل سريع عن طريق الإنترنت، حيث تقوم هذه المواقع بتجميع المعلومات في مكان واحد بدلاً من البحث عنها وإضاعة الوقت، وهناك العديد من مواقع جمع المعلومات مثل: Netvibes, evri

7- مواقع مشاركة الاهتمامات (Social Interests): هذه نوعية مختلفة من المواقع تساعدك على نشر ومشاركة شبكتك نوعية الأجهزة التي تستخدمها أو اهتماماتك مثل ما تشاهد الآن أو ما تقرأ في الوقت الحالي، ومن أهم تلك المواقع: Gdgt , GetGlue , GoodReads .

8- مواقع جمع التبرعات والقضايا المهمة (Online Advocacy and Fundraising): فكرة هذه النوعية من المواقع ذكية ومفيدة، لنتخيل أنك تود القيام بمشروع لا تملك التمويل اللازم له، كل ما عليك هو تقديم دراسة المشروع لهذه المواقع ومن ثم يقوم القائمين على الموقع بدراسة المشروع وفكرته ثم عرضه على المستخدمين، ومن أشهر تلك المواقع: Causes, Kickstarter.

- النوع الثاني: النوع الثاني من مواقع التواصل الاجتماعي والتي تعرف بمواقع التعاون وبناء فرق العمل:

1- الويكي (Wiki): وهي مواقع تمكن العديد من الناس من الاشتراك في تكوين معلومات مترابطة بشكل منطقي عن طريق روابط إلكترونية، من أفضل الأمثلة موقع ويكيبيديا الموسوعة العلمية والتي بنيت من قبل مستخدمين عن طريق مشاركة المعلومات، يمكنك إنشاء الويكي الخاصة بك وبأصدقائك عن طريق استخدام هذه المواقع: PBworks, Wetpaint, Wikia, Wikimedia, Wikispaces.

2- مواقع المرجعيات (Social Bookmarking): يمكن استخدام هذه المواقع لوضع علامة مرجعية لمواقع تهتمك أو قد تهتم غيرك، مثلما هو الحال عند حفظك لموقع في برنامج تصفح

الإنترنت الخاص بك لكن مع إضافة إمكانية مشاركة الآخرين هذه المواقع المرجعية، كما يمكنك هذه النوعية من اكتشاف مواقع جديدة، تعد هذه الخدمة من روائع الإنترنت اللانهائية، تخيل إمكانيتك استكشاف بحور الشبكة وتفرعاتها بالاعتماد على جهود أصدقائك أو حتى مستخدمين آخرين على الشبكة، وللاشتراك في العديد من مواقع المرجعيات مثل: CiteULike, Delicious, Diigo, Google Reader, StumbleUpon, folkd.

3- مواقع الأخبار الاجتماعية (Social News): بدلاً من الاعتماد على استقاء الأخبار من قنوات الأخبار المتعارف عليها، يمكنك الاعتماد على شبكة واسعة من المستخدمين لإيجاد الأخبار المهمة، حيث يقوم المستخدمون من تقديم الأخبار التي يجدونها مهمة ومن ثم يقوم القراء بتزويتها إن كانت فعلاً مهمة، مما يميز هذه المواقع هو التركيز على ما هو حديث وفي مجال اهتمام العالم، كما تقدم الكثير من مواقع الأخبار الاجتماعية تصنيفات تساعدك على تحديد مجال اهتماماتك مهما كانت، ومن أهم مواقع الأخبار الاجتماعية: Digg, Mixx, NowPublic, Reddit, Newsvine, Technorati

4- الملاحة الاجتماعية (Social Navigation): برامج الملاحة الاجتماعية عبارة عن برمجيات يقوم المستخدم بتثبيتها على جهاز الهاتف الخليوي ومن ثم الاستعانة بالـ GPS لرسم خريطة حركته بالمدينة، الآن تخيل الآلاف من المستخدمين يقومون بنفس العملية على مدار الساعة، المحصلة هي خريطة دقيقة مرسومة من قبل المستخدمين، كما يمكن هذه البرامج تقديم توجيه دقيق للمستخدم عند رغبته الوصول لمكان محدد، أو التنبيه بوجود مخاطر على الطريق أو حتى تغيير مسارات، فكما يمكنك أن تتخيل سرعة ودقة وتزامن المعلومات بشكل دائم، وللاشتراك عن طريق البرامج التالية: Trapster, Waze.

5- مواقع إدارة الملفات وتحرير النصوص (Document Management & Editing): كم يود البعض التعاون في إتمام مذكرة أو نص أو حتى التعاون على تحضير عرض فباستخدام هذه المواقع كل ما عليك هو تحديد الأشخاص اللذين تود التعاون معهم والباقي ما هو إلا تفاعل سلس بينكم، فكلما دخل شخص على المذكرة أو النص يمكنه رؤية التحديثات والتعديلات وبالتالي التعاون على إتمام العمل حتى لو فصل بينكم محيطات، بعض هذه المواقع (Dropbox, Box) يساعدك على تبادل الملفات مع الآخرين حيث تمنحك الشركة المقدمة للخدمة سعة تخزين محددة يمكنك استخدامها لإنشاء ملفات ومن ثم مشاركة الملفات مع أصدقاء أو زملاء لتبادل البيانات

بشكل فوري وسريع، ومن أشهر مواقع إدارة وتحرير النصوص: Google Docs, Synclplicity, Docs, Dropbox , Box.

- النوع الثالث: النوع الثالث من مواقع التواصل الاجتماعي هي مواقع الوسائط المتعددة:

1- مواقع التصوير والفن (Photo Sharing): تقدم هذه المواقع العديد من الفوائد حيث تمنحك مكاناً يمكنك فيه حفظ، تخزين، وعرض أعمالك الفنية سواء كانت صور أو رسومات فنية حيث يتمكن الناس من رؤيتها وإبداء الإعجاب أو النقد لها، كما تفيد في إمكانية بيع أعمالك للغير وإيجاد دخل مالي منها، وبناء على نوعية الفن هناك العديد من المواقع مثل: deviantArt, Flickr, Photobucket, Picasa, SmugMug, Zoomr.

2- مواقع مشاركة الفيديو والبث المباشر (Video Sharing & Streaming): في هذه النوعية من المواقع يمكن إيجاد والبحث عن العديد من مقاطع الفيديو المرئية وتقييمها، كما تقدم معظم هذه المواقع خدمة مشاركتها على المواقع الاجتماعية الأخرى حتى يتمكن أصدقاؤك من التعرف عليها وإعادة نشرها على شبكتهم الخاصة، ويمكنك إضافتها لمدونتك مباشرة، بإمكانك كذلك إنشاء الفيديو الخاص بك عن طريق استخدام كاميرتك الخاصة أو جهازك الخليوي ورفع المقاطع لهذه المواقع مباشرة دون الحاجة لاستخدام جهاز الكمبيوتر، باستخدام مواقع البث المباشر يمكنك البث من جهازك الخليوي في أي وقت، مع إمكانية البث لمدونتك الخاصة أو قناتك، وبعد الانتهاء يمكنك تحميل المقاطع المرئية لمواقع مشاركة الفيديو ومن ثم نشرها، ومما يميز خدمات البث هو إمكانية التفاعل، حيث يمكن المتفرجين التواصل معك فوراً وفي نفس لحظة البث كما يمكنك الرد عليهم، وللاشتراك في العديد من مواقع تخزين وبث الفيديو مثل: sevenload, Viddler, Vimeo, YouTube, Justin.tv, Livestream, Stickam, Dailymotion, Metacafe, Openfilm Ustream, blip.tv

3- مواقع مشاركة المقاطع الصوتية والموسيقى (Music & Audio Sharing): باستخدام هذه النوعية من المواقع يمكنك مشاركة الآخرين المقاطع الصوتية والموسيقى، كما يمكن الموسيقيين من نشر إبداعاتهم الموسيقية والتعرف على رأي الجمهور فيها، كما تمنحهم فرصة استكشافها من قبل شركات الإنتاج الفني، كما أن بعض هذه المواقع يقدم خدمة راديو على الإنترنت حيث يمكنك تحديد نوعية الموسيقى أو البرامج التي تود الاستماع لها ومن ثم

الحصول على ما يناسب ذوقك، يمكنك أيضاً اكتشاف الجديد من خلال التعرف على ما هو حديث وما له شعبية بين المستمعين مثلك، يمكنك إكتشاف المزيد من خلال زيارة هذه المواقع مع العلم أن بعضها يحصر تقديم الخدمة على دول محددة:

ccMixter, Pandora Radio, Spotify, Last.fm, ReverbNation , ShareTheMusic, The .Hype Machine, Groove Shark, SoundCloud, Bandcamp, SoundClick

- النوع الرابع: النوع الرابع هي مواقع الرأي والاستعراض (Reviews & Opinions):

1- استعراضات السلع (Product Reviews): تخيل أنك تود شراء سيارة جديدة، أو جهاز كمبيوتر حديث يمكنك زيارة مواقع الآراء لمعرفة رأي من اشتروا هذه السلع قبلك وتقييمهم لها، كما يمكنك معرفة جودة المنتج ومدى تحمله لعوامل الزمن والاستخدام اليومي، أما إن أردت فيمكنك زيارة مواقع استعراض مميزات ومواصفات السلع حيث ستحصل على رأي خبراء في المجال، كما أنك ستجد رأي المستهلكين في نهاية التقييم لإعطائك صورة واضحة عن المنتج وعن مميزاته، يمكنك زيارة العديد من مواقع الرأي والاستعراض التالية: epinions, .MouthShut

2- الأسئلة والأجوبة الاجتماعية (Community Q&A): كما هو الحال مع استخدام المواقع الاجتماعية لاستعراض السلع أو الحصول على آراء المستهلكين، يمكنك الحصول على إجابات محددة لأسئلة قد تدور بذهنك، تحدثت عن مواقع الويكي حيث يقوم العديد من المستخدمين بعملية إضافة وتفتيح المعلومات المطروحة، بناء على نفس الفكرة الأساسية فمواقع الأسئلة والأجوبة الاجتماعية تعمل بنفس المنطق حيث تقوم بتقديم سؤال ويقوم المستخدمون بتقديم إجابات، ومن ثم يقوم كل من له دراية بتعديل الإجابة لإعطائك أدق إجابة ممكنة، كما يمكنك الاشتراك في متابعة سؤال طرح من الغير لما للموضوع من أهمية لديك أو حتى متابعة نوعية معينة من المعلومات فبالتالي احتمالات الاستفادة لا نهائية، يمكنك الاشتراك وطرح أسئلتك أو متابعة موضوع أو سؤال بزيارة أحد هذه المواقع: Askville, EHow, Stack Exchange, WikiAnswers, Yahoo! Answers, Quora, .ask.com

- النوع الخامس: النوع الخامس من مواقع التواصل الاجتماعي هي المواقع الترفيهية الاجتماعية:

1- مواقع العوالم الافتراضية (Virtual Worlds): قد يعتقد البعض بأن هذه من ضروب الخيال العلمي كما قد نشاهد في بعض أفلام هوليوود، لكن الواقع أن مواقع العوالم الافتراضية كانت ولا زالت متوفرة منذ زمن بعيد، كما أنها في تطور دائم، يمكنك في العالم الافتراضي إنشاء ما يسمى بالشخصية الرمزية (Avatar) الخاصة بك وتفاعلها في عالم تقابل فيه العديد من الشخصيات المختلفة التي قد تعكس أو لا تعكس شخصيات منشئها الحقيقيين في عالم افتراضي، يمكنك أيضاً التواصل والتحدث بالصوت مع أي من الشخصيات المتواجدة في تلك العوالم كما بإمكانك شراء وبيع سلع وممتلكات على هذه العوالم، بعض ألعاب العوالم الافتراضية تقوم على فكرة الحروب والقتال بينما البعض الآخر يقوم على فكرة إيجاد حياة أو عالم بديل لعالمنا الحقيقي، لتجربة العوالم الافتراضية يمكنك زيارة المواقع التالية: Active Worlds, Second Life, World of Warcraft, RuneScape.

2- مواقع مشاركة الألعاب الاجتماعية (Game Sharing): تعتمد فكرة هذه المواقع على مشاركة الآخرين على شبكتك الاجتماعية ألعاب تتطلب العديد من اللاعبين على الشبكة، كما تمكن بعض هذه المواقع المطورين من عرض ألعابهم على المستخدمين للاستمتاع بها، يمكنك اللعب ومشاركة الآخرين المرح بزيارة هذه المواقع: Kongregate, Miniclip, Newgrounds, Armor Games.

المطلب الخامس: خدمات مواقع التواصل الاجتماعي

من الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي كالتالي: (1)

- 1- الملفات الشخصية أو صفحات الويب: وهي ملفات يقدم فيها الفرد بياناته الأساسية مثل الاسم والسن والبلد والاهتمامات والصور الشخصية.
- 2- الأصدقاء والعلاقات: وهي خدمة تمكن الفرد من الاتصال بالأصدقاء الذين يعرفهم بالمواقع أو الذين يشاركونه الاهتمام نفسه في المجتمع الافتراضي.
- 3- إرسال الرسائل: تسمح هذه الخدمة بإرسال الرسائل سواء إلى الأصدقاء أو غير الأصدقاء.
- 4- ألبومات الصور: تتيح هذه الخدمة للمستخدمين إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور واتاحة المشاركات لهذه الصور للاطلاع عليها وتحويلها وتبادلها أيضاً.
- 5- المجموعات: تتيح مواقع التواصل الاجتماعي فرص تكوين مجموعات بهدف معين أو لأهداف محددة ويوفر موقع الشبكات المؤسس المجموعة أو المؤسسين المهتمين بها مساحة من الحرية أشبه بالمنتدى حوار مصغر، كما تتيح فرصة التنسيق بين الأعضاء وكذا دعوة الأعضاء لتلك المجموعات ومعرفة عدد الحاضرين وأعداد الغير الحاضرين.
- 6- الصفحات: تم استخدام هذه الخدمة على المستوى التجاري بشكل فعال حيث تسمح هذه الخدمة بإنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية فرصة عرض السلع أو المنتجات للفئات التي يحدونها.

(1) فارس كاتب ودنيا عقون، مرجع سابق، ص 58-59.

المطلب السادس: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

تشكل وسائل الاتصال الحديثة موضوعاً تصطمم فيه أطروحتان مختلفتان، الأطروحة الأولى ترى في الوسائل الاتصالية فرصة للبشرية لتبادل الاتصال، والمعرفة، والقضاء على عوائق الزمان والمكان فتقرب الناس من بعضهم البعض، وتزيد من درجة تفاعلهم مع بعضهم، وتنشئ علاقات اجتماعية جديدة، بينما تنظر الأطروحة الثانية لوسائل الاتصال الحديثة، نظرة كارثية إذ ترى انها تشكل مصدر الخطر الحقيقي على العلاقات الاجتماعية، وتؤدي إلى إيجاد مجتمع يحمل عوامل القطيعة مع التقاليد الثقافية، وتؤدي إلى العزلة وتفكك نسيج الحياة الاجتماعية.

1- إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي

يمكننا أن نذكر بعض الإيجابيات التي تتسم بها مواقع التواصل الاجتماعي فيما يلي: (1)

- تعد مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة عابرة للحدود للتواصل بين الأشخاص، إذ تتيح للفرد تكوين صداقات من دول أخرى، وتسهل عملية التواصل مع الآخرين، ووسيلة لممارسة الأنشطة الاجتماعية والثقافية التي تهدف إلى التقارب بين الأفراد.
- تنمي العديد من المهارات لدى المستخدم، كالتدريب على الحوار والمناقشة، حيث أن مواقع التواصل الاجتماعي ألغت الفوارق الطبقيّة والمسافات الجغرافية، ففي حين تقف الطبقيّة حائلاً بين تمازج فئات المجتمع الواحد فإن مواقع التواصل تتيح للجميع فرصة الولوج إلى مجتمعها دون قيود اجتماعية أو مادية.
- تساعد مستخدميها على متابعة كل ما هو جديد في مجالات الحياة المتعددة من خلال الاطلاع على الندوات والمؤتمرات.
- تسهم في تنمية الوعي لمستخدميها بقضايا المجتمع المختلفة.
- التقليل من صراع الحضارات، فقد تعزز مواقع التواصل الاجتماعي من ظاهرة العولمة الثقافية، ولكنها في الآن ذاته تعمل على جسر الهوة الثقافية والحضارية، وذلك من خلال ثقافة التواصل المشتركة بين مستخدمي هذه المواقع، مما يقضي في النهاية على تقارب فكري على صعيد الأشخاص فالجماعات والدول.

(1) أسماء عصام محمد يوسف، مرجع سابق، ص-ص 18-19.

- تقدم فرصة رائعة لإعادة روابط الصداقة القديمة، من خلال البحث في هذه المواقع عن أصدقاء الدراسة أو العمل ممن اختفت أخبارهم بسبب تباعد المسافات أو مشاغل الحياة.
- التسلية والترفيه والمتعة، من خلال قضاء أوقات الفراغ على وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة.
- القدرة على البحث المعلوماتي والحصول على المعلومات بطريقة سهلة وبمبسطة ومن مصادر عدة.

2-سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

يمكننا أن نذكر بعض سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي فيما يلي: (1)

- أداة لنشر الاخبار المغلوطة وغير الصحيحة حيث يستخدم بعض الأشخاص مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً سيئاً، فهناك عدد كبير من الأخبار غير الصحيحة التي تنتشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي يومياً، ويصدقها الكثير من المستخدمين ويعيدون نشرها مرة أخرى مما يتسبب في تداول الكثير من الإشاعات.
- انعدام الخصوصية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي حيث يستخدم الأشخاص المشاركون في هذه المواقع ملفاتهم الشخصية لعرض بياناتهم وجميع المعلومات عنهم، بالإضافة إلى نشر الكثير من المعلومات الشخصية حول السكن والجامعة والوظيفة، ومن الممكن أن يستغل بعض المحتالين هذه المعلومات لاستغلالهم، لذا ينصح بمراجعة الإعدادات جيداً للتأكد من أنها تحافظ على الخصوصية للأصدقاء فقط.
- تعرض مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي للاختراق من قبل الحكومات والتجسس عليهم نتيجة عدم اهتمام الكثيرين بالإعدادات الخاصة بالخصوصية يتعرضوا لبعض المشاكل مثل التجسس من قبل الحكومات، فقد قامت مصلحة الضرائب الأمريكية في عام 2009 باستعمال حسابات المستخدمين على مواقع التواصل الاجتماعي وبياناتهم في عمل ملفات الضرائب الخاصة بهم.
- الاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي يؤثر على درجات الطلاب، حيث أظهرت الأرقام أن الطلاب الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي تتخفض نتائجهم بنسبة 20% في الاختبارات عن الأشخاص الذين لا يستخدمون تلك المواقع.

(1) <https://sites.google.com> تمت الزيارة يوم 2022/05/05، 12:17.

- مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على علاقات الصداقات، حيث أنه قد يظن البعض أن هذه المواقع من أفضل الوسائل التي يستخدمها الكثيرين للحصول على صداقات جديدة، إلا أنها ربما تكون سبباً في مشكلات تؤدي إلى قطع العلاقات بين الأصدقاء المقربين.
- مواقع التواصل الاجتماعي تضيع وقت الكثير من المستخدمين سواء في التواصل مع الأصدقاء أو في مراقبة تحديثات أصدقائهم والرد على تعليقاتهم بالإضافة إلى قضاء الكثير من الوقت في الألعاب غير المفيدة.
- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر على الحالة النفسية للمستخدم، بحيث يزيد استخدامها المفرط إلى زيادة الإحساس بالوحدة والاكتئاب وإدمان الجلوس أمام الإنترنت، بالإضافة إلى عدم رغبة المستخدم في الاختلاط والاكتفاء بمتابعة الحياة عبر الشاشة ومراقبة أصدقائه ومعارفه بدلاً من التفاعل معهم.
- مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي عرضة للعزلة الاجتماعية، حيث تعمل هذه المواقع على تفاقم مشاعر الوحدة لدى الكثير من الأشخاص، وفصلهم عن عالم الواقع بما يزيد شعورهم بالاكتئاب، وعدم الرغبة في المشاركة في الحياة بالإضافة إلى زيادة الشعور بعدم الثقة في النفس.
- مواقع التواصل الاجتماعي تفتح المجال لآراء غير المختصين، بحيث يعرض الكثير من المستخدمين مشاكلهم الشخصية والصحية والاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مما يفتح المجال لحلها من خلال آراء أصدقائهم ومعارفهم غير المختصين، بالإضافة إلى أن الدراسات أثبتت أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر في تغيير الآراء السياسية بشكل كبير الأمر الذي يجعل الشباب عرضة للأفكار المتطرفة.
- المساهمة في الاعتداء على حقوق الملكية الفكرية وتعرضها للسرقة، حيث ساهمت بشكل كبير للكشف عن الكثير من المواهب سواء كانت في كتابة الشعر أو الأغاني بالإضافة إلى التلحين، لكن المشكلة أن تلك المواقع لم تحفظ الحقوق الملكية الفكرية لصانعيها، وقد تعرض الكثير من الأشخاص الذين ينشرون تلك المواد عبر مواقع التواصل للسرقة سواء كانت كلمات أغانيهم أو اللحن الخاص بهم لكن دون أي دليل يثبت ملكيتهم.

المبحث الثاني: فيسبوك نموذجاً

المطلب الأول: مفهوم فيسبوك

هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي الذي يساعد على تكوين علاقات بين المستخدمين حيث يساعد على التبادل، سواء تبادل المعلومات أو نقاشات أو حوار بين الأفراد وقد يتجاوز التبادل ذلك إلى مقاطع فيديو والصور، كما يمنح المستخدمين إمكانية التعليق، هذا كله يتم في عالم افتراضي، فهو إذا موقع يستخدمه الأفراد مجاناً، يمكن من خلاله إضافة أصدقاء والتعرف عليهم بعد الموافقة على طلب الصداقة وحينها يمكن الإرسال إليهم.⁽¹⁾

ويعرف أيضاً أنه موقع الكتروني للتواصل الاجتماعي، أي أنه يتيح عبره للأشخاص العاديين والاعتباريين (كالشركات) أن يبرز نفسه وأن يعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى، وإنشاء روابط تواصل مع الآخرين.⁽²⁾

ويعرف أيضاً انه موقع ويب لتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجاناً وتديره شركة فيس بوك محدود المسؤولية كملكية خاصة لها، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم، كذلك يمكن للمستخدمين إضافة إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم وأيضاً تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور التي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد، والذي يتضمن وصفا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم.⁽³⁾

(1) محمد منتصر، واقع استخدام المنظمات الأهلية في قطاع غزة لشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز علاقتها بالجمهور، شهادة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2013، ص 20.

(2) المرجع نفسه، ص 20.

(3) فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة الى فيس بوك، دار العربي، القاهرة، 2011، ص 203.

المطلب الثاني: نشأة موقع فيس بوك

أسس هذا الموقع "مارك زكربيرج" عام 2004 وهو أحد طلبة جامعة "هارفارد" الأمريكية الذي أصبح فيما بعد يعد أصغر ملياردير في العالم وذلك بغرض التواصل بين الطلبة في هذه الجامعة، ومن ثم انتشر استخدامه بين طلبة الجامعات الأخرى في أمريكا وبريطانيا وكندا، ليتطور الموقع وخصائصه من مجرد موقع لإبراز الذات والصور الشخصية إلى موقع متخصص بالتواصل ترعاه شركة "فيس بوك" التي أصبحت تقدر بالمليارات عام 2007 نتيجة لاستدراك 21 مليون مشترك في هذا الموقع ذلك العام ليتحدى أي موقع للتواصل الاجتماعي و يصبح الأول على صعيد العالم، و بلغ عددهم حسب إحصائيات 2011، 800 مليون مشترك.⁽¹⁾

وقد تحول الموقع من مجرد مكان لعرض الصور الشخصية والتواصل مع الأصدقاء والعائلة إلى قناة تواصل بين المجتمعات الإلكترونية ومنبر لعرض الأفكار السياسية وتكوين تجمعات سياسية إلكترونية عجزت عنها أعتى الأحزاب الفعلية على الأرض، وكذلك لتصبح قناة تواصل تسويقية أساسية تعتمد على الآلاف من الشركات الكبيرة والصغيرة للتواصل مع جمهورها، وكذلك الصحف التي اعتمدت على المجتمعات الإلكترونية لنقل أخبارها والترويج لكتابها وغيرها من وسائل الإعلام، ليتعدى موقع الفيس بوك وظيفته الاجتماعية إلى موقع تواصل متعدد الأغراض، ويتوقع أن يصل عدد مشتركيه في 2013 إلى قرابة نصف مليار مشترك، ليصبح مستقبلاً أكبر تجمع إلكتروني بشري على وجه الأرض.⁽²⁾

(قد قدرت آخر الإحصائيات أن عدد مستخدمي موقع فيس بوك قد بلغت مع بداية العام الحالي 2022 أكثر من 2.8 مليار مستخدم نشط في جميع أنحاء العالم بنسبة تصل الى 36% من إجمالي عدد سكان العالم المقدر تعدادة بحوالي 7.8 مليار نسمة لتواصل هذه الشبكة انتشارها مع توفيرها العديد من المزايا لمستخدمي الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي في نشر المنشورات المختلفة من فيديوهات وصور وتواصل اجتماعي وفي مجال التسويق والإعلام وغيرها العديد من مجالات التواصل).⁽³⁾

(1) حنان شعشوع الشهري، أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية الفيس بوك وتويتر أنموذجاً، رسالة ماجستير جامعة الملك عبد العزيز، جدة، 2014، ص-ص، 31-32.

(2) المرجع نفسه، ص-ص، 31-32.

(3) إبراهيم المبيضين، فيس بوك يتربع في الصدارة، <https://alghad.com>، تاريخ الزيارة 2022/05/05، 15:00.

المطلب الثالث: خصائص ومميزات فيسبوك

رغم أن مواقع التواصل الاجتماعي عديدة ومختلفة ومع ذلك فقد تميز الفيس بوك على غيره بعدة خصائص ومميزات من بينها:

- **التعليقات:** هذه الخاصية تسمح لمستخدمي الفيس بوك بإضافة الصور والعلامات التي يمكن تضمينها بحيث يمكن أن نكتب أي تعليق في مساحة التعليقات أو إضافة تعليق مع إمكانية إضافة رابط أو صورة.⁽¹⁾
- **الإعجاب:** يمكن الفيس بوك مستخدميه بالقيام بعمل معجب لأي نص أو صورة أو فيديو لأحد الأصدقاء وهي عملية متاحة بين الأصدقاء.⁽²⁾
- **خاصية نكرة:** هي خاصية في الفيس بوك تعطي إشارة لصديقك بشكل مختلف عما تم الاعتياد عليه من حيث الكتابة، وهذا يُعرف صديقك بأنك متواجد معه على فيس بوك.⁽³⁾
- **خاصية الفيديو المباشر:** يتيح موقع فيس بوك لمستخدميه ميزة الفيديو المباشر، حيث تستطيع مشاركة مناسباتك في بث مباشر ويقوم المشاهدون بالتعليق عليه ومشاركته بسهولة أو الانضمام إلى الفيديو بالصوت والصورة.⁽⁴⁾
- **إنشاء حسابات على الموقع بشكل مجاني:** يستطيع الجميع إنشاء حسابات على موقع فيس بوك بشكل مجاني، ولذلك يعتبر الفيس بوك من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي انتشاراً وشهرة بين الناس، حيث تحصل الشركة على الكثير من أموالها عن طريق الإعلانات على الموقع.⁽⁵⁾
- **خاصية تحميل الصور ومشاركتها مع الأصدقاء والعامّة:** يستطيع مستخدمو موقع فيس بوك تحميل صورة واحدة أو أكثر من صورة على شكل ألبوم صور، والتحكّم في خصوصيتها عن طريق الإعدادات.⁽⁶⁾

(1) وائل مبارك خضر فضل الله، مرجع سابق، ص 18.

(2) المرجع نفسه، ص 18.

(3) ليلي، ما معنى النكر في فيس بوك، <https://www.zyadda.com>، تاريخ الزيارة 2022/05/05، 15:10.

(4) سجي التميمي، مميزات لا يعلمها الكثير من مستخدمين موقع فيس بوك، <https://e3arabi.com>، تاريخ الزيارة 2022/05/08، 14:40.

(5) المرجع نفسه، تاريخ الزيارة 2022/05/08، 14:40.

(6) المرجع نفسه، تاريخ الزيارة 2022/05/08، 14:40.

- إنشاء الصفحات سواء أكانت للأفراد أو الشركات: يتيح موقع فيس بوك ميزة إنشاء الصفحات سواء أكانت بغرض التسلية مع المجموعات أو بغرض الأعمال التجارية ومشاركتها مع من تريد. (1)
 - **ميزة الخصوصية:** من أهم ما يميّز موقع فيس بوك اهتمامه بموضوع الخصوصية في كافة الأمور، مثل التحكّم فيمن يستطيع رؤية المنشورات والتعليق عليها، والصور، وقائمة الأصدقاء، ومعلومات المستخدم الشخصية مثل تاريخ الميلاد ومكان الإقامة والدراسة بالإضافة إلى أنه يمكن التحكّم فيمن يستطيع البحث عنك سواء باستخدام رقم الهاتف الذي قدّمته أو عن طريق عنوان البريد الإلكتروني، وأيضاً يمكن لمستخدم فيس بوك أن يتحكّم فيمن يمكنه النشر على يومياته ومن يستطيع رؤيتها وغيرها الكثير. (2)
 - **خاصية الحظر:** يمكن لمستخدم فيس بوك حظر الأشخاص أو الصفحات، بالتالي لا يمكن للشخص المحظور إيجاد صفحتك الشخصية أو رؤية تعليقاتك واعجاباتك أو التواصل معك. (3)
- وهناك مميزات أخرى مهمة لا يعلمها الكثيرون وهي: (4)
- **حفظ أي فيديو أو صورة أو رابط ومشاهدته لاحقاً في الوقت الذي تريد:** في كثير من الأوقات لا يكون لدينا وقت لمشاهدة فيديوهات أو روابط مهمة قد نحتاجها، بالتالي وفر فيس بوك ميزة حفظ الرابط لمشاهدته لاحقاً والاستفادة منه في الوقت المناسب.
 - **إيقاف خاصية التشغيل التلقائي للفيديوهات:** تتيح لنا هذه الميزة إيقاف خاصية التشغيل التلقائي للفيديوهات لما فيها من استهلاك لبيانات الهاتف والواي فاي أو ما تسببه من إزعاج أثناء التصفح.
 - **يمكن تحديث صورتك الشخصية من صورة عادية الى فيديو:** يمكن تعديل الصورة الشخصية من صورة عادية إلى فيديو عن طريق الدخول إلى الصفحة الشخصية والنقر على الصورة ثم اختيار تحميل فيديو.

(1) سجي التميمي، مرجع سابق، تاريخ الزيارة 2022/05/08، 14.40

(2) المرجع نفسه، تاريخ الزيارة 2022/05/08، 14.40

(3) المرجع نفسه، تاريخ الزيارة 2022/05/08، 14.40

(4) المرجع نفسه، تاريخ الزيارة 2022/05/08، 14.40

- إيقاف طلبات الألعاب: يمكن إيقاف طلبات الألعاب المتكررة والمزعجة في حال عدم الاهتمام بها وذلك من خلال الدخول إلى تبويب الإعدادات ومن ثم اختيار الإشعارات وإلغاء طلبات الألعاب، ومن جهة أخرى يمكن اعتبار الألعاب واحدة من الميزات الممتعة التي يقدمها موقع فيس بوك لمستخدميه.
 - سجل النشاطات: يمكن من خلاله رؤية جميع النشاطات التي قمت بها على الفيس بوك، سواء أكانت تعليقات أو إعجابات أو مشاركات، ويمكن الرجوع إليها وقت الحاجة.
 - إعدادات إحياء الذاكرة: يمكن لمستخدم فيس بوك تحديد ما يحدث لحسابه بعد وفاته، فمن الممكن أن يختار حذف الحساب بعد الوفاة حيث يتم حذف الحساب نهائياً، أو القيام بتوصية لجهة اتصال حيث يمكن لهذه الجهة إدارة المعلومات التي تم إنشاؤها بعد الوفاة، ولن تتمكن هذه الجهة من النشر باسمك أو رؤية رسائلك.
 - ميزة الأكثر شيوعاً: يتيح فيس بوك لمستخدميه معرفة الكلمات والموضوعات الأكثر تداولاً واستخداماً، حيث يمكن من خلاله متابعة آخر الأخبار.
 - إعدادات القصص: يمكن إضافة قصة دون الحاجة لتنزيلها على الصفحة الشخصية، إذ تختفي القصة بعد مرور 24 ساعة، ويمكن التحكم بخصوصية القصص عن طريق الإعدادات.
 - خاصية التعرف على الوجه: يقوم نظام فيس بوك بالتعرف على وجهك في الصور والفيديوهات المشار لك فيها وذلك عن طريق مقارنتها مع صورة الملف الشخصي أو الصور التي تمت الإشارة لك فيها.
 - خاصية الإعلانات: يتيح فيس بوك لمستخدميه خاصية الإعلان عن نشاطهم التجاري أو مؤسستهم أو صفحاتهم الشخصية، بالتالي تصل الصفحة إلى عدد مستخدمين أكثر، وذلك مقابل دفع مبلغ مالي لموقع فيس بوك.
- كخلاصة فإنه هناك الكثير من الميزات التي لا يمكن حصرها، ومع كل تحديث جديد لموقع فيس بوك يتم إضافة ميزات جديدة وتحديث الميزات القديمة.

المطلب الرابع: تأثيرات فيسبوك السلبية والايجابية

الواقع اليومي والملاحظة المستمرة لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيس بوك بين بأن هناك العديد من السلبيات دون أن يمنع ذلك من وجود عدة ايجابيات ويمكن أن نذكر ذلك وتتمثل فيما يلي:

1- التأثيرات السلبية

هناك الكثير من الآثار السلبية التي يخلفها الفيس بوك نذكر منها:

- **إضاعة الوقت:** يهدر الفيس بوك الكثير من الوقت لمستخدمه في الكثير من الأحيان دون فائدة، حيث بمجرد أن يدخل المستخدم للموقع ويبدأ بالتنقل من صفحة لأخرى إضافة إلى الدردشة وقرءة الرسائل لا يدرك الساعات التي أضاعها فقد بينت الأبحاث الاجتماعية بأن طلاب الجامعات يضيعوا أكثر من 10 ساعات في اليوم تصفحاً للفيس بوك.⁽¹⁾
- **الإدمان وضعاف المهارات:** يشكل الجلوس أمام جهاز الإعلام الآلي أو باستعمال الهواتف الذكية أثناء تصفح موقع الفيس بوك بمرور الزمن إدماناً لصاحبه وهو ما يؤدي إلى عزله عن المجتمع الحقيقي ويعيش أو يتعايش مع المجتمع الافتراضي، وبذلك فهو ينتقل من الحقيقة ليعيش في خيال ووهم وهو ما ينعكس سلبياً خاصة وأن ذلك يؤدي إلى إضعاف وفقد مهارة التواصل المباشر مع المجتمع.⁽²⁾
- **انتحال الشخصيات:** العديد من مستخدمي الفيس بوك لا يكشف عن حقيقته بل ينتحل أو يتخذ من المشاهير عنواناً لنفسه لذلك تعتبر عملية انتحال الشخصيات خاصة المشاهير منهم سواء كانوا لاعبين أو فنانيين أو أبطال، تضرب أطنابها بقوة في الشبكة العنكبوتية.⁽³⁾
- **الخصوصية:** يحتوي ملف المستخدم في الفيس بوك على جميع معلوماته الشخصية في الكثير من الأحيان عند العديد منهم إضافة إلى ما بيديه هؤلاء من هموم ومشاكل تخطر ببالهم إلا أنها قد تصل بسهولة إلى يد أشخاص يستغلونها بغرض الإساءة والتشهير، فهناك من الشباب من وجد

(1) عبد السلام الأشهب، مرجع سابق، ص 41.

(2) المرجع نفسه، ص 41.

(3) المرجع نفسه، ص 41.

في هذا الموقع مكاناً إما للتسلية أو العبث، بل أن انعدام الرقابة جعل البعض يسيء الاستخدام ولا يهتم بالعواقب كنشر الصور والفيديوهات الإباحية.⁽¹⁾

- **أثره على القيم الدينية:** يتواجد على الفيس بوك صفحات عدة تعمل جاهدة على ترسيخ القيم الاجتماعية والثقافية والدينية في عقول الافراد، وبالعكس هناك ما يهدف إلى غرس الرذيلة والفاحشة،⁽²⁾ وتهديم قيم الفرد والمجتمع، بالإضافة إلى عدم وجود موانع، أو حدود للممنوعات الثقافية كالمجموعات الإباحية والقمار والتحريض ... الخ.

- **أثره على الجانب النفسي:** سرعان ما تحول موقع الفيس بوك إلى إدمان يستنزف وقت الناس بشكل لا يصدق، ويقوم بتشجيع عادات سيئة مثل الفضول، مراقبة حياة الآخرين، التلصص على قوائم أصدقائهم، والتفرج على صورهم، كما يلجأ بعض المراهقين إلى تغيير هويته للتعامل مع عدة أشخاص، ويستخدم شخصية مستعارة، لكي يتعرف على نظرة الناس، ورأيهم عن تلك الشخصية التي قدمها لهم، وبالتالي فهو يحاول أن يكتشف مختلف الشخصيات، من خلال لعب أدوار مختلفة، فالعوالم الافتراضية تقسح المجال للفرد أن يضع هويته موضع استكشاف وتجريب، كما يسميه تومبسن " Thompson " مجتمعات كشف الذات، وفي هذا الإطار يشير إلى أن المراهقين الأكبر سناً يستعملون الانترنت في غالب الأحيان من اجل الاتصال بشبكتهم الشخصية القائمة، بينما المراهقين الأقل سناً يستعملون الانترنت من اجل الاتصال بالغرباء ويلعبون بهوياتهم، بمعنى أنهم قد يؤدون أدوار هويات متعددة أثناء التفاعل مع الآخر.⁽⁴⁾

من بين التأثيرات التي يواجهها الفرد عند استخدامه للفيس بوك هو مشكل الخصوصية مما قد يسبب له الكثير من الأضرار المعنوية والنفسية، وقد تصل في بعض الأحيان لأضرار مادية فملف المستخدم يحتوي على جميع معلوماته الشخصية، إضافة إلى ما يبثه من هموم ومشاكل وصور قد تستغل بغرض الإساءة والتشهير.⁽⁵⁾

- **أثره على الجانب الاجتماعي:** إن الفيس بوك بمثابة مؤسسة اجتماعية، ويعتبر من أدوات التنشئة الاجتماعية المعاصرة فتنشئة الفرد اجتماعياً بهذه الطريقة، قد يتعارض وقد يتماشى مع قيم وأسس

(1) عبد السلام الأشهب، مرجع سابق، ص 41.

(2) سعاد بن جديدي، علاقة مستوى النرجسية بالإدمان على شبكات التواصل الاجتماعي الفيس بوك لدى المراهق الجزائري، أطروحة دكتوراه،

جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2016، ص 41.

(4) المرجع نفسه، ص 41-42

(5) المرجع نفسه، ص 41-42

هذا المجتمع، فالفرد ينعزل عن التفاعل الاجتماعي، ويدمن عليها وينخرط في مجتمعات افتراضية، ربما تتعارض مع عاداته وتقاليده وفكره ودينه وينشأ منعزلاً مكتسباً لقيم افتراضية قد تتعارض مع واقعه الحقيقي، وهذا يعود بالسلب على الأسرة والمجتمع بصفة عامة، كما يساهم بطريقة غير مباشرة في تحقيق الانسجام والترابط الاجتماعي، وذلك من خلال تلاقي الافراد والأصدقاء على الشبكة.⁽¹⁾

2- التأثيرات الإيجابية

- **التنفيس العاطفي:** حيث يطلق الأفراد العنان لانفعالاتهم، ويعبرون بحرية عن مشاعرهم، ويوحدون بكل ما كانوا يخفونه ويتسترون عليه.⁽²⁾
- **التعويض الاجتماعي:** أي تجاوز الخجل ونقائص الشخصية على العموم، وبصفة خاصة عند الإناث والمنطويين نفسياً.⁽³⁾
- **الإحساس بالسعادة:** إن عدد الأصدقاء في الفيس بوك مرتبط بالإحساس بالراحة النفسية والسعادة خاصة، وأن لهم فائدة غير مباشرة على الصحة النفسية من خلال زيادة الدعم الاجتماعي، والحد من الإحساس بالإجهاد والتوتر.⁽⁴⁾
- **التشارك الاجتماعي:** من مميزات الموقع أنه يرى في التشارك الاجتماعي وظيفة أساسية للتواصل، والمساندة الاجتماعية، والنفسية لتعزيز قدرة الفرد على مواجهة المشكلات من خلال تبادل التجارب والنصح من الآخرين، الهروب من مشكلات الواقع، والتنفيس عن العواطف وتجنب العزلة مع تأكيد الذات.⁽⁵⁾
- **على المستوى الصحي:** أجريت بحوث على أطفال يعانون من أمراض مستعصية، ولوحظ أن استخدامهم للشبكات الاجتماعية له تأثير حسن ايجابي على سلوكياتهم ومزاجهم، فهي تشجعهم على العودة للانخراط في المجتمع بصورته الافتراضية.⁽⁶⁾

(1) سعاد بن جديدي، مرجع سابق، ص-ص 42-43

(2) المرجع نفسه، ص-ص 42-43

(3) جمال العيفة، الاتصال الشخصي في عصر شبكات التواصل الاجتماعي ضرورة اجتماعية في عالم متغير، مجلة علوم الانسان والمجتمع، 2014، ص294.

(4) عبد السلام الأشهب، مرجع سابق، ص44.

(5) المرجع نفسه، ص44.

(6) المرجع نفسه، ص45.

- بالنسبة للجانب الدراسي: إن الاهتمام بموقع الفيس بوك بالنسبة للطلبة ازداد بشكل كبير في السنوات الأخيرة، حيث أن المستخدمون يقضون وقتا طويلا على الموقع، خاصة كلما كان لديهم فراغ حتى بين الحصص في الجامعة يتوجهون إلى قاعات الانترنت المتواجدة على مستوى كلياتهم، ويرون أن الموقع يلبي احتياجاتهم و اشباعاتهم، وان أغلبية المستخدمين يدعون أصدقائهم لاستخدامه كوسيلة للتواصل معهم من أجل الدردشة، والتحدث عن الدروس والمحاضرات اليومية، ومناقشة المناهج التي يدرسونها، والتحدث في مواضيع اجتماعية أخرى، ومن الملاحظ أيضا أن الطلبة يدخلون في مجتمعات للمذاكرة والمراجعة خصوصا مع اقتراب موعد الامتحانات، وابداء التوقعات ومساعدة بعضهم البعض على الإيضاح وتقديم المعلومات والدروس.⁽¹⁾

(1) سعاد بن جديدي، مرجع سابق، ص 44-45

خلاصة الفصل

من خلال كل ما تطرقنا اليه في هذا الفصل يمكن القول بان الدراسات والأبحاث العلمية في ميدان الإعلام والاتصال بينت مدى أهمية مواقع التواصل الاجتماعي ومن بينها الفيس بوك الذي غزى العالم بحيث سهل عملية التواصل الاجتماعي وهو ما أدى إلى ذوبان الحدود الجغرافية بين الدول إلى درجة أن أصبح العالم مجرد قرية صغيرة مرتبطة ببعضها البعض، حتى أن هذه المواقع أصبحت تجد قبولا كبيرا بين مرتاديه بمختلف طبقاتهم ومستوياتهم الثقافية من البسيط إلى العامي إلى طلاب الجامعات والباحثين والعلماء وبين فئة المراهقين والشباب وحتى المتقدمين في السن ومع ذلك تبقى آثاره تحتاج إلى دراسة معمقة في ظل التزايد المستمر على استخدامه المفرط.

الفصل الثالث: الإذاعة المحلية في الجزائر

المبحث الأول: الإذاعة

المطلب الأول: مفهوم الإذاعة

المطلب الثاني: نشأة وتطور الإذاعة

المطلب الثالث: خصائص الإذاعة

المطلب الرابع: أنواع الإذاعات

المبحث الثاني: الإذاعة المحلية

المطلب الأول: مفهوم الإذاعة المحلية

المطلب الثاني: خصائص الإذاعة المحلية

المطلب الثالث: وظائف الإذاعة المحلية

المطلب الرابع: المضمون الإعلامي للإذاعة المحلية

المطلب الخامس: إذاعة جيجل المحلية

تمهيد

منذ ظهور الإذاعة في الجزائر على يد المستوطنين الفرنسيين سنة 1924 شكّلت وسيلة اتصال بين المحتل الفرنسي والمستوطنين الأجانب واستخدمتها السلطات الاستعمارية لتفكيك المجتمع الجزائري ونشر أفكاره وقيمه الاستعمارية التي جاء من أجلها ، وبالرغم من ذلك فإنه لم يستطع اختراق المجتمع الجزائري، وحين اندلعت الثورة المسلحة في أول نوفمبر 1954 استغل الإذاعة لتظليل الرأي العام في الداخل والخارج، غير أن صوت الجزائر في الإذاعات العربية بقي مشرقا وكان أقوى من صوت فرنسا في الجزائر، لكن مع بداية التعددية الحزبية وتعدد الآراء والأفكار صارت السلطة في حاجة إلى قنوات إذاعية أخرى، كما كان الشعب في حاجة إلى أصوات أخرى أكثر ارتباطا باهتماماته وانشغالاته الجديدة فاستخدمت الإذاعة منبرا للرأي والرأي الآخر وبدأ التفكير في إنشاء إذاعات محلية لاحتواء الاهتمامات الشعبية وتوسيع وسائل التعبير وجاءت المبادرة بتحويل الإذاعات الإقليمية إلى إذاعات محلية وبدأ المشروع مع بداية الأزمة الجزائرية وظهور العنف وكان يتعثر من حين لآخر إلى غاية تحقيق 48 إذاعة في التراب الجزائري أدركت السلطات أهمية الإذاعات المحلية في تعزيز البناء الاقتصادي والاجتماعي والسياسي والثقافي على المستوى الوطني.

المبحث الأول: الإذاعة

المطلب الأول: مفهوم الإذاعة

الإذاعة هي بناء لنشر الأفكار العامة، وامتداد للحاجيات الإنسانية، تسعى للكشف عن المشكلات التي تحدث في المجتمع من خلال تحليل الأوضاع فيه، وقيامها بالتعبئة الاجتماعية للفت أنظار الناس إلى ما يهدد التماسك الاجتماعي من مشكلات اجتماعية متواجدة لها آثارها المتعددة، والمساهمة من خلال البرامج في توعية الناس وجلب انتباههم نحو المعاناة التي يعيشها بعض أعضاء المجتمع، وما قد تتسبب فيه هذه المعاناة من تطور لمشاكل أخرى يكون المجتمع كله عرضة لها، فمن المعروف حسب النظرية الوظيفية أن حدوث أي خلل في نسق ما لا بد أن يتبعه خلل في موقع آخر.

والإذاعة لغة تطلق على الدار التي تنتشر الأخبار بواسطة الجهاز اللاسلكي، أذاع يذيع الخبر أي نشره، إذاعة السر أي إفشائه.⁽¹⁾

واصطلاحا تعني إرسال واستقبال الكلمات والإشارات الصوتية على الهواء لاسلكيا،⁽²⁾ فكلمة الإذاعة تطلق على الاتصال بالراديو أي إرسال واستقبال الكلمات والإشارات الصوتية على الهواء لاسلكيا،⁽³⁾ وكلمة راديو كاصطلاح هندسي تعني الإرسال والاستقبال اللاسلكي للنبضات أو الإشارات الكهربائية بواسطة موجات كهربائية.⁽⁴⁾

ويمكن تعريف الإذاعة بأنها الانتشار المنظم والمقصود بواسطة الراديو لمواد إخبارية وثقافية وتعليمية وتجارية وغيرها من البرامج، ليلتقطها في وقت واحد المستمعون المنتشرون في شتى أنحاء العالم -فرادى وجماعات- باستخدام أجهزة الاستقبال المناسبة،⁽⁵⁾ فهي " ما يبث عن طريق الأثير باستخدام موجات كهرومغناطيسية، وبإمكانها اجتياز الحواجز الجغرافية والسياسية وربط مستمعيها برابط مباشر وسريع".⁽⁶⁾

(1) أحمد زكي بدوي، معجم المصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتب بيروت، لبنان، دس، ص 210.

(2) هناء حافظ بدوي، وسائل الاتصال في الخدمة الاجتماعية والمجتمعات النامية، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث 2001، ص 129.

(3) أهد محمد عليق وآخرون، وسائل الاتصال والخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2004 ص 126.

(4) هناء حافظ بدوي، مرجع سابق، ص 130.

(5) إبراهيم إمام، مرجع سابق، ص 256.

(6) فضيل دليو، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998، ص 135.

المطلب الثاني: نشأة وتطور الإذاعة

1- نشأة وتطور الإذاعة في العالم

فقد ظهرت الإذاعة مع بداية القرن التاسع عشر، ولم يكن ظهورها وليد صدفة أو نابع من فراغ، بل جاء نتيجة للعديد من الدراسات التي قام بها رواد أوائل في مجالات متعددة⁽¹⁾، "جاءت بعد أن تطورت أيضا علوم متعددة منها علم الفيزياء والرياضيات والفلك وغيرها"⁽²⁾ حتى استطاع مخترع ايطالي اسمه جوجليميو ماركوني (Guglielmo Marconi) اكتشاف الإذاعة الصوتية بعد أن تمكن من ابتكار جديد وهو إرسال إشارات كهرومغناطيسية من خلال الهواء، وسجل ابتكاره هذا سنة 1896 ولم يكن انجازه هذا وليد عمل منفرد منه و لكن شروط النهضة هي التي صنعتها فالحضارة هي التي تصنع منتجاتها،⁽³⁾ فكان إنجاز هذا ثمرة لأبحاثه وأبحاث العديد من العلماء قبله في نطاق تطور حضاري اجتماعي بدأت ظواهره مع عصر التنوير، حيث قام العلماء بالكثير من الأبحاث والتجارب، وتوصلوا إلى عدة اكتشافات في مجالات مختلفة منها الكهرباء والكهرومغناطيسية واللاسلكي، حيث كانت تلك التجارب والاكتشافات أساسا لنجاح ماركوني في مجال الإذاعة الصوتية، ومن بين أهم هؤلاء العلماء العالم الإنجليزي (ولير ستروجون) الذي كانت له البداية باكتشاف الموجات اللاسلكية، (الموجات الكهرومغناطيسية)، سنة 1837⁽⁴⁾، و العالم البريطاني (هنري جاكسون) الذي نبغ في مجال اللاسلكي، والروسي (الكسندر بوبوف)، و (إديسون) و (فليمنج ودي فورست)، الذين كان لهم الفضل لقيامهم بتجارب ساعدت على إنتاج أطوال الموجات اللازمة للإرسال من خلال الموجة القصيرة، وترجع أهمية اكتشاف الموجة القصيرة إلى عدد من العلماء منهم (ماكسويل) James Clerk Maxwell الذي توصل عام 1865 م إلى إثبات وجود الكهرومغناطيسية، وأن هذه الموجات يمكن أن تنتقل من خلال الهواء بسرعة الضوء،⁽⁵⁾ و وضع نظرية المجال الكهرومغناطيسي على أسس رياضية، فاستطاع تفسير ظواهر الأمواج الكهرومغناطيسية بطريقة أوضح، و استنتج أن الأمواج الكهربائية والمغناطيسية والضوئية أنواع مختلفة من الأمواج الكهرومغناطيسية، تتحرك على هيئة أمواج مستعرضة.

(1) ماجي حسين الحلواني، مقدمة في الفنون الإذاعية والسمعي بصرية، مركز جامعة القاهرة، القاهرة، 1999، ص 11.

(2) عبد الله محمد عبد الرحمن، سيسيولوجيا الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، 2006، ص 33.

(3) مالك بن نبي، القضايا الكبرى، دار الفكر، دمشق، ط1، 1999، ص 45.

(4) حسن عماد مكاي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، دار الكتب المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 1993، ص 24.

(5) ماجي حسين الحلواني، مرجع سابق، ص 15.

وواصل العالم الألماني (هنريك هرتز) (Heinrich Hertz) اعتمادا على أبحاث "ماكسويل" بحوثه عن الراديو، واجري تجارب على الموجة القصيرة، واثبت صحة نظرية "ماكسويل"، واستطاع قياس طول الموجات الكهرومغناطيسية وسرعتها، حيث اكتشف أن سرعتها تساوي سرعة الضوء، وكان له فضل اكتشاف الموجة القصيرة سنة 1888 م، أمكنه إنتاج الأمواج الكهرومغناطيسية المسماة بأمواج هرتز، أو أمواج الراديو، وبدراسته لهذه الموجات اثبت أنها موجات عرضية تنتقل بسرعة الضوء، وهي ذات موجات طولية، ولها خواص الانعكاس والانكسار والاستقطاب، ونتج بناء على اختراع ماركوني أشكال مختلفة وعديدة للاتصال ساهم هو فيها، حيث استطاع أن يرسل تقارير صحفية سريعة برموز مورس، من خلال التلغراف، و تمكن من إرسال أول إشارة لاسلكية عبر المحيط الأطلسي من خلال جهاز اللاسلكي في سنة 1901 م، وكان أول استخدام للراديو هو الاتصال بين السفن والموانئ،⁽¹⁾ وقام العالم (سيرجون فليمنج) بإجراء تجارب على استخدام اللاسلكي لنقل الصوت البشري، حيث ابتكر الصمام الثنائي سنة 1904 م،⁽²⁾ والذي يمكنه أن يكشف عن الإشارات اللاسلكية، ويقوم بتوحيد ذبذبات الراديو ذات التيار الضعيف جدا، وعلى ذلك لا تحتاج من المهبط إلا لتيار صغير، ومن ثم يكون الضغط غير مرتفع جدا ويستخدم كذلك لتوحيد التيار العمومي،⁽³⁾ كما استطاع العالم الأمريكي (لي دي فورست) Lee De Forest من اختراع الصمام الثلاثي الذي ساعد على تقوية الإشارات اللاسلكية و يستطيع تضخيم إشارات الراديو، وأصبح العنصر الأساسي في مستقبل المذياع، وتمكن العالم (ريجينالد فسندن) من إرسال الكلام عن طريق اللاسلكي من المحطة التي أقامها في ولاية ماساشوسيتس الأمريكية شرق الولايات المتحدة الأمريكية وعاصمتها بوسطن، ففي عام 1906 تحدث "ريجينالد" بواسطة موجات الراديو من "برانت روك" في "ماساشوسيتس" إلى سفن مبحرة في المحيط الأطلسي، كما ذهب (دي فورست) إلى فرنسا وأقام محطة إذاعية في برج إيفل، وقام فورست بنقل برنامج من مسرح غنائي في مدينة نيويورك في الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1910، و لم تصبح الإذاعة الصوتية حقيقة واقعة إلا في سنة 1920، حيث "أنشأت شركة "وستكهوس" محطة إذاعية في الولايات المتحدة الأمريكية،⁽⁴⁾ وقد استطاعت تلك المحطة أن تنقل نتيجة انتخاب رئيس الولايات المتحدة "وارين هاردينغ" في نفس الليلة، وقد كان لذلك الحدث ضجة قوية في الصحافة الأمريكية لأنه سجل أول نصر للإذاعة على الصحافة في نقل

(1) جمال العيفة، مؤسسات الإعلام والاتصال، الوظائف الهياكل الأدوار، ديوان المطبوعات الجامعية 2010، ص 108.

(2) ماجي حسين الطواني، مرجع سابق، ص 17.

(3) رشدي الحديدي، فن الراديو، مطبعة الدجوى، القاهرة، ط2، 1971، ص 223.

(4) ماجي حسين الطواني، مرجع سابق، ص 17.

الأخبار،⁽¹⁾ وظهرت أول محطة إذاعية في موسكو و أول برامج يومية مذاعة من محطة (ديترويت نيوز) في الولايات المتحدة الأمريكية،⁽²⁾ وتبعتها عدة دول منها بريطانيا وفرنسا وألمانيا، وازداد عدد محطات الإرسال وازدهرت أجهزة الراديو، وانتشرت بسرعة كبيرة، خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية وبعد ظهور أهمية الإذاعة بدأت الدول الأوروبية تنشئ المحطات الإذاعية المنتظمة، ففي فرنسا أنشأت محطة برج إيفل عام 1922، وفي العام نفسه أنشئت محطة إذاعية قوية في بريطانيا تبعتها ألمانيا عام 1925، ثم عدة دول في أوربا وأمريكا الجنوبية،⁽³⁾ وبدأت صناعة الإرسال الإذاعي في عام 1920، ولم يكد يأتي عام 1922 حتى كان هناك أكثر من 600 محطة تبث إرسالها على الهواء في الولايات المتحدة، وبعد سنتين ازداد هذا العدد إلى 1400 محطة، وكانت غالبية هذه المحطات تقوم على أساس الدعاية التجارية إلى جانب عملها الأصلي،⁽⁴⁾ وفاق عدد أجهزة الاستقبال ثلاثة ملايين جهازا ليصل عام 1929 عشرة ملايين جهاز استقبال،⁽⁵⁾ وفي عام 1947 م، اخترع العلماء والمهندسون والعاملون في مختبرات بل للهاتف الترانزستور، الذي حل محل الصمام، والترانزستور يتميز على الصمام بميزات عديدة مما جعله يحل محله في التجهيزات الإلكترونية على نطاق واسع، فقد كان جهاز الراديو في البداية كبير الحجم وبسيطا ويفتقر إلى دقة الاستقبال، ولكنه تطور بشكل كبير، وقد أحدث ظهور الترانزستور تطورا كبيرا على جهاز الراديو فتقلص حجمه ليصبح صغيرا وصار قادرا على الاستقبال بوضوح ورخيصا، ويعد ظهور الترانزستور ثورة مهمة في مجال الراديو والإذاعة، و جاء بعد ذلك إنتاج أجهزة الراديو بأقل التكلفة لتكون في متناول الجميع،⁽⁶⁾ و أدخلت تحسينات كثيرة على الإذاعات، فإلى جانب تقدم البرامج الإذاعية، كانت الموسيقى والأنباء أول البرامج الهامة التي تابعها المستمعون،⁽⁷⁾ وبإنشاء الإذاعات وتوفر أجهزة الراديو أصبح العديد من دول العالم على اتصال دائم وانعدمت الحواجز الجغرافية والسياسية في بث المعلومات ومخاطبة شريحة واسعة من الناس حتى الذين لا يجيدون القراءة والكتابة، وتعتبر الإذاعة أول خطوة نحو ما يسمى بعصر الاتصال الإلكتروني، الذي تميز بالسرعة والفورية والانتشار الواسع، حيث استخدم الراديو كوسيلة إعلامية جماهيرية ألغت المسافات وجعلت العالم كله قرية صغيرة على حد تعبير

(1) أنطوان الناشف، البث التلفزيوني والإذاعي والبث الفضائي، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ط1، 2003، ص13.

(2) فضيل دليو، مرجع سابق، ص136.

(3) أنطوان الناشف، مرجع سابق، ص13.

(4) عاصف حميدي، العمل الإذاعي والتلفزيوني، مفاتيح النجاح وأسرار الإبداع، أبو ظبي، ط1، 2004، ص15.

(5) فضيل دليو، مرجع سابق، ص136.

(6) عبدالله محمد عبدالرحمن، مرجع سابق، ص34.

(7) أنطوان الناشف، مرجع سابق، ص34.

"ماكلوهان" في كتابه (الوسيلة هي الرسالة) الصادر في عام 1967، وأصبح من الصعب أن تجد دولة في العالم تخلو من الإذاعة، وانتشرت المحطات الإذاعية المحلية والوطنية والإقليمية والعالمية وأصبحت تشكل جزءا حيويا في مجال الاتصال الجماهيري الحديث. (1)

2-نشأة وتطور الإذاعة في الوطن العربي

يعود تاريخ الإذاعة في الوطن العربي إلى سنة 1925، حيث جلب المحتل الإذاعة إلى البلاد العربية لخدمة أغراضه والاستفادة منها، وتعتبر الجزائر ومصر أولى الأقطار العربية التي عرفت الإذاعة في منتصف العشرينيات عن طريق المبادرات الفردية، (2) أما الإذاعة العربية فلم تكن إلى بعد ذلك، واقتصر معظمها على موجة أو موجتين، وشهد البث الإذاعي العربي في السنوات الأخيرة تطورا كبيرا عبر تعدد الإذاعات العربية، وعدم الاقتصار على الإذاعة المركزية في العواصم، بل صارت الدول العربية تعرف انتشارا متزايدا للإذاعات الجهوية والمحلية و الإذاعات المتخصصة وباللغات الأجنبية، وتخضع الإذاعة في الوطن العربي لإشراف الحكومات، تشغيل وإدارة، و تتنوع البرامج ما بين الأخبار، والقرآن الكريم، والبرامج الترفيهية، والثقافية، والتعليمية، والرياضية، والقضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

ومرت الإذاعة في الوطن العربي بثلاث مراحل أساسية هي:

أ- مرحلة الاستعمار

فقد دخلت الإذاعة معظم دول المنطقة العربية عن طريق قوات الاحتلال الفرنسي والإيطالي، كما في حالات لبنان وليبيا والجزائر، وتنقسم الإذاعة في فترة الاحتلال الأجنبي للبلدان العربية إلى نوعين (3):

- النوع الأول: إذاعة المستعمر: وكان يستعملها المحتل لتكريس الفكر الاستعماري وخدمة الأقلية الأوربية المتواجدة، وترفيهاها، وكانت اللغة المستعملة عادة هي لغة المحتل، ولا تستعمل اللغة العربية إلا لحاجة المحتل في إيصال رسالته للسكان.
- النوع الثاني: إذاعة العرب: وكانت تستعمل للمطالبة بالحقوق وتثقيف الشعب وتوعيته، وحثه على المقاومة والجهاد.

(1) عبدالله محمد عبدالرحمن، مرجع سابق، ص 34.

(2) فضيل دليو، مرجع سابق، ص 136.

(3) جمال العيفة، مؤسسات الإعلام والاتصال، الوظائف الهياكل الأدوار، مرجع سابق، ص 111.

ب- مرحلة ما بعد الاستقلال

وكانت الإذاعة في أغلب الدول العربية ملكا للدولة، تستعملها كوسيلة للتنمية وفرض النظام، وعملت الأنظمة العربية على استغلال الإذاعة في مجال الدعاية لسياسة الدولة والتنمية، وكانت الإذاعة مركزية في أغلب الدول العربية⁽¹⁾.

ت- مرحلة العولمة

فالتحولات الناتجة عن العولمة الاتصالية، والتي فرضت على جميع الدول إما التكيف مع ما يفرضه مجتمع المعلومات من واقع جديد زالت فيه كل الحدود التي كانت قائمة وإما الاستسلام للتبعية لدول تستعمل كل إمكانياتها للوصول إلى كل فرد وإشباعه بما تسعى إليه، خاصة عن طريق وسائل الإعلام، مما يجعل كل دولة مستسلمة تفقد السيطرة على مجتمعها كليا أو جزئيا، حسب ظروف المجتمع وما يملكه من مقومات وعقائد، ومن هنا سعت الدول العربية إلى محاولة التغطية الإعلامية عن طريق الإذاعات الموجهة والإذاعات المحلية التي تخاطب الجمهور المحلي انطلاقا من خصوصيته وظروفه وقضاياه المحلية، واهتمت الدول العربية بالإذاعة المحلية لأن هذه الإذاعات تستطيع أن تلبي الحاجات التي لا تستطيع الإذاعة المركزية أو التلفزيون أو الفضائيات تلبيتها بالنسبة للمجتمع المحلي ومنها مناقشة المشكلات المحلية ومحاولة حلها⁽²⁾.

3-العوامل التي ساعدت على تطور الإذاعة في العالم العربي⁽³⁾

- الاستفادة من التحولات الإلكترونية في مجال الإعلام.
- تطور السوق الإعلانية ومستوى الإنفاق الإعلاني في العالم العربي.
- تميز الإذاعة بطرح القضايا الاجتماعية التي تستقطب اهتمامات أفراد المجتمع.
- ظهور قنوات FM، الذي سهل من إمكانية بث القنوات المحلية عن طريقها.
- تراجع الحكومة في بعض الدول العربية عن السيطرة الكاملة على المجال الإذاعي، وفسح المجال أمام الإذاعات الخاصة للقيام بتنشيط هذه الوسائل التكنولوجية التي استعملها حكرا على المؤسسة الإذاعية الحكومية.

(1) جمال العيفة، مؤسسات الإعلام والاتصال، الوظائف الهياكل الأدوار، مرجع سابق، ص 111.

(2) المرجع نفسه، ص 112.

(3) فضيل دليو، مرجع سابق، ص 137.

- تراجع تكلفة البث على موجة FM.
- تطور السوق الإعلانية مع العولمة.
- ظهور ثقافة سياسية جديدة قائمة على الكثافة الإعلامية والانفتاح على العولمة الثقافية.
- الاهتمام بمجال الاستثمار الاقتصادي في الإعلام.

4- خصائص الإذاعة في الوطن العربي

سيطرة الدولة على الإذاعة للاعتقاد بقوة تأثير الإعلام، فكانت الإذاعة أكثر الوسائل حضورا في المجتمع نظرا لقلّة تكاليف جهاز الراديو وإمكانية الوصول إلى كافة الشرائح الاجتماعية المتعلمة منها أو الأمية، فأمكن استغلالها بذلك للتأثير السياسي وتغيير السلوك الاجتماعي، الطابع المركزي للإذاعة، فقد كانت الإذاعة مركزية حتى حدود التسعينات ثم ظهرت الإذاعات المحلية كضرورة اجتماعية فرضتها التطورات وبرز ما يعرف بالعولمة وخاصة العولمة الثقافية التي صارت تشكل خطرا على قيم المجتمع وعلى الوحدة الاجتماعية، وكانت الإذاعة ولا تزال وسيلة لمخاطبة العالم الداخلي والخارجي ولذلك استحدثت قنوات إذاعية موجهة للخارج ناطقة بعدة لغات، إما للتواصل مع الجاليات العربية المتواجدة في الدول الأجنبية للحفاظ على تراثهم الثقافي وربطهم بالمجتمع الأصلي، أو لمخاطبة غير العرب وتعريفهم بالثقافة العربية.⁽¹⁾

5- مراحل تطور الإذاعة في الجزائر

مرت الإذاعة في الجزائر بعدة تطورات ومراحل:

أ- الإذاعة الفرنسية في الجزائر

يعود تاريخ إنشاء أول إذاعة بالجزائر إلى العشرينات من القرن الماضي، من طرف الاحتلال الفرنسي وكانت تابعة له، واستعملها لتكريس الفكر الاستعماري وخدمة الأقلية الفرنسية والأوربية المتواجدة في الجزائر بشمال البلاد على المناطق الساحلية، وكان أول تواجد الإذاعة سنة 1925 في الجزائر العاصمة عندما قام أحد الفرنسيين بإنشاء محطة إرسال على الموجة المتوسطة لم تتعد قوتها 100 واط ثم ارتفعت إلى 600 واط،⁽²⁾ وجاء ذلك لتلبية حاجيات الأقلية الأوربية المتواجدة في الجزائر، وكانت برامجها برامج

(1) فضيل دليو، مرجع سابق، ص 138.

(2) عاطف العبد عدلي، ماجي حسين الحلواني، الأنظمة الإذاعية في الدول العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987، ص 202.

فرنسية، وفي عام 1942 أقيمت بقسنطينة محطة قوتها 600 كيلو واط تذيع باللغة الفرنسية ومحطة أخرى قوتها 250 كيلو واط تذيع باللغة العربية، وأضيفت محطات أخرى في العاصمة ووهران، ومع نهاية الحرب العالمية الثانية بذلت السلطات الفرنسية جهدا كبيرا من أجل تغطية الجزائر كلها أو الجزء الكبير منها بشبكات الراديو،⁽¹⁾ وبزيادة المحطات وتقوية إرسالها أصبح الإرسال الإذاعي يغطي الجزء الأكبر منها، إذ وصلت قوة الإرسال الإجمالي سنة 1954 إلى 322 كيلو واط.⁽²⁾

ب- الإذاعة الجزائرية

إن تاريخ الإذاعة الجزائرية يبدأ من سنة 1956، حيث مرت الإذاعة الجزائرية بأربع مراحل تاريخية في نشوئها وتطورها نوجزها في الآتي:

- **المرحلة الأولى:** انطلقت مع تأسيس صوت الجزائر الذي كان في 16 ديسمبر 1956، حيث تم إطلاق الإذاعة الوطنية السرية في حزن ثورة التحرير، وكانت البداية بجهاز إرسال متنقل من خلال شاحنة عبر المنطقة الجبلية الحدودية (الناظور) بين الجزائر والمغرب، ولعبت الإذاعة في هذه المرحلة دورا هاما إبان الثورة التحريرية من خلال ما قامت به من إعلام والدعوة إلى الكفاح المسلح، وتدويل القضية الجزائرية على الصعيد الخارجي.⁽³⁾
- **المرحلة الثانية:** مرحلة استرجاع السيادة في 28 من أكتوبر 1962 احتلت القوات الجزائرية مباني الإذاعة والتلفزيون، وأمام هذا الإجراء قدم العمال الفرنسيون استقالتهم،⁽⁴⁾ وأستطاع ثلة من الصحفيين والتقنيين، ممن كانوا يشتغلون بالإذاعة والتلفزيون إبان الحقبة الاستعمارية، معتمدين على أسلوب التسيير الذاتي تلقائيا، وذلك بعد مغادرة الآلاف من المستوطنين الفرنسيين تاركين مزارعهم ومصانعهم ومتاجرهم بهدف إحداث فراغ كبير يمكن أن يهز البناء الاقتصادي والاجتماعي للبلاد،⁽⁵⁾ وأستطاع هؤلاء الرجال أن يرفعوا العلم الجزائري فوق هذا المبنى، متحديين بذلك مراهنة الإدارة الاستعمارية في فشل الجزائريين في إدارة وتسيير الإذاعة والتلفزيون، و انسحب الإداريون الفرنسيون والتقنيون بعدما قاموا بحرق الأرشيف وإتلاف التجهيزات، حتى

(1) خليل صابات، جمال عبد العظيم، وسائل الاتصال وتطورها، مكتب الأنجلو المصرية، القاهرة، ط 9، 2001، ص 438.

(2) زهير إحدادن، تاريخ الإذاعة والتلفزة، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 1984، ص 109.

(3) المرجع نفسه، ص 110.

(4) نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية، ط 2، 2009، ص 103.

(5) عبد العالي ديلة، الدولة رؤية سوسيولوجية، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004، ص 29.

يتوقف الإرسال من الإذاعة الجزائرية وفي أنفسهم حاجة لتوريط الجزائريين على خلفية الاعتقاد بجهلهم لأدبيات الصحافة والتسيير، لكن الجزائريين استطاعوا أن يصنعوا الحدث، وتمكنوا من تسيير الإذاعة والتلفزيون رغم أن التسيير الذاتي لم يكن فكرة لأحد ما ولم يكن نتيجة لعمل مخطط بل جاء كإبداع شعبي من وحي الضرورة في المرحلة الانتقالية من استقلال الجزائر بعد أن ترك المستوطنون الفرنسيون كل شيء في الجزائر فجأة، فتقدم الشعب تلقائيا في كل المواقع ليدير المزارع والمصانع والهيكل العامة كما قال الرئيس بن بلة،⁽¹⁾ و في 01 أوت 1963 أسست الإذاعة و التلفزة الجزائرية RTA و كانت الإذاعة آنذاك هي الوسيلة الوحيدة التي بإمكانها أن تصل رسالتها إلى جميع أنحاء البلاد خاصة المناطق النائية لانتشار الأمية بينهم،⁽²⁾ وبذلت الحكومة الجزائرية سنة 1966 جهودا كبيرة قصد تطوير الإذاعة والتلفزيون، فخصصت ميزانية وزعت على وسائل الإعلام، وفاقته نسبة الراديو منها 50% ، بمرور السنوات زادت النسبة إذ بلغت سنة 1974 ما يزيد عن 70%، وانخفضت سنة 1975 إلى حوالي 67% لترتفع سنة 1978 إلى 79%،⁽³⁾ وأنشأت داران جامعتان للراديو والتلفزيون بقسنطينة وهران، وأنشأت محطة أخرى للاتصال بالخارج بواسطة الأقمار الصناعية،⁽⁴⁾ وبذلت الجزائر جهود لتوفير أجهزة الراديو وجعلها في متناول جميع الناس حتى بلغ عددها 1300000 جهاز في سنة 1968،⁽⁵⁾ وبلغ عددها في سنة 1984 خمسة ملايين جهاز راديو مما يعني أن الجزائر كانت تعتبر من الدول المتطورة في هذا الميدان،⁽⁶⁾

- **المرحلة الثالثة:** كانت الإذاعة قبل 1986 مجرد جناح تابع للتلفزيون فيما كان يعرف بمؤسسة الإذاعة والتلفزيون الجزائرية (RTA) ، فلم يكن لها امتداد كبير ولم يكن لها من الصلاحيات الشيء الكثير كي تقوم به إذاعة منتشرة، وخضعت كغيرها من المؤسسات للتسيير الاشتراكي متبعة في ذلك سياسة لا مركزية البرامج، وفي تاريخ 01 جويلية 1986 وبمقتضى المرسوم رقم 86 / 150 تم وضع اللجنة الأولى للمؤسسة الوطنية للإذاعة الصوتية (E. N. R. S)،⁽⁷⁾ وبدأت

(1) عبد العالي دبله، مرجع سابق، ص 29.

(2) عاطف العبد عدلي، مرجع سابق، ص 203.

(3) زهير إحدادن، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 1991، ص 106.

(4) المرجع نفسه، ص 107.

(5) نور الدين تواتي، مرجع سابق، ص 118.

(6) زهير إحدادن، تاريخ الإذاعة والتلفزة، مرجع سابق، ص 109.

(7) نور الدين تواتي، مرجع سابق، ص 148.

المؤسسة الوطنية للإذاعة في مهامها وهي: انطلاقا من ثلاث قنوات وطنية، وقسم دولي، وقد جاءت هذه الخطوة للإذاعة نتيجة لما شرعت فيه السلطات العمومية من برنامج لاستقلالية المؤسسات العمومية الذي تم بموجبه إعادة هيكلة هيئة الإذاعة والتلفزيون الجزائرية إلى أربع مؤسسات مستقلة:

أ- المؤسسة الوطنية للإذاعة المسموعة (ENRS): وهي مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري خاضعة لوصاية وزارة الاتصال، وتعرف اصطلاحا بالإذاعة الجزائرية، وهي تتمتع بالشخصية المعنوية من القانون العام والاستقلال المالي واستقلالية التسيير، وهي تمارس مهامها في إطار الخدمة العمومية كونها إذاعة مسموعة وفقا لمقتضيات دفتر الشروط العام، ومع إنشائها حولت لها جزء من الهياكل والوسائل والأعمال والمستخدمين الذين كانت تحوزهم أو تسييرهم الإذاعة والتلفزة الجزائرية،⁽¹⁾

ب- المؤسسة الوطنية للتلفزيون (ENTV)

ت- المؤسسة الوطنية للبث الإذاعي (TDA)

ث- المؤسسة الوطنية للإنتاج السمعي البصري (ENPA)

- المرحلة الرابعة: وهي مرحلة المؤسسة العمومية للبث الإذاعي المسموع، الذي جاءت طبقا للمرسوم التنفيذي 91 - 108 الصادر في 20 أفريل 1991 والذي تحولت بموجبه تسمية الإذاعة من (المؤسسة الوطنية للبث الإذاعي المسموع) إلى (المؤسسة العمومية للبث الإذاعي المسموع)، وبموجب ذلك تحولت إلى مؤسسة ذات طابع صناعي تجاري،⁽²⁾ تتمتع بالشخصية المعنوية و استقلاليتها التسيير كما تخضع لوصاية يعينها رئيس الحكومة، فأعطي للإذاعة الطابع العمومي ومنذ ذلك التاريخ تعرف المؤسسة الإذاعة الجزائرية تطور في إنشاء الإذاعات المحلية، حيث صار لها 52 إذاعة، منها 3 قنوات وطنية، وقناة دولية، قناتان للقرآن الكريم والثقافية، و 45 إذاعة محلية، بدأت في عام 1991 بإذاعة الساورة من بشار، هذا فضلا عن حجم البث، فهناك بعض الإذاعات المحلية التي تبث على مدار الـ 24 ساعة، الذي يعكس مستوى التطور الذي

(1) نور الدين تواتي، مرجع سابق، ص 148.

(2) المرجع نفسه، ص 153.

وصلته الإذاعة الجزائرية، وكل هذا حصل خلال 20 عاما، وصل عدد عمال الإذاعة في 31 ماي 2007 إلى: 2669 عامل و بلغ حجم البث الساعي السنوي: 242360 ساعة،⁽¹⁾.

المطلب الثالث: خصائص الإذاعة

إن لكل وسيلة من وسائل الإعلام مقدرة على الإقناع والتأثير في السلوك، تختلف باختلاف هذه الوسائل وكذا نوع الجمهور الموجه إليه وتعتبر الإذاعة وسيلة اتصال قوية تستطيع الوصول إلى مختلف الأفراد والمجتمعات نظرا للخصائص التالية:

- يستطيع الإرسال الإذاعي أن يتخطى الحدود والموانع الطبيعية مما يضمن انتشارا أوسع للرسالة الإذاعية لذلك اعتبرت الإذاعة أسرع وسائل النشر فهي تتفوق بذلك على الصحافة والتلفزيون.
- كما تتميز الإذاعة باستعمالها لمختلف طرق التأثير على العاطفة التي تتمثل في المؤثرات الصوتية والموسيقية، مما يعطي للمستمع شعورا بالمشاركة، ويكون تأثيرها أقرب إلى التأثير الشخصي الذي يقترب من الاتصال وجها لوجه.⁽²⁾
- يتصف الراديو بخاصية غاية في الأهمية ولا تتوفر تلك الخاصية في وسائل الإعلام الأخرى وهي ذاتية الراديو، فجهاز الراديو جهاز شخصي، كما أن الاتصال عن طريق الإذاعة لا يحتاج إلى وسيط خاص وأن الرسالة الإذاعية تصل مباشرة من المذيع إلى المستمع، ما مكن الراديو من بناء علاقة قوية ومتينة بينه وبين المستمع.
- الرسالة المذاعة تكون أكثر فعالية من الرسالة التي تنقل بالاتصال الذاتي وأنه يسهل التذكر خاصة عند الفئات الأقل تعلما.⁽³⁾
- الانتشار السريع، فالإتصال الإذاعي المسموع وخاصة في ظل التطورات التكنولوجية لا يحتاج إلى عناء كثير ولا معرفة من المستقبل للكتابة قلة التكلفة المادية مع التقدم التقني، بحيث أصبح بمقدرة كل فرد شراء جهاز الاستقبال وسهولة تشغيله.

كما يمكن كذلك حصر خصائص الراديو كوسيلة إعلامية فيما يلي:

⁽¹⁾ نور الدين تواتي، مرجع سابق، ص149.

⁽²⁾ جمال مجاهد، مدخل إلى الاتصال الجماهيري، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2009، ص 149.

⁽³⁾ عزيز لعبان، مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، التعريف بوسائل الاتصال الجماهيرية، الوسيط في الدراسات الإعلامية، دار هومة للنشر والتوزيع، ج3، الجزائر، 2003، ص33.

- 1- تميز الراديو بما يقوم به من دور فعال في تحرير خيال المستمع وإطلاقه بلا قيود.
- 2- لا يحتاج سماع الراديو لجهد وعناء، كما هو الحال بالنسبة لقراءة الصحيفة أو مشاهدة التلفزيون.
- 3- يعتبر الراديو الوسيلة الوحيدة غير المرئية بين جميع وسائل الإعلام، لذا يطلق عليه أساتذة وخبراء الإعلام والاتصال " الوسيلة العمياء " Blind Medium
- 4- يتيح الراديو للمستمعين الأميين الذين لا يقرؤون ولا يكتبون فرصة الحصول على الثقافة والمعرفة والمتابعة للأحداث والأنباء والأنشطة التي تقع في داخل الوطن وخارجه.
- 5- يعتبر الراديو فنا وجدانيا عاطفيا، وهي سمة تنبعت لها الحكومات في العديد من دول العالم لإثارة المشاعر الشعبية الجارفة، خاصة أثناء الأزمات والحروب، فتسعى لتعبئة الرأي العام بالانتماء والوطنية والأناشيد الحماسية والنشرات الإخبارية المتلاحقة والتعليقات السياسية الساخنة.
- 6- يستطيع المستمع القيام بأنشطة مختلفة أثناء سماعه للراديو.
- 7- يخلق الراديو جوا من الألفة والصدقة بينه وبين مستمعيه، ومن ثم فإن مستمع الراديو يتوقع دائما أن يستمع من هذا الجهاز لكل ما هو صادق وأمين وواقعي.⁽¹⁾
- 8- تبدو الأشياء التي يتم سماعها عبر الراديو وكأنها تحدث الآن، أي "على الهواء" أو حتى أن العديد من المستمعين يعتقدون أن ما يسمعونه من برامج مسجلة على شرائط إنما هي برامج حية وفورية.⁽²⁾
- 9- الإذاعة ليست تقارير عن أشياء حدثت في الماضي وإنما تقدم الأحداث فور وقوعها.
- 10- لا يتطلب الاستماع إلى الراديو سوى استخدام حاسة السمع فقط، وبذلك تتراح بقية الحواس لأداء دورها في وظائف أخرى.
- 11- الراديو صغير الحجم سهل الحمل ينقله من مكان إلى آخر، ولا يشغل حيزا كبيرا مما يجعله يؤدي دوره بكفاءة عالية دون أي عناء للمستمع.⁽³⁾
- 12- يمكن باستخدام الصوت إضفاء الحيوية، والقدرة على إقناع مستمعي النصوص، الإعلانية مما يساعد على تحقيق السمة الشخصية في العملية البيعية إذ يشعر المستمع أن الرسالة الإعلانية قد

(1) حسن عماد مكاوي، الأخبار في الراديو والتلفزيون، المكتبة الأنجلو المصرية، مصر، 1989، ص 33.

(2) المرجع نفسه، ص 34.

(3) حسن عماد مكاوي، إنتاج البرامج للراديو (النظرية التطبيق)، المكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، ط1، 1989، ص 35.

أعدت له بصفة شخصية ويتم ذلك باستخدام بعض الكلمات الموحية مثل: عزيزي المستمع-سيدي - سيدتي ... الخ.

13- يحقق الراديو ميزة هامة للمعلنين وكتاب النصوص الإعلانية، وهي فورية النص الإعلاني، حيث يمكن الوصول إلى المستمع في أي مكان وبأسرع وقت ويمكن تغيير النص الإعلاني في الدقائق الأخيرة، مما يساعد في ترويج المواسم البيعية مثل المعارض.

المطلب الرابع: أنواع الإذاعات

تصنف المحطات الإذاعة وفقا لقوة إرسالها، أو بحسب المعيار الجغرافي إلى أربعة أنواع أساسية هي:

1- الإذاعة المحلية:

والتي يشتق اسمها من مفهوم المجتمع المحلي فالإذاعة المحلية هي جهاز إعلامي يخدم ويوجه إلى مجتمع محلي، إذ تبث برامجها إلى جمهور محدود العدد يعيش فوق أرض محدودة المساحة، وهي تخاطب جمهورا متقاربا ومتناسقا من الناحية الاجتماعية والثقافية، أي أنها تتفاعل مع الجمهور، تأخذ منه وتعطيه، ويمكن أن يكون أفراد المجتمع المحلي من سكان قرية واحدة، أو مجموعة قرى متقاربة، أو مدينة صغيرة أو حتى مدن صغيرة متقاربة ومتجانسة، وقد تكون مدينة كبيرة.⁽¹⁾

2- الإذاعة الإقليمية

و هنا نود الإشارة إلى أن هناك خلط كبير بين الإذاعة المحلية والإقليمية عند الكثير، فعلى حد رأي عبد المجيد شكري فقد أدى هذا إلى الخطأ في اسم بعض الإذاعات، بحيث يعرفها في كتابه "الإذاعة المحلية لغة العصر" بأنها "إذاعة تخاطب مجتمعات تعيش داخل إقليم محدد طبقا للتقسيم الإداري للدولة فقد يفصل بين هذه الأقاليم حاجزا أو أكثر مثل حواجز اللغة والدين، وحواجز جغرافية مما يجعل كل إقليم مستقل بحد ذاته" و الإذاعة الإقليمية تبث برامجها من عاصمة الإقليم، وتقدم برامج وخدمات تهتم أبناء الإقليم بأسره، وفي نفس الوقت نجد بالضرورة في كل إقليم مجتمعات محلية متناسقة ويمكن أن تنشأ بينها إذاعات محلية صغيرة.⁽²⁾

(1) عبد المجيد شكري، الإذاعات المحلية لغة العصر، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1987، ص 57.

(2) المرجع نفسه، ص 57.

3- الإذاعة الوطنية أو المركزية

وهي الإذاعة التي تبث برامجها من عاصمة الدولة ولها من قوة البث ما يغطي البلد كله، بل ويعبر صوتها حدود الدولة فهي تقدم غالبية المواطنين بصفة عامة، وتهتم في برامجها بالكليات دون التفاصيل، لأنها تخاطب مستمعين تختلف اهتماماتهم ووظائفهم، وثقافتهم وتقاليدهم، وهي تجعل الاهتمامات المشتركة لكل هؤلاء سبيلها في كل ما تقدمه من برامج، وحتى مخاطبتها للطوائف، ونوعيات محددة من المواطنين يكون عن طريق التعميم دون التخصيص خلافا للإذاعة المحلية.⁽¹⁾

4- الإذاعة الدولية

وهي التي توجه من داخل دولة معينة إلى دول أخرى غيرها وتكون لغتها باللغات الملائمة لسكان تلك الدول، فمثل ذلك إذاعة صوت العرب، وإذاعة صوت أمريكا، ويكون الإرسال على موجة ذات طول معين متفق عليه، أما قوة الإرسال فتتوقف على أجهزة المحطة التي تتيح الاستماع لها على بعد من مراكزها،⁽²⁾ قد صاحب هذا التوسع في زيادة أجهزة الإرسال، زيادة حجم الاستماع إلى الإذاعات الدولية حيث تشير إذاعة صوت أمريكا إلى أن 104 ملايين مستمع يستمعون إلى برامجها مرة على الأقل كل أسبوع و يتضح لنا من خلال أنواع الإذاعات أن أهمية الإذاعة سواء كانت محلية أو إقليمية أو وطنية فهي تستخدم لأغراض معينة وتتجه لجمهور معين.

(1) عبد المجيد شكري، مرجع سابق، ص 58.

(2) عدلي سيد محمد رضا، البناء الدرامي في الراديو والتلفزيون، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، ص 146.

المبحث الثاني: الإذاعة المحلية

الإذاعة المحلية هي الإذاعة التي تخدم جمهورا مستهدفا، جمهور مجتمع محلي بعينه، محدود من حيث العدد مقارنة بجمهور الإذاعات القومية أو الإذاعات الدولية.

المطلب الأول: مفهوم الإذاعة المحلية

وهي جهاز اعلامي يخدم مجتمعا محليا، بمعنى أنها تبث برامجها مخاطبة مجتمعا خاصا محدود العدد، يعيش فوق أرض محدودة المساحة، تخاطب مجتمعا متجانسا من الناحية الاقتصادية والثقافية والاجتماعية، بحيث يشكل هذا المجتمع بيئة متجانسة بالرغم من وجود الفروق الفردية التي توجد بالضرورة بين أفراد المجتمع الواحد، وطبعا الجمهور المستهدف للإذاعة المحلية هم أفراد هذا المجتمع المحلي.⁽¹⁾

والاعلام المحلي وفقا لتعريف "ايف دو لاهاي": بأنه حدث في مكان ما، انه خاص بهذا المكان أو بإحدى شخصياته، فيقال عنه اعلام محلي ويدرك ثقافيا ونفسيا أنه كذلك، ثم يقال عنه أنه محلي لأنه يستقبل محليا، وتترتب عنه نتائج محلية، كما أنه لا يهم سوى سكان هذا المكان.⁽²⁾

- **التعريف الإجرائي للإذاعة المحلية:** الإذاعة المحلية جهاز إعلامي جماهيري، يخاطب جمهور خاص، يعيش في رقعة جغرافية محدودة داخل الدولة، متناسقين فيما بينهم، تقدم له برامج متنوعة وتعطي له الحق في المشاركة في بعضها.

المطلب الثاني: خصائص الإذاعة المحلية

للإذاعة المحلية عدة خصائص أهمها: ⁽³⁾

- تقوم بتزويد الجماهير ثقافيا وفنيا واجتماعيا.
- المساهمة في تشكيل الملامح الحضارية للمجتمع عن طريق تقديم المعارف لتفسيرها.
- الإذاعة المحلية تخاطب المتعلم والأمي والطفل والمرأة والرجل وبذلك فهي تتخطى حواجز الأمية وحواجز الزمان والمكان.

⁽¹⁾ نوال سهيلي، البرامج الثقافية الاذاعية من حيث الشكل والمضمون، اليازوري، ص51.

⁽²⁾ صالح محمد حميد، دور الاذاعات المحلية في ترسيخ مفهوم الوحدة الوطنية، ط1، 2012، ص90.

⁽³⁾ هنية مداح، دور الاذاعة المحلية في نشر التراث المادي واللامادي، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، اتصال وعلاقات عامة، جامعة النعامة، 2018، ص48.

- تتميز الإذاعة المحلية بالحركة والنشاط أي الديناميكية بحيث تستطيع ان تخلق مسرحا لخيال المستمع إذ انها توصف بالوسيلة العمياء .
- تختص الإذاعة المحلية بالقضايا المحلية التي ترتبط بالمجتمع المحلي.
- اختصار المسافة وسهولة الاتصال حيث ان الفرد ليحصل على اخبار مجتمعه المحلي لابد له ان يطلع على إذاعات اخرى، إلا ان وجود الإذاعة المحلية ساهم في حل هذا المشكل وتزويد الفرد بالمعلومات والمعارف داخل مجتمعه وخارجه.
- الإذاعة وسيلة اتصال جماهيرية تجعل الجمهور نشط اثناء نهوضه من النوم واستحمامه وتناول طعامه وقيامه بالعمل المنزلي وتعامله مع الآخرين فهي الوسيلة الوحيدة التي لا تكسر العين اعتمادا على الكلمة الشفهية المنطوقة التي لها سحرها وقوتها الإيجابية.
- الكلمة المذاعة التي تنبثها الإذاعة المحلية تصل للفرد في أي مكان وأينما كان داخل الإقليم المحلي وحتى في المناطق المجاورة التي يصلها البث الإذاعي وفي أي وقت على مدار 24 ساعة.

المطلب الثالث: وظائف الإذاعة المحلية

لقد تعددت وظائف الإذاعة في المجتمع بتعدد مجالات الحياة الاجتماعية، ويمكن حصر هذه الوظائف فيما يلي: (1)

- 1- **الوظيفة الإعلامية:** تعتبر الإذاعة المحلية وسيلة لنقل الأخبار ونشرها وهذا ما يحقق لها التطور والرقي كوظيفة للإذاعة ويلاح ضان مستمعي الإرسال المحلي غالبا ما يرغبون في مؤشرات الراديو للاستماع للأخبار المهمة الخاصة بالمنطقة فهي وسيلة هامة تقوم بربط المستمع بما يدور حوله من احداث.
- 2- **وظيفة التثقيف:** تعتبر هذه الوظيفة من الوظائف الضرورية التي تؤديها وسائل الإعلام منها الإذاعات المحلية التي تقوم بنقل الموروث الاجتماعي وكذا الثقافي من جيل إلى آخر وكذا نقل قيم ومعارف الأجيال الماضية على الجيل الحالي بحيث تقوم بتبليغ المجتمع المحلي بكل المعلومات والأنباء التي لها تأثير على سير حياته الاجتماعية.

(1) ليليا شاوي، دور الإذاعة المحلية في ترسيخ الهوية الثقافية لجمهور المستمعين، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2009، ص 158.

3- **وظيفة الترابط:** إن وظيفة الإذاعة المحلية هي تحقيق الترابط بين استجابة المجتمع اتجاه البيئة وهو ما يعني ايجاد الرأي العام، فالارتباط هو الذي يؤدي على وجود رأي عام وبدون رأي عام لا تستطيع الحكومة اداء مهامها في المجتمعات، فمن الضروري وجود قدر من الترابط في المجتمع اتجاه القضايا الأساسية، اذ لا يمكن لهذا الترابط ان يتحقق دون احاطة المجتمع المحلي بالأحداث وذلك عن طريق الإذاعة المحلية.

4- **الوظيفة الاجتماعية:** تسمح الإذاعة للمستمع ان يشارك مع الآخرين فيستعمل الإذاعة للاقتراب والارتباط بهم بمجرد المشاركة في الاستماع إلى البرامج نفسها في الوقت نفسه ومناقشتهم فيما يخص ما يسمعه الأخبار.

المطلب الرابع: المضمون الإعلامي للإذاعة المحلية

يجمع المضمون الإعلامي للإذاعة المحلية، بين خدماتها وأهدافها المسطرة والموجهة إلى الجمهور المستهدف، لأنه مما لا شك فيه أن المضمون الإعلامي يتأتى أو ينبثق مما يرغب العاملون في هذه الإذاعة أن يبث من آراء وأخبار وتعليقات، وبرامج أخرى يحاول بواسطتها التأثير على اتجاه الرأي العام بالدرجة الأولى تجاه أي قضية وعموما فإن المحتوى الإعلامي للإذاعة المحلية يتمثل في تحقيق رغبة الناس في المشاركة و التعبير عن أنفسهم، عن ممارستهم، مما يمكن أن يطلق عليه حق الاتصال ونصيب عادل من إعلام بلده والذي تمثله الإذاعة المحلية في منطقتة، انه حق كل مواطن في أن يعلم وان ينتقف وان يرفه عن نفسه وان تؤدي له الخدمات الإعلامية التي يمكن عن طريقها أن تصبح حياته أيسر وأفضل، وهذه الحقوق في مجملها لا تبتعد عن أهداف الإذاعة بصفة عامة، وهي الإعلام والتنقيف والترفيه بالإضافة إلى الخدمات التي تقدمها الإذاعات المحلية من خلال البرامج الخاصة بكل مشاكل الجماهير، وإطلاق حرية التعبير من خلال برامج الإفضاء، بمعنى أن تتيح لكل مواطن الفرصة كاملة للإفضاء بما عنده بالتعبير عن آرائه في كافة القضايا وذلك نوع آخر من أنواع الخدمات المتاحة في كل إذاعة محلية.⁽¹⁾

(1) عبد المجيد شكري، مرجع سابق ص36.

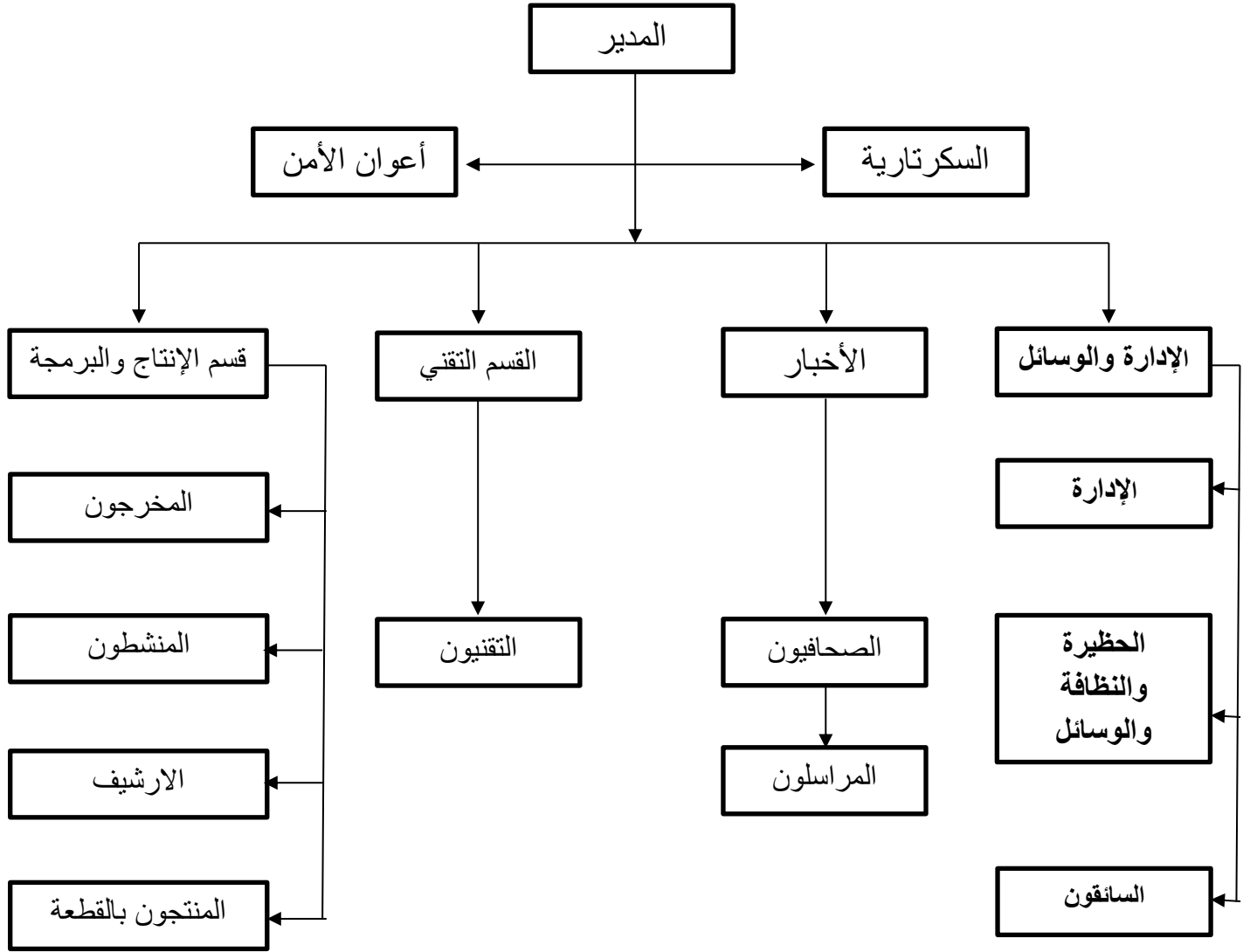
المطلب الخامس: إذاعة جيجل المحلية

بطاقة فنية عن إذاعة جيجل: بدأ حلم ولاية جيجل في تجسيد الإذاعة المحلية مع مطلع التسعينات بعد أن بدأت المديرية المركزية في انجاز مجموعة منها عبر ولايات الوطن، وبفضل تضافر الجهود تجسد هذا المشروع وبمقر من احسن المقرات التي تحتضن مقرات الاذاعات الجهوية، وبأجهزة رقمية من اهداء السفير الكندي ساهمت في انجاح العمل الاذاعي، وقد انطلق البث بها في الفاتح من نوفمبر 2006 عبر موجة 94.8 و 95.4 على امتداد 12 ساعة وبشبكة برمجية متنوعة تتلاءم وخصوصية المنطقة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، وبعدها وفي 16 جوان 2007 تم رفع معدل بثها الساعي ليصل الى 18 ساعة وذلك من السادسة الى غاية منتصف الليل، ليتقلص من بعد ذلك ويصبح 13 ساعة و 05 دقائق بداية من 06:55 صباحا الى 20:00 مساء عبر أمواج FM 98.9.

إضافة إلى بثها عبر شبكة الانترنت، يعمل بالإذاعة 43 عامل يتوزعون على النحو التالي: 09 صحفيين و 03 مراسلين بمصلحة الأحداث الرياضية والحصص الخاصة، 05 مخرجين و 06 منشطين 03 متعاملين بالقطعة مختصين بمصلحة البرمجة 06 تقنيين بالمصلحة التقنية، بالإضافة الى 03 إطارات و 04 أعوان وعامل نظافة واحد و 03 سائقين، يغطي ارسال الإذاعة كافة مناطق وبلديات الولاية الثمانية والعشرون، كما يمتد بثها الى بعض المناطق المجاورة والحدودية كولاية سكيكدة وبجاية، شعار الإذاعة *تسمعها وتسمعك* (1).

(1) سارة لعويبي وأمينة عتامنة، دور الاتصال الداخلي في تحقيق الرضا الوظيفي لدى العاملين بإذاعة جيجل، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص: اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم الاعلام والاتصال، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2016-2016، ص 86.

الهيكل التنظيمي لإذاعة جيجل الجهوية:



المصدر: رئيس مصلحة الإدارة والوسائل عن سارة لعويبي وأمينة عتامنة، مرجع سابق، ص 87

خلاصة الفصل

نستنتج من هذا الفصل أن الإذاعة كوسيلة إعلامية مهمة جدا في خدمة المجتمع و تقديم الأخبار بالكلمة المسموعة التي تنفذ إلى أذان و قلوب المستمعين، لتوصل معاني وقيم الأخبار والأحداث المنقولة، وفي أسرار العمل الإذاعي الكثير من التقنيات والمميزات التقنية التي تجعل من العمل الإذاعي مشوق لدى الكثير من الصحفيين، فالإذاعة مدرسة وأكثر وسيلة تدريبية تكوّن الصحفي المكلف بنقل الأخبار ونشرها وتقديمها لجمهور المستمعين وهذا لقول العالم الأمريكي في الاتصال " مارشال ماكلوهان " أن الإذاعة وسيلة ساخنة تؤثر بدرجة كبيرة على الجمهور والمستمعين .

الإطار التطبيقي

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

المبحث الأول: عرض وتحليل البيانات

المطلب الأول: عرض وتحليل بيانات المحور الأول

المطلب الثاني: عرض وتحليل بيانات المحور الثاني

المطلب الثالث: عرض وتحليل بيانات المحور الثالث

المطلب الرابع: عرض وتحليل بيانات المحور الرابع

المبحث الثاني: نتائج الدراسة

المطلب الأول: عرض نتائج المحور الأول

المطلب الثاني: عرض نتائج المحور الثاني

المطلب الثالث: عرض نتائج المحور الثالث

المطلب الرابع: عرض نتائج المحور الرابع

المبحث الثاني: تحليل ومناقشة نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات الفرعية

المطلب الأول: تحليل ومناقشة نتائج المحور الثاني

المطلب الثاني: تحليل ومناقشة نتائج المحور الثالث

المطلب الثالث: تحليل ومناقشة نتائج المحور الرابع

الاستنتاج العام

تمهيد

سنقوم في هذا الفصل بالتطرق إلى الإطار التطبيقي للدراسة الذي يعرض أثر استخدام طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة جيجل للفيس بوك على الاستماع لإذاعة جيجل المحلية، حيث سنعرض عينة الدراسة المعتمد عليها كما سنقوم بتدوين بيانات الاستمارة التي جمعناها ميدانيا ونعرض النتائج من خلال تحليلها وتفسيرها وعرضها في جداول إحصائية لنصل الى النتيجة العامة للدراسة.

المبحث الأول: عرض وتحليل البيانات

المطلب الأول: عرض وتحليل بيانات المحور الأول

جدول رقم 01 يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

النسبة %	التكرار	الجنس
39.81	43	ذكر
60.19	65	أنثى
100	108	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 01 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس والمقدرة بـ 108 طالب وطالبة من قسم علوم الاعلام والاتصال أنها مقسمة الى ذكور وإناث حيث كان عدد الإناث 65 طالبة بنسبة 60.19% وجاء عدد الذكور بـ 43 طالب بنسبة 39.81%.

ومن خلال الجدول يتبين أن نسبة الإناث أكبر من نسبة الذكور وهذا راجع إلى أن قوائم الطلبة المسجلين في قسم علوم الاعلام والاتصال كانت نسبة الإناث أكبر من نسبة الذكور، إضافة الى أن العينة المعتمدة (قصدياً) لا تأخذ بعين الاعتبار متغير الجنس.

جدول رقم 02 يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

النسبة %	التكرار	السن
41.67	45	من 19 الى 22 سنة
45.37	49	من 23 الى 26 سنة
7.41	08	من 27 الى 30 سنة
5.56	06	أكثر من 30 سنة
100	108	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 02 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن أن العدد الأكبر من الطلبة أعمارهم تتراوح بين 23 و26 سنة والمقدر عددهم بـ 49 طالب وطالبة من مجموع 108 بنسبة 45.37% وبنسبة أقل في الفئة العمرية بين 19 و22 سنة والمقدر عددهم بـ 45 طالب وطالبة بنسبة

قدرت بـ 41.67% تأتي بعدها الفئة العمرية من 27 الى 30 سنة والمقدر عددهم بـ 08 طلاب بنسبة 7.41% وأخيرا الفئة العمرية الأكثر من 30 سنة والمقدر عددهم بـ 06 طلاب بنسبة 5.56%.

من خلال هذا نلاحظ أن العدد الأكبر من المبحوثين تتراوح أعمارهم بين 23 و 26 سنة وبين 19 و 22 سنة بنسبة أقل بقليل فهذه الأعمار هي الغالبة عموما في قسم علوم الاعلام والاتصال إضافة الى أن هذه الفئات العمرية هي الأكثر مواكبة للتطورات التكنولوجية بينما الفئات العمرية المتبقية والتي تعتبر كبيرة في السن نسبيا جاءت قليلة وذلك لقلتهم وهذا راجع ربما للبعض الذين أعادوا بعض السنوات الدراسية سواء في الجامعة أو قبل دخول الجامعة وكذا البعض الذين أوردوا استكمال دراستهم الجامعية من كبار السن، إضافة الى أن العينة المعتمدة (قصديا) لا تأخذ بعين الاعتبار متغير السن.

جدول رقم 03 يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي

النسبة %	التكرار	المستوى الجامعي
21.30	23	ثانية جامعي
33.33	36	ثالثة جامعي
15.74	17	أولى ماستر
29.63	32	ثانية ماستر
100	108	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 03 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي أن النسبة الأكبر كانت لطلبة السنة الثالثة علوم الاعلام والاتصال بنسبة 33.33%، يليهم طلبة الثانية ماستر بنسبة 29.63% بعد ذلك طلبة الثانية علوم الاعلام والاتصال بنسبة 21.30% وأخيرا طلبة الأولى ماستر علوم الاعلام والاتصال بنسبة 15.74%، ونوضح هنا أن العينة المعتمدة (قصديا) لا تأخذ بعين الاعتبار متغير المستوى الجامعي.

جدول رقم 04 يمثل توزيع أفراد العينة حسب نوع اقامتهم

النسبة %	التكرار	نوع الإقامة
35.19	38	داخلي
64.81	70	خارجي
100	108	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 04 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب نوع إقامتهم حيث يبين أن أغلبية المبحوثين إقامتهم خارجية بنسبة 64.81% بينما جاءت نسبة الطلبة المقيمين 35.19%، إضافة إلى أن العينة المعتمدة (قصدية) لا تأخذ بعين الاعتبار متغير نوع الإقامة.

المطلب الثاني: عرض وتحليل بيانات المحور الثاني

جدول رقم 05 يمثل توزيع أفراد العينة على أساس استخدام فيس بوك

المتغير	التكرار	النسبة %
دائما	71	65.74
أحيانا	30	27.78
نادرا	7	6.48
المجموع	108	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 05 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير استخدامهم للفيس بوك يظهر لنا أن نسبة الطلبة الذين يستخدمون فيس بوك بشكل دائم قدرت بـ 65.74% كأغلبية، يليها الطلبة الذين يستخدمون فيس بوك أحيانا بنسبة 27.78% أما الطلبة الذين لا يستخدمون فيس بوك إلا نادرا فكانت بنسبتهم بـ 6.48%.

وقد يعود ذلك إلى رواج موقع فيس بوك والإقبال الكبير للطلبة عليه لتمضية الوقت والبحث وغيرها بينما الطلبة الذين يستخدمون فيس بوك أحيانا فقد يمضون أوقاتهم في الدراسة أو الرياضة أو غيرها من النشاطات اليومية الأخرى، بينما من النادر أن نجد من لا يستخدم موقع فيس بوك.

ومنه نستنتج أن استخدام موقع فيس بوك في الحياة اليومية للطلبة الجامعيين أصبح روتين يومي وقد حاز على حيز له في حياتهم اليومية.

جدول رقم 06 يمثل توزيع أفراد العينة على أساس منذ متى يستخدمون فيس بوك

المتغير	التكرار	النسبة %
أقل من سنتين	7	6.48
من سنتين الى 5 سنوات	27	25
أكثر من 5 سنوات	74	68.52
المجموع	108	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 06 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير منذ متى يستخدمون فيس بوك أن النسبة الأكبر والمقدرة بـ 68.52% يستخدمون فيس بوك منذ أكثر من 5 سنوات بينما جاءت فئة الطلبة الذين يستخدمون فيس بوك من سنتين الى 5 سنوات في المركز الثاني بنسبة 25% وأخيرا فإن العدد الأقل من الطلبة الذين يستخدمون فيس بوك منذ اقل من سنتين جاءت في المرتبة الأخيرة بـ نسبة 6.48%.

وقد يعود ذلك الى شهرة موقع فيس بوك من الأسباب التي تجعل الطلبة يستخدمونه بصفة دائمة وكذلك منذ مدة طويلة قد يعود إلى الانتشار الكبير للهواتف الذكية وسهولة ربطها بشبكة الانترنت والتكلفة المنخفضة في استخدامها وكذلك كون فئة الطلبة تعتبر من فئة الشباب التي تتميز بإقبالها على استخدام التكنولوجيات الجديدة، بينما باقي أفراد العينة فقد يرجع قصر مدة استخدامهم لقلة معرفتهم بمميزاته إضافة الى انشغالهم بأمر أخرى.

ومنه نستنتج أن استخدام موقع فيس بوك لم يكن وليد الساعة من قبل الطلبة وأنه متداول منذ فترة طويلة.

جدول رقم 07 يمثل توزيع أفراد العينة على أساس الوقت المستغرق في تصفح فيس بوك

المتغير	التكرار	النسبة %
أقل من ساعتين	35	32.41
من ساعتين الى 4 ساعات	43	39.81
أكثر من 4 ساعات	30	27.78
المجموع	108	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 07 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب الوقت المستغرق في تصفح فيسبوك أن العدد الأكبر من المبحوثين يتصفحون فيس بوك من ساعتين الى 4 ساعات في اليوم والمقدرة بنسبتهم بـ 39.81%، بينما مثلت نسبة 32.41% الطلبة الذين يستخدمون فيس بوك أقل من ساعتين في اليوم، وجاءت النسبة 27.78% لتمثل الطلبة الذين يتصفحون فيس بوك لأكثر من أربع ساعات باليوم.

وقد يعود استخدام الطلبة لموقع فيسبوك لعدة ساعات باليوم نتيجة الانتشار الهائل للهواتف المحمولة والتي سهلت وبشكل كبير الولوج الى هذا الموقع دون حدود للمكان والزمان وهذا مع توفر شبكة الانترنت للحيل الثالث والرابع بينما النسبة الأقل من العينة الذين يستخدمون فيسبوك أقل من ساعتين في اليوم قد يعود ذلك الى عدم توفرهم على شبكة الأنترنت بشكل دائم وكذلك انشغالهم بأمر أخرى مثل حضور الدروس والمحاضرات والأشغال اليومية المعتادة.

ومن هذه النتائج التي يمكن أن نقول عنها أنها متقاربة نستنتج أن فيس بوك أصبح يأخذ من وقت طلبة علوم الاعلام والاتصال قدرا لا بأس به مقارنة بنشاطاتهم اليومية المختلفة.

جدول رقم 08 يمثل توزيع أفراد العينة على أساس الوسيلة التي يستخدمونها لتصفح فيس بوك

المتغير	التكرار	النسبة %
كمبيوتر مكتبي	1	0.87
كمبيوتر محمول	7	6.09
هاتف محمول	107	93.04
لوحة الكترونية	00	00
المجموع	115	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 08 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الوسيلة التي يستخدمونها لتصفح فيس بوك حيث كانت أغلبية إجاباتهم حول الهاتف المحمول بنسبة 93.04% من مجموع 115 إجابة حيث جاءت بعض الإجابات متكررة فلم يكتفي الطلبة بإجابة واحدة بل هناك من اختار وسيلتين كالهاتف المحمول إضافة الى الكمبيوتر المحمول، وجاء الكمبيوتر المحمول ثانيا بنسبة ضئيلة جدا قدرت بـ 6.09% يليه الكمبيوتر المكتبي بنسبة 0.87% أما اللوحة الإلكترونية فلم يختارها أحد.

وقد يعود ذلك الى أن الجميع أصبح يمتلك هاتف من الهواتف الذكية المحمولة والتي سهلت وبشكل كبير جدا الولوج الى موقع فيسبوك عبر تطبيقاتها فالهاتف المحمول لا يحده لا الزمان ولا المكان وسهل للحمل

فيمكن لأي طالب تصفح فيس بوك ليا لا نهارا، صباحا مساء، في الجامعة، في المنزل، في الإقامة ... الخ بينما استعمال الكمبيوتر المحمول وكذلك المكتبي جاءت نسبتهم ضئيلة جدا كون أن الطلبة معظمهم لا يملكون واحدا أو لصعوبة استخدامه مقارنة بالهاتف المحمول.

نستنتج من هذه النتائج أن طلبة علوم الاعلام والاتصال يفضلون الهاتف المحمول في استخدامهم للفيس بوك كونه الوسيلة الأكثر انتشارا والأكثر سهولة في الاستخدام ويستطيعون استخدامه في أي وقت وفي أي مكان عكس الوسائل الأخرى.

جدول رقم 09 يمثل توزيع أفراد العينة على أساس الهدف من استخدام فيس بوك

المتغير	التكرار	النسبة %
التواصل مع الأصدقاء والأقارب	79	35.75
التسلية والترفيه	45	20.36
متابعة الأحداث الجارية	50	22.62
اكتساب الثقافة والمعرفة	32	14.48
تكوين صداقات جديدة	10	4.52
الهروب من الواقع	5	2.26
المجموع	221	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 09 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الهدف من استخدام فيس بوك أن إجابات المبحوثين كانت متعددة فلم يكتفوا بإجابة واحدة فقط بل تعدت الى عدة إجابات فكان العدد الأكبر من إجاباتهم هو التواصل مع الأصدقاء والأقارب والتي قدرت بـ 79 بنسبة 35.75% يليها متغير متابعة الأحداث الجارية وكذا التسلية والترفيه بالنسب 22.62% و 20.36% على التوالي بعدها جاءت اكتساب الثقافة والمعرفة بنسبة 14.48 بالمئة، وتلتها أخيرا باقي المتغيرات من تكوين صداقات والهروب من الواقع بالنسب 4.52% و 2.26% على التوالي.

وقد يعود ذلك الى أن موقع فيس بوك الغرض الرئيسي منه هو الاتصال بالغير حيث يعتبر فضاء خصبا يتمكن من خلاله الطلبة التواصل مع الأصدقاء والأقارب وكذلك سهولة التواصل معهم فهو مقرب للمسافات، كما يميل بعض أفراد العينة أيضا إلى استخدام فيس بوك بدافع متابعة الأحداث الجارية واكتساب الثقافة والمعرفة لما فيه من مضامين هادفة وإثراء لرصيدهم المعرفي، وكذا التسلية والترفيه للتخلص من

الملل بينما لا يهتم الطلبة بتكوين صداقات عبر فيسبوك هذا راجع ربما لكونه موقع افتراضي ونقص الثقة فالكثير من الأشخاص المسجلين فيه يضعون معلومات خاطئة عنهم ولا يصرحون بهويتهم الحقيقية، وكذلك فان الطلبة لا يرون من استخدامهم لموقع فيسبوك هروبا من الواقع إلا القلة القليلة منهم وهذا راجع ربما للمشاكل التي تواجههم في حياتهم الواقعية في الجامعة مثلا أو في المنزل مع عائلاتهم.

نستنتج من هذه النتائج أن موقع فيس بوك ليس ملجأ للهروب من الواقع ولا لتكوين صداقات فقط بل هو أداة إيجابية في التواصل مع الأصدقاء والاقارب وإثراء الرصيد المعرفي والعلمي والتطلع إلى كل ما هو جديد وكذلك وسيلة للتسلية والترفيه عن النفس.

جدول رقم 10 يمثل توزيع أفراد العينة على أساس طبيعة الصفحات التي يتابعونها عبر فيس بوك

المتغير	التكرار	النسبة %
اجتماعية	82	31.66
ثقافية	52	20.08
سياسية	17	6.56
رياضية	44	16.99
نسائية	42	16.22
تجارية	11	4.25
اقتصادية	11	4.25
المجموع	259	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 10 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير طبيعة الصفحات التي يتابعونها عبر فيس بوك أن إجابات الطلبة كانت متنوعة وأكثر الصفحات التي نالت العدد الأكبر هي الصفحات الاجتماعية بـ نسبة 31.66%، تليها الصفحات الثقافية والرياضية فالنسائية بالنسب المئوية 20.08%، 16.99% و 16.22% على التوالي أما الصفحات السياسية والاقتصادية والتجارية فجاءت في المراتب الأخيرة حيث جاءت نسبهم 6.56%، 4.25% و 4.25% على التوالي.

وقد يعود ذلك إلى أن استخدام فيس بوك من طرف الطلبة يكون على أساس طبيعة المواضيع التي تستهويهم وبذلك يتابعون الصفحات التي توفر لهم هذه المواضيع فكانت الصفحات الاجتماعية والثقافية الأكثر اختيارا من طرف أفراد العينة وذلك ربما لرغبتهم في معرفة كل ما هو جديد عن مجتمعاتهم وثقافتهم،

وهناك طلبة ممن تستهويهم الصفحات الرياضية والنسائية وذلك حسب اهتماماتهم فالصفحات الرياضية مثلا تستهوي الذكور عموما لمعرفة كل ما يخص المحافل الرياضية المحلية والوطني والدولية وقد جاءت النسبة قليلة نظرا لعدد الذكور الأقل من عدد الإناث من مجموع العينة، والصفحات النسائية بطبيعة الحال يتابعها الإناث لمواكبة كل ما يخص الموضة والماكياج وما الى ذلك، بينما جاءت الصفحات السياسية والاقتصادية والتجارية في آخر اهتماماتهم ربما لكونهم لا يحتاجونها في حياتهم اليومية أو لم يصلو الى المرحلة التي تصبح ضمن اهتماماتهم.

من هذه النتائج يمكن أن نستنتج أن طبيعة الصفحات التي يتابعها الطلبة الجامعيين مرتبطة بالمواضيع التي يريدون متابعتها وأن أهم الصفحات التي يتابعونها هي الصفحات الاجتماعية والثقافية ونسب أقل الرياضية والنسائية

جدول رقم 11 يمثل توزيع أفراد العينة على أساس طبيعة المواضيع التي يتابعونها عبر فيس بوك

المتغير	التكرار	النسبة %
محلية	56	31.82
وطنية	68	38.64
دولية	52	29.55
المجموع	176	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 11 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير طبيعة المواضيع التي يتابعها المبحوثين فكانت الإجابات متقاربة عموما ولم يكتفي الطلبة بإجابة واحدة بل هناك من تعداها الى إجابتين أو ثلاثة، والعدد الأكبر من الإجابات كانت للمواضيع الوطنية بنسبة قدرت بـ 38.64% تليها المواضيع المحلية بنسبة 31.82% وأخيرا المواضيع الدولية بنسبة 29.55%.

وقد يعود ذلك الى أن استخدام فيسبوك من طرف الطلبة لمتابعة المواضيع الوطنية عموما يكون لمواكبة آخر المستجدات من الأخبار والأحداث التي تجري عبر التراب الوطني كذلك متابعة المواضيع المحلية يجعلهم على اطلاع بكل ما هو محلي متعلق بحيهم أو بلديتهم أو دائرتهم بينما متابعتهم للمواضيع الدولية يمكنهم من معرفة ما يدور حول العالم سواء تعلق الامر بالأخبار المتعلقة بالجزائر وعلاقتها مع دول العالم أو بين الدول الأخرى فيما بينها وفي مختلف المجالات.

من هذه النتائج نستنتج أن الطلبة يتابعون أكثر المواضيع التي تخص الوطن عموماً وهم أكثر اهتماماً بها لكن المواضيع المحلية كذلك لاقت نسبة لا بأس بها مقارنة بالمواضيع الدولية التي جاءت في آخر اهتماماتهم.

جدول رقم 12 يمثل توزيع أفراد العينة على أساس طبيعة الخدمات المفضلة عبر فيس بوك

المتغير	التكرار	النسبة %
الردشة مع الأهل والأصدقاء	65	44.52
متابعة مختلف الصفحات	63	43.15
نشر المعلومات	18	12.33
المجموع	146	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 12 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير طبيعة الخدمات المفضلة عبر فيس بوك أن 44.52% من الإجابات كانت لصالح خدمة الدردشة مع الأهل والأصدقاء وبنسبة أقل بقليل قدرت بـ 43.15% ذهبت لخدمة متابعة مختلف الصفحات، والنسبة الأقل من الإجابات والتي قدرة بـ 12.33% بالمئة كانت لصالح خدمة نشر المعلومات.

وقد يعود أن المبحوثين يفضلون خدمة الدردشة مع الأهل والأصدقاء وذلك من أجل التواصل معهم ومعرفة أخبارهم وأحوالهم كما تساعدهم على توسيع علاقاتهم الاجتماعية، بينما يميل البعض إلى متابعة مختلف الصفحات عبر فيس بوك حتى يكونوا على إطلاع بمختلف الأحداث والأخبار التي تدرج ضمن اهتماماتهم، وكذلك هناك من يقوم بنشر المعلومات ومشاركتها مع أصدقائه حتى يستفيدوا منها ويفيدوا بها غيرهم أو لاطلاعهم على ما هو جديد إذا لم يكونوا على علم بها وكذلك ربما لإثراء صفحته عبر فيس بوك بالمعلومات القيمة.

نستنتج من خلال ذلك أن الطلبة أثناء فترة استخدامهم لموقع فيس بوك يحققون إشباعاً معينة منها الدردشة مع الأصدقاء والأقارب.

جدول رقم 13 يمثل توزيع أفراد العينة على أساس نوع المعلومات التي يقومون بنشرها عبر فيس بوك

المتغير	التكرار	النسبة %
سياسية	8	4.91
علمية	34	20.86
ثقافية	55	33.74
رياضية	44	26.99
ترفيهية	10	6.13
نوع آخر	12	7.36
المجموع	163	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 13 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير نوع المعلومات التي يقوم الطلبة بنشرها عبر فيس بوك أن النسبة الأكبر من اجاباتهم والتي كانت متعددة حيث أن بعض الطلبة اختاروا أكثر من متغير واحد، رجعت إلى المعلومات الثقافية والرياضية والعلمية بالنسب 33.74%، 26.99% و 20.86% على التوالي أما باقي الإجابات فكانت متنوعة بين المعلومات الترفيهية والسياسية بالنسب 6.13% و 4.91% على التوالي وهي نسب ضئيلة، أما بعض الطلبة فكانت بعض اجاباتهم مختلفة عن المتغيرات وذكروا نوع آخر وهي المعلومات الدينية بنسبة 7.35%.

وقد يعود ذلك إلى أن استخدام فيس بوك في نشر المعلومات يكون من أجل تبادل الثقافات وتنمية لثقافتهم لذلك ينشرون المعلومات الثقافية، إضافة إلى نشر المعلومات الرياضية من خلال التعرف على أخبار الأندية الرياضية ومشاهير الرياضة، وإضافة إلى ذلك نشر المعلومات العلمية وذلك من أجل إثراء رصيدهم العلمي والمعرفي وإفادة أصدقاءهم بها، بينما نشر المعلومات الترفيهية والسياسية وأنواع أخرى جاءت بأقل درجة لأنها ربما لا تحظى باهتمام كبير بالنسبة لهم.

نستنتج من خلال ذلك أن فيس بوك يساهم في نشر المعلومات من خلال مواضيعها لتثقيف الطلبة لذلك فهم يساهمون في الاطلاع على ثقافات غيرهم ونشر ثقافتهم حول مختلف الجوانب.

جدول رقم 14 يمثل توزيع أفراد العينة على أساس طبيعة المعلومات التي يفضلونها

المتغير	التكرار	النسبة %
سمعية	12	8.96
بصرية	7	5.22
نص مكتوب	19	14.18
سمعية بصرية	57	42.54
متعددة الأشكال	39	29.10
المجموع	134	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 14 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير طبيعة المعلومات التي يفضلونها أن النسبة الأكبر من إجابات الطلبة والتي جاءت متعددة فبعض الطلبة أجابوا على أكثر من متغير كانت لصالح المعلومات ذات الطبيعة السمعية البصرية بنسبة 42.55% تلتها المعلومات متعددة الأشكال بنسبة 29.10% بعدها بنسبة 14.18% جاء متغير النص المكتوب وأخيرا المعلومات السمعية والمعلومات البصرية في المراتب الأخيرة بالنسب 8.95% و 5.22% على التوالي.

وقد يعود ذلك إلى أن تفضيلهم للمعلومات ذات الطبيعة السمعية البصرية يعود إلى أنها غير تقليدية فهي تعتمد على الصوت والصورة معا فتسهل عملية إدراك المعاني والمعلومات التي تحملها وهي قادرة على المساعدة في تحسين الفهم أكثر من أي نوع آخر، إضافة إلى تفضيلهم للمواد السمعية البصرية فإنهم عموما يتابعون جمع أشكال من النصوص المكتوبة، السمعية وكذلك البصرية ولكن بنسب أقل مقارنة بالسمعية البصرية.

نستنتج من خلال ذلك أن طبيعة المعلومات التي يفضلها الطلبة هي ذات الطبيعة السمعية البصرية لما لها من مميزات تميزها عن باقي الأنواع الأخرى.

المطلب الثالث: عرض وتحليل بيانات المحور الثالث

جدول رقم 15 يمثل توزيع أفراد العينة على أساس استماعهم لإذاعة جيجل المحلية

المتغير	التكرار	النسبة %
دائما	3	2.78
أحيانا	34	31.48
نادرا	61	56.48
في حالة الأحداث الساخنة	10	9.26
المجموع	108	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 15 الذي يمثل توزيع أفراد العينة على أساس استماعهم لإذاعة جيجل المحلية، أن النسبة 56,48 % هي أعلى نسبة من إجابات المبحوثين وهم الذين أجابوا بـ "نادرا"، أما النسبة 31.48% فكانت إجابة المبحوثين بـ "أحيانا"، في حين أجاب 9.26% من المبحوثين بأنهم يستمعون للإذاعة في "حالة الأحداث الساخنة"، أما 2.78% فكانت إجابة المبحوثين بـ "دائما" وهي أصغر نسبة.

وقد يعود ذلك إلى توفر بدائل عن الإذاعة المحلية بجيجل لدى الطلبة، حيث توفر لهم هذه البدائل الخدمات الإعلامية التي هم بحاجة إليها، ومن بين هذه البدائل موقع فيسبوك، وهذا ما لاحظناه من خلال الجدول رقم 05 الذي بين لنا أن أغلبية الطلبة يستخدمون فيسبوك "دائما".

ومنه نستنتج أن أغلبية الطلبة لديهم عزوف عن الاستماع لإذاعة جيجل المحلية، ونادرا ما يستمعون لها.

جدول رقم 16 يمثل توزيع أفراد العينة على أساس الوقت المفضل لاستماعهم لإذاعة جيجل المحلية

المتغير	التكرار	النسبة %
صباحا	34	30.36
زوالا	5	4.46
مساء	8	7.14
ليلا	5	4.46
في أوقات الفراغ	40	35.71
لا توجد أوقات محددة	20	17.86
المجموع	112	100

لاحظ من الجدول رقم 16 الذي يمثل توزيع أفراد العينة على أساس الوقت المفضل لاستماعهم لإذاعة جيجل المحلية، أن 35.71% من إجابات المبحوثين كانت باستماعهم للإذاعة "في أوقات الفراغ" وهي أعلى نسبة، 30.66% من المبحوثين أجابوا بـ "صباحا"، أما 17.86% من إجابات المبحوثين فكانت بـ "لا توجد أوقات محددة"، تلتها النسبة 7.14% من إجابات المبحوثين بـ "مساء"، أما "زوالا وليلا" فقد تساوت فيهما نسبة إجابات المبحوثين بـ 4.46% لكل وقت.

وقد يعود ذلك إلى تفضيل الطلبة الاستماع للإذاعة المحلية بجيجل في أوقات الفراغ وصباحا، وهذا ربما راجع لانشغالهم في باقي الأوقات، وقد تكون أيضا الإذاعة ليست من أولوياتهم.

ومنه نستنتج أن أغلبية الطلبة يفضلون أوقات الفراغ كأوقات للاستماع لإذاعة جيجل المحلية.

جدول رقم 17 يمثل توزيع أفراد العينة على أساس مع من يستمعون لإذاعة جيجل المحلية

المتغير	التكرار	النسبة %
بمفردك	79	71.17
مع أفراد الأسرة	25	22.52
مع الأصدقاء والزملاء	07	6.31
المجموع	111	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 17 الذي يمثل توزيع أفراد العينة على أساس مع من يستمعون لإذاعة جيجل المحلية، أن أعلى نسبة قد بلغت 71.17% من المبحوثين الذين أجابوا بالإجابة "بمفردك"، أما

22.52% من المبحوثين فكانت إجاباتهم بـ "مع أفراد الأسرة"، في حين أجاب 6.31% من المبحوثين بـ "مع الأصدقاء والزملاء" وهي أصغر نسبة.

وقد يعود ذلك إلى أن الطلبة يفضلون الاستماع للإذاعة المحلية في جيجل على انفراد من أجل التركيز الجيد مع برامجها، ومنهم أيضا من يتوفر لديهم وقت فراغ عند الانفراد فيسدون هذا الوقت بالاستماع للإذاعة، أما في حالة الانشغال مع الأصدقاء والأهل فتصبح الإذاعة ليست من أولويات الطلبة. ومنه نستنتج أن أغلبية الطلبة يستمعون للإذاعة المحلية في جيجل منفردين.

جدول رقم 18 يمثل توزيع أفراد العينة على أساس الوسيلة التي يستمعون بها لإذاعة جيجل المحلية

المتغير	التكرار	النسبة %
مذياع	24	20.87
الهاتف المحمول	74	64.35
عبر الأنترنت	6	5.22
عبر التلفزيون	5	4.35
وسيلة أخرى	6	5.22
المجموع	115	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 18 الذي يمثل توزيع إجابات أفراد العينة على أساس الوسيلة التي يستمعون بها لإذاعة جيجل المحلية، أن أعلى نسبة من إجابات المبحوثين كانت "بالهاتف المحمول" حيث بلغت هذه النسبة 64.35% من إجمالي الاجابات، في حين أجاب 20.87% من المبحوثين بـ "المذياع"، أما النسبة 5.22% فكانت إجابة المبحوثين الذين يستمعون للإذاعة "عبر الإنترنت"، وهي نفس النسبة للمبحوثين الذين أجابوا بـ "وسيلة أخرى" أي بـ 5.22%، أما الوسيلة التي نالت أضعف نسبة من إجابات المبحوثين فهي "عبر التلفاز" بـ 4.35%.

وقد يعود ذلك إلى مواكبة الطلبة للتطورات التكنولوجية الحادثة في العالم، وامتلاك الأغلبية منهم للهواتف المحمولة الذكية، خاصة بعدما أصبحت متاحة للجميع وهي التي توفر خدمة الاستماع للإذاعة من خلالها.

ومنه نستنتج أن أغلبية الطلبة يعتمدون على الهاتف المحمول كوسيلة للاستماع لإذاعة جيجل المحلية.

جدول رقم 19 يمثل توزيع أفراد العينة على أساس مناسبة أوقات بث إذاعة جيجل المحلية

المتغير	التكرار	النسبة %
نعم	100	92.59
لا	8	7.41
المجموع	108	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 19 الذي يبين لنا توزيع أفراد العينة على أساس مدى مناسبة أوقات بث برامج إذاعة جيجل المحلية بالنسبة لهم، أن نسبة كبيرة جدا من المبحوثين قد أجابوا بـ "نعم" حيث بلغت هذه النسبة 92.59% من إجمالي إجابات المبحوثين، في حين أجاب 7.41% من المبحوثين بـ "لا". وقد يعود ذلك إلى قلت استماع الطلبة للبرامج التي تداع عبر أثر إذاعة جيجل المحلية، حيث يكتفون بالبرامج المفضلة لديهم والتي تبث في أوقات مناسبة لهم.

ومنه نستنتج أن أغلبية الطلبة يرون بأن أوقات بث برامج إذاعة جيجل المحلية هي أوقات مناسبة.

جدول رقم 20 يمثل توزيع أفراد العينة على أساس أماكن استماعهم لإذاعة جيجل المحلية

المتغير	التكرار	النسبة %
الجامعة	4	2.86
الإقامة الجامعية	11	7.86
المنزل	80	57.14
السيارة	39	27.86
أماكن أخرى	6	4.29
المجموع	140	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 20 الذي يمثل توزيع إجابات أفراد العينة على أساس أماكن استماعهم لإذاعة جيجل المحلية، أن أعلى نسبة من إجابات المبحوثين قد قدرت بـ 57.14% وهم الذين أجابوا بـ "المنزل"، في حين أجاب 27.86% من المبحوثين بـ "السيارة"، لتتخفف النسبة بعدها وتصل إلى 7.85% من إجابات المبحوثين والذين أجابوا "بالإقامة الجامعية"، أما "أماكن أخرى" فكانت إجابة 4.25% من المبحوثين، وأخيرا وبنسبة ضعيفة جدا قدرت بـ 2.86% من مجموع إجابات المبحوثين أجابوا بـ "الجامعة".

وقد يعود ذلك إلى انشغال الطلبة في الجامعة بالدراسة وضيق الوقت لديهم، وهو ما لا يسمح لهم بالاستماع للإذاعة في الجامعة، على عكس ذلك في المنزل والسيارة حيث يكون الوقت متاح للطلبة من أجل الاستماع لإذاعة جيجل المحلية.

ومنه نستنتج أن المكان الهادئ هو المكان المفضل لدى الطلبة من أجل الاستماع لإذاعة جيجل المحلية، فأغلبية الطلبة قد اختاروا المنزل والسيارة وهي أماكن هادئة.

جدول رقم 21 يمثل توزيع أفراد العينة على أساس البرامج التي يفضلون الاستماع إليها

المتغير	التكرار	النسبة %
اجتماعية	57	24.26
ثقافية	42	17.87
فنية	12	5.11
ترفيهية	36	15.32
دينية	34	14.47
سياسية	8	3.40
اقتصادية	6	2.55
اخبارية	40	17.02
المجموع	235	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 21 الذي يمثل توزيع أفراد العينة على أساس البرامج التي يفضلون الاستماع إليها، بأن 24.26% من المبحوثين قد أجابوا بـ "اجتماعية" وهي أعلى نسبة من الإجابات، في حين أجاب 17.87% من المبحوثين بـ "ثقافية"، أما 17.02% من المبحوثين فكانت إجاباتهم بـ "إخبارية"، تلتها النسبة 15.32% من إجابات المبحوثين بـ "ترفيهية"، وكانت النسبة 14.47% هي إجابة المبحوثين بـ "دينية"، و جاءت بعدها النسبة 5.11% من المبحوثين أجابوا بـ "فنية" أما، 3.40% من المبحوثين فأجابوا بـ "سياسية"، وكأضعف نسبة من إجابات المبحوثين كانت بـ 2,55% أجابوا بـ "اقتصادية".

وقد يعود ذلك إلى اهتمام الطلبة بالقضايا ذات الطابع الاجتماعي وهذا من أجل الاطلاع على المشاكل الاجتماعية المحلية، بينما البرامج الثقافية فيهتم بها الطلبة من أجل إثراء رصيدهم الثقافي والمعرفي، أما

البرامج الإخبارية فيعتمد عليها الطلبة في معرفة الأخبار المحلية وكذلك تعلم الأسلوب الاعلامي الإذاعي، في حين يعزف الطلبة عن البرامج السياسية والاقتصادية لكونها ربما خارج مجال اهتمامهم.

ومنه نستنتج أن البرامج ذات الطابع الاجتماعي هي البرامج الأكثر تفضيلا لدى الطلبة.

جدول رقم 22 يمثل توزيع أفراد العينة على أساس هل سبق لهم الاتصال بالبرامج التي يستمعون إليها

المتغير	التكرار	النسبة %
نعم	4	3.70
لا	104	96.30
المجموع	108	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 22 الذي يمثل توزيع أفراد العينة على أساس اتصالهم بالبرامج التي يستمعون إليها، أن الأغلبية الساحقة من المبحوثين أجابوا بـ "لا" وهذا بنسبة وصلت إلى 96.30 %، في حين أجاب 3.70 % من المبحوثين بـ "نعم".

وقد يعود ذلك إلى اكتفاء الطلبة بالاستماع للبرامج الإذاعية دون الرغبة في المشاركة فيها، في حين النسبة القليلة من الطلبة تحب إيصال صوتها للمسؤولين والمجتمع من خلال الاتصال بالإذاعة.

ومنه نستنتج أن أغلبية الطلبة لم يسبق لهم الاتصال بالبرامج الإذاعية بل يكتفون بالاستماع إليها فقط.

جدول رقم 23 يمثل توزيع أفراد العينة على أساس الوسيلة التي استعملوها للاتصال بالبرامج التي يستمعون إليها في حالة ما إذا كانت اجاباتهم بنعم

المتغير	التكرار	النسبة %
البريد العادي	0	0
الهاتف	2	50
SMS	2	50
البريد الالكتروني	0	0
الفاكس	0	0
المجموع	4	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 23 الذي يمثل توزيع أفراد العينة على أساس الوسيلة التي استعملوها للاتصال بالبرامج التي يستمعون إليها في حالة ما إذا كانت إجاباتهم بنعم، أن النسبة 50% كانت نسبة بالتساوي بين إجابات المبحوثين بـ "الهاتف" ورسائل "sms" ، أما بقية الوسائل فلم تكن ضمن إجابات أي مبحوث.

وقد يعود ذلك إلى كون الهاتف ورسائل sms أسهل وأسرع طريقة يستعملها الطلبة للتواصل مع الإذاعة وإيصال انشغالاتهم من خلالها.

ومنه نستنتج أن الطلبة يفضلون الهاتف ورسائل sms للتواصل مع الإذاعة المحلية بجيجل.

جدول رقم 24 يمثل توزيع أفراد العينة على أساس الدور الذي تؤديه إذاعة جيجل المحلية

المتغير	التكرار	النسبة %
دور اجتماعي	33	19.88
دور اعلامي	65	39.16
دور ثقافي	28	16.87
دور ترفيهي	13	7.83
دور توعوي	27	16.27
المجموع	166	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 24 الذي يمثل توزيع أفراد العينة على أساس الدور الذي تؤديه إذاعة جيجل المحلية، أن أعلى نسبة من إجابات المبحوثين قدرت بـ 39.16% حيث أجابوا بـ "دور إعلامي"، في حين أجاب 19.88% من المبحوثين بـ "دور اجتماعي"، أما 16.87% من المبحوثين فأجابوا بـ "دور ثقافي"، ثم جاءت بعدها النسبة 16.87% من إجابات المبحوثين الذين أجابوا بـ "توعوي"، أما 7.83% من المبحوثين فأجابوا بـ "دور ترفيهي".

وقد يعود ذلك إلى كون الطلبة يرون أن إذاعة جيجل المحلية تؤدي الدور الذي وجدت من أجله، وهو الدور الإعلامي من خلال ما تقدمهم من خدمات إعلامية لهم من أخبار وبرامج.

ومنه نستنتج أن الطلبة يرون بأن الإذاعة المحلية بجيجل تقدم لهم دور إعلامي من خلال البرامج التي يتعرضون إليها.

جدول رقم 25 يمثل توزيع أفراد العينة على أساس تقييمهم للدور الذي تؤديه إذاعة جيجل المحلية

المتغير	التكرار	النسبة %
جيد	38	35.19
متوسط	62	57.41
دون المتوسط	8	7.41
المجموع	108	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 25 الذي يمثل توزيع أفراد العينة على أساس تقييمهم للدور الذي تؤديه إذاعة جيجل المحلية، أن أعلى نسبة من إجابات المبحوثين كانت بـ 57.41% وهم الذين أجابوا بـ "متوسط"، أما 35.19% من المبحوثين أجابوا بـ "جيد"، في حين أجاب 7.41% من المبحوثين بـ "دون المتوسط".

وقد يعود ذلك إلى أن أغلبية الطلبة لم يجدوا كل حاجياتهم فيما تقدمه إذاعة جيجل المحلية من خدمات إعلامية لهم، بل وجدوا بعضها فقط، بحيث أن هذه الخدمات لا تلبى جميع رغبات الطلبة.

ومنه نستنتج أن أغلبية الطلبة يرون بأن الدور الذي تقدمه لهم إذاعة جيجل المحلية هو دور متوسط لا يرتقي إلى مستوى تطلعاتهم لكنه مقبول نوعا ما.

المطلب الرابع: عرض وتحليل بيانات المحور الرابع

جدول رقم 26 يمثل توزيع أفراد العينة على أساس الوسيلة المفضلة لديهم للحصول على الأخبار

والمستجدات

المتغير	التكرار	النسبة %
فيس بوك	88	81.48
إذاعة جيجل المحلية	5	4.63
وسيلة أخرى	15	13.88
المجموع	108	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 26 الذي يمثل توزيع أفراد العينة على أساس الوسيلة المفضلة لديهم لتلقي آخر الأخبار والمستجدات، أن أعلى نسبة من إجابات المبحوثين قد بلغت 81,48% وهم الذين أجابوا بـ

"فيسبوك"، في حين أجاب 13.88% من المبحوثين بـ "وسيلة أخرى"، أما 4.63% من المبحوثين فكانت إجاباتهم بـ "إذاعة جيجل المحلية".

وقد يعود ذلك إلى الانتشار الواسع لفيس بوك في أوساط الطلبة وسهولة الوصول لآخر الأخبار والمستجدات وتنوع مصادرها، وهذا من خلال الصفحات المحلية، عكس الإذاعة التي تلزم الطالب أو المستمع بما تبثه من أخبار. ومنه نستنتج أن أغلبية الطلبة يعتمدون على فيسبوك كوسيلة لتلقيهم آخر الأخبار والمستجدات.

جدول رقم 27 يمثل توزيع أفراد العينة على أساس الوسيلة المناسبة للتعبير عن أفكارهم

المتغير	التكرار	النسبة %
فيس بوك	89	82.41
إذاعة جيجل المحلية	3	2.78
وسيلة أخرى	16	14.81
المجموع	108	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 27 الذي يمثل توزيع أفراد العينة على أساس الوسيلة المناسبة للتعبير عن أفكارهم، أن أعلى نسبة من إجابات المبحوثين قد وصلت إلى 82.41% وهم الذين أجابوا بـ "فيسبوك"، في حين 14.81% من المبحوثين أجابوا بـ "وسيلة أخرى"، أما 2.78% من المبحوثين أجابوا "بإذاعة جيجل المحلية".

وقد يعود ذلك إلى سهولة تعبير الطلبة عن أفكارهم وإيصالها للآخرين عبر منصة فيسبوك وذلك من دون أي تكلفة أو جهد، عكس الإذاعة التي تكلف الطلبة ماديا وتتطلب منهم أيضا الاتصال هاتقيا وانتظار الدور من أجل التعبير عن أفكارهم.

ومنه نستنتج أن الطلبة يرون موقع فيسبوك هو الوسيلة المناسبة للتعبير عن أفكارهم وإيصالها للغير.

جدول رقم 28 يمثل توزيع أفراد العينة على أساس الوسيلة الأكثر تلبية لرغباتهم

المتغير	التكرار	النسبة %
فيس بوك	101	93.52
إذاعة جيجل المحلية	7	6.48
المجموع	108	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 28 الذي يمثل توزيع أفراد العينة على أساس الوسيلة الأكثر تلبية لرغبتهم، أن أعلى نسبة من إجابات المبحوثين قد بلغت 93.52% حيث أجابوا بـ "فيسبوك"، في حين كانت إجابة 6.48% من المبحوثين "بإذاعة جيجل المحلية".

وقد يعود ذلك إلى سهولة استخدام الطلبة لموقع فيسبوك وتوفره على مساحة تسمح لهم بحرية التعبير، وسهولة التفاعل مع المواضيع المطروحة والمشاركة فيها، كما يتيح أيضا لهم خدمة التواصل مع الأهل والأصدقاء، وزيادة على ذلك فهو يوفر لهم أغلبية الخدمات التي تقدمها الإذاعة.

ومنه نستنتج أن فيسبوك هو الوسيلة الأكثر تلبية لرغبات الطلبة حيث يقدم لهم خدمات تتناسب مع تطلعاتهم وميولاتهم.

جدول رقم 29 يمثل توزيع أفراد العينة على أساس الوسيلة المفضلة لمعالجة مشاكلهم

المتغير	التكرار	النسبة %
التواصل عبر صفحات فيس بوك	101	93.52
الاتصال ببرنامج إذاعي في إذاعة جيجل المحلية	7	6.48
المجموع	108	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 29 الذي يمثل توزيع أفراد العينة على أساس الوسيلة المفضلة لمعالجة مشاكلهم أن 93.52% من المبحوثين أجابوا بـ "التواصل عبر صفحات فيسبوك" وهي أعلى نسبة من إجابات المبحوثين، في حين أجاب 6,48% من المبحوثين بـ "الاتصال ببرنامج إذاعي في إذاعة جيجل المحلية".

وقد يعود ذلك إلى سهولة طرح الطلبة لمشاكلهم على الصفحات الفيسبوكية المحلية والبحث عن حلول لها من خلال قراءة تعاليق المتابعين لهذه الصفحات، والعودة إليها في أي وقت أرادوا ذلك، عكس الإذاعة

التي تلزم الطلبة بالاتصال هاتفيا وطرح مشاكلهم وانتظار سماع الحلول لها في تلك اللحظة وعدم القدرة على الرجوع إليها لاحقا.

ومنه نستنتج أن التواصل عبر صفحات فيسبوك هو الوسيلة المفضلة لدى الطلبة لطرح انشغالاتهم ومشاكلهم والبحث عن حلول لها.

جدول رقم 30 يمثل توزيع أفراد العينة على أساس ان وقتهم المستخدم في تصفح فيس بوك أنقص من حجم استماعهم لإذاعة جيجل المحلية

المتغير	التكرار	النسبة %
نعم	67	62.04
لا	23	21.30
نوعا ما	18	16.67
المجموع	108	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 30 الذي يمثل توزيع أفراد العينة على أساس أن وقتهم المستخدم في تصفح فيسبوك أنقص من حجم استماعهم لإذاعة جيجل المحلية، أن النسبة الأعلى من المبحوثين والتي قدرت بـ 62,04 % قد اختاروا الإجابة "نعم"، في حين أجاب 21,30% من المبحوثين بـ "لا"، أما 16.67 % من المبحوثين فكانت إجابتهم بـ "نوعا ما".

وقد يعود ذلك إلى توفر الخدمات التي تقدمها الاذاعة على موقع فيسبوك، كآخر الأخبار والمستجدات والقضايا الاجتماعية والثقافية والدينية وغيرها من المواضيع الإعلامية التي تستهوي الطلبة.

ومنه نستنتج أن استخدام الطلبة لموقع فيسبوك قد أنقص من وقت استماعهم لإذاعة جيجل المحلية.

جدول رقم 31 يمثل توزيع أفراد العينة على أساس قياس كثافة استماعهم لإذاعة جيجل المحلية بعد انتشار فيس بوك

المتغير	التكرار	النسبة %
قلت	66	61.11
زادت	6	5.56
انقطعت	36	33.34
المجموع	108	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 31 الذي يمثل توزيع أفراد العينة على أساس قياس كثافة استماعهم لإذاعة جيجل المحلية بعد انتشار فيس بوك، أن أعلى نسبة من إجابات المبحوثين قدرت بـ 61.11 % وهم الذين أجابوا بـ "قلت"، في حين أجاب 33.34 % من المبحوثين بالإجابة "انقطعت"، أما 5.56 % من المبحوثين فكانت إجابتهم بـ "زادت".

وقد يعود ذلك إلى الانتشار الواسع للفيس بوك بين الطلبة، والذي أصبح يوفر لهم خدمات متنوعة سلسلة وسهلة الوصول إليها، كالأخبار المحلية، التسلية والترفيه، التواصل مع الأهل والأصدقاء، والتعبير عن الرأي والمشاركة في الأحداث الواقعة محليا بكل حرية ودون تقييد، وكلها أمور ساهمت ربما في تقليل كثافة استماع الطلبة إلى الإذاعة المحلية بجيجل.

ومنه نستنتج أن انتشار موقع فيس بوك بين الطلبة واستخدامهم له كان السبب في التقليل من كثافة استماعهم لإذاعة جيجل المحلية.

جدول رقم 32 يمثل توزيع أفراد العينة بخصوص تعويض موقع فيس بوك للإذاعة المحلية بجيجل من عدمه

المتغير	التكرار	النسبة %
معوذ لها	29	26.86
مكمل لها	43	39.81
لا يعوضها	36	33.33
المجموع	108	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 32 الذي يمثل توزيع أفراد العينة بخصوص تعويض موقع فيسبوك لإذاعة جيجل المحلية، أن 39.81% من المبحوثين أجابوا بـ "مكمل لها" وهي أعلى نسبة من إجابات المبحوثين، في حين أجاب 33,33% من المبحوثين بـ "لا يعوضها"، أما 26.86% من المبحوثين فكانت إجاباتهم "معوّض لها".

وقد يعود ذلك إلى أن الطلبة يرون فيسبوك موقع مكمل للنقائص الموجودة في الإذاعة، كنشر الأخبار المحلية التي تذيئها الإذاعة على الصفحات الفيسبوكية المحلية لكن بأكثر تفاصيل، أيضا أصبح اليوم للإذاعة المحلية بجيجل صفحة خاصة على موقع فيسبوك، حيث تنتشر من خلالها أهم الأحداث الجارية محليا، وربما أيضا يتواصل الطلبة مع الإذاعة من خلال بريد هذه الصفحة.

ومنه نستنتج أن أغلبية الطلبة يرون أن موقع فيسبوك هو موقع مكمل للإذاعة المحلية بجيجل.

جدول رقم 33 يمثل توزيع أفراد العينة على أساس الوسيلة التي يتفاعلون معها أثر من بين فيس بوك والإذاعة المحلية بجيجل

المتغير	التكرار	النسبة %
فيس بوك	107	99.07
إذاعة جيجل المحلية	1	0.93
المجموع	108	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 33 والذي يمثل توزيع أفراد العينة على أساس الوسيلة التي يتفاعلون معها أكثر من بين فيسبوك والإذاعة المحلية بجيجل، أن الأغلبية الساحقة من المبحوثين قد إختاروا الإجابة "فيسبوك" وهذا بنسبة قد وصلت إلى 99.07% من المبحوثين، أما 0.93% من المبحوثين فكانت إجاباتهم بـ "إذاعة جيجل المحلية".

وقد يعود ذلك إلى أن الطلبة يجدون راحتهم في التفاعل مع المواضيع المطروحة على موقع فيسبوك لسهولة العملية وتوفر مساحة من الحرية في التعبير وإعطاء رأيهم من خلال التعليق على المواضيع ومشاركتها، وهذا بالضغط على زر المشاركة أو زر الإعجاب، وكلها أمور غير مكلفة، عكس التفاعل مع مواضيع الإذاعة الذي قد يكون مكلفا للطلبة، كما يحصر حدود حريتهم في التعبير عن رأيهم، زيادة على ذلك وفي الكثير من الأحيان ربما يصعب على الطلبة الوصول إلى البرامج الإذاعية للتفاعل معها.

ومنه نستنتج أن الاغلبية الساحقة من الطلبة يفضلون موقع فيسبوك كوسيلة يتفاعلون معها وهذا لسهولة التفاعل عبر هذه المنصة.

جدول رقم 34 يمثل توزيع افراد العينة على أساس إمكانية اللجوء للاستماع لإذاعة جيجل المحلية عند انقطاع الانترنت

المتغير	التكرار	النسبة %
نعم	63	58.33
لا	45	41.67
المجموع	108	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 34 والذي يمثل توزيع أفراد العينة على أساس إمكانية اللجوء للاستماع لإذاعة جيجل المحلية عند انقطاع الإنترنت، أن 58.33% من المبحوثين أجابوا بـ "نعم" وهي أعلى نسبة من الاجابات، في حين أجاب 41.67% من المبحوثين بـ "لا". وقد يعود ذلك إلى كون أغلبية الطلبة يلجؤون إلى إذاعة جيجل المحلية للحصول على آخر الأخبار والمستجدات، وقد يلجؤون إليها أيضا لمليء وقت الفراغ الحاصل لديهم، أما الأقلية منهم فربما يلجؤون إلى وسيلة أخرى.

ومنه نستنتج أن أغلبية الطلبة يلجؤون إلى الاستماع لإذاعة جيجل المحلية في حال انقطعت لديهم الانترنت.

الجدول رقم 35 يمثل توزيع أفراد العينة على أساس استخدام فيسبوك والاستماع لإذاعة جيجل المحلية

المتغير	فيسبوك		إذاعة جيجل المحلية	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
دائما	71	65.74	3	2.78
أحيانا	30	27.78	34	31.48
نادرا	7	6.48	61	56.48
في حالة الأحداث الساخنة	/	/	10	9.26
المجموع	108	100	108	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 35 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير استخدام فيسبوك والاستماع لإذاعة جيجل المحلية أن نسبة 65.74% يستعملون دائما الفيس بوك بينما الذين يستمعون لإذاعة جيجل

المحلية بشكل دائم جاءت نسبتهم 2.78% وهي نسبة ضئيلة جداً، بينما جاءت نسبة الذين نادراً ما يستعملون فيسبوك بـ 6.48% بينما نسبة الذين نادراً ما يستمعون إلى إذاعة جيجل المحلية قدرت بـ 56.48%، ونسبة الذين أحياناً ما يستعملون فيسبوك جاءت بـ 27.78% بينما نسبة الذين يستمعون لإذاعة جيجل المحلية أحياناً قدرت بـ 31.48%.

مما سبق يتضح لنا أن طلبة علوم الإعلام والاتصال دائماً ما يستخدمون فيسبوك بينما استماعهم لإذاعة جيجل المحلية يكون نادراً مما يثبت لنا أن أفراد العينة تجاوزوا الاستخدام العادي للفيس بوك إلى درجة ربما الإدمان وتخليهم عن الاستماع لإذاعة جيجل المحلية.

المبحث الثاني: نتائج الدراسة

المطلب الأول: عرض نتائج المحور الأول البيانات الشخصية

- 1- كشفت الدراسة أن أغلب أفراد العينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل هم إناث، وذلك بنسبة 60,19%.
- 2- كشفت الدراسة أن أعلى نسبة من أفراد العينة لطلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، تتراوح أعمارهم ما بين 23 إلى 26، وهذا بنسبة قدرت بـ 45,37%.
- 3- كشفت الدراسة أن أعلى نسبة من أفراد العينة لطلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، يدرسون سنة الثالثة جامعي، وهذا بنسبة قدرت بـ 33.33%.
- 4- كشفت الدراسة أن أغلب أفراد العينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، يقيمون بصفة خارجية، وهذا بنسبة قدرت بـ 64.81%

المطلب الثاني: عرض نتائج المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الطلبة لموقع فيسبوك.

- 5- كشفت الدراسة أن أغلب أفراد العينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، يستخدمون فيسبوك بصفة دائمة، وهذا بنسبة بلغت 65.74%.
- 6- كشفت الدراسة أن أغلب أفراد العينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، يستخدمون فيسبوك منذ أكثر من خمس سنوات، وذلك بنسبة 68.58%.
- 7- كشفت الدراسة أن أعلى نسبة من أفراد العينة لطلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، يستغرقون من ساعتين إلى 4 ساعات في تصفحهم للفيس بوك يوميا، وهذا بنسبة 39.81%.
- 8- كشفت الدراسة أن أغلب أفراد العينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، يستخدمون الهاتف المحمول كوسيلة لتصفح فيسبوك، وهذا بنسبة عالية جدا وصلت إلى 93.04%.
- 9- كشفت الدراسة أن أعلى نسبة من أفراد العينة لطلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، يستخدمون فيسبوك بهدف التواصل مع الأصدقاء والأقارب، وهذا بنسبة 35.75%.

- 10- كشفت الدراسة أن أعلى نسبة من أفراد العينة لطلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، يتابعون الصفحات ذات الطابع الاجتماعي على موقع فيسبوك، وهذا بنسبة 31.66%.
- 11- كشفت الدراسة أن أعلى نسبة من أفراد العينة لطلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، يتابعون المواضيع ذات الطابع الوطني عبر فيسبوك، وذلك بنسبة 38.64%.
- 12- كشفت الدراسة أن أعلى نسبة من أفراد العينة لطلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، يعتبرون الدردشة مع الأهل والأصدقاء من الخدمات المفضلة على فيسبوك، وهذا بنسبة قدرت ب 44.52%.
- 13- كشفت الدراسة أن أعلى نسبة من أفراد العينة لطلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، يقومون بنشر المعلومات الثقافية عبر فيسبوك، وهذا بنسبة 33,74%.
- 14- كشفت الدراسة أن أعلى نسبة من أفراد العينة لطلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، يفضلون المعلومات ذات الطابع السمعي البصري، وهذا بنسبة 42.54%.

المطلب الثالث: عرض نتائج المحور الثالث: عادات وأنماط الاستماع لإذاعة جيجل المحلية.

- 15- كشفت الدراسة أن أغلب أفراد العينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، يستمعون أحيانا للإذاعة المحلية بجيجل وهذا بنسبة 56,48%.
- 16- كشفت الدراسة أن أعلى نسبة من أفراد العينة لطلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، يفضلون الاستماع لإذاعة جيجل المحلية في أوقات الفراغ، وهذا بنسبة قدرت ب 35.71%.
- 17- كشفت الدراسة أن أغلب أفراد العينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، يستمعون لإذاعة جيجل المحلية بمفردهم وهذا، بنسبة وصلت إلى 71.17%.
- 18- كشفت الدراسة أن أغلب أفراد العينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، يستخدمون الهاتف المحمول كوسيلة للاستماع لإذاعة جيجل المحلية، وهذا بنسبة قدرت ب 64.35%.
- 19- كشفت الدراسة أن أغلب أفراد العينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، يرون أن أوقات بث برامج إذاعة جيجل المحلية هي أوقات مناسبة، وهذا بنسبة وصلت إلى 92.59%.

- 20- كشفت الدراسة أن أغلب أفراد العينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، يستمعون لإذاعة جيجل المحلية في المنزل، وهذا بنسبة قدرت ب 57,14%.
- 21- كشفت الدراسة أن أعلى نسبة من أفراد العينة لطلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، يفضلون الاستماع للبرامج الاجتماعية عبر إذاعة جيجل المحلية، وهذا بنسبة 24.26%.
- 22- كشفت الدراسة أن أغلب أفراد العينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، لم يسبق لهم الاتصال بالبرامج التي يستمعون إليها عبر إذاعة جيجل المحلية، وهذا بنسبة وصلت إلى 96.30%.
- 23- كشفت الدراسة ان أغلب افراد العينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، والذين كان لهم اتصال ببرامج الإذاعة المحلية بجيجل، أنهم اعتمدوا على الهاتف والرسائل النصية sms كوسائل للاتصال، وهذا بنسبة 50 % لكل وسيلة.
- 24- كشفت الدراسة أن أعلى نسبة من أفراد العينة لطلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، يرون أن الدور الإعلامي هو الدور الذي تؤديه إذاعة جيجل المحلية، وهذا بنسبة 39.16%.
- 25- كشفت الدراسة أن أغلب أفراد العينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، يقيمون الدور الذي تؤديه إذاعة جيجل المحلية بالمتوسط، وهذا بنسبة 57.41%.

المطلب الرابع: عرض نتائج المحور الرابع: أثر استخدام فيسبوك على الاستماع لإذاعة جيجل المحلية

- 26- كشفت الدراسة أن أغلب أفراد العينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، يفضلون فيسبوك كوسيلة للحصول على آخر الأخبار والمستجدات، وهذا بنسبة وصلت إلى 81,48%.
- 27- كشفت الدراسة أن أغلب أفراد العينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، يرون بأن فيسبوك هو الوسيلة المناسبة للتعبير عن أفكارهم، وهذا بنسبة وصلت إلى 82.41%.
- 28- كشفت الدراسة أن أغلب أفراد العينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، يرون بأن فيسبوك هو الوسيلة الأكثر تلبية لرغبتهم، وهذا بنسبة كبيرة وصلت إلى 93.52%.

- 29- كشفت الدراسة أن أغلب أفراد العينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، يعتبرون أن التواصل عبر صفحات فيسبوك هو الوسيلة المفضلة لمعالجة مشاكلهم، وهذا بنسبة وصلت إلى 93.52%.
- 30- كشفت الدراسة أن أغلب أفراد العينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، يرون بأن وقتهم المستخدم في تصفح فيسبوك قد أنقص من حجم استماعهم لإذاعة جيجل المحلية وهذا بنسبة 62.04%.
- 31- كشفت الدراسة أن أغلب أفراد العينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، يرون بأن كثافة استماعهم لإذاعة جيجل المحلية قد قلت بعد انتشار فيسبوك، وهذا بنسبة 61.11%.
- 32- كشفت الدراسة أن أعلى نسبة من أفراد العينة لطلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، يرون بأن موقع فيسبوك هو وموقع مكمّل لإذاعة جيجل المحلية، وهذا بنسبة 39.81%.
- 33- كشفت الدراسة أن أغلب أفراد العينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، يتفاعلون بشكل كبير مع فيسبوك، وهذا بنسبة كبيرة جدا وصلت الى 99.07%.
- 34- كشفت الدراسة أن أغلب أفراد العينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل يلجؤون للاستماع لإذاعة جيجل المحلية في حال انقطاع الإنترنت، وهذا بنسبة 58.33%.

المبحث الثالث: تحليل ومناقشة نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات الفرعية

المطلب الأول: تحليل ومناقشة نتائج المحور الثاني

من خلال تحليل نتائج المحور الثاني، وهذا للإجابة على التساؤل الفرعي الأول، حول عادات وأنماط استخدام طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال لموقع فيسبوك، توصلنا إلى أن طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، يستخدمون موقع فيسبوك بشكل كبير، حيث اتضح لنا من هذه الدراسة أن الطلبة يستخدمون موقع فيسبوك بصفة دائمة، لأكثر من 5 سنوات، وهذا بمعدل ساعتين إلى 4 ساعات في اليوم، وباستعمال الهاتف المحمول، وذلك بهدف التواصل مع الأصدقاء والأقارب، كما تبين لنا أن الطلبة يتابعون الصفحات الاجتماعية والمواضيع ذات الطابع الوطني، وتضح أنهم يفضلون الدردشة مع الأهل والأصدقاء، كما بينت لنا أيضا هذه الدراسة أن الطلبة يفضلون المعلومات التي تكون في شكلها

السمعي البصري، وكل هذا أثبت لنا أن طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل يستخدمون موقع فيسبوك بشكل كثيف.

المطلب الثاني: تحليل ومناقشة نتائج المحور الثالث

من خلال تحليل نتائج المحور الثالث، وذلك بغيت الإجابة على التساؤل الفرعي الثاني، حول استماع طلبة علوم الإعلام والاتصال لإذاعة جيجل المحلية، توصلنا إلى أن الطلبة لديهم عزوف عن الاستماع لبرامج إذاعة جيجل المحلية، وهذا ما اتضح لنا من خلال هذه الدراسة، حيث تبين أن الطلبة يستمعون أحيانا للإذاعة المحلية بجيجل، في أوقات الفراغ، و بمفردهم وهذا باستخدام الهاتف المحمول كوسيلة للاستماع، كما تبين لنا أيضا أن أوقات بث برامج الإذاعة هي أوقات مناسبة بالنسبة للطلبة، وقد يعود ذلك لاستماعهم فقط للبرامج التي يفضلون الاستماع إليها، والتي تكون في اوقات مناسبة لهم، كما أثبتت هذه الدراسة أن الطلبة يستمعون لإذاعة جيجل المحلية في المنزل، ويفضلون الاستماع للبرامج الاجتماعية، كما أفرزت هذه الدراسة أن الطلبة لم يسبق لهم الاتصال بالبرامج التي يستمعون إليها، إلا القلة القليلة منهم، فقد اتصلوا واستخدموا في اتصالاتهم الهاتف و الرسائل النصية القصيرة sms، و اتضح لنا أيضا أن الطلبة يعتبرون الدور الذي تقدمهم إذاعة جيجل المحلية لهم بانه دور إعلامي، يقيمون هذا الدور بالمتوسط.

المطلب الثالث: تحليل ومناقشة نتائج المحور الرابع

من خلال تحليل نتائج المحور الرابع وذلك للإجابة عن التساؤل الفرعي الثالث، حول أثر استخدام طلبة علوم الإعلام والاتصال لموقع فيسبوك على استماعهم لإذاعة جيجل المحلية، توصلنا إلى أن استخدام طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل لموقع فيسبوك، أثر بشكل كبير على استماعهم لإذاعة جيجل المحلية، حيث اتضح لنا أن الطلبة يفضلون فيسبوك كوسيلة للحصول على آخر الأخبار والمستجدات، وأنه الوسيلة المناسبة لهم للتعبير عن أفكارهم، و الأكثر تلبية لرغباتهم، حيث تبين لنا أن الصفحات على هذا الموقع هي الوسيلة المفضلة لدى الطلبة لمعالجة مشاكلهم، كما اتضح لنا أيضا أن تصفح الطلبة للفيس بوك كان سببا رئيسيا في إنقاص حجم استعمالهم للإذاعة المحلية، وانتشاره كان وراء نقص كثافة الاستماع لها، كما تضح لنا أن الطلبة يتفاعلون أكثر مع فيسبوك على حساب الإذاعة، وبينت

أيضاً هذه الدراسة أن انقطاع الإنترنت هو ما يجعل الطلبة يلجئون للاستماع لإذاعة جيجل المحلية، وهذا ما يؤكد أن استخدام الطلبة لموقع فاسبوك، كان السبب في عزوفهم عن الاستماع لإذاعة جيجل المحلية.

الاستنتاج العام

من خلال مناقشة وتحليل نتائج الدراسة وكإجابة على التساؤل الرئيسي خلصنا إلى أن فيسبوك أصبح له تأثير كبير على أنماط الاستماع للإذاعة المحلية بجيجل بالنسبة لطلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة جيجل وذلك من خلال استخدامهم له بشكل كثيف من خلال الخدمات التي يقدمها والتي تجعلهم يفضلونه عن باقي الوسائل أخرى، ومن بين هذه الخدمات متابعة آخر الأخبار والمستجدات، الدردشة مع الأهل والأصدقاء، تبادل المعلومات والآراء وزيادة رصيدهم المعرفي والثقافي، التسلية والترفيه... إضافة إلى سهولة استخدامه وهذا ما يجيب على تساؤلنا الرئيسي: ما أثر استخدام الطلبة الجامعيين لموقع فيسبوك على استماعهم للإذاعة المحلية الجزائرية بجيجل؟

خاتمة

من خلال دراستنا لموضوع استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على الاستماع لإذاعة جيجل المحلية بجانبه النظري والميداني، تبين لنا أن الطلبة الجامعيين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بكثرة في حياتهم اليومية وخاصة موقع فيسبوك، وهذا كخطوة منهم لمواكبة التطورات التكنولوجية الحادث في العالم، حيث أصبح الطلبة اليوم يعتمدون على فيسبوك للحصول على المعلومات وآخر الأخبار والمستجدات، وكذلك التواصل مع الأهل والأصدقاء، كما أنه موقع وجدوا فيه ما يلبي رغباتهم وحاجياتهم الإعلامية، بطرق سلسلة وسهلة الوصول إليها، عكس وسائل الإعلام التقليدية التي يكون محتواها في بعض الأحيان لا يتناسب مع رغبات الطلبة، كالإذاعة المحلية.

وقد دلت النتائج التي تم الوصول إليها من خلال البيانات الإحصائية، أن استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك)، كان له أثر مباشر في عزوفهم عن الاستماع لإذاعة جيجل المحلية، وكلها أمور وأسباب فرضتها التطورات التكنولوجية الحادثة في مختلف المجالات في هذا العالم، وخاصة مجال الإعلام.

وتبقى هذه النتائج نسبية إلى حد ما، شأنها شأن أي بحث في مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية، وبذلك يبقى المجال مفتوحا لمزيد من الدراسات المتعلقة بهذا الموضوع.

قائمة المصادر والمراجع

الكتب

- 1- أبي الحسن علي بن الحسيني الجرجاني الحنفي سيد الشريف، التعريفات، دار الكتابة العلمية للنشر، لبنان، ط 2، 2003.
- 2- إحدادن زهير، تاريخ الإذاعة والتلفزة، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 1984.
- 3- إحدادن زهير، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 1991.
- 4- إمام إبراهيم، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، دار الفكر العربي، مصر، 1985.
- 5- بدوي هناء حافظ، وسائل الاتصال في الخدمة الاجتماعية والمجتمعات النامية، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث 2001.
- 6- بن مورسلي أحمد، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010.
- 7- بن نبي مالك، القضايا الكبرى، دار الفكر، دمشق، ط1، 1999.
- 8- تواتي نور الدين، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية، ط2، 2009.
- 9- حجاب محمد منير، الموسوعة الإعلامية، المجلد 2 دار الفجر 2003.
- 10- الحديدي رشدي، فن الراديو، مطبعة الدجوى، القاهرة، ط2.
- 11- حسين الحلواني ماجي، مقدمة في الفنون الإذاعية والسمعي بصرية، مركز جامعة القاهرة، القاهرة، 1999.
- 12- حميد صالح محمد، دور الاذاعات المحلية في ترسيخ مفهوم الوحدة الوطنية، ط1، 2012.
- 13- حميدي عاصف، العمل الإذاعي والتلفزيوني، مفاتيح النجاح وأسرار الإبداع، أبو ظبي، ط1، 2004.
- 14- دبله عبد العالي، الدولة رؤية سوسيولوجية، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004.
- 15- الدبيسي عبد الكريم على والطاهات زهير ياسين، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، في دراسة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 40، العدد 1، 2013.
- 16- دليو فضيل، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998.

- 17- الراشدي بشير صابح، مناهج البحث التربوي رؤية تطبيقية مبسطة، الكويت، دار الكتاب الحديث، 2000.
- 18- رضا عدلي سيد محمد، البناء الدرامي في الراديو والتلفزيون، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر.
- 19- بلخيري رضوان، مدخل إلى الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، جسر للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2014.
- 20- زيتوني رشيد، تدريبات على منهجية البحث العلمي، في العلوم الاجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية، المطبعة الجهوية قسنطينة، الجزائر، ط3، 2008.
- 21- زيتوني رشيد، مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار الهدى، الجزائر، دط، 2008.
- 22- سهيلي نوال، البرامج الثقافية الإذاعية من حيث الشكل والمضمون، اليازوري.
- 23- شروخ صلاح الدين، منهجية البحث العلمي، دار العلوم للنشر، عنابة، د ط، 2003.
- 24- شفيق محمد، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، د ط، 1999.
- 25- شفيق محمد، نظريات الإعلام، دار فكر وفن الطباعة والنشر والتوزيع، د ط، 2014.
- 26- شكري عبد المجيد، الإذاعات المحلية لغة العصر، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1987.
- 27- صابات خليل وعبد العظيم جمال، وسائل الاتصال وتطورها، مكتب الأنجلو المصرية، القاهرة، ط 9، 2001.
- 28- عامر فتحي حسين، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة الى فيس بوك، دار العربي، القاهرة، 2011.
- 29- عبد الحميد محمد، دراسة الجمهور في بحوث الاعلام، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 1993.
- 30- عبد الرحمن عبد الله محمد، سيولوجيا الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، 2006.
- 31- عدلي عاطف العبد وحسين الحلواني ماجي، الأنظمة الإذاعية في الدول العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987.
- 32- عصام صلاح مروى، الإعلام الإلكتروني الأسس وأفاق المستقبل، دار الإعصار للنشر والتوزيع، عمان، 2015.

- 33- عليق أحد محمد وآخرون، وسائل الاتصال والخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2004.
- 34- العيفة جمال، مؤسسات الإعلام والاتصال، الوظائف الهياكل الأدوار، ديوان المطبوعات الجامعية 2010.
- 35- فضل الله وائل مبارك خضر، أثر فيسبوك على المجتمع، فهرسة المكتبة الوطنية، السودان، ط1، 2012.
- 36- لعبان عزيز، مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، التعريف بوسائل الاتصال الجماهيرية، الوسيط في الدراسات الإعلامية، دار هومة للنشر والتوزيع، ج3، الجزائر، 2003.
- 37- مجاهد جمال، مدخل إلى الاتصال الجماهيري، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2009.
- 38- مصطفى إبراهيم وآخرون، المعجم الوسيط (الجزء الأول) المكتبة الإسلامية للطباعة والنشر والتوزيع، تركيا، ط 2، 1972.
- 39- المقدادي خالد غسان يوسف، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس، عمان ط1، 2013.
- 40- مكايي حسن عماد، الأخبار في الراديو والتلفزيون، المكتبة الأنجلو مصرية، مصر، 1989.
- 41- مكايي حسن عماد، إنتاج البرامج للراديو (النظرية التطبيقية)، المكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، ط1، 1989.
- 42- مكايي حسن عماد، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، دار الكتب المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 1993.
- 43- الناشف أنطوان، البث التلفزيوني والإذاعي والبث الفضائي، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ط1، 2003.
- 44- هلال الزاهرة منال، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر وتوزيع، عمان الأردن، ط1، 2012.
- 45- وهبي إبراهيم، الخبر الإذاعي، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1985.

الرسائل الجامعية والأطروحات

- 1- الأشهب عبد السلام، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك أنموذجا" وعلاقتها بالانتشئة الاجتماعية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر جامعة حمة لخضر الوادي، الجزائر، 2016-2017.
- 2- بن جديدي سعاد، علاقة مستوى النرجسية بالإدمان على شبكات التواصل الاجتماعي الفييس بوك لدى المراهق الجزائري، أطروحة دكتوراه، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2016.
- 3- شاوي ليليا، دور الاذاعة المحلية في ترسيخ الهوية الثقافية لجمهور المستمعين، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم السياسية والاعلام، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2009.
- 4- الشهري حنان شعشوع، أثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية الفييس بوك وتويتر أنموذجا، رسالة ماجستير جامعة الملك عبد العزيز، جدة، 2014.
- 5- كاتب فارس وعقون دنيا، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي ابن مهدي، ام البواقي، 2015-2016.
- 6- لعويسي سارة وعتمانة أمينة، دور الاتصال الداخلي في تحقيق الرضا الوظيفي لدى العاملين بإذاعة جيجل، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص :اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم الاعلام والاتصال، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، 2016.
- 7- مداح هنية، دور الاذاعة المحلية في نشر التراث المادي واللامادي، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، اتصال وعلاقات عامة، جامعة النعامة، 2018.
- 8- منتصر محمد، واقع استخدام المنظمات الأهلية في قطاع غزة لشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز علاقتها بالجمهور، شهادة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2013.
- 9- المنصور محمد، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المتلقين (دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والالكترونية) "العربية أنموذجا"، رسالة ماجستير في الاعلام والاتصال، الأكاديمية العربية في الدنمارك، 2012.

- 10- يوسف أسماء وعصام محمد، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية في محافظة أربد، رسالة ماجستير في علم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة اليرموك، 2016-2017.

المجلات

- 1- عميراي حميدة، مراحل الضوابط المنهجية لإعداد بحث، مجلة الباحث الاجتماعي، ع1.
2- العيفة جمال، الاتصال الشخصي في عصر شبكات التواصل الاجتماعي ضرورة اجتماعية في عالم متغير، مجلة علوم الانسان والمجتمع، 2014.

القواميس والمعاجم

- 1- بدوي أحمد زكي، معجم المصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتب بيروت، لبنان، دس.
2- البستاني الشيخ عبد الله، الوافي، معجم وسيط للغة العربية، مكتبة لبنان، د ط، سنة 1990.

المواقع الالكترونية

- 1- <https://sites.google.com> تمت الزيارة يوم 2022/05/05، 12:17.
2- التميمي سجي، مميزات لا يعلمها الكثير من مستخدمين موقع فيس بوك، <https://e3arabi.com>، تاريخ الزيارة 2022/05/08، 14:40.
3- زمان صفاء، الشبكات الاجتماعية (Social Networks) ... تعريفها تأثيرها. وأنواعها، <https://aboadwy.yoo7.com>، تاريخ الزيارة: 2022/05/04، 11:20.
4- ليلي، ما معنى النكز في فيس بوك، <https://www.zyadda.com>، تاريخ الزيارة 2022/05/05، 15:10.
5- المبيضين إبراهيم، فيس بوك يتربع في الصدارة، <https://alghad.com>، تاريخ الزيارة 2022/05/05، 15:00.
6- ملخص بحث شبكات التواصل الاجتماعي ما لها وما عليها، المدونات بحث مفصل، <http://www.alukah.net> تاريخ الزيارة 2022/05/04، 10:30.

الملاحق

استمارة الاستبيان حول:

استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على الاستماع لإذاعة جيجل المحلية - فيس بوك - نموذجاً

دراسة ميدانية لعينة من طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال جامعة - جيجل -

في إطار تحضير مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم الاعلام والاتصال تخصص السمي البصري نرجو منكم أخي الطالب أخي الطالبة ملئ هذه الاستمارة بكل صدق وأمانة وذلك بوضع علامة X في المكان المناسب، كما نحيطكم علماً أن اجابتم ستوظف حصرياً لأغراض علمية بحتة وهي محفوظة بمقتضى أمانة البحث العلمي وشكراً.

إشراف الأستاذ:

- عبد الوهاب بوبعة

اعداد الطلبة:

- مراد ركيمة

- سفيان باغي

- سامي سيدهم

المحور الأول: البيانات الشخصية

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2- السن: من 19 الى 22 من 23 الى 26 من 27 الى 30 أكثر من 30
- 3- المستوى الجامعي: 2 جامعي 3 جامعي 1 ماستر 2 ماستر
- 4- الإقامة: داخلي خارجي

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الطلبة لموقع فيس بوك

- 5- استخدامك لموقع فيس بوك يكون بشكل؟ دائما أحيانا نادرا
- 6- منذ متى تستخدم (ين) فيس بوك؟
أقل من سنتين من سنتين الى خمس سنوات أكثر من خمس سنوات
- 7- كم تستغرق (ين) من الوقت عادة في اليوم عند استخدامك للفيس بوك؟
أقل من ساعتين من ساعتين الى 4 ساعات أكثر من 4 ساعات
- 8- ماهي الوسيلة التي تستخدمها (ينها) لتصفح فيس بوك؟
جهاز كمبيوتر مكتبي جهاز كمبيوتر محمول هاتف محمول لوحة الكترونية
- 9- من أجل ماذا تستخدم (ين) موقع فيس بوك؟
التواصل مع الأصدقاء والأقارب التسلية والترفيه متابعة الأحداث الجارية
اكتساب الثقافة والمعرفة تكوين صداقات جديدة الهروب من الواقع
- أمر أخرى أذكرها:
- 10- ما هي طبيعة الصفحات التي تتابعها (ينها) عبر موقع فيس بوك؟
اجتماعية ثقافية سياسية رياضية نسائية تجارية اقتصادية
- صفحات أخرى أذكرها:
- 11- ما طبيعة المواضيع التي تتابعها (ينها) عبر موقع فيس بوك؟
محلية وطنية دولية
- 12- ماهي خدمات موقع فيس بوك الأكثر تفضيلا من طرفك (ي)؟
الردشة مع الأهل والأصدقاء متابعة مختلف الصفحات نشر المعلومات
- 13- ما هو نوع المعلومات التي تقوم (ين) بنشرها؟
سياسية علمية ثقافية رياضية ترفيهية

نوع آخر أذكره (به):

14- ما طبيعة المعلومات المفضلة لديك (ي)؟

سمعية بصرية نص مكتوب سمعية بصرية متعددة الأشكال

المحور الثالث: عادات وأنماط الاستماع لإذاعة جيغل المحلية

15- استماعك لإذاعة جيغل المحلية يكون بشكل؟

دائما أحيانا نادرا في حالة الأحداث الساخنة

16- ما هو الوقت المفضل لاستماعك (ي) لإذاعة جيغل المحلية؟

صباحا زوالا مساء ليلا في أوقات الفراغ

لا توجد أوقات محددة

لماذا هذه الفترة؟

17- مع من تستمع (ين) عادة الى برامج إذاعة جيغل المحلية؟

بمفردك مع أفراد الأسرة مع الأصدقاء والزملاء

18- ماهي الوسيلة التي تستعملها (ينها) للاستماع لإذاعة جيغل المحلية؟

مذياع الهاتف المحمول عبر الانترنت عبر التلفزيون

وسيلة أخرى أذكرها:

19- هل تجد (ين) أن أوقات بث برامج الإذاعة المحلية مناسب؟ نعم لا

إذا كانت اجابتك ب لا فلماذا:

20- ما هي الأماكن التي تستمع (ين) فيها لإذاعة جيغل المحلية؟

الجامعة الإقامة الجامعية المنزل السيارة

أماكن أخرى أذكرها:

21- ما نوع البرامج التي تفضل (ين) الاستماع اليها؟

اجتماعية ثقافية فنية ترفيهية دينية سياسية

اقتصادية إخبارية

22- هل سبق لك (ي) وأن اتصلت (ي) بالبرامج التي تستمع اليها؟

نعم لا

في حالة كانت الإجابة بنعم ماهي الوسيلة التي اعتمدت عليها؟

البريد العادي الهاتف رسالة قصيرة SMS البريد الالكتروني الفاكس

23- ما هو الدور الذي تؤديه إذاعة جيجل المحلية لك كمستمع (ة)؟

دور اجتماعي دور اعلامي دور ثقافي دور ترفيهي دور توعوي

24- كيف تقيم (ين) هذا الدور؟ جيد متوسط دون المتوسط

المحور الرابع: أثر استخدام فيس بوك على الاستماع لإذاعة جيجل المحلية

25- أي من هذه الوسائل تفضل (ين) في تلقيك للأخبار والمستجدات؟

إذاعة جيجل المحلية فيس بوك وسيلة أخرى

26- ما هي الوسيلة التي تعتمد (ين) عليها للتعبير عن أفكارك؟

فيس بوك إذاعة جيجل المحلية وسيلة أخرى

27- أي وسيلة تراها أكثر تلبية لرغباتك؟

فيس بوك إذاعة جيجل المحلية

28- ما هي الوسيلة المفضلة لديك (ي) لطرح ومعالجة مشاكلك؟

فيس بوك إذاعة جيجل المحلية

29- هل وقتك (ي) المستخدم في تصفح موقع فيس بوك أنقص من حجم استماعك (ي) لإذاعة جيجل

المحلية؟

نعم لا نوعا ما

30- هل كثافة استماعك (ي) لإذاعة جيجل المحلية بعد انتشار موقع فيس بوك؟

قلت زادت انقطعت

31- هل يعتبر موقع فيس بوك بالنسبة لإذاعة جيجل المحلية؟

معوض لها مكمل لها لا يعوضها

32- ماهي الوسيلة التي تتفاعل مع مواضيعها أكثر من الأخرى؟

موقع فيس بوك إذاعة جيجل المحلية

33- هل تلجأ الى الاستماع لإذاعة جيجل المحلية إذا ما أنقطع الأنترنت؟

نعم لا