

جامعة محمد بوضياف-المسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



الاستماع للإذاعة في ظل انتشار مواقع التواصل الاجتماعي

دراسة ميدانية على طلبة علوم الاعلام والاتصال - جامعة المسيلة-

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف:

تيميزار فاطمة

إعداد:

- رقيق روميسة

- العطرابي سارة

السنة الجامعية 2021-2022م.

الاستماع للإذاعة في ظل انتشار مواقع

التواصل الاجتماعي

دراسة ميدانية على طلبة علوم الاعلام والاتصال – جامعة المسيلة –

إعداد الطلبة

- رقيق روميسة

- العطاوي سارة

الشهادة السابقة التي يحملها ، التخصص ، اسم المؤسسة و سنة التخرج

تُقدم هذ المذكرة استكمالاً لمتطلبات نيل شهادة الليسانس في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال بجامعة المسيلة .

أشرف على مناقشة المذكرة:

اسم رئيس لجنة المناقشة	الرتبة	الصفة	التوقيع
-	الرتبة	الصفة	التوقيع
اسم المشرف	الرتبة	الصفة	التوقيع
-	الرتبة	الصفة	التوقيع
اسم الممتحن	الرتبة	الصفة	التوقيع
-	الرتبة	الصفة	التوقيع

تاريخ المناقشة (اليوم و الشهر و السنة)



الشكر والعرفان

قال تعالى في محكم تنزيله "وسيجزي الله الشاكرين"

وكذلك مصداقا لقوله "ولئن شكرتم لأزيدنكم "

نشكر الله عز وجل أن أمدني بالقوة والصبر على أن أتمم هذه المذكرة
ونحمده على إنعامه علي نور العلم، الذي أنار لي الطريق إلى درب العلم
والمعرفة في أداء هذا العمل المتواضع

بكل امتنان واحترام أشكر الأستاذة المشرفة "تيميزار فاطمة" التي
ساعدتني في انجاز هذه المذكرة وكان هذا طوال مشواري الجامعي، فشكرا
على تفانيها.

كما نشكر كل من قدما لنا يد العون من قريب أو بعيد



المقدمة

أصبحت عملية التواصل الاجتماعي بفعل التكنولوجيا الحديثة عموماً وتكنولوجيا المعلومات بصفة خاصة من وسائل الاتصال الرئيسية التي غيرت من مسار الاتصالات فأصبح من السهل الحصول على المعلومات بشكل منظم وسريع من خلال الحواسيب والهواتف الشخصية على مدار الساعة. وبرزت مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) لتصبح في مقدمة إنجازات ثورة المعلومات دون منافس، حيث ربطت شبكة المعلومات الأشخاص بعضهم ببعض في جميع أنحاء العالم لتجعل من العالم قرية صغيرة إذا تضمنت تلك التقنية كما هائلاً من المعلومات في كافة مناحي الحياة الصحية - اجتماعية - اقتصادية - سياسية - أعمال تجارية ومصرفية والعباب ووسائل ترفيه وتعارف وزواج وغيرها. وقد تميزت مواقع التواصل بسهولة الاستخدام وسرعة الانتشار. إذ يستطيع أي فرد أن ينغمس لفترات طويلة جداً ويبحر في صفحاته بسهولة ويسر دون أن يشعر كم من الوقت قد مضى وهذا يشير إلى اتساع نطاق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي واعتبارها سمة مميزة لهذا العصر فأصابت التواصل يستخدمها الأطفال والمراهقين والراشدين وكبار السن أي كافة فئات أفراد المجتمع العمرية وأيضاً كافة طبقات المجتمع محدودة الدخل وذوى الدخل المرتفعة، فأصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تغزو كافة مجالات الحياة الاجتماعية كوسيلة للاتصال وتبادل الأفكار والمعلومات فضلاً عن المجالات السياسية والاقتصادية، والتعليمية ورغم الفائدة العظيمة التي قد تحققها مواقع التواصل الاجتماعي في كافة مجالات الحياة، إذ نقل الإعلام إلى افاق غير مسبوقه وأعطى مستخدميه خاصة الطلبة لتحقيق رغبتهم وفرص كبرى للتأثير، ويعد الفاييسبوك من أهم هذه المواقع الاجتماعية الذي مكن مستخدميه من تبادل الآراء المعلومات وتفعيل المشاركة فيما بينهم، كما ساهم أيضاً في عزلهم بصفة غير مباشرة عن الوسائل الأخرى خاصة الإذاعة.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

أولاً: الإشكالية

إن استخدام الفيس بوك وإن كان يُعبر عن صيحة تكنولوجية لافتة ساهمت بشكل كبير في ربط العديد من العلاقات بعد إلغائها لجميع المسافات إلا أنه يحيلنا أيضا إلى الدور الخطير الذي تقوم به الإنترنت في عزل الأفراد اجتماعيا وتفكيك العلاقات بينهم في المجتمع، وبالمقابل وفي ظل هذه التكنولوجيا الهائلة في مجال الاتصال وما نتج عنها من خصائص جديدة على البيئة الاتصالية انعكست على الوسائل التقليدية ومن بينها الإذاعة المحلية.

فالإذاعة حاليا ومع المنافسة الشديدة التي تتلقاها من الوسائل الإعلامية الأخرى تحاول التكيف أكثر مع هذا التطور التكنولوجي، وعليه يطرح اليوم ومن جديد مسألة مستقبل الإذاعة وذلك من خلال التساؤل حول مصير الوسيلة الاتصالية السابقة من ناحية والتخوف من انعكاسات الوسائل الاتصالية الحديثة من ناحية أخرى. وعلى هذا الأساس جاءت هذه الدراسة لتكشف الأثر الذي أفرزته تكنولوجيات الإعلام والاتصال، وعلى ضوء ما سبق ذكره تنطلق دراستنا من التساؤل الرئيسي التالي:

- ما أثر الاستماع للإذاعة الجزائرية في ظل انتشار مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة من طلبة جامعة المسيلة؟

ثانيا: التساؤلات الفرعية

- ماهي عادات استخدام طلبة جامعة المسيلة للفيس بوك؟
- هل يستمع طلبة علوم الإعلام والاتصال للإذاعة الجزائرية؟
- هل طلبة جامعة المسيلة للفيسبوك قلل من وقت استخدامهم للإذاعة؟

ثالثا: أسباب اختيار موضوع الدراسة

يمكن القول أن لكل باحث في العلوم الإنسانية وحتى العلوم الأخرى على حد سواء أسباب تحفزه على دراسة موضوع ما، وقد تكون هذه الأسباب ذاتية كترغبة الباحث في تجسيد فكرة ما، أو أسباب يفرضها الواقع الاجتماعي، فتكون بمثابة دوافع محفزة على اختيار مواضيع جديدة للدراسة ولهذا فإنه تختفي وراء اختيارنا لهذا الموضوع عدة أسباب أهمها:

1. الأسباب الذاتية:

- الفضول والميل إلى معرفة الكثير عن هذا الموضوع والتعمق فيه.
- الرغبة في تقديم دراسة عن موقع الفيس بوك باعتباره من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي.
- اهتمامنا بالتكنولوجيات الحديثة واستخدامها مواقع التواصل الاجتماعي.
- الرغبة في معرفة سر كثرة اهتمام الشباب بمواقع التواصل خاصة الفيس بوك.

2. الأسباب الموضوعية:

- قلة الدراسات العلمية المتخصصة في هذا الموضوع.
- حداثة الموضوع إذ يرتبط موضوع الدراسة بالتكنولوجيات الحديثة وتأثيرها
- إدراكنا الحاجة الماسة لمكتبة العلوم الإنسانية إلى مزيد من البحوث والدراسات العلمية التي تصب في هذا. خاصة وأن هذا التخصص حديث النشأة بالنسبة للكلية.
- التعرف على كيفية تعامل الطلبة الجامعيين مع موقع الفيسبوك والإذاعة المحلية.
- جدية موضوع الدراسة لكونه دراسة التكامل بين الاعلام الجديد والتقليدي لوسيلة إعلامية عالمية لها تأثير بالغ لدى المستمعين.

رابعاً: أهمية وأهداف الدراسة

تبرز أهمية الدراسة في النقاط التالية:

- تقديم تفسيرات منطقية وواقعية لإشكالية البحث المطروحة.
- تعتبر هذه الدراسة كمؤشر موجه للباحثين والدراسيين والمهتمين بهذا الجانب.
- الأهمية تتمثل في استمرار البحث لمعرفة تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيس بوك على الإذاعة المحلية.

أما عن أهداف الدراسة تدرج أهداف هذه الدراسة في:

- تهدف إلى إبراز التحديات التي تواجهها الإذاعة المحلية في ظل ظهور مواقع التواصل الاجتماعي التي استطاعت.

- فرض مكائتها منها الفيس بوك.
- تقييم دور وفعالية وسائل الإعلام لاسيما الإذاعة المحلية في ظل التطور التكنولوجي الجديد.
- إظهار أهم تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي خصوصا الفيس بوك على الإذاعة.
- التعرف على سمات وملامح استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بالخصوص الفيس بوك.

خامسا: تحديد مصطلحات الدراسة

1. الإذاعة:

ويقال أن المذيع هو الذي لا يكتفم السر، كما يعرفها "الدكتور إبراهيم إمام" بأنها الانتشار المنظم والمقصود لمواد إخبارية وثقافية وتعليمية وتجارية وغيرها من البرامج بواسطة "الراديو" لتلتقط في وقت واحد بواسطة المستمعين المنتشرين في شتى مناطق العالم¹ كما تمتاز الإذاعة بأنها واسعة الانتشار سريعة التأثير فهي تصل إلى جماهير عريضة و واسعة من الكبار والصغار والمتقنين.

والإذاعة المقصودة هنا هي الإذاعة المحلية التي تبث أخبارها في منطقة جغرافية محدودة وتمتاز بالمحلية كونها توجه للمجتمعات المحلية بهدف تحقيق الاتصال الجوّاري وتقريب وسائل الاتصال من السكان والمجتمعات التي تتواجد خارج المدينة بهدف التحديث التنمية حسب النظرية التنموية لـ «ولبارم شرام»².

وكتعريف إجرائي يمكننا القول إن الإذاعة هي وسيلة سمعية تنقل الأخبار والمعلومات لتبثها للجماهير عبر أجهزتها التقنية المتنوعة الحجم والقدرات التقنية في مساحة وسرعة البث وحتى في جودة الصوت.

2. مواقع التواصل الاجتماعي (social networking)

- تعرف شبكات التواصل :

على أنها " شبكات إلكترونية اجتماعية تتيح عملية التواصل بين مستخدميها وقد وصفت هذه الشبكات الإلكترونية بأنها اجتماعية نسبة لزيادة التواصل في عدد مراتها³.

1 - إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، 1979م، ص 12 .

2 - حسن عماد مكاوي، الأخبار في الراديو والتلفزيون، المكتبة الأنجلو مصرية، مصر، 1989م، ص 29 .

3 راضى زاهر :استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 5، جامعة عمان، ص 8

ويعرف بريس ومالوني كريشمار مواقع التواصل الاجتماعي على :

أما " مكان يلتقي فيه الناس لها أهداف محددة وهي موجهة من طرف سياسات تتضمن عدد من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج¹.

- موقع الفيس بوك (face book)

فيس بوك بالإنجليزية Facebook موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجاناً وتديره شركة " فيس بوك "محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها.

ويعرف أيضا الفيسبوك بأنه موقع إلكتروني للتواصل بين المستخدمين حول العالم، ويمكن ألي شخص قادر إنشاء موقع له في حساب الفيسبوك بسهولة وبدون مقابل مادي ، ويهدف الموقع الربط بين الأصدقاء والتعرف على أصدقاء جدد أو البحث على أصدقاء الدراسة حول العالم أو الانضمام إلى مجموعات مختلفة على شبكة الويفاي، ويمكن لمستخدمي الموقع الاشتراك في شبكة أو أكثر، مثل المدارس، أو أماكن العمل او لمناطق الجغرافية أو المجموعات الاجتماعية وهذه الشبكات تتيح للمستخدمين الاتصال بالأعضاء الذين هم في الشبكة نفسها، ويمكن لهم أن يضيفوا أصدقاء لصفحاتهم ويتيحوا لهم رؤية صفحاتهم الشخصية.

التعريف الإجرائي:

يمكن القول بأن الفيسبوك facebook :

وهو موقع الإلكتروني للتواصل الاجتماعي، أي أنه يتاح عبره للأشخاص العاديين والإعتباريين (كالشركات) أن يبرز نفسه وأن يعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى، وإنشاء روابط تواصل مع الآخرين.

¹ الحضيف " كيف تؤثر وسائل الإعلام، الرياض، دار وهج الحياة للنشر والتوزيع، 2010، ص 31.

سادسا: الدراسات السابقة

- الدراسة الأولى¹: تسعديت قدوار، بعنوان أثر تكنولوجيايات الاتصال على الإذاعة وجمهورها، دراسة مسحية في الاستخدامات والاشباعات لدى الشباب دراسة مكتملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال' جامعة الجزائر3، كلية العلوم السياسية والاعلام قسم علوم الاعلام والاتصال سنة 2010-2011. إشكالية الدراسة: انطلقت الباحثة من إشكالية تتمثل في: ما هو أثر استخدام الشباب لتكنولوجيا الإعلام والاتصال على مدى إقبالهم على الاستماع للإذاعة المحلية؟ وبعد تفكيكها لهذا التساؤل الرئيسي استخرجت 05 أسئلة فرعية تمثلت فيما يلي:

- ماهي العادات الإستماعية للشباب؟
- ما هي دوافع تعرض الشباب للإذاعة في ظل استخدامهم للتكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال المتاحة لهم؟
- ماهي الإشباعات التي تحقق للشباب عند التعرض للإذاعة؟
- كيف يتفاعل جمهور المستمعين مع المضامين الإذاعية وفيما بينهم؟
- هل لمتغير الجنس، المستوى التعليمي، السن والحالة المهنية علاقة بدرجة ونوعية التعرض إلى البرامج الإذاعية؟

أهمية الدراسة: تجلت أهمية هذه الدراسة في التحولات التي عرفتها وسائل الإعلام في جميع أنحاء المعمورة وظهور وسائل إعلامية اتصالية جديدة صاحبها تحول في مجال استخدامها.

اهتمت بدراسة علاقة الجمهور الإذاعة من فئة الشباب منظور وظيفي، فهي توظف إطارا منهجيا لنظرية الاستخدامات والاشباعات في واقع مغاير من الناحية الثقافية والاجتماعية، فهي بذلك تكشف لنا مدى تطابق هذه النتائج النظرية مع الجمهور الاذاعة من فئة الشباب.

كما تتمثل أهمية هذه الدراسة من جانب اهتمامها بدراسات علاقة جمهور الإذاعة، وتكمن ايضا في أن الشباب مرحلة ن التي تميزهم عن الجامعات الأخرى من الجمهور واستجابات عمرية لها خصائصها الثقافية والسلوكية الشائعة وطريقة حياتهم.

¹ تسعديت قدوار، أثر تكنولوجيايات الاتصال على الإذاعة وجمهورها، دراسة مسحية في الاستخدامات والاشباعات لدى الشباب دراسة مكتملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال" جامعة الجزائر 3، كلية العلوم السياسية والاعلام قسم علوم الاعلام والاتصال سنة 2010-2011.

منهجية الدراسة: لقد استخدمت الباحثة على المنهج المسحي والذي يعتبر من أفضل المناهج التي تبحث في اتجاهات الجمهور وخصائصه وكذا احتياجاته في بحوث الاعلام.

أما الادوات المستعملة فقد اعتمدت على الاستمارة الاستبائية كأداة رئيسية لجمع البيانات والمعلومات المستخدمة في البحث، وتم تدعيمها بأداتين وهما الملاحظة والمقابلة.

نتائج الدراسة: توصلت الباحثة الى نتائج تمثلت الى ان الاستماع البرامج الاذاعية لم يتراجع الا عند نسبة قليلة من الشباب ما يؤكد ان الاذاعة لم تفقد مكانتها في اوساط الشباب في ظل واقع جديد، الا أن التعرض كان بشكل فردي. كما توصلت الدراسة من خلال معاينتها الميدانية الى ضعف استخدام التقنيات الحديثة الكمبيوتر والانترنت، وتوصلت نتائجها الى ان واقع استماع الشباب الجزائري للإذاعة في ظل البيئة الاتصالية الحالية التي تتميز بالتنوع الكبير والمنافسة الحادة بين مختلف الوسائل الاتصالية.

توظيف الدراسة: ان الالتقاء بين هذه الدراسة" أثر تكن ولوجيا الاتصال على الاذاعة وجمهورها، دراسة مسحية للاستخدامات والاشباع لدى الشباب.

ودرستنا الحالية" اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الاستماع للاذاعة المحلية: يتمثل في موضوع الاذاعة وكذا في النظرية المستخدمة (نظرية الاستخدامات والاشباع) وكذا طبيعة المنهج المستخدم.

الدراسة الثانية¹: مواقع التواصل الاجتماعي: فتيحة كيجل 'الاعلام الجديد ونشر الوعي البيئي' دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي_موقع الفايسبوك_انموذجا_دراسة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال تكنولوجيا الاتصال الحديثة جامعة الحاج لخضر_باتنة_كلية العلوم الانسانية والاجتماعية' قسم الاعلام والاتصال، سنة 2011-2012.

اشكالية الدراسة: تمحورت اشكالية هذه الدراسة في التساؤل التالي: كيف يؤدي استخدام الفايسبوك كإحدى تطبيقات الاعلام الجديد إلى نشر الوعي البيئي لدى جمهور المستخدمين الجزائريين؟ واندرجت تحتها التساؤلات الفرعية التالية:

أ. **تساؤلات خاصة بالاستخدامات:** ماهي انماط وطرق استخدام موقع الفايسبوك بما يؤدي الى خلق الوعي البيئي لدى جمهور المستخدمين الجزائريين؟

¹ فتيحة كيجل، الاعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، دراسة في الاستخدامات مواقع التواصل الاجتماعي- فايسبوك انموذجا-رسالة ماجستير، جامعة الحاج خيضر، باتنة، 2011/2012.

- ماهي عادات تعرض المستخدمين الجزائريين لموقع الفايسبوك؟

- ماهي دوافع استخدام هذا الموقع بالذات فيما يتعلق بموضوع حماية البيئة ونشر الوعي البيئي؟

ب. تساؤلات خاصة بالاشباعات: ما طبيعة الاشباعات المحققة لجمهور المستخدمين الجزائريين من خلال

موقع الفايسبوك؟

ت. ما هو الدور الذي يلعبه هذا الموقع لترقيه وترسيخ الوعي البيئي لدى المستخدمين الجزائريين؟

أهمية موضوع هذه الدراسة تتمثل أهمية هذه الدراسة في ان الاعلام الجديد عبارة تغير شامل في نظم الاتصال بعد التزاوج بين الكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصال والوسائط المتعددة، وهو ما افرز أشكالا جديدة ومتنوعة في أشكالها جديدة ومتنوعة في التطبيقات الإعلامية كانت التفاعلية سميتها البارزة.

كما تتمثل أهميتها من الناحية الاجتماعية في أن الإعلام الجديد ولد أشكالاً جديدة من العلاقات وأنماط التواصل بين الأفراد المستخدمين غيرت بصورة آلية تلقائية اهتمامات من مجرد التواصل العادي إلى نوع آخر من التواصل الهادف، لخدمة أغراض وأهداف ذات أبعاد إنسانية وثقافية واجتماعية.

منهجية الدراسة: لقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي لمعرفة أنماط وطرق الاستخدام وكذا الاشباعات

المحققة من وراء استخدام موقع " الفايسبوك".

الفصل الثاني:

موقع التواصل الاجتماعي

"الفيسبوك"

تمهيد:

أثبت التطور الهائل في مجال التكنولوجيا الحديثة خاصة مع انتشار الإنترنت واقع جديد على العالم، وبدأ البحث عن طريق للتواصل بين أفراد المجتمع فظهرت مواقع التواصل الاجتماعي وأصبح الناس يتلاحمون في عالم افتراضي يحكم الواقع الإنساني والاجتماعي والثقافي من خلال هذه المواقع التي يشترك عبرها ملايين الناس مثل (الفيس بوك-تويتر-ماي سبيس - لايف بوون - يوتيوب...الخ)، التي أتاحت البعض منها مثل الفيس بوك تبادل مقاطع الفيديو والصور ومشاركة الملفات وإجراء المحادثات الفورية والتواصل والتفاعل المباشر بين جمهور المتلقين.

حيث يمثل الشباب فئة عمرية لها أهمية ودور فاعل في المجتمع، ونظرا لأنه أثبت الأمل من خلال بناء مستقبل زاهر لأمتنا، ولما تمتلكه من طاقات حيوية ومقدرة على التغيير نحو الأفضل للمجتمع، ولما يمكن أن يكتسبه الشباب من خلال الاستخدام الموجه والمدروس لمواقع التواصل الاجتماعي من المهارات والخبرات والقدرات الاجتماعية المفيدة والتي توجد وتنمي المسؤولية الاجتماعية فيهم وتجعل منه ممنهجين نافعين وبهذا التواصل الاجتماعي.

تنقسم الدراسة الي ثلاثة مباحث:

المبحث الأول: مواقع التواصل الاجتماعي (ماهيتها، واستخداماتها)

المبحث الثاني: الفيس بوك ميزاته واستخداماته

المبحث الثالث: إيجابيات الفيس بوك وسلبياته

المبحث الأول: مواقع التواصل الاجتماعي - مفهومها وخدماتها

المطلب الأول: المواقع الاجتماعية

عبارة عن مواقع على الإنترنت يتواصل من خلالها ملايين البشر الذين تجمعهم اهتمامات أو تخصصات معينة، ويتاح لأعضاء هذه الشبكات مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو وإنشاء المدونات وإرسال الرسائل وإجراء المحادثات الفورية وسبب وصف هذه الشبكات بالاجتماعية أنها تتيح التواصل مع الأصدقاء وزملاء الدراسة وتقوى الروابط بين أعضاء هذه الشبكات في فضاء الإنترنت¹.

وعرفت بأنها مواقع إلكترونية تقدم لمستخدميها مجموعة من الخدمات متعددة الخيارات مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني والفيديو والتدوين الخطي والصوتي والمرئي ومشاركتها مع الآخرين².

وهي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية أو غير ذلك. ولا بد من الإشارة هنا أن تلك الشبكات تعود إلى شركات تجارية تحقق أرباحاً من خلال الإعلانات، ولقد أحدثت الشبكات الاجتماعية تغييراً في كيفية الاتصال والمشاركة بين الأشخاص والجماعات وتبادل المعلومات عن بعد خاصة بعد أن استقطبت عشرات ملايين المستخدمين ومكنتهم من مشاركة الأنشطة والاهتمامات في شتى المجالات، ومن أشهر الشبكات الفيس بوك وماي سبيس وتويتر ولايف بوون واوركنت.

إن مواقع التواصل الاجتماعي هي شبكات إلكترونية تسمح للمستخدم فيها بإنشاء حساب خاص بهم ومن ثم ربطهم من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات أو جمعهم مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية أو غير ذلك وهي في الأصل شركات ربحية تعتمد على الإعلانات.

¹ حسنين شفيق، الإعلام الجديد الإعلام البديل، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، 2010، ص 63.

² المرجع نفسه، ص 64.

المطلب الثاني: الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية

تشارك الشبكات الاجتماعية في خصائص أساسية بينما تتميز بعضها عن الآخر بمميزات تفرضها طبيعة الشبكة ومستخدميها أبرز تلك الخصائص:

- الملفات الشخصية /الصفحات الشخصية (Profile Page): ومن خلال الملفات الشخصية يمكنك التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه مثل: الجنس، تاريخ الميلاد، البل، الاهتمامات، والصورة الشخصية بالإضافة إلى غيرها من المعلومات. يعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكنك مشاهدة نشاط الشخص مؤخرًا، من هم أصدقاؤه وماهي الصور الجديدة التي رفعها إلى غير ذلك من النشاطات.

- الأصدقاء/العلاقات (Friend Connection): وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين الشبكات الاجتماعية تطلق مسمى صديق على هذا الشخص المضاف لقائمة اصدقاؤك بينما تطلق بعض موقع الشبكات الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى اتصال أو علاقة على هذا الشخص المضاف لقائمتك...

- إرسال الرسائل: وتتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسالة مباشرة للشخص سواء كان في قائمة الأصدقاء لديك ام لم يكن..

