



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد ابن باديس . مستغانم .

كلية العلوم الاجتماعية

قسم علوم إنسانية

شعبة علوم الاعلام والاتصال

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في تخصص اتصال وعلاقات عامة الموسومة

قال الله تعالى
واللغة العربية
مستغانم
Bou



تفاعل الجمهور مع مضامين صفحة الإذاعة على موقع الفيس بوك

" إذاعة مستغانم الجهوية أنموذجاً "

تحت اشراف الأستاذة

د: بوعدة حسينة



من إعداد:

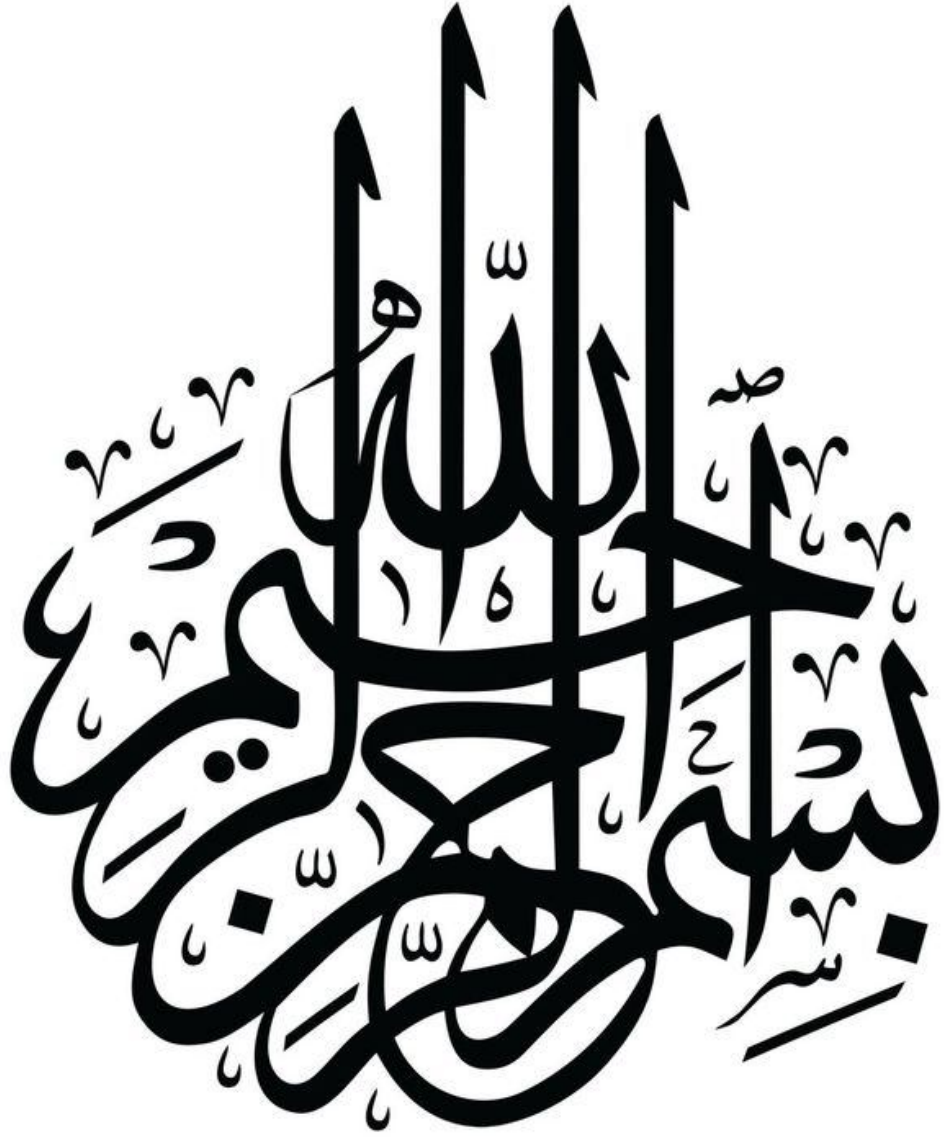
بالخير صابرية.

بلهوارى بدره.

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
لمياء مرتاض نفوسي	أستاذة محاضرة أ	رئيسا
فايزة اسعد زرهوني	أستاذة محاضرة أ	مناقشا
بوعدة حسينة	أستاذة محاضرة أ	مشرفا ومقرا

2022 / 2021



فهرس المحتويات:

- شكر وعرفان.....6.
- اهداء.....7.
- ملخص الدراسة.....8. 9.
- مقدمة.....أ. ب.
- الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة.
- تمهيد
- 1. الدراسة الاستطلاعية.....2. 3.
- 2. الإشكالية.....3. 4.
- 3. الفرضيات.....4.
- 4. أسباب اختيار موضوع الدراسة.....4. 5.
- 5. اهداف الدراسة.....5.
- 6. أهمية الدراسة.....5.
- 7. الدراسات السابقة.....6. 9.
- 8. تحديد المفاهيم والمصطلحات.....10. 12.
- 9. المدخل النظري للدراسة.....12. 14.
- 10. منهج الدراسة.....14. 15.
- 11. مجتمع البحث، المعاينة، العينة.....15.
- 12. أدوات جمع البيانات.....15. 17.
- الإطار النظري للدراسة.
- 1. الفصل الثاني: الإذاعة المحلية والمجتمع المحلي.
- تمهيد.
- نشأة الإذاعة وتطورها.....21.
- خصائص الإذاعة.....21.
- وظائف الإذاعة.....22. 23.
- أنواع الإذاعة.....23. 24.
- مميزات جمهور الإذاعة.....24.

- .25..... تاريخ الإذاعة الجزائرية.
- .26 . 25..... الإذاعة المحلية والمجتمع المحلي في الجزائر.
- .27..... جمهور الإذاعة المحلية.
- .28..... الدور التنموي للإذاعة المحلية اتجاه مجتمعا المحلي.
- خلاصة الفصل.

2. الفصل الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي.

- تمهيد.
- .33 . 32..... مواقع التواصل الاجتماعي نشأتها وتطورها.
- .34 . 33..... خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.
- .35 . 34..... أنواع مواقع التواصل الاجتماعي.
- .35..... الفيس بوك نشأته وتطوره.
- .37 . 36..... خصائص الفيس بوك.
- تفاعل الجمهور مع صفحات الفيس بوك الاذاعية على مواقع التواصل الاجتماعي.
- .38 . 37.....
- .39 . 38..... جمهور مواقع التواصل الاجتماعي.
- خلاصة الفصل.
- الإطار الميداني للدراسة.
- تمهيد.

- .47 . 43..... بطاقة تقنية لإذاعة مستغانم الجهوية.
- .48..... بطاقة فنية لصفحة إذاعة مستغانم على الفيس بوك.

1. الفصل الرابع: تحليل تفاعل الجمهور مع منشورات صفحة إذاعة مستغانم.. 50 . 54.

2. الفصل الخامس عرض وتحليل نتائج بيانات الاستمارة..... 56 . 79.

- .81 . 79..... نتائج الدراسة.
- .82..... خاتمة.
- .86 . 83..... قائمة المراجع.

اهداء

- الملاحق.

شكر و عرفان:

قال الله تعالى: (ولئن شكرتم لأزيدنكم) قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "من لم يشكر الناس لم يشكر الله " نفتح بشكر الله وبحمده، فالحمد لله الذي جعل الحمد مفتاح رحمته وخلق الظلمات والنور، وهدى من أحبهم إلى صراط مستقيم، حمدا لك يا رب كما ينبغي لجلال وجهك وعظيم سلطانك، سجدنا لك يا رب شاكرات مزيد فضلك وعظم نِعائِكَ على ما منحتنا من قوة وألهمتنا هبة الصبر وتحمل عناء هذا المشوار حتى أتمنا هذا العمل في صورته هذه
اولا وقبل كل شيء نتقدم بالشكر والعرفان لأمهاتنا وآبائنا الذين كانوا لنا منبع حنان وعطاء طيلة مشوارنا الدراسي.

كما نتقدم بالشكر والامتنان والتقدير لأستاذتنا الفاضلة: "بوعدة حسينة" التي أفادتنا فكانت لنا خير موجه وناصح، وصبرت معنا طيلة إنجاز هذه الدراسة التي تكلمت بالإشراف عليها.

اهداء:

إلى الوالدين الكريمين أطال الله في عمرهما، اللذين أدين لهما
بكل الامتنان
والشكر والعرفان . إلى كل أفراد العائلة والأصدقاء دون
استثناء . إلى كل من

ساعد من قريب أو بعيد لإتمام هذا العمل. إلى كل هؤلاء،
أهدي هذا العمل و
أرجو من الله العلي القدير أن يوفقنا لما فيه خيرنا وصلاح
أمرنا واستقامة
نهجنا إن شاء الله.

ملخص الدراسة:

لقد تناولت هذه الدراسة تفاعل الجمهور مع مضامين الإذاعة المحلية " إذاعة مستغانم الجهوية" عبر صفحتها في الفيس بوك في ظل الانتشار الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي خاصة " الفيس بوك" باعتبارها وسيلة إعلام واتصال جماهيرية تهتم بشؤون المواطن المحلي، حيث سعت الدراسة الى الكشف عن اشكال تفاعل الجمهور مع المضامين المنشورة في صفحة الإذاعة، ولقد تم الاعتماد على أداة الاستبيان لجمع البيانات بالإضافة الى تحليل التفاعلات مع المنشورات.

- وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:
- يتصفح المبحوثين صفحة الإذاعة أحيانا وليس بصفة دائمة.
- من أسباب تصفح الجمهور لصفحة الإذاعة هي معرفة اخبار الولاية والتطلع لآخر المستجدات.
- اغلب المبحوثين يتفاعلون عن طريق الاعجاب والتعليق.

- تتمثل طبيعة تعليقات الجمهور في التعبير عن آرائهم وطرح الأفكار التي تعبر عن انشغالاتهم ومطالبهم كمجتمع محلي، وهذه الآراء من منشور لآخر ومن شخص لآخر لكن عموماً تنصب في سياق تأييد ما يطرحه الفيديو والمنشور الا في بعض الحالات والمواضيع المطروحة التي نرى فيها عدم استحسان ونقد، وكذا تقديم الاقتراحات

Abstract:

This study has dealt with the audience's interaction with the contents local radio RadioMostaganemRegional through her Facebook page in light of the large spread of social networking sites, especially Facebook.

As a mass media and communication tool concerned with the affairs of the local citizen, the study sought to reveal on the forms of audience interaction with the contents published on the radio page, a tool has been relied on questionnaire to collect data in addition to analysing interactions with publications, The study reached a set of results, the most important are:

- Respondents browse the radio page sometimes, not always.
- One of the reasons of the public browsing the radio page is to know the state's news and to look forward to the latest developments.
- Most of the respondents interact by liking and commenting.
- The nature of the audience's comments is to express their opinions and present ideas.

المقدمة:

إن التطورات المتسارعة التي يشهدها العالم في مجال التكنولوجيات الحديثة، وما توفره وتمنحه من خدمات مختلفة، جعلت المجتمعات مرتبطة، فهي التي اختصرت الوقت والجهد وقلصت المسافات وجعلت من العالم قرية واحدة.

ومن أبرز هذه التكنولوجيات نجد مواقع التواصل الاجتماعي من بينها الفيس بوك والتويترواليوتيوبالتي طغت على الحياة اليومية للأفراد بشتى فئاتهم، لتنتشر بعد ذلك داخل المؤسسات بمختلف أنواعها (اقتصادية، خدماتية، إعلامية....)، حيث أصبحت تزاوّل خدماتها ونشاطاتها على مختلف مواقع التواصل الاجتماعي.

ومن بين المؤسسات الإعلامية التي واكبت هذا التطور التكنولوجي وسعت الى استغلال كل مزاياه، نجد الإذاعة من الأوائل التي سارعت لاكتشاف هذا المجال، فالإذاعة حاضرة وباقية شأنها شأن جميع وسائل الاتصال الحديثة، وربما كانت هي الأقوى والأكثر جدارة بالاستمرار.

وإذاعة مستغانم هي الأخرى تستعمل هذه المواقع من اجل تقديم خدماتها المختلفة لجمهورها ومن هذا المنظور نسعى من خلال دراستنا للكشف عن تفاعل الجمهور من مع مضامين صفحة إذاعة مستغانم الجهوية عبر موقع الفيس بوك والكشف عن اشكال هذا التفاعل.

وجاءت خطة بحثنا على النحو التالي:

الإطار المنهجي للدراسة وتم فيه طرح الإشكالية وطريقة سير الدراسة
الإطار النظري والذي تم التطرق في الفصل الأول للإذاعة المحلية والمجتمع المحلي في الجزائر، اما الفصل الثاني فتم التطرق لمواقع التواصل الاجتماعي

وفي الأخير الإطار الميداني الذي تم فيه عرض بيانات الدراسة من خلال تحليل ومناقشة نتائج الاستمارة وصف مختلف التفاعلات مع منشورات الاذاعة عبر صفحتها في الفايس بوك

أخير عرض نتائج الدراسة والخاتمة ثم المراجع والملاحق.



الإطار المنهجي للدراسة

تمهيد

نحاول من خلال هذا الفصل التطرق إلى مختلف الخطوات المنهجية لإنجاز الدراسة من إشكالية وفرضيات تحديد المفاهيم، أساليب جمع البيانات..... الخ، نهدف من خلال هذا الفصل إلى هندسة الاجراءات المنهجية لدراستنا بالنظر إلى طبيعة الموضوع وميدان الدراسة

1. الدراسة الاستطلاعية:

تعرف الدراسة الاستطلاعية على أنها تلك الأبحاث التي يلجأ إليها الباحث، عادة لتدليل الصعوبات التي يواجهها على مستوى استكشاف الظواهر محل الدراسة أو التعرف عليها بصورة جيدة بعد اكتشافها.¹

ومن ثم فإن الدراسة الاستطلاعية لموضوع بحثنا تمثلت في الملاحظة لمحل الدراسة ومن ثم الإلمام بمختلف المصادر والمراجع التي تنصب محور اهتماماتنا في موضوعنا حيث كان موضوع دراستنا في الأول حول "مساهمة الفيس بوك في تسيير العلاقات العامة " ولتحقيق ذلك قمنا بدراسة أولية تمت على مستوى إذاعة مستغانم بتاريخ 2022/02/09 تمثلت في اجراء مقابلة مع العاملين بها أي الجمهور الداخلي حول استخداماتهم لمواقع التواصل الاجتماعي على راسها موقع الفيس بوك في ممارسة العلاقات العامة و تمثلت الأسئلة المطروحة في المقابلة كما يلي:

- هل تعتمد الإذاعة على موقع الفيس بوك في تسيير علاقاتها العامة؟
- هل تحضى الصفحة باهتمام من قبل الجمهور؟
- هل هناك فريق خاص قائم على تسيير الصفحة؟
- ماهي اهداف الإذاعة من وراء صفحتها على الفيس بوك؟

ومن جراء هذه الدراسة الاستطلاعية تبينا لنا ان الإذاعة تعتمد بصفة رسمية على موقع الفيس بوك فقط في تزويد جمهورها المتابع لها عبر صفحتها بالمعلومات المتعلقة بها و كذلك لنشر برامجها و إيصال محتواها لجمهورها المتواجد في الفضاء الأزرق (موقع الفيس بوك) , فقمنا في اليوم الموالي بالاطلاع على صفحة إذاعة مستغانم على موقع الفيس بوك لاستكشافها وهنا تعرفنا اكثر على الصفحة و مميزاتها و نوع المضامين التي تنشر فيها, ومن هنا ارتأينا ان نعالج هذه الدراسة من هذا الجانب حيث

أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2010، ص . ص 48 .

قررنا ان نغير موضوع دراستنا الى " تفاعل جمهور الإذاعة مع مضامين صفحاتها على موقع الفيس بوك إذاعة مستغانم الجهوية "نموذجاً"، لأننا نرى أن هذا الموضوع بهذه الصيغة أكثر ملائمة لدراستنا الميدانية والتطبيقية.

2. الإشكالية:

تعد الإذاعة إحدى وسائل الاتصال الجماهيرية التي عرفها الإنسان في حياته اليومية منذ بداية القرن العشرين وهي أكثر وسائل الاتصال تأثيراً على الجمهور، والأكثر استخداماً نظراً لسهولة الاستخدام وسهولة الاقتناء نتيجة رخص أسعار أجهزة الراديو فضلاً عن إمكانية تنقلها مع الأشخاص في أي مكان فهي

تستطيع تحطيم حواجز الزمن والمسافات عن طريق الموجات الكهرومغناطيسية، كما انها تخاطب الجماهير بجميع مستوياتها الثقافية والتعليمية حيث تقدم الانباء والتعليق والشرح والتفسير للمستمع، فللإذاعة دور هام في الاتصال بالجمهور والتفاعل معه من خلال برامج متنوعة التي يكون فيها المتلقي جزءاً من تكوين صناعة ذلك البرنامج وكذلك تزويده بكل ما هو جديد من معلومات مع تلبية احتياجات الجمهور وطرح مشاكلهم وإيجاد حلول لها.¹

وتعتبر الإذاعة المحلية المسموعة أحد الوسائل المستخدمة في عمليات التنمية الاجتماعية المحلية من خلال مختلف البرامج، كما تلعب دوراً هاماً في نشر التوعية الاجتماعية كمحو الأمية، وتعليم البنات والصحة العامة... الخ.²

ولابد ان الإذاعة كانت من بين وسائل الاعلام المستفيدة من التطور التكنولوجي حيث اصبحت مغايرة لما كانت عليه في السابق فكان من الطبيعي بالنظر إلى التطورات التكنولوجية الهائلة في مجال الاتصال وما نتج عنها من خصائص جديدة أن تنعكس هذه المتغيرات الجديدة على الإذاعة المسموعة

حيث أصبحنا نسمع ونشاهد في وقت واحد وذلك عن طريق الانترنت والموقع الالكتروني وكذلك مواقع التواصل الاجتماعي حيث ارتفع عدد متابعي الإذاعة خاصة بعد التفاعل الذي شهدته البرامج الإذاعية من قبل المتابعين بعد دخولهم هذا الفضاء وأصبح التفاعل العنصر الرئيسي في العملية الاتصالية والتي تمتاز بالاستمرارية، وتتيح للمشاركين القدرة على التواصل والتفاعل مع المحتويات الموجودة في هذا الفضاء.

¹فضيلة خيرة، قفي حفصة، تفاعل مستمعي إذاعة الحضنة مع موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، مذكرة مكملة لنيل شهادة الليسانس في علوم الاعلام والاتصال تخصص: اعلام. 2019.

²شرفي فطيمة، دور الإذاعة المحلية في تلبية الاحتياجات الثقافية لدى المرأة "إذاعة المسيلة الجهوية" نموذجاً، دراسة ميدانية على عينة من النساء الماكثات في البيت، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص: اتصال، 2013.

وكان الفيس بوك من أهم مواقع التواصل الاجتماعي المستخدم من طرف المؤسسات الإعلامية من اجل مواكبة هذا التغيير الحاصل وأن تتأقلم مع الظروف والمعطيات الراهنة التي فرضتها مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة موقع الفيس بوك وهذا لما له من تأثير كبير على العديد من فئات المجتمع ولما يتيح من خدمات للجمهور أهمها التفاعل.

فسعت العديد من المؤسسات الإعلامية ومن بينها الإذاعة الى انشاء صفحات لها على هذا الموقع تكون تابعة ومكملة لنشاطاتها متيحاً بذلك إمكانية تفاعل جمهورها بشكل كبير مع برامجها الإذاعية ومحتوياتها عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي.

ونجد من الاذاعات التي خصصت لنفسها صفحة على الفيس بوك اذاعة مستغانم الجهوية، التي يوجد مقرها في مدينة مستغانم حيث قامت بتخصيص صفحة على الفيس بوك من اجل تسهيل تفاعل جمهورها مع برامجها وما تعرضه من محتوى من خلال هذا الموقع.

ومن هذا المنطلق تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن اشكال تفاعل جمهور إذاعة مستغانم مع مضامين صفحاتها على الفيس بوك، ومن هنا جاءت تساؤلات الدراسة على النحو التالي:

- ماهي اشكال تفاعل الجمهور مع مضامين إذاعة مستغانم عبر صفحاتها على موقع الفيس بوك؟
وبناء على ما تقدم في الإشكالية يمكن تفكيك السؤال الأساسي المطروح إلى تساؤلات فرعية على النحو التالي:

- كيف يمارس الجمهور خاصية التفاعل مع مضامين صفحة الاذاعة على الفيس بوك؟
- ما هي طبيعة الآراء التي يقدمها الجمهور حول مضامين صفحة الاذاعة على الفيس بوك؟

3. الفرضيات:

- يمارس الجمهور خاصية التفاعل مع مضامين صفحة الإذاعة على الفيس بوك عن طريق الاعجاب والتعليق ومشاركة المنشور.
- تتمثل طبيعة آراء الجمهور في تقديم وجهات نظرهم وطرح افكارهم وكذلك تقديم اقتراحات أو انتقادات.

4. أسباب اختيار الموضوع:

تعود اسباب اختيارنا لدراسة موضوع "تفاعل جمهور الإذاعة مع مضامين صفحاتها على موقع الفيس بوك إذاعة مستغانم الجهوية "انموذجا" الى دوافع موضوعية واخرى ذاتية يمكن تلخيصها فيما يلي:

- أسباب موضوعية:
- أحد أسباب اختيار الموضوع كانت محاولة اسهام هذه الدراسة المتواضعة ولو بالقليل في المجال المعرفي العلمي.
- اكتساح استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل المؤسسات الاعلامية خلال الآونة الأخيرة ودورها في تقديم المعلومة أو من خلال ما يسمى بالإعلام الجديد.

• أسباب ذاتية:

- الميول الشخصي لمثل هذه المواضيع.
- الرغبة الذاتية في اقتحام ميدان مواقع التواصل الاجتماعي رغم تشعب مواضيعه واتساع مجاله.
- اهتمامنا بالتكنولوجيات الحديثة للاتصال والبحث عن تأثير وسائل الاعلام بها.
- محاولة التعرف على كيف يتفاعل جمهور إذاعة مستغانم مع صفحتها من خلال الفيسبوك.

5. اهداف الدراسة:

- التعرف على اشكال التفاعل التي يمارسها جمهور إذاعة مستغانم على صفحتها عبر موقع الفيس بوك.
- التعرف على المضامين التي يتفاعل معها جمهور إذاعة مستغانم على صفحتها من خلال الفيسبوك.
- معرفة ما ان كان تفاعل الجمهور مع مضامين إذاعة مستغانم على صفحتها في الفيس بوك تفاعل إيجابي ام سلبي.
- الكشف عن طبيعة اراء الجمهور مع ما تطرحه الاذاعة في صفحتها على الفيس بوك.

6. اهمية الدراسة:

أصبح التفاعل اليوم يحتل مكانة كبيرة في الاوساط الاعلامية وغير الاعلامية ولا يمكن تجاهل هذه الظاهرة من طرف الباحثين الأكاديميين هذا الاهتمام الذي تحظى به دراسة التفاعل في وسائل الاعلام وعلى مواقع التواصل الاجتماعي التي تتميز بالمشاركة الفورية والاندية والقائمة اصلا على التفاعلية، هذا ما دعانا الى تناول موضوع تفاعل جمهور إذاعة مستغانم مع مضامين صفحتها على موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" ومعرفة كيفية استخدام هذا الاتصال التفاعلي واشكاله في بيئة افتراضي.

7. الدراسات السابقة:

إن مراجعة الدراسات السابقة ذات العلاقة تعتبر خطوة أساسية في البحث العلمي بمجالاته المتنوعة، وخطوة أولى في التخطيط لمشروع بحث جيد والدراسات السابقة تشير إلى الدراسات التي درست نفس المجال الخاص للمشكلة التي يقوم بدراستها الباحث، حيث تمثل بالنسبة للمشكلة المطروحة قاعدة معرفية أولية لها، وتمثل نتائج المشكلة المطروحة إضافة مباشرة إلى نتائج الدراسات السابقة

ولذلك تظهر أهميتها أكثر في تطوير المشكلة العلمية أو الفروض البحثية وصياغة الإطار النظري وتفسير النتائج الخاصة بالبحث.¹

- ولهذا سنتطرق إلى مجموعة من الدراسات السابقة التي تناولت بالدراسة كل من متغيري تفاعل جمهور إذاعة مستغانم مع مضامين صفحتها على موقع الفيس بوك من أجل استخلاص مجموعة من الإفادات التي تمكنا من تطوير مشكلتنا العلمية والوقوف على ما يخدم دراستنا ويثريها.
- **الدراسة الأولى:** تومي فضيلة، التفاعلية ووسائلها في التلفزيون الجزائري، البرامج الموضوعاتية نموذجاً، مذكرة مكملة لنيل درجة الماجستير في عموم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة كلية العموم السياسية والإعلام، 2007-2008.
 - حيث انطلقت الباحثة من تساؤلات وهي: ما هي مظاهر التفاعلية ووسائلها في برامج التلفزيون الجزائري؟ وتسعى الدراسة للإجابة عمى مجموعة من التساؤلات:
 - ما هي دلالات مفهوم التفاعلية وأبعادها؟
 - هل يتيح التلفزيون الجزائري فرصاً للتواصل والحوار مع جمهوره؟
 - ما هي وسائل التفاعلية في التلفزيون الجزائري؟
 - ما هي مظاهر التفاعلية في التلفزيون الجزائري؟
 - وتهدف الباحثة في دراستها إلى الإحاطة بمفهوم التفاعلية في سياقاتها المختلفة، كما تحاول التعرف عن كثب على هذه الظاهرة الجديدة القديمة، وهذا من الجانب النظري، ومن زاوية الميداني أيضاً سواء تعلق الأمر بما يجري في تلفزيونات البلدان المتقدمة أو في التلفزيون الجزائري. وقد خلصت الدراسة الى مجموعة من النتائج:
 - يستخدم التلفزيون الجزائري وسائل اتصال تقليدية أساساً للتفاعل مع جمهوره، وتتمثل هذه الأخيرة في الرسائل البريدية والهاتف والفاكس والاتصال المباشر في الأستوديو.
 - يعتبر البريد الإلكتروني من بين الوسائل الإلكترونية القليلة التي تدل على أن هناك تفاعلية حديثة بين التلفزيون الجزائري وجمهوره المشاهد الذي يحسن استعمال هذه الوسيلة. حيث يتم استخدام هذه التقنية كأداة تفاعل من خلال برنامج واحد فقط، والمتمثل في "منتدى التلفزيون".
 - تم خلق فضاء اتصالي تفاعلي إلى حد ما في التلفزيون الجزائري تميز بمشاركة الجمهور المشاهد في إنتاج مضمون البرامج الموضوعاتية التي وظف معظمها آليات التفاعلية التقليدية كاستخدام الرسائل البريدية والمكالمات الهاتفية، أساساً.¹

¹ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص. 91 . 92.

➤ التعقيب على الدراسة:

إن الدراسة قد أفادتنا في جوانب متعددة فقد ساهمت هذه الأخيرة في تحديد جوانب الدراسة حيث اتفقت مع موضوعنا في دراسة موضوع التفاعل في الوسائل الإعلامية حيث تطرقت هذه الدراسة لمظاهر التفاعلية ووسائلها في برامج التلفزيون الجزائري بينما دراستنا تتمحور حول التفاعل في صفحة الإذاعة عبر موقع الفيس بوك.

- **الدراسة الثانية:** اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية دراسة ميدانية على عينة من الطلبة الجامعيين المستخدمين للإنترنت في جامعة بسكرة مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص: وسائل الإعلام والمجتمع من اعداد "قوراريصونية" حيث تسلط هذه الدراسة الضوء على مكانة الصحافة الإلكترونية في أوساط الطلبة الجامعيين وكيفية تقييمهم لمحتوى وشكل الصحف الإلكترونية، وذلك من خلال قياس اتجاهات الطلبة نحو الصحف الإلكترونية، وكذا الوقوف على أهم العوامل التي تجعل الطلبة الجامعيين أكثر إقبالا على هذه الأخيرة وبالتالي عزوفهم على الصحف الورقية، والإشباع المحققة منها خاصة في مجال متابعة الأخبار وجاءت إشكالية الدراسة على النحو التالي: ما هي اتجاهات جمهور الطلبة مستخدمي الإنترنت نحو الصحافة الإلكترونية؟

والنتيجة العامة للدراسة بينت أن أغلب الطلبة الجامعيين يستخدمون الإنترنت بدافع إنجاز البحوث العلمية والتعارف والدرشة وكذلك المشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، ومشاهدة الأفلام والأغاني وتحميلها بالإضافة إلى الألعاب والتسلية.

وأظهرت الدراسة بأن جمهور الطلبة الجامعيين يقبلون بحجم كبير على مواقع الصحف الإلكترونية، وحسب هذه النتائج يرجع سبب الإقبال كون هذه الصحف تعد بديلا عن الصحف الورقية كما أنها لا تكلف الكثير من المال والجهد وتفيد في إنجاز البحوث العلية وأظهرت الدراسة أن الطلبة يؤيدون المحتوى الإلكتروني للصحف الإلكترونية ويرجع ذلك للسرعة في التحديد المستمر للمعلومات، ولأن هذه المضامين تساعد على تعلم التحرير الصحفي وتثري الثقافة الإعلامية.

كما بينت هذه الدراسة أن أهم المواضيع التي يفضل الطلبة مطالعتها هي المواضيع السياسية أكثر الصحف التي يتصفحونها هي الصحف الجزائرية " الشروق أون لاين، الخبر، الهدف"، وذلك لأنها تعالج القضايا المحلية الوطنية، كما يطالع الطلبة الصحف العربية، خاصة صحيفة "الشرق الأوسط

¹تومي فضيلة، التفاعلية ووسائلها في التلفزيون الجزائري، البرامج الموضوعاتية نموذج، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، 2007 - 2008، ص. 12 . 149.

لأنها تعالج القضايا القومية، أما الصحف الأجنبية التي يفضلها الطلبة نجد صحيفة "le monde" بحكم إتقانهم اللغات الأجنبية.¹

➤ التعقيب على الدراسة:

تتمحور هذه الدراسة حول مدى إقبال الطلبة على الصحف الإلكترونية واتجاهاتهم نحو الشكل والمضمون والتفاعلية والمصادقية ومستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والصحافة الورقية فقد افادتنا هذه الدراسة معالجتها اتجاهات جمهور الطلبة نحو شكل ومضمون الصحف الإلكترونية، وركزت على التفاعلية التي توفرها مواقع الصحف الإلكترونية، وهذا ما يفيدنا في دراستنا من أجل فهم أكثر بموضوع التفاعل عبر المواقع الإلكترونية.

- **الدراسة الثالثة:** فتيحة قدوري، تحت عنوان: "التفاعلية في الصحافة الإلكترونية العربية" دراسة تحليلية لصحيفة الشروق الجزائرية نموذجا، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، بمعهد الصحافة وعلوم الأخبار، جامعة منوبة تونس 2009 - 2010 لخصت الباحثة إشكالية الدراسة في السؤال التالي: ما هي مظاهر التفاعلية ووسائلها في موقع صحيفة الشروق؟ وللإجابة على هذه الإشكالية صاغت الباحثة الفرضيات التالية:

- أصبح الجمهور يقبل على الصحافة الإلكترونية بشكل متعاطف، ويتفاعل معها رغم انخفاض مقاييس التفاعلية في الصحافة الإلكترونية العربية.

- ساهمت أدوات التفاعلية ووسائلها في رواج محتوى الصحافة الإلكترونية ووسائلها.

- تعتبر الصحافة الإلكترونية إحدى الأدوات التي غيرت العملية الاتصالية بين المرسل والمستقبل، وجعلت المنتج والمستهلك يتبادلان الأدوار في أحيان كثيرة.

- تهدف هذه الدراسة إلى الإحاطة بمفهوم التفاعلية في سياقاتها المختلفة، كما تحاول التعرف على هذه الظاهرة الجديدة القديمة

- تعد هذه الدراسة من الدراسات الاستكشافية الاستطلاعية، حيث استعانت الباحثة بالمنهج الكيفي من خلال الملاحظة والمقابلة.

¹فوراربيصونية، اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية "دراسة ميدانية على عينة من الطلبة الجامعيين المستخدمين للإنترنت في جامعة بسكرة"، 2010 - 2011، ص . 12 . 46.

- كما استعانت بمنهج تحليل المضمون، حيث تم اختيار عينة قصدية لثمانية أعداد أنتجها موقع الشروق أون لاين، من خلال اختيار عدد واحد من كل أسبوع وهو العدد الصادر كل يوم اثنين على امتداد شهري أبريل وماي 2010

- خلصت الدراسة إلى عدة استنتاجات أهمها:

- الجمهور أصبح يقبل على الصحافة الالكترونية بشكل متعاطف، ويتفاعل معها رغم انخفاض مقاييس التفاعلية في الصحافة الالكترونية العربية مقارنة مع الصحافة الالكترونية العربية.

- ساهمت أدوات التفاعلية ووسائلها في رواج محتوى الصحافة الالكترونية ورسائلها.

- تعد صحيفة الشروق إحدى النماذج العربية التي استفادت كثيرا من تطور تكنولوجيا الاتصال، ووظفت التفاعلية والخدمات التي يقدمها عالم الانترنت والوسائط المتعددة في تحقيق أهدافها وزيادة انتشارها وبقائها في قائمة المؤسسات الإعلامية العربية والمغربية المتطورة والقادرة على المنافسة.

- يمكننا اعتبار أن العملية الاتصالية في الشروق أون لاين تسير وفق اتصال متعدد الاتجاهات.

- الاتصال التفاعلي الذي تحرص الشروق على دعمه بمواكبتها لتطورات الوسائط المتعددة، وعرضها لمضامين إعلامية تتميز بنوع من التفاعلية، قد ساهم في زيادة انتشار موقع الشروق أون لاين إلا أن هذه التفاعلية تبقى ناقصة مقارنة مع المواقع الإعلامية التفاعلية في العالم.¹

- **التعقيب على الدراسة:**

- تعالج هذه الدراسة موضوع التفاعل في الصحافة الالكترونية حيث سلطت الضوء على الاتصال التفاعلي في صحيفة الشروق أون لاين التي تحرص على دعمه بمواكبتها لتطورات الوسائط المتعددة، وعرضها لمضامين إعلامية تتميز بنوع من التفاعلية، وقد ساعدتنا الدراسة في جانب تفاعل الجمهور مع المضامين الإعلامية.

- **تحديد المفاهيم والمصطلحات:**

- يعد تحديد المفاهيم ذو أهمية منهجية في أي بحث علمي، ذلك ان هذا التحديد يساعد على توضيح المعاني التي يتناولها في دراسته، بهدف إزالة الغموض حول المعنى المتبنى في

¹أفتيحة قدوري، التفاعلية في الصحافة الإلكترونية العربية" دراسة تحليلية لصحيفة الشروق الجزائرية نموذجا"، جامعة تونس، 2009 - 2010.

الدراسة، لان غموض المصطلحات يفقد الموضوع قيمته العلمية، وفيما يلي اهم المفاهيم التي تخص دراستنا:

- التفاعل:

- اصطلاحيا: هو قدرة وسيلة الاتصال الجديدة على الاستجابة لحديث مستخدم تماما كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين، وهذه الخاصية اُضافت بعدا جديدا هاما لأنماط وسائل الاعلام الجماهيرية الحالية، والتي تتكون في العادة منتجات ذات اتجاه واحد يتم إرسالها من مصدر مركزي مثل الصحيفة أو قناة التلفزيون أو الراديو الى المستهلك مع إمكانية اختيار مصادر المعلومات والتسلية التي يريدها متى أرادها، وبالشكل الذي يريده.¹
- اجرائيا: اشكال تفاعل الجمهور مع مضامين صفحة الإذاعة على الفيس بوك حسب الطريقة التي تعبر عن اتجاهاتهم وآرائهم تجاه المضامين التي تعرضها إذاعة مستغانم وذلك عن طريق الاعجاب والتعليق والمشاركة...

- مواقع التواصل الاجتماعي:

- اصطلاحيا:

- يعرفها زاهر راضي "بأنها منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء موقع خاص، به ومن ثمة ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها".²

واجرائيا: مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع للتفاعل والتواصل بين الافراد على شبكات الانترنت يتصفحونها ويتفاعلون فيها، مواقع التواصل الاجتماعي في بحثنا هذا هو الفيس بوك.

- الإذاعة المحلية:

- أ- اصطلاحيا: إذاعة تمثل جهاز ا إعلاميا يخدم مجتمعا محليا، بمعنى أنها تثبت برامجها مخاطبة مجتمعا خاصا محدود العدد، يعيش فوق أرض محدودة المساحة متناسقا من الناحية الاقتصادية، الثقافية، الاجتماعية؛ حيث يشكل هذا المجتمع بيئة متجانسة على الرغم من وجود الفروق الفردية التي

¹محمد منير حجاب، المعجم الاعلامي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004، ص 191.

²أمر يوسف، التوظيف السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على الامن القومي للدول، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 7، الجزء (2)، الجزائر، 2017، ص 792.

توجد بالضرورة بين أفراد المجتمع الواحد، وهكذا تتفاعل الإذاعة المحلية مع هذا المجتمع تأخذ منه وتعطيه وتقدم له الخدمات المختلفة تؤثر فيه وتتأثر به.¹

ب - اجرائيا: الإذاعة المحلية هي وسيلة إعلام جماهيرية تخاطب جمهورا محليا معيناً في منطقة جغرافية معينة عن طريق البث برامج ثرية ومتنوعة اجتماعية وثقافية، اقتصادية، سياسية، وهي بذلك تهتم بكل ما هو محلي ونعني بالإذاعة المحلية في دراستنا إذاعة مستغانم الجهوية.، بشكل أخص صفحة الإذاعة على موقع الفيس بوك

الجمهور المحلي:

- **اصطلاحيا:** مجموعة من الناس تعيش في منطقة جغرافية متجاورة نشأت بينهم علاقات اجتماعية وثقافية وعينة أدت إلى وجود مجموعة من المؤسسات والمنظمات الاجتماعية والى وجود أهداف اجتماعية مشتركة، وعن طريق تعاون الأفراد والجماعات يستطيعون توفير الخدمات التي تشبع احتياجاتهم الاقتصادية والاجتماعية والنفسية اللازمة لرفاهيتهم، وتشعرهم بالانتماء والولاء للمنطقة التي يعيشون فيها.²

- **اجرائيا:** هو ذلك المجتمع البشري الذي يعيش في رقعة جغرافية محددة ويحمل خصائص ثقافية واجتماعية واقتصادية واحدة تشكل علاقة محلية التي يريد هذا المجتمع ترقيتها عبر روافد عديدة منها وسائل الاتصال والجمهور المحلي المشار اليه في هذه الدراسة هو الجمهور المستغانمي.

الجمهور الإلكتروني:

- **اصطلاحا:** وهو مجموعة الأشخاص الذين يتدخل الإلكتروني بأي شكل من الأشكال في تقديم أو تسهيل تعرضهم للرسائل الإعلامية عبر مختلف الوسائط الإعلامية، بما فيها وسائل الإعلام التقليدية التي تستعمل شبكة الأنترنت للتوزيع الإلكتروني، أو يتدخل الإلكتروني أيضا في مساعدتهم على القيام بسلوك تجاري أو انتخابي، كما هو في التجارة الإلكترونية والانتخاب الإلكتروني.³

¹بوهدة شهرزاد، دور الإذاعة المحلية في تنمية المجتمع المحلي الجزائري. دراسة ميدانية علة عينة من مستخدمي صفحة الفيسبوك

للإذاعة المحلية أنموذجا، المجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والرأي العام، العدد2، المجلد3، الجزائر، 2020، ص 368.

²سكينة قشاب، دور إذاعة الوادي في التنمية الثقافية لدى الجمهور المحلي (دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة الوادي)، مذكرة تخرج ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر في العلوم الإسلامية، الوادي بالجزائر، 2018، ص 21، نقلا عنزكريا عكة وآخرون، قراءات في الإعلام المحلي.

³علي قسايسية، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر -، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 1995 . 2006، ص 49.

- - اجرائيا: هو الجمهور المتابع لبرامج إذاعة مستغانم تحديدا الجمهور الرقمي الذي يتفاعل مع مضامين صفحة الإذاعة عبر موقع الفيس بوك.

البرامج الإذاعية:

- اصطلاحيا: البرامج الإذاعية هي تلك الأشكال المتنوعة ذات المحتوى المختلف التي تقوم الإذاعة بشقها المسموع والمرئي بعرضها أثناء وقت الإرسال الإذاعي لجمهور متنوع الأعمار والمهن والثقافة والميول السياسية ذلك بهدف جذب انتباههم والتأثير عيهم بما يحقق الهدف من البث.¹

- اجرائيا: هي البرامج التي تبثها إذاعة مستغانم على صفحاتها في الفيس بوك وهي متنوعة من اجتماعية اقتصادية، دينية، اقتصادية... الخ وتتعلق اغلبها بواقع المجتمع المحلي لمنطقة مستغانم.

- المدخل النظري للدراسة:

نظرية المجال العام:

مفهوم المجال العام:

أول من صاغ مفهوم الفضاء العمومي أو المجال العام الفيلسوف الألماني وعالم الاجتماع يورغن هابرماس، ولعل من أكثر بحوثه اكتمالا في شأن المجال العام، هو مؤلفه عن التحول الهيكلي في المجال العام.

وقد أكد هابرماس على الأهمية الحيوية للمجال العام، كأساس لمجتمع حر يحكم بواسطة نظام يعتمد على النقاش بهدف الوصول إلى حالة من الإجماع والوافق والمشاركة الديمقراطية.

ووفقا لهابرماس، فإن المجال العام يتكون في كل مناقشة يجتمع فيها الأفراد، فهو فضاء وجد بواسطة البشر ولأجلهم، ودائما يكون فيه جدل وغير مسيطر عليه أو متحكم فيه.²

فروض نظرية المجال العام:

¹ أحمد محمد جاد كريم، دور البرامج الإذاعية في تعزيز الانتماء الوطني، دراسة وصفية تحليلية تطبيقية على برنامج الصباح رباح بالإذاعة القومية (أم درمان)، بحث لنيل درجة الماجستير في علوم الاتصال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 206، ص 31.

² بن عمروش فريدة، لمشونشي مبروك، الاعلام الجديد والمجال العام الافتراضي - دراسة في المفهوم والأطر النظرية، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، المجلد 04، العدد 02، المدرسة الوطنية العليا للصحافة، جامعة الجزائر 3، 2019، ص 595 - 600.

قدم هابرماس مجموعة من الافتراضات لتكوين المجال العام، والتي تسعى إلى إتاحة ساحة من الحرية، تحترم حقوق الأفراد وتزيد من قوة المجتمع.

الفرض الأول: إتاحة حيز للأفراد، يمكنهم من المناقشة والحوار حول القضايا الهامة، وتبادل المعلومات والآراء، بناء على مبدأ المساواة، فالمستوى الاجتماعي والاقتصادي شرط من شروط المشاركة والحوار.¹

الفرض الثاني: يرى أن كثرة وتعدد الجماهير في مجالات عامة متعددة، يبتعد عن فكرة المجال العام الديمقراطي الذي ينبغي أن يكون مجال عام واحد شامل يربط بين جميع الأفراد في المجتمع.

الفرض الثالث: يرى أن النقاش الذي يتم في المجال العام، ينبغي أن يقتصر على الاهتمام بالحوار ومناقشة القضايا العامة الشائعة المعنية بالصالح العام.

الفرض الرابع: يرى أن إطار العمل الديمقراطي للمجال العام يتطلب انفصال تام بين المجتمع المدني والدولة.

نظرية المجال العام في السياق الافتراضي:

لقد أدى تطور مفهوم المجال العام بعد ظهور الأنترنت وتطبيقاتها الإعلامية إلى تحول في طبيعة المجال العام، ليكون أكثر مرونة واستجابة لاحتياجات المشاركين، حيث وسع من قدرة المجتمع المدني على المشاركة والتفاعل، كما أنه وسع من نطاق المجال العام ذاته، لينشأ مجال عام يتأسس على شبكة الأنترنت.

وبالتالي يمكن القول أن ما فتحته الأنترنت من تطبيقات بعد التطور المسجل في مجال الويب أي الانتقال من الويب 0.1 إلى الويب 0.2، أدى إلى ظهور ممارسات جديدة، ارتبطت بالتطور التكنولوجي، وهذا ما أدى بالباحثين إلى القول أن التطور الذي حدث، ليس ثورة تكنولوجية فحسب، وإنما ثورة اجتماعية، فبالإضافة إلى بروز مفاهيم جديدة مثل مجتمع المعلومات و السبيريبيس، فإن الفضاء العمومي الافتراضي هو أيضا واحد من بين المفاهيم الجديدة المفردة، والتي لعبت دورا هاما في المجتمعات الغربية الديمقراطية والتي أدت الى الحديث عن الديمقراطية الإلكترونية، كون هذا المفهوم ينسجم مع مبادئ الديمقراطية، التي تركز على شروط محددة ومن أهمها الحرية، واعتبار هذه الفضاءات فضاءات للنقاش، وغالبا ما تكون القضايا المتناولة فيها سياسية في طبيعتها، و أن

¹مرجع سابق، ص. ص 600 . 603.

يكون الحكم على الفكرة في ذاتها وليس على المتكلم ،وهي الشروط التي وضعها هابرماس في الفضاء العمومي.¹

- مما سبق فما يعيننا في دراستنا هذه اننا نعتبر صفحة إذاعة مستغانم على الفيس بوك هي مجال عام افتراضي متاح للنقاش، فالإذاعة تطرح مواضيع خاصة بالمجتمع المحلي عبر صفحاتها في الفيس بوك والجمهور يقوم بالتفاعل مع هذه المواضيع في نطاق مجال افتراضي، يكون الجمهور فيه حر يتفاعل كما يريد ويقول ما يريد ويعبر عن رأيه بكل حرية فهو غير مقيد بقوانين او غير ذلك، لا سيما في ظل خاصية المجهولية التي توفرها الشبكة لمستخدميها، ويتيح هذا النقاش حول المواضيع التي تطرحها اذاعة الظهرة في الفيس بوك الى تبادل وجهات النظر والأفكار في نطاق اختلافي أو توافقي مما يسمح بعملية التبادل والتأثير .

منهج الدراسة:

إذا كان المنهج يمثل مجموعة القواعد والإجراءات التي يجب ان يتبعه الباحث للوصول الى النتائج المستهدفة، فانه يمثل أيضا أداة الباحث في السيطرة على البحث بصفة عامة وضبط اجراءاته طبقا للإجراءات والقواعد المعيارية المميزة لكل منهج.²

- فالمنهج يعني مجموعة من القواعد العامة التي يتم وضعها بقصد الوصول الى الحقيقة في العلم.³
- وتندرج دراستنا ضمن الدراسات الكمية فطبيعة هذه الدراسة " تفاعل الجمهور مع مضامين صفحة الإذاعة على الفيس بوك "والتي نحاول من خلالها الكشف عن اشكال تفاعل الجمهور مع المضامين عبر موقع الفيس بوك وذلك عن طريق استعمال التحليل من اجل اختبار الفرضيات والتحقق منها لذلك فالمنهج الكمي هو الأكثر ملاءمة لموضوع الدراسة.
- حيث يرى أحمد بن مرسل بن أن الباحث في إنجازته للدراسات الكمية، التي يستخدم فيها لغة الأرقام، للتعبير عما هو بصدد بحثه يلجأ الى اعتماد طرق التوبيخ المختلفة في مجال البحث العلمي، لعرض البيانات الرقمية المتوصل اليها، وهذا باعتماد الجداول الإحصائية، وحساب مجاميع هذه الأرقام، واستخراج نسبها المئوية.⁴

¹مرجع سابق، نفس الصفحة.

²محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سابق، ص 15.

³عمار بوحوش، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، ط2، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 2016، ص 19.

⁴أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص 110.

وفي إطار الدراسة الكمية قمنا بتوظيف الوصف، التحليل من خلال التفسير حيث قمنا بتحليل مبسط لبعض التعليقات على بعض البرامج على صفحة الإذاعة في الفيس بوك، كما قمنا بتحليل وتفسير بيانات الدراسة الميدانية.

مجتمع البحث، المعاينة، العينة:

يشمل مجتمع بحثنا كل الجمهور المتفاعل مع صفحة إذاعة مستغانم في الفيس بوك، أما طريقة المعاينة فكانت قصدية من خلال تبني معيار درجة التفاعلية، بالتالي تم ارسال الاستمارات الى الذين يتفاعلون بكثرة أو بدرجة متوسطة مع ما تقدمه اذاعة الظهرة على صفحتها، حيث وزعنا 100 استمارة وبعد مدة معتبرة تم الحصول على 80 استمارة.

أدوات جمع البيانات:

من المعروف أن كل بحث يعتمد مجموعة من أدوات البحث العلمي تساعده في إنجاز بحثه وتمكنه من الوصول إلى نتائج علمية صحيحة بنسب كبيرة، وترتبط هذه الأدوات التي يختارها الباحث بموضوع البحث أو المنهج المستخدم في الدراسة، وهناك الكثير من الوسائل التي تستخدم للحصول على البيانات ويمكن استخدام عدد من هذه الوسائل معا في البحث لتجنب عيوب إحداها و لدراسة الظاهرة بكافة الجوانب و عموما يتعين أن تقييم الأدوات مختلفة لجمع البيانات في ضوء كفاءة كل منها في القيام الوظيفة التي اختيرت لها ويمكن حصرها: الاستمارة، المقابلة، الملاحظة، تحليل المحتوى، التحليل الإحصائي، التجريب، و لهذا يتوجب على الباحث الإحاطة جيدا بالأدوات و الطرق التي يستخدمها للوصول إلى نتائج منطقية و مرضية وتعرف أدوات جمع البيانات على أنها الوسط الذي يشكل نقطة اتصال بين الباحث و المبحوث و التي تمكنه من جمع المعلومات الكافية وتعرف أيضا لأنها الوسائل المختلفة التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات و البيانات المستهدفة في البحث ضمن استخداماته لمنهج معين أو أكثر.¹

وقد اعتمدنا في دراستنا على أداة الإستبيان كأداة أساسية وعلى الملاحظة المباشرة كأداة مساعدة وهذا بهدف جمع البيانات، تحليلها واستخراج النتائج، بالتالي التحقق من الفروض.

¹ ابن مرسلني احمد، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 220.

الإستبيان :

الإستبيان أو الاستقصاء هو "مجموعة من التساؤلات الاستفهامية، رتبت بطريقة معينة في وثيقة مكتوبة، توجه إلى أشخاص معينين يعدون مصدر لجمع المعلومات، يتولون ملأ المعلومات المطلوبة بأنفسهم ليعيدها عقب ذلك إلى مصدر الاستفهام".¹

- وقد بنيت استمارتنا على النحو الآتي:

المعلومات الشخصية.

المحور الأول: عادات وأنماط التصفح.

المحور الثاني: تفاعل الجمهور مع مضامين صفحة الاذاعة على الفيس بوك.

المحور الثالث: طبيعة آراء الجمهور حول مضامين صفحة الاذاعة على الفيس بوك.

تم توزيع الاستمارة الكترونيا على مجموعة من المتابعين والمتفاعلين مع صفحة إذاعة مستغانم.

- **الملاحظة:** تعتبر الملاحظة من اهم أدوات البحث العلمي لكونها تتيح للباحث تفحص الجوانب المبحوثة في الظاهرة عن قرب في إطار ظروفها الطبيعية العادية غير المصطنعة، ويمكن ان تجرى الملاحظة بهدف الحصول على معلومات كيفية (نوعية) وصفية لتصرفات ومواقف معينة، قصد التعرف على خصائصها العامة، او معلومات كمية إحصائية لعدد تكرارات تصرفات معينة في إطار التوقع لما يحصل مستقبلا.²

وقد تمت الملاحظة على مستوى صفحة إذاعة مستغانم على الفيس بوك حيث قمنا بملاحظة تفاعلات الجمهور مع المضامين التي تبثها الإذاعة على صفحتها، كما لاحظنا المنشورات والفيديوهات التي وضعتها اذاعة الظهرة على صفحتها، من جهة أخرى ساعدتنا الملاحظة في تقديم وصف وتحليل مبسط للتعليقات والفيديوهات.

¹مصطفى حميد الطائي وخير ميلاد أبو بكر، **مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية**، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2002، ص 242.

²أحمد بن مرسل، **مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال**، مرجع سابق، ص 204.

الإطار النظري للدراسة

الفصل الثاني: الإذاعة المحلية والمجتمع المحلي

تمهيد:

تعد الإذاعة من أهم وسائل الاتصال الجماهيري تأثيرا على أفراد المجتمع منهم الشباب ويقصد ها ما يبيث عن طريق الأثير باستخدام موجات كهرومغناطيسية بإمكانها اجتياز حاجز الأمية والحواجز الجغرافية وربط مستمعيها المتباعدين برباط مباشر وسريع، وبالإمكان الاستماع إلى الإذاعة في أي مكان وعبر أي وسيلة من الوسائل المتطورة المتاحة لها عبر الوسائل الحديثة المختلفة دون عائق أو حاجز كما أن الإذاعة أصبحت تبتث مواضيع لكل فئات المجتمع من برامج تثقيفية تعليمية ومخاطبة جمهورها باللغة التي يستوعبها في قول "جوبلنز" حول تأثير الإذاعة يستعمل الراديو كمعلم يلقي الضوء على المشكلات الصعبة في الوقت الحاضر وعندما يأتي اليوم فانه سيقى العزائم والقلوب ويهاجم العدو في أي مكان وعليه سنحاول في هذا الفصل تناول نشأة و تطور الإذاعة, خصائصها و وظائفها و أنواعها و خصائص جمهور الاذاعة, و سنتطرق للإذاعة المحلية و الجمهور المحلي

1- نشأة الإذاعة وتطورها:

نتيجة الأبحاث المستمرة في مجال الكهرباء والمغناطيس، تتبأ عامل الفيزياء الإسكتلندي جيمس ماكسويل عام 1860 بوجود موجات كهرومغناطيسية، وفي عام 1886 اثبت العالم الالمانى جنريشيهيترتز صحة النظرية، وكنتيجة لهذه الأبحاث والتجارب استطاع المخترع الإيطالي ماركوني ارسال واستقبال إشارات إذاعية في إيطاليا، وفي سنة 1897، تم انشاء شريكة لتطوير اختراعه.

ومع الانتشار الواسع للإذاعات خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية، بدأت الدول الأوروبية تهتم بهذه الابتكارات، وانتشار العديد من المحطات الإذاعية المنتظمة، ففي فرنسا نشأت محطة برج ايفل عام 1922، وفي نفس السنة نشأة محطة إذاعية في بريطانيا ثم عدة دول في أوروبا، وأمريكا الجنوبية، وفي عام 1925، أنشأت الإذاعة في مصر.

في العقود الأخيرة من ظهور الإذاعة، ازدهرت ازدهارا كبيرا، بحيث الأقل الحي للأحداث، اثناء وقوعها، جعل من الإذاعة المصدر الأكثر مصداقية في نقل الاخبار، كذلك أصبحت فقراتالبرنامج الإذاعي على صفحات الجرائد المسائية، وموضوعا مهما لدى الجميع.¹

2- خصائص الإذاعة ووظائفها:

✚ - خصائص الإذاعة:

تتميز الإذاعة كوسيلة اتصال جماهيرية بالخصائص التالية:

- ✓ أن موجاتها قادرة على اختراق كل أنحاء العالم في وقت قصير جدا والوصول إلى أي مكان في العالم وذلك لأنها الوسيلة التي يمكنها تخطي حاجز المسافات والوصول إلى المستمع دون عناء.
- ✓ تستطيع الإذاعة أن تخاطب كل الفئات والطوائف مهما اختلفت درجة التعليم بينها وعلى هذا فإنها وسيلة مناسبة لمخاطبة الأميين.
- ✓ لا تحتاج الإذاعة إلى مجهود من جانب المستمعين فهي لا تتطلب تركيزا كاملا لمتابعة برامجها.²
- ✓ تستطيع الإذاعة أن تجذب المستمع وتستحوذ على اهتماماته وذلك باستخدامها عناصر تضيفي على المادة الإذاعية جاذبية خاصة، كالمؤثرات الصوتية والموسيقى والحوار.

¹ ابن عزة فاطمة الزهراء، الإذاعة المحلية ودورها في تحديد توجهات الرأي العام - اذاعات الغرب الجزائري نموذجا - أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علم اجتماع الاتصال، جامعة ابي بكر بلقايد - تلمسان، 2017، ص 47.

² طاهري لخضر، واقع الإذاعة المحلية ومعالجتها المشكلات الاجتماعية اذاعة الجلفة المحلية نموذجا، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، جامعة خضير محمد . بسكرة، 2012، ص . ص 73 . 74.

✓ كما يتميز الإعلام الإذاعي بأن تأثيره يزداد عمقا وخطورة كلما كانت البيئة قليلة الحظ من الثقافة والتعليم.

✓ الإذاعة بسيطة في كل شيء، في معدات الإنتاج والبت أو معدات الاستقبال، والمرونة عامل تميز في الإذاعة حيث يمكن بسهولة تغير مواعيد بعض البرامج دون أن يسبب ذلك أي ضرر على المستمع في الغالب.

✚ - وظائف الإذاعة:

1. الوظيفة السياسية: توظف الإذاعة من طرف النخب الحاكمة في التنشئة السياسية لمجتمعاتها بهدف غرس قيم سياسية معنية تروج لها تلك النخب كما تواظب على توصيل الرسالة الإعلامية الهادفة إلى تعميق الولاء للنظام الحاكم القائم، والشخصية الوطنية والكيان السياسي إلى جانب ترسيخ التماسك السياسي، والوحدة الوطنية داخل كل دولة، وهي تلعب دور الوسيط بين الحكومة والشعب، وتبلغ صوت الدولة، وتنتشر أفكارها وأيديولوجيتها إلى الأفراد في الداخل والخارج، كما تنقل مشاكلهم واهتماماتهم للسلطة لتصدر القرارات المناسبة.

2. الوظيفة الاقتصادية: و هي وظيفة متصلة بمفهوم التنمية، ذلك أن البعد الاقتصادي في العملية التنموية هو الأكثر بروزا من الجوانب الأخرى لهذه العملية، إذ تقدم الإذاعة بين برامجها الإعلانات و فقرات إخبارية من اجل الترويج لسلعة أو خدمة ما، ويساهم ذلك بطبيعة الحال رفع مخولاتها، كما تلعب الإذاعة دور الرقيب لمختلف المشاريع الاقتصادية، و تنطلق إلى إبراز أسباب تأخرها وتعطيلها، كما أنها تلعب دورا مهما في المناطق النائية، حيث تكسر عزلتها و تقدم لسكانها جملة من الإرشادات و النصائح التي يستعينون بها من اجل تحسين وضعيتهم فهي مسؤولة عن التنمية الريفية و إنعاش الزراعة و الفلاحة.

3. الوظيفة التربوية والثقافية: وهي وظيفة ليست اقل شأنا عن سابقتها من الوظائف حيث تشجع الإذاعة على التعليم واكتساب المعارف، والمهارات والحصول على المعلومات وخبرات جديدة تساعد على اتخاذ القرارات والارتقاء بالسلوك الفردي والاجتماعي، إنها تقوم على تثقيف¹

الجماهير وتلبية احتياجاتهم الفكرية والنفسية والارتقاء بمستوياتهم الثقافية والحضارية وقد تجمع الإذاعة بين التثقيف والترفيه في آن واحد، فالمادة الترفيهية لا يقتصر أثرها على مجرد تسلية الجمهور، بل تؤثر عليه في إطار سياسة إعلامية محددة.

¹ طاهري لخضر، المرجع نفسه، نفس الصفحة.

ان توظيف الإذاعة في المجال الثقافي خلق واقعا جديدا يتميز بالحيوية والنشاط، فهي على حد رأي عدلي محمد رضا: "تساهم في تشكيل الملامح الحضارية للمجتمع، بالعمل على ملاحظة العالم الحديث ونقله في حدود ما يناسب الجماهير كمعلومات وأفكار وبالشكل والأسلوب الذي يمكن من استيعابها والوصول بمن يتلقاها إلى مستوى واقع العصر الذي يعيشه فكرا وطموحا.

4. الوظيفة الاجتماعية: تلعب الإذاعة دورا هاما داخل المجتمع، حيث تجعل خدمة المجتمع من أهدافها الأساسية فهي تسعى إلى ترسيخ قيم المجتمع وعقيدته وحضارته وكذا بعث تراثه وعاداته وتقاليده ك ما تسعى الإذاعة إلى الارتقاء بالفكر والسلوك، لان مهمة الجهاز الإعلامي بصفة عامة و الإذاعة بصفة خاصة، ليست شغل الوقت فقط بأي برنامج، بل أن تهدف البرامج جميعا إلا ما كان منها للتسلية و المتعة إلى الوصول إلى الفكر السليم و تقويم السلوك الاجتماعي الفردي من خلال استغلال هذا التأثير بما يعود بالنفع و بما يساعد على البناء السليم للأمة و التأكيد على الأشياء الحسنة و التنفير من الأشياء الضارة هذا بالإضافة إلى أن الإذاعة تعمل على بحث مشاكل المجتمع، ومحاولة إيجاد الحلول لها لتكون الوساطة بين شكاوي المواطنين و المسؤولين.¹

3-أنواع الإذاعة:

(أ) **الإذاعة المحلية:** والتي يشتق اسمها من مفهوم المجتمع المحلي فالإذاعة المحلية هي جهاز إعلامي يخدم ويوجه إلى مجتمع محلي، إذ تبتث برامجها إلى جمهور محدود العدد يعيش فوق أرض محدودة المساحة، وهي تخاطب جمهورا متقاربا ومتناسقا من الناحية الاجتماعية والثقافية، أي أنها تتفاعل مع الجمهور، تأخذ منه وتعطيه، ويمكن أن يكون أفراد المجتمع المحلي من سكان قرية واحدة، أو مجموعة قرى متقاربة، أو مدينة صغيرة أو حتى مدن صغرى متقاربة ومتجانسة، وقد تكون مدينة كبيرة.²

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

¹ طاهري لخضر، المرجع نفسه، نفس الصفحة.

² بداني فؤاد، سوسيولوجية القيم الإخبارية بالإذاعة الجزائرية - دراسة ميدانية حول إذاعة مستغانم، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علم اجتماع الاتصال، جامعة وهران 2، 2016، ص - ص 56 - 58.

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

(ث) **الإذاعة الدولية:** وهي التي توجه من داخل دولة معينة إلى دول أخرى غيرها وتكون لغتها باللغات الملائمة لسكان تلك الدول، فمثل ذلك إذاعة صوت العرب، وإذاعة صوت أمريكا، ويكون الإرسال على موجة ذات طول معين متفق عليه، أما قوة الإرسال فتتوقف على أجهزة المحطة التي تتيح الاستماع لها على بعد من مراكزها.¹

4 مميزات جمهور الإذاعة:

جمهور الإذاعة يتميز بعدة خصائص:

- يستمع الجمهور للإذاعة في الأماكن المختلفة في المنزل والسيارة والمكتب ... وغيرها من الأماكن الأخرى.
- لا يتفرغ الجمهور بالضرورة للاستماع للإذاعة، ولكن يستمع إليها أثناء ممارسة عمل آخر.
- تتفاوت خصائص الجمهور الذي يستمع للإذاعة من حيث الخصائص العمرية والنوع والمهنة والمستوى الاقتصادي والاجتماعي والتعليمي والثقافي والانتشار الجغرافي.
- يستمع الجمهور للإذاعة في أحيان كثيرة وهو في حالة استرخاء ويختلف بذلك عن عادات وأنماط مشاهدة السينما والمسرح.
- ❖ يعامل الجمهور بحميمية أكثر من وسائل الاتصال الأخرى فهو جهاز قريب منه يضعه في غرفة جلوسه أو نومه أو حيث يسهل نقله إلى أي مكان وربما يولد لديه احساسا بالخصوصية بشكل يفوق التلفزيون²

5- تاريخ الإذاعة الجزائرية:

¹بداني فؤاد، المرجع نفسه، ص - ص 53 - 54.

²تسمة أحمد البطريق، عادل عبد الغفار، الكتابة للإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2005، ص. ص، 28:18.

شهدت الإذاعة الجزائرية ميلادها في وهج الثورة التحريرية، وبالضبط في يوم 16 ديسمبر 1956 حين شرعت الإذاعة السرية «صوت الجزائر الحرة المكافحة» في بث برامجها بجهاز إرسال محمول فوق شاحنة من نوع GMC تم اقتناؤه من القاعدة الأمريكية بالقنيطرة في المغرب. في بداية خريف عام 1956، شرع سي مبروك في الإعداد العملي لتنفيذ مشروع الإذاعة السرية، فأسند للمناضل الإطار المقتر مسعود زقار، مهمة الحصول على أجهزة مناسبة لذلك، فقام بهمة شراء أول جهاز اتصال متوسط المدى بعد الاتفاق مع ضابط أمريكي من القاعدة البحرية الأمريكية بالقنيطرة، بالمغرب، ليتم إرسال الجهاز المرفق بهوائي على متن شاحنة من نوع GMC نحو منطقة الريف، إلى جهة جبلية في شمال المغرب، أين تم استقباله من طرف بوضوف وبومدين معا. وهكذا بدأت المرحلة الأولى لهذه الإذاعة التي توقفت في نهاية عام 1957، قبل أن تستأنف البث في صائفة 1959، بأجهزة بسيطة وبإمكانيات محدودة، وانطلق صوتها مدويا من على الشاحنة المتنقلة، عبر الحدود الجزائرية المغربية، بالإعلان واللحن المميز: «هنا صوت الجزائر المكافحة، صوت جبهة التحرير وجيش التحرير الوطني يخاطبكم من قلب الجزائر». وبانطلاق هذا الصوت المدوي، أضافت الثورة الجزائرية مكسبا آخر بمثابة سلاح استراتيجي هام، جاء ليدعم مسيرة الكفاح المسلح ضد الاستعمار الفرنسي، وكان لهذا المكسب أثر عميق لدى عموم الشعب الجزائري، وصدمة عنيفة لدى العدو ووسائله الإعلامية.¹

6- الإذاعة المحلية والمجتمع المحلي في الجزائر:

🇩🇿 - الإذاعة المحلية في الجزائر:

إن فكرة إنشاء الإذاعات المحلية في الجزائر لم يمض عليها وقت كبير، حيث تعود إلى عقدين من الزمن فقط أين بدأ التفكير لوضع أساس لما يسمى بالإذاعات المحلية.² نشأت الإذاعات المحلية في الجزائر لأنها أصبحت أمرا ضروريا مقرونا بالتنمية المحلية للمنطقة وسمة من سماتها وبلغ عدد الإذاعات المحلية في الجزائر 48 إذاعة موزعة على كامل التراب الوطني. وعرفت الجزائر الإذاعات الجهوية قبل دستور فبراير 1989 حيث تمثلت في محطات إذاعية جهوية وليست محلية وهي وهران، قسنطينة، ورقلة وبيشار، ومن الملاحظ أيضا أن بعد إصدار قرار بإنشاء إذاعات محلية، تم تحويل هذه المحطات الجهوية مباشرة إلى إذاعات محلية، لا تغطي جهات جغرافية

¹ محمد شلوش، الإذاعة الجزائرية النشأة والمسار، (كتيب إلكتروني)، الجزائر، 2014، ص. 2. 3.

² - ابن بوزة صالح السياسة الإعلامية الجزائرية، منطلقات النظرية والممارسة، (1979-1990)، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 13، الجزائر، 1996، ص 41.

(شرق، غرب، جنوب شرقي شمال غربي) وإنما تغطي الولايات حسب التقسيم الإداري للدولة الجزائرية.¹

وقد تأخرت فكرة إنشاء الإذاعات المحلية في الجزائر بسبب عوائق قانونية وسياسية رغم وجود إمكانيات كبيرة في مجال التجهيزات المتعلقة بالبيث الإذاعي واستقباله، ففي الثمانينات وصل عدد أجهزة الاستقبال إلى 10 ملايين جهاز راديو وحوالي مليوني جهاز تلفزيوني، وهذا دليل على أن الجزائر تقدمت في هذا المجال بالنظر على الفترة القصيرة من استقلالها.²

7- المجتمع المحلي في الجزائر:

إذا كنا نتحدث عن جمهور الإذاعة المحلية، فلا بد أن يكون المجتمع المحلي هو الموجه إليه بالدرجة الأولى بما أن الإذاعة ذات طابع محلي ملزم ومرتبطة بنوعية الحياة في ذلك المجتمع على الرغم من واجبها العام وهو الاعلام والترفيه والتنقيف، فالإذاعة جهاز إعلامي يخدم مجتمعا محليا محدود العدد فوق أرض محدودة المساحة، " يؤدي معظم أفراد نشاطا اقتصاديا رئيسيا محددًا وقد يكون النشاط الرئيسي الذي يمارسه أفراد المجتمع نشاطا زراعيًا، فيكون المجتمع زراعيًا... ونصف النشاط الذي ينسب بأنه النشاط الرئيسي لأنه لا بد من قيام العديد من الأفراد في كل مجتمع بامتهان حرف أخرى متنوعة ترتبط بخدمة النشاط الرئيسي وأفراده، ويجمع بين الجميع المصالح الاستيطانية، والمصالح المتعمقة بالنشاط ذاته والحرف التي يمارسها الأفراد ففي المجتمع الريفي في القرية نجد أن معظم أفراد هذا المجتمع يمارسون نشاطا اقتصاديا واحدا هو الزراعة، وتقوم إلى جانب الزراعة بعض الحرف الأخرى المرتبطة بهذا النشاط... هذه المصالح أصبحت مصالح شخصية لكل فرد من أفراد المجتمع المحلي".

وهذا الذي نتحدث عنه في القرية، إنما نجده أيضا في كل أشكال وأنواع الحياة كالمدينة والشارع والحي، وذلك طبقا للنشاط الرئيسي لكل مكان، " إن العلاقات السائدة بين أفراد المجتمع المحلي، علاقات وثيقة نتيجة وجود ما أسميناه بالمصالح الاستيطانية، ونتيجة ارتباط العديد من أفراد هذا المجتمع بأواصر لقاربة والنسب والمصاهرة كما تسود كل مجتمع المستويات المادية للأفراد، بل ومع وجود فوارق ثقافية نتيجة حصول البعض على درجات متفاوتة من الدراسة والثقافة في المدارس والجامعات. لاسيما في حالات القاربة من الدرجة الأولى مثلما هو الحال في جيل الآباء والأبناء، ففي مجتمع ريفي قد نجد

¹أور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة السمعية البصرية في الجزائر، ط 1، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008، ص. ص 141-142.

²بن بوزة صالح، المرجع نفسه، نفس الصفحة.

الأب الفلاح لو عدة أبناء، لكن الكبار منهم يعملون في الزراعة، وقد نجد من يعمل شرطيا، أو معلما، أو طبيبا، وطالما كانت الإقامة داخل المجتمع المحلي فالسمات الأساسية له وما يجمعهم من وحدة فكرية وتراثية وثقافية، تجعلهم مجتمعا متجانسا، تؤكد هذا التجانس المصالح المتشابهة للأفراد والجماعات داخل المجتمع المحلي.¹

8. جمهور الإذاعة المحلية وخصائصه:

إن الإذاعة المحلية موجهة بالدرجة الأولى إلى جمهور المجتمع المحلي، فهي ملتزمة بالطابع المحلي وبنوعية الحيات في ذلك المجتمع، على الرغم من واجبها العام وهو الإعلام والترفيه والتثقيف، فالإذاعة المحلية جهاز إعلامي يخدم مجتمعا محليا محدود العدد، فوق أرض محدودة المساحة، وجمهور الإذاعة المحلية لا ينحصر فقط في المجتمع المحلي، لكنه قد يتعدى حدود الدولة، لكن الجمهور المستهدف للإذاعة بالميزة أو الصفة الخاصة هو المجتمع المحلي، ولعل دور الإذاعة هنا بالنسبة لمجتمعها هو محاولة التفاعل مع أفرادها، كيف لا وهي جزء منه، وأن هذا التفاعل لا يكون إلا بدراسة احتياجات ومتطلبات ومشاكل، هذا الحق في المشاركة والتعبير وطرح المشاكل العامة للنقاش الحردون التحيز والميول إلى غيره، كما يمكن إجراء بحوث أو دراسة أو تحليل لبرامج ذاتها، التي تقدم مضمون رسالتها وأهدافها والقيام كذلك بالنزول إلى المستمعين، وإجراء دراسات استطلاعية.

لقد قسم بعض المؤلفين في الإعلام جمهور الإذاعة طبقا لمجموعة من المعايير والمحددات أهمها:

أنه جمهور متنوع ومختلف، وقد يتسع ليشمل الآلاف والملايين، وقد يضيف حتى يصل إلى فرد أو مجموعة من أفراد الجمهور الذي تخاطبه الإذاعة ليس هو حشد المجتمع، في مكان معين وفترة زمنية معينة أو محددة، بل جمهور ذا ميول ومصالح مشتركة تربط بين أفرادها.

الفردية في الاستماع، إذ أن عملية الاستماع تتم بشكل فردي تماما، أو في إطار جماعات قليلة العدد إلى حد أقصى.

الجمهور العريض للإذاعة يتشكل دائما في هيئة جماعات، هي تلك الأسر التي تجتمع حول جهاز الراديو، وهذا الجمهور يختلف عن تلك الجماهير في دور السينما أو المسرح أو جمهور الصحافة²

¹ عبد المجيد شكري، الاعلام في ضوء متغيرات العصر-أسسه، نظرياته وسائله ودوره في الدول النامية والمتقدمة، دار الفكر العربي، القاهرة، 2007، ص. 12 . 13.

² ملكية زيد، دور إذاعة الوادي في تنمية الوعي الديني للمرأة الماكثة بالبيت، (مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، جامعة الجزائر للعلوم السياسية، 2015، ص. 59 . 60.

9. الدور التنموي للإذاعة المحلية اتجاه مجتمعها المحلي:

(أ) **التنمية الاجتماعية:** تعد الإذاعة المحلية الأساس في إنماء الوعي الاجتماعي بالمجتمع المحلي، فهي تحرص على تقديم مختلف القيم الإيجابية والبناءة لهذا المجتمع، ومعالجة القيم السلبية السائدة بالمجتمع والقضاء على المشاكل الاجتماعية التي قد تعوق تنمية وتطوير مجتمعها المحلي، من خلال البرامج التي تعمل بدورها على تنمية مختلف الشرائح الاجتماعية بمختلف فئاتها: كبرامج المرأة، الأطفال، الشباب، كبار السن... إلخ، من خلال إتاحة الفرص في برامجها المعروضة والمقدمة لكافة الآراء ووجهات النظر للتعبير عن نفسها فيما يتعلق بمعالجة مشكلات المجتمع المحلي وقضاياها العالقة، وبذلك تخلق الإذاعة المحلية من خلال هذا التفاعل والمشاركة نوعاً من الإحساس لدى المواطنين المحليين بالنفع و الدور الذي يقدمونه خدمة لرقى وتنمية مجتمعهم.

(ب) **التنمية الثقافية:** تتمثل وظيفتها في مجال التنمية الثقافية كونها تعمل على تنمية الوعي الثقافي لدى أفراد المجتمع المحلي من خلال برامجها التي تعنى بتأكيد الانتماء والهوية الثقافية لمجتمعها المحلي، كما تسهم في ضمان الأمن الثقافي للمجتمع المحلي وصيانة ذاتيته الثقافية، إلى جانب هذا فالإذاعة المحلية تقوم من خلال برامجها الثقافية على تنمية أشكال الإبداع الفني والأدبي في المجتمع المحلي و تسهم الإذاعة المحلية من خلال البرامج الثقافية التي تعنى بالتراث والفنون الشعبية على اختلاف أشكالها مساهمة فعالة وبارزة في المحافظة على هذه الفنون من الضياع أو الاندثار وتصبح بذلك أداة ووسيلة إعلامية محلية تدفع إلى الإبداع والتميز والابتكار والتنمية والرقى بالمجتمع المحلي.¹

¹بوهدة شهرزاد، دور الإذاعة المحلية في تنمية المجتمع المحلي الجزائري، دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي صفحة الفيس بوك لإذاعة المدينة أنموذجاً، المجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والرأي العام، المجلد 3، العدد 2، ديسمبر 2020، ص 371.

خلاصة الفصل:

في الأخير نعتبر الإذاعة وسيلة اتصال جماهيرية تكمن في كونها أداة تواصل مع عامة الناس داخل المجتمعات وهذا راجع إلى مخاطبة المستمعين ضمن نطاق واسع حيث يتجلى هذا الأخير بتغطية الحواجز السياسية والجغرافية من خلال سرعة الأخبار وفي مختلف الميادين مع مراعاة جوانب وظروف الحياة الاجتماعية للأفراد. فالإذاعة ذات تأثير فعال وكبير قادرة على تغيير الاتجاهات وتكوين اتجاه جديد للمستمع على نحو يتمشى ورسالة المصادر، يتضح ذلك من خلال برامجها المختلفة والمتنوعة التي تقدمها للفرد والأسرة والمجتمع في تفعيل الحياة الاجتماعية من إرشادات ونصائح مهمة ومفيدة في الحياة اليومية، وتستخدم كمؤثرات فمقدار تعاضم دور الإذاعة السمعي في التوجه يرمي إلى تعريف العالم ببعضه البعض كما قالها مارشال ماكلوهان.

الفصل الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي.

تمهيد:

شهد العالم في السنوات الأخيرة نوعاً من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء إلكتروني افتراضي، قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود وزاوج بين الثقافات وبهذا تعددت مواقع التواصل الاجتماعي، حيث استطاعت هذه المواقع أن تجد لها مكاناً مميزاً في ظل وجود وسائل الاتصال المختلفة، وقد لعبت العديد من الأحداث السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والطبيعية في العالم دوراً بارزاً في التعريف بهذه المواقع، وبالمقابل كان الفضل أيضاً لهذه المواقع في إيصال الأخبار السريعة والرسائل النصية ومقاطع الفيديو عن تلك الأحداث، الأمر الذي ساعد في شهرة وانتشار هذه المواقع وأهمها الفيس بوك الذي يعتبر من أكبر مواقع الإنترنت هذه الأيام.

وفي هذا الفصل سنتطرق إلى نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي وخصائصها وأنواعها، وسنتطرق لموقع الفيس بوك كيف نشأ وأهم خصائصه، وإلى جمهور مواقع التواصل الاجتماعي وتفاعل الجمهور مع صفحات الفيس بوك الإذاعية في مواقع التواصل الاجتماعي.

1- مواقع التواصل الاجتماعي نشأتها وتطورها:

يرجع ظهور مفهوم الشبكات الاجتماعية إلى عالم الاجتماع "جون بارنز" في عام 1954 الشبكات الاجتماعية بشكلها التقليدي تتمثل في نوادي المراسلة العالمية التي كانت تستخدم في ربط علاقات بين الأفراد من مختلف الدول باستخدام الرسائل الاعتيادية المكتوبة، وساهم ظهور شبكة الإنترنت في انتشار ظاهر التواصل الاجتماعي، وتطوير الممارسات المرتبطة بشبكات التي تسمى وسائل الإعلام الاجتماعية عبر الإنترنت المبنية على التطبيقات التي تركز على بناء شبكات اجتماعية أو علاقات اجتماعية بين البشر من ذوي الاهتمامات المشتركة، أو النشاطات المشتركة، وتعتمد مواقع الإعلام الاجتماعية أو شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية أساسا على التمثيل بحيث يكون لكل مستخدم ملف شخصي وكذا خدمات متعددة أخرى تسمح للمستخدمين بتبادل القيم والأفكار والنشاطات والأحداث والاهتمامات في إطار شبكاتهم الشخصية.¹

كان أول مواقع التواصل الاجتماعي التي ظهرت في الولايات المتحدة على شبكة الإنترنت، في شكل تجمعات هو موقع

Thegolbe.com عام 1994 ، تلاه موقع Geocities في العام نفسه ،وتلاهها موقع Tripod بعام بعد ذلك، حيث ركزت هذه التجمعات على ربط لقاءات بين الأفراد للسماح لهم بالتفاعل من خلال غرف الدردشة وتشارك المعلومات والأفكار الشخصية حول مواضيع مختلفة باستخدام وسائل شخصية للنشر عبر صفحات، وهو الأساس الذي قامت عليه المدونات في حين قامت بعض التجمعات بربط الأفراد من خلال عناوين بريدهم الإلكتروني، وأهمها موقع class mates.com عام 1995 الذي يهتم بربط الاتصال بين زملاء الدراسة السابقين، وموقع sixdegrees.com عام 1997 الذي يركز على الروابط غير المباشرة الملفات الشخصية للمستخدمين، الرسائل المتبادلة المدمجة ضمن قائمة أصدقاء، كما ظهرت عام 1999 نماذج مختلفة من شبكات التواصل الاجتماعي تقوم أساسا

على الثقة والصداقة، حيث شملت التحديثات منح المستخدمين سلطة التحكم في المضمون والاتصال وخلال الفترة ما بين 2002 و2004 بلغت شعبية شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية عبر العالم ذروتها من خلال ظهور ثلاثة مواقع اجتماعية تواصلية، فكان أولها موقع Friendster عام

¹عبد الكريم على الدبيسي، زهير ياسين الطاهات، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، في دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 40، العدد2013، ص70.

2003، ثم تلاه موقع Myspace وموقع Bebo عام 2005، حيث كان موقع Myspace الأكثر شعبية من بينها، كما برز موقع Facebook الذي أنشأه "مارك زوكربيرج" عام 2004 ليجمع زملاءه في جامعة هارفارد الأمريكية، وأصبح بسرعة أهم هذه المواقع الاجتماعية لاسيما بعد انفتاحه على الأفراد خارج الولايات المتحدة. وبهذه بدأ الانتشار الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي مستفيدة من الإستراتيجية التجارية للإنترنت حيث كان موقع Yahoo أو المبادرين باستغلال مواقع الشبكات الاجتماعية في استراتيجية التجارية بإطلاق موقع Yahoo 360 في آذار 2005، كما تم شراء موقع Myspace من قبل مجموعة "روبرت مردوخ" في تموز 2005، تلاها موقع Friendster الذي بيع إلى شركة Itv البريطانية في كانون الأول من نفس العام، وبعدها عرف الويب 0.2 ظهور الكثير من المواقع الاجتماعية قدر بعضها عام 2009 ب 200 موقع.¹

2- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

تتشارك المواقع الاجتماعية في خصائص أساسية ومن أبرز تلك الخصائص:

- ✓ **التعريف بالذات:** وهي الخطوة الأولى للدخول إلى المواقع التواصل الاجتماعي وهي إنشاء صفحة معلومات شخصية، وهي الصفحة التي يضعها المستخدم ويطورها، ويقوم خلالها بالتعريف بنفسه من خلال النص الصورة والصوت والتعليقات والفيديوهات والموسيقى وغيرها من الوظائف الأخرى.
- ✓ **تكوين مجتمع افتراضي:** تسمح مواقع التواصل الاجتماعي الأفراد من خلق صداقات يبادلونهم الاهتمام والمحتوى فهي تساهم في تجسيد المجتمع الافتراضي المتواجد منذ بداية تطبيقات الإنترنت غير أن المواقع التواصل الاجتماعي دعمت الاتصال. فمستخدمي هذه المواقع يخيرون في أساليب كالرسم إضافة.

إلى الانضمام إلى مجموعات قراءة الكتب للتواصل حول الكتب التي أحبها والفيديوهات وغيرها من الخدمات.

- ✓ **التفاعلية:** من خلال أن المواقع تفاعلت منذ وجودها فالاهتمام هي مواقع تبنى من خلال مصلحة مشتركة ذات الاهتمام الواحد كالسياسة والموسيقى، فالتفاعلية تمكن المتلقي في لمشاركة عكس الإعلام القديم.²

¹عبد الكريم على الدبيسي، زهير ياسين الطاهات، المرجع نفسه، نفس الصفحة.

²حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط 6، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2006، ص . ص

- ✓ **التفتيت:** وتعنى تعدد الرسائل التي يمكن الاختيار من بين لتلاعم الأفراد أو الجماعات الصغيرة المتجانسة بدال من توحيد الرسائل لتلاعم الجماهير العريض.
- ✓ **الحركة والمرونة:** حيث يمكن تحريك الوسائل الجديدة إلى أي مكان الحاسب الشخصي والهاتف المحمول وكاميرا الفيديو المحمولة.
- ✓ **قابلية التحويل:** حيث أتاح الاتصال الرقمي إمكانية تحويل الإشارات المسموعة إلى رسائل مطبوعة أو مصورة أو العكس.
- ✓ **قابلية التوصيل:** وتعنى دمر الأجهزة ذات النظم المختلفة بغض النظر عن الشركة الصانعة.¹

3- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:

يوجد العديد من مواقع التواصل الاجتماعي وكل يوم يظهر المزيد منها، وتتعدد وتتميز هذه المواقع بسبب طبيعة الوظائف التي تتيحها، وطبيعة الغايات التي صممت لأجلها، فبعض التطبيقات صممت لبناء العلاقات الاجتماعية مثل فيس بوك وهو أهم نموذج لما يسمى مواقع الشبكات الاجتماعية، في حين صمم البعض الآخر لتبادل الصور مثل انستغرام، والفيديوهات، مثل يوتيوب وتتيح أخرى الانخراط في شبكة مهنية مثل لينكدان وهكذا.

ويمكن تقسيم مواقع التواصل الاجتماعي وفق ما يلي:

- **نوع أساسي:** وهذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة، مثل المراسلات الشخصية، ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية، والروابط والنصوص، والمعلومات بناء على تصنيفات محددة، مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي مثل الفيسبوك، وماي سبيس.
- **نوع مرتبط بالعمل:** وهو من أنواع مواقع التواصل الاجتماعي الهامة، وهي تربط أصدقاء العمل وأصحاب الأعمال والشركات بشكل احترافي، وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين، تحتوي على سيرهم الذاتية، وما قاموا به في سنوات دراستهم وعملهم ومن عملوا معهم.
- **مميزات إضافية:** هناك من المواقع الاجتماعية من توفر مميزات أخرى، مثل التدوين المصغر على غرار تويتر وبلارك والشبكات الجغرافية مثل موقع براينكايت.²

¹حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد، نفس المرجع، نفس الصفحة.

²جرار ليلي، الفيسبوك والشباب العربي، الطبعة الأولى، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2012، ص . ص 40 . 41.

- **مواقع اجتماعية للأعمال:** لا تتوقف مواقع التواصل الاجتماعي عند الربط بين الأصدقاء والأشخاص، بل هناك شبكات تجمع رجال الأعمال وأصحاب الشركات والعاملين، والمثال الأشهر على ذلك موقع لينكد إن، الذي جمع أكثر من (20) مليون مشترك، وأكثر من (150) ألف حرفة مختلفة.
- ويقسم "ايمانوال بلوش" مواقع التواصل الاجتماعي إلى أربعة أنواع:
 - **الشبكات الاجتماعية:** توجد المهنية كـ "لينكد إن" و"فياديو" وغير المهنية كـ "الفييس بوك"، وتعتبر هذه المواقع وسيلة لتبادل المعلومات بين الأفراد.
 - **شبكات الفيديو:** نذكر منها "اليوتيوب" و "دايلي موشن" و "بيكاسا" و"انستغرام" و"فليكر" وتساعد هذه المواقع على تبادل الوثائق صوتا وصورة.
 - **crowdsourcing:** هي مواقع يؤثتها الجمهور على غرار "ويكيبيديا" و "اقورفوكس" وتخضع المضامين المقترحة من قبل الجمهور للمراقبة، وأحيانا تحذف عندما تتعارض مع الواقع.
 - **الشبكات الإخبارية والمدونات:** نذكر من بينها "تويتر" و"فرنفيد" وهي مواقع تتناول الأخبار بطريقة مقتضبة¹.

4- الفيس بوك نشأته وخصائصه:

❖ نشأته:

يرجع ظهور الفيس بوك إلى "مارك جوكربيرج" الطالب في جامعة هارفارد الأمريكية، حيث بدأ يصمم موقعا جديدا على شبكة الأنترنت، وكان هدف "مارك جوكربيرج" هو تصميم موقع يجمع زملاءه في الجامعة ويمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وآرائهم و هذا حقق نجاحا سريعا في وقت قصير و اطلق موقعه فيس بوك في عام 2004، فسرعان مالقى الموقع رواجاً بين طلبة جامعة هارفارد ، واكتسب شعبية واسعة بينهم، الأمر الذي شجعه على توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول إلى الموقع لتشمل طلبة جامعات أخرى أو طلبة مدارس ثانوية يسعون إلى التعرف على الحياة الجامعية واستمر الفيس بوك لمدة سنتين قاصرا على طلبة الجامعات والمدارس ثانوية ، ثم قرر "مارك جوكربيرج" بفتح موقعه امام²

كل من يرغب في استخدامه، والنتيجة طفرة في عدد مستخدمي الموقع إذا ارتفع من 12 مليون مستخدم في شهر ديسمبر 2007 /إلى أكثر من 40 مليون مستخدم.

¹ جرار ليلي، نفس المرجع، نفس الصفحة.

² بعزیز إبراهيم، عصر الميديا الجديدة، في سلسلة منشورات اتحاد إذاعات الدول العربية، مصر، 2016، ص 34.

5- خصائص الفيس بوك:

➤ الملف الشخصي:

فعندما تشترك بالموقع عليك أن تنشئ ملفا شخصيا يحتوي على معلوماتك الشخصية، صورك، الأمور المفضلة لك، وكلها معلومات مفيدة من أجل سهولة التواصل مع الآخرين كذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد أن تعلن لك سلعاها بالتحديد.

➤ إضافة صديق:

وبها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق أو أن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة، الفيس بوك بواسطة بريده الإلكتروني.

➤ إنشاء مجموعة:

تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة إلكترونية على الإنترنت أن تنشئ مجتمعا إلكترونيا يجتمع حول قضية معينة، سياسية كانت ام اجتماعية ام رياضية... الخ، وتستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصريا للعائلة والأصدقاء، او عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها.

➤ لوحة الحائط:

وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.

➤ النكزة:

منها يتاح للمستخدمين إرسال نكزة افتراضية لإثارة انتباه بعضهم إلى بعض وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.¹

➤ الصور:

وهي الخاصة التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع وعرضها.

¹ خالد غسان، يوسف المقدادي، ثورة شبكات الاجتماعية، دار النفائس، ط1، عمان-الأردن، 2013، ص . ص 35 . 37.

➤ الحالة:

التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

➤ التغذية الإخبارية:

التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث تقوم بتمييز بعض البيانات، مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الاحداث المرتقبة واعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.

➤ الهدايا:

ميزة تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدمين الذي يقوم باستقبال الهدية.

➤ السوق:

وهو المكان أو الفسحة الافتراضية الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات موبو مجانية.¹

➤ إنشاء صفحة خاصة على الموقع الفيس بوك:

إنشاء صفحة بموضوع معين ويكون اسم الدومين الخاص ا منتهيا بفيس بوك وبتيح لك أن تروج لفكرتك، او منتجك، او حزبك، او جريدتك، وبتيح الموقع ادوات لإدارة وتصميم الصفحة، ولكنها ليست ادوات متخصصة كما في المدونات، وكذلك يتيح ادوات لترويج الصفحة مع الفيس بوك والتي تدفع مقابل كل مستخدم يرى هذا الاعلان الموصل لصفحتك على الفيس بوك، تدفع مبلغا يوميا او شهريا أو سنويا يتراوح بين بصفة سنتان إلى الالاف، بل الملايين في حالة الاعلان لمئات المشتركين على الموقع لكي يتمكنوا من رويئته.²

6- تفاعل الجمهور مع صفحات الفيس بوك الإذاعية في مواقع التواصل الاجتماعي:

قد 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 و الغير مباشرة، خصوصا و أن الإذاعة تمثل وسيلة إعلامية جماهيرية ذات خصوصية، التي تحاول أن تلبي رغبات المستمع و تطرح قضاياها بشكل مباشر، كما أن التفاعلية

¹ خالد غسان، يوسف المقدادي، المرجع نفسه، نفس الصفحة.

الإذاعية تضمن نوع من المشاركة في اختيار مضمون ما تبثه المحطة الإذاعية، أضف إلى ذلك فإن المستمع يشعر بفرورية الإذاعة و تلقائيتها و تتمثل أهم تلك الأشكال في الحوارات و اللقاءات مع الجمهور، كذلك عن طريق الهاتف البريد العادي و الفاكس، دون أن ننسى ما تتيحه الانترنت للتفاعل مع الإذاعة من خلال المشاركة في الاستفتاءات الإلكترونية منتديات الدردشة و الحوار أو من خلال أشكال أكثر تطوراً كإنشاء المدونات و المساهمة في المؤلفات الجماعية.¹

ومن أوجه التفاعل، ذلك القائم بين المستمعين أنفسهم في مختلف فضاءات الحوار الإلكتروني وعلى موقع الإذاعة المعنية حول برامج الإذاعة التي ينصتون إليها، وهي فرصة يستفيد منها الإذاعيون للاطلاع على نظرة مستمعهم على ما يبث وما ينشر ليضيفوها في تقييم منتجاتهم.

ومن التفاعل ذلك الذي يكون بين المستمعين والمضامين، إذ أن نشر المضامين الإذاعية على الشبكة في أشكال متعددة يعطي الفرصة للمستمعين للاطلاع على ما لم يتمكنوا من الإنصات إليه عند البث، فيتمكنوا من التعليق عليها وربما تحميلها لاستخدامها لغايات متعددة.

ومن التفاعل أيضاً، ذلك الذي يمكن أن يكون بين الإذاعيين أنفسهم عند الاطلاع على الشبكة أو غيرها من المحامل الجديدة القادمة، على منتجات بعضهم البعض وقد يساعد ذلك عدداً 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.²

7- جمهور مواقع التواصل الاجتماعي:

لقد أصبح بإمكان أي فرد ان ينشئ موقعه الخاص على شبكات التواصل الاجتماعي بسهولة ويسر والالتقاء بالأصدقاء القدامى وزملاء الدراسة، ويأتي هذا من إدراك الناس لأهمية هذه الشبكات، بصرف النظر عن كونها خاصة أو تابعة لمؤسسة أو شركة أو حتى دولة، لان الهدف واحد من انشاء هذه الشبكات، مع الأخذ بنظر الاعتبار الاستخدام السيء لبعض الناس في هذه الشبكات.

يحسب لشبكات التواصل الاجتماعي انها تتعامل مع المعلومة و الخبر و الحدت لحظة وقوعها، و يمكن تبادل هذه المعلومات بين الأصدقاء معززة بالصور و مقاطع الفيديو و التعليق و الرد على بعضها، و هذا لم تتمكن منه وسائل الاعلام الحديثة، فإنها ولو قدمت الخبر تحت مسمى (عاجل او

¹السعيد بومعيزة، خالد زعوم، التفاعلية في الإذاعة: اشكالها ووسائلها، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، اتحاد الإذاعات العربية، تونس 2007، ص 15

²محمد الفهري الشلبي، مستقبل الإذاعة على شاشة الراديو، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد 2، اتحاد الإذاعات العربية، تونس 2009، ص 61.

مباشر)، فإنها تقوم بدور المرسل من خلال وسياتها الإعلامية كالفضاءات مثلا، ولم تتمكن من ان تجعل المشاهد يتفاعل معها في لحظة بثها تلك الاحداث، إلا بعد فترة من الوقت عندما تكون تلك الاخبار قد نشرت على موقعها الالكتروني، وبهذه الحالة يمكن لمتصفح تلك المواقع للقنوات الفضائية ان يرد او يعلق على تلك الاخبار .

لم يقتصر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الافراد او المؤسسات بأشكالها المختلفة فقط، ولا استخدامها من قبل بعض المسؤولين والسياسيين في دول عديدة في العالم فحسب، وانما أصبحت الكثير من الجامعات والمعاهد العلمية في العالم اجمع تتواصل مع طلابها عبر الشبكات الاجتماعية والمواقع الالكترونية، لإقبال الناس على التسوق الالكتروني، فقد زادت نسبة الإعلانات على المواقع الالكترونية، مما حقق بالتالي ارتفاعا خياليا في أرباحها.¹

¹محمد المنصور، حسن السوداني، شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الجمهور المتلقي، الطبعة الأولى، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، 2016، ص - ص 125 - 126.

خلاصة الفصل:

من خلال كل ما تطرقنا إليه في هذا الفصل يمكن القول بأن أهمية مواقع التواصل الاجتماعي ومن بينها الفيس بوك تكمن في كونها أتاحت مجالاً واسعاً أمام الإنسان للتعبير عن النفس ومشاركة مشاعره وأفكاره مع الآخرين، خاصة وأن هناك حقيقة علمية وهي أن الإنسان اجتماعي بطبعه وبفطرته يتواصل مع الآخرين ولا يمكن له أن يعيش في عزلة عن أخيه الإنسان.

الإطار الميداني للدراسة.

تمهيد

يعتبر هذا الفصل من أهم فصول دراستنا، وذلك لاحتوائه على الجانب التطبيقي للدراسة أين سيتم عرض نتائج هاته الدراسة وتحليها ، وكما سبق ذكره في الإطار المنهجي فقد لجأنا إلى استخدام أدوات مختلفة في البحث لمستمار ةالى ملاحظة منشورات صفحة إذاعة مستغانم وتفاعل الجمهور معها، و قد قمنا في الأخير بتحليل نتائج هذه الأخيرة فقد قمنا بتحليل الاستمارة و التي وزعت الكترونيا علي (80) عينة من المتفاعلين مع صفحة الإذاعة, كما قمنا بتحليل تفاعلات الجمهور مع بعض المضامين المنشورة على صفحة الإذاعة وكان مجموع هذه المنشورات (10) اختلفت من حيث طبيعتها فمنها الثقافية و منها الاجتماعية, الدينية...الخ, وتم هذا بواسطة الملاحظة لهذه التفاعلات, وكانت الغاية من كل هذا هو اثبات او نفي صحة الفرضيات التي اعتمدنا عليها.

✚ بطاقة تقنية لإذاعة مستغانم الجهوية:

- ✓ التسمية: إذاعة مستغانم الجهوية.
- ✓ الموقع: تقع إذاعة مستغانم الجهوية في بلدية مستغانم، تبعد عن مقر الولاية ب 3 كيلومتر.
- المقر: تم استلام المقر الجديد لإذاعة مستغانم، وتدشينه بصفة رسمية يوم 16 ديسمبر 2020 بمناسبة ذكرى صوت الإذاعة الحرة المكافحة.
- ✓ تفاصيل المقر:
- ✓ الطابق السفلي/الاستقبال/على اليسار: مكتب المديرية والسكرتارية، مكتب رئيسة مصلحة الإدارة، قاعة الاجتماعات.
- ✓ على اليمين: مكتب السمعي البصري، مكتب الاشهار، مكتب الأرشيف، مخزن ومكتب نقابة المؤسسة.
- ✓ الطابق العلوي/على اليمين: مكتب رئيس مصلحة الاخبار، مكتب رئيسة مصلحة الإنتاج، قاعة الإنتاج، قاعة التحرير.
- ✓ على اليسار: استديو البث + استديو الإنتاج، كابين cdm.
- الهاتف/الفاكس: 045413989/045413636.
- تاريخ الإنتاج: دشنت إذاعة مستغانم الجهوية في 10 فبراير 2004 وقد دشنها فخامة رئيس الجمهورية السابق " عبد العزيز بو تفلقة".
- البريد الالكتروني:

radiodemostaganem@yahoo.fr

- الموقع الالكتروني:

WWW.radiomostaganem.net¹

¹ بطاقة تقنية لإذاعة مستغانم، قدمت لنا من طرف رئيس مصلحة الاخبار "مولود باعلي".

▪ عدد العمال:

01+45

3 إداريين + 9 صحفيين + 10 تقنيين + قسم الإخراج والتنشيط 16 + 3 سائقين + 5 أعوان امن ووقاية + 1 عون نظافة.

➤ المديرية: فاطمة بلحاج يوسف.

➤ رؤساء المصالح:

➤ مولود بعلي: رئيس مصلحة الاخبار.

➤ زكية زهور بن صالح: رئيسة مصلحة الإنتاج.

➤ شريف احمد مباركي: رئيس مصلحة التقنية.

➤ آسيا بوطارة: رئيسة مصلحة الإدارة والمالية.

▪ تطور حجم البث (حجم البث الساعي منذ تاريخ انشاء الإذاعة):

انطلق بث إذاعة مستغانم الجهوية يوم 10 فبراير 2004 لأربع ساعات من التاسعة صباحا الى الثالثة زوالا ثم الى ثماني ساعات سنة 2005 من التاسعة صباحا الى الثامنة مساء ثم الى 12 ساعة عام 2006 من السادسة و55 دقيقة صباحا الى السابعة ونصف مساء.

في 27 سبتمبر سنة 2021, تم اختيار إذاعة مستغانم ضمن مجموعة قليلة جدا من الإذاعات الجهوية لتمديد البث وتواصل العمل 24 ساعة على 24, وهو التحدي الذي رفعه الطاقم بنفس العدة والعتاد وبارادة أكبر.¹

¹بطاقة تقنية لإذاعة مستغانم، قدمت لنا من طرف رئيس مصلحة الاخبار "مولود باعلي".

مكتسبات:

حصلت إذاعة مستغانم على أربع ميكروفونات ذهبية ضمن الجائزة الوطنية الميكروفون الذهبي.

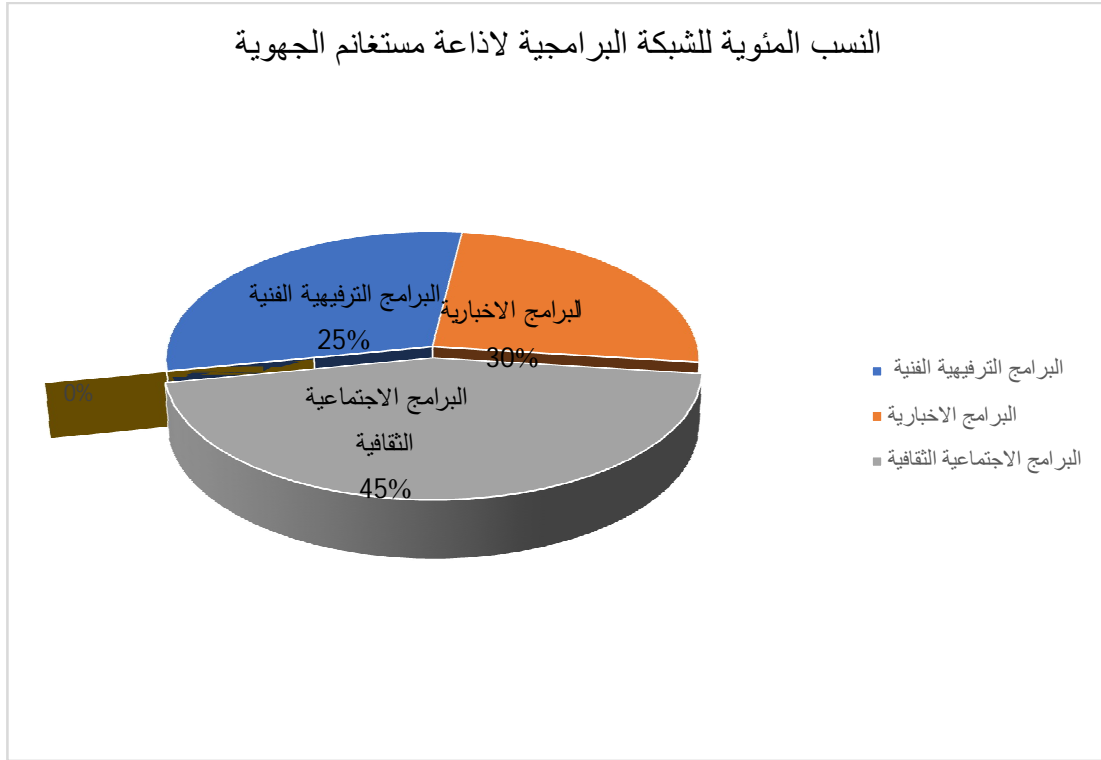
1. أحسن حصة ثقافية (المداحات). عام 2006.
 2. أحسن تحقيق صحفي لمرتين 2008 حول موضوع (المنشطات في عالم الرياضة).
 3. حول أحسن تحقيق صحفي حول سوء التكفل (أخطر من المرض).
 4. أحسن حصة حوارية عام 2009, الموضوع (الاعجاز الرياضي في القرآن الكريم).
- ❖ وضعية التجهيزات التقنية:

تجهيزات رقمية حديثة (أستوديوهات + نضام سمعي رقمي).

❖ النسب المئوية للشبكة البرمجية:

- البرامج الإخبارية: 30%.
- البرامج الاجتماعية الثقافية: 45%.
- البرامج الترفيهية الفنية: 25%¹.

¹بطاقة تقنية لإذاعة مستغانم، قدمت لنا من طرف رئيس مصلحة الاخبار "مولود باعلي".



➤ ملاحظة: تبث إذاعة مستغانم الجهوية برامجها عبر الساتل alcom.sat على التردد 12509 12250 mhz/

📌 الربط مع القناة الأولى:

07:00 النشرة الإخبارية الأولى.

13:00 النشرة الإخبارية الثانية.

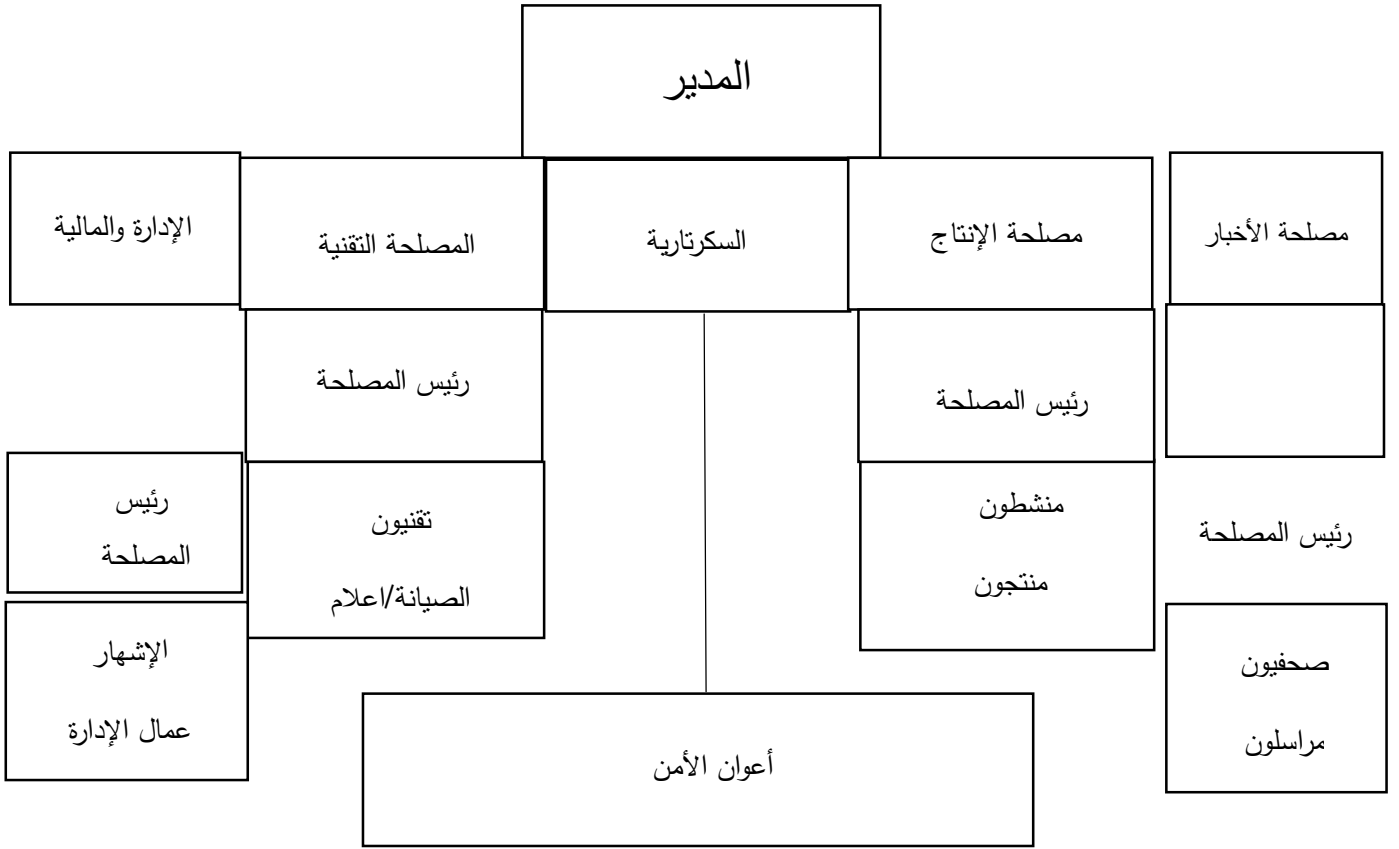
17:00 النشرة الجهوية.

19:00 النشرة الإخبارية الثالثة.

23:00 النشرة الإخبارية الرابعة.¹

¹بطاقة تقنية لإذاعة مستغانم، قدمت لنا من طرف رئيس مصلحة الاخبار "مولود باعلي".

الهيكل التنظيمي لإذاعة مستغانم:



بطاقة فنية للصفحة الرسمية لإذاعة مستغانم الجهوية على الفيس بوك:

Radio mostaganem @radio.mostaganem27

رابط الصفحة:

<http://www.radiomostaganem.net/>

➤ تم انشاء الصفحة في الرابع عشر من شهر مارس سنة 2011.

❖ اهم مكونات الصفحة:

اسم الصفحة، صورة غلاف الصفحة، الصورة المصغرة للصفحة، معلومات عن الإذاعة (اسم الإذاعة والموقع)، الصور، مقاطع الفيديو، على المباشر، عدد المتابعين، عدد المعجبين، أداة البحث عن المنشورات، خاصية ارسال الرسائل، الاعجاب.

➤ يشرف على صفحة إذاعة مستغانم كل من المديرية، نائب المديرية وكذلك خلية السمعى البصري والتي من مهامها انتاج مادة إعلامية مكملة للعمل الإعلامى يكون وفق خصوصيات ومتطلبات السوشل ميديا كإعداد الريبورتاج و الأفلام الوثائقية والافتات والملصقات الى غير ذلك.

➤ تقوم صفحة إذاعة مستغانم بنشر منشورات متعلقة بالحصص التي تبثها عبر اثيرها، اين تقوم بعرض مواعيد هذه الحصص، كما تقوم ببثوث حية من حين لآخر حيث يتمكن المتابعين من التفاعل مباشرة كما تقوم بعرض مختلف الاخبار والاحداث، في حين تقوم بتغطية مختلف الاحداث والمجريات المتعلقة بولاية مستغانم.

➤ وكان الهدف الأول من انشاء هذه الصفحة هو إيصال محتوى الإذاعة لأكبر عدد ممكن من الجمهور خصوصا الشباب، حيث ان الشباب ومع التطور التكنولوجى وانتشار المواقع التواصل الاجتماعى بات لا يقبل على الاستماع للإذاعة، وهذا ما جعل إذاعة مستغانم تستغل هذه المواقع وتنشأ صفحة خاصة بها وهذا لكسب الشباب من جهة ومسايرة للتطور التكنولوجى من جهة أخرى.

الفصل الرابع: تحليل تفاعل الجمهور مع منشورات
صفحة الإذاعة.

تمهيد:

من خلال هذا الفصل سنحاول التطرق الى أشكال تفاعل الجمهور مع مضامين صفحة اذاعة الظهرة عبر موقع الفايس بوك وهذا من خلال مقارنة أشكال التفاعل من اعجاب وتعليقات على بعض المنشورات المختارة، ضف إلى ذلك تحليل بيانات استمارة استبانة لنهني عملنا المتواضع هذا باستخراجة النتائج ومقابلتها مع الفرضيات

📌 تحليل تفاعل الجمهور مع مضامين صفحة الإذاعة.

▪ **المنشور الأول:** برنامج سلامتكم برنامج اجتماعي توعوي و الذي كان موضوعه حول مسار التزامواي و الإشارات المرورية لتنظيم الحركة المرورية، وكان ضيف هذا العدد ممثل عن مؤسسة ترامواي، بلدية مستغانم، البرنامج من اعداد و تقديم محمد امين مرشوق و تحت اشراف فاطمة الزهراء بلحاج يوسف، تم نشر المنشور يوم 15 ماي 2022 على الساعة 12:45، حيث حاز على 58 تفاعل موزعة على 51 اعجاب و 7 قلوب، كما قد حاز على 5 تعليقات و كانت كلها إيجابية منها الشاكرة لموضوع الحصة و منها المحفزة للطاغم الإعلامي للإذاعة على المواضيع التي يقدمونها للجمهور مثل تعليق "ن.ك.": >> السلام عليكم ورحمة الله تعالى و بركاته اشكر كل الطاقم الإذاعي على الجهود التي يبذلها سعيًا وراء التحسيس و التوعية و الترفيه و تقديم مختلف الباقات الإخبارية و البرامج الهادفة و على رأسهم محمد امين مرشوق و فاطمة الزهراء بلحاج يوسف كما لا يفوتني ان انوه بأن الإذاعة هي الصوت الأقرب اليك أينما الفرد في المجتمع <<، وجاء تعليق اخر من "م.ب.": >> نستفيد كثيرا من حصصكم الهادفة، شكرا على كل ما تقدمونه من خدمة المستمعين <<، وقد جاءت التعليقات إيجابية بسبب الموضوع الذي عالجتة الحصة و الذي اهتم بالدرجة الأولى بالتحسيس و التوعية فيما يخص السلامة المرورية وهذا ما لقي استحسان الجمهور كون الموضوع في غاية الأهمية بالنسبة لهم، كما ان المنشور ولأهميته قد تم إعادة نشره عشر مرات عبر مجموعات من طرف التفاعلين.

▪ **المنشور الثاني:** حصة نخوة بدوية هي حصة ثقافية، وقد تم استضافة في هذا العدد نجل الراحل السيد مختار بوغليم والبراح احمد مشروط، الحصة من اعداد وتقديم مريوح رشيد وتحت اشراف فاطمة الزهراء بلحاج يوسف وتطرقت الحصة للحديث عن سيرة و مسيرة الفنان الاغنية البدوية الشيخ محمد اليوسكي، ثم نشر المنشور في 18 ماي 2022 على الساعة 21:40، وقد حاز المنشور على 103 تفاعل موزعة على 91 اعجاب و 10 قلب و 1 متضامن و 1 اضحكني، و كانت اغلب التفاعلات بالإعجاب و القلب و هذا راجع الى اهتمام الجمهور بالثقافة المحلية و بالفن البدوي في منطقتهم، وقد حاز المنشور على 13 تعليق كانت كلها مؤيدة و إيجابية لموضوع الحصة، و الأخرى كانت مترجمة على الشيخ محمد (موضوع الحصة)، حيث جاء تعليق "م.ب.": >> اننا في انتظار الحصة و

نطلب من المختار يجيبنا مقطع من القصيدة يا البونديو خود الحق الي مظلوم و احمد مشروط يجيبنا قصيدة (تبريحة) حضرو دراهم حتى يعرفو المستمعين ما معنى الفن البدوي>>, و جاء تعليق اخر ل"أ.ش": >>«الله يرحموا برحمته الواسعة و يحسن اليه و يجعل مثواه الجنة ان شاء الله>>, ومن خلال هذه التعليقات يظهر لنا ان المتفاعلين قد استعملوا اللغة العامية للتعبير, كما قد تم مشاركة المنشور من طرف 14 شخص و كانت المشاركات عبر البروفايل الشخصي و عبر مختلف المجموعات ومن خلال كل هذا التفاعل يظهر لنا ان الجمهور قد شعر بان الإذاعة المحلية تهتم بكل ما هو ثقافي محلي مستغامي, خاصة ما تعلق بالحديث و التعريف بشخصية تراثية محلية و رمز الثقافة البدوية, وهذا دليل على تناغم الجمهور مع ما هو ثقافي محلي بدوي.

▪ **المنشور الثالث:** هي تغطية لخبر صدده تمكن وحدات المجموعة الإقليمية للدرك الوطني بمستغانم من ايقاف 17 شخص مشتبه فيهم في قضية عصابة احياء مع حجز وسائلهم المستعملة في الجريمة وتم تحرير محضر للمشتبه فيهم, التغطية و التركيب كان من طرف محمد امين مرشوق و الاشراف من فاطمة الزهراء بلحاج يوسف, تم نشر المنشور في 18 ماي 2022 على الساعة 17:44 حيث تحصل المنشور على 236 تفاعل موزع على 223 اعجاب و 8 قلوب و 3 مصدوم و 1 متضامن و 1 حزين, وقد حاز على اهتمام الكثير من المتفاعلين و هذا راجع الى ان الموضوع يخص امن الولاية و المنطقة التي يقطنون بها, كما تحصل على 72 تعليق و كانت التعليقات بعضها منتقدة مثل تعليق "ح.أ": >>«الله يكثر خير الرجالة تاع أولاد حمو الي حاصرو البيت بيه بالعصابة التي قامت بقطع الكهرباء عن الدوار و دخلو و تعداو على عائلة بها بالأطفال حرب وقعت ومدابينا تنقلو الوقائع كما هي>>, هذا التعليق كان ناقدا و مشككا في مصداقية الاخبار المنقلة في صفحة الإذاعة, كما جاءت بعض التعليقات الإيجابية التي كانت داعمة و شاكرة للدرك الوطني مثل تعليق "أ.ك": >>«الله يكون في عون رجال الدرك و جميع اسلاك الامن >>, و نظرا لأهمية الحدث عند الجمهور قد تم مشاركته من طرف 45 شخص عبر برفايلاتهم الشخصية و عبر مختلف المجموعات, وقد تم ارفاق المنشور بفيديو قصير مدته 50 ثانية ينقل الحدث على لسان الرائد بويبيدي رياض قائد الكتيبة للدرك الوطني بعين تادلس.

▪ **المنشور الرابع:** حصة بقلب مفتوح حصة اجتماعية, كانت بث مباشر مدته 52:35, من تقديم فاطمة الزهراء بلحاج يوسف و اخراج محمد رضا عدايدي, تم بث الحصة مباشرة يوم 15 ماي 2022 على الساعة 21:07, و كان موضوع هذا العدد المحبة و العلاقة بين الاخوة و قد كان هذا الموضوع مقترح من احد المستمعين, و تم التطرق لمواضيع فرعية أخرى من بينها النفاق و الكذب و القذف و النميمة, و قد كانت كل هذه المواضيع مقترحة من طرف المتابعين و المستمعين, و حاز المنشور على 67 تفاعل مقسمة بين 50 اعجاب و 15 قلب و متضامن, وقد حصل على 84

تعليق كانت تعليقات إيجابية منها التي تحمل تحيات لمقدمة الحصة مثل تعليق "ت.ر.": <<ولله توحشناك اختي فاطمة عودة ميمونة>>, وكذلك تعليق اخر ل"ر.م.": <<سلام عليكم اختي فاطمة صح عيدك انت وكل عمال الإذاعة >>, و تعليقات أخرى كانت تحمل اراء المتفاعلين حول المواضيع المعالجة مثل تعليق "أ.أ.": <<ولله يا حبيبتي غير ولات الناس تحسدك حتى على التنفس حسبنا الله و نعم الوكيل شكرا لإذاعتنا والله راكم مشرفين مدينة مستغانم>>, وكانت هناك تعليقات أخرى لبعض المتفاعلين يختارون فيها المواضيع التي يريدون التحدث عنها مثل تعليق "أ.ع.": <<ديرو تع الكذب >>, و تعليق "ب.س.": <<موضوع الحسد و العين اختي فاطمة>>, ولم تتم مشاركة المنشور من طرف المتفاعلين.

■ **المنشور الخامس:** برنامج موسنا سيور حصة رياضية وكانت بث مباشر مدته 21:11, بث يوم 15 ماي 2022 على الساعة 18:24, كان من اعداد و تقديم كنزة ونابي من اخراج محمد رضا عدايدي و تحت اشراف فاطمة الزهراء بلحاج يوسف, وكان موضوع هذا العدد من الحصة هو واقع و افاق رياضة الكراتي - تودوكاي بمستغانم رفقة أسماء رياضية معروفة في تودوكاي, وقح حاز المنشور على 26 تفاعل منها 22 اعجاب و 4 قلوب, كما تحصل على 4 تعليقات كانت كلها إيجابية مثل "ح.أ.": <<السلام عليكم نتمنى لكم النجاح و التوفيق>>, وهذا العدد قليل من التفاعل و ربما هذا راجع لعدم اهتمام الجمهور بهذا الموضوع أو لعدم توفر المعرفة الكاملة حوله, و لم يتم مشاركة المنشور.

■ **المنشور السادس:** حصة مواعيد كانت عبارة عن لقاء بمناسبة اليوم الوطني الطالب المصادف 19 ماي 1956, و كان اللقاء تحت عنوان الطالب الجزائري من التضحية و الفداء الى التألق و البناء, موضوع للحديث بحضور الضيوف الكرام على رأسهم الأستاذ بلال دقيوس مدير المتحف الولائي للمجاهد بمستغانم و الأستاذ محمد مختاري أستاذ محاضر بجامعة مستغانم, الحصة من اعداد و تقديم مبروح رشيد و اشراف فاطمة الزهراء بلحاج يوسف, تم نشر المنشور يوم 14 ماي 2022 على الساعة 21:12, وقد حاز على 142 تفاعل موزعة بين 117 اعجاب و 23 قلب و 2 متضامن, و تلقى كذلك 73 تعليق كانت كلها إيجابية و مؤيدة لموضوع الحصة وشاكرة لضيوف الحصة وفي هذا الصدد يقول تعليق "ر.أ.": <<كل التوفيق للأساتذة الكرام و الطلبة الأعزاء وفقكم الله>>, و تعليق اخر ل"ش.م.": <<تحية طيبة الى اساتذتي كل من الأستاذ بلال دقيوس و مختاري محمد و شكر موصول كذلك الى زملاء و الى اختي و صديقتي "س.س." وفقكم الله و ان شاء الله شعبية التاريخ بجامعة مستغانم تصل الى القمة بفضل اساتذتها و طلابها>>, و لاحظنا من خلال التعليقات ان معظم المتفاعلين و المعلقين هم طلبة عند الأساتذة الضيوف وهذا يعود لسبب ان الموضوع يخصهم بشكل مباشر فهم في نهاية المطاف هم طلبة و هذا كام محور الموضوع, وقد تم مشاركة المنشور من طرف 10 اشخاص علن البروفائلات الشخصية و عبر المجموعات.

- **المنشور السابع:** حصة بيئتنا والتي هي حصة اجتماعية توعوية بيئية، وقد تم بثها في بث مباشر مدته 43:19 وهذا يوم 7 ماي 2022 في تمام الساعة 10:07, وقد تناولت موضوع دور المنظمة الوطنية للمجتمع المدني للتنمية، وكان هذا بحضور كل من بلحاج مراد رئيس المنظمة و كذلك بلخنشير كنزة المكلفة بالسياحة على مستوى المنظمة، الحصة كانت من اعداد و تقديم كنزة نابي و من اخراج محمد رضا عدايدي و تحت اشراف فاطمة الزهراء بلحاج يوسف، حصل المنشور على 34 اعجاب و 17 تعليق و قد جاءت التعليقات كلها مؤيدة و داعمة للحصة و موضوعها مثل تعليق "أ.أ.": <«بارك الله فيكم على هذه الجهود الجبارة التي بذلتها المنظمة الولائية»>, وفي نفس الصدد يقول "أ.ف" في تعليق له: <«مشكورين على هذه المبادرة و ان شاء الله تكون في ميزان حسناتكم»>, وقد استحسن المتفاعلين موضوع الحصة كونه يخص بيئتهم و نظافتها والتي هي موضوع مهم بالنسبة لهم, وقد تم مشاركة النشر مرة احدة فقط.
- **المنشور الثامن:** حصة لمسة حنان, هي حصة صحية توعوية من اعداد و تقديم مبروح رشيد و اشراف بلحاج يوسف فاطمة, حيث تم الحديث في هذا العدد عن داء باركنسون (الشلل الرعاشي, الرجافي) مع المختصة الأروطونية أمينة مناد, تم نشر المنشور في السادس من ماي على الساعة 22:25, حيث حاز المنشور على 107 تفاعل موزعة بين 95 اعجاب و 10 قلوب و 2 متضامن, كما تلقى 22 تعليق بحيث جاءت التعليقات معظمها نوعا ما منتقدة وهذا كان بسبب ضيفة الحصة التي رأوا أنها ليست من أهل اختصاص هذا المرض وفي هذا الصدد علق "ر.ب.": <«الأروطونية ليست من مجال اختصاص هذا الداء!! و لماذا يسند الأمر لغير أهله عجيب»>, و كذلك علقت "أ.ل.": <«موضوع جد قيم ولاكن يجب عليكم استدعاء اهل التخصص احسن»>, و جاءت تعليقات أخرى إيجابية مثل تعليق "أ.أ.": <«بالتوفيق ان شاء الله»>, وقد كان التفاعل كبيرا نظرا لأهمية الموضوع كونه متعلق بالصحة خصوصا مثل امراض مزمنة كهذه, ولم يتم مشاركة المنشور.
- **المنشور التاسع:** كان تغطية لحدث والذي عن احياء ليلة القدر المباركة من مسجد العلامة الشيخ قابورة بحي 400 مسكن بمستغانم إلى جانب حفل تكريمي على شرف حفظة القرآن الكريم، وكان هذا بحضور السلطات المحلية وعلى رأسها والي الولاية السيد عيسى بولحية، كانت التغطية من طرف حبيب بوفضة وتحت اشراف فاطمة الزهراء بلحاج يوسف، قد تم نشر المنشور يوم 27 ابريل على الساعة 17:47, وقد لقي المنشور الكثير من التفاعل حيث وصل عدد التفاعل الى 480 تفاعل موزعة على 411 اعجاب و 63 قلب و 5 متضامن و واحد حزين, وهذا راجع الى ان الحدث مهم جدا فهو متعلق بليلة القدر وهذا جانب ديني عظيم و مقدس لدى الجمهور و المجتمع كذلك, و خصوصا انه في شهر مبارك وهو شهر رمضان الكريم, وقد حصل المنشور على 39 تعليق كانت كلها إيجابية كتعليق "ر.ب.": <«ما شاء الله تبارك الله»>, و تعليق آخر ل "ل.ل.": <«ما شاء الله

تبارك الرحمن ربي يفظكم جميعا اللهم تقبل منا و منكم ختم القرآن الكريم ربيع قلوبنا>>, وقد تم مشاركة المنشور 15 مرة, كما قد ارفق المنشور ببعض الصور توضح الحدث.

■ **المنشور العاشر:** كان تغطية لخبر انتخاب رئيس المجلس الشعبي الولائي لولاية مستغانم السيد عباسه ادريس و أعضاء المجلس الذي يضم 43 عضوا, التغطية كانت من طرف حبيب بوفضة و محمد امين مرشوق ومن اشرف فاطمة الزهراء بلحاج يوسف, تم نشر المنشور يوم 22 ديسمبر 2021 على الساعة 00:03, وقد ارفق بفيديو مدته 1:57, وقد تلقى 129 تفاعل منها 122 اعجاب و 5 قلوب و 1 متضامن و 1 اضحكني, كما حصل على 10 تعليقات و كانت التعليقات معظمها غير مؤيدة و رافضة لما حدث في هذه الانتخابات, وفي هذا الصدد جاء تعليق ل "ل.ز" يقول فيه:>>عن أي شفافية تتكلمون كفاكم استغباء ما بقات بلاد كي ولاو الخاسرين يتحالفون ضد أصحاب اعلى نسبة اين هي أصوات الشعب>>, و جاء تعليق آخر ل "م.أ" يقول:>>الشعب الحر بريء من ديمقراطيتكم >>, فقد كانت هذه التعليقات تعبر عن رفضهم لما حدث في الانتخابات حيث رأوا ان الانتخابات لم تكن نزيهة و لم تلتمسها الشفافية, في حين جاءت تعليقات قليلة التي كانت إيجابية و داعمة منها تعليق "خ.ح":>>مبروك عليه و ربي يوفقه ان شاء الله>>, ولم يتم مشاركة المنشور.

من خلال ما تم تقديمه نستنتج أن اشكال التفاعل حول المواضيع المطروحة في المنشورات تنوعت من زاوية السمات التفاعلية بين الاعجاب والتعليق، حيث قد يعبر الاعجاب في عمومته عن تأييد ما عرض في المنشور وهذا قد يفسر أن المنشورات عموما مقبولة عند الجمهور وتعتبر عن انشغالاته ومشاكله وهذا القبول قد يفسر خاصة في طريقة طرح الموضوع، أما التعليقات فهي متنوعة وتعتبر عن آراء الجمهور، حيث في أغلبها أنت مؤيدة لما ينشر لكن هناك منشورات تعرضت للنقد ويرجع هذا لطبيعة الموضوع المطروح وطريقة طرحه التي لا تتلاءم وانشغالات الجمهور المحلي وربما لم يعالج بالصيغة المطلوبة، بالنظر الى المشاكل التي يعاني منها المجتمع المحلي، من هنا يمكن القول أن المجال العام الافتراضي أتاح النقاش الحر من خلال التعبيرات التفاعلية وعرض الآراء والأفكار خاصة في ظل الميزة التي يطرحها موقع الفاييس بوك، وهذا التفاعل يفسر كذلك الجو الديمقراطي للفضاء الافتراضي ودوره في نشر الافكار والآراء بلا قيود التي قد تفيد الاذاعة المحلية والمجتمع المحلي كذلك

الفصل الخامس: تحليل بيانات الاستمارة.

❖ البيانات الشخصية لأفراد العينة:

- الجدول الأول: يبين التوزيع التكراري لأفراد العينة حسب البيانات الشخصية.

النسبة	التكرار	البيانات الشخصية
		الجنس
43,8%	35	ذكر
56,3%	45	انثى
100%	80	المجموع
		العمر
63,7%	51	من 18 الى 29
23,8%	19	من 30 الى 39
12,5%	10	من 40 فما فوق
100%	80	المجموع
		المستوى التعليمي
0%	0	ابتدائي
2,5%	2	متوسط
7,5%	6	ثانوي
90%	72	جامعي
100%	80	المجموع
		الوظيفة
48,8%	39	بطل
26,3%	21	موظف حكومي
11,3%	9	عامل حر
12,5%	10	إطار
1,2%	1	متقاعد
100%	80	المجموع
		الحالة الاجتماعية
31,3%	25	أعزب
67,5%	54	متزوج
0%	0	أرمل

مطلق	1	1,2%
المجموع	80	100%
الأصل الاجتماعي		
ريفي	11	13,8%
شبه حضري	24	30%
حضري	45	56,3%
المجموع	80	100%
مكان الإقامة		
ولاية مستغانم	72	90%
خارج ولاية مستغانم	8	10%
المجموع	80	100%

➤ نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة أفراد العينة الاناث أكبر من نسبة فئة عينة الأولاد، حيث قدرت نسبة الاناث ب 56,3% ونسبة الذكور قدرت ب 43,8%, أما بالنسبة للعمر فالفئة العمرية بين (18 - 29) قد مثلت أكبر نسبة من افراد العينة والتي قدرت بنسبة 63,7% ويمكن تفسير ذلك بان اغلب المتابعين لصفحة إذاعة مستغانم هم فئة الشباب وهذا يدل على مدى أهمية و مكانة الإذاعة بالنسبة لهذه الفئة العمرية, فيما جاءت الفئة العمرية بين (30 - 39) المرتبة الثانية بنسبة قدرت ب 23,8% و يدل هذا أن صفحة الإذاعة تستقطب أيضا هذه الفئة العمرية و هذا عن طريق برامجها الإذاعية, وجاءت الفئة العمرية (من 40 فما فوق) في المرتبة الأخيرة بنسبة قدرت ب 12,5%, وهذا يدل على ان صفحة الإذاعة لا تستقطب عددا كبيرا من هذه الفئة العمرية, ولاكن تبقى هذه النسبة لابس بها كون أن جذب هذه الفئة العمرية لمثل هذه الامور صعب نوعا ما, وأيضا يظهر الجدول أن أكبر نسبة التي مثلت المستوى التعليمي هي فئة ذوي المستوى الجامعي و التي قدرت ب 90%, في حين جاء المستوى الثانوي في المرتبة الثانية بنسبة 7,5%, تلاه المستوى المتوسط بنسبة 2,5%, وهذا يدل على ان الصفحة لديها متابعين من ذوي الدراسات العليا أكثر على غرار باقي المستويات, كما قد بين الجدول أن فئة البطالين هي أكثر فئة متابعة للصفحة و هذا بنسبة قدرت ب 39%, و تلتها فئة الموظفين الحكوميين بنسبة 21%, و جاءت بعدها فئة الإطارين بنسبة 12,5%, وفي المرتبة الأخيرة جاءت فئة المتقاعدين بنسبة 1,2%, كما نلاحظ على مستوى متغير الحالة الاجتماعية أن النسبة الأكبر كانت لفئة متزوج حيث بلغت نسبة 67,5%, و جاءت بعدها فئة اعزب بنسبة 31,3% وفي تلتها فئة مطلق بنسبة 1,2% في حين لم تسجل فئة أرمل أي نسبة, كما يمكننا ان نلاحظ في توزيع الفئة حسب الأصل الاجتماعي أن اعلى نسبة كانت من

نصيب فئة الحضري والتي بلغت نسبة 56,3%، فيما جاءت فئة الشبه الحضري في المرتبة الثانية بنسبة 30%، لتأتي بعدها فئة ريفي بنسبة 13,8%، وهذا ما يدل على أن أكثر فئة متابعنا لصفحة الإذاعة هي الفئة التي تقطن بالأماكن الحضرية للولاية، في حين يوضح لنا الجدول أن أفراد العينة حسب متغير مكان الإقامة أن أكثر نسبة كانت لفئة من يقيمون في ولاية مستغانم حيث قدرت هذه النسبة ب 90% وهذا بين أن أغلبية المبحوثين الذين يتابعون صفحة إذاعة مستغانم يقيمون بولاية مستغانم وهم يمثلون المجتمع المحلي لإذاعة مستغانم الجهوية، بينما جاءت نسبة قليلة التي مثلت فئة من يقيمون خارج ولاية مستغانم حيث قدرت هذه النسبة ب 10% والذين هم الآخرين يتابعون صفحة إذاعة مستغانم لأسباب منها تتبع أخبار هاته الولاية على الاغلب، ولاكن بالرغم من هذه الفروقات بين المبحوثين من جنس و عمر و مستوى تعليمي و غيرها، إلا أنهم يقبلون على تصفح صفحة إذاعة مستغانم على موقع الفيس بوك، وهذا راجع لسهولة استخدام هذه الوسيلة و انتشارها في اوساطهم و لإقبالهم على مواكبة التطور التكنولوجي.

❖ تحليل بيانات المحور الأول: عادات وأنماط التصفح.

▪ الجدول الثاني يوضح توزيع مدى استخدام عينة الدراسة للفيس بوك حسب متغير الجنس.

الاحتمالات	(29 . 18)		(39 . 30)		(40 فما فوق)		المجموع	السن
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		
دائما	40	61,53%	17	26,15%	8	12,30%	65	81,25%
أحيانا	11	73,33%	2	13,33%	2	13,33%	15	18,75%
المجموع	51	63,75%	19	23,75%	10	12,5%	80	100%

➤ نلاحظ من خلال هذا الجدول ان اعلى نسبة لدرجة استخدام الفيس بوك كانت لدائما والتي قدرت ب 81,25%، وهذا ما أكدته الفئة العمرية ما بين (29 . 18) سنة و التي جاءت نسبتها 61,53%، تليها الفئة العمرية ما بين (39 . 30) سنة و التي قدرت ب 26,15%، في حين قدرت نسبة الفئة العمرية من (40 فما فوق) ب 12,30%، و هذا يدل على ان المبحوثين يستعملون موقع الفيس بوك بصفة دائمة للاطلاع على كل ما هو جديد أو من اجل الدردشة مع الأهل والأصدقاء... الخ، خاصة الفئة العمرية من (29 . 18) سنة، في حين جاءت درجة استخدام الفيس بوك أحيانا في المرتبة الثانية بنسبة 18,75%، حيث ان نسبة الفئة العمرية من (29 . 18) سنة قدرت ب 73,33%، اما الفئة العمرية من (39 . 30) سنة و من (40 فما فوق) تساوت نسبتها والتي قدرت ب 13,33%،

و هذا يؤكد ان الفيس بوك من الشبكات الواسعة الانتشار و يفضل الكثير من الناس استخدامه نظرا لما يتيح من إمكانية التفاعل و التواصل و نظرا لسهولة استخدامه.

➤ نلاحظ من خلال الجدول رقم (2) أن نسبة 81,25% من المبحوثين يستخدمون الفيس بوك بصفة دائمة، وهذا ما تؤكد فئة المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم بين (18 . 29) سنة بنسبة 61,53%، وفئة ما بين (30 . 39) سنة بنسبة 26,15%، تليها نسبة 12,30% للفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم من (40 فما فوق)، وتفسر هذه النسب أن المبحوثين يستخدمون الفيس بوك دائما وذلك للاطلاع على كل ما هو جديد أو من اجل الدردشة مع الأهل والأصدقاء... الخ.

➤ في حين جاءت في المرتبة الثانية فئة الذين يستخدمون الفيس بوك أحيانا بنسبة قدرت ب 18,75% وهذا ما تؤكد نسبة 73,33% للفئة العمرية ما بين (12 . 29)، تليها نسبة 13,33% لكل من الفئة العمرية ما بين (30 . 39) سنة وفئة من (40 فما فوق)، حيث يتضح لنا من خلال هذا الجدول أن نسبة استخدام الفيس بوك مرتفعة عند الفئات العمرية الصغيرة (18 . 29) - (30 . 39)، ومنخفضة عند الفئة العمرية الكبيرة (40 فما فوق)، وذلك راجع ربما الى أن الفئات العمرية التي تزيد عن 40 سنة غير مهتمة بالوسائل التكنولوجية الحديثة، في حين نجد الفئات العمرية الشابة تميل الى هذه الوسائل، فالفيس بوك اذا من الشبكات الواسعة الانتشار و يفضل الكثير من الناس استخدامه نظرا لما يتيح من إمكانية التفاعل و التواصل و نظرا لسهولة استخدامه.

■ **الجدول الثالث: يوضح امتلاك عينة الدراسة لحسابات علن الفيس بوك حسب متغير الجنس.**

المجموع		انثى		ذكر		الجنس
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	امتلاك الافراد لحسابات الفيس بوك
85%	68	57,35%	39	42,64%	29	حساب واحد
15%	12	50%	9	50%	6	أكثر من حساب
100%	80	56,25%	45	43,75%	35	المجموع

➤ يوضح هذا الجدول عدد الحسابات التي يمتلكها المبحوثين حسب الجنس، حيث يتضح لنا ان اعلى نسبة من المبحوثين يمتلكون حساب واحد حيث قدرت هذه النسبة ب 85%، فنرى ان نسبة الذكور هي 42,64%، في حين قدرت نسبة الاناث ب 57,35%، اما نسبة من يمتلكون أكثر من حساب قدرت ب 15%، حيث جاءت نسبة الذكور والاناث متساوية قدرت ب 50%، وهذا يدل على ان اغلب المبحوثين يفضلون امتلاك حساب فيس بوك واحد بدلا من امتلاك عدة حسابات يحث ان النتائج اظهرت ان الاناث هم اغلب من يكتفون بحساب فيس بوك واحد على غرار الذكور.

■ **الجدول الرابع: يوضح علاقة طبيعة حسابات المبحوثين على الفايس بوك بالجنس**

المجموع		انثى		ذكر		الجنس
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	حسابات المبحوثين على الفايس بوك
90%	72	52,77%	38	47,22%	34	حقيقي
10%	7	87,5%	7	12,5%	1	مستعار
100%	80	56,25%	45	43,75%	35	المجموع

➤ نلاحظ من خلال الجدول ان اعلى نسبة من المبحوثين حساباتهم على موقع الفايس بوك حقيقية حيث قدرت النسبة ب 90%، فكانت نسبة الاناث أكثر من نسبة الذكور والتي قدرت ب 52,77%، بينما قدرت نسبة الذكور ب 47,22%، في حين جاءت نسبة من يمتلكون حسابات مستعارة 10%، قدرت نسبة الذكور ب 12,5%، بينما كانت نسبة الاناث مرتفعة مقارنة ب نسبة الذكور حيث قدرت النسبة ب 87,5%، ونستنتج من خلال الجدول ان جل المبحوثين يمتلكون حسابات بأسمائهم الحقيقية في حين هناك عدد قليل منهم من يعتمدون حسابات بأسماء مستعارة، وهذا يدل على ان المبحوثين يفضلون اظهار هويتهم الحقيقية على حساباتهم في الفايس بوك.

■ **الجدول الخامس: يوضح مدى تصفح عينة الدراسة لصفحة الإذاعة علنالفيس بوك حسب متغير الجنس.**

المجموع		انثى		ذكر		الجنس
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	تصفح صفحة الإذاعة على الفايس بوك
25%	20	35%	7	65%	13%	دائما
52,5%	42	57,14%	24	42,85%	18	احيانا
22,5%	18	77,77%	14	22,22%	4	نادرا
100%	80	56,25%	45	43,75%	35	المجموع

➤ من خلال بيانات الجدول يتبين لنا ان نسبة 25% من المبحوثين يتصفحون صفحة الإذاعة بصفة دائمة، فكانت نسبة الذكور اعلى نسبة قدرت ب 65%، بينما قدرت نسبة الاناث ب 35%، لتليها

نسبة 52,5% من يتصفحون الصفحة أحيانا وكانت هذه اعلى نسبة، حيث بلغت نسبة الذكور 42,85% بينما بلغت نسبة الاناث 57,14%, بينما نجد في الترتيب الأخير نسبة 22,55% ممن يتصفحون نادرا، حيث بلغت نسبة الذكور فيها 22,22% و نسبة الاناث 77,77% والتي كانت اعلى نسبة, وهنا نستنتج ان اغلب المبحوثين يتصفحون صفحة إذاعة مستغانم على الفيس بوك أحيانا وليس بصفة دائمة ويرجع هذا ربما لارتباطهم بأولويات وانشغالات أخرى اكثر أهمية بالنسبة لهم، أو أنهم يتابعونها على الراديو

▪ **الجدول السادس: يوضح اسباب تصفح عينة الدراسة لصفحة الإذاعة على لفيس بوك حسب متغير الجنس.**

المجموع	انثى		ذكر		الجنس		
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
					أسباب التصفح		
	36,25%	29	41,37%	12	58,62%	17	معرفة اخبار الولاية
	23,75%	19	73,68%	14	26,31%	5	معرفة الجديد وآخر المستجدات
	3,75%	3	100%	3	0%	0	تعجبني الصفحة
	2,5%	2	0%	0	100%	2	مسايرة التطور التكنولوجي وعصر السرعة
	5%	4	50%	2	50%	2	تقدم معلومات نستفيد منها
	2,5%	2	50%	1	50%	1	بحكم تخصصي الدراسي
	2,5%	2	0%	0	100%	2	لإثراء الرصيد المعرفي
	5%	4	75%	3	25%	1	لترفيه والمتعة
	1,5%	1	100%	1	0%	0	لأنني معلقة صوتية والعمل الإذاعي يهمني
	10%	8	75%	6	25%	2	للاطلاع على البرامج
	1,25%	1	100%	1	0%	0	من اجل البتوت المباشرة
	3,75%	3	0%	0	100%	3	لا اتصفحها فقط تصلني اشعارات
	1,25%	1	100%	1	0%	0	لا يوجد سبب معين

بدون اجابة	0	%0	1	%100	1	%1,25
المجموع	35	%43,75	45	%56,25	80	%%100

➤ من خلال الجدول يتضح لنا ان اغلب المبحوثين يتصفحون صفحة إذاعة مستغانم على الفيس بوك من اجل معرفة اخبار الولاية، حيث جاءت نسبة 36,25 تمثل هذه الفئة فبلغت نسبة الذكور 58,62%، في حين بلغت نسبة الاناث 41,37%، بينما جاءت نسبة 23,75% تمثل فئة من يتصفحون الصفحة من اجل معرفة الجديد وآخر المستجدات حيث بلغت نسبة الذكور 26,31% بينما بلغت نسبة الاناث 73,68%، تليها نسبة 3,5% تمثل إجابة تعجبني الصفحة حيث كانت نسبة الذكور فيها منعدمة 0% وبالتالي حصلت الاناث على النسبة الكلية 100% بينما نجد نسبة 2,5% من المبحوثين تمثلت اجابتهم في مسايرة التطور التكنولوجي و عصر السرعة، و من اجل اثناء الرصيد المعرفي و كذلك بحكم التخصص الدراسي، بينما كانت نسبة 5% هي النسبة التي تمثلت إجابة المبحوثين بتقديم معلومات مفيدة و كذلك الترفيه و المتعة، في حين جاءت نسبة 1,5% لتمثل إجابة مبحوثة اجابت بأنني معلقة صوتية و العمل الإذاعي يهمني لذلك قدرت النسبة ب 100%، تليها نسبة 10% للذين يتصفحون من اجل الاطلاع على البرامج فجاءت نسبة الذكور منعدمة 0% في حين جاءت نسبة الاناث كلية 100%، بينما مثلت نسبة 3,75% الذين لا يتصفحون فقط تصلهم اشعارات فيقومون بإلقاء نظرة حيث جاءت نسبة الذكور 100%، لنجد في الأخير نسبة 1,25% تمثل إجابة الذين لا يمتلكون أسباب معينة للتصفح و فئة المبحوثين الذين لم يدلوا بإجابات، ومن هنا نستنتج ان اغلب الأسباب التي تدفع المبحوثين للتصفح هي من اجل الاطلاع على الاخبار و معرفة الجديد و آخر المستجدات المتعلقة بولاية مستغانم والتي تعني المجتمع المحلي.

▪ **الجدول السابع: يوضح مع من يتصفح افراد العينة صفحة الإذاعة حسب متغير الجنس**

الجنس	ذكر		انثى		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
مع من يتصفح بمفردك	31	%43,47	38	%55,07	69	%86,25
مع العائلة	2	%22,22	7	%77,77	9	%11,25
مع الاصدقاء	2	%100	0	%0	2	%2,5
المجموع	35	%43,75	45	%56,25	80	%100

➤ نلاحظ من خلال هذا الجدول ان جل المبحوثين يفضلون تصفح صفحة الإذاعة بمفردهم حيث قدرت النسبة ب 86,25% فكانت نسبة الذكور 43,47% بينما نسبة الاناث 55,07%، في حين نجد

نسبة 11,25% من يفضلون تصفح الصفحة رفقة افراد العائلة حيث بلغت نسبة الذكور 22,22% بينما بلغت الاناث النسبة الأكبر ب 77,77%, في حين 2,5% من المبحوثين من يتصفحون الصفحة رفقة اصدقائهم حيث ان نسبة الذكور بلغت 100% في حين كانت نسبة الاناث معدومة 0%, و هذا يفسر ان اغلب المبحوثين يفضلون تصفح صفحة الإذاعة وهم على انفراد وذلك طلبا للخصوصية فهذا يشعرهم براحة اكثر .

▪ **الجدول الثامن: يوضح الأوقات المفضلة لتصفح الصفحة عند افراد العينة حسب متغير السن.**

السن	(29 . 18)		(30 . 39)		(40 فما فوق)		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الايوقات المفضلة للتصفح								
الفترة الصباحية	5	40%	4	40%	1	10%	10	12,5%
فترة الظهيرة	1	100%	0	0%	0	0%	1	1,25%
الفترة المسائية	14	77,77%	4	22,22%	0	0%	18	22,5%
الفترة الليلية	10	62,5%	0	0%	6	37,6%	16	20%
كل الاوقات	21	60%	11	31,42%	3	8,57%	35	43,75%
المجموع	51	63,75%	19	23,75%	10	12,5%	80	100%

➤ من خلال هذا الجدول نلاحظ ان اغلبية المبحوثين يفضلون تصفح صفحة الإذاعة في كل الاوقات حيث بلغت النسبة 43,75% اذ مثلت الفئة العمرية من (18 . 29) سنة نسبة 60%

و 31,42% بالنسبة للفئة العمرية بين (30 . 39) سنة, و نجد في المقابل نسبة 8,57% تمثل الفئة العمرية من (40 سنة فما فوق), و تأتي الفترة المسائية هي الثانية من حيث التفضيلات حيث قدرت بنسبة 22,5%, فجاءت نسبة الفئة العمرية من (18 . 29) 77,77% بينما 22,22% مثلت الفئة العمرية من (30 . 39), و نجد الفئة العمرية من (40 سنة فما فوق) لا تفضل الفترة المسائية كوقت

للتصفح حيث انعدمت النسبة فيها 0%، لتأتي بعدها الفترة الليلية بنسبة 20% حيث بلغت نسبة الفئة العمرية من (18 . 29) 62,5%، في حين انعدمت النسبة في الفئة العمرية من (30 . 39)، في المقابل بلغت نسبة الفئة العمرية من (40 سنة فما فوق) 37,6%، اما بالنسبة للفترة الصباحية فقد بلغت نسبتها 12,5%، اذ سجلت الفئة العمرية من (18 . 29) سنة نسبة 50%، بينما سجلت الفئة العمرية من (30 . 39) سنة نسبة 40%، في المقابل كانت 10% هي النسبة التي سجلتها الفئة العمرية من (40 سنة فما فوق)، و تأتي في الأخير فترة الظهيرة بنسبة بلغت 1,25%، وهي اقل نسبة حيث أن الفئة العمرية من (18 . 29) هي الفئة الوحيدة التي سجلت بها النسبة التي قدرت ب 100% في حين ان الفئات الأخرى انعدمت نسبتهم 0%، و نستنتج من خلال هذه النسب ان الفئة العمرية من (18 . 29) سنة و (30 . 39) سنة تجد كل الأوقات مناسبة للتصفح صفحة الإذاعة، في حين ان الفئة العمرية من (40 سنة فما فوق) تفضل الفترة الليلية لتصفح الصفحة وهذا راجع لانشغالات و ارتباطات الفئات العمرية بالدراسة او العمل... الخ.

▪ **الجدول التاسع: يوضح عدد ساعات تصفح افراد العينة للصفحة حسب متغير الجنس.**

المجموع		انثى		ذكر		الجنس
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	عدد ساعات التصفح
68,75%	55	54,54%	30	13,63%	25	اقل من ساعة
28,75%	23	60,86%	14	39,13%	9	ساعة الى ساعتين
2,5%	2	50%	1	50%	1	أكثر من ساعتين
100%	80	56,25%	45	43,75%	35	المجموع

➤ نلاحظ من خلال الجدول ان اغلب المبحوثين انهم يتصفحون صفحة الإذاعة لأقل من ساعة وذلك بنسبة 68,75%، حيث بلغت نسبة الذكور 13,63% بينما بلغت نسبة الاناث 54,54%، في حين يقضي 28,75% منهم ساعة الى ساعتين في تصفحهم لصفحة الإذاعة اذ بلغت نسبة الذكور 39,13% في حين بلغت نسبة الاناث 60,86%، بينما يستغرق حوالي 2,5% منهم اكثر من ثلاث ساعات في تصفحهم وكانت هذه اقل نسبة، وهذا ما يفسر ان اغلبية المبحوثين لا يقضون ساعات طويلة في تصفح صفحة الإذاعة على الفيس بوك، حيث انهم اغلبهم لا يتعدون الساعة الواحدة، بينما فئة قليلة من تتجاوز ساعتين في التصفح، وهذا راجع ربما لاهتمام المبحوثين بمتابعة مواقع و صفحات أخرى غير صفحة إذاعة مستغانم.

❖ **تحليل بيانات المحور الثانيفاعل الجمهور مع مضامين صفحة الإذاعة على الفيس بوك:**

▪ الجدول العاشر: يوضح المضامين التي يتفاعل معها افراد العينة حسب متغير الجنس.

الجنس	ذكر		انثى		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
اجتماعية	11	%52,38	10	%47,61	21	%26,25
سياسية	4	%66,66	2	%33,33	6	%7,5
ثقافية	5	%31,25	11	%68,75	16	%20
اقتصادية	1	%50	1	%50	2	%2,5
رياضية	5	%62,5	3	%37,5	8	%10
دينية	1	%20	4	%80	5	%6,25
ترفيهية	1	%14,28	6	%85,7	7	%8,75
الاخبار	7	%46,66	8	%53,33	15	%18,75
المجموع	35	%43,75	45	%56,25	80	%100

➤ يتبين لنا من خلال هذا الجدول ان اغلب المبحوثين يتفاعلون مع المضامين ذات الطبيعة الاجتماعية حيث بلغت النسبة %26,25, اين بلغت نسبة الذكور %52,38 بينما بلغت نسبة الاناث %47,61, في حين جاءت المضامين الثقافية كثاني المضامين المتفاعل معها حيث بلغت نسبتها %20, اذ كانت نسبة الذكور و %31,25 و نسبة الاناث, وجاءت الاخبار في المرتبة الثالثة حيث قدرت النسبة ب %18,75, فكانت نسبة الاناث اكثر من نسبة الذكور حيث بلغت نسبة الاناث %55,33 و نسبة الذكور %46,66, تليها المضامين الرياضية التي بلغت نسبتها %10 فجاءت نسبة الذكور %62,5 بينما نسبة الاناث %37,5, لتأتي بعدها المضامين الترفيهية بنسبة %8,75 فسجلت نسبة الاناث كأكثر نسبة قدرت ب %85,7 بينما نسبة الذكور كانت %14,28, تليها المضامين السياسية بنسبة %7,5 والتي سجلت فيها نسبة الذكور %66,66 كأكثر نسبة و %33,33 بالنسبة للإناث, ثم تليها المضامين الدينية بنسبة %6,25 وبلغت فيها نسبة الاناث اكثر نسبة قدرت ب %80 بينما كانت %20 هي نسبة الذكور, لتأتي في الأخير المضامين الاقتصادية بنسبة ضئيلة التي قدرت ب %2,5 والتي تساوت فيها نسبة الذكور مع نسبة الاناث ب %50, ومن خلال هذه المعطيات يتضح لنا ان اكثر المضامين التي يتفاعل معها المبحوثين تتمثل في المضامين الاجتماعية و الثقافية بالدرجة الأولى, لتأتي بعدها المضامين الثقافية

و الاخبار حيث ان الاناث يفضلون التفاعل مع البرامج الثقافية و الاخبار اكثر, بينما يفضل الذكور المضامين الاجتماعية و السياسية و الرياضية، وهذا ما يفسر ميولات واهتمامات كل من الذكور والاناث بالنظر الى الطبيعة الاجتماعية للجنسين، خاصة التنشئة الاجتماعية
الجدول الحادي عشر: يوضح كيف يتفاعل افراد العينة مع المضامين حسب متغير الجنس.

المجموع		انثى		ذكر		الجنس
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	كيفية التفاعل مع المضامين
%55	44	%59,09	26	%40,90	18	الاعجاب
%12,5	10	%50	5	%50	5	التعليق
%2,5	2	%100	2	%0	0	المشاركة
%30	24	%50	12	%50	12	كلها
%100	80	%56,25	45	%43,75	35	المجموع

➤ من خلال بيانات الجدول يتبين لنا ان اغلب المبحوثين يتفاعلون مع المضامين عن طريق الاعجاب وذلك بنسبة %55، حيث بلغت نسبة الذكور %40,90 في حين بلغت نسبة الاناث %59,09، تأتي بعدها نسبة %30 من يجمع بين كل خاصيات التفاعل حيث تساوت النسبة بين الذكور و الاناث ب %50، تليها نسبة %12,5 من يتفاعل عن طريق التعليق اذ تساوت نسبة الذكور و الاناث ب %50، لتاتي بعدها نسبة ضئيلة ممن يتفاعل عن طريق المشاركة حيث قدرت النسبة ب %2,5 فكانت نسبة الذكور منعدمة %0 لتكون النسبة الكلية للاناث %100، وهذا يفسر ان المبحوثين يتفاعلون بكثرة عن طريق الاعجاب و التعليق وذلك بغية التعبير عن آرائهم و أفكارهم و إيصال انشغالاتهم بكل حرية، بينما لا يتم التفاعل كثيرا بواسطة المشاركة، فالاعجاب يتيح لهم التعبير عن تأييدهم لما طرح، والتفاعل يكون أكثر تفصيلا خاصة أنه في اغلبه يأتي عن طريق انتاج خطاب كتابي والذي من خلاله يبرز المتفاعل آراءه وتوجهاته ازاء ما يطرح من مواضيع وقد تكون مؤيدة أو معارضة

▪ الجدول الثاني عشر: يوضح الرموز الأكثر استعمالا من طرف افراد العينة اثناء التفاعل حسب متغير الجنس.

المجموع		انثى		ذكر		الجنس
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الرموز الأكثر توظيفاً
%56,25	45	%55,55	25	%44,44	20	اعجاب
%38,75	31	%58,06	18	%41,93	13	قلب
%2,5	2	%50	1	%50	1	مودة
%1,25	1	%100	1	%0	0	حزن
%1,25	1	%0	0	%100	1	غضب
%100	80	%56,25	45	%43,75	35	المجموع

➤ يتضح لنا من خلال الجدول ان اكثر الموز التي يستعملها المبحوثين اثناء التفاعل هي الاعجاب وذلك بنسبة %56,25, حيث جاءت نسبة الاناث اكثر مقارنة بنسبة الذكور حيث بلغت %55,55 بينما بلغت نسبة الذكور %44,44, تليها التفاعل باستعمال القلب بنسبة %38,75, حيث أتت نسبة الذكور اقل من نسبة الاناث فبلغت %41,93 بينما كانت نسبة الاناث, ثم تأتي بعدها نسبة %2,5 من يتفاعل باستعمال المودة اذ تساوت نسبة الذكور و الاناث فقدرت ب %50, لتأتي في الأخير نسبة %1,25 كأقل نسبة لتمثل فئة المبحوثين الذين يستعملون رمز الحزن و الغضب, ومن خلال هذا نستنتج ان اغلب المبحوثين يستعملون الاعجاب بالدرجة الأولى للتفاعل كونه اكثر الرموز سهولة للتعبير عن موقفهم من المنشورات, في حين نجد فئة أخرى تستعمل القلب للتفاعل.

▪ **الجدول الثالث عشر: يوضح بماذا يعلق افراد عينة الدراسة.**

المجموع		انثى		ذكر		الجنس
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	طريقة التعليق
%63,75	51	%52,94	27	%47,05	24	بالكتابة
%1,25	1	%100	1	%0	0	بالصور
%23,75	19	%73,68	14	%26,31	5	بالرموز
%11,25	9	%33,33	3	%66,66	6	كلها
%100	80	%56,25	45	%43,75	35	المجموع

► يبين الجدول أعلاه ان أكثر نسبة للمبجوثين قد ارتكزت على إجابة التعليق بالكتابة حيث بلغت نسبة 63,75%, فجاءت نسبة الذكور 47,05% بينما نسبة الاناث 52,94%, تليها نسبة 23,75% من يعلق بواسطة الرموز، ف 73,68 من الاناث من يعلقن بالرموز بينما 26,31% فقط من الذكور من يستعمل الرموز، في حين 11,25% من يجمع بين الكتابة والرموز و الصور حيث جاءت نسبة الذكور 66,66% و نسبة الاناث 33,33%, لتأتي في الأخير نسبة 1,25% ممن يعلق بالصور وهي نسبة ضئيلة مثلها الاناث ب 100%, و هنا نستنتج ان اغلب المبجوثين يفضلون التعليق بالكتابة وذلك كون ان الكلمات هي اكثر دقة و فعالية للبوخ بأفكارهم و التعبير عن آرائهم, بينما هناك فئة من تفضل الرموز للتعبير عن رأيهم, فيما يجمع آخرون بين الكتابة و الرموز و الصور, في المقابل نجد فئة قليلة من تستعمل الصور.

▪ **الجدول الرابع عشر: يوضح المضامين التي يشاركها افراد العينة حسب متغير الجنس.**

الجنس	ذكر		انثى		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
المضامين التي يشاركها الجمهور						
اجتماعية	10	52,63%	9	47,36%	19	23,75%
سياسية	1	50%	1	50%	2	2,5%
ثقافية	2	15,38%	11	84,61%	13	16,25%
اقتصادية	1	100%	0	0%	1	1,25%
رياضية	8	72,72%	3	27,27%	11	13,75%
دينية	2	28,57%	5	71,42%	7	8,75%
ترفيهية	0	0%	9	100%	9	11,25%
الاخبار	11	61,11%	7	38,88%	18	22,5%
المجموع	35	43,75%	45	56,25%	80	100%

► من خلال الجدول يتضح لنا ان المضامين الاجتماعية هي اكثر المضامين التي يشاركها المبجوثين وذلك بنسبة 23,75% حيث ان نسبة الذكور التي تشارك المضامين الاجتماعية قدرت ب 52,63% بينما نسبة الاناث هي 47,36%, تليها الاخبار بنسبة 22,5% حيث جاءت نسبة الذكور فيها 61,11% و نسبة الاناث 38,88%, تأتي بعدها المضامين الثقافية بنسبة 16,25% حيث ان نسبة الاناث فاقت نسبة الذكور فبلغت 84,61% بينما بلغت نسبة الذكور 15,38%, ثم

تأتي بعدها المضامين الرياضية بنسبة 13,75% فبلغت فيها نسبة الذكور الأغلبية ب 72,72% تقابلها نسبة الاناث ب 27,27%, تأتي بعدها المضامين الترفيهية بنسبة 11,25% حيث حصلت الاناث على النسبة الكلية 100% فانعدمت نسبة الذكور 0%, لتليها المضامين الدينية بنسبة 8,75% فكانت نسبة الذكور اقل من نسبة الاناث ب 28,57% نسبة الذكور و 71,42% نسبة الاناث, لتأتي بعدها المضامين السياسية بنسبة 5% حيث تساوت فيها نسبة الذكور و الاناث ب 50%, ثم في الأخير نجد المضامين الاقتصادية بنسبة 1,25% و التي كانت نسبة الذكور فيها كلية 100% بينما انعدمت نسبة الاناث 0%, ومن جراء هذه النسب نستنتج ان المضامين التي تجذب المبحوثين لمشاركتها هي المضامين الاجتماعية في المقام الأول وهذا لأنّها تهتم بقضايا المجتمع و تعرض كل ما له علاقة بالمجتمع المحلي وهذا ما يهم الجمهور بالدرجة الاولى و هو من أولويات و مهام الإذاعة المحلية , تليها الاخبار و المضامين الثقافية, وهذا يدل على ان المبحوثين لديهم اهتمام اكثر بأخبار الولاية و بمواضيعها الاجتماعية و الثقافية، فالاهتمام بالمواضيع الاجتماعية يعني الاهتمام بالحياة اليومية ومشاكلها للمجتمع المحلي وهي متعددة منها البطالة الفقر مشكل السكن.... الخ وهي من ضروريات المعاش اليومي والتي يجب على الإذاعة المحلية طرحها ومعالجتها من أجل المساهمة في الحد منها.

▪ **الجدول الخامس عشر: يوضح اين يشارك افراد العينة المضامين حسب متغير الجنس.**

المجموع		انثى		ذكر		الجنس
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
						موقع مشاركة الجمهور للمضامين المطروحة
36,25%	29	68,96%	20	31,03%	9	البروفایل الشخصي
11,25%	9	33,33%	3	66,66%	6	المجموعات
52,5%	42	52,38%	22	47,61%	20	ارسالها عبر الرسائل
100%	80	56,25%	45	43,75%	35	المجموع

➤ يوضح لنا الجدول ان نسبة 52,5% من المبحوثين يشاركون المضامين عن طريق ارسالها عبر رسائل حيث ان نسبة الذكور بلغت 47,61% بينما نسبة الاناث 52,38%, في حين ان 36,25% من يقوم بمشاركتها عبر البروفایل الشخصي اذ بلغت نسبة الذكور 31,03% التي كانت اقل من نسبة الاناث التي بلغت 68,96%, بينما نجد 11,25% من يقوم بمشاركتها عبر المجموعات حيث ان نسبة الذكور فاقت نسبة الاناث فبلغت 66,66% اما الاناث 33,33%, وهذا ما يدل على ان

المبحوثين يفضلون مشاركة المضامين مع الأصدقاء وذلك عن طريق ارسالها عبر رسائل خاصة, بينما نجد من يفضل نشرها و مشاركتها عبر إظهارها في البروفايل الشخصي حيث سيتمكن الناس من رآيتها, في المقابل هناك فئة قليلة من تشارك المضامين عبر المجموعات.

▪ الجدول السادس عشر: يوضح اعتماد افراد العينة على مضامين الصفحة كمصدر للمعلومات حسب متغير السن.

المجموع	(40 فما فوق)		(39 . 30)		(29 . 18)		السن	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
اعتماد الجمهور مضامين الصفحة كمصدر للمعلومة								
نعم	41,25%	33	9,09%	3	30,30%	10	60,60%	20
لا	12,5%	10	10%	1	10%	1	80%	8
أحيانا	46,25%	37	16,21%	6	21,62%	8	62,16%	23
المجموع	100%	80	12,5%	10	23,75%	19	63,75%	51

➤ يتضح لنا من خلال هذا الجدول ان نسبة 41,25% منهم من يعتمد على المضامين كمصدر له للمعلومات حيث 60,60% من الفئة العمرية ما بين (29 . 18) سنة, بينما الفئة العمرية ما بين (39 . 30) سنة قدرت نسبتها ب 30,30% في حين 9,09% كانت للفئة العمرية من (40 سنة فما فوق), بينما بلغت نسبة الذين لا يعتمدون على مضامين الصفحة كمصدر للمعلومات 12,5% فكانت اغلب النسبة للفئة العمرية من (29 . 18) سنة و التي بلغت 80% في حين تساوت نسبة الفئة العمرية من (39 . 30) سنة و (40 سنة فما فوق) والتي بلغت 10%, لتأتي نسبة من يعتمدون أحيانا ب 46,25% حيث قدرت الفئة العمرية من (29 . 18) سنة ب 62,16%, تأتي بعدها الفئة العمرية من (39 . 30) سنة بنسبة 21,62% ثم بعدها الفئة العمرية من (40 سنة فما فوق) بنسبة 16,21%, وهذا يفسر لنا ان اغلب المبحوثين يعتمدون على مضامين الصفحة كمصدر للمعلومات خاصة الفئة العمرية من (29 . 18) سنة و (39 . 30) سنة قد يرجع ذلك الى توافق مضامين الإذاعة و المعلومات التي تقوم بعرضها مع احتياجات ومطالب المبحوثين من خلال عرض مشاكلهم كما قد يرجع الى درجة المصادقية التي تتسم بها الإذاعة عند الجمهور من خلال موثوقية المعلومة , بينما نجد فئة منهم من يعتمد عليها أحيانا.

▪ الجدول السابع عشر: يوضح آراء أفراد العينة حول خدمات صفحة الإذاعة حسب متغير الأصل الاجتماعي.

المجموع	حضري		شبه حضري		ريفي		الأصل الاجتماعي
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
							خدمات صفحة الإذاعة
							جيدة
							مقبولة
							ممتازة
							المصادقية
							محتوى مفيد وهادف
							ناقصة نوعا ما
							متأخرة في سرد الوقائع
							غياب المهنية في المنشورات
							بدون اجابة
							المجموع

➤ من خلال بيانات الجدول أعلاه يتضح لنا ان تقييم الباحثين لما تقدمه صفحة الإذاعة قد ارتكزت على جيدة بنسبة 45%، حيث ان الباحثين من الأصل الريفي بلغت نسبتهم 11,11% في حين ذو الأصول الشبه حضري بلغت نسبتهم 22,72%، في حين بلغت النسبة الأكبر 66,66% لفئة الحضري، وهذا يدل على ان هذه الفئة تجد خدمات الصفحة جيدة تلبي حاجاتهم خاصة فئة الحضري، تليها إجابة محتوى هادف و مفيد بنسبة 20% و التي بلغت فيها فئة الريف نسبة 12,5%، وفئة الشبه حضري بلغت 50% بينما فئة الحضري بلغت 37,5%، تأتي بعدها إجابة

مقبولة بنسبة 15% فكانت 25% نسبة فئة الريف و 16,66 نسبة الشبه حضري أما اعلى نسبة كانت لفئة الحضري ب 58,33%, ثم أتت بعدها إجابة ممتازة بنسبة 6,25% اذ لم تسجل فئة الريف أي نسبة 0%, في حين بلغت نسبة الشبه حضري 20% وفئة الحضري سجلت اعلى نسبة 80%, بينما أتت إجابة ناقصة نوعا ما بنسبة 3,75% أين كانت اعلى نسبة لفئة الريف ب 66.66%, و 33,33% لفئة الحضري بينما انعدمت نسبة الشبه حضري 0% في حين نجد نسبة ضئيلة مقدره ب 2,5% من الذين اجابوا بغياب المهنية في المنشورات التي كانت من طرف فئة الشبه حضري والحضري حيث قد تساوت النسبة بينهم 50%, كما نجد نسبة 1,25% تمثل كل من إجابة المصادقية وا إجابة متأخرة في سرد الوقائع، في المقابل 5% من المبحوثين لم يدلوا بإجابات حول هذا السؤال، ومن خلال هذا نستنتج ان اغلب المبحوثين يجدون الصفحة جيدة ومحتواها هادف ومفيد أي انها تتوافق و مطالب الجمهور خاصة من يقطنون بالمناطق الشبه حضرية والحضرية، بينما هناك من يجدها مقبولة الى حد ما ولا تقوم بعرض محتوى كاف للإشباع حاجيات الجمهور وهذا ما عبر عنه سكان الأرياف الذين يعيشون التهميش والاقصاء الاجتماعي ونقص الخدمات الى غير ذلك من المشاكل التي تعيق الحياة الكريمة للمجموعات الريفية لهذا نراهم أشد انتقادا لمؤسسات الدولة بما في ذلك الاذاعة الجهوية

▪ **الجدول الثامن عشر: يوضح مدى معالجة صفحة الإذاعة لقضايا المجتمع المحلي حسب متغير الأصل الاجتماعي.**

الأصل الاجتماعي	ريفي		شبه حضري		حضري		المجموع
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
مدى معالجة صفحة الإذاعة لقضايا المجتمع المحلي							
نعم	11,11%	5	31,11%	14	57,77%	26	56,25%
لا	0%	0	50%	1	50%	1	2,5%
نادرا	18,18%	6	27,27%	9	54,54%	18	41,25%
المجموع	13,75%	11	30%	24	56,25%	45	100%

➤ من خلال لجدول يتضح لنا ان نسبة 56,25% من المبحوثين يجدون ان صفحة الإذاعة تعالج قضايا المجتمع المحلي وهذا ما أكدته فئة لريف بنسبة 11,11% و فئة الشبه حضري ب 31,11% فئة الحضري بنسبة 57,77%, بينما نسبة 41,25% منهم يروا ان الصفحة نادرا ما تعالج قضايا تخص المجتمع المحلي اذ جاءت نسبة فئة الريف ب 18,18% و نسبة الشبه حضري ب 27,27% بينما بلغت نسبة الحضري 54,54%, ونجد نسبة 2,5% من يروا ان الصفحة لا تعالج قضايا المجتمع المحلي اين كانت نسبة فئة الريف منعدمة 0% بينما تساوت نسبة فئة الشبه حضري و الحضري ب 50%, وهذا يدل على ان المبحوثين منهم من يجدون ان الصفحة تعالج قضايا المجتمع المحليوهذا حسب سكان المنطقة الحضريةاذ عبروا عن رضاهم اتجاه خدمات الإذاعة عبر صفحتها, و منهم من يرون انها نادرا ما تعالج قضايا تخص المجتمع المحلي وهذا من منظور المبحوثين ذو الأصول الحضرية.

▪ الجدول التاسع عشر: يوضح كيف تعالج الإذاعة قضايا المجتمع المحلي بنظر افراد العينة حسب متغير الأصل الاجتماعي.

المجموع	حضري		شبه حضري		ريفي		الأصل الاجتماعي	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
							كيفية معالجة قضايا المجتمع المحلي	
%21,25	17	%47,05	8	%23,52	4	%29,41	5	من خلال برامجها الإذاعية
%1,25	1	%100	1	%0	0	%0	0	بالتوعية والنصح
%12,5	10	%50	5	%40	4	%10	1	طرح قضايا المجتمع المحلي
%8,75	7	%42,85	3	%57,14	4	%0	0	من خلال تغطية الاحداث

بدون اجابة	5	%11,11	12	%26,66	28	%62,22	45	%56,25
المجموع	11	%13,75	24	%30	45	%56,25	80	%100

➤ نكتشف من خلال معطيات هذا الجدول ان 21,25% من المبحوثين اجابوا بأن صفحة الإذاعة تعالج قضايا المجتمع المحلي من خلال برامجها الاذاعية بحث كانت نسبة فئة الريف 29,41% بينما فئة الشبه حضري 32,52% و 47,05 نسبة الحضري, في حين جاءت نسبة 1,25% لإجابة تعالج عن طريق التوعية و النصح اذ كانت نسبة فئة الريف و الشبه حضري منعدمة 0% فكانت النسبة الكلية لفئة الحضري 100%, لتأتي بعدها 12,5% نسبة من أجاب انها تعالج عن طريق طرح قضايا المجتمع المحلي حيث كانت نسبة فئة الريف 10% و نسبة فئة الشبه حضري 40%, فيما كانت 50% هي نسبة فئة الحضري, ثم تأتي بعدها إجابة بتغطيتها للأحداث بنسبة 8,75%, حيث كانت 0% نسبة فئة الريف و 57,14% نسبة الشبه حضري و 42,85% نسبة الحضري, فيما مثلت اغلب النسبة المبحوثين الذين لم يدلوا بإجابات و التي قدرت ب 56,25%, وهذا يفسر ان البرامج الاذاعية التي تقوم الإذاعة بعرضها عبر صفحاتها هي التي من خلالها تعالج صفحة الإذاعة قضايا المجتمع المحلي.

➤ وهذا راجع ربما لان جل المبحوثين لا يرون ان صفحة الإذاعة لا تعالج قضايا المجتمع المحلي, وهذا يدعم نتائج الجدول السابق.

❖ تحليل بيانات المحور الثالث طبيعة آراء الجمهور حول مضامين صفحة الإذاعة على الفيس بوك:
 ▪ جدول عشرون: المضامين التي يعلق عليها افراد العينة حسب متغير الجنس.

المجموع	انثى		ذكر		الجنس	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
المواضيع التي يعلق عليها المبحوثون						
اجتماعية	%40	32	%59,37	19	%40,62	13
سياسية	%2,5	2	%50	1	%50	1
ثقافية	%15	12	%75	9	%25	3
اقتصادية	%1,25	1	%0	0	%100	1
رياضية	%12,5	10	%30	3	%70	7
دينية	%3,75	3	%100	3	%0	0
ترفيهية	%6,25	5	%80	4	%20	1

الاخبار	9	%60	6	%40	15	%18,75
المجموع	35	%43,75	45	%56,25	80	%100

➤ يوضح الجدول ان نسبة 40% من المبحوثين ينجذبون للتعليق على المضامين الاجتماعية حيث كانت نسبة الذكور 40,62 و نسبة الاناث 59,37, في حين نجد 2,5% من يعلق على المضامين السياسية حيث تساوت نسبة الذكور و الاناث 50%, ونجد 15% من يعلق على المضامين الثقافية, 25% منهم ذكور و 75% اناث, في حين 12,5% هي نسبة من يعلق على المضامين الرياضية حيث نسبة الذكور اكثر من نسبة الاناث بلغت 70% في حين بلغت الاناث 30%, و نجد 3,75% نسبة من يعلق على المضامين الدينية حيث قد انعدمت فيها نسبة الذكور 0% فكانت نسبة الاناث 100%, نجد أيضا نسبة 6,25% من يعلق على المضامين الترفيهية حيث بلغت نسبة الذكور 20% والتي هي اقل من نسبة الاناث التي بلغت 80%, ونلاحظ ان 18,75% هي نسبة من يعلق على الاخبار فكانت نسبة الذكور اعلى من نسبة الاناث قدرت ب 60% و نسبة الاناث 40%, من خلال هذه النسب يمكننا القول أن المبحوثين ينجذبون للتعليق على المضامين الاجتماعية و الثقافية و كذلك الاخبار أكثر من المضامين الأخرى وهذا لكون هذه المضامين اكثر المضامين التي تهتم الجمهور بالإضافة لأنها المضامين التي تهتم اكثر بالمجتمع و تنقل واقعه.

▪ **الجدول الواحد والعشرون: يوضح طبيعة تعليقات افراد العينة حسب متغير الجنس**

الجنس	ذكر		انثى		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
طبيعة تعليقات الجمهور						
تقديم آراء	29	%40,74	32	%59,25	54	%67,5
تقديم اقتراحات	6	%37,5	10	%62,5	16	%20
تقديم انتقادات	4	%66,66	2	%33,33	6	%7,5
التحاور	3	%75	1	%25	4	%5
المجموع	35	%43,75	45	%56,25	80	%100

➤ يتضح لنا من خلال الجدول ان نسبة 67,5% من المبحوثين تتمثل طبيعة تعليقاتهم في تقديم آراء, حيث بلغت نسبة الذكور 40,74% و نسبة الاناث 59,25%, تأتي بعدها 20% ممثلة نسبة من تتمثل طبيعة تعليقاتهم في تقديم اقتراحات حيث قدرت نسبة الذكور 37,5% و نسبة الاناث 62,5%, تليها نسبة 7,5% من يقدمون انتقادات فكانت نسبة الذكور متفوقة على نسبة الاناث قدرت ب 66,66% و 33,33% للإناث, لتأتي في الأخير نسبة 5% ممن تتمثل تعليقاتهم في

التحاور فبلغت نسبة الذكور 75% والتي فاقت نسبة الاناث التي بلغت 25%, ومن هنا نستنتج ان طبيعة تعليقات المبحوثين تتمثل في تقديم الآراء وهذا يدل على ان صفحة الإذاعة تتيح للمبحوثين الحرية والمجال المفتوح في التفاعل و التعبير عن ما يشعرون به.

▪ **الجدول الثاني والعشرون: يوضح ما إذا كان افراد العينة يخوضون نقاشات عبر التعليقات.**

المجموع		انثى		ذكر		الجنس
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	خوض افراد العينة لنقاشات عبر التعليقات
17,5%	14	64,28%	9	35,71%	5	نعم
43,75%	35	57,14%	20	42,85%	15	لا
28,75%	23	60,86%	14	39,13%	9	احيانا
10%	8	25%	2	75%	6	نادرا
100%	80	56,25%	45	43,75%	35	المجموع

➤ يوضح لنا هذا الجدول ان 17,5% من المبحوثين يخوضون نقاشات مع اشخاص عبر التعليقات بحيث بلغت نسبة الذكور 35,71% بينما نسبة الاناث 64,28%, في حين جاءت نسبة 43,75% كأكبر نسبة والتي مثلت فئة الذين لا يتناقشون فبلغت نسبة الذكور 42,85% و نسبة الاناث 57,14%, بينما قدرت نسبة الإجابات بأحيانا ب 28,75% فكانت نسبة الذكور 39,13% و نسبة الاناث 60,86%, بينما نجد نسبة 10% تمثل الإجابة بنادرا اذ بلغت نسبة الذكور 75% و نسبة الإناث 25%, وهذا يفسر ان اغلب المبحوثين لا يخوضون نقاشات عبر التعليقات وهذا ربما تقاديا للوقوع في صراعات بسبب الاختلاف في وجهات النظر, في حين ان هناك فئة قليلة من يخوضون نقاشات، وقد تم ملاحظة ذلك من خلال تحليل بعض منشورات الصفحة

▪ **الجدول الثالث والعشرون: يوضح دوافع افراد العينة من التفاعل مع مضامين صفحة الإذاعة.**

المجموع		انثى		ذكر		الجنس
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	دوافع التفاعل معة مضامين صفحة الاذاعة
13,75%	11	45,45%	5	54,54%	6	طرح أفكار
15%	12	50%	6	50%	6	المناقشة والحوار
27,5%	22	72,72%	16	27,27%	6	تبادل الآراء
11,25%	9	55,55%	5	44,44%	4	الترفيه
31,25%	25	52%	13	48%	12	التعبير عن الرأي
1,25%	1	0%	0	100%	1	بدون اجابة
100%	80	56,25%	45	43,75%	35	المجموع

➤ يوضح لنا الجدول أن المبحوثين يتفاعلون بدافع طرح الأفكار بنسبة قدرت ب 13,75% حيث يتفاعل الذكور بهذا الدافع بنسبة 54,54% اما الاناث فقدت نسبتهم ب 45,45%, يليها دافع المناقشة و الحوار بنسبة 15% حيث تساوت نسبة الذكور و الاناث ب 50%, ونجد بعدها التفاعل بدافع تبادل الآراء بنسبة 27,5% حيث ان نسبة الذكور كانت 27,27% في حين جاءت نسبة الاناث كأكثر نسبة قدرت ب 72,72%, بينما نجد نسبة 11,25% تمثل من يتفاعل بدافع الترفيه فكانت نسبة الذكور 44,44% و نسبة الاناث 55,55%, بينما كانت اعلى نسبة لمن يتفاعل بدافع التعبير عن الرأي والمقدرة ب 31,25% حيث أن نسبة الذكور بلغت 48% بينما بلغت نسبة الاناث 52%, في نسبة 1,25% مثلت فئة بدون إجابة أين لم يجب مبحوث على السؤال, ويتبين لنا من خلال هذه النتائج أن أغلبية المبحوثين يتفاعلون مع صفحة الإذاعة بدافع التعبير عن الرأي و تبادل الآراء, فيما توجد فئة اخرى تتفاعل بدافع الترفيه و التسلية, ان التعبير عن الرأي هو مؤشر مهم لأهمية المواضيع المطروحة وكذا مدى وعي الجمهور بضرورة مناقشة المنشورات وتبيان توجهاتهم من أجل تطوير مفهوم الخدمة العمومية للإذاعة خاصة عبر تقنيات التواصل الاجتماعي، ابداء الرأي معناه اما التدعيم أو الرفض وهذا الاخير يكون بناء من خلال تقديم وجهات نظر معارضة تساهم في تنمية الاذاعة الجهوية والمجتمع المحلي

▪ **الجدول الرابع والعشرون: يوضح اقتراح عينة الدراسة لانشغالاتهم عبر صفحة الإذاعة حسب متغير مكان الإقامة.**

المجموع		خارج ولاية مستغانم		ولاية مستغانم		مكان الإقامة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	طرح الانشغالات
15%	12	0%	0	100%	12	نعم
61,25%	49	16,32%	8	83,67%	41	لا
23,75%	19	0%	0	100%	19	احيانا
100%	80	10%	8	90%	72	المجموع

➤ يبين لنا هذا الجدول ان نسبة 15% من المبحوثين يقترحون انشغالات شخصية عبر صفحة الإذاعة، حيث كانت النسبة كلها لمن يقيمون في ولاية مستغانم، في حين نسبة 61,25% من المبحوثين لا يقترحون انشغالات اين قدرت نسبة المقيمون في ولاية مستغانم ب 83,67% بينما بلغت نسبة المقيمون خارج ولاية مستغانم 16,32%، ونجد من يقدم اقتراحات في بعض الأحيان بنسبة 23,75% والتي مثلتها فئة المقيمون بولاية مستغانم، وهنا نستنتج ان اغلب المبحوثين سواء المقيمين بولاية مستغانم او خارجها لا يقترحون أي انشغالات غير صفحة الإذاعة، وربما هذا راجع لعدم اهتمام المبحوثين بعرض انشغالاتهم، او بسبب اهمال واللامبالاة من طرف صفحة الإذاعة.

➤ الجدول الخامس والعشرون: يوضح مدى تلبية صفحة الإذاعة لاحتياجات افراد العينة حسب متغير الجنس

المجموع		انثى		ذكر		الجنس
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	تلبية صفحة الاذاعة لاحتياجات الجمهور
42,5%	34	55,88%	19	44,11%	15	نعم
15%	12	58,33%	7	41,66%	5	لا
42,5%	34	55,88%	19	44,11%	15	احيانا
100%	80	56,25%	45	43,75%	35	المجموع

➤ يوضح لنا هذا الجدول مدى تلبية صفحة الإذاعة لاحتياجات المبحوثين اين تساوت نسبة الإجابة بنعم وأحيانا المقدر ب 42,5%، اين بلغت نسبة الذكور 44,11% ونسبة الاناث 55,88%، بينما قدرت نسبة المبحوثين الذين يرون ان الصفحة لا تلبية احتياجاتهم 15%، فكانت نسبة الذكور

41,66% ونسبة الاناث 58,33% حيث نستنتج من خلال هذا ان صفحة الإذاعة و لا حد كبير تلبي احتياجات المبحوثين ولو أحيانا حيث قدم جل المبحوثين الرضا حول الخدمات التي تقدمها الإذاعة عبر صفحتها حيث تتوافق مع طلباتهم و اهتماماتهم، في حين انها لا ترقى للمستوى المطلوب لدى البعض الآخر .

نتائج الدراسة:

❖ نتائج الدراسة في ضوء تحليل التفاعل مع مضامين صفحة إذاعة مستغانم:

- من خلال تحليل تفاعلات الجمهور مع مضامين صفحة الإذاعة تبين لنا ما يلي:
 - ✓ يتفاعل الجمهور مع ما تنشره صفحة الإذاعة عبر صفحتها على الفيس بوك بشكل منظم.
 - ✓ يقوم الجمهور بالتفاعل عن طريق الاعجاب بنسبة كبيرة بينما يتفاعل عن طريق خاصيات التفاعل الأخرى بشكل أقل.
 - ✓ اغلب الجمهور يتفاعل مع جميع المنشورات باختلاف طبيعتها من اجتماعية واقتصادية... فديو أو صورة.
 - ✓ يقوم الجمهور بالتعليق والتعبير عن آرائهم، تقديم اقتراحات وانتقادات بكل حرية ودون أي قيود، حيث توصلت دراسة أخرى لحساني منال بعنوان تفاعل المستخدمين على الصفحات الإخبارية لموقع الفيس بوك . دراسة تحليلية لصفحة الشروق اون لاين . أن "معظم التعليقات جاءت على شكل نص وغلب عليها طابع التأييد".¹

¹حساني منال،تفاعل المستخدمين على الصفحات الإخبارية لموقع الفيس بوك . دراسة تحليلية لصفحة الشروق اون لاين، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص صحافة الكترونية ومطبوعة،جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم، 2019، ص 134.

نتائج الدراسة بعد تحليل بيانات الاستمارة:

- ✓ جل الباحثين يستخدمون موقع الفيس بوك بشكل دائم ويومي وفي هذا الصدد اسفرت دراسة لبن يونس بدر الدين و العايب إلياس
- انه "يعتبر موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك من أكبر المجتمعات الافتراضية استخداما وتفاعلا علنا لاطلاق"¹، هذا ما يدعم نظرية المجال العمومي الافتراضي التي ترى ان التفاعل من خلال ابداء الآراء والرؤى تأييدا أو معارضة هو أكثر ظهورا في مواقع التواصل الاجتماعي نظرا لانفتاح المجال وضمه جمهور متعدد ومتنوع وكذلك مختلف ومتصارع في آرائه زيادة على ضعف الرقابة وحتى زيف الهويات الافتراضية في بعض الاحيان
- يتفاعل الباحثين مع الاخبار والمضامين الاجتماعية بشكل كبير مقارنة بالمضامين الأخرى.
- ✓ يتفاعل الباحثين عن طريق الاعجاب والتعليق في حين نادرا ما يقومون بمشاركة المضامين.
- ✓ بعض الباحثين يعتمدون على مضامين صفحة الإذاعة كمصدر للمعلومات خاصة الفئة العمرية الأقل من 30 سنة.
- ✓ يجد معظم الباحثين خدمات صفحة الإذاعة جيدة وترقى للمستوى المطلوب.
- ✓ يرى اغلب الباحثين ان الإذاعة وعبر صفحاتها على الفيس بوك تقوم بمعالجة قضايا المجتمع المحلي وذلك من خلال برامجها الإذاعية التي تنشرها على الصفحة بانتظام.
- ✓ تتمثل دوافع الباحثين وراء تفاعلهم مع صفحة الإذاعة في التعبير عن آرائهم وطرح أفكارهم.
- ✓ تلبى صفحة الإذاعة احتياجات جمهورها الى حد كبير.
- الإذاعة، خاصة الفئة العمرية من 18 . 29 سنة.
- توصلت الدراسة الى ان نسبة كبيرة من الباحثين لا يقضون ساعات طويلة في تصفح صفحة الإذاعة حيث ان نسبة 68,75% تكنفي بالتصفح لأقل من ساعة.
- كشفت الدراسة ان اغلب الباحثين يتفاعلون مع الاخبار والمضامين الاجتماعية أكثر مقارنة بالمضامين الأخرى.

يتفاعل الباحثين مع الاخبار والمضامين الاجتماعية بشكل كبير مقارنة بالمضامين الأخرى.

- ✓ يتفاعل الباحثين عن طريق الاعجاب والتعليق في حين نادرا ما يقومون بمشاركة المضامين.

¹بن يونس بدر الدين، العايب إلياس، التفاعلية في الفضاءات الافتراضية: الفيسبوك أنموذجاً دراسة على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال-جامعة المسيلة، مذكرة مكلّة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد بوضياف-المسيلة، 2018، ص73.

- ✓ بعض المبحوثين يعتمدون على مضامين صفحة الإذاعة كمصدر للمعلومات خاصة الفئة العمرية الأقل من 30 سنة.
- ✓ يجد معظم المبحوثين خدمات صفحة الإذاعة جيدة وترقى للمستوى المطلوب.
- ✓ يرى اغلب المبحوثين ان الإذاعة وعبر صفحاتها على الفيس بوك تقوم بمعالجة قضايا المجتمع المحلي وذلك من خلال برامجها الإذاعية التي تنشرها على الصفحة بانتظام.
- ✓ تتمثل دوافع المبحوثين وراء تفاعلهم مع صفحة الإذاعة في التعبير عن آرائهم وطرح أفكارهم.
- ✓ تلبي صفحة الإذاعة احتياجات جمهورها الى حد كبير.
- ✓

❖ نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات:

- **تقول الفرضية الأولى:** يمارس الجمهور خاصية التفاعل مع مضامين صفحة الإذاعة على الفيس بوك عن طريق الاعجاب والتعليق ومشاركة المنشور، من خلال النتائج المبينة عند تحليل الجداول وانطلاقاً من الاستنتاجات الجزئية المتحصل عليها يمكننا القول ان الفرضية تحققت.
- حيث ان الجدول رقم 11 يوضح ان اغلب المبحوثين يتفاعلون عن طريق الاعجاب والتعليق، هذا ما لاحظناه كذلك من خلال تحليل المنشورات
- **الفرضية الثانية:** تتمثل طبيعة آراء الجمهور في تقديم وجهات نظرهم وطرح افكارهم وكذلك تقديم اقتراحات أو انتقادات، ومن خلال النتائج المتحصل عليها من تحليل البيانات وتحليل التفاعلات يمكن القول ان هذه الفرضية تحققت بنسبة كبيرة.
- حيث يمكننا ان نلاحظ مثلاً من خلال بيانات الجدول رقم 22 ان طبيعة آراء المبحوثين تتمثل في تقديم الأثر وطرح أفكارهم ونجد منهم من يقدم اقتراحات وانتقادات.
- من هنا نستنتج بأن التفاعل مع صفحة اذاعة مستغانم عبر الفيس بوك يتيح النقاش وابداء الآراء ووجهات النظر المتنوعة والمختلفة وهذه الظاهرة في سياق ديناميكياتها هي التي تفسر لنا بعض افتراضات نظرية المجال العام، حيث نجد في العالم الرقمي خاصة عبر التطبيقات ومواقع التواصل الاجتماعي درجة التفاعلية كبيرة وغير متزامنة، وهذا العالم الافتراضي يقدم لنا فرص متعددة للنقاش العام حول المواضيع التي تهتم مجتمعنا المحلي وهذا النقاش مرتبط بما تطرحه الاذاعة الجهوية باعتبارها مؤسسة لنشر المعلومة والافكار، لكن تبقى درجة تطبيق هذه النظرية بالنسبة لموضوع بحثنا نسبية نوعاً ما بالنظر أن شدة النقاش وردات الفعل ضعيفة حيث أن أغلب التعليقات جاءت في مسار أحادي حتى أن الاذاعة من خلال صفحاتها لا تحاول أن تثير النقاش عبر رجع صدى على بعض التعليقات.

الخاتمة:

لقد حاولنا في هذه الدراسة تسليط الضوء على ظاهرة التفاعل مع الصفحات الإعلامية في الفضاءات الافتراضية واخذنا صفحة إذاعة مستغانم الجهوية على موقع الفيس بوك كنموذج، ولقد حاولنا ابراز اشكال تفاعل جمهور هذه الصفحة مع المضامين التي تعرضها، من أجل رصد طبيعة العلاقة بين الجمهور والإذاعة ، وفي هذا الصدد طرحنا اشكايتنا وصغنا فرضياتنا من اجل التحقق منها وقد جاءت دراستنا متكاملة ومتناسقة مع بعضها البعض في فصولها النظرية والتطبيقية بحيث ان الفصول النظرية تتطابق وطبيعة المتغيرات الاساسية لموضوع بحثنا، كما أنها مكمله ومفسره للجوانب الميدانية، حيث خلصت الدراسة بنتائج لعل أهمها

تختلف أشكال التفاعل مع مضامين الصفحة على حسب السمات التفاعلية لكن الاعجاب والتعليق أخذ حصة كبيرة بالنظر الى وضوح هدف هاتين السيمتين وأنهما أكثر أهمية في التعبير عن توجهات الجمهور ازاء المواضيع المطروحة

التعليقات تشمل تعبر عن اراء الجمهور لما تعرضه الصفحة والتي جاءت عموما مؤيدة إلا في بعض الحالات أين نلاحظ الانتقادات ووجهات النظر المعارضة التي كثيرا ما جاءت بلغة مقبولة اجتماعيا وغير سوقية

أخيرا نرى أن هذا الموضوع يستحق دراسات أكثر من أجل إثرائه وبالتالي فهو يفتح مجالاً لإبحاث مستقبلية ذلك لأننا لا ندعي أننا درسناه من مختلف الجوانب.

قائمة المراجع:

(أ) الكتب:

1. أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2010.
2. بعزیز إبراهيم، عصر الميديا الجديدة، في سلسلة منشورات اتحاد إذاعات الدول العربية، مصر، 2016.
3. جرار ليلي، الفاييبوك والشباب العربي، الطبعة الأولى، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2012.
4. حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط 6، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2006.
5. خالد غسان، يوسف المقدادي، ثورة شبكات الاجتماعية، دار النفائس، ط1، عمان-الأردن، 2013.
6. عبد المجيد شكري، الاعلام في ضوء متغيرات العصر-أسسه، نظرياته وسائله ودوره في الدول النامية والمتقدمة، دار الفكر العربي، القاهرة، 2007.
7. عمار بوحوش، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، ط2، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 2016.
8. محمد المنصور، حسن السوداني، شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الجمهور المتلقي، الطبعة الأولى، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، 2016.
9. محمد شلوش، الإذاعة الجزائرية النشأة والمسار، (كتيب إلكتروني)، الجزائر، 2014.
10. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2000.
11. محمد منير حجاب، المعجم الاعلامي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004.
12. مصطفى حميد الطائي وخير ميلاد أبو بكر، مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية، ط1، دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2002.

13. نسمة أحمد البطريق، عادل عبد الغفار، الكتابة للإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2005.

14. نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة السمعية البصرية في الجزائر، ط 1، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008.

(ب) المذكرات والاطروحات:

1. أحمد محمد جاد كريم، دور البرامج الإذاعية في تعزيز الانتماء الوطني، دراسة وصفية تحليلية تطبيقية على برنامج الصباح رباح بالإذاعة القومية (أم درمان)، بحث لنيل درجة الماجستير في علوم الاتصال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2006.
2. بداني فؤاد، سوسيولوجية القيم الإخبارية بالإذاعة الجزائرية. دراسة ميدانية حول إذاعة مستغانم، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علم اجتماع الاتصال، جامعة وهران 2، 2016.
3. بن عزة فاطمة الزهراء، الإذاعة المحلية ودورها في تحديد توجهات الرأي العام. اذاعات الغرب الجزائري انموذجا، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علم اجتماع الاتصال، جامعة ابي بكر بلقايد. تلمسان، 2017.
4. تومي فضيلة، التفاعلية ووسائلها في التلفزيون الجزائري، البرامج الموضوعاتية نموذج، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، 2007 - 2008.
5. سكيمة قشاب، دور إذاعة الوادي في التنمية الثقافية لدى الجمهور المحلي (دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة الوادي)، مذكرة تخرج ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر في العلوم الإسلامية، الوادي بالجزائر، 2018.
6. شريفي فطيمة، دور الإذاعة المحلية في تلبية الاحتياجات الثقافية لدى المرأة "إذاعة المسيلة الجهوية أنموذجا، دراسة ميدانية على عينة من النساء الماكثات في البيت، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص: اتصال، 2013.
7. طاهري لخضر، واقع الإذاعة المحلية ومعالجتها المشكلات الاجتماعية اذاعة الجلفة المحلية نموذجا، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، جامعة خضير محمد. بسكرة، 2012.

8. علي قسايسية، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي، دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر - أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 1995 . 2006.
9. فتيحة قدوري، التفاعلية في الصحافة الإلكترونية العربية" دراسة تحليلية لصحيفة الشروق الجزائرية نموذجا"، جامعة تونس، 2009 - 2010.
10. فضيلخيرة، قفي حفصة، تفاعل مستمعي إذاعة الحضنة مع موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، مذكرة مكملة لنيل شهادة الليسانس في علوم الاعلام والاتصال تخصص: اعلام. 2019.
11. قوراريصونية، اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الالكترونية "دراسة ميدانية على عينة من الطلبة الجامعيين المستخدمين للإنترنت في جامعة بسكرة"، 2010 - 2011.
12. ملكية زيد، دور إذاعة الوادي في تنمية الوعي الديني للمرأة الماكثة بالبيت، (مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، جامعة الجزائر للعلوم السياسية، 2015.
- ت) المجلات:**
10. محمد الفهري الشلبي، مستقبل الإذاعة على شاشة الراديو، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد 2، اتحاد الإذاعات العربية، تونس 2009.
1. أعرم يوسف، التوظيف السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على الامن القومي للدول، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 7، الجزء (2)، الجزائر، 2017.
2. بن بوزة صالح، السياسة الإعلامية الجزائرية، منطلقات النظرية والممارسة، (1979-1990)، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 13، الجزائر، 1996.
3. بن عمروش فريدة، لمشونشي مبروك، الاعلام الجديد والمجال العام الافتراضي - دراسة في المفهوم والأطر النظرية، مجلة الأستاذ الباحث للدارسات القانونية والسياسية، المجلد 04، العدد 02، المدرسة الوطنية العليا للصحافة، جامعة الجزائر 3، 2019.

4. بوهدة شهرزاد، دور الإذاعة المحلية في تنمية المجتمع المحلي الجزائري . دراسة ميدانية
علة عينة من مستخدمي صفحة الفيسبوك للإذاعة المحلية أنموذجا ، المجلة الجزائرية
لبحوث الاعلام والرأي العام، العدد2، المجلد3، الجزائر، 2020.
5. بوهدة شهرزاد، دور الإذاعة المحلية في تنمية المجتمع المحلي الجزائري، دراسة
ميدانية على عينة من مستخدمي صفحة الفيس بوك لإذاعة المدية أنموذجا، المجلة
الجزائرية لبحوث الاعلام والرأي العام، المجلد 3، العدد 2، ديسمبر 2020.
6. السعيد بومعيزة، خالد زعوم، التفاعلية في الإذاعة: اشكالها ووسائلها، مجلة اتحاد
الإذاعات العربية، اتحاد الإذاعات العربية، تونس2007.
7. السعيد بومعيزة، خالد زعوم، التفاعلية في الإذاعة: اشكالها ووسائلها، مجلة اتحاد
الإذاعات العربية، اتحاد الإذاعات العربية، تونس2007.
8. عبد الكريم على الدبيسي، زهير ياسين الطاهات، دور شبكات التواصل الاجتماعي
في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، في دراسات العلوم الإنسانية
والاجتماعية، المجلد 40، 2013.
9. محمد الفهري الشلبي، مستقبل الإذاعة على شاشة الراديو، مجلة اتحاد الإذاعات
العربية، العدد 2، اتحاد الإذاعات العربية، تونس2009.

الملاحق

دليل الاستمارة:

جامعة عبد الحميد ابن باديس

كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الاعلام والاتصال - جامعة مستغانم -

استبيان في إطار إنجاز مذكرة لنيل شهادة ماستر في الاعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

تفاعل الجمهور مع مضامين صفحة الإذاعة على الفيس بوك

إذاعة مستغانم الجهوية "انموذجا"

من اعداد الطالبتان:

- بالخير صابرية.

- بلهوارى بدرة.

تحت اشراف الأستاذة الفاضلة:

بوعدة حسينة.

هذه الاستمارة في إطار إنجاز مذكرة لنيل شهادة ماستر بعنوان "تفاعل الجمهور مع مضامين صفحة الإذاعة على الفيس بوك" إذاعة مستغانم الجهوية انموذجا، لذا نرجو منكم ملء الاستبيان بدقة وموضوعية وذلك باختيار الإجابة التي تراها مناسبة، علما بأن المعلومات التي سيتم الحصول عليها ستستخدم في أغراض البحث العلمي فقط.

في الأخير نحن شاكرين على حسن التعاون.

الاستمارة:

- المعلومات الشخصية:

- الجنس:

ذكر انثى

- السن:

من 18 الى 29

من 30 الى 39

من 40 فما فوق

- المستوى:

ابتدائي ثانوي

متوسط جامعي

- الوظيفة:

بطل موظف عامل حر متقاعد إطار

- الحالة الاجتماعية:

أعزمتزو أرمل للق

- الأصل الاجتماعي:

ريفي شبه حضري حضري

- مكان الإقامة:

ولاية مستغانم خارج ولاية مستغانم

المحور الأول: عادات وأنماط التصفح:

هل تستخدم الفيسبوك؟

دائما أحيانا

- كم تمتلك حساب فيس بوك:

حساب واحد أكثر من حساب

- هل حسابك على الفيس بوك:

حقيقي مستعار

- هل تتصفح صفحة الإذاعة على الفيس بوك:

دائما أحيانا نادرا

- لماذا تتصفح صفحة الإذاعة على الفيس بوك:

- هل تتصفح صفحة الإذاعة على الفيس بوك:

بمفردك مع العائلة مع الاصدقاء

- ماهي الأوقات المفضلة لديك لتصفح صفحة الإذاعة:

الفترة الصباحية فترة الظهيرة الفترة المسائية الفترة الليلية كل الاوقات

- كم عدد الساعات التي تقضيها في تصفحك:

اقل من ساعة ساعة الى ساعتين أكثر من ساعتين

المحور الثاني: تفاعل الجمهور مع مضامين صفحة الإذاعة على الفيس بوك:

- ماهي المضامين التي تتفاعل معها أكثر:

اجتماعية ثقافية سياسية ترفيهية
اقتصادية رياضية دينية الاخبار

- كيف تتفاعل مع هذه المضامين:

الاعجاب التعليق المشاركة كلها

- ماهي الرموز التي تستخدمها أكثر عند التفاعل:

الاعجاب قلب مودة
حزن غضب

- بماذا تعلق على المضامين:

تعليق بكتابة تعليق بصورة تعليق برموز
كلها

- ماهي المضامين التي تشاركها:

اجتماعية ثقافية سياسية ترفيهية
اقتصادية رياضية دينية الاخبار

- اين تشارك المضامين:

برفاليك الشخصي مجموعات ارسالها عن طريق رسائل الماسنجر

- هل تعتمد على مضامين الصفحة كمصدر للمعلومات:

نعم لا أحيانا

- ما رأيك فيما تعرضه إذاعة مستغانم عبر صفحتها في الفيس بوك:

هل ترى ان مضامين صفحة إذاعة مستغانم على الفيس بوك تعالج قضايا المجتمع المحلي:

نعم لا نادرا

إذا كان نعم كيف:

إذا كان لا لماذا:

المحور الثالث: طبيعة آراء الجمهور حول مضامين صفحة الإذاعة على الفيس بوك:

- ماهي المضامين التي تجذبك للتعليق عليها:

اجتماعية ثقافية سياسية ترفيهية

اقتصادية رياضية دينية الاخبار

- ما طبيعة هذه التعليقات:

تقديم الآراء تقديم اقتراحات تقديم انتقادات

أخرى اذكرها.....

- هل تخوض نقاشات مع اشخاص عبر التعليقات:

نعم لا أحيانا نادرا

- ما طبيعة هذه النقاشات:

- ما هي دوافعك من هذا التفاعل:

طرح أفكار المناقشة والحوار تبادل الآراء

الترفيه التعبير عن رأيك

أخرى

اذكرها.....

- هل تقترح انشغالات شخصية من خلال صفحة الإذاعة في الفيس بوك:

نعم لا أحيانا

- إذا كان نعم فماهي اهم هذه الانشغالات:

.....

- هل ترى إذاعة مستغانم تلبي احتياجاتك عبر المضامين التي تعرضها في صفحتها:

احيانا

لا

نعم

تحليل تفاعلات الجمهور مع منشورات صفحة إذاعة مستغانم:



الإذاعة الوطنية الجزائرية
إذاعة مستغانم الجهوية
الإعلام الجوّاري الهادف
101.1-104.0 FM
https://www.facebook.com/radio-mostaganem



Radio Mostaganem
@radio.mostaganem27 · 5 (26 avis) · Station de radio
Déjà abonné(e)

Accueil Avis En direct Vidéos Plus

J'aime déjà Message



0:00 / 1:57

أخبار | انتخاب رئيس المجلس الشعبي الولائي لمستغانم السيد عباسه ادريس و أعضاء المجلس الذي يضم 43 عضوا. تغطية: #حبيب_بوفضة / #محمد_أمين_مرشوق...
اشراف: #فاطمة_الزهراء_بلحاج_يوسف

J'aime Commenter Partager 129 · 10 commentaires · 5.7 K vues

Radio Mostaganem
22 décembre 2021 · Abonné(e)

أخبار | انتخاب رئيس المجلس الشعبي الولائي لمستغانم السيد عباسه ادريس و أعضاء المجلس الذي يضم 43 عضوا. تغطية: #حبيب_بوفضة / #محمد_أمين_مرشوق اشراف: #فاطمة_الزهراء_بلحاج_يوسف

Voir moins

Plus pertinents

لك الله يا مستغانم
J'aime Répondre 22 sem

Mustapha Aissa
الشعب الحر بري من ديمقراطيتكم
J'aime Répondre 22 sem

Khousa Hcene
مبروك عليه و ربي يوفقه إن شاء الله
J'aime Répondre 22 sem

Khadija Tasnim Goudjil
إنسان ماشاء الله ربي يوفقه
J'aime Répondre 22 sem

Écrivez un commentaire...



Radio Mostaganem

14 mai, 21:12 · 🌐



● #مواعيد: يوم الأحد 15:00 بعد الزوال

● #JEUNESSE_INFO

● بمناسبة اليوم الوطني للطالب المصادف 19 ماي 1956

◆ الطالب الجزائري من التضحية و الفداء الى التألق و البناء .

◆ موضوع للحديث بحضور الضيوف الكرام .

● #إعداد_و_تقديم: مبروح رشيد

● #إشراف:فاطمة الزهراء بلحاج يوسف.





Radio Mostaganem

18 mai, 17:44 · 🌐

✳️ أخبارا تمكنت وحدات المجموعة الإقليمية للدرك الوطني بمستغانم من إقفال 17 شخص مشتبه فيه في قضية عصابة أحياء مع حجز وسائلهم المستعملة في الجريمة الممثلة في مركبين و أسلحة بيضاء تم تحرير محضر للمشتبه فيهم الموقوفين و سيتم تقديمهم أمام الجهات القضائية فور انتهاء من التحقيق.

تغطية و تركيب : #محمد_أمين_مرشوق
إشراف : #فاطمة_الزهراء_بلحاج_يوسفي



📌 236

72 commentaires 45 partages



Radio Mostaganem

19 mai, 12:45 · 🌐



#اذاعة_مستغانم / #برنامج_سلامتك
موضوع ا مسار #الترامواي و #الاشارات_المرورية لتنظيم الحركة المرورية .
باستضافة : #مؤسسة_ترامواي ا #بلدية_مستغانم
إعداد و تقديم : #محمد_أمين_مرشوق
إشراف : #فاطمة_الزهران_بلحاج_يوسفي





Radio Mostaganem

27 avril · 🌐



#تغطية

بحضور السلطات المحلية وعلى رأسها #والي الولاية السيد عيسى بولحية

أحياء #ليلة_القدر المباركة من مسجد العلامة الشيخ قابورة بحي 400 مسكن

بمستغانم

بحفل تكريمي على شرف حفظة #القران_الكريم

Voir plus ...ال





Radio Mostaganem était en direct.

15 mai, 18:24 · 🌐

...

#مباشر

#موستا_سبور

واقع و أفاق رياضة #الكراتي #تودوكاي بمستغانم

رفقة أسماء رياضية معروفة في #تودوكاي

Voir plus ...!#



👇 👍 ❤️ 26

4 commentaires



Radio Mostaganem

18 mai, 21:40 · 🌐



#مواعيد: يوم الخميس 14:00 ظهرا

#نخوة_بدوية

الحديث عن سيرة و مسيرة الفنان الأغنية البدوية الشيخ محمد اليوسكي .

تستضيف: نجل الراحل السيد مختار بوغليم و البراح أحمد مشروط


#إعداد_و_تقديم: مبروح رشيد

#إشراف: فاطمة الزهراء بلحاج يوسف .



  236

72 commentaires 45 partages

 J'aime

 Commenter

 Partager

Plus pertinents ▼



Écrivez un commentaire...



Ha FSsa

Umm saha

W keyn tany whed chachra yrslouhoum shab khourda bach yjibou chakyen fel les bâtiments hadou ki ndiroulhoum tany ? 😞 Ana mandlich koul khatra ngdeb zouj tlata yah

J'aime Répondre 1 sem



Mahdi Sifou

Hmdlh ya raby raby tlg srahoum hada chi sra 3la drari habiya lah wan3ma lwakil hadou machy 3isaba hadou difa3 3la charf

J'aime Répondre 6 j



Kary Mekerbeche

والله ما فهمنا والو في هذا القضية...ناس كانوا معرودين لوليمة ختان ولاو في حرب بين 2 عائلتي من نفس العايلة بسبب شجار بين الاطفال.الله يجيب الخير ان شاء الله





Mustapha Benzait

اننا في انتظار الحصة ونطلب من المخطار يجييلنا مقطع من قصيدة يا البونديو خوذ حق الي مظلوم واحمد مشروط يجييلنا قصيدة (تبريحة) حظرو الدراهم حتى يعرفوا المستمعين ما معنى الفن البدوي

J'aime Répondre 1 sem



Ahmed Chbieb

الله يرحمو برحمته الواسعة و يحسن إليه ويجعل مثواه الجنة
إنشاء الله

J'aime Répondre 6 j



Djillali Bechikh

alah yerhem ceikh mohamed bosquet

J'aime Répondre 1 sem



Mustapha Benzait

الله يرحم الشيخ محمد في ذيك الرقدة

J'aime Répondre 1 sem



Cheikh Aissa

إنشاء الله نستمتعوا بالحصة وندو الفائدة
Ahmed Mecherout

J'aime Répondre 1 sem Modifié



Nadir Belkhedim

واش من فائدة فل قصبة ههه
Cheikh Aissa

J'aime Répondre 1 sem



Super fan

أية بنتي
باتوفيق للجميع

J'aime Répondre 1 sem



Rachida Otsmane

كل التوفيق للأساتذة الكرام و طلبة الاعزاء وفقكم الله

J'aime Répondre 1 sem



Ravies Pater

ربي يحفظك ولد عمو ربي يوفقكم

J'aime Répondre 1 sem



مصطفى رفيق نورين

مشاء الله تبارك الله ربي يحفظك ويسعدك ويوفقك في حياتك
المهنية يارب العالمين شرفتي عائلة حمة ككل وخاصة عائلة تاعنا
ربي يحفظك ويبارك فيك يارب العالمين

J'aime Répondre 1 sem

↳ 4 réponses



Mohamed Amine Khedim

بالتوفيق ان شاء الله _تحياتنا للأستاذ بلال و الأستاذ مختاري

J'aime Répondre 1 sem



Chäoui Mèrièm

تحية طيبة الى أساتذتي كل من أستاذ بلال دقيوس و مختاري
محمد و شكر موصول كذلك إلى زملاء وإلى أختي و صديقتي

107

22 commentaires

J'aime

Commenter

Partager

Plus pertinents ▼



Écrivez un commentaire...



Rōūzā Bōūkh

الارطفونية ليس من مجال اختصاصها هذا الداء!! ولماذا يسند الامر لغير اهله عجيب

J'aime Répondre 3 sem Modifié



Otmane Lile

موضوع جد قيم ولاكن يجب عليكم استدعاء اهل التخصص احسن

J'aime Répondre 3 sem



Amina Mina

هو مرض خلل في الأعصاب مما يؤدي إلى الرعشة في الجسم وعدم التحكم في أعضاء الجسم على ما اظن ما علاقة الارطوفونيا

J'aime Répondre 3 sem



الشيخ أحمد

لماذا لا يتم استضافة جمعية أطفال الشلل الدماغي

J'aime Répondre 3 sem

58

5 commentaires 10 partages

J'aime

Commenter

Partager

Plus pertinents



Écrivez un commentaire...



Salama Kouache

موضوع ممتاز من اجل التوعية والتحسيس

J'aime Répondre 1 sem



محمد عبد المهيم بوزيان

نستفيد كثيرا من حصصكم الهادفة ،شكرا على كل ما تقدمونه من خدمة المستمعين.

J'aime Répondre 1 sem



Youcefi Warnidi

شاكرين ومقدرين جهودكم، و ستبقى سلامة المنقولين غايتنا ،،،،
دمتم متآلقين اعلاميا

J'aime Répondre 1 sem



Bouzid Hamcherif

اشكرك على كلالمواضيع

J'aime Répondre 1 sem




نورالدين كسار

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته أشكركم كل الطاقم الاذاعي

  142

73 commentaires 10 partages

 J'aime

 Commenter

 Partager

Plus pertinents ▼



Écrivez un commentaire...



Super fan

أية بنتي
باتوفيق للجميع

J'aime Répondre 1 sem



Rachida Otsmane

كل التوفيق للأساتذة الكرام و طلبة الاعزاء وفقكم الله

J'aime Répondre 1 sem



Ravies Pater

ربي يحفظك ولد عمو ربي يوفقكم

J'aime Répondre 1 sem



مصطفى رفيق نورين

مشاءالله تبارك الله ربي يحفظك ويسعدك ويوفقك في حياتك
المهنية يارب العالمين شرفتي عائلة حمة ككل وخاصة عائلة تاينا
ربي يحفظك وبيبارك فيك يارب العالمين

J'aime Répondre 1 sem





Radio Mostaganem

6 mai, 22:25 · 🌐

...

#مواعيد: يوم السبت 09:00 صباحا

#لمسة_حنان

داء باركنسون (الشلل الرعاشي ، الرجفاني)

♦ موضوع للنقاش مع المختصة الأروطفونية أمينة مناد

#إعداد_و_تقديم: مبروح رشيد

#Voir plus ...

لمسة حنان

**تستضيف المختصة الأروطفونية :
أمينة مناد**

داء

باركنسون
(الشلل الرجفاني)

  480

39 commentaires 15 partages

 J'aime

 Commenter

 Partager

Plus pertinents ▼



Écrivez un commentaire...



براءة
ماشاء الله تبارك الله

J'aime Répondre 2 sem



Zozo Benhammadi
ماشاء الله تبارك الله

J'aime Répondre 4 sem



سلاماني لخضر
ماشاء الله تبارك الرحمن ربي يحفظكم جميعا اللهم تقبل منا
منكم ختم القرآن الكريم ربيع قلوبنا


J'aime Répondre 4 sem



Sofi Ben
ماشاء الله تبارك الرحمن


J'aime Répondre 4 sem



Amira Hammouda
ماشاء الله تبارك الرحمن  2

  480

39 commentaires 15 partages

 J'aime

 Commenter

 Partager

Plus pertinents ▼



Écrivez un commentaire...



براءة
ماشاء الله تبارك الله

J'aime Répondre 2 sem



Zozo Benhammadi
ماشاء الله تبارك الله

J'aime Répondre 4 sem



سلاماني لخضر
ماشاء الله تبارك الرحمن ربي يحفظكم جميعا اللهم تقبل منا
منكم ختم القرآن الكريم ربيع قلوبنا

J'aime Répondre 4 sem



Sofi Ben
ماشاء الله تبارك الرحمن

J'aime Répondre 4 sem



Radio Mostaganem était en direct.

15 mai, 21:07 · 🌐



#مباشر ▼

#حصة_يقلب_مفتوح

▼ الحصة تأتيكم كل يوم احد اثنين و ثلاثاء بداية من الساعة 21.05 ليلا

▼ تقديم : فاطمة بلحاج يوسف

▼ اخراج : محمد رضا عدايدي



▼ 🍌❤️ 67

84 commentaires

67

84 commentaires

J'aime

Commenter

Partager

Plus pertinents ▼



Écrivez un commentaire...



توأم روجي · 12:14
والله توحشناك أختي فاطمة عودة ميمونة

J'aime Répondre 1 sem



توأم روجي · 9:49
تحياتي اخت فاطمة عيد سعيد اختار الإخوى

J'aime Répondre 1 sem



Bouzid Hamcherif · 1:51
سلام عليكم توحشناكم

J'aime Répondre 1 sem



Bouzid Hamcherif · 24:33
الله يهدينا

J'aime Répondre 1 sem



26

4 commentaires

J'aime

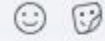
Commenter

Partager

Plus pertinents



Écrivez un commentaire...



أية بنتي . 2:24
سلام

J'aime Répondre 1 sem



حمدان المصري . 1:56
السلام عليكم
نتمنى لكم النجاح وتوفيق

J'aime Répondre 1 sem



Koumichi Hadja . 8:42
السلام عليكم ورحمة الله وبركته

J'aime Répondre 1 sem



Abd Elkadir Ben Safi . 0:01
السلام عليكم ورحمة الله

J'aime Répondre 1 sem



103

13 commentaires 14 partages

J'aime

Commenter

Partager

Plus pertinents



Écrivez un commentaire...



Mustapha Benzait

اننا في انتظار الحصة ونطلب من المخطار يجيلنا مقطع من
قصيدة يا البونديو خوذ حق الي مظلوم واحمد مشروط يجيلنا
قصيدة (تبريجة) حظرو الدراهم حتى يعرفوا المستمعين ما
معنى الفن البدوي

J'aime Répondre 1 sem

فهرس المحتويات:

فهرس المحتويات:

- شكر و عرفان 6.
- اهداء 7.
- ملخص الدراسة 8 . 9.
- مقدمة أ . ب.
- الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة.
- تمهيد
- 13. الدراسة الاستطلاعية 2.
- 3.
- 14. الإشكالية 3.
- 4.
- 15. الفرضيات 4.
- 16. أسباب اختيار موضوع الدراسة 4.
- 5.
- 17. اهداف
- الدراسة 5.
- 18. أهمية
- الدراسة 5.
- 19. الدراسات السابقة 6.
- 9.
- 20. تحديد المفاهيم والمصطلحات 10.
- 12.

21. المدخل النظري للدراسة.....12 .
- 14.
22. منهج الدراسة.....14 . 15.
23. مجتمع البحث، المعاينة، العينة.....15.
24. أدوات جمع البيانات.....15 . 17.
- الإطار النظري للدراسة.
3. الفصل الثاني: الإذاعة المحلية والمجتمع المحلي.
- تمهيد.
- نشأة الإذاعة وتطورها.....21.
- خصائص الإذاعة.....21.
- وظائف الإذاعة.....22 . 23.
- أنواع الإذاعة.....23 . 24.
- مميزات جمهور الإذاعة.....24.
- تاريخ الإذاعة الجزائرية.....25.
- الإذاعة المحلية والمجتمع المحلي في الجزائر.....25 . 26.
- جمهور الإذاعة المحلية.....27.
- الدور التنموي للإذاعة المحلية اتجاه مجتمعها المحلي.....28.
- خلاصة الفصل.
4. الفصل الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي.
- تمهيد.
- مواقع التواصل الاجتماعي نشأتها وتطورها.....32 . 33.
- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.....33 . 34.
- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي.....34 . 35.
- الفيس بوك نشأته وتطوره.....35.
- خصائص الفيس بوك.....36 . 37.

- تفاعل الجمهور مع صفحات الفيس بوك الاذاعية على مواقع التواصل الاجتماعي.....37 . 38.
- جمهور مواقع التواصل الاجتماعي.....38 . 39.
- خلاصة الفصل.
- الإطار الميداني للدراسة.
- تمهيد.
- بطاقة تقنية لإذاعة مستغانم الجهوية.....43 . 47.
- بطاقة فنية لصفحة إذاعة مستغانم على الفيس بوك.....48.
- 1. الفصل الرابع: تحليل تفاعل الجمهور مع منشورات صفحة إذاعة مستغانم.. 50 . 54.
- 2. الفصل الخامس عرض وتحليل نتائج بيانات الاستمارة.....56 . 79.
- نتائج الدراسة.....79 . 81.
- خاتمة.....82.
- قائمة المراجع.....83 . 86.
- الملاحق.