

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف - المسيلة -

معهد: علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية ميدان: علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

قسم: الإعلام والاتصال الرياضي

فرع: إعلام واتصال رياضي

تخصص: إعلام واتصال رياضي سمعي بصري

رقم:



مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر أكاديمي

إعداد الطالب: محمد بوكراع

تحت عنوان

مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تحسين أداء
الصحفي الرياضي بالإذاعة الجزائرية في المسيلة
- دراسة ميدانية بالإذاعة الجزائرية من المسيلة -

لجنة المناقشة

رئيسا
مشرفا ومقررا
مناقشا

جامعة محمد بوضياف
جامعة محمد بوضياف
جامعة محمد بوضياف

أ.د/ أوثن بوزيد
د/ بوساق أسماء
د/ عمرو مفتاح

السنة الجامعية: 2015-2016



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي هَدَانَا لِهَذَا وَمَا كُنَّا لِنَشْكُرَهُ لَوْلَا دَعْوَةُ اللَّهِ لَكُنَّا مِنَ الْخَاسِرِينَ

كلمة شكر

بسم الله الرحمن الرحيم

" رب أوزعني أن اشكر نعمتك التي أنعمت علي وعلى والدي وأن
اعمل صالحا ترضاه وأدخلني برحمتك في عبادك الصالحين "

إلهنا - 19 -

شكر اي لمقا وشق سمعنا وبصر- بحو وقوته ، الله عز وبل ،
نحمده حمدا كثيرا طيبا مباركا فه ن وفقا لإتمام هذا العمل اي يعتبر قطرة
من بحر.

كما تتقدم شكر الخالص وامناننا إلى أستاذة بوساق سماء المشرفة لى
هذا العمل التي كانت لنا نعم أستاذة طي ستي التخصص قل ن ساهم
في انجاز هذا البحث المتواضع من للال التولييات ورشادت والنصائح
القيمة .

كما لا يفوتنا ن شكر أستاذة جوادي و كل طلبة الإعلام والاتصال
لى المسادات التي قدموها لنا .

- بارك الله فيكم جميعا -

الإهداء

الحمد لله الذي لن نوفيهِ حقهُ ممّا حمدناه

إلى رمز الجنان و عنوان الأمومة

إلى التي أَرْضَعْتَنِي من لبنها ، و تَحْتَنِي من حنانها

إلى الحائرة دوماً عني.....والمشتاقة دائماً لي.....والحنونة أبداً علي

إلى من حملتني كرها ووضعتني كرها وتمررتني حبا

أمي الغالية

إلى الذي علمني أن الإخلاص هو أساس النجاح وأن الحياة عمل وصبر و دفعني بكل حزم

لأنتهمل العلم

أبي الغالي

إلى كل أفراد عائلتي الصغيرة أنار الله دربهم

إلى الكتوة شموذة

والى كل عائلة طيبي فردا فردا

إلى كل زملاء الدراسة و الإقامة و بن السني . م . توفيق ، و زكرياء ، و مصطفى وشكيب

والإخوة ، إبراهيم و العيد و محمد و رشيد و حمزة و هشام

إلى كل من ذكرت و من لم أذكر

..... أهدي ثمرة عملي هذا المتواضع

الحمد لله

فهرس الجداول والاشكال

رقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	يوضح تقسيم العمال حسب الوظائف	33
02	يوضح عدد الذكور والإناث	56
03	يوضح سن الصحفيين	57
04	يبين الصحفيين الرياضيين الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي	58
05	يوضح أقدمية الصحفي الرياضي بالإذاعة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	59
06	يوضح المدة التي يقضيها الصحفي الرياضي يوميا في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	60
07	يوضح مكان استخدام الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة لشبكات التواصل الاجتماعي	61
08	يوضح ما إذا كان الصحفي الرياضي يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي في العمل	62
09	يوضح ما إذا كان الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة يستعين بشبكات التواصل الاجتماعي في اختيار مواضيع البرامج	63
10	يوضح كيفية استعانة الصحفي الرياضي بشبكات التواصل الاجتماعي في اختيار مواضيع البرامج	64
11	يوضح استعانة الصحفي الرياضي بشبكات التواصل الاجتماعي في إعداد البرامج الرياضية	65
12	يوضح نقل الصحفي لمعلومة أو خبر مصدره شبكات التواصل الاجتماعي	66
13	يوضح استمرارية نقل الصحفي الرياضي بالإذاعة لنقل المعلومات التي مصدرها شبكات التواصل الاجتماعي	67
14	يوضح ما إذا ما كان الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة يعتبر شبكات التواصل الاجتماعي مصدرا موثوقا للمعلومات والأخبار	68
15	يوضح ما إذا كانت هناك معايير يحترمها الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة عندما يستقي المعلومات من شبكات التواصل الاجتماعي	69
16	يوضح استعانة الصحفي الرياضي بالإذاعة بشبكات التواصل الاجتماعي في انتقاء الضيوف	70

71	يوضح كيفية استعانة الصحفي الرياضي بالإذاعة في اختيار الضيوف	17
72	يوضح اعتماد الصحفي الرياضي على شبكات التواصل الاجتماعي للتواصل مع الضيوف	18
73	يوضح المصادر التي يعتمد عليها الصحفي الرياضي بالإذاعة في تغطية الأحداث	19
74	يوضح تفاعل الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة مع الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي	20
75	يوضح الشبكات التي يستعملها الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة في التفاعل مع الجمهور	21
76	يوضح وقت تفاعل الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة مع الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي	22
77	يوضح كيفية تفاعل الصحفي الرياضي بالإذاعة مع الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي	23
78	يوضح ما إذا كان الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة يعمل بنصائح الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي	24
79	يوضح ما إذا كان الصحفي الرياضي بالإذاعة يلي طلبات الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي	25

الصفحة	عنوان الشكل (الدائرة النسبية)	رقم
57	تمثيل بياني يوضح استخدام الصحفيين الرياضيين بالإذاعة لشبكات التواصل الاجتماعي	01
58	تمثيل بياني يوضح أقدمية استخدام الصحفيين الرياضيين بالإذاعة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	02
59	تمثيل بياني يوضح المدة التي يقضيها الصحفي الرياضي بالإذاعة يوميا في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	03
60	تمثيل بياني يوضح مكان استخدام الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة لشبكات التواصل الاجتماعي	04
61	تمثيل بياني يوضح استخدام الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العمل	05
62	تمثيل بياني يوضح استعانة الصحفي الرياضي بشبكات التواصل الاجتماعي في اختيار مواضيع	06
63	تمثيل بياني كيفية استعانة الصحفي الرياضي بالإذاعة بشبكات التواصل الاجتماعي في اختيار مواضيع البرامج	07
64	تمثيل بياني استعانة الصحفي الرياضي بشبكات التواصل الاجتماعي في إعداد البرامج الرياضية	08
65	تمثيل بياني يوضح نقل الصحفي لمعلومة أو خبر مصدره شبكات التواصل الاجتماعي	09
66	تمثيل بياني يوضح استمرارية نقل الصحفي الرياضي لإذاعة المسلة لنقل المعلومات والأخبار التي مصدرها شبكات التواصل الاجتماعي	10
67	تمثيل بياني يوضح ما إذا كان الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة يعتبر شبكات التواصل الاجتماعي مصدرا موثوقا للمعلومات والأخبار	11
68	تمثيل بياني يوضح ما إذا كان الصحفي الرياضي بالإذاعة يحترم معايير معينة في استقاء المعلومات من شبكات التواصل الاجتماعي	12
69	تمثيل بياني استعانة الصحفي الرياضي بالإذاعة بشبكات التواصل الاجتماعي في انتقاء الضيوف	13
70	تمثيل بياني يوضح كيفية استعانة الصحفي الرياضي بالإذاعة بشبكات التواصل الاجتماعي في اختيار الضيوف	14
71	تمثيل بياني يوضح اعتماد الصحفي الرياضي بالإذاعة على شبكات التواصل الاجتماعي للتواصل مع الضيوف	15
72	تمثيل بياني المصادر التي يعتمد عليها الصحفي الرياضي بالإذاعة في تغطية الأحداث	16
73	تمثيل بياني تفاعل الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة مع الجمهور عبر شبكات التواصل	17

	الاجتماعي	
74	تمثيل بياني الشبكات التي يستعملها الصحفي الرياضي بالإذاعة في التفاعل مع الجمهور	18
75	تمثيل بياني يوضح وقت تفاعل الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة مع الجمهور عبر شبكات التواصل	19
76	يبين كيفية تفاعل الصحفي الرياضي بالإذاعة مع الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي	20
77	تمثيل بياني يوضح ما ذا كان الصحفي الرياضي بالإذاعة يلبي طلبات الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي	21

فهرس المحتويات²

الصفحة	العنوان
	شكر وعرهان فهرس الجداول والأشكال
أ	مقدمة
	الفصل الأول: الخلفية النظرية والدراسات السابقة
13	تمهيد
14	I شبكات التواصل الاجتماعي
14	1. مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:
14	1-1. مفهوم الشبكات
14	1-2. تعريف شبكات التواصل الاجتماعي
15	2. نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي
16	3. خصائص شبكات التواصل الاجتماعي
17	4. أنواع الشبكات الاجتماعية
19	5. أهم مواقع شبكات التواصل الاجتماعي
21	6. استخدام الشبكات الاجتماعية في العمل الإعلامي
22	II الصحفي الرياضي
22	1. وصف عام لمهنة الصحفي
22	2. مهارات الصحفي الرياضي المتخصص
22	3. الخصائص التي تتميز بها الصحفي الرياضي
23	4. التزامات الصحفيين وواجباتهم في المجال الرياضي
24	III لإذاعة
24	1. تعريف الإذاعة
25	2. تاريخ الإذاعة
26	3. دور الإذاعة
27	4. المنظومة الإذاعية الرياضية:
27	1-4. تعريف المنظومة الإعلامية الرياضية

27	2-4. البرنامج الإذاعي
27	1-2-4. تعريف البرنامج الإذاعي
28	2-2-4. شروط نجاح البرنامج الإذاعي
28	3-2-4. أنواع البرامج الإذاعية
31	5. نشأة الإذاعات المحلية في الجزائر
32	6. إذاعة المسيلة الجهوية
33	1-6. نشأة الإذاعة
33	2-6. العمل بالقطعة
34	3-6. الطواقم الإذاعية
34	4-6. مهام الأقسام
35	7. البرامج الرياضية لإذاعة المسيلة
35	IV الدراسات السابقة
42	خلاصة
	الفصل الثاني: الإطار العام لدراسة
43	1- الكلمات الدالة في الدراسة
46	2- إشكالية الدراسة
47	3- أهداف الدراسة
47	4- أهمية الدراسة
47	5- فرضيات الدراسة
	الفصل الثالث: الإجراءات الميدانية للدراسة
49	تمهيد
50	1- الدراسة الاستطلاعية
50	2- المنهج المتبع في الدراسة
50	3- مجتمع وعينة الدراسة
50	4- أدوات جمع البيانات والمعلومات
51	5- إجراءات التطبيق الميداني للأداة
52	6- الأساليب الإحصائية
53	خلاصة
	الفصل الرابع: عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها
55	تمهيد

56	1- عرض وتحليل النتائج
79	2- تفسير النتائج على ضوء الفرضيات
82	خلاصة
	الفصل الخامس: استنتاجات و اقتراحات
84	1- استنتاج عام
85	2- اقتراحات
85	3- الآفاق المستقبلية
	4- المراجع المعتمدة في الدراسة
	5- الملاحق
	6- ملخص الدراسة

مقدمة:

يعتبر دخول التكنولوجيا في مجالات الإعلام و الاتصال من أهم وأقوى الأحداث التي طرأت خلال القرن الحادي والعشرين، حيث ساعد ذلك على خروج من نطاق المنطقة أو المجتمع المحيط إلى إمكانية إتاحة المحتويات إلى العالم كله من خلال الارتباط بشبكة الإنترنت، ولقد ساهمت مشاركة الأفراد في تقديم خدماتها عن طريق شبكة الإنترنت في زيادة حجم المعلومات المتبادلة وتسهيل الاتصال المهني بين العاملين في المؤسسات الإعلامية في البلدان المختلفة لتبادل الخبرات والآراء، وتطوره أو استخدامها للتكنولوجيا يساعد على زيادة ربط بين مؤسسة مع الجمهور وذلك لإحساسهم بضرورة مواكبة لكل جديد وليس كيان مادي جامد مما يساعد على زيادة ارتباط بين طرفي العملية الإعلامية المرسل و المستقبل.

إن جميع المحاولات لتطوير الأداء الإعلامي لابد أن تنطلق من تطوير الجانب التقني أولاً و الأمر لن يتأتى إلا بالتحكم بالتكنولوجيا الحديثة خاصة ما تقدمه الانترنت اليوم من خدمات. فدائماً ما يسعى الصحفيين إلى إتاحة الفرص لمهنتهم بالتواجد عبر الفضاء الإلكتروني والافتراضي والذي تقف الشبكة العنكبوتية من أول المنافذ الرئيسية التي تساندهم على ذلك، وها هي النافذة تتطور وتتغير بشكل سريع، فلقد سمعنا جميعاً خلال الفترة البسيطة الماضية عن تطوير مواقع الويب لتكون متمثلة في جيل حديث أكثر تفاعلاً وأكثر تطبيقاً، إنه الجيل الثاني للويب (Web 2.0) ،والذي يحوي بين طياته العديد من التقنيات الجديدة والمستحدثة مؤخراً، لذا الممارسة الإعلامية عموماً والإعلامية الرياضية بشكل خاص ،لابد وأن تكون متواكبة مع هذه التقنيات الحديثة وليس هذا فقط ولكن لابد وأن تستفيد من هذه التقنيات بما يتفق واحتياجاتها واحتياجات الجمهور منها .

في حين نجد الإعلام الرياضي بتنوع وسائله وبما يملكه من إمكانيات كذلك يساهم في نشر الثقافة في المجال الرياضي ، لطبيعة الجماهيرية ، حيث يعتبره الجمهور الرياضي مصدر للكثير من المعلومات الرياضية ، والجمهور الرياضي باعتباره المجتمع الصغير الذي يرتبط بممارسة نشاطات جسدية وفكرية معينة بين شرائح المجتمع، يعتمد وبشكل كبير على هذه الشبكات الاجتماعية في سرعة نقلها وتطورها وتحسين مستوى أدائها من نطاق المجتمع الصغير إلى نطاق المجتمع الكبير.

إن دراستنا هي عبارة عن محاولة متواضعة لتسليط الضوء على ما يعرف بشبكات التواصل الاجتماعية و ينطلق أساساً من واقع حقيقي ملموس نراه في مجتمعاتنا ، فالإعلام التقليدي أصبح من الوسائل القديمة والاقبل جماهيرية في عصر تكنولوجيا المعلومات ، إلا أننا نرى أنه ينبغي تناول الطرق الجديدة للإعلام و المصطلحات والمفاهيم التي باتت تحكم العملية الإعلامية ، وهو الأمر الذي يجب التفطن له نظراً للنقص الذي تعاني منه مكتبائنا فيما يخص الدراسات التي تهتم بهذا المجال.

وبناءً على هذا جاء اهتمامنا في هذه الدراسة بدور شبكات التواصل الاجتماعي في تحسين أداء الصحفي الرياضي لإذاعة المسيلة الجهوية ، لكون مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت أداة تواصل هامة سواء لنقل الأخبار والمعلومات أو تبادل الأفكار والآراء حيث ظهرت استخداماتها في المجال الإعلامي بما في ذلك الرياضي الذي نشعر بأهميتها خاصة في البرامج الرياضية.

ولقد تم تقسيم الدراسة إلى جانبين جانبيين نظري وجانب تطبيقي، ففيما يخص الجانب النظري فقسمناه إلى فصلين: احتوى الفصل الأول على الخلفية النظرية والدراسات السابقة، حيث تناولنا فيه عدة نقاط هامة تخدم الجانب النظري فاهتم بشبكات التواصل الاجتماعي وخصائصها وأنواعها وعلى أهم شبكات التواصل الاجتماعي وكذا استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العمل الإعلامي، بالإضافة إلى الصحفي الرياضي ومهامه وخصائصه ، باعتباره أحد متغيرات هذه الدراسة وأنواع هو وكذا المنظومة الإذاعية الرياضية ، وأخيرا الإذاعة وتاريخها ونشأتها ودورها، كما تطرقنا إلى إذاعة المسيلة الجهوية نشأتها وهيكلتها وبرامجها الرياضية ، وف الأخير تناولنا بعض الدراسات السابقة والمشاهدة لدراستنا، أما فيما يخص الفصل الثاني تضمن الإطار العام للدراسة من تحديد المصطلحات الخاصة بها وإشكالية وفرضيات كما وضحنا أهداف الدراسة وأهميتها.

ثم يأتي الجانب التطبيقي الذي قسمناه إلى ثلاثة فصول توضح لنا ما نريد الوصول إليه لتحقيق الإجابات على التساؤلات التي تطرقنا إليها في الفصل الثاني كل ما يتعلق بخطوات البحث من جانبه التطبيقي وفيه نجد: منهج البحث، متغيرات البحث والأدوات المستعملة في البحث، التحليل الإحصائي وعينته مع كيفية اختيارها ، أما الفصل الرابع فهو خاص بتبويب وتحليل البيانات ومناقشة النتائج المرتبطة بفرضيات البحث، وفي الأخير الفصل الخامس الذي اهتم بعرض الاستنتاجات والاقتراحات للدراسة.

مقدمة:

يعتبر دخول التكنولوجيا في مجالات الإعلام و الاتصال من أهم وأقوى الأحداث التي طرأت خلال القرن الحادي والعشرين، حيث ساعد ذلك على خروج من نطاق المنطقة أو المجتمع المحيط إلى إمكانية إتاحة المحتويات إلى العالم كله من خلال الارتباط بشبكة الإنترنت، ولقد ساهمت مشاركة الأفراد في تقديم خدماتها عن طريق شبكة الإنترنت في زيادة حجم المعلومات المتبادلة وتسهيل الاتصال المهني بين العاملين في المؤسسات الإعلامية في البلدان المختلفة لتبادل الخبرات والآراء، وتطوره أو استخدامها للتكنولوجيا يساعد على زيادة ربط بين مؤسسة مع الجمهور وذلك لإحساسهم بضرورة مواكبة لكل جديد وليس كيان مادي جامد مما يساعد على زيادة ارتباط بين طرفي العملية الإعلامية المرسل و المستقبل.

إن جميع المحاولات لتطوير الأداء الإعلامي لابد أن تنطلق من تطوير الجانب التقني أولاً و الأمر لن يتأتى إلا بالتحكم بالتكنولوجيا الحديثة خاصة ما تقدمه الانترنت اليوم من خدمات. فدائماً ما يسعى الصحفيين إلى إتاحة الفرص لمهنتهم بالتواجد عبر الفضاء الإلكتروني والافتراضي والذي تقف الشبكة العنكبوتية من أول المنافذ الرئيسية التي تساندهم على ذلك، وها هي النافذة تتطور وتتغير بشكل سريع، فلقد سمعنا جميعاً خلال الفترة البسيطة الماضية عن تطوير مواقع الويب لتكون متمثلة في جيل حديث أكثر تفاعلاً وأكثر تطبيقاً، إنه الجيل الثاني للويب (Web 2.0) ،والذي يحوي بين طياته العديد من التقنيات الجديدة والمستحدثة مؤخراً، لذا الممارسة الإعلامية عموماً والإعلامية الرياضية بشكل خاص ،لابد وأن تكون متواكبة مع هذه التقنيات الحديثة وليس هذا فقط ولكن لابد وأن تستفيد من هذه التقنيات بما يتفق واحتياجاتها واحتياجات الجمهور منها .

في حين نجد الإعلام الرياضي بتنوع وسائله وبما يملكه من إمكانيات كذلك يساهم في نشر الثقافة في المجال الرياضي ، لطبيعة الجماهيرية ، حيث يعتبره الجمهور الرياضي مصدر للكثير من المعلومات الرياضية ، والجمهور الرياضي باعتباره المجتمع الصغير الذي يرتبط بممارسة نشاطات جسدية وفكرية معينة بين شرائح المجتمع، يعتمد وبشكل كبير على هذه الشبكات الاجتماعية في سرعة نقلها وتطورها وتحسين مستوى أدائها من نطاق المجتمع الصغير إلى نطاق المجتمع الكبير.

إن دراستنا هي عبارة عن محاولة متواضعة لتسليط الضوء على ما يعرف بشبكات التواصل الاجتماعية و ينطلق أساساً من واقع حقيقي ملموس نراه في مجتمعاتنا ، فالإعلام التقليدي أصبح من الوسائل القديمة والاقبل جماهيرية في عصر تكنولوجيا المعلومات ، إلا أننا نرى أنه ينبغي تناول الطرق الجديدة للإعلام و المصطلحات والمفاهيم التي باتت تحكم العملية الإعلامية ، وهو الأمر الذي يجب التفطن له نظراً للنقص الذي تعاني منه مكتبائنا فيما يخص الدراسات التي تهتم بهذا المجال.

وبناءً على هذا جاء اهتمامنا في هذه الدراسة بدور شبكات التواصل الاجتماعي في تحسين أداء الصحفي الرياضي لإذاعة المسيلة الجهوية ، لكون مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت أداة تواصل هامة سواء لنقل الأخبار والمعلومات أو تبادل الأفكار والآراء حيث ظهرت استخداماتها في المجال الإعلامي بما في ذلك الرياضي الذي نشعر بأهميتها خاصة في البرامج الرياضية.

ولقد تم تقسيم الدراسة إلى جانبين جانبيين نظري وجانب تطبيقي، ففيما يخص الجانب النظري فقسمناه إلى فصلين: احتوى الفصل الأول على الخلفية النظرية والدراسات السابقة، حيث تناولنا فيه عدة نقاط هامة تخدم الجانب النظري فاهتم بشبكات التواصل الاجتماعي وخصائصها وأنواعها وعلى أهم شبكات التواصل الاجتماعي وكذا استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العمل الإعلامي، بالإضافة إلى الصحفي الرياضي ومهامه وخصائصه ، باعتباره أحد متغيرات هذه الدراسة وأنواع هو وكذا المنظومة الإذاعية الرياضية ، وأخيرا الإذاعة وتاريخها ونشأتها ودورها، كما تطرقنا إلى إذاعة المسيلة الجهوية نشأتها وهيكلتها وبرامجها الرياضية ، وف الأخير تناولنا بعض الدراسات السابقة والمشاهدة لدراستنا، أما فيما يخص الفصل الثاني تضمن الإطار العام للدراسة من تحديد المصطلحات الخاصة بها وإشكالية وفرضيات كما وضحنا أهداف الدراسة وأهميتها.

ثم يأتي الجانب التطبيقي الذي قسمناه إلى ثلاثة فصول توضح لنا ما نريد الوصول إليه لتحقيق الإجابات على التساؤلات التي تطرقنا إليها في الفصل الثاني كل ما يتعلق بخطوات البحث من جانبه التطبيقي وفيه نجد: منهج البحث، متغيرات البحث والأدوات المستعملة في البحث، التحليل الإحصائي وعينته مع كيفية اختيارها ، أما الفصل الرابع فهو خاص بتبويب وتحليل البيانات ومناقشة النتائج المرتبطة بفرضيات البحث، وفي الأخير الفصل الخامس الذي اهتم بعرض الاستنتاجات والاقتراحات للدراسة.

الفصل الأول: الخلفية النظرية والدراسات السابقة

I. شبكات التواصل الاجتماعي

II. الصحفي الرياضي

III. الإذاعة

IV. الدراسات السابقة

تمهيد :

شهد العالم في السنوات الأخيرة نوعاً من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء الكتروني افتراضي ، قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود وزواج بين ثقافات وسمي هذا النوع بالتواصل بين الناس (شبكات التواصل الاجتماعي) ، وتعددت هذه الشبكات واستأثرت بجمهور واسع من المتلقين ، ولعبت الأحداث السياسية والطبيعية في العالم دوراً بارزاً في التعريف بهذه الشبكات ، وبالمقابل كان الفضل أيضاً لهذه الشبكات في إيصال الأخبار السريعة والرسائل النصية ومقاطع الفيديو عن تلك الأحداث ، الأمر الذي ساعد في شهرة وانتشار هذه الشبكات وأهمها : (الفيس بوك، التويتر ، وال يوتيوب). وفي هذا الفصل تناولنا العديد من العناصر والمتمثلة في :

شبكات التواصل الاجتماعي ماهيتها ونشأتها وأهم الشبكات المتواجدة وبعدها تناولنا الصحفي الرياضي وهام خصائصه بالإضافة إلى الإذاعة وماهيتها، وكذلك تحدثنا عن إذاعة المسيلة التي سنجري بها الدراسة الميدانية وفي الأخير تناولنا بعض الدراسات السابقة والمشاهدة لموضوع بحثنا وأهم النقاط تفيدنا في موضوع هذا البحث .

1. شبكات التواصل الاجتماعي:

1. مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:

1-1. مفهوم الشبكات:

إن كلمة شبكة في اللغة الفرنسية تعني réseaux في قاموس لاروس petit rouse تعرف على أنها: "مجموعة كبيرة أو صغيرة أو دقيقة، كهربائية أو شبكات المدن أو شبكات رقمية، أو كمبيوترات، أو بين الأفراد."¹ جاء في معجم محمد منير حجاب أن الشبكة (هي مجموعة من العناصر الكهربائية أو الأفراد أو المؤسسات أو الحواسيب والكل تعمل من اجل تحقيق غاية معينة)².

وورد أيضا في معجم شرح للمصطلحات للدكتور محمد الهادي في كتابه: تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات أن الشبكة تعني: "ربط حاسوب أو أكثر مع الأدوات المرتبطة معا بواسطة تسهيلات الاتصالات."³

شبكات عبارة عن أنظمة مرتبطة بنوع أو أكثر من أنواع وهي تشمل مختلف الروابط التقنية والفنية والأدبية... الخ.⁴

1-2. مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:

شهد العالم في السنوات الأخيرة نوعا من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء الكتروني افتراضي، قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود وزاوج بين الثقافات ويسمى هذا النوع من التواصل بين الناس التواصل الاجتماعي عبر الشبكات، الذي يتمثل في عملية التواصل بين عدد من الناس (أقارب، زملاء، أصدقاء) عن طريق مواقع وخدمات إلكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع، فهي مواقع لا تعطي المعلومات فقط بل تتزامن وتتفاعل معك أثناء إمدادك تلك المعلومات عن من نطاق شبكتك ولذلك تكون أسلوب لتبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق شبكة الإنترنت.

وتعرفها هبة محمد خليفة بالقول: "الشبكات الاجتماعية هي شبكة مواقع فعالة جداً في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى ببعضهم البعض وبعد طول سنوات، وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطن العلاقة الاجتماعية بينهم."⁵

يعرفها محمد عواد بأنها: "تركيبة اجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات، وتتم تسمية الجزء الإلكتروني الأساسي (مثل الفرد الواحد) باسم (العقدة -)، بحيث إيصال هذه العقدة بأنواع مختلفة من

العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما أو حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم، وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي تنتمي إليها الشخص."⁶

¹Le petit rousse.2010. p881. Edition anniversaire de la semeuse

² محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2004، ص301.

³ محمد محمد الهادي: تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات، المكتبة الأكاديمية، مصر، 2001، ص316.

⁴ عبد الله ممدوح: دور شبكات التواصل في التغيير السياسي، جامعة الشرق الأوسط، 2012، ص34.

⁵ عادل فتحي حسين: وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة الى الفيس بوك (القاهرة، العربي للنشر والتوزيع (2001)، ص187.

⁶ عادل فتحي حسين: مرجع سابق، ص187.

كما يعرفها إياد الديلمي بالقول: "إن تلك الوسائل الحديثة للاتصال ممثلة ب:(الفيسبوك و تويتر و يوتيوب) يمكن أن تكون مكتملة للإعلام التقليدي، لينتج إعلام يزواج المهنة وصرامة التقاليد التي نشأت عليها السلطة الرابعة .

2. نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي :

كان أول ظهور للمواقع الاجتماعية في أواخر القرن العشرين، حيث ظهر موقع CLASSMATES.COM سنة 1995، ثم تلاه موقع SIX DEGREES.COM، حيث اعتمدت هذه المواقع على فتح الصفحات الشخصية للمستخدمين وعلى إرسال رسائل لمجموعة من الأصدقاء لكنه تم إغلاقها لأنها لم تأتي بأرباح مالمكيها. فخلال سنوات التسعينيات راجت صناعة مواقع الانترنت التي تقوم على تزويد مستخدميها بما يبحثون عنه من محتويات عبر شبكة بث مكونة من مواقع الانترنت وعدد كبير من الملايين من متصفحات الانترنت حول العالم، تستقبل هذا البث وبعد ذلك بالتدرج استطاع مطورو الانترنت أن يستخدموا هاته المتصفحات، لإرسال واستقبال البيانات في نفس الوقت بدلا عن دورها الأصلي كمستقبل أعمى للبيانات، بداية لتطبيقات البريد الالكتروني، الدردشة ومنتديات الحوار وانتباه بالتطبيقات الالكترونية الأكثر حداثة وفورية مثل موسوعة الويكيبيديا، وقد كانت هذه القفزة في تغير طريقة التعامل مع متصفحات الانترنت هي البداية الحقيقية لما يعرف بتطبيقات الويب (2.0) حيث يقوم المبدأ الذي يوفره هذا الجيل الجديد من الويب في مشاركة المستخدمين في محتويات المواقع، إذ يقومون بابتكار محتوياتها أو تعديلها وهذا ما أنتج أكثر المواقع شعبية على الانترنت ولذلك فإن أي شخص يريد أن يكون جزءا من شبكة اجتماعية عبر الانترنت يستطيع تحقيق ذلك عبر الويب.¹

من هنا فإننا نطلق مصطلح الويب (2.0) على المواقع التي تقدم خدماتها معتمدة على تطبيقات من خصائص الويب (2.0) وهي media live international والتي تعتمد أن يكون التعامل مع الويب (2.0) كمنصة تطوير متكاملة النظام الذي يرمج الموقع ويستفيد من موارد وخصائص الشبكة تماما كما يستفيد مطورا التطبيقات من أوامر أخرى.

بعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام (1999-2001) وفي السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان سنة 2002 حيث مع بداية هذا العام ظهرت شبكة fridendster التي حققت نجاحا دفع "جوجل" إلى محاولة شرائها سنة 2003 لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهرت في فرنسا شبكة Sky rock كمنصة للتدوين ثم تحولت إلى شبكة اجتماعية سنة 2007، وقد استطاعت بسرعة أن تحقق انتشارا واسعا لتصل حسب إحصائيات يناير 2008 إلى المركز السابع في ترتيب الشبكات

الاجتماعية حسب عدد المشتركين، ومع بداية عام 2004 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدات صفحاته أكثر من "جوجل" وهو موقع "ماي سبيس" الأمريكي الشهير والذي ويعتبر من أوائل وأكثر الشبكات الاجتماعية على

¹أمانة عادل، سليمان السيد، هبة محمد خليفة عبد العال: الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في الأخصائي والمكتبة، دراسة شاملة لتواجد والاستخدام لموقع الفيس بوك، حلوان، 2011، ص 11.

مستوى العالم ومعه منافسه موقع "الفييس بوك" والذي بدأ في الانتشار المتوازي مع موقع "ماي سبيس" حتى قام موقع "الفييس بوك"

في 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا ما أدى إلى زيادة مستخدميه.¹

تقوم الفكرة الرئيسية للشبكات الاجتماعية على جمع بيانات الأعضاء المشتركين في الشبكة ويتم نشر هذه البيانات علنا على الشبكة، حتى يتجمع الأعضاء ذو المصالح المشتركة والذين يبحثون عن ملفات أو صور اعتمادا على صلاحيات الخصوصية التي تمنحها للزوار، وتعمل كشبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض وبعد طول سنوات ويمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي، وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطن العلاقة الاجتماعية بينهم، وهناك الآلاف من مواقع الشبكات الاجتماعية التي تعمل على الصعيد العالمي، وهناك الشبكات الاجتماعية الصغيرة التي طرحت لتناسب القطاعات البسيطة في المجتمع في حين هناك شبكات تخدم وحدة جغرافية للمجتمع، وهناك بعض الشبكات التي تستخدم واجهة استخدام بسيطة بينما البعض الآخر أكثر جرأة في استخدام التكنولوجيا الحديثة والقدرات الإبداعية.²

3. خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

التابع والمستخدم للشبكات الاجتماعية يجد أن الشبكات الاجتماعية تشترك في خصائص أساسية بينما تتمايز بعضها عن الأخرى، بمميزات تفرضها طبيعة الشبكة ومستخدميها أبرزها:

3-1. الملفات الشخصية "الصفحات الشخصية":

(إضافة مصطلح) من خلال الملفات الشخصية يمكنك التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه مثل: الجنس، تاريخ الميلاد، البلد .

3-2. الأصدقاء "العلاقات":

وهم الأشخاص الذين يتم التعرف فيما بينهم لغرض معين، الشبكات الاجتماعية تطلق مسمى " صديق " على الشخص

المضاف لقائمة أصدقائك بينما تطلق بعض مواقع الشبكات الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى " اتصال أو علاقة " على الشخص المضاف لقائمتك.

3-3. إرسال الرسائل:

وتتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسالة مباشرة للشخص، سواء كان في قائمة الأصدقاء لديك أو لم يكن

3-4. البومات الصور:

¹. وائل مبارك خضر فضل الله: ، اثر الفييس بوك على المجتمع، ط1، دار شمس النهضة السودان، 2010. ص، 08:07.

². نوف بنت مبارك عبد الله: الخصوصية في الشبكات الاجتماعية، مقالات علمية، مركز التميز لأمن المعلومات، 2010، ص:05.

تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور فيها وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء لإطلاع والتعليق حولها.

3-5. المجموعات:

تتيح كثير من مواقع الشبكات الاجتماعية خاصية إنشاء مجموعة اهتمام، حيث يمكنك إنشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف معينة.

3-6. الفيديو:

هذه الخاصية توفر للمستخدم إمكانية تحميل الفيديوهات الخاصة به ومشاركتها على هذا الموقع بالإضافة إلى إمكانية تسجيل الفيديو مباشرة وإرساله كرسالة مرئية (صوت وصورة).¹

3-7. خاصية المجموعات:

هذه الخاصية هي أساس العمل الجماعي على الشبكات الاجتماعية، حيث تتمتع جميع الشبكات الاجتماعية بإمكانية إعداد مجموعة اهتمام لها هدف يجمعها، وتقدم خدمات ما على مستوى الشبكة، وهذه الصفة قد يجعلها أصحابها قاصرة على بعض الأفراد أو قد تكون عامة للجميع، حيث يمكن مثلا لعائلة بأكملها عمل مجموعة على موقع الشبكات

الاجتماعية، ولا تتيح لأي فرد غريب عنهم الدخول أو الاشتراك في هذه المجموعة، يمكن أيضا أن تجعل المجموعة عامة وتستقبل عضوية أي شخص مشترك على موقع الشبكة وهذه خاصية أيضا يمكنها استخدام خاصية الفيديو وخاصية الصورة السابق التحدث عنها.

3-8. خاصية الأحداث الهامة:

وهذه الخاصية تتيح للمستخدمين إمكانية الإعلان عن حدث ما جار حدوثه وإخبار الأصدقاء والأعضاء به.

3-9. خاصية المدونات:

هذه الخاصية أصبحت متوفرة على كثير من مواقع الشبكات الاجتماعية، وهي إمكانية التدوين من خلال الموقع، وهذه الخاصية توفر للمستخدم إعداد ملف كامل عنه وعن حياته واهتماماته، ويمكنه تقديم روابط مفيدة لمن هم في نفس مجاله .

تقدم الشبكات الاجتماعية خدمات عديدة لمتصفحها فهي تتيح لهم حرية الاختيار لمن يريدون المشاركة معهم في اهتماماتهم، وبظهور شبكات التواصل الاجتماعية مثل "الفايس بوك" وغيره، توسعت الخدمات المرجوة من هذه الشبكات ومنحت متصفحها إمكانيات واسعة في تبادل المعلومات في مجالات التعليم والثقافة والرياضة وغيرها، وهي مواقع انتشرت في السنوات الأخيرة بشكل كبير وأصبحت أكبر وأضخم مواقع في فضاء الويب ولا زالت مستمرة في الانتشار الأفقي المتسارع ، فهي مواقع تقدم خدمة التواصل بين الأعضاء المنتسبين لها، حيث يمكن لأحد

¹. مهدي سامية: موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك دراسة وصفية تحليلية في عادات وأنماط واشتباكات الاستخدام، مذكرة لنيل شهادة ماستر في الإعلام والاتصال، تخصص دراسة الجمهور، جامعة المسيلة، 2011-2012، ص 47.

المستخدمين الارتباط بأحد الأصدقاء عبر الموقع ليصله جديد ما يكتب ويضيف ذلك إلى صفحة صديقه، كما أنها تمكن المستخدم من التحكم بالمحتوى الذي يظهر في صفحته فلا يظهر إلا ما يضيفه الأصدقاء من كتابات وصور ومقاطع، ومن خلال هذه المواقع فإن زوار هذه المواقع تربطهم علاقات معينة واهتمامات مشتركة ومنها ما يتعلق بالتعليم، حيث تتوفر في هذه المواقع الاجتماعية، ومن خلال المشاركين فيها كما كبيرا من المعلومات والأبحاث والمواد الدراسية التي تهم الطلبة بشكل أساسي.¹

4- أنواع الشبكات الاجتماعية:

4-1. نوع أساسي:

و هذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين و خدمات عامة مثل المراسلات الشخصية و مشاركة الصور والملفات الصوتية و المرئية و الروابط و النصوص و المعلومات بناءً على تصنيفات محددة مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي مثل مواقع فيس بوك و ماي سبيس و هاي فايف.²

4-2. مرتبط بالعمل:

و هو من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية و هي تربط أصدقاء العمل بشكل احترافي و أصحاب الأعمال و الشركات و تتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تتضمن سيرتهم الذاتية و ما قاموا به في سنوات دراستهم و عملهم و من قاموا بالعمل معهم.³

4-3. مميزات إضافية:

هناك بعض الشبكات الاجتماعية توفر مميزات أخرى مثل التدوين المصغر Micro Blogging مثل موقع توتير و بلارك و الشبكات الجغرافية مثل موقع برايت كاي.

4-4. الشبكات العربية:

من أشهر الشبكات العربية حالياً هي الشبكة الاجتماعية العربية (عربيز) حيث أنه تم إنشائها منذ ثلاثة شهور أي في شهر فبراير من عام 2009 وكانت مخصصة للعرب في ألمانيا فقط، لكنها انتشرت وبسرعة بين الدول العربية، الجدير بالذكر أن هناك مواقع اجتماعية عربية أخرى لكنها فقدت السيطرة فلا يوجد فيها رقابة على جودة العروض فيها كصور وملفات مخلة بالآداب العامة... بينما موقع عربيز فيعتبر محافظاً على المبادئ العربية، و هناك بعض الشبكات الاجتماعية العربية التي ظهرت مؤخراً و لكنها لا ترقى لمنافسة الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية الكبرى و من أمثلة تلك الشبكات الاجتماعية العربية شبكة مكتوب و هو من أكبر و أشهر المواقع و التي طورت في نظامها شبكة اجتماعية تجمع مستخدمي الموقع و تقدم لهم العديد من الخدمات، و من الشبكات العربية الأخرى فايع و إكبس و من المواقع حديثة العهد هو كما ذكرنا أعلاه موقع عربيز arabiz.

¹ . مهدي سامية: مرجع سابق، ص48.

² . أمينة عادل سليمان السيد و هبه محمد خليفة عبد العال : الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الأخصائي والمكتبة، (دراسة شاملة للتواجد والاستخدام لموقع الفيس بوك)، مكتبة د. شوقي سالم، جامعة حلوان. مصر، 1430، هـ / 2009 م، ص13.

³ . أمينة عادل سليمان السيد و هبه محمد خليفة عبد العال : مرجع نفسه، ص13-14.

4-5. الشبكات الاجتماعية و الأعمال:

لا تتوقف الشبكات الاجتماعية فقط عند الربط بين الأصدقاء و الأشخاص بل هناك شبكات تجمع صناع الأعمال و أصحاب الشركات و العاملين بها و المثال الأشهر على ذلك موقع لينكد إن و الذي جمع أكثر من 20 مليون مستخدم و أكثر من 150 حرفة مختلفة. و من خلال تلك الشبكات يمكن للمستخدم كتابة سيرته الذاتية في مجال تعليمه و عمله و يمكن أن يدعو أصدقاءه لتزكيته لأشخاص آخرين لبدء مجالات عمل جديدة فيما بينهم ، لذلك فتلك الشبكات تعتبر من المجالات التي تتسم بمستقبل كبير بعيداً عن صراع الشبكات الاجتماعية الكبرى. و هناك تصنيف آخر لشبكات التواصل الاجتماعية شبكات شخصية أو محلية خاصة بأشخاص معينين، شبكات خاصة بفتات موضوعية معقدة و شبكات مهنية.¹

4. أهم مواقع شبكات التواصل الاجتماعي:

5-1. ماي سبيس : MYSPACE

يقدم موقع "ماي سبيس" خدمات الشبكات الاجتماعية على الويب، حيث يقدم شبكة تفاعلية بين الأصدقاء المسجلين بالإضافة إلى خدمات أخرى كالمدونات ونشر الصور والموسيقى ومقاطع الفيديو والمجموعات البريدية وملفات الموصفات الشخصية للأعضاء المسجلين، ويقع مقر الشركة في "سانتا مونيكا" في كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية ، ويعد موقع "ماي سبيس" هو سادس أكثر مواقع الويب الإنجليزية شعبية في العالم، كما أنه يعد ثالث أكثر المواقع شعبية على الإطلاق في الولايات المتحدة الأمريكية، ويعتبر موقع "ماي سبيس" هو أكبر شبكة الانترنت للتثبيت الاجتماعي للأصدقاء وهو يقدم لهم أركاناً خاصة لتقديم لمحات حياتهم الخاصة ومدوناتهم ومجموعاتهم وصورهم وموسيقاهم ومقاطع الفيديو التي يعرضونها في المواقع، إذا يحتوي الموقع على محرك بحث خاص به ويعرض نظام بريد إلكتروني داخلي.

وقد تأسست خدمة ماي سبيس في يوليو 2003 بواسطة "توم أندرسون" و"كريس دي" وفريق صغير من المبرمجين على خلفية تجربة سابقة تأسست في 1998 وهي حالياً جزء من إمبراطورية الشركة الإعلامية العملاقة "نوز كوربوريشن" التي يملكها "روبرت مردوخ".

على موقع "ماي سبيس" يستطيع الناس من جميع أنحاء العالم صنع ملفات إلكترونية عن حياتهم والالتحاق بمجتمع خاص وتحديد مواعيد الالتقاء والتشابك المهني والترويج للأعمال ومشاركة الاهتمامات والعثور على أصدقاء الدراسة القدامى والأصحاب، كما يمد الموقع مستخدميه بمساحة للخصوصية والاندماج الثقافي حيث يتحاور الملايين من الشباب مع الإعلام من خلاله ويعبرون عن قيمهم الشخصية والثقافية من خلال شبكة "ماي سبيس" الاجتماعية.²

5-2. التويتتر : Twitter

¹. أماني جمال مجاهد : الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة ، دراسات المعلومات ، مايو ، 2011 ، عدد الثامن ، جامعة المنوفية،ص(10،11).

². محمد منصور: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور متلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية، العربية نموذجاً، كلية الآداب والتربية جامعة القاهرة، 2012، ص: 83،84.

يقدم موقع "التويتر" خدمة التدوين المصغر والتي تسمح لمستخدميه بإرسال تحديثات عن حالتهم كحد أقصى بـ 140 حرف للرسالة الواحدة، وذلك مباشرة عن طريق موقع "تويتر" أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة SMS أو برامج المحادثات الفورية والتطبيقات التي يقدمها المطورون مثل "الفييس بوك"، تظهر تلك التحديثات في صفحة المستخدم ويمكن للأصدقاء قراءتها مباشرة من صفحاتهم الرئيسية أو زيارة ملف المستخدم الشخصي، وكذلك يمكن استقبال الردود والتحديثات وذلك باستخدام أربعة أرقام خدمية تعمل في الولايات المتحدة الأمريكية وكندا والهند، بالإضافة للرقم الدولي والذي يمكن جميع المستخدمين حول العالم الإرسال إليه في المملكة المتحدة، ويمكن للمستخدمين الاشتراك في "تويتر

بشكل مباشر عن طريق الصفحة الرئيسية للموقع وبذلك يتكون لديهم ملف شخصي باسم الحساب حيث تظهر آخر التحديثات حول السؤال ماذا تفعل الآن؟ وبعد أن يقوم المستخدم بتحديث حالته ترسل التحديثات إلى الأصدقاء.

لم يتوقف الموقع عند اللغة الإنجليزية فقط لكن في أبريل 2008 قام الموقع بإطلاق نسخته اليابانية وذلك لكثرة عدد المستخدمين من اليابان، كما لاقى موقع "تويتر" استحسان الملايين من المستخدمين والعديد من الشركات العاملة في مجال الإعلام والانترنت.¹

3-5. الفيس بوك Face book:

أكبر مواقع الشبكات الاجتماعية، يتميز بسرعة الانتشار و التوسع، قيمته السوقية عالية و تتنافس على ضمه أكبر الشركات، نقطة القوة الأساسية في الفيس بوك هي "التطبيقات" التي أتاحت للمبرمجين من مختلف أنحاء العالم برمجة تطبيقاتهم المختلفة وإضافتها للموقع الأساسي. سهل العاملون في الفيس بوك المهمة للمبرمجين بإنشاء API (أكواد برمجية مساعدة) التي تختصر الكثير عليهم وتساعدهم في الوصول لملفاتهم الشخصية وبناء تطبيق يستفيدون منه.

ويذكر أن الموقع يبذل قصارى جهده لتلبية مطالب مستخدميه حيث قام بتغيير الطريقة التي يعمل بها نظام الإعلانات التي تظهر على صفحات الموقع، حيث وقع أكثر من خمسمائة ألف مستخدم على عريضة الكترونية تطالب الشركة التي تدير الموقع - الواقعة في ولاية كاليفورنيا- بتغيير أو إلغاء تكنولوجيا التي تستخدمها.

وينضم حالياً نحو مائتي ألف شخص يوميا إلى فيس بوك الذي أصبح يستخدمه حالياً ما يقارب 42 مليون شخص، وتشير تقارير الصحف إلى إن الموقع يهدف إلى الوصول إلى ستين مليون عضو بنهاية العام، ويأتي مشروع ترجمة "فيس بوك" مع محاولات مارك جوكربيرج، مؤسس الموقع ورئيسه التنفيذي، لتوسعة مدى الموقع إلى ما هو أبعد من جمهوره الرئيس من المستخدمين في الولايات المتحدة، ليصل إلى جميع المستخدمين في مختلف الدول و بلغاتهم المحلية.²

4-5. يوتيوب YouTube :

¹ . وليد رشاد زكي: نظرية الشبكات الاجتماعية من الايدولوجيا إلى الميثودولوجيا، سلسلة قضايا إستراتيجية، المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني، مارس 2012، ص: 04.03.

² . سورية ولهة: مرجع سابق، ص96,97.

هو موقع ويب معروف متخصص بمشاركة الفيديو يسمح للمستخدمين برفع وشاهدة ومشاركة مقاطع فيديو بشكل مجاني . تأسس في فبراير سنة 2005 بواسطة ثلاث موظفين سابقين في شركة " باي بال " وهم " هيري ، ستيفانسن

و جارد كريم " في مدينة كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية ، وهي تقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الانترنت دون أية تكلفة مالية فبمجرد أن يقوم بالتسجيل في الموقع يتمكن من إرفاق أي عدد من الملفات ليراها الملايين من الأشخاص حول العالم ، كما يتمكن المشاهدون من إدارة الحوار الجماعي حول مقطع فيديو من خلال إضافة التعليقات المصاحبة ، فضلا عن تقييم ملف الفيديو من خلال إعطائه قيمة نسبية

مكونة من خمس درجات لتعبر عن مدى أهمية ملف الفيديو من وجهة نظر مستخدمي الموقع ، و هو أحد أشهر المواقع الالكترونية على شبكة الانترنت وعنوانه www.youtube.com ، ويعرض تقنية الادوي فلاش لعرض المقاطع المتحركة ، محتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الأفلام والتلفزيون ومقاطع الموسيقى ، وهو حاليا مزود بـ 67 موظف ، في أكتوبر 2006 أعلنت شركة Google الوصول إلى اتفاقية شراء الموقع مقابل 1.65 مليار دولار أمريكي أي ما يعادل 1.31 مليار يورو ، وهو يعتبر من مواقع الويب 2.0 مبنى شركة يوتيوب في سان يروان.¹

6. استخدام الشبكات الاجتماعية في العمل الإعلامي:

6-1. الفيس بوك للإعلاميين:

توفر شبكة الفيس بوك للإعلاميين ثروة من الفرص، غير أن المعلومات الشخصية فيها قد تكون ضائعة، شأنها شأن الكثير من المواقع التي يغذيها المستخدمون بالمحتويات، ولذلك ينبغي للصحفيين أن يتوخوا الحذر عند استخدام هذه الشبكات الاجتماعية، وبغض النظر عن نوعية المواضيع، فإن احتمال وجود مجموعة من مجموعات الفيس بوك مكرسة لموضوع معين لهم و احتمال مرجح جداً، وعليه فانه من الأجدر للصحفيين الذين يبحثون عن مواد لعلمهم أن يتابعوا مجموعات لها علاقة بالموضوع الذي يهتمون به بواسطة عملية بحث سريعة في شبكة الفيس بوك. وعلى الرغم من أن الكثير من هذه المجموعات تعبر عن آرائها الخاصة وتمون متحيزة، إلا أن بعضها تأسس واستمر بجهود أشخاص جيدي الإطلاع وملمين في الموضوع المعني. ويمكن أن تكون المقابلات المباشرة بمنشئ هذه المجموعات النافعة مثمرة حتى عندما قد لا تكون المعلومات المعروضة على موقع المجموعة ذات نفع.²

كما تتيح شبكة الفيس بوك للصحفيين فرصة للاتصال بزملائهم حول العالم، وقد أنشأت بات ولتر وبيل ميتشل أو" بوينتر اون لاين" مجموعة على شبكة الفيس بوك باسم " الصحفيون والفيس بوك" عندما أدركوا انه قد "صادقوا" صحفيين كثر من أماكن نائية ومختلفة، غير أن أولئك الصحفيين لم يكونوا على اتصال فيما بينهم، وتضم مجموعة المذكورة حالياً أكثر من 12000 عضو يتعاونون في مجال كيفية التعلم من شبكة الفيس بوك وطريقة استخدامها لمنفعتهم الخاصة، و في وسع الصحفيين كذلك أن يستخدموا الفيس بوك للإعلان عن عملهم، بواسطة

¹ . صورية ولهة. صهيب عيسى، مرجع نفسه، ص107,106.

² . حسنين شفيق : الاعلام الجديد ، ط 1 ، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع ، بيروت ، 2010 ، ص 201 ..

تطعيم مقالاتهم بالوصلات الالكترونية في ملاحظتهم أو في محافظتهم الخاصة المباشرة، ولكن هذا الأمر لا يكون فعالاً، في طبيعة الحال، إلا إذا كانت قائمة الأصدقاء الصحفي طويلاً، وبذلك كلما كان عدد أصدقائه أكبر كلما زادت الفائدة. وهناك طريقة يستطيع الصحفيون فيها الترويج لأنفسهم بشكل أكثر حكمة وذلك بواسطة إنشاء مجموعاتهم الخاصة بهم وفتحها أمام الجميع المستخدمين المهتمين.¹

6-2. تويتير للصحفيين:

بوصفه أداة للصحفيين والمنظمات الإخبارية، ينطوي التويتير على طاقات كبيرة، مع إن التوصل إلى معرفة الطريقة المثلى لاستخدام التدوين المصغرة لأغراض الصحفية قد يغدو عملية معقدة بعض الشيء. ويوفر التويتير العاملين في مجال صحافة المواطنين الناشئة حول العالم جمهوراً في اللحظة التي ينقلون فيها الخبر ويمكنهم حتى من تحقيق سبق صحفي على وسائل الإعلام الكبرى.

أما بالنسبة للصحفيين المحترفين والمنظمات الإخبارية، "يطري بيز ستون"، المؤسس المشارك في إنشاء تويتير، هذه الأداة بوصفها نقطة بداية ممتازة لتطوير الأخبار الصحفية والبحث عن أبطال محتملين لنصوص تثير الاهتمام من الناحية الإنسانية، عندما لا يستعمل التويتير لتنمية الأخبار ساعة وقوعها أو لتطوير الأفكار لأخبار جديدة ومثيرة، يمكن أن يعين الصحفيين في جهد العمل الذي تنطوي عليه إدارة المقابلات الصحفية، فإذا لم تحضر في بالهم أسئلة مثيرة للاهتمام أو ذات صلة بمقدورهم أن يطلبوا أسئلة من متابعيهم في شبكة التويتير، فالقراء قد يكونون أكثر اهتماماً في قراءة المقابلات العامة والاستطلاعات الرأي، ذلك أنه في مقدور الصحفي أن يطرح سؤالاً، كتحديث سريع ثم ينتظر الإجابات الواردة من متابعيه ومن مستخدمين آخرين يتصادف وجودهم على الشبكة.

بالنسبة للعاملين الطموحين في مجال صحافة المواطنين وبالنسبة للمنظمات الإخبارية المشهورة في العالم، يشكل التويتير وسيلة لتزويد مستخدميه بتحديثات في الزمن الحقيقي تقريباً حول الأخبار جارية ونامية، ويمكن للمرسلين من موقع الخبر إبقاء جمهورهم مطلعاً على ما يجري أولاً بأول، بدلاً من التقييد بالوقت الذي تقتضيه وسائل إعلامية أخرى.²

II. الصحفي الرياضي:

1- وصف عام لمهنة الصحفي:

الصحفي هو الشخص الذي يكرس القسط الأوفر من وقته للممارسة الصحفية، ومنها يحصل على القسم الأكبر من دخله، وإذا كان هذا التعريف لا يفي بالغرض تماماً، فإنه يبقى أوفى تحديداً من "قاموس بيتيلاروس"، الذي يقول

بأن الصحفي هو الذي يكتب في صحيفة، لأننا ندعو صحفيين أشخاصاً لا يكتبون مطلقاً لان الكتاب والاختصاصيين من مختلف الطبقات الذين يكتبون في الصحف لا يدعون بأنهم صحفيين هذا إذا ما استثنينا الصحفيين الذين يعملون في الإذاعة والتلفزيون، مع اعترافنا بوجود الاستثناءات وهم صحفيون مستقلون واختصاصيو طباعة

¹. مرجع نفسه ص201

². حسنين شفيق: مرجع سابق ص202، 201

فإننا نستطيع أن نعرف الصحفي بأنه الشخص الذي يؤدي عملاً إعلامياً في مؤسسة صحفية بالأجرة، والعمل هذا يكون في البحث عن الأخبار ووضعها في قالب جديد ويكون إما تحريرياً أو تقنياً وق يقتضي التحرك أو الثبات ما وراء مكتبة أو مطبعة، فمجموع الصحفيين العاملين في صحيفة يومية أو دورية يؤلفون ما يعرف بجهاز التحرير وتوفره هو إحدى مهمات المؤسسة الصحفية وهي من أكثره تعقيداً.¹

2- مهارات الصحفي الرياضي المتخصص:

أكد العديد من الباحثين الإعلاميين والصحفيين البارزين على أهمية العنصر البشري في إنجاح الصحيفة التي ينتمي إليها وقد وضع البعض شروطاً يتوجب توافرها في الصحفيين وصولاً لهذه الغاية وأهمها ما أورد "هيلي وارد": الدقة، السرعة التواضع واحترام الأسرار الموثمة لدى المصادر الخاصة، وتقدير النتائج التي تقول إليها القصة الصحفية ومنهجية تأثيراتها مع مختلف من سياسيين وأناس عاديين، والقدرة على التعامل مع الناس كمصادر إخبارية وأصدقاء كذلك في إطار من الحس الإنساني والحرص على المحبة.²

3- الخصائص التي يتميز بها الصحفي الرياضي:

- أن يكون ممن مارس النشاط الرياضي حتى يكون ملماً بكافة التفاصيل الدقيقة حول القوانين وفنون اللعبة.
 - أن يكون دقيقاً عند كتابة أسماء اللاعبين.
 - لديه دراية عن تاريخ الألعاب الرياضية وعن تاريخ بلده الرياضي.
 - أن يعمل على غرس القيم الرياضية في الجمهور
 - أن يعمل على نقل كافة التفاصيل والأحداث للجمهور
- هذا بالإضافة إلى بعض الخصائص العامة التي يجب أن يتميز به الصحفي والتي منها:
- المهوبة الصحفية.
 - المعاشية الصحفية للأحداث والأخبار.
 - القدرة على استكمال مادة التحقق.
 - الثقافة العامة مع الاهتمام بفرع من فروعها.
 - الهواية والحماس.³

4- التزامات الصحفيين وواجباتهم في المجال الرياضي:

إلى جانب ما يتمتع به الصحفيون في المجال الرياضي من حقوق و ضمانات عليهم أن يلتزموا بالمقابل بمجموعة من المسؤوليات والواجبات أثناء ممارستهم لمهنتهم تتمثل في أربعة أنواع.

- التزامات ومسؤوليات مهنية.

¹ . شلالى عبد الحميد: الصحفي المتخصص في المجال الرياضي ودوره في استقطاب الجماهير، مذكرة تخرج ماستر، تخصص اعلام رياضي، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، جامعة المسيلة 2013/2014، ص30.

² . شلالى عبد الحميد: مرجع سابق، ص32،33.

³ خير الدين علي عويس: عطا الله حسن إبراهيم، الإعلام الرياضي ج1، مركز الكتاب للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 1998، ص115

- التزامات ومسؤوليات أخلاقية .
- التزامات قانونية.
- التزامات ومسؤوليات اجتماعية .¹

أولاً: الالتزامات والمسؤوليات المهنية للصحفي الرياضي تتمثل في :

- نقل الأخبار الرياضية دون تحريف أو تشويه وذكر الحقيقة من غير مراوغة أو تستر لا مبرر له .
- الالتزام بالموضوعية والصدق في تناوله للأخبار والموضوعات والقضايا الرياضية .
- الحرص على العمل من اجل الحر والمتوازن للإعلام .
- التحقق من صحة الخبر وصدقه وعدم نشر معلومات زائفة أو غير مؤكدة أو لأهداف دعائية .
- الاهتمام بأسرار المهنة والحفاظ عليها والالتزام بعدم التصريح بالاطلاع على معلومات معينة إلا للمصرح لهم بذلك.
- الحصول على موافقة الشخص الذي يتم تخزين على المعلومة عدا الحالات التي ينص عليها القانون صراحة كالأمن القومي والإجراءات الجنائية .

ثانياً: الالتزامات والمسؤوليات الأخلاقية للصحفي الرياضي :

- ويقصد به المسؤوليات المتعلقة بمدى الالتزام بأخلاقيات المهنة المتمثلة في :
- التزام الصحفي الرياضي بمستوى أخلاقي عال وبحيث يتمتع بالنزاهة ويمتنع عن كل ما يسيء لمهنته كان يكون دافعه للكاتب مصلحة شخصية على حساب الصالح العام أو منفعة مادية .
- ومن خلال الإطار السابق على الصحفي الرياضي أن يمتنع عن تزويد بعض الجهات بالمعلومات على حساب جهة أخرى أو القيام بأعمال التجسس لهذه الجهة .
- احترام كرامة البشر وسمعتهم
- عدم التعرض للحياة الخاصة للرياضيين أو جعلها بمنى عن العلانية .

• ثالثاً : الالتزامات القانونية للصحفي الرياضي :

- ويقصد بها مجموعة الالتزامات التي يفرضها القانون على المهنيين ويعاقبهم جنائياً في حالة مخالفتها وهي كالتالي :
- الالتزام بأحكام القانون .
- الامتناع عن التشهير والافتراء والباطل والقذف والسب .
- عدم انتحال آراء الغير ونسبها إلى نفسه .
- عدم التحريض على أي عمل غير قانوني ضد أي شخص أو مجموعة من الأشخاص في المجال الرياضي .
- عدم نشر أي أمور في شأنها التأثير في سير العدالة حتى تتوفر الضمانات للمتهمين والمتقاضين في محاكمة عادلة فلا يجوز محاكمتهم صفحات رياضية قبل حكم القضاء.
- لامتناع عن نشر أنباء جلسات المحاكمات التي تجريها الأندية والاتحادات الرياضية لبعض الأفراد في

¹ خير الدين علي عويس: مرجع نفسه، ص115، 116

• المجال الرياضي .

رابعا : الالتزامات والمسؤوليات الاجتماعية للصحفي الرياضي :

ويقصد بها الالتزامات التي يقبل الصحفي الرياضي طواعية الالتزام بها لإحساسه بمسؤوليته الاجتماعية تجاهها والتي تتمثل في :

- أن يتصرف الصحفي الرياضي بشكل مسؤول اجتماعيا آراء الرأي العام الرياضي وحقوقه ومصالحه
- احترام حقوق الأفراد في المجال الرياضي وإقرار التعاون معهم .
- عدم الحز على الكراهية القومية أو العرقية في المجال الرياضي والتي تشكل تحريضا على العنف والتعصب
- الامتناع عن نشر الموضوعات التي تخرض على الإجرام و الانحراف وتبذ المخدرات وما إلى ذلك .
- الالتزام بالقيم الرياضية المقبولة للمجتمع الرياضي .
- مراعاة مسؤوليته تجاه المجتمع الرياضي الدولي باحترام القوانين التي ينص عليها الميثاق الرياضي الدولي .¹

III. الإذاعة:

1. تعريف الإذاعة:

الأصل اللغوي لكلمة الإذاعة يعني إشاعة، بمعنى النشر العام والذيعوم لما يقال، فالعرب يصفون الرجل المفشى الأسرار بالرجل المذيع، ويمكن تعريف الإذاعة بأنها الانتشار المنظم والمقصود لمواد متنوعة، منها الإخبارية، الثقافية، التربوية، وغيرها، تلتقط أمواجها بواسطة استقبال من قبل مستمعين متواجدين في مناطق كثيرة من العالم، ومن خصائص الإذاعة استعمالها لأسلوب بسيط في عرض مادتها، من برامج متنوعة وأخبار مختلفة يفهمها الأمي والمتعلم دون عناء، وبذلك تعتبر أداة هامة للتأثير على الرأي العام وتوجيهه، كونها تخاطب عقول الأفراد، وتحرك عواطفهم لاستمالتهم نحو قضية أو موضوع ما ببساطة.

وفي هذا الصدد يقول محمد عليان المشوط: "كان علماء الاجتماع قد اثبتوا التأثير الكبير للراديو على حياة المجتمع، وحتى السياسة والعادات والطباع والأفكار والانفعالات والحياة اليومية كلها تخضع للتأثير البث الإذاعي".²

الإذاعة أداة لفك العزلة على المناطق النائية، والسبب هو أجهزة الراديو أصبحت في متناول الجميع لبساطة تكاليفها، كما أن الموجات المرسله من قبل المحطات البث تصل إلى ابعده الأماكن من الأرض دون أن تحول الجبال والمرتفعات والظروف الجوية في كعائق في وصولها .

ويؤكد حمدي حسن هذا القول: " في عصر الإذاعة أصبح بمقدور الرسالة الاتصالية أن تعبر المحيطات والجبال والبحار وان تصل إلى حيث لا يستطيع الإنسان ذاته أن يصل ".³

2. تاريخ الإذاعة :

¹ خير الدين علي عويس، مرجع سابق، ص 119

² محمد عليان المشوط: علم النفس الإعلامي، مطبعة الدواوي، دمشق، 1998، ص 122 .

³ حمدي حسن: مقدمة في دراسة واساليب الاتصال، دار الفكر العربي، القاهرة، 1989، ص 40 .

ظهرت الإذاعة نتيجة لعوامل اجتماعية أوجدت الحاجة إلى الاتصال الفوري، جاءت نتيجة لسلسلة من الاختراعات و الإنجازات العلمية المتراكمة التي قام بها العلماء من جنسيات مختلفة، ففي عام 1867 وضع العالم الاسكتلندي "جاك كلارك ماكسويل" نظرية شاملة للأموح الكهرومغناطيسية، مبينا قرابتها من الأموح الضوئية. و في 1887 أثبت الألماني "هينريش هرتز" نظريات ماكسويل بإنتاجه أموح هرتزية. و في باريس استكمل "إدوارد برنلي" آراء الإيطالي "أونسي" واضع الكشاف للأموح الهرتزية عام 1890. أما الإنجليزي "أوليفي لهودج" فهو أول من توصل إلى التقاط الأموح الهرتزية في مختبره عن بعد قدره 36متر، وتم ذلك سنة 1894. لكن النجاح الفعلي للتقاط الأموح

كان سنة 1885 حيث قام "كوكيلو وماركوبي" بتبادل الإشارات الهرتزية على بعد 400م، ثم على 2000م. و ازدادت المسافة شيئاً فشيئاً، إلى أن توصل سنة 1899 من تحقيق مواصلة بين مدينتي دوفر و فيمور بالقرب من بولون، حيث المسافة بينهما حوالي 46 كلم. و أعظم انتصار "لماركوبي" عام 1901 حيث رسم موجات الراديو عبر المحيط الأطلنطي بين كورنول و نيوفلاندا، و تقدر المسافة بينهما بحوالي 3200 كلم، بدأ "ماركوبي" الإرسال الإذاعي من بيته في لندن سنة 1921، وبعد أشهر اتفق مع هيئة البريد البريطانية على تشغيل نظام البث الإذاعي في بريطانيا، من خلال شركة واحدة و هي الـ BBC، فتم الإرسال من ثلاث محطات و هي: لندن برمنجهام و مانشستر، و تضاعف عدد المحطات بعد إثبات نجاح الراديو أو البث الإذاعي.¹

تشير بعض المصادر إلى أن أول بث إذاعي كان عبارة عن حفلات موسيقية بلندن، وقد قامت به محطة ما ركوبين، و تؤكد مصادر أخرى أن أول بث كان إذاعة نتائج الانتخابات في الولايات المتحدة من محطة نيويورك، و في سنة 1932 كان أول بث إذاعي حكومي في فرنسا، أما في البلاد العربية فكان أول بث إذاعي في 31 ماي 1934. تأثر تطور الإذاعة كوسيلة اتصال جماعية بصراعات كثيرة، فقد خاض مخترعو الراديو حرباً من أجل براءات الاختراع، لقرابته من التلغراف السلكي و اللاسلكي، كما خاض الراديو ذاته صراعات شديدة مع الصحافة، من أجل الحصول على حق الحصول على الأخبار و إذاعتها، أي التعاقد مع وكالات الأنباء بالإضافة إلى أن تنوع و كثرة الأموح أدى إلى تشابكها و تأثير بعضها على بعض، و ظهور الصراعات بينها، ما دعا إلى تشكيل ملتقيات و مؤتمرات، هدفها تحديد موجة لكل منطقة تستعملها في بثها الإذاعي، إلى أن أصبح الراديو في الصورة التي هو عليها في أيامنا.²

3. دور الإذاعة:

تصل الإذاعة إلى أغلبية من المجتمع على اختلاف أصنافهم، أجناسهم ومستوياتهم، حيث يذكر حمدي حسن: "إن الإذاعة تخرق كل المنازل دون تفرقة بين ابيض واسود، ودون تمييز بين كبير وصغير أو

¹مفتاح عمرون: اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية نحو حصة "استوديو الكرة" بالقناة الاولى للإذاعة الوطنية، مذكرة لنيل شهادة ماجستير

،معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر، 2007-2008، ص 73.

². مرجع نفسه

غني أو فقير فالمطلوب شيء واحد هو جهاز استقبال وكفى".¹

وللانتشار الواسع أهمية كبرى، حيث أن دورها فعال وينفذ إلى جميع شرائح المجتمع، ويمكن حصره فيما يلي:

- إذاعة الأخبار والحقائق حول الأحداث السياسية والاقتصادية والثقافية والطبيعية والصحية، حيث يؤكد حمدي حسن ذلك من خلال قوله: " يرتبط ظهور الراديو باعتباره وسيلة اتصال جماهيرية بالوظيفة الإخبارية من لحظات الميلاد"².

- الحديث عن الثقافة والتثقيف يجعلنا نقف عند التوجيه والإرشاد والتوعية وتنمية الفكر والمدارك ونشر المعارف، وخاصة تلك الجديدة التي تعود بالفائدة على المجتمع لتطويره وتحديثه.

- للإذاعة دور كبير في المناطق النائية، حيث تكسر عزلتها، وتقربها من مجتمعات المدن الكبرى، كما تقدم لسكان هذه المناطق جملة من الإرشادات والنصائح يستعملونها من أجل تحسين وضعيتهم.

- إن الإذاعة مسؤولة عن التنمية الريفية وإنعاش الزراعة والفلاحة لإمكانية الاتصال بالمزارعين، وتوجيههم توجيهاً تربوياً وثقافياً. لتحقيق الصورة المثلى للمزارع العصري، وتكوين وعي صحي واجتماعي.

- تلعب الإذاعة دور وسيط بين الحكومة والشعب، فهي تبلغ صوت الدولة وتنشر أفكارها ومشاريعها وايدولوجيتها إلى الأفراد في الداخل والخارج، كما تنقل مشاكلهم واهتماماتهم إلى السلطة بتصدر القرارات المناسبة.

- تلعب الإذاعة دور الرقيب حيث تتابع وتراقب انجاز المشاريع وتتطرق إلى أبرز أسباب تأخرها وتعطلها.

- تلعب دوراً اقتصادياً حيث تقدم خلال أو بين برامجها إعلانات وإشهارات، من أجل الترويج لسلعة أو خدمة ما، ويساهم ذلك في رفع مداخليها.

- للإذاعة دور بالغ الأهمية في التأثير على الأفراد وتشكيل الرأي العام وتوجيهه، حيث تقوم من خلال البرامج بعرض آخر الأخبار والآراء ووجهات النظر المتفكدة والمتضاربة، والمعلومات المتعلقة بالقضايا العامة والتي لها علاقة بأفراد المجتمع.

ويحدد محمود عليان المشوط مجالات تأثير الراديو فيقول: " يظهر التأثير العميق للثبث الإذاعي في المجالات التالية:³

- في مجال السلوك الفردي.

- في مجال الآراء والتصورات.

- في مجال التعريف والمعرفة. - في مجال العواطف والانفعالات.

- ويبرز الراديو في الحملات الانتخابية والأزمات السياسية، حيث نجد المترشحين للانتخابات في الراديو وسيلة للوصول إلى كافة الشرائح والفئات الاجتماعية، يعبرون من خلالها بأسلوب يفهمه الناخبون مثقفين أو غير مثقفين عن برامج السياسية والمشاريع الاقتصادية والخطوط العريضة للسياسة التي سيتبعونها إذا ما انتخبوا، كما تشن حرب

¹: حمدي حسن: مرجع سابق، ص 60.

²: حمدي حسن: مرجع سابق، ص 50.

³: محمود عليان المشوط: مرجع سابق، ص 128.

نفسية عن طريق الخطب والأغاني الحماسية والوطنية على الأفراد في الداخل ، لإثارة حماسهم وتحريك وطنيتهم أو في الخارج لإحباط عزيمة

الأعداء وخفض معنوياتهم وقتل حماسهم ، خاصة خلال فترات الحرب. وحول هذا الموضوع يقول "حسن مزالي" : " استعمل د. جوبلز الكذب والحقائق المزيفة في جرعة موجهة كلياً لخدمة النازية، وقد نجح في إقناع أكثر المتصلبين في إتباع خطوات هتلر بالسيطرة على العالم، واستخدم في ذلك الإذاعة"¹.

- تقوم الإذاعة بدور لا يقل أهمية عما سبق، وهو الترفيه والتسلية من اجل كسر الروتين وإبعاد الملل وقتل الوقت حتى يتمكن المستمعون من تحديد قواهم وأفكارهم، وبعض الأحيان حماسهم، ويتم ذلك من خلال الاستماع إلى مسرحيات إذاعية - أغاني - معزوفات موسيقية وبرامج ترفيهية وفنية معينة.

4. المنظومة الإذاعية الرياضية:

4-1. تعريف المنظومة الإعلامية الرياضية:

المنظومة الإعلامية مفهوم شائع استخدامه في الأدبيات الإعلامية الحديثة، ويقصد به "مجموع الوسائل الإعلامية المقروءة والمسموعة والمرئية في مجتمع من المجتمعات، وفي مرحلة تاريخية معينة، تحتوي هذه المجموعة على قدر من التنوع الكمي والنوعي ، والتوزيع الجغرافي بحيث تكون كافية ليمارس المجتمع نشاطه الإعلامي الذي يغطي البلد كافة"².

4-2. البرنامج الإذاعي:

4-2-1. تعريف البرنامج الإذاعي:

كلمة البرنامج لها معاني مختلفة حسب طبيعة استعمالها ، ففي حين نجد البرنامج الاقتصادي والسياسي والدراسي هو عموماً الخطة التي يستخدمها الإنسان من اجل القيام بشيء ، فان مفهومه في ميدان الإعلام فهو : " شكل فني يشغل ساحة زمنية محددة ويقوم في مواعيد ثابتة سواء يومياً أو أسبوعياً أو شهرياً أو لعرض مادة سواء كانت علمية أو فنية أو ثقافية أو دينية "³.

وعموماً فالبرنامج الإذاعي هو حصة تخصصها الإذاعة لوقت محدد لبث قضايا بمختلف جوانب الحياة وهم المستمع. يحاول هذا البرنامج معالجتها من إحدى أو كل إبعادها، كما تستخدم فيه المؤثرات الصوتية والموسيقية حتى لا يشعر المستمع بالملل.

4-2-2. شروط نجاح البرنامج الإذاعي :

إن نجاح أي برنامج إذاعي يتوقف على جملة من الشروط أهمها:

¹: Hocine mazali: une réflexion sur l audio visuel. Petite écran. N 7 juillet. 1995 . algérien . p17

²: ادب حضور : الإعلام الرياضي ، دراسة عملية للتحرير الرياضي في الصحافة والإذاعة والتلفزيون ، ط1 ، مركز الكتاب للنشر ، دمشق ، سوريا 1994 ، ص77 .

³: محمود فهمي: الصورة والصوت، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، ص 204.

- يجب على مقدم البرامج أن يتحكم في المعلومات التي ترتبط بالموضوع أو القضية المطروحة في البرنامج، فلا يظهر عليه الاضطراب والارتباك في التقديم والإلقاء، لان ذلك ينعكس مباشرة سلبياً على المستمع فيؤدي إلى نفوره وتخليه عن متابعة البرامج.

- اختيار المناسب في توافق بث البرامج مع وقت فراغ المستهدفين.

- مراعاة التسلسل المنطقي للمعلومات أي من الأهم إلى الأقل أهمية حتى يتسنى للمستمع متابعة البرنامج.

- حسن الأداء، حيث يلعب الصوت دوراً كبيراً في نجاح البرنامج وعلى المذيع أو المقدم أن يراعى ذلك، فمثلاً البرامج الثورية تستهوي العاطفة وتدعوا إلى الحماس وتتطلب صوتاً قوياً ناعماً وطريقة معينة في الأداء، وعلى المذيع أن يكون ذكياً في اختيار الأسلوب الأفضل في تقديم البرامج وان يكون منسجماً ومتفاعلاً مع المادة المذاعة، كما عليه التركيز على ما يريد إيصاله إلى المستمعين من بداية البرنامج حتى نهايته وعدم مقاطعة من استضافتهم إلا في حدود المعقول.

- على المذيع أو مقدم البرامج أن يكون متواضعاً، فالغرور والمظهرية صفتان ممقوتتان من قبل الجمهور، كما عليه الانتقال من موضوع إلى آخر أو من نقطة إلى أخرى بسلاسة ويسر.

- وما يجلب المستمع إلى البرنامج بالإضافة إلى المؤثرات الصوتية والموسيقية التي تضفي على البرنامج عنصر النشاط والحيوية فلا يصبح مجرد أحاديث وحوارات جافة.

3-2-4. أنواع البرامج الإذاعية :

لقد تنوعت البرامج الإذاعية منذ ظهورها بين البرامج الترفيهية والمسلية وبين البرامج الجادة والهادفة وقد تطورت البرامج

وتنوعت بتنوع مجالات الاهتمامات الإنسانية وجوانب الحياة كلها ويمكن تصنيفها الى :

3-2-4-1. البرامج الترفيهية والمنوعات : تعتبر من أقدم البرامج التي أذيعت ، فكانت أول مرة في محطة إذاعية في أمريكا عام 1920 ، كما تعتبر من البرامج المشتركة والأساسية في المحطات الإذاعية في العالم ، تهدف إلى جلب المستمع

، حيث أصبحت متعددة منها برامج المسابقات الألغاز، الألعاب ، الفترات الترفيهية وغيرها .¹

3-2-4-2. البرامج الثقافية والتربوية :

وهي تلك الخاصة بنشر الثقافات والعلم و المعرفة والتراث الحضاري للشعوب والأمم ، كما تساهم في توارث الأفكار

والمفاهيم والعادات السليمة بين الأجيال المتعاقبة وتطوير عقول أفراد المجتمع بتقديم المعلومات الحديثة التي تفيدهم .

3-2-4-3. البرامج الاجتماعية والاقتصادية : تساهم هذه البرامج في معالجة القضايا المختلفة والتعريف بالأوضاع الاقتصادية للدولة ، والمساهمة في دفع عجلة التنمية من خلال معالجة المشاكل التي تتعرض لها المؤسسات الصناعية الفلاحة والتجارية بالإضافة إلى منظمات التابعة للقطاع العام والخاص .

¹ . محمود فهمي : مرجع نفسه ، ص 204 .

4-2-3-5. البرامج السياسية : وتهتم بالقضايا والمسائل السياسية الوطنية والدولية مثل القرارات الصادرة عن السلطة ، وتم البرامج بإجراء مقابلات وحوارات ولقاءات وندوات تعالج الموضوع من زوايا متعددة ، تعود بفائدة على افراد المجتمع.

4-2-3-5. البرامج الرياضية : وتهتم بمختلف الرياضات والنشاطات ونتائج المقابلات واللقاءات الرياضية ، إلى جانب التعليقات المرتبطة بالمجال الرياضي .

4-2-3-6. البرامج الإخبارية : يرى العديد من الباحثين أن الخبر هو العنصر الأساسي في العمل الإذاعي فالبرامج الإخبارية تعمل على تقديم المعلومات والحقائق حول الأحداث في العالم بطرق كثيرة كالمراسلين ووكالات الأنباء ورغم أهمية الخبر ، إلا انه توجد محطات إذاعية لا تخصص له إلا الوقت الضئيل .

4-2-3-7. البرامج الخاصة بالإشهار والخدمات : لقد تطور الإشهار الإذاعي بتطور الوسائل التقنية التي تستعمل فيه ، ولعل السبب في انتشار هذه الظاهرة في وسائل الإعلام بصفة عامة ، والإذاعة بصفة خاصة ، هو رغبة الإذاعات في جذب المعلنين من الشخصيات الاجتماعية والاقتصادية البارزة في مختلف الميادين، وهو الشيء الذي يؤدي زيادة عدد المستمعين، هذا عن البرامج الاشهارية ، إما الخدمات التي تقدمها الإذاعة فهي ذات أهمية وفعالية كبيرتين عموماً¹ تتمثل في برامج خاصة.

4-3. البرنامج الإذاعي الرياضي الإخباري :

تقتصر بعض الإذاعات المحلية أو المركزية على تقديم برنامج رياضي إخباري مرة واحدة في اليوم (الفترة المسائية) وربما مرتين أو ثلاث مرات في الأسبوع يتميز هذا البرنامج بالخصائص التالية:

أ- بروز شخصية المحرر (المعد ربما المقدم ، المنتج) بشكل أوضح مما هو في النشرة الإخبارية ، ويعود ذلك إلى طبيعة البرنامج ونوعية المواد والأنواع الصحفية التي يستخدمها .

ب- بنية البرنامج وتركيبه : يتألف البرنامج من مقدمة تتضمن تعريفاً سريعاً بأبرز المواد التي تتضمنها الحلقة ، ودائماً يقدمها المذيع الرئيسي الذي يعتبر الشخصية المركزية في البرنامج ، وكذا تقديم عرض موجز وسريع لأبرز الأحداث الرياضية ، يقدمها عادة مذيع ثان متخصص في تحرير وتقديم الأخبار ودائماً يكون الخبر قصيراً (البرقي هو النوع الصحفي المستعمل في هذه الفقرة).

ت- يتميز هذا البرنامج بأنه يقدم تغطية تحاول أن تجمع ما بين التغطية الإخبارية السريعة والتغطية الإخبارية الأكثر شمولية وعمقاً واكتمالاً ، ولذلك فإن الجمهور يضم شرائح واسعة من المهتمين بالحركة الرياضية .

يتميز تقديم هذا البرنامج بتنوع كبير في الإيقاع ونبرة الصوت وتعدد الأصوات ويعود ذلك إلى طبيعة المواد التي يقدمها وإلى تنوع ه المواد وتعدد الأنواع الإذاعية المستخدمة فيه مقدمة(افتتاحية-مطلع) البرنامج تقرأ بإيقاع هادئ نسبياً الفقرة الإخبارية التي تتضمن الأخبار الموجزة لا بد من تقديمها بإيقاع سريع أما القطعة الإخبارية فيتنوع الإيقاع المستخدم فيها من صوت إلى آخر حسب طبيعة المادة ، في حين أن التقرير يقدم فرصة جيدة للأصوات الإذاعية ، هذا

¹ . محمود فهمي : مرجع سابق ، ص 205

كله من شأنه أن يعطي للصوت الإذاعي قيمة خاصة لحمل ونقل الرسالة المطلوب إيصالها وللمساهمة في إغناء المادة الإخبارية كما أن من شأنه أن يعطي للبرنامج قدرا كبيرا من الجاذبية والحيوية.¹

4-4. البرنامج الإذاعي الرياضي الإخباري الأسبوعي:

تحرص معظم الإذاعات على تقديم برنامج رياضي إخباري أسبوعي (غالباً في نهاية الأسبوع)، يكون بمثابة إلقاء نظرة تقييمية هادئة على الأحداث الرياضية التي جرت خلال الأسبوع، يتضمن هذا البرنامج قدراً من التحليل والتفسير للأحداث، المستمع على دراية تامة بالجانب الإخباري-المعرفي لهذه الأحداث لأنه كان قد اطلع عليها من خلال البرامج الإخبارية الرياضية اليومية ويتميز هذا النوع من البرنامج بمجموعة من الخصائص:²

أ- إنه السلاح الاستراتيجي الرياضي للإذاعة هو البرنامج الذي يتضمن المادة الرياضية الهامة والتي تمت معالجتها بقدر نسبي من الجدية والشمولية والعمق والتي تتضمن تفسير الأحداث والظواهر والتطورات وتحليلها ومناقشتها، وعرض آراء الخبراء والمختصين بها ووضعها ضمن سياقها العام مع السعي لتقديم معناها ومغزاها وذلك من أجل تقريبها من إدراك المستمع استيعابها وفهمها هذه الأحداث والظواهر والتطورات بشكل يتناسب مع رؤية الإذاعة لها.

ب- بتخصص الإذاعات وقتاً كافياً لهذا النوع من البرامج (لا يقل في الغالب عن نصف ساعة) كما يتم بث البرنامج في فترة الذروة، حيث يكون الاستماع في أقصى مداه، ويخصص للعمل في إعداد هذا البرنامج صحفيون رياضيون أكفاء متمرسون في الصحافة الإذاعية وفي الحياة الرياضية، ولذلك غالباً ما يخصص لهذا البرنامج فريق عمل متكامل (أسرة البرنامج) يضم المنتج، والمعد والحررون الرئيسيون، والمخبرون والمخرج والمصورون.....إلخ.

ت- يتميز جمهور هذا البرنامج بمستوى من الجدية والاختصاص والاهتمام والاطلاع والمتابعة .

ث- تتمثل المهمة الرئيسية للبرنامج في تفسير وتوضيح وتحليل وتقويم هذه الأحداث، مع البقاء ضمن حدود وأطر خصائص الصحافة الإذاعية ودخل حدود الأنواع الصحفية المستخدمة، بمعنى ضرورة البقاء على أرضية التغطية الإخبارية الإذاعية وعدم تحويل المادة التي يقدمها البرنامج إلى مادة ذات طابع فكري، نظري معقد.

ج- إن التقرير الإذاعي الإخباري هو النوع الصحفي الإذاعي الأكثر مقدرة على القيام بالمهمة المركزية للبرنامج، وذلك لأنه النوع الإذاعي الذي يوفر التغطية الشاملة نسبياً والتي تتضمن طابعاً ذاتياً ينبثق من كون مخبر الإذاعة شاهد عيان متواجد في موقع الحدث كما أن التقرير الإذاعي هو النوع القادر على أن يشتمل على عناصر متنوعة: الخبر، التعليق، التحقيق، الحديث، الانطباعات المباشرة.....إلخ.

ح- لا يستطيع البرنامج تقديم هذا المستوى من المعالجة لجميع الأحداث الرياضية التي حدثت خلال الأسبوع ولذلك لا بد من عملية انتقاء واختيار، تقوم على أساس الأهمية الخاصة للأحداث

ومغزاها، معناها وكذلك على أساس موقف الإذاعة من الأحداث على ضوء سياستها الرياضية العامة.³

4-5. البرنامج الإذاعي الرياضي العام:

¹ . أديب حضور: مرجع سابق، ص153.

² .مرجع نفسه: ص 154

³ . أديب حضور:، المرجع السابق، ص155

تقدم معظم الإذاعات برنامجا إذاعيا رياضيا عاما، يتضمن العديد من المواد الإذاعية الرياضية المختلفة من حيث المجال، النشاط والحجم والنوع الإذاعي المستخدم وغالبا ما يكون الهدف الأساسي من هذا البرنامج تقديم مادة رياضية ذات طبيعة ثقافية مرتبطة بهذا القدر

أ- بالأحداث والظواهر والتطورات التي تشهدها الساحة الرياضية وغالبا ما يقدم هذا البرنامج مرة واحدة في الأسبوع ومن أبرز سمات وخصائص هذا البرنامج هي:¹

يشبه هذا البرنامج من حيث الطبيعة والمواد، والأنواع، والوظائف، والمهام، والجمهور المجلة الرياضية العامة ولذلك غالبا ما يسمى هذا البرنامج بالمجلة الرياضية.

ب- يخصص لهذا البرنامج وقت طويل نسبيا يصل إلى الساعة أحيانا.

ت- الطابع التثقيفي هو الطابع الغالب في هذا البرنامج ولذلك يحرص على تقديم مادة تتميز بقدر من الجدية والعمق.

ث- البرنامج الإذاعي الرياضي العام يحاول أن ينطلق من هذا الحدث -الواقعية (تصرف اللاعب) ليعالج ظاهرة قضية عامة -الشغب في الملاعب-العلاقة بين اللاعب والحكم والنظم والقواعد التي تحدد طبيعة هذه العلاقة تستخدم في هذه المعالجة أنواع صحفية قادرة على تقديم مثل هذا المستوى من المعالجة وذلك مثل التقرير الإخباري والحديث الإذاعي والتحقيق الإذاعي وأحيانا الندوة الإذاعية.

ج- إن هذا النوع من المواد التي تعالج بهذا القدر من الجدية بحاجة إلى أن يحققها صحفيون رياضيون إذاعيون من نوعية مختلفة تتميز بالسوية العالية والفهم العميق والسليم للرياضة كما أنها بحاجة إلى أن تستخدم أنواعا إذاعية ضخمة قادرة على أن تحيط بهذه الموضوعات من جهة وعلى أن تصل إلى ذهن وعواطف وانفعالات المستمع من جهة ثانية.

5. نشأة الإذاعات المحلية في الجزائر:

تعود تجربة البث الإذاعي في الجزائر إلى الأعوام القليلة الفارطة ، حيث أنها حديثة العهد، واقتربت بحدثة التجربة الديمقراطية ذاتها، و تمثلت هذه البداية في المشروع الوطني الذي سعت من خلاله الدولة إلى تطوير قطاع السمعي البصري في تمكينه من مواكبة الواقع بالموازاة مع ما طرأ على هذا الأخير من تغيرات و تحولات، خاصة بعد أحداث أكتوبر 1988 التي فرضت على السلطة ضرورة التخلي على منطلق الوحدة في التفكير و التوجه في ظل الحزب الواحد في النظر بمنطق تعدد الرؤى و الأفكار من خلال التعددية السياسية و الفكرية، وسعيا وراء تجسيد هذا التوجه الجديد في مجال الإعلام شرعت المؤسسة الوطنية للإذاعة في منتصف سنة 1991 بإقامة عدة محطات إذاعية محلية في كافة المجالات، و قد سبق إنشاء هذه المحطات تأسيس مديرية تنمية الإذاعات المحلية التي حددت مهمتها في تسيير هذه المحطات و تنسيق مهامها وتوجيه برامجها و ذلك في سبتمبر 1993، هذه المديرية قامت بتقديم برنامج حقيقي لرئاسة الحكومة يقضي بإنشاء المحطات المحلية، و كانت موزعة حسب المناطق الجغرافية و الكثافة السكانية و الخصوصية المحلية و الإمكانيات المادية التقنية للإذاعة الوطنية.²

¹.مرجع نفسه: ص155

².مفتاح عمرون: مرجع السابق، ص89.

أما من الناحية القانونية فإن هذه الرؤية الجديدة للدولة تجاه قطاع الإعلام تجسدت بشكل واضح في دستور 1989 والذي نص على التعددية السياسية والفكرية من خلال المواد 35-36-39-40 التي تنص على حرية الرأي والفكر والمعتقد، وكذا ما ورد في قانون الإعلام لأفريل 1990 في مواد 1 و 2 و 3 و 4 و 5 وهي المواد التي تتضمن الاعتراف بحق الإعلام و الحق في الإعلام، فالمادة 56 من هذا القانون تعلن صراحة عن نهاية الاحتكار و تعبر أيضا عن فتح المجال للخواص باستعمال الموجات بعد الترخيص لأن الارتدادات ملك للقطاع العام وكانت أولى هذه الإذاعات المحلية عام 1990 تمثلت في إذاعة متيحة بالعاصمة، و آخرها إذاعة البرج 2008 و بذلك تكون شبكة الإذاعات المحلية قد بلغت 36 محطة عامة، وثلاث محطات موضوعاتية وهي: البهجة الموسيقية وإذاعة القرآن الكريم الدينية و الإذاعة الثقافية.¹

6. إذاعة المسيلة الجهوية :

6-1. نشأة الإذاعة :

يأتي إنشاء إذاعة المسيلة الجهوية ضمن مخطط وطني يهدف إلى إعلام جوارحي يهتم ويتفاعل مع انشغالات المواطنين اليومية في مختلف مجالات التنمية والحياة الاجتماعية، والخدمة العمومية المنبثقة من إرادة وطنية جسدها الإذاعة الجزائرية من خلال تحويل مبدأ حق المواطن في الإعلام إلى واقع ملموس تؤكد عشرات الإذاعات الجهوية المنتشرة عبر ربوع الوطن.

وقد بدأ التحسيد الميداني لمشروع إذاعة المسيلة الجهوية بداية، 2002 وذلك باستغلال مقر المجلس الشعبي الولائي سابقا وإعادة تهيئته، حيث أشرف فخامة رئيس الجمهورية السيد عبد العزيز بوتفليقة على انطلاق بثها يوم الثلاثاء 07 أكتوبر 2003

إن انطلاق بث هذا الصرح الإعلامي لم يكن عاديا بالنسبة لسكان ولاية المسيلة، إذ تحقق حلمهم الذي انتظروه طويلا، وأصبح بإمكان المواطن أن يتابع يوميا الأخبار المحلية من مختلف ربوع الولاية، وان يشارك ويتفاعل مع مختلف البرامج القريبة من اهتماماته وقضاياها، فبين الحينة والأخرى يتناهى إلى السمع صوت يؤكد أم تستمع إليه يأتيك من إذاعة المسيلة الجهوية على الموجة FM 104.5 صوت ألفه المستمع وصار جزء من حياته ويوميته، وقد شهدت إذاعة المسيلة الجهوية منذ انطلاق بثها تطورات ومراحل عدة خاصة فيما يتعلق بتنوع الشبكات البرمجية وإضافة إلى الحجم الساعي للبث اليومي، وهو ما توضحه النقاط التالية:

- انطلاق البث بشبكة برمجية على المدى 04 ساعات يوميا من 09:00 صباحا إلى 13:00 ظهرا وذلك من تاريخ 07 أكتوبر 2003 إلى 04 جويلية 2004.
- تم تطور الحجم الساعي البث اليومي ليرتفع بتاريخ 05 جويلية 2004 إلى 08 ساعات بث يوميا من الساعة 8:00 صباحا إلى 16:00 مساء.
- وبتاريخ 15 جوان 2006 تقرر توسيع حجم الساعي إلى 12 ساعة يوميا من الساعة 7:00 صباحا إلى ال ساعة 19:00 مساء.

¹.مفتاح عمرون،مرجع سابق: ص89

• حال 0يا البث اليومي يقارب 13 ساعة يوميا من الساعة 06:40 صباحا إلى 19:30 مساء وفق شبكة برمجية متنوعة.

• بالإضافة إلى كل هذا، فإن إذاعة المسيلة الجهوية شاركت في مسابقات عدة منها: مسابقة الميكروفون الذهبي بطبعته الأولى والثانية حيث تحصلت على جائزة الميكروفون بفضل برنامج أطفال " براعم الأمل " لموسم 2007، كما نالت جائزة أكبر علم وطني.

6-2. العمل بالقطعة:

بالإضافة للعمال الدائمين، ولضمان السير الحسن للعمل الإذاعي استعانت المحطة بخدمات 18 متعاون موزعون عبر دوائر الولاية الخمسة عشر وكذا مشاركتهم ببرامج ضمن الشبكة البرمجية.

-الهاتف: - 0 35 54 74 14 - 34 54 86 37 -

-التل فاكس: - 0 35 54 82 32 -

- البريد الالكتروني: Radiomsila@gmail.com

-العنوان: بجوار مقر ولاية المسيلة ص ب 1400 القابضة الرئيسية

- الموجة: يمكن التقاط برامج إذاعة المسيلة الجهوية على الموجة: 104.5

FM و 102.1 FM وعبر الموقع الالكتروني:

6-3. الطاقم الإذاعي:

مثل كل الإذاعات، توجد بإذاعة المسيلة عدة أقسام تتكامل فيما بينها لتضمن استمرارية البث والمادة الإذاعية وهي:

جدول رقم 1 : يوضح تقسيم العمال حسب الوظائف:

الأقسام	قسم الإدارة	قسم الأخبار	قسم الإنتاج	القسم التقني
	1 مدير الإذاعة	08 صحفيين	05 منشطين	مهندس
	3مساعدين إداريين		04 مخرجين	04 تقنيين
	1 كاتبة إدارية			
	6 أعوان امن			
	4 سائقين			
	1 عاملة تنظيف			

WWW.radio-msila.fr

6-4. مهام الأقسام:

6-4-1. قسم الأخبار: تتمثل مهام هذا القسم في إعداد وتقديم المواضيع التالية:

-إعداد الريبورتاجات الميدانية لنشرة الأخبار المحلية اليومية.

استقبال المراسلات من مختلف دوائر وبلديات الولاية وإعدادها للبث.
تقديم نشرة الأخبار المحلية يوميا على الساعة 12:00 و 19:00 مساء.
-تقدم المواجيز الإخبارية.

يساهم قسم الأخبار أسبوعيا في إعداد وتقديم برامج إخبارية ومتنوعة.

6-4-2. قسم الإنتاج والبرمجة: ويتكون من المنخرطين والنشطين والمتعاونين، ويضمن يوميا المهام التالية:

تحضير ورقة العمل اليومي تتضمن برنامج البث.

ضمان البث اليومي اخرجنا وتنشيطا.

الإشراف على مختلف التسجيلات للبرامج وال فقرات.

المساهمة في إعداد وتقديم العديد من البرامج.

إعداد وتقديم برامج أسبوعية متنوعة.

6-4-3. القسم التقني: يضمن المهام التالية:

ضمان البث اليومي المباشر

ضمان مختلف التسجيلات اليومية الداخلية والخارجية القيام بمختلف عمليات التركيب والمزج التي يتطلبها العمل الإذاعي.

المراقبة اليومية لأجهزة والوسائل وصيانتها.

6-4-4. شبكة البرامج:

يتم تحضير وإعداد شبكة البرامج من طرف قسم الإنتاج تحت الإشراف المباشر لمدير المحطة، ويراعي في إعدادها مجموعة من الشروط التي ينبغي الاستجابة لها:

الطابع المحلي لأغلب البرامج.

التنوع في المحتوى ومسح جميع شرائح المجتمع وأطيافه.

مراعاة التقسيم الزمني للبرامج بما يتوافق مع مقاييس العمل في الإذاعات المحلية.

التركيز على البرامج التفاعلية مع المستمع.

*الإشهار:

رغم حداثة إذاعة المسيلة الجهوية، ورغم عدم إدراك البعض لقيمة الإشهار للمنتج ودوره والإذاعة المحلية الريادية في ذلك، رغم هذا بادر رجال الأعمال والمؤسسات العمومية الخاصة بعرض خدماتهم على الجمهور من خلال أمواج إذاعة المسيلة التي خصصت مكتبها لذلك، وقد لقيت مختلف العمليات الاشهارية منذ انطلاق الإذاعة نجاحا باعتراف المشاهير أنفسهم، وتتعامل مصلحة الإشهار مع زبائنهم بمرونة وبعروض متنوعة تحفيزية، ومراعية في ذلك مختلف العوامل والخصوصيات.

7. البرامج الرياضية لإذاعة المسيلة:

هناك برامج وأركان رياضية تبث عبر أمواج إذاعة منها القارة (الثابتة)، ومنها المستحدثة حسب الحدث الرياضي، ويمثل الحجم الساعي لهذه البرامج الرياضية من مجموع البرامج التي تبثها إذاعة المسيلة المحلية "وهي:

7-1. ركن الصباح الرياضي:

ركن رياضي مستحدث يبث كل يوم ما عدى الجمعة كمن الساعة 07:45 إلى 8:00 وتقدم فيه ثلاثة محاور أساسية:

محور يتعلق بالأخبار الرياضية المحلية، محور يتعلق بالأخبار الوطنية، والمحور الأخير يتعلق بالأخبار الدولية.¹

7-2 الاستديو الرياضي:

برنامج رياضي أسبوعي يبث كل يوم الثلاثاء من 14:00 إلى 15:00 وهو يهتم بمعالجة أخبار الفرق الرياضية والرياضيين، وذلك مع استضافة مسؤولين من كوادر ومدربين من الفرق المحلية، كما أنه برنامج تفاعلي مع الجمهور للإدلاء بأصواتهم والاشتراك بأرائهم وتشجيع فرقهم.²

7-3. الحصاد الرياضي:

هو برنامج رياضي أسبوعي يبث كل يوم أحد من 14:00 إلى 15:00 زوالا، يهتم باستعراض نتائج الفرق الرياضية وتحليلها ومناقشتها مع المختصين في هذا المجال.³

7-4. بكل روح رياضية :

برنامج رياضي أسبوعي جديد يبث كل يوم خميس من 14:00 إلى 15:00 يهتم بأهم المشاكل التي تواجه الرياضة المحلية خاصة كرة القدم وفي بعض الأحيان التطرق إلى رياضات أخرى حيث يستضيف شخصيتين رياضيتين.⁴

IV. الدراسات السابقة:

1- الدراسات السابقة

V الدراسة الأولى:

هي دراسة من إعداد الطالب "وليد يوسف"، لنيل شهادة الماستر بفرع الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة المسيلة، كانت بعنوان: "استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في الممارسة الصحفية" إشكالية الدراسة: ما هو حجم الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في جمع ومعالجة وتوصيل المحتوى الصحفي بالنسبة للمراسل الصحفي؟

التساؤلات الفرعية:

- ماذا نقصد بشبكات التواصل الاجتماعي؟
- هل يستخدم المراسل الصحفي شبكات التواصل الاجتماعي؟

¹ - مقابلة مع الصحفي "مفتاح عمرون" يوم: 2014/05/12.

² -مقابلة مع الصحفي "زواوي عبد الوهاب" يوم: 2014/04/30.

³ -مقابلة مع الصحفي "فندوز منير"، يوم: 2014/05/05.

⁴ - مقابلة مع الصحفي "مفتاح عمرون" يوم: 2016/05/12

- هل يعتبر المراسل الصحفي شبكات التواصل مصدرا موثوقا للمعلومات والإخبار ؟
أهداف الدراسة :

- الوصول إلى تحديد ماهية شبكات التواصل الاجتماعي .
 - بيان أهمية التواصل الاجتماعي وعلاقته بالممارسة الصحفية والمراسل الصحفي .
 - التعرف على مصادر الحصول على الخبر الصحفي التي تحصل من خلال الصحيفة الخبر الصحفي .
 - إبراز أهم الإضافات التي قدمتها شبكات التواصل الاجتماعي كإعلام جديد .
- أهمية الدراسة :

- اعتباره كإعلام بديل أو جديد كمصدر للمعلومة بالنسبة للمراسل الصحفي
 - سهولة الحصول على المعلومة من خلال هذا النوع من المواقع .
 - تميزه بالآنية والكونية الذي يطبع الإعلام اليوم .
- المنهج المتبع في الدراسة : منهج المسح الشامل.

- مجتمع البحث : هو مجموعة من الجرائد الوطنية اليومية بولاية المسيلة

عينة الدراسة : هي عينة قصديه تم اختيار هذه العينة من ولاية المسيلة وهذا للتحكم في الدراسة ولقرنها من مكان الاستطلاع وهي ممثلة في عدد من المراسلين الصحفيين للجرائد الوطنية .
أدوات الدراسة : استمارة الاستبيان .

نتائج الدراسة :

- غالبية المراسلين الصحفيين الذين يقبلون على شبكات التواصل يستخدمون الشبكات الاجتماعية من فيس بوك ثم يوتيوب وتويتر ، ويعود مصدر استخدام الفيس بوك لدى المراسلين إلى عدة أسباب من بينها التطبيقات المميزة التي يوفرها الموقع وأيضا إلى الشهرة التي يتمتع بها هذا الأخير نظرا لان الجمهور فيه أكثر تواجدا على صفحاته في الآونة الأخيرة أصبح يعج بالأخبار الحصرية ثم تليه اليوتيوب والتويتر .

- رأي غالبية المراسلين الصحفيين يشير إلى أن الحرية التي دعمتها شبكات التواصل الاجتماعي نعمة على الممارسة المهنية .

- يعتبر الصحفي الجزائري شبكات التواصل مصدرا غير موثوق لتداول الأخبار وذلك لان كل واحد يكتب ما يريد دون مراقبة ، وكذا صعوبة معرفة مصدر الخبر وصحته

- شبكات التواصل الاجتماعي دعمت حرية الوصول إلى مصدر الخبر وهذا لان اغلبية المراسلين الجزائريين يرون أنها يجب أن تكون واحدة من كل هذه الأساليب التي يستعملها الصحفي خاص
الدراسة الثانية :

هي مذكرة من إعداد الطالب : "بلبالي مصطفى" ، لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة المسيلة ، تحت عنوان : "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي كوسيط لنشر المحتوى الصحفي على الممارسة الصحفية" .دراسة وصفية على عينة من الصحفيين الجزائريين

إشكالية الدراسة : هل يؤثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كوسيط لنشر المحتوى الصحفي (صفحات الجرائد على مواقع التواصل الاجتماعي) على الممارسة المهنية للصحافيين الجزائريين ؟

التساؤلات الفرعية :

- كيف يتمثل الصحفي الجزائري صفحة جريدته على مواقع التواصل الاجتماعي ؟
- هل اثر انتقال الجريدة إلى نشر محتوياتها على صفحاتها الخاصة في مواقع التواصل الاجتماعي على تنظيم العمل ؟
- هل اثر انتقال الجريدة إلى نشر محتوياتها على صفحاتها الخاصة في مواقع التواصل الاجتماعي على مختلف مراحل تحرير النص الصحفي ؟
- هل اثر انتقال الجريدة إلى نشر محتوياتها على صفحاتها الخاصة في مواقع التواصل الاجتماعي على علاقة الصحفي بالقارئ ؟

- ماهي اتجاهات الصحافيين الجزائريين نحو الصفحات الخاصة بالجرائد على مواقع التواصل الاجتماعي ؟

أهمية الدراسة :

- معرفة طرق تداول المعلومات والأخبار داخل الصحيفة وخارجها بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي .
- شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالصحافة المكتوبة موضوع جدير بالبحث في ظل التطورات الحاصلة في هذا المجال .

- كونها مطلوبة في الوقت الحالي ومدى الحاجة إلى تطوير المؤسسات الصحفية المكتوبة من اجل الدخول إلى عصر المعلومات ومواكبة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة باستخدام وسائل الاتصال الحديثة .

منهج الدراسة : منهج المسحي (التحليلي والوصفي)

أداة البحث : استمارة الاستبيان .

عينة الدراسة : عينة البحث هي عينة قصديه تمثلت في مهنيين الصحافة المكتوبة في الجزائر .

نتائج الدراسة :

- أثبتت النتائج أن معظم الصحافيين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أثناء ممارستهم لمهنة الصحافة من خلال استقاء الأفكار والمعلومات وهذا ما يوضح أهمية مواقع شبكات التواصل لدى الصحافيين والمؤسسات الصحفية .
- الصحافيين يعتبروا مستقبل الصحيفة بعد نشر محتوياتها على مواقع التواصل أكثر انتشارا واستجابة لتطلعات القراء والجمهور محققة بذلك خاصية التفاعل مع مختلف شرائح المجتمع .
- أظهرت النتائج الدراسة أن نشر محتوى الصحيفة على مواقع التواصل الاجتماعي ساهم في زيادة عدد قراء ومتصفحى الصحيفة .
- الصحافيين الذين شملتهم الدراسة أكدوا على نشر محتوى الصحيفة على مواقع التواصل الاجتماعي هو نجاح لصحيفة في مواكبة التطور التكنولوجي وكل ما هو جديد في عالم تكنولوجيا الاتصال والإعلام.

v الدراسة الثالثة :

مذكرة تخرج من إعداد "صورية ولهة"، لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام و الاتصال، قسم علوم الإعلام و الاتصال، كلية الحقوق، الموسومة بـ: "تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الممارسة المهنية للصحفي الجزائري". وكانت اشكاليتهما كالتالي: " إلى أي مدى تؤثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها مصدرا للمعلومات و الأخبار على الممارسة المهنية الصحفي الجزائري؟ " حيث هدفت هذه الدراسة إلى :

- 1- الوصول إلى تحديد ماهية شبكات التواصل الاجتماعي.
 - 2- الوصول إلى معرفة مدى استخدام الإعلاميين الجزائريين لشبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات.
 - 3- الوصول إلى الأسباب التي تدفع الإعلاميين الجزائريين لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي لانتقاء المعلومات.
 - 4- إبراز أهم الإضافات التي قدمتها شبكات التواصل الاجتماعي للإعلام الجديد وحالة هذا الأخير في الجزائر.
 - 5- إثراء المكتبة الجامعية خاصة لقلة الدراسات المتناولة لهذا الموضوع.
- وكان المنهج المسحي هو المنهج المتبع في هذه الدراسة، اعتمد الباحث في هذه الدراسة الوصفية على اختيار العينة بطريقة عمدية أو قصديه، تمثلت في :

ü مؤسسات التلفزيون الجزائري.

حيث تكونت العينة من 100 مفردة "إعلامي جزائري مهني عامل في مؤسسات الإعلامية بأنواعها المكتوبة و السمعية البصرية". وقد تم تقسيمها على طريقة التساوي في الحصص على النحو التالي:

ü مؤسسات الصحافة المكتوبة.

ü مؤسسات الإذاعة الجزائرية

الأداة المستخدمة:

ü الاستبيان

ü المقابلة

نتائج الدراسة : وهي عديدة نأخذ منها :

- غالبية الصحفيين الجزائريين الذين يقبلون على شبكات التواصل الاجتماعي يستخدمون بنسبة كبيرة الفيس بوك، ثم اليوتيوب و تويتر. ويعود مصدر استخدام الفيس بوك لدى الصحفيين الجزائريين إلى عدة أسباب من بينها التطبيقات المميزة التي يوفرها الموقع، و أيضا الشهرة التي يتمتع بها هذا الأخير نظرا لأن الجمهور فيه أكثر تواجدا على صفحاته في الآونة الأخيرة أصبح يعج بالأخبار الحصرية، و إليه ومنه هبت ريح التغييرات الجذرية في ميادين حساسة. ثم يليه اليوتيوب و تويتر. وكل هذه المواقع تساهم في الارتفاع بالمستوى المهني للصحفي كما هو مبين في النتائج التالية :

- لعل الدوافع وراء استخدام الصحفيين الجزائريين لشبكات التواصل الاجتماعي هي :

1. التواصل مع الزملاء و الأصدقاء و اختيار المصادر الجيدة نسبة 85.7%

2. جمع و الاطلاع على الأفكار و المعلومات و الأخبار بنسبة 67.14% .

3. الحوارات و النقاشات الفكرية بنسبة 55.7% .
4. نشر الأخبار و المعلومات عن الأحداث الجارية بنسبة 44.2% .
5. التفاعل مع الجمهور متساوية نسبتها مع غرض تكوين الصداقات بنسبة 31% .
6. التسلية و الترفيه بنسبة 10% ، ولأغراض أخرى بنسبة 5.7%.
7. عرض كتابات أدبية ولقاءات عبر وسائل الإعلام الجديد.
8. نسبة اعتماد المبحوثين من الصحفيين الجزائريين على شبكات التواصل الاجتماعي في العمل حيث بلغت نسبة الإجابة بنعم 58.6% و نسبة الإجابة بـ لا 41.4%. و يرجع ذلك إلى أن الصحفيين بالرغم أنهم لازالوا مترددين في اعتبارها مصدر يمكن الاعتماد عليه في العمل الإعلامي ، غير أن الثورة التي أحدثتها في نقل الأحداث الهامة سواء على الصعيد المحلي والعالمي جعل أكثرية المهنيين الصحفيين يعتمدون عليها إلى درجة أن شبكات التواصل الاجتماعية قضت على مكانة وكالة الأنباء سواء في المغرب العربي أو الوكالات الأنباء العالمية. أما فئة التي لا تعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي في العمل تعتبر أنها مرحلة نسبية فقط تمر بها الممارسة الإعلامية و ستزول بمجرد هدوء الأوضاع أو إيجاد طرق أخرى .

✓ الدراسة الرابعة :

مذكرة تخرج من إعداد الطالب "بوسكرة محمد" لنيل شهادة ماستر في علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية ، تخصص الإعلام و الاتصال الرياضي، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بالمسيلة ، بعنوان "شخصية الصحفي الرياضي الإذاعي ودورها في تناول المواضيع الإعلامية" إشكالية الدراسة :

هل لشخصية الصحفي الرياضي الإذاعي دور في تناول المواضيع الإعلامية ؟
فرضيات الدراسة :

- 1- للجانب انعكاس ايجابي على شخصية الصحفي الرياضي في تناول المواضيع الإعلامية ؟
- 2- العوامل الاجتماعية تلعب دورا فعلا على شخصية الصحفي الرياضي في تناول المواضيع الإعلامية ؟
- 3- تنعكس المعرفية بالإيجاب على شخصية الصحفي في تناول المواضيع الرياضية ؟

هدف الدراسة : معرفة شخصية الصحفي الرياضي ودورها في تناول المواضيع .

عينة الدراسة : عينة مسحية شملت مجتمع القسم الرياضي بالإذاعة الوطنية

المنهج المتبع : المنهج الوصفي

أداة الدراسة : الاستبيان

نتائج الدراسة : الجوانب المدروسة والمتمثلة في الجانب النفسي والجانب الاجتماعي والجانب المعرفي لها دور على شخصية الصحفي الرياضي الإذاعي في تناول المواضيع الإعلامية

الاستنتاجات والاقتراحات : إن الشخصية الصحفية في الإعلام الرياضي الإذاعي لها دور كبير في توليد نظرة ايجابية لدى الصحفيين اتجاه المواضيع الإعلامية ، وهذا كله يساهم بشكل فعال في رفع معنويات الصحفيين الرياضيين

- الانتقاء الجيد للمواضيع الرياضية يساهم في تحديد شخصية الصحفي
- شخصية الصحفي تساهم الاختيار الجيد للضيوف البرامج مما يجعل البرامج الرياضية أكثر متابعة
- توعية الصحفي باعتباره الإنسان الأول في المجتمع بدوره الوظيفي للتوجيه والإرشاد .

✓ الدراسة الخامسة :

مذكرة تخرج من إعداد الطالب "شلاي عبد الحميد" لنيل شهادة ماستر في علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية ، تخصص الإعلام و الاتصال الرياضي، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية ، "الصحفي المتخصص في المجال الرياضي ودوره في استقطاب الجماهير".

إشكالية الدراسة : هل للصحفي المتخصص في المجال الرياضي دور في استقطاب ؟

هدف الدراسة : معرفة دور الصحفي المتخصص في المجال الرياضي الايجابي في استقطاب الجماهير.

عينة الدراسة : طلبة تخصص الإعلام والاتصال الرياضي سنة أولى وثانية ماستر بمعهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

المنهج المتبع : المنهج الوصفي

أداة الدراسة : الاستبيان

نتائج الدراسة : للصحفي المتخصص في المجال الرياضي دور ايجابي في استقطاب الجماهير

الاستنتاجات والاقتراحات :

- النهوض بالبرامج الرياضية الإذاعية كما وكيفا

- زيادة عدد الصحفيين المختصين في المجال الرياضي

- خلق إذاعة متخصصة في الرياضة

- الاستثمار في البرامج الرياضية الإذاعية الهادفة

- الاختيار الجيد للضيوف يزيد من شعبية البرامج وكذلك الصحفي

2- توظيف الدراسات السابقة في الدراسة الحالية :

بفضل الاطلاع على الدراسات السابقة لقد تمكنا من :

1. اختيار المنهج الوصفي .

2. اختيار الطرق الإحصائية المناسبة

3. اختيار أدوات البحث .

4. اهتمت هاته الدراسات على دور واستخدامات مواقع التواصل الاجتماعي كالفيس بوك والتويتر واليوتيوب في تبادل المعلومات والإخبار الرياضية .

5. ركزت معظم الدراسات على دور شبكات التواصل الاجتماعي من مختلف النواحي .

6. كما سمحت الدراسات السابقة بتحديد أهداف الاستمارة وتصحيحها بشكل يخدم أهداف البحث .
7. سمحت لنا هذه الدراسات بالتعرف أكثر على الصحفي المتخصص في المجال الرياضي
8. ركزت بعض الدراسات على الإذاعة والقسم الرياضي بها

خلاصة :

لقد تناولنا في هذا الفصل موضوع شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في العمل الإعلامي حيث تطرقنا إلى العلاقة بينها وبين الإعلام ، كيف وأنها أصبحت وسيلة من وسائل الإعلام الجديد حيث تجعل من كل شخص عادي إعلامي وهذا ما يسمى بالإعلام الناشئ ، أما الصحفي الرياضي فقد كان له نصيب في هذا الفصل من خلال التطرق إلى أهم خصائصه ، وعن الإذاعة تحدثنا بشكل عام ثم تطرقنا إلى الإذاعة الجهوية بالمسيلة بشكل خاص ، حيث وضعنا بطاقة فنية عن إذاعة المسيلة الجهوية وعن القسم الرياضي بها التي يتمحور حوله موضوع بحثنا ، هذا كله كان بشكل نظري ي انتظار أن نكملة في الجانب التطبيقي من بحثنا هذا .

الفصل الثاني : الإطار العام للدراسة

1. الكلمات الدالة في الدراسة

2. إشكالية الدراسة

3. أهداف الدراسة

4. أهمية الدراسة

5. فرضيات الدراسة

1. الكلمات الدالة في الدراسة:

يعد تحديد مفاهيم الدراسة احد الطرق المنهجية العامة في تصميم البحوث التي تمكن على القارئ إدراك المعاني و الأفكار التي يريد الباحث التعبير عنها دون أن يختلفوا فيها ، وقد ورد في هذا البحث مصطلحين رأينا من الأجدد تحديد مفهومين هما:

1-1. شبكات التواصل الاجتماعية:

يتكون من كلمة الشبكات و التواصل الاجتماعي:

أ. الشبكات:

ورد في معجم محمد منير حجاب أن الشبكة هي مجموعة من عناصر الكهربائية أو الأفراد أو المؤسسات أو الحواسيب والكل تعمل من أجل تحقيق غاية معينة.¹

وكلمة شبكة في اللغة الفرنسية تعني réseaux في قاموس لاروس le petit rousse تعرف على أنها: "مجموعة العناصر كبيرة أو صغيرة أو دقيقة، كهربائية أو هاتفية أو شبكات المدن أو شبكات رقمية، أو كمبيوترات، أو بين الأفراد²، و في اللغة الانجليزية network و هي شبكة قد تضم شبكة مواصلات أو شبكة تجارية، شبكة حواسيب، أو محطات إذاعية أو تلفزيونية وغيرها.³

وورد أيضا في معجم شرح للمصطلحات للدكتور محمد الهادي في كتابه: تكنولوجيا الاتصالات و شبكات المعلومات أن الشبكة تعني: "ربط حاسوب أو أكثر مع الأدوات المرتبطة معا بواسطة تسهيلات الاتصالات".⁴

ب. التواصل الاجتماعي:

— لغة:

هو مشتق الفعل تواصل، الذي يحمل معنى التلطف، و التوصل، و التوسل، و التقرب في الوصول إلى الشيء، و التواصل ضد التصادم.

و التواصل الاجتماعي هو الاتصال، و التفاعل الاجتماعي، الذي تفرضه العلاقات الاجتماعية الإنسانية، حيث يحصل هناك كل أنواع الاحتكاك، و التواصل الاجتماعي، و هذا ما تدعو له الأغراض الحياتية، و المعيشية للفرد و الجماعة، في مجال الحياة العامة، التعليم.⁵

— اصطلاحا:

1- يعرفها زاهر راضي بأنها " منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص ، به ومن ثمة ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها".⁶

¹ محمد منير حجاب: المعجم الاعلامي، ط1، دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر، 2004، ص301.

² : le petit rousse, 2010, p881 : Edition anniversaire de la semeuse

³: Word power oxford :oxford university press. 2008.p518

⁴ محمد محمد الهادي: تكنولوجيا الاتصالات و شبكات المعلومات، المكتبة الأكاديمية، مصر، 2001، ص316

⁵ : صورية ولثة. صهيب عيسى، تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الممارسة المهنية للصحفي الجزائري، مذكرة تخرج ماجستير ، جامعة المسيلة ، 2012/2011، ص12

⁶ . راضي زاهر :استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي ، مجلة التربية عدد 15 ، جامعة عمان الاهلية ، عمان، 2003، ص23

2- كما تعرفها هبة محمد خليفة بأنها "صفحات الويب التي يمكن إن تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الاجتماعية وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام التي من شأنها أن تساعد على تفاعل الأعضاء مع بعضهم البعض ويمكن أن تشمل هذه المميزات المراسلة الفورية، الفيديو، الدردشة.....¹

ج. شبكات التواصل الاجتماعي إجرائيا:

1- هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع للتفاعل والتواصل بين الأفراد على شبكة الانترنت يتصفحها الإعلاميون الرياضيون والمشرفون على البرامج الرياضية، بإذاعة المسيلة و يتفاعلون فيها مع الجمهور من اجل القيام بدورهم كالقائمين بالاتصال .

2- هي مواقع الويب توفر لصحفي وتقنيي ومخرجي وكل القائمين على البرامج الرياضية بإذاعة المسيلة إمكانية مشاركة اهتمامات الجمهور .

1-2. البرنامج الرياضي:

هو كلمة لديها عدة مفاهيم ' وعموما هي الخطة التي يستخدمها الإنسان من اجل القيام بشيء معين . (كحصة رياضية) ويعرفه محمود فهمي " هو شكل فني يشغل مسافة زمنية محددة ويقدم في مواعيد ثابتة سواء يوميا أو أسبوعيا أو نصف شهري أو شهريا اعرض مادة علمية أو فنية أو ثقافية أو دينية .² ونقصد في بحثنا هذا بالبرنامج الرياضي كل الحصص الرياضية التي تبث عبر إذاعة المسيلة الجهوية على مدار الأسبوع ، وهي برامج رياضية أسبوعية في إذاعة المسيلة ، والمتمثلة في ركن الصباح الرياضي ، الأستوديو الرياضي، الحصاد الرياضي و بكل روح رياضية .

1-3. الإذاعة:

أ- لغة :نقول أذاع ، يذيع ،إذاعة الخبر ،أي بنشره، وإذاعة السر إفشاؤه .³

ب- اصطلاحا:

يعرفها الباحث "فضيل دليو" على أنها " ما ييثر عن طريق الأثير باستخدام موجات كهرومغناطيسية ، بإمكانها اجتياز الحواجز الجغرافية و السياسية ، وربط مستمعيها برباط مباشر و سريع.⁴ و الخطة الإذاعية هي مكان البث، و الإذاعة هي نشر عن طريق الاتصال اللاسلكي ، بصرف النظر عن استخدام الفن الإبداعي ، لأنها تقوم على الإرسال و نقل الصوت عبر موجات لاسلكية لمتوسط الطول ، قصيرة متناهية القصر ، والتي تسمى بموجات الميكروفون السنتيمترية .⁵

¹ . غزال مريم شعوي نور الهدى : تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي السياسي ادى الطلبة الجامعيين ، مذكرة تخرج ليسانس في العلوم الانسانية تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، 2013/2014، ص8

² : عمرون مفتاح ، البرامج الرياضية الإذاعية ودورها في استقطاب الجماهير، مجلة العلوم الانسانية، ع 15، جامعة المسيلة ، جوان 2014، ص 201

³ : بابي الطاهر ، استخدامات الجامعيين لبرامج الذاعة المحلية والاشباع المتحققة ،دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة الجلفة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الإعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية ، جامعة المسيلة، 2013، ص8

⁴ : بابي الطاهر، مرجع سابق، ص8

⁵ : بابي الطاهر مرجع سابق، ص8

ت- إجرائيا : هي وسيلة إعلامي سمعية تبت مادتها الإعلامية عبر الأثير ، وتمثل نوع من أنواع الإعلام الا وهو الإعلام المسموع و في بحثنا هذا نقصد بها الإذاعة الجهوية بالمسيلة ، التي تمثل الإعلام الجوّاري بالمنطقة .

1-5. الصحفي :

أ- لغة : كلمة صحافي أكثر دلالة من صحفي على من في الصحافة ، فهي الكلمة الأصح لمن يلقب بكلمة "journaliste"¹.

ب- اصطلاحا: جاء قانون الإعلام الثاني 1990 ، بان الصحفي المحترف هو كل شخص يتفرغ للبحث عن الإخبار واستخلاصها خلال نشاطه الصحفي الذي يتخذ منه مصدرا رئيسيا لدخله²

ت- إجرائيا : الصحفي هو الشخص الذي يعمل في مجال الإعلام ، يكتب في الصحافة ويعد الأخبار والبرامج ويقدمها و في هذا البحث نقصد به كل الصحفيين الرياضيين و كذلك كل من يساهم في بث البرامج الرياضية بإذاعة المسيلة من الذين يعدون ويخرجون و يخرجون وحتى من يشرف على الجانب التقني لهذه البرامج الرياضية .

1-6. الأداء :

أ- لغة:

أدى الشيء: أوصله والأداء إيصال الشيء إلى المرسل إليه.⁽³⁾

الأداء: تأدية بمعنى الإيصال والقضاء ويعني التنفيذ.⁽⁴⁾

ب- اصطلاحا:

يعرفه عصام عبد الخالق: " أنه عبارة عن انعكاس لقدرات ودوافع لكل فرد لأفضل سلوك ممكن نتيجة لتأثيرات متبادلة للقوة الداخلية، وغالبا ما يؤدي بصورة فردية، وهو نشاط أو سلوك يوصل إلى نتيجة، كما هو المقياس الذي تقاس به نتائج التعلم، وهو الوسيلة للتعبير عن عملية التعلم تعبيراً سلوكياً "⁽⁵⁾.

ت- إجرائيا :

و هو القدرات والمهارات والأعمال الصحفية والتقنية التي يقوم بها الصحفي الرياضي وكل من يشرف على تغطية الأحداث الرياضية بالإذاعة الجزائرية من المسيلة

¹ . محمد جمال الفار ، المعجم الاعلامي ، ط1، اترك للنشر والتوزيع ، القاهرة ، مصر ، 2000، ص92

² . الجريدة الرسمية :قنون 90-07 ، المتعلق بالاعلام ، مورخ في 8 رمضان 1410، 3 افريل 1990، ص16

³ - قاموس المنجد في اللغة والإعلام، دار الشروق، ط3، بيروت، لبنان، 1997، ص(06).

⁴ - الفيروز أبادي: القاموس المحيط، مؤسسة الرسالة، بيروت، لبنان، 1998، ص(1233).

⁵ - أسامة كامل راتب: علم النفس الرياضية (المفاهيم والتطبيقات)، دار الفكر العربي، ط2، القاهرة، مصر، 1997، ص(195).

2. إشكالية الدراسة

تعتبر الشبكات التواصل الاجتماعي هي التطور الطبيعي لشبكة الإنترنت، حيث أن هذه الأخيرة في بادئ الأمر اعتمدت على العلاقات الفردية بين الفرد والشبكة من نقل ملفات وتراسل بيانات وغير ذلك ولكن تطور التكنولوجيا كان لا بد معه وأن تتطور الشبكة بدورها بحيث أصبحت العلاقة ثنائية بمعنى يمكن لأكثر من فرد التعامل والتفاعل مع الشبكة من حيث نقل البيانات والصور والملفات وغير ذلك وبالتالي خلق هذا التطور نوع من المشاركة الاجتماعية الإلكترونية، والتي تمكن من خلق حياة اجتماعية كاملة من خلال شبكة الإنترنت.¹

لقد أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي، من أهم وسائل التواصل الاجتماعي، حيث أنها تتيح الربط بين الزملاء والأصدقاء وليس هذا فقط بل أنها تساعد في التعرف والتواصل بين الأشخاص والمجتمعات المختلفة بعضهم البعض، ومن هذا المنطلق سعت الشبكات الاجتماعية لتوفير قدر مناسب من المواقع التي تدعم التواصل.²

وبذلك صارت شبكات التواصل الاجتماعي اليوم بيئة للاتصال والتواصل وشبكة للإعلام متعدد الاتجاهات يشهد تدفق إعلامي قد لا يحتاج إلى شهادات أكاديمية لأداء مهنة الصحفي بل إلى خبرة إعلامية تصقل فيها، وكذلك ليتم تناقل الملائين من الأفكار، المعلومات، الأخبار، الآراء، الصور و الفيديو... الآنية و الجدية، تجعل منها مادة إعلامية جيدة لاستقتها من طرف الوسائل الإعلامية. و اللافت للانتباه هو أنها تساهم اليوم في إمداد المؤسسات الإعلامية المحترفة، فالإعلاميين لم يكتفوا بما يحصلون عليه من الأخبار التي يتلقونها، بل بما يوجد به المواطن العادي من خلال دعوة صريحة له بإرسال كل ما يجري حوله عبر شبكات تواصل الاجتماعي.³

ومما لا شك فيه أن الوسائل الإعلامية الرياضية جزء مهم في حياة الإنسان، حيث انه من المعروف أن الأفراد في المتوسط يخصصون لوسائل الإعلام الرياضي بالخصوص عدة سويقات يوميا، فقد أصبحت وسائل الإعلام الرياضي بقنواتها المتخصصة وأنواعها المختلفة خاصة السمعية منها وسيلة للترفيه وقضاء أوقات الفراغ. لقد أصبحت وسائل الإعلام المسموعة والمتمثلة في الإذاعة من بين الأدوات الهامة التي توفر المناخ الصالح للتنمية والتغيير، لهذا تسعى البرامج الرياضية بالإذاعة إلى نشر المفاهيم الرياضية، والوعي الرياضي والأخبار والمواضيع التي تساهم في تشخيص ومعالجة المشكلات التي تعاني منها الرياضة، وذلك في سعي منها إلى لعب دورا مهما في تطوير الرياضة.

وإذاعة المسيلة واحدة من بين هذه الإذاعات التي تتميز بكونها تخاطب جمهورها بلهجتهم و حسب عاداتهم تقاليدهم محاولة بذلك الوصول إلى كافة شرائح المجتمع خاصة فئة الشباب، وهكذا نجد إذاعة المسيلة تتوفر على برامج توعوية في شتى المجالات الاجتماعية، ومن هنا نطرح إشكالياتنا على النحو التالي:

¹ مريم نزيان نوما، استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، مذكرة لبليل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، تخصص الاعلام و تكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة باتنة، 2011/2012، ص 17.

² صورة و هبة. صهيبي عيسى، مرجع سابق، ص 10

هل تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تحسين أداء الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة صحفي البرامج الرياضية لإذاعة المسيلة ؟
التساؤلات الجزئية :

و انطلاقا من الإشكالية السابقة يمكن طرح التساؤلات التالي :

- § هل تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في اختيار الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة لمواضيع البرامج ؟
 - § هل تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في انتقاء الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة لمصادر جيدة ؟
 - § هل تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة تفاعل الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة مع الجمهور ؟
3. أهداف الدراسة:

تسعى أي دراسة أيا كانت إلى الوصول إلى تحقيق أهداف معينة و أهداف دراستنا لا تخرج عن المفهوم العام لأسباب اختيار للموضوع و تتمحور هذه الأهداف التي سطرناها في البداية وهي:

- 1- معرفة ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي تساهم في تحسين أداء الصحفيين الرياضيين بالإذاعة .
 - 2- معرفة ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي تساهم في انتقاء الصحفي الرياضي بالإذاعة لمواضيع البرامج الرياضية
 - 3- معرفة ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي تساهم في اختيار الصحفي الرياضي بالإذاعة لضيوف و مصادر البرامج الرياضية .
 - 4- معرفة ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي تساهم في جعل الصحفي الرياضي يتفاعل مع الجمهور المستمع للبرامج الرياضية بإذاعة المسيلة .
4. أهمية الدراسة :

لكل دراسة أهمية، و أهمية هذه الدراسة لا تخرج عن الإطار العام للهدف الذي وضعت، وهذه الدراسة تكتسي أهمية بالغة، حيث أنها تهتم بموضوع الساعة وهو مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في إيصال الحقائق و المعلومات الرياضية، كما أنها تدرس عدة متغيرات، منها مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي كشكل من أشكال الإعلام الحديث و مدى اعتمادها كمصدر للمعلومات من طرف الصحفيين الرياضيين، وكذلك تبرز الكيفية التي دعمت بها شبكات التواصل الاجتماعي الصحفيين عموما والصحفيين الرياضيين بشكل خاص .

5. فرضيات الدراسة :

- § تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في اختيار الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة لمواضيع البرامج .
- § تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في انتقاء الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة لمصادر البرامج .
- § تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة تفاعل الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة مع الجمهور .

الفصل الثالث: الإجراءات الميدانية للدراسة

1- الدراسة الاستطلاعية

2- المنهج المتبع في الدراسة

3- مجتمع وعينة الدراسة

4- أدوات جمع البيانات والمعلومات

5- إجراءات التطبيق الميداني للأداة

6- الأساليب الإحصائية

تمهيد :

يمكن وصف البحث العلمي على انه مغامرة شاقة مليئة بالنشاط والمجازفات ، هذه المغامرة تستدعي الصبر ، الموضوعية ، التخيل والفتنة الحادة ، قابلية التحكم الجيد في الظروف الجديدة إلى غير ذلك من هذه العناصر الضرورية لنجاح البحث . في هذا الفصل سنتطرق إلى أهم الإجراءات الميدانية التي اتبعناها في هذه الدراسة ، زمن اجل الحصول على نتائج يمكن الوثوق يهل واعتبارها نتائج موضوعية .

وكما هو معلوم فان ما يميز أي بحث علمي هو مدى قابليته للموضوعية العلمية ، هذا لا يمكن أن يتحقق إلا إذا اتبع صاحب الدراسة منهجية علمية دقيقة وموضوعية ، لذا حاولنا أن نبرز أهم المراحل التي اتبعناها في دراستنا .

1- الدراسة الاستطلاعية :

قصد الإحاطة أكثر بجوانب العمل الإعلامي بالإذاعة والمتعلق بمحور دراستنا هذه قمنا بزيارة إذاعة المسيلة الجهوية لاستطلاع على أجواء العمل للصحفيين الرياضيين ، وهذا لاطلاع أكثر على خصوصية مقدم البرنامج وكيفية التواصل والتفاعل مع الجمهور ، كما سمحت لنا هذه الدراسة الاستطلاعية من التقرب والحديث مع الصحفيين لرصد انطباعاتهم الأولية حول واقع استخدام الصحفي الرياضي لمواقع التواصل الاجتماعي ، وكذلك للوقوف على عينة الدراسة وضبط اسئلة الاستبيان .

2- المنهج المتبع في الدراسة :

تعددت مناهج البحث باختلاف الموضوعات والإشكاليات ، حيث لا يمكن أن تنجز هذا البحث دون الاعتماد على منهج واضح يساعد على دراسة وتشخيص الإشكالية التي يتناولها بحثنا ذو الدراسة الوصفية . إذ يعتمد على اتصال الباحث بالميدان ودراسة ما هو قائم فيه بالفعل لذا استخدم المنهج الوصفي الذي يعرف بأنه " مجموعة الإجراءات البحثية التي تتكامل لوصف الظاهرة محل الدراسة " ¹.

ويعرف في مجال التربية والتعليم بأنه كل استقصاء ينصب على ظاهرة من الظواهر التعليمية أو النفسية ، كما هي قائمة من الحاضر ، يقصد تشخيصها وكشف جوانبها وتحديد العلاقات بين عناصرها أو بينها وبين ظواهر تعليمية أو نفسية أو اجتماعية .

وتم إتباع الخطوات التالية :

- وصف موضوع الدراسة وصفا دقيقا من خلال جمع المعلومات الكافية .

- التحقق من المعلومات المجمعة حول موضوع الدراسة بالوصف الدقيق والتحليل ذو النتائج الجيدة اعتمادا على الظروف المصاغة والمحددة سابقا بغية استخلاص التعليمات ذات النتائج الجيدة .

3- مجتمع وعينة الدراسة الدراسة :

يعرفه " مورييس أنجرس " على انه (مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي تتركز عليها الملاحظات) ²

- يتكون مجتمع الدراسة بحثنا من الصحفيين المتخصصين في المجال الرياضي بإذاعة المسيلة والبالغ عددهم 9 حيث تم باختيار طريقة المسح لشامل لصغر حجم

4- أدوات جمع البيانات والمعلومات :

من اجل الإلمام بالموضوع من كل جوانبه تم استخدام أداة لجمع البيانات وهي : استمارة الاستبيان .

أ- الاستمارة الاستبائية :

¹ : علي عبد الواحد وافي ، مناهج البحث ، معجم العلوم الاجتماعية ، الهيئة المصرية للكتاب ، القاهرة، 1997، ص 592.

² : مورييس أنجرس : منهجية البحث العلمي ، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون ، دار الفصبة للنشر ، الجزائر 2004، ص 289.

يعرف على أنها أداة من أدوات الحصول على الحقائق والمعلومات فيتم جمع هذه البيانات عن طريق الاستبيان من خلال وضع استمارة الأسئلة ، ومن بين مزايا هذه الطريقة ، الاقتصاد في الجهد والوقت كما أنها تساهم في الحصول على

البيانات من العينات في اقل وقت بتوفير شروط صدق وثبات وموضوعية .¹

وبواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع والتأكد من معلومات عليها لكنها غير مدعمة بحقائق .² لقد استعملنا من اجل الوصول إلى الحقيقة ، الاستبيان موجه إلى الصحفيين في المجال الرياضي كي نحصل على اكبر عدد من المعلومات وللتأكد من صحة الفرضيات بعد تحليل النتائج ، وإعطاء اقتراحات وتوضيحات لفتح المجال أمام الدراسات أخرى أكثر تعمقا في هذا الموضوع .

وتنقسم استمارة الاستبيان لموضوع بحثنا إلى أربع محاور :

محور : متعلق بالمعلومات والبيانات الشخصية .

المحور الأول : مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في اختيار الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة لمواضيع البرامج

يتضمن الأسئلة : من رقم 1 إلى 9

المحور الثاني : مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في انتقاء الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة لضيوف البرامج

يتضمن الأسئلة : من رقم 10 إلى 18 .

المحور الثالث : تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة تفاعل الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة مع الجماهير

يتضمن الأسئلة : من رقم 19 إلى 27 .

ب- الشروط العلمية للأداة :

• **الصدق :**

يقصد بالصدق " شمول الاستبيان لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل وفي وضوح فقراتها ومفرداتها بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها " .³

وللتأكد من صدق أداة الدراسة قمنا باستخدام صدق المحكمين كأداة للتأكد من أن الاستبيان بقيس ما أعده له حيث قمنا بتوزيع الاستبيان على عدد من الأساتذة من قسم الإعلام والاتصال الرياضي وبعتماد الملاحظات والتوجيهات التي أبدتها المحكمون ، وكذلك الملاحظات التي قدمها لنا بعض الصحفيون المبحوثون باعتبارهم دكاترة في الإعلام الرياضي، قمنا بإجراء التعديلات التي اتفق عليها معظم المحكمين ، حيث تم حذف بعض العبارات والأسئلة وتغيير صياغة بعضها الأخر .

5- إجراءات التطبيق الميداني للأداة :

¹ حسن احمد الشافعي ورضوان واحمد مرسللي ، مبادئ البحث العلمي في التربية البدنية والرياضية ، منشأة المعارف ، الإسكندرية ، (بس)ن ص205.

² فوزي عبد الله العكش : البحث العلمي المناهج والإجراءات ، مطبعة العين الحديثة ، ب ط ، العين ، الإمارات العربية المتحدة ، 1986، ص201.

³ فاطمة عوض صابر ، ميرفت على خفاجة ، أسس البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية ، ط 1، مصر، 2002 ، ص 167.

في دراستنا حول موضوع " مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تحسين أداء الصحفي الرياضي بالإذاعة الجزائرية في المسيلة دراسة ميدانية بالإذاعة الجزائرية من المسيلة، توجهنا الى اذاعة الجزائر من المسيلة حيث تم توزيع المباشر للاستبيان للأفراد المعنية وهم الصحفيين الرياضيين وكل المشرفين على البرامج الرياضية، من اجل تشخيص وجمع الأفكار والمعلومات والتحقق من الفرضيات ، وبعد أن تم الإجابة عن أسئلة الاستبيان استرجعنا الاستثمارات للعرض والتحليل والنقاش .

6- الأساليب الإحصائية :

لغرض الخروج بنتائج موثوق بها علميا استخدمنا الطريقة الإحصائية لبحثنا ، ليكون الإحصاء هو الوسيلة والأداة الحقيقة التي نعالج بها النتائج على أساس فعلي يستند عليها في البحث والاستقصاء حيث استخدمنا :
 - النسبة المئوية : بما أن البحث كان مختصرا على البيانات التي يحتويها الاستبيان فقد وجد أن أفضل وسيلة إحصائية لمعالجة النتائج المتحصل عليها هو استخدام النسبة المئوية .

- طريقة استخدامها : النسب المئوية تساوي ¹: عدد التكرارات / 100x / العينة .

$$ع \longleftarrow \%100 \times$$

$$ت \longleftarrow س$$

$$س : ت / 100x / ع$$

$$ت : عدد التكرارات$$

$$س : النسبة المئوية$$

$$ع : عدد العينة$$

¹ : عبده علي : صيف السامرائي : طرق الإحصاء في التربية البدنية والرياضية ، بدون طبعة ، جامعة بغداد ، 1977 ، ص75.

خلاصة :

يمكن اعتبار هذا الفصل الذي تناولنا فيه منهجية البحث ، من بين أهم الفصول التي ضمتها دراستنا هذه ، لأنه يحتوي على أهم العناصر الأساسية التي قادتنا إلى احتواء أهم المتغيرات والعوامل التي كان بالإمكان أن تعيق السير الحسن لهذه الدراسة .

إن هذا الفصل يعتبر بمثابة الدليل أو المرشد الذي ساعدنا على تخطي كل الصعوبات ، وبالتالي الوصول إلى تحقيق البحث تحقيق أهداف البحث بسهولة كما تناولنا فيه أهم العناصر التي تهتم دراستنا بشكل كبير منها متغيرات البحث ، المنهج المتبع ، أدوات البيانات الخ من العناصر التي يعتمد عليها أي باحث في الجانب التطبيقي لدراسته .

الفصل الرابع : عرض النتائج وتفسيرها ومناقشتها

تمهيد

1- عرض النتائج

2- مناقشة النتائج على ضوء الفرضيات

خلاصة

تمهيد :

تعتبر عملية جمع النتائج وعرضها من الخطوات التي تلزم الباحث على القيام بها من أجل التحقق صحة الفرضيات أو عدم صحتها، ولكن الخلفية النظرية وحدها غير كافية للخروج بنتيجة ذات دلالة علمية، وإنما يجب على الباحث أن يقوم بعملية التحليل ومناقشة هذه النتائج حتى تصبح لها قيمة علمية وتعود بالفائدة على البحث بصفة عامة ومن خلال هذا الفصل سنقوم بعرض وتحليل ومناقشة النتائج التي تم جمعها والتحصيل عليها من خلال الدراسة الميدانية التي أجريت على الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة ، وسنحاول من خلال هذا الفصل إعطاء بعض التحاليل والاستنتاجات لإزالة الغموض المطروح خلال الدراسة، والتي يجب الحرص على أن تكون مصاغة بطريقة منظمة حتى تمكننا من توضيح مختلف الأمور المتعلقة بذلك.

فلقد حرصنا أن تتم العملية بطريقة علمية ومنظمة، حيث سنقوم بعرض النتائج المسجلة في جداول ومعالجتها بطريقة إحصائية لنقدم من خلالها تحليل لهذه النتائج، وبالتالي الخروج باستنتاج لكل سؤال من أسئلة الاستبيان. والهدف الرئيسي من هذا الفصل تحويل النتائج الميدانية إلى نتائج ذات قيمة علمية وعملية منظمة يمكن الاعتماد عليها في إتمام هذه الدراسة وبلوغ مقاصدها.

1- عرض النتائج:

√ البيانات الشخصية :

● الجنس :

- الجدول رقم 02: يوضح عدد الذكور والإناث

التكرارات	الجنس
09	ذكر
00	انثى
09	المجموع

● السن :

الجدول رقم 03 : يوضح سن الصحفيين

التكرارات	الاحتمالات
00	25-20
00	20-26
02	35-31
02	40-36
05	41+
09	المجموع

التخصص العلمي : 03 صحفيي .نتخصص دكتوراه إعلام رياضي، و 06 إعلام واتصال

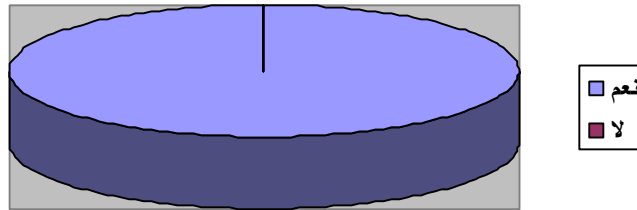
● الترتيب على السلم الوظيفي 09 صحفيين

٧ المحور الأول :مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في اختيار الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة لمواضيع البرامج :

السؤال الأول : هل لديك حساب على أي من شبكات التواصل الاجتماعي - تويتر - فيس بوك - ماي سبيس - يوتيوب ؟

الغرض من السؤال : معرفة ما إذا كان الصحفي الرياضي بالإذاعة يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي
الجدول رقم 04 : يبين الصحفيين الرياضيين الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي .

النسب المئوية	التكرارات	الاحتمالات
%100	09	نعم
%00	00	لا
%100	09	المجموع



شكل رقم 01: تمثيل بياني يوضح استخدام الصحفيين الرياضيين بالإذاعة لشبكات التواصل الاجتماعي

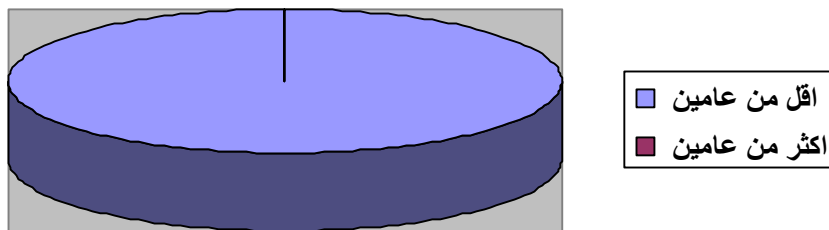
مناقشة الجدول رقم 04:

يبين الجدول أن نسبة 100 % من الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي .
ومنه نستنتج أن كل الصحفيين الرياضيين بالإذاعة يملكون حسابات على شبكات التواصل الاجتماعي ويعرفون معنى التواصل الاجتماعي عبر الانترنت .

السؤال الثاني : إذا كانت إجابتك "نعم" منذ متى و أنت مشترك في هذه شبكات التواصل الاجتماعي ؟
الغرض من السؤال : معرفة أقدمية الصحفيين الرياضيين بالاذاعة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي .

الجدول رقم 05 : يوضح أقدمية الصحفي الرياضي بالإذاعة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

النسب المئوية	التكرارات	الاحتمالات
00%	09	اقل من عامين
100%	00	أكثر من عامين
100%	09	المجموع



شكل رقم 02 : تمثيل بياني يوضح أقدمية استخدام الصحفيين الرياضيين بالإذاعة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

مناقشة الجدول رقم 03 :

يبين الجدول أن نسبة 100 % من الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي أكثر من عامين .

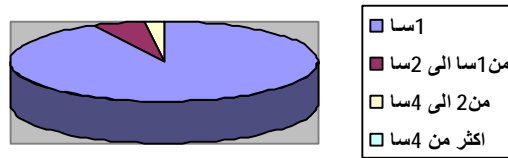
منه نستنتج أن كل الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة لديهم اقدمية كبيرة فيما يخص استخدام شبكات التواصل الاجتماعي .

السؤال الثالث : ما هي المدة التي تقضيها يوميا وأنت تستخدم هذه شبكات التواصل الاجتماعي ؟

الغرض من السؤال : معرفة المدة التي يقضيها الصحفي الرياضي يوميا في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي .

الجدول رقم 06: يوضح المدة التي يقضيها الصحفي الرياضي يوميا في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
1سا	50	55,56%
من 1سا إلى 2سا	03	33,33%
من 2 إلى 4سا	01	11,11%
أكثر من 4سا	00	00%
المجموع	09	100%



شكل رقم 03: تمثيل بياني يوضح المدة التي يقضيها الصحفي الرياضي بالإذاعة يوميا في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي .

مناقشة نتائج الجدول رقم 06 :

يبين الجدول أن نسبة 55,56% من الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي لمدة ساعة واحدة في اليوم ، و نسبة 33,33% منهم يستخدمونها مدة ما بين ساعة واحد وساعتين في اليوم ، إما الباقي وهي نسبة 11,11% يستخدمونها لمدة تتراوح ما بين ساعتين وأربع ساعات في اليوم .

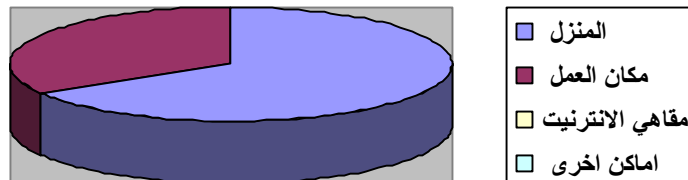
منه نستنتج إن اغلب الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بعقلانية و دون إدمان حيث أنهم يستخدمونها لمدة قصيرة في اليوم لمدة قصيرة .

السؤال الرابع : أين تقوم باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي ؟

الغرض من السؤال: معرفة المكان الذي يقوم فيه الصحفي الرياضي بالإذاعة باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم 07: يبين مكان استخدام الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة لشبكات التواصل الاجتماعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
المنزل	06	66,67%
مكان العمل	03	33,33%
مقاهي الانترنت	00	00%
أماكن أخرى	00	00%
المجموع	09	100%



شكل رقم 04: تمثيل بياني يوضح مكان استخدام الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة لشبكات التواصل الاجتماعي

مناقشة نتائج الجدول رقم 07:

يبين الجدول أن نسبة 66,67% من الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي المنزلي، و نسبة 33,33% منهم يستخدمونها في مكان العمل .

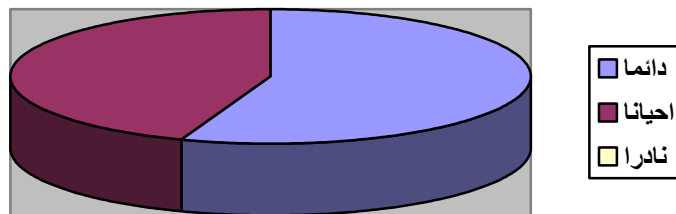
منه نستنتج أن اغلب الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في اكثر الاماكن التي يتواجدون بها مثل البيت او العمل اي في حدود المعقول .

السؤال الخامس : هل تعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي في عملك ؟

الغرض من السؤال : معرفة ما إذا الصحفي الرياضي يعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي في العمل.

الجدول 08 : يوضح ما إذا كان الصحفي الرياضي يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي في العمل

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	05	55,56%
أحيانا	04	44,44%
نادرا	00	00%
المجموع	09	100%



شكل رقم 05: تمثيل بياني يوضح استخدام الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العمل.

مناقشة نتائج الجدول رقم 08:

يبين الجدول أن نسبة 88,89% من الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في العمل أحيانا ، و نسبة 11,11% منهم يستخدمونها في مكان العمل نادرا .

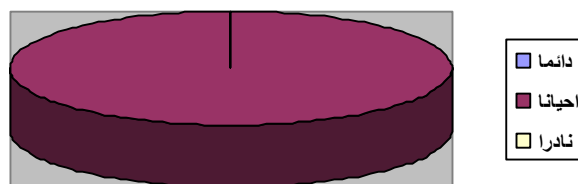
منه نستنتج أن اغلب الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي أثناء تواجدهم في مكان العمل الذي هو الاذاعة اي يستفيدون منها في العمل الاعلامي .

السؤال السادس : هل تستعين بشبكات التواصل الاجتماعي اختيار مواضيع البرامج التي تعدها ؟

الغرض من السؤال : معرفة ما إذا كان الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة يستعين بشبكات التواصل الاجتماعي في اختيار مواضيع البرامج .

الجدول 09: يوضح ما إذا كان الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة يستعين بشبكات التواصل الاجتماعي في اختيار مواضيع البرامج .

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	00	%00
أحيانا	09	%100
نادرا	00	%00
المجموع	09	%100



الشكل رقم 06 : تمثيل بياني يوضح استعانة الصحفي الرياضي بشبكات التواصل الاجتماعي في اختيار مواضيع .

مناقشة نتائج الجدول رقم 09:

يبين الجدول أن نسبة 100% من الصحفيين الرياضيين باذاعة المسيلة أحيانا ما يستعينون بشبكات التواصل الاجتماعي في اختيار مواضيع البرامج .

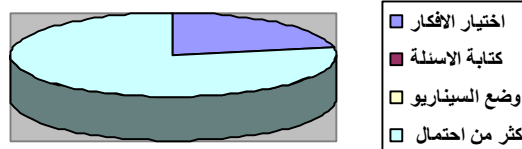
منه نستنتج أن شبكات التواصل الاجتماعي تستخدم في اختيار المواضيع لاذاعة حيث ان اغلب الصحفيين الرياضيين بالإذاعة يستعينون بها أحيانا في اختيار مواضيع البرامج .

السؤال السابع : كيف تستعين بشبكات التواصل الاجتماعي في اختيار مواضيع البرامج الرياضية ؟

الغرض من السؤال : معرفة كيفية استعانة الصحفي الرياضي بشبكات التواصل الاجتماعي في اختيار مواضيع البرامج

الجدول رقم 10: يوضح كيفية استعانة الصحفي الرياضي بشبكات التواصل الاجتماعي في اختيار مواضيع البرامج

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
اختيار الأفكار	02	22,22%
كتابة الأسئلة	00	00%
وضع السيناريو	00	00%
أكثر من احتمال	07	77,78%
المجموع	09	100%



شكل رقم 07 : تمثيل بياني يوضح كيفية استعانة الصحفي الرياضي بشبكات التواصل الاجتماعي في اختيار مواضيع البرامج

مناقشة نتائج الجدول رقم 10:

يبين الجدول أن نسبة 77,78% من الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يستعينون بشبكات التواصل الاجتماعي في اختيار الأفكار و وضع السيناريو و كتابة الأسئلة ، أما 22,22% في ستعينون بشبكات التواصل الاجتماعي في اختيار الأفكار فقط .

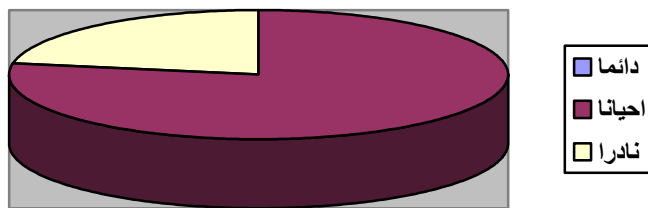
منه نستنتج أن شبكات التواصل الاجتماعي تساهم في اختيار مواضيع البرامج من خلال اختيار الاقكار و وضع السيناريو و كتابة الأسئلة أيضا .

السؤال الثامن: هل تستعين بشبكات التواصل الاجتماعي في إعداد البرامج الرياضية التي تقدمها ؟

الغرض من السؤال : معرفة ما إذا كان الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة يستعين بشبكات التواصل الاجتماعي في إعداد البرامج الرياضية .

الجدول رقم 11: يوضح استعانة الصحفي الرياضي بشبكات التواصل الاجتماعي في إعداد البرامج الرياضية .

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	00	00%
أحيانا	07	77,78%
نادرا	02	22,22%
المجموع	09	100%



الشكل رقم 08 : تمثيل بياني يوضح استعانة الصحفي الرياضي بشبكات التواصل الاجتماعي في إعداد البرامج الرياضية .

مناقشة نتائج الجدول رقم 11:

يبين الجدول أن نسبة 77,78% من الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يستعينون أحيانا بشبكات التواصل الاجتماعي في اختيار مواضيع البرامج ، و نسبة 22,22% منهم نادرا ما يستعينون بها في اختيار مواضيع البرامج .
منه نستنتج أن اغلب الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يستعينون أحيانا بشبكات التواصل الاجتماعي إعداد البرامج الرياضية .

السؤال التاسع : في رأيك كيف تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في إعداد البرامج الرياضية ؟

الغرض من السؤال : معرفة كيفية مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في إعداد البرامج الرياضية .

لقد أجمعت الآراء على أن شبكات التواصل الاجتماعي تساهم في إعداد البرامج الرياضية من خلال تقديم الأفكار وبعض المعلومات الرياضية .

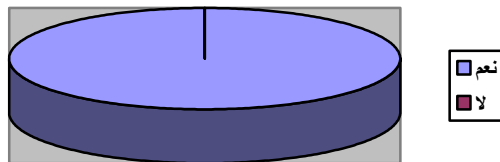
V المحور الثاني : مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في انتقاء الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة للمصادر؟

السؤال العاشر : هل سبق ونقلت ومعلومة أو خبر مصدرها شبكات التواصل الاجتماعي ؟

الغرض من السؤال : معرفة ما إذا كان الصحفي الرياضي بالإذاعة قد نقل خبر مصدره شبكات التواصل الاجتماعي

الجدول 12: يوضح نقل الصحفي لمعلومة أو خبر مصدره شبكات التواصل الاجتماعي .

النسب المؤية	التكرارات	الاحتمالات
100%	09	نعم
00%	00	لا
100%	09	المجموع



الشكل رقم 09 : تمثيل بياني يوضح نقل الصحفي لمعلومة أو خبر مصدره شبكات التواصل الاجتماعي .

مناقشة الجدول رقم 04:

يبين الجدول أن نسبة 100 % من الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسئلة سبق ونقلوا معلومة واخبر مصدره شبكات التواصل الاجتماعي.

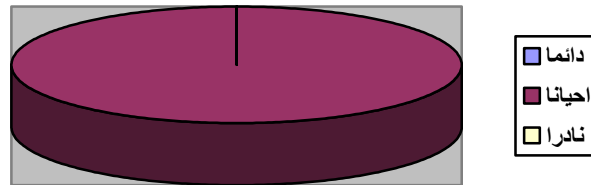
ومنه نستنتج أن شبكات التواصل الاجتماعي امتدت فيما سبق الصحفيين الرياضيين بإذاعة بالاحبار والمعلومات.

السؤال الحادي عشر : إذا كانت إجابتك "نعم" هل تقوم بذلك ؟

الغرض من السؤال : معرفة ما إذا كان الصحفي الرياضي بنقل المعلومات و الأخبار التي مصدرها شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم 13: يوضح استمرارية نقل الصحفي الرياضي بالإذاعة لنقل المعلومات التي مصدرها شبكات التواصل الاجتماعي .

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
00%	00	دائما
100%	09	أحيانا
00%	00	نادرا
100%	09	المجموع



الشكل رقم 08 : تمثيل بياني يوضح استمرارية نقل الصحفي الرياضي لإذاعة المسئلة لنقل المعلومات والأخبار التي مصدرها شبكات التواصل الاجتماعي .

مناقشة نتائج الجدول رقم 13:

يبين الجدول أن نسبة 100% من الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يقومون أحيانا بنقل المعلومة والخبر الذي مصدره شبكات التواصل الاجتماعي .

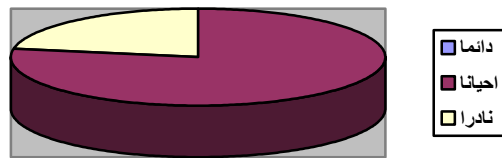
منه نستنتج أن جل الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يستفيدون أحيانا من شبكات التواصل الاجتماعي في معلومات نقل المعلومات والأفكار.

السؤال الثاني عشر : هل تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي مصدرا موثوقا من المعلومات ؟

الغرض من السؤال : معرفة ما إذا كان الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة يعتبر شبكات التواصل الاجتماعي مصدرا موثوقا للمعلومات والأخبار ؟

الجدول 14: يوضح ما إذا ما كان الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة يعتبر شبكات التواصل الاجتماعي مصدرا موثوقا للمعلومات والأخبار .

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	00	%00
أحيانا	07	%77,78
نادرا	02	%22,22
المجموع	09	%100



الشكل رقم 11: تمثيل بياني يوضح ما إذا كان الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة يعتبر شبكات التواصل الاجتماعي مصدرا موثوقا للمعلومات والأخبار .

مناقشة الجدول رقم 14 :

توضح لنا نتائج الجدول أن نسبة 77,78 % من الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يعتبرون شبكات التواصل الاجتماعي مصدرا موثوقا للمعلومات والأخبار ، ونسبة 22,22% منهم لا يعتبرون شبكات التواصل الاجتماعي مصدرا موثوقا للمعلومات والأخبار .

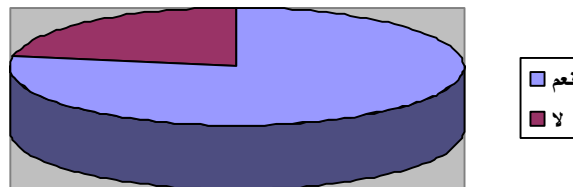
ومنه نستنتج أن شبكات التواصل الاجتماعي يمكن ان تكون احيانا مصدر موثوق للمعلومات والأخبار .

السؤال الثالث عشر : هل هناك معايير تحترمها عندما تستقي المعلومات ز الأخبار من شبكات التواصل الاجتماعي؟

الغرض من السؤال : معرفة ما إذا كانت هناك معايير يحترمها الصحفي الرياضي بالإذاعة عندما يستقي المعلومات التواصل الاجتماعي .

الجدول 15: يوضح ما إذا كانت هناك معايير يحترمها الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة عندما يستقي المعلومات من شبكات التواصل الاجتماعي .

النسب المؤية	التكرارات	الاحتمالات
%77,78	07	نعم
%22,22	02	لا
%100	09	المجموع



الشكل رقم 12: تمثيل بياني يوضح ما اذا كان الصحفي الرياضي بالإذاعة يحترم معايير معينة في استقاء المعلومات من شبكات التواصل الاجتماعي.

مناقشة الجدول رقم 15 :

تبين لنا نتائج الجدول أن نسبة 77,78% من الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يحترمون معايير معينة عند استقائهم للمعلومات والأخبار من شبكات التواصل الاجتماعي ، في حين نجد نسبة 22,22% لا يحترمون أي معايير وذلك لأنهم لا يستقون المعلومات من شبكات التواصل الاجتماعي .

منه نستنتج أنه يوجد معايير يحترمها الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة حين يستقي المعلومات والأخبار من شبكات التواصل الاجتماعي .

السؤال الرابع عشر : إذا كانت إجابتك "نعم" اذكرها ؟

الغرض من السؤال : معرفة المعايير التي يحترمها الصحفي الرياضي بالإذاعة عندما يستقي المعلومات والأخبار من شبكات التواصل الاجتماعي .

اجمع الصحفيون على أن المعيار الأفضل للتأكد من صحة المعلومة المستمدة من شبكات التواصل الاجتماعي هو التحقق من مصدر المعلومة بشكل جيد

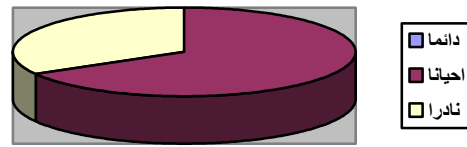
السؤال الخامس عشر : هل تستعين بشبكات التواصل الاجتماعي في انتقاء مصادر و ضيوف البرامج الرياضية ؟

الغرض من السؤال : معرفة ما إذا كان الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة يعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي في انتقاء مصادر و ضيوف البرامج الرياضية .

الجدول 16: يوضح استعانة الصحفي الرياضي بالإذاعة بشبكات التواصل الاجتماعي في انتقاء المصادر

الضيوف .

النسبة المؤية	التكرار	الاحتمالات
00%	00	دائما
66,67%	08	أحيانا
33,33%	01	نادرا
100%	09	المجموع



الشكل رقم 13 تمثيل بياني يوضح استعانة الصحفي الرياضي بالإذاعة بشبكات التواصل الاجتماعي في انتقاء و الضيوف

مناقشة نتائج الجدول رقم 16 :

تشير نتائج الجدول أن نسبة 66.67% من الصحفيين الرياضيين بالإذاعة يستعينون أحيانا على شبكات التواصل الاجتماعي في انتقاء مصادر ضيوف البرامج الرياضي ، بينما نسبة 33,33% منهم نادرا ما يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي في انتقاء الضيوف .

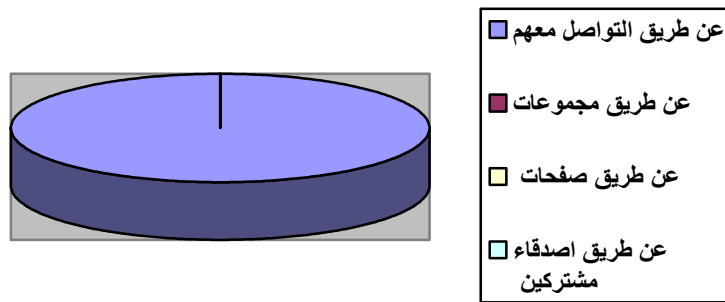
ومنه نستنتج أن شبكات التواصل الاجتماعي تساهم أحيانا في انتقاء الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة للمصادر وضيوف البرامج .

السؤال السادس عشر : كيف تستعين بشبكات التواصل الاجتماعي في انتقاء المصادر و الضيوف ؟

الغرض من السؤال : معرفة كيفية استعانة الصحفي بشبكات التواصل الاجتماعي في اختيار المصادر و الضيوف.

الجدول رقم 17: يوضح كيفية استعانة الصحفي الرياضي بالإذاعة في اختيار المصادر الضيوف.

الاحتمالات	التكرارات	النسب المئوية
عن طريق الرسائل	09	100%
عن طريق مجموعات	00	00%
عن طريق صفحات	00	00%
عن طريق أصدقاء مشتركين	00	00%
المجموع	09	100%



الشكل رقم 14 : تمثيل بياني يوضح كيفية استعانة الصحفي الرياضي بالإذاعة بشبكات التواصل في اختيار الضيوف

مناقشة الجدول رقم 17 :

تبين لنا نتائج الجدول أن نسبة 100% من الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة الذين يستعينون شبكات التواصل الاجتماعي في انتقاء الضيوف ، يقومون بذلك عن طريق الرسائل .

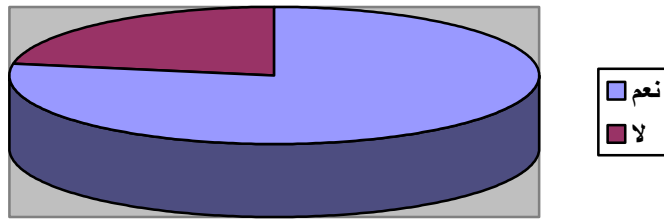
ومنه نستنتج أن مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في انتقاء الصحفيين الرياضيين بالإذاعة الضيوف وذلك عن طريق الرسائل .

السؤال السابع عشر : هل تعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي للتواصل مع المصادر و الضيوف ؟

الغرض من السؤال : معرفة إمكانية اعتماد الصحفي الرياضي على شبكات التواصل الاجتماعي للتواصل مع المصادر الضيوف.

الجدول رقم 18: يوضح اعتماد الصحفي الرياضي على شبكات التواصل الاجتماعي للتواصل مع المصادر والضيوف.

النسب المؤية	التكرارات	الاحتمالات
77,78%	07	نعم
22,22%	02	لا
100%	09	المجموع



الشكل رقم 15 : تمثيل بياني يوضح اعتماد الصحفي الرياضي بالإذاعة على شبكات التواصل الاجتماعي للتواصل مع الضيوف .

مناقشة الجدول رقم 18 :

تبين لنا نتائج الجدول أن نسبة 77,78% من الصحفيين الرياضيين بإذاعة يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي في التواصل مع الضيوف ، و نسبة 22,22% لا يعتمدون عليها في التواصل مع الضيوف .

منه نستنتج أن لشبكات التواصل الاجتماعي دور كبير في تواصل الصحفيين الرياضيين بالإذاعة مع المصادر الضيوف .

السؤال الثامن عشر : في رأيك ماهي أكثر الشبكات التي يمكن الاستعانة بها في اختيار المواضيع؟

الغرض من السؤال : معرفة أكثر شبكة يمكن الاستعانة بها من طرف الصحفي الرياضي بالإذاعة لاختيار المواضيع والسبب .

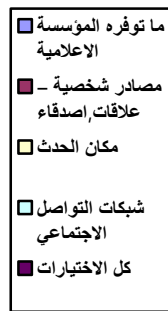
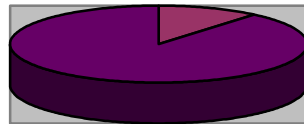
اغلب الصحفيين يعتبرون أن الفيس بوك هو أكثر موقع يمكن الاستعانة بها في اختيار المواضيع والسبب هو أن الفيس بوك هو الأكثر شعبية ويعتبر احد أقدم المواقع ، وكذلك التطبيقات التي يوفرها لكن صحفي واحد رأى أن كل المواقع لها نفس الأفضلية .

المحور الثالث : مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة تفاعل الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة مع الجمهور.

السؤال التاسع عشر : من خلال تغطيتك لحدث ما تحاول الحصول على المعلومات والتفاصيل من ؟

الغرض من السؤال : معرفة المصادر التي يعتمد عليها الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة في تغطية الأحداث .
الجدول 19: يوضح المصادر التي يعتمد عليها الصحفي الرياضي بالإذاعة في تغطية الأحداث .

النسب المئوية	التكرارات	الاحتمالات
00%	00	ما توفره المؤسسة الإعلامية
11,11%	01	مصادر شخصية - علاقات، أصدقاء
00%	00	مكان الحدث
00%	00	شبكات التواصل الاجتماعي
88,89%	08	كل الاختيارات
100%	09	المجموع



الشكل رقم 16 : تمثيل بياني يوضح المصادر التي يعتمدها الصحفي الرياضي بالإذاعة في تغطية الأحداث

مناقشة الجدول 19 :

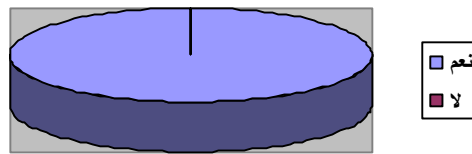
يوضح الجدول أن نسبة 88,89% من الصحفيين الرياضيين بالإذاعة يعتمدون كل ما توفره المؤسسة الإعلامية ومصادرهم الشخصية وكذلك مواقع التواصل الاجتماعي و أيضا مكان الحدث مصادر لتغطية الأحداث، في حين نجد أن نسبة متساوية 11,11% منهم يعتمدون على مصادرهم الشخصية من علاقات وأصدقاء .
و منه نستنتج بأنه يوجد تعدد في المصادر التي يمكن للصحفيين الرياضيين بالإذاعة الاعتماد عليها في تغطية الأحداث الرياضية ومن هذه المصادر نجد شبكات التواصل الاجتماعي في .

السؤال العشرون : هل تتفاعل مع جمهور برامجك الرياضية عبر شبكات التواصل الاجتماعي ؟

الغرض من السؤال : معرفة ما إذا كان الصحفي الرياضي بالإذاعة يتفاعل مع الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

الجدول 20: يوضح تفاعل الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة مع الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

النسب المئوية	التكرارات	الاحتمالات
%100	09	نعم
%00	00	لا
%100	09	المجموع



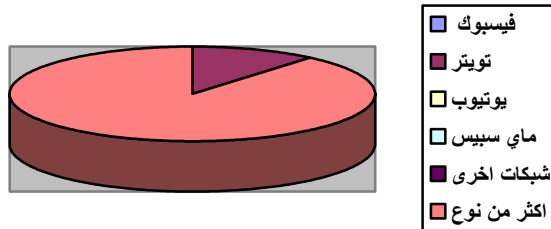
الشكل رقم 17 : تمثيل بياني يوضح تفاعل الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة مع الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي

مناقشة الجدول رقم 20 :

يتضح أن نسبة 100% من الصحفيين الرياضيين بالإذاعة يتفاعلون مع الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي .
 ومنه نستنتج أن شبكات التواصل الاجتماعي خلقت فضاءً واسعاً وسهلت عملية التواصل و التفاعل مع الجمهور.
 السؤال الواحد والعشرون : إذا كانت إجابتك "نعم" ماهي الشبكات التي تستعملها للتواصل مع الجمهور ؟
 الغرض من السؤال : معرفة الشبكات التي يستعملها الصحفي الرياضي بإذاعة المسلة في التفاعل مع الجمهور .
 الجدول 21: يوضح الشبكات التي يستعملها الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة في التفاعل مع الجمهور.

النسب المئوية	التكرارات	الاحتمالات
%88,89	08	فيسبوك
%00	00	تويتر
%00	00	يوتيوب
%00	00	ماي سبيس

شبهات أآرى	00	%00
أآثر من نوع	01	%11,11
المآموع	09	%100



الشكل رقم 18: تمثيل بياني يوضح الشبهات التي يستعملها الصحفي الرياضي بالإذاعة في التفاعل مع الجمهور.

مناقشة الجدول رقم 21 :

تشير لنا نتائج الجدول أن نسبة 88,89% من الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يستخدمون الفيس بوك ، بينما نسبة 11,11% منهم يستخدمون أكثر من نوع من شبكات التواصل الاجتماعي للتواصل مع الجمهور . ومنه نستنتج أن الفيسبوك هو أكثر المواقع التي تساعد في التواصل مع الجمهور حيث يستعين بها اغلب الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة في عملية التفاعل .

السؤال الثاني وعشرون : ماهي البرامج التي تستعمل فيها شبكات التواصل الاجتماعي للتفاعل مع الجمهور ؟
الغرض من السؤال : معرفة البرامج التي يستعمل فيها الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة شبكات التواصل الاجتماعي للتفاعل مع الجمهور .

لقد أجاب ثلاث صحفيين على هذا السؤال باعتبارهم مقدمين و معدنين للبرامج الرياضية بالإذاعة أما الآخرين فهم صحفيين متعاونين فقط لايقدمون البرامج الرياضية ، حيث كانت إجابة الصحفيين الثلاثة بأنهم يعتمدون عليهم في البرامج الآتية :

ن ركن الصباح الرياضي

ن الأستوديو الرياضي

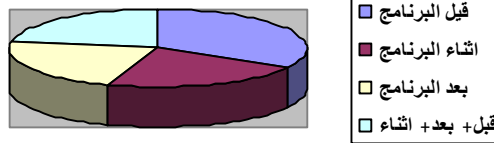
ن الحصاد الرياضي

ن بكل روح رياضية

السؤال الثالث والعشرون : هل تتفاعل مع الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟
الغرض من السؤال : معرفة وقت تفاعل الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة مع الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

الجدول رقم 22: يوضح وقت تفاعل الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة مع الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
قبل البرنامج	07	77,78%
أثناء البرنامج	00	00%
بعد البرنامج	00	00%
قبل + بعد + أثناء	02	22,22%
المجموع	09	100%



الشكل رقم 19 : تمثيل بياني يوضح وقت تفاعل الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة مع الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

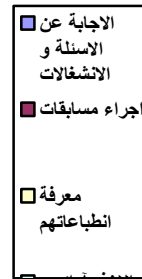
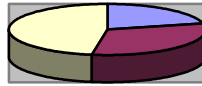
مناقشة الجدول رقم 22:

توضح لنا نتائج الجدول أن نسبة، 77,78% من الصحفيين يتواصلون مع الجمهور قبل البرنامج، بينما نسبة 22,22% منهم يتواصلون مع الجمهور قبل وبعد وأثناء البرنامج .
ومنه نستنتج أن اغلب الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة الجهوية يدخلون البرامج الرياضية مهئين حيث يتواصلون قبل البرنامج مع الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي و ذلك لأخذ اهتمامهم بعين الاعتبار .

السؤال الرابع والعشرون : كيف تتفاعل مع جمهور برنامجك الرياضي عبر شبكات التواصل الاجتماعي ؟
الغرض من السؤال : معرفة كيفية تفاعل الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة مع الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

الجدول 23 : يوضح كيفية تفاعل الصحفي الرياضي بالإذاعة مع الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

النسبة المؤية	التكرار	الاحتمالات
44,45%	04	الإجابة عن الأسئلة و الانشغالات
00%	00	إجراء مسابقات
33,33%	03	معرفة انطباعاتهم
22,22%	02	الأخذ بآرائهم واقتراحاتهم
100%	09	المجموع



الشكل رقم 20 : تمثيل بياني يوضح كيفية تفاعل الصحفي الرياضي بالإذاعة مع الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

مناقشة الجدول رقم 23 :

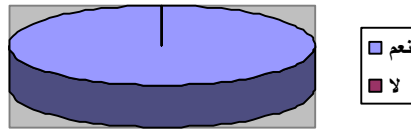
تشير لنا نتائج الجدول أن نسبة 44,45% من الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يتفاعلون مع الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي بالإجابة عن الأسئلة والانشغالات ، في حين نجد أن نسبة 33,33% يتفاعلون مع الجمهور عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي وذلك معرفة انطباعاتهم حول البرنامج ، بينما تشير نسبة 22,22% من الصحفيين الرياضيين بالإذاعة يستعملون شبكات التواصل الاجتماعي في الأخذ بآرائهم واقتراحات الجمهور .

و منه نستنتج ان شبكات التواصل الاجتماعي تساهم في العملية التفاعلية بين الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة وبين الجمهور الرياضي وذلك من خلال الإجابة على اسئلتهم وانشغالاتهم .

السؤال الخامس والعشرون: هل تعمل بنصائح جمهور برنامجك الرياضي عبر شبكات التواصل الاجتماعي ؟
الغرض من السؤال : معرفة ما إذا كان الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة يعمل بنصائح الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

الجدول رقم 24 : يوضح ما إذا كان الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة يعمل بنصائح الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

النسب المؤية	التكرارات	الاحتمالات
%100	09	نعم
%00	00	لا
%100	09	المجموع



الشكل رقم 21 : تمثيل بياني يوضح ما إذا كان الصحفي الرياضي بالإذاعة يعمل بنصائح الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

مناقشة الجدول رقم 24 :

تشير لنا نتائج الجدول أن نسبة 100% من الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يعملون بنصائح آراء واقتراحات الجمهور التي يقدمونها عبر شبكات التواصل الاجتماعي .
و منه نستنتج إن شبكات التواصل الاجتماعي تساعد الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة على الاستفادة من افكار وخبرات الجمهور وذلك من خلال الأخذ بأرائهم و اقتراحاتهم .

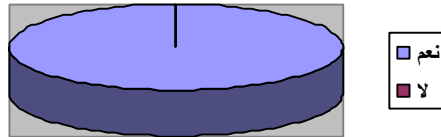
السؤال السادس والعشرون : هل تلي طلبات جمهور برامجك الرياضية عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

الغرض من السؤال : معرفة ما إذا كان الصحفي الرياضي بالإذاعة يلي طلبات الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

الجدول رقم 25 : يوضح ما إذا كان الصحفي الرياضي بالإذاعة يلي طلبات الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

النسب المؤية	التكرارات	الاحتمالات
--------------	-----------	------------

%100	09	نعم
%00	00	لا
%100	09	المجموع



الشكل رقم 22 : تمثيل بياني يوضح ما إذا كان الصحفي الرياضي بالإذاعة يلي طلبات الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

مناقشة الجدول رقم 24 :

تشير لنا نتائج الجدول أن نسبة 100% من الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يلبون طلبات الجمهور التي يقدمونها عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

و منه نستنتج أن شبكات التواصل الاجتماعي تساهم في معرفة الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة لاحتياجات ورغبات الجمهورى ومحاولة إشباعها .

السؤال السابع والعشرون : ماهي الانطباعات التي يقدمها لك الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي ؟
الغرض من السؤال : معرفة الانطباعات التي يقدمها الجمهور للصحفي الرياضي بالإذاعة عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

أجاب اغلب الصحفيين بان الانطباعات التي يقدمها لهم الجمهور تتمثل في بعض الانتقادات والآراء حول موضوع البرنامج .

2- مناقشة النتائج على ضوء الفرضيات :

2- 1- جاءت الفرضية الأولى فيما يلي :

§ - تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في اختيار الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة لمواضيع البرامج هذه الفرضية محققة من خلال عرض نتائج جداول المحور الأول وبالأخص نتائج الجداول التالية: "9 ، 10 ، 11" والسؤال رقم 12 وجاءت كالتالي :

- تشير نتائج الجدول 09 أن كل الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يستعينون أحيانا بشبكات التواصل الاجتماعي في اختيار مواضيع البرامج ، إضافة إلى الجدول رقم 20 الذي تشير نتائجه إلى أن اغلب الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يستعينون بشبكات التواصل الاجتماعي في اختيار الأفكار و وضع السيناريو و كتابة الأسئلة أيضا ، أما الجدول رقم 11 فان نتائجه كانت تشير إلى أن اغلب الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يستعينون أحيانا بشبكات التواصل الاجتماعي إعداد البرامج الرياضية ، وكذلك من خلال إجابة الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة على السؤال رقم 12 حيث اجمعوا على أن شبكات التواصل الاجتماعي تساهم في إعداد البرامج وذلك باختيار الأفكار والمواضيع ، وهذا ما يؤكد أن لشبكات التواصل الاجتماعي دور فعال في اختيار الصحفي لمواضيع البرامج الرياضية التي يعدها ، ويقابل ذلك الرقي والازدهار والنمو في المجال الإعلامي الرياضي ، وهذا ما أكدده الباحث بلبالي مصطفى" من خلال نتائج دراسته التي أثبتت بأن معظم الصحفيين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أثناء ممارستهم لمهنة الصحافة من خلال استقاء الأفكار والمعلومات وهذا ما يوضح أهمية مواقع شبكات التواصل لدى الصحفيين والمؤسسات الصحافية

كذلك الباحثة "صورية وهلة" أثبتت من خلال نتائج دراستها حول الدوافع وراء استخدام الصحفيين الجزائريين لشبكات التواصل الاجتماعية ما يساهم في الرفع من المستوى المهني للصحفي ، المبينة كالتالي:

ü جمع و الاطلاع على الأفكار و المعلومات و الأخبار بنسبة 67.14% .

ü الحوارات و النقاشات الفكرية بنسبة 55.7% .

2-2- تمثلت الفرضية الثانية فيما يلي :

- تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في انتقاء الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة لضيوف البرامج هذه الفرضية محققة من خلال عرض النتائج جداول المحور الثاني وبالأخص الجداول رقم 16 ، 17 ، 18 والإجابة على السؤال رقم 18 حيث وضحت ما يلي :

توضح لنا من خلال الجدول رقم 16 أن اغلب الصحفيين الرياضيين في الإذاعة يعتمدون أحيانا على شبكات التواصل الاجتماعي في انتقاء ضيوف البرامج الرياضية ، إضافة إلى الجدول 17 الذي يوضح أن كل الصحفيين الرياضيين بالإذاعة الذين يستعينون بشبكات التواصل الاجتماعي في انتقاء الضيوف يقومون بذلك عن طريق الرسائل ، أما الجدول رقم 18 فنتائجه تثبت أن معظم الصحفيين الرياضيين بالإذاعة يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي في التواصل مع الضيوف ، كذلك إجابة اغلب الصحفيين المبحوثين على السؤال رقم 18 بان الفيس بوك هو أكثر موقع يمكن الاستعانة به في اختيار مواضيع البرامج الرياضية ، وهذا من اجل التطبيقات التي

يوفرها وكذلك شعبيته ، مما يزيد من قيمة البرنامج .وهنا نتفق مع الباحثة "صورية ولهة" و الباحث "بوسكرة محمد" في نتائج دراستيهما والمتمثلة في :

- من دوافع استخدام الصحفي لشبكات التواصل الاجتماعي التواصل مع الزملاء و الأصدقاء واختيار المصادر الجيدة نسبة 85.7% وهذا ما يساهم في الرفع من المستوى المهني للصحفي كما هو مبين في الصفحة رقم
 - شخصية الصحفي تساهم الاختيار الجيد للضيوف البرامج مما يجعل البرامج الرياضية أكثر متابعة.....
- 3- تمثلت الفرضية الثالثة :

تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة تفاعل الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة الجماهير .

هذه الفرضية مؤكدة من خلال عرض نتائج الجداول المحور الثالث ، وخاصة الجداول رقم 20 ، 21 ، 22 ، 23 ، 24 ، والتي جاءت كالآتي :

ü معظم الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يستخدمون الفيس بوك للتواصل مع الجمهور .

ü معظم الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يستخدمون الفيس بوك للتواصل مع الجمهور .

ü اغلب الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة الجهوية يتواصلون قبل البرنامج مع الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي

ü اغلب الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في التفاعل مع الجمهور وذلك من خلال الإجابة عن الأسئلة والانشغالات

ü كل الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي للاستفادة من خبرات الجمهور وذلك من خلال الأخذ بآرائهم و اقتراحاتهم .

وهنا نتفق مع الباحث "وليد يوسف" في دراسته التي بين فيها من خلا بعض النتائج بان شبكات التواصل الاجتماعي أعطت فضاء واسعاً للتواصل مع الجمهور ومعرفة اهتماماته و لتؤخذ بعين الاعتبار في الكتابات الممارسة الصحفية

وكذلك الباحثة "صورية ولهة" من خلال نتائج دراستها والتي وجدت ان من دوافع استخدام الصحفي لمواقع التواصل الاجتماعي هو التفاعل مع الجمهور بنسبة 31% وهذا ما يساهم في الرفع من المستوى المهني للصحفي

4- مناقشة الفرضية العامة :

من خلال النتائج المتحصل عليها في الفرضيات الجزئية يمكننا القول بأن شبكات التواصل الاجتماعي تساهم في تحسين أداء الصحفي الرياضي بالإذاعة ، وهذا ما أثبتته بعض الدراسات السابقة التي استعنا بها منها دراسة الباحث "بلبالي مصطفى" (2010/2011) و الباحثة "صورية ولهة" (2011/2012) و كذلك الباحث "بوسكرة محمد" (2012/2013) ، و "وليد يوسف" (2010/2011) إذا يمكن القول أن هذه الفرضية العامة قد تحققت

خلاصة :

وهذا الفصل ذو أهمية كبيرة في البحوث العلمية حيث انه لا يخلو أي بحث من وجود هذا الفصل من بين فصول الدراسة لأنه يعتبر الركيزة الأساسية والذي يبين نتائج الدراسة والجانب التطبيقي ككل حيث يربط الباحث النتائج المتحصل عليها بعد تحليلها ومناقشتها مع الخلفية النظرية والجانب النظري ككل ومن خلال هذا الفصل يصل

الباحث ويتمكن من الخروج بالاستنتاجات النهائية لموضوع دراستنا، وهذا ما يمكنه من إعطاء اقتراحات وآفاق مستقبلية للدراسة.

الفصل الخامس: الاستنتاجات والاقتراحات

1 - الاستنتاج العام

2 - الاقتراحات

3 - الآفاق المستقبلية

1 - الاستنتاج العام :

بعد الدراسة الميدانية التي اعتمدنا فيها على المنهج الوصفي والاستبيان كأداة للبحث ، وبعد تحليلنا للنتائج ومناقشتها على ضوء الفرضيات تبين أن لمواقع التواصل الاجتماعي دور في تحسين أداء الصحفي الرياضي ، حيث أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تحسين مستوى الصحفي الرياضي وذلك من خلال استقاء الأفكار والمعلومات منها . وكذا تسهيل تواصل الصحفي مع الضيوف ، وتساهم أيضا في انتقاء مصادر جيدة للبرامج الذي يقدمها الصحفي الرياضي بالاذاعة ، وفي زيادة عدد قراء ومتصفحى البرامج الرياضية وخلق جو من التفاعل بين الصحفي والجمهور وذلك من خلال ما تقدمه مواقع التواصل من أخبار وحقائق ومعلومات رياضية حصريّة وانّية ، بالإضافة إلى هذا أصبحت مكانا لتداول القضايا الرياضية ومناقشة الأفكار وتبادل الآراء والمعارف بين المعد وجمهور البرامج الرياضية مما يساهم في جعل الجمهور أكثر اهتماما بالبرنامج ، كذلك تساهم في جعل صحفي البرنامج أكثر اصغاءا للجمهور من خلال تداخلهم في مناقشة مختلف القضايا الرياضية التي تنطرق إلى أهم أحداث الساحة الرياضية ، فمواقع التواصل الاجتماعي بدورها تساهم في رفع درجات التفاعلية واهتمامات المتطلعين والمتابعين للبرامج الرياضية عبرها ، فقد مكنتنا إلى سهولة التطلع إلى الأخبار الرياضية وكذا إلى التواصل عبر وسائل الاتصال التقليدية (الكلاسيكية) حول الطرف الثاني في العملية الاتصالية الذي اعتبر ولوقت طويل من الزمن مستهلكا لمحتويات هذه الوسائل ، و مما سبق تمكنا الخروج ببعض الاستنتاجات والاقتراحات والتي تمثلت في :

2- الاقتراحات :

- حث الصحفيين بإذاعة المسئلة الجهوية على الاهتمام أكثر بمواقع التواصل الاجتماعي للتفاعل أكثر مع جمهور البرامج الرياضية .
- وضع معايير ثابتة و مقننة لاستسقاء الأفكار والمعلومات من شبكات التواصل الاجتماعي
- إنشاء صفحات خاصة على مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الصحفي لاستقبال اقتراحات الجماهير وأخذها بعين الاعتبار .
- تخصيص أوقات عبر شبكات التواصل الاجتماعي لطرح القضايا الرياضية ومناقشة الأفكار وتبادل الآراء والمعارف بين معد البرنامج وجمهور البرامج الرياضية .
- سعي المؤسسات الإعلامية المحلية كإذاعة المسئلة الجهوية إلى تثمين واستغلال مواقع التواصل الاجتماعي من اجل رفع من مستوى اهتمامات المتطلعين والمتابعين للبرامج الرياضية .
- الاعتماد اكثر على تكنولوجيا الاعلام والاتصال في العمل الاعلامي الاذاعي في الجزائر .
- انشاء اذاعات متخصصة في المجال الرياضي .
- اعطاء اهتمام اكثر للقسم الرياضي بالاذاعات الجهوية

3- الآفاق المستقبلية :

- مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في الارتقاء بمستوى البرامج الرياضية .
- تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التواصل مع الجمهور الرياضي .
- واقع الاستعانة شبكات التواصل الاجتماعي في الكتابة الصحفية الرياضية للإذاعة والتلفزيون .
- اسهامات شبكات التواصل الاجتماعي في العمل الاعلامي كمصدر للمعلومات والافكار الرياضية
- دور شبكات التواصل الاجتماعي في نقل المعلومة الرياضية
- دور شبكات التواصل الاجتماعي في تطوير الممارسة الصحفية الرياضية
- واقع الاعلام الرياضي الجزائري في ظل تكنولوجيا الاعلام واتصال
- اهمية مواقع التواصل الاجتماعي في نشر المحتوى الصحفي

قائمة المراجع

قائمة المراجع

قائمة المراجع

1- المصادر :

1- القران الكريم صورة النمل أية 19

2- الكتب باللغـة العربيـة :

1- احمد عكاشة: الطب النفسي المعاصر، القاهرة، دار المعارف، 1976.

2- أديب حضور: الأعلام الرياضي، دراسة عملية للتحرير الرياضي في الصحافة والإذاعة والتلفزيون، ط1، مركز الكتاب للنشر، دمشق، سوريا 1994.

3- حسن احمد الشافعي: الاعلام في التربية البدنية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الاسكندرية، 2000.

4- حسن احمد الشافعي ورضوان واحمد مرسل، مبادئ البحث العلمي في التربية البدنية والرياضية ، منشأة المعارف ، الإسكندرية ، (بس)ن، 2008.

5- حسنين شفيق: الاعلام الجديد، ط 1، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، 2010.

6- حمدي حسن: مقدمة في دراسة واساليب الاتصال، دار الفكر العربي، القاهرة، 1989

7- خير الدين عويس وعط الله عبد الرحيم: الاعلام الرياضي، ج، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 1998

8- رشيد زرواتي : مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ، ط 1 ، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2007.

9- عادل فتحي حسين: وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة الى الفيس بوك (القاهرة، العربي للنشر والتوزيع

10- عبد الله ممدوح: دور شبكات التواصل في التغيير السياسي، جامعة الشرق الاوسط، 2012.

11- عبده علي : صيف السامرائي : طرق الإحصاء في التربية البدنية والرياضية ، بدون طبعة ، جامعة بغداد ، 1977.

- 12- علي عبد الواحد وافي ، مناهج البحث ، معجم العلوم الاجتماعية ، بظ، الهيئة المصرية للكتاب ، القاهرة، 1997.
- 13- فاطمة عوض صابر ، ميرفت على خفاجة ، أسس البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية ، ط 1، مصر، 2002.
- 14- فوزي عبد الله العكش : البحث العلمي المناهج والإجراءات ، مطبعة العين الحديثة ، ب ط ، العين ، الإمارات العربية المتحدة ، 1986.
- 15- كمال درويش، محمد الحمامي: رؤية عصرية للترويج واوقات الفراغ، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 1998.
- 16- محمد الحمامي ومحمد السعيد: الاعلام التربوي في المجالات الرياضية واستثمار الفراغ، مركز الكتاب للنشر، 2006.
- 17- محمد الهادي: تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات، المكتبة الاكاديمية، مصر، 2001.
- 18- محمد عليان المشوط: علم النفس الاعلامي، مطبعة الدواداي، دمشق، 1998
- 19- محمد منير حجاب: المعجم الاعلامي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2004.
- 20- محمود فهمي: الصورة والصوت، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة (2001).
- 21- موريس انجرس : منهجية البحث العلمي ، ترجمة بوزيد صحراوي واخرون ، دار القصة للنشر ، الجزائر 2004.
- 22- نصر الدين لعياضي ، رابح الهادف : الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الإعلام والثقافة والتربية ، الإمارات ، دار الكتاب الجامعي .2009.
- 23- هشام البدوي: موسوعة التنظيم والإدارة في التربية البدنية، ط1، القاهرة، 2001.
- 24- وائل مبارك حضر فضل الله: ، اثر الفيس بوك على المجتمع، ط1، دار شمس النهضة السودان، 2010.
- 25- وليد رشاد زكي: نظرية الشبكات الاجتماعية من الايدولوجيا إلى الميثودولوجيا، سلسلة قضايا إستراتيجية، المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني، مارس 2012.
- 26- يوسف مصطفى قاضي : الإرشاد النفسي والتربوي ، ط 1 ، المملكة العربية السعودية ، الرياض ، 1981.

2- الكتب باللغة الاجنبية :

- 1- Hocine mazali: une réflexion sur l audio visuel. Petite écranN 7 juillet. 1995 .Algérie.
- 2- 2-Le petit rousse.2010. p881. Edition anniversaire de la semeus

3- المقالات والمجلات :

- 1- أماني جمال مجاهد، الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة، دراسات المعلومات، مايو، 2011، العدد الثامن، جامعة المنوفية.
- 2- نوف بنت مبارك عبد الله: الخصوصية في الشبكات الاجتماعية، مقالات علمية، مركز التميز لأمن المعلومات 2010.

4 - المذكرات والرسائل :

- 1- أمينة عادل سليمان السيد، هبة محمد خليفة عبد العال: الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في الأخصائي والمكتبة: دراسة شاملة لتواجد والاستخدام لموقع الفيس بوك، حلوان، 2011.
- 2- شلاي عبد الحميد: الصحفي المتخصص في المجال الرياضي ودوره في استقطاب الجماهير، مذكرة تخرج ماستر ، تخصص اعلام رياضي ، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية ،جامعة المسيلة 2014/2013،
- 3- صورية ولهة : تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الممارسة المهنية للصحفي الجزائري، مذكرة تخرج ماستر ، جامعة المسيلة ، 2012/2011
- 4- علي كفسي سامية : تأثير اداء الصحفي الرياضي في زيادة مسموعية البرامج الرياضية باذاعة المسيلة الجهوية لدى طلبة الاعلام والاتصال الرياضي ،مذكرة تخرج لنيل شهادة ليسانس ، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية ، جامعة المسيلة ، 2012-2013 .
- 5- محمد المنصور: تأثير التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، رسالة ماجستير الاكاديمية العربية في الدنمارك، 2012.

- 6- مفتاح عمرون: اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية نحو حصة "استوديو الكرة" بالقناة الاولى للاذاعة الوطنية ، مذكرة لنيل شهادة ماجستير ،معهد التربية البدنية والرياضية ،جامعة الجزائر، 2007-2008 .
- 7- مهدي سامية: موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك دراسة وصفية تحليلية في عادات وانماط واشباعات الاستخدام، مذكرة لنيل شهادة ماستر في الاعلام والاتصال تخصص دراسة الجمهور جامعة المسيلة، 2011-2012.

5- المحاضرات :

- 1- مفتاح عمرون : محاضرة الاعلام الرياضي ، فرع الاعلام والاتصال ، جامعة محمد بوضياف المسيلة ، 2012_2013.

4 - المقابلات :

1. مقابلة مع الصحفي " زواوي عبد الوهاب " يوم: 2014/04/30.
2. مقابلة مع الصحفي "قندوز منير" ، يوم: 2014/05/05.
3. مقابلة مع الصحفي "مفتاح عمرون" يوم: 2014/05/12.
4. مقابلة مع الصحفي "مفتاح عمرون" يوم: 2016/05/12.

قائمة الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة المسيلة

معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

قسم الإعلام الرياضي

استمارة استبيان

تحية وبعد :

في إطار تحضير مذكرة التخرج المدرجة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر بقسم الإعلام والاتصال الرياضي، تحت عنوان :

مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تحسين أداء الصحفي الرياضي بالإذاعة

الجزائرية في المسيلة

دراسة ميدانية بإذاعة الجزائرية من المسيلة

إشراف الأستاذة: بوساق أسماء

إعداد الطالب : بوكراع محمد الأمين

قمنا بتحضير هذا الاستبيان الذي نأمل في الإجابة عليها بكل موضوعية ودقة ،علما أن إجاباتكم تحضى بالسرية التامة وتستخدم للغرض العلمي فقط .

نشكر صدق تعاونكم واهتماماتكم.

الإجابة تكون بوضع علامة (X) في الخانة المناسبة

✓ البيانات الشخصية :

• الجنس:

ذكر أنثى

• السن :

25-20

30-26

35-31

40-36

41+

• التخصص العلمي :

.....

• الترتيب على السلم الوظيفي

.....

✓ المحور الأول :مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في اختيار الصحفي الرياضي بإذاعة المسئلة لمواضيع

البرامج :

1- هل لديك حساب على أي من شبكات التواصل الاجتماعي- تويتر- فيس بوك - ماي سبيس - يوتيوب ؟

نعم لا

2- إذا كانت إجابتك "نعم" منذ متى و أنت مشترك في هذه شبكات التواصل الاجتماعي ؟

أقل من عامين أكثر من عامين

3- ما هي المدة التي تقضيها يوميا وأنت تستخدم هذه الشبكات ؟

1 سا

من 1 سا إلى 2 سا

من 2 سا إلى 4 سا

أكثر من 4 سا

4- ابن تقوم باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟

المنزل

مكان العمل

مقاهي الانترنت

أماكن أخرى

- إذا كانت إجابتك "مناطق أخرى" اذكرها

5- هل تعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي في عملك؟

دائما أحيانا نادرا

6- هل تستعين بشبكات التواصل الاجتماعي في اختيار مواضيع البرامج التي تعدها؟

دائما أحيانا نادرا

7- كيف تستعين بشبكات التواصل الاجتماعي في اختيار مواضيع البرامج الرياضية؟

اختيار الأفكار

كتابة الأسئلة

وضع السيناريو

طرق أخرى

- إذا كانت إجابتك طرق أخرى اذكرها؟

8- هل تستعين بشبكات التواصل الاجتماعي في إعداد البرامج الرياضية التي تقدمها؟

دائما أحيانا نادرا

9- في رأيك كيف تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في إعداد البرامج الرياضية ؟

.....

المحور الثاني: مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في انتقاء الصحفي الرياضي بإذاعة المسئلة لمصادر البرامج :

10- هل سبق ونقلت معلومة أو خبر مصدرها شبكات التواصل الاجتماعي ؟

نعم لا

11- إذا كانت إجابتك "نعم" فهل تقوم بذلك ؟

دائما أحيانا نادرا

12- هل تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي مصدرا موثوقا للمعلومات والأخبار ؟

نعم لا

13- هل هناك معايير تحترمها عندما تستقي المعلومات والأخبار من شبكات التواصل الاجتماعي ؟

نعم لا

14- إذا كانت إجابتك "نعم" اذكرها ؟

.....

15- هل تعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي في انتقاء مصادر و ضيوف البرامج الرياضية ؟

دائما أحيانا نادرا

16- كيف تستعين بشبكات التواصل الاجتماعي في انتقاء المصادر والضيوف ؟

عن طريق الرسائل
 عن طريق مجموعات
 عن طريق صفحات
 عن طريق أصدقاء مشتركين
 طرق أخرى

- إذا كانت إجابتك "طرق أخرى" اذكرها ؟

.....

17- هل تعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي للتواصل مع المصادر و الضيوف

نعم لا

18- في رأيك ماهي أكثر الشبكات التي يمكن الاستعانة بها في اختيار الضيوف ولماذا ؟

.....

٧ المحور الثالث : تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة تفاعل الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة مع الجماهير :

19- من خلال تغطيتك لحدث ما تحاول الحصول على المعلومات والتفاصيل من ؟

- ما توفره المؤسسة الإعلامية
- مصادر شخصية - علاقات،أصدقاء
- مكان الحدث
- شبكات التواصل الاجتماعي
- الانترنت - مواقع أخرى -

20- هل تتفاعل مع جمهور برامجك الرياضية عبر شبكات التواصل الاجتماعي ؟

- نعم لا

21- إذا كانت إجابتك "نعم" ماهي الشبكات التي تستعملها للتواصل مع الجمهور ؟

- تويتر
- فيسبوك
- يوتيوب
- ماي سبيس
- شبكات أخرى

- إذا كانت إجابتك "شبكات أخرى" اذكرها ؟

.....

22- ماهي البرامج التي تستعمل فيها شبكات التواصل الاجتماعي للتفاعل مع الجمهور ؟

.....

23- هل تتفاعل مع الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي ؟

قبل البرنامج

أثناء البرنامج

بعد البرنامج

قبل + بعد + أثناء

24- كيف تتفاعل مع جمهور برنامجك الرياضي عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

الإجابة عن الأسئلة و الانشغالات

إجراء مسابقات

معرفة انطباعاتهم

الأخذ بأرائهم واقتراحاتهم

25- هل تعمل بنصائح جمهور برنامجك الرياضي عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

لا

نعم

26- هل تلمي طلبات جمهور برامجك الرياضية عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

لا

نعم

27- ماهي الانطباعات التي يقدمها لك الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

.....

ملخص الدراسة

عنوان الدراسة : مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تحسين أداء الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة

أهداف الدراسة :

✓ معرفة مدى استخدام الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة لشبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأفكار والمعلومات ، و انتقاء المصادر ، التفاعل مع الجمهور .

مشكلة الدراسة :

هل تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة فعالية صحفي البرامج الرياضية لإذاعة المسيلة ؟

فرضيات الدراسة :

- § تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في اختيار الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة لمواضيع البرامج .
- § تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في انتقاء الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة للمصادر .
- § تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة تفاعل الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة مع الجماهير .

إجراءات الدراسة الميدانية :

العينة : تمثلت في مجموعة الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة وعددهم (09)

المنهج المستخدم : المنهج الوصفي .

الأدوات المستعملة في الدراسة : الاستمارة الاستبائية .

النتائج المتوصل إليها :

مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تحسين مستوى الصحفي الرياضي وذلك من خلال استقاء الأفكار والمعلومات منها وانتقاء مصادر جيدة للبرامج الذي يقدمها الصحفي الرياضي بالإذاعة و تساهم أيضا في خلق جو من التفاعل بين الصحفي والجمهور من خلال استقبال الاقتراحات والانطباعات وانشغالات الجمهور و تليتها .

الاقتراحات والتوصيات :

- حث الصحفيين بإذاعة المسيلة الجهوية على الاهتمام أكثر بمواقع التواصل الاجتماعي للتفاعل أكثر مع جمهور البرامج الرياضية .

- وضع معايير ثابتة و مقننة لاستسقاء الأفكار والمعلومات من شبكات التواصل الاجتماعي .

résumé

Titre de l'étude: la contribution sociale atteint dans l'amélioration de journaliste sportif de réseaux de performance Radio de M'sila .

Objectifs de l'étude:

- savoir comment les journalistes sportifs utilisent les réseaux sociaux comme une source d'idées et d'informations, et la sélection des sources, l'interaction avec le public.

Le problème de l'étude:

Les réseaux sociaux contribuent à ils accroître l'efficacité des programmes de sport a la Radio de M'sila b .

hypothèses:

- les réseaux sociaux contribuent au choix des programmes sportifs par le journalistes de la radio du M'sila .

- les réseaux sociaux contribuent à la sélection des programmes sportifs journaliste .

Réseaux sociaux aide le journaliste sportif de la radio du msila à stimuler la réaction du public

Les procédures de l'étude sur le terrain:

Exemple: représenté dans les journalistes sportifs de leur nombrr est 09

La méthode utilisée: descriptive.

Les outils utilisés dans l'étude: Formulaire de questionnaire.

Résultats atteints à:

Les sites de réseau social contribuent à l'amélioration du niveau de journaliste sportif à travers des idées Susciter et de l'information de leur part et de choisir de bonnes sources pour les programmes qui ont offert par le journaliste sportif de radio et également contribue à créer une atmosphère d'interaction entre la presse et le public grâce à la réception des suggestions et des impressions et des préoccupations du public .

Suggestions et recommandations:

Les journalistes sportifs de la radio du M'sila à accorder plus d'attention aux sites de réseaux sociaux pour réagir davantage avec les programmes sportifs publics.

L'élaboration de normes fixes et codifiées pour ascite idées et des informations provenant des réseaux sociaux.

مشاف جامعة "محمد بوضياف" بالمسيلة لرسائل ليسانس . ماستر للفترة [2016/2015] على شكل word

-----.....-----
معهد: علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

قسم : الإعلام والاتصال الرياضي

رقم التسلسل :

رقم التسجيل :

الباحث : يوسف حميش

تاريخ المناقشة: 2015/05/29

عنوان الرسالة : مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تحسين أداء الصحفي الرياضي بالإذاعة الجزائرية في المسيلة
دراسة ميدانية بالإذاعة الجزائرية من المسيلة -

لغة الرسالة : اللغة العربية

نوع الرسالة : ماستر

البلد : الجمهورية الجزائرية - المسيلة

الجامعة : جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

إشراف : أسماء بوساق

عدد الصفحات : 85 ورقة.

ملف إلكتروني (PDF * word * cd-Rom)

فرع : سمعي- بصري

التخصص : إعلام واتصال رياضي

الملخص : بالعربية

إن دراستنا هي عبارة عن محاولة متواضعة لتسليط الضوء على ما يعرف بشبكات التواصل الاجتماعية و ينطلق أساسا من واقع حقيقي ملموس نراه في مجتمعاتنا ، فالإعلام التقليدي أصبح من الوسائل القديمة والأقل جماهيرية في عصر تكنولوجيا المعلومات ، إلا أننا نرى أنه ينبغي تناول الطرق الجديدة للإعلام و المصطلحات والمفاهيم التي باتت تحكم العملية الإعلامية، وهو الأمر الذي يجب التفطن له نظرا للنقص الذي تعاني منه مكثباتنا فيما يخص الدراسات التي تهتم بهذا المجال. وبناءً على هذا جاء اهتمامنا في هذه الدراسة بدور شبكات التواصل الاجتماعي في تحسين أداء الصحفي الرياضي لإذاعة المسيلة الجهوية ، لكون مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت أداة تواصل هامة سواء لنقل الأخبار والمعلومات أو تبادل الأفكار والآراء حيث ظهرت استخداماتها في المجال الإعلامي بما في ذلك الرياضي الذي نشعر بأهميتها خاصة في البرامج الرياضية.

كلمات المفاتيح: شبكات التواصل الاجتماعي ، الصحفي الرياضي

Mots clés:

Réseaux sociaux, journaliste sportif

بالإنجليزية

Keywords:

Social networking, sports journalist

احتوى الفصل الأول على الخلفية النظرية والدراسات السابقة، حيث تناولنا فيه عدة نقاط هامة تخدم الجانب النظري فاهتم بشبكات التواصل الاجتماعي وخصائصها وأنواعها وعلى أهم شبكات التواصل الاجتماعي وكذا استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العمل الإعلامي ،بالإضافة إلى الصحفي الرياضي ومهامه وخصائصه ، باعتباره أحد متغيرات هذه الدراسة وأنواع هو وكذا المنظومة الإذاعية الرياضية ، وأخيرا الإذاعة وتاريخها ونشأتها ودورها، كما تطرقنا إلى إذاعة المسيلة الجهوية نشأتها وهيكلتها وبرامجها الرياضية ، وف الأخير تناولنا بعض الدراسات السابقة والمشاهدة لدراستنا، أما فيما يخص الفصل الثاني تضمن الإطار العام للدراسة من تحديد المصطلحات الخاصة بها وإشكالية وفرضيات كما وضحنا أهداف الدراسة وأهميتها.

ثم يأتي الجانب التطبيقي الذي قسمناه إلى ثلاثة فصول توضح لنا ما نريد الوصول إليه لتحقيق الإجابات على التساؤلات التي تطرقنا إليها في الفصل الثاني كل ما يتعلق بخطوات البحث من جانبه التطبيقي وفيه نجد: منهج البحث، متغيرات البحث والأدوات المستعملة في البحث، التحليل الإحصائي وعينته مع كيفية اختيارها ، أما الفصل الرابع فهو خاص بتبويب وتحليل البيانات ومناقشة النتائج المرتبطة بفرضيات البحث، وفي الأخير الفصل الخامس الذي اهتم بعرض الاستنتاجات والاقتراحات للدراسة.

من أهم النتائج التي توصل إليها الباحث :

Ø نتائج الفرضية الأولى:

§ - تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في اختيار الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة لمواضيع البرامج هذه الفرضية محققة من خلال عرض نتائج جداول المحور الأول وبالأخص نتائج الجداول التالية: "9 ، 10 ، 11" و السؤال رقم 12 وجاءت كالاتي :

- تشير نتائج الجدول 09 أن كل الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يستعينون أحيانا بشبكات التواصل الاجتماعي في اختيار مواضيع البرامج ، إضافة إلى الجدول رقم 20 الذي تشير نتائجه الى أن اغلب الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يستعينون بشبكات التواصل الاجتماعي في اختيار الافكار و وضع السيناريو و كتابة الأسئلة أيضا ، أما الجدول رقم 11 فان نتائجه كانت تشير إلى أن اغلب الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يستعينون أحيانا بشبكات التواصل الاجتماعي إعداد البرامج الرياضية ، وكذلك من خلال إجابة الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة على السؤال رقم 12 حيث اجمعوا على أن شبكات التواصل الاجتماعي تساهم في إعداد البرامج وذلك باختيار الأفكار والمواضيع ، وهذا ما يؤكد أن لشبكات التواصل الاجتماعي دور فعال في اختيار الصحفي لمواضيع البرامج الرياضية التي يعدها ، ويقابل ذلك الرقي والازدهار والنمو في المجال الإعلامي الرياضي ، وهذا ما أكدده الباحث **بلبالي مصطفى** من خلال نتائج دراسته التي أثبتت بأن معظم الصحفيين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أثناء ممارستهم لمهنة الصحافة من خلال استقاء الافكار والمعلومات وهذا ما يوضح أهمية مواقع شبكات التواصل لدى الصحفيين والمؤسسات الصحافية

كذلك الباحثة "صورية ولهة" أثبتت من خلال نتائج دراستها حول الدوافع وراء استخدام الصحفيين الجزائريين لشبكات التواصل الاجتماعي ما يساهم في الرفع من المستوى المهني للصحفي ، المبينة كالاتي:

ن جمع و الاطلاع على الأفكار و المعلومات و الأخبار بنسبة 67.14% .

ن الحوارات و النقاشات الفكرية بنسبة 55.7% .

الفرضية الثانية:

- تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في انتقاء الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة لضيوف البرامج هذه الفرضية محققة من خلال عرض النتائج جداول المحور الثاني وبالأخص الجداول رقم 16 ، 17 ، 18 والإجابة على السؤال رقم 18 حيث وضحت ما يلي :

توضح لنا من خلال الجدول رقم 16 أن اغلب الصحفيين الرياضيين في الإذاعة يعتمدون أحيانا على شبكات التواصل الاجتماعي في انتقاء ضيوف البرامج الرياضية ، إضافة إلى الجدول 17 الذي يوضح أن كل الصحفيين الرياضيين بالإذاعة الذين يستعينون بشبكات التواصل الاجتماعي في انتقاء الضيوف يقومون بذلك عن طريق الرسائل ، أما الجدول رقم 18 فنتائجه تثبت أن معظم الصحفيين الرياضيين بالإذاعة يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي في التواصل مع الضيوف ، كذلك إجابة اغلب الصحفيين المبحوثين على السؤال رقم 18 بان الفيس بوك هو أكثر موقع يمكن الاستعانة به في اختيار مواضيع البرامج الرياضية ، وهذا من اجل التطبيقات التي يوفرها وكذلك شعبيته ، مما يزيد من قيمة البرنامج .وهنا نتفق مع الباحثة "صورية ولهة" و الباحث "بوسكرة محمد" في نتائج دراستيهما والمتمثلة في :

- من دوافع استخدام الصحفي لشبكات التواصل الاجتماعي التواصل مع الزملاء و الأصدقاء واختيار المصادر الجيدة نسبة 85.7% وهذا ما يساهم في الرفع من المستوى المهني للصحفي كما هو مبين في الصفحة رقم

- شخصية الصحفي تساهم الاختيار الجيد للضيوف البرامج مما يجعل البرامج الرياضية أكثر متابعة.....
تمثلت الفرضية الثالثة :

تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة تفاعل الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة الجماهير .

هذه الفرضية مؤكدة من خلال عرض نتائج الجداول المحور الثالث ، وخاصة الجداول رقم 20 ، 21 ، 22 ، 23 ، 24 ، والتي جاءت كالآتي :

ü معظم الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يستخدمون الفيس بوك للتواصل مع الجمهور .

ü معظم الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يستخدمون الفيس بوك للتواصل مع الجمهور .

ü اغلب الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة الجهوية يتواصلون قبل البرنامج مع الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي

ü اغلب الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في التفاعل مع الجمهور وذلك من خلال الإجابة عن الأسئلة والانشغالات

ü كل الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي للاستفادة من خبرات الجمهور وذلك من خلال الأخذ بآرائهم و اقتراحاتهم .

وهنا نتفق مع الباحث "وليد يوسف" في دراسته التي بين فيها من خلا بعض النتائج بان شبكات التواصل الاجتماعي أعطت فضاء واسعاً للتواصل مع الجمهور ومعرفة اهتماماته و لتؤخذ بعين الاعتبار في الكتابات الممارسة الصحفية وكذلك الباحثة "صورية ولهة" من خلال نتائج دراستها والتي وجدت ان من دوافع استخدام الصحفي لمواقع التواصل الاجتماعي هو التفاعل مع الجمهور بنسبة 31% وهذا ما يساهم في الرفع من المستوى المهني للصحفي مناقشة الفرضية العامة :

من خلال النتائج المتحصل عليها في الفرضيات الجزئية يمكننا القول بأن شبكات التواصل الاجتماعي تساهم في تحسين أداء الصحفي الرياضي بالإذاعة ، وهذا ما أثبتته بعض الدراسات السابقة التي استعنا بها منها دراسة الباحث "بلبالي مصطفى" (2011/2010) و الباحثة "صورية ولهة" (2012/2011) و كذلك الباحث "بوسكرة محمد" (2013/2012) ، و "وليد يوسف" (2011/2010)

إذا يمكن القول أن هذه الفرضية العامة قد تحققت

توصل(ت) الباحث لمقترحات عديدة أهمها :

أهم المقترحات :

2- الاقتراحات :

• حث الصحفيين بإذاعة المسيلة الجهوية على الاهتمام أكثر بمواقع التواصل الاجتماعي للتفاعل أكثر مع جمهور البرامج الرياضية .

• وضع معايير ثابتة و مقننة لاستسقاء الأفكار والمعلومات من شبكات التواصل الاجتماعي

• إنشاء صفحات خاصة على مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الصحفي لاستقبال اقتراحات الجماهير وأخذها بعين الاعتبار .

- تخصيص أوقات عبر شبكات التواصل الاجتماعي لطرح القضايا الرياضية ومناقشة الأفكار وتبادل الآراء والمعارف بين معد البرنامج وجمهور البرامج الرياضية .
- سعي المؤسسات الإعلامية المحلية كإذاعة المسيلة الجهوية إلى تثمين واستغلال مواقع التواصل الاجتماعي من اجل رفع من مستوى اهتمامات المتطوعين والمتابعين للبرامج الرياضية .
- الاعتماد اكثر على تكنولوجيا الاعلام والاتصال في العمل الاعلامي الاذاعي في الجزائر .
- انشاء اذاعات متخصصة في المجال الرياضي .
- اعطاء اهتمام اكثر للقسم الرياضي بالاذاعات الاجهوية

كشاف بالفرنسية

Institue : ISTAPS

Département : Media et Communication Sportif

N° d'ordre :

N° d'inscription :

Chercheur : Youcef HAMICHE

Soutenu publiquement le : 28/05/2016

Titre de la thèse (mémoire) : Le rôle des Médias sportifs pour satisfaire les Besoins médiatiques.

Language de la thèse : Arabe

Modèle de la thèse : Master

Pays : RÉPUBLIQUE ALGÉRIENNE-M'SILA

Université : Université de M'sila

Nom et Prénom de l'encadreur : docteur :Boussage Asma

Nombre de page :85 pages

Fichier électronique (cd-Rom word * PDF)*

Spécialité : media et communication sportif

Option : audiovisuel

Résumé : Résumé de l'étude

Notre étude est une modeste tentative de faire la lumière sur ce qui est connu des réseaux de communication sociale et provient principalement d'un réel tangible que nous voyons dans nos sociétés et la réalité, les médias sont les moyens traditionnels deviennent vieux et moins Jmahrih à l'ère des technologies de l'information, mais nous croyons que les nouveaux moyens d'information et de la terminologie abordées Et les concepts qui sont devenus le contrôle du processus médiatique, ce qui devrait être négligé en raison de la pénurie de nos bibliothèques en ce qui concerne les études qui s'intéressent à ce domaine. Sur la base de cela est venu notre attention dans cette étude, le rôle des réseaux sociaux dans l'amélioration de la performance du journaliste sportif pour Radio Masila régionale, le fait que les sites de réseaux sociaux sont devenus un outil de communication important, aussi bien pour le transfert des nouvelles et des informations ou l'échange d'idées et d'opinions où leur utilisation est apparue dans le domaine des médias, y compris les sports, que nous pensons Surtout dans les programmes sportifs.

Mots clés : Réseaux sociaux, journaliste sportif

Ce mémoire et contienne

Le premier chapitre contient la théorie et le contexte des études antérieures, où nous avons eu affaire dans laquelle plusieurs points importants au service du côté théorique des réseaux Vahtam de communication sociale et de leurs caractéristiques, les types et les plus importants réseaux sociaux, ainsi que l'utilisation des réseaux sociaux dans les réseaux de médias, ainsi que journaliste sportif et les fonctions et caractéristiques, comme une variable t ce les types d'étude est ainsi que le système de sports radio, et enfin la radio et de son histoire et de ses origines et de son rôle, que nous avons eu affaire à la radio origine régionale liquéfié, la structure et des programmes de sports, nous avons traité certaines des récentes études antérieures et similaires à notre étude, un En ce qui concerne le deuxième trimestre inclus le cadre général pour l'étude afin de déterminer leur propre terminologie et les hypothèses problématiques et a également expliqué l'étude et l'importance des objectifs.

Puis appliquée côté divisé par trois chapitres nous montrent ce que nous voulons atteindre les réponses aux questions que nous avons discuté au chapitre II Tout sur les étapes des recherches sur sa demande vient où l'on trouve: la méthodologie de recherche, les variables de recherche et des outils utilisés dans la recherche, l'analyse statistique et nommés avec Le quatrième chapitre traite de la classification et de l'analyse des données ainsi que de la discussion des résultats liés aux hypothèses de recherche et enfin du chapitre 5 de la présentation des conclusions et des suggestions pour l'étude.

Résultat essentielle que le chercheur à conclue :

Parmi les conclusions les plus importantes du chercheur:

résultats de la première hypothèse:

Cette hypothèse est indiquée dans des réponses claires répondants interrogés cet axe se rapportant à "satisfaire les besoins d'information des sports aux étudiants l'information et de la communication sportive" croire cette hypothèse, qui ont été analysés et expliqués par nos commentaires sur les tables de cet axe à partir de la table (02) à la table (15), nous pouvons dire: qui est répertorié par les résultats, et à travers les mots: 1.5 (bulletins d'information, et l'équipe internationale), 0,6, 7,8, 9,13 Adjudication que la première hypothèse. Cela signifie que les médias sportifs chaîne de télévision le rôle de buteur de satisfaire les besoins des nouvelles sportives aux médias et aux sports de contact liquéfiés étudiants universitaires, mais il y a des lacunes, comme l'indique, avec 10, 12, 14.

résultats de la deuxième hypothèse :

Les résultats de la première hypothèse:

- Les réseaux sociaux contribuent à la sélection du journaliste sportif pour diffuser les thèmes des programmes

Cette hypothèse est réalisée en présentant les résultats des tableaux du premier axe, et en particulier les résultats des tableaux suivants: "9, 10, 11" et la question 12, comme suit: Résultats - Tableau 09 indique que tous les réseaux journalistes sportifs parfois du gaz diffusent Astaanon des réseaux sociaux dans le choix des thèmes des programmes, en plus du tableau 20, qui indique les résultats Allier que la plupart des journalistes sportifs diffusant des réseaux Astaanon de gaz des réseaux sociaux dans la sélection Alaqkar et a posé les questions de script et d'écriture aussi Le tableau 11 montre que la plupart des journalistes sportifs de la radio Al-Mseila utilisent parfois les réseaux sociaux pour préparer des programmes sportifs, ainsi que pour répondre aux journalistes sportifs de la radio Al-Messila à la question n ° 12 où ils ont convenu que Les réseaux sociaux contribuent à la programmation en sélectionnant des idées et des sujets, et cela confirme que les réseaux sociaux rôle actif dans le choix des programmes sujets d'actualité sportives préparé, compensé le progrès, la prospérité et la croissance dans les sports sur le terrain des médias, et cela a été confirmé par le chercheur Bulbala Mustafa « par les résultats de Son étude, qui

a prouvé que la plupart des journalistes utilisent des sites de réseaux sociaux dans l'exercice de la profession de la presse à travers l'extraction d'idées et d'informations, ce qui montre l'importance des sites de réseautage des journalistes et des organisations de presse
chercheur Kmalk « trompe-l'œil LHH » démontrée par les résultats de son étude sur les motivations derrière l'utilisation des journalistes algériens pour communiquer les réseaux sociaux qui contribuent à accroître le niveau professionnel de la presse, décrit comme suit:
Rassemblez et accédez aux idées, informations et nouvelles de 67,14%.

Discussions et discussions intellectuelles de 55,7%

La deuxième hypothèse:

- Les réseaux sociaux contribuent à la sélection du journaliste sportif en diffusant les invités du programme MESSILA

Cette hypothèse est réalisée en présentant les résultats des tableaux du second axe, en particulier les tableaux 16, 17 et 18, et répondre à la question n ° 18, en expliquant ce qui suit:

Le tableau 16 montre que la plupart des journalistes radio se fient souvent aux réseaux sociaux pour sélectionner les invités des programmes sportifs, ainsi qu'au tableau 17, qui montre que tous les journalistes radio qui utilisent les réseaux sociaux pour sélectionner des invités le font via des messages, Le tableau 18 montre que la plupart des journalistes de radio s'appuient sur les réseaux sociaux pour communiquer avec leurs invités. La plupart des journalistes ont répondu à la question 18 que Facebook est le site le plus accessible pour la sélection des sujets programmatiques. Luddite, cela est pour les applications qu'elle offre ainsi que sa popularité, augmentant ainsi la valeur du programme .ohna d'accord avec le chercheur « trompe-l'œil LHH » et chercheur « Boscrh Mohammed » dans les résultats de Drastehma représentés dans:

- Les motivations de l'utilisation du journaliste pour les réseaux de réseaux sociaux communiquent avec des collègues et des amis et choisissent de bonnes sources 85,7% Cela contribue à élever le niveau professionnel du journaliste comme indiqué à la page

- La personnalité du journaliste contribue au bon choix des programmes des invités, rendant les programmes sportifs plus suivis ...

La troisième hypothèse était:

Les réseaux sociaux contribuent à augmenter l'interaction du journaliste sportif avec Massila Radio.

Cette hypothèse est confirmée en présentant les résultats des tableaux du troisième axe, en particulier les tableaux n ° 20, 21, 22, 23, 24 qui sont les suivants:

La plupart des journalistes sportifs de Masila Radio utilisent Facebook pour communiquer avec le public.

La plupart des journalistes sportifs de Masila Radio utilisent Facebook pour communiquer avec le public.

La plupart des journalistes sportifs de la station de radio Al-Mseila communiquent avant le programme avec le public via les réseaux sociaux

La plupart des journalistes sportifs de la radio Al-Masila utilisent les réseaux sociaux pour interagir avec le public en répondant aux questions et aux préoccupations

Tous les journalistes sportifs de la radio Al-Masila utilisent les réseaux sociaux pour bénéficier des expériences du public en prenant leurs opinions et suggestions.

Ici nous sommes d'accord avec le chercheur "Walid Yousfi" dans son étude, qui a montré, à travers certains des résultats que les réseaux sociaux ont donné un large espace pour

communiquer avec le public et la connaissance de ses intérêts et être pris en compte dans les écrits.

Ainsi que le chercheur "L'image de Dieu" à travers les résultats de son étude, qui a trouvé que les motifs de l'utilisation du journaliste pour les sites de réseaux sociaux est l'interaction avec le public de 31%, ce qui contribue à élever le niveau professionnel du journaliste

Discussion de l'hypothèse générale:

A travers les résultats obtenus dans les hypothèses partielles, on peut dire que les réseaux sociaux contribue à l'amélioration du sport journaliste performances de la radiodiffusion, ce qui est mis en évidence par certaines études antérieures qui les ont utilisés, y compris un chercheur d'étude « Bulbala Mustafa » (2010/2011) et le chercheur « trompe-l'œil LHH (2011 / 2012) et Kzalk chercheur "Bouskra Mohammed (2012/2013), et" Walid Yousfi "2010/2011

Si l'on peut dire que cette hypothèse générale a été réalisée

Propositions clés

2. Suggestions:

- Exhorter les journalistes à diffuser l'attention régionale de Mseela sur davantage de sites de réseaux sociaux pour interagir davantage avec le public des programmes sportifs.*
- Établir des normes établies et standardisées pour la récupération d'idées et d'informations à partir des réseaux sociaux*
- Créer des pages spéciales sur les sites de réseaux sociaux par le journaliste pour recevoir les suggestions du public et les prendre en compte.*
- Pour allouer des temps à travers les réseaux sociaux pour discuter des questions sportives, discuter des idées, échanger des points de vue et des connaissances entre le créateur du programme et le public des programmes sportifs.*
- Chercher des organisations médiatiques locales telles que Radio Masila Regional à valoriser et exploiter les sites de réseaux sociaux afin d'élever le niveau d'intérêt des téléspectateurs et des adeptes des programmes sportifs.*
- Recours accru aux technologies de l'information et de la communication dans le travail d'information radio en Algérie.*
- Création de stations de radio spécialisées dans le domaine sportif.*
- Donner plus d'attention à la section sportive des stations de radio*

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