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

- المجموعات: تتيح كثير من مواقع شبكات الاجتماعية خاصية إنشاء مجموعة، حيث يمكنك إنشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف محددة ويوفر موقع الشبكة الاجتماعية لمالك المجموعة والمنضمين إليها مساحة أشبه ما تكون بمنتهى حوار مصغر كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف ب(Events) أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له ومعرفة عدد الحاضرين من غير الحاضرين.

- الصفحات: ابتدعت هذه الفكرة الفيس بوك، واستخدمتها تجارياً بطريقة فعالة حيث تعمل حالياً على انشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم وإظهارها لفئة يحدونها من المستخدمين وتقوم الفيس بوك باستقطاع مبلغ عن كل نقرة يتم الوصول إليها من قبل أي مستخدم قام بالنقر على الإعلان، تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث ويقوم المستخدمين بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة ثم إن وجدوا اهتماماً بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي¹.

ومن الملاحظ أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت أكثر انتشاراً على شبكة الإنترنت لما تمتلكه من ميزات تميزها عن المواقع الإلكترونية مما يساهم في الزيادة المطردة لمستخدمي تلك المواقع الاجتماعية وتراجع الإقبال على المواقع الإلكترونية.

وبالرغم من الانتقادات الشديدة التي تتعرض لها المواقع الاجتماعية على الدوام وخصوصاً موقع (الفيس بوك)، والتي تتهمه تلك الانتقادات بالتأثير السلبي والمباشر على المجتمع والأسرة، والمساهمة في انفراط عقده واختياره، فإن هناك من يرى فيه وسيلة مهمة للتنامي والالتحام بين المجتمعات، وتقريب المفاهيم والرؤى مع الآخر، والاطلاع والتعرف على ثقافات الشعوب المختلفة.

المطلب الثالث: الفيس بوك ظاهرة تستحق الوقوف

أثار الكثير من الجدل حول موقع الفيس بوك على مدار الأعوام القليلة الماضية، فقد تم حظر استخدام الموقع في العديد من الدول خلال فترات متفاوتة، كما حدث في سوريا وإيران كما تم حظر الموقع في العديد من جهات العمل لإثناء الموظفين عن إهدار أوقاتهم في استخدام تلك الخدمة.

كذلك مثلت انتقادات موجهة إلى الفيس بوك مخاوف بشأن الحفاظ على الخصوصية واحدة من المشكلات التي يواجهها رواد الموقع، وكثيراً ما تمت تسوية هذا الأمر بين طرفي النزاع، كما يواجه موقع الفيس بوك العديد من الدعاوى القضائية من عدد من رفاق زوكربيرج السابقين الذين يزعمون أن الفيس بوك يعتمد على سرقة الكود الرئيسي الخاص بهم وبعض الملكيات الفكرية الأخرى.

¹ عبد الامير الفيصل، دراسات في الاعلام الإلكتروني، القاهرة: دار الفكر الجامعي، ط1، 2014، ص 21-22.

فالفيس بوك ظاهرة تستحق الوقوف عندها ومعرفة نشأتها وتعريفها واستخداماتها وكذلك أبعادها.

حيث ترجع نشأة الموقع إلى مارك جوكربيرغ الذي كان (23 عام) بالاشتراك مع كل من داستين موسكوفيتزوكريس هيموز الذين تخصصوا في دراسة علوم الحاسب وكانا رفيقي زوكربيرج في سكن الجامعة عندما كان طالباً في جامعة هارفارد وكان هدفه إقامة شبكات تضم طلبة جامعة هارفرد الأمريكية ويمكنهم من تبادل أخبارهم وآرائهم وصورهم وفي عام 2004 حقق نجاحاً سريعاً في وقت قصير واكتسب شعبية واسعة وسرعان ما انتشرت أصداء الفكرة في جامعات أخرى وطلبة المدارس الذين يسعون للتعرف على الحياة الجامعية وأستمر الموقع قاصراً على الجامعات والمدارس الثانوية حتى عام 2006 ثم قرر أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه، وكانت النتيجة طفرة في عدد مستخدمي الموقع إذ ارتفع من 12 مليون في شهر 2006 إلى أكثر من 40 مليون في نهاية عام 2007 وقرر أن يفتح أبواب الموقع للمبرمجين ليقدموا خدمات جديدة لزواره وأن يدخل في تعاقدات مع معلنين يسعون للاستفادة من قاعدته الجماهيرية الواسعة¹.

وبات من الواضح أن سوق شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت ينمو بشكل هائل وقد رفض جوكربيرغ عرضاً لشراء موقعه بمليون دولار لأنه رأى ان قيمة شبكته أعلى بكثير.

وقد أثبت واقع الحال أنه كان محقاً في رفض هذا العرض فقد قالت صحيفة وول استريت جورنال، أبرز الصحف الاقتصادية الأمريكية أن شركة مايكروسوفت تسعى لشراء 5% من قيمة فيس بوك 300-500 مليون دولار، الأمر الذي يعني أن قيمة الفيسبوك الكلية تصل إلى مبلغ ستة إلى عشرة مليارات. يشار ان شركة مايكروسوفت تحتكر إعلانات الإنترنت على شبكة فيسبوك في الوقت الراهن².

وفي أكتوبر 2007 وبعد تنافس محتدم بين شركتي جوجل ومايكروسوفت، أعلنت شركة مايكروسوفت عملاقة البرمجيات الأمريكية أنها قامت بشراء حصة في فيس بوك بلغت 6.1% بقيمة 240 مليون دولار، حيث قدرت القيمة الضمنية الكلية للموقع بحوالي 15 مليار دولار، وعلى الرغم من ذلك فإن مايكروسوفت قامت بشراء سهم مفضل يتضمن حقوقاً خاصة مثل حقوق التصفية وهو ما يعني ان مايكروسوفت ستتغاضى

¹ ليلي أحمد جرار، الفيس بوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2012، ص 26.

² المرجع نفسه، ص 28.

مستحققاتها قبل حملة الأسهم العادية في حالة بيع الشركة، كما أن السهم الذي قامت مايكروسوفت بشراؤه يعطيها الحق في نشر الإعلانات الدولية في الولايات المتحدة وعلى المستوى الدولي على الفيس بوك¹.

وفي أكتوبر من عام 2008، أعلن القائمون على إدارة الفيس بوك عن اتخاذ مدينة دبلن عاصمة أيرلندا مقرًا دوليًا له. في ديسمبر 2013.

عادةً ما تقوم وسائل الإعلام بعقد المقارنات بين موقعي «فيس بوك» و«ماي سبيس»، ولكن يبدو أن أشهر الفروق بين الموقعين هو مستوى التخصيص. فموقع «ماي سبيس» يتيح للمستخدمين تزيين ملفاتهم الشخصية باستخدام لغة HTML و Cascading Style Sheets (CSS)، بينما يوفر موقع «فيس بوك» إمكانية استخدام النص العادي فقط².

وبعد السرد لهذه النبذة التاريخية للفيس بوك نشير إلى بعض التعريفات حيث ذكرت موسوعة الويكيبيديا أن فيس بوك بالإنجليزية (Facebook): هو موقع ويب وأحد أشهر وسائل تواصل اجتماعي وهو شبكة اجتماعية وتديره شركة «فيسبوك» شركة مساهمة؛ فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم. كذلك، يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، وأيضًا تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم.

وسمي الموقع بفيس بوك إشارة إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد، والذي يتضمن وصفًا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليه³.

وعرفه د. عباس مصطفى صادق بأنه الموقع الذي يسهل للمستخدمين تبادل الأخبار والمعلومات فيما بينهم وإتاحة الفرصة للأصدقاء للوصول إلى ملفاتهم الخاصة وأصبح الموقع الأخير لا يؤثر فقط في نطاق المجتمع الافتراضي بل أثر على واقع حياة المتعاملين الاجتماعية والسياسية والثقافية والدينية.

¹ المرجع نفسه، ص 29-30.

² ليلي أحمد جرار، الفيس بوك والشباب العربي، المرجع السابق، ص 31.

³ علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2014، ص 32.

حيث يعتبر موقع الفيس بوك واحد من أهم مواقع التواصل الاجتماعي وهو لا يمثل فقط منتدى اجتماعياً فقط وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء. ويعتمد الموقع في ذلك على معطين أساسيين هما: حجم المشتركين فيه والذي يناهز 40 مليوناً حيث يشهد زيادة في عددهم بمعدل 150 ألفاً يومياً، وكذلك على تميزه من الناحية التكنولوجية، والتي يريد أن يجعلها متاحة للجميع¹.

المبحث الثاني: الفيس بوك سماته واستخداماته

المطلب الأول: سمات الفيس بوك

يقدم الموقع خدماته للمستخدمين مجاناً، ويجني أرباحه من الإعلانات بما في ذلك إعلانات الشعار ونذكر السمات التي أضافها الفيس بوك منذ ظهوره:

1. سمة Wall أو لوحة الحائط وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للمستخدمين إرسال نكزة افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض (وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بان أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به).

2. سمة Photo أو الصور التي تمكن المستخدمين من تحميل الإلبومات والصور من أجهزتهم إلى الموقع.

3. سمة Status أو الحالة التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

4. في يوليو 2007 أتاح الفيس بوك إمكانية إرسال رسائل مرفقة تتضمن أي شيء بلوحة الحائط، الذي كان مقتصرًا من قبل على المحتويات النصية فقط.

5. في 6 سبتمبر من عام 2006 تم إعلان عن سمة News Feed أو التغذية الإخبارية التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.

¹ علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، المرجع السابق، 39.

6. تم تقديم سمة Facebook Notes أو تعليقات الفيس بوك في 22 أغسطس 2006 وهي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها.
7. وفي 2008 أصدر الفيس بوك تطبيق إرسال رسائل فورية إلى شبكات الاتصال باستخدام برنامج Comet وأطلق عليه اسم Chat.
8. في 2007 اطلق فيس بوك سمة Gifts أو الهدايا التي تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدايا.
9. أيضاً في 2007 أطلق فيس بوك سمة Marketplace أو السوق الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبنية مجانية.
10. في 2008 قدم فيس بوك إمكانية Facebook Beta نسخة تجريبية من الفيس بوك عبارة عن عادة تصميم مبتكرة لواجهات الاستخدام الخاصة بمستخدميه على شبكات محدده¹.

المطلب الثاني: استخدامات الفيس بوك

تتيح شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك للمستخدمين، التعرف على بعضهم عن قرب أكثر عن طريق نشر الصور الملتقطة لهم في المناسبات ونشر ما يدور في الخاطر من أفكار وتتيح لهم نشر مقاطع الفيديو كما ويستطيع المستخدم التفاعل مع ما ينشر عن طريق الأيقونات المتاحة مثل أيقونة (أعجبنى) كما ويستطيع مشاهد الصورة او المنشور إعادة نشره على صفحته الخاصة به ليتيح لمن هم في قائمة أصدقائه أن يشاهدوا ما تم نشره، إلى ذلك يتيح الفيسبوك للمستخدمين إنشاء المجموعات الخاصة لزيادة التفاعل بين المستخدمين ويتيح أيضاً إمكانية لعب الألعاب المختلفة.

وتتفاعل العديد من المواقع الإلكترونية الأخرى مع الفيسبوك بشكل جديد، فتتيح لزوارها أن ينشروا ما يتم نشره على الموقع الإلكتروني على صفحات مستخدمين الفيسبوك والذين يدخلون إلى هذا الموقع الإلكتروني وذلك طبعاً لأسباب ترويجية.

¹ رباب رأفت محمد الجمال، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي - مذكرة ماجستير، دراسة ميدانية جامعة الملك عبد العزيز، 15-4-2014، ص 96-97.

وبسبب كل هذه المميزات وأكثر استطاع الفيسبوك أن يتصدر قائمة المواقع الاجتماعية كافة متفوقاً على تويتر وجوجل بلس وغيرها من المواقع الاجتماعية، فقد لاقى الفيسبوك انتشاراً ورواجاً كبيرين بين المستخدمين لما وجدوه فيه من سهولة في التعامل وجمالية في التصميم وفي الخصائص، إضافة إلى انتشاره الواسع والذي مكن الجميع من ان يتعاملوا معه ويستفيدوا منه كل حسب غرضه وطريقته¹.

المطلب الثالث: الفيس بوك للإعلاميين

توفر شبكة الفيس بوك ثروة من الفرص للإعلاميين، غير أن المعلومات الشخصية فيها قد تكون خداعة شأنها شأن الكثير من المواقع التي يغذيها المستخدمون بالمحتويات، ولذلك ينبغي للصحفيين أن يتوخوا جانب الحذر عند استخدام هذه الشبكة الاجتماعية.

وعلى الصحفيين الذين يبحثون عن مواد لعملهم أن يتابعوا مجموعات لها علاقة بالموضوع الذي يهتمون به بواسطة عملية بحث سريعة في شبكة الفيس بوك وعلى الرغم من أن الكثير من المجموعات تعبر عن آرائها الشخصية وتكون متحيزة، إلا أن بعضها تأسس واستمر بجهود أشخاص جيدي الاطلاع وملمين في الموضوع المعني وإضافة لاستخدام الملامح الشخصية المعروضة على الفيس بوك كمرتكزات لإنتاج مواد صحفية عن طريق متابعة ملاحظاته وتعليقاته وصوره وما يضيفه من بيانات حديثة حول وضعه.

كما تتيح الشبكة للصحفيين الاتصال بزملائهم حول العالم والإعلان عن عملهم بواسطة تطعيم مقالاتهم بالوصلات الالكترونية في ملاحظاتهم أو في محافظتهم الخاصة مباشرة وكذلك بالنسبة للصحفيين غير المحترفين الذين يساهمون في صحافة المواطن الناشئة تمثل شبكة الفيس بوك أرض الأحلام حيث يشكل منفذاً وصوتاً للشخص المتوسط الذي يريد ان يقول شيئاً².

ويعتبر الفيس بوك مصدراً للأخبار عن طريق حسابات وكالات الأنباء والصحف والإذاعات والتلفزيونات وحسابات المواقع الرسمية والمعتمدة وكذلك يمكن الاستفادة من الفيس بوك في نشر المقالات

¹ رباب رأفت محمد الجمال، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي علي تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي، المرجع السابق، ص 102.

² نرمين زكريا خضر، الآثار النفسية الاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية (دراسة على مستخدمي موقع الفيس بوك)، مذكرة ماجستير كلية الإعلام جامعة القاهرة، 15-17-2-2009، ص 76.

الصحفية والتعليق عليها والاعجاب بها ويستقى الإعلاميون منه الكثير من المعلومات في شتى المجالات وعليهم أن يتثبتوا من الأخبار ولا يتابعوا كثير من الشائعات وقد قال تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنِيٍّ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ) الحجرات: 6.

المبحث الثالث: أبعاد الفيس بوك على الشباب

المطلب الأول: الشباب والفيس بوك

ومن الملاحظ أن مستخدمي المواقع الاجتماعية هي في الغالب من الفئات السنية الصغيرة والمراهقين وفئات الشباب، والذين يجدون في الإنترنت متعة وفائدة ترفيهية ولقضاء وقت الفراغ أكثر من أي شيء آخر. ولعل انتشار ما يسمى (بالإنترنت كافييه) (مقاهي الإنترنت) بهذه الصورة الكبيرة هو دليل قاطع على استخدام هذه الوسيلة للترفيه أكثر من أي شيء آخر بالنسبة للشباب وفئة المراهقين في المجتمع المحلي.

وفي ديننا الإسلامي يتم توجيه طاقات الشباب للعمل فقد قال (وَقُلْ اْعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ). التوبة: 105.

فيحاسب الإنسان ويسأل يوم القيامة عن شبابه فيما أفناه فعلى الشباب الحذر عند استخدام الموقع و مراعاة مراقبة الله لهم ولكل حواسهم وذكر الله في محكم تنزيله (أَوَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَٰئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا). لإسراء: 36.

المطلب الثاني: دوافع استخدام الفيس بوك

وفي هذا الشأن يمكن القول بانطلاق دراسات عربية عديدة حول الإعلام الجديد والإنترنت من نفس الأساس الذي انطلقت منه دراسات وسائل الإعلام التقليدية وتمثلت في التعرف على أنماط ودوافع استخدامات المواقع الاجتماعية لدى فئات معينة من الجماهير الخاصة لدى الأطفال والشباب.

ففي دراسة (رياب رأفت محمد الجمال، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي علي تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي) دراسة ميدانية على عينة من طالبات حيث استخدمت أداة الاستبيان

لجمع البيانات حيث تم تطبيق البحث في جامعة الملك عبدالعزيز على عينة مكونة من (150) طالبة تم اختيارهن بطريقة قصدية.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن من أقوى الأسباب التي تدفع الطالبات لاستخدام الفيس بوك وتويتر هي سهولة التعبير عن آرائهن واتجاهاتهن الفكرية التي لا يستطيعن التعبير عنها صراحة في المجتمع وأشارت النتائج كذلك أن الطالبات استفدن من هذين الموقعين في تعزيز صداقاتهن القديمة والبحث عن صداقات جديدة والتواصل مع أقاربهن البعيدين مكانياً كما تبين أيضاً أن لاستخدام الفيس بوك العديد من الآثار الإيجابية أهمها الانفتاح الفكري والتبادل الثقافي. (حنان بنت شعشوع الشهري، أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية الفيس بوك وتويتر نموذجاً، دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبدالعزيز بجدة بحث ماجستير جامعة الملك عبد العزيز¹.

وفي دراسة نرمين خضر حول الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية: دراسة على مستخدمي الفيس بوك (2009) اتضح أن دافع التسلية والترفيه يأتي على رأس قائمة دوافع استخدام طلاب الجامعة لموقع الفيس بوك واتفقت مجموعة طلاب جامعة القاهرة والجامعة البريطانية (ذكور وإناث) على أن التفاعل الاجتماعي بين الأشخاص عبر موقع الفيس بوك يؤدي إلى تنمية المهارات الشخصية والخبرات الحياتية والتعامل مع الآخرين، من أهم مزايا الفيس بوك التواصل مع الأصدقاء ومواكبة ما يجري والتعرف على مزاج الأصدقاء ويجدد العلاقات بأصدقاء الماضي وإبداء الرأي الحر².

وقد أظهرت الدراسات اختلافاً في دوافع استخدام الإنترنت والمواقع التفاعلية وتمثلت في التسلية والترفيه كأحد الأسباب والدوافع الرئيسة في الاستخدام والتواصل بالآخرين والتفاعل الاجتماعي وحرية التعبير والبحث عن صداقات والتبادل الثقافي والتعامل مع الآخرين إن من دوافع الاستخدام أيضاً الحوار أو للدراسات والبحوث والحصول على المعلومات العلمية أو المعلومات السياسية أو لتدعيم الهوية الوطنية ولتخفيف التوتر والخوف وعدم الأمان وكذلك معرفة ورصد ما يدور في العالم في جميع المجالات.

¹ رباب رأفت محمد الجمال، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي - مذكرة ماجستير، المرجع السابق، ص 149.

² نرمين زكريا خضر، الآثار النفسية الاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية (دراسة على مستخدمي موقع الفيس بوك)، المرجع السابق، ص 144 - 145.

المطلب الثالث: إيجابيات المواقع الاجتماعية

ولاستخدام الفيسبوك وتويتر العديد من الجوانب الإيجابية أهمها: لانفتاح الفكري، والتبادل الثقافي، ويزود الشخص بالمعلومات والمعرفة والتواصل مع الآخرين من اجل تحقيق هدف ما يعود عليه بالنفع في حياته سواء أكانت علمية أو غير ذلك، ولقد ساعد على انتشار علاقات بين الشباب بعضهم وانتشار الثقافات المختلفة وانتشار اللغات¹، المختلفة حيث قال الله تعالى: (يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ). الحجرات: 13.

ويحتاج المجتمع المسلم للتواصل والتعارف والتقارب والتعلم وتبادل الخبرات والتكافل وصلة الرحم عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي ولا يكون ذلك على حساب الوالدين حيث ربط الله سبحانه وتعالى عبادته ببر الوالدين حيث قال تعالى: (وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا إِمَّا يَبُلُغَنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا). الاسراء: 23.

ولا يتعدى ذلك صلة الرحم والتكافل الاجتماعي وقد ركز صلى الله عليه وسلم حيث قال: (يا أيها الناس أفشوا السلام وأطعموا الطعام وصلوا الأرحام وصلوا الناس نيام تدخلوا الجنة بسلام). (رواه الترمذي: 422/2).

وكما أشارت الدراسات أن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على التواصل والتبادل الثقافي والمعرفي ويضيف الكثير في مجال التعليم والتواصل مع الأطباء والخبراء والمختصين وتنشيط الدماغ للفئات العمرية الكبيرة وتحسين أداء الأجهزة الأمنية وخدماتها خاصة في المجال الجنائي.

ويمكن الإشارة في هذا الصدد: "أن الفيس بوك يساعد على التواصل الاجتماعي بين الناس تجمعهم هوايات متقاربة وتشكل منهم تجمعات صغيرة تؤدي بدورها نشاطات مهمة لهم ولمن حولهم وربما يجمع المستخدمين الذين لم يلتقوا لسنوات عديدة بل إنه يجعل المستخدم يتواصل مع أهله وأقاربه حتى ولو كان خارج بلده. فمثلاً: منتدى قسم الإعلام يجمع في صفوفه مستويات متقاربة من الإعلاميين، يبحثون ويناقشون في مواضيع ذات اهتمام مشترك، وتنمي بالتالي قدراتهم المهنية والمعرفية، وكذلك شبكات النساء الإلكترونية،

¹ ليلي أحمد جرار، الفيس بوك والشباب العربي، المرجع السابق، ص 46.

التي غالباً ما تناقش هموم الأمومة والطفولة وشؤون المرأة، والجوانب الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، وكذلك المنتديات الرياضية التي تعمل على تنمية طاقات الشباب وتسخيرها في رياضات متعددة، وتزيد من ثقافتهم الرياضية.

ولا يمكن إغفال حقيقة أن شبكات التواصل قربت المسافات بين الشعوب، وأصبح العالم بفضلها أقل من قرية صغيرة، ويحقق هذا التواصل إمكانية تبادل المعلومات والحصول عليها في وقت أسرع من وسائل الإعلام التقليدية وتعمل هذه المواقع على زيادة الحصيلة المعرفية للشباب وزيادة الثقافة والاطلاع على شتى مجالات الحياة وتجاربها.

ومن الملاحظ أن هنالك كثير من الحسابات لمؤسسات وأفراد يهتمون بأمر الدعوة لله سبحانه وتعالى بشتى الأساليب من الحكمة والموعظة الحسنة والجدال بالتالي هي أحسن ونحن خير أمة أخرجت للناس تأمر بالمعروف ونهى عن المنكر فعلى الشباب مراعاة خيرية الأمة ورسالتها والعمل على نشر هذا الدين الإسلامي واستغلال هذه المواقع للتعريف بالدين والاستزادة من المعارف والعلوم والأخلاق والقيم الإسلامية السمحاء.

المطلب الرابع: سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

إن استخدام الانترنت من قبل العديد من الناس وخصوصاً شرائح المراهقين والشباب أصبح من الظواهر التي يرى الإنسان العادي انعكاساتها مع كل من يتعامل مع هذه الشرائح .. فاستخدام المواقع التفاعلية أصبح بديلاً للتفاعل الاجتماعي الصحي مع الرفاق والأقارب وأصبح هم الفرد قضاء الساعات الطويلة في استكشاف هذه المواقع المتعددة مما يعني تغييراً في منظومة القيم الاجتماعية للأفراد حيث يعزز هذا الاستخدام المفرط القيم الفردية بدلا من القيم الاجتماعية وقيم العمل الجماعي المشترك الذي يمثل عنصراً هاماً في ثقافتنا.

إن الاستخدام الفردي للمواقع الاجتماعية يعزز الرغبة والميل للوحدة والعزلة للمراهقين والشباب مما يقلل من فرص التفاعل والنمو الاجتماعي والانفعالي الصحي الذي لا يقل أهمية عن النمو المعرفي وحب الاستطلاع والاستكشاف، وأن بعض الدراسات الأولية تشير إلى أن استخدام المواقع الاجتماعية يعرض الأطفال والمراهقين إلى مواد ومعلومات خيالية وغير واقعية مما يعيق تفكيرهم وتكيفهم وينمي بعض الأفكار غير العقلانية وخصوصاً ما يتصل منها بنمط العلاقات الشخصية وأنماط الحياة والعادات والتقاليد السائدة في المجتمعات الأخرى..

ومن الملاحظ في سياق العلاقة بين المستخدم المشارك ومواقع التواصل الاجتماعي أثرت مجموعة من التساؤلات المرتبطة بمهية التغييرات التي أحدثتها الوسائل الجديدة ومدى التأثير الذي تحدثه المواقع الاجتماعية على المستخدمين وقد مهدت التساؤلات لظهور تيار بحثي آخر ينطلق من المنظور الاجتماعي والثقافي ويهتم بدراسة أبعاد هذه المواقع على حضور الأفراد ومدى مساهمتها في انخراط الفرد في واقعه أو انزاله عنه.

في ظل شبكات التواصل الاجتماعي، أضحت الهوية «مثالية مبالغاً فيها»، حيث يتصرف شباب «الثقافة الرقمية» بشكل مختلف على فيس بوك وتويتر وغيرهما من الشبكات الاجتماعية، ويحرصون على الظهور بصيغة أفضل تبدو مثالية وكأنهم أشخاص في الفضاء الرقمي مختلفين عن الحياة الواقعية تماماً؛ وهو ما دفع الكاتبة إلى التساؤل: «لماذا لا يسألنا موقع فيس بوك عن سلبياتنا»؟

● الإدمان والعزلة الاجتماعية:

من الظواهر اللافتة حقاً والغريبة التي ظهرت مؤخراً ما أطلق إليه الأطباء النفسيون وعلماء الاجتماع (إدمان الفيس بوك) وأتت الغرابة أن الإدمان تعلق بموقع واحد محدد دون غيره من المواقع وهذا إن دل على شيء يدل على مدى انتشار هذه المواقع بين الناس وأهميته بين مستخدميها.

وقد يزيد من خطورة إدمانه انتشار هذا الإدمان، وكذلك عدم انتباه المستخدمين إلى إمكانية حدوثه لهم قبل أن يقعوا فيه، ذلك أن جل القضايا المسببة للإدمان كالمشروبات الروحية والكحول والتبغ يعلم الجميع عن تسببها في الإدمان فيتم تجنبها من قبل قطاعات متعددة أما موقع الفيس بوك فالعديد من المدمنون يجهلون أنهم مدمنون الأمر الذي لا ينطبق على معظم أنواع الإدمان الأخرى، ويرى المختصون أن ثمة أعراض لإدمان الفيس بوك أهمها ما يلي:

– عدم شعور الشخص بالافتقار من الموقع وقضاء أوقات طويلة عليه بغض النظر عن النشاط الذي يمارسه على الموقع.

– حال مغادرة الشخص للموقع يشعر بالرغبة في الدخول إليه من جديد.

– إهمال جزئي أو كلي للحياة الاجتماعية والالتزامات العائلية والوظيفية.

– إهمال الاهتمامات الأخرى والهويات المحببة التي كانت للشخص في السابق.

- لجوء الشخص بعد التعب الشديد من تصفح الفيس بوك إلى النوم العميق لفترات طويلة.
- ظهور آثار اضطرابات نفسية كالارتعاش وتحريك الإصبع بصورة مستمرة.
- القلق والتفكير المفرط في الفيس بوك وما يحدث فيه عندما يكون الشخص بعيداً عن الكمبيوتر والإنترنت، وشعوره بالحزن والاكتئاب إذا بقي بعيداً عنه لفترة من الزمن.
- تركيز التفكير حول الفيس بوك إلى حد الهوس، والحديث مع الأصدقاء ومن يلتقي بهم عن الفيس بوك وعمما يحدث من أحداث داخله عندما يكون الشخص بعيداً من الأنترنت.
- فشل الشخص المتكرر لمحاولات التقليل من عدد الساعات التي يقضيها على الفيس بوك.
- حدوث حالات إدمان سابقة ومتكررة عند الشخص على استخدامات الإنترنت في مرات سابقة وخروجه منها بسلام¹.

فالشعور بالحاجة الملحة إلى الإبحار في شبكة الإنترنت يحصل عند الكثير من المستخدمين، هذه الحاجة تعتبر إحدى ظواهر الإدمان على الشبكة. كما أنه يوجد أشخاص مدمنون على التلفاز، ليس غريباً أن نجد أشخاصاً مدمنين على شبكة الإنترنت والمواقع الاجتماعية.

بالطبع يصحب الإبحار في شبكة الإنترنت لأوقات طويلة قلة الحركة التي من الممكن أن تؤدي إلى مشاكل جسدية بسبب الجلوس غير الصحي أمام الحاسب أو إلى مشاكل في النظر بسبب الأشعة الناتجة عن الشاشة.

عند العمل في شبكة الإنترنت يجلس المستخدم عادة وحيداً أمام الحاسب، حيث بإمكانه أن يقضي ساعات طويلة تعزله عن المجتمع القريب والبعيد عنه، فالإبحار في الشبكة مصحوب بعزلة معينة عن المجتمع المجاور (العائلة والأصدقاء)، مما قد يؤدي في حالات كثيرة إلى مشاكل أخرى، منها اجتماعية، تتمثل في صعوبة الاتصال والتعامل مع المجتمع المحيط وأخرى نفسية، تتمثل في الانزواء والانطواء على النفس. لذا على الأهل الانتباه لمثل هذه الحالات ومراقبة أولادهم وقت التصفح، لكي لا يتضرر أحد منهم².

¹ علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، المرجع السابق، ص 69.

² أمين سعيد عبد الغني، وسائل الإعلام الجديدة والموجة الرقمية الثانية، ايتراك للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2008، ص 96.

إنّ مستخدم الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي لفترات طويلة، يشعر بالمتعة الشخصية، فهو يعتبرها تقنيةً جذابة تسهّل له الهروب من العالم الواقعي المليء بمشكلات الحياة، إلى العالم الافتراضي، فيختار الهروب بدلاً من المواجهة، مشيرةً إلى أنّ مدمن الإنترنت يبحث غالباً عن تحقيق الشخصية وإثباتها، ويوفّر الإنترنت مجالاً مناسباً من حيث إبداء الرأي والحوار، إضافةً إلى إعطائه فرصةً للتحكّم بالتقنيات، ما يشدّ المستخدم ويشعره بقيمته وأهميته، لكنّ المشكلة ليست في الاستخدام، بل في الإدمان الذي يسبّب الكثير من الأضرار.

وتبين من دراسة المواقع الاجتماعية وتأثيرها على المجتمع على عينة من طالبات الجامعة أن 86% من الطالبات مشاركات في المواقع الإلكترونية وكانت النتيجة أن 40% مشاركات في الفيس بوك مقابل 29% مشاركات في موقع ماي سبيس وتوصلت الدراسة إلى أن قضاء الوقت الطويل امام شاشة الكمبيوتر وهدره في تصفح المواقع يؤدي إلى عزلهم عن واقعهم الأسري وعن مشاركتهم في الفعاليات التي يقيمها المجتمع فإن إدمان الشباب على التواصل الإلكتروني يؤدي بهم للعزلة الاجتماعية وفقد مهارة التواصل المباشر مع الناس والكثير من الطالبات يعانون من صعوبة في تغير طريقة حياته بعد الاشتراك في عالم الفيس بوك فقد أدمنه الكثير منهم وقد أجابت ما يقارب النصف منهن قد يواجهن صعوبة في ترك الفيس بوك واما عن الدوافع التي دعتهن للمشاركة في الموقع فكانت التسلية وتمضية الوقت في المرتبة الأولى¹.

● لغة جديدة لشباب الفيس بوك:

أما بالنسبة للأضرار اللغوية فقد أكدت دراسة علمية أجريت على شريحة عشوائية من الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين (15) و(35) عاماً، وجود تأثير لـ «الإنترنت» على مفردات اللغة المتداولة بين الشباب على مواقع الإنترنت وغرف المحادثة؛ وأظهرت نتائج تلك الدراسة أن محادثات الشباب عبر الإنترنت، تهدد مصير اللغة العربية في الحياة اليومية لهؤلاء الشباب، وتلقي بظلال سلبية على ثقافة وسلوك الشباب العربي بشكل عام².

تتميز هذه اللغة بأنها اشبه بمصطلحات خاصة لا يعرفها الا من يعاشرهم بصفة مستمرة ويعرف هذه المصطلحات، وكما يقول علماء اللغة ان لكل طائفة وفئة مصطلحاتها الخاصة لا يعرفها الا أهل الطائفة أو

¹ نرمين زكريا خضر، الآثار النفسية الاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية (دراسة على مستخدمي موقع الفيس بوك)، المرجع السابق، ص 171-172.

² عبد الامير الفيصل، دراسات في الاعلام الالكتروني، المرجع السابق، ص 93.

من يعاشرهم بصفة مستمرة، وقد حذرت دراسة مصرية من ظهور «لغة موازية» يستخدمها الشباب العربي في محادثاتهم عبر الإنترنت، تحدد مصير اللغة العربية في الحياة اليومية لهؤلاء الشباب وتلقي بظلال سلبية على ثقافة وسلوك الشباب العربي بشكل عام واعتبرت الدراسة التي أعدها المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية بالقاهرة أن اختيار الشباب ثقافة ولغة خاصة بهم هو تمرد على النظام الاجتماعي، لذلك ابتدعوا لونا جديدا من الثقافة لا يستطيع أحد فك رموزها غيرهم لكن خبراء تربويين قالوا إن استعمال الشباب لغة خاصة بهم ليس تمردا وإنما نوع من الهروب من المجتمع، وأن على الكبار احترام لغتهم الجديدة وعدم الاستهزاء بها طالما أنها لا تتعارض مع الآداب العامة في المجتمع..

• الفيس بوك والأفكار الضالة:

وتسمح المواقع التفاعلية عبر الإنترنت للأفكار والمعتقدات المتطرفة سواء كانت دينية أو سياسية ومهما كانت رديئة أن تنشر وسبل وضع ضوابط لها تبدو مهمة صعبة خاصة أن أي شخص أو جهة تستطيع تعميم أفكارها والدعوة لها عبر الموقع والتي لا يمكنه التعبير عنها في وسائل الإعلام الرقمية.

ومن مآسي شبكة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي أيضاً، ما تزخر به من مواقع تروج للعقائد الباطلة والأفكار الهدامة والدعوات الخبيثة، ونتيجة لما يسود مرحلة الشباب من فضول وعدم استقرار نفسي وفكري، وقع كثير من الشباب العربي في حبال جماعات مشبوهة، تُعادي الدين وتناوى الإيمان¹.

كما أن تأثير الإنترنت خطير جدا في المجالات الدينية خاصة على الشباب، ويضرب مثلا في ذلك بموضوع الرسوم المسيئة للرسول، صلى الله عليه وسلم، وأن الذي فجر هذا الموضوع مواقع ورسائل عبر الشبكة.

• الفيس بوك والأضرار الأخلاقية:

من الملاحظ اتخاذ كثير من الشباب لصداقات من الجنسين ليس لشيء سوى تضييع الوقت واتخاذ خليل أو خليلية وذلك ما نهى الله عنه الله عز وجل قال: (الْأَحْلَاءُ يَوْمَئِذٍ بَعْضُهُمْ لِبَعْضٍ عَدُوٌّ إِلَّا الْمُتَّقِينَ). الزخرف: 67.

¹ المرجع نفسه، ص 96.

ويقول الله تعالى: (يَا وَيْلَتَى لَيْتَنِي لَمْ أَتَّخِذْ فُلَانًا خَلِيلًا (28) لَقَدْ أَضَلَّنِي عَنِ الذِّكْرِ بَعْدَ إِذْ جَاءَنِي وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِلْإِنْسَانِ خَذُولًا). الفرقان: 27-29.

وفي الاسلام قاعدة مهمة وهي الأخوة في الله (إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ). الحجرات: 10.

ونشير هنا إلى خطورة المواقع التفاعلية والأضرار الأخلاقية التي أفرزها دخول المواقع الاجتماعية إلى واقعنا العربي، إذ تفتشى ارتياد المواقع المروجة للجنس من قبل الشباب، وخصوصاً من خلال الإعلان عن المواقع الإباحية، من خلال إرسال العديد من الرسائل التي تتضمن عرضاً للصور الإباحية التي تخدش الحياء، والتي من الممكن أن تستقطب أنماطاً معينة من المستفيدين للتعامل معها، ولا سيما الشباب، باعتبارهم أكثر الفئات تعاملًا مع الشبكة ويمكن أن يقوم بدور في فساد الحياة الزوجية والاجتماعية.

خلاصة الفصل:

تبين لنا من خلال هذا الفصل والذي جاء تحت عنوان "الفيس بوك" أن الدراسات والأبحاث العلمية في ميدان الإعلام والاتصال بينت مدى أهمية هذا الموقع، بحيث سهل عملية التواصل الاجتماعي وهو ما أدى إلى ذوبان الحدود الجغرافية بين الدول، والاحاطة بمختلف الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والسياسية إلى درجة أن أصبح العالم مجرد قرية صغيرة مرتبطة ببعضها البعض، حتى أن هذه المواقع أصبح يجد قبولاً كبيراً بين مرتديه بمختلف أطباقتهم ومستوياتهم الثقافية من البسيط إلى العامي إلى طالب الجامعات والباحثين والعلماء، كما تناول هذا الفصل إلى الآثار والجوانب السلبية التي تدرج من موقع الفيس بوك، وذلك تبقى آثاره تحتاج إلى دراسة معمقة في ظل التزايد المستمر على استخدامه المفرط.

الفصل الثالث

الاذاعة

تمهيد :

لقد ارتبطت الإذاعة منذ نشأتها بالصوت، الذي يؤدي إلى اليقظة والتنبيه بهدف الوصول إلى هدف محدد من خلال الجمهور، فنستخدم لذلك أساليب للجذب واستمالات عاطفية ووجدانية، فهي ترتبط بالأذن التي تعشق قبل العين أحياناً كما يروي العرب عن شعرائهم وهو بذلك محور الفن الإذاعي الذي يقوم على تشكيل خامة الصوت، كما يقوم التصوير على تشكيل الخطوط والمسارات والألوان، وكما تعمل السينما على تشكيل اللقطات المصورة وتتابعها وأضوائها، فالصوت هو المادة الخام التي يقوم الفنان الإذاعي بتشكيلها، إعلاماً وتفسيراً، وتعليقاً وترفيهياً، وإعلاناً، وتثقيفاً، وتنشئة اجتماعية وفي هذا الفصل نتناول ماهية الإذاعة ونشأتها وتطورها بالعالم وبالوطن العربي خاصة من خلال تقديم الأخبار المسموعة والاهتمام بقيم المجتمع ودور أدائها الإخباري في تنمية المجتمع.

المبحث الأول: مفهوم الإذاعة، نشأتها وتطورها

لقد أصبحت الإذاعة تعبر عن خصائص الفن الإذاعي بشقيه المسموع وهو الراديو والمرئي المصور وهو التلفزيون، ويشتركان في استخدام الموجات اللاسلكية في البث والوصول إلى الجماهير مستمعين، أو مشاهدين، فالإذاعة المسموعة والصوتية هي الراديو بينما الإذاعة المرئية والمصورة هي التلفزيون لكن هنا في هذه الدراسة ركزنا على الإذاعة المسموعة وعلاقتها بالخبر الصحفي وما تضيفه عليه من قيم وكيف تساهم في خدمة المجتمع المحلي بتحقيق مبدأ الجوارية والحق في المعلومات كشكل من أشكال ديمقراطية الاتصال.

المطلب الأول: ماهية الإذاعة

إنّ في الأصل اللغوي للإذاعة هو الإشاعة فقد جاء في معجم اللغة العربية (ذاع الخبر وغيره، ذيعاً وذيوعاً) فشا وانتشر وأذاع أفشاه ونشره، والإذاعة نقل الكلام والأخبار والموسيقى وغيرها عن طريق الجهاز اللاسلكي فالإذاعة تنقل الصوت وتحوله إلى موجات "كهرومغناطيسية" ثم تعيد نقل هذه الموجات من خلال هوائي الإرسال فتبثها في الهواء ليستقبلها المستمعون عبر جهاز الراديو كصوت مسموع "منطوق" لذا يمكن القول أن الإذاعة هي وسيلة سمعية تنقل الأخبار والمعلومات لتبثها للجماهير عبر أجهزتها التقنية المتنوعة الحجم والقدرات التقنية في مساحة وسرعة البث وحتى في جودة الصوت¹، ويقال أن المدياع هو الذي لا يكتم السر، كما يعرّفها "الدكتور إبراهيم إمام" بأنها الانتشار المنظم والمقصود لمواد إخبارية وثقافية وتعليمية وتجارية وغيرها من البرامج بواسطة "الراديو" لتلتقط في وقت واحد بواسطة المستمعين المنتشرين في شتى مناطق العالم²، كما تمتاز الإذاعة بأنها واسعة الانتشار سريعة التأثير فهي تصل إلى جماهير عريضة وواسعة من الكبار والصغار والمتقنين والمتعلمين والأميين للأغنياء والفقراء العامة والخاصة ولكل فئات الشعب ويتميز الراديو بالإحساس الجمعي فالمستمع يحس أنه عضو في جمهور كبير من المستمعين وهذا الإحساس الجمعي يعمق القابلية للاستهواء ومن هنا كانت قوة الإذاعة فهي تتفوق على الصحافة ومعظم وسائل النشر الأخرى فالمستمع يشعر بنوع من المشاركة والاقتراب الشخصي والإحساس بالواقعية التي تقترب من الاتصال الشخصي المواجهي، وتتميز الإذاعة بالسهولة واليسر في الاستماع وهو يقوم بأعماله الأخرى عند اللزوم فالإذاعة مجرد خلفية تضيء جواً ترفيهياً ولا تحتاج إلى التركيز والتعمق مثل الكتاب والصحف والمطبوعات أو الانشغال به مثل التلفزيون والفيديو.

1 - حسن عماد مكاوي، الأخبار في الراديو و التلفزيون، نفس المرجع السابق، ص 29 .

2 - إبراهيم إمام ، الإعلام الإذاعي و التلفزيوني، نفس المرجع السابق ، ص 14 .

- وتساهم الإذاعة في رسم الإطار النفسي للمستمعين فالبرامج الصباحية تهيب الناس لليقظة والعمل والتفاؤل بينما تقوم برامج السهرة بالترفيه والإمتاع والاسترخاء.
فكل هذه المزايا للراديو جعلته صديقاً للمستمع يرافقه في كل مكان في البيت والعمل والشارع والسيارة من خلال تقديم كافة المواد بشتى أنواعها السياسية والثقافية .. الخ.

المطلب الثاني: نشأة الإذاعة

- إن الحديث عن اختراع الراديو أو التلغراف لا يختلف عن غيره من المخترعات التي توصل إليها الإنسان في أعقاب الثورة الصناعية، فهو محصلة جهود وتجارب متعددة اشترك فيها الكثير من الهواة والفنانين والعلماء والباحثين، لأنه يمثل حلقة في سلسلة أعمال سبقته وأخرى لحقته. فقد بدأ محاولاه لإرسال صوته إلى مسافات باستخدام صدى الصوت في الكهوف والمغارات. كما أن (داريوس) ملك الفرس استخدم أشخاصا يمتازون بأصوات قوية لإبلاغ رسائله إلى جنوده¹، ومن ثمة توالت المحاولات ولكن ببطء لتطوير وسائل الاتصال حتى جاء "ماركوني" باكتشافه في القرن التاسع عشر، فقد بني هذا المخترع أعماله على ما توصل إليه من سبقه².

- فقد أستخدم نظام (صمويل مورس) لإرسال واستقبال الإشارة، الذي توصل إليه قبل 45 عاماً. كذلك اعتمد "ماركوني" على نظرية "جيمس ماكسويل" التي ذكر فيها أن موجات الضوء ما هي في الواقع إلا موجات لقوى كهربائية مغناطيسية، وكان للعالم "هنريك هيرتز" دوره في تحقيق صحة نظرية ماكسويل وإثبات طبيعة الموجة اللاسلكية عملياً ومهما يكن فقد جاء اختراع الراديو ليضيف إلى حضارة الإنسان بعداً آخر ويفتح آفاقاً متعددة في الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، وقد وصف "لارسين" هذا التطور بقوله: (لقد زاد تقارب العالم من بعضه البعض وأصبحت الأنباء جديدة حقاً وانطوى الزمان والمكان في أجزاء من الثانية، فإن أمم الأرض ترتبط اليوم معاً عن طريق أسلاك وكابلات وموجات وذبذبات)³.

- وفيما كان العلماء والباحثون المهتمون بتطوير وسائل الاتصال اللاسلكية يواصلون جهودهم على مدار الساعة، كانت تعيش محبوسة الأنفاس للتغيير الجذري الذي يشق طريقه في عمليات الاتصال، تحمل لواءها

1 - إبراهيم إمام ، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة ، 1979م ، ص13.

2 - نفس المكان.

3 - بدر كريم ، نشأة وتطور الإذاعة في المجتمع السعودي ، ط1 جدة- تهامة- 1402 هـ ، ص25 .

إشارات مورس وهوائيات ونظام "ماركون"¹ الجديد كان طبيعياً أن تظهر أصوات تعارض مثل هذه التطورات، فقد وقفت بعض الحكومات ضد تطوير وسائل الاتصال اللاسلكي مثل روسيا قيصر، ووضعت دول أخرى قوانين وشروطاً صارمة أمام تطوير هذه التقنيات، مثل فرنسا والولايات المتحدة، فيما عمدت مؤسسات تجارية وعناصر مختلفة إلى وضع العراقيل والتشكيك في جدوى ومصداقية هذه الوسائل الحديثة للاتصال وكان لابد للأزمة من انفراج ولا بد للعلم والتقدم من أن ينتصر، ففي عام 1899م جنحت إحدى السفن التجارية على رمال "جودوين" وأشرف بحارتها على الهلاك إلا أن إرسالهم إشارات الاستغاثة المعروفة لاسلكياً ساعد على إنقاذهم من الغرق-

- كذلك أمكن إنقاذ (1180) شخصاً من ركاب سفينة (تيتانك) العملاقة عام 1912م بينما كانت في رحلتها الأولى والأخيرة لعبور المحيط عندما اصطدمت بكتلة هائلة من الجليد لكن استخدامهما لإشارات الاستغاثة اللاسلكية دفع السفن لنجدهما وإنقاذ ما يمكن إنقاذه من ركبهما².

المطلب الثالث: ظهور وتطور الإذاعة

بدأت قصة الإذاعة سنة 1865م عندما تنبأ عالم الطبيعيات الإنجليزي "Maxwell" بوجود الموجات الكهرومغناطيسية وفي عام 1888م أثبت العالم الألماني "Hertw" صحة نظرية "Maxwell" وقام بتجارب على طرق إنتاج هذه الموجات الكهرومغناطيسية، فكان هذا مشجعاً ومحفزاً للمخترع الإيطالي "Marconi" بحيث استفاد من هذه الاكتشافات واستغلها تطبيقياً، فتوصل في سنة 1849م إلى إرسال إشارات ورموز من جهاز مرسل إلى جهاز مستقبل عبر أمواج الأثير ويعتبر هذا الانطلاقة الأولى لـ(ماركوني) أما في سنة 1897م تمكن من إرسال رسالة لاسلكية بواسطة راديو تلغرافي، فأنشأ شركة لتطوير اختراعه على أساس تجاري وقد تأكد الدور الخطير الذي يمكن أن تلعبه الإذاعة عملياً عندما أنقذ الإرسال اللاسلكي سفينة "Titanique" سنة 1912م وفي سنة "1920م" أصبحت الإذاعة حقيقة واقعة في الولايات المتحدة كما انتشرت في معظم دول العالم حتى أصبح في العالم نحو "600" محطة إذاعية.³

- ويورد "كريم بدر" حادث تصادم السفينتين (فلوريدا) و(ريبلك) على مقربة من شواطئ نيويورك عام 1900م، فأرسلتا إشارات الاستغاثة، ليتم إنقاذ جميع المسافرين والبحارة على السفينتين، بالإضافة إلى

1 - إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، نفس المرجع السابق، ص 14.

2 - بدر كريم، نشأة وتطور الإذاعة في المجتمع السعودي، نفس المرجع السابق، ص 25.

3 - إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، نفس المرجع السابق، ص 15.

عمليات الإنقاذ البحري التي شهدتها تلك الفترة بفضل استخدام إشارات لاسلكية بسيطة وما ترتب عليها من إنقاذ أرواح آلاف الأشخاص.

- فقد استخدمت تلك الإشارات لتعقب المجرمين والقبض عليهم ولنقل الأخبار أولاً بأول سواء في الرياضة أم في السياسة، كما حدث لنقل أنباء انتخابات الرئاسة الأمريكية عام 1916م¹، وخلال الفترة من 1904م - 1920م تضافرت جهود علمية ومعملية مكثفة اشترك فيها العديد من العلماء والباحثين والشركات لا في دولة واحدة فقط ولكن في العديد من الدول في مقدمتها الولايات المتحدة وبريطانيا وفرنسا والنمسا وألمانيا وروسيا لتحقيق إرسال المحادثات والموسيقى لاسلكياً، إلى جانب إشارة مورس الشهيرة، فقد استفاد كل من (فورست) من أمريكا (وفون لين) من النمسا عام 1906م من الاكتشاف الذي توصل إليه العالم البريطاني (فلنج) عام 1904م حيث صنع صمام (الترميوني) الكاشف للموجات اللاسلكية المرتدة. وبذلك أمكن إرسال واستقبال الموجات الحاملة للمكالمات².

وأخيراً تكملت جهود العلماء بالنجاح عام 1920م حيث ظهرت إلى الوجود أول إذاعة سمعية ذات برامج موسيقية وإخبارية منتظمة وكانت أحداث الساعة آنذاك هي انتخابات الرئاسة الأمريكية، فتنافست محطتا "KDKA" في "بيتسبرج" و "Pittsburg" ومحطة "WWJ" في "ديترويت" في إذاعة أخبار الانتخابات إلى القدر الذي نافست فيه إذاعات الهواء المنتشرة قبل ذلك التاريخ بل إنه بات من المعتاد تسجيل المحطة السابقة للأخرى في البث الإذاعي وسرعان ما انتشرت حمى إنشاء محطات الإذاعة إلى أوروبا، حيث أنشأت فرنسا إذاعتها عام 1922م³.

- ولقد شهد القرن التاسع عشر تطوراً هائلاً في ميدان الاتصال والإعلام في اكتشاف الموجات الكهرومغناطيسية على يد عالم الفيزياء "جيمس ماكسويل" والتلغراف على يد "صامويل موريس" ومن بعده التلفزيون وحتى اكتشاف اللاسلكي على يد العالم الألماني المشهور "ماركوني" كم يرى خبراء الاتصال أن ثورة الاتصال مرت بعدة تطورات وهي:

1- اللغة وتطورها.

2- الكتابة وتطورها.

1 - بدر كريم، نشأة وتطور الإذاعة في المجتمع السعودي، نفس المرجع السابق، ص 26.

2 - نفس المكان.

3 - إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، نفس المرجع السابق، ص 17 .

- 3- الطباعة وانتشارها، والتي ظهرت في منتصف القرن الخامس عشر.
- 4- اكتشاف الكهرباء في القرن التاسع عشر حيث تم اكتشاف الموجات الكهرومغناطيسية والتلفون والتصوير الضوئي والسينما والراديو والتلفزيون من النصف الأول من القرن العشرين.
- 5- استخدام الأقمار الصناعية لنقل المعلومات عبر الدول والقارات .
- 6- ثورة الفضائيات.
- 7- ثورة الانترنت.

- ومن هنا تكون الإذاعة ضمن ثورة الاتصال الرابعة عندما تنبأ عالم الطبيعيات الإنجليزي "جيمس كلارك" بوجود الموجات الكهرومغناطيسية عام 1856م وقد أثبت العالم "هنري هيرتز" صحة النظرية عام 1888م و قام بإجراء تجارب في السنوات التالية حول إنتاج تلك الموجات وخصائصها وسرعتها التي تبلغ 300 مليون متر في الثانية وهي سرعة الضوء¹.

- واستطاع "السير جون فلمنج-J.FELIMING" أن يخترع الصمام الموحد الثنائي وأن يخترع العالم الأمريكي "لي فورست" المكبر ذا الصمام الثلاثي حتى اكتملت هذه الجهود بانتقال الصوت البشري والموسيقى عبر المسافات الطويلة فيما تعارف عليه العلماء بالراديو.

- إلا أن بعض العلماء يرون أن أول تجربة للبث الإذاعي كانت في يوغوسلافيا عام 1904م وهو ما يؤرخ لبداية عهد جديد للاتصال بالراديو، ويتفق الخبراء أن بريطانيا كانت أول من استخدم الموجات الكهرومغناطيسية في العالم عام 1837م، حيث استخدموه في مجال التلغراف ويشير البعض إلى أن الإذاعة خرجت إلى الضوء عام 1906م في الولايات المتحدة، ويرى آخرون أنها ظهرت في يوغوسلافيا عام 1904م، وفي بداية الإرسال الإذاعي فإن الثابت من المصادر يشير إلى أن الفترة بين 1904م- 1920م شهدت محاولات متعددة للإرسال الإذاعي غير المنظم من عدة محطات تجريبية².

1 - إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، نفس المرجع السابق، ص 17 .
2 - إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، نفس المرجع السابق، ص 18 .

المطلب الثالث: خصائص وأنواع الإذاعات

أولا/ خصائص الإذاعة :

- تعد الإذاعة أوسع وسائل الإعلام انتشارا وأكثرها شعبية وجمهورها من الجمهور العام بجميع مستوياته، تستطيع الوصول إليه مخترة حواجز الأمية والعقبات الجغرافية والقيود السياسية التي تمنع بعض الوسائل الأخرى من الوصول إلى مجتمعاتها¹. كما أنها لا تحتاج إلى تفرغ تام من المستمعين وتتيح الإذاعة للوصول إلى جمهورها أشكالا اتصالية مختلفة مثل التمثيلية والريورتاج الإذاعي والإعلان والأغنية باستعمال الموسيقى و المؤثرات الصوتية تتمكن من تهيئة ذهن الجمهور لتلقي الرسالة الإعلامية و خلق الجو النفسي المناسب لتقبل الفكرة والافتناع بها، ويلاحظ إلى جانب ذلك أن تكلفتها أعلى من حالة الصحف والمجلات وقل من السينما والتلفزيون.

و تمتاز إلى جانب ذلك بدفع الصوت البشري وتأثيره، مما يجعلها أكثر الوسائل قدرة على الاستهواء والإيحاء خاصة مع قلبي الحظ من الثقافة، بالإضافة إلى الإحساس الجماعي الذي يتوفر لجمهورها، مهما تباعدت أماكنه ، كذلك تمتاز الكلمة المذاعة بإمكان تسجيلها وإعادة إذاعتها أكثر من مرة فتكسب في كل مرة قوة إضافية فضلا عن قدرتها على بث الاهتمام بالمسائل العامة، وفي سرعة تجميع الجماهير حول رأي معين -

- و خاصة أوقات الشدائد والأزمات، وتأتي الإذاعة لمزاياها وقدراتها في مقدمة الوسائل ذات الأهمية بالنسبة للتنمية وذلك للأسباب التالية:

أ- إن الإذاعة تكاد تكون المصدر الوحيد للمعلومات لأكثر عدد من السكان وتتساوى في ذلك مع التلفزيون .

ب- انتشار الأمية وخاصة في المناطق البعيدة عن المدن.

ج- ضعف الإمكانيات المادية لعدد معتبر من سكان العالم مما يجعلهم غير قادرين على اقتناء باقي وسائل الاتصال الجماهيرية.

د- الراديو لا يستلزم التفرغ الكامل من قبل المستمع، عكس التلفزيون الذي يقتضي التفرغ الكامل وكذلك الصحيفة والكتابة و السينما.

هـ- لا يشترط الراديو معرفة القراءة من المستمع، بينما الصحيفة والكتاب وأحيانا التلفزيون يستلزم ذلك.

1- حسن عماد مكايو، الأخبار في الراديو والتلفزيون، نفس المرجع السابق، ص 33 .

و- تهتم المناطق التقليدية بالكلمة المنطوقة "الشفوية" أكثر من الكلمة المكتوبة وبذلك تكتسب قوة إقناع كبيرة.

ز- يساعد الراديو أكثر من غيره على تنمية مخيلة الإنسان وتصوراته الاجتماعية والذاتية وكذلك سعة انتشار البث الإذاعي وسرعته وتخطيه للحواجز الجغرافية.¹

- يمكن كذلك حصر خصائص الراديو كوسيلة إعلامية في ما يلي :

1- يتميز الراديو بما يقوم به من دور فعال في تحرير خيال المستمع وإطلاقه بلا قيود.

2- لا يحتاج سماع الراديو لجهد و عناء ، كما هو الحال بالنسبة لقراءة الصحيفة أو مشاهدة التلفزيون.

3- يعتبر الراديو الوسيلة الوحيدة غير المرئية بين جميع وسائل الإعلام ، لذا يطلق عليه أساتذة وخبراء الإعلام والاتصال "الوسيلة العمياء" "**Blind Medium**" .

4- يتيح الراديو للمستمعين الأيمن الذين لا يقرؤون ولا يكتبون فرصة الحصول على الثقافة والمعرفة والمتابعة للأحداث والأبناء والأنشطة التي تقع في داخل الوطن وخارجه.

5- يعتبر الراديو فنا وجدانيا عاطفيا ، وهي سمة تنبعت لها الحكومات في العديد من دول العالم لإثارة المشاعر الشعبية الجارفة ، خاصة أثناء الأزمات والحروب، فتسعى لتعبئة الرأي العام بالانتماء والوطنية والأناشيد الحماسية والنشرات الإخبارية المتلاحقة والتعليقات السياسية الساخنة .

6- يستطيع المستمع القيام بأنشطة مختلفة أثناء سماعه للراديو.

7- يخلق الراديو جوا من الألفة والصدقة بينه وبين مستمعيه ، ومن ثم فإن مستمع الراديو يتوقع دائما أن يستمع من هذا الجهاز لكل ما هو صادق وأمين و واقعي.²

8- تبدو الأشياء التي يتم سماعها عبر الراديو وكأنها تحدث الآن، أي "على الهواء" أو حتى أن العديد من المستمعين يعتقدون أن ما يسمعونه من برامج مسجلة على شرائط إنما هي برامج حية وفورية.³

9- الإذاعة ليست تقارير عن أشياء حدثت في الماضي وإنما تقدم الأحداث فور وقوعها.

¹ - محمد منير حجاب، الإعلام والتنمية الشاملة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 1998م، ص ص، 246 - 247.

² - حسن عماد مكاوي، الأخبار في الراديو والتلفزيون، نفس المرجع السابق، ص 33 .

³ - نفس المرجع ، ص 34 .

10- لا يتطلب الاستماع إلى الراديو سوى استخدام حاسة السمع فقط ، وبذلك تتراح بقية الحواس لأداء دورها في وظائف أخرى.

11- الراديو صغير الحجم سهل الحمل يسهل نقله من مكان إلى آخر ، ولا يشغل حيزا كبيرا مما يجعله يؤدي دوره بكفاءة عالية دون أي عناء للمستمع¹.

12- يمكن باستخدام الصوت إضفاء الحيوية ، والقدرة على إقناع مستمعي النصوص الإعلانية مما يساعد على تحقيق السمة الشخصية في العملية البيعية إذ يشعر المستمع أن الرسالة الإعلانية قد أعدت له بصفة شخصية و يتم ذلك باستخدام بعض الكلمات الموحية مثل: عزيزي المستمع- سيدي-سيدتي... الخ

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

ثانيا / أنواع الإذاعات : تصنف محطات الإذاعة وفقا لقوة إرسالها، أو بحسب المعيار الجغرافي أربعة أنواع أساسية هي:

أ- الإذاعة المحلية:

و التي يشتق اسمها من مفهوم المجتمع المحلي فالإذاعة المحلية هي جهاز إعلامي يخدم ويوجه إلى مجتمع محلي، إذ تبث برامجها إلى جمهور محدود العدد يعيش فوق أرض محدودة المساحة، وهي تخاطب جمهورا متقاربا ومتناسقا من الناحية الاجتماعية والثقافية، أي أنها تتفاعل مع الجمهور، تأخذ منه وتعطيه، ويمكن أن يكون أفراد المجتمع المحلي من سكان قرية واحدة، أو مجموعة قرى متقاربة، أو مدينة صغيرة أو حتى مدن صغيرة متقاربة و متجانسة، وقد تكون مدينة كبيرة².

ب- الإذاعة الإقليمية:

- و هنا نود الإشارة إلى أن هناك خلط كبير بين الإذاعة المحلية والإقليمية عند الكثير، فعلى حد رأي عبد المجيد شكري فقد أدى هذا إلى الخطأ في اسم بعض الإذاعات، بحيث يعرفها في كتابه "الإذاعة المحلية لغة

1 - حسن عماد مكاي، إنتاج البرامج للراديو (النظرية / التطبيق)، المكتبة الأنجلومصرية، القاهرة، ط1، 1989م، ص35.

2 - عبد المجيد شكري، الإذاعات المحلية لغة العصر، د.ط، دار الفكر العربي القاهرة، مصر، 1987م، ص 57.

العصر" بأنها "إذاعة تخاطب مجتمعات تعيش داخل إقليم محدد طبقا للتقسيم الإداري للدولة فقد يفصل بين هذه الأقاليم حاجزا أو أكثر مثل حواجز اللغة والدين، وحواجز جغرافية مما يجعل كل إقليم مستقل بحد ذاته" و الإذاعة الإقليمية تبث برامجها من عاصمة الإقليم، وتقدم برامج وخدمات تهم أبناء الإقليم بأسره، وفي نفس الوقت نجد بالضرورة في كل إقليم مجتمعات محلية متناسقة ويمكن أن تنشأ بينها إذاعات محلية صغيرة¹.

ج- الإذاعة الوطنية أو المركزية: و هي الإذاعة التي تبث برامجها من عاصمة الدولة ولها من قوة البث ما يغطي البلد كله، بل ويعبر صوتها حدود الدولة فهي تقدم ما يهم غالبية المواطنين بصفة عامة، وتهتم في برامجها بالكليات دون التفاصيل، لأنها تخاطب مستمعين تختلف اهتماماتهم ووظائفهم، وثقافتهم وتقاليدهم، وهي تجعل الاهتمامات المشتركة لكل هؤلاء سبيلها في كل ما تقدمه من برامج، وحتى مخاطبتها للطوائف، ونوعيات محددة من المواطنين يكون عن طريق التعميم دون التخصيص خلافا للإذاعة المحلية².

د- الإذاعة الدولية:

و هي التي توجه من داخل دولة معينة إلى دول أخرى غيرها وتكون لغتها باللغات الملائمة لسكان تلك الدول، فمثل ذلك إذاعة صوت العرب، و إذاعة صوت أمريكا، و يكون الإرسال على موجة ذات طول معين متفق عليه، أما قوة الإرسال فتتوقف على أجهزة المحطة التي تتيح الاستماع لها على بعد من مراكزها³.

- و قد صاحب هذا التوسع في زيادة أجهزة الإرسال، زيادة حجم الاستماع إلى الإذاعات الدولية حيث تشير إذاعة صوت أمريكا إلى أن 104 ملايين مستمع يستمعون إلى برامجها مرة على الأقل كل أسبوع و يتضح لنا من خلال أنواع الإذاعات أن أهمية الإذاعة سواء كانت محلية أو إقليمية أو وطنية فهي تستخدم لأغراض معينة وتتجه لجمهور معين.

1 - عبد المجيد شكري، الإذاعات المحلية لغة العصر، نفس المرجع السابق، ص 57.

2- نفس المرجع، ص 58.

3- عدلي سيد محمد رضا، البناء الدرامي في الراديو والتلفزيون، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، د.س.ن، ص 146.

المبحث الثاني: الإذاعة في الجزائر ودول العالم العربي

المطلب الأول: الإذاعة في دول العالم العربي.

- لقد دخلت الإذاعة الصوتية البلاد العربية منذ العشرينات وباستثناء المغرب حيث توجد إذاعة تجارية، بدأت عام 1982م اسمها "إذاعة البحر المتوسط الدولية"¹ فإن باقي الإذاعات العربية خاضعة كلها للدولة التي تمّولها تمويلًا يكاد تامًا وقد عرفت الإذاعة في العالم العربي نجاحًا كبيرًا، بعد الحرب العالمية الثانية وخصوصًا عند استقلال البلاد العربية من الهيمنة الاستعمارية وقد استعملت حركات التحرير العربية الإذاعة في بدايات الاستقلال لإعادة الاعتبار للذات الوطنية، ولدعم ركائز الدولة الجديدة وبث الوعي والإرشاد الوطني ونظرًا لنسبة الأمية المرتفعة، فقد لعبت الإذاعة دورًا كبيرًا في نشر الإعلام الجماهيري بين كل الفئات الاجتماعية وخصوصًا سكان المناطق النائية والمعزولة اجتماعيًا.

- ولقد انتشرت أجهزة الراديو في الأقطار العربية انتشارًا كبيرًا ولاشك أن الإذاعة التي تتوجه دون تمييز إلى جمهور مثقف وأمّي على حد سواء قد زادت من سرعة التغيير الاجتماعي في هذه البلدان وخلقت حاجيات جديدة وفكرًا جديدًا ونوعًا من اليقظة السياسية ومن جهة أخرى لا تزال عدة بلدان عربية في حاجة ماسة إلى بعث إذاعات محلية ولهذا الوضع مضاعفات عدة منها:

✚ اقتصار البث على مراكز التجمعات السكنية الكبرى

✚ تمدد مضمون البرامج الإذاعية

✚ عزل جمهور المستمعين الذين يقيمون خارج المناطق الحضرية عن أنشطة الإعلامية الوطنية.²

1- الإذاعة في مصر:

- وفي مصر نشأت الإذاعة في منتصف العشرينات من هذا القرن وذلك عن طريق الهواة ويعتبر المرسوم الملكي الصادر في 10 مايو سنة 1926م أول من شرّع إنشاء عشرات المحطات الأهلية في القاهرة والإسكندرية منها راديو مصر، راديو القاهرة راديو الفاروق وكانت هذه المحطات ضعيفة في مستواها الفني والأخلاقي ولم يكن لها صدق قومي أو أخلاقي، الأمر الذي أدى بالحكومة إلى إلغائها وبعد أن تمت الموافقة

1 - ماجدة الحلواني، الأنظمة الإذاعية في الدول العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، ب.س، ص 16 .

2 - ماجدة الحلواني ، الأنظمة الإذاعية في الدول العربية، نفس المرجع السابق، ص 16.

بين الحكومة و"شركة ماركوني" فبدأت الإذاعة الحكومية في الساعة السادسة من مساء 31 ماي 1934م ولقد استمع الناس إلى صوت الإذاعة الرسمي وكان "أحمد سلمان" أول مذيع.

ولقد تفتّنت الحكومة إلى أن الإذاعة مرفق حيوي و قوة رئيسية للتأثير في الرأي العام كما أنها أداة تثقيف وترفيه وإرشاد فكان لا بد من منحها استقلالها لتحقيق الأهداف السياسية والأهداف الاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

- وهكذا تطورت الإذاعة في مصر من عهد المحطات الأهلية ذات الأغراض التجارية إلى عصرنا الحالي الذي ترمي فيه الإذاعة كسائر أجهزة الإعلام إلى نشر الأخبار وتفسيرها وتحليلها، فضلا عن التثقيف والترفيه والتعليم والتربية والتنشئة وفي مايو سنة 1953م بدأت إذاعة صوت العرب¹ والتي كان لها صدى عظيم بالنسبة للثورة الجزائرية وهي تهدف أساسا إلى تجسيد الفكر القومي وبلورة الحوافز الثورة لدى الجماهير العربية في اتجاه الأهداف السياسية².

2- الإذاعة في الأردن:

- لم تكن هذه الأخيرة إذاعة مستقلة حتى أواخر أبريل 1942م³ والتي أصبحت تعرف باسم "الإذاعة الأردنية الهاشمية" وتبث بشكل مستمر حوالي 27 ساعة ويغطي الإرسال جميع أنحاء المملكة إلى جانب كثير من الدول المحيطة بها كما أن لها مستمعين في الخارج من معظم الدول الأوربية والأمريكية وشمال إفريقيا وتستخدم في ذلك إلى جانب اللغة العربية، ثلاث لغات تبث بها برامجها الموجهة لهذه الدول وهي الإنجليزية والإسبانية والعبرية وتهتم الإذاعة بالبرامج الدينية والثقافية والتعليمية وغيرها من البرامج التنموية التي تمثل حوالي 11% من إنتاج البرامج وتعتبر الإذاعة الأردنية مدرسة من مدارس الثقافة الشعبية وكان لأردن رائد في مجال البرامج التعليمية سواء في الراديو، أو في التلفزيون لذا كان من أول الدول في المنطقة العربية التي تدخل التعليم عن طريق الراديو لجميع المستويات معتمدة على الأسلوب العلمي بالتعاون مع وزارة التعليم والهيئات الثقافية الأخرى.

1 - ماجدة الحلواني ، الأنظمة الإذاعية في الدول العربية، نفس المرجع السابق، ص 19 .

2 - نفس المرجع ص 20.

3 - نفس المكان.

3- الإذاعة في العراق :

وفي أول جوان 1936م تم افتتاح دار صغيرة للإرسال الإذاعي في مدينة الصالحين باسم "دار الإذاعة العراقية" وذلك بعد إغلاق "إذاعة قصر الزهور" التي كانت قد أنشأها الملك "غازي" وفي ذلك الوقت والتي حولت مراسلتها إلى إذاعة بغداد وبدأت الإذاعة في بث برامجها لمدة ساعتين يومياً أو أكثر بقليل وتعتبر الإذاعة في "بغداد" هي الإذاعة الرسمية للعراق¹ واستمرت كما هي بعد عشر سنوات من تأسيسها إلى أن بدأت تتطور يوماً بعد يوم وبدأت هذه الإذاعة تقدم مجموعة من البرامج المتنوعة والمختلفة وتثريها بمجموعة من المسلسلات التمثيلية وبرامج الشعر والموسيقى وتقدم الإذاعة العراقية مجموعة من البرامج باللغات الكردية والفارسية والروسية والإنجليزية والفرنسية بالإضافة إلى الإذاعات الموجهة كإذاعة "صوت الجماهير" التي افتتحت في 01 مايو 1980م لتوجه برامجها إلى الجماهير العربية، وتقوم الإذاعات بنشاطات فكرية وثقافية منها المسابقات الخاصة بالبرامج الثقافية، التعليمية والتربوية.

4- الإذاعة في فلسطين :

- أما فلسطين فقد أنشأت الإذاعة بها في عام 1947م في ظل حكم الانتداب البريطاني وقد بدأت البث من مدينة رام الله في 24 أبريل 1947م وكان يطلق عليها آنذاك "إذاعة القدس ولكن انطلق أول صوت باسم فلسطين من إذاعة القاهرة وكان مواكب لرسالة صوت العرب، وفي عام 1967م أنشأت منظمة التحرير الفلسطينية من القاهرة إذاعة "صوت فلسطين" وتبث برامجها لمدة 03 ساعات يومياً².

- فنستنتج أن الإذاعة في الدول العربية تطورت حسب ظروفها السياسية والتاريخية ومستوى وعيها، فقد كانت معظم المحطات الإذاعية تعمل بالتعاون مع شقيقاتها خاصة تلك التي كانت تزرع تحت نير الاستعمار وخير دليل على ذلك إذاعة صوت العرب التي ساهمت من خلال التعريف بالقضية الجزائرية في المحافل الدولية وبرنامج "صوت فلسطين" الذي كان يبث من إذاعة القاهرة بجانب صوت العرب³.

1 - ماجدة الحلواني، الأنظمة الإذاعية في الدول العربية، نفس المرجع السابق، ص 20 .

2 - نفس المرجع، ص 21 .

3 - ماجدة الحلواني، الأنظمة الإذاعية في الدول العربية، نفس المرجع، السابق، ص 21.

المطلب الثاني : الإذاعة في المغرب العربي

1-بدايات الشبكة في الرباط:

- لقد وجدت هناك إرسالات بـ 200 كيلوات على الموجة المتوسطة، وفي عام 1928م التي كانت فيها قوة تحمل 20 كيلوات والتي كانت برامجها تبث على الموجات القصيرة وفي عام 1942 كانت تبث من خلال الإرسال الذي يبلغ 2500 كيلو هرتز¹، كما كانت بدايات شبكة الإذاعة الشريفة إلى غاية سنة 1947م برامج اللغة العربية والفرنسية والإسبانية ترسو على إرسالين في نفس القناة ابتداء من سنة 1947م كما وضعت وسائل للإنتاج البث لتضمن الإرسال المتوازن لبرنامجين الأول بالعربية والثاني بالفرنسية وذلك على الموجات المتوسطة لإعطاء نفس الفعالية، وفي سنة 1949م ظهرت الجبهات التي يصلها البث من المناطق المجاورة للرباط والدار البيضاء وفي الداخل "فاس" و"مكناس" حيث الإرسال الذي يبلغ 2500 كيلو واط، كان دائما في الخدمة طبقا لأوقات القناة الأولى وأحيانا برنامج إسباني ابتداء من سنة 1949م، كما أقيمت عدة دراسات لتحسين الشبكة طبقا للمشروع المقدم من طرف المغرب خلال الندوة الدولية.

- لكونها عززت قوة التجهيزات التي ترجمت بواسطة وضع مركز الإرسال الرئيسي بصباي العيون يحمل إرسالين على الموجات المتوسطة بقوة كبرى تمثل 120 كيلو واط وقد بدأ التشغيل بهذا المركز الخاص بالبث في أبريل سنة 1953م² وإتمامه بواسطة مرسلين على موجات متوسطة لـ 01 كيلو واط الدار البيضاء "Casablanca" تبث برامجها القصيرة 19.95 متر، "الرباط" 288 متر ابتداء من عشرين ساعة، القناة (ب) تبث برامجها باللغة العربية والأمازيغية على إرسال من "العيون" على 428 متر.

- أما راديو "المغرب" فيبث برامجه كل أسبوع 75 ساعة من برامجه باللغة الفرنسية و60 ساعة باللغة العربية و20 ساعة بالأمازيغية و10 ساعة بالإسبانية و05 ساعات ونصف بالإنجليزية تصبح مدة أسبوعية للبرامج بـ 174 ساعة وهذه الخطة تتوفر في الرباط على ثلاث استوديوهات عصرية ومسجلين وثلاث سيارات للتحقيق وفي الدار البيضاء على أستوديو واحد للبث وسيارة للتحقيق في "فاس" و"مكناس" وأستديو هان للاحتياط مؤقتا بـ "مراكش" للبرامج العربية الجهوية أما مصلحة الإنتاج فيه يتوفر أكثر بالنسبة للبرامج باللغة الفرنسية

1- Radiodiffusion et télévision au Maghreb ; Etudes maghrébines ; N-06 Janvier 1966; p108.

2 - Radiodiffusion et télévision au Maghreb ; Etudes maghrébines ; opcit;p108

أكثر من برامج اللغة العربية كذلك يمكن تسجيل أنه منذ سنة 1955م بحيث أن ثلاث إرسالات على الموجه مراكش ظهرت بتشريف كما أن سياسة التجهيز استمرت إلى غاية "1955م".

- بحيث أن ثلاث إرسالات على الموجة القصيرة بواحد كيلو واط أرسيت في صباي العيون بقوة ذات إرسالين على الموجات المتوسطة تحتمل 104 كيلو واط كما أن هناك قناتين للبرامج تضمن اليوم بأكمله للبث بالعربية و الفرنسية على الموجات المتوسطة والقصيرة من 1953م حتى 1957م¹.

- ثم تطوير وسائل الإنتاج والبرامج من خلال إنشاء مقر للراديو ذات مصلحة عمومية وفي الرباط مجهزة بأحدث الوسائل الإنتاج والبرامج من خلال إنشاء مقر للراديو ذات مصلحة عمومية، وفي الرباط مجهزة بأحدث الوسائل حيث تتوفر على استديو للفرقة الموسيقية ب 1000 متر مربع واستديو للمنوعات ب 2000 وثلاث استوديوهات للنقاش والاستجواب وخلايا التسجيل، كذلك الأمر بالنسبة لوسائل التحقيق ثم تطويرها بنفس المستوى لتسهيل إنتاج البرامج²، والإشكال الأساسي التاريخي فيما يخص إذاعة "المغرب" هي التي تتعلق بتنصيب الإطار "الطنجي" خاصة إذا عرفنا أن "طنجة" هي تشكل المكان الرئيسي للمنطقة الدولية فعندما اقترح الأمين العام للجنة الدولية للراديو والكهرباء للوزير الفرنسي والشؤون الخارجية بإنشاء هيكل ومركز للبرامج الإذاعية بـ "طنجة" رفضت الإقامة العامة للرباط معللة ذلك بأن المركز "الشريفي" له حق الاحتكار وحده للراديو ولكن رغم رفض إعطاء الإذن للإدارة الدولية للمنطقة فإن هناك شخصية أخرى قامت بإنشاء مركز في "طنجة" بـ 250 واط، ثم راديو إفريقيا وقد أنشئ في "طنجة" عام 1947م آخذاً بالاستمرار بالمحطة الإسبانية راديو "Phaiange" وراديو "Iberica" وهذا المركز مستغل من طرف شركة إفريقية إخبارية وتجارية³.

2- الإذاعة في تونس:

1-2- التأسيس : خلال نهاية سنة 1938م كان الحظ لبعض المستمعين في التقاط أطول موجات متوسطة، التي بواسطتها تم الإفصاح عن الأصل المحلي والطابع الرسمي "تونس ptt" وليستجيب للمرسلين الخواص الذين يتميزون بقوة ضعيفة في صفاقص تونس وبنزرت وسوسة، و في نهاية الحرب العالمية الثانية قامت بإنشاء مركز للبث لنشاطها الإذاعي بإيطاليا سنة 1944م فوجدت الإذاعة التونسية نفسها في استغلال عادي

¹ - Ibid . ; p109 .

² - Radiodiffusion et télévision au Maghreb - opcit ; p110 .

³ - IBID ;p110 .

بفضل قوتها التي تقدر بـ 120 كيلوات¹ وفي نفس السنة أنشئ مركز للإرسال بواحد كيلوات بمدينة تونس لضمان بث برامج باللغة الفرنسية، وفي سنة 1945م إرسال يقدر بـ 20 كيلوات صعد إلى جديدة وفي 1984م و 1949م جهزت الاستوديوهات بوسائل للتسجيل الضرورية و لكنها كانت تقدر بعدد قليل جدا كما هناك محطات للإرسال أنشئت في " صفاقص " سنة 1945م بمقدار 01 كيلوات وفي سوسة عام 1955م أنشئت ودشنت دار الإذاعة في تونس في عمارة وحدها على ست مستويات حيث تعطي لتونس تجهيزات هائلة للإنتاج السمعي استديو كبير بمقدار 2700م²، وأربع استوديوهات متوسطة خاصة بالمسرح والمنوعات وأربع استوديوهات للاستجواب و شاشات سمعية وقاعة تقنية.

2-2-راديو تونس:

- قبل سنة 1938م لم يوجد سوى أربع مراكز صغيرة ذات قوة ضعيفة تعمل أربع ساعات في اليوم في تونس، وفي 15 سبتمبر 1938م قامت الحكومة الفرنسية والتونسية بإمضاء اتفاقية والتي طبقا لها أنشأت محطة للبث الإذاعي بتونس مستثمرة من طرف الإدارة الميتربوليتية³ التي أخذت على عاتقها مستحقات الإنشاء والاستغلال ، و في 16 جويلية عام 1946م أبرمت اتفاقية جديدة بين الجمهورية الفرنسية ومقاطعة تونس والتي ترضخ لمجموعة خدمات البث الإذاعي لتراب مقاطعة البث الإذاعي الفرنسي³ ثم اتفاقية 30 أكتوبر 1953 خلال هذه السنة أعرب محمد الأمين باشا ملك مملكة تونس عن نيته بأن تكون لتونس شبكة للإرسال التلفزيوني والإذاعي مسير من طرف الحكومة الفرنسية، كما وعد البث الإذاعي الفرنسي بتجهيزات تقنية في أسرع مهلة بتونس تسمح بنقل البرامج الإذاعية والتلفزيونية و كما أنها أخذت مبادرة المستحقات الضرورية للاستثمار لتحسين مصالح البث بموجب بروتوكول ملحق رقم 4 ل 3 جوان 1955م: آخر نص وقع في هذا المجال قبل الاستقلال لتونس بروتوكول ملحق رقم- (4)-طبقا للاتفاقية 30 أكتوبر 1953م ألحق بالاتفاقية الفرنسية التونسية في 03 جوان 1955م أقيمت في إطار الاستقلالية الداخلية لتونس.

المطلب الثالث: الإذاعة الجزائرية

أولا: الإذاعة الجزائرية في الفترة الاستعمارية

¹ - Etudes maghrébines ;opcit ;p 111.

² - IBID. p 111.

³ - Etudes maghrébines opcit p 111.

- إن إلقاء نظرة على التجربة الإعلامية، قبل اندلاع ثورة نوفمبر 1954م تؤكد لنا وظيفة الإعلام الوطني الذي كان يعكس في أحلك الظروف مسيرات الشعب الجزائري ويعبر عن صموده رغم محاولات الإبادة والاستئصال والهيمنة الاستعمارية المطلقة فقط بأصل الإعلام الجزائري بعد أول نوفمبر 1954م قفزة نوعية إذ واكب الثورة المسلحة وساهم في دعم التحام الشعب بجهة التحرير الوطني، وكذا في تصوير بطولات جيش التحرير الوطني منذ أوت 1955م و بذلك استطاع الإعلام الوطني بوسائله المتواضعة أن ينمي إلى حد بعيد الروح الوطنية وهذا ما يفسر إدراج الاستعمار الفرنسي للإعلام ضمن مخططه الذي يهدف من خلال كل الحركة الفكرية والقيم الثقافية للمجتمع الجزائري.

- فبعد إعلان الحكومة المؤقتة في سبتمبر سنة 1958م أصبح هناك وزارة للإعلام سميت بوزارة الأخبار كان يرأسها "محمد يزيد" ¹ أثناء الثورة وقد أصبحت هذه الوزارة مسؤولة عن النشاط الإعلامي للثورة و قد أصبحت هذه الوزارة مسؤولة عن النشاط الإعلامي للثورة، من إصدار النشرات السياسية وعقد المؤتمرات الصحفية للرد على الدعايات الفرنسية، بالإضافة إلى إشرافها على أجهزة الإعلام الأخرى وهي مكاتب الإعلام الخارجي وحريرة المجاهد والإذاعة ولجان الدعاية الداخلية² كما قامت الوزارة بإنشاء قسم للسينما سنة 1959م و تأسيس الوكالة الجزائرية للأنباء سنة 1961م كما أنشأت مكتبا للوثائق والمعلومات يتولى جمع كل ما يكتب عن القضية الجزائرية في الصحافة العالمية، ويقوم بإبلاغ وزير الأخبار أثناء تنقلاته المختلفة بملخص عما كتبه الصحافة العالمية عن القضية - كما تقرر في مؤتمر الصومام سنة 1956م إنشاء لجان للدعاية على مستوى الولاية والمنطقة والناحية وكانت هذه اللجان تقوم بعقد اجتماعات أسبوعية للجنود والشعب كما كانت مكلفة بإصدار نشرة أسبوعية توزع داخل الوطن خاصة المدن، أما بالنسبة لإذاعة أخبار الثورة الجزائرية، في البداية على إذاعات الدول العربية لإيصال صوتها إلى العالم الخارجي، كانت إذاعتا القاهرة و تونس أولى الإذاعات العربية، التي خصصت برامج محددة في فترات ثانية لإذاعة أخبار الثورة الجزائرية و هي:

أ- إذاعة القاهرة :

1 - عواطف عبد الرحمان ،الصحافة العربية في الجزائر، دراسة تحليلية لصحافة الثورة الجزائرية، 1962م، ص37.

2 - نفس المرجع ، ص 38.

- في نهاية 1955م و التي خصصت ثلاثة برامج أسبوعية للجزائر و خصصت لكل برنامج مدة عشر دقائق-10د- و هذا البرنامج : جبهة التحرير الوطني تخاطبكم من القاهرة... و الذي أصبح فيما بعد، صوت الجمهورية الجزائرية بعد إعلان الحكومة المؤقتة وكان يذاع باللغة الفرنسية، من البرنامج التالي برنامج جزائري يخاطب الفرنسيين كان يذاع باللغة الفرنسية في البرامج الموجهة.

ب- الإذاعة الجزائرية:

- فقد بدأت في تونس سنة 1956م، كانت عبارة عن برنامج تونسي بعنوان "هنا صوت الجزائر" المجاهدة الشقيقة، و كان يذاع ثلاث مرات في الأسبوع ومدته ربع ساعة وكان يشمل أخبارا عسكرية وتعليقا سياسيا قصيرا، و كان التعليق السياسي يبدأ وينتهي بالنشيد القومي الجزائري) قسم الثوار (وقد ظلت هذه البرامج تذاع حتى بعد إنشاء الإذاعة السرية، في قلب الجزائر عام 1957م¹ خاصة و أن هذه الإذاعات لم تكن تصل إلى الشعب الجزائري في الداخل ومن هنا برزت الحاجة إلى إنشاء هذه الإذاعة، وقد تقرر ذلك في مؤتمر الصومام في أغسطس 1956م و لكنها لم تبدأ نشاطها الفعلي، إلا في أوائل 1957م-

- وكانت هذه الإذاعة عبارة عن سيارة كبيرة تحمل المعدات الإذاعية و تنتقل في الجبال و الولايات²، و يعمل بها حوالي عشرة مناضلين لم يكن لهم سابق خبرة بالعمل الإذاعي و كان الإرسال يستمر لمدة ساعتين في المساء ثم تعيد نفس البرنامج في اليوم التالي³.

وكانت تخصص يومين في الأسبوع لتوجيه إذاعات خاصة باللغة الفرنسية للعمال الجزائريين في فرنسا تبدأ برنامجها "هنا إذاعة الجزائر الحرة المكافحة" أو "صوت جبهة التحرير الوطني يخاطبكم من قلب الجزائر".

- و نظرا للدور الخطير الذي كانت تقوم به الإذاعة الجزائرية آنذاك⁴ فإن الاستعمار قد تفتن لهذا الدور مما جعله يعمل على إفسادها وتخريبها، حتى تصبح جهازا معطلا مشلولاً عند انتقالها إلى أيدي جزائرية، و بعد أن خلق أزمة مفتعلة انسحب بكل خبرائها وفنييه من الإذاعة كان في اعتقاد هؤلاء أن انسحابهم سيؤدي إلى توقف الإذاعة الجزائرية، لكن حدث العكس فلقد فوجؤا بأن الإذاعة الجزائرية التي أصبحت تسيّر بأيدي جزائرية صرفة لم تستمر في العمل فقط بل زادت ساعات البث في الأيام التالية، لخروج الفرنسيين فقد أدخلت

1 - عواطف عبد الرحمان، الصحافة العربية في الجزائر، نفس المرجع السابق، ص 38.

2 - عواطف عبد الرحمان، الصحافة العربية في الجزائر، نفس المرجع السابق، ص 39.

3 - نفس المكان.

4 - بغدادي خيرة، برامج الإذاعة الجزائرية، نفس المرجع السابق، ص 45.

عليها تحسينات سريعة ، إن ما تسميه الصحافة الفرنسية "بقضية الإذاعة" يلقي ضوءاً على النظرة الاستعمارية التي يتشبث بها الفرنسيين الذين لا ينظرون إلى التعاون بين الجزائر وفرنسا على أنه تعاون حُرّ متساوي و إنما ينظرون إليه على أنه نوع من السيطرة الجديدة المقنعة ، لقد أرادوا بانسحابهم من الإذاعة أن يعطلوها وراحت الصحافة الفرنسية تكتب في شماتة " أن إذاعتهم ستوقف و لن يستطيعوا تسييرها" ¹.

- و حسب إلقاء رئيس و مدير الإذاعة والتلفزيون الجزائري "عيسى مسعودي" آنذاك فإن الفرنسيين، لم يكن في نيتهم التعاون معنا بل بلغت الاستفزات أقصى مداها فكانوا يمزقون بلاغات وزارة الأخبار ويوجهون الشتائم إلى المحررين الجزائريين، و لكن رغم ذلك لم يؤثر انسحاب الفنيين الفرنسيين، على سير أجهزة الإذاعة والتلفزيون و قد حققت الإذاعة الجزائرية لأول مرة خطوة كبيرة حيث استمر الإرسال 48 ساعة بدون انقطاع بمناسبة احتفالات أول نوفمبر ².

ثانياً: الإذاعة الجزائرية بعد الاستقلال

1- نبذة تاريخية عن الإذاعة الجزائرية:

- لقد استعادت الإذاعة والتلفزيون الجزائري، سيادتهما في 30 أكتوبر عام 1962م³، حيث بدأ الهيكل البشري الجزائري يبرز كفاءاته التقنية و الإدارية رغم قلة الخبرة العلمية إلا أن الغيرة الوطنية و التفاني في العمل كان شعاراً إنتاجها الإذاعي إلى غاية السبعينات و قد بدأ اهتمام السلطات بتوسيع شبكة الراديو بعد سنة 1966م و كانت الإذاعة الجزائرية لا تُسمع قبل هذه السنة إلا بصفة ضعيفة على الموجة المتوسطة، في شمال البلاد فقط فانصب الاهتمام أولاً بتوسيع شبكة الراديو فأنشئت في سنة 1966م محطتان جديدتان للإرسال الأولى "بعين البيضاء" قرب ولاية "قسنطينة" والثانية قرب مدينة "وهران" وكانت تُرسلان على الموجة المتوسطة بقوة 500 كيلومتر فأصبح الراديو يسمع من جميع مناطق شمال البلاد بصفة مرضية-

- و في سنة 1970م أنشأت محطة على الموجة الطويلة قوتها 1000 كيلومتر ومحطة أخرى أقوى "ببوشاوي" على الموجة القصيرة، الأجهزة بأجهزة الإرسال ثم أنشأت راداران جامعان للراديو و التلفزيون "بقسنطينة" و "وهران"⁴ و هذه الجهود جعلت الإذاعة تُسمع في جميع التراب الوطني، هذا إلى جانب انتشار

1 - عواطف عبد الرحمان ، نفس المرجع السابق، ص 40.

2 - بغدادي خيرة ، برامج الإذاعة الجزائرية و علاقتها بالواقع الاجتماعي، نفس المرجع السابق، ص 46 .

3 - عواطف عبد الرحمان، نفس المرجع السابق، ص 40.

4 - بغدادي خيرة ، برامج الإذاعة الجزائرية، نفس المرجع السابق ، ص 47 .

استعمال أجهزة الاستقبال وجعلها في متناول جميع الناس فأقامت الدولة سياسة مركزة أولاً على استيراد هذه الأجهزة مع تحديد سعرها ففي سنة 1968م كان يوجد بالجزائر حوالي 1.300.000 جهاز للراديو وفي سنة 1971م مليونان جهاز للراديو وحوالي 200.000 جهاز للتلغراف وقد كانت ميزانية المصالح المختصة بالثقافة والإعلام ضعيفة بالنسبة للنشاطات الأخرى وبدأت تتحسن هذه الميزانية بعد سنة 1988م فكانت توزع على وسائل الإعلام بنسبة تفوق 50% لصالح الراديو والتلفزيون ففي سنة 1974م كانت إعانة الدولة للراديو تفوق 70% من مجموع الإعانات¹.

خلاصة الفصل :

1 - نفس المرجع ، ص 47 .

لقد تناولنا في هذا الفصل الى ماهية الاذاعة وبوادر ظهور الإذاعة في العالم والتي اتفق الكثير من المؤرخين على أنها ظهرت بفضل اختراعات "ماركوني" لنصل إلى ظهورها في الوطن العربي بدءا بالإذاعة في جمهورية مصر العربية وبعدها تأسيس إذاعة المغرب وبتونس التي بدأت بثها من إيطاليا لتظهر الإذاعة الجزائرية من خلال صوت جبهة التحرير الوطنية من إذاعة القاهرة عام 1956م ومن صوت الجزائر الشقيقة من تونس عام 1958م فالإعلام الثوري الجزائري لم يقتصر فقط على الصحافة المكتوبة فقط بل حتى الإذاعة كان لها دور كبير في التعريف بالقضية الجزائرية والمساهمة في مساندة المجاهدين وتمير العديد من الرسائل التي من شأنها تزيد من تلاحم الشعب الجزائري مع الثورة التحريرية الكبرى وكما نستنتج من الفصل الأطر القانونية المنظمة لعمل الإذاعة الجزائرية فقد فصلنا فيه من خلال تحليل المواد والقوانين الصادرة في المراسيم والجرائد الرسمية التي أسست للوجود القانوني للإذاعة بحيث وضحت نمط ملكيتها وكما حددت هذه القوانين طريقة عمل الإذاعة وما هي واجباتها وما هي المهام الموكلة لها من خلال ما اصطلح على تسميته بدفتر الشروط لتتأسس مؤسسة الإذاعة الجزائرية كمؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري وهذا منذ إنشائها من طرف السلطات الفرنسية - وقد استمر العمل بالمراسيم الفرنسية بعد الاستقلال وهذا بموجب القانون 62 - 157 المؤرخ في 1962/12/31م، كما صدر في سنة 1963م المرسوم رقم 63 - 684 يتعلق بالبث الإذاعي والتلفزي وتنص مادته الأولى "على أن البث الإذاعي والتلفزي الجزائري يوضع تحت وصاية وزير الأنباء وتتأسس كمؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تتمتع شخصية معنوية واستقلالية مالية"¹.

¹ - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 57، 16 أوت 1963 ص 807.

الفصل الرابع

الاجراءات الميدانية

للدراسة

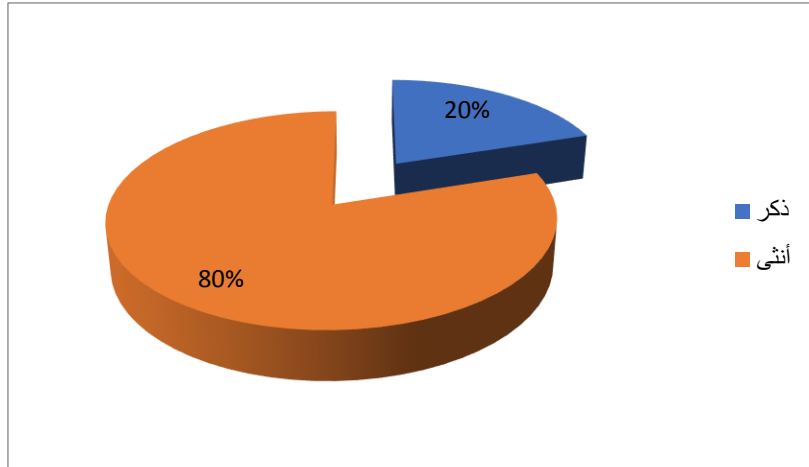
اولا: تحليل البيانات

المحور الأول: البيانات الشخصية

الجدول رقم (01): يوضح متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	12	%20
أنثى	48	%80
المجموع	60	%100

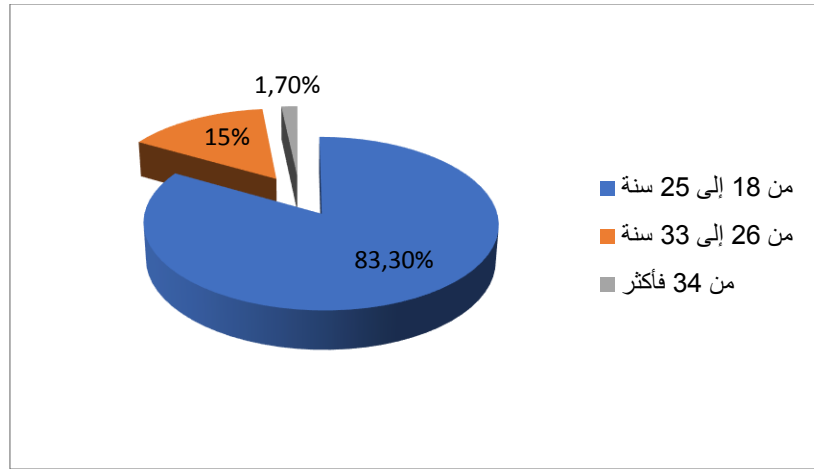
من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 60 فرداً، نلاحظ أن 48 يمثل عدد جنس أنثى وبنسبة بلغت 80%، أما بالنسبة للذكور كان عددهم 12 والمتمثلة بـ 20%، وهذا راجع إلى طبيعة المجتمع الجزائري أغلبيتهم إناث، خاصة بالنسبة لجامعة لمسيطة محل الدراسة، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (01)



الجدول رقم (02): يوضح متغير السن

النسبة	التكرار	السن
83.3%	50	من 18 إلى 25 سنة
15%	9	من 26 إلى 33 سنة
1.7%	1	من 34 فأكثر
100%	60	المجموع

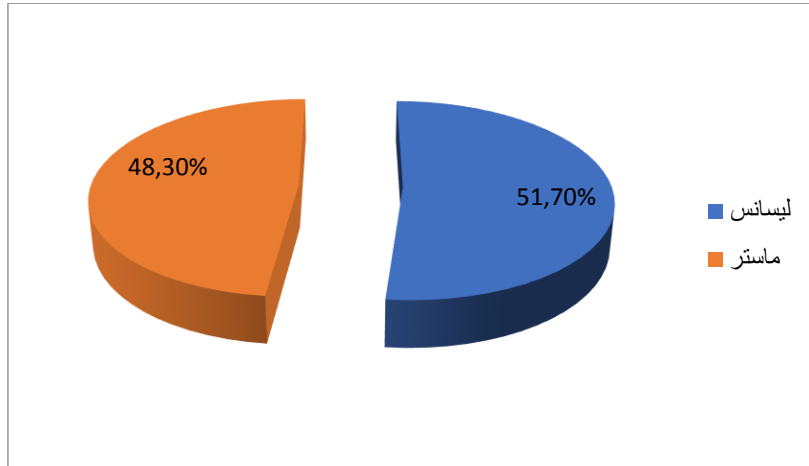
من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 60 فرداً، نلاحظ أن الذين أعمارهم من 18 إلى 25 سنة بلغ عددهم 50 أفراد بنسبة 83.3%، أما الذين يتراوح سنهم من 26 إلى 33 سنة فقد كان عددهم 9 بنسبة قدرت بـ 15%، وفيما يتعلق بالذين هم أكبر من 34 سنة فقد بلغ عددهم 1 أفراد بنسبة 1.7%، وهذا ما يوضحه الشكل رقم (02)



الجدول رقم (03): يوضح متغير المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
51.7%	31	ليسانس
48.3%	29	ماستر
100%	60	المجموع

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 60 فرداً، نلاحظ أن 31 فرداً يمثلون الأفراد ذوي مستوى ليسانس بنسبة بلغت 51.7%، أما حجم الذين لديهم مستوى ماستر فقد بلغ عددهم 29 بنسبة قدرت بـ 48.3%، وهذه هي المستويات الجامعية الغالبة، كما هو موضح من خلال الشكل رقم (03)

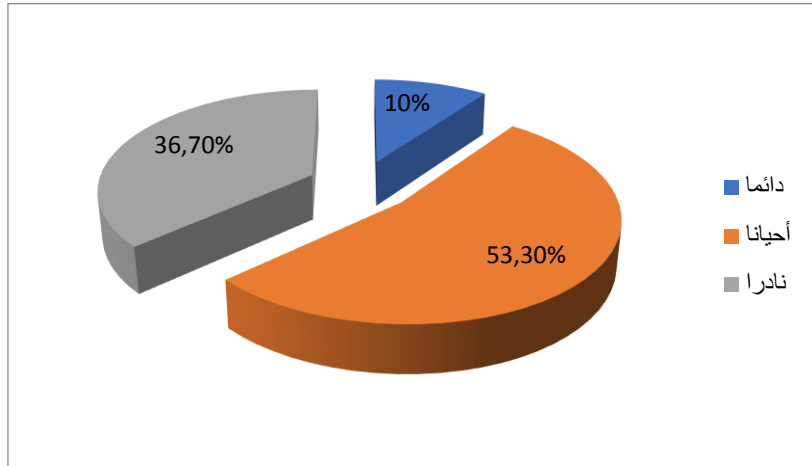


المحور الثاني: الاستماع للبرامج الاذاعية طلبة جامعة المسيلة

الجدول رقم (04): يوضح الاستماع الى البرامج الاذاعية

الاجابات	التكرار	النسبة
دائما	6	10%
أحيانا	32	53.3%
نادرا	22	36.7%
المجموع	60	100%

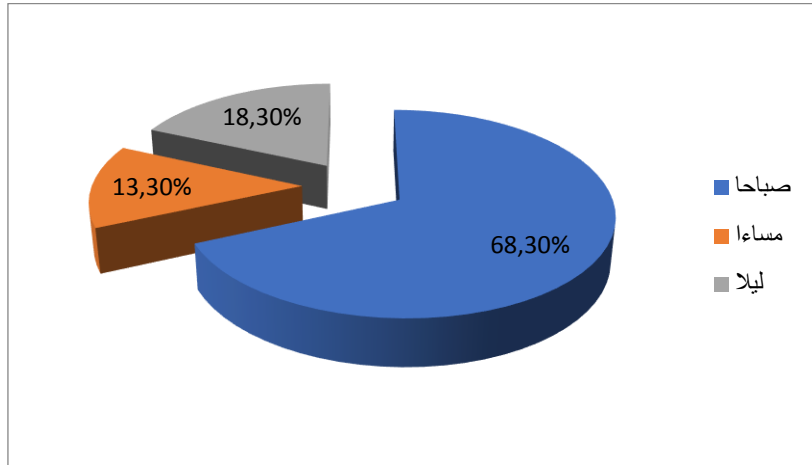
من خلال الجدول أعلاه رقم (04) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم () بالبديل " دائما " وقد بلغ عددهم (6) أفراد بنسبة مئوية بلغت 10%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " أحيانا " والبالغ عددهم (32) بنسبة مئوية قدرت بـ 53.3%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " نادرا " والبالغ عددهم (22) بنسبة مئوية قدرت بـ 36.7%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (04)



الجدول رقم (05): يوضح الوقت المفضل لديك لاستماعك للبرامج الاذاعية

النسبة	التكرار	الاجابات
68.3%	41	صباحا
13.3%	8	مساء
18.3%	11	ليلا
100%	60	المجموع

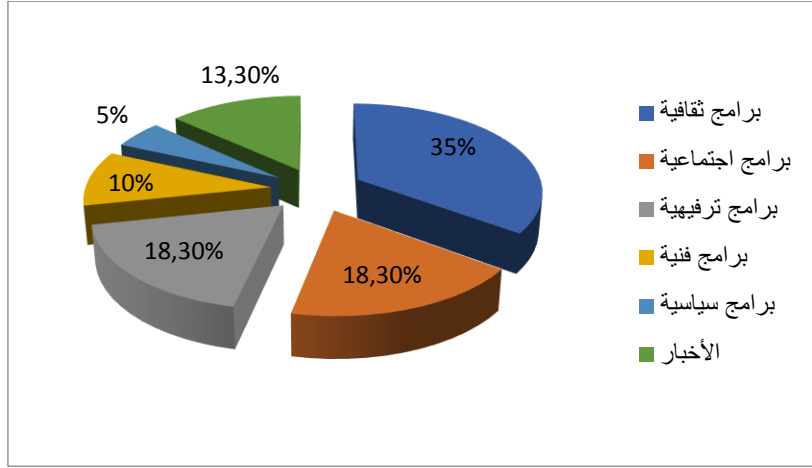
من خلال الجدول أعلاه رقم (05) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم () بالبديل " صباحا " وقد بلغ عددهم (41) أفراد بنسبة مئوية بلغت 68.3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " في المساء " والبالغ عددهم (08) كذلك بنسبة مئوية قدرت بـ 13.3%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " ليلا " والبالغ عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت بـ 18.3%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (05)



الجدول رقم (06): يوضح البرامج التي تفضل الاستماع إليها

النسبة	التكرار	
35%	21	برامج ثقافية
18.3%	11	برامج اجتماعية
18.3%	11	برامج ترفيهية
10%	6	برامج فنية
5%	3	برامج سياسية
13.3%	8	الأخبار
100%	60	المجموع

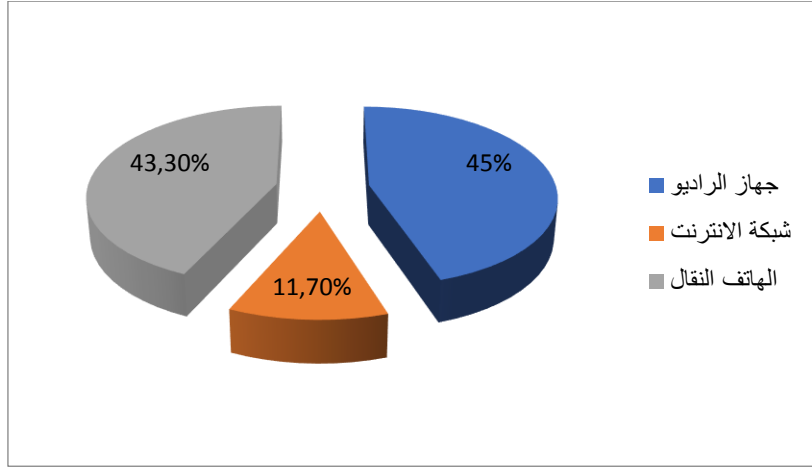
من خلال الجدول أعلاه رقم (06) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى ستة مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم () بالبديل "برامج ثقافية" وقد بلغ عددهم (21) أفراد بنسبة مئوية بلغت 35%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "برامج اجتماعية" والبالغ عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت بـ 18.3%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "برامج ترفيهية" والبالغ عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت بـ 18.3%، بينما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "برامج فنية" والبالغ عددهم (6) بنسبة مئوية قدرت بـ 10%، في حين المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "البرامج السياسية" والبالغ عددهم (3) بنسبة مئوية قدرت بـ 5%، أما المجموعة السادسة والأخيرة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "الأخبار" والبالغ عددهم (8) بنسبة مئوية قدرت بـ 13.3%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (06)



الجدول رقم (07): يوضح الوسيلة التي تستمع من خلالها للإذاعة

النسبة	التكرار	
45%	27	جهاز الراديو
11.7%	7	شبكة الانترنت
43.3%	26	الهاتف النقال
100%	60	المجموع

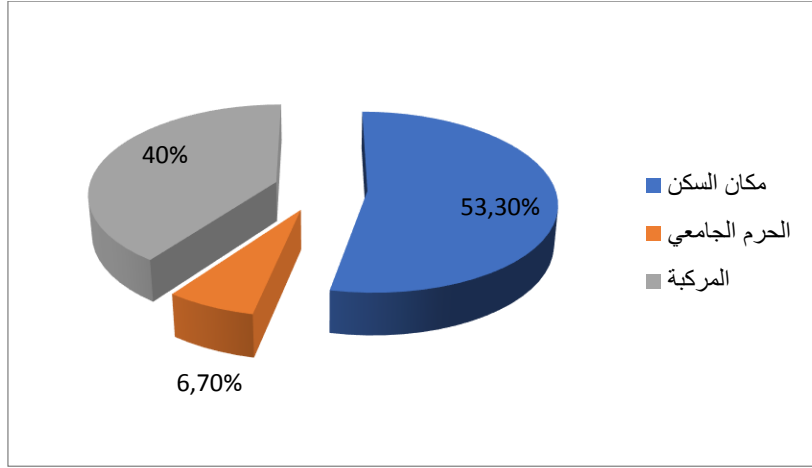
من خلال الجدول أعلاه رقم (07) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم () بالبديل "جهاز الراديو" وقد بلغ عددهم (27) أفراد بنسبة مئوية بلغت 45%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "شبكة الأنترنت" والبالغ عددهم (07) بنسبة مئوية قدرت بـ 11.7%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "الهاتف النقال" والبالغ عددهم (26) بنسبة مئوية قدرت بـ 43.3%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (07)



الجدول رقم (08): يوضح مكان الاستماع للإذاعة

النسبة	التكرار	
%53.3	32	مكان السكن
%6.7	4	الحرم الجامعي
%40	24	المركبة
%100	60	المجموع

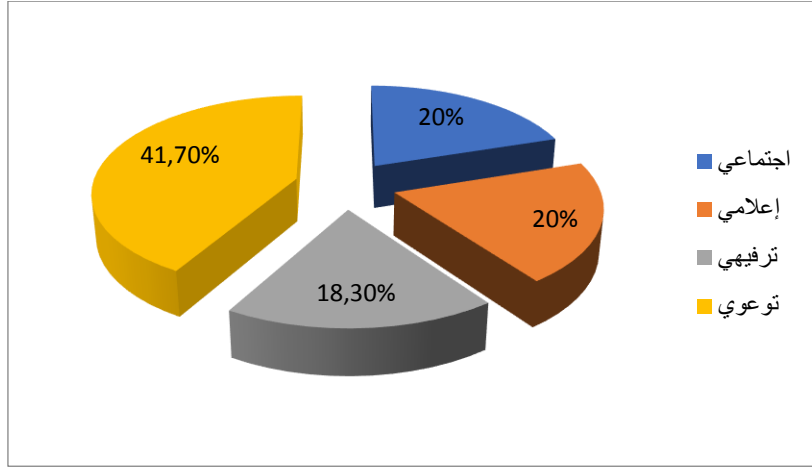
من خلال الجدول أعلاه رقم (08) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم () بالبديل "مكان السكن" وقد بلغ عددهم (32) أفراد بنسبة مئوية بلغت %53.3، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "الحرم الجامعي" والبالغ عددهم (4) بنسبة مئوية قدرت بـ %6.7، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "المركبة" والبالغ عددهم (24) بنسبة مئوية قدرت بـ %40، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (08)



الجدول رقم (09): يوضح الدور الذي تقدمه لك الإذاعة للطالب الجامعي

النسبة	التكرار	
20%	12	اجتماعي
20%	12	إعلامي
18.3%	11	ترفيهي
41.7%	25	توعوي
100%	60	المجموع

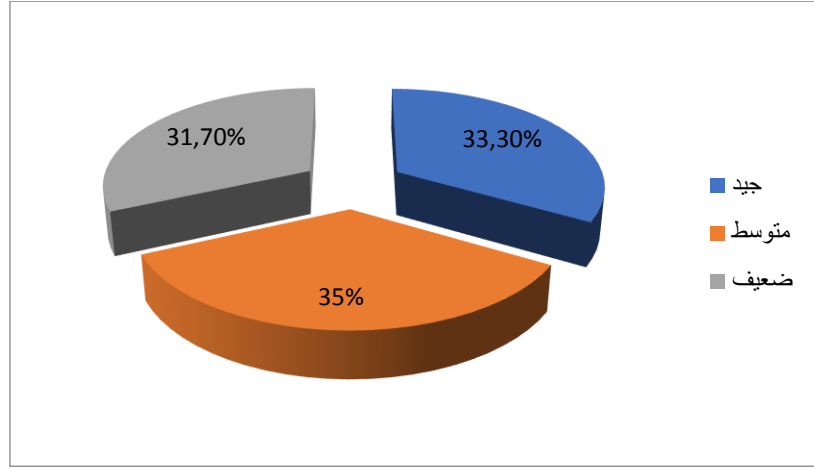
من خلال الجدول أعلاه رقم (09) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى أربعة مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم () بالبديل "اجتماعي" وقد بلغ عددهم (12) أفراد بنسبة مئوية بلغت 20%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "إعلامي" والبالغ عددهم (12) بنسبة مئوية قدرت بـ 20%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "ترفيهي" والبالغ عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت بـ 18.3%، بينما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "توعوي" والبالغ عددهم (25) بنسبة مئوية قدرت بـ 41.7%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (09)



الجدول رقم (10): يوضح مدى تحقيق الإذاعة لرغبات الطلبة

النسبة	التكرار	
%33.3	20	جيد
%35	21	متوسط
%31.7	19	ضعيف
%100	60	المجموع

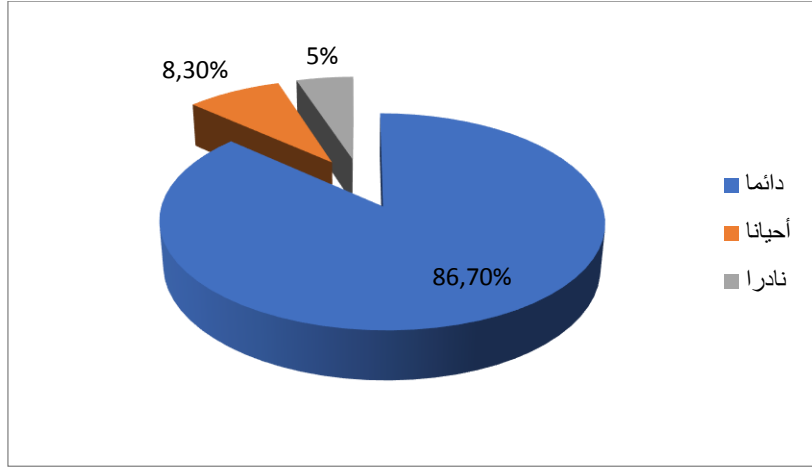
من خلال الجدول أعلاه رقم (10) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم () بالبديل "جيد" وقد بلغ عددهم (20) أفراد بنسبة مئوية بلغت %33.3، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "متوسط" والبالغ عددهم (21) بنسبة مئوية قدرت بـ %35، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "ضعيف" والبالغ عددهم (19) بنسبة مئوية قدرت بـ %31.7، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (10)



المحور الثالث: استخدامات الطلبة لوسائل التواصل الاجتماعي (فيس بوك)
الجدول رقم (11): يوضح استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	
86.7%	52	دائما
8.3%	5	أحيانا
5%	3	نادرا
100%	60	المجموع

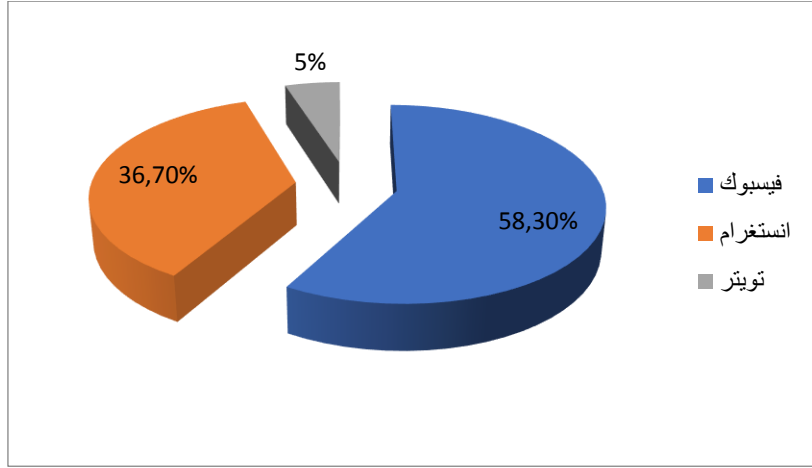
من خلال الجدول أعلاه رقم (11) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم () بالبديل "دائما" وقد بلغ عددهم (52) أفراد بنسبة مئوية بلغت 86.7%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أحيانا" والبالغ عددهم (05) بنسبة مئوية قدرت بـ 8.3%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "نادرا" والبالغ عددهم (03) بنسبة مئوية قدرت بـ 5%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (11)



الجدول رقم (12): يوضح الموقع الأكثر استخداما

النسبة	التكرار	
%58.3	35	فيسبوك
%36.7	22	انستغرام
%5	3	تويتر
%100	60	المجموع

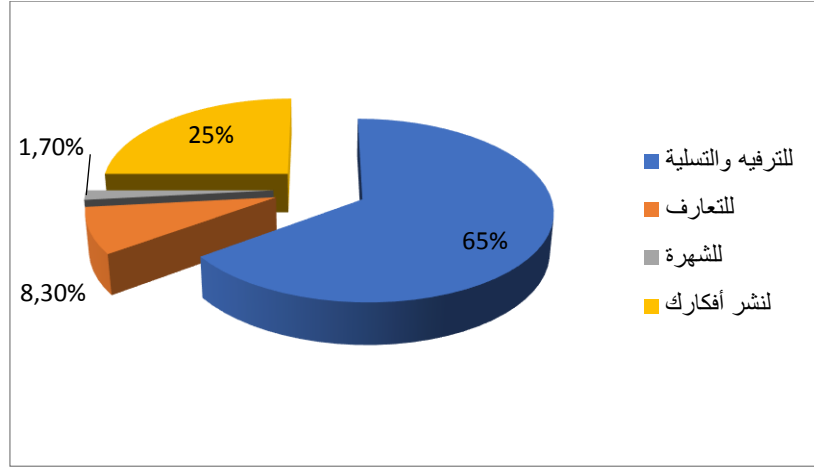
من خلال الجدول أعلاه رقم (12) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم () بالبديل "فيسبوك" وقد بلغ عددهم (35) أفراد بنسبة مئوية بلغت %58.3، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "انستغرام" والبالغ عددهم (22) بنسبة مئوية قدرت بـ %36.7، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "تويتر" والبالغ عددهم (03) بنسبة مئوية قدرت بـ %5، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (12)



الجدول رقم (13): يوضح استخدام موقع فيس بوك

النسبة	التكرار	
65%	39	للترفيه والتسلية
8.3%	5	للتعارف
1.7%	1	للشهرة
25%	15	لنشر أفكارك
100%	60	المجموع

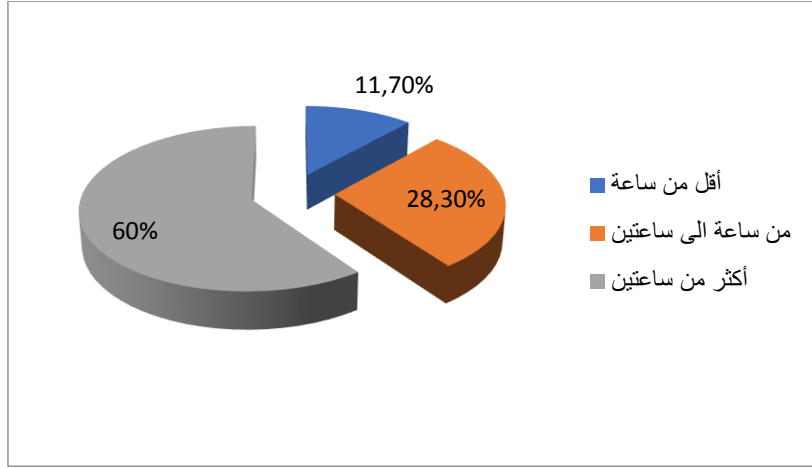
من خلال الجدول أعلاه رقم (13) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى أربعة مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم () بالبديل "للترفيه والتسلية" وقد بلغ عددهم (39) أفراد بنسبة مئوية بلغت 65%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "التعارف" والبالغ عددهم (05) بنسبة مئوية قدرت بـ 8.3%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "للشهرة" والبالغ عددهم (01) بنسبة مئوية قدرت بـ 1.7%، بينما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لنشر الأفكار" والبالغ عددهم (15) بنسبة مئوية قدرت بـ 25%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (13)



الجدول رقم (14): يوضح استغراق الوقت عند استخدام الفيسبوك

النسبة	التكرار	
%11.7	7	أقل من ساعة
%28.3	17	من ساعة الى ساعتين
%60	36	أكثر من ساعتين
%100	60	المجموع

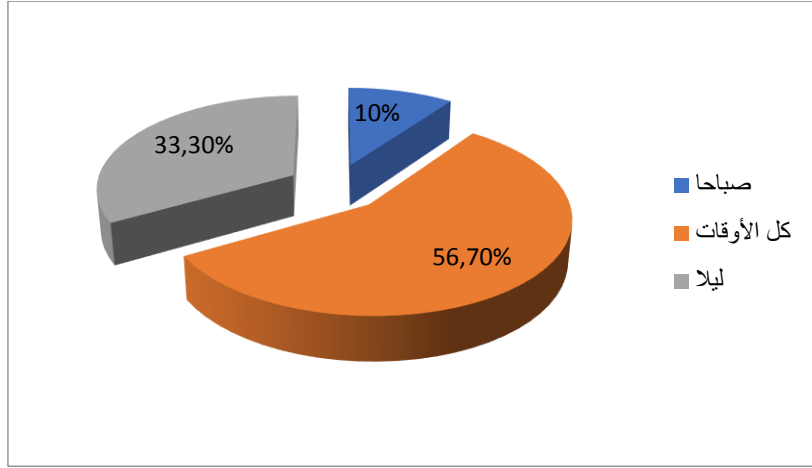
من خلال الجدول أعلاه رقم (14) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم () بالبديل "أقل من ساعة" وقد بلغ عددهم (07) أفراد بنسبة مئوية بلغت 11.7%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "من ساعة الى ساعتين" والبالغ عددهم (17) بنسبة مئوية قدرت بـ 28.3%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أكثر من ساعتين" والبالغ عددهم (36) بنسبة مئوية قدرت بـ 60%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (14)



الجدول رقم (15): يوضح الأوقات المفضلة لاستخدام موقع فيسبوك

النسبة	التكرار	
10%	6	صباحا
56.7%	34	كل الأوقات
33.3%	20	ليلا
100	60	المجموع

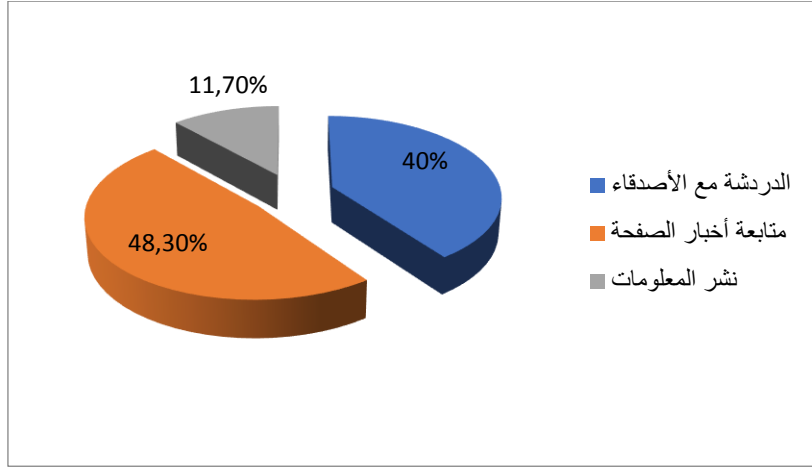
من خلال الجدول أعلاه رقم (15) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم () بالبديل "صباحاً" وقد بلغ عددهم (06) أفراد بنسبة مئوية بلغت 10%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "كل الأوقات" والبالغ عددهم (34) بنسبة مئوية قدرت بـ 56.7%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "ليلاً" والبالغ عددهم (20) بنسبة مئوية قدرت بـ 33.3%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (15)



الجدول رقم (16): يوضح الخدمات التي تجذبك أكثر في هذا الموقع

النسبة	التكرار	
40%	24	الدردشة مع الأصدقاء
48.3%	29	متابعة أخبار الصفحة
11.7%	7	نشر المعلومات
100%	60	المجموع

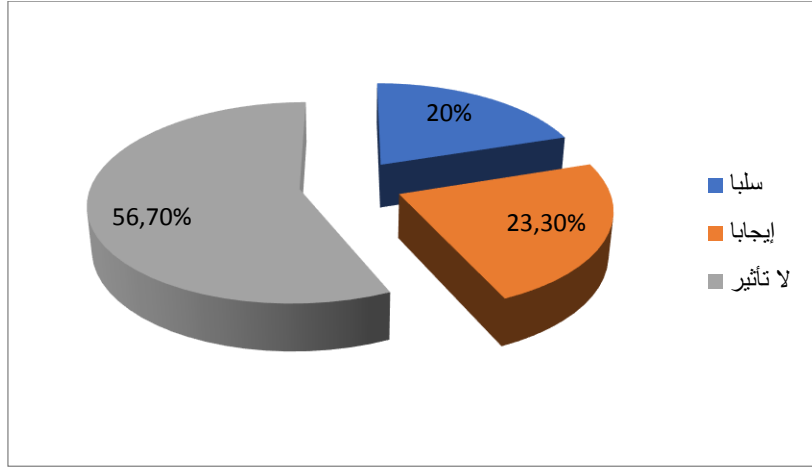
من خلال الجدول أعلاه رقم (16) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم () بالبديل "الدردشة مع الأصدقاء" وقد بلغ عددهم (24) أفراد بنسبة مئوية بلغت 40%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "متابعة أخبار الصفحة" والبالغ عددهم (29) بنسبة مئوية قدرت بـ 48.3%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "نشر المعلومات" والبالغ عددهم (07) بنسبة مئوية قدرت بـ 11.7%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (16)



الجدول رقم (17): يوضح أثر موقع فيس بوك على حياتك

النسبة	التكرار	
20%	12	سلبا
23.3%	14	إيجابا
56.7%	34	لا تأثير
100%	60	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (17) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم () بالبديل "سلبا" وقد بلغ عددهم (12) أفراد بنسبة مئوية بلغت 20%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "إيجابا" والبالغ عددهم (14) بنسبة مئوية قدرت بـ 23.3%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "لا تأثير" والبالغ عددهم (34) بنسبة مئوية قدرت بـ 56.7%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (17)

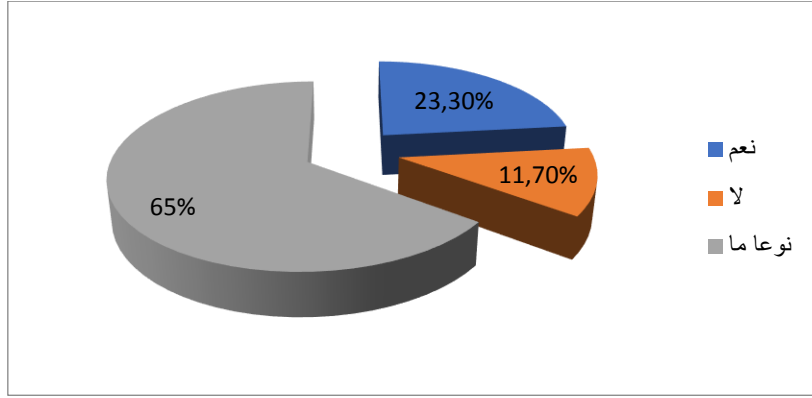


المحور الرابع: أثر استخدام الفيسبوك على الاستماع للإذاعة

الجدول رقم (18): يوضح الاستماع للبرامج الاذاعية

النسبة	التكرار	
%23.3	14	نعم
%11.7	7	لا
%65	39	نوعا ما
%100	60	المجموع

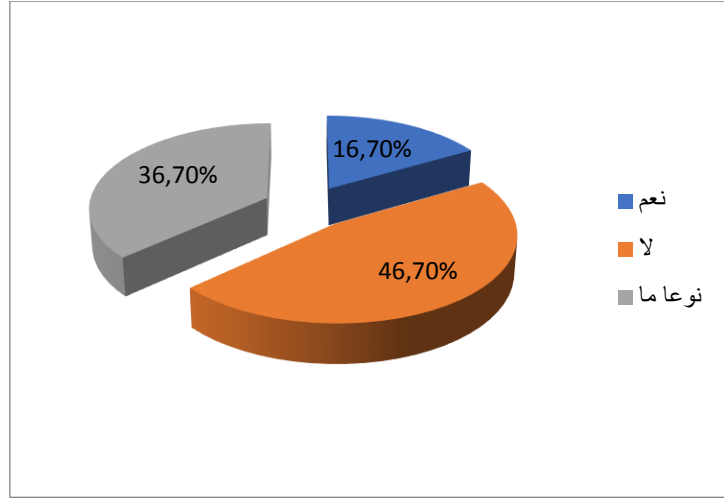
من خلال الجدول أعلاه رقم (18) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم () بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (14) أفراد بنسبة مئوية بلغت 23.3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (07) بنسبة مئوية قدرت بـ 11.7%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "نوعا ما" والبالغ عددهم (39) بنسبة مئوية قدرت بـ 65%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (18)



الجدول رقم (19): يوضح الاستماع للبرامج الاذاعية بالموازاة مع استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	
16.7%	10	نعم
46.7%	28	لا
36.7%	22	نوعا ما
100%	60	المجموع

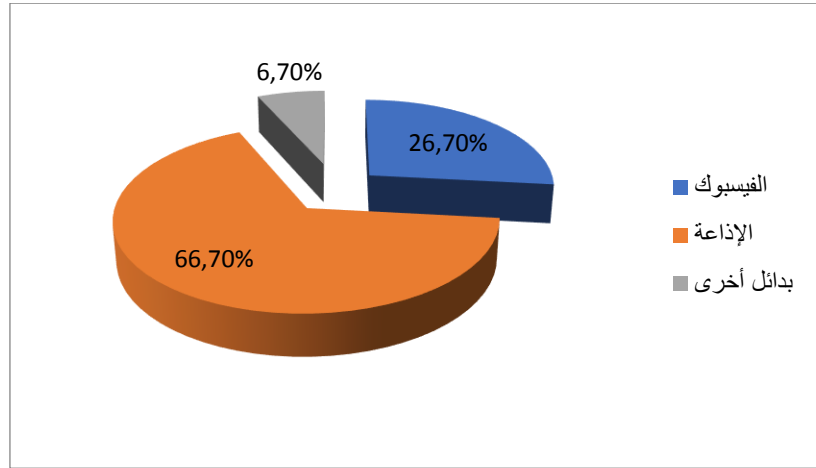
من خلال الجدول أعلاه رقم (19) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم () بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (10) أفراد بنسبة مئوية بلغت 16.7%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (28) بنسبة مئوية قدرت بـ 46.7%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "نوعا ما" والبالغ عددهم (22) بنسبة مئوية قدرت بـ 36.7%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (19)



الجدول رقم (20): يوضح الوسيلة التي تستمع من خلالها للإذاعة

النسبة	التكرار	
%26.7	16	الفيديو
%66.7	40	الإذاعة
%6.7	4	بدائل أخرى
%100	60	المجموع

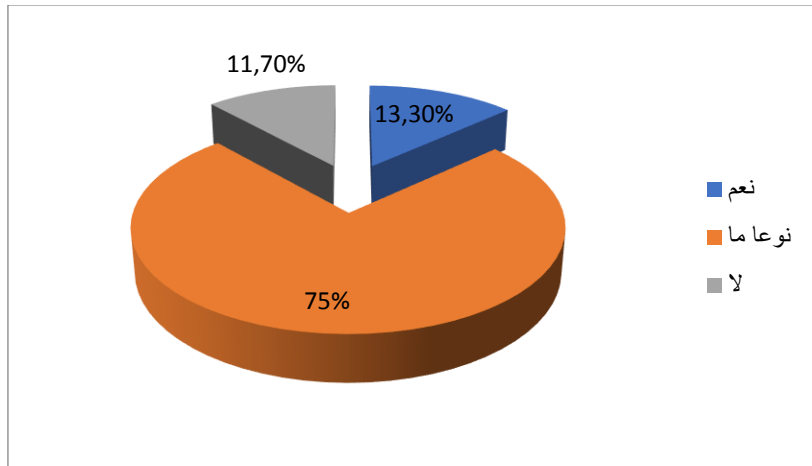
من خلال الجدول أعلاه رقم (20) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم () بالبديل "الفيديو" وقد بلغ عددهم (16) أفراد بنسبة مئوية بلغت 26.7%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "الإذاعة" والبالغ عددهم (40) بنسبة مئوية قدرت بـ 66.7%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "بدائل أخرى" والبالغ عددهم (04) بنسبة مئوية قدرت بـ 6.7%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (20)



الجدول رقم (21): يوضح مساعدة الاذاعة في الحصول على المعلومات

النسبة	التكرار	
13.3%	8	نعم
75%	45	نوعا ما
11.7%	7	لا
100%	60	المجموع

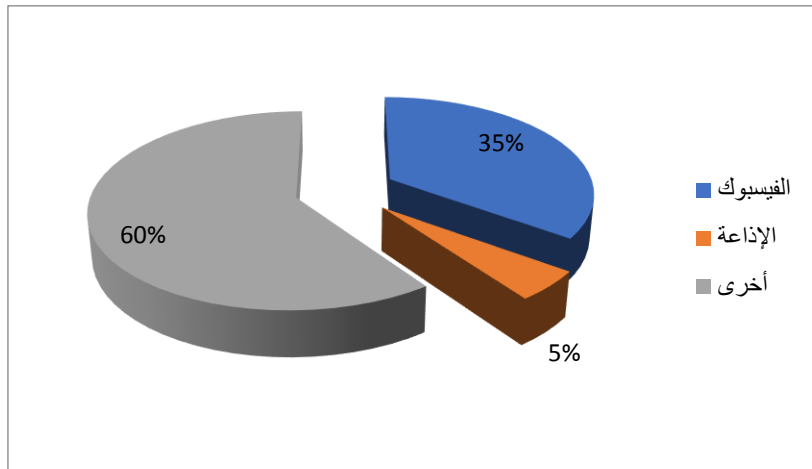
من خلال الجدول أعلاه رقم (21) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم () بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (08) أفراد بنسبة مئوية بلغت 13.3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "نوعا ما" والبالغ عددهم (45) بنسبة مئوية قدرت بـ 75%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (07) بنسبة مئوية قدرت بـ 11.7%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (21)



الجدول رقم (22): يوضح الوسائل التي تعتمد عليها للتعبير عن أفكارك

النسبة	التكرار	
35%	21	الفيسبوك
5%	3	الإذاعة
60%	36	أخرى
100%	60	المجموع

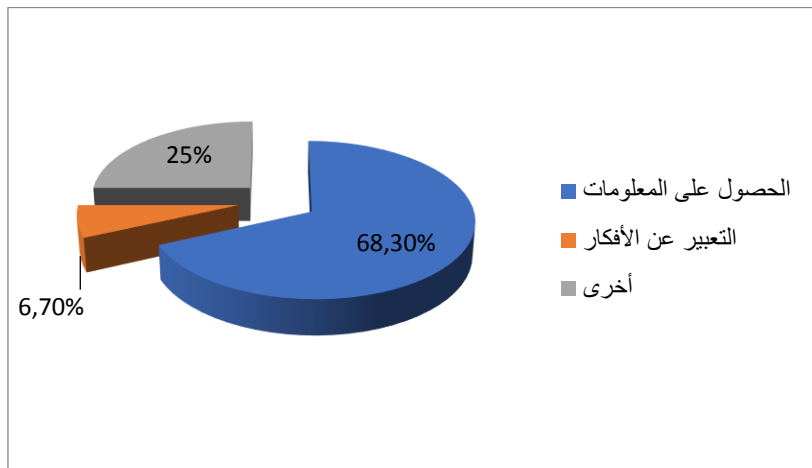
من خلال الجدول أعلاه رقم (22) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم () بالبديل "الفيسبوك" وقد بلغ عددهم (21) أفراد بنسبة مئوية بلغت 35%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "الإذاعة" والبالغ عددهم (3) بنسبة مئوية قدرت بـ 5%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أخرى" والبالغ عددهم (36) بنسبة مئوية قدرت بـ 60%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (22)



الجدول رقم (23): يوضح الاشباعات التي يمكن أن تحققها الاذاعة ولا تجدها في مواقع التواصل

النسبة	التكرار	
68.3%	41	الحصول على المعلومات
6.7%	4	التعبير عن الأفكار
25%	15	أخرى
100%	60	المجموع

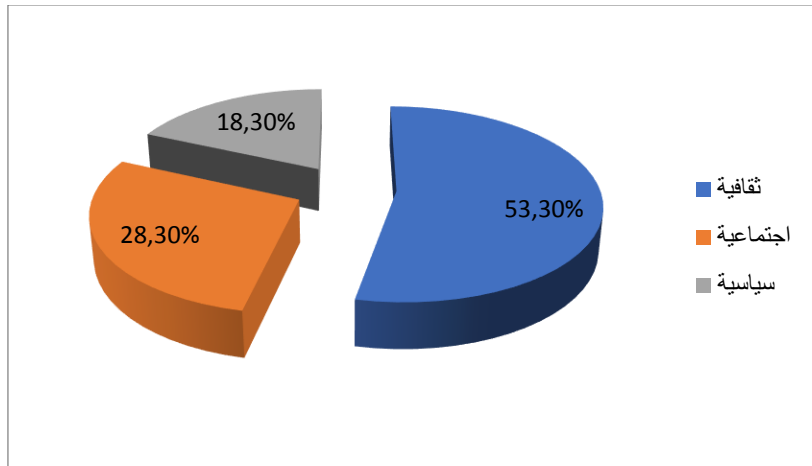
من خلال الجدول أعلاه رقم (23) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم () بالبديل "الحصول على المعلومات" وقد بلغ عددهم (41) أفراد بنسبة مئوية بلغت 68.3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "التعبير عن الافكار" والبالغ عددهم (04) بنسبة مئوية قدرت بـ 6.7%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أخرى" والبالغ عددهم (15) بنسبة مئوية قدرت بـ 25%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (23)



الجدول رقم (24): يوضح البرامج الاذاعية التي تحب أن تستمع اليها

النسبة	التكرار	
53.3%	32	ثقافية
28.3%	17	اجتماعية
18.3%	11	سياسية
100%	60	المجموع

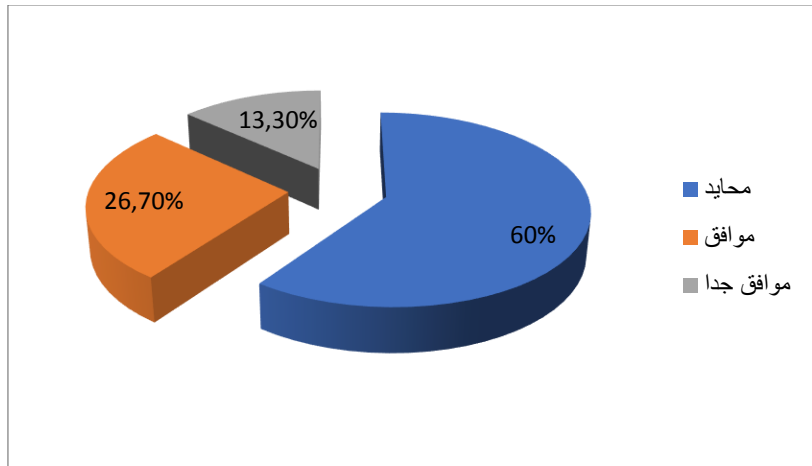
من خلال الجدول أعلاه رقم (24) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم () بالبديل "ثقافية" وقد بلغ عددهم (32) أفراد بنسبة مئوية بلغت 53.3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "اجتماعية" والبالغ عددهم (17) بنسبة مئوية قدرت بـ 28.3%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "سياسية" والبالغ عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت بـ 18.3%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (24)



الجدول رقم (25): يوضح مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تقليص وقت الاستماع للاذاعة

النسبة	التكرار	
60%	36	محايد
26.7%	16	موافق
13.3%	8	موافق جدا
100%	60	المجموع

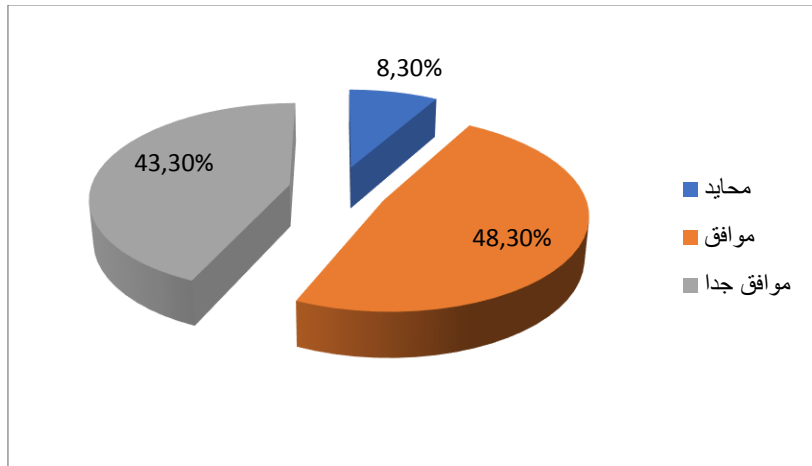
من خلال الجدول أعلاه رقم (25) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم () بالبديل "محايد" وقد بلغ عددهم (36) أفراد بنسبة مئوية بلغت 60%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "موافق" والبالغ عددهم (16) بنسبة مئوية قدرت بـ 26.7%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "موافق جداً" والبالغ عددهم (08) بنسبة مئوية قدرت بـ 13.3%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (25)



الجدول رقم (26): يوضح اقتصر دور الاذاعة الذي تقدمه على فئة معينة من الجمهور

النسبة	التكرار	
8.3%	5	محايد
48.3%	29	موافق
43.3%	26	موافق جدا
100%	60	المجموع

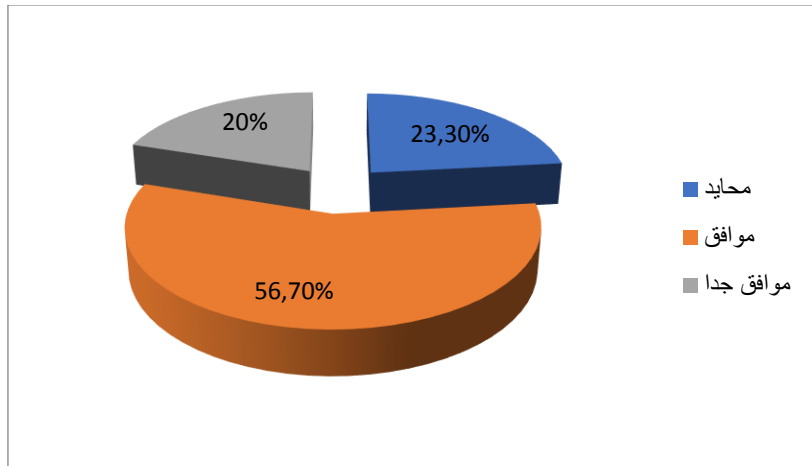
من خلال الجدول أعلاه رقم (26) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم () بالبديل "محايد" وقد بلغ عددهم (05) أفراد بنسبة مئوية بلغت 8.3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "موافق" والبالغ عددهم (29) بنسبة مئوية قدرت بـ 48.5%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "موافق جداً" والبالغ عددهم (26) بنسبة مئوية قدرت بـ 43.3%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (26)



الجدول رقم (27): يوضح مواقع التواصل الاجتماعي تلبية رغبات الجمهور اكثر من الاذاعة

النسبة	التكرار	
23.3%	14	محايد
56.7%	34	موافق
20%	12	موافق جدا
100%	60	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (27) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم () بالبديل "محايد" وقد بلغ عددهم (14) أفراد بنسبة مئوية بلغت 23.3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "موافق" والبالغ عددهم (34) بنسبة مئوية قدرت بـ 56.7%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "موافق جداً" والبالغ عددهم (12) بنسبة مئوية قدرت بـ 20%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (27)

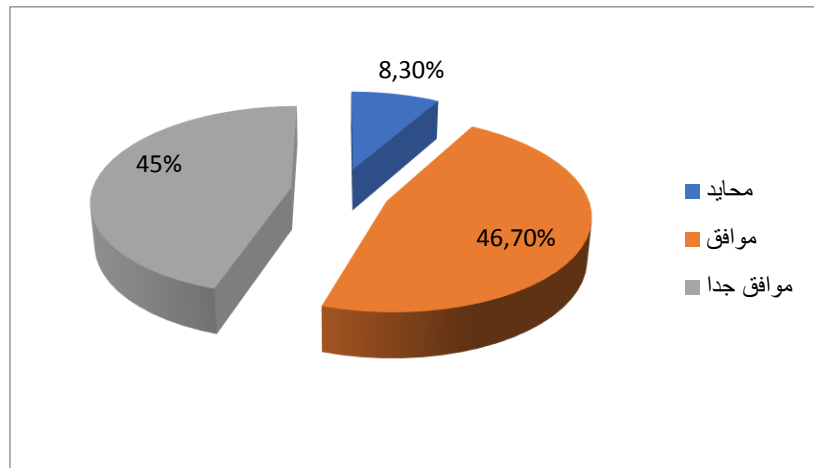


الجدول رقم (28): يوضح جمهور الاذاعة محدودا جدا ومقتصرا على الفضاءات التي يتم فيها البث فقط (سيارة)

النسبة	التكرار	
8.3%	5	محايد
46.7%	28	موافق
45%	27	موافق جدا
100%	60	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (28) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا

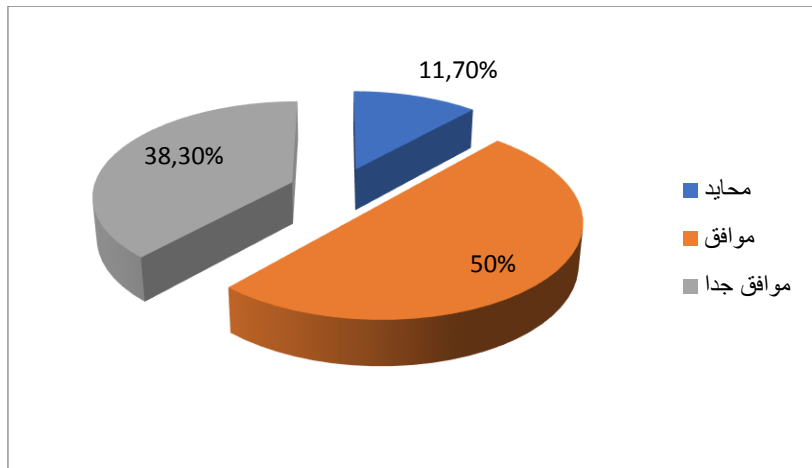
(60) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم () بالبديل "محايد" وقد بلغ عددهم (05) أفراد بنسبة مئوية بلغت 8.3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "موافق" والبالغ عددهم (28) بنسبة مئوية قدرت بـ 46.7%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "موافق جدا" والبالغ عددهم (27) بنسبة مئوية قدرت بـ 45%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (28)



الجدول رقم (29): يوضح تقديم مواقع التواصل الاجتماعي امكانيات تفوق امكانيات التي تقدمها الاذاعة

النسبة	التكرار	
11.7%	7	محايد
50%	30	موافق
38.3%	23	موافق جدا
100%	60	المجموع

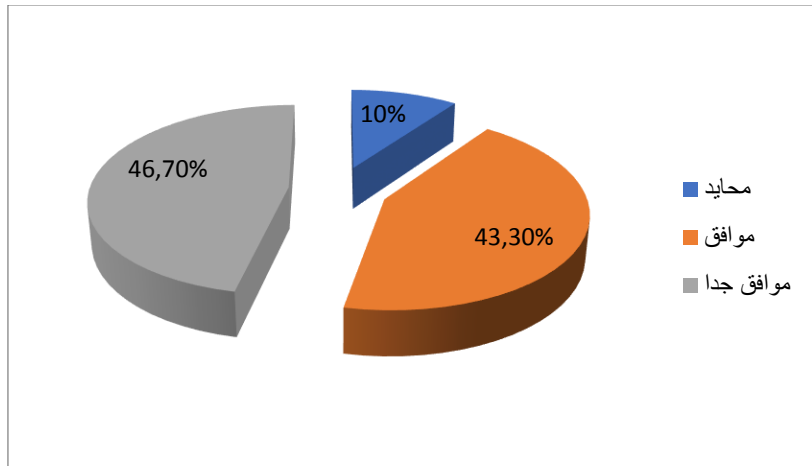
من خلال الجدول أعلاه رقم (29) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم () بالبديل "محايد" وقد بلغ عددهم (07) أفراد بنسبة مئوية بلغت 11.7%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "موافق" والبالغ عددهم (30) بنسبة مئوية قدرت بـ 50%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "موافق جدا" والبالغ عددهم (23) بنسبة مئوية قدرت بـ 38.3%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (29)



الجدول رقم (30): يوضح أن الاذاعة اقل تكلفة من مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	
10%	6	محايد
43.3%	26	موافق
46.7%	28	موافق جدا
100%	60	المجموع

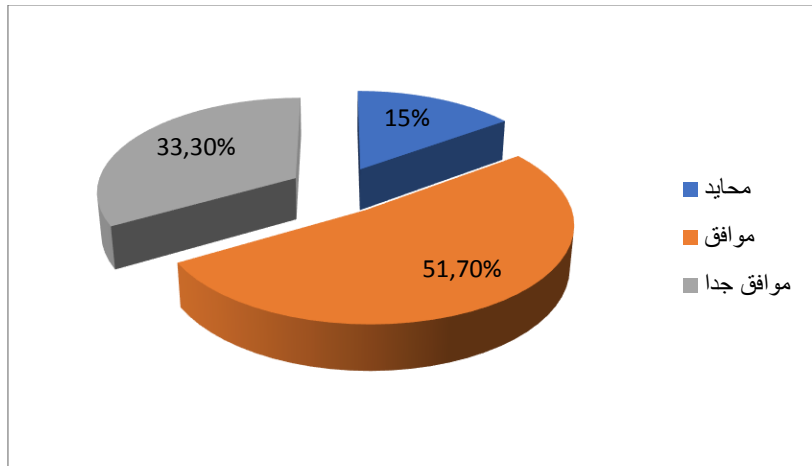
من خلال الجدول أعلاه رقم (30) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم () بالبديل "محايد" وقد بلغ عددهم (06) أفراد بنسبة مئوية بلغت 10%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "موافق" والبالغ عددهم (26) بنسبة مئوية قدرت بـ 43.3%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "موافق جداً" والبالغ عددهم (28) بنسبة مئوية قدرت بـ 46.7%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (30)



الجدول رقم (31): يوضح أنه تعددت برامج الاذاعة مما ساهم في وصولها الى جميع فئات المجتمع

النسبة	التكرار	
15%	9	محايد
51.7%	31	موافق
33.3%	20	موافق جدا
100%	60	المجموع

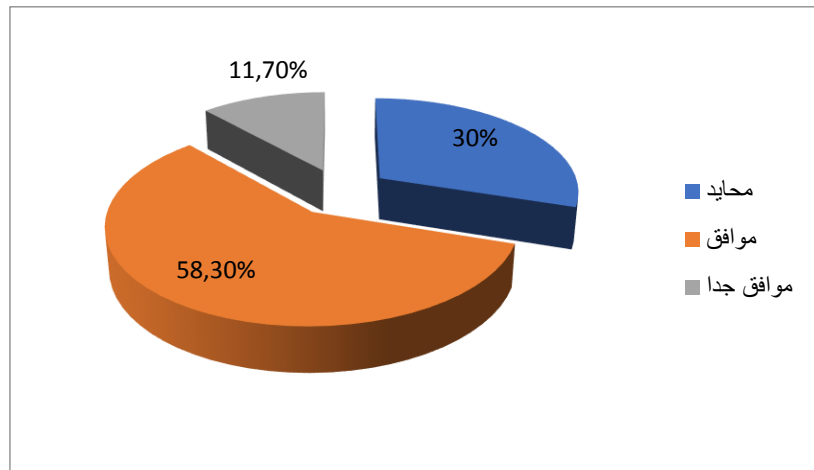
من خلال الجدول أعلاه رقم (31) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم () بالبديل "محايد" وقد بلغ عددهم (09) أفراد بنسبة مئوية بلغت 15%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "موافق" والبالغ عددهم (31) بنسبة مئوية قدرت بـ 51.7%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "موافق جداً" والبالغ عددهم (20) بنسبة مئوية قدرت بـ 33.3%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (31)



الجدول رقم (32): يوضح استخدام الاذاعة للغة البسيطة والسهلة التي يسرت فهمها لجميع فئات المجتمع

النسبة	التكرار	
30%	18	محايد
58.3%	35	موافق
11.7%	7	موافق جدا
100%	60	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (32) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم () بالبديل "محايد" وقد بلغ عددهم (18) أفراد بنسبة مئوية بلغت 30%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "موافق" والبالغ عددهم (35) بنسبة مئوية قدرت بـ 58.3%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "موافق جداً" والبالغ عددهم (07) بنسبة مئوية قدرت بـ 11.7%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (32)



الجدول رقم (33): يوضح

النسبة	التكرار	
20%	12	لا تحقق رغباتك
80%	48	تفضل وسائل أخرى
0%	0	أسباب أخرى اذكرها
100%	60	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (33) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (60) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم () بالبديل "لا تحقق رغباتك" وقد بلغ عددهم (12) أفراد بنسبة مئوية بلغت 20%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "تفضل وسائل أخرى" والبالغ عددهم (48) بنسبة مئوية قدرت بـ 80%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أسباب أخرى" والتي كانت منعدمة.

ثانيا: نتائج الدراسة

1. عرض النتائج الجزئية:

✚ عرض النتائج المحور الأول: عادات استخدام الطلبة الفايسبوك

- أعلى نسبة من أفراد العينة يستخدمون الفايسبوك دائما بنسبة 86.7 % وهذا ما يوضحه الجدول رقم 11.
- أعلى نسبة من أفراد العينة يفضلون التواصل في الفيسبوك مع الجنسين معا.
- أعلى نسبة من أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك من ساعة إلى ساعتين. كذلك استخدامهم في كل الأوقات وذلك بنسبة 56.7%

✚ عرض نتائج المحور الثاني: استماع الطلبة لبرامج الإذاعة

- استماع الطلبة لبرامج الإذاعة نوعا ما بنسبة 65%، وهذا ما يوضحه الجدول رقم 18.
- أعلى نسبة من أفراد العينة يفضلون الاستماع لبرامج الإذاعة في أوقات الفراغ.
- أعلى نسبة من أفراد العينة يردون أن أوقات بث برامج الإذاعة غير مناسبة.
- على نسبة من أفراد العينة يفضلون الاستماع لبرامج الإذاعة.
- أعلى نسبة من أفراد العينة لا يتصلون ببرامج الإذاعة.
- أعلى نسبة من أفراد العينة يرون أن الدور الذي تؤديه الإذاعة هو دور اجتماعي.

✚ عرض نتائج المحور الثالث: أثر استخدام الفيس بوك للاستماع للإذاعة

- أعلى نسبة من أفراد العينة يفضلون استخدام الفايسبوك للحصول على المعلومات بنسبة 75% باجابة المبحوثين بنوعا ما.

- أعلى نسبة من أفراد العينة يعتمدون على الفيسبوك للتعبير على آرائهم و أفكارهم.
- أعلى نسبة من أفراد العينة يرون بأن الوسيلة التي تلي رغبتهم هي الفايسبوك.
- أعلى نسبة من أفراد العينة يفضلون الدردشة مع الأصدقاء في الفيسبوك لمعالجة

مشاكلهم

- أعلى نسبة من أفراد العينة يرون أن استخدام للفايسبوك أنقص من حجم استمتاعهم للإذاعة.

- أعلى نسبة من أفراد العينة يرون أن الفايسبوك لم يدفعهم للإستماع للإذاعة.
- أعلى نسبة من أفراد العينة لا يلجؤون إلى الإستماع للإذاعة عند إنقطاع الأنترنت.

2. تحليل ومناقشة نتائج الدراسة

✚ تحليل ومناقشة نتائج المحور الأول: عادات استخدام الطلبة للفايسبوك.

توصلنا من خلال نتائج المتعلقة بالمحور الأول وهذا للإجابة على التساؤل الأول والمتمثل في عادات استخدام الفايسبوك، إلى أن الفيس بوك نال إهتمام كبير من قبل طلبة علوم الإعلام و الاتصال بجامعة المسيلة.

واتضح لنا أن فترة المناسبة لاستخدام الطلبة للفايسبوك هي أوقات الفراغ. وفي الفترة الليلية ، بحجم ساعي بقدر من ساعة إلى ساعتين ، و ذلك بالدرشة مع الأصدقاء مهما كان نوع جنسهم وذلك يتم في منازلهم ، و ألتماسنا كذلك من خلال أجوبتهم أن التواصل مع الأصدقاء و الأقرباء و تبادل الأراء هو هدفهم خدمة أساسية في الفايسبوك.

✚ تحليل ومناقشة نتائج المحور الثاني الإستماع لبرامج الإذاعة

من خلال عرض النتائج المحور الثاني وهذا للإجابة على التساؤل الثاني المتمثل في الإستماع لبرامج الإذاعة توصلنا إلى أن طلبة علوم و الاتصال لا يهتمون كثيرا ببرامج إذاعة و ذلك من خلال الجداول 31 و اتضح لنا أن أوقات بث برامج الإذاعة غير مناسبة بالنسبة للطلبة، من وجهة نظرهم الفايسبوك الأكثر استخدام والأهم.

لا يشاركون في برامجها على خلاف مشاركة المعلومات أو تعليقهم.

✚ تحليل ومناقشة نتائج المحور الثالث: استخدام الفيسبوك على الاستماع

للإذاعة

توصلنا من خلال عرض بيانات المحور الثالث وللإجابة على التساؤل الثالث والمتمثل في أثر استخدام الفيسبوك على الاستماع للإذاعة.

الإستماع للإذاعة إلى أنه بالفعل تم إستحواذ الفايسبوك على غالبية الطلبة وجد ذلك من خلال نتائج الجدول رقم 20.

يستخدمون الفايسبوك لمعالجة مشاكلهم و للتعبير عن آرائهم و أفكارهم ، و الأمر الذي أكد ماسبق بشدة هو أن طلبة علوم الإعلام و الإتصال أثبتوا بأن الفايسبوك كان سببا في نقص حجم إستماعهم للإذاعة، و أنه لم يدفعهم مطلقا إلى الإستماع للإذاعة و مازاد الطين بلة هو أن حتى عند إنقطاع الأنترنت لايلجؤون للاستماع لبرامج الإذاعة و هذا يدل على أن الطلبة وجدوا ما يلبي إشباعتهم و رغبا يجدها في الإستماع لبرامج الإذاعة.

الاستنتاج العام:

توصلنا من خلال تحليل و مناقشة نتائج الدراسة إلى الفيس بوك أثر على أنماط الإستماع بالنسبة للطلبة علوم الإعلام و الاتصال وذلك من خلال إستخدامهم المكتف له، أي من خلال تزويدهم بخدمات تجعل من نوا

- تتحسن، ومن بين هذه الخدمات الدردشة مع الأصدقاء والتسلية والترقية وكذا متابعة الأحداث الجارية، وتبادل الآراء والأفكار واكتساب الثقافة الزيادة في الرصيد المعرفي وهذا يدل على ان الفيس بوك أثر على استماع طلبة علوم الإعلام للإذاعة وهذا ما يجيبنا على تساؤلنا الرئيسي -"ما أثر الاستماع للإذاعة الجزائرية في ظل انتشار مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة من طلبة جامعة المسيلة؟

خاتمة

خاتمة:

من خلال دراستنا لموضوع أثر الاستماع للإذاعة الجزائرية في ظل انتشار مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة من طلبة جامعة المسيلة يمكن القول بأن إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بات ضرورة يحتمها الواقع المعاصر في ظل ظهور تكنولوجيات وتطبيقات اتصالية جديدة تفرض وجودها في حياة الناس ومن بينهم الطلبة الذين وجدوا في هذه التكنولوجيا ومن ضمنها مواقع وتلبية رغبتهم ، من التواصل وترفيه وتسلية وتثقيف... الخ. لم يجدوها التواصل الاجتماعي متنفسا لهم لتفريغ شحنات في وسائل إتصال أخرى ، وهذا ما توصلنا إليه في دراستنا حيث إتضح لنا مدى أهمية هذه المواقع ومن بينه الفيس بوك في وقت طلبة علوم الإعلام والإتصال تغنيهم عن الإستماع للإذاعة، وهذا يرجع الى إستخدام الفيس بوك بدل الإستماع للإذاعة وإلى أسباب ومبررات يفرضها الوقت الحالي.

قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

أ. المراجع باللغة العربية:

1. إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، 1979م.
2. بدر كريم، نشأة وتطور الإذاعة في المجتمع السعودي، ط1 جدة- تهامة- 1402 هـ.
3. تسعديت قدوار، أثر تكنولوجيايات الاتصال على الإذاعة وجمهورها، دراسة مسحية في الاستخدامات والاشباعات لدى الشباب دراسة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال" جامعة الجزائر 3، كلية العلوم السياسية والاعلام قسم علوم الاعلام والاتصال سنة 2010-2011.
4. حسن عماد مكاوي، الأخبار في الراديو والتلفزيون، المكتبة الأنجلو مصرية، مصر، 1989م.
5. حسن عماد مكاوي، إنتاج البرامج للراديو (النظرية /التطبيق)، المكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، ط1، 1989م.
6. رباب رأفت محمد الجمال، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي علي تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي - مذكرة ماجستير، دراسة ميدانية جامعة الملك عبد العزيز، 15-4-2014.
7. عبد المجيد شكري، الإذاعات المحلية لغة العصر، د.ط، دار الفكر العربي القاهرة، مصر، 1987م.
8. عواطف عبد الرحمان، الصحافة العربية في الجزائر، دراسة تحليلية لصحافة الثورة الجزائرية، 1962م..
9. فتيحة كيحل، الاعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، دراسة في الاستخدامات مواقع التواصل الاجتماعي- فايسبوك نموذجا- رسالة ماجستير، جامعة الحاج خيضر، باتنة، 2012/2011.
10. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 57، 16 أوت 1963.
11. الحضيف": كيف تؤثر وسائل الإعلام، الرياض، دار وهج الحياة للنشر والتوزيع، 2010.
12. أمين سعيد عبد الغني، وسائل الإعلام الجديدة والموجه الرقمية الثانية، ايتراك للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2008.
13. حسنين شفيق، الإعلام الجديد الإعلام البديل، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، 2010.

14. راضى زاهر :استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 5 ،جامعة عمان.
15. عبد الامير الفيصل، دراسات في الاعلام الالكتروني، القاهرة: دار الفكر الجامعي، ط1، 2014.
16. علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2014.
17. ليلى أحمد جرار، الفيس بوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2012.
18. محمد منير حجاب، الإعلام والتنمية الشاملة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 1998م.
19. نرمين زكريا خضر، الآثار النفسية الاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية (دراسة على مستخدمي موقع الفيس بوك)، مذكرة ماجستير كلية الإعلام جامعة القاهرة، 15-2009-2-17.
20. عدلي سيد محمد رضا، البناء الدرامي في الراديو والتلفزيون، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، د.س.ن.

ب. المراجع باللغة الأجنبية:

21. Radiodiffusion et télévision au Maghreb ; Etudes maghrébines ; N-06 Janvier 1966;

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة

في إطار انجاز مذكرة التخرج المكملة لنيل شهادة الماستر

تخصص: علاقات عامة

تحت عنوان

الاستماع للإذاعة في ظل انتشار مواقع التواصل الاجتماعي

دراسة ميدانية على طلبة علوم الاعلام والاتصال - جامعة المسيلة -

نضع بين يديك هذا الاستبيان فالرجاء منك مساعدتنا بملئه بعد قراءته بتمعن وإعطاء الإجابة التي تعبر عن رأيك بكل صدق مع العلم والتأكيد لك أن هذه المعلومات لن تستخدم إلا لغرض علمي.

الرجاء وضع علامة (x) في الخانة المناسبة.

تحت اشراف الأستاذ:

تيميزار فاطمة

من إعداد :

- رقيق روميسة

- العطرأوي سارة

السنة الجامعية: 2022/2021.

المحور الأول: البيانات الشخصية

1. الجنس: ذكر أنثى

2. العمر:

من 18 إلى 25 سنة من 26 إلى 33 سنة من 34 فأكثر

3. المستوى العلمي:

ليسانس ماستر

المحور الثاني: الاستماع للبرامج الإذاعية طلبة جامعة المسيلة

4. هل تستمتع إلى البرامج الإذاعية؟

دائما .أحيانا .نادرا

5. ما هو الوقت المفضل لديك لاستماعك للبرامج الإذاعية؟

صباحا .مساء. ليلا .في أوقات الفراغ

6. ماهي البرامج التي تفضل الإستماع إليها؟

برامج ثقافية

برامج اجتماعية

برامج فنية

برامج ترفيهية

برامج سياسية

الأخبار

7. ماهي الوسيلة التي تستمع من خلالها للإذاعة؟

جهاز الراديو شبكة الانترنت الهاتف النقال

8. أين تستمع إلى الإذاعة ؟

مكان السكن الحرم الجامعي المركبة

9. ما هو الدور الذي تقدمه لك الإذاعة للطالب الجامعي ؟

دور اجتماعي إعلامي ترفيهي توعوي

10. ما مدى تحقيق الإذاعة لرغبات الطلبة ؟

جيد متوسط ضعيف

المحور الثالث: استخدامات الطلبة لوسائل التواصل الاجتماعي (فيس بوك)

11. هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي ؟

دائما أحيانا نادرا

12. ما هو الموقع الأكثر استخداما بالنسبة اليك ؟

فيس بوك انستغرام تويتر

غيرها أذكرها:

13. تستخدم موقع فيس بوك ؟

للترفيه والتسلية للتعارف للشهرة لنشر أفكارك

اخرى أذكرها:

14. كم تستغرق من الوقت عند استخدامك لموقع فيس بوك ؟

أقل من ساعة من ساعة الى ساعتين أكثر من ساعة

15. ما هي الأوقات المفضلة لديك لاستخدام موقع فيس بوك ؟

صباحا مساء ليلا كل الأوقات

16. ماهي الخدمات التي تجذبك أكثر في هذا الموقع؟

الدرشة مع الأصدقاء متابعة أخبار الصفحة نشر المعلومات

17. هل أثر موقع فيس بوك على حياتك؟

سلبا إيجابا لا تأثير

المحور الرابع: أثر استخدام الفيسبوك على الاستماع للإذاعة

18. هل تستمع للبرامج الإذاعية؟

نعم لا نوعا ما

19. هل تستمع للبرامج الإذاعية بالموازاة مع استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي؟

نعم لا. نوعا ما

20. ماهي الوسيلة التي تستمع من خلالها للإذاعة؟

الفيسبوك الإذاعة أخرى اذكرها

21. هل تساعدك الإذاعة في الحصول على المعلومات؟

نعم لا نوعا ما

22. أي من هذه الوسائل التي تعتمد عليها للتعبير عن أفكارك؟

الفيسبوك الإذاعة أخرى

23. ماهي الاشباع التي يمكن أن تحققها الإذاعة ولا تجدها في مواقع التواصل؟

الحصول على المعلومات التعبير عن الأفكار أخرى

24. ماهي البرامج الإذاعية التي تحب أن تستمع إليها؟

برامج ثقافية اجتماعية سياسية

دينية أخرى اذكرها

25. ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تقليص وقت الاستماع للإذاعة
موافق. موافق جدا . محايد.
26. اقتصر دور الإذاعة الذي تقدمه على فئة معينة من الجمهور
موافق. موافق جدا. محايد
27. أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تلبي رغبات الجمهور أكثر من الإذاعة
موافق. موافق جدا. محايد
28. أصبح جمهور الإذاعة محدودا جدا ومقتصرا على الفئات التي يتم فيها البث فقط (سيارة)
موافق. موافق جدا . محايد.
29. قدمت مواقع التواصل الاجتماعي إمكانيات تفوق إمكانيات التي تقدمها الإذاعة
موافق. موافق جدا. محايد
30. تعد الإذاعة أقل تكلفة من مواقع التواصل الاجتماعي
موافق . موافق جدا . محايد.
31. تعددت برامج الإذاعة مما ساهم في وصولها إلى جميع فئات المجتمع
موافق. موافق جدا . محايد.
32. استخدام الإذاعة للغة البسيطة والسهلة التي يسرت فهمها لجميع فئات المجتمع
موافق. موافق جدا . محايد.
33. لماذا لا تستمع للإذاعة؟
لا تحقق رغباتك تفضل وسائل أخرى أسباب أخرى أذكرها

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

	شكر وعرهان
أ	مقدمة
الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة	
04	الإشكالية.
04	التساؤلات.
04	أسباب اختيار موضوع الدراسة.
05	أهمية الدراسة .
05	أهداف الدراسة.
06	تحديد مصطلحات الدراسة
08	الدراسات السابقة
الفصل الثاني: موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك	
12	تمهيد
13	المبحث الأول: مواقع التواصل الاجتماعي - مفهومها وخدماتها
13	المطلب الأول: المواقع الاجتماعية
14	المطلب الثاني: الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية
15	المطلب الثالث: الفيس بوك ظاهرة تستحق الوقوف
18	المبحث الثاني: الفيس بوك سماته واستخداماته
18	المطلب الأول: سمات الفيس بوك
19	المطلب الثاني: استخدامات الفيس بوك
20	المطلب الثالث: الفيس بوك للإعلاميين
21	المبحث الثالث: أبعاد الفيس بوك على الشباب
21	المطلب الأول: الشباب والفيس بوك
21	المطلب الثاني: دوافع استخدام الفيس بوك
23	المطلب الثالث: إيجابيات المواقع الاجتماعية

24	المطلب الرابع: سليات مواقع التواصل الاجتماعي
30	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: الإذاعة	
32	تمهيد
33	المبحث الأول: مفهوم الإذاعة، نشأتها وتطورها
33	المطلب الأول: ماهية الإذاعة
34	المطلب الثاني: نشأة الإذاعة
35	المطلب الثالث: ظهور وتطور الإذاعة
38	المطلب الثالث: خصائص وأنواع الإذاعات
42	المبحث الثاني: الإذاعة في الجزائر ودول العالم العربي
42	المطلب الأول: الإذاعة في دول العالم العربي.
45	المطلب الثاني: الإذاعة في المغرب العربي
48	المطلب الثالث: الإذاعة الجزائرية
52	خلاصة الفصل
الفصل الرابع: الاجراءات الميدانية للدراسة	
54	اولا: تحليل البيانات
88	ثانيا: نتائج الدراسة
88	1. عرض النتائج الجزئية:
89	2. تحليل ومناقشة نتائج الدراسة
91	الاستنتاج العام
93	خاتمة
95	قائمة المراجع
97	الملاحق
	فهرس المحتويات