



LARBI TEBESSI – TEBESSA UNIVERSITY

UNIVERSITE LARBI TEBESSI – TEBESSA-

جامعة العربي التبسي - تبسة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: العلوم الانسانية

الميدان: علوم إنسانية وإجتماعية

الشعبة: اعلام واتصال

التخصص: سمعي بصري

العنوان: تفاعل جمهور المستمعين مع اذاعة تبسة الجهوية عبر الفايسبوك

دراسة ميدانية ب: على عينة من متابعي صفحة اذاعة تبسة

مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر " ل.م.د "

دفعة: 2020

إشراف الأستاذ(ة): عابدي لدمية

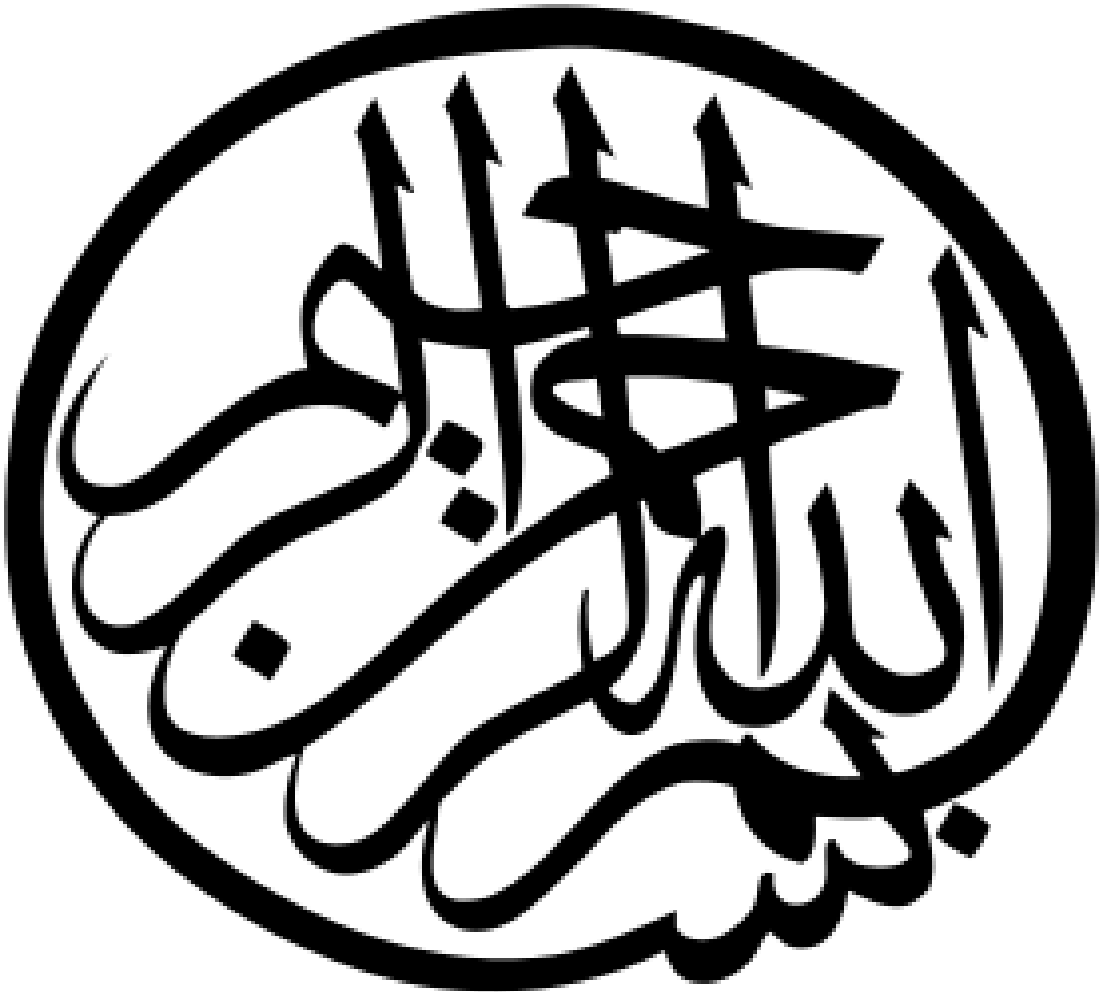
إعداد الطالب (ة): 1- سعدي رحمة

2- خالد صابر

جامعة العربي التبسي - تبسة
Universite Larbi Tebessi - TEBESSA

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
د. بن مهدي مرزوق	استاذ محاضر - أ -	رئيسا
د. عابدي لدمية	استاذ محاضر - أ -	مشرفا ومقرا
د. قراد راضية	استاذ محاضر - أ -	عضوا ممتحنا



شكر و عرفان

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم

" من لم يشكر الناس لم يشكر الله "

صدق رسول الله صلى الله عليه وسلم

الحمد لله على احسانه والشكر له على توفيقه وامتنانه ونشهد ان لا اله الا الله وحده لا شريك له تعظيما لشأنه ونشهد ان سيدنا ونبينا محمد ورسوله الداعي الى رضوانه صلى الله عليه وعلى اله وأصحابه وأتباعه وسلم.

بعد شكر الله سبحانه وتعالى على توفيقه لنا لإتمام هذا البحث المتواضع اتقدم بجزيل الشكر الى الوالدين العزيزين الذين امانونا وشجعونا على الاستمرار في مسيرة العلم والنجاح. وإكمال الدراسة الجامعية والبحث: كما نتوجه بالشكر الجزيل الى من شرفتنا بإشرافها على مذكرة بحثنا الاستاذة الدكتورة "مباركي لدمية" التي لن تكفي حروف هذه المذكرة لإيقانها حقها بصبرها الكبير علينا. ولتوجهاتها العلمية التي لا تقدر بثمن، والتي ساهمت بشكل كبير في اتمام واستكمال هذا العمل، الى كل اساتذة قسم العلوم الانسانية، خاصة اساتذة قسم علوم الاعلام والاتصال، كما اتوجه بخالص شكرنا وتقديرنا الى كل من ساعدنا من قريب او من بعيد على انجاز وإتمام هذا العمل.

" رب اوزعني ان اشكر نعمتك التي انعمت علي وعلى والدي وان اعمل صالحا ترضاه وأدخلني برحمتك في عبادك الصالحين".

الفهارس

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات	
	شكر وتقدير
	فهرس الجداول
أ	مقدمة
الفصل الأول : إشكالية الدراسة وإجراءاتها المنهجية	
أولاً: إشكالية الدراسة	
05	01- تحديد المشكلة
06	02- أسباب اختيار الموضوع
07	03- أهداف الدراسة
08	04- أهمية الدراسة
08	05- الدراسات السابقة
19	06- تحديد المفاهيم
ثانياً : الإجراءات المنهجية	
22	01- مجالات الدراسة
24	02- نوع الدراسة ومنهجها
24	03- أدوات جمع البيانات
الفصل الثاني: الاطار النظري للدراسة	
27	تمهيد
أولاً: الاعلام المحلي	
28	01- الاعلام المحلي والمفاهيم المشابهة
30	02- خصائص الاعلام المحلي
31	03- وظائف الاعلام المحلي
32	04- تجربة الاعلام المحلي الجزائري
ثانياً : الاذاعة المحلية	
34	01- أهمية الاذاعة المحلية
35	02- خصائص الاذاعة المحلية واسباب انتشارها
37	03- اهداف الاذاعة المحلية
37	04- راديو الانترنت ومستقبل الإذاعة المحلية
39	05- التطور المعاصر في المحتوى الإذاعي

فهرس المحتويات

40	06- التفاعلية الإذاعية مع جمهور المستمعين
ثالثا : مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك انموذجا)	
41	01- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي
41	02- خصائص ومميزات مواقع التواصل الاجتماعي
42	03- نشأة الفيسبوك
43	04- خصائص الفيسبوك
45	خلاصة الفصل
الفصل الثالث : تحليل البيانات الميدانية ونتائج الدراسة	
تمهيد	
اولا : تحليل البيانات الميدانية	
47	01- المحور الاول : البيانات الشخصية
50	02- المحور الثاني : درجة اهتمام جمهور المستمعين - عينة الدراسة - بإذاعة تبسة الجهوية في موقع الفاييسبوك
55	03- المحور الثالث : درجة تفاعل جمهور المستمعين - عينة الدراسة - مع الصفحة الرسمية لإذاعة تبسة على الفاييسبوك
62	04- المحور الرابع : طبيعة البرامج الإذاعية التي يتفاعل معها جمهور المستمعين - عينة الدراسة- عبر الصفحة الرسمية لإذاعة تبسة على الفاييسبوك
66	ثانيا : نتائج الدراسة
د	خاتمة
قائمة المصادر والمراجع	
الملاحق	

فهرس الجداول و الاشكال

فهرس الجداول		
رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
47	يوضح توزيع العينة وفق متغير الجنس	01
48	يوضح توزيع افراد العينة وفق متغير السن	02
48	يوضح توزيع افراد العينة وفق متغير المستوى التعليمي	03
49	يوضح توزيع افراد العينة وفق متغير المهنة	04
50	يوضح مدة استخدام المبحوثين للفيسبوك	05
50	يوضح مدة استخدام المبحوثين لإذاعة تبسة عبر الفيسبوك	06
51	يوضح الفترة المفضلة لدى المبحوثين للاستماع لإذاعة تبسة عبر الفيسبوك	07
52	يوضح عدد المرات التي يزور فيها المبحوثين صفحة اذاعة تبسة عبر الفيسبوك	08
52	يوضح كيفية تعرف المبحوثين على الصفحة الرسمية لإذاعة تبسة عبر الفيسبوك	09
53	يوضح المحامل التي يستخدمها المبحوثين لتلقي برامج إذاعة تبسة عبر الفيسبوك	10
54	يوضح المدة التي يقضيها المبحوثين في متابعة إذاعة تبسة عبر الفيسبوك	11
55	يوضح متابعة المبحوثين لبرامج إذاعة تبسة عبر الراديو مع استخدام الفيسبوك	12
55	يوضح طبيعة تفاعل المبحوثين مع إذاعة تبسة عبر الفيسبوك	13
56	يوضح مشاركة المبحوثين في حصة من الحصص المذاعة على المباشر عن طريق الهاتف	14
57	يوضح نوع البرامج التي يتفاعل معها المبحوثون أكثر على صفحة إذاعة تبسة	15
57	يوضح تفاعل المبحوثين مع برامج إذاعة تبسة عبر الفيسبوك	16
58	يوضح مناقشة برامج الإذاعة التي يتفاعل معها المبحوثين عبر الفيسبوك مع الغير	17
59	يوضح تفاعل المبحوثين مع إذاعة تبسة عبر الفيسبوك زاد مقارنة بالسابق (الراديو)	18
60	يوضح أهداف تفاعل المبحوثين مع برامج إذاعة تبسة عبر الفيسبوك	19
61	يوضح المذيع الذي يتفاعل معه المبحوثين أكثر عبر الصفحة	20
62	يوضح رأي المبحوثين في الشريحة التي تهتم بها إذاعة تبسة في برامجها	21

فهرس الجداول و الاشكال

63	يوضح البرنامج الذي يتفاعل معه المبحوثين أكثر	22
63	يوضح رأي المبحوثين في المضامين التي يتفاعل معها جمهور المستمعين أكثر	23
64	يوضح اهتمام صفحة الفيسبوك لإذاعة تبسة بحل المشاكل التي يعاني منها المجتمع المحلي	24
65	يوضح اقتراحات المبحوثين حول تطوير الصفحة الرسمية	25

مقدمة:

لقد أصبحت أجهزة الإعلام والاتصال في عصرنا الحالي تتحدى المسافات وتتخطى الحواجز لتجعل من العالم قرية صغيرة يتعايش أفرادها بكل سهولة، وصارت قوة الدول لا تقاس فقط بإيديولوجياتها السياسية، ومواردها المادية والبشرية، بل كذلك بتحكمها في وسائل وتكنولوجيات الاتصال، حيث تكاد تجمع العديد من الدراسات على أن العالم يعيش اليوم ما يسمى بـ"ثورة" في تكنولوجيا الاتصال والإعلام وهي ثورة تتجسد في وفرة قنوات الاتصال ووسائله، إضافة إلى تنوع الرسائل الاتصالية وأشكالها، والقوي هو من يتحكم في الوسيلة إنتاجا وتصنيعا، والرسالة من حيث قوتها وتأثيرها على الرأي العام المحلي والعالمي، وتقود هذه الثورة وتتحكم فيها أمريكا وأوروبا، وبقية العالم يدور في فلكهما، كالمنفرد بالنسبة للشاشة الموجهة والمتحكم فيها عن بعد.

كما أصبحت وسائل الإعلام في وقتنا الحاضر من أهم أدوات التأثير والتوجيه والتنقيف والإعلام والتعليم، خاصة في ظل العولمة الاتصالية، وما تتميز به من زخم في البث الإذاعي والتلفزيوني، واستعمال واسع للإنترنت... وهو ما ساهم في انهيار البعد الزمني والمكاني بين الحضارات والثقافات والأمم بحيث صار العالم وكأنه قرية صغيرة إن لم نقل بيت صغير، إذ ازدادت التفاعلات بين الأفكار والمعلومات بشكل سريع، فصار الكل يعرف ما يدور لدى الآخرين مهما كانت المسافات، والأزمنة.

وتعد الإذاعة واحدة وسائل الاتصال الجماهيري، التي لا تزال حاضرة في الساحة الإعلامية، رغم المنافسة الشديدة والمنقطعة النظير التي تفرضها عليها وسائل الإعلام الأخرى خاصة من غريمها العنيد التلفزيون، فلقد تربعَت الإذاعة على عرش وسائل الاتصال الجماهيري باعتبارها الوسيلة الأكثر تأثيرا والأكثر شعبية والأكثر انتشارا في وقت سابق (القرن التاسع عشر)، لكن العديد من متغيرات العصر بدأت تواجهها، وتهز مكانتها من الجذور، وكان من الممكن أن تختفي الإذاعة من حياتنا أمام ضغط متغيرات العصر التي خلقها ذلك التقدم التكنولوجي المذهل في مختلف المجالات، وعلى رأسها مجال الاتصال، ومع ذلك فقد استطاعت الإذاعة الصمود إلى الآن وبقيت كأحد أهم وسائل الاتصال الجماهيري خاصة على المستوى المحلي، وقد



مقدمة:

تبقى كذلك لسنوات، قرون وحقب أخرى، وترجع أسباب الصمود والتحدي الذي ترفعه دائما الإذاعة في وجه خصومها، إلى ما تتميز به من خصائص ومميزات تجعلها تستمر في الحفاظ على مكانتها، ولعل أهم هذه الخصائص وأبرزها، أنها تعتمد على حاسة السمع فقط دون غيرها من الوسائل، حيث يسميها البعض بالوسيلة العمياء، مما يجعلها أكثر شيوعا بين جمهور المستقبلين بسهولة ويسر، دونما النظر لكون المستمع متعلما أو مثقفا أو أميا، أو عنده استعداد من أي نوع كان، بالإضافة إلى انتشارها الواسع في العالم نظرا لصغر حجمها وقلة تكلفة شرائها، وسهولة ضبط موجاتها...

وتسعى الإذاعة كغيرها من وسائل الإعلام الأخرى إلى تحقيق أهداف مختلفة تعود على الفرد والمجتمع كالنتقيف والتربية والترفيه والتوعية في جميع المجالات خاصة في تنمية الإعلام المحلي، وهو ما جعل الدول النامية على وجه الخصوص تهتم بهذا الجهاز أيما اهتمام، وتتفق عليه موارد مادية وبشرية هائلة لأجل تطويره.

وتعتبر الجزائر من البلدان النامية التي أولت أهمية كبيرة لهذا الجهاز الإعلامي الهام، نظرا لإدراكها الكبير لأهميته ودوره في المجال التنموي، حيث خصصت له ابتداء من الستينات- إلى جانب التلفزيون -موارد مادية وبشرية معتبرة، وعملت الحكومات المتعاقبة منذ الاستقلال إلى يومنا هذا على تحسين أدائه، وتطوير أجهزته التقنية لإسماع صوته في كافة أرجاء الوطن، ومع مرور الوقت، وزيادة عدد السكان وتباين عاداتهم، صار من المستحيل على الإذاعة المركزية الإذاعة الأم أو الإذاعة الجهوية قسنطينة، وهران، العاصمة أن تلبى جميع متطلبات وانشغالات جمهورها، حيث أنه وفي ظل التعددية السياسية والإعلامية قامت الجزائر وكغيرها من البلدان في الشرق والغرب بإنشاء محطات لإذاعات محلية في مناطق مختلفة من الوطن، وهذا ابتداء من التسعينيات، ومع التطور الهائل للتكنولوجيا ولمواقع التواصل الاجتماعي لم تعد الإذاعة تعتمد على بث برامجها على جهاز الراديو فقط بل أصبحت تعتمد على أساليب أخرى جديدة ومتطورة ومن بين أبرزها هذه الأساليب وأبرزها موقع الفيسبوك الذي شهد في الآونة الأخيرة استخدامات عديدة ومختلفة

مقدمة:

حيث أصبحت الإذاعات المحلية تعتمد عليه في بث برامجها خاصة المباشرة، وإذاعة تبسة من بين الإذاعات المحلية التي تملك صفحة رسمية على موقع الفيسبوك، تبث من خلالها برامجها المباشرة لتصل إلى شريحة أكبر من المتابعين، وتستطيع من خلال الفيسبوك التواصل والتفاعل أكثر مع جمهورها ومعرفة كل آرائهم واقتراحاتهم وذلك من خلال مشاركاتهم سواء بالتعليقات أو بالرموز التعبيرية، لهذا سنحاول في هذه الدراسة الوقوف على كيفية تفاعل جمهور المستمعين مع إذاعة تبسة الجهوية عبر موقع الفيسبوك وقد اشتملت هذه الدراسة على مقدمة و ثلاثة فصول و خاتمة .

في الفصل الأول تناولنا إشكالية الدراسة وفيها تحديد المشكلة، التساؤلات الفرعية، أسباب اختيار الموضوع، أهداف الدراسة، تحديد مفاهيم الدراسة والدراسات السابقة. أما ثانياً تناولنا الإجراءات المنهجية للدراسة وفيها، مجالات الدراسة، عينة الدراسة، منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات.

في الفصل الثاني تناولنا أولاً الإعلام المحلي وفيه الإعلام المحلي والمفاهيم المشابهة، خصائص الإعلام المحلي ووظائفه، تجربة الإعلام المحلي في الجزائر. أما ثانياً تناولنا الإذاعة المحلية وفيه تعريف الإذاعة المحلية، خصائص الإذاعة المحلية وأسباب انتشارها، أهداف الإذاعة المحلية، التطور المعاصر في المحتوى الإذاعي، التفاعلية الإذاعية مع جمهور المستمعين. وثالثاً مواقع التواصل الاجتماعي ويحتوي على تعريف مواقع التواصل الاجتماعي، خصائص ومميزات مواقع التواصل الاجتماعي، نشأة الفيسبوك، خصائص الفيسبوك.

أما الفصل الثالث تناولنا فيه تحليل البيانات الميدانية ونتائج الدراسة، وقد حاولنا الإلمام بمختلف عناصر الدراسة من خلال قراءة كمية وكيفية لمتغيرات الدراسة.



الفصل الاول:

إشكالية الدراسة وإجراءاتها المنهجية

أولاً: إشكالية الدراسة

1. تحديد المشكلة:

يمثل الإعلام المحلي بكافة وسائله البسيطة والمركبة، المباشرة وغير المباشرة، أداة أساسية في الوصول إلى المجتمعات المحلية ذات الأوضاع الخاصة، التي تختلف فيها عن غيرها من المجتمعات داخل الدولة الواحدة. ونظرا للقرب بين أطراف العملية الاتصالية تبرز أهمية هذا المستوى من الاتصال في خدمة جميع القضايا ويلاحظ أن معالجة هذه القضايا تحديدا كانت هي الدافع الأول وراء نشر شبكات الإذاعات المحلية المتعددة¹.

وتعد الإذاعة المحلية من بين إحدى الوسائل التي قد تكون مهمة لدى مختلف فئات المجتمع، وقد لوحظ في العقدين الأخيرين اهتمام خاص بالإعلام المحلي في الجزائر باعتباره موجه أساسا لتلبية حاجات المجتمع المحلي ومناقشة قضاياهم، كما يجعل الجمهور يتفاعل ويشارك في الإذاعات المحلية، حيث تم تسخير إمكانيات معتبرة أفضت إلى تجسيد مشاريع خاصة بالإذاعات المحلية، وقد ربطت هذه الأخيرة بين الجماهير بصورة قد نقول عنها قوية، مستمرة.

ومع التطور التكنولوجي وظهور الانترنت والتي أصبحت من بين أكثر مظاهر تكنولوجيا الاتصال الحديثة انتشارا والتي نجحت في إحداث ثورة في الاتصال بين البشر من خلال ما أتاحتها من تطبيقات مختلفة من مدونات وصحافة الكترونية، إلى جانب فضاءات ديمقراطية تفاعلية للنقاش وتبادل الآراء وإتاحة فرصة لإقامة العلاقات المباشرة بين الأفراد بصورة آنية تفاعلية هذا الأمر الذي يظهر بشكل واضح وجلي في مواقع التواصل الاجتماعي والتي عززت من قيمة التفاعل التي جاءت به الانترنت، حيث أصبحت الإذاعات المحلية تنتقل وتبث معظم برامجها عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي من تويتر ويوتيوب وفيسبوك، وهذا ما جعل معظم الإذاعات المحلية تأخذ من هذه المواقع وسيلة إعلامية في بث برامجها خاصة

¹ - سويقات لبني: الإعلام المحلي وأبعاده التنموية في المجتمع، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة وهران، الجزائر،

الفيسبوك، وإذاعة تبسة الجهوية واحدة من بين الإذاعات المحلية التي تملك حساب رسمي على موقع الفيسبوك، وتبث فيه معظم برامجها المباشرة، لتصل إلى شريحة أوسع من الجمهور من أجل كسبه والتأثير فيه وذلك بمشاركته وتفاعله مع برامجها من خلال التعليقات والمشاهدات وعلامات الإعجاب، وهذا ما جعلنا نسلط الضوء على هذا الموضوع ونحاول أن نتعرف على تفاعل الجمهور مع برامج إذاعة تبسة الجهوية عبر الفيسبوك، لنجد انفسنا أمام التساؤل الرئيسي التالي:

✓ كيف يتفاعل جمهور المستمعين _ عينة الدراسة _ مع إذاعة تبسة الجهوية عبر موقع الفيسبوك؟

وللاجابة عن هذا التساؤل قمنا بطرح مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية:

▪ مامدى اهتمام جمهور المستمعين _ عينة الدراسة _ بما تقدمه إذاعة تبسة الجهوية في موقع الفيسبوك؟

▪ ما درجة تفاعل جمهور المستمعين _ عينة الدراسة _ مع الصفحة الرسمية لإذاعة تبسة على الفيسبوك؟

▪ ما طبيعة البرامج الإذاعية التي يتفاعل معها جمهور المستمعين _ عينة الدراسة _ عبر الصفحة الرسمية لإذاعة تبسة على الفيسبوك؟

2. اسباب اختيار الموضوع:

إن اختيار الموضوع من الخطوات الأساسية في الدراسة العلمية وقد وقع اختيارنا لهذا الموضوع نتيجة لعدة أسباب منها شخصية وأخرى موضوعية، وهي كالاتي:

2-1 - أسباب شخصية:

✓ ملاحظتنا الشخصية لدور مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة والفيسبوك بصفة خاصة في توصيل رسائل هادفة للمجتمع والتفاعل حولها.

✓ رغبتنا الشخصية في معرفة مدى تفاعل مستخدمي الفيسبوك_ عينة الدراسة_ مع برامج إذاعة تبسة الجهوية.

✓ علاقة الموضوع بتخصص دراستنا _السمعي البصري_.

2- 2- أسباب موضوعية:

✓ انتشار كبير لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة موقع الفيسبوك.

✓ محاولة منا لإنجاز دراسة علمية أكاديمية تبقى موضوع يستفيد منه الطلبة مستقبلا.

3. أهداف الدراسة:

لكل بحث علمي أهداف محددة يسعى لتحقيقها وتتمثل فيما يلي:

3-1- أهداف علمية:

✓ معرفة كيفية تفاعل الجمهور عينة الدراسة مع برامج إذاعة تبسة الجهوية من خلال موقع الفيسبوك.

✓ التعرف على مدى اهتمام جمهور المستمعين بما تقدمه إذاعة تبسة الجهوية في موقع الفيسبوك.

✓ معرفة درجة تفاعل المواطنين مع الصفحة الرسمية لإذاعة تبسة على الفيسبوك .

✓ التعرف على طبيعة برامج إذاعة تبسة الجهوية التي يتابعها المستمعين عبر موقع الفيسبوك.

3_2_ أهداف عملية:

✓ التدريب والتعود على القيام بالبحوث الميدانية والتحكم في تطبيق الإجراءات المنهجية.

✓ التعرف على مختلف طرق عرض النتائج وتحليلها وتفسيرها.

4. أهمية الدراسة:

تساهم أهمية الدراسة في إبراز القيمة المرجوة من البحث وذلك من خلال: تسليط الضوء على الدور الحيوي الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يعتبر هذا الموضوع إضافة جديدة ومساهمة في إثراء المجال المعرفي وتدعيم للباحثين والمهتمين بدراسات جديدة في مثل هذه المواضيع، ضف إلى ذلك قلة الدراسات التطبيقية التي تناولت العمل الجوّاري الإذاعي عبر موقع الفيسبوك، ويرجع ذلك إلى حداثة الموضوع كونه يربط بين متغيرات ذات أهمية بالغة في الوقت الراهن، بالنظر إلى المزايا العديدة التي يمنحها التطبيق الجيد لمواقع التواصل الاجتماعي من خلال ما تبثه الإذاعة المحلية عبر موقع الفيسبوك، ولا ننسى الأهمية البالغة لهذا الموضوع في ميدان الاعلام والاتصال وخاصة الإعلام المحلي، وتزويد المكتبة الجامعية بدراسة يمكن الاستفادة المطلوبة منها، وفي الأخير محاولة إظهار دور الفيسبوك الجوهري في تفاعل جمهور المستمعين مع الإعلام المحلي الإذاعي.

5. الدراسات المشابهة:

تعد الدراسات السابقة أو المشابهة من أهم الخطوات التي يمر بها الباحث، فهي تجنبه الوقوع في أخطاء الآخرين، كما تساعده في فهم الموضوع، ومعرفة كيفية اختيار الإجراءات المنهجية التي تلائم هذه الدراسة.

ومن خلال دراستنا سنحاول الحصول على بعض الدراسات السابقة أو المشابهة لها وستكون كما يلي:

الدراسة الأولى: "تسعديت قدوار، أثر تكنولوجيات الاتصال على الإذاعة وجمهورها، دراسة مسحية في

الاستخدامات والاشباع لدى الشباب، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص

قياس جمهور وسائل الإعلام، جامعة الجزائر 3، 2010/2011".

وقد حاولت الباحثة في هذه الدراسة التعرف على أثر تكنولوجيات الاتصال على الإذاعة وجمهورها. وجاءت

مشكلة الدراسة كالتالي:

ما هو أثر استخدام الشباب لتكنولوجيات الإعلام والاتصال على مدى إقبالهم على الاستماع للإذاعة المسموعة؟

ومن هذا التساؤل العام صاغت الباحثة التساؤلات الفرعية التالية¹:

- ما هي العادات الاستماعية للشباب؟
- ما هي دوافع تعرض الشباب للإذاعة في ظل استخدامهم للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال المتاحة لهم؟
- ما هي الإشباعات التي تتحقق للشباب عند التعرض للإذاعة؟
- كيف يتفاعل جمهور المستمعين مع المضامين الإذاعية و فيما بينهم؟
- هل لمتغير الجنس، المستوى التعليمي، السن و الحالة المهنية علاقة بدرجة ونوعية التعرض إلى البرامج الإذاعية؟

وقد اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج المسحي والذي يعتمد عليه اعتمادا كبيرا في البحوث الكشفية والوصفية والتحليلية ذلك أنه عبارة عن دراسة عامة لظاهرة موجودة في جماعة معينة وفي مكان معين وفي الوقت الحاضر، كما أن منهج المسح يعتبر من أفضل المناهج التي تبحث في اتجاهات الجمهور وخصائصه وكذا احتياجاته في بحوث الإعلام. كما استخدمت الباحثة العينة غير الاحتمالية، واستخدمت ثلاثة أدوات لجمع البيانات وهما: المقابلة والاستمارة والملاحظة، المقابلة من أجل الحصول على المعلومات الأولية التي تمكن الباحث من صياغة وبناء أسئلة الاستمارة. واستخدم الاستمارة لتحليل وتفسير موضوع الدراسة بدقة، أما الملاحظة تم استخدامها أثناء تعرض الشباب للبرامج الإذاعية وملاحظة كيفية تعاملهم مع هذه البرامج فقمنا باستخدام الملاحظة العلمية بدون مشاركة، وذلك من أجل الوصول إلى نتائج غير خاضعة لأدوات القياس.

¹ _ تسعديت قدوار: اثر تكنولوجيات الاتصال على الإذاعة وجمهورها، مذكرة ماجستير، تخصص قياس جمهور وسائل الإعلام، جامعة الجزائر3،

وقد توصلت الباحثة في ختام دراستها إلى مجموعة من النتائج والتي نذكر من بينها:

_ أن الاستماع إلى البرامج الإذاعية لم يتراجع إلا عند نسبة قليلة من الشباب ما يؤكد أن الإذاعة لم تفقد مكانتها في أوساط الشباب في ظل واقع جديد يتميز بتعدد التقنيات التي يستخدمها الشباب واتفق جل الباحثين على أن هذه الفئة من أكثر الفئات استخداما للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال بفضل تكيفها وتأقلمها مع التطورات التكنولوجية وظهر محامل إذاعية غاية في التطور تمتاز بالحركية، لتخرج الإذاعة من الفضاء المنزلي وتكتسح جل الفضاءات ما أدى إلى تناقص الاستماع الجماعي بالمقابل تزايد الاستماع الانفرادي.

_ تعكس النتائج المتوصل إليها طبيعة الإذاعة التي تستعمل كمنبه في الفترة الصباحية كأنييس أو خلفية أثناء القيام ببعض الأعمال أو كمساعد على النوم، فلا يتطلب الاستماع إلى الراديو جهدا عصبيا وعضليا ولا يحول بين المستمع وأداء عمله أي عائق لاسيما الأعمال اليدوية منها.

_ لقد قدمت التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال وسائل عديدة للجمهور من أجل التواصل مع المرسل، مما أتاح للمستمع إمكانيات عديدة للمشاركة والتفاعل والحوار بأشكال وأزمنة لم تسبق معرفتها لكنّها بالنسبة لعينة الدراسة تبقى متدنية ومحصورة في تقنية الهاتف.

_ عكس الدراسات التي حظيت بها الإذاعة التي تؤكد أن ذروة الاستماع يكون في الفترة الصباحية فإن نتائج الدراسة تؤكد أن الشباب ليس لديهم وقت محدد لسهولة التعرض بفعل وجود محامل تمتاز بالحركية والخفة.

_ إن الاستماع إلى الإذاعة نشاط فردي أكثر مما هو نشاط جماعي، بفعل ظهور محامل شخصية تمتاز بالخفة والحركية حدث هناك انتقال من الإذاعة العائلية إلى الإذاعة الفردية إذ شيئا فشيئا تولى الشباب عن الإنصات الجماعي متجهين إلى الاستماع الفردي في ظرف تقلص فيه التفاعل الذي كان يحدثه الإنصات الجماعي، كما اختفت فيه درجة التركيز التي تفرضها طقوس ذلك الإنصات حول جهاز الراديو.

_ استماع الشباب إلى العديد من الإذاعات يكشف لنا مدى ارتباط الشباب بالإذاعة بالإضافة إلى الإذاعة الوطنية الجزائرية "القناة 2" فإن الشباب يستمعون إلى العديد من الإذاعات الأخرى سواء الوطنية أو المحلية

_ كشفت الدراسة أن استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال يحتل حيزا هاما في النشاطات اليومية للشباب، فهم عادة أول من يتبنى التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال وأسرع تقبلا للجديد وأكثر تأثرا وتأثيرا من الآخرين وهو ما أشارت إليه العديد من الدراسات الأخرى.

علاقة الدراسة السابقة بالدراسة الحالية:

أوجه التشابه بينهما:

_ تتشابه الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة في أحد المتغيرات وهو الإذاعة وتأثيرها على الجمهور، كذلك تشبهها في المنهج المستخدم وهو المنهج الوصفي، إضافة إلى التشابه في اداة جمع البيانات وهي استمارة الاستبيان.

أوجه الاختلاف:

_ تختلف في مجتمع البحث فالدراسة الحالية مجتمع الدراسة هم متابعي الإذاعة الجهوية تبسة وعينة الدراسة عينة قصدية، بينما مجتمع البحث للدراسة السابقة هم شباب ولاية تيزي وزو وعينة الدراسة تمثلت في العينة غير احتمالية.

• نقاط الاستفادة:

_ استفدنا من الدراسة السابقة في بناء اشكالية الدراسة الحالية والاستفادة من المعلومات المتعلقة بالجانب النظري للدراسة خاصة في مبحث الاذاعة.

الدراسة الثانية: "سويقات لبنى، الإعلام المحلي وأبعاده التنموية في المجتمع، دراسة وصفية تحليلية للخطاب الإعلامي، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة وهران ، الجزائر،

2010/2009".

وقد حاولت الباحثة في هذه الدراسة التعرف أبعاد الإعلام المحلي في المجتمع. وجاءت مشكلة الدراسة كالتالي: كيف يعمل الإعلام المحلي ومن ذلك الإذاعة المحلية على تنمية المجتمعات المحلية من خلال مضامين الرسائل التي يبثها؟

ومن هذا التساؤل العام صاغت الباحثة التساؤلات الفرعية التالية¹:

• هل يمكن أن نتحدث عن وجود خطاب إعلامي تنموي متضمن في الرسائل التي يبثها الإعلام المحلي؟

• ما حجم اهتمام الإذاعة المحلية بقضايا التنمية في المجتمعات المحلية؟

• ما أولويات أبعاد قضايا التنمية (الاجتماعية -الاقتصادية -السياسية -الثقافية) في المضمون الذي تقدمه الإذاعة المحلية؟

• هل يولي الخطاب الإعلامي التنموي الذي تقدمه وسائل الإعلام المحلية أهمية للتغيرات التي تطرأ على المجتمعات المحلية؟

• ما مدى تحكم الإذاعة المركزية في تحديد الصيغة الإعلامية والخطاب الإعلامي الموجه إلى تلك المجتمعات المحلية لخدمة التنمية؟

• ما هي السمات التي تميز الخطاب الإعلامي الهادف إلى التنمية؟

• هل يناسب الخطاب الإعلامي كل فئات المجتمع؟

• ما هي الوسائل التي يستعملها الإعلام المحلي لإقناع جمهوره بضرورة التنمية؟

• ما هي الميكانزمات التي يبنى عليها الخطاب التنموي؟ وكيف يتم تحديد الصيغة الإعلامية والخطاب الإعلامي المناسب لخدمة التنمية؟

¹ - سويقات لبنى: مرجع سابق، ص: 4.

وقد اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي لأن استخدام المنهج الوصفي في البحوث الاجتماعية وتحليل الظواهر الاجتماعية، يوفر قدرا هائلا من المعلومات، التي تكون شاملة للموضوعات من كل النواحي، بما يجعل الباحثين أكثر تحكما في بحثهم، ولذلك نجد أن هناك من يعرفه بأنه: "طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كميا عن طريق جمع معلومات مقننة عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة"، واستخدمت أداة الاستمارة وهي الاستمارة الخاصة بتحليل المحتوى حيث يعتبر تصميمها وفقا للفئات التصنيف ووحدة التحليل خطوة من خطوات النظام المنهجي لتحليل المحتوى.

وقد توصلت الباحثة في ختام دراستها إلى مجموعة من النتائج والتي نذكر من بينها :

_ أن المواضيع المرتبطة بمجال التنمية الاجتماعية، هي الأكثر بروزا في محتوى برامج الشبكات الثلاث بنسبة 39.76 %، تليها مواضيع التنمية الثقافية بنسبة 22.89 %، فمواضيع التنمية الاقتصادية بنسبة 19.28 %، وأخيرا السياسية بنسبة 18.07 % إلا أن هذا الترتيب وهذه النسب تتبدلا تبعا لطبيعة الشبكة، فهناك علاقة ارتباط قوية ما بين ترتيب أولويات مجالات التنمية ضمن المحتوى وطبيعة الشبكة البرمجية سارية المفعول (عادية، صيفية، رمضان).

_ أن المواضيع المرتبطة بمجال التنمية السياسية تتجه أكثر لأن تحمل صفة الضمنية حيث نجد أن 20 % فقط منها كان قد تم الإعلان عن أهدافها في مقابل 80 % بقيت خفية الأهداف، في حين أن تلك المرتبطة بالتنمية الاقتصادية هي معلنة الأهداف أكثر منها متضمنة بنسبة 56.25 % مقابل 43.75 %، والمرتبطة بالتنمية الاجتماعية تميل هي الأخرى إلى إعلان أهدافها بنسبة 66.67 %، والثقافية بنسبة 59.04 %، كما أن هناك علاقة ارتباط شديدة بين شكل هذه الأهداف والأبعاد المراد تحقيقها من وراء كل مجال تنموي، وأن أبعاد كل مجال تنموي تخضع لترتيب أولويات بحسب طبيعة الشبكة أيضا.

_ أنه عموماً وعلى المستوى العام للشبكات الثلاث، فإنه تتغلب نسبة البرامج الطويلة والتي تقترب مساحتها الزمنية من الساعة، حيث تبلغ إجمالاً 65.31 %، ثم تليها البرامج المتوسطة الحجم بنسبة 26.53 %، وأخيراً البرامج القصيرة وذلك بنسبة لم تتجاوز 8.16 %.

_ إن أغلب المواضيع المتعلقة بالتنمية السياسية تميل لأن تستعمل الأسلوب العاطفي على الأسلوب المنطقي حيث نجد أن نسبة 60 % منها تتبنى الأسلوب العاطفي مقابل 40 % للأسلوب المنطقي، وفي مواضيع التنمية الاقتصادية يتجسد الأسلوب العاطفي بنسبة 52% مقابل 48 % للأسلوب المنطقي، أما مواضيع التنمية الاجتماعية فهي الأخرى تميل لتطبيق الأسلوب العاطفي كوسيلة للإقناع بنسبة 68.88 % مقابل نسبة 31.11 % للأسلوب المنطقي، وأخيراً فإن المواضيع المرتبطة بالتنمية الثقافية تستعمل الأسلوب العاطفي بنسبة 76 % مقابل 24 % للمنطقي.

علاقة الدراسة السابقة بالدراسة الحالية:

أوجه التشابه:

_ تتشابه الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة في أحد المتغيرات وهو الإعلام المحلي ، كذلك تشبهها في المنهج المستخدم وهو المنهج الوصفي.

أوجه الاختلاف:

_ تختلف الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة في مجتمع البحث فالدراسة الحالية مجتمع الدراسة هم متابعي الإذاعة الجهوية تبسة وعينة الدراسة عينة قصدية، بينما مجتمع البحث للدراسة السابقة البرامج الإذاعية ونوع العينة متعددة المراحل.

نقاط الاستفادة:

_ استفدنا من الدراسة السابقة في بناء اشكالية الدراسة الحالية والاستفادة من المعلومات المتعلقة بالجانب النظري للدراسة خاصة في مبحث الاعلام المحلي.

الدراسة الثالثة: "دروازي مصطفى، تفاعل الجمهور الرياضي مع الحصص الحوارية الرياضية، دراسة وصفية لجمهور الإذاعة المحلية بالجلفة حصة النقاش الرياضي (نموذجاً)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص إعلام واتصال رياضي، جامعة الجزائر 3، 2011/2012".

وقد حاول الباحث في هذه الدراسة التعرف على مدى تفاعل الجمهور مع الحصص الحوارية الرياضية، وجاءت مشكلة الدراسة كالتالي:

✓ ما مدى تفاعل الجمهور الرياضي مع الحصص الحوارية الرياضية في الإذاعة المحلية بالجلفة؟

وتتمثل الفرضيات الجزئية للدراسة فيما يلي¹:

• يتفاعل الجمهور الرياضي مع الحصص الحوارية الرياضية في الإذاعة المحلية على أداء المنشط الرياضي المتخصص.

• يتفاعل الجمهور الرياضي مع الحصص الحوارية الرياضية في الإذاعة المحلية بحسب ما تقدمه من مواضيع رياضية.

وقد اعتمد الباحث على المنهج المسحي الوصفي، وهذا من خلال تقديم بيانات مفصلة وتفسير العوامل المرتبطة عن الواقع الميداني لهذا البحث العلمي. واعتمد على أداة الاستمارة لتحليل وتفسير موضوع الدراسة بدقة.

وقد توصل الباحث في ختام دراسته إلى مجموعة من النتائج والتي نذكر من بينها:

_ بالفعل يوجد جمهور رياضي يتذوق مواضيع رياضية في حين كانت الحصة الحوارية الرياضية في الإذاعة المحلية وسيلة لاكتشاف هذا الذوق.

_ ولذلك فإن معلومات استمارة البحث تبين مدى أهمية الفرضية المطروحة في بداية البحث.

¹ - دروازي مصطفى: تفاعل الجمهور الرياضي مع الحصص الحوارية الرياضية، دراسة وصفية لجمهور الإذاعة المحلية بالجلفة حصة النقاش الرياضي (نموذجاً)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص إعلام واتصال رياضي، جامعة الجزائر 3، 2011/2012، ص: 17.

_ وقد توصل أفراد العينة من 46 فرد منها 30 ذكر بنسبة 65.21 % و 16 انثى بنسبة 34.79 %، موزعين على الفئات العمرية التالية فنجد الفئة العمرية من (12- 17 سنة) تمثل النسبة 8.69 % وهي تعبر عن مرحلة المراهقة، ثم الفئة العمرية (18- 35 سنة) تمثل نسبة 82.6 % وهي الفئة التي تغلب على أفراد العينة من حيث العدد وهي تعبر عن مرحلة الشباب، وأخيرا الفئة العمرية (36- 50 سنة) مثل بنسبة 8.69 % وهي تعبر عن مرحلة الرجولة.

_ أما من حيث المستوى الدراسي فتمثل العينة على عدة مستويات، فنجد أولا مستوى أقل من المتوسط ونسبته 4.34 %، وثانيا المستوى المتوسط وبنسبة 17.39 % وثالثا المستوى الثانوي بنسبة 52.17 % ورابعا المستوى الجامعي بنسبة 26.08 %.

_ الاطلاع على دور المنشط وأثر الموضوع الرياضي على مستوى الحصص الرياضية الحوارية في تفعيل الجمهور الرياضي.

علاقة الدراسة السابقة بالدراسة الحالية:

أوجه التشابه:

_ تتشابه الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة في تفاعل الجمهور مع الإذاعة المحلية، كذلك تشبهها في المنهج المستخدم وهو المنهج الوصفي.

أوجه الاختلاف:

_ تختلف الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة في مجتمع البحث فالدراسة الحالية مجتمع الدراسة هم متابعي الإذاعة الجهوية تبسة وعينة الدراسة عينة قصدية، بينما مجتمع البحث للدراسة السابقة عينة عشوائية، ويختلفان في طبيعة التفاعل فالدراسة الحالية تدرس تفاعل الجمهور مع برامج الإذاعة عبر موقع الفيسبوك أما الدراسة المشابهة فتدرس تفاعل الجمهور مع البرامج الرياضية عبر الإذاعة المحلية عبر الأثير.

نقاط الاستفادة:

_ استفدنا من الدراسة السابقة في بناء اشكالية الدراسة الحالية والاستفادة من المعلومات المتعلقة بالجانب النظري للدراسة.

الدراسة الرابعة: "نوال رضا، واقع اخراج البرامج التفاعلية في الاذاعة الرقمية _ اذاعة جيجل انموذجا_، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2011/2012".

وقد حاولت الباحثة في هذه الدراسة التعرف على واقع اخراج البرامج التفاعلية في الاذاعة الرقمية، وجاءت مشكلة الدراسة كالتالي:

✓ ما هو واقع إخراج البرامج الإذاعية التفاعلية المقدمة عبر محطة إذاعة جيجل المرقمنة ؟

وتتمثل الفرضيات الجزئية للدراسة فيمايلي¹:

• يولي القائمون على إخراج برامج إذاعة جيجل المرقمنة اهتماما بالخدمات التفاعلية عبر الوسائط

الرقمية

• يحدد مستوى الإدراك الرقمي للخدمات التفاعلية أنماط الإخراج الإذاعي لإخراج للبرامج التفاعلية.

وقد اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي، حيث يقوم منهج دراسة الحالة على جمع بيانات ومعلومات كثيرة وشاملة عن حالة فردية أو عدد من الحالات بهدف الوصول إلى فهم أعمق لظاهرة المدروسة وما يشبهها من ظواهر حيث تجمع البيانات عن الوضع الحالي للحالة المدروسة كذلك عن ماضيها وعلاقتها من اجل فهم أعمق أفضل للمجتمع الذي تمثله وهذا من خلال تقديم بيانات مفصلة وتفسير العوامل المرتبطة عن الواقع الميداني لهذا البحث العلمي. واعتمدت على اداة الملاحظة العلمية والمقابلة في جمع البيانات.

¹- نوال رضا: واقع اخراج البرامج التفاعلية في الاذاعة الرقمية _ اذاعة جيجل انموذجا_، مذكرة الماجستير، تخصص تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2011/2012، ص: 44.

وقد توصلت الباحثة في ختام دراستها الى مجموعة من النتائج والتي نذكر من بينها:

_ أغلبية أفراد العينة لا يمتلكون عنوان بريد إلكتروني شخصي عبر الشبكة العنكبوتية حي بلغت النسبة الممثلة 58.33 % حسب ما أكده 14 فردا من العينة المختارة فيما أعربت نسبة 41.66 % ما يعادل 10 افراد امتلاكهم لعناوين بريد إلكتروني خاص بهم.

_ أن غالبية أفراد عينة الدراسة و المقدر عددهم ب 20 فردا وتمثلهم نسبة 83.33 % لا يملكون صفحات شخصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بينما بلغت نسبة أصحاب الصفحات الشخصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي 16.66 % بمعدل 05 أفراد من العينة الإجمالية.

_ عبر أفراد عينة الدراسة وبنسبة (100%)، عن عدم استعمالهم لخدمة الفوروم الشبكي أي منتديات النقاش عبر الواب كفضاء امتدادي للخدمة التفاعلية حول مواضيع برامجهم الإذاعية التي تفتح المجال للحوار والنقاش والمشاركات الجماهيرية .

_ تعد خدمة التواصل عبر الهاتف هو النمط الأكثر اعتمادا (82.75 %) خلال إخراج البرامج ذات الطابع التفاعلية بإذاعة جيجل ومنذ انطلاقة الخدمة الإذاعية بها، فيما تأتي المحاولات غير الدائمة في اعتماد خدمة البريد الإلكتروني في المرتبة التالية وبنسبة 10.34 % وبشهادة 03 قائمين فيما احتلت خدمة البريد العادي المرتبة الخيرة من حيث استخدامها في الإخراج وذلك بنسبة 6.89 %

_ أما بشأن تناسب وسائط التفاعل المستخدمة في إذاعة جيجل مع احتياجات جمهور برنامجك الإذاعي التفاعلي جاءت موافقة معظم أفراد العينة وبنسبة 87.5 % مقابل معارضة 12.5 %.

علاقة الدراسة الحالية بالدراسة السابقة:

• **اوجه التشابه:**

تتشابه الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة في تفاعل الجمهور مع برامج الاذاعة، كذلك تشبهها في اداة جمع البيانات وهي الملاحظة.

• **وجه الاختلاف:**

تختلف الدراسة الحالية مع السابقة في مجتمع البحث فالدراسة الحالية مجتمع الدراسة هم متابعي الاذاعة الجهوية تبسة وعينة الدراسة قصدية، بينما عينة البحث للدراسة السابقة عينة عشوائية وتختلف معها في المنهج المستخدم فالدراسة الحالية اعتمدت على المنهج الوصفي والسابقة اعتمدت المسح الاجتماعي.

• **نقاط الاستفادة:**

استفدنا من الدراسة السابقة في بناء اشكالية الدراسة الحالية والاستفادة من المعلومات المتعلقة بالجانب النظري للدراسة.

6- تحديد المفاهيم:**6-1- مفهوم التفاعل :**

أ- لغة: تفاعل، يتفاعل، تفاعلا، الشخصان أو الشيئان : تأثر كل منهما في الآخر¹، والتفاعل هو تأثير متبادل بين مادتين أو أكثر.

ب- اصطلاحا: ويعرف التفاعل على أنه العملية التي تحدث بين شخصين، والتي بواسطتها يغير الأفراد تصرفات بعضهم البعض من خلال عملية التواصل المتبادلة، وهو النمط السلوكي الأساسي في الجماعة².

ج- إجرائيا:

نقصد هنا التفاعل المتبادل بين جمهور المستمعين وموقع الفايسبوك لإذاعة تبسة الجهوية، فيما يخص المعلومات، والأخبار، وكل المضامين الإعلامية والبرامج الإذاعية والأثر الذي يحدثه هذا التفاعل سواء برفض أو قبول، ما تذييعه الإذاعة المحلية.

الساعة: 21:11

¹ - الموقع: www.almaany.com > dict > ar-ar التاريخ: 2019/12/28² - بن عزة فاطمة الزهراء: الإذاعة المحلية ودورها في تحديد توجهات الرأي العام، اطروحة دكتوراه، تخصص علم اجتماع الاتصال، جامعة ابي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2017/2016، ص: 31.

6-2- مفهوم الجمهور:

أ- اصطلاحاً: هو مجموع الأشخاص الذين يفترض أن تصلهم وحدة إعلامية لمحطة إذاعية أو لقناة تلفزيونية أو لصحيفة أو لموقع إلكتروني أو مجموع جمهور هذه الوسائل مجتمعة، وهم بالتحديد مجموع الأشخاص الذين تتوفر فيهم خصائص معينة تهم المرسل للرسالة الإعلامية من مثقفين، وشباب وريبات بيوت وأجراء ومستهلكين... الخ.¹

ب- إجرائياً: ويقصد بالجمهور في دراستنا هذه مجموع الأفراد الذين ينتمون للمجتمع الجزائري دون سواه، من كافة الفئات الاجتماعية والعمرية دون الاقتصار على فئة محددة، والذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي وبالتحديد الفايسبوك للاستماع لإذاعة تبسة الجهوية عبر صفحتها الرسمية.

6-3- مفهوم الإذاعة المحلية :

الإذاعة المحلية تخدم جمهوراً محلياً متناسقاً من الناحية الجغرافية والاجتماعية، وتقدم له نتيجة لقرابته منه برامج تلبي احتياجاته الخاصة المتميزة، وهي تتفاعل مع هذا المجتمع وتأخذ منه، وتعطيه، تقدم له الخدمات المختلفة، فالجمهور المستهدف لكل إذاعة محلية هم أفراد هذا المجتمع المحلي.

والإذاعة المحلية هي تلك الإذاعة التي تخدم مجتمعاً محلياً أو متناسقاً من الناحيتين الجغرافية والاجتماعية، مجتمعاً له خصائصه البيئية، الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية المتميزة، على أن تحدّه حدود جغرافية، حتى تشمله رقعة الإرسال المحلي.²

6-4- مفهوم الفايسبوك:

أ- اصطلاحاً: الفايسبوك face book من أكبر مواقع الشبكات الاجتماعية من ناحية سرعة الانتشار والتوسع، يعرف على أنه موقع تواصل اجتماعي يعمل على تكوين الأصدقاء ويساعدهم على تبادل

¹ - علي قسايسية: المنطلقات النظرية و المنهجية لدراسات التلقي - دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال، الجزائر، كلية العلوم السياسية و الإعلام، قسم علوم الإعلام و الاتصال، 2006/2007، ص: 70.

² - شعباني مالك: دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي، دراسة ميدانية بجامعة قسنطينة ويسكرة، أطروحة دكتوراه، جامعة منتوري قسنطينة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع والديمقراطية، 2006، ص: 36.

المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها وإمكانية التفاعل والمحادثة أو الدردشة الفورية، ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة.¹

ب- إجرائيا: هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي، تتطلب العضوية فيه امتلاك الفرد لمهارات بسيطة في استخدام الإنترنت والدخول فيه يتطلب تفعيل الاشتراك حيث لا يتيح الموقع الدخول إلا لأعضائه، يتيح الموقع فرصة التواصل مع الآخرين كتكوين صداقات، الانضمام إلى مجموعات، المحادثة، تبادل مقاطع الفيديو وغيرها، فهو يمنح العديد من الخدمات من بينها الاستماع لإذاعة تبسة الجهوية وهذا ما سنتطرق إليه في دراستنا.

¹ - علاء الدين محمد العفيفي: الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2015، ص: 163.

ثانيا: الإجراءات المنهجية للدراسة

1- مجالات الدراسة:

1-1- المجال المكاني: والذي نعني به النطاق الجغرافي لإجراء الجانب التطبيقي لهذه الدراسة التي اقتصرت على ولاية تبسة نظرا للقرب الجغرافي وكذا معرفتنا بالمكان ومن ثمة سهولة الوصول إلى المبحوث ولو نسيبا، وبالتالي سهولة توزيع الاستثمارات.

1-2- المجال الزمني: تم الشروع في هذه الدراسة مع نهاية سنة 2019 وبداية سنة 2020، حيث باشرنا إجراءات الجانب المنهجي والنظري من 17 ديسمبر إلى 26 فيفري، حيث قمنا فيه بتحديد إشكالية الدراسة وإجراءاتها المنهجية وجمع كم لا بأس به من المراجع من مختلف المكتبات في علوم الإعلام والاتصال، أما الجانب الميداني والتطبيقي للدراسة فقد امتد من 29 فيفري 2020 إلى غاية 15 ماي 2020، وتم خلال هذه الفترة تصميم الاستمارة وعرضها على أساتذة لتحكيمها ثم تم تصميم الاستمارة النهائية ثم قمنا بتوزيعها وقمنا بتفريغها وتحليل البيانات والمعلومات المتحصل عليها وتقديمنا لنتائج الدراسة.

1-3- المجال البشري:

أ. المجتمع الأصلي للدراسة: لكي يحقق الباحث نجاحا في دراسته لابد له من اختيار مجتمع يتماشى مع بحثه ومن الضروري وجوده حيث يطلب منه "تعريف وتحديد المجتمع الاصلي ومكوناته الاساسية تحديدا واضحا ودقيق"¹.

وعليه فان المجتمع الاصلي لدراستنا التي تبحث عن تفاعل جمهور مستمعي إذاعة تبسة الجهوية عبر الفايبيوك _دراسة ميدانية على عينة من متابعي صفحة إذاعة تبسة_ هم متابعي الصفحة الرسمية للإذاعة والذي بلغ عددهم 3363 متابع.

¹ - عامر قنديلحي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 1999، ص: 139.

ب. **عينة الدراسة:** وتعرف على أنها عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل الباحث معها منهجياً، ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلاً لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع¹.

_ **العينة في البحث العلمي** هي عبارة عن الفئة التي يختارها الباحث لتمثل مجتمع البحث²، وتمثله وفق طرق محددة تمثيلاً علمياً سليماً، بالنظر إلى عدة عوامل منها منهج البحث ومجال الدراسة وطبيعة الموضوع المدروس.

وحسب دراستنا تفاعل جمهور مستمعي إذاعة تبسة الجهوية عبر الفيسبوك، قمنا بدراسة ميدانية على عينة من متابعي الصفحة الرسمية لإذاعة تبسة عبر الفيسبوك بعدما قمنا بالتواصل معهم عبر موقع الفيسبوك ثم تسليمهم الاستمارة شخصياً، حيث قمنا بتطبيق العينة القصدية وهي العينة التي يختارها الباحث لتحقيق الغرض بحيث يقدر حاجاته من المعلومات ويقوم باختيار عينة الدراسة اختياراً حراً على أساس أنها تحقق أغراض الدراسة من خلال توافر البيانات اللازمة للباحث في أفراد هذه العينة، أي أن هذا النوع من العينات لا يكون ممثلاً لأحد بل توفر للباحث البيانات اللازمة للدراسة³.

ولقد طبقنا هذه العينة وذلك باختيار 75 فرداً من بين 3363 فرداً لأننا وجدنا صعوبة في التواصل مع شريحة أكثر من الأفراد وذلك بسبب البعد المكاني لمعظم المتابعين لأنهم يقيمون خارج الولاية، ضف إلى ذلك أن هناك متابعين اناث يستحيل خروجهم من المنزل وذلك بسبب ظروفهم العائلية وقد تزامن توزيعنا للاستبيان مع انتشار وباء كورونا.

¹ - محمد عبد الحميد: **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2000، ص: 133.

² - رجاء وحيد دودري: **البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العملية**، دار الفكر المعاصر، لبنان، 2000، ص: 305.

³ - عامر مصباح: **منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008، ص: 13.

2- نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهدف الى دراسة تفاعل جمهور المستعنين مع إذاعة تبسة عبر الفيسبوك، وذلك للحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها وتصنيفها وتحليلها واستخلاص نتائجها. وانسجاما مع مقتضيات الدراسة وطبيعتها الإجرائية وتحقيقا لأهدافها فقد استعانت الدراسة بالمنهج الوصفي لكونه من أبرز المناهج المستخدمة في الدراسات الإعلامية ولضرورة يفرضها البحث نفسه. حيث يعرف المنهج الوصفي على انه:

_ طريقة تعتمد على دراسة الظواهر وصفا موضوعيا دقيقا من جميع جوانبه سواء كان من خلال وصف الظاهرة وتوضيح خصائصها، أو من خلال وصف الظاهرة وصفا رقميا يوضح مقدارها أو حجمها أو درجة ارتباطها مع الظواهر والأحداث عن طريق الحلول لها¹.

_ هو المنهج الذي يقوم بدراسة الظواهر والأحداث، كما هي من حيث خصائصها وأشكالها، والعوامل المؤثرة في ذلك، فهو يدرس حاضر الظواهر والأحداث عن طريق توصيفها².

3- أدوات جمع البيانات:

تتوقف دقة البحوث العلمية على الاختيار الأمثل للأدوات المناسبة التي تتأتى وطبيعة الموضوع المراد دراسته وكذا إمكانات الباحث للحصول على البيانات والمعطيات الخاتمة لأهداف الدراسة.

أ. الملاحظة:

هي إنشاء مقصود ومنظم ومضبوط للظواهر أو الحوادث أو الأمور بغية اكتشاف أسبابها وقوانينها وهي الخطوة الأولى في البحث العلمي، ومن أهم خطواته، يقوم الباحث فيها في جميع مراحل البحث، تسبق الافتراض وترافقه وتلحق به وتقود الباحث إلى صياغة الفرضيات والنظريات³.

¹ - مجيد خليل حسين: عبد الغفور إبراهيم احمد، المدخل إلى طرق البحث العلمي، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص: 51.

² - كمال دلشي: منهجية البحث العلمي، مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية، 2016، ص: 61.

³ - رجاء وحيد الدويدي: البحث العلمي وأساسياته النظرية وممارسته العلمية، دار الفكر، دمشق، 2000، ص: 114.

ولقد استخدمنا الملاحظة في بحثنا هذا وذلك بمتابعتنا لأهم المواضيع التي يتفاعل معها الجمهور عبر الصفحة الرسمية لإذاعة تبسة، كذلك مراقبة التعليقات وأهم المواضيع التي تثير خلال الصفحة.

ب. الاستبيان :

يعتبر الاستبيان إحدى وسائل البحث العلمي التي تستعمل على نطاق واسع من أجل الحصول على بيانات أو معلومات تتعلق بأحوال الناس أو ميولهم أو اتجاهاتهم و دوافعهم أو معتقداتهم.

والاستبيان أداة تتضمن مجموعة من الاسئلة او الجمل الخبرية التي يطلب من المفحوص الاجابة عنها بطريقة يحددها الباحث حسب اغراض البحث¹.

_ وصف استمارة الاستبيان: تتضمن استمارة بحثنا على 25 سؤال قسمت على اربع محاور وهي:

- **المحور الأول:** البيانات الشخصية من السؤال 01 الى السؤال 04.
- **المحور الثاني:** درجة اهتمام جمهور المستمعين _عينة الدراسة_ بإذاعة تبسة الجهوية في موقع الفايسبوك من السؤال 05 الى السؤال 12.
- **المحور الثالث:** درجة تفاعل جمهور المستمعين - عينة الدراسة - مع الصفحة الرسمية لإذاعة تبسة على الفايسبوك من السؤال 13 الى السؤال 20.
- **المحور الرابع:** طبيعة البرامج الإذاعية التي يتفاعل معها جمهور المستمعين - عينة الدراسة- عبر الصفحة الرسمية لإذاعة تبسة على الفايسبوك من السؤال 21 الى السؤال 25.

¹ - جودت عزت عطوي: أساليب البحث العلمي، دار الثقافة للنشر والتوزي، 2007، ص: 99 .



الفصل الثاني:

الاطار النظري للدراسة

تمهيد:

تعد الإذاعة من أهم وسائل الاتصال الجماهيري التي يصل أثيرها إلى كافة المجتمعات وذلك من خلال إتاحتها لفرصة الاتصال والاحتكاك به والتفاعل معه وذلك من أجل تلبية حاجاته ورغباته. ولكن في السنوات الأخيرة لوحظ اهتمام خاص بالإعلام المحلي في الجزائر، إذ سخرت إمكانيات معتبرة أفضت إلى تجسيد مشاريع خاصة بالإذاعات المحلية، حيث لا تستطيع الإذاعة المركزية تلبية كافة حاجات ورغبات المجتمع المحلي وبالتالي فالإذاعة المحلية تعنى باهتمامات وانشغالات جماهيرها ومناقشة المشكلات المحلية ومحاولة إيجاد حلول لها من خلال الخصائص التي تتميز بها والوظائف التي تقوم بها بالإضافة إلى مختلف المهام والأنشطة التي تمارسها.

أولاً: الإعلام المحلي:

1. الإعلام المحلي والمفاهيم المشابهة

إن أول الإشكاليات التي تتعلق بالإعلام المحلي في الدول النامية بما فيها الدول العربية عامة والجزائر خاصة هي الارتباك أو اللبس الذي غالبا ما يصاحب المفهوم في حد ذاته وما يترتب عليه من وظائف ومهام فيما بعد حيث يخلط الكثير من الناس حتى أهل الاختصاص والعاملين بميدان الإعلام، بينه وبين مفاهيم مشابهة أو تقترب منه، كأن يرتبط الإعلام بواحدة من الكلمات التالية: "المحلي، الإقليمي، الجهوي، أو الجوارى"، وهي المعنية باللبس مما يجعلنا في حاجة إلى تحديد كل منها وإبراز الفروقات التي تكمن بينها وقد أشتق مصطلح المحلي local الخاص بجميع بلدان أوربا من الكلمة اللاتينية locus وهي تعني حرفيا المكان ولقد وجدت الكلمة في العديد من اللغات الأوربية وهي تشير إلى مكان صغير منفصل عن كيانات كبيرة المدى large _ scale _ Entities أو تشير إلى الجزء وليس الكل، وفي الإنجليزية يشتمل المصطلح أيضا على عناصر من الجوار والقرية والمدينة والقطر والمقاطعة وبمفهوم نظامي يشير مفهوم المحلي إلى كيان صغير نسبيا أو مكان من النطاق يمتد من الكبير إلى الصغير.¹ فمصطلح المحلي والمحلية من المصطلحات المختلف عليها فكثيرا ما تناول المصطلح تناولا ويختلف من معنى إلى آخر حسب الإطار الذي نضعه فيه فعندما نقول أخبار محلية فنحن نعني الأخبار الخاصة الداخلية في مقابل الأخبار العالمية والدولية وقد تعني في الوقت نفسه الأخبار المتعلقة بمجتمع محلي أو إقليم من أقاليم الدولة وعندما نقول صناعة محلية فإننا نعني أساسا أن الصناعة صناعة وطنية وليست أجنبية، وقد تعني صناعة داخل مجتمع محلي، وهكذا تتعدد استخدامات المصطلح الذي يعني كل ما يتعلق بالوطن ككل وينفي عنه صفة الأجنبية أو ما يتعلق بمجتمع محلي أصغر أو إقليم أكبر. أما الإقليمية المشتقة من كلمة إقليم region فتشير إلى منطقة جغرافية تتضمن بعض الخصائص المتجانسة التي تميزها عن الأقاليم الأخرى أو تسمح بأن تمثل

¹ - سويقات لبني: مرجع سابق، ص: 124

وحدة حكومية وإدارية مستقلة وهناك استخدامات مختلفة للمصطلح من بينها الأقاليم العنصرية أو الثقافية التي تتضمن تراثا مشتركا عنصريا واجتماعيا وثقافيا، والأقاليم الصناعية أو الحضارية التي تمثل مراكز صناعية كبرى ويتركز فيها السكان، والأقاليم الطبوغرافية أو المناخية، والأقاليم الاقتصادية والإدارية والسياسية. إذن فالإقليم عبارة عن منطقة محددة طبقا للتقسيم الإداري للدولة وطبقا لمعايير محددة إذ يفصل عادة بين الأقاليم والأخرى حاجز أو أكثر من حواجز كاللغة، أو الدين أو الجنس أو الحواجز الجغرافية مثل الجبال البحيرات والأنهار. وقد أدت ترجمة كلمة regional من الفرنسية إلى العربية من قبل المغاربة إلى بروز مصطلح ثالث هو الجهوية تعبيرا عن كل ما هو جهوي وهو المصطلح الشائع لدينا في الجزائر حيث يستعمل للدلالة على ما هو محلي وبالمثل قد يستعمل المحلي للدلالة على ما هو جهوي، ويزداد الأمر تعقيدا عندما يقرن الجهوي بالإقليمي فلا ندرك ما إذا كان الجهوي أقرب إلى المحلي أو إلى الإقليمي، وهو ما نلمسه من كلمة للدكتور إبراهيم الإبراهيمي في ملتقى بتونس سنة 1979 حول معوقات الإعلام حين قدم محاضرة حول الصحافة الجهوية متسائلا ما إذا كان يجدر به الحديث عن صحافة جهوية فيظل التطلع إلى مغرب موحد. أما الإعلام الجوّاري فهو نمط الإعلام الأكثر قربا من المواطن فينشأ لخدمة حي واحد أو شارع واحد وعلى أقصى الحدود قرية واحدة، وهو ميزة من ميزات الإعلام المتقدم حيث يمكن أن نجد خدمة إذاعية في كل بناية في دولة كالسويد، وهو إعلام خدمي تنموي بالدرجة الأولى، ويعتبر النمط الأخير أو الإعلام الجوّاري الأكثر تأثيرا لما له من خاصية القرب الشديد التي تتيح له فرصة المشاركة وهو ما أدى بعض الأقطار النامية إلى تنمية هذا النوع من الاتصال واستخدامه في عمليات التغيير بالريف ففي المكسيك بدأ معهد تنمية المجتمع المحلي تجربة وسائل اتصال متعددة مستخدما وسائل الاتصال الجماعية في الأنشطة الإنمائية وذلك بإصدار نشرة نصف شهرية تصور الجوانب الاجتماعية والاقتصادية والسياسية وتنظيم المهرجانات الشعبية التي تقام في مناطق قريبة.¹

¹ - سويقات لبنى: مرجع سابق، ص: 126، 127،

2. خصائص الاعلام المحلي:

للإعلام المحلي خصائص عديدة نذكر منها¹:

- 1_ **الإعلام المحلي محدود النطاق:** إن وسائل الإعلام المحلية تبث رسائلها في مناطق صغيرة تمثل طبقات محلية أو كيانات صغرى مقارنة بالمناطق الكبيرة التي تستهدف الوسائل الجماهيرية المركزية أو الإقليمية في تغطيتها. وقد تتمثل هذه المجتمعات المحلية في مدينة صغيرة أو مجموعة مناطق تمثل فيما بينها مجتمعا محليا له خصوصيته، وقد تقتصر في بعض الأحيان على حي من الأحياء أو منطقة صغيرة.
- 2_ **الإعلام المحلي انعكاس واقعي لثقافة مجتمعه:** فهو انعكاس حقيقي لبيئته التي ينبع منها وهو موجه إلى سكان هذه البيئة بقيمهم وعاداتهم وتراثهم فيكون معبرا عن قيمهم وعاداتهم وتقاليدهم التي تشكل مضمونه ومحتواه.

- 3_ **الإعلام المحلي يستهدف خدمة احتياجات مجتمعه:** فهو موجه أساسا لخدمة احتياجات أو تلبية حاجات سكان المجتمع المحلي مناقشا قضاياهم ومشكلاتهم مقترحا الحلول التي تناسبها.

- 4_ **الإعلام المحلي يحقق التفاعل والمشاركة:** إن تفاعل الجمهور ومشاركته في وسائل الإعلام المحلية تجعل الإعلام المحلي يقترب من المفهوم الإنساني للاتصال الذي يعني تفاعلا ومشاركة وليس نقلا من مصدر إلى آخر².

¹ - المرجع نفسه، ص: 127، 128.

² - سويقات لبنى: مرجع سابق، ص: 127

3. وظائف الإعلام المحلي

إن للإعلام المحلي وظائف قد لا تختلف عن وظائف الإعلام بشكل عام، و أول من تحدث عن وظائف وسائل الإعلام " هارولد لازويل" انطلاقاً من النظرية الوظيفية لوسائل الإعلام، حيث ذكر لازويل ثلاثة وظائف رئيسية هي¹:

- **مراقبة المحيط:** ربط مجموعة الأجزاء المشكلة لمجتمع ما لإنتاج استجابة اتجاه المحيط، نقل التراث الاجتماعي.

- **وظيفة المراقب:** وذلك باستكشاف الآفاق وإعداد التقارير عن الأخطار، والفرص المحتملة عند أي مجتمع.

- **الوظيفة السياسية:** تتم من خلال المعلومات المقدمة والتي تسمح باتخاذ القرارات المتعلقة بالسياسة وقرارات القيادة وإصدار التشريعات.

- **التنشئة:** وذلك من خلال تعليم أفراد المجتمع المهارات والمعتقدات التي يقدرها المجتمع.

- **وظيفة الإخبار والتزود بالمعلومات ومراقبة البيئة.**

- **الربط والتفسير** بهدف تحسين نوعية المعلومات للناس لما يفكرون فيه ويفعلونه.

- **الترفيه،** وهدفه التحرر العاطفي من التوتر والضغطات والمشكلات.

- **التعرف على الاحتياجات المحلية والعمل على تعريف الناس بها.**

¹- بغدادي خيرة: إشكالية الإدماج الوطني في الإعلام المحلي، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر2، بوزريعة، 2013/2012، ص: 134.

4. تجربة الإعلام المحلي الجزائري:

لم تعرف الجزائر قبل التسعينات ما يعرف بالإعلام المحلي فوسائل الإعلام كانت وطنية المحتوى مركزية الإصدار أو البث في معظمه، فتجربة الإعلام المحلي الجزائري التي انطلقت في التسعينات يمكننا رصدها فيما يلي¹:

- إذاعة الساورة بولاية بشار: تأسست بتاريخ 20 افريل 1991 م وتبث على الموجة المتوسطة بتردد 576 كيلو هيرتز ويوجد بها جهاز ارسال بقوة 400 وات وتغطي مساحة ممتد الى 300 كم وتغطي فعليا ولاية بشار كما يصل بثها الى ولاية النعامة وجنوب المغرب وتستعمل اللغة العربية الفصحى بنسبة 40 % في تقديم برامجها يعمل بها 52 موظفا من بينهم 59% صحفيون ونفس النسبة مذيعون ونسبة 3 % مخرجون وتوظف 9 متعاونين بنسبة 17% و 8 مراسلين بنسبة 15 % من مجموع العاملين .

- إذاعة متيجة ولاية الجزائر العاصمة: تأسست في 8 ماي 1991 م على مستوى الجزائر العاصمة لتغطي منطقة المتيجة تضم ولايات الجزائر العاصمة البليدة بومرداس تيبازة تبث برامجها على الموجة المتوسطة بتردد 1422 كيلو هيرتز ويؤمن هذا البث جهاز ارسال بقوة 10 كيلو وات و تبث لفترة 4 ساعات في اليوم فقط و تتقاسم بثها مع اذاعات اخري الاذاعة الثقافية اذاعة القران الكريم اذاعة جامعة التكوين المتواصل و يبلغ عدد العاملين بها 43 موظفا .

- إذاعة الواحات بولاية ورقلة: تأسست في 9 ماي 1991 م تبث برامجها لمدة 8 ساعات يوميا على الموجة المتوسطة بتردد 1098 كيلو هيرتز لعاصمة الولاية و 1017 كيلو هيرتز لمنطقة توقرت وبتردد 1026 كيلو هيرتز لمنطقة حاسي مسعود ويصل بثها الى اكثر من 2000 كم في جميع الاتجاهات تتوفر على نسبة 80% من الخبرة المحلية في مجال البرمجة ونسبة 20% هندسيا تصل نسبة برامجها المباشرة الى 40 % وتستخدم اللغة العربية في تقديم هذه البرامج بنسبة 90% .

¹ - صالح محمد حميد: مرجع سابق، ص: 98 .

- إذاعة السهوب بولاية الأغواط: تأسست في 16 أفريل 1992 م تبث على الموجة المتوسطة بتردد 1161 كيلو هيرتز بجهاز إرسال قوته 5 كيلو وات ويصل إرسالها شعاع 170 كم تصل نسبة البرامج المباشرة بها الى 70 % وتستخدم الى جانب اللغة العربية الفصحى 50% في تقديم برامجها اللهجة المحلية التارقية بنسبة 30% ويعمل بها 44 موظفا .

- إذاعة تلمسان : تأسست على الحدود مع المملكة المغربية وهذا أحد أهم أسباب إنشائها بتاريخ 17 أكتوبر 1992 م تبث على الموجة ذات التعديل الترددي (F.M1004) بجهاز ارسال قوته 10 كياو وات يوفر إرسالاً بحدود 200 كم في جميع الاتجاهات وتبث برامجها المباشرة بنسبة 60% وتقدم بلغة عربية فصحى 80% يعمل بها 40 موظفا .

- إذاعة الهضاب بولاية سطيف: تأسست بتاريخ 10 أكتوبر 1992م تبث على الموجة ذات التعديل الترددي (F.M10003) بواسطة جهاز إرسال بقوة 100 واط نظريا تغطي شعاع 50 كم في كل الاتجاهات وفعليا يصل بثها الى ولاية البرج غربا عين جاسر جنوبا وشلغوم العيد شرقا تتوفر فيها الخبرة المحلية الجزائرية 100% وتصل نسبة البرامج المباشرة الى 60% تستخدم في تقديمها اللغة العربية الفصحى والدارجة على السواء بها 45 موظفا.

إن تجربة الإعلام المحلي الجزائري (الإذاعات المحلية) تعد تجربة حديثة العهد بدأت سنة 1990م ورغم أنها استخدمت وطبقت هذه التجربة إلا أنها لم تستطع أن تحد أو تقلل فعلا من مركزية نظام الإعلام¹ .

¹ - صالح محمد حميد: مرجع سابق، ص: 100.

ثانيا: الإذاعة المحلية:

1. أهمية الإذاعة المحلية:

تكتسب الإذاعة أهميتها كوسيلة إعلام جماهيرية من خلال ما تقدمه من وظائف متنوعة وما تتميز به من خصائص وسنحاول أن نلخص أهميتها في جملة النقاط التالية¹ :

1_2 الأهمية الثقافية :

- تؤدي دور المثقف للأُميين خاصة في المجتمعات النامية التي تواجه مشكلات الأمية .
- تعد الوسيلة المناسبة للأفراد الذين لا يمكنهم استثمار وقت فراغهم في القراءة ومشاهدة التلفزيون فتيح لهم فرصة الاستماع والاستمتاع بالفقرات الإذاعية المتنوعة .
- تعتبر وسيلة هامة للمعرفة والثقافة وذلك من خلال تحقيقها لمبدأ ديمقراطية التثقيف للمستمع .
- تساهم في تعميق الأفكار أو المعلومات القيمة والنافعة للمستمعين وترسيخها للقيم التي تحافظ على خصوصياتهم الثقافية من خلال مزجها بين المعرفة العلمية والمعالجة الإعلامية.

2_2 الأهمية الاقتصادية :

- يؤكد "جون ميل ووالف ونستون" أن الإذاعة تتخطى كل الحواجز خاصة الاقتصادية منها فهي تعد من أكثر الوسائل الإعلامية مناسبة وملائمة لظروف الدول النامية التي تعاني انخفاض في المستوى الاقتصادي سواء كان هذا التناسب على مستوى المستمعين الذين يتعذر عليهم إشباع رغباتهم من وسائل إعلامية أخرى أو على مستوى الجماعات التي تبحث عن ترويج لسلعها.
- للإذاعة أهمية كبيرة بالنسبة للأفراد والأسر ذات الدخل المادي المحدود أو بالنسبة للأفراد الذين لهم دراية بالقراءة وملمين بأصول اللغة ولكن عدم توفيرهم للقيمة المادية اللازمة قد يقف عائقا دون شرائهم للمصادر القرائية وهنا تظهر أهميتها وذلك بسماعها للأفراد بالاستماع والاستفادة من فقراتها المتنوعة .

¹ - المرجع نفسه، ص: 136، 135

2_3 الأهمية الجغرافية :

تعد الإذاعة من أقوى المنافسين فيما يرتبط بالتغطية الجغرافية وذلك نتيجة التزايد المطرد لقنوات الإرسال الإذاعي التي يتم استخدامها في هذا الشأن فهي تعد الوسيلة المناسبة والفعالة في الوصول إلى الأماكن البعيدة وهنا تكمن أهميتها حيث يصل بثها لجمهور عريض يضم حتى أهالي القرى و البوادي وأهالي الصحراء والأماكن النائية التي لا تتوفر فيها الكهرباء فتعمل على إتاحة الفرصة لهاته الفئات في الاستماع لفقراتها والاستمتاع بها فضلا عن خدمة جمهورها القريب منها فتصاحب الأفراد أثناء قيامهم بأعمالهم أو في الطريق أو في سفرهم وأثناء تسوقهم.

من خلال كل ما سبق نجد أن الإذاعة ورغم التقدم التكنولوجي وتنوع وسائل الاتصال وانتشار القنوات التلفزيونية لا تزال من بين أهم وأكثر الوسائل انتشارا خاصة في الدول النامية .

2. خصائص الإذاعة المحلية وأسباب انتشارها:

1.2. خصائص الإذاعة المحلية: للإذاعة المحلية سمات عدة أبرزها¹ :

- الجمهور المستهدف للإذاعة المحلية هو جمهور محلي بعينة محدودة من حيث العدد مقارنة بجمهور الإذاعات القومية و الدولية .
- تساهم في تشكيل الملامح الحضارية للمجتمع عن طريق تقديم المعارف و تفسيرها و التعليق عليها، وتتميز بالحركية و النشاط و الديناميكية بحيث ينتقل الصحفي بسرعة إلى مكان الحدث لتغطيته بالنظر إلى المجال الجغرافي المحدود.
- تتحدث الإذاعة المحلية بلغة الجمهور المستهدف و تخاطبه وقد يظهر فيها أيضا لهجة سكان المنطقة المستهدفة .
- الإذاعة المحلية هي مشاريع توزيع للإذاعة الوطنية و امتداد للمؤسسة الوطنية للإذاعة.

¹ - صالح محمد حميد: مرجع سابق، ص: 105.

ومن خلال ما سبق نخلص إلى أن انتشار الأمية وكذا محاولة المشاركة في عمليات التنمية وعامل اللغة وتعدد اللهجات وكذا العامل الجغرافي ساهم في انتشار الإذاعات المحلية بكثرة في الدول النامية .

2.2. أسباب انتشار الإذاعة المحلية: من أسباب انتشار الإذاعة المحلية نذكر¹:

❖ العامل الجغرافي:

حجم وشكل الأرض في أي منطقة أو دولة له تأثير كبير على نظامها الإذاعي، قد لا تستطيع أحيانا الإذاعة المركزية أن تغطي كل أجزاء الدولة، و لا يمكنها أيضا أن تلبى احتياجاتها.

❖ عامل اللغة:

إن تعدد اللغات واللهجات داخل الدولة الواحدة قد يشكل عائق أمام الإذاعة في بعض الأحيان وهذا ما يؤكد حاجة الإذاعات المحلية لمخاطبة التركيبات السكانية المختلفة بلغتهم.

❖ التحفيز للمشاركة في عمليات التنمية:

تمثل التنمية بكافة أبعادها أحد الدوافع الأساسية لإنشاء الإذاعات المحلية من أجل تفعيل المشاركة في التنمية، حيث أن الدول النامية لا تستطيع أن تحقق أهداف التنمية دون أن تولي اهتماما بأفرادها في مجتمعاتهم المحلية، وقد أدركت دول عديدة أن أفضل أساليب الإعلام لتحقيق مشاركة فعالة من جانب الجماهير في خطط وبرامج التنمية هو الوصول إلى هذه الجماهير في بيئاتهم المحلية. والرغبة في فك العزلة الثقافية والإعلامية عن المناطق الداخلية النائية حتى تكون حافزا جديدا في التنمية المحلية في كافة المجالات.

¹ - منى سعد حديدي: سلوى إمام علي، الإعلام و المجتمع، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2004، ص: 163، 164.

3. أهداف الإذاعة المحلية: ويمكن إيجاز أهداف الإذاعة المحلية في العناصر التالية¹:

- 1- تقديم برنامج إذاعي لتطوير وتنمية المجتمع.
- 2- تشجيع المشاركة في التطور الاجتماعي.
- 3- زيادة المشاركة النشطة للمجموعات التي لا تتميز بامتيازات في المجتمع.
- 4- تكثيف تبادل المعلومات داخل المجتمع.
- 5- تقديم برنامج إذاعي للتعبير عن الثقافة المحلية.
- 6- زيادة إمكانية وصول الأفراد إلى المعلومات باللغات المحلية.

4. راديو الانترنت ومستقبل الإذاعة المحلية:

أعداد متزايدة من المحطات الإذاعية أصبحت تبث برامجها بواسطة الانترنت، وما يساعد على زيادة أعداد تلك المحطات هو أن معظم الإصدارات الحديثة من برامج التصفح تحتوي على قدرات ذاتية للاستماع للراديو، كما أن أجهزة الكمبيوتر أصبحت تحتوي على "بطاقة راديو" داخلية وان كانت حسب الطلب إلا أنها متوفرة. من ناحية أخرى فإن الانتشار الكبير للانترنت وبشكل خاص في المكاتب التجارية والتي تتمتع الكثير منها بخطوط ربط سريعة للانترنت سوف تجعل جهاز الكمبيوتر يحل محل جهاز الراديو التقليدي في الاستماع إلى الموسيقى والأخبار من خلال ساعات العمل خاصة أن إرسال الراديو داخل المباني التجارية الكبيرة يكون متقطعاً ويفتقد للوضوح، كل هذه التطورات تعني أن استعمال الكمبيوتر لسماع برامج الراديو ستكون في ازدياد سواء في المنزل أو في المكتب².

هيئة الإذاعة البريطانية "بي بي سي" أعلنت خطأ لإطلاق خدمات انترنت متعددة الوسائط وبمجموعة متنامية من اللغات حيث سيتمكن المستمعون من متابعة برامج الشبكة مباشرة بواسطة الانترنت والإذاعة على

¹ طاهري لخضر: واقع الإذاعة المحلية ومعالجتها المشكلات الاجتماعية، مذكرة ماجستير، تخصص علم اجتماع الاتصال والعلاقات العامة، جامعة خيضر محمد، بسكرة، الجزائر، 2012/2011، ص: 88.

² تيميزار فاطمة: الإذاعة في عصر المعلومات التكنولوجيات والبدائل الجديدة، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد 16، جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي، الجزائر، جوان 2016، ص: 109.

حد سواء، كما أنهم سيتمكنون أيضا من مشاهدة صور فيديو حية على الشبكة ويمكنهم كذلك التفاعل والمشاركة في النقاش حول موضوع معين عبر الهاتف أو البريد الإلكتروني وبعدها يتوقف بث البرنامج على الهواء يستمر تبادل الآراء على موقع الإذاعة على الانترنت.

وفي الولايات المتحدة الأمريكية تقوم محطة (imagine) في ولاية ميتشغان بتقديم خدماتها على موقعها، ويستطيع عملاء المحطة مثلا اختيار مطربهم المفضلين فقط وحجب باقي البرامج التي لا يرغبون سماعها، وبذلك يتمكن المستمعون من إعداد برامجهم الإذاعية حسب رغبتهم الشخصية.

من ناحية أخرى قامت شركة "شانسلر" الإعلامية في منتصف عام 1999 بإدخال برامج محطاتها الأربعة في "فيلادلفيا" ضمن الانترنت تنفيذًا لمخطتها في استثمار 150 مليون دولار في الخدمات الشبكية لدمج محطاتها الـ 469 في كافة البلاد بنهاية 1999 وبهذه الخطة تأمل الشركة منافسة أكبر شركات الإعلان من خلال جلب المزيد من الزبائن على الشبكة.

وقد كشفت شركة "كيربانجو" الأمريكية عن جهاز راديو يعمل على الانترنت تم طرحه في الأسواق عام 2000 بسعر 200 دولار أو أقل، كما عرضت شركة "أوديو رامب" جهاز راديو يعمل على الانترنت أسمته: (I Rad) من شأنه أن يشغل أيضا الأقراص المدمجة الموسيقية، ويأتي كلا الجهازين بنظام مودم (V-90) مع فتحة للوصل بالانترنت بواسطة الكابلات أو بالطريقة الرقمية. ويتيح هذا الراديو أيضا تصفح الانترنت في حين يتيح راديو "كيربانجو" الوصول إلى 2000 محطة إذاعية ومئات الآلاف من الشرائط الصوتية المتوفرة على الشبكة¹.

¹- تيميزار فاطمة: مرجع سابق، ص: 109.

5. التطور المعاصر في المحتوى الإذاعي:

تركزت البيئة الإعلامية الجديدة في عصر المعلومات تأثيراتها الواضحة على المضامين البرمجية المقدمة بالإذاعة حيث تطور المضمون البرمجي للإذاعات المعاصرة وأصبحت له ملامح جديدة يحاول الراديو من خلالها التكيف مع متطلبات عصر جديد. وتتمثل أهم التحولات في المحتوى الإذاعي فيما يلي¹:

❖ التحول في الخدمات الإذاعية من نمط الإذاعات العامة إلى الإذاعات المتخصصة:

كان الشكل التقليدي للخدمات الإذاعية يعتمد على جدول للبرامج يتضمن كل النوعيات من أخبار وموسيقى وغناء وأحاديث وغيرها من البرامج، لكن نتيجة منافسة التلفزيون اتجهت خدمات الراديو إلى تطوير قنوات متخصصة تسمح لها بتحقيق السبق الإعلامي، كما أدى انتشار محطات الراديو التي تعتمد على ترددات الـ "اف ام" في السبعينات وخطوط الميكروويف في الثمانينات، والاتصال الكابلي عن طريق الألياف الضوئية في التسعينات من القرن الماضي إلى ظهور مئات المحطات الإذاعية التي تستهدف تقديم المضمون المتخصص وخاصة في مجالات الأخبار والموسيقى بأنواعها المختلفة.

❖ تزايد الاتجاه نحو إنشاء قنوات إذاعية تخاطب فئات متجانسة من الجمهور:

صاحب الاتجاه نحو إنشاء قنوات متخصصة ظهور قنوات متخصصة في مخاطبة فئات جماهيرية متجانسة مثل الأطفال، الشباب، المرأة، كبار السن... وانتقل هذا التوجه من الإذاعات الأمريكية إلى الدول الأوروبية، ثم إلى الدول النامية ومن بينها الدول العربية.

❖ التركيز على الموضوعات و القضايا المحلية:

بمعنى تخصيص خدمات إذاعية موجهة إلى مناطق جغرافية محدودة النطاق الجغرافي ومحدودة الجماهير المستهدفة حيث يشارك الجمهور في التفاعل مع هذه الخدمات الإذاعية بشكل أكثر إيجابية. وتساهم هذه الإذاعات المحلية في طرح وعلاج مشكلات البيئة وتلبية احتياجات الجمهور المحلي.

¹ - تيميزار فاطمة: مرجع سابق، ص: 110.

6. التفاعلية الإذاعية مع جمهور المستمعين:

لقد أسهمت الثورة التكنولوجية الاتصالية في تطوير آليات عصرية في مجال التفاعلية الإذاعية و التي تعتبر شكل من أشكال التفاعلية الإعلامية، إن مختلف البرامج الإذاعية تستخدم و بنسب مختلفة التفاعلية المباشرة وغير المباشرة، خصوصا وأن الإذاعة تمثل وسيلة إعلامية جماهيرية ذات خصوصية، لأنها تحاول أن تلبي رغبات المستمع وتطرح قضاياها بشكل مباشر، كما أن التفاعلية الإذاعية تضمن نوع من المشاركة في اختيار مضمون ما تبثه المحطة الإذاعية، أضف إلى ذلك فإن المستمع يشعر بفورية الإذاعة وتلقائيتها وتتمثل أهم تلك الأشكال في الحوارات واللقاءات مع الجمهور، كذلك عن طريق الهاتف، البريد العادي والفاكس، دون أن ننسى ما تتيحه الانترنت للتفاعل مع الإذاعة من خلال المشاركة في الاستفتاءات الإلكترونية منتديات الدردشة والحوار أو من خلال أشكال أكثر تطورا كإنشاء المدونات والمساهمة في المؤلفات الجماعية ومن أوجه التفاعل، ذلك القائم بين المستمعين أنفسهم في مختلف فضاءات الحوار الإلكتروني وعلى موقع الإذاعة المعنية حول برامج الإذاعة التي ينصتون إليها، و هي فرصة يستفيد منها الإذاعيون للإطلاع على نظرة مستمعهم على ما يبث وما ينشر ليضيفوها في تقويم منتجاتهم. ومن التفاعل ذلك الذي يكون بين المستمعين والمضامين، إذ أن نشر المضامين الإذاعية على الشبكة في أشكال متعددة يعطي الفرصة للمستمعين للإطلاع على ما لم يتمكنوا من الإنصات إليه عند البث، فيتمكنوا من التعليق عليها وربما تحميلها لاستخدامها لغايات متعددة. ومن التفاعل أيضا، ذلك الذي يمكن أن يكون بين الإذاعيين أنفسهم عند الإطلاع على الشبكة أو غيرها من المحامل الجديدة القادمة،¹ على منتجات بعضهم البعض وقد يساعد ذلك عددا من الإذاعيين في تشكيل فكرة أوضح عن مضامين الشبكة البرمجية التي كانت تقتضي منهم الإنصات الفعلي المباشر إلى ما يبث من مضامين في إذاعاتهم إن فعلوا كل هذا عزز من مفهوم الجمهور النشط وكذلك لمقولة كلود فليغس villers claude حينما قال "ليس أنتم الذين يستمعون للإذاعة ولكن هي التي

¹- تسعديت قدوار: مرجع سابق، ص: 130، 131.

تستمتع إليكم" إن استخدام تكنولوجيا إدماج المعطيات المصاحبة للصوت عبر الإذاعة الرقمية ستنشئ علاقة جديدة بين الإذاعة والجمهور، تقوم على ثلاث ركائز هي الحركية mobility والتلاقي convergence والتخصص customization¹.

ثالثاً: مواقع التواصل الاجتماعي (الفيديو نموذجاً)

1. تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

هي منظومة من الشبكات الالكترونية عبر الانترنت تتيح للمستخدم فيها موقع خاص به، يربطه بنظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات و الهوايات أو مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية أو غير ذلك².

وعرفت أيضا بأنها مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت، ظهرت مع الجيل الثاني web 2، تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك أو شبه انتماء³.

2. خصائص ومميزات مواقع التواصل الاجتماعي:

لمواقع التواصل الاجتماعي خصائص ومميزات كثيرة جعلت منها مقصداً لمتصفح الانترنت في جميع أنحاء العالم، ومن أهم هذه الخصائص والمميزات⁴:

– سهولة الاستخدام: تطورت مواقع التواصل الاجتماعي بحيث أصبحت سهلة الاستخدام، فهي تحتاج إلى القليل من المعرفة في أسس التكنولوجيا من أجل النشر وتحقيق التواصل عبر الانترنت، لذا نجد أن كل ما يتطلب باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي هو التدريب البسيط على الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، وفي المقابل هناك بعض التطبيقات للأشخاص المتقدمين على التطبيقات، وهي بسيطة في التصميم.

¹ -تسعديت قدوار: مرجع سابق، ص: 131.

² - علي خليل شقرة: الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن ، 2014، ص: 59.

³ - عبد الجبار أحمد عبد الله: فراس كوركيس عبد العزيز، دور شبكات التواصل الاجتماعي في الربيع العربي، مجلة العلوم السياسية، العدد 44، ص: 209.

⁴ - مشتاق طلب فاضل: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي، مجلة تكريت للعلوم السياسية، جامعة تكريت العراق، العدد12، 2017، ص: 13.

_ التوصل والتعبير عن الذات: أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي قنوات اتصال جذابة لا تعتمد على نشر محتوى معين، وأصبحت حاجة أساسية للمهتمين بالاتصال مع الآخرين.

_ تشكيل المجتمع بطريقة جديدة: على الرغم من أن المفاهيم المجتمعية الوهمية وجدت منذ بداية التطبيقات الالكترونية، إلا أن مواقع التواصل الاجتماعي وفرت سبلا جديدة للاتصال، فقد ينضم المستخدمون لمجتمعات قراء الكتب و الاتصال من خلال تبادل وقراءة الكتب التي يحبونها.

_ نقل البيانات: تسمح غالبية مواقع التواصل الاجتماعي بنقل البيانات المتاحة في هذه المواقع، كما تم استخدامها بكثرة في الاحتجاجات الشعبية الأخيرة في البلدان العربية.

_ نشاطات من القاعدة إلى القمة: توفر مواقع التواصل الاجتماعي منصات مثالية، يستطيع من خلالها المستخدمون المشتركون بالقضايا و القيم نفسها من أن يتعاونوا بشكل فعال وبتكاليف أقل.

3. نشأة الفيسبوك:

مارك زوكربيرج أحد طلبة جامعة هارفارد بدأ بفكرة الفيسبوك التي تقتضي بإنشاء موقع يجمع من خلاله طلبة هارفارد في شبكة تعارف وذلك لتعزيز التواصل بين الطلبة والبقاء على تواصل وتبادل أخبارهم وصورهم وأرائهم حتى بعد التخرج. حيث نفذت هذه الفكرة التي بدأت عام 2004م، وسرعان ما لقي هذا الموقع رواجاً بين طلاب هارفارد، واكتساب شعبية واسعة بينهم، وخلال أسبوعين بدأ نصف تلاميذ بوسطن بالمطالبة في الانضمام إلى هذه الشبكة لأن شبكة الفيسبوك كانت مقتصرة فقط لطلاب هارفارد، فاستعان زوكربيرج بصديقيه دستن موسكويتز وهيوز كريس، لبناء شبكة الفيسبوك واستطاعوا خلال 4 أشهر ضم 30 شبكة لكليات أخرى¹.

¹ - أشرف عبد الرحيم الرفاع: دور شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج الإعلامي للسياحة في الأردن من وجهة نظر السائح المحليين والعرب، مذكرة ماجستير، قسم صحافة واعلام، جامعة الشرق الاوسط، الاردن، 2019، ص: 19.

4. خصائص الفيسبوك:

وتتلخص خصائص الفيسبوك فيما يلي¹:

- 1- **واجهة الموقع:** وهي الواجهة الأولية التي تتيح التسجيل مجانا والانضمام للموقع، ببيد حساب شخصي أو تابع لمؤسسة، ويتم عبر خطوات بسيطة، تسجيل البريد الالكتروني واسم المستخدم وكلمة السر المراد الدخول بها للموقع وهذا كفيل حتى يجعلك مالك لأحد الحسابات التابعة للموقع.
- 2- **تطبيقات الموقع:** وتتمثل في مجمل الخدمات التي يتيحها الموقع لمستخدميه وتتمثل فيما يلي :
- 3- **الملف الشخصي:** فعندما تشترك بالموقع عليك أن تنشئ ملفاً شخصياً يحتوي على معلوماتك الشخصية صورتك أمور مفصلة لك وكلها معلومات مفيدة من أجل التواصل مع الآخرين، كذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد أن تعلن لك سلعا بالتحديد.
- 4- **إضافة صديق:** وبها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق وأن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيسبوك بواسطة بريد الالكتروني.
- 5- **إنشاء مجموعة:** تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة الكترونية على الانترنت أن تنشئ مجتمعا الكترونيا يجتمع حول قضية معينة ،سياسية أم اجتماعية، وتستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصريا بالعائلة أو الأصدقاء ، أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها.
- 6- **لوحة الحائط:** وهي عبارة عن مساحة مخصصة بصفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث يتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.
- 7- **النكزة:** منها يتاح للمستخدمين إرسال نكزة افتراضية لإثارة انتباه بعضهم إلى بعض وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن احد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

¹ - حداد ناريمان: الحركة النسوية العربية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، اطروحة دكتوراه، تخصص إعلام واتصال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2018/2019، ص: 155.

8- الصور: وهي الخاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع وعرضها.

9- التعليقات: وهي سمة متعلقة بالتدوين، تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها، وتمكن المستخدمين من جلب المدونات من المواقع الأخرى التي تقدم خدمات التدوين¹.

¹ - حداد ناريمان: مرجع سابق، ص: 155.

خاتمة الفصل:

لقد تناولنا في هذا الفصل الى التعرف على الاعلام المحلي بانه نوعا إعلاميا متخصصا يركز في مضمونه على المجتمعات المحلية من حيث تركيبتها ولغتها وعاداتها وتقاليدها...الخ، فهذا النوع الإعلامي يستهدف منطقة جغرافية محددة يشترك سكانها في مواصفاتهم الشخصية والاجتماعية، وبإمكانه الوصول إلى مختلف شرائح المجتمع المحلي ومخاطبتها والأخذ بانشغالاتها وأصواتها، فعرفت الجزائر في بداية التسعينات تأسيس بعض الإذاعات المحلية وكانت الانطلاقة مع إذاعة الساورة ببشار 1990، ثم تلتها تدريجيا إذاعات أخرى إلى أن وصل عدد الإذاعات المحلية في الجزائر إلى 48 إذاعة، تجسيدا لمبدأ لكل ولاية إذاعة محلية، وهذا لتغطية الاحتياجات المحلية للسكان والوصول إليهم والاهتمام بالتنمية المحلية خاصة. لذلك جاءت هذه المداخلة للتركيز على تجربة الجزائر في مجال الإعلام المحلي بالتركيز على نموذج الإذاعات المحلية، بتسليط الضوء وأسباب ظهور هذه الإذاعات المحلية وأهميتها وخصائصها. كما تطرقنا الى مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي واخذنا موقع الفيسبوك كنموذج.

الفصل الثالث:

تحليل البيانات الميدانية ونتائج الدراسة

أولاً: تفرغ وتحليل البيانات الميدانية

المحور الأول: البيانات الشخصية

تساعد البيانات الشخصية الباحث في التعرف على ملامح وخصائص المبحوثين وخلفياتهم وكثيراً ما يعتمد عليها كمؤشرات في تحليل البيانات والمعطيات الميدانية حسب ما تقتضيه متغيرات الدراسة وأهدافها وقد جاءت في أربعة سمات سوسيوديمغرافية.

1. الجنس:

• **الجدول رقم (01):** يوضح توزيع العينة وفق متغير الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
41.30	31	ذكر
58.70	44	أنثى
100	75	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن ما نسبته 58.7 % من أفراد العينة أي ما يعادل 44 مفردة يمثلون فئة الإناث، أما نسبة 41.30 % من المبحوثين يمثلون الذكور أي ما يعادل 31 مفردة، وعليه نلاحظ أن فئة الإناث يمثلن الشريحة الأكبر من مجتمع البحث، ويمكن تفسير ذلك بان طبيعة المجتمع الحالي يتسم بغلبة العنصر الأنثوي، وهذا ما أكدته دراسات وإحصائيات عديدة حول ازدياد نسبة الإناث على الذكور.

2. السن:

• **الجدول رقم (02)** : يوضح توزيع افراد العينة وفق متغيرالسن

النسبة المئوية	التكرار	السن
61.30	46	20 - 29 سنة
26.70	20	30 - 39 سنة
12	09	اكتر من 39 سنة
100	75	المجموع

يوضح الجدول أعلاه الفئات العمرية للمبحوثين، حيث يتضح أن 61.30 % من أفراد العينة ينتمون إلى الفئة العمرية [29_20]، يليها أفراد العينة من [39_30] بنسبة 26.7 %، وأخيرا 12 % من المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم من 39 سنة فأكثر، وهي نتائج منطقية حيث أثبتت العديد من الدراسات أن أغلبية مستخدمي الفيسبوك شباب، وأعتقد أن الشرائح العمرية الأخرى تفضل الاستماع للإذاعة على الطريقة التقليدية عبر موجات أثير الراديو.

3. المستوى التعليمي:

• **الجدول رقم (03)**: يوضح توزيع افراد العينة وفق متغير المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
10.7	8	متوسط
28	21	ثانوي
61.3	46	جامعي
100	75	المجموع

من خلال الجدول الخاص بتوزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي نلاحظ بأن أكبر فئة لدى المستوى الجامعي بنسبة 61.3 %، ثم تليها فئة المستوى الثانوي بنسبة 28 %، ثم المتوسط بنسبة 10.7 % ويعود ذلك إلى أن الجامعيين خاصة الطلبة يعتمدون على الفيسبوك كثيرا سواء تعلق الأمر بالدراسة أو الاستماع لآخر الأخبار المحلية عبر إذاعة تبسة الجهوية.

4. المهنة:

• **الجدول رقم (04):** يوضح توزيع افراد العينة وفق متغير المهنة

النسبة المئوية	التكرار	المهنة
41.30	31	موظف
44	33	طالب
14.70	11	بطل
100	75	المجموع

يتضح من خلال البيانات الإحصائية المدونة في الجدول أعلاه المتعلق بتوزيع الباحثين حسب عامل المهنة حيث تبين أن أكبر إجابات الباحثين كانت طلبة بتكرار 33 وبنسبة 44 %، تليها موظف بتكرار 31 ونسبة 41.30 %، وأخير بطل بتكرار 11 ونسبة 14.70 %، ويرجع هذا ان فئة الطلبة والموظفين يعتمدون على هذه الوسائل سواء كان الامر يتعلق بالدراسة أو العمل، ويرجع هذا التفاوت الى توسع استخدام موقع الفيسبوك وإمكانية وصوله إلى مختلف الفئات المكونة للمجتمع المحلي.

المحور الثاني: درجة اهتمام جمهور المستمعين بإذاعة تبسة الجهوية في موقع الفايسبوك

5. مدة استخدام المبحوثين للفايسبوك

• جدول رقم (05): يوضح مدة استخدام المبحوثين للفايسبوك

النسبة المئوية	التكرار	المدة
12	09	اقل من سنة
25.30	19	سنة الى 03 سنوات
62.70	47	اكثر من ثلاث سنوات
100	75	المجموع

من خلال البيانات الإحصائية المدونة في الجدول أعلاه يتضح لنا أن إجابة المبحوثين حول مدة استخدام موقع الفيسبوك بأكثر من ثلاث سنوات بتكرار 47 وبنسبة 62.70 %، تليها من سنة إلى ثلاثة سنوات بتكرار 19 وبنسبة 25.30 % ثم اقل من سنة بتسع تكرارات و نسبه 12%، و يرجع هذا إلى عامل أساسي وهو تطور التغطية بالانترنت ودخول شركات الاتصال في هذا المجال حيث أضحت الشبكات تقدم مجموعة من العروض بداية من توفير الجيل الثاني والثالث من خدمات التدفق وبأسعار في متناول شريحة واسعة من الجمهور.

6. مدة استخدام المبحوثين للإذاعة عبر الفايسبوك

• جدول رقم (06): يوضح مدة استخدام المبحوثين لإذاعة تبسة عبر الفايسبوك

النسبة المئوية	التكرار	المدة
24	18	اقل من سنة
62.70	47	من سنة الى 3 سنوات
13.30	10	اكثر من 3 سنوات
100	75	المجموع

من خلال البيانات الإحصائية المدونة في الجدول أعلاه يتضح أن إجابات المبحوثين حول بداية الاستماع لإذاعة تبسة عبر الفيسبوك كانت من سنة إلى 03 سنوات بتكرار 47 ونسبة 62.70 %، تليها أقل من سنة بتكرار 18 ونسبة 24 %، ثم أكثر من 03 سنوات بتكرار 10 ونسبة 13.30 %، ويرجع هذا التفاوت إلى عاملين أساسيين أولهما الانتشار الواسع لخدمات الانترنت، والثاني مواكبة التطور الحاصل في المجال التقني والاتصالي الأمر الذي حتم على إذاعة تبسة توسيع وسائل التواصل مع الجمهور بغية تقديم أفضل الخدمات له.

7. الفترة المفضلة للاستماع لإذاعة تبسة عبر الفيسبوك

• **الجدول رقم (07):** يوضح الفترة المفضلة لدى المبحوثين للاستماع لإذاعة تبسة عبر الفيسبوك

النسبة المئوية	التكرار	الفترة
54.70	41	الصباح
32	24	المساء
13.30	10	الليل
100	75	المجموع

من خلال البيانات الإحصائية المدونة في الجدول أعلاه الذي يوضح الفترة المفضلة للاستماع لإذاعة تبسة عبر الفيسبوك حيث كانت أغلب إجابات المبحوثين الفترة الصباحية بتكرار 41 ونسبة 54.7 %، تليها الفترة المسائية بتكرار 24 ونسبة 32 %، ثم الفترة الليلية بتكرار 10 ونسبة 13.3 %، ويرجع هذا إلى اقبال الجماهير على الاستماع للإذاعة في الفترة الصباحية وذلك من خلال تركيز البرامج المهمة والمنوعة في الفترة الصباحية الأمر الذي جعل منها فترة الذروة بالنسبة للجمهور.

8. عدد المرات التي يزور فيها المبحوثين صفحة اذاعة تبسة عبر الفيسبوك

- **الجدول رقم (08):** يبين عدد المرات التي يزور فيها المبحوثين صفحة اذاعة تبسة عبر الفيسبوك

المرات	التكرار	النسبة المئوية
مرة	37	49.30
مرتان	23	30.70
أكثر من ذلك	15	20
المجموع	75	100

من خلال البيانات الإحصائية المدونة في الجدول أعلاه الذي يوضح عدد المرات التي يزور فيها المبحوثين صفحة إذاعة تبسة عبر الفيسبوك حيث تبين لنا أن أغلب إجابات المبحوثين كانت مرة واحدة بتكرار 37 ونسبة 49.3 %، تليها مرتان بتكرار 23 ونسبة 30.7 %، ثم أكثر من ذلك بتكرار 15 ونسبة 20 %، وهذا يرجع في الأساس إلى متابعة الجماهير للبرامج الإذاعية في فترة الذروة، وهي الفترة الصباحية، مع ملاحظة أن الإذاعة المحلية لها مرات عديدة تتشارك فيها البث مع الإذاعة الوطنية وأغلب البرامج المتعلقة بالشأن المحلي تبث في فترة الذروة.

9. تعرف المبحوثين على الصفحة الرسمية لإذاعة تبسة عبر الفيسبوك

- **الجدول رقم (09):** يوضح كيفية تعرف المبحوثين على الصفحة الرسمية لإذاعة تبسة عبر

الفيسبوك

الطريقة	التكرار	النسبة المئوية
بالصدفة	28	37.30
عن طريق صديق	20	26.70
عبر الاستماع للراديو	25	33.30
خلال فترة التبرص	02	2.70
المجموع	75	100

من خلال البيانات الإحصائية المدونة في الجدول أعلاه المتعلق بطريقة تعرف الباحثين على صفحة إذاعة تبسة عبر الفيسبوك، حيث كانت أغلب إجابات الباحثين بالصدفة بتكرار 28 ونسبة 37.3 %، تليها عبر الاستماع للراديو بتكرار 25 ونسبة 33.3 %، ثم عن طريق صديق بتكرار 20 ونسبة 26.7 %، وأخيرا أخرى تذكر بإجابة خلال فترة التريص بتكرار 02 ونسبة 2.7 %، ويرجع هذا بالأساس إلى الخاصية العشوائية للعرض الذي تتميز به صفحات الفيسبوك، حيث يتم عرض الصفحات الأكثر مشاركة من قبل الاصدقاء وبالتالي يكون هناك تواتر في الاشتراكات، فالظاهر أن المتابع يشترك أو يتعرف بالصفحة عن طريق الصدفة، لكن الأمر أعمق من ذلك حيث تلعب ميكانزمات إمكانية الوصول والعرض دورا فعالا في نشر التعريف بالصفحة خاصة مع الاعلانات المتتالية عنها في مختلف برامج الإذاعة بالإضافة إلى مجانية المتابعة والتي تعد أحد الأمور المحفزة والمسهلة لعملية الاشتراك.

10. المحامل التي يستخدمها الباحثون لتلقي برامج إذاعة تبسة عبر الفيسبوك

• **الجدول رقم (10):** يوضح المحامل التي يستخدمها الباحثون لتلقي برامج إذاعة تبسة عبر الفيسبوك

النسبة المئوية	التكرار	الحامل
74.70	56	الهاتف النقال
17.30	13	اللوحة الذكية
08	06	الحاسوب
100	75	المجموع

من خلال الإحصائيات المدونة في الجدول أعلاه المتعلق بالمحامل التي يستخدمها الباحثون لتلقي برامج إذاعة تبسة عبر الفيسبوك، تبين أن أغلبية الإجابات الهاتف النقال بتكرار 56 ونسبة 74.7 %، تليها اللوحة الذكية بتكرار 13 ونسبة 17.3 %، ثم الحاسوب بتكرار 06 ونسبة 08 %، ويرجع هذا إلى عاملين أساسيين أولهما توفر الهواتف النقالة بكثرة وانتشار واسع وثانيهما راجع الى الخدمات المقدمة من قبل شركات المحمول

في مجال التغطية بالانترنت بالإضافة إلى السهولة التي يتميز بها موقع الفيسبوك عبر الهواتف الذكية والتي أضحت الوسيلة الاتصالية الأكثر انتشارا في المجتمع نظرا لما تحتويه من خدمات متنوعة وتطبيقات متعددة.

11. المدة التي يقضيها المبحوثين في متابعة إذاعة تبسة عبر الفيسبوك

• **الجدول رقم(11):** يوضح المدة التي يقضيها المبحوثين في متابعة إذاعة تبسة عبر الفيسبوك

النسبة المئوية	التكرار	المدة
65.35	49	أقل من ساعة
29.35	22	من ساعة إلى ساعتين
5.33	04	أكثر من ساعتين
100	75	المجموع

من خلال الإحصائيات المدونة في الجدول أعلاه المتعلق بالمدة التي يقضيها المبحوثين لمتابعة إذاعة تبسة عبر الفيسبوك، تبين أن أغلب إجابات المبحوثين كانت أقل من ساعة بتكرار 49 وبنسبة 65.35 %، تليها من ساعة إلى ساعتين بتكرار 22 وبنسبة 29.35 %، ثم أكثر من ساعتين بتكرار 04 وبنسبة 5.33 %، ويرجع هذا إلى أن المبحوثين لا يستخدمون الفيسبوك للاستماع لإذاعة تبسة فقط بل يستمعون لها في أوقات محددة فقط وذلك لمتابعة برامج يتابعونها على الدوام أو لسماع أخبار مهمة فقط لا تتجاوز مدتها ساعة، ويجب الإشارة هنا إلى أن مدة استخدام الفيسبوك في الدردشة وأمور أخرى أعتقد أنها أكثر من ذلك بكثير.

12. متابعة المبحوثين لبرامج إذاعة تبسة عبر الراديو مع استخدام الفيسبوك

- الجدول رقم (12): يبين متابعة المبحوثين لبرامج إذاعة تبسة عبر الراديو مع استخدام الفيسبوك

النسبة المئوية	التكرار	المتابعة
32	24	زادت
25.30	19	تراجعت
42.70	32	لم تتغير
100	75	المجموع

من خلال البيانات الإحصائية المدونة في الجدول أعلاه حول نسبة متابعة المبحوثين لبرامج إذاعة تبسة عبر الراديو حيث كانت الإجابات لم تتغير بتكرار 32 بنسبة 42.7 %، تليها زادت بتكرار 24 وبنسبة 32 %، ثم تراجعت بتكرار 19 ونسبة 25.3 %، وهذا يرجع إلى ما تقدمه الصفحة حيث أن دورها يعتبر مكملاً لما تقدمه الإذاعة، حيث يتم نشر بعض الأخبار وتقديم نبذات عن البرامج المقدمة دون إعطاء تفصيلات أكثر فهي هنا تقوم بتبنيه الجمهور إلى ما يقدم دون تقديم شروحات أكثر وبالتالي تحفز الرغبة في المتابعة.

المحور الثالث: درجة تفاعل جمهور المستمعين مع الصفحة الرسمية لإذاعة تبسة الجهوية.

13. طبيعة تفاعل المبحوثين مع إذاعة تبسة عبر الفيسبوك

- الجدول رقم (13): يبين طبيعة تفاعل المبحوثين مع إذاعة تبسة عبر الفيسبوك

النسبة المئوية	التكرار	نوع التفاعل
38.70	29	بكتابة تعليق
17.30	13	بالمشاركة
41.34	31	بالإعجاب
2.66	02	الاتصال الهاتفي
100	75	المجموع

من خلال البيانات الإحصائية المدونة في الجدول أعلاه المتعلق بطبيعة تفاعل المبحوثين مع إذاعة تبسة عبر الفيسبوك، تبين ان الإجابات بالإعجاب بتكرار 31 ونسبة 41.34 %، تليها بكتابة تعليق بتكرار 29 ونسبة 38.70 %، ثم بالمشاركة بتكرار 13 ونسبة 17.30 %، وأخيرا بالاتصال الهاتفي بتكرار 02 ونسبة 2.66 %، ويرجع هذا إلى خاصية المتلقي فالجمهور يتفاعل هنا حسب القاعدة الأولية للإعلام، انه يعده مصدر للمعلومة فيكتفي بدور المتلقي مع ملاحظة أن أغلب التعليقات لا تصب في فحوى الخبر أو المعلومة المقدمة بقدر ما هي مجموعة من الت شكرات والدعوات بالتفويق.

14. مشاركة المبحوثين في الحصص المذاعة على المباشر عن طريق الهاتف

- **الجدول رقم(14):** يوضح مشاركة المبحوثين في حصة من الحصص المذاعة على المباشر عن طريق الهاتف

النسبة المئوية	التكرار	المشاركة
29.34	22	نعم
70.66	53	لا
100	75	المجموع

من خلال البيانات الإحصائية المدونة في الجدول أعلاه المتعلق بمشاركة المبحوثين في حصة من الحصص المذاعة على المباشر عن طريق الهاتف لوحظ أن أغلبية الإجابات كانت لا بتكرار 53 ونسبة 70.66 %، تليها نعم بتكرار 22 ونسبة 29.34 %، وهذا راجع إلى كون البرامج المقدمة لا تلي طموحات أفراد العينة والذين وحسب ما تم ذكره في متغير السن هم غالبية من الشباب والمواضيع المقدمة للمداخلات غالبا ماتمس فئة عمرية بوضعية اجتماعية معينة مثل مواضيع الأسرة والمرأة التي تهتم النساء المتزوجات ومواضيع التقاليد والأعراف التي يهتم بها عادة الرجال.

15. نوع البرامج التي يتفاعل معها المبحوثين على صفحة إذاعة تبسة

- **الجدول رقم(15):** يبين نوع البرامج التي يتفاعل معها المبحوثون أكثر على صفحة إذاعة تبسة

النسبة المئوية	التكرار	البرامج
34.66	26	ثقافية
6.66	05	سياسية
45.34	34	اجتماعية
13.34	10	دينية
100	75	المجموع

من خلال البيانات الإحصائية المدونة في الجدول أعلاه الذي يمثل نوع البرامج التي يتفاعل معها المبحوثين على صفحة إذاعة تبسة حيث كانت أغلب الإجابات كانت اجتماعية بتكرار 34 ونسبة 45.34 %، تليها ثقافية بتكرار 26 ونسبة 34.66 %، ثم دينية بتكرار 10 ونسبة 13.34 %، وأخيرا سياسية بتكرار 05 ونسبة 6.66 %، ويعود هذا إلى الطبيعة الثقافية لسكان المنطقة حيث تعتبر منطقة شبه تقليدية تولى اهتماما بالغا للعلاقات الاجتماعية خاصة القرابية منها، وبالتالي فإن المواضيع الاجتماعية تعد عنصر جذب للجمهور.

16. تفاعل المبحوثين مع برامج إذاعة تبسة عبر الفيسبوك

- **الجدول رقم(16):** يبين تفاعل المبحوثين مع برامج إذاعة تبسة عبر الفيسبوك.

النسبة المئوية	التكرار	التفاعل
5.34	04	مع كل البرامج
94.66	71	مع بعض البرامج
100	75	المجموع

من خلال البيانات الإحصائية المدونة في الجدول أعلاه المتعلق بتفاعل المبحوثين مع برامج إذاعة تبسة عبر صفحة الفيسبوك حيث كانت أغلب الإجابات مع بعض البرامج بتكرار 71 ونسبة 94.66% تليها مع كل البرامج بتكرار 04 ونسبة 5.34%، ويرجع هذا إلى طبيعة أفراد العينة المتميزين حسب متغير الجنس بالإضافة إلى الفروقات الفردية بين مفردات العينة محل الدراسة، وكذا الطبيعة المتسارعة التي أضحت تعرفها الحياة اليومية ما يجعل الجماهير تقوم بانتقاء البرامج التي تتابعها، وبدل أيضا على ابتعاد الجمهور عن الإذاعة سواء كانت التقليدية أو التكنولوجية.

17. مناقشة برامج الإذاعة التي يتفاعل معها المبحوثين عبر الفيسبوك

• **الجدول رقم (17):** يوضح مناقشة برامج الإذاعة التي يتفاعل معها المبحوثين عبر الفيسبوك مع الغير

النسبة المئوية	التكرار	المناقشة
14.70	11	دائما
62.70	47	أحيانا
22.60	17	أبدا
100	75	المجموع
في حالة الاجابة مع من تتفاعل؟		
النسبة	التكرار	المتفاعلون
20	15	مع أفراد اسرتك
44	33	مع أصدقائك الواقعيين
36	27	مع أصدقائك الافتراضيين

من خلال البيانات الإحصائية المدونة أعلاه المتعلقة بمناقشة برامج الإذاعة التي تتفاعل معها المبحوثين عبر الفيسبوك، فكانت أغلب الإجابات أحيانا بتكرار 47 ونسبة 62.70%، تليها أبدا بتكرار 17 ونسبة 22.60%، ثم دائما بتكرار 11 ونسبة 14.70%، ويرجع هذا في الأساس إلى مخرجات التواصل

الاجتماعي والتي قللت من التواصل بين الأفراد حتى لو كانوا من أسرة واحدة، وهذا الأمر ينعكس على نتائج البند الفرعي والذي مثلته 11 مبحثاً بكونهم دائمو التناقش مع الغير بخصوص ما تقدمه الإذاعة حيث توزعت إجاباتهم ب 15 ونسبة 20 %، مع أفراد الأسرة و33 تكرار وبنسبة 44 % مع أصدقاء واقعيين، وبتكرار 27 ونسبة 36 % مع أصدقاء افتراضيين وهذا راجع الى ما خلفته التكنولوجيا من عزلة وتفكك اجتماعي خاصة موقع الفيسبوك حيث نجد ان 27 من الافراد يناقشون افكارهم مع اصدقاء افتراضيين.

18. نسبة تفاعل المبحوثين مع اذاعة تبسة عبر الفيسبوك مقارنة بالراديو

- **الجدول رقم (18):** يوضح تفاعل المبحوثين مع إذاعة تبسة عبر الفيسبوك زاد مقارنة بالسابق (الراديو)

النسبة المئوية	التكرار	زيادة التفاعل مع الإذاعة
62.70	47	نعم
37.30	28	لا
100	75	المجموع

من خلال البيانات الإحصائية المدونة في الجدول أعلاه والتي تمثل إجابات المبحوثين حول زيادة تفاعلهم مع إذاعة تبسة عبر الفيسبوك مقارنة بالسابق (الراديو) قد توزعت ب 47 تكرار وبنسبة 62.70 % بالنسبة للبدل نعم، وتكرار 28 ونسبة 37.30% بالنسبة للبدل لا، ويرجع هذا إلى التطور التقني الحاصل وتعدد المحامل المستخدمة في استعمال وسائل التواصل الاجتماعي الأمر الذي انعكس على متابعة الجماهير للإذاعة وبرامجها وقدم لها انتشاراً أوسع ورفع من احتمال إمكانية وصولها إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور.

19. اهداف تفاعل المبحوثين مع برامج اذاعة تبسة عبر الفيسبوك

• **الجدول رقم (19):** يوضح أهداف تفاعل المبحوثين مع برامج إذاعة تبسة عبر الفيسبوك

النسبة المئوية	التكرار	الأسباب
29.35	22	خلق حوار
29.35	22	ابداء رأي
37.30	28	مشاركة فقط
04	03	حل مشكلة
100	75	المجموع

من خلال الإحصائيات المدونة في الجدول أعلاه والتي تمثل إجابات المبحوثين حول الهدف من التفاعل مع إذاعة تبسة عبر الفيسبوك توزعت كالاتي مشاركة فقط بتكرار 28 وبنسبة 37.30 %، تليها خلق حوار ومشاركة بنفس عدد الإجابات وذلك بتكرار 22 ونسبة 29.35 %، ثم حل مشكلة بتكرار 03 ونسبة 04 %، ويرجع هذا التقارب بالأساس إلى الفروقات الفردية بين مفردات العينة محل الدراسة، حيث تختلف سماتهم الشخصية وميولاتهم ورغباتهم، مع ملاحظة تفاوت نسبي بين المشاركة فقط وحل مشكلة وهذا يرتبط بطبيعة العملية الاعلامية والتي توفر في الغالب امكانية لوجود رجوع صدى مباشر خاصة إذا كانت الحصص مباشرة يمكن للمستمعين أن يقدموا آراؤهم واقتراحاتهم ومشكلاتهم، مع العلم انه يمكن للإذاعة أن تقدم حلولاً للعديد من المشاكل المحلية وهذا الهدف الأساسي من الإذاعة المحلية مثل برامج علي رزقي.

20. المذيع الذي يتفاعل معه المبحوثين عبر الصفحة الرسمية للإذاعة

- **الجدول رقم (20):** يبين المذيع الذي يتفاعل معه المبحوثين أكثر عبر الصفحة.

النسبة المئوية	التكرار	المذيع
32	24	علي رزقي
20	15	ربيع مزوز
20	15	لويزة محي الدين
16	12	إبراهيم قرصاص
6.70	05	وهيبة شريط
5.30	04	مراد
100	75	المجموع

من خلال البيانات الإحصائية المدونة في الجدول أعلاه والتي تمثل إجابات المبحوثين حول المذيع الأكثر تفاعلا عبر صفحة الإذاعة، حيث كانت الإجابات علي رزقي بتكرار 24 ونسبة 32 %، تليها ربيع مزوز ولويزة محي الدين بنفس الإجابات وذلك بتكرار 15 ونسبة 20 %، ثم إبراهيم قرصاص بتكرار 12 ونسبة 16 %، ثم وهيبة شريط بتكرار 05 ونسبة 6.7 %، وأخيرا مراد بتكرار 04 ونسبة 5.3 %، ويرجع هذا إلى طبيعة البرامج المقدمة من طرف الصحفيين بالإضافة إلى قدرة الصحفي على تنشيط سمة التفاعلية مع الجمهور ومدى قربه من الجمهور من خلال التطرق لمشاكله اليومية وتلبية رغباته والبحث عن حلول لمشاكله اليومية.

المحور الرابع: طبيعة البرامج الإذاعية التي يتفاعل معها جمهور المستمعين

- **الجدول رقم(21):** يوضح رأي المبحوثين في الشريحة التي تهتم بها إذاعة تبسة في برامجها.

النسبة المئوية	التكرار	الشريحة
42.70	32	النساء
37.30	28	الشباب
13.30	10	الأطفال
6.70	05	الرجال
100	75	المجموع

من خلال البيانات الإحصائية المدونة في الجدول أعلاه والتي تمثل إجابات المبحوثين حول الشريحة التي تهتم بها إذاعة تبسة في برامجها، كانت الإجابات النساء بتكرار 32 وبنسبة 42.7 % تليها الشباب بتكرار 28 وبنسبة 37.3 %، ثم الأطفال بتكرار 10 وبنسبة 13.3 %، وأخيرا الرجال بتكرار 05 وبنسبة 6.7 %، ويرجع هذا إلى التنوع الذي تتسم به الإذاعة حيث أنها لا تعتبر إذاعة متخصصة وبالتالي فهي تراعي العمومية في البرمجة من حيث المضامين والتوقيت بهدف الوصول إلى أكبر شريحة ممكنة من الجمهور. مع ملاحظة التركيز على المرأة كونها عنصر مهم في التركيبة الاجتماعية ككل بالإضافة إلى دور الإذاعة التثقيفي والذي يحتّم عليها الوصول إلى مختلف شرائح المجتمع خاصة النساء نظرا للدور الذي تلعبه المرأة في المجتمع الشبه تقليدي والذي تكون فيه وظيفتها الأولى هي إعداد وترقية النساء، ولا ننسى أن الإذاعة كانت موجهة للمرأة الماكثة بالبيت.

21. البرنامج الذي يتفاعل معه المبحوثين

- **الجدول رقم(22):** يوضح البرنامج الذي يتفاعل معه المبحوثين أكثر.

النسبة المئوية	التكرار	البرنامج
14.70	11	يوم جديد
53.30	40	ناس الهمة
32	24	مملكة الابداع
100	75	المجموع

من خلال البيانات الإحصائية المدونة في الجدول أعلاه والتي تمثل إجابات المبحوثين حول أكثر البرامج التي يتم التفاعل معها أكثر، حيث كانت أكبر نسبة للإجابات ناس الهمة بتكرار 40 ونسبة 53.3 %، تليها مملكة الإبداع بتكرار 24 ونسبة 32 %، ثم يوم جديد بتكرار 11 ونسبة 14.7 %، ويرجع هذا إلى الطبيعة الثقافية السائدة في المنطقة (ثقافة شبه تقليدية) والتي تركز على تنمية روح التضامن وتشجيع المبادرات الخيرية والتشديد على رفع قيمة التأزر والتساند في المجتمع المحلي.

22. رأي المبحوثين في المضامين التي يتفاعل معها جمهور المستمعين

- **الجدول رقم(23):** يبين رأي المبحوثين في المضامين التي يتفاعل معها جمهور المستمعين أكثر.

النسبة المئوية	التكرار	المضامين
53.30	40	الاجتماعية
30.70	23	الثقافية
9.30	7	السياسية
2.70	2	الاقتصادية
4	3	الرياضية
100	75	المجموع

من خلال البيانات الإحصائية المدونة في الجدول أعلاه والتي تمثل إجابات المبحوثين حول المضامين التي يتفاعل معها جمهور المستمعين أكثر، وركزت الإجابات على المضامين الاجتماعية بتكرار 40 ونسبة 53.3%، تليها الثقافية بتكرار 23 ونسبة 30.7%، ثم السياسية بتكرار 7 ونسبة 9.3%، ثم الرياضية بتكرار 3 ونسبة 4%، وأخيرا الاقتصادية بتكرار 2 ونسبة 2.7%، ويرجع هذا أولا الى المجال الجغرافي الذي تغطيه الإذاعة (محلي) حيث لا تكون هناك أولوية للبرامج السياسية والاقتصادية والرياضية إلا في مناسبات قليلة، في مقابل البرامج الاجتماعية والثقافية والتي تكون محل اهتمام كبير على المستوى المحلي كونها ترتبط مباشرة بالشؤون اليومية التفصيلية للجمهور.

23. اهتمام صفحة الفيسبوك للإذاعة بحل مشاكل المجتمع المحلي

- **الجدول رقم (24):** يبين اهتمام صفحة الفيسبوك لإذاعة تبسة بحل المشاكل التي يعاني منها المجتمع المحلي.

النسبة المئوية	التكرار	الفئات
76	57	نعم
24	18	لا
في حالة الإجابة بنعم ما طبيعة هذه المشكلة؟		
52.65	30	اجتماعية
26.30	15	بيئية
21.05	12	ثقافية
100	57	المجموع

من خلال البيانات الإحصائية المدونة في الجدول أعلاه والتي تمثل إجابات المبحوثين حول اهتمام صفحة إذاعة تبسة بحل المشاكل التي يعاني منها المجتمع المحلي، وكانت أغلبية الإجابات نعم بتكرار 57 ونسبة 76%، تليها لا بتكرار 18 ونسبة 24%، ويرجع هذا إلى الدور الذي تلعبه الإذاعة المحلية كأحد منابر

الرأي العام ونظرا للثقافة المحلية للولاية فالبرامج الاجتماعية تعد الأكثر التماسا والأكثر متابعة حيث أنه من 57 مفردة الذين أجابوا بنعم نجد 30 مفردة وبنسبة 52.65 % رأيت بأن البرامج الاجتماعية تهتم بحل المشاكل و 15 مفردة ترى أن البرامج الثقافية تهتم بحل المشاكل و 12 ترى بأن البرامج الدينية تهتم بذلك ويرجع هذا التفاوت إلى الترابط الكبير بين أفراد المجتمع التبسي حيث ومن الناحية الدينية فالولاية لا تحوي تعدد مذهبي ومن الناحية الثقافية فالقالب الثقافي واحد، ليبقى الاجتماعي بجمع أبعاده المتشابهة هو الجانب الذي تظهر فيه مشاكل متنوعة.

24. اقتراحات الباحثين حول تطوير الصفحة الرسمية

- الجدول رقم(25): يوضح اقتراحات الباحثين حول تطوير الصفحة الرسمية.

النسبة المئوية	التكرار	الاقتراحات
25.30	19	فتح مجال أوسع للنقاش
12	09	توفير اخبار أكثر تفصيلا
62.70	47	اشترك الشباب في العملية الإعلامية
100	75	المجموع

من خلال البيانات الإحصائية المدونة في الجدول أعلاه المتعلق باقتراحات الباحثين عينة الدراسة لتطوير الصفحة الرسمية لإذاعة تبسة عبر الفيسبوك، كانت أغلب إجابات الباحثين اشترك الشباب في العملية الإعلامية بتكرار 47 وبنسبة 62.7 %، تليها فتح مجال أوسع للنقاش بتكرار 19 ونسبة 25.3 %، ثم توفير أخبار أكثر تفصيلا بتكرار 09 وبنسبة 12 %، ويرجع هذا في الأساس إلى النظرة العامة لوسائل التواصل الاجتماعي والتي تعدت دورها كوسيلة اتصالية وأضحت وسيلة إعلامية مهمة بالإضافة إلى كونها تعتبر منصة هامة لإظهار المواهب والتعبير عن الرأي، حيث يعتبر اقتناء الشباب لمختلف التطبيقات واطلاعهم من خلالها على مايجري في العالم من حولنا وذلك لاشباع حاجاته ورغباته.

ثانيا: تحليل النتائج على ضوء الدراسات السابقة:

من خلال ما تم معالجته من البيانات الإحصائية التي تم جمعها ميدانيا حول موضوع الدراسة الموسوم بتفاعل جمهور مستمعي إذاعة تبسة الجهوية عبر الفيسبوك تم التوصل الى:

1_ النتائج المتعلقة بالتساؤل الفرعي الأول: درجة اهتمام المستمعين بإذاعة تبسة في موقع الفيسبوك

حيث تبين أن المبحوثين يستخدمون الفيسبوك منذ أكثر من ثلاث سنوات وهذا مرده الى التطور التقني وتنوع العروض التي تقدمها شبكات الاتصال المختلفة، وذلك ما انعكس على استماعهم للإذاعة عبر الفيسبوك حيث أن أغلبهم يستمعون إلى الإذاعة عبر هذا التطبيق منذ اقل من سنتين، فالجمهور يفضل الاستماع الى الاذاعة في الفترة الصباحية ولمرة واحدة يوميا، وتعرفهم على صفحة الاذاعة كان عن طريق الصدفة، ويبرز استخدام الهواتف كعامل لتلقي برامج الإذاعة عبر الفيسبوك لمدة زمنية تقل عن ساعة مع ملاحظة أن نسبة المتابعة للإذاعة لم تتغير وهذا ما يتفق مع دراسة تسعديت قدوار الموسومة بأثر تكنولوجيا الاتصال على الاذاعة وجمهورها حيث توصلت إلى أن الاستماع للإذاعة لم يتراجع بالرغم من التنوع التقني وأن التكنولوجيا الحديثة ساهمت في تسهيل تواصل الجماهير وإمكانية وصولهم إلى ما تقدمه الإذاعة وأن استخدام التكنولوجيا أضحى يحتل حيزا هاما في النشاطات اليومية للشباب، مع التركيز على ذروة الاستماع تكون في الفترة الصباحية نظرا لاستخدام الاذاعة كمنبه من قبل الجمهور.

2_ النتائج المتعلقة بالتساؤل الفرعي الثاني: درجة تفاعل جمهور المستمعين مع الصفحة الرسمية لإذاعة

تبسة الجهوية عبر الفيسبوك.

حيث أن طبيعة التفاعل كانت من خلال الإعجاب بالمنشورات نظرا لخاصية المتلقي الذي يتفاعل حسب القاعدة الإعلامية التي تستند على وجود مصدر ومتلقي وهذا ما يعكس أن أغلب المبحوثين لم يسبق لهم المشاركة في الحصص المذاعة عن طريق الاتصال بالرغم من تفاعلهم مع البرامج الاجتماعية وهذا ما

يتضح من خلال أنهم ينتقون البرامج التي يتابعونها دون مناقشتها مع الغير، إلا في مرات قليلة تتم المناقشة مع الأصدقاء الافتراضيين عبر الفيسبوك، مع ملاحظة الزيادة في المتابعة للإذاعة عبر الفيسبوك نظرا لتعدد المحامل وسهولة الوصول إليها، حيث يكون التفاعل من أجل المشاركة والاطلاع على الأخبار والمعلومات فقط لتحافظ على دورها الكلاسيكي، الأمر الذي ينعكس على جماهيرية بعض الإعلاميين العاملين في الإذاعة دون غيرهم، خاصة وان ارتبط الاعلامي بالبرامج الأكثر جذبا للجمهور، وهذا ما أكدته الشواهد الامبريقية حيث يعد الاعلامي رزقي علي الأكثر متابعة عبر صفحة الفيسبوك من قبل المبحوثين وهذا يتفق مع دراسة درزاوي مصطفى الموسومة بتفاعل الجمهور الرياضي مع الحصص الرياضية، والذي توصل من خلالها إلى أن الجماهير ذواقة في اختيار البرامج التي تتابعها، والافتتاح بمقدم البرنامج ومحتواه من شأنه أن يرفع من نسبة التفاعل مع ملاحظة وجود اختلاف مع دراسة نوال رضا الموسومة بواقع اخراج البرامج التفاعلية في الإذاعة الرقمية حيث توصلت إلى أن عدم تحكم العاملين في الإذاعة من الوسائل التقنية يقلل من نسبة التفاعل وهو ما خالفته نتائج دراستنا حيث ان التفاعل ليس منوطا فقط بقدرات العاملين بالإذاعة، بل يرتبط أيضا بقدرات الجماهير على استخدام هذه الوسائل الأمر الذي ظهر جليا في نتائج دراستنا حيث أن الشواهد أثبتت أن أغلب المتابعين لصفحة إذاعة تبسة عبر الفيسبوك هم من الشباب المتعلم الذي يستطيع التحكم في مختلف المحامل ويتفاعل من خلالها.

3_ النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الثالث: طبيعة البرامج الإذاعية التي يتفاعل معها جمهور المستمعين

عبر الفيسبوك.

إن الإذاعة تقدم برامج متنوعة تهتم بمختلف الشرائح في المجتمع خاصة النساء نظرا للدور الذي يقمن به من إعداد للنساء ونقل الثقافة المجتمعية له أي الثقافة شبه التقليدية والتي تعتمد أساسا على التآزر والتكافل والتلاحم الأمر الذي ينعكس على البرامج الأكثر تفاعلا من قبل الجماهير حيث يعد برنامج ناس الهمة من أكثر البرامج التي يتم التفاعل معها من قبل جمهور المتابعين نظرا لما تقدمه هذه البرامج من مضامين تؤكد

على الوحدة المجتمعية المحلية لارتباطها بالشؤون اليومية التفصيلية الملاحظة مباشرة من قبل جمهور المستمعين، وهذا يوضح الاهتمام البالغ من قبل العاملين بالإذاعة بالشأن المحلي والمشاكل التي تواجه المواطن حيث تسعى لحل المشاكل خاصة المتعلقة بالجانب الاجتماعي والذي يعد المحور الأساسي الذي تدور حوله الوظيفة التنموية لإذاعة تبسة المحلية، وهذا ما انعكس على الاقتراحات التي قدمها الباحثون حول سبل تطوير صفحة إذاعة تبسة والتي صبت في اتجاه فتح مجال أكثر للمشاركة خاصة للفئات الشابة، وهذا ما يتفق مع دراسة سويقات لبنى الموسومة بالإعلام المحلي وأبعاده التنموية في المجتمع، حيث تم التوصل أن البرامج الأكثر بروزا والأكثر تفاعلا من قبل الجماهير هي البرامج الاجتماعية، فإن ما تقدمه إذاعة تبسة من مضامين متنوعة مرتكزة على المزوجة بين الخصوصية الثقافية للجماهير والواقع التقني المتطور، تهدف من خلاله الى تحقيق تنمية ثقافية وتعليمية، وفي الاقتصادية يرفع من التفاعل معها من قبل جمهور المستمعين ومع ازدياد المتابعين لصفحة الإذاعة عبر الفيسبوك دليل على فعالية هذا التوجه.

خاتمة

خاتمة:

حاولنا من خلال دراستنا هذه الوقوف وعن كثب على كيفية تفاعل جمهور المستمعين مع إذاعة تبسة عبر صفحة الفيسبوك، ودون تكرار المعلومات التي سبق ذكرها بالتفصيل، وحتى لا يشعر القارئ بالملل وبانتهاج أقرب المسالك، فإننا نقول قد حاولنا من خلال ما سبق ذكره الإلمام بمختلف جوانب الظاهرة موضوع الدراسة، وذلك بالوقوف على أهم محطاته من خلال فصول دراستنا النظرية والميدانية على السواء، ويمكن القول بأن هناك ثلاث محطات رئيسية تستوقفنا بعد قراءتنا المتأنية لهذه الرسالة، لا يفوتني المقام هنا لذكرها وهي:

_ أن جمهور المستمعين يستخدمون الفيسبوك منذ أكثر من ثلاث سنوات وهذا مرده إلى التطور التقني وتنوع العروض التي تقدمها شبكات الاتصال المختلفة، وذلك ما انعكس على استماعهم للإذاعة عبر الفيسبوك حيث أن أغلبهم يستمعون إلى الإذاعة عبر هذا التطبيق منذ اقل من سنتين، فالجمهور يفضل الاستماع إلى الإذاعة في الفترة الصباحية ولمرة واحدة يوميا، وتعرفهم على صفحة الإذاعة كان عن طريق الصدفة، ويبرز استخدام الهاتف كحامل لتلقي برامج الإذاعة عبر الفيسبوك لمدة زمنية تقل عن ساعة مع ملاحظة أن نسبة المتابعة للإذاعة لم تتغير.

_ أن طبيعة تفاعل جمهور المستمعين لإذاعة تبسة عبر الفيسبوك كانت من خلال الإعجاب بالمنشورات نظرا لخاصية المتلقي الذي يتفاعل حسب القاعدة الإعلامية التي تستند على وجود مصدر ومتلقي وهذا ما يعكس أن أغلب المبحوثين لم يسبق لهم المشاركة في الحصص المذاعة عن طريق الاتصال بالرغم من تفاعلهم مع البرامج الاجتماعية وهذا ما يتضح من خلال أنهم ينتقون البرامج التي يتابعونها دون مناقشتها مع الغير، إلا في مرات قليلة تتم المناقشة مع الأصدقاء الافتراضيين عبر الفيسبوك، مع ملاحظة الزيادة في المتابعة للإذاعة عبر الفيسبوك نظرا لتعدد المحامل وسهولة الوصول إليها.

_ إن إذاعة تبسة تقدم برامج متنوعة تهتم بمختلف الشرائح في المجتمع خاصة النساء نظرا للدور الذي يقمن به من إعداد للنساء ونقل الثقافة المجتمعية له أي الثقافة شبه التقليدية والتي تعتمد أساسا على التآزر والتكافل والتلاحم الأمر الذي ينعكس على البرامج الأكثر تفاعلا من قبل الجماهير حيث يعد برنامج ناس



خاتمة:

الهمة من أكثر البرامج التي يتم التفاعل معها من قبل جمهور المتابعين نظرا لما تقدمه هذه البرامج من مضامين تؤكد على الوحدة المجتمعية المحلية لارتباطها بالشؤون اليومية التفصيلية الملاحظة مباشرة من قبل جمهور المستمعين.

ومما سبق يمكن القول بان الإذاعة ورغم التطور الكبير لوسائل الإعلام وتراجع مكانتها بين وسائل الإعلام الأخرى كالتلفزيون، إلا أنها تبقى وسيلة إعلامية مهمة يعتمد عليها الأفراد خاصة المجتمعات المحلية. وختاما نأمل أن نكون قد وفقنا ولو بشكل قليل في خدمة هذا الموضوع، والإمام بجميع جوانبه ونقول قوله صلى الله عليه وسلم: "من اجتهد وأصاب فله أجران ، ومن اجتهد وأخطأ فله أجر".

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

1/_ الكتب:

1. جودت عزت عطوي، أساليب البحث العلمي، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2007.
2. رجاء وحيد الدويدي، البحث العلمي وأساسياته النظرية وممارسته العلمية، دار الفكر، دمشق، 2000.
3. رجاء وحيد دودري، البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العملية، دار الفكر المعاصر، لبنان، 2000.
4. عامر قنديلحي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 1999.
5. عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008.
6. علاء الدين محمد العفيفي، الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2015.
7. علي خليل شقرة، الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
8. كمال دلشي، منهجية البحث العلمي، مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية، 2016.
9. مجيد خليل حسين، عبد الغفور إبراهيم احمد، المدخل إلى طرق البحث العلمي، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
10. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2000.

قائمة المصادر والمراجع:

11. منى سعد حديدي، سلوى إمام علي، الإعلام و المجتمع، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2004.

2/_ المذكرات:

12. أشرف عبد الرحيم الرفاع، دور شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج الإعلامي للسياحة في الأردن من وجهة نظر السائحين المحليين والعرب، مذكرة ماجستير، قسم صحافة واعلام، جامعة الشرق الاوسط، الاردن، 2019.
13. بغدادي خيرة، إشكالية الإدماج الوطني في الإعلام المحلي، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر 2، بوزريعة، 2013/2012.
14. بن عزة فاطمة الزهراء، الإذاعة المحلية ودورها في تحديد توجهات الرأي العام، اطروحة دكتوراه، تخصص علم اجتماع الاتصال، جامعة ابي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2017/2016.
15. تسعديت قدوار، اثر تكنولوجيات الاتصال على الإذاعة وجمهورها، مذكرة ماجستير، تخصص قياس جمهور وسائل الإعلام، جامعة الجزائر 3، 2011/2010.
16. تيميزار فاطمة، الإذاعة في عصر المعلومات التكنولوجيات والبدائل الجديدة، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد 16، جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي ، الجزائر، جوان 2016.
17. حداد ناريمان، الحركة النسوية العربية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، شهادة دكتوراه، تخصص إعلام واتصال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2019/2018.

قائمة المصادر والمراجع:

18. دروازي مصطفى، تفاعل الجمهور الرياضي مع الحصص الحوارية الرياضية، دراسة وصفية لجمهور الاذاعة المحلية بالجلفة حصة النقاش الرياضي (نموذجا)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص إعلام واتصال رياضي، جامعة الجزائر3، 2012/2011
19. سويقات لبنى، الإعلام المحلي وأبعاده التنموية في المجتمع، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة وهران، الجزائر، 2010/2009
20. شعباني مالك، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي، دراسة ميدانية بجامعة قسنطينة وبسكرة، أطروحة دكتوراه، جامعة منتوري قسنطينة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع والديمغرافيا، 2006،
21. طاهري لخضر، واقع الإذاعة المحلية ومعالجتها المشكلات الاجتماعية، مذكرة ماجستير، تخصص علم اجتماع الاتصال والعلاقات العامة، جامعة خيضر محمد، بسكرة، الجزائر، 2012/2011.
22. عبد الجبار أحمد عبد الله، فراس كوركيس عبد العزيز، دور شبكات التواصل الاجتماعي في الربيع العربي، مجلة العلوم السياسية، العدد 44،
23. علي قسايسية: المنطلقات النظرية و المنهجية لدراسات التلقي . دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر، أطروحة دكتوراه، علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2007/2006.
24. نوال رضا، واقع اخراج البرامج التفاعلية في الاذاعة الرقمية اذاعة جيجل انموذجا، مذكرة الماجستير، تخصص تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2012/2011.

قائمة المصادر والمراجع:

3/_ المجلات:

25. مشتاق طلب فاض، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي، مجلة

تكريت للعلوم السياسية، جامعة تكريت العراق، العدد 12، 2017،

4/_ المواقع:

26. www.almaany.com › dict › ar-ar

الملاحق

الملحق رقم (01)



جامعة الشيع العربي التبسي - تبسه -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

تخصص إعلام واتصال



استمارة استبيان ضمن موضوع:

تفاعل جمهور المستمعين مع إذاعة تبسة الجهوية عبر الفايسبوك

دراسة ميدانية على عينة من متابعي صفحة إذاعة تبسة

إشراف الدكتورة :

- عابدي لدمية

إعداد الطلبة :

- سعدي رحمة

- خالد صابر

• ملاحظة : معلومات هذه الاستمارة سرية ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي ،لذا نرجو الإجابة

بكل موضوعية بوضع علامة (x) أمام الإجابة . ملأ الفراغات بالاجابات الصحيحة

2020/2019

المحور الأول: البيانات الشخصية

1. الجنس:

أنثى

ذكر

2. السن:

• 29-20

• 39-30

• أكثر من 39 سنة

3. المستوى التعليمي:

.....

4. المهنة:

.....

المحور الثاني: درجة اهتمام جمهور المستمعين - عينة الدراسة - بإذاعة تبسة الجهوية في موقع

الفايسبوك

5. منذ متى وأنت تستخدم الفايسبوك؟

• أقل من سنة

• سنة إلى 03 سنوات

• أكثر من 03 سنوات

6. منذ متى وأنت تستمع لإذاعة تبسة عبر الفايسبوك؟

.....

7. ما هي الفترة المفضلة لك للاستماع لإذاعة تبسة عبر الفايسبوك؟

• الصباح

• المساء

• الليل

8. كم مرة في اليوم تزور صفحة إذاعة تبسة عبر الفايسبوك :

- مرة
- مرتان
- أكثر من ذلك

9. هل تعرفت على الصفحة الرسمية لإذاعة تبسة عبر الفايسبوك ؟

- بالصدفة
- عن طريق صديق
- عبر الاستماع للراديو

- أخرى اذكرها:.....

10. ما هي المحامل التي تستخدمها لتلقي برامج إذاعة تبسة عبر الفايسبوك:

- الهاتف النقال
- اللوحة الذكية
- الحاسوب

11. كم هي المدة التي تقضيها في متابعة إذاعة تبسة عبر الفايسبوك:

- أقل من ساعة
- من ساعة إلى ساعتان
- أكثر من ساعتان

12. مع استخدامك للفايسبوك هل ترى أن متابعتك لبرامج إذاعة تبسة عبر الراديو:

- زادت
- تراجعت
- لم تتغير

المحور الثالث: درجة تفاعل جمهور المستمعين - عينة الدراسة - مع الصفحة الرسمية لإذاعة تبسة على الفايسبوك

13. ما طبيعة تفاعلك مع إذاعة تبسة عبر الفايسبوك:

• بكتابة تعليق

• بالمشاركة

• بالإعجاب

• بالاتصال الهاتفي

-أخرى اذكرها:.....

14. هل سبق لك وأن شاركت في حصة من الحصص المذاعة على المباشر _ عبر الفايسبوك _ عن

طريق الهاتف؟

• نعم

• لا

15. ما نوع البرامج التي تتفاعل معها أكثر على صفحة إذاعة تبسة في الفايسبوك

• ثقافية

• سياسية

• اجتماعية

• دينية

- أخرى اذكرها:.....

16. عندما تتابع برامج إذاعة تبسة عبر الفايسبوك فهل تتفاعل ؟

• مع كل البرامج

• مع بعض البرامج

17. عندما تتفاعل مع برامج إذاعة تبسة عبر الفايسبوك هل تناقشها مع الغير:

- دائما
- أحيانا
- أبدا

_ في حالة الإيجاب مع من تتفاعل؟

- مع أفراد أسرتك
- مع أصدقائك الواقعيين
- مع أصدقائك الافتراضيين

18. هل ترى أن تفاعلك مع إذاعة تبسة عبر الفايسبوك زاد مقارنة بالسابق (عبر الراديو)؟

- نعم
- لا

19. هل تفاعلك مع برامج إذاعة تبسة عبر الفايسبوك من أجل:

- خلق حوار
- إبداء رأي
- مشاركة فقط
- حل مشكلة

- أخرى اذكرها:.....

20. من هو المذيع الذي تتفاعل معه أكثر عبر الصفحة الرسمية لإذاعة تبسة؟

.....

المحور الرابع: طبيعة البرامج الإذاعية التي يتفاعل معها جمهور المستمعين - عينة

الدراسة- عبر الصفحة الرسمية لإذاعة تبسة على الفايسبوك

21. حسب رأيك ما هي الشريحة التي تهتم بها إذاعة تبسة في برامجها أكثر؟

- النساء
- الشباب
- الأطفال
- الرجال

22. ما هو البرنامج الذي تتفاعل معه أكثر؟

• يوم جديد

• ناس الخير

• مملكة الإبداع

آخر أذكره:.....

23. حسب رأيك ما هي المضامين التي يتفاعل معها جمهور المستمعين أكثر؟:

• الاجتماعية

• الثقافية

• السياسية

• الاقتصادية

• الرياضية

24. هل ترى ان صفحة الفايسبوك لاذاعة تبسة تهتم بحل المشاكل التي يعاني منها المجتمع المحلي؟

• نعم

• لا

_ في حالة الإجابة بنعم: ما طبيعة هذه المشاكل؟

• اجتماعية

• بيئية

• ثقافية

- أخرى أذكرها:.....

25. ما هي اقتراحاتك لتطوير الصفحة الرسمية لاذاعة تبسة الجهوية؟

.....

.....

.....

الملحق رقم (02)

	Stret (27° Ouest)	Substans (27° Ouest)	Altimet (80° Est)
Fréquence	12674	11680	12240
Symbol rate	20255	27500	30000
Polarisation	horizontale	horizontale	horizontale
FEC	3/4	3/4	3/4

037 550 707 | 037 550 736 | 037 550 751

Radio tebessa إذاعة الجزائر من تبسة
Radio station

Send Message

Mozena, Smile, Fadi and 39,866 others like this

واجهة الصفحة الرسمية لاذاعة تبسة الجهوية عبر الفيسبوك

Radio tebessa إذاعة الجزائر من تبسة
Radio station

Send Message

Mozena, Smile, Fadi and 39,866 others like this

ws Videos Photos **About** Community Groups

Rte annaba, 12000 Tébessa GET DIRECTIONS

037 55 08 08

tebessa.radiofm@gmail.com

http://radioalgerie.dz/live/tebessa.html

معلومات الاتصال وموقع اذاعة تبسة الجهوية

Radio tebessa إذاعة الجزائر من تبسة
Radio station

Send Message

Mozena, Smile, Fadi and 39,866 others like this

Home Posts Reviews Videos Photos About

39,869 Total likes | **48,017** Total follows

عدد المتابعين والمعجبين بالصفحة الرسمية لاذاعة تبسة الجهوية

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية تفاعل جمهور المستمعين مع إذاعة تبسة عبر صفحة الفيسبوك وتمحورت إشكالية الدراسة في: كيف يتفاعل جمهور المستمعين _عينة الدراسة_ مع إذاعة تبسة الجهوية عبر موقع الفيسبوك ؟ حيث تكونت عينة الدراسة من 75 مفردة إذ تم اختيارها بطريقة العينة القصدية، وتم الاعتماد على المنهج الوصفي، كما تم استخدام أدوات جمع البيانات (الاستبيان، الملاحظة).

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

- أن طبيعة تفاعل جمهور المستمعين لإذاعة تبسة عبر الفيسبوك كانت من خلال الإعجاب بالمنشورات نظرا لخاصية المتلقي الذي يتفاعل حسب القاعدة الإعلامية التي تستند على وجود مصدر ومتلقي .
- إن إذاعة تبسة تقدم برامج متنوعة تهتم بمختلف الشرائح في المجتمع خاصة النساء نظرا للدور الذي يقمن به من إعداد للنشء ونقل الثقافة المجتمعية له أي الثقافة شبه التقليدية.

الكلمات المفتاحية: الجمهور، المستمعين، الإذاعة المحلية، الإعلام المحلي، الفيسبوك.

Summary :

This study aims to identify how audience listening interact with Tebessa Radio through the Facebook page The problem with the study revolves around: How does the audience audience interact with study sample with Tebessa Regional Radio through Facebook? The study sample consisted of 75 individuals, as they were chosen by the intentional sample method, and the descriptive approach was relied upon and data collection tools were used (questionnaire, observation).

The study reached a set of results, including: The nature of the audience's interaction with Radio Tebessa via Facebook was liked by the publications due to the characteristics of the recipient who interacts according to the media base that is based on the presence of a source and recipient Radio Tebessa offers a variety of programs concerned with various segments of society especially women in view of the role they play in preparing young people and transferring societal culture to it semi-traditional culture.

Key words: local radio, local media, audiences listeners, Facebook.