

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



# صفحة إذاعة المسيلة على موقع الفيسبوك ودوره في تحسين الخدمة العمومية

دراسة ميدانية لعينة من متابعي صفحة إذاعة المسيلة عبر الفيسبوك

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال

تخصص: إتصال وعلاقات عامة

إشراف الدكتور:

بوبكر بوعزيز

اعداد الطالبة:

سلامي عائدة

جوان 2019

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



# صفحة إذاعة المسيلة على موقع الفيسبوك ودوره في تحسين الخدمة العمومية

دراسة ميدانية لعينة من متابعي صفحة إذاعة المسيلة عبر الفيسبوك

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال

تخصص: إتصال وعلاقات عامة

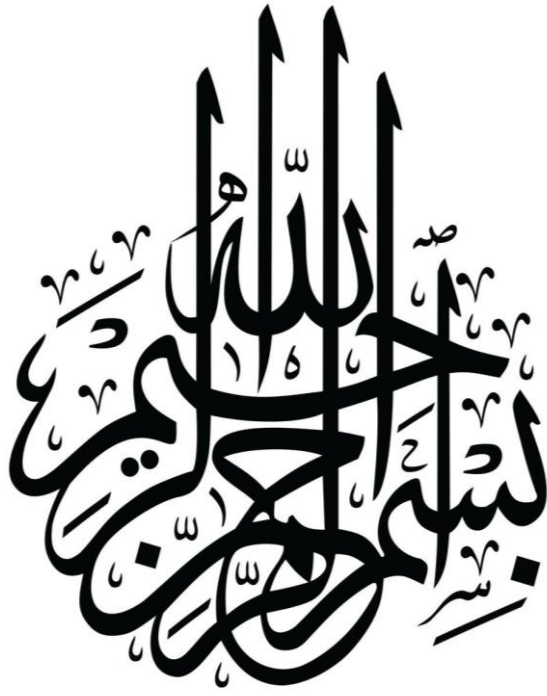
إشراف الدكتور:

بوبكر بوعزيز

اعداد الطالبة:

سلامي عائدة

جوان 2019



# صفحة إذاعة المسيلة على موقع الفيسبوك

## ودوره في تحسين الخدمة العمومية

دراسة ميدانية لعينة من متابعي صفحة إذاعة المسيلة عبر الفيسبوك

اعداد الطالبة

سلامي عائدة

شهادة الليسانس، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد بوضياف المسيلة 2012

تقدم هذه المذكرة استكمالاً لمتطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة بجامعة المسيلة

أشرف على المناقشة المذكرة:

التوقيع	الصفة	الرتبة	الإسم	المناقشون
		استاذ محاضر أ	دحماني محمد	رئيس لجنة المناقشة
		استاذ محاضر أ	بوبكر بوعزيز	المشرف
		استاذ مساعد أ	بلخيري صالح	الممتحن

تاريخ المناقشة (2019/06/19)

# الإهداء

" وقضى ربك ألا تعبدوا إلا إياه وبالوالدين إحسانا "

أهدي عملي وبذرة جهدي هذا إلى أغلى ما لدي في الوجود  
... إلى أعظم نعمة رزقني الله بها... إلى القلب الذي ينبض  
حياء وعطاء... إلى الصدر الذي يفيض عطف وحنانا... إلى  
اللسان الذي لا يتوقف لحظة عن الدعاء إلى أروع أم وأعظم  
أب إليكما دائما.

إلى من بهم أكبر وعليهم اعتمد... إلى شعبة متقدمة تنير ظلمة  
حياتي... إلى من بوجودهم اكتسب قوة و محبة لا حدود لها...  
إلى من عرفت معهم معنى الحياة... إلى أخي (صهيب) ..  
وأخواتي (عزيزة، سارة، رانية) أولاد أختي (ادم، نور اليقين،  
عبد العزيز جواد).

إلى من ساندوني طول حياتي بالدعم والتشجيع... رفيقات  
الدرب... أخواتي اللواتي ولدتهن الحياة  
إلى كل أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال على رأسهم مشرفي

الدكتور " بويكر بوعزيز "

إلى من وسعهم قلبي ولم ولن تسعهم ورقتي هاته.

عائدة سلامي

## شكر و عرفان

يقول الله تعالى: " ولئن شكرتم لأزيدنكم "

و يقول الرسول صلى الله عليه وسلم: " لا يشكر الله من لا يشكر الناس "

فالشكر الأول والدائم لله سبحانه وتعالى ، اللهم لك الحمد حتى ترضى ولك الحمد إذا رضيت ، ولك الحمد والشكر بعد الرضا على توفيقى في إتمام هذا العمل المتواضع، فنسألك سبحانه أن يكون خالصا لوجهك الكريم،  
والصلاة والسلام على اشرف المرسلين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم وصحبه  
التابعين

وأتوجه بالشكر والعرفان إلى أستاذي المحترم بوبكر بوعزيز الذي أشرف على مذكري ولم ييخل بتوجيهاته ونصائحه القيمة التي كانت عوناً لي في إتمام هذه المذكرة فقد كان نعم المشرف والموجه فجزاه الله عني كل خير وله مني كل التقدير والاحترام...  
وأقدم بالشكر الخاص إلى اللجنة العلمية التي سهرت على مراجعة وتقصي جوانب هذه المذكرة كما نوجه شكرنا إلى جميع أساتذتي بقسم علوم الإعلام والاتصال في جامعة محمد بوضياف بالمسيلة...

بعدها نتوجه بجزيل الشكر إلى كل من ساعدنا من قريب أو بعيد على إنجاز هذا العمل.

فجزاكم الله خيراً وأدامكم

## ملخص:

نظرا للأهمية التي حظي بها موضوع مواقع التواصل الاجتماعي ودوره في تحسين الخدمة العمومية فقد جاءت هذه الدراسة بهدف الكشف عن الدور الذي يلعبه موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك في تحسين الخدمة العمومية بالإذاعة المحلية بالمسيلة من خلال دراسة على عينة من متتبعي صفحة إذاعة المسيلة الجهوية تتكون من 80 مفردة، أما المنهج المستخدم فهو المنهج الوصفي من أجل تحقيق أهداف الدراسة، وقد اعتمدنا في ذلك على أداة الاستبيان الذي تم توزيعه إلكترونيا بشكل قصدي لانبجاز هذه الدراسة.

وخلصت إلى عدة نتائج نذكر منها:

1. من أبرز الآليات التي تعتمدها الإذاعة المحلية بالمسيلة في تحسين الخدمة العمومية هو تعزيز النشر بالوسائط المتعددة مثل الفيديو والصور والرابط، بالإضافة إلى أنها تحرص على مصداقية الأخبار التي تنشرها وتؤكد موثوقيتها.

2. إن من أبرز أشكال الخدمة العمومية للإذاعة المحلية بالمسيلة المقدمة لتغطية انشغالات الجمهور واحتياجاته هي آداؤها الإعلامي المتميز والإيجابي إضافة إلى التنوع الثقافي واللغوي في اعداد برامجها وأخبارها، وكذا من خلال تقديمها لل فقرات الدينية بكل تناسبية وموضوعية.

3. إن من أبرز الادوار التي يمنحها فيسبوك لتحسين خدمات الإذاعة المحلية هو المزج بين الجانب الإذاعي والمرئي لبعض برامجها التي تبث بالصورة والصوت، وكذا التعريف بالإذاعة المحلية بالمسيلة.

**الكلمات المفتاحية:** الإذاعة المحلية بالمسيلة- فيسبوك- الخدمة العمومية-

## **Abstract:**

Due to the importance of the social networks in improving the public service, this study has come to reveal the role of the social networks site especially Facebook in improving the public service in the local radio station in Msila through studying a sample of the listeners of the Msila local Radio facebook page, the sample consists of 80 ones, The study is one of the descriptive ones, so it has used survey method in order to achieve its objectives, by using a questionnaire as a tool that has distributed electronically intended for the completion of this study.

So the study has concluded several results, including:

- 1.** One of the most important mechanisms adopted by the local radio in Msila in improving the public service is the promotion of multimedia publishing such as video, pictures and links, in addition to ensuring the credibility of the news published by it and confirming its reliability.
- 2.** One of the most prominent forms of public service presented by the local radio to meet in the public's interests and needs is its excellent and positive media performance as well as cultural and linguistic diversity in the preparation of its programs and news, also through its presentation of religious passages in all proportionality and objectivity.
- 3.** One of the most prominent roles provided by Facebook to improve the local radio services is the combination between the radio and visual aspects in some of its programs, which are broadcast by video and audio, as well as the definition of the local radio in Msila.

**Keywords:** Local radio in Msila- Facebook - Public Service.

## خطة الدراسة

### البناء المنهجي والتوجه النظري للدراسة

1. اشكالية الدراسة
2. تساؤلات الدراسة
3. أهمية البحث
4. أهداف البحث
5. أسباب اختيار الموضوع
6. المدخل النظري للدراسة
7. تحديد مفاهيم الدراسة
8. نوع الدراسة ومنهجها
9. أدوات جمع البيانات
10. التعريف بمجتمع البحث والعينة
11. الدراسات السابقة

### الإطار النظري

#### • الفصل الأول : الاطر والمفاهيم النظرية لمواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد

المبحث الأول: مواقع التواصل الإجتماعي .. المفهوم، النشأة والتطور

- المطلب الأول تعريف مواقع التواصل الاجتماعي
- المطلب الثاني: نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي
- المطلب الثالث: خصائص ومميزات مواقع التواصل الاجتماعي
- المطلب الرابع: خدمات مواقع التواصل الاجتماعي
- المطلب الخامس: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني: الفيسبوك

- المطلب الأول نشأة وتطور موقع فيسبوك
- المطلب الثاني: مفهوم موقع فيسبوك
- المطلب الثالث: خصائص ومميزات موقع فيسبوك
- المطلب الرابع: خدمات ووظائف موقع فيسبوك
- المطلب الخامس: إيجابيات وسلبيات فيسبوك

خلاصة الفصل

## الفصل الثاني: الخدمة العمومية.. أبعاد نظرية

تمهيد

### المبحث الأول: مفهوم الخدمة العمومية

- المطلب الأول تعريف الخدمة العمومية
- المطلب الثاني: خصائص الخدمة العمومية وأهم مبادئها
- المطلب الثالث: أنواع ونظم الخدمة العمومية
- المطلب الرابع: مظاهر الخدمة العمومية وظائفها
- المطلب الخامس: محددات الخدمة العمومية بإذاعات محلية وعوائق تقديمها في

المرفق الإداري الجزائري

### المبحث الثاني: مبادئ الخدمة العمومية في العمل الإعلامي

- المطلب الأول: نشأة وتطور هيئة الإذاعة البريطانية (BBC)
- المطلب الثاني: تمويل هيئة الإذاعة البريطانية (BBC)
- المطلب الثالث: هيكل إدارة هيئة الإذاعة البريطانية
- المطلب الرابع: المبادئ التي تحكم الخدمة العمومية في هيئة الإذاعة البريطانية (BBC)

خلاصة الفصل

الاطار التطبيقي : الخدمة العمومية في الإذاعة الجزائرية بالمسيلة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد

- تحليل الجداول الإحصائية البسيطة و المركبة
- نتائج الدراسة
- خلاصة النتائج

خلاصة الفصل

الخاتمة

## مقدمة:

يعيش العالم مرحلة انتقالية نتيجة التزاوج بين تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، وهي مرحلة تمخضت عن ميلاد نظام إعلامي جديد لم تبلور ملامحه النهائية بعد، ولقد أدى هذا التطور الهائل في وسائل الاتصال إلى بناء منظومة إعلامية تقوم على التكنولوجيا الرقمية، إذ أصبح تبادل الأخبار ونقل المعلومات عن طريق توظيف الشبكات المعلوماتية حقيقة ملموسة، وهو ما أتاح بروز وسائل اتصال جديدة كلياً مكنت مستخدميها من متابعة أحداث العالم وتطوراته بطريقة تغلب عليها الانية والمشاركة في صناعة الأحداث، كما هو الحال في مواقع التواصل الاجتماعي والشبكات الإلكترونية.

وأمام ثورة الحاسوب والمعلوماتية غير المسبوقة، تطورت أشكال صحفية جديدة تتجاوز ما هو سائد من ممارسات إعلامية مشككة ما بات يعرف بالصحافة الإلكترونية. وقد أحدثت الإنترنت داخل الفضاء الصحفي، كغيره من الفضاءات، الكثير من التغيرات التي تظهر مواقع التواصل الاجتماعي كواحدة من تجلياتها هذه التقنيات الحديثة وفرت الاستفادة للإذاعات في مجالات كثيرة منها: التبادل السريع للمعلومات بينها وبين الجمهور وبعضها مع البعض وأيضاً خلقت هذه التكنولوجيا جواً جديداً من المنافسة بين هذه المؤسسات سواء في الحصول على المعلومة، أو في سرعة نشرها وترويجها، وتدور حركة التطور البشري اليوم بكل أبعادها ومحاورها الاقتصادية، والعلمية، والثقافية، والاجتماعية في إطار تكنولوجيا المعلومات وارتباطها بتطور الاتصالات وعلوم الإدارة العلمية الحديثة، وجعلها تدور في ديناميكية وتغيير متسارعين ووجود تحديات كبيرة لكل المجتمعات ومنها مجتمعاتنا العربية للانتقال بقوة ونجاح إلى معطيات العصر الحالي وتحدياته، وفي خضم هذه التحديات تفرض على كل المجتمعات والدول إعادة تحديث تكنولوجي وإداري شامل لبناء المجتمع ومؤسساته الاقتصادية، والإعلامية، والتعليمية على أسس تصلح لمواجهة تحديات القرن.

وتتسع اليوم دائرة شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها المعرفية والسلوكية في المجتمعات والأفراد، والأمم، حتى أصبحت تمثل القرية الاتصالية الكبيرة التي تجمع مختلف الأجناس والمؤسسات والاتجاهات، وهذا هو سر تأثيرها وانتشارها واستثمارها من الدول والمؤسسات وكذا الأفراد، ومن ذلك وجدت المؤسسات بمختلف أنواعها نفسها بحاجة إلى مواكبة هذا العالم الجديد والسريع والتغير الهائل في عالم الاتصال، والذي لم يزل يشهد تغيرات مذهلة لها أول، ويبدو أنها مستمرة ما استمرت الحياة، ولهذا فوسائل الإعلام التقليدية من تلفزيون وإذاعة وصحف أسرعت بإشغال مساحات خاصة بها على صفحات هذا العالم، عالم شبكات

التواصل الاجتماعي، بصفته منصات يلتقي فيها الجمهور المنوع، ويتبادلون مختلف الأخبار، ويتحرون منها، فضلا عن التفاعل والمتابعة التي تحظى بها تلك الصفحات.

تعد الخدمة العمومية جوهر الممارسة الإعلامية، والمعيار الأساس الذي تبنى عليه وتتحدد مدى مهنية واحترافية الوسيلة الإعلامية، فالخدمة العمومية مرتبطة أساسا بالجمهور؛ من خلال الخدمات المتعددة والمتنوعة التي يقدمها الإعلام بمختلف وسائله، والتي تتجسد من خلال مختلف البرامج والأنشطة والمضامين الإعلامية التي تقدمها هذه الوسائل، خدمة لجمهورها وإرضاءه.


ولذا يأتي بحثنا الموسوم (صفحة إذاعة المسيلة على موقع الفيسبوك ودوره في تحسين الخدمة العمومية) للوقوف على الدور الآخباري لمواقع التواصل الاجتماعي في شبكة الإنترنت وخاصة الفيسبوك، ورصد واستقصاء وتحليل واقع مواقع التواصل الاجتماعي في ضوء الامكانيات الفنية والخدمات التي تقدمها لتحسين الخدمة العمومية بالإذاعة المحلية بالمسيلة.

ومن خلال هذه الدراسة ارتأينا تبني الخطة التالية :

**الإطار المنهجي والتوجيه النظري للدراسة:** تطرقنا فيه إلى كل ما يخص الجانب المنهجي للدراسة بدءا بطرح الاشكالية والتساؤلات، مروراً بأهمية وأهداف كذا اسباب اختيار الدراسة، بالاضافة إلى نوع الدراسة ومنهجها وكذا ادوات جمع البيانات ومجتمع وعينة البحث، انتهاء إلى تحديد المفاهيم وعرض الدراسات السابقة.

**الاطار النظري:** وتناولنا فيه فصلين، الفصل الأول تطرقنا إلى الاطر والمفاهيم النظرية لمواقع التواصل الاجتماعي وقد احتوى على مبحثين؛ مبحث مواقع التواصل الاجتماعي.. المفهوم، النشأة والتطور، ومبحث خاص بالفيسبوك. أما الفصل الثاني فتطرقنا إلى الخدمة العمومية.. أبعاد نظرية، بالاضافة إلى مبادئه في العمل الإعلامي كمبحث ثاني.

**الاطار التطبيقي:** احتوى على عرض وتحليل الجداول كما وكيفا، ثم تطرقنا إلى نتائج الدراسة وخلاصة النتائج وأهم التوصيات المقترحة فالخاتمة.



البناء المنهجي والتوجه النظري  
للدراصة

### 1- الإشكالية:

شهدت وسائل الإعلام والاتصال منذ نشأتها وعبر مراحل تطورها التاريخي تحولات عميقة تجلت مظاهرها في جميع عناصر العملية الإعلامية، فمن الصحيفة الورقية إلى الراديو مروراً بالتلفزيون ووصولاً إلى الإنترنت، اهتم الباحثون بدراسة تأثير الخصوصية التقنية للوسيلة الإعلامية على العملية الإعلامية، لاسيما مع اتجاه وسائل الإعلام التقليدية نحو استخدام تكنولوجيا الحاسب الآلي في كل مراحل المعالجة الإعلامية وتحويلها إلى بث ونشر محتوياتها عبر شبكة الإنترنت، هذه الآخيرة التي تؤدي أجيالها الجديدة أدواراً فاعلة في التأثير على عناصر العملية الإعلامية وحركيتها.

وفقاً لهذا المنطلق، وبفعل توجه وسائل الإعلام إلى إعادة إنتاج محتوياتها عبر تلك الأنواع المخصصة من المواقع الإلكترونية التي طورها الويب 0.2 والتي تتميز بخصائص غير مسبقة، يصبح من المشروع البحث فيما تحققه وسائل الإعلام من أهداف وما تقوم به من وظائف من خلال إنشاء صفحات خاصة بها أو أحياناً ببرامجها على مواقع التواصل الاجتماعي، ولعل ربط الظاهرة بأهمية موضوع جودة وتحسين الخدمة العمومية قد يضيف عليه أهمية أكبر، وهذا يجلبنا إلى التساؤل عما إذا كان انتقال وسائل الإعلام عامة والإذاعية منها على وجه التحديد إلى بث ونشر محتوياتها على صفحات خاصة بها في مواقع التواصل الاجتماعي يتم وفق رؤية استراتيجية توظف الخصائص التقنية الجديدة وغير المسبوقة للوسيط في تعزيز الخدمة العمومية والارتقاء بها وتحسينها أم أن الأمر لا يعدو أن يكون مجرد انتقال أصم.

وما يلاحظ في الفترة الأخيرة في الساحة الإعلامية الوطنية والمحلية توجه الإذاعات المحلية إلى إنشاء صفحات خاصة بها وبرامجها في مواقع التواصل الاجتماعي سعياً، منها للتكيف مع التطورات التكنولوجية التي تفرضها البيئة الإعلامية الجديدة، لاسيما أن الجمهور أصبح متوفراً على هذه المواقع بشكل لافت للانتباه، ونسعى من خلال هذه الدراسة إلى بحث أسس ومبادئ استثمار الخصائص التكنولوجية المتاحة في هذا النوع من المواقع وبخاصة موقع الفيس بوك لتحقيق الأهداف المرجوة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بصفقتها مستحدثات لبث ونشر البرامج الإذاعية في تكريس مبدأ الخدمة العمومية للمواطن، ومن هنا يمكن طرح الإشكالية بالسؤال التالي:

إلى أي مدى يسهم استخدام موقع الفيسبوك في تحسين الخدمة العمومية عبر الإذاعة الجزائرية من المسيلة من وجهة نظر متابعي صفحتها عبر هذا الموقع؟

**2- تساؤلات الدراسة:** يتمثل تساؤل الدراسة الرئيس بالآتي: ما مدى إسهام الفيسبوك في تحسين الخدمة العمومية عبر الإذاعة الجزائرية بالمسيلة من وجهة نظر متابعي صفحتها؟ ومن خلال هذا التساؤل تنبثق مجموعة تساؤلات هي:

- ما مدى حرص مستمعي إذاعة المسيلة على متابعة صفحتها عبر الفيسبوك؟
- ما الآليات التي تعتمد عليها إذاعة المسيلة في صفحتها على فيسبوك لغرض تحسين الخدمة العمومية؟
- ما أشكال الخدمة العمومية للإذاعة المحلية بالمسيلة المقدمة لتغطية انشغالات الجمهور واحتياجاته عبر صفحتها على الفيسبوك؟
- هل هناك تحسين لمفهوم الخدمة العمومية من خلال موقع الفيسبوك من وجهة نظر مستخدمي صفحة الإذاعة المحلية بالولاية مقارنة بما يتم التقاطه عبر الأثير؟

### 3- أهمية البحث:

#### 3-1- الأهمية النظرية: تبرز أهمية الدراسة النظرية في:

- إطلاع ذوي الشأن بوسائل الإعلام لاسيما الإذاعات على التناول الأدبي والنظري من اتجاهات نظرية ودراسات سابقة مفسرة لدور لمواقع التواصل الإجتماعي خصوصاً الفيسبوك وفعاليتها في تحسين الخدمات العمومية بالإذاعة المحلية.
- تقديم خلاصة بحثية للعاملين بالإذاعة المحلية بالمسيلة عن مستوى وعي جمهور الإذاعة بأهمية استثمار صفحة الفيسبوك من قبل الإذاعة لتحسين الخدمة العمومية المقدمة للجمهور.

#### 3-2- الأهمية العملية: تبرز أهمية الدراسة العملية في:

- مساعدة إدارة الإذاعة المحلية بولاية المسيلة في بناء خطة استراتيجية لتعزيز دور موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في تحسين الخدمة العمومية بالإذاعة.

- إمكانية اعتماد نتائج وتوصيات الدراسة في مساعدة معدي البرامج في الإذاعة على تصميم برامجها بما يتلاءم مع جمهورها، وتعزيز الأنشطة الإذاعية عبر الفيسبوك بهدف تحسين الخدمة العمومية فيها.
- اجراء بحوث جديدة من قبل الباحثين في ضوء نتائج الدراسة الحالية وما توصلت إليه من اقتراحات وإمكانية تطبيق دراسات مشابهة على عينات أخرى.

### 4- اهداف البحث:

يهدف البحث التعرف إلى دور فيسبوك في تحسين الخدمة العمومية المقدمة من الإذاعة المحلية بولاية المسيلة، ومن هذا الهدف تتفرع أهداف ثانوية أخرى تكمن في التعرف على:

- دور موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في تحسين الخدمة العمومية بالإذاعة المحلية لولاية المسيلة.
- واقع استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك بالإذاعة المحلية لتحسين خدماتها، وتحديد مكانته.
- آليات الإذاعة المحلية بالمسيلة لصفحتها على الفيسبوك في تحسين الخدمة العمومية لها.
- أشكال الخدمة العمومية للإذاعة المحلية بالمسيلة المقدمة على صفحتها بالفيسبوك لتغطية انشغالات الجمهور واحتياجاته.

### 5- أسباب اختيار الموضوع:

ان لكل دراسة وبحث علمي مجموعة من الدوافع والأسباب تثير فضول الباحث وتجعله يحاول استكشافه ووصفه وتحليله ومن الأسباب نجد:

#### 5-1- الأسباب الذاتية:

- الموضوع يتوافق مع تخصص الباحثة ورغبتها في البحث العلمي.
- الإلمام بالمعلومات العلمية حول الدراسة التي تنطلق من الاهتمام الشخصي بالموضوع.
- الرغبة في إجراء دراسة ميدانية كونها تجربة قياس رأي عام تفيد الباحثة، فضلاً عن استعمال استمارة استبيان أداة من أدوات البحث المنهجي لجمع المعلومات والحقائق الكافية لإظهار كيفية إدراج أو استخدام الفيسبوك في الإذاعة لتقديم خدماتها العمومية.

- توافق الموضوع مع اهتمام الباحثة بصفتها مدونة على شبكات التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية.

### 5-2- الأسباب الموضوعية:

- قابلية الموضوع للدراسة سواء من الناحية النظرية والتطبيقية.
- حداثة الموضوع وجدته، إذ أن موضوع الدراسة يعد من الموضوعات الحديثة والمعاصرة، والذي يرتبط بالتكنولوجيا الحديثة ارتباطاً وثيقاً.
- محاولة التعرف على واقع الخدمة العمومية بالإذاعة من خلال الفيسبوك كونه من المواقع والشبكات التي تشهد تزايداً ملحوظاً في عدد المستخدمين، لاسيما أن عدد مستخدميه بالجزائر يصل إلى أكثر من 5 ملايين مستخدم.
- أهمية موضوع الدراسة لكونه دراسة تقوم على التكامل بين الإعلام الاجتماعي الجديد والتقليدي لوسيلة إعلامية لها تأثير بالغ لدى مستمعيها.

### 6- المدخل النظري للدراسة:

لكل موضوع بحث نظرية معينة ينطلق منها الباحث وتكون كمرجع له، ومن خلال موضوع دراستنا فقد اعتمدنا على النظرية البنائية الوظيفية خلفيةً نظريةً للدراسة باعتبارها النظرية الأقرب والأنسب لموضوع دراستنا، وكذا الاعتماد على مسلماتها الخاصة خلفيةً وقاعدةً نطلق منها في دراستنا.

#### مدخل إلى نظرية البنائية الوظيفية

تعد النظرية الوظيفية أحد المدخل الأساسية لدراسة وسائل الإعلام، ووظائفها المختلفة، وكذا الآثار المترتبة عن استعمالها سواء بالنسبة للفرد أو المجتمع.

#### جذور النظرية الوظيفية:

تعد البنائية الوظيفية من النظريات السوسيولوجية التي شغلت حيزاً كبيراً في أدبيات علماء الاجتماع خاصة في بدايات القرن العشرين، واحتلت مكانة مرموقة بين نظرياته ونشير في هذا السياق إلى أن هذه النظرية لم تأتي نتيجة جهد عالم بعينه، بل تضافرت جهود العديد منهم في مجال علم الاجتماع والأنثروبولوجيا الاجتماعية في إرساء دعائم هذا التيار (حميدة، ماي 2010، ص 1).

بعد تأسيس علم الاجتماع بدا العلم ينقسم إلى أكثر من اتجاه، ويمثل الانقسام الأول كل من كونت ودور كايم، كان بداية علم الاجتماع الأكاديمي، والاتجاه الثاني تمثل في النظرية المادية التاريخية لماركس، ولقد تطور علم الاجتماع الأكاديمي تحت تأثير الاتجاه الوضعي الإمبريقي لكونت والذي شارك فيه هيربرت سبنسر كاتجاه نظري أشاد فيه لمراحل تطويرية رئيسة في تاريخ البشرية واصفا في الوقت نفسه بنية المجتمع، وللنظرية الوظيفية جذورا معرفية تسبق تحول الوظيفية إلى نظرية، ولما تبحث عن الجذور فإننا في الواقع نقوم بمقارنة للوظيفية بصفتها مفهوماً قبل أن نقف عليها نظريةً، وهذه الجذور المعرفية نجد لها لدى علماء الاجتماع الأوائل أمثال: سان سيمون وأوجست كونت وإميل دور كايم ومارسيل موس وحتى كارل ماركس وماكس فيبر، وهي في وضعها هذا لاتعدو أن تكون مجرد مقارنة ولكنها قابلة للارتقاء إلى مستوى النظرية (بوجلال، 2015، ص104).

إن فكرة البناء لمجتمع ما باعتبارها مصدراً لاستقراره لا تعد جديدة باعتبارها فلسفةً اجتماعية، فإن أفلاطون في جمهوريته يطرح القياس بين المجتمع والكائن العضوي، فكلاهما يعني نظاماً من أجزاء مترابطة في توازن ديناميكي، وفي المجتمع المثالي الذي وصفه أفلاطون تقوم كل فئة من المشاركين في هيكل اجتماعي بإنجاز الأنشطة، التي تسهم في تحقيق التناسق العام (مكاوي، السيد، 2006، ص124).

حيث أن فكرة البناء الاجتماعي ظهرت في كتابات "مونتسيكو"، وحينها ظهرت فكرة النسق الاجتماعي على أساس أن مظاهر الحياة الاجتماعية تؤلف فيما بينها وحدة متماسكة منسقة، ثم ظهرت البنائية الوظيفية بصورة واضحة بشكل علمي في كتابات "هيربرت سبنسر" في مجال تشبيه المجتمع بالكائن العضوي، فكان "سبنسر" يؤكد دائماً وجود التساند الوظيفي والاعتماد المتبادل بين نظم المنتج في كل مرحلة من مراحل التطور الاجتماعي، وبلغت "الفكرة الوظيفية" ذروتها في تفكير "إميل دوركايم"؛ خاصة في مواجهة موضوع الحقائق الاجتماعية التي تمتاز بعموميتها وقدرتها على الانتقال من جيل إلى آخر، وقدرتها على فرض نفسها في المجتمع (قده، 2010-2011، ص17).

### مفهوم البنائية الوظيفية:

تستمد هذه النظرية أصولها الفكرية العامة من آراء مجموعة كبيرة من علماء الاجتماع التقليديين والمعاصرين الذين ظهوروا على وجه الخصوص في المجتمعات الغربية الرأسمالية، إذ اهتمت بدراسة كيفية حفاظ المجتمعات على الاستقرار الداخلي والبقاء عبر الزمن، وتفسير التماسك الاجتماعي والاستقرار (عبدالرحمن، 2005،

ص 146-147)، بمعنى أن أي وحدة اجتماعية تشبه في تركيبها الوظيفي والبنائي الكائن الحي، من حيث وجود مجموعة من الأجزاء التي تشكل وحدة تركيبها، وتتصف هذه الأجزاء بالتمايز فيما بينها من ناحية، وبالتكامل بينها من ناحية أخرى لتؤدي دورها ووظيفتها باعتبارها وحدة اجتماعية تقوم بدور وظيفي معين في المجتمع (الثبتي، 2002، ص 99-100).

وأما عن مفهوم البنائية الوظيفية فهي مركبة من جزأين:

- البناء: وهو مصطلح يشير إلى الطريقة التي تنظم بها الأنشطة المتكررة في المجتمع.
- وظيفة: ويشير إلى مساهمة شكل معين من الأنشطة المتكررة في الحفاظ على استقرار وتوازن المجتمع (مكاوي، السيد، 2006، ص 124-125)

ويقصد بمفهوم البناء الوظيفي أو البناء الاجتماعي بمجموعة العلاقات الاجتماعية المتباينة التي تتكامل وتتسق من خلال الأدوار الاجتماعية، فثمة مجموعة من الأجزاء مرتبة متسقة تدخل في تشكيل الكل الاجتماعي وتحدد بالأشخاص والزممر والجماعات وما يتيح عنها من علاقات وفقاً لأدوارها الاجتماعية التي يرسمها لها الكل وهو البناء الاجتماعي (بوجلال، 2015، ص 102).

فالبنوية الوظيفية هي رؤية سوسولوجية ترمي إلى تحليل ودراسة بني المجتمع من ناحية، والوظائف التي تقوم بها هذه البنى من جهة أخرى؛ هذا يعني أن البنى لم توجد بطريقة عشوائية لأن لها وظائف سوف تقوم بتحقيقها، وبهذا المعنى فإن البنى الاجتماعية حتمية لا مفر منها وهي وجود وظائف لها، هكذا فلكل بنية اجتماعية وظيفة تؤديها بما أن كل شيء محكم فسوف تسير الأمور على مايرام.

أشكال البنوية الوظيفية : يمكن الوقوف على ثلاثة أشكال:

أ - الوظيفة الفردية: يقع التركيز في هذا الشكل على حاجات الفاعلية الاجتماعية والبنى الاجتماعية، التي تظهر لتلبية هذه الاحتياجات.

ب - الوظيفة العلاقاتية: في هذا الشكل يقع التركيز في هذا الشكل على آليات العلاقات الاجتماعية، التي تساعد في التغلب على التوترات التي قد تمر بها العلاقات الاجتماعية.

ج - الوظيفة الاجتماعية: هنا يقع التركيز على البنى والمؤسسات الاجتماعية الكبرى وعلى علاقاتها ببعضها بعضاً، وتأثيراتها الموجهة لسلوكيات الأفراد والمجموعات كالوظيفة التي تقوم بها مؤسسات (الجامعة أو المستشفى

أو الإذاعة أو التلفزيون أو الصحافة... الخ)، إذ أن المسألة تتعلق بالمجتمع لا بالأفراد (قده، 2010-2011، ص18-19)

### مسلمات النظرية:

- وفي ضوء هذا يمكن فهم المسلمات الأساسية للبنائية الوظيفية المتمثلة باختصارا في:
  - النظر إلى المجتمع على أنه نظام يتكون من عناصر مترابطة، وتنظيم لنشاط هذه العناصر بشكل متكامل.
  - يتجه هذا المجتمع في حركته نحو التوازن، ومجموع عناصره تضمن استمرار ذلك، بحيث لو حدث أي خلل في هذا التوازن، فإن القوى الاجتماعية سوف تنشط لاستعادة هذا التوازن.
  - كل عناصر النظام والأنشطة المتكررة فيه تقوم بدورها في المحافظة على استقرار النظام.
  - الأنشطة المتكررة في المجتمع تعد ضرورة لاستمرار وجوده، وهذا الاستمرار مرهون بالوظائف التي يحددها المجتمع للأنشطة المتكررة تلبية لحاجاته.
- وتطبيق هذه المسلمات على وسائل الإعلام يفترض أن وسائل الإعلام هي عبارة عن الأنشطة المتكررة التي تعمل من خلال وظائفها على تلبية حاجات المجتمع (العبدالله، 2006، ص175).

### 7- تحديد المفاهيم:

يعد تحديد المفاهيم ذو أهمية منهجية في أي بحث علمي، ذلك ان هذا التحديد يساعد على توضيح المعاني التي يتناولها في دراسته، بهدف إزالة الغموض حول المعنى المتبني في الدراسة، لان غموض المصطلحات يفقد الموضوع قيمته العلمية، وفيما يلي أهم المفاهيم التي تخص دراستنا:

#### 7-1- الإذاعة:

يعرف فضيل دليو الإذاعة بأنها "ما يث عن طريق الأثير باستخدام موجات كهرومغناطيسية، بإمكانها اجتياز الحواجز الجغرافية والسياسية، وريط مستمعيها برباط مباشر وسريع" (دليو، 1998، ص135).

أما بخصوص الإذاعة المحلية فهي جهاز اعلامي يخدم المجتمع محلياً، بمعنى ذلك أنها تبث برامجها مخاطبة "مجتمعاً خاصاً" محدود العدد، يعيش فوق أرض محدود المساحة (شكري، 1987، ص13).

يقصد بالإذاعة المحلية من الناحية الإجرائية بأنها وسيلة اتصال جماهيرية، تخاطب جمهوراً محلياً معيناً، في منطقة جغرافية معينة، عن طريق برامج متنوعة، وبذلك تهتم بكل ما هو محلي، ويجدد مجال دراستنا هذه بإذاعة

المسيلة الجهوية ومدى استخدامها لموقع التواصل الاجتماعي فيسبوك لتحسين الخدمة العمومية في مجال الإعلام الإذاعي.

### 7-2- الفيسبوك:

يعرف الفيسبوك بأنه موقع للتواصل الاجتماعي يمكن للدخول إليه مجاناً وتديره شركة الفيسبوك، ويمكن للمستخدمين الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها الجهة التي تشترك فيها مثل جهة العمل، وذلك من أجل التواصل معهم والاتصال بهم والتفاعل، وكذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء جدد وإرسال الرسائل لهم وتحديث ملفاتهم وتعريف أصدقائهم بهم (محمد، أبو شيخة، 2015، ص 275).

وترى الدكتورة شعيب أن الفيسبوك هو "مدونة عملاقة يشارك فيها الجميع كمهرجان ملون مضيء للحياة الفكرية والأدبية، ويجب ألا يكون الكاتب أو المثقف منعزلاً أو وحيداً أو مغترباً في ذاته أو في محيطه أو في مجتمعه، بل يجب أن يخلق في فضاء التواصل محاطاً بالهبة حتى يبدع أكثر، وحتى يزيد التفاؤل لديه وبذلك ينعكس هذا على إبداعه وحياته عامة" (العريشي، الدوسري، ص 39).

يقصد به في دراستنا إجرائياً دفتر يحمل صوراً ومعلومات وبرامج تخصص الإذاعة المحلية بولاية المسيلة واخذ آراء الناس من خلال تعليقاتهم، وتجميعها في موضوع يتم نشره، وهذا بإعتباره موقع من المواقع التفاعلية التي تتيح التواصل لمستخدميها من خلال واقع افتراضي يماثل الواقع الطبيعي تجمعهم اهتمامات ونشاطات مشتركة بالرغم من اختلاف وعيهم وتفكيرهم وثقافتهم، يتبادل من خلالها المشتركون التجارب والمعارف والمعلومات والصور ومقاطع الفيديو، والرسائل الخاصة والمحادثة الفورية، وغيرها من الخدمات الإعلامية في إطار تحسين وتكريس مفهوم الخدمة العمومية.

### 7-3- الدور:

يعرف الدور اصطلاحاً بأنه سلوك الأفراد المتوقع اتجاه موقف معين بحيث ينسجم مع الثقافة السائدة في المجتمع (الطاهات، والطاهات، 2017، ص 444).

كما يعرف الدور بأنه مجموعة من النماذج الاجتماعية المرتبطة بمكانة معينة، وتحتوي على مواقف وقيم و سلوكات محددة من طرف المجتمع لكل فرد يشغل هذه المكانة (عاشور، 2013-2014، ص 24).

ويقصد بالدور إجرائياً في هذه الدراسة بأنه الوظيفة التي يؤديها استخدام الفيسبوك للمجتمع والجمهور الإذاعة المحلية بولاية المسيلة، وتتحدد هذه الوظيفة أو الدور من خلال مستوى تفاعل الجمهور مع ما تنشره وتبثه الإذاعة عبر صفحتها على الفيسبوك من معلومات ومواد إعلامية مقروءة كانت أو مسموعة أو مرئية والتي تنشرها بغية تحسين أداء الخدمة العمومية للإذاعة المحلية بالولاية.

### 4-7- التحسين:

التحسين من الناحية الاصطلاحية هو "عملية شاملة تتضمن جميع الأنشطة في المنظمة سواء المدخلات أو المخرجات أو العمليات وحتى انتقال المخرجات أو المنتجات إلى العميل" (إدريس، أحمد، الآختر، 2012، ص47).

ويقصد بالتحسين إجرائياً في هذه الدراسة بأنه عملية تطوير وتنمية الموارد المتاحة في الإذاعة المحلية في المسيلة، سواء كانت تلك الموارد المادية أو المالية أو البشرية وتعزيز خدماتها البرمجية والاتصالية بغية تحقيق أهدافها وكسب رضا الجمهور.

### 5-7- الخدمة العمومية:

تعرف الخدمة العمومية بأنها "الحاجات الضرورية لحفظ حياة الانسان وتأمين رفاهيته والتي يجب توفيرها بالنسبة لغالبية الشعب والالتزام في منهج توفيرها على أن تكون الغالبية من المجتمع هي المحرك الاساسي لكل سياسة في شؤون الخدمات بهدف رفع مستوى المعيشة للمواطنين" (بوعمامة، ورقاد، ديسمبر 2014، ص40)، ويوحي مصطلح الخدمة العامة أو الخدمة المدنية بتلك الرابطة التي تجمع بين الادارة العامة الحكومية، والمواطنين على مستوى تلبية الرغبات، واشباع الحاجات المختلفة للأفراد من طرف الجهات الادرية والمنظمات العامة (ثابت، 2001، ص455).

وفي سياق التعريفات أعلاه يشار إجرائياً للخدمة العمومية في الإذاعة بأنها العمليات التي تقوم بها الإذاعة المحلية لتوفير مختلف الخدمات والبرامج والمضامين الإعلامية وتقديمها للمواطنين في أشكال وقوالب مختلفة ومتنوعة، على أساس العلاقة التي تربطهم بها دون أن تكون لها أهداف الربح.

### 8- منهج البحث:

يستند البحث العلمي إلى منهج ثابت ومحدد، تنظمه خطوات تؤسس قواعده، وأصول يتقيد بها الباحث (ربيع، الصالحي، الحوامدة، 2014، ص31)، إذ أن كل مشكلة بحثية بحاجة إلى منهج مناسب ليساعد على تقصي حقائقها، والمنهج كما يعرفه عبد الرحمان بدوي هو "الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة" (بدوي، 1977، ص5)

ونظرا لطبيعة الموضوع الذي نتناوله بالدراسة فإنها تندرج ضمن الدراسات الوصفية التي تقوم على وصف الظاهرة وتحليلها، وعليه فإن المنهج المناسب لها هو المنهج الوصفي يتضمن التحليل لأنه أكثر ملائمة لدراسة مثل هذه المواضيع.

فالمنهج الوصفي يعرف بأنه "الطريقة أو مجموعة الطرق التي يتمكن الباحثون من خلالها، وصف الظواهر العلمية والظروف المحيطة بها في بيئتها والمجال العلمي الذي تنتمي اليه، وتصور العلاقة بينها وبين الظواهر الأخرى المؤثرة والمتأثرة فيها، كما تصور شكل العلاقة بين متغيراتها، باستخدام اساليب وأدوات البحث العلمي، التي تلائم الاهداف التي يسعى الباحثون إلى تحقيقها من وراء استخدام هذا المنهج" (الطائي، وابوبكر، 2002، ص95).

### 9- أدوات جمع البيانات:

ان الوصول إلى نتائج دقيقة وموضوعية في أي بحث علمي، يتطلب اختيار الأدوات المناسبة التي يقوم الباحث بواسطتها بجمع البيانات والمعلومات اللازمة والمتعلقة بموضوع بحثه.

وادوات جمع البيانات هي جملة الوسائل التي تمكن الباحث من الحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات التي تخدم بحثه، وهي الوسيلة التي يستعين بها لجمع البيانات اللازمة والمتعلقة بموضوع الدراسة. وقد اعتمدنا في دراستنا هذه بشكل اساسي على الاستبيان أداة لجمع البيانات والمعلومات اللازمة حول "استخدام إذاعة المسيلة لموقع الفيسبوك ودوره في تحسين الخدمة العمومية".

ويعرف الاستبيان بأنه: " تلك القائمة من الاسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في اطار الخطة الموضوعية، لتقدم إلى المبحوث من اجل الحصول على اجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة، لتوضيح الظاهرة المدروسة، وتعريفها من جوانبها المختلفة" (بن مرسل، 2010، ص 220).

كما يعرف الاستبيان بأنه " مجموعة من الاسئلة حول موضوع معين، يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو يجري تسليمها باليد تمهيدا للحصول على اجوبة الاسئلة الواردة فيها، وبواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع أو التأكد من معلومات متعارف عليها لكنها غير مدعمة بحقائق" (بوحوش، و الذنبيات، 2007، ص 67).

وتعد استمارة الاستبيان من أهم الادوات التي تستخدم في مجال البحوث الاجتماعية والإنسانية الميدانية، لذا فقد اعتمدنا عليها في دراستنا هذه لأنها تمكننا من جمع المعلومات والبيانات اللازمة حول الموضوع الدراسة، وقد حاولنا ان نجعل الاسئلة الخاصة بالاستمارة ان تكون ملمة وواضحة وشاملة للموضوع من خلال مجموعة من الاجراءات والخطوات المنهجية التي تخضع لها عملية اعداد استمارة الاستبيان، وقبل التطبيق النهائي لها تم عرضها:

اولا: على (03) أساتذة من جامعة المسيلة قسم علوم الإعلام والاتصال كمحكمين أساسين للاستمارة (ملحق رقم 01)، حيث قدموا لنا ملاحظات قيمة وانطلاقا من ملاحظاتهم والتعديلات تم عرضها على الاستاذ المشرف ثم تم توزيعها في شكلها النهائي إلكترونيا على المتفاعلين بصفحة إذاعة المسيلة الجهوية عبر موقع فيسبوك ابتداء من: 2019/04/18 إلى غاية 2019/04/20، وقد شمل نموذج الاستمارة (38) **سؤالاً** من أسئلة مغلقة وأخرى مفتوحة، مقسمة وفق أربعة محاور كل محور يعبر عن تساؤل بالإضافة إلى بيانات الشخصية، وقد تضمنت الاستمارة ما يلي:

**المحور الأول:** ويضم (06) أسئلة بهدف التعرف إلى عادات وأنماط استخدام موقع فيسبوك للإذاعة المحلية بالمسيلة.

## البناء المنهجي والتوجه النظري للدراسة

**المحور الثاني:** ويضم (10) أسئلة الهدف منها التعرف إلى الآليات التي تعتمد عليها اذاعة المسيلة في صفحتها على فيسبوك لغرض تحسين الخدمة العمومية.

**المحور الثالث:** ويضم (10) أسئلة بهدف معرفة أشكال الخدمة العمومية للإذاعة المحلية بالمسيلة المقدمة لتغطية انشغالات الجمهور وحتياجاته عبر صفحتها على الفيسبوك.

**المحور الرابع:** ويضم (09) أسئلة الهدف منها معرفة دور الفيسبوك في تحسين الخدمة العمومية للإذاعة المحلية بالولاية حسب مستخدميه، وقد تم الاعتماد في المحاور الثالث الأخيرة على:

ثانياً: مقياس ليكرت الذي يعرف بأنه "مقياس نوعي خماسي يقيس درجة السلوك بالدرجة الأولى وآراء أفراد العينة باتجاه ظاهرة معينة" (الصوفي، 2011، ص16).

لقد تم اختيار مقياس ليكرت (likert) الخماسي الذي يعد من أكثر المقاييس استخداماً لقياس الآراء لتوازن درجاته، كما يعد أكثر المقاييس الاتجاه التي تعمل على تحديد ما يعتقد أو يدركه الفرد، ولقد تم توزيع الأوزان على البدائل الخمس الآتية:

### جدول رقم (01): درجات مقياس ليكرت (likert) الخماسي

لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
1	2	3	4	5

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على الدراسات السابقة

ثالثاً: كما تم الاعتماد على مقياس الوسط الحسابي بمجالاته الثلاثة الموضحة في الجدول التالي، وذلك لتفسير مستوى قبول أفراد عينة البحث على كل عبارة من عبارات الأداة المتعلقة بالمحاور الأخيرة وقد تقرر إن تكون مستويات المتوسطات الحسابية للإجابات المبحوثين ثلاثية التقييم أي، (2.33 - فما دون) يكون ضمن المستوى المنخفض، و(2.34-3.67) ضمن المستوى المتوسط، (3.68 - 5) ضمن المستوى المرتفع، وفقاً للمعادلة التالية:

القيمة العليا - القيمة الدنيا لبدائل الإجابة مقسومة على عدد المستويات، أي :

## البناء المنهجي والتوجه النظري للدراسة

$1.33 = \frac{4}{3} = \frac{(1-5)}{3}$  وهذه القيمة تساوي طول الفئة.

وبذلك يكون المستوى المنخفض من  $1.33 + 1 = 2.33$ ، ويكون المستوى المتوسط من  $1.33 + 2.34 = 3.67$ ، ويكون المستوى المرتفع من  $3.68 - 5$ ، وذلك كما يلي:

الجدول رقم (02): تقسيم متوسطات اجابات أفراد عينة الدراسة

مستوى القبول	المتوسط الحسابي
منخفض	من 1.33 إلى أقل من 2.33
متوسط	من 2.34 إلى أقل من 3.67
مرتفع	من 3.68 إلى 5.00

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على المعادلة أعلاه

رابعاً: ثبات الاداة:

تم حساب معامل ألفا كرونباخ لقياس مدى ثبات أداة القياس من ناحية العبارات الموضوعية لكل من متغيرات الدراسة، وتعد القيمة المقبولة لهذا المعامل من 0.60 فأكثر وكانت نتائج اختبار ألفا كرونباخ كما هو مبين في

الجدول الموالي: **الجدول رقم (03): اختبار كرونباخ ألفا Cronbach Alpha**

معامل الثبات "ألفا كرونباخ"	عدد العبارات	محاور الدراسة
0.933	10	المحور الثاني آليات التي تعتمد عليها إذاعة المسيلة في صفحتها على فيسبوك لغرض تحسين الخدمة العمومية
0.923	10	المحور الثالث أشكال الخدمة العمومية للإذاعة المحلية بالمسيلة المقدمة لتغطية انشغالات الجمهور واحتياجاته عبر صفحتها عبر الفيسبوك
0.915	9	المحور الرابع دور فيسبوك في تحسين الخدمة العمومية للإذاعة المحلية بالولاية حسب مستخدميه
0.963	29	المعامل الكلي

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

## البناء المنهجي والتوجه النظري للدراسة

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن معاملات الثبات لمحاو الدراسة تراوحت بين 0.91 – 0.93 وهي قيم عالية تمثل قوة ثبات فقرات كل محور، وقد حصلت الأداة ككل على معامل ثبات بلغ 0.96، وهي قيمة تجاوزت الـ 0.60 والتي تعد مقبولة في الدراسات الإنسانية والاجتماعية، وبهذا يتبين أن 96% من تباين درجات الاختبار هو تباين حقيقي، بمعنى لا يمكن الاستغناء عن أي فقرة من فقرات المحاور أعلاه. أما عن قوة ارتباط المحاور مع بعضها فيبينها اختبار معامل بيرسون Pearson كما في الجدول الآتي:

جدول رقم(04): بيان قوة ارتباط محاور الدراسة مع بعضها

قيمة الارتباط ودلالته	معاملات ارتباط المحاور		
0.894**	معامل ارتباط بيرسون Pearson	آليات التي تعتمد عليها إذاعة المسيلة في	المحور الثاني
0.000	الدلالة الإحصائية	صفحتها على فيسبوك لغرض تحسين	
47	العينة الاستطلاعية	الخدمة العمومية	
0.866**	معامل ارتباط بيرسون Pearson	أشكال الخدمة العمومية للإذاعة المحلية	المحور الثالث
0.000	الدلالة الإحصائية	بالمسيلة المقدمة لتغطية انشغالات الجمهور	
47	العينة الاستطلاعية	واحتياجاته عبر صفحتها على الفيسبوك	
0.897**	معامل ارتباط بيرسون Pearson	دور فيسبوك في تحسين الخدمة العمومية	المحور الرابع
0.000	الدلالة الإحصائية	للإذاعة المحلية بالولاية حسب مستخدميه	
47	العينة الاستطلاعية		

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من جدول معاملات الارتباط أعلاه بحسب اختبار معامل بيرسون Pearson أن معاملات الارتباط أعلاه معاملات ثبات داخلي دالة إحصائية. ووجود علامة \*\* يعني أن فقرات المحور الثاني متناسقة فعلا مع فقرات المحور الذي يليه، وهكذا، ومستوى الدلالة 0.01 كما أن معامل الارتباط لكل محور جاء عالياً، وكانت قيمة الدلالة الإحصائية لكل محور أقل من 0.01، مما يعني أنها دالة إحصائياً عن قيمة الدلالة 0.01، وبالتالي فقد تم التأكد من صدق وثبات محاور وفقرات الاستبانة.

10- التعريف بمجتمع البحث والعينة:

10-1- مجتمع البحث:

إن مجتمع البحث هو "جمع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث وبالتالي فإن مفردات البحث هي ذلك الجزء الأساسي والمكون للبحث، أي لإجراء جمع البحث وقد تكون أفراداً أو أشياء" (القنديلجي، 1993، ص92).

حسب موضوع دراستنا فإن مجتمع البحث يتمثل في مواطني مدينة المسيلة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي ويمتلكون صفحة فيسبوك للإطلاع ومتابعة صفحة إذاعة المسيلة الجهوية، بمعنى كل من يتابع صفحة الإذاعة المسيلة الجهوية عبر الفيسبوك.

10-2- عينة البحث:

**العينة:** هي جزء من المجتمع الذي تجرى عليه الدراسة، ويتم اختيارها وفق قواعد خاصة لكي تمثل المجتمع تمثيلاً صحيحاً، فالعينة هي بعض مفردات المجتمع تؤخذ منه وتطبق عليها الدراسة للحصول على معلومات صادقة بهدف الوصول إلى تقديرات تمثل المجتمع الذي سحبت منه، وهي تمثل الأجزاء التي تستخدم في الحكم على الكل" (عبد المؤمن، 2008، ص184).

كما تعرف بأنها " تلك العينة التي يستخدم فيها الباحث الحكم الشخصي على أساس أنها هي الأفضل لتحقيق أهداف الدراسة" (عيشور، 2017، ص240).

وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على عينة غير الاحتمالية (غير العشوائية) ذات صنف **العينة القصدية (العمدية)** وهي اختيار مجموعة من مواطني مدينة المسيلة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي ويمتلكون صفحة فيسبوك للإطلاع ومتابعة صفحة إذاعة المسيلة الجهوية، بصفتهم عينة من المتفاعلين بالصفحة، ومن خلال متابعتي لعدد المتفاعلين تبين لي أن عددهم الفعلي لا يتجاوز 300 متابع متفاعل خلال خمسة شهور، وعلى هذا الأساس تم اختيار (80) متفاعلاً، أي اننا قصدنا وتعمدنا التوجه مباشرة نحو الفئة المعينة التي يتحقق من خلالها هدف الدراسة، وبالتالي لا نجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة، علماً أن العدد الفعلي لمتابعي الصفحة بشكل عام هو (6777) متابعاً، كما هو موضح في الملحق رقم (02).

11- الدراسات السابقة:

\*الدراسة الأولى: تحت عنوان "الإذاعة الجزائرية بين الخدمة العمومية والتوجه التجاري دراسة الحالة: القناة الأولى"، رسالة ماجستير للطالب "رشيد فريخ"، في علوم الإعلام والاتصال، تخصص تسيير المؤسسات الإعلامية، بجامعة الجزائر "بن يوسف بن خدة"، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال"، سنة 2009/2008.

تمحورت الإشكالية العامة إلى طرح التساؤل الرئيس التالي وهو: هل تحرص القناة الأولى بالإذاعة الجزائرية على إخضاع نشاطها التجاري لضوابط أخلاقية ومهنية، بين الخدمة العمومية والتوجه التجاري؟ وما هو مستقبل الخدمة العمومية بالقناة الأولى للإذاعة الجزائرية في ظل المنافسة القوية للبث التجاري؟

وهدفت هذه الدراسة إلى معالجة إشكالية أداء الخدمة العمومية في وسائل الإعلام التابعة للقطاع العام، ومدى التزام هذه المؤسسات بوظيفتها، وكذلك مدى احترامها لدفتر الشروط من جهة، ومن جهة أخرى تسعى الدراسة إلى معرفة التحولات التي أفرزتها العولمة على وسائل الإعلام وظهور النشاط التجاري خاصة مع الانتشار الواسع للإشهار والتمويل الإشهاري، كما هدفت الدراسة إلى معرفة تأثير الإشهار على الإذاعة الوطنية؛ فيما إذا كان له دور سلبي على الأداء الإعلامي، أم يؤثر إيجابياً من خلال تمويل برامج ضخمة وزيادة المداخيل لتغطية التكاليف المتنامية باستمرار.

وقد استخدمت هذه الدراسة منهجين الأول هو: منهج دراسة حالة هذا حسب طبيعة المشكلة المطروحة حول واقع الإذاعة الجزائرية بين الخدمة العمومية والتوجه التجاري. أما المنهج الثاني فهو: المنهج المسحي بأداة تحليل المضمون لمعالجة مادة عينة البحث، قصد جمع المعلومات والبيانات وتقويمها وتصنيفها، وفي إطار هذا المنهج طبقت الدراسة "المقابلة غير المقننة" كأداة من أدوات جمع البيانات، مع بعض المسؤولين والفاعلين في تسيير الإذاعة؛ وذلك لمعرفة بعض الجزئيات المتعلقة بالموضوع. أما عن مجتمع البحث فقد اختارت الدراسة انتقاء القناة الأولى من بين محطات الإذاعة الجزائرية باعتبارها وحدة ممثلة لمجتمع البحث الكلي والتي تعد واجهة الإذاعة الجزائرية. وقد طبقت هذه الدراسة على عينة تمثلت في: جميع البرامج المنبثقة ضمن القناة الأولى في الفترة الممتدة من 01 جانفي 2007 إلى غاية 31 ديسمبر 2007، أي خلال سنة كاملة من البث، من خلال إحصاء كل البرامج بما فيها الومضات والفواصل الإشهارية.

واعتمدت الدراسة على أربعة فصول رئيسة؛ الفصل الأول تطرق فيه إلى الإذاعة، الأنظمة، الأنواع والوظائف، حيث تضمن عدة نقاط تمثلت في أهم التصورات الغربية لوظائف وسائل الإعلام بالإضافة إلى خصائص الإذاعة باعتبارها وسيلة إعلامية وأنواعها، وأهم الأنظمة الإذاعية في دول العالم، كما شمل هذا الفصل مختلف وظائف الإذاعة.

أما الفصل الثاني فقد خصص للحديث عن الإذاعة بصفتها مرفقاً عمومياً في الجزائر، وقد تم في الجزء الأول من هذا الفصل الحديث عن مفهوم المرفق العمومي، والعناصر الواجب توافرها لوجوده، وأهم المبادئ الأساسية التي تحكم سير المرافق العمومية، لنتقل في الجزء الثاني من هذا الفصل لإعطاء لمحة تاريخية عن الإذاعة الجزائرية ودورها التاريخي، وعن الإذاعة في الجزائر كونها مرفقاً عمومياً، وتوضيح طابعها القانوني، والهيكلة والتنظيم الذي تعمل وفقه.

أما الفصل الثالث فقد خصص للحديث عن الخدمة العمومية بالقناة الأولى للإذاعة الجزائرية، انطلاقاً من ضبط مفهوم الخدمة العمومية وذكر أهم القوانين الإذاعية في الجزائر والتي تنص على ضرورة أداء الخدمة العمومية، إلى تحليل مختلف البرامج التي بثت خلال فترة الدراسة ضمن الشبكة البرمجية للقناة الأولى ومدى التزامها بما جاء في دفتر الشروط وتجسيدها لمبدأ الخدمة العمومية.

أما الفصل الرابع فتعرض فيه للنشاط التجاري بالقناة الأولى، والذي تضمن تعريف الإشهار ووظائفه وأهدافه، وخصوصيات الإشهار الإذاعي، ومصادر تمويل المؤسسات الإذاعية طبقاً لموقفها من الإعلان، وكذا الحديث عن الإعلان في الأنظمة الاقتصادية المختلفة، لنتقل إلى النشاط الإشهاري في الجزائر وذكر أهم الأطر القانونية لسوق الإشهار، ومصادر تمويل الإذاعة الجزائرية وتطورها في السنوات الأخيرة، وتضمن الجزء الأخير من هذا الفصل الوكالة الإشهارية بالإذاعة الجزائرية من النشأة إلى التنظيم، إلى الجانب القانوني، والمهام، وكذا مختلف الخدمات الإشهارية التي تقدمها الإذاعة. لتختتم هذا الفصل بأرقام وحقائق للبحث الإشهاري بالقناة الأولى.

**وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:**

- النشاط التجاري قد مكن الإذاعة الجزائرية من تحسين مواردها المالية التي تغطي حاجيات في الانتشار واثراء برامجها بما يعزز دورها في مجال الخدمة العمومية.

- تحرص القناة الأولى بالإذاعة الجزائرية على إخضاع نشاطها التجاري لضوابط أخلاقية ومهنية تفصل بين الوظيفة التجارية والخدمة العمومية.

### أوجه الاستفادة من هذه الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات القريبة من موضوع بحثنا بحيث تتضمن هذه الدراسة نفس متغير التابع لدراستنا وهو الخدمة العمومية، أما المتغير المستقل فالاختلاف ليس بالكبير حيث تضمنت دراسة الطالب رشيد فريح متغير الإذاعة الجزائرية في حين أن المتغير المستقل لدراستنا هو مواقع التواصل الاجتماعي، تتفق هذه الدراسة مع دراستنا في أن كلاهما تم اختيار خدمات الإذاعة كونها مرفقاً عمومياً، والاختلاف يكمن في بنائهما المنهجي بحيث ان هذه الدراسة اعتمدت على منهجين؛ منهج دراسة الحالة والمنهج المسحي بأداة تحليل المضمون في حين أن دراستنا استخدمت منهجاً واحداً هو المنهج الوصفي التحليلي بأداة الاستبيان، إضافة إلى عدم وضوح المدخل النظري في الدراسة السابقة في حين أن دراستنا تم الاعتماد فيها على البنائية الوظيفية مدخلاً نظرياً، في حين عينة الدراسة طبقت على جميع البرامج المنبثقة ضمن القناة، أما دراستنا فالعينة المعتمدة هي عينة قصدية على مجموعة من مواطني المدينة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي ويمتلكون صفحة فيسبوك للإطلاع على برامج إذاعة المسيلة الجهوية ويتفاعلون فيها. كما ساعدتنا هذه الدراسة في الاستفادة من قائمة المراجع التي يمكن أن نثري بها جانبنا النظري.

الدراسة الثانية: تحت عنوان "مواقع التواصل الاجتماعي ونشر الوعي البيئي" دراسة مسحية لعينة من مستخدمي موقع فيسبوك في الجزائر رسالة ماجستير للطلبة "بن قسمي حنان"، في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال بيئي، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2014-2015.

**تمحورت الاشكالية في السؤال الآتي: هل تسهم مواقع التواصل الاجتماعي وبالتحديد "فيسبوك" في نشر الوعي البيئي عند الفرد الجزائري؟** إذ قامت أهداف الدراسة على أهداف عملية ونظرية: وهذه الآخيرة تندرج ضمن المجالات المعرفية الجديدة التي تهتم بدراسة تأثيرات استخدامات التكنولوجيات الحديثة والاتصال على النسق الاجتماعي، وكذا دور تقانة المعلومات في التأثير الاجتماعي والتنظيمي ويعرف مجال الدراسة هذا بالمعلوماتية الاجتماعية وذلك بمحاولة الربط بين متغيرين أساسين يشكل كل واحد منهما حقلاً معرفياً واسعاً، أي محاولة الربط بين حقل علوم الإعلام والاتصال والذي يضم في كنفه الدراسات المتعلقة باستخدامات

وسائل الإعلام سواء التقليدية منها أم الجديدة وحقل علوم الاجتماع والمهتم بتأثيرات استخدام هذه الوسائل على الحياة الاجتماعية للأفراد ومدى قدرتها على تغيير أنماط تفكير الأفراد، ومن ثم تغيير أنماط المعيشة التي تتغير فيها حتميا سلوكيات الأفراد، وحقل علوم البيئة والتي تهتم بدراسة المحيط الذي يعيش فيه الفرد، والدور الذي يلعبه الفرد في محيطه باعتباره عنصراً مكوناً لها ومدى اهتمام الفرد بمحيطه والتفاعل الإيجابي معه. أما الاهداف العملية وتتمثل في معرفة أهمية الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي للمجتمع، ومن ثم معرفة مدى قدرة هذه المواقع على نشر الوعي البيئي بين أفراد المجتمع من خلال الرسائل البيئية المقدمة وقد تسهم نتائج البحث المتوصل إليها لو بجزء بسيط في حل المشاكل البيئية التي تعرفها الجزائر من خلال معرفة مدى استعداد أفراد المجتمع لتبني الرسائل البيئية من خلال تحليل الإجابات التي يقدمها المبحوثين عبر استمارات البحث المقدمة، مما قد يساعد على إمكانية وضع استراتيجيات اتصالية توعوية تكون فيها مواقع التواصل الاجتماعي أحد الوسائل المساعدة.

وقد استخدمت هذه الدراسة المنهج المسحي الاجتماعي، وفي إطار هذا المنهج طبقت الدراسة أداة "الاستبيان" للوصول إلى أكبر عدد ممكن من مجتمع البحث ومن كل مناطق الوطن، بالإضافة إلى "الملاحظة بغير المشاركة" أداة من أدوات جمع البيانات ذلك من أجل توصيف المعلومات والنتائج المتحصل عليها بعد استرجاع الاستمارات وكذا تفسيرها، وقد طبقت هذه الدراسة على عينة تمثيلية بحيث يختار الباحث جزءاً من مجتمع البحث وفقاً لطرق مختلفة تتوافق مع أهداف دراسته، ويقوم بدراستها ومن ثم تعميم نتائجها على مجتمع الحث ككل، فتمثلت في: مستخدمي موقع فيسبوك الجزائريين قدرت ب 302 مفردة (مستخدمين جزائريين)، بحيث وزعت عليها استمارة الدراسة عبر فيسبوك، وذلك لمدة شهر من نهاية بداية شهر أوت 2014 إلى منتصف شهر نوفمبر 2014.

واعتمدت الدراسة على خمسة فصول رئيسة؛ الفصل الأول: وهو فصل نظري يتضمن التعريف بمواقع التواصل الاجتماعي نشأتها، تصنيفاتها، خصائصها، وأهم مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً في العالم بالتركيز على موقع فيسبوك وإبداء مميزات التقنية. الفصل الثاني: ويتضمن إطار مفاهيمي حول الوعي البيئي وأهم الاتجاهات النظرية المفسرة له إضافة إلى مفهوم البيئة و مفهوم الوعي البيئي ومراحل ظهوره ومكوناته. الفصل الثالث: وهو فصل متعلق بموضوع العلاقة بين وسائل الإعلام التقليدية والوسائط الجديدة وقضايا البيئة وذلك من خلال ثلاثة مباحث، المبحث الأول حول علاقة وسائل الإعلام بقضايا البيئة، أما المبحث الثاني فيتضمن

دور وسائل الإعلام التقليدية في نشر الوعي البيئي، في حين يتضمن المبحث الثالث دور وسائل الاتصال الحديثة في نشر الوعي البيئي. الفصل الرابع : وهو فصل متعلق بالإجراءات المنهجية للدراسة بحيث يتضمن المبحث الأول المنهج المتبع في الدراسة وكذا الأدوات البحثية المستعملة، أما المبحث الثاني فيتضمن أهم المقاربات النظرية المفسرة لوظائف وسائل الإعلام والنظريات التي اهتمت بتفسير استخدام الجمهور لوسائل الإعلام ومنها نظرية الاستخدامات والإشباع، بالإضافة إلى مبحث ثالث لتوضيح مجتمع البحث وخصائصه وكذا السمات الرئيسة للمبشرين أما الفصل الخامس وهو الفصل التطبيقي.

### وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- إن التطبيقات والخدمات التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي وبالتحديد الفيسبوك تسهم في نشر الوعي البيئي عند الجزائريين.

- هناك علاقة بين اهتمام المبشرين بقضايا البيئة ونشاطهم في مجال البيئة عبر موقع الفيسبوك.

### أوجه الاستفادة من الدراسة:

تتقاطع هذه الدراسة مع دراستنا في المتغير المستقل ألا وهو متغير مواقع التواصل الاجتماعي، كما اعتمدت الدراسة على اختيار موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" نفسه، وكذا أداة الاستبيان وتختلف في غالبية الإجراءات المنهجية الأخرى، وقد ساعدتنا الدراسة في إثراء دراستنا نظرياً خاصة الفصل المتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي.



الإطار النظري



# الفصل الأول

الاطر والمفاهيم النظرية لمواقع

التواصل الاجتماعي

## تمهيد:

فتح ظهور مواقع التواصل الاجتماعي عصراً جديداً من عصور الاتصال والتفاعل بين البشر، وأصبح العالم الافتراضي الإلكتروني يؤثر على ما هو واقعي عن طريق تطبيقاته فهو يعد ركيزة جديدة للتواصل وبحث المعلومات وتبادلها على نطاق واسع في فضاء الكتروني قرب المسافات وألغى الحدود وزاوج بين الثقافات، ومن أهم المواقع شهرة موقع الفيسبوك الذي بلغ غايات بعيدة في عمق الأثر، وأداة للتوجيه، وتغيير الاتجاهات لدى الجمهور، على عكس الوسائل الإعلامية التقليدية ذات الاتجاه الواحد.

وفي هذا الصدد حاولنا في هذا الفصل التعرف إلى الأطر والمفاهيم النظرية لمواقع التواصل الاجتماعي من حيث تعريفها، نشأتها والخصائص التي تميزها، بالإضافة إلى خدماتها وإيجابياتها وسلبياتها كآخر مطلب بالمبحث الأول. إضافة إلى مبحث تحت عنوان الفيسبوك وبه نشأته وتطوره، تعريفه، بالإضافة إلى الخصائص التي تميزه، وظائفه وخدماته، وإيجابياته وسلبياته مطلباً أخيراً بالمبحث الثاني.

## المبحث الأول: مواقع التواصل الاجتماعي.. المفهوم، النشأة والتطور

## المطلب الأول: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

## 1- التواصل (لغة):

بالرجوع إلى مادة وصل، (و، ص، ل) الواو والصاد واللام " أصل واحد يدل على ضمّ شيء إلى شيء حتى يعلّق، والتواصل ضدّ التّصارم، والوصل: الرّسالة ترسلي إلى صاحبك " (القزويني الرازي، 1979، ص115).

ويعرف التواصل باعتباره " فعلاً لإيصال شيء ما: رأي، رسالة، معلومة" ويضيف أن المصطلح في علم الإعلام والاتصال يشير إلى "الاقتان والاتّصال والإبلاغ وكذا الإعلام".

## إصطلاحاً:

التّواصل هو العمليّة التي يتفاعل بها المرسل والمستقبل لرسالة معيّنة في سياق اجتماعي معيّن، وعبر وسيط معيّن، بهدف تحقيق غاية أو هدف محدّد، ويعرف أيضاً على أنّه علاقة متبادلة بين طرفين، تؤدي إلى التّفاعل بينهما، كما تشير إلى علاقة متبادلة بين الطرفين ( زيتون، 1997، ص10).

وهو ليس بأكثر من تبادل كلامي بين اثنين أو طرفين بنقل أو إرسال معلومات بين مؤدّي الكلام المرسل، والمخاطب الذي يستقبل ذلك المستقبل.

وقد يلتقي مصطلح التّواصل مع مصطلحات أخرى، يبتعد عن بعضها ويقترّب من أخرى كنظريّة الإبداع والآخبار والنّبوع والانتشار، أو الاتّصال الجماهيري (نمر والخطيب، 2009، ص24).

## 2- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

وضع الباحثون عدة تعريفات لمواقع التواصل الاجتماعي، سنتطرق إلى بعضها، إلا أنه يجب التعرف إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي باللغة الإنجليزية يطلق عليها (Social Media) وهذا هو المصطلح المتعارف عليه، كما نجد مصطلح آخر (Social Networking) أي الترابط الشبكي الاجتماعي وهو أدق، ومن حسن الحظ أن المصطلح العربي "مواقع التواصل الاجتماعي" أدق من ناحية الوصف.

إذاً يظل السؤال ماذا يعني بمصطلح التواصل الاجتماعي؟ ويمكن القول وبشكل مبسط بأن التواصل الاجتماعي هي عملية التواصل مع عدد من الناس (أقارب، زملاء، أصدقاء، أو كل ما سبق) عن طريق مواقع وخدمات إلكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع، فهي مواقع لا تعطيك معلومات فقط،

بل تتزامن وتتفاعل معك أثناء إمدادك بتلك المعلومات عن من في نطاق شبكتك، وبذلك تُكون أسلوب لتبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق شبكة الإنترنت.

قد تتساءل عن الفائدة من ذلك، والإجابة بسيطة جداً، فمن قديم الأزمان ترابط الناس مع بعضهم عن طريق تناقل الأخبار والمعلومات عن شعوب أو قبائل أخرى، ومواقع التواصل الاجتماعي تؤدي الغرض نفسها بشكلها المبسط. ومواقع التواصل الاجتماعي مثل المقهى المتواجد في قرية صغيرة حيث يجتمع الناس والجيران والمسافرون الرحل لتبادل المعلومات والأخبار، والفرق أنك لن تستطيع حمل هذا المقهى بجيبك" (محمد، د س، ص2).

ويشير بعض الباحثين إلى مفهوم التواصل الاجتماعي بأن: "التواصل كما يكون من فرد وآخر، فإنه يكون أيضاً بين مجتمع وآخر، وهذا يعني أنّ التواصل المنشئ مع الآخر، ليس توابعاً على مستوى الحكومات والدول فحسب، ولكنّه ينبغي أن يكون توابعاً على مستوى الأفراد كلّ حسب قدرته وطاقته واستطاعته" (سكر، 2011، ص10).

تصنف مواقع الشبكات الاجتماعية ضمن مواقع الويب 2.0 لأنها بالدرجة الأولى تعتمد على مستخدميها في تشغيلها وتغذية محتواها. كما تتنوع أشكال وأهداف تلك الشبكات الاجتماعية، فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم، وبعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدد ومنحصر في مجال معين مثل شبكات المحترفين وشبكات المصورين ومصممي الجرافكس، وتقوم الفكرة الرئيسة للشبكات الاجتماعية على جمع بيانات الأعضاء المشتركين في الشبكة، ليتم نشر هذه البيانات علناً على الشبكة حتى يتجمع الأعضاء ذو المصالح المشتركة والذين يبحثون عن ملفات أو صور.. إلخ، أي أنها شبكة مواقع فعالة تعمل على تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض بعد طول سنوات وتمكنهم أيضاً من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم (السيد، وعبد العال، 2009، ص12).

ومن تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي:

عرفها عبدالكريم الديبسي وزهير طاهات بأنها "عبارة عن مواقع على شبكة الإنترنت توفر لمستخدميها فرصة للحوار وتبادل المعلومات والآراء والأفكار والمشكلات من خلال الملفات الشخصية وألبومات الصور وغرف

الدردشة وغير ذلك، ومن الأمثلة على هذه الشبكات مواقع: facebook " (الديبسي، وطاهات، 2013، ص68) وقد فسحت تلك المواقع المجال للتواصل وتبادل الأفكار والآراء والمقترحات وترتيب الأولويات (أحمد، 2015، ص23).

أما قاموس (ODLIS) فقد عرف شبكات التواصل الاجتماعي بأنها: "خدمة إلكترونية تسمح للمستخدمين بإنشاء وتنظيم ملفات شخصية لهم كما تسمح لهم بالتواصل مع الآخرين" (الشريفي، 2018، ص50).

وتعرف على أنها: " فيها يجتمع الأفراد ذوو الاهتمامات المشتركة وتبادل الأفكار والمعلومات، ويتصلون مع بعضهم يدرشون وينشرون الأخبار التي تهم مجتمعاتهم، وقد يكون المجتمع طائفيًا أو دينيًا أو حتى علميًا" (صادق، 2008، ص 100).

أو هي "المواقع الإلكترونية التي توفر فيها تطبيقات الإنترنت خدمات لمستخدميها تتيح لهم إنشاء صفحة شخصية معروضة للعمامة ضمن موقع أو نظام معين، وتوفر وسيلة اتصال مع معارف منشئ الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام، وتوفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الإنترنت" (المقدادي، 2013، ص24).

وأشار بعض الباحثين إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي هي "الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع" (الراوي، 2012، ص96).

وعرفها شريف اللبان بأنها "خدمات توجد على شبكة الويب تتيح للأفراد بناء بيانات شخصية Profile عامة أو شبه عامة خلال نظام محدد، ويمكنهم وضع قائمة لمن يرغبون في مشاركتهم الاتصال ورؤية قوائمهم أيضا للذين يتصلون بهم، وتلك القوائم التي يصنعها الآخرون خلال النظام" (اللبان، 2011، ص86).

ويعرفها محمد عواد بأنها: " تركيبة اجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل الفرد الواحد) باسم (العهد node) بحيث يتم إيصال هذه العقد بأنواع مختلفة، مثل العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما أو حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم، وقد

تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص" (المنصوري، 2012، ص25).

كما تعرف بـ"بأنها الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية، بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية التجمع والالتقاء على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للمجموعات و الأفراد بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع" (بن ورقلة، 2013، ص202).

إن الهدف الرئيس لهذه المواقع هو فتح نافذة للتعرف على الجوانب الحياتية للمستخدمين والمشاركة فيها، وعلى الرغم من ان هذه المواقع تم انشاؤها على مستوى تعامل الأشخاص إلا أن هناك العديد من المؤسسات بدأت في استخدامها واستغلالها لأغراض مهنية وتجارية ومن أمثلة هذه المواقع فيسبوك... (طلبه، د س، ص2) وقد عرفها كوم بأنها " أي محتوى يتم توليده من قرائه ومستمعيه" (منتصر، وحلاسة، 2013، ص14)، وفي هذا التعريف أعطى الكاتب المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي الدور الأكبر والأبرز ما يعني انه حث هؤلاء المشاركين لزيادة المشاركة والإبداع في الاستخدام لهذه المواقع كما أصبح ظاهرا في تنوع صفحات ومجموعات وتطبيقات شبكة فيسبوك الاجتماعية.

وتعرف أيضاً بأنها "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها" (راضي، 2003، ص23).

من خلال التعاريف السابقة يمكن القول أن مواقع التواصل الاجتماعي هي عبارة عن مواقع تتيح لمستخدميها إمكانية التفاعل فيما بينهم وذلك من خلال التواصل و تبادل الآراء والأفكار والمعلومات في مختلف المجالات.

### المطلب الثاني: نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي

لم تظهر الشبكات الاجتماعية في عصر الإنترنت، ولكنها بدأت من أزمنة بعيدة، وذلك لأن الانسان بطبيعته كائن اجتماعي يحتاج إلى العلاقات الاجتماعية مع الآخرين من أجل البقاء. وقد أسهمت شبكة الإنترنت في دفع العلاقات الاجتماعية من الواقع المعاش إلى العالم الافتراضي بفضل تقنيات الجيل الثاني لشبكة الإنترنت الذي يعتمد على مساهمة المستخدمين بالمحتويات في موقع الإنترنت (الكرخي، والأسودوي، 2018، ص16).

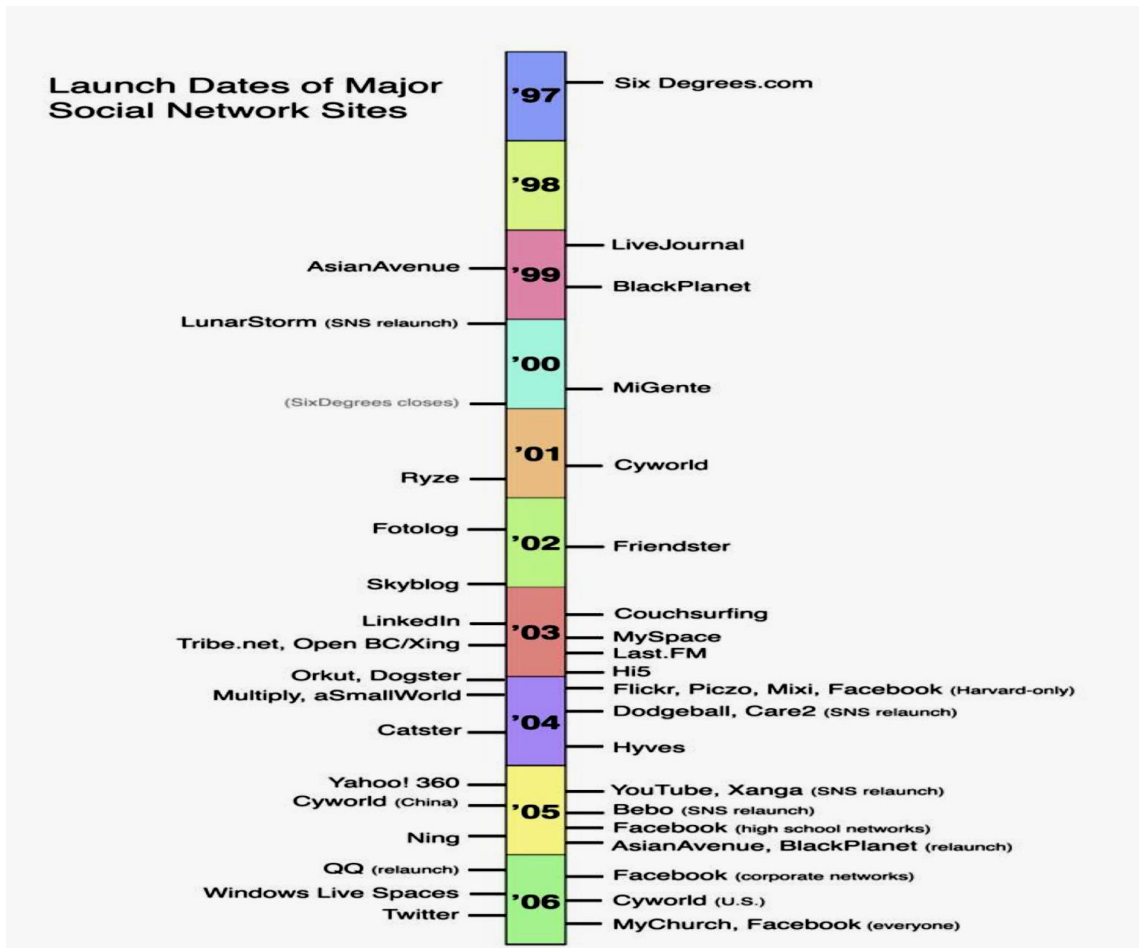
ويرجع ظهور مفهوم الشبكات الاجتماعية إلى عالم الاجتماع جون بارنز John A. Barnes في عام 1954، فالشبكات الاجتماعية بشكلها التقليدي تتمثل في نوادي المراسلة العالمية التي كانت تستخدم في ربط علاقات بين الأفراد من مختلف الدول باستخدام الرسائل الاعتيادية المكتوبة، وساهم ظهور شبكة الإنترنت في انتشار ظاهرة التواصل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

وكان موقع Theglobe.com أول مواقع التواصل الاجتماعي التي ظهرت في شكل تجمعات عام 1994 في الولايات المتحدة على شبكة الإنترنت، تلاه موقع Geocities في العام نفسه، وتلاهها موقع Tripod بعام واحد، وقد ركزت هذه التجمعات على عقد اللقاءات بين الأفراد للسماح لهم بالتفاعل من خلال غرف الدردشة، وتشارك المعلومات والأفكار الشخصية حول مواضيع مختلفة باستخدام وسائل شخصية للنشر عبر صفحات، وهذا الأساس الذي قامت عليه المدونات، في حين قامت بعض التجمعات بربط الأفراد من خلال عناوين بريدهم الإلكتروني، وأهمها موقع Classmates.com عام 1995، الذي يهتم بربط الاتصال بين زملاء الدراسة السابقين، وموقع SixDegrees.com عام 1997 (الدييسي، وطاهات، 2013، ص70)، وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999 و 2001، وفي السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى لكن البداية الفعلية للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان سنة 2002 مع بداية ظهور Friendster التي حققت نجاحاً دفع جوجل إلى محاولة شرائها سنة 2003، إلا أنه لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، وفي النصف الثاني من العام نفسه ظهرت في فرنسا شبكة skyrock كمنصة للتدوين، ثم انتشرت انتشاراً واسعاً لتصل - حسب إحصائيات يناير 2008 - إلى المركز السابع في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب عدد المشتركين.

ومع بداية عام 2005 ظهر موقع ماي سبيس myspace الأمريكي الشهير والذي بلغ عدد مشاهدات صفحاته أكثر من جوجل، وهو يعد من أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم ومعه منافسه

الشهير فيسبوك facebook والذي بدأ أيضا في الانتشار المتوازي مع ماي سبيس حتى قام فيسبوك في عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي فيس بوك بشكل كبير ويعتقد أن عددهم حاليا يتجاوز 900 مليون مستخدم على مستوى العالم (الشمائلة و اللحام وكافي، 2015، ص201).

وفي آخر إحصائيات نشرتها مواقع مثل expandcart و dimofinf حول الفيسبوك في أواسط عام 2018 وبدايات عام 2019 بينت أن عدد مستخدمي الفيسبوك النشطين بلغ نحو 2.2 مليار مستخدم شهرياً و 1.4 مليار مستخدم نشط يومياً، وهناك أكثر من 300 مليون صورة تم تحميلها على الفيسبوك كل يوم، ويتم إنشاء 5 حسابات فيسبوك كل ثانية، ويبلغ عدد مشاهدات الفيديوهات على الفيسبوك حوالي 8 مليارات يومياً (www.dimofinf.net) و (expandcart.com).



الشكل رقم (01): سلم الجداول لتطور مواقع الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت

(الشمائلة و اللحام و كافي، 2015، ص202)

## المطلب الثالث: خصائص ومميزات مواقع التواصل الاجتماعي

## الفرع الأول: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بخصائص كانت سببا في انتشارها على مستوى العالم منها:

- 1- **العالمية:** حيث تلغى الحواجز الجغرافية والمكانية، وتتخطى فيها الحدود الدولية، ببساطة وسهولة.
- 2- **التفاعلية:** فالفرد فيها مستقبل وقارئ، فهو مرسل وكاتب ومشارك، فهي تلغى السلبية في الإعلام القديم- التلفاز والصحف الورقية وتعطي حيز للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ ( الدليمي، 2015، ص101).
- 3- **التلقائية:** يتسم التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأنه تلقائي وغير رسمي أو متوقع، فليس هناك تخطيط أو تنسيق للتواصل بين الأعضاء وكذلك عدم وجود لوائح وقيود تنظيمية تحكم ذلك التواصل فهو يتسم بالتلقائية بين طرفي الاتصال.
- 4- **الحضور الدائم غير المادي:** إذ تتطلب عملية الاتصال الحضور الدائم، إذ يمكن للعضو الاتصال بالعضو الآخر عن طريق ترك رسالة نصية، أو صور أو معلومات عن أفلام، أو موسيقى أو غيرها من مجالات اهتمام الشخص الآخر، الذي يمكن أن يرد عليه بالطريقة نفسها من دون ان يلتقيا في وقت متزامن، كما يمكن لهما الاتصال مباشرة، وهذا لا يتوافر في وسائل الاتصال التقليدية التي تشترط التزامن للقيام بعملية التواصل بين طرفي الاتصال (هتيمي، 2015، ص85-86).
- 5- **سهولة الاستخدام:** طورت شبكات التواصل الاجتماعي بحيث تكون سهلة الاستخدام، فهي تحتاج إلى القليل من المعرفة في أسس التكنولوجيا من أجل النشر وتحقيق التواصل عبر الإنترنت، وكل ما يتطلب لاستخدام شبكات التواصل هو التدريب البسيط على الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، وفي المقابل هناك بعض التطبيقات للأشخاص المتقدمين على التقنيات، وهي بسيطة في التصميم والألوان، وتعرض المميزات عند الطلب.
- 6- **نشاطات من القاعدة إلى القمة:** توفر شبكات التواصل الاجتماعي منصات مثالية، يستطيع من خلالها المستخدمون المشتركون بنفس القيم والاهتمامات أن يتعاونوا بشكل فعال وتكاليف أقل (الرعود، 2011-2012، ص36-37)
- 7- **كثافة الترابط:** تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة ببعضها البعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربط المستخدم بمواقع أخرى للتواصل

الاجتماعي أيضا، مثل خبر على مدونة بعجبك فترسلها إلى معارفك على الفايسبوك وهكذا، مما يسهل من عملية انتقال المعلومات.

**8- تعدد وتنوع مصادر المعلومات:** تسمح تطبيقات وسائل الاتصال الاجتماعي بنشر مضامين وتدعيمها عن طريق ربطها بمصادر معلومات مختلفة ومتنوعة قد تكون من وسائل إعلام أخرى وقد تكون من تطبيقات أخرى من تطبيقات الإعلام الاجتماعي (بن قسمي، 2014-2015، ص 47-48).

### الفرع الثاني: مميزات مواقع التواصل الاجتماعي

وعموما يمكن حصر أهم مميزات وسمات مواقع الاتصال الاجتماعي في النقاط التالية:

**1-** تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بالسرعة الفائقة مقارنة بالتواصل التقليدي بين الأفراد والجماعات.

**2-** في مواقع التواصل الاجتماعي لا يقتصر دور المشارك فيها على تلقي المعلومات بل يمتد هذا الدور إلى المساهمة في إثراء النقاش.

**3-** يحس الأفراد الذين يتواصلون فيما بينهم من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بحرية أكبر في التعبير عن مواقفهم وآرائهم إزاء القضايا المختلفة موضوع النقاش (نيشال، 2015-2016، ص 09).

**4-** تشمل على مجموعة واسعة من المحتوى بما في ذلك النص، والفيديو، والصور والصوت وإن العديد من وسائل الإعلام الاجتماعية تعمل على الاستفادة من هذه الخيارات.

**5-** تسمح للمستخدمين العثور على أشخاص لهم مصالح مشتركة، ويجتمع الناس الذين يمكن أن يصبحوا أصدقاء أو أن يكونوا زبائن وعملاء، عبر شبكة المعلومات العالمية/الإنترنت، حيث أن مثل هذه الوسائل تجعل من العالم قرية صغيرة، تتيح لنا الوصول إلى الناس، في وقت الذي لا نكون قادرين على فعل ذلك على أرض الواقع (القندلجي، 2013، ص 339-340).

### المطلب الرابع: خدمات مواقع التواصل الاجتماعي

ارتبط تنوع الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية في محيط الإنترنت بتنوع آخر يتمثل في تنميط الشبكات الاجتماعية، في هذا الصدد ليس من المنطقي أن نتحدث من الشبكات العربية لأن المجتمع الافتراضي هو مجتمع منفتح يضم في سياقاته الرحبة التفاعلات على الصعيد العالمي، ولكن يمكن الإشارة على استحياء إلى أنماط الشبكات الاجتماعية على النحو التالي (عبد الغفار، 2015، ص 11):

- 1- شبكات أساسية: وهي التي يمكن وصفها بالشبكات الاجتماعية العامة، والتي تضم ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة تتمثل في المراسلات الشخصية ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص.
- 2- شبكات عمل: وهي ليست شبكات ذات طابع عام وهي نمط من الشبكات ينصب اهتمامه على المحترفين وترتبط بأصحاب الأعمال والشركات وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تتضمن على سيرتهم الذاتية وإنجازاتهم.
- ومن الخدمات التي تقدمها هذه الشبكات هي: إتاحة المجال للأفراد في الدخول إلى المواقع الاجتماعية والتعريف بأنفسهم، ومن ثم التواصل مع الآخرين الذين تربطهم بهم اهتمامات مشتركة. وتنقسم المواقع الاجتماعية إلى قسمين رئيسيين هما:
- القسم الأول:** هي مواقع تضم أفراد أو مجاميع من الناس تربطهم إطارات مهنية أو اجتماعية محددة، وتعد هذه المواقع مغلقة ولا يسمح بالدخول إليها من عامة الناس، عدا من هم أعضاء في هذه المواقع التي تتحكم فيها شركات أو مؤسسات معينة، وهي من تقوم بدعوات المنتسبين إليها.
- القسم الثاني:** هي مواقع التواصل الاجتماعي المفتوحة للجميع ويحق لمن لديه حساب على الإنترنت، الانضمام إليها واختيار أصدقائه والتشبيك معهم وتبادل الملفات والصور ومقاطع الفيديو وغيرها، ومن هذه المواقع شبكة الفيس بوك (الديهي، 2015، ص 448).
- المطلب الخامس: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي**
- الفرع الأول: إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي**
- على الرغم من الانتشار الواسع لتكنولوجيا الإنترنت عالمياً وعربي إلا أنه يجب ألا نغفل أن لكل تكنولوجيا تأثيرات مرغوبة، وأخرى غير مرغوبة، ولا تعد تكنولوجيا الإنترنت استثناء في هذا الصدد، وتصبح في بعض الأحيان التأثيرات غير مرغوبة للتكنولوجيا مدمرة لدرجة تهدد بإلغاء فوائدها. وقد أسفرت الدراسة على رصد أهم إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي متمثلة في (رفعت، 2018، ص 37-39):
- أنها تقلل من انطوائية الأفراد، وتعزز الاجتماعية لديهم وتجعلهم يشعرون بالمجتمع وبالحياء من حولهم.

- انها تسمح للمستخدمين التفاعل مع أصدقائهم والاتصال بهم، ومقابلة أفراد جديدة وخلق صداقات معهم وتطوير العلاقات الاجتماعية.
- يستخدم كهدف للترفيه والتسلية والتنفيس عن النفس وفضاء أوقات الفراغ، والاشتراك مع الآخرين وأحيانا الهروب من الضغوط ومشاكل الحياة.
- تساعد في الأعمال الخيرية و التطوعية و التسويقية والبحثية والصحفية.

### الفرع الثاني: سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

- مثلما لمواقع التواصل الاجتماعي خصائص ايجابية تميزت بها فلها في الوقت ذاته عدد من السلبيات خطرا على المستخدمين يمكن حصرها بالأتي(الشريفى، 2018، ص 57-58):
- نشر الأفكار الهدامة والدعوات المنحرفة والتجمعات الفاسدة لأسباب أن أكثر رواد شبكات التواصل الاجتماعي من الشباب مما يسهل إغرائهم وإغوائهم.
  - عرض المواد الإباحية والفاضحة والخادشة للحياء.
  - التشهير ونشر الشائعات والمضايقات.
  - إنتهاك حقوق الخاصة والعامة.
  - إنتهاك الخصوصية وانتحال الشخصيات.
  - تحايل والابتزاز والتزوير.
  - في دراسة أجراها العالم الأمريكي "لاري روزين" أستاذ علم النفس بجامعة كاليفورنيا أن الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي يؤدي إلى تزايد الشعور بالعدوانية والأنانية والاضطرابات النفسية والكآبة.
  - ذكر أستاذ الإعلام في جامعة زايد في دولة الإمارات العربية المتحدة الدكتور بدران البدران أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت متهمه بتسببها في تدهور العلاقات الأسرية حيث فرضت على مستخدميها نوعا من العزلة والانقطاع عن الحياة العامة والاجتماعية.
  - اضاءة الكثير من الأوقات في متابعة بعض المواقع التي لا فائدة منها.
  - بعض الأشخاص يدخل بأسماء مبهمه أو مستعارة ويقوم بالإساءة للآخرين من خلال هذه الوسائل الاجتماعية (الغامدي، 2016، ص106).

## المبحث الثاني: الفيسبوك

## المطلب الأول: نشأة و تطور موقع فيسبوك

أسس مارك زوكربيرغ موقع الفيس بوك على الإنترنت في غرفة نومه في مدينة الجامعة لجامعة هارفرد، التي كان يتقاسمها مع أري هازيت، ولقد وضع تصميم الموقع والمعلومات في أقل من أسبوعين وبمساعدة صديقه أندرو ماك كولم وهو طالب آخر في الجامعة، سرعان ما ذاع شهرة الموقع بين الطلاب.

وما إن بثت الموقع على شبكة الإنترنت في 4 فبراير 2004 حتى طالبته إدارة الجامعة بإيقافه بعد (4) ساعات بسبب اختراق سجلات الجامعة ونشر صور وبيانات عدد من الطلبة فاستدعته الإدارة للتحقيق. استعان المؤسس بأساتذته الذين ضغطوا على إدارة الجامعة ونجحوا في إعادة بث الموقع على الشبكة العالمية "ويب" (موسى، 2009، ص157)؛ ومنه بالإمكان سرد بعض الفقرات الأساسية عن نشوء ومراحل تطور موقع الفيسبوك على النحو الآتي(العاني، 2015، ص141-142):

- قام زوكربيرج بتأسيس موقع الفيسبوك في 2004 لغرض تبادل المعلومات مع زملائه في جامعة هارفرد.
- لقي الموقع رواجاً بين طلبة جامعة هارفرد واكتسب شعبية بينهم، مما شجعه على توسيع قاعدته لتشمل جامعات اخرى.
- بعد فترة وجيزة، انضم كل من إدواردو سافيرين المدير التنفيذي للشركة وداستين موسكوفيتز مبرمج وأندرو ماكولام رسام جرافيك وكريس هيوز لمساعدته في تطوير الموقع.
- في شهر مارس 2004، فتح موقع الفيسبوك أبوابه أمام جامعات ستانفورد وكلمبيا وييل.
- بعد ذلك، اتسع الموقع أكثر وفتح أبوابه أمام جميع الكليات مدينة بوسطن وجامعة إيفي ليج، وأصبح متاحاً للعديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة الأمريكية.
- في سبتمبر 2005 أصدر موقع فيسبوك نسخة خاصة بالمدارس الثانوية.
- في 26 سبتمبر من عام 2006، فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عاماً فأكثر والذين لديهم عنوان بريد الكتروني صحيح.
- وفي أكتوبر 2007 اشترت مايكروسوفت حصة في فيسبوك نسبتها 1.6% بقيمة 240 مليون دولار.
- في أكتوبر من عام 2008، أعلن القائمون على إدارة فيسبوك عن اتخاذ مدينة دبلن عاصمة أيرلندا مقراً دولياً له.

-تقدر قيمة الموقع الآن بنحو 15 مليار دولار.

وفي آخر إحصائيات نشرتها مواقع مثل expandcart و dimofinf حول الفيسبوك في أواسط عام 2018 وبدايات عام 2019 بينت أن عدد مستخدمي الفيسبوك النشطين بلغ نحو 2.2 مليار مستخدم شهرياً و 1.4 مليار مستخدم نشط يومياً، وهناك أكثر من 300 مليون صورة تم تحميلها على الفيسبوك كل يوم، ويتم إنشاء 5 حسابات فيسبوك كل ثانية، ويبلغ عدد مشاهدات الفيديوهات على الفيسبوك حوالي 8 مليارات يومياً (expandcart.com) و (www.dimofinf.net).

تعد مصر هي الأولى في الشرق الأوسط استخداما للفيس بوك كانت بدايته متواضعة ولم يكن عليه اقبال كبير وكان في بادئ الأمر هناك صفحة مخصصة لكل دولة وتسمى الشبكة فكان يجتمع فيها كل من يرغب في الاشتراك في هذه الصفحة والتي كانت تجمع رواد صفحة الشبكة من مصر فكان تجمع ضخم للغاية يضم فيه الإعلان عن أي جروبات جديدة وعن مواضيعها أو اقتراحات لمواضيع ويلتقي الشباب مع بعضهم ويتناقشوا في حوار كبير على مستوى الدولة حتى تم إلغاء هذه الصفحة من قبل المشرفين على الموقع لأسباب لا يعرفها احد حتى الان وان كانت سياسية في مضمونها. وقاطعت بعض الدول الفيس بوك حتى وصل إلى حد منع استخدامه في بلدان مثل سوريا وإيران لأسباب سياسية (عارم، 2011، ص212).

وكان لهذا الموقع دورا كبيرا في أحداث تغيرات سياسية كبيرة في عدد من الدول العربية وكان أبرزها الثورات التي حدثت في عدد من الدول العربية مثل ثورة تونس وثورة 25 يناير في مصر، وكذلك ثورة ليبيا والبحرين واليمن وسوريا (ابو النصر، 2014، ص68).

### المطلب الثاني: مفهوم موقع فيسبوك (بالانجليزية) facebook

الفيسبوك كلمة أعجمية، مكونة من جزأين: فيس Face، وبوك Book؛ وهي تعني كتاب الوجود، مثلما أراد بها مؤسس الموقع (قمحية، 2017، ص58).

وهو من أكثر المواقع التي أثرت من حولها العديد من التساؤلات والشبهات والحوارات وذلك لأنها تعد أكبر موقع يتم التعامل معه من جانب المستفيدين بعد محرك البحث جوجل وهو ما يلفت النظر لها، والكثير من الناس معها والكثير ضدها، ويرجع شهرة هذه الشبكة عن غيرها كونها فتحت للمطورين الدخول إلى الموقع وتطويره وتفعيله وإضافة تطبيقات مختلفة ومتنوعة، وإتاحته بلغات متعددة وكثيرة منها العربية، بل هو الموقع الوحيد لشبكة اجتماعية متاح من خلالها تطبيقات باللغة العربية (مجاهد، مايو 2010، ص21).

وهو عبارة عن شبكة اجتماعية يمكن الدخول إليها مجاناً وتديره شركة فايسبوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمال أو المدرسة، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم، كذلك يمكن لمستخدميه إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم وأيضاً تحديث مفاهيم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم (حلاوة، 2011، ص113).

فهو لا يمثل منتدى اجتماعياً فقط، وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة، بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء (صادق، 2008، ص218).

مصطلح "فايسبوك" كما هو معروف في أوروبا يشير إلى دفتر ورقي يحمل صوراً ومعلومات لأفراد في جامعة معينة أو مجموعة، ومن هنا جاءت تسمية الموقع، وتعد هذه الطريقة شائعة، لتعريف الأشخاص خصوصاً في الجامعات الأجنبية ببعضهم حتى تتصفح المنتشون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة الموجودين في نفس الكلية (فضل الله، 2011، ص261).

ويمكن تعريف فايسبوك على أنه "مجتمع افتراضي يمكن أن يلتقي الأفراد و يتفاعلون من خلال تبادل الصور، والفيديوهات، ومعلومات أخرى، واتصالات عامة مع الأصدقاء العائلة، والمشاركة في أعمال مشتركة، والتفاعل حول اهتمامات متبادلة، والتواصل مع مجموعات أفراد لهم من ذوي الاهتمام المشترك..."

أما ويكيبيديا فتعرفه على أنه: أحد مواقع التواصل الاجتماعي، يمكن المستخدمين الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة، ومكان العمل والمدرسة والمنظمة ويمكن للأفراد أيضاً إضافة أصدقاء وإرسال رسائل إليهم وتحديث ملفاتهم الشخصية..."

فالقاعدة الاساس في ممارسة الفايسبوك هي التبادل والتفاسم والاشترك، يحاول كل مشترك ان يضع في "البروفيل" الخاص به اضافة إلى المعلومات الشخصية، الروابط التي تعبر عن ميولاته وأفكاره، والمواد متعددة الوسائط التي تلخص اهتماماته، ومن هذا الخليط الذي يكونه المشتركون تتغير كل لحظة محتويات الصفحة الأولى وصفحة البروفايل profile ديناميكياً والياً" (رمضان، 2011-2012، ص102).

هناك مساحة للتحاور داخل المجموعات والتعليقات، إضافة إلى وجود نتيجة الشهر التي تدون فيها أهم الأخبار التي يهتم بها المشتركون في المجموعة، بدءاً من الأحداث القومية أو المحلية، حتى أعياد ميلاد الأعضاء، كما توجد مساحة لإعلانات البيع والشراء العامة بالأعضاء، ولكل عضو مساحة يضيف فيها صور

الشخصية إلى جانب وجود مدونة مرتبطة بالموقع، ويهدف الموقع بشكل عام إلى إتاحة التعارف بين الشباب (الدليمي، 2011، ص183).

ويمكن القول عن فيسبوك، أنه وسيلة اتصال، تساعد على عملية توصيل بين الأفراد، واكتساب معارف ومعلومات جديدة والتطلع إلى صداقات وثقافات أخرى (صالح، 2003، ص15).

### المطلب الثالث: خصائص ومميزات موقع فيسبوك

#### الفرع الأول: خصائص موقع فيسبوك

للفيسبوك خصائص عامة تميّزه عن مواقع التواصل الاجتماعيّة الأخرى وهي:

- **التجديد المستديم:** يتمثل في كونه أشبه بمنصة Platform لإنتاج تطبيقات تفاعلية تشبيكية صغيرة الحجم من ناحية، وإتاحة المجال لمطوري البرامج من مستخدمي الموقع لإضافة تطبيقات تشبيكية من إنتاجهم، وأيضاً إتاحة المجال للمستخدمين غير المتخصصين لإنتاج برامجهم التشبيكية الخاصة عبر إيجاد عدة أشكال من التطبيقات القابلة للتقييم Customization (هيئة التحرير، 2010، ص106).

- **العالمية:** استطاع الفيسبوك بحركيته إلغاء العديد من الحواجز الجغرافية والمكانية، حيث يمكن للأفراد في الشرق التواصل مع أفراد في الغرب.

- **التفاعلية:** إنّ الفرد في الفيسبوك يكتب، يستقبل، يقرأ ويتفاعل مع الأحداث والتعليقات، فهو في عملية أخذ وردّ مستمرّة، ويعتبر "الفيسبوك" من التقنيّات التي غيرت مجرى الاتصالات، فبعدما كانت اتصالات خطية مباشرة، مرسل متلقى أحدثت الوسائل التفاعلية ومنها "الفيسبوك" ثورة غيرت مسار الاتصالات، إنّ هذه التفاعلية تعطي للفرد الفرصة بشكل أكبر على أن يشارك ويسهم بشخصه في الموضوع تحليلاً أو تعليقا.

- **التنوع وسهولة الاستخدام:** أتاحت التحديثات العديدة التي قام بها موقع "الفيسبوك" الفرصة أمام المشتركين فيه الكثير من العروض والأنشطة، والفيسبوك من البرامج الافتراضية السهلة التي تستخدم الحروف ببساطة اللّغة، الرموز والصّور التي تشير للمستخدم التفاعل، هذا هو الفرق الأساسي الذي فهمه الفريق الإداري المشير لـ"فيسبوك" بالبساطة، السهولة وهي رأس المال الحقيقي في مواجهة المد التقني الكبير، فكل لحظة تمرّ على هذا العالم إلّا ويتمّ فيها خلق فكرة إبداعية جديدة، المناسبة على أوجهها، ولم تعدّ المعايير قائمة على ذلك الرّبح الكبير المتعلّق بالحجم أو الألوان أو غيرها، بل أصبحت الوظائف الجديدة الذكيّة السهلة والمتنوّعة هي المعيار ببساطة هي لغة التكنولوجيا.

- **التوفير والاقتصادية:** إنَّ مجانية الاشتراك والتسجيل أتاحت للفرد البسيط إمكانية امتلاك فضاء على "الفيسبوك" وبات يشعر بانتمائه، ولم يعد ذلك حكرا على أصحاب الأموال، فأَيُّ فرد يرغب في فتح صفحة على "الفيسبوك" فله ذلك، غير أنَّ الفيسبوك وكونه مؤسسة استثمارية تخصصت في المجال الرقمي، فإنه يحصل سنويًا عشرات الملايين من الأرباح الناتجة عن تداول الأفراد لأنشطتهم وصورهم وتفاعلاتهم اليومية، فالحرص على بقاء "الفيسبوك" كما هو مجاني هو في الأساس حرص على زيادة مؤشرات الأرباح (بن بلعباس، 2015/2014، ص55-58).

- **الحركة والمرونة:** وتعني إمكانية تحريك الرسائل إلى أي مكان مثل الحاسوب الشخصي والتلفون المحمول وكاميرات الفيديو.

- **اللاتزامينة:** وتعني إمكانية إرسال واستقبال الرسائل في الوقت المناسب للفرد المستخدم، حالة البريد الإلكتروني يمكن توجيه الرسائل في أي وقت بغض النظر عن تواجد المتلقي للرسالة.

- **قابلية التحويل:** إمكانية تحويل الإشارات المسموعة إلى رسائل مطبوعة أو مصورة وبالعكس.

- **الكونية:** حيث أصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة (عبد الله، 2013، ص338).

### الفرع الثاني: مميزات موقع فيسبوك

وبما أنه فضاء افتراضي واجتماعي تفاعلي، فإنه يتميز بخصائص تتيح لمستخدميه تسهيلات للتواصل و التفاعل مع الآخرين وتتبع عدة تقنيات:

**1- خاصية الإشارة Tags:** خاصية الإشارة متاحة في الصور والفيديو، بحيث يمكنك أن تلفت انتباه أصدقائك عبر الإشارة لهم في صورتك أو في مقطع فيديو محمل عبر فيسبوك، وبالتالي سنرسل لهم تنبيهات لأي تحديث جديد في الصورة.

**2- الإعجاب Like:** خاصية معجب أيضا متاحة، مثل آلية التعليقات متاحة بين الأصدقاء والمجموعات والصفحات المنظمين لها، ذلك يعتمد أيضا على الصلاحيات الممنوحة، يمكن للمستخدم أن يقوم بعمل like لأي نص أو صورة أو فيديو لأصدقائه.

خاصية معجب بسهولة، استخدمها وتطورها في فيسبوك، تم اضافتها في كل المواقع الأخرى، كوسيلة لربط المستخدم بحسابه ونظرة أخرى ترويجية للموقع في ذاته (فضل الله، 2010، ص 06-08).

- 3- **خاصية Wall** : أو لوحة الحائط وهي عبارة عن مساحة متخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم يتيح للأصدقاء إرسال الرسائل إلى المستخدم أو الكتابة على الحائط المستخدم.
- 4- **خاصية Pokes** : أو نكزة (غمزة) تتيح إرسال نكزة افتراضي لإثارة الإنتباه إلى بعضهم بعضاً وهي عبارة عن إشهار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.
- 5- **خاصية التعليقات Notes** : وهي سمة متعلقة بالتدوين، تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها، وقد تمكن المستخدمين من جلب أو ربط المدونات.
- وهذا بالإضافة إلى خدمات الرسائل والدردشة، وإرسال الرسائل الهدايا الافتراضية، كما أن الفيسبوك توفر مساحة إعلانية للبيع والشراء الخاصة بالأعضاء، ووفقاً لما ذكرته شركة "كومسكور" وهي شركة متخصصة بالتسويق على الإنترنت فإن فيسبوك يقوم بتجميع قدر من البيانات من خلال ما يتوفر من بيانات لدى جوجل ومايكروسوفت (البياني، 2014، ص392-393).
- 6- **خاصية الحالة status** : تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ الأصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.
- 7- **خاصية الصور Photos** : التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من أجهزتهم إلى الموقع (عبد الحميد، 2012، ص214).
- بالإضافة إلى سمة أو خاصية إرسال الرسائل الفورية إلى شبكات الاتصال باستخدام برنامج conet، و أطلق عليه اسم chat ويوفر هذا التطبيق للمستخدمين إمكانية التواصل مع أصدقائهم وهو يشبه في أداء وظيفته برامج ارسال الرسائل الفورية الموجودة على سطح المكتب.
- وفي 20 يوليو من عام 2008 قدم فيسبوك إمكانية facebook beta نسخة تجريبية من فيسبوك، عبارة عن إعادة تصميم مبتكرة لواجهات الاستخدام الخاصة للمستخدمين على شبكات محددة كما تم جمع سمة mini feed، وتم فصل الملفات الشخصية إلى أجزاء ذات علامات، كما تم بذل جهد بالغ من أجل التوصل إلى شكل أكثر لتنظيمها، وبعد أن كانت حرية الانتقال إلى الإصدار الجديد متاحة للمستخدمين في بادئ الأمر، فإن فيسبوك في إحالة المستخدمين إلى هذه النسخة الجديدة، اعتباراً من سبتمبر 2008، وفي 11 سبتمبر لعام 2008، تم اعلان عن اختيار فيسبوك لطريقة جديدة في تسجيل الدخول بشكل بسيط (ضريف، 2016/2017، ص39).

### المطلب الرابع: خدمات ووظائف موقع فيسبوك

#### الفرع الأول: خدمات موقع فيسبوك

للفيسبوك خدمات كثيرة أبرزها (الياني، 2014، ص393) و(شقرة، 2014، ص66-69) و (وسام، 2014، ص55):

- مجانية الإشتراك في الفيسبوك.
- البحث على الأصدقاء القدامى والتعرف عليهم ومراسلتهم.
- تمتع الفرد بوجود صفحة شخصية له على الفيس بوك يمكنه وضع ما يشاء وكذلك كتابة ما يشاء وتحديد بعض الأشخاص الذين يسمح لهم مشاهدتها أو السماح للجميع بمشاهدتها.
- وضع صور الخاصة للفرد على صفحته الشخصية وتكوين ألبوم صور خاص به وتحديد من يمكنه رؤيته.
- وضع الفيديوهات المفضلة على الصفحة الشخصية وتحديد من يمكنه رؤيتها.
- تكوين مجموعات أو الإشتراك في مجموعات (تحدث عن أمر معين) وبدون أدنى شروط.
- المحادثة المباشرة مع الأصدقاء.
- ارسال واستلام الرسائل من الأصدقاء.
- إتاحة الفرصة للصدقاة والتواصل بين الأعضاء المشتركين في هذا الموقع، وذلك عن طريق اضافة اصدقاء بعد أخذ موافقتهم، اقتراح اصدقاء ومشاهدتهم مرة واحدة وفرزهم وتصنيفهم حسب أي معلومات مضافة عن كل منهم كزملاء الدراسة أو زملاء العمل أو حسب المهنة.
- خدمة الشركات وأصحاب الأعمال
- يتيح الفيسبوك كذلك فرصة تحميل ألبومات الصور.
- التواصل مع مجتمعات افتراضية.
- متابعة أخبار الشخصيات المشهورة في المجالات كافة.
- إمكانية تثبيت أي موقع أو خبر أو صور ومقاطع فيديو.
- كما يتيح الفيس بوك كتابة الملاحظات، وإمكانية المشاركة في نشر التعليق والرابط والفيديو والصورة من شخص لشخص ومن مجموعة لأخرى.

- وعلى جانب آخر يمكن للقائم بالاتصال أن يقوم بإنشاء صفحة Fans page أو مجموعة group ولكل منها مميزات.

- البحث عن صفحات ومجموعات جديدة، اذ يذخر الفيس بوك بالعديد من الامكانيات التي يمكن الاستفادة منها وتنحية الجانب الترفيهي والاستهلاكي في استخدامه وخاصة في أوقات العمل.

### الفرع الثاني: وظائف موقع فيسبوك

والموقع في دوره الرئيس هو شبكة للتواصل الاجتماعي، فهو أدنى إلى كونه وسيلة اتصال من كونه وسيلة إعلام، إلا أنه في الإطار الإعلامي يمكن الإستفادة منه من خلال ثلاث وظائف:

1- الأولى أنه وسيلة لزيادة مساحة انتشار المادة الإعلامية المنقولة إليه من وسائل أخرى، وفي هذا السياق تعيد وسائل إعلامية نشر موادها-المقروءة والمرئية والمسموعة- على صفحاتها على الفيسبوك، بالإضافة إلى قيام بعض كتاب الرأي بإعادة نشر مقالاتهم على صفحاتهم الخاصة، وكذلك الأمر بالنسبة إلى القائمين على برامج إذاعية. وفي هذا السياق ذاته يحصل الناشرون على رجع صدى إضافي من خلال المرتبطين بهذه الصفحات، غير ذلك الذي تتيحه وسائل النشر الأصلية.

2- الوظيفة الثانية هي أن عدداً من الجهات العامة والخاصة والشخصيات العامة له صفحات على الفيسبوك، الأمر الذي يوفر فرصة للصحافيين للحصول على أحدث المعلومات عن هؤلاء، وعن نشاطاتهم الجديدة، فضلاً عن إمكانية التواصل معهم، وتوجيه استفسارات لهم، وإجراء حوارات معهم، الأمر الذي قد يتحول إلى مادة إعلامية منشورة.

3- أما الوظيفة الثالثة فهي أن الفيسبوك يتيح المجال لإنشاء صفحات تجمع المهتمين بأي شأن مشترك، بما يجعله بمثابة نقطة التقاء افتراضية تتجاوز حدود الإدارة المؤسسية، محلياً ودولياً. وقد يكتفي هؤلاء بالتعبير عن حجم التأييد أو المعارضة، وقد يمتد إلى سلوك ميداني. وفي الحالتين تمثل هذه الصفحات مقدمة لتغطية إعلامية. فضلاً عن أن الفيسبوك يوفر لكل مشترك فيه الفرصة لتغطية الأحداث-بوسائط متعددة-، وبالتالي إمكان إذاعتها لجمهور واسع من دون الحاجة إلى الالتزام بمعايير وسائل الإعلام التقليدية أو الصحافة الإلكترونية. والواقع أن بعض هذه التغطيات تنتقل إلى الإعلام التقليدية والصحافة الإلكترونية (المحارب، أكتوبر 2011، ص 116-117).

## المطلب الخامس: إيجابيات وسلبيات الفيسبوك

### الفرع الأول: إيجابيات الفيسبوك

لا شك أن للفيسبوك حسناته وسيئاته ومن أهم إيجابياته:

- يساعد المستخدم في إزالة الضغوطات النفسية والشعور بالوحدة والفراغ حيث يشعر المستخدم أنه على تواصل مع الآخرين وأنه معهم في كل مناسباتهم في أي بقعة في العالم.
- يساعد على الشعور بقرب المسافة وتقليل حدة الإشتياق للأهل أو الأقران أو بعض الاصدقاء والأشخاص المهمين.
- أصبح هذا الموقع يستخدم للمواد الترويجية والدعاية والإعلان.
- أصبح موقعا لتسويق السلع والبضائع والإعلانات.
- يقوم الموقع على اضافة مجموعات صحافية أو اعلامية أو طلابية أو غير ذلك، وإبلاغهم بكل نشاط وبكل ما يجري من أخبار يخص تلك المجموعة غير الفيسبوك.
- يمكن الدخول على هذا الموقع من خلال الشبك مع جهازك النقال.
- اصبح موقعا للإعلام (صوت لمن لا صوت له)، وهذا ما أكدته الأحداث العظيمة التي جرت في تونس ومصر وليبيا وسوريا وغيرها من الدول العربية والتي جعلت منه موقعا هاما من خلال تأثيره على الدول والمجتمعات.
- ساعد على انفتاح أفراد المجتمع من خلال اطلاعهم على الاحداث والآخبار وما يكتب من فنون الأدب والشعر والحكم والمقولات وغير ذلك.
- جعل المستخدم أكثر جرأة وأكثر ثقة في نفسه من خلال مشاركته، أما بإبداء اعجابه أو بكتابة تعليق ما للأصدقاء.
- تفجير الطاقات الإبداعية فمن خلال الموقع اصبح الشاعر يقوم بنشر أشعاره وخواتمه، وأصبح الرسام يقوم بعرض رسوماته...إلخ.
- أصبح الصحافي يكتب ما لا يسمح له بكتابته عبر الصحف الورقية، وأصبحت المرأة تعرض ما يجلو لها من طهي ومكياج وغير ذلك، كما أصبح الإعلامي يقوم بعرض برنامجه بالصورة والصوت سواء برامج اذاعية أم

تلفزيونية واسترجاع البرنامج في وقت من خلال أرشفته في ملفاته الخاصة بالصور أو التسجيلات أو البوم الفيديوهات (الرحباني، 2015، ص165).

### الفرع الثاني: سلبيات الفيسبوك

على الرغم من أن هذا الكوكب الإلكتروني يحمل سمات إيجابية إلا أنه لا يخلو من السلبيات وهي عديدة على النحو الآتي:

- إضعاف العلاقات والمهارات الاجتماعية: وقد بدأت هذه الظاهرة في المجتمع الحقيقي بين الأفراد الذين أدمنوا استخدام موقع الفيسبوك والتواصل عبر مجتمع أو مجتمعات افتراضية، وقد تشمل هذا الأمر العلاقات الأسرية، حيث تسبب في تدمير هذه العلاقات وتشتت الأسر بالطلاق والخيانات أو الإنعزال.
- انتهاك خصوصية المشتركين: حيث أن المعلومات التي ينشرها المشتركون من خلال نبدهم الشخصية أو الصور أو مقاطع الفيديو تفقد صفة الخصوصية مجرد نشرها، حتى لو اتخذ المشترك كل الإجراءات اللازمة، فمن الممكن أن تصل هذه إلى دائرة أوسع كثيراً من الدائرة المقصودة أصلاً بطرق عدة ويصبح سحبها بعد ذلك مستحيلاً (شقرة، 2014، ص 69-71).

-عدم استعابنا للتكنولوجيا ومدى خطورة هذا التطور وأبعاده.

- إشاعة الفتن
- التأثير الإعلاني.
- هدر الوقت.
- الإستغالية.
- غياب الرقابة.
- اضعاف اللغة العربية.
- الالهمل وتدهور الآخلاق.
- التأثير السياسي.
- التجسس.
- كشف النفوس.
- الفسق والعلاقات المحرمة والمشاكل وجرائم القتل والفساد الفكري (الرحباني، 2015، ص167-171).

## خلاصة الفصل:

نظرا لأهمية مواقع التواصل الاجتماعي الكبيرة لدى مستخدميها انتقلت من مجرد وسيلة اتصال إلى أداة استخدام في شتى المجالات المختلفة أصبح الأفراد يمارسونها في مختلف الأدوار مما دفعهم من الاندماج بشكل كبير معها والتفاعل مع مجالاتها ضمن كيان واحد، ولموقع الفيسبوك دور كبير في تحقيق سمة التفاعلية بين المستخدمين ومواقع التواصل الاجتماعي وذلك لسهولة استعمال الموقع وسرعة النشر والوصول إلى المعلومات فيه لكل ماله علاقة باهتمامات المستخدمين، من صور وفيديوهات وإعلانات، بحيث يكون كل هذا ضمن مجتمع افتراضي فقد أعطى هذا النوع من المواقع للمستخدمين فرصا كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود، وكذا المشاركة في المحتوى الاتصالي والمضامين الإعلامية حيث أن هذه الخاصية شبه معدومة في وسائل الإعلام التقليدية بحيث مكنت الجمهور المستخدم من التعبير عن طموحاته ومطالبه في الحياة.



## الفصل الثاني

الخدمة العمومية... أبعاد نظرية

## تمهيد:

تعد الخدمة العمومية جوهر الممارسة الإعلامية، والمعيار الأساس الذي تتحدد عليه مدى مهنية واحترافية الوسيلة الإعلامية، فالخدمة العمومية مرتبطة أساسا بالجمهور؛ من خلال الخدمات المتعددة والمتنوعة التي يقدمها الإعلام بمختلف وسائله، والتي تتجسد من خلال مختلف البرامج والأنشطة والمضامين الإعلامية التي تقدمها هذه الوسائل، خدمة لجمهورها وإرضاء له.

ورغم تعدد تعاريف لمفهوم الخدمة العمومية، إلا أن هناك إجماع على وجود مجموعة من المبادئ والخصائص والمظاهر التي تجسد مفهوم الخدمة العمومية في معناها الحقيقي. لاستيعاب هذا المفهوم بشكل واضح حاولنا أن نتطرق في هذا الفصل إلى المرفق العام كأساس للخدمة العمومية، وأبرز الخصائص التي تحدده وكذا أهم المبادئ التي تحكمه، بالاضافة إلى نظمه وأنواعه ووظائفها ومظاهرها المختلفة، وكذا محدداتها بالإذاعات المحلية وعوائق تقديمها في المرفق الإداري الجزائري، كذلك حاولنا التوقف عند هيئة الإذاعة البريطانية البي بي سي كأحسن نموذج يجسد الخدمة العمومية؛ انطلاقا من نشأة هذه الهيئة وتطورها تمويلها وهيكلها ووصولها إلى المبادئ التي تحكم الخدمة العمومية فيها.

## المبحث الأول: مفهوم الخدمة العمومية

## المطلب الأول: تعريف الخدمة العمومية

## الفرع الأول: المرفق العام كأساس الخدمة العمومية:

يرتبط مفهوم الخدمة العمومية بالمرفق العامة التي تقدم خدمات اجتماعية وتمثل محاولات تعريف المرفق العمومي في اتجاهين أساسيين، اتجاه يركز على المعيار العضوي (الشكلي) وهو ما سمي بالمرفق العمومي - المؤسسة، واتجاه يركز على المعيار المادي (الموضوعي) وهو ما سمي بالمرفق العمومي - النشاط.

**1- المعيار العضوي: المرفق العمومي - المؤسسة:** من هذا المنصور يقصد بالمرفق العمومي الأجهزة الإدارية أو المؤسسات الإدارية بشكل عام، فالمظهر العضوي هو الذي يبدو هنا فحيث توجد مؤسسة يوجد مرفق عمومي (بن عودة، دس، ص 88).

**2- المعيار المادي: المرفق العمومي - نشاط:** يقصد بالمرفق العمومي من هذا المنصور النشاط الذي تمارسه الإدارة العامة لتحقيق خدمة عامة.

أما الفقيه ديجي فيعرفه بأنه "كل نشاط يقدم للجمهور بانتظام واطراد، يتحتم على الحكام القيام به وتنظيمه ومراقبته لان التنفيذ هذا النشاط أمر لا غنى عنه لتحقيق وتنمية التضامن الاجتماعي"

ويعرف بأنه "الهيئات أو المشروعات التي تعمل باطراد وانتظام تحت إدارة الدولة المباشرة أو تحت إدارتها العليا لسد حاجات الجمهور والقيام بأداء الخدمات العامة" (سنقوقة، جانفي 2018، ص 589-590).

## الفرع الثاني: مفهوم الخدمة العمومية:

يركز الدكتور ثابت عبد لرحمن إدريس في تعريفه للخدمة العامة على محورين:

**1- مفهوم الخدمة العامة كعملية**

حيث يمكن أن اعتبار الخدمة التي تقدمها المنظمات الحكومية، أو العامة على أنها تمثل عمليات ذات طابع تكاملي، تنطوي على مدخلات وتشغيل ومخرجات، وبالنسبة للمدخلات فإن هناك ثلاثة أنواع يمكن أن تجري عليها عمليات التشغيل لإنتاج الخدمة المطلوبة وهي:

أ/ الأفراد: إذ يمثل المواطن طالب الخدمة أحد أنواع المدخلات في عمليات الخدمة العامة، أي عندما تؤدي هذه العمليات على المواطن بذاته. مثال ذلك عندما يدخل مريض إلى المستشفى، فإن عمليات العلاج والوقاية

ومختلف الخدمات الصحية تجري عليه بذاته، ويجري هذا الأمر على مختلف الخدمات العامة، مثل محاكمة الأفراد، وسفرهم وغيرها من الأمثلة.

ب/ **الموارد:** حيث يمكن أن تصبح مختلف الموارد والأشياء هي أحد أنواع المدخلات في عمليات الخدمة المقدمة من المنظمات العامة؛ أي عمليات الخدمة التي يتم إجراؤها على الأشياء وليس على الأفراد وتسمى عمليات الأشياء المملوكة، مثل خدمات رخص مرور السيارات، والخدمات العامة المختلفة في خطوط السكك الحديدية.

ج/ **المعلومات:** تمثل أحد أنواع المدخلات في عمليات الخدمة العامة ويطلق عليها عمليات تشغيل المعلومات، ويعكس هذا النوع الجانب الحديث للخدمة العامة، كمحصلة للتطور في تكنولوجيا المعلومات والاتصال، مثل خدمات تحليل البيانات في مراكز المعلومات، وعمليات تشغيل البيانات في مراكز البحوث والجامعات (عشور، 2009-2010، ص41).

## 2- مفهوم الخدمة العامة كنظام

انطلاقاً من مفهوم النظم يمكن النظر إلى الخدمة التي تقدمها المنظمات العامة كنظام يتكون من أجزاء مختلفة تشمل ما يلي :

- نظام عمليات تشغيل أو إنتاج الخدمة: وفق هذا النظام تتم عمليات التشغيل على مدخلات الخدمة لإنتاج العناصر الخاصة بالخدمة.

- نظام تسليم الخدمة: ووفق هذا النظام يتم تجميع نهائي لعناصر الخدمة، ثم التسليم النهائي للخدمة، وإيصالها للمواطن طالب الخدمة.

ويتضمن مفهوم الخدمة العامة كنظام شكلين:

- خدمة عامة مرئية أو منظورة لمستقبل الخدمة (المواطن)

- خدمة عامة غير مرئية أو غير منظورة، ويطلق عليها جوهر الخدمة الفني.

غير أن بعض الدراسات تميل إلى استخدام تعبير المكتب الأمامي بالنسبة للأجزاء المرئية، أو المنظورة في نظام الخدمة، وتعبير المكتب الخلفي، بالنسبة للأجزاء غير المرئية أو غير المنظورة.

ولتوضيح مفهوم الخدمة العامة كنظام يمكن تقديم أحد الأمثلة انطلاقاً من الخدمات التي تقدمها المنظمات العامة في المجتمع، فقد يتوجه مواطن لتسجيل سيارته أو استخراج رخصة لها، في بداية يقوم بتقديم مختلف الوثائق والأوراق اللازمة لدى مكتب الخدمة، ويسدد ما هو مخصص ومطلوب من نقود لمثل هذه الوثائق في الخزينة،

وعليه بالانتظار قليلا لكي تنتهي الخدمة، وهنا يمكن القول أن هذا الجزء من الخدمة يمثل الجزء المرئي للمواطن (يراه بنفسه)، لأنه يرى الإدارة والموظفين والمعدات الإدارية والأجهزة، غير أنه وحتى يحصل على الخدمة المطلوبة، يتطلب الأمر مهام وأعمال أخرى تجري داخل مكتب الخدمة العامة (مكتب المرور مثلا)، مثل الفحص في الدفاتر أو الحاسب الآلي عن تاريخ السيارة، والمخالفات، التسجيل، المراجعة الداخلية، وكل هذه الأعمال تتم في المكتب الخلفي، الذي لا يراه المواطن، وهو ضروريا لاستكمال الخدمة وتقديمها. (عشور، 2009-2010، ص42).

الخدمة العمومية هي أي نشاط يهدف إلى تحقيق منفعة عامة تقع على كاهل الدولة عن طريق مؤسسات سواء إدارية أو اقتصادية أو إعلامية، وذلك عن طبق تدخل الإدارة العامة لضمان المنفعة العامة ومراقبتها (ودان، مركان، 2015، ص99).

وتعد الخدمة العمومية في الإذاعة على غرار وسائل الإعلام هي عبارة عن مجموعة من المهام والأنشطة المتنوعة التي تبثها في محتويات برامجها التي تقدمها بغية تحقيق مبدأ "خدمة المواطن" وتلبية حاجياته الاجتماعية انطلاقا من كونها مرفقا عموميا (مهيرة، دس، ص6).

وارتبطت الخدمة العمومية بالقول أنها تحيل إلى العام، أي الفضاء العام أو المشترك، وبهذا المعنى فإن الخدمة العمومية في الإذاعة يمكن التعبير عنها باعتبار ان البث الإذاعي يتوجه إلى خدمة الفضاء العام، وهو ما يعني ان المضامين والقيم التي تحملها هذه الخدمة تبدو أكثر وضوحا. وعلى اعتبار أن الفضاء العام يمثل المؤسسات التي تتيح للأفراد كمواطنين، المشاركة الفاعلة، وتحفزهم على اتخاذ قرارات جماعية تراعي الصالح العام، فإن هذه الوسيلة التي هي في خدمة الفضاء العام تضمن لكل الأفراد الوصول إلى المعلومات والمعارف التي يحتاجونها للقيام بواجباتهم المدنية، ويتمثل هذا المعنى مع فهم الذاتي للقائمين على مؤسسات البث العام خلال فترة الاحتكارات (صادق، 2011، ص18).

### المطلب الثاني: خصائص الخدمة العمومية وأهم مبادئها

#### الفرع الأول: خصائص الخدمة العمومية

تفرد الخدمة العمومية بالمقارنة مع السلعة بعدد من السيمات والخصائص تتمثل فيما يلي:

#### 1- اللاملموسية:

بمعنى ليس لها وجود مادي أبعد من أنها تنتج أو تحضر ثم تستهلك أو يتم الانتفاع منها عند الحاجة إليها، ومن الناحية العلمية فإن عمليتي الانتاج والاستهلاك تحدثان في آن واحد.

و يترتب على ذلك خاصية فرعية أخرى وهي صعوبة معاينة تجربة الخدمة قبل شرائها بمعنى آخر أن المستفيد من الخدمة لن يكون قادرا على إصدار قرارات وأحكام مستندة على تقييم محسوس، من خلال الحواس البصر، والشم، والتذوق، قبل شراءه للخدمة، كما يفعل عند شراءه سلعة مادية، ولهذا نستطيع أن نقول بأن المواطن يدري بقيمة الشيء عند شراءه لسلعة، على عكس تقييم الخدمة الغير المحسوسة فيكون قراره أصعب في تلك الخدمة المقدمة له.

## 2- التلازمية:

نعني بالتلازمية درجة الترابط بين الخدمة ذاتها وبين الشخص الذي يتولى تقديمها، فنقول بأن درجة الترابط تكون كبيرة في الخدمات، ويترتب على خاصية التلازمية ما يلي:

- وجود علاقة مباشرة بين مؤسسة الخدمة والمستفيد.

- ضرورة مساهمة أو مشاركة المستفيد من الخدمة في إنتاجها.

## 3- عدم التماثل أو عدم التجانس:

إن هذه الخاصية فهي صعبة في عملية ترميط الخدمات وخاصة تلك التي يعتمد تقديمها على الإنسان بشكل كبير، و لهذا يصعب بين طرفي التعامل يعني المورد والمستفيد التنبؤ بما ستكون عليه الخدمات قبل تقديمها والحصول عليها.

## 4- تذبذب الطلب:

تميز الطلب على بعض الخدمات بالتذبذب وعدم الاستقرار، فهو لا يتذبذب بين فصول السنة فحسب بل يتذبذب من يوم إلى آخر، أو من ساعة إلى أخرى. مثلا مواسم الحج، الدخول المدرسي، الإعانات الاجتماعية كقفة رمضان، عمرة رمضان.. إلخ (العلاق، والطايفي، 2009، ص23).

## الفرع الثاني: المبادئ الأساسية لتقديم الخدمة العمومية:

و قد ينظر إلى هذه المبادئ - التي تعد تقليدية عند بعض الباحثين - وفقا لجانبين منها ما يتعلق بالجانب القانوني و الإداري لتقديم الخدمة العامة و منها ما يتعلق بطبيعة المشاريع الهادفة إلى تقديمها، و يمكن أن نعرض هذه المبادئ بصورة عامة، فيما يلي:

## 1- الإستمرارية la continuité

يجب أن يتسم تقديم الخدمة العمومية بالاستمرارية و الانتظام و ذلك بإتاحة الخدمة لأي فرد يحتاجها في ظل ظروف محددة، إلا في حالات يتعذر على هيئات تقديم الخدمة أن تستمر في تقديمها.

## 2- المساواة l'égalité

هي مبدأ أساسي في تقديم الخدمة العامة كما أنه عامل من عوامل الديمقراطية الإدارية، مضمون هذا المبدأ أنه ينبغي أن يحصل جميع أفراد المجتمع على الخدمة العامة و أن تتشابه الضريبة أو الرسم في المواقع المتشابهة، وأن يدفع الجميع بنفس الطريقة و يحصلوا على جميع الضمانات، هذا المبدأ يتضمن ضرورة توفير الخدمة العامة بدون عوائق و إتاحتها لجميع المواطنين دون استثناء و بصورة عادلة.

## 3- الموائمة la mutabilité

ان المنفعة العامة و من ثم الخدمة العامة تتطور مع مرور الزمن وتطور المجتمعات و من ثم فمن الضروري وفقا لهذا المبدأ أن تقدم الخدمة بكفاءة، وأن يساير تقديمها تطور حاجات المواطن على اعتبار أن هذه الحاجات تتغير و تتطور مع الزمن خاصة و أن المحيط بجميع مجالاته، يتميز بالتغير و عدم الثبات. على غرار هذه المبادئ نجد أن الخدمة العامة تجمع بين عنصرين أساسيين هما الطابع الخدمي و العمومي و اللذان تحكمهما الميزات التالية:

أ/ علاقة عدم البيع: تتميز الخدمات العامة المقدمة من طرف الهيئات العمومية بالجانبة عموما أو بسعر يؤول الربح فيه إلى الصفر فقد يدفع المرتفق مبلغ رمزي في صورة رسم أو ضريبة في أغلب الأحيان، إذ يتم الحصول على الخدمة دون توفر خاصية التبادل المباشر الذي تتميز به النشاطات الاقتصادية الأخرى (كبيع السلع، أو الخدمات المقدمة من طرف القطاع الخاص) أين يتم دفع الثمن بشكل مباشر.

ب/ المنفعة العامة كهدف أساسي للخدمة العامة: إن الهدف الأساسي للنشاط الحكومي و من ثم المنظمات المقدمة للخدمة العمومية هو المنفعة العامة.

ج/ الرقابة العامة: تخضع أنشطة الهيئات العمومية و من ثم الخدمة العامة إلى رقابة متعددة الأطراف منها الوصايا المباشرة، هيئات الدولة فضلا عن المجتمع المدني على أساس أنه الممول الأساسي و الفعلي لنشاط هذه المرافق، ومع تعدد هذه الأطراف التي تتميز أهدافها أحيانا بالتعارض فإنه كثيرا ما تكون هذه الرقابة فعالة أحيانا وفاشلة أحيانا أخرى حسب الهدف منها وحسب مصلحة كل طرف (عطار، 2014-2015، ص61-62).

المطلب الثالث: أنواع ونظم الخدمة العمومية

الفرع الأول: أنواع الخدمة العمومية:

تضم الخدمة العمومية مجموعة كبيرة وغير متجانسة للخدمات الجماعية المنظمة من طرف الدولة، يمكن حصرها في مجموعة الخدمات التالية:

1- الخدمات الإدارية: مثل خدمة الحالة المدنية بالبلديات.

2- الخدمات الاجتماعية والثقافية: مثل خدمة التمدرس الإلزامي، الخدمات الصحية والترفيهية.

3- الخدمات الصناعية والتجارية: مثل خدمة الجزائرية للمياه، خدمة مؤسسة الكهرباء والغاز.

كما يمكننا أن نميز من ناحية أخرى بين ثلاثة أنواع من الخدمة العمومية وفق التصنيفات التالية:

1 - من حيث طبيعة الخدمة المقدمة: نجد صنفين، خدمة فردية كاستخراج الوثائق الإدارية من طرف أي فرد يحتاجها، وخدمة جماعية كالإنارة العمومية.

2 - من حيث طبيعة استهلاك الخدمة: نجد صنفين، خدمة ذات استهلاك إجباري كاستخراج بطاقة التعريف الوطنية للبالغين، وخدمة ذات استهلاك اختياري كاستخراج جواز السفر.

3 - من حيث طريقة تحمل التكلفة: نجد في هذه الحالة ثلاثة أصناف من الخدمات، خدمة مجانية (تقدم دون مقابل وتحمل تكلفتها كلياً الخزينة العمومية للدولة مثل حملات التلقيح، الأمن العمومي والإنارة العمومية)، وخدمة بالمقابل (يتحمل تكلفتها كلياً وبشكل مباشر المستفيد منها مثل الكهرباء المنزلية والهاتف العمومي)، وخدمة مدعمة (يتحمل تكلفتها جزئياً المستفيد منها والباقي دعم حكومي لها مثل السكن والسلع الاستهلاكية الأساسية كمادة الحليب والخبز).

كما يذهب البعض إلى تصنيف الخدمة العمومية إلى صنفين وفق المعيار التسويقي:

الصنف الأول: يتمثل في الخدمات غير المسوقة المقدمة والمفروضة على الجميع (مواطنين ومقيمين) من قبل القوة العمومية والحصول عليها مجاني وإنتاجها يمول بواسطة أموال عمومية مغذاة من الإيرادات العامة للدولة (من الحصيلة الجبائية خصوصاً) مثل الأمن، الدفاع، خدمات البلدية، الإنارة العمومية، النظافة العمومية وحماية البيئة.

**الصف الثاني :** يتمثل في الخدمات المسوقة والمقدمة للأفراد بشكل اختياري وطريقة الحصول عليها بمقابل يغطي إجمالي تكلفة الخدمة المقدمة مثل الكهرباء، الغاز والماء، كما يمكن أن تكون مدعمة جزئياً من الخزينة العمومية مثل السلع الاستهلاكية كمادة الحليب والخبز..(ودان، ومركان، ص 99-100).

### الفرع الثاني: نظم الخدمة العمومية:

يمكن تقسيم نظم الخدمة العمومية إلى نظام الخدمة المفتوح ونظام الخدمة المغلق.

**1- نظام الخدمة العمومية المفتوح:** إذ يتم النظر في النظام المفتوح إلى الوظيفة على أنها مثل أي مهمة مجتمعية يتم إعداد الفرد لها ويتفرغ لممارستها طول حياته العملية وتقوم المؤسسات العمومية وفق هذا النظام باستقطاب عدد من العاملين وفقاً لنوع الخدمة، حيث يتم تعيين العاملين تبعاً لمتطلبات العمل الحقيقية بغية تقديم خدمة محددة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة العمومية. ويمتاز نظام الخدمة العمومية المفتوح بمجموعة من الخصائص تتمثل في ما يلي:

أ- البساطة: ويظهر ذلك من خلال (النعي، 1997، ص 164):

- لا تبذل المؤسسات العمومية أي جهد في إعداد الموظفين الذين يتوجب عليهم إعداد أنفسهم وتحمل نفقات هذا الإعداد.

- لا مسؤولية الإدارة عن تدريب العمال أثناء العمل سواء في دورات تدريبية أو غيرها بل الموظف هو المسؤول عن تحسين مستواه بنفسه.

ب- مرونة النظام: تترجم حرية الإدارة في التخلي وإلغاء أي وظيفة معينة لم تعد الحاجة إليها قائمة، كما يمنح هذا النظام هامش حرية للموظف كي يبحث عن وظيفة أخرى تتناسب مع ميوله واستعداداته.

ج- اقتصادية النظام: يتم التعيين في الوظيفة وفق احتياجات العمل، بالإضافة إلى الانفتاح على المجتمع وعد تمييز العاملين الحكوميين عن غيرهم من العمال في القطاعات الأخرى.

**2- نظام الخدمة العمومية المغلق:** وفق هذا النظام غالباً ما تقوم الإدارة بعمليات إعداد الموظفين قبل التحاقهم بالعمل واستمرار التدريب أثناءه بغية رفع المستويات المهنية وتنمية القدرات ويرتكز نظام الخدمة العامة على محورين هما كالتالي:

أ- **قانون الموظفين:** هو عبارة عن مجموعة قواعد قانونية محددة لمختلف العاملين في المنظمات الحكومية تجعلهم يتميزون عن غيرهم من الموظفين في القطاعات الأخرى، حيث ينطوي قانون الموظفين على قواعد خاصة تتعلق بالتعيين والمعاملة المالية والإجازات والمنافع المادية المعنوية كما يحدد كل المسؤوليات والواجبات العامة لكل موظف ومختلف الإجراءات الجزائية الخاصة بإهمال أي شرط من شروط العمل في الخدمة العمومية.

ب- **حياة مهنية متميزة:** على خلاف النظام المفتوح للخدمة العمومية حيث يتم التحاق الفرد فيه من أجل شغل وظيفة محددة، فإن النظام المغلق يتم فيه التوظيف من خلال موافقة الإدارة على استخدام عامل وذلك استنادا إلى العديد من الاعتبارات تتعلق بما ينتظر منه أثناء تواجده في خدمة المؤسسة، وما يمكن أن يقدمه خلال أدائه لوظائف كثيرة (حرشاو، 2015-2016، ص 41-42).

### المطلب الرابع: مظاهر الخدمة العمومية ووظائفها

#### الفرع الأول: مظاهر الخدمة العمومية

وفي الجزائر تؤكد الحكومة عزمها على تحسين الخدمة العمومية من خلال تغيير نوعي لأنماط تنظيم وسير المؤسسات والإدارات وتسهر على ما يعزز تجسيد التحسين الدائم للخدمة العمومية من خلال المظاهر التالية:

- تحسين الاستقبال عبر تهيئة وإقامة هياكل مناسبة لراحة أفضل للمواطنين.
- تكييف أيام ومواقيت استقبال المواطنين بالمرافق العمومية وفتح أبواب المصالح.
- تبسيط الإجراءات الإدارية و تحسين علاقة الإدارة بالمواطن.
- إقامة الشبائيك الوحيدة التي ستسمح للمواطنين بإمكانية القيام بكل مساعيهم الإدارية في إطار منظم وعاجل.
- وضع أنظمة و إجراءات للاتصال بغرض ضمان إعلام الجمهور بالخدمات المقدمة، و تحسين وصولهم إلى المعلومة، و جمع آرائهم واقتراحاتهم.
- التعميم التلقائي للتكنولوجيات الجديدة للإعلام و الاتصال و التكوين ذي الصلة، بمثابة الأسس التي تقوم عليها عصرة المؤسسات والمرافق.
- المتابعة الصارمة و العاجلة لدراسة الطلبات و شكاوي المواطنين و الرد على إنشغالاته.
- تعزيز قدرات المؤسسات الإعلامية و فعاليتها، من خلال تكوين المستخدمين و تحسين مستواهم.

- إنشاء مرصد وطني للخدمة العمومية مكلف بإجراء دراسات و تقديم اقتراحات لتدارك النقائص ونبذ البيروقراطية (عبايدي، 2015-2016، ص32-33).

### الفرع الثاني: وظائف الخدمة العمومية

تمثل وسائل الإعلام جزءاً من الفضاء العمومي؛ فهي تمثل فضاء تعبر فيه مختلف القوى السياسية عن آرائها وتوجهاتها، وتقترح المشاريع الكفيلة بإيجاد الحلول للمشكلات المطروحة في مختلف القطاعات، كما تمثل فضاء للحوار بين المصالح الخاصة والسلطات العمومية المكلفة بإدارة الشؤون العامة، حيث تقوم بدور أساسي في تجسيد حرية التعبير والتفكير وكذا حرية التداول في الشأن العام. وبهذا فإن هذه الوسائل تؤدي خدمة عمومية ذات أهمية كبيرة تتضمن مجموعة من الوظائف أهمها:

- **الوظيفة الآخبارية:** من خلال توفير المعلومات للمواطنين حول القضايا العامة التي تتعلق بالشأن العام لتنوير الرأي العام، أوفادة المواطنين بما يدور في المجتمع من حوادث واتجاهات في الرأي، وكذا اقتراحات لإيجاد الحلول للمشكلات المطروحة وغيرها.

- **الوظيفة التداولية:** من خلال دعم حرية التفكير وإبداء الرأي في القضايا العامة وفي إدارة الشأن العمومي، وانتقاد السلطة واقتراح البدائل لما هو مطروح؛ حيث ترتبط بحرية التفكير حرية المعتقد وحرية التعبير عن الأفكار والمشاريع، إذ تمثل هذه المبادئ أسس حرية التداول في الشأن العام.

- **وظيفة المشاركة:** من خلال تمكين القوى الاجتماعية غير الممثلة في الهيئات والمجالس الرسمية (كالبرلمان، المجالس المحلية) من المشاركة بالرأي في القضايا العامة. (فني، 2013، ص14-15)

المطلب الخامس: محددات الخدمة العمومية بإذاعات المحلية وعوائق تقديمها في المرفق الإداري

### الجزائري

#### الفرع الأول: محددات الخدمة العمومية بإذاعات المحلية

تلي الإذاعة المحلية عبي غرار وسائل الإعلام الأخرى مجموعة من المهام ابرزها الإعلام والتثقيف والترفيه وهذا ماتحاول ان تعكسه ضمن برامجها التي تبثها مراعية بذلك تنوعها والمهام بكل القضايا التي تم الشأن الوطني أو المحلي وهذا بغية التجسيد الأمثل لمبدأ الخدمة العمومية هذا مايجعلها تتوخى مجموعة من المحادثات التي تجعلها توفر خدمة عمومية نموذجية للمستمعين (مهيرة، دس، ص8) من بينها:

- قيمة الديمقراطية كنظام حياة وضرورة حماية مكوناتها.

- ضمان التعددية باعتبارها أساسا لتحقيق مبدأ حرية التعبير، وذلك من خلال استقلالية التحريرية وتعددية اتجاهات ومصادقية الأخبار.
- تحول المواطن إلى عنصر فعال عبر ظهور مصطلح المواطن الصحفي أو المرسل المواطن أو المواطن الموثق.
- توظيف تكنولوجيا الإتصال حديثة.
- ضرورة الوصول إلى نسبة استماع محترمة، وأن يكون تحقيق هذه النسبة ليس هدفا في حد ذاته بل نتيجة وجب تحقيقها عبر برمجة وسياسة التحرير واضحة المعالم.
- ضرورة إعادة هيكلة إعلام الخدمة على المستوى التشريعي والقانوني الأساسي، والهيكل الإداري، أي بما يتناسب، ومرونة التسيير والاستقلالية المالية وخدمة المصلحة العامة ضمن المبادئ الديمقراطية (زرن، 2011، ص33-34).

### الفرع الثاني: عوائق تقديم الخدمة العمومية في المرفق الإداري الجزائري

لا يمكن تعزيز أسس دولة القانون و تكريس العدالة الاجتماعية من دون مرافق عمومية إدارية ناجعة وفعالة، ومن هذا المنظور، فقد بذلت الدولة جهودات كبيرة من أجل تزويدها بمنشآت قاعدية وتجهيزات ضرورية لأداء مهامها، وذلك بانجاز، تجهيز وتهيئة العديد من المقرات الإدارية و تعزيز مواردها البشرية لضمان تأطيرها، بالإضافة إلى تفعيل برنامج طموح يهدف إلى عصرنه المرافق العمومية الإدارية و إدخال المعلوماتية في إدارتها وأداءها لمهامها.

غير أنه لا تزال نوعية الخدمات التي تقدمها تبقى دون مستوى الطموحات، الأمر الذي يشكل مصدر انشغال السلطات العمومية و إحباط لمستعملي المرافق العمومية من خلال النقائص التالية:

#### 1- نقص في ما يخص استقبال المواطن و التكفل بانشغالاته و طلباته سيما:

- أن بعض المسؤولين المحليين لا يستقبلون المواطنين.
- يقوم البعض بتكليف بعض مرؤوسهم لاستقبال المواطنين و الذين غالبا ما يفتقرون للمؤهلات و القدرات التي تسمح لهم بالمعالجة الملائمة لطلبات المواطن و التكفل بانشغالات.
- استقبال المواطنين في ظروف غير لائقة و تقديم ردود سلبية للمواطنين الذي لا يساهم في تعزيز الثقة بين المواطن و الإدارة.

**2- نقص التوجيه، الاتصال و إعلام المواطنين لا سيما في:**

- نقص إعلام المواطنين حول مختلف الخدمات الإدارية كالشروط التنظيمية للاستفادة من بعض الخدمات واستحقاقها.
- الاجراءات الواجب إتباعها في إعداد الملفات الإدارية.
- أجال معالجة الملفات.
- نقص و غياب وسائل وإشارات لتوجيه المواطن على مستوى الادارات و أحيانا وجود وسائل قديمة لم تعد صالحة و تحتاج لإعادة التحسين و الضبط.
- غياب اتصال فعال يضمن مجهود الإدارة فيما يخص خدمات المرفق العمومي المقدمة .
- استقبال و توجيه المواطنين من قبل أعوان غير مؤهلين، مهمتهم الأصلية هي الوقاية و الأمن.

**3- استمرار التصرفات البيروقراطية في بعض الادارات و المتمثلة في:**

- المطالبة بوثائق أو إجراءات خارج تلك المنصوص عليها في القوانين و التنظيمات الجاري العمل بها .
- البطء في معالجة طلبات و شكاوي المواطنين.

**4- إجراءات و تدابير تحسين الخدمة العمومية بالمرافق العمومية الجزائرية**

- الاستقبال و التكفل بشكاوي و طلبات المواطنين .
- تحديد يوم من أيام الاستقبال وتخصيصه لاستقبال المواطنين من طرف المسئول الأول على المرفق و إعلام المواطنين به.
- تعيين وتكليف إطارات مؤهلة للتكفل ببرمجة عمليات الاستقبال و التكفل بمتابعة شكاوي و تظلمات المواطنين الواردة.
- تهيئة وتجهيز قاعات الانتظار و فضاءات الاستقبال بصفة لائقة .
- وضع الوسائط الاتصالية في متناول المترددين على المرافق العمومية لأجل إعلامهم حول مختلف الجوانب التي تمهمهم (عبايدي، 2015-2016، ص34-35).

## المبحث الثاني: مبادئ الخدمة العمومية في العمل الإعلامي

المطلب الأول: نشأة وتطور هيئة الإذاعة البريطانية (BBC):

الفرع الأول: نشأة هيئة الإذاعة البريطانية (BBC):

هي هيئة اعلامية مستقلة مقرها ضاحية "وايت سيتي" غرب لندن بالمملكة المتحدة، تأسست سنة 1922 من قبل مجموعة من الشركات الخاصة وبدأت البث في سنة 1923 تحت مسمى شركة الإذاعة البريطانية، وفي مطلع سنة 1927 تحولت هيئة الإذاعة البريطانية BBC إلى شركة عامة بعد أن تدخلت الحكومة البريطانية قصد جعلها إذاعة خدمة عامة، كهدفها الخاصة توفير الإعلام والتثقيف والترفيه للمواطن البريطاني. فهي تضم شبكة من القنوات ومؤسسات الإنتاج تشغل 3500 شخص منهم 2000 من الصحفيين (الزرن، ومعز، دس، ص 37-29) وثمان قنوات تلفزيونية والتلفزيون التفاعلي وأكثر من خمسون محطة راديو محلية، وخدمات تلفزيونية، وواحد من أكبر المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت وأكثرها شعبية. وقد منحت الحكومة امتياز هيئة الإذاعة البريطانية التي تتميز بإذاعة الأخبار والتحليلات وبرامج التعليم. (خليفة، 2008، ص 55).

الفرع الثاني: تطور خدمات هيئة الإذاعة البريطانية (BBC):

بالإضافة إلى خدماتها الإذاعية والتلفزيون، توفر هيئة الإذاعة البريطانية خدمات تفاعلية، بعد أن تم إطلاق أولى خدمات البي بي سي على شبكة في 6 مايو 1994 تحت مسمى (بي بي سي أونلاين BBC on line) ثم تغيير مسمى الخدمة إلى (بي بي سي أي BBCi).

وفي سنة 1997 قامت البي بي سي بإطلاق النسخة العربية لموقعها على الشبكة تحت عنوان [www.bbcarabic.com](http://www.bbcarabic.com) ليكون موقعها تعريفياً بنشاطات القسم العربي في هيئة الإذاعة البريطانية. ثم سرعان ما تحول الموقع شيئاً فشيئاً إلى واحد من أبرز المواقع العربية النشطة في تقديم الأخبار المكتوبة، والمسموعة، والمقروءة في تفاعل مع زائري الموقع الذي يجري تحديثه باستمرار.

وفي أكتوبر 2005 تم اعلان عن مشروع بعث قناة البي بي سي باللغة العربية لتبدأ بثها في خريف 2007، إلا انه تم تأجيل البث. وفي 11 مارس 2008 تم اطلاق قناة اخبارية ناطقة بالعربية في الساعة 09.56 بتوقيت غرينتش، ويعد قسم البي بي سي نيوز في هيئة الإذاعة البريطانية من أهم الأقسام المسؤولة عن جمع الأخبار وإذاعتها محلياً وعالمياً، ويتولى هذا القسم تأمين بث نشرات الأخبار باللغة الإنجليزية، في المناطق والمراكز

الاقليمية في جميع أنحاء إنجلترا، ويدير القسم مراكز في أيرلندا الشمالية، واسكتلندا، وويلز، حيث تعمل هذه المناطق على إنتاج برامجها من الأخبار المحلية وغيرها من الشؤون الجارية، والرياضية نفسها.

ان وجود هيئة الإذاعة البريطانية على شبكة الإنترنت المترامية الأطراف وصمودها ككيان اعلامي من خلال المئات من مواقع الإنترنت المرتبطة بأخبارها وبرامجها الترفيهية، هي من بين أهم نقاط القوة الترويجية للبي بي سي.

كما طورت هيئة الإذاعة البريطانية خدمة "وورلد سيرفس" عبر شبكتها اللاسلكية؛ حيث تمكنت من جذب اهتمام 180 مليون مستمع في جميع أنحاء العالم أسبوعياً. (الزرن، بن مسعود، دس، ص 40-41)

### المطلب الثاني: تمويل هيئة الإذاعة البريطانية (BBC) :

يأتي تمويل هيئة الإذاعة البريطانية أساساً ومباشرة من المواطنين، مع نسبة تمويل ذاتي ناتجة عن عمليات تجارية خارجية.

أما الإعلانات في إذاعات وتلفزيونات (BBC) الوطنية، وكذلك رعاية البرامج فهي ممنوعة بالكامل لسببين أساسيين:

-تفادي أن يؤثر المعلنون ورعاة البرامج بأية طريقة من الطرق على الخط التحريري للإذاعة البريطانية أو محتوى البرامج ومواعيد بثها.

-عدم دخول هيئة الإذاعة البريطانية، في منافسات مع القنوات المعتمدة على الإعلانات اعتباراً وأنه يتوفر للهيئة من مداخل مباشرة من الشعب ما لا يتوفر لهذه القنوات الخاصة. (ماهر، دس، ص 60)

### المطلب الثالث: هيكل إدارة هيئة الإذاعة البريطانية:

على الرغم من الإصلاح الشامل لتنظيم البث وإنشاء المكتب البريطاني للإعلام، تحتفظ هيئة الإذاعة البريطانية بهيكلها التقليدي القائم على التنظيم الذاتي، و يكلف مجلس للمحافظين بضمان أن تحافظ هيئة الإذاعة البريطانية على مجموعة من الممارسات تماشياً مع الميثاق الملكي و الاتفاقية ضمن أنشطتها الإذاعية والتلفزيونية يتألف مجلس المحافظين من 12 محافظاً من بينهم رئيس المجلس و نائبه وهم مسئولون عن ضمان خدمة المصالح العامة من خلال البرامج و الخدمات و الأنشطة، ويقوم وزير الثقافة والإعلام والرياضة بتعيين أعضاء المجلس، ويدير رئيس المجلس أعماله. وطبقاً للميثاق الملكي، يصادق مجلس المحافظين على أهداف هيئة الإذاعية البريطانية ويراقبها ويضمن تحقيقها .

وتشمل توجيهات هيئة الإذاعة البريطانية كذلك موضوعات من قبيل الذوق العام والآداب العامة، وكما يذكر في الميثاق الملكي وفي الاتفاقية فلا يجب أن تذيع هيئة الإذاعة البريطانية برامج "تتضمن أي شيء للذوق العام و اللياقة أو من المتوقع أن يشجع أو يحرض على ارتكاب جريمة أو يؤدي إلى فوضى، أو يجرح المشاعر العامة".

كما على الحكومة والبرلمان أن يضمنوا وجود وهياكل تنظيمية فاعلة و مناسبة يتم تطبيقها من أجل ضمان الفصل الواضح ما بين الإدارة و مجلس المحافظين في هيئة الإذاعة البريطانية، و على الهيئة أن تواجه الضغوط التي تفرضها عليها المنافسة و أن تمنع إزاحة أنواع البرامج التي تواجه معارضة أكبر أو الخاصة بالأقلية عن وقت ذروة المشاهدة ضمن محطات البث العامة (عصفور، 2013، ص24-25).

#### المطلب الرابع: المبادئ التي تحكم الخدمة العمومية في هيئة الإذاعة البريطانية (BBC):

تتقيد هيئة الإذاعة البريطانية بمجموعة من أخلاقيات العمل تجعل منها مدرسة فريدة في الدقة والموضوعية، وتشكل أساس خطها التحريري؛ وتتضمن هذه الأخلاقيات المهنية كتيب، هو عبارة عن مدونة سلوك، يوزع على كافة الموظفين للتشبع بمحتواه وتطبيق التعليمات المهنية فيه بصرامة، ويتم تحديث الكتيب دورياً وتوزيعه، وينشر للعموم ليكون الشعب مطلعاً عليه، وتتلخص مدونة السلوك في العناصر التالية:

\*الثقة: وهي الأساس الذي تقوم عليه هيئة الإذاعة البريطانية باعتبارها مؤسسة "مستقلة ومحيدة ونزيهة" مع تفادي نقل أي مواد يمكن أن تضلل الرأي العام.

\*الحقيقة والدقة: وهي نقل حقيقة ما حدث بدقة، من مصادر وثيقة وبناء على أدلة سليمة، مع تقديم المعلومة بلغة واضحة لا لبس فيها ودون تكهنات.

\*الحياد: وهو من صميم الالتزام البي بي سي بإزاء جمهورها، ويفرض فسح المجال وفي فترة زمنية مناسبة أمام تنوع الآراء حتى لا يبقى أي رأي مغاير غير مسموع.

\*نزاهة الخط التحريري واستقلاليته: حيث أن هيئة الإذاعة البريطانية مستقلة عن أي أطراف خارجية عنها، فهي تخاطب مشاهديها تحت هذا العنصر بالقول: "على جمهورها أن يثق بأن قراراتها لا تتأثر بمصالح خارجية، وضغوط سياسية أو تجارية أو مصالح شخصيه".

\*تفادي الضرر والمخالفة: فمع سعي هيئة الإذاعة البريطانية إلى نقل العالم كما هو بتجاربه وواقعه فإنها تقر بضرورة حماية الضعفاء وكذلك الأطفال؛ من الأذى وتجنب الخبر الذي يمكن أن تحدث عنه جريمة.

\*خدمة المصلحة العامة: وتكون من خلال البحث في المواضيع التي تهم الرأي العام بهدف إنارته بالخبر والتحليل، وطرح الأسئلة على أصحاب القرار لاستفءاء المعلومة وكذلك مسائلتهم في منتديات مفتوحة للنقاش العام.

\*الإنصاف: بتوفير مادة إعلامية أساسها العدل الصدق والانفتاح.

\*الخصوصية: عدم انتهاك الخصوصية دون سبب، بما في ذلك خصوصية المعلومات والمراسلات والمحادثات، إلا إذا كانت هذه الخصوصية في حد ذاتها تتضمن مسا بالمصلحة العامة.

\*الأطفال: الحفاظ على رفاقتهم ورفاه صغار الشبان الذين يظهرون في أي إنتاج، والعمل على الحفاظ على حقهم في التعبير، مع ضمان كرامتهم وسلامتهم الجسدية والنفسية.


\*الشفافية: نسب المحتوى إلى مصادره الكاملة وخاصة خدمة الإنترنت، مع وجوب التنويه إذا كانت أي مادة غير ملائمة للأطفال.

\*المسائلة: تضع هيئة الإذاعة البريطانية نفسها مسئولة أمام جمهورها، وتتعهد بالنزاهة والصراحة بالاستعداد للاعتراف بالخطأ والتشجيع على ثقافة التعلم من الأخطاء ( ماهر، دس، ص 60-61).

## خلاصة الفصل:

حاولنا من خلال هذا الفصل الامام بموضوع الخدمة العمومية من مختلف جوانبها، بدء من مفهومها ومحاولة اعطاء تصور واضح حول هذا المفهوم، وكذا تحديد أهم المبادئ التي تقوم عليها الخدمة العمومية وضرورة الالتزام بها من طرف القائمين على هذه الخدمة.

كما حاولنا الوقوف عند أهم نموذج تجسد هذه الخدمة في معناها الحقيقي الذي يقوم على خدمة الجمهور، هيئة الإذاعة البريطانية بي بي سي وأهم المبادئ التي تحكم الخدمة العمومية فيها، اذ تسعى إلى تقديم خدمة عمومية لكافة مستمعيها باختلاف ميولاتهم وأذواقهم واحتياجاتهم المتعددة، تستهدف خدمة الجميع، ومن خلاله نستطيع القول بأن المهمة الاساسية هاته تقوم بها الإذاعات المحلية باعتبارها مرفقا عموميا يرتكز برسالتها والأدوار التي تؤديها داخل المجتمع المحلي فهي مطالبة دوما بمخاطبة كل فرد منهم، وفي الفترة الأخيرة بدأت المؤسسات الإعلامية تهتم بقطاع الخدمات العمومية، وفق معايير الدقة، السهولة، والكفاءة، وذلك من اجل خلق بيئة وثقافة اعلامية جديدة، تهدف إلى التحسين المستمر في الخدمة العامة، وتخفيض من التكاليف وريح الوقت، وذلك من خلال اشراك الجمهور لكل ما هو حاصل وجديد وفق تسهيلات جديدة من أجل مواصلة سيرورة العمل وفق التكنولوجيا الحديثة بما يوافق مع الخدمات العامة للجمهور.



# الفصل الثالث

## الإطار التطبيقي

## تمهيد:

يعد الجانب الميداني للدراسة أهم جوانب البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية عامة وعلوم الإعلام والاتصال خاصة لأنه يقوم بربط الجانب النظري مع الواقع الفعلي للدراسة، فبعد انتهائنا من عملية الجمع نجد أنفسنا أمام معطيات خامة، وهذه المعطيات عبارة عن استمارات مملوءة. الخ

ومن خلال ما تم تناوله في الجانب النظري والذي حاولنا فيه قدر الإمكان الإلمام بمختلف المعلومات النظرية التي نخدم موضوع للدراسة من خلال ما تضمنه في فصوله المختلفة يأتي أمامنا الجانب الميداني للتحقق والكشف، وذلك بوصف وتشخيص دور موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك في تحسين الخدمة العمومية بالإذاعة المحلية بالمسيلة، بقصد حصر مجموعة من النتائج التي يمكن إن تزيد من توضيح وشرح موضوع للدراسة بصورة أعمق وأدق وأشمل، حيث نقوم بتبويب اجابات المبحوثين في شكل جداول والتعليق عليها للوصول إلى الاستنتاجات العامة التي تجيب على تساؤلات الدراسة في اربعة محاور كالأتي:

- **المحور الأول:** عادات وأنماط استخدام موقع الفيسبوك للإذاعة المحلية بالمسيلة.
- **المحور الثاني:** الآليات التي تعتمد عليها إذاعة المسيلة في صفحتها على فيسبوك لغرض تحسين الخدمة العمومية.
- **المحور الثالث:** أشكال الخدمة العمومية للإذاعة المحلية بالمسيلة المقدمة لتغطية انشغالات الجمهور واحتياجاته عبر صفحتها على الفيسبوك.
- **المحور الرابع:** دور الفيسبوك في تحسين الخدمة العمومية للإذاعة المحلية بالولاية حسب مستخدميه.

شكل رقم (02): بطاقة فنية لإذاعة المسيلة الجهوية عبر صفحتها بالفيسبوك

اسم الصفحة: إذاعة المسيلة RADIO-MSILA

صورة Profile:



صورة غلاف الصفحة:



معجبي بالصفحة (personnes aiment): 6 713 معجب

متابعي الصفحة (personnes sont abonnées): 6 777 متابع

ترددتها: radIO-msila.dz FM102.1-104.5

الهاتف: 035.54.54.54 - 035.54.84.72

بريد الالكتروني: <http://www.radioalgerie.dz/live/msila.html>

<http://196.20.76.146/listen/live/>

<http://radIO-msila.dz>

المصدر: من اعداد الطالبة اعتمادا على معلوماتها بالصفحة وبالملاحق رقم (03) و (04) و (05)

\*تحليل الجداول الإحصائية البسيطة والمركبة:

**1- التحليل الكمي والكيفي للنتائج المتعلقة بالبيانات الشخصية**

يتضمن هذا المبحث وصفا للخصائص الشخصية لأفراد عينة الدراسة، وكذا التعرف على مدى تتبع متغيرات الدراسة التوزيع الطبيعي، وعرض نتائج البحث وتحليلها وتفسيرها للإجابة عن التساؤلات الفرعية للدراسة.

**1-1- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس**

النسبة %	التكرار	الجنس
47.5	38	ذكر
52.5	42	انثى
100	80	المجموع

جدول رقم (05): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

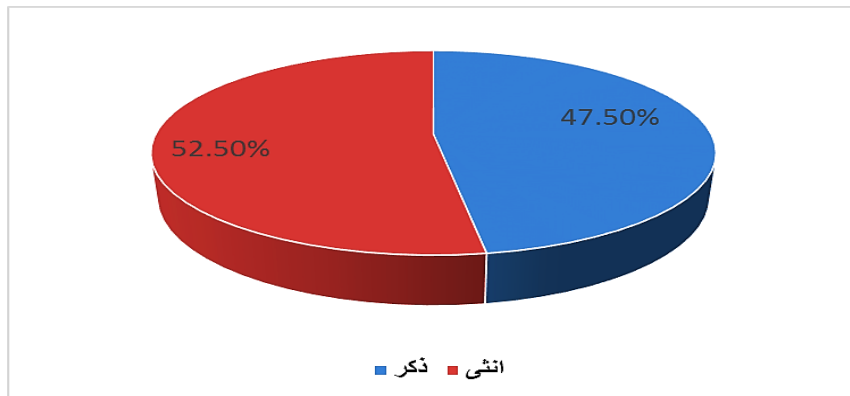
المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss

من خلال قراءتنا للجدول أعلاه، والذي يمثل جنس المبحوثين يتضح لنا إن نسبة الإناث فاقت نسبة الذكور حيث جاءت بمعدل 52.5% من مجموع أفراد العينة في حين بلغت نسبة الذكور 47.5%، هذا ما يمكن تفسيره بكون النسبة الغالبة من المستخدمين صفحة الإذاعة المحلية بالمسيلة إناث.

وفيما يلي الرسم البياني الذي يوضح كل من التكرارات والنسب المئوية الخاصة بمتغير الجنس.

يمكن توضيح المعطيات السابقة من خلال الشكل التالي:

**الشكل (03): توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس**



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss

1-2- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر

جدول رقم (06): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير العمر

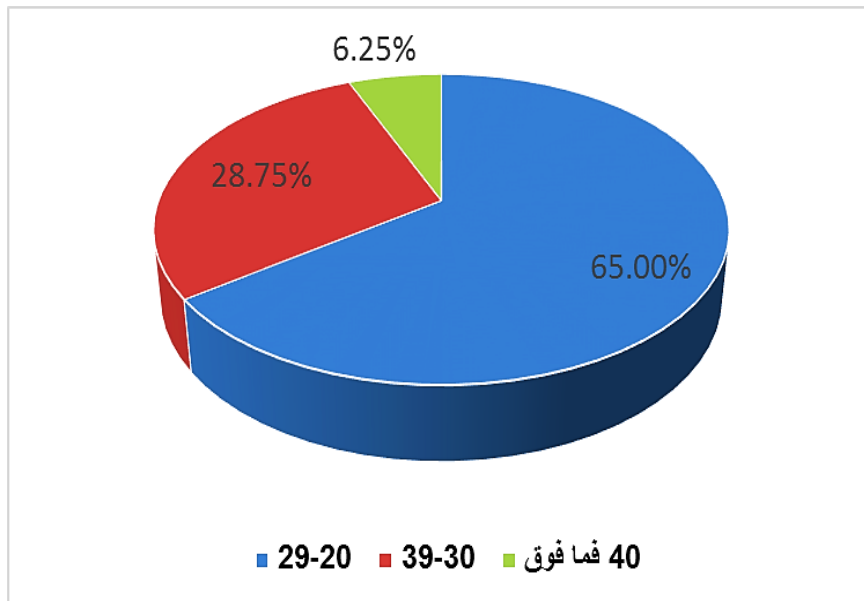
النسبة %	التكرار	العمر
65	52	من 20 إلى 29 سنة
28.8	23	من 30 إلى 39 سنة
6.3	5	من 40 فما فوق
%100	80	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss

من الجدول أعلاه نجد إن الفئة من 20 إلى من 29 سنة احتلت أعلى نسبة بواقع 65% في حين نسبة الباحثين ضمن الفئة العمرية من 30 إلى 39 سنة بلغت 28.8%، وفي الأخير نجد إن نسبة الذين ينتمون إلى الفئة العمرية من 40 فما فوق بلغت 6.3%.

نستنتج ان الفئة العمرية الغالبة هي من 20 إلى من 29 سنة.

الشكل (04): توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss

1-3- المستوى التعليمي

جدول رقم (07): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

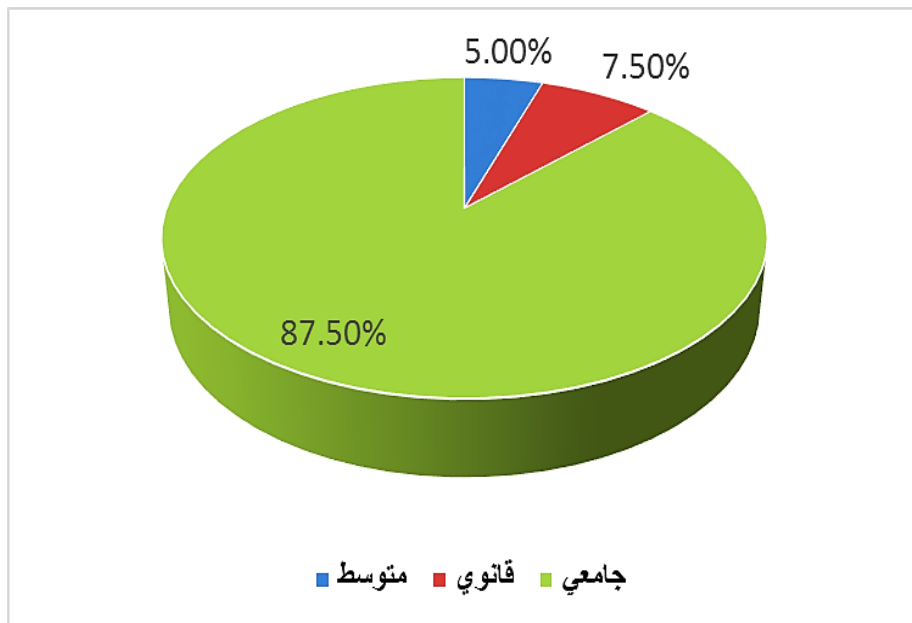
النسبة %	التكرار	المستوى التعليمي
5	4	متوسط
7.5	6	ثانوي
87.5	70	جامعي
100	80	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss

من خلال الجدول أعلاه، نلاحظ بأن المستوى الجامعي احتل النسبة الأكبر من أفراد عينة البحث قدرت بـ 87.5% في حين نجد ان 6 مفردات من مجتمع العينة وبنسبة 7.5% ذو مستوى التعليم الثانوي، بينما باقي المفردات 4 مفردات بنسبة 5% هو ذو المستوى التعليم المتوسط.

نستنتج ان فئة المستوى الجامعي هي الغالبة في دراستنا.

الشكل (05): توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss

2- المحور الأول: التحليل الكمي والكيفي للنتائج المتعلقة بعادات وأنماط استخدام موقع الفيسبوك للإذاعة المحلية بالمسيلة

- \*السؤال الأول: هل يحرص مستمعو إذاعة المسيلة على متابعة صفحتها عبر الفيسبوك ؟

للإجابة على هذا السؤال يجب دراسة وتحليل النتائج الموضحة في الجدول التالي:

جدول رقم (08): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب درجة استخدام الفيسبوك

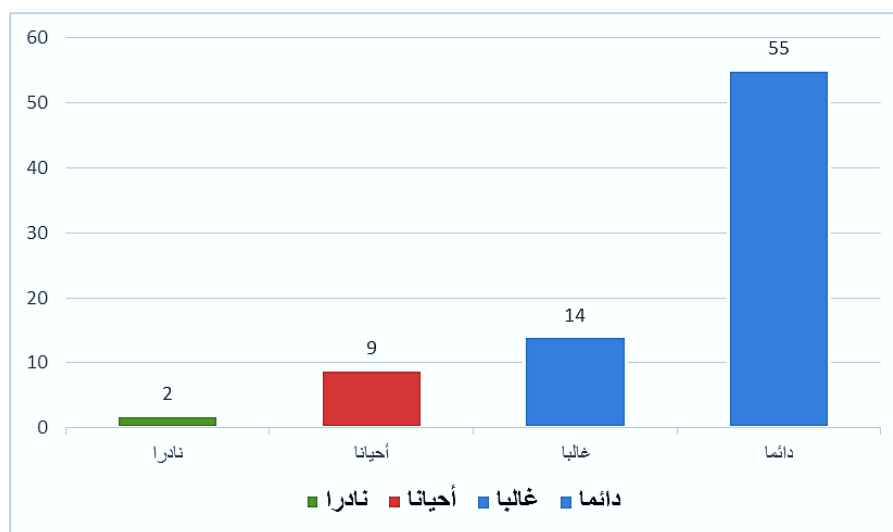
هل تستخدم الفيسبوك؟		
النسبة %	التكرار	البدائل
2.5	2	نادرا
11.3	9	أحيانا
17.5	14	غالبا
68.8	55	دائما
100	80	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss

يمثل الجدول أعلاه عادات وأنماط استخدام موقع الفيسبوك للإذاعة المحلية بالمسيلة حيث بلغت نسبة المستخدمين بشكل دائم 68.8%، بينما يستخدمها ما نسبته 17.5% غالبا و 11.3% ما يستخدمه أحيانا، و 2.5% من مفردات العينة المدروسة يستخدمه نادرا.

وهذه النتيجة تعزى إلى كون الفيسبوك من الشبكات الواسعة الانتشار والتي تمثل فضاء مفتوحا لا يجد فيه المستخدم أية صعوبة في الانضمام أو التصفح فضلا عما يتيح الفيسبوك من إمكانية التفاعل والتواصل والاطلاع على المستجدات ومتابعة الكثير من الأمور وما يوفره اليوم من خدمة البث المباشر كلها جعلت الفيسبوك منصة تستهوي الجميع. وتتفق هذه النسبة مع ما توصلت إليه دراسة أحمد يونس محمد حمودة (2013) والتي بينت إن أغلبية المبحوثين من الشباب الفلسطيني يستخدمون المواقع الاجتماعية بصفة دائمة وذلك بنسبة 96.1%، ويرى الباحث ان هذا دليل على أهمية المواقع الاجتماعية وكثرة استخدامها مما يتطلب توظيف واستثمار هذه المواقع فيما يخدم القضايا المجتمعية (أحمد حمودة، 2013، ص124).

الشكل (06): أفراد عينة الدراسة حسب درجة استخدام الفيسبوك



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss

جدول رقم (09) مركب يبين عادات استخدام الفيسبوك حسب متغيرات الدراسة

(الجنس، العمر، المستوى التعليمي)

المجموع	هل تستخدم الفيسبوك؟				المتغير		
	دائما	غالبا	أحيانا	نادرا			
38	27	9	2	0	ت	الجنس	ذكر
47.50%	33.80%	11.30%	2.50%	0.00%	%		
42	28	5	7	2	ت	الجنس	أنثى
52.50%	35.00%	6.30%	8.80%	2.50%	%		
80	55	14	9	2	ت	المجموع	
100.00%	68.80%	17.50%	11.30%	2.50%	%		
52	37	8	6	1	ت	العمر	29-20
65.00%	46.30%	10.00%	7.50%	1.30%	%		
23	16	5	1	1	ت		
28.80%	20.00%	6.30%	1.30%	1.30%	%		
5	2	1	2	0	ت	العمر	40 فما فوق
6.30%	2.50%	1.30%	2.50%	0.00%	%		
80	55	14	9	2	ت		
100.00%	68.80%	17.50%	11.30%	2.50%	%		

4	4	0	0	0	ت	متوسط	المستوى التعليمي
5.00%	5.00%	0.00%	0.00%	0.00%	%		
6	4	1	1	0	ت	ثانوي	
7.50%	5.00%	1.30%	1.30%	0.00%	%		
70	47	13	8	2	ت	جامعي	
87.50%	58.80%	16.30%	10.00%	2.50%	%		
80	55	14	9	2	ت	المجموع	
100.00%	68.80%	17.50%	11.30%	2.50%	%		

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss

#### حسب متغير الجنس:

يوضح الجدول كيفية استخدام لموقع الفيسبوك وعلاقته بمتغير الجنس حيث يتضح إن المبحوثين الإناث يستخدمون هذا الأخير بشكل دائم أكثر من الذكور وذلك بنسبة 35.00% في حين يستخدمه الذكور بنسبة 33.80%، كما يستخدمه المبحوثون من كلا الجنسين غالباً بنسب متقاربة تراوحت ما بين 11.30% و6.30%.

تستخدم الإناث موقع الفيسبوك أحيانا بنسبة تفوق استخدام المبحوثين الذكور إذ تقدر بـ 8.80% مقابل 2.50% بالنسبة لأفراد العينة من الذكور، وتجدر الإشارة إلى عدم وجود فروق إحصائية بين الجنسين فيما يتعلق باستخدام موقع الفيسبوك وفق عبارة نادرا حيث كانت النسب متقاربة.

ومنه نستنتج من خلال قراءتنا للأرقام والنسب المئوية إن الإناث (52.50%) يستخدمون الفيسبوك بنسبة أكبر مقارنة بالذكور (47.50%) وهذا راجع إلى تصفحهن الكبير للموقع بحكم البيئة الاجتماعية لهن فالإناث الماكثات بالبيت ويمتلكون وقتاً أكبر للاستخدام أكبر من الذكور.

#### حسب متغير العمر:

تكشف نتائج الجدول إن المستخدمين الذين تتراوح أعمارهم بين 20-29 سنة هم الأكثر استخداما للفيسبوك بشكل دائم وهذا بنسبة 46.30% وهو ما تأكده البيانات الواردة أعلاه حيث سجلت أعلى نسبة، فالمستخدمين الذين تتراوح أعمارهم بين 30-39 سنة كانت نسبتهم 20.00%، وفئة 40 سنة فما فوق

سجلت نسبة 2.50% فقط، بينما "غالباً" ما يستخدمونه فسجلت أعلى نسبة عند الفئة العمرية بين 20-29 سنة بنسبة 10.00%، أما فئة 30-39 سنة فسجلت نسبتها 6.30%، مقارنة بفئة 40 سنة فما فوق التي سجلت ادنى نسبة قدرت بـ 1.30%، كما تجدر الإشارة إلى مستخدمي الفيسبوك "أحياناً" سجلت أعلى نسبة بها لدى الفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم بين 20-29 سنة بنسبة 7.50%، وبعدها فئة 40 سنة فما فوق سجلت نسبتها 2.50% من المستخدمين للموقع، ثم تليها فئة 30-39 سنة بنسبة 1.30%، وأخيراً كما تبين النتائج حسب متغير العمر كذلك توافقا في "نادراً" ما يستخدمونه هم من ذوي الفئة المنتمية إلى 20-29 سنة و فئة 30-39 سنة بنسبة 1.30%، أما فئة 40 سنة فما فوق سجلت نسبتها 0.00%.

ومنه نستنتج ان الفئة العمرية من 20 إلى 29 سنة هم الأكثر ففة استخداما للموقع، كون هذه الفئة تمر بمرحلة ترغب فيها بإكتشاف كل جديد ومواكبة التطور الحاصل. ويمكن تفسير ذلك وفقاً لاحصائيات موقع "سوشال باكرز" المتخصص في متابعة شبكات التواصل الاجتماعي عبر العالم، ومن الجدير بالذكر فإن الجزائر حسب التصنيف الحديث تعد الرابعة عربياً وتحتل المرتبة 42 عالمياً بعدد مستخدمين بلغ لعام 2012 أربعة ملايين و23 ألف و940 مشترك، وحسب نفس الموقع أبان التصنيف العمري لمستخدمي الفيسبوك في الجزائر ان الشباب الذين تتراوح أعمارهم ما بين 18-34 سنة يمثلون نسبة 68% أي ثلثي مستعملي هذه الشبكة بالجزائر، ومنه فإن الشباب في المجتمع الجزائري هو أول الفئات نشاطاً (بوعمر، 2014، ص5-6).

#### حسب متغير المستوى التعليمي:

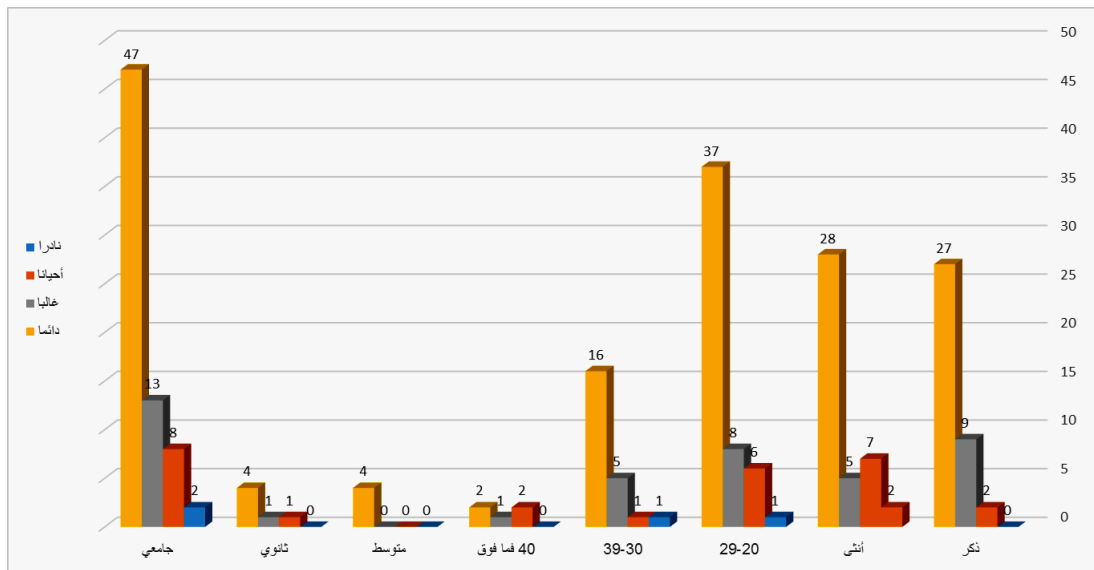
نلاحظ إن المستخدمين المتحصلين على المستوى الجامعي هم الأكثر استخداما للفيسبوك بصفة دائمة بنسبة 58.80% ويمكن إن تعزى هذه النسبة إلى كون فئة المستوى الجامعي أكثر استخداماً أو احتكاكاً بشبكة الإنترنت ومواقعها الأمر الذي يفرضه عليهم تكوينهم الأكاديمي وبالتالي هم الأقرب إلى التفتن للإمكانات التي يزخر بها موقع الفيسبوك والتي يمكن الاستفادة منها في عملهم، هذا ما أكدته دراسة صليحة توتاي الطلبة الجامعيين هم الأكثر استخداما للفيسبوك اذ بلغت نسبة المستخدمين المبحوثين الجامعيين 30.20% (توتاي، 2014-2015، ص201).

وهو ما يتوافق مع دراسي لحد ما، مقارنة مع المستخدمين المتحصلين على المستوى الثانوي والمتوسط بنسبة متساوية قدرت ب 5.00%.

كما تشير نتائج الجدول إن أكبر نسبة في استخدام الفيسبوك في فئة "غالبا" قد سجلت لدى أصحاب المستوى الجامعي بنسبة 16.30%، ثم المستوى الثانوي بسبة 1.30%، وتليها نسبة 0.00% لمستوى التعليم المتوسط، مقارنة بنسبة مستخدميه "أحيانا" وهذا بنسبة 10.00% لدى المستوى الجامعي، بعدها نسبة 1.30% لدى المستوى الثانوي، ثم تليها 0.00% لدى مستوى المتوسط.

وتجدر الإشارة إلى أن عدد ضئيل من أفراد العينة ذات المستوى الجامعي والذي يقدر عددهم بمستخدمين اثنين فقط الفيسبوك "نادرا" وهذا بنسبة 2.50%، بينما نسبة 0.00% لدى المستوى الثانوي، والمتوسط.

الشكل (07): مركب يبين عادات استخدام الفيسبوك حسب متغيرات الدراسة (الجنس، العمر، المستوى التعليمي)



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss

جدول رقم (10): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وقت استخدام الفيسبوك

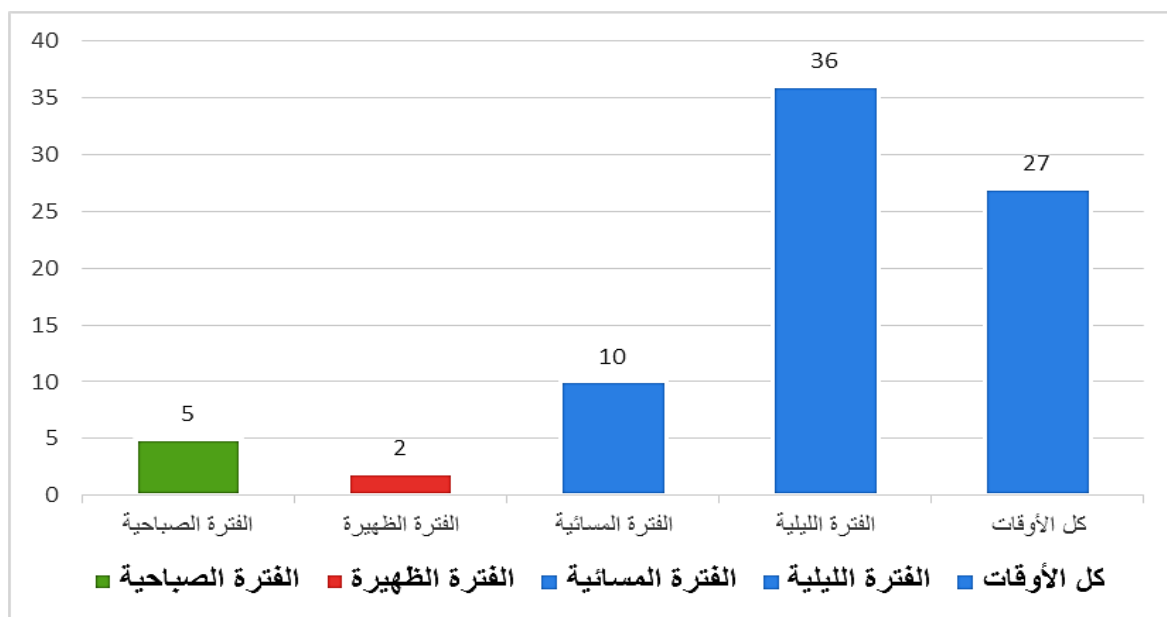
ما الأوقات المفضلة لديك لاستخدام الفيسبوك؟		
النسبة %	التكرار	البدائل
6.3	5	الفترة الصباحية
2.5	2	الفترة الظهرية
12.5	10	الفترة المسائية
45	36	الفترة الليلية
33.8	27	كل الأوقات
<b>100</b>	<b>80</b>	<b>المجموع</b>

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ بأن الفترة الليلية هي الفترة المفضلة لأفراد العينة لتصفح الفيس بوك بنسبة 45%، ثم نسبة 33.8% يستخدمون الفيس بوك في كل وقت، وتأتي الفترة المسائية في المرتبة الثالثة بنسبة 12.5%، وبعدها الفترة الصباحية بنسبة 6.3%، وتليها أقل نسبة كانت في الفترة الظهرية بنسبة 2.5%.

وهذا راجع إلى إن معظم أفراد العينة يقبلون على الفيسبوك في الفترة الليلية نظرا لتفرغهم من انشغالهم وارتباطاتهم اليومية، عكس الفترة الصباحية والظهرية والمسائية. هذا ما أكدته الدراسة السابقة لابن قسمي حنان (2014) إذ بينت ان أغلبية المبحوثين يفضلون استخدام موقع الفيسبوك في الفترة الليلية بنسبة 74.17% وترى الباحثة عدم استخدام المبحوثين موقع الفيسبوك في الفترة الصباحية كونها الفترة التي يتوجه فيها المبحوثون لمقاعد الدراسة أو العمل، ويزداد الاستخدام في الفترة المسائية وهي الفترة التي يكون فيها المبحوثين أكثر حرية سواء بالانتهاء من العمل أو الدراسة مما يتيح لهم الوقت لاستخدام الموقع وتصفحه (بن قسمي، 2014، ص169)

الشكل (08): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وقت استخدام الفيسبوك



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss

جدول رقم (11): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب عدد ساعات استخدام الفيسبوك

ما عدد الساعات التي تفضيها يومياً في استخدام الفيسبوك؟		
النسبة %	التكرار	البدائل
11.3	9	أقل من ساعة
21.3	17	ساعة إلى ساعتين
36.3	29	أكثر من 3-4 ساعات
31.3	25	من 5 ساعات فأكثر
100	80	المجموع

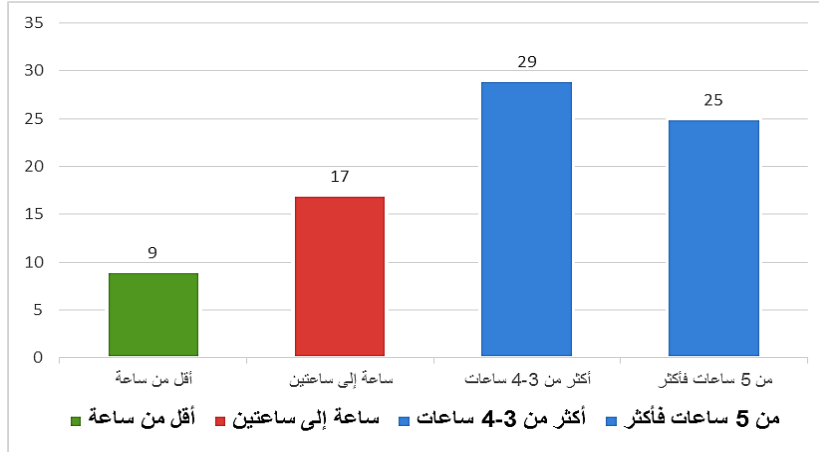
المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss

نلاحظ من خلال الجدول إن المبحوثين يستخدمون موقع الفيس بوك من ثلاث إلى أربع ساعات بنسبة 36.3%، ونسبة 31.3% يستخدمونه لأكثر من 5 ساعات، وبعضهم يستخدمه من ساعة إلى ساعتين بنسبة 21.3%، والباقي يستخدمونه أقل من ساعة بنسبة 11.3%.

وهذا ما يدل على الإقبال الواسع لموقع الفيسبوك لشهرته واحتوائه على كل ما يجذب مستخدميه، فأغلبهم يتواصلون في هذا الموقع من 3 إلى 4 ساعات في اليوم، فمن خلال هذا نرى ان هذا الموقع يأخذ وقتاً كبيراً من

مستخدميه لدرجة الإدمان. وتتفق هذه النسب مع ما توصلت اليه الدراسة السابقة لابن قسمي حنان التي أوضحت إن استخدام موقع الفيسبوك من قبل المبحوثين لأقل من ساعتين من الزمن قد يكون غير كافية بالنسبة لهم، وهذا مايفسر ان نسبة كبيرة من المبحوثين يستخدمونه لأكثر من ساعتين في اليوم(بن قسمي، 2014، ص 163).

الشكل (09): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب عدد ساعات استخدام الفيسبوك



المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss

جدول رقم (12): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب تتبع صفحة الإذاعة المحلية عبر الفيسبوك

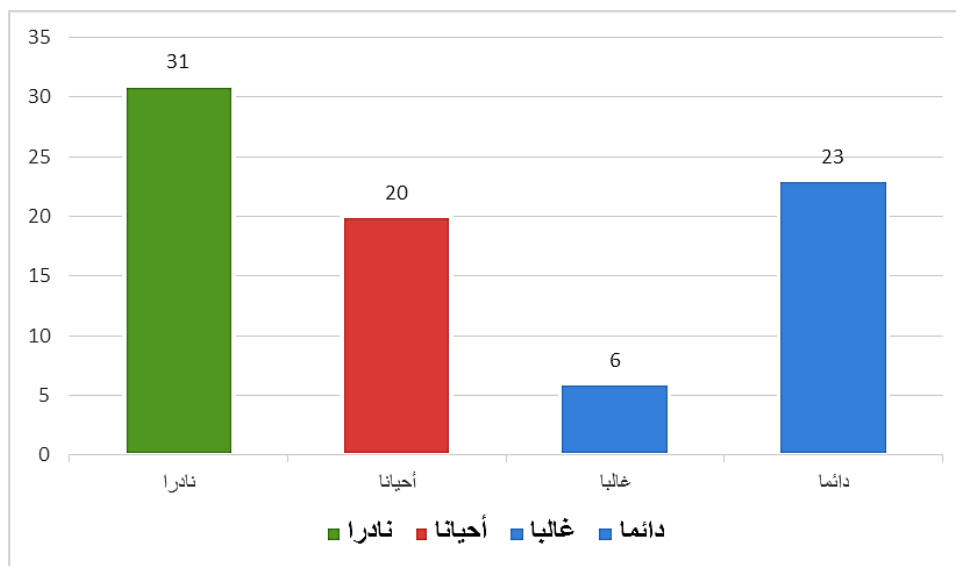
هل تتابع صفحة الإذاعة المحلية بالمسيلة عبر الفيسبوك؟		
النسبة %	التكرار	البدائل
38.8	31	نادرا
25	20	أحيانا
7.5	6	غالبا
28.8	23	دائما
100	80	المجموع

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss

نلاحظ من خلال الجدول إن المبحوثين الذين يتابعون صفحة الإذاعة المحلية بالمسيلة عبر الفيسبوك بشكل دائم بلغت نسبتها 28.8%، بينما يتابعها ما نسبته 25% غالبا و 25% ما يتابعوها أحيانا، و 38.8% من

افراد العينة المدروسة يتابعونها نادرا. وهذا يرجع إلى إن العينة تميل إلى الإذاعة التقليدية أكثر، وذلك لسهولة متابعتها بمختلف وسائل الاتصال الرقمية الحديثة والتي تناسب مع أوقاتهم.

الشكل (10): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب تتبع صفحة الإذاعة المحلية عبر الفيسبوك



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss

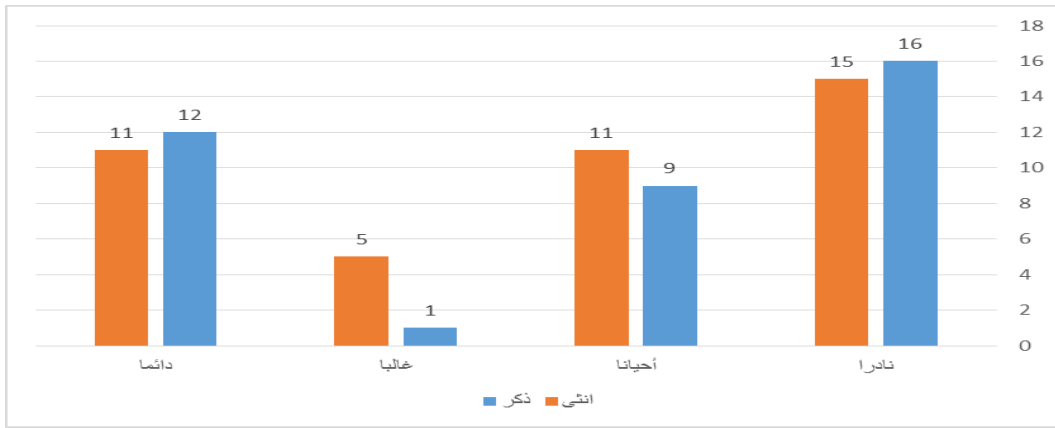
الجدول رقم (13) مركب بين تتبع صفحة الإذاعة المحلية بالمسيلة عبر الفيسبوك ومتغير الدراسة (الجنس)

المجموع	هل تتابع صفحة الإذاعة المحلية بالمسيلة عبر الفيسبوك؟				ت	ذكر
	دائما	غالبا	أحيانا	نادرا		
38	12	1	9	16	ت	%
47.50%	15.00%	1.30%	11.30%	20.00%		
42	11	5	11	15	ت	انثى
52.50%	13.80%	6.30%	13.80%	18.80%		
80	23	6	20	31	ت	المجموع
100.00%	28.80%	7.50%	25.00%	38.80%		

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss

من خلال بيانات الجدول أعلاه نلاحظ ان الذكور الأكثر تتبع لصفحة الإذاعة المحلية بالمسيلة عبر الفيسبوك بصفة نادرة بنسبة 20.00%، و 18.80% نسبة الإناث، في حين إن المتابعين للصفحة بصفة دائمة أعلى نسبة للذكور قدرت بـ 15.00%، وتليها نسبة الإناث بـ 13.80%. بينما في فئة "أحيانا" ما يتابعون الصفحة سجلت أعلى نسبة عند الإناث 13.80% مقارنة مع الذكور بنسبة 11.30%، و أخيرا سجلت اعلى نسبة لدى فئة الإناث فهن غالبا ما يتابعن صفحة الإذاعة المحلية بالمسيلة عبر الفيسبوك بنسبة 6.30%، أما الذكور فقدرت نسبة متابعتهم لها بـ 1.30%. ومنه نستنتج ان أغلبية المبحوثين هم من الإناث (52.50%) بمعنى هن الفئة الأكثر متابعة لصفحة الإذاعة المحلية بالمسيلة وبصفة نادرة نظراً لانشغلاتهن الدائمة سواء بالأعمال المنزلية أو بالعمل خارج المنزل مما يصرفهن عن متابعتها بصفة دائمة نظرا لضيق الوقت.

الشكل (11): مركب بين تتبع صفحة الإذاعة المحلية بالمسيلة عبر الفيسبوك ومتغير الدراسة (الجنس)



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss

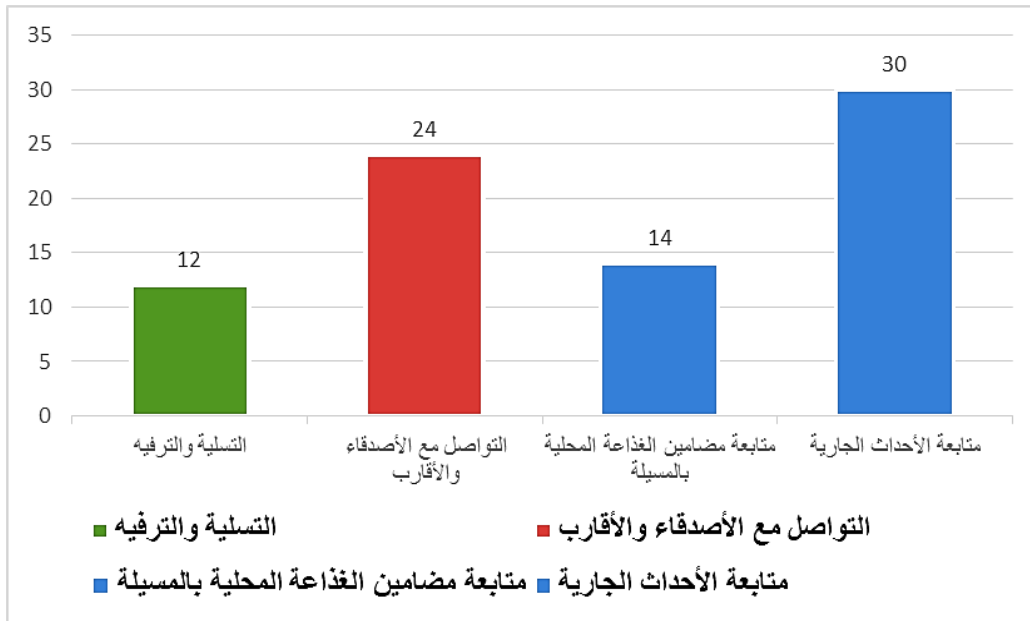
جدول رقم (14): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الغرض من استخدام الفيسبوك

ما الغرض من استخدام الفيسبوك ؟		
النسبة %	التكرار	البدائل
15	12	التسليية والترفيه
30	24	التواصل مع الأصدقاء والأقارب
17.5	14	متابعة مضامين الإذاعة المحلية بالمسيلة
37.5	30	متابعة الأحداث الجارية
100	80	المجموع

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان أكثر غرض يطبقه المبحوثين عند دخولهم لموقع الفيسبوك هو متابعة الأحداث الجارية بنسبة 37.5 %، تليها التواصل مع الأصدقاء والأقارب بنسبة 30%، أما متابعة مضامين الإذاعة المحلية بالمسيلة فكانت لها نسبة 17.5%، والبعض الآخر يكتفي بالتسلية والترفيه وذلك بنسبة 15 % فقط. وهذا يعود إلى إن أفراد العينة يفضلون متابعة الأحداث الجارية على صفحات الفيسبوك من أجل إثراء الفكر والثقيف والاطلاع على كل ما هو جديد من حولهم في محيطهم ومجتمعهم أو حتى عالميا بمختلف أنواعها. وتتفق مع ما توصلت اليه دراسة الدييسي، والطاهات (2013) والتي أظهرت بأن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت تمثل للطلبة مصدرا للأخبار والمعلومات ومنافستها في ذلك لوسائل الإعلام التقليدية وهو ما عبرت عليه بنسبة 62.19%، ومن الاحصائيات التي نشرتها مدونة Digital Buzz blog في يناير 2011 لموقع الفيسبوك أن 48% من الشباب ذكروا بأن الفيسبوك أصبح مصدرهم لاستقاء الأخبار (الدييسي، والطاهات، 2013، ص74).

الشكل (12): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الغرض من استخدام الفيسبوك



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss

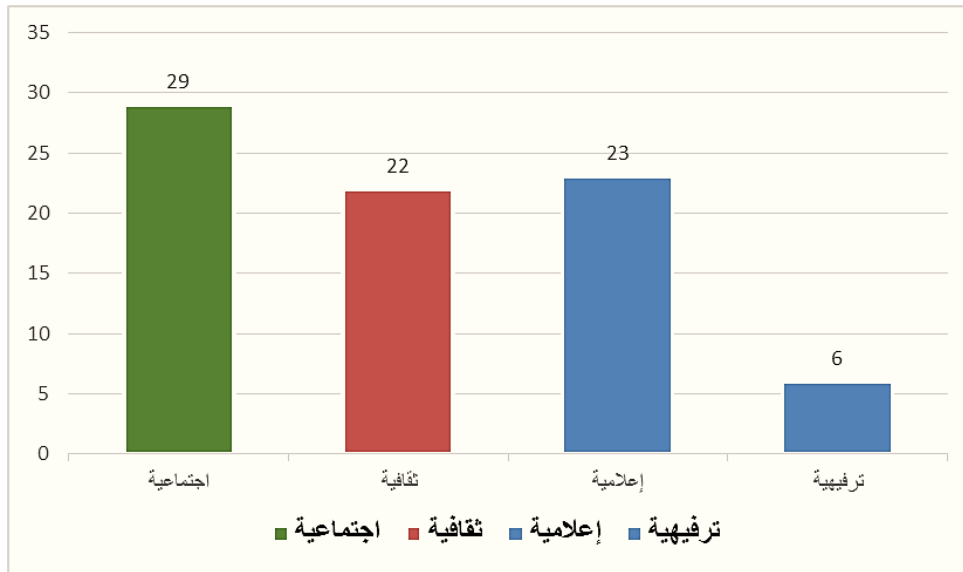
جدول رقم (15): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب طبيعة الاحتياجات التي يلبسها لك موقع الفيسبوك

ما طبيعة الاحتياجات التي يلبسها لك موقع الفيسبوك؟		
النسبة %	التكرار	البدائل
36.3	29	اجتماعية
27.5	22	ثقافية
28.8	23	إعلامية
7.5	6	ترفيهية
100	80	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان أغلبية أفراد العينة يتابعون المواضيع الاجتماعية أكثر بنسبة 36.3%، ثم المواضيع الإعلامية بنسبة 28.8%، ثم المواضيع الثقافية بنسبة 27.5%، والمواضيع الترفيهية كأخر نسبة قدرت بـ 7.5%. وهذا راجع إلى أهمية موقع فيسبوك ودوره الكبير في المجتمعات وشموليته للمواضيع التي تجذب اهتمام أفراد العينة ومشاركتهم في مختلف المواضيع من أبرزها الاجتماعية والإعلامية والثقافية.

الشكل (13): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب طبيعة الاحتياجات التي يلبسها لك موقع الفيسبوك



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss

3- المحور الثاني: التحليل الكمي والكيفي للنتائج المتعلقة بالآليات التي تعتمدها إذاعة المسيلة في صفحتها على فيسبوك لغرض تحسين الخدمة العمومية.

في هذا العنصر سوف نقوم بتحليل محاور الاستبانة بغية الإجابة على أسئلة البحث، حيث تم استخدام الإحصاء الوصفي باستخراج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري (على مقياس ليكرت 1-5) لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات الإستبانة المتعلقة بالمحاور الأخيرة قد تقرر ان تكون مستويات المتوسطات الحسابية لإجابات المبحوثين ثلاثية التقييم أي، (2.33 - فما دون) يكون ضمن المستوى المنخفض. و(2.34-3.67) ضمن المستوى المتوسط، (3.68 - 5) ضمن المستوى المرتفع.

وتظهر الجداول ادناه تلك النتائج كما يلي :

\*تحليل فقرات محور الثاني "آليات الإذاعة المحلية بالمسيلة لصفحتها على الفيسبوك في تحسين الخدمة العمومية لها"

- \*السؤال الثاني: ما الآليات التي تعتمدها إذاعة المسيلة في صفحتها على فيسبوك لغرض تحسين الخدمة العمومية ؟

للإجابة على هذا السؤال يجب دراسة وتحليل النتائج الموضحة في الجدول التالي:

جدول رقم (16): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية (الترتيب)

لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات محور الآليات التي تعتمدها إذاعة المسيلة في صفحتها على فيسبوك لغرض تحسين الخدمة العمومية

مستوى القبول	الأهمية النسبية (الترتيب)	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	
متوسطة	4	1.09775	3.60	14	40	10	12	4	Q1
				17.50%	50%	12.50%	15%	5%	
مرتفعة	2	1.02183	3.7625	21	29	23	4	3	Q2
				26.25%	36.25%	28.75%	5%	3.75%	

مستوى القبول	الاهمية النسبية (الترتيب)	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	
مرتفعة	3	0.92221	3.6875	16	30	29	3	2	Q3
				20%	37.50%	36.25%	3.75%	2.50%	
متوسطة	8	1.18742	3.4125	12	35	15	10	8	Q4
				15%	43.75%	18.75%	12.50%	10%	
متوسطة	7	1.07907	3.5125	14	32	18	13	3	Q5
				17.50%	40%	22.50%	16.25%	3.75%	
متوسطة	9	1.1794	3.3375	13	26	24	9	8	Q6
				16.25%	32.50%	30%	11.25%	10%	
متوسطة	6	1.05513	3.525	14	31	21	11	3	Q7
				17.50%	38.75%	26.25%	13.75%	3.75%	
متوسطة	5	1.09977	3.575	13	39	15	7	6	Q8
				16.25%	48.75%	18.75%	8.75%	7.50%	
مرتفعة	1	0.93592	3.9	20	40	15	2	3	Q9
				25%	50%	18.75%	2.50%	3.75%	
متوسطة	10	1.28772	3.25	12	29	19	7	13	Q10
				15%	36.25%	23.75%	8.75%	16.25%	
/	/	0.87	3.56	المحور الثاني					

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد برنامج Spss v.17

تشير نتائج الجدول السابق إلى إن محور (الآليات التي تعتمدها إذاعة المسيلة في صفحتها على فيسبوك لغرض تحسين الخدمة العمومية) حاز على متوسط حسابي عام يبلغ (3.56) وانحراف معياري عام قدره (0.87)، ووفقاً لمقياس الدراسة فإن عبارات هذا المحور تشير إلى نسبة قبول متوسطة، مما يدل على وجود مستوى اهتمام متوسط بآليات الإذاعة المحلية بالمسيلة لصفحتها على الفيسبوك في تحسين الخدمة العمومية لها. فنجد إن المرتبة الأولى كانت لعبارة رقم Q9 "الإذاعة المحلية بالمسيلة التي" تعزز النشر بالوسائط المتعددة مثل الفيديو والصورة والرباط "جاءت بمتوسط حسابي قدره 3.9 وانحراف معياري 0.935 ووفقاً لمقياس

الدراسة فإن هذه العبارة تشير إلى نسبة قبول مرتفعة وهذا يدل على أن أفراد العينة موافقون بدرجة مرتفعة على الإذاعة المحلية بالمسيلة تعزز النشر بالوسائط المتعددة مثل الفيديو والصورة والرابط.

أيضا نلاحظ إن عبارة رقم **Q2** "تحرص على مصداقية الأخبار في صفحة الفيسبوك" جاءت بالترتيب الثاني من حيث الأهمية النسبية المعطاة لها من قبل عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذه العبارة (3.76) وانحراف معياري (1.021) ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذه العبارة تشير إلى نسبة قبول مرتفعة. وهذا يدل على أن أفراد العينة موافقون بدرجة مرتفعة على أن الإذاعة المحلية بالمسيلة تحرص على مصداقية الأخبار في صفحة الفيسبوك.

أما المرتبة الثالثة فهي للعبارة رقم **Q3** التي تقول "تؤكد في صفحتها على موثوقية مصادر الأخبار التي تنشرها" والتي جاءت بمتوسط حسابي يقدر بـ (3.68)، وانحراف معياري (0.922)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذه العبارة تشير إلى نسبة قبول مرتفعة وهذا يدل على أن أفراد العينة موافقون بدرجة مرتفعة على أن الإذاعة المحلية بالمسيلة تؤكد في صفحتها على موثوقية مصادر الأخبار التي تنشرها.

كما يتضح إن عبارة **Q1** "تنشر على صفحتها أهم عناوين الأخبار" جاء في الترتيب الرابع من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابة عن هذه العبارة (3.6) وانحراف معياري (1.097)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذه العبارة تشير أيضا إلى نسبة قبول متوسطة، وهذا يدل على أن أفراد العينة موافقون بدرجة متوسطة على الإذاعة المحلية بالمسيلة تنشر على صفحتها أهم عناوين الأخبار.

بينما جاءت المرتبة الخامسة للعبارة **Q8** التي تتضمن "تعلن عن برنامجها الإذاعي على صفحتها" فقد جاء المتوسط الحسابي (3.57)، والانحراف المعياري (1.099) ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذه العبارة تشير إلى نسبة قبول متوسطة، وهذا يدل على أن أفراد العينة موافقون بدرجة متوسطة على الإذاعة المحلية بالمسيلة تعلن عن برنامجها الإذاعي على صفحتها.

وكذلك حققت العبارة **Q7** "تحرص على نشر المستجدات التي تهم المواطن على صفحتها" المرتبة السادسة من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل عينة البحث إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابة عن هذه العبارة (3.52)، وانحراف معياري (1.055)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذه العبارة تشير أيضا إلى نسبة قبول

متوسطة، وهذا يدل على أن أفراد العينة موافقون بدرجة متوسطة على أن الإذاعة المحلية بالمسيلة تحرص على نشر المستجدات التي تهم المواطن على صفحتها.

كما يتضح إن العبارة **Q5** " تختار الوقت المناسب لنشر برامجها وأخبارها على صفحتها " جاءت في الترتيب السابع حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.51)، وانحراف معياري (1.079)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن العبارة تشير أيضا إلى نسبة قبول متوسطة، وهذا يدل على أن أفراد العينة موافقون بدرجة متوسطة على الإذاعة المحلية بالمسيلة تختار الوقت المناسب لنشر برامجها وأخبارها على صفحتها.

ونلاحظ إن عبارة **Q4** "تنشر على صفحة الفيسبوك آخر الأخبار أولا بأول (الانية)" جاء بالترتيب الثامن من حيث الأهمية النسبية المعطاة لها من قبل عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابة عن هذه العبارة (3.41)، بالانحراف معياري (1.187)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى نسبة قبول متوسطة، وهذا يدل على أن أفراد العينة موافقون بدرجة متوسطة على الإذاعة المحلية بالمسيلة تنشر على صفحة الفيسبوك آخر الأخبار أولا بأول (الانية).

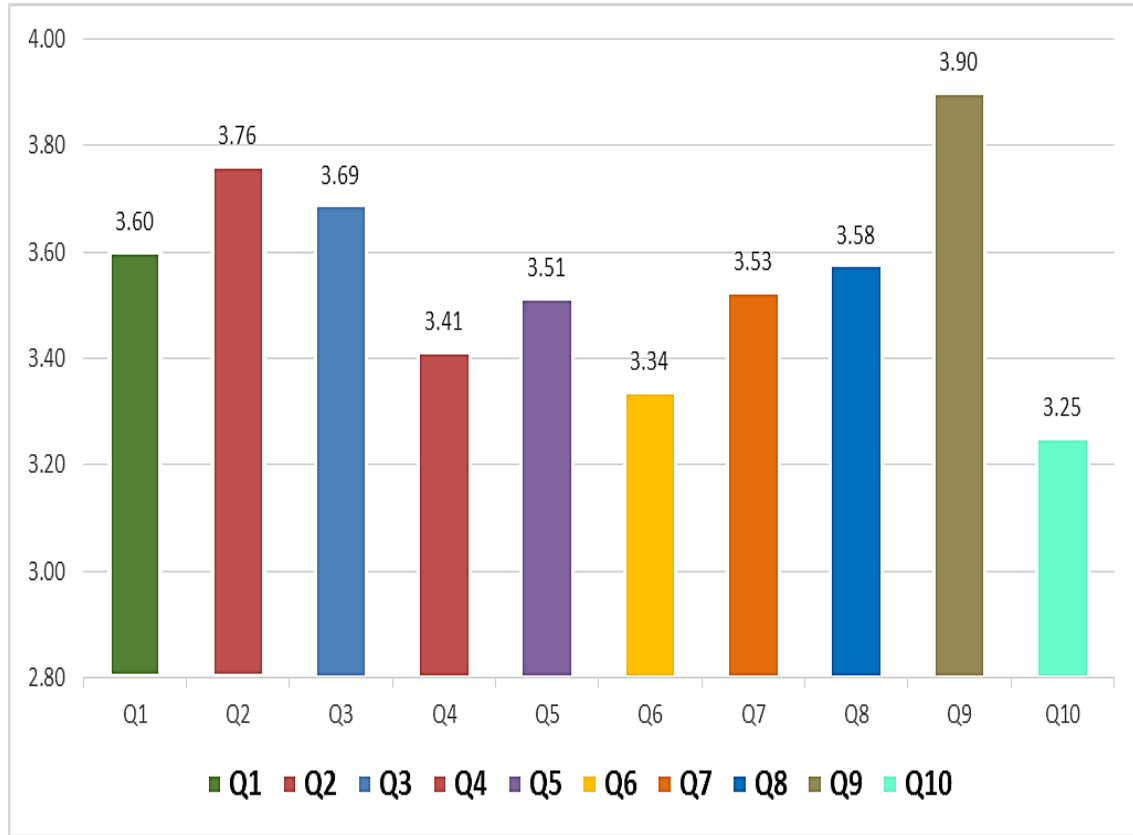
ونجد المرتبة التاسعة للعبارة **Q6** التي تتضمن " يتفاعل أدمن الصفحة مع جمهور الإذاعة بشكل جيد "حققت من حيث الأهمية النسبية المعطاة لها من قبل عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابة عن هذه العبارة (3.33)، بالانحراف معياري (1.179)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذه العبارة تشير إلى نسبة قبول متوسطة، وهذا يدل على أن أفراد العينة موافقون بدرجة متوسطة على أن أدمن الصفحة يتفاعل مع جمهور الإذاعة بشكل جيد.

وأخيرا نجد عبارة **Q10** "تتيح الإذاعة على صفحتها امكانية التواصل والردشة" جاء بالترتيب العاشر والآخر من حيث الأهمية النسبية المعطاة لها من قبل عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابة عن هذه العبارة (3.25)، بالانحراف معياري (1.287)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى نسبة قبول متوسط، وهذا يدل على أن أفراد العينة موافقون بدرجة متوسطة على أن الإذاعة تتيح على صفحتها امكانية التواصل والردشة.

نستنتج من خلال نتائج هذا المحور إن من أبرز آليات الإذاعة المحلية بالمسيلة لصفحتها على الفيسبوك لغرض تحسين الخدمة العمومية لها هي تعزيز النشر بالوسائط المتعددة مثل الفيديو والصورة والرابط، ويمكن عزو هذه النتيجة إلى تأثير الوسائط المتعددة في المتلقي وتشكيل اتجاهاته، لاسيما أنها وسائط تحمل الصورة والصوت وهذا ما يدعم عملية الإقناع وتشكيل الاتجاهات لدى المتلقي بصورة اسهل مما لو كانت دون تلك الوسائط، ولذا فإن استخدام الإذاعة المحلية في المسيلة يأتي في سياق كسب الجمهور وإقناعه والحفاظ عليه، وقد تلت النتيجة هذه نتيجة أخرى لا تقل أهمية عنها وهي حرص الإذاعة على مصداقية الأخبار التي تنشرها في صفحة الفيسبوك. وحصول هذه الفقرة على هذه النسبة العالية يؤكد وعي الجمهور أولاً ومن ثم حرص الإذاعة على المصداقية في نقل الأخبار، لكون الجمهور اليوم أكثر وعياً ومعرفة وتحليلاً للخبر، وعلى الأقل فإن هناك اتجاه عام من قبل الجمهور للتساؤل عند اطلاعه على الخبر، ما مصدر الخبر وما مدى صحته؟ ومع إدراك الإذاعة إن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي صار يحتل حيزاً هاماً في النشاطات اليومية للمستخدمين، وأن الخبر يمكن إن يتحقق منه بسهولة أكبر من السابق مع حرص المستخدمين على استكشاف كل ما هو جديد عبر تقدمه منصات التواصل وتقنيات الإعلام والاتصال الحديثة، تجد الإذاعة نفسها حريصة كل الحرص على مصداقية الخبر، وموضوعيته وموثوقيته في الوقت نفسه. لأن ذلك يحقق إشباعاً لدى المستخدمين ويلبي حاجتهم في الاطلاع على الخبر والمعلومة، ويعزز من مصداقية الإذاعة لدى جمهورها.

بينما أظهرت النتيجة إن مستوى التفاعل من قبل الإذاعة وأدمن صفحتها هو ضمن المستوى المتوسط، أي دون المستوى المطلوب، بمعنى إن الإذاعة ومن خلال صفحتها قلما تتفاعل مع تعليقات الجمهور، ولا تتيح الدردشة إلا بقدر قليل، وهذا يمكن تفسيره لكون الصفحات العامة مثل صفحة الإذاعة تستقطب جمهوراً واسعاً وبالتالي فلا يمكن الوقوف على كل تعليق والتفاعل معه، إلا إن هذا حسب رأيي كباحثة لا يعني الإذاعة من ان تقدم بديلاً لذلك مثل إن تقوم برصد أبرز التعليقات والمقترحات والرد عليها في منشور موسع ومفصل مع ضرورة بيان صعوبة الردود المباشرة والتفاعل الآني مع الجمهور.

الشكل (14): المتوسطات الحسابية لإجابات الأفراد عينة البحث عن عبارات محور آليات التي تعتمد عليها إذاعة المسيلة في صفحتها على الفيسبوك لغرض تحسين الخدمة العمومية



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد برنامج Spss v.17

4- المحور الثالث: التحليل الكمي والكيفي للنتائج المتعلقة بأشكال الخدمة العمومية للإذاعة المحلية بالمسيلة المقدمة لتغطية انشغالات الجمهور واحتياجاته عبر صفحة الفيسبوك.

- السؤال الثالث: ما أشكال الخدمة العمومية للإذاعة المحلية بالمسيلة المقدمة لتغطية انشغالات الجمهور واحتياجاته عبر صفحتها على الفيسبوك؟ للإجابة على هذا السؤال يجب دراسة وتحليل النتائج الموضحة في الجدول التالي:

جدول رقم (17): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية (الترتيب) لإجابات الأفراد عينة البحث عن عبارات محور أشكال الخدمة العمومية للإذاعة المحلية بالمسيلة المقدمة لتغطية انشغالات الجمهور واحتياجاته عبر صفحة الفيسبوك.

مستوى القبول	الاهمية النسبية(الترتيب)	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	
متوسطة	4	1.14	3.63	18	34	12	12	4	a1
				22.50%	42.50%	15%	15%	5%	
متوسطة	5	1.08	3.59	15	35	15	12	3	a2
				18.75%	43.75%	18.75%	15%	3.75%	
متوسطة	6	1.07	3.50	13	34	15	16	2	a3
				16.25%	42.50%	18.75%	20%	2.50%	
مرتفعة	3	1.06	3.71	19	34	14	11	2	a4
				23.75%	42.50%	17.50%	13.75%	2.50%	
متوسطة	7	1.07	3.50	12	35	18	11	4	a5
				15%	43.75%	22.50%	13.75%	5%	
متوسطة	10	1.06	3.36	9	34	17	17	3	a6
				11.25%	42.50%	21.25%	21.25%	3.75%	
متوسطة	9	1.14	3.39	14	27	19	16	4	a7
				17.50%	33.75%	23.75%	20%	5%	
مرتفعة	1	0.79	3.80	14	40	22	4		a8
				17.50%	50%	27.50%	5%	0%	
مرتفعة	2	0.84	3.73	12	41	21	5	1	a9
				15%	51.25%	26.25%	6.25%	1.25%	
متوسطة	8	0.93	3.49	8	38	20	13	1	a10
				10%	47.50%	25%	16.25%	1.25%	
/	/	0.83	3.57	المحور الثالث					

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد برنامج Spss v17

تشير نتائج الجدول السابق إلى إن محور (أشكال الخدمة العمومية للإذاعة المحلية بالمسيلة المقدمة لتغطية انشغالات الجمهور واحتياجاته عبر صفحاتها على الفيسبوك) حاز على متوسط حسابي عام يبلغ (3.57) وانحراف معياري عام قدره (0.83)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن عبارات هذا المحور تشير إلى نسبة قبول متوسطة، مما يدل على وجود مستوى اهتمام متوسط بأشكال الخدمة العمومية للإذاعة المحلية بالمسيلة المقدمة لتغطية انشغالات الجمهور واحتياجاته.

فوجد إن المرتبة الأولى كانت لعبارة رقم **a8** "يمتاز أداء الإذاعة الإعلامي عموماً بكونه مميزاً وإيجابياً" جاءت بمتوسط حسابي قدره (3.80)، وانحراف معياري (0.79) ووفقاً لمقياس الدراسة فإن هذه العبارة تشير إلى نسبة قبول مرتفعة وهذا يدل على أن أفراد العينة موافقون بدرجة مرتفعة على أداء الإذاعة الإعلامي يمتاز عموماً بكونه مميزاً وإيجابياً.

أيضاً نلاحظ إن عبارة رقم **a9** "تراعي التنوع الثقافي واللغوي في أعداد برامجها وأخبارها" جاءت بالترتيب الثاني من حيث الأهمية النسبية المعطاة لها من قبل عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذه العبارة (3.73) وبانحراف معياري (0.84) ووفقاً لمقياس الدراسة فإن هذه العبارة تشير إلى نسبة قبول مرتفعة. وهذا يدل على أن أفراد العينة موافقون بدرجة مرتفعة على أن الإذاعة المحلية بالمسيلة تراعي التنوع الثقافي واللغوي في أعداد برامجها وأخبارها.

أما المرتبة الثالثة فهي للعبارة رقم **a4** التي تقول "تقدم فقرات دينية مناسبة وموضوعية" والتي جاءت بمتوسط حسابي يقدر بـ (3.71)، وانحراف معياري (1.06)، ووفقاً لمقياس الدراسة فإن هذه العبارة تشير إلى نسبة قبول مرتفعة وهذا يدل على أن أفراد العينة موافقون بدرجة مرتفعة على أن الإذاعة المحلية بالمسيلة تقدم فقرات دينية مناسبة وموضوعية.

كما يتضح إن عبارة **a1** "تنشر مضامين اجتماعية مهمة للفرد والأسرة" جاء في الترتيب الرابع من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابة عن هذه العبارة (3.63) بانحراف معياري (1.14)، ووفقاً لمقياس الدراسة فإن هذه العبارة تشير أيضاً إلى نسبة قبول متوسطة، وهذا يدل على أن أفراد العينة موافقون بدرجة متوسطة على الإذاعة المحلية بالمسيلة تنشر مضامين اجتماعية مهمة للفرد والأسرة.

بينما جاءت المرتبة الخامسة للعبارة **a2** التي تتضمن "تنشر مضامين وقيم ثقافية عامة لفائدة المجتمع" فقد جاء المتوسط الحسابي (3.59)، والانحراف المعياري (1.08) ووفقاً لمقياس الدراسة فإن هذه العبارة تشير إلى نسبة قبول متوسطة، وهذا يدل على أن أفراد العينة موافقون بدرجة متوسطة على الإذاعة المحلية بالمسيلة تنشر مضامين وقيم ثقافية عامة لفائدة المجتمع.

وكذلك حققت العبارة **a3** " تقدم فقرات ترفيهية هادفة" المرتبة السادسة من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل عينة البحث إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابة عن هذه العبارة (3.50)، وانحراف معياري (1.07)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذه العبارة تشير أيضا إلى نسبة قبول متوسطة، وهذا يدل على أن أفراد العينة موافقون بدرجة متوسطة على أن الإذاعة المحلية بالمسيلة تقدم فقرات ترفيهية هادفة.

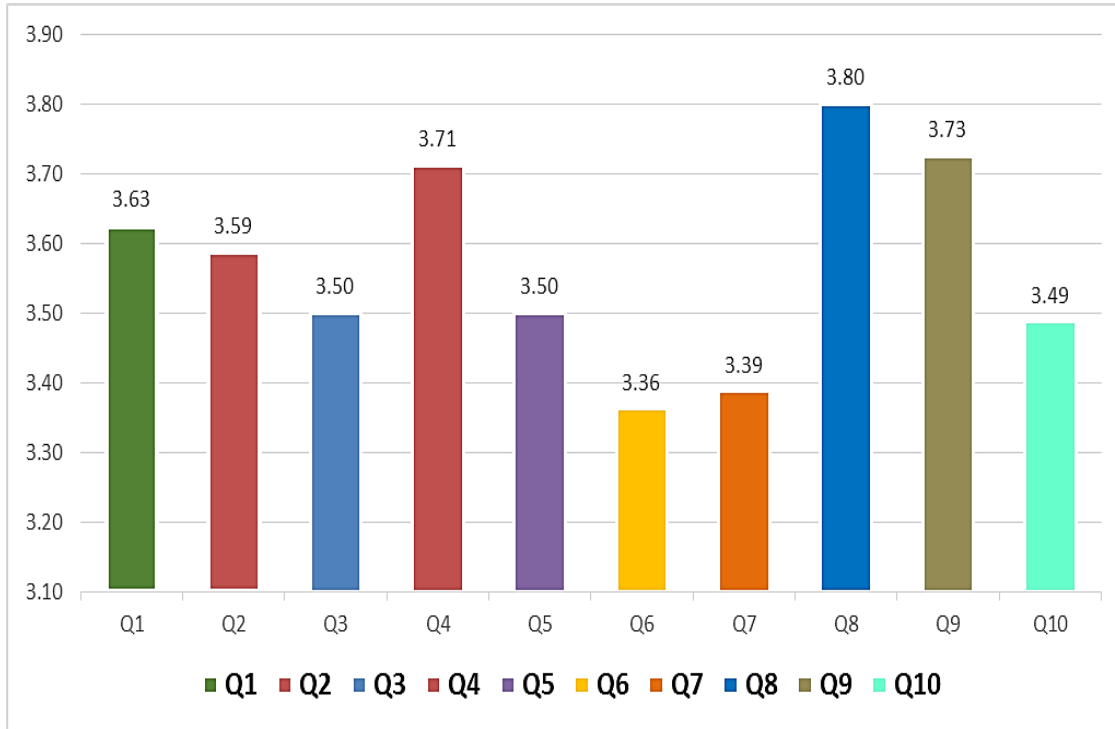
كما يتضح إن العبارة **a5** " تراعي الفئات العمرية للمجتمع في برامجها "جاءت في الترتيب السابع حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.50)، وانحراف معياري (1.07)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن العبارة تشير أيضا إلى نسبة قبول متوسطة، وهذا يدل على أن أفراد العينة موافقون بدرجة متوسطة على الإذاعة المحلية بالمسيلة تراعي الفئات العمرية للمجتمع في برامجها.

ونلاحظ إن عبارة **a10** "تركز على الجانب الخدمي للمواطن في برامجها" جاء بالترتيب الثامن من حيث الأهمية النسبية المعطاة لها من قبل عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابة عن هذه العبارة (3.49)، بالانحراف معياري (0.93)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى نسبة قبول متوسطة، وهذا يدل على أن أفراد العينة موافقون بدرجة متوسطة على الإذاعة المحلية بالمسيلة تركز على الجانب الخدمي للمواطن في برامجها.

ونجد المرتبة التاسعة للعبارة **a7** التي تتضمن " تلبي تغطيتها انشغالات الجمهور واحتياجاته" حققت من حيث الأهمية النسبية المعطاة لها من قبل عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابة عن هذه العبارة (3.39)، بالانحراف معياري (1.14)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذه العبارة تشير إلى نسبة قبول متوسطة، وهذا يدل على أن أفراد العينة موافقون بدرجة متوسطة على أن تغطية الإذاعة المحلية بالمسيلة تلبي انشغالات الجمهور واحتياجاته.

وأخيرا نجد عبارة **a6** " تحرص على تغطية انشغالات الجمهور وتلبية احتياجاته " جاء بالترتيب العاشر والآخر من حيث الأهمية النسبية المعطاة لها من قبل عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابة عن هذه العبارة (3.36)، بالانحراف معياري (1.06)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى نسبة قبول متوسطة، وهذا يدل على أن أفراد العينة غير موافقون بدرجة متوسطة على أن الإذاعة تحرص على تغطية انشغالات الجمهور وتلبية احتياجاته.

الشكل (15): المتوسطات الحسابية لإجابات الأفراد عينة البحث عن عبارات محور أشكال الخدمة العمومية للإذاعة المحلية بالمسيلة المقدمة لتغطية انشغالات الجمهور واحتياجاته عبر صفحتها على الفيسبوك



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد برنامج Spss

ومنه نستنتج من خلال نتائج هذا المحور إن من ابرز أشكال الخدمة العمومية للإذاعة المحلية بالمسيلة المقدمة لتغطية انشغالات الجمهور واحتياجاته عبر صفحتها بالفيسبوك هو ادائها الإعلامي عموما بكونه مميزا وإيجابيا من ناحية استخدامها لغة سهلة ومفهومة لدى جميع فئات المجتمع، أي انها تراعي التنوع الثقافي واللغوي في اعداد برامجها وأخبارها حتى تستقطب أكبر عدد ممكن من المتابعين، وقد تلت النتيجة هذه نتيجة أخرى لا تقل أهمية عنها وهي تقديم الإذاعة فقرات دينية مناسبة وموضوعية وقد تكون اداة للدفاع عن الاسلام ومحاوله ادماج وتبصير جمهورها أو متابعتها في الامور الدينية.

بينما أظهرت النتيجة إن مستوى تركيز الإذاعة على الجانب الخدمي للمواطن في برامجها هو ضمن المراتب الأخيرة من المستوى المتوسط، بمعنى ان الإذاعة لم تعط هذه القضية الأولوية المناسبة والتي تلبي حاجة الجمهور أو تسبب له الرضا العالي، هذه النتيجة وإن كانت ضمن المستوى المتوسط إلا أنها تظل دون طموح الجمهور،

وقد يعزى هذا إلى ما توصلت إليه الدراسة في فقرات المحور ذاته، من كون الإذاعة تهتم أكثر بالقضايا الثقافية والدينية والمنوعة لكون ذلك يتناسب مع سياسة الإذاعة وهذا ما انعكس بعض الشيء على البرامج التي تهتم بتلبية انشغالات الجمهور واحتياجاته ضمن تغطياتها بمعنى أنها لا تحرص عليها بشكل كبير ولهذا السبب جاءت النتيجة ضمن المراتب الأخيرة.

5- المحور الرابع: التحليل الكمي والكيفي للنتائج المتعلقة بدور الفيسبوك في تحسين الخدمة العمومية للإذاعة المحلية بالولاية حسب مستخدميه.

- \*السؤال الثالث: هل هناك تحسين لمفهوم الخدمة العمومية من خلال موقع الفيسبوك من وجهة نظر مستخدمي صفحة الإذاعة المحلية بالولاية مقارنة بما يتم التقاطه عبر الاثير؟

للإجابة على هذا السؤال يجب دراسة وتحليل النتائج الموضحة في الجدول التالي:

جدول رقم (18): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية (الترتيب)

لإجابات الأفراد عينة البحث عن عبارات محور دور الفيسبوك في تحسين الخدمة العمومية للإذاعة المحلية بالولاية حسب مستخدميه

مستوى القبول	الأهمية النسبية (الترتيب)	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	
مرتفعة	2	1.05	3.76	21	31	19	6	3	z1
				26.25%	38.75%	23.75%	7.50%	3.75%	
متوسطة	7	1.01	3.51	11	36	18	13	2	z2
				13.75%	45%	22.50%	16.25%	2.50%	
متوسطة	5	1.06	3.59	12	41	14	8	5	z3
				15%	51.25%	17.50%	10%	6.25%	
متوسطة	3	1.18	3.63	20	30	16	8	6	z4
				25%	37.50%	20%	10%	7.50%	
متوسطة	6	1.23	3.56	18	34	10	11	7	z5
				22.50%	42.50%	12.50%	13.75%	8.75%	
مرتفعة	1	1	3.90	23	36	14	4	3	z6
				28.75%	45%	17.50%	5%	3.75%	

مستوى القبول	الاهمية النسبية (الترتيب)	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	
متوسطة	4	0.97	3.61	13	36	20	9	2	z7
				16.25%	45%	25%	11.25%	2.50%	
متوسطة	8	1.02	3.46	12	29	26	10	3	z8
				15%	36.25%	32.50%	12.50%	3.75%	
متوسطة	9	1.21	3.33	11	33	16	11	9	z9
				13.75%	41.25%	20%	13.75%	11.25%	
/	/	0.88	3.59	المحور الرابع					

المصدر: من إعدادات الطالبة بالاعتماد برنامج Sps v17

تشير نتائج الجدول اعلاه إلى إن محور (دور الفيسبوك في تحسين الخدمة العمومية للإذاعة المحلية بالولاية حسب مستخدميه) حاز على متوسط حسابي عام قدر به (3.59) وانحراف معياري عام قدره (0.88)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن عبارات هذا المحور تشير إلى نسبة قبول متوسطة، مما يدل على وجود مستوى اهتمام متوسط حول دور الفيسبوك في تحسين الخدمة العمومية للإذاعة المحلية بالمسيلة حسب مستخدميه، على خلاف مع ما توصلت اليه دراسة تارقي يونس (2017/2016) والتي اظهرت بأن أغلب عباراتها المتعلقة بتحسين الخدمة العمومية في جدول المتوسطات الحسابية مرتفعة مما تدل على وجود مستوى اهتمام عالي بأداء العاملين

ف نجد إن المرتبة الأولى كانت لعبارة رقم z6 "مزج الفيسبوك بين الجانب الإذاعي والمرئي لبعض برامجها التي تبث بالصورة والصوت" جاءت بمتوسط حسابي قدره (3.90)، وانحراف معياري (1) ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذه العبارة تشير إلى نسبة قبول مرتفعة وهذا يدل على أن أفراد العينة موافقون بدرجة مرتفعة على أن الفيسبوك مزج بين الجانب الإذاعي والمرئي لبعض برامجها التي تبث بالصورة والصوت.

أيضا نلاحظ إن عبارة رقم z1 "أسهم الفيسبوك في التعريف بالإذاعة المحلية بالمسيلة" جاءت بالترتيب الثاني من حيث الأهمية النسبية المعطاة لها من قبل عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذه

العبارة (3.76) وبانحراف معياري (1.05) ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذه العبارة تشير إلى نسبة قبول مرتفعة. وهذا يدل على أن أفراد العينة موافقون بدرجة مرتفعة على أن الفيسبوك اسهم في التعريف بالإذاعة المحلية بالمسيلة.

أما المرتبة الثالثة فهي للعبارة رقم **z4** التي تقول "تعوضني منشورات الإذاعة على صفحتها عن القنوات التي لم أتابعها مباشرة" والتي جاءت بمتوسط حسابي يقدر بـ (3.63)، وانحراف معياري (1.18)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذه العبارة تشير إلى نسبة قبول متوسطة وهذا يدل على أن أفراد العينة موافقون بدرجة متوسطة على أن منشورات الإذاعة على صفحتها تعوضني عن القنوات التي لم أتابعها مباشرة.

كما يتضح إن عبارة **z7** "عزز الفيسبوك من الاتجاهات الايجابية للبرامج الإذاعية إزاء الخدمة العمومية" جاء في الترتيب الرابع من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابة عن هذه العبارة (3.61) بانحراف معياري (0.97)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذه العبارة تشير أيضا إلى نسبة قبول متوسطة، وهذا يدل على أن أفراد العينة موافقون بدرجة مرتفعة على أن الفيسبوك عزز من الاتجاهات الايجابية للبرامج الإذاعية إزاء الخدمة العمومية.

بينما جاءت المرتبة الخامسة للعبارة **z3** التي تتضمن "وفر الفيسبوك معلومات كثيرة عن الإذاعة وبرامجها" فقد جاء المتوسط الحسابي (3.59)، والانحراف المعياري (1.06) ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذه العبارة تشير إلى نسبة قبول متوسطة، وهذا يدل على أن أفراد العينة موافقون بدرجة متوسطة على أن الفيسبوك وفر معلومات كثيرة عن الإذاعة وبرامجها.

وكذلك حققت العبارة **z5** "جعل الفيسبوك برامج الإذاعة أكثر تركيزا على خدمة المواطن بسبب المتابعة والتفاعل" المرتبة السادسة من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل عينة البحث إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابة عن هذه العبارة (3.56)، وانحراف معياري (1.23)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذه العبارة تشير أيضا إلى نسبة قبول متوسطة، وهذا يدل على أن أفراد العينة موافقون بدرجة متوسطة على أن الفيسبوك جعل برامج الإذاعة أكثر تركيزا على خدمة المواطن بسبب المتابعة والتفاعل.

كما يتضح إن العبارة **z2** "ساعد الفيسبوك على تنظيم أوقات متابعي للإذاعة" جاءت في الترتيب السابع حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.51)، وانحراف معياري (1.01)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن العبارة تشير

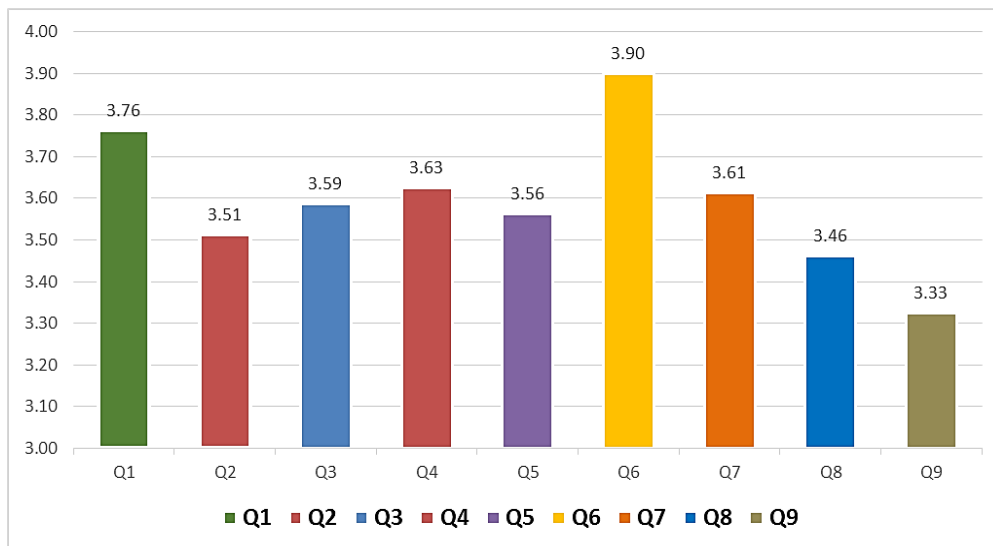
أيضا إلى نسبة قبول متوسطة، وهذا يدل على أن أفراد العينة موافقون بدرجة متوسطة على أن الفيسبوك ساعد على تنظيم أوقات متابعي للإذاعة.

ونلاحظ إن عبارة "z8 عزز الفيسبوك من جمهور الإذاعة وزاد عدد متابعيها" جاء بالترتيب الثامن من حيث الأهمية النسبية المعطاة لها من قبل عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابة عن هذه العبارة (3.46)، بالانحراف المعياري (1.02)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى نسبة قبول متوسطة، وهذا يدل على أن أفراد العينة موافقون بدرجة متوسطة على أن الفيسبوك عزز من جمهور الإذاعة وزاد عدد متابعيها.

ونجد المرتبة التاسعة للعبارة "z9 التي تتضمن "أتاح لي الفيسبوك إمكانية التواصل من القائمين على الإذاعة وبرامجها" حققت من حيث الأهمية النسبية المعطاة لها من قبل عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابة عن هذه العبارة (3.33)، بالانحراف المعياري (1.21)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذه العبارة تشير إلى نسبة قبول متوسطة، وهذا يدل على أن أفراد العينة موافقون بدرجة متوسطة على أن الفيسبوك أتاح لي إمكانية التواصل من القائمين على الإذاعة وبرامجها.

الشكل (16): المتوسطات الحسابية لإجابات الأفراد عينة البحث عن عبارات محور دور

الفيسبوك في تحسين الخدمة العمومية للإذاعة المحلية بالولاية حسب مستخدميه



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد برنامج Spss

ومنه نستنتج من خلال نتائج هذا المحور إن من بين الأدوار التي منحها الفيسبوك في تحسين الخدمة العمومية للإذاعة المحلية بالمسيلة حسب مستخدميها هو المزج بين الجانب الإذاعي والمرئي لبعض برامجها التي تبث بالصورة والصوت بثا حيا لكسب المزيد من التفاعل ووضع المتابع بقلب الحدث مع ما تبثه، كما إن الفيسبوك أسهم في التعريف بالإذاعة المحلية بالمسيلة بصورة كبيرة، وأن محتوى الصفحة كان باعتقادهم انه يغني مستمعي الإذاعة عن اللجوء إلى الاستماع للإذاعة من بثها الإذاعي عند انقطاع الإنترنت.

بينما أظهرت النتيجة إن مستوى مساهمة الفيسبوك في تنظيم أوقات متابعة الإذاعة كانت ضمن المراتب الأخيرة وبنسبة متوسطة وهذه النتيجة تعزى إلى كون اللاتزامنية التي يتيحها الفيسبوك تدفع المتابعين والمستخدمين إلى عدم التقييد بوقت معين للمتابعة لكونهم يمكنهم الاطلاع على المحتوى في أي وقت شاءوا وهذه ميزة اي اللاتزامنية توفرها جميع مواقع التواصل الاجتماعي ومنها الفيسبوك. وفي المراتب الأخيرة أيضاً أظهرت النتائج إن دور الفيسبوك في تعزيز عدد متابعي الإذاعة كان بمستوى متوسط، وهذا يمكن عزوه إلى التنافسية التي تشهدها ساحات التواصل الاجتماعي من مختلف الجهات والإذاعات ووسائل الإعلام والتي استقطبت فئات عديدة من الجمهور، وهذا يزيد مع جانب ويقل مع جانب، إلا أنه مع إذاعة المسيلة يمكن تفسيره لكون الإذاعة لم تقدم شيئاً مميزاً أو لافتاً خلال فترة الدراسة أو التي مضت، يمكن ان يزيد من متابعتها، خصوصا إن المتابعين اليوم على التواصل الاجتماعي غير ثابتين فما تجده اليوم كثيرا قد تجد في الغد قليلا. وربما أيضا تفسر هذه النتيجة بالنتيجة التي تلتها في آخر المراتب وهي متوسط التواصل من القائمين على الإذاعة وبرامجها مع المستمعين، وقلة تفاعلهم مع الجمهور، أيضا هذا يمكن ان يقلل من المتابعين أو عدم زيادتهم.

جدول رقم (19) مركب تحليل عبارة أسهم الفيسبوك في التعريف بالإذاعة المحلية بالمسيلة

حسب متغيرات الدراسة (الجنس، العمر، المستوى التعليمي)

المجموع	z1/أسهم الفيسبوك في التعريف بالإذاعة المحلية بالمسيلة					ت	
	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة		
38	9	16	7	4	2	ت	ذكر
47.50%	11.30%	20.00%	8.80%	5.00%	2.50%	%	
42	12	15	12	2	1	ت	أنثى
52.50%	15.00%	18.80%	15.00%	2.50%	1.30%	%	
80	21	31	19	6	3	ت	المجموع
100.00%	26.30%	38.80%	23.80%	7.50%	3.80%	%	
52	15	18	13	3	3	ت	20-29
65.00%	18.80%	22.50%	16.30%	3.80%	3.80%	%	
23	6	10	5	2	0	ت	39-30
28.80%	7.50%	12.50%	6.30%	2.50%	0.00%	%	
5	0	3	1	1	0	ت	40 فما فوق
6.30%	0.00%	3.80%	1.30%	1.30%	0.00%	%	
80	21	31	19	6	3	ت	المجموع
100.00%	26.30%	38.80%	23.80%	7.50%	3.80%	%	
4	4	0	0	0	0	ت	متوسط
5.00%	5.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	%	
6	0	6	0	0	0	ت	ثانوي
7.50%	0.00%	7.50%	0.00%	0.00%	0.00%	%	
70	17	25	19	6	3	ت	جامعي
87.50%	21.30%	31.30%	23.80%	7.50%	3.80%	%	
80	21	31	19	6	3	ت	المجموع
100.00%	26.30%	38.80%	23.80%	7.50%	3.80%	%	

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد برنامج Spss

## حسب متغير الجنس:

من خلال نتائج الجدول أعلاه يتبين لنا إن أغلبية الباحثين الذكور أبدوا موافقتهم على أن الفيسبوك أسهم في التعريف بالإذاعة المحلية بالمسييلة بنسبة 20.00% مقارنة مع الإناث بلغت نسبتهم 18.80%، بينما نجد أغلبية الباحثين إناث أبدوا موافقتهم بشدة على أن الفيسبوك أسهم بالتعريف بها بنسبة 15.00% مقارنة مع الذكور بنسبة 11.30%، أما من هم محايدون فسجلت أعلى نسبة فيها عند الإناث 15.00% مقارنة مع الذكور بنسبة 8.80%، بعدها يأتي من هم لا يوافقون بان الفيسبوك أسهم في التعريف بالإذاعة المحلية بالمسييلة سجلت أعلى نسبة لدى الذكور بنسبة 5.00% بالمقارنة مع الذكور بنسبة 2.50%، ثم يليه من هم لا يوافقون بشدة بعدد ضئيل عند الذكور والذي يقدر عددهم (2) وهذا بنسبة 2.50%، مقارنة مع الإناث بنسبة 1.30%، ومنه نستنتج إن نسبة الإناث الذين أبدوا موافقتهم بأن الفيسبوك أسهم في التعريف بالإذاعة المحلية بالمسييلة (52.50%) أكبر من نسبة الذكور 47.50% وهذا راجع إلى عدة أسباب منها: ما يرتبط بالكثافة الديمغرافية حيث تتجه تركيبة المجتمع سيما في الأجيال الجديدة إلى ارتفاع نسبة الإناث مقارنة بنسبة الذكور، وربما يرجع إلى احتكاكهم الزايد بالصفحة.

## حسب متغير العمر:

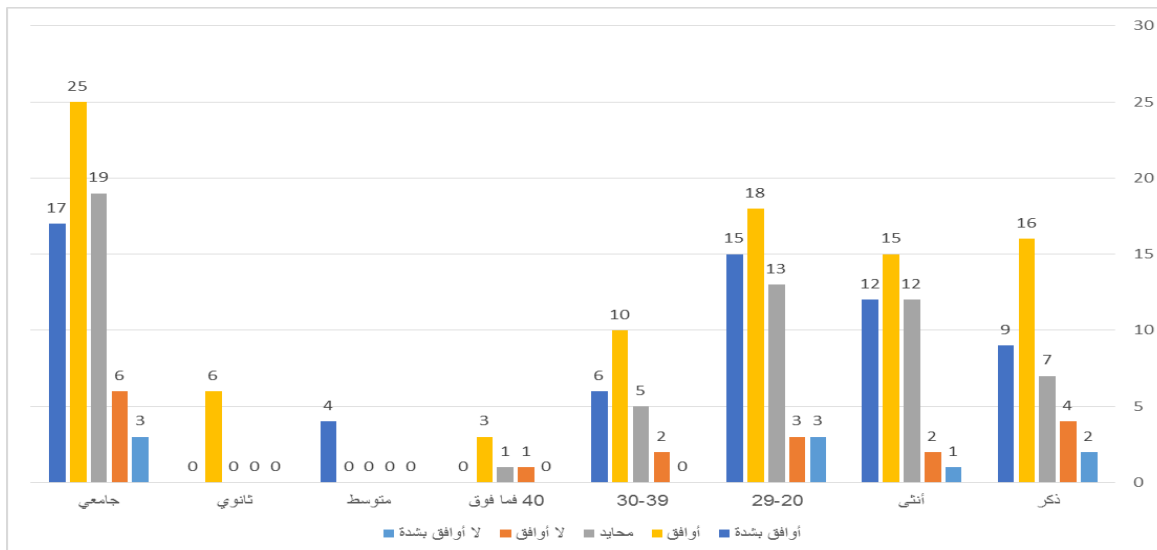
يتضح من الجدول أعلاه أنه هناك توافق في ترتيب مجاميع درجاتهم السلوكية بين متغير الدراسة الجنس ومتغير العمر؛ بمعنى إن أعلى نسبة من هم موافقين على أن الفيسبوك أسهم في التعريف بالإذاعة المحلية بالمسييلة سجلت لدى أفراد العينة الذي تتراوح أعمارهم ما بين 20-29 سنة بنسبة 22.50% مقارنة مع الذين يتراوح أعمارهم بين 30-39 سنة بنسبة 13.50%، أما من يتراوح أعمارهم من 40 سنة فما فوق سجلت نسبتهم 3.80%، بينما من هم يوافقون بشدة سجلت أعلى نسبة لدى الفئة العمرية من 20-29 سنة بنسبة 18.80%، مقارنة مع فئة 30-39 سنة بنسبة 7.50%، بينما فئة 40 سنة فما فوق فنسبتها معدومة بـ 0.00%، أما من هم محايدون في اجاباتهم فسجلت أعلى نسبة فيها لدى من تتراوح اعمارهم بين 20-29 سنة بنسبة 16.30%، بعدهم أفراد العينة الذين أعمارهم بين 30-39 سنة بنسبة 6.30%، ويليهم من هم من 40 سنة فما فوق بنسبة 1.30%، بعدها يأتي من هم لا يوافقون بان الفيسبوك أسهم في التعريف بالإذاعة المحلية بالمسييلة سجلت أعلى نسبة لدى فئة العمر التي تتراوح بين 20-29 سنة بنسبة 3.80%

بالمقارنة مع فئة 30-39 سنة بنسبة 2.50%، ومقارنة مع فئة 40 سنة فما فوق بنسبة 1.30%، ثم يليهم في الأخير من هم لا يوافقون بشدة بنسبة ضئيلة جدا 3.80% التي ترأسها الفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم بين 20-29 سنة، أما ذوي 30-39 سنة و 40 سنة فما فوق تتوافق في النسبة المعدومة 0.00%، وهذا راجع إلى خصائص هذه الفئة التي هي مرحلة الشباب وتتميز بنوع من الاندفاع والرغبة في الاكتشاف وتجربة كل ما هو حديث في ساحة تكنولوجيا الاتصال خصوصا الفيسبوك وذلك للاطلاع أكثر على تطبيقاته ومختلف مخرجاته.

### حسب متغير المستوى التعليمي:

نلاحظ من الجدول أعلاه أنه هنا أيضا يوجد توافق في ترتيب مجاميع درجاتهم السلوكية بين متغير الدراسة الجنس ومتغير المستوى التعليمي؛ بمعنى إن أعلى نسبة من هم موافقين على الفيسبوك أسهم في التعريف بالإذاعة المحلية بالمسيلة سجلت لدى من هم مستواهم جامعي بنسبة 31.30% مقارنة مع المستوى الثانوي لأفراد العينة بنسبة 7.50%، أما من يحملون مستوى المتوسط فكانت نسبتهم معدومة 0.00%، بينما من هم يوافقون بشدة سجلت أعلى نسبة دائما عند المستوى الجامعي بنسبة 21.30%، بعده مستوى المتوسط لأفراد العينة بنسبة 5.00%، ويليه المستوى الثانوي بنسبة 0.00%، أما من هم محايدون في إجاباتهم فسجلت أعلى نسبة لدى المستوى الجامعي بنسبة 23.80%، ويليه توافق في النسبة بين المستوى التعليمي الثانوي والمتوسط بنسبة 0.00%، بعدها يأتي من هم لا يوافقون بان الفيسبوك أسهم في التعريف بالإذاعة المحلية بالمسيلة سجلت مجموع نسبتهم بـ 7.50% عند المستوى الجامعي، أما المستويات الباقية المذكورة بالجدول أعلاه نسبتهم 0.00%، وأخيرا نجد نسبة من هم لا يوافقون بشدة ضئيلة جدا قدرت بـ 3.80% التي سجلت لدى المستوى الجامعي، وباقي المستويات دائما نسبتهم معدومة بـ 0.00%، وهذا راجع إلى إن المستوى التعليمي ومستواهم العلمي يلعب دور كبير في تحديد مسار الصفحة بالفيسبوك.

الشكل (17) مركب تحليل عبارة أسهم الفيسبوك في التعريف بالإذاعة المحلية بالمسيلة حسب متغيرات الدراسة (الجنس، العمر، المستوى التعليمي)



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد برنامج Spss

الجدول رقم (20) مركب بين ما إذا الفيسبوك عزز من الاتجاهات الايجابية للبرامج الإذاعية إزاء الخدمة العمومية ومتغير الدراسة (المستوى التعليمي)

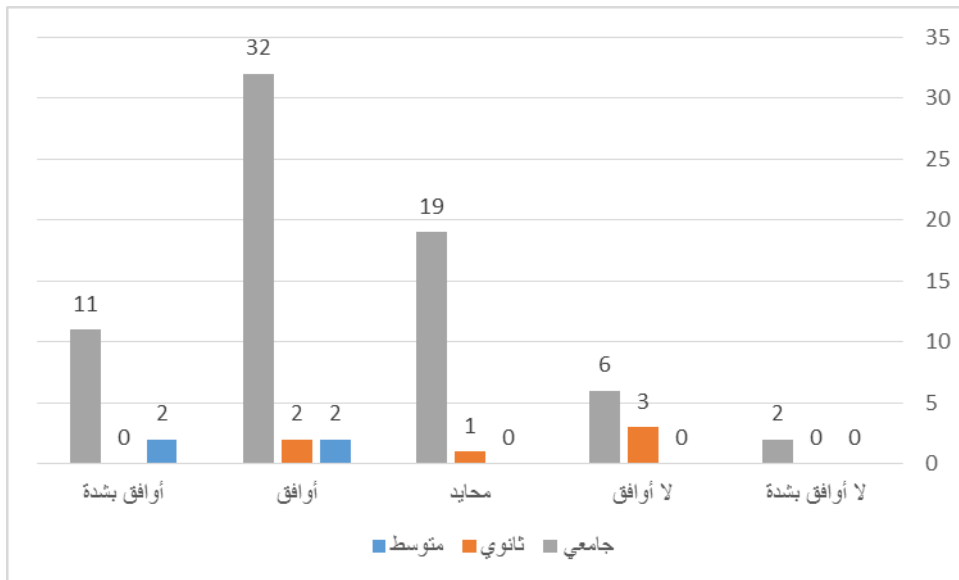
المجموع	Z7/عزز الفيسبوك من الاتجاهات الايجابية للبرامج الإذاعية إزاء الخدمة العمومية					ت	
	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة		
4	2	2	0	0	0	ت	متوسط
5.00%	2.50%	2.50%	0.00%	0.00%	0.00%	%	
6	0	2	1	3	0	ت	ثانوي
7.50%	0.00%	2.50%	1.30%	3.80%	0.00%	%	
70	11	32	19	6	2	ت	جامعي
87.50%	13.80%	40.00%	23.80%	7.50%	2.50%	%	
80	13	36	20	9	2	ت	المجموع
100.00%	16.30%	45.00%	25.00%	11.30%	2.50%	%	

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد برنامج Spss

من خلال الجدول نلاحظ إن نسبة كبيرة من أفراد عينة البحث ذوي المستوى الجامعي موافقين إن الفيسبوك عزز من الاتجاهات الايجابية للبرامج الإذاعية إزاء الخدمة العمومية بنسبة 40.00% مقارنة مع المستوى الثانوي والمتوسط لأفراد العينة الذين يتوافقون في النسب بنسبة 2.50%، بينما نجد من هم محايدين في إجاباتهم فسجلت أعلى نسبة لدى المستوى الجامعي بنسبة 23.80%، ويليه المستوى الثانوي بنسبة 1.30%، بعده المستوى المتوسط بنسبة 0.00%، وكذا من يوافقون بشدة سجلت أعلى نسبة عند المستوى الجامعي بنسبة 13.80%، بعده مستوى المتوسط بنسبة 2.50%، ويليه المستوى الثانوي بنسبة 0.00%، أما من لا يوافقون بان الفيسبوك عزز من الاتجاهات الايجابية للبرامج الإذاعية إزاء الخدمة العمومية سجلت نسبة المستوى الجامعي بـ 7.50% كأعلى نسبة، ويليه المستوى الثانوي بنسبة 3.80%، ومستوى المتوسط بـ 0.00%، في حين نجد نسبة من هم لا يوافقون بشدة قليلة جدا مقارنة بالنسب الأخرى حيث يمثل الأفراد ذوي المستوى الجامعي اعلى نسبة قدرت بـ 2.50% بينما المستوى الثانوي والمستوى التعليمي المتوسط بـ 0.00%، وهذا ما تفسره النتائج في الجدول السابق رقم (15) بنسبة 87.50%.

الشكل (18) مركب بين عبارة ما إذا الفيسبوك عزز من الاتجاهات الايجابية للبرامج الإذاعية

إزاء الخدمة العمومية ومتغير الدراسة (المستوى التعليمي)



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد برنامج Spss

\* نتائج الدراسة

1- عرض النتائج الخاصة بالبيانات الشخصية

بعد تحليلنا للبيانات المتحصل عليها توصلنا إلى النتائج التالية:

- إن فئة الإناث شكلت النسبة الأكبر من العينة، إذ بلغت 52.5%، بينما كانت فئة الذكور 47.5%.

- شكلت الفئة العمرية بين 20 إلى 29 سنة معظم أفراد عينة الدراسة إذ بلغت نسبتها 65%.

- إن معظم أفراد عينة الدراسة جامعيين بنسبة 87.5%.

2- عرض النتائج الخاصة بالمحور الأول: عادات وأنماط استخدام موقع الفيسبوك للإذاعة المحلية بالمسيلة.

- إن أغلبية أفراد عينة الدراسة يستخدمون الفيسبوك بشكل دائم بنسبة قدرت بـ 68.8% وهذا ما اتفق مع دراسة أحمد يونس محمد حمودة (2013)، وهذا راجع إلى كون الفيسبوك من الشبكات الواسعة الانتشار والتي تمثل فضاء مفتوحا لا يجد فيه المستخدم أية صعوبة في الانضمام أو التصفح وكذا التفاعل والتواصل.

- إن أغلبية أفراد عينة الدراسة إناث اللواتي تراوحن أعمارهن بين 20-29 سنة حاملات مستوى جامعي يستخدمون الفيسبوك بشكل دائم، وهذا راجع إلى تصفحهم الكبير للموقع بحكم البيئة الاجتماعية كون هذه الفئة تمر بمرحلة ترغب فيها باكتشاف كل جديد ومواكبة التطور الحاصل، وبالتالي هم الأقرب إلى التفتن للإمكانات التي يزخر بها موقع الفيسبوك والتي يمكن الاستفادة منها في حياتهم اليومية.

- إن أغلبية أفراد عينة الدراسة يفضلون استخدام الفيسبوك في الفترة الليلية بنسبة 45%، وهذا ما اتفق مع الدراسة السابقة لابن قسمي حنان (2015/2014) وهذا راجع لتفرغهم من انشغالهم وارتباطهم اليومية.

- إن أغلبية أفراد عينة الدراسة يستخدمون الفيسبوك من 3 إلى 4 ساعات وهذه المدة التي يستخدمون فيها غير منطقية وتجاوز الحد المعقول وتأخذ مستخدميه لدرجة الإدمان بنسبة قدرت بـ 36.3%، وهذا ما اتفق مع الدراسة السابقة لابن قسمي حنان (2015/2014).

- إن أغلبية أفراد عينة الدراسة نادرا ما يتابعون صفحة الإذاعة المحلية بالمسيلة عبر الفيسبوك بنسبة قدرت بـ 38.8%، وهذا راجع لكون أفراد العينة تميل إلى الإذاعة التقليدية أكثر وذلك لسهولة متابعتها بمختلف وسائل

الاتصال الرقمية الحديثة والتي تناسب مع أوقاتهم.

- إن أغلبية أفراد عينة الدراسة اناث نادرا ما يتابعن صفحة الإذاعة المحلية بالمسيلة بنسبة قدرت بـ 18.80%، نظرا لانشغالهم الدائمة سواء بالأعمال المنزلية أو العمل خارج المنزل مما يصرفهم عن متابعتها بصفة دائمة نظرا لضيق الوقت.

- إن أغلبية أفراد عينة الدراسة يستخدمون الفيسبوك بغرض متابعة الأحداث الجارية بنسبة 30%، وهذا ما اتفق مع دراسة عبد الكريم الديبسي علي وزهير ياسين الطاهات (2013)، وهذا راجع إلى كونه أصبح مصدر للأخبار والمعلومات ومناقشتها في ذلك لوسائل الإعلام التقليدية، وكذا سرعة تدفقها واختصار الزمن.

- إن أغلبية أفراد عينة الدراسة يلي لهم موقع الفيسبوك احتياجات اجتماعية بنسبة 29%، وهذا راجع إلى أهمية الموقع ودوره الكبير في المجتمعات وشموليته للمواضيع التي تجذب اهتمامهم وتسمح بمشاركة لهم.

**3- عرض النتائج الخاصة بالمحور الثاني: الآليات التي تعتمدها إذاعة المسيلة في صفحتها على فيسبوك لغرض تحسين الخدمة العمومية.**

- اعلى نسبة من أفراد العينة **موافقون بشدة** على أن صفحة الإذاعة المحلية بالمسيلة تنشر على صفحتها أهم عناوين الأخبار بنسبة 17.50%، إذ بلغ متوسط الحسابي للإجابة عن هذه العبارة (3.6)، بانحراف معياري (1.09775)، ووفقا لمقياس الدراسة فإنها تشير إلى نسبة قبول متوسطة.

- أعلى نسبة من أفراد العينة **موافقون** على أن صفحة الإذاعة المحلية بالمسيلة تحرص على مصداقية الأخبار في صفحة الفيسبوك بنسبة 36.25%، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذه العبارة (3.7625) وبانحراف معياري (1.02183) ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذه العبارة تشير إلى نسبة قبول مرتفعة.

- اعلى نسبة من أفراد العينة **موافقون** على أن الإذاعة المحلية بالمسيلة تؤكد في صفحتها على موثوقية مصادر الأخبار التي تنشرها بنسبة 37.50%. والتي جاءت بمتوسط حسابي يقدر بـ (3.6875)، وانحراف معياري (0.92221)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذه العبارة تشير إلى نسبة قبول مرتفعة.

- اعلى نسبة من أفراد العينة **موافقون** على أن الإذاعة المحلية بالمسيلة تنشر على صفحتها بالفيسبوك آخر الأخبار أولا بأول (الآنية) بنسبة 43.75%، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابة عن هذه العبارة (3.4125)، بالانحراف معياري (1.18742)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى نسبة قبول متوسطة.

- اعلى نسبة من أفراد العينة **محايدون** على أن الإذاعة المحلية بالمسيلة تختار الوقت المناسب لنشر برامجها

وأخبارها على صفحتها بنسبة 22.50%، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.5125)، وانحراف معياري (1.07907)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن العبارة تشير أيضا إلى نسبة قبول متوسطة.

- اعلى نسبة من أفراد العينة موافقون على يتفاعل أدمن الصفحة مع جمهور الإذاعة بشكل جيد بنسبة 32.50%، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابة عن هذه العبارة (3.3375)، بالانحراف معياري (1.1794)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذه العبارة تشير إلى نسبة قبول متوسطة.

- اعلى نسبة من أفراد العينة موافقون على أن الإذاعة المحلية بالمسيلة تحرص على نشر المستجدات التي تهم المواطن على صفحتها بنسبة 38.75%، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابة عن هذه العبارة (3.525)، وانحراف معياري (1.05513)، ووفقا لمقياس الدراسة فان هذه العبارة تشير أيضا إلى نسبة قبول متوسطة.

- اعلى نسبة من أفراد العينة موافقون على أن الإذاعة المحلية بالمسيلة تعلن عن برنامجها الإذاعي على صفحتها بنسبة 48.75%، فقد جاء المتوسط الحسابي (3.575)، والانحراف المعياري (1.09977) ووفقا لمقياس الدراسة فان هذه العبارة تشير إلى نسبة قبول متوسطة.

- اعلى نسبة من أفراد العينة موافقون على أن صفحة الإذاعة المحلية بالمسيلة تعزز النشر بالوسائط المتعددة مثل الفيديو والصورة والرابط بنسبة 50%، جاءت بمتوسط حسابي قدره 3.9 وانحراف معياري 0.93592 ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذه العبارة تشير إلى نسبة قبول مرتفعة.

- اعلى نسبة من أفراد العينة موافقون على تتيح الإذاعة على صفحتها إمكانية التواصل والرددشة بنسبة 36.25%، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابة عن هذه العبارة (3.25)، بالانحراف معياري (1.28772)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى نسبة قبول متوسط.

**4- عرض النتائج الخاصة بالمحور الثالث: أشكال الخدمة العمومية للإذاعة المحلية بالمسيلة المقدمة لتغطية انشغالات الجمهور واحتياجاته عبر صفحتها على الفيسبوك.**

- اعلى نسبة من أفراد العينة موافقون على أن صفحة الإذاعة المحلية بالمسيلة تنشر مضامين اجتماعية مهمة للفرد والأسرة بنسبة 42.50%، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابة عن هذه العبارة (3.63) بالانحراف معياري (1.14)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذه العبارة تشير أيضا إلى نسبة قبول متوسطة.

- اعلى نسبة من أفراد العينة موافقون على أن صفحة الإذاعة المحلية بالمسيلة تنشر مضامين وقيم ثقافية عامة لفائدة المجتمع بنسبة 43.75%، فقد جاء المتوسط الحسابي (3.59)، والانحراف المعياري (1.08) ووفقا لمقياس الدراسة فان هذه العبارة تشير إلى نسبة قبول متوسطة.
- اعلى نسبة من أفراد العينة موافقون على أن صفحة الإذاعة المحلية بالمسيلة تقدم فقرات ترفيهية هادفة بنسبة 42.50%، البحث إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابة عن هذه العبارة (3.50)، وانحراف معياري (1.07)، ووفقا لمقياس الدراسة فان هذه العبارة تشير أيضا إلى نسبة قبول متوسطة.
- اعلى نسبة من أفراد العينة موافقون على أن صفحة الإذاعة المحلية بالمسيلة تقدم فقرات دينية مناسبة وموضوعية بنسبة 42.50%، والتي جاءت بمتوسط حسابي يقدر ب (3.71)، وانحراف معياري (1.06)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذه العبارة تشير إلى نسبة قبول مرتفعة.
- اعلى نسبة من أفراد العينة موافقون على أن صفحة الإذاعة المحلية بالمسيلة تراعي الفئات العمرية للمجتمع في برامجها بنسبة 43.75%، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.50)، وانحراف معياري (1.07)، ووفقا لمقياس الدراسة فان العبارة تشير أيضا إلى نسبة قبول متوسطة.
- اعلى نسبة من أفراد العينة موافقون على أن صفحة الإذاعة المحلية بالمسيلة تحرص على تغطية انشغالات الجمهور وتلبية احتياجاته بنسبة 42.50%، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابة عن هذه العبارة (3.36)، بالانحراف معياري (1.06)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى نسبة قبول متوسطة.
- اعلى نسبة من أفراد العينة موافقون على أن صفحة الإذاعة المحلية بالمسيلة تلي تغطيتها انشغالات الجمهور واحتياجاته بنسبة 33.75%، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابة عن هذه العبارة (3.39)، بالانحراف معياري (1.14)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذه العبارة تشير إلى نسبة قبول متوسطة.
- اعلى نسبة من أفراد العينة موافقون على يمتاز أداء الإذاعة الإعلامي عموما بكونه مميزا وإيجابيا بنسبة 50%، جاءت بمتوسط حسابي قدره (3.80)، وانحراف معياري (0.79) ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذه العبارة تشير إلى نسبة قبول مرتفعة.
- اعلى نسبة من أفراد العينة موافقون على كون الإذاعة تراعي التنوع الثقافي واللغوي في اعداد برامجها وأخبارها بنسبة 51.25%، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذه العبارة (3.73) وبالانحراف معياري (0.84) ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذه العبارة تشير إلى نسبة قبول مرتفعة.

- اعلى نسبة من أفراد العينة موافقون على تركيز على الجانب الخدمي للمواطن في برامجها بنسبة 47.50%، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابة عن هذه العبارة (3.49)، بالانحراف المعياري (0.93)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى نسبة قبول متوسطة.

5- عرض النتائج الخاصة بالمحور الرابع: دور الفيسبوك في تحسين الخدمة العمومية للإذاعة المحلية بالولاية حسب مستخدميها.

- اعلى نسبة من أفراد العينة موافقون على أن الفيسبوك أسهم في التعريف بالإذاعة المحلية بالمسيلة بنسبة 38.75%، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذه العبارة (3.76) وبانحراف معياري (1.05) ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذه العبارة تشير إلى نسبة قبول مرتفعة.

- اعلى نسبة من أفراد العينة موافقون على ساعد الفيسبوك على تنظيم أوقات متابعي للإذاعة بنسبة 45%، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.51)، وانحراف معياري (1.01)، ووفقا لمقياس الدراسة فان العبارة تشير أيضا إلى نسبة قبول متوسطة.

- اعلى نسبة من أفراد العينة موافقون على وفر الفيسبوك معلومات كثيرة عن الإذاعة وبرامجها بنسبة 51.25%، فقد جاء المتوسط الحسابي (3.59)، والانحراف المعياري (1.06) ووفقا لمقياس الدراسة فان هذه العبارة تشير إلى نسبة قبول متوسطة.

- اعلى نسبة من أفراد العينة موافقون على تعوضني منشورات الإذاعة على صفحاتها عن الفترات التي لم أتابعها مباشرة بنسبة 37.50%، والتي جاءت بمتوسط حسابي يقدر بـ (3.63)، وانحراف معياري (1.18)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذه العبارة تشير إلى نسبة قبول متوسطة.

- اعلى نسبة من أفراد العينة موافقون على جعل الفيسبوك برامج الإذاعة أكثر تركيزا على خدمة المواطن بسبب المتابعة والتفاعل بنسبة 42.50%، البحث إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابة عن هذه العبارة (3.56)، وانحراف معياري (1.23)، ووفقا لمقياس الدراسة فان هذه العبارة تشير أيضا إلى نسبة قبول متوسطة.

- اعلى نسبة من أفراد العينة موافقون على مزج الفيسبوك بين الجانب الإذاعي والمرئي لبعض برامجها التي تبث بالصورة والصوت بنسبة 45%، جاءت بمتوسط حسابي قدره (3.90)، وانحراف معياري (1) ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذه العبارة تشير إلى نسبة قبول مرتفعة.

- اعلى نسبة من أفراد العينة موافقون على عزز الفيسبوك من الاتجاهات الايجابية للبرامج الإذاعية إزاء الخدمة العمومية بنسبة 45%، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابة عن هذه العبارة (3.61) بانحراف معياري (0.97)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذه العبارة تشير أيضا إلى نسبة قبول متوسطة.
- اعلى نسبة من أفراد العينة موافقون على عزز الفيسبوك من جمهور الإذاعة وزاد عدد متابعيها بنسبة 36.25%، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابة عن هذه العبارة (3.46)، بالانحراف معياري (1.02)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى نسبة قبول متوسطة.
- اعلى نسبة من أفراد العينة موافقون على أتاح لي الفيسبوك إمكانية التواصل من القائمين على الإذاعة وبرامجها بنسبة 41.25%، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابة عن هذه العبارة (3.33)، بالانحراف معياري (1.21)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذه العبارة تشير إلى نسبة قبول متوسطة.

### خلاصة نتائج الدراسة

1. إن أفراد عينة الدراسة يستخدمون موقع الفيسبوك بشكل دائم، والفترة المناسبة لاستخدامهم له هي الفترة الليلية، من ثلاث إلى اربع ساعات باليوم، إلا أنهم نادرا ما يتابعون صفحة الإذاعية المحلية بالمسيلة، ويتم استخدامهم للموقع بغرض متابعة الاحداث الجارية وتلبية احتياجاتهم الاجتماعية.
2. من أبرز الآليات التي تعتمد عليها إذاعة بالمسيلة في صفحتها على فيسبوك لغرض تحسين الخدمة العمومية هو تعزيز النشر بالوسائط المتعددة مثل الفيديو والصور والرابط، بالإضافة إلى أنها تحرص على مصداقية الأخبار التي تنشرها وتؤكد موثوقيتها.
3. إن من أبرز أشكال الخدمة العمومية للإذاعة المحلية بالمسيلة المقدمة لتغطية انشغالات الجمهور واحتياجاته عبر صفحة الفيسبوك هي آداؤها الإعلامي المتميز والإيجابي اضافة إلى التنوع الثقافي واللغوي في اعداد برامجها وأخبارها، وكذا من خلال تقديمها لل فقرات الدينية بكل تناسبية وموضوعية.
4. إن من أبرز الادوار التي يمنحها الفيسبوك لتحسين خدمات الإذاعة المحلية هو المزج بين الجانب الإذاعي والمرئي لبعض برامجها التي تبث بالصورة والصوت، وكذا التعريف بالإذاعة المحلية بالمسيلة.

## خلاصة الفصل

تضمن هذا الفصل الدراسة الميدانية لعينة من مستخدمي صفحة إذاعة المحلية بالمسيلة حول دور موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك في تحسين الخدمة العمومية بالجزائر، حيث تم التطرق إلى عرض نتائج الدراسة الميدانية التي اقتصرت على 80 استبياناً إلكترونياً صالحاً للتحليل الإحصائي، ثم قمنا بتفريغ هذه الاستمارات باستخدام الأساليب الإحصائية بالاستعانة ببرنامج spss من أجل اختبار تساؤلات الدراسة وبعدها تم عرض النتائج التي مثلت الاجابة عن تساؤلات الدراسة.



الخاتمة

### الخاتمة:

من خلال دراستنا، وما تقدم فيها يمكننا القول بأن موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك باعتباره وسيلة اجتماعية، اتاح الفرصة للجميع المتابعة وبت كل ما هو جديد، بالإضافة إلى ذلك فقد أصبح يمكن استغلاله في جانب المؤسسات الإعلامية عامة والإذاعية خاصة وخروجها من التقليدي إلى الرقمي الحديث لتحسين خدماتها العمومية، لكن من خلال ما توصلنا اليه من نتائج فإن استخدامه في هذا المجال يبقى محتشما، وعدم استغلاله بشكل دائم في هذا الجانب، الأمر الذي يقلل التفاعل به ويجعل له هذا دورا متوسطا إلى حد ما في تحسين الخدمة العمومية بالمسيلة.

وقد توصلت الدراسة الحالية إلى مجموعة من الاقتراحات والتوصيات يمكن إن تكون انطلاقة لدراسات قادمة أو حتى للإذاعة المحلية بالمسيلة في حد ذاتها تتمثل في النقاط التالية:

- على الإذاعة المحلية بالمسيلة استغلال موقع الفيسبوك أكثر وهذا بالاعلان عن برنامجها الإذاعي على صفحاتها وهذا لتعويض المتابع عن الفترات التي لم يتابعها مباشرة، مع الحرص على نشر المستجدات التي تهم المواطن، بالإضافة إلى تفاعل ادمن الصفحة مع جمهور الإذاعة ومتابعيها أو تقديم بديلا لذلك على أن تقوم برصد ابرز التعليقات والمقترحات والرد عليها في منشور موسع ومفصل.
  - ضرورة اهتمام الإذاعة المحلية بالمسيلة بهذا الفضاء الافتراضي وتسخييره في الجوانب الاجتماعية التي تهم انشغالات الجمهور وتلبي احتياجاته.
  - ضرورة تواصل القائمين على الإذاعة وبرامجها مع متابعيهم وزيادة تفاعلهم معهم.
- كل هذا وأكثر يمكن إن يزيد من متابعيها والإقبال اليها أكثر ولما لا تحاول شد متابعيها للتفاعل معها أكثر من الإذاعة التقليدية.

# مراجع الدراسة وملاحقها



مراجع الدراسة

أولاً: قائمة الكتب:

1. ابو النصر، سامية (2014): صحافة الإلكترونية وثورة الفيس بوك، ط1، الناشر المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، القاهرة.
2. أحمد، أميرة محمد محمد سيد (2015): الإعلام الرقمي والحراك السياسي، ط1، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية المتحدة الجمهورية اللبنانية.
3. بدوي، عبد الرحمان (1977): مناهج البحث العلمي، ط3، وكالة المطبوعات، الكويت.
4. بن مرسل، أحمد (2010): مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
5. بوجلال، مصطفى (2015): علم الاجتماع المعاصر بين الاتجاهات والنظريات، ديوان المطبوعات الجامعية.
6. بوحوش، عمار و الذنبيات، محمد محمود (2007): مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
7. البياني، ياس خضير (2014): الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان.
8. الشبيبي، عبد الله بن عايش سالم (2002): علم اجتماع التربية، ط1، المكتب الجامعي الحديث.
9. حلاوة، محمد السيد (2011): العلاقات الاجتماعية للشباب بين دردشة الإنترنت والفايسبوك، دار المعرفة الجامعية لمنشر والتوزيع، الإسكندرية.
10. الدليمي، عبد الرزاق (2015): صناعة الإعلام العالمي المعاصر، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان-الأردن.
11. الدليمي، عبد الرزاق محمد (2011): الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، ط1، دار وائل للطباعة والنشر، الأردن.
12. الديهي، محي الدين إسماعيل محمد (2015): تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين، ط1، الناشر مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية-القاهرة.

13. ربيع، محمد أحمد و الصالحى، غرمي، و الحوامدة، نجود عطالله (2014): البحث العلمي مناهجه وطرائقه-عرض وتطبيق، ط1، أمواج للنشر والتوزيع، عمان-الأردن.
14. الرحباني، عبير (2015): الاستعمار الإلكتروني والإعلام، ط1، دار اسامة للنشر والتوزيع نبلاء ناشرون وموزعون، الاردن-عمان.
15. رفعت، محمد مصطفى (2018): الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية، ط1، العربي للنشر والتوزيع.
16. زيتون، كمال عبد الحميد (1997): التدرّس نماذجه ومهاراته، ط1، عالم الكتب، القاهرة-مصر.
17. شقرة، علي خليل (2014): الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، الناشر دار أسامة للنشر والتوزيع، الاردن-عمان.
18. شكري، عبد المجيد (1987): الإذاعة المحلية لغة العصر، ط1، دار الفكر العربي، المركز الجامعي للتصوير والطباعة الإلكترونية، مصر.
19. الشمايلة، ماهر عودة و اللحام، محمود عزت و كافي، مصطفى يوسف (2015): الإعلام الرقمي الجديد، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن-عمان.
20. صادق، عباس مصطفى (2008): الإعلام الجديد - المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان-الأردن.
21. صالح، أحمد محمد (2003): الإنترنت والمعلومات بين الأغنياء والفقراء، الطبعة 1، المكتبة المصرية للطباعة والنشر والتوزيع، مصر.
22. الصوفي، فارس جميل (2011): المعايير المحاسبية الدولية والأداء المالي للشركات الصناعية المساهمة العامة، ط1، دار جليس الزمان، الأردن.
23. الطائي، مصطفى حميد و أبوبكر، خير ميلاد (2002): مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.

24. عارم، فتحي حسين (2011): وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيسبوك، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة.
25. عبد الحميد، صلاح محمد (2012): الإعلام الجديد، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة.
26. عبد الرحمان، عبد الله محمد (2005): سوسيولوجيا الاتصال والإعلام النشأة التطورية والاتجاهات الحديثة والدراسات الميدانية، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية.
27. عبد الغفار، فيصل محمد (2015): شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، الجنادرية للنشر والتوزيع.
28. عبد الله، مي (2006): نظريات الاتصال، ط1، دار النهضة العربية، بيروت-لبنان.
29. عبد المؤمن، علي معمر (2008): مناهج البحث في العلوم الاجتماعية الأساسية والتقنيات والأساليب، ط1، دار الكتب الوطنية، بنغازي-ليبيا.
30. عبود، حارث و العاني، مزهر (2015): الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن-عمان.
31. العريشي، جبريل بن حسن و الدوسري، سلمى بنت عبد الرحمن محمد: الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية، دار المنهجية للنشر والتوزيع.
32. العلاق، بشير و الطافي، حميد (2009): إدارة عمليات الخدمة، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان الأردن.
33. عيشور، نادية سعيد (2017): منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، السداسي الأول، الناشر مؤسسة حسين راس الجبل للنشر والتوزيع، الجزائر.
34. فضل الله، وائل مبارك حضر (2011): أثر الفيسبوك على المجتمع، ط1، فهرسة المكتبة الوطنية أثناء النشر، الخرطوم، السودان.
35. قمحية، حسان أحمد (2017): الفيسبوك تحت المجهر، ط1، الناشر دار النخبة، مصر.
36. القندلجي، عامر إبراهيم (2013): الإعلام والمعلومات والإنترنت، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان-الأردن.

37. القنديلجي، حامد إبراهيم (1993): البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، دار الشؤون الثقافية العامة، بغداد.
38. الكرخي، علي عبد الهادي و الأسدودي، نها نبيل (2018): الإعلام الجديد والمشاركة السياسية، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان.
39. اللبان، درويش شريف (2011): مدخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الإنترنت، دار العالم العربي، القاهرة.
40. المحارب، سعد بن محارب (أكتوبر 2011): الإعلام الجديد في السعودية دراسة تحليلية في المحتوى الآخباري للرسالة النصية القصيرة، ط1، جداول للنشر والتوزيع، لبنان.
41. محمد، جميل خليل و أبو شيخة، عيسى موسى (2015): الإعلام الدولي، ط1، دار المعتز للنشر والتوزيع، الأردن-عمان.
42. المقدادي، خالد غسان يوسف (2013): ثورة الشبكات الاجتماعية-ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية، الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية، والسياسية، على الوطن العربي والعالم، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن.
43. مكاي، حسن عماد و السيد، ليلي حسين (2006): الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية البنائية، القاهرة.
44. موسى، مصطفى محمد (2009): الارهاب الإلكتروني دراسة قانونية، أمنية، نفسية، اجتماعية، ط1، سلسلة اللواء الامنية في مكافحة الجريمة الإلكترونية العدد 11، دار الكتب والوثائق القومية المصرية.
45. نمر، هادي و الخطيب، أحمد (2009): إدارة الاتصال والتواصل، النظريات، والعمليات، الوسائط، الكفائيات، ط1، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، أريد، عمان.
46. هتيمي، حسين محمود (2015): العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار اسامة للنشر والتوزيع نبلاء ناشرون وموزعون، الاردن-عمان.
47. وسام، كمال (2014): الإعلام الإلكتروني والمحمول بين المهنية والتحديات التطور التكنولوجي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة- مصر.

ثانيا: الرسائل والأطروحات:

48. بن بلعباس، بدر الدين (2015/2014): شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين - الفيسبوك وطالبة جامعة بسكرة نموذجاً-، شهادة لنيل رسالة ماجستير علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر.
49. بن قسمي، حنان (2015-2014): مواقع التواصل الاجتماعي ونشر الوعي البيئي؛ دراسة مسحية لعينة من مستخدمي موقع "الفيسبوك" في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال بيئي، جامعة الجزائر 3 .
50. تارقي، يونس (2017-2016): دور الادارة الإلكترونية في تحسين اداء الخدمة العمومية؛ دراسة حالة بالمؤسسة العمومية بلدية اولاد عيسى بأردار، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر الاكاديمي في ميدان العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، تخصص ادارة اعمال، جامعة ورقلة.
51. توتاي، صليحة (2015-2014): استخدام الابناء لشبكات التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على العلاقات الأسرية مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس الاسري، جامعة وهران.
52. حرشاو، مفتاح (2016-2015): تأثير البيروقراطية على تحسين الخدمة العمومية في الجزائر- دراسة الإدارة المحلية لولاية ورقلة- مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية تخصص إدارة الجماعات المحلية والإقليمية، قسم العلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة.
53. حمودة، احمد يونس احمد (2013): دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في معهد البحوث والدراسات الإعلامية العربية، القاهرة.
54. الرعود، عبد الله ممدوح مبارك (2012-2011): دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط.

55. رمضان، الخامسة (2012/2011): استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت وانتشار قيم العولمة الثقافية لدى الشباب الجامعي: دراسة مسحية حول جمهور الشبكات الاجتماعية بجامعة محمد خيضر بسكرة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسم العلوم الإنسانية، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة.
56. سكر، ماجد رجب العبد (2011)، التواصل الاجتماعي: أنواعه- ضوابطه- آثاره ومعوقاته، ماجستير، قسم التفسير وعلوم القرآن، كلية أصول الدين، الجامعة الإسلامية، غزة فلسطين.
57. السيد، أمينة عادل سليمان و عبد العال، هبة محمد خليفة (2009): الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الأخصائي والمكتبة، دراسة شاملة للتواجد والاستخدام لموقع فيسبوك، مكتبة شوقي سالم، جامعة حلوان.
58. الشريفي، حلا علي رشيد (2018): دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترتيب أولويات الشباب الجامعي إزاء موضوعات الإرهاب، وهي جزء من متطلبات نيل درجة الماجستير في الصحافة الإذاعية والتلفزيونية، قسم الإعلام، إلى مجلس كلية الامام الكاظم للعلوم الإسلامية الجامعة، رئاسة مجلس الوزراء، ديوان الوقف الشيعي، جمهورية العراق.
59. ضريف، عبد الرحمان (2017/2016): الفيسبوك وتأثيره على القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين (دراسة ميدانية لطلبة جامعة د.مولاي الطاهر-سعيدة)، طلبة ماستر علوم الإعلام والاتصال نموذجاً، مذكرة لنيل شهادة ماستر ل.م.د، تخصص اتصال صحافة مكتوبة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الدكتور مولاي الطاهر سعيدة.
60. الطاهات، عثمان، و منصور، الطاهات محمد (2017): دور شبكات التواصل الاجتماعي في مكافحة الفكر المتطرف من وجهة نظر طلبة كلية الآداب بالجامعة الأردنية-الفيسبوك أنموذجاً، كلية الصحافة والإعلام، جامعة الزرقاء.
61. عاشور، هناء (2014-2013): القنوات الفضائية الاخبارية ودورها في تدعيم حرية التعبير "قناة النهار الجزائرية الخاصة أنموذجاً"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اعلام واتصال، جامعة ام البواقي.

62. عبايدي، حسن (2015-2016): دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تحسين الخدمة العمومية

دراسة ميدانية بديوان ولاية تبسة، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر "ل.م.د"، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال في التنظيمات، جامعة العربي التبسي تبسة.

63. عشور، عبد الكريم (2009-2010): دور الادارة الإلكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في

الولايات المتحدة الأمريكية والجزائر، مذكرة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على شهادة الماجستير في علوم السياسية والعلاقات الدولية: تخصص الديمقراطية والرشادة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة منتوري قسنطينة.

64. عصفور، سكينه (2013): الخدمة العمومية في التلفزيون الجزائري بين النصوص القانونية

والممارسة، دراسة مسحية تحليلية للنصوص التنظيمية وتطبيقاتها الميدانية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص تشريعات إعلامية، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر3.

65. عطار، نادية (2014-2015): التسيير العمومي الجديد كأداة لتحسين القطاع العام - التجربة

الجزائرية في مجال تفويض تسيير المياه، مذكرة التخرج لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تسيير المالية العامة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة اب بكر بلقايد تلمسان.

66. الغامدي، سليم مسفر (2016)، استخدامات الشباب العربي لوسائل التواصل الاجتماعي

وانعكاساتها الفكرية والسلوكية (دراسة تحليلية)، كتاب أبحاث/أوراق عمل: المؤتمر الدولي الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي والتسويق الإلكتروني، جامعة جدارا، المملكة العربية السعودية.

67. قدة، حمزة (2010-2011): معالجة الصحافة الوطنية لظاهرة الهجرة غير الشرعية في

الجزائر. تحليل محتوى لعينة من الصحف، مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة الماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية الآداب واللغات والعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باجي مختار، عنابة.

68. محمد، علي محمد بن فتح (دس): مواقع التواصل الاجتماعية وأثارها الأخلاقية والقيمية،

ماجستير قسم الدعوة والثقافة الإسلامية، الجامعة الإسلامية.

69. منتصر، محمد و حلاسة، شعبان (2013): واقع استخدام المنظمات الاهلية في قطاع غزة

لشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز علاقتها بالجمهور، قدمت هذه الرسالة استكمالاً

لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في دارة، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية- غزة.

70. المنصوري، محمد (2012): تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة

للمواقع الاجتماعية والإلكترونية العربية أنموذجاً "رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، الأكاديمية

العربية في الدانمرك.

71. نيشال، حويوي (2015-2016): دور مواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" في ترويج

الخدمات السياحية-دراسة حالة وكالة "هارماس" للسياحة والسفر، مذكرة مقدمة كجزء من

متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص تسويق شامل، كلية العلوم الاقتصادية

والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة.

### ثالثاً: مقالات ومجلات:

72. إدريس، جعفر عبد الله موسى و أحمد، أحمد عثمان إبراهيم و الآخر، عبد الرحمن بن عبد الله

(2012): إمكانية تطبيق إدارة الجودة الشاملة على خدمات التعليم العالي من أجل التحسين

المستمر وضمان جودة المخرجات والحصول على الاعتمادية: دراسة حالة فرع جامعة الطائف

بالخرمة، أمارابك مجلة الأكاديمية الأمريكية العربية للعلوم والتكنولوجيا، المجلد الثالث، العدد السابع.

73. بن عودة، موسى (دس): الإذاعة الجزائرية كمرفق للخدمة العمومية، جامعة مستغانم.

74. بن ورقلة، نادية (2013): دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي

والاجتماعي لدى الشباب العربي، مجلة دراسات وأبحاث، مجلد5، العدد11، جامعة الجلفة، الجزائر.

75. بوعمامة، العربي و رقاد، حليلة (ديسمبر 2014): الاتصال العمومي والادارة الإلكترونية رهانات

ترشيد الخدمة العمومية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد 09، جامعة الوادي.

76. ثابت، عبدالرحمن إدريس (2001): " المدخل الحديث في الإدارة العامة"، الدار الجامعية، مصر.

77. حميدشة، نبيل(ماي 2010): البنائية الوظيفية ودراسة الواقع والمكانة، مجلة البحوث والدراسات الانسانية، العدد 05، جامعة 20 اوت 1955 سكيكدة.
78. الدييسي، عبد الكريم علي و طاهات، زهير ياسين (2013): دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الراي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، المجلد 40، العدد 1، الاردن.
79. دليو، فضيل (1998): مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر.
80. راضي، زاهر (2003): استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي. مجلة التربية، العدد15، جامعة عمان الأهلية. عمان الاردن.
81. الراوي، بشرى جميل (2012): دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير/مدخل نظري، كلية الإعلام، العدد 18، جامعة بغداد.
82. الزرن، جمال (2011): التلفزيون الخدمة العامة والديموقراطية أية علاقة؟، مجلة الإذاعات العربية، العدد 02، تونس.
83. الزرن، جمال و بن مسعود، معز (دس): إعلام الخدمة العامة في الوطن العربي الخصائص، والرهنات، والتحديات هيئات الإذاعة والتلفزيون مثالا، اتحاد إذاعات الدول العربية، جامعة الدول العربية.
84. سنقوقة، راضية (جانفي 2018): دور الادارة الإلكترونية في ترشيد المرفق العام، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، العدد الثاني عشر.
85. الصادق، رابح (2011): مفهوم الخدمة العامة في التلفزيون بين المقاربة التجارية والمنظور النقدي، مجلة الإذاعات العربية، العدد 02، تونس.
86. طلبه، محمد فهمي (دس): نحو الاستخدام الأمن لمواقع التواصل الاجتماعي، جامعة عين شمس.
87. عبد الله، إيناس محمود (2013): الفييس بوك ميدان جديد للتفاعل الاجتماعي: دراسة ميدانية في مدينة الموصل آداب الرافدين، كلية الآداب، العدد ستة وستون، جامعة الموصل.
88. فضل لله، وائل مبارك خضر (2010): أثر فيسبوك على المجتمع، مدونة شمس النهضة.

89. فني، عاشور (2013): محاضرات في إقتصاد وسائل الإعلام، المؤسسة الوطنية للاتصال والنشر و الإشهار (ANEP).

90. ماهر، عبد الرحمن(دس): هيئة الإذاعة البريطانية: خدمة إذاعية من الشعب و إلى الشعب، مجلة الإذاعات العربية.

91. مجاهد، أماني جمال (مايو 2010): استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة، قسم المكتبات والمعلومات، العدد الثامن، جامعة المنوفية.

92. مهيرة، بثينة(دس): مبادئ تطبيق الخدمة العمومية في الإذاعات المحلية الجزائرية ومرجعياتها—بين الالتزام بمضمون التشريعات الإعلامية وواقع الممارسة المهنية—، جامعة الأمير عبد القادر.

93. النعيمي، عبد الحميد محمود (1997): مبادئ الإدارة العامة، دون بلد النشر، منشورات ELGE.

94. هيئة التحرير (2010): الفيس بوك.. جيل رابع للانترنت، وزارة التربية والتعليم—الادارة العامة للإعلام والنشر التربوي، العدد ثلاثون.

95. ودان، بو عبد الله و مركان، محمد البشير(2015): البوابة الإلكترونية للصفقات العمومية نحو تحسين أفضل للخدمة العمومية في إطار الإدارة الإلكترونية، مجلة المال والأسواق، المجلد2، العدد3.

#### رابعاً/ المعاجم والقواميس:

96. خليف، طارق سيد أحمد (2008): مصطلحات الإعلام.انجليزي-عربي، ط1، دار المعرفة الجامعية.

97. القزويني الرازي، أحمد ابن فارس زكريّا (1979): معجم مقاييس اللّغة، دط، دار الفكر.

#### خامساً/ المواقع الإلكترونية:

98.<https://www.expandcart.com/ar/03/06/2019/00:15>

99.<https://www.dimofinf.net/03/06/2019/00:15>

الملاحق

ملحق رقم (01): قائمة الأساتذة المحكمين للاستمارة

الجامعة	الدرجة العليا/الرتبة	الإسم واللقب	الرقم
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة المسيلة.	استاذة محاضرة أ	د.براردي نعيمة	01
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة المسيلة.	استاذ مساعد أ	د.بوحيلة رضوان	02
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة المسيلة.	استاذ محاضر أ	د.غزال عبد الرزاق	03

ملحق رقم (02)

جامعة محمد بوضياف المسيلة  
كلية العلوم الاجتماعية والانسانية  
قسم علوم الإعلام والاتصال  
تخصص اتصال وعلاقات عامة



استمارة مذكرة مكملة لشهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة

تحت عنوان:

صفحة إذاعة المسيلة على موقع الفيسبوك  
ودوره في تحسين الخدمة العمومية

دراسة ميدانية لعينة من متابعي صفحة إذاعة المسيلة عبر الفيسبوك

إشراف الدكتور:

بوبكر بوعزيز

إعداد الطالبة:

سلامي عائدة

ملاحظة:

معلومات هذه الاستمارة تستخدم لأغراض البحث العلمي فقط، نرجو منكم الإجابة بكل موضوعية، ونشكركم لتعاونكم.

جوان 2019

[إستمارة الدراسة]

أولاً. البيانات الشخصية

1. الجنس

ذكر  أنثى

2. العمر

29-20  39-30  40 فما فوق

3. المستوى التعليمي.....

ثانياً. محاور الدراسة

المحور الأول: المحور الأول: عادات وأنماط استخدام موقع الفيسبوك للإذاعة المحلية بالمسيلة

1. هل تستخدم الفيسبوك؟

دائماً  غالباً  أحياناً  نادراً

2. ما الأوقات المفضلة لديك لاستخدام الفيسبوك؟

الفترة الصباحية  الفترة الظهرية  الفترة المسائية  الفترة الليلية  كل الأوقات

3. ما عدد الساعات التي تقضيها يومياً في استخدام الفيسبوك؟

أقل من ساعة  ساعة إلى ساعتين  أكثر من 3-4  من 5 ساعات فأكثر

4. هل تتابع صفحة الإذاعة المحلية بالمسيلة عبر الفيسبوك

دائماً  غالباً  أحياناً  نادراً

5. ما الغرض من استخدام الفيسبوك ؟

التسلية والترفيه  التواصل مع الاصدقاء والاقارب

متابعة مضمين الإذاعة المحلية بالمسيلة  متابعة الأحداث الجارية

أغراض أخرى أذكرها.....

6. ما طبيعة الاحتياجات التي يلبيها لك موقع الفيسبوك؟

اجتماعية  ثقافية  إعلامية  ترفيهية

احتياجات أخرى

أذكرها.....

**المحور الثاني: الآليات التي تعتمد عليها إذاعة المسيلة في صفحتها على فيسبوك لغرض تحسين الخدمة العمومية**

ت	الفقرة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1	تتشر على صفحتها أهم عناوين الأخبار					
2	تحرص على مصداقية الأخبار في صفحة الفيسبوك					
3	تؤكد في صفحتها على موثوقية مصادر الأخبار التي تنشرها					
4	تتشر على صفحة الفيسبوك آخر الأخبار أولاً بأول (الآنية)					
5	تختار الوقت المناسب لنشر برامجها وأخبارها على صفحتها					
6	يتفاعل ادمن الصفحة مع جمهور الإذاعة بشكل جيد					
7	تحرص على نشر المستجدات التي تهم المواطن على صفحتها					
8	تعلن عن برنامجها الإذاعي على صفحتها					
9	تعزز النشر بالوسائط المتعددة مثل الفيديو والصورة والرابط					
10	تتيح الإذاعة على صفحتها إمكانية التواصل والدرشة					

**محور الثالث: أشكال الخدمة العمومية للإذاعة المحلية بالمسيلة المقدمة لتغطية انشغالات الجمهور واحتياجاته عبر صفحتها على الفيسبوك**

ث	الفقرة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1	تتشر مضامين اجتماعية مهمة للفرد والاسرة					
2	تتشر مضامين وقيم ثقافية عامة لفائد المجتمع					
3	تقدم فقرات ترفيهية هادفة					
4	تقدم فقرات دينية مناسبة وموضوعية					
5	تراعي الفئات العمرية للمجتمع في برامجها					
6	تحرص على تغطية انشغالات الجمهور وتلبية احتياجاته					
7	تلي تغطيتها انشغالات الجمهور واحتياجاته					
8	يمتاز أداء الإذاعة الإعلامي عموماً بكونه مميّزاً وإيجابياً					
9	تراعي التنوع الثقافي واللغوي في إعداد برامجها وأخبارها					
10	تركز على الجانب الخدمي للمواطن في برامجها					

المحور الرابع: دور الفيسبوك في تحسين الخدمة العمومية للإذاعة المحلية بالولاية حسب مستخدميه

ج	الفقرة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1	أسهم الفيسبوك في التعريف بالإذاعة المحلية بالمسيلة					
2	ساعد الفيسبوك على تنظيم أوقات متابعتي للإذاعة					
3	وفر الفيسبوك معلومات كثيرة عن الإذاعة وبرامجها					
4	تعوضني منشورات الإذاعة على صفحتها عن الفترات التي لم أتابعها مباشرة					
5	جعل الفيسبوك برامج الإذاعة أكثر تركيزا على خدمة المواطن بسبب المتابعة والتفاعل					
6	مزج الفيسبوك بين الجانب الإذاعي والمرئي لبعض برامجها التي تثبت بالصورة والصوت					
7	عزز الفيسبوك من الاتجاهات الإيجابية للبرامج الإذاعية إزاء الخدمة العمومية					
8	عزز الفيسبوك من جمهور الإذاعة وزاد عدد متابعيها					
9	أتاح لي الفيسبوك إمكانية التواصل من القائمين على الإذاعة وبرامجها					

ملحق (03): صورة توضح صفحة الفيسبوك الرسمية للإذاعة المحلية بالمسيلة



المحلق رقم (04):

صورة توضح المعلومات المتوفرة للمتصفح 01

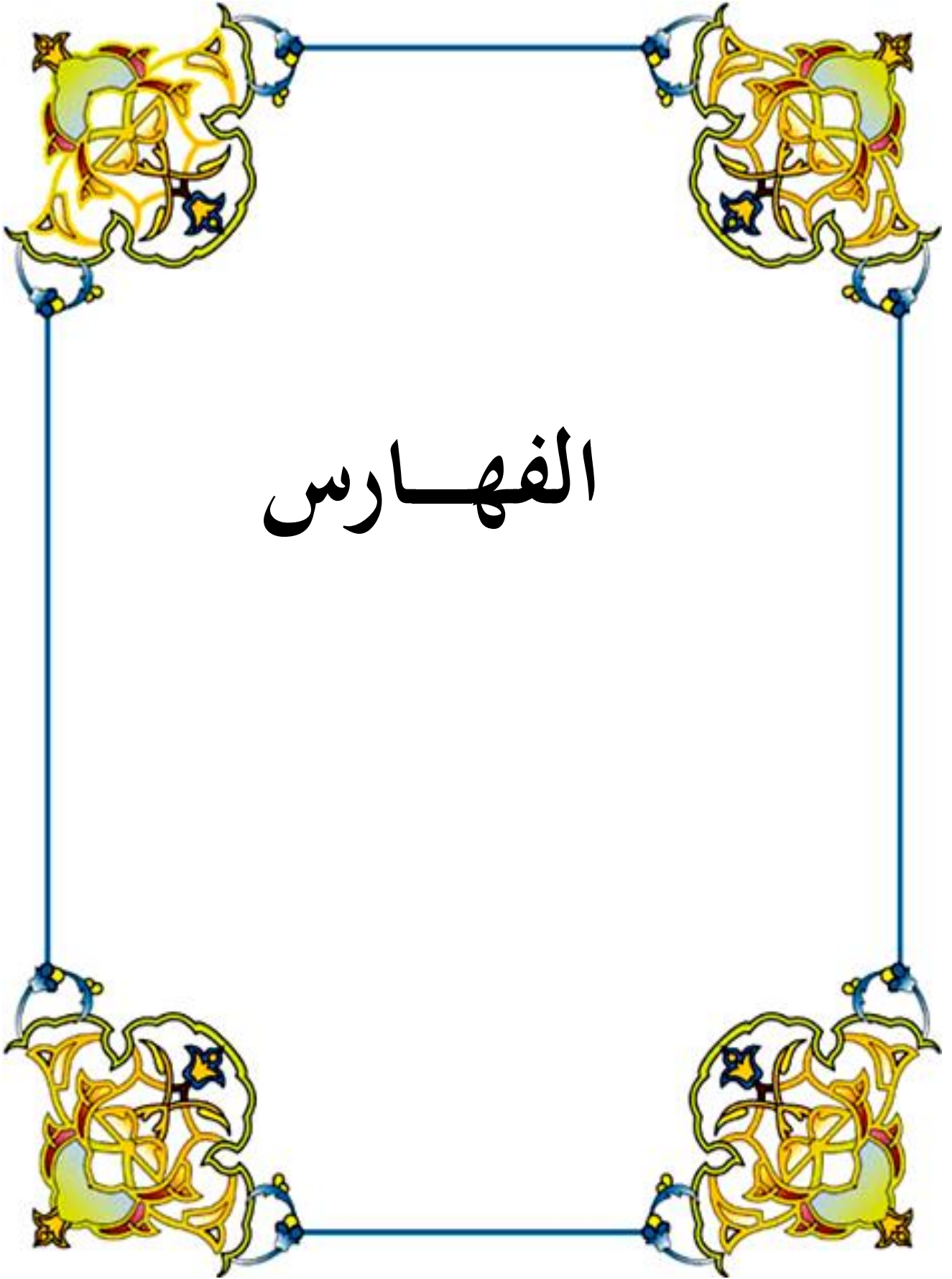


ملحق رقم (05):

صورة توضح المعلومات المتوفرة للمتصفح 02



# الفهارس



## الفهارس

### فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	درجات مقياس ليكرت (Likert) الخماسي	13
02	تقسيم متوسطات اجابات أفراد عينة الدراسة	14
03	اختبار كرونباخ ألفا Cronbach Alpha	14
04	بيان قوة ارتباط محاور الدراسة مع بعضها	15
05	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	67
06	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير العمر	68
07	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	69
08	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب درجة استخدام الفيسبوك	70
09	مركب بين عادات استخدام الفيسبوك حسب متغيرات الدراسة (الجنس، العمر، المستوى التعليمي)	71-72
10	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وقت استخدام الفيسبوك	75
11	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب عدد ساعات استخدام الفيسبوك	76
12	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب تتبع صفحة الإذاعة المحلية بالمسيلة عبر الفيسبوك	77
13	مركب بين تتبع صفحة الإذاعة المحلية بالمسيلة عبر لفيسبوك ومتغير الدراسة (الجنس)	78
14	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الغرض من استخدام الفيسبوك	79
15	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب طبيعة الاحتياجات التي يليها لك موقع الفيسبوك	81
16	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية (الترتيب) لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات محور الآليات التي تعتمدها إذاعة المسيلة في صفحتها على الفيسبوك لغرض تحسين الخدمة العمومية.	82-83
17	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية (الترتيب) لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات محور أشكال الخدمة العمومية للإذاعة المحلية بالمسيلة المقدمة لتغطية انشغالات الجمهور واحتياجاته عبر صفحتها على الفيسبوك.	88
18	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية (الترتيب) لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات محور دور الفيسبوك في تحسين الخدمة العمومية للإذاعة المحلية بالولاية حسب مستخدميه	92-93
19	مركب بين عبارة اسهم الفيسبوك في التعريف بالإذاعة المحلية بالمسيلة ومتغيرات الدراسة (الجنس، العمر، المستوى التعليمي)	97
20	مركب بين عبارة الفيسبوك عزز من الاتجاهات الايجابية للبرامج الإذاعية ازاء الخدمة العمومية ومتغير الدراسة (المستوى التعليمي)	100

فهرس الاشكال

الرقم	عناوين الأشكال	الصفحة
01	سلم الجداول لتطور مواقع الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت	30
02	بطاقة فنية لإذاعة المسيلة الجهوية عبر صفحتها بالفيسبوك	66
03	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	67
04	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير العمر	68
05	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	69
06	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب درجة استخدام الفيسبوك	71
07	مركب بين عادات استخدام الفيسبوك حسب متغيرات الدراسة (الجنس، العمر، المستوى التعليمي)	74
08	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وقت استخدام الفيسبوك	76
09	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب عدد ساعات استخدام الفيسبوك	77
10	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب تتبع صفحة الإذاعة المحلية بالمسيلة عبر الفيسبوك	78
11	مركب بين تتبع صفحة الإذاعة المحلية بالمسيلة عبر لفيسبوك ومتغير الدراسة (الجنس)	79
12	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الغرض من استخدام الفيسبوك	80
13	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب طبيعة الاحتياجات التي يلبها لك موقع الفيسبوك	81
14	المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات محور الآليات التي تعتمدھا إذاعة المسيلة في صفحتها على الفيسبوك لغرض تحسين الخدمة العمومية.	87
15	المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات محور أشكال الخدمة العمومية للإذاعة المحلية بالمسيلة المقدمة لتغطية انشغالات الجمهور واحتياجاته عبر صفحتها على الفيسبوك.	91
16	المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات محور دور الفيسبوك في تحسين الخدمة العمومية للإذاعة المحلية بالولاية حسب مستخدميه	95
17	مركب بين عبارة اسهم الفيسبوك في التعريف بالإذاعة المحلية بالمسيلة ومتغيرات الدراسة (الجنس، العمر، المستوى التعليمي)	100
18	مركب بين عبارة ما اذا الفيسبوك عزز من الاتجاهات الايجابية للبرامج الإذاعية ازاء الخدمة العمومية ومتغير الدراسة (المستوى التعليمي)	101

## الفهرس

### فهرس الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق	الرقم
122	قائمة الأساتذة المحكمين للاستمارة	01
126-123	إستمارة الاستبيان	02
127	صورة توضح صفحة الفيسبوك الرسمية للإذاعة المحلية بالمسيلة	03
128	صورة توضح المعلومات المتوفرة للمتصفح 01	04
128	صورة توضح المعلومات المتوفرة للمتصفح 02	05

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
/	الاهداء
/	شكر و عرفان
/	الملخص
/	خطة الدراسة
أ - ب	مقدمة
<b>البناء المنهجي والتوجه النظري للدراسة</b>	
02	1- اشكالية الدراسة
03	2- تساؤلات الدراسة
04-03	3- اهمية البحث
04	4- اهداف البحث
05-04	5- أسباب اختيار الموضوع
08-05	6- المدخل النظري للدراسة
10-08	7- تحديد مفاهيم الدراسة
11	8- منهج البحث
15-11	9- أدوات جمع البيانات
16	10- التعريف بمجتمع البحث والعينة
21-17	11- الدراسات السابقة
<b>الإطار النظري</b>	
34-24	<b>الفصل الأول: الاطر والمفاهيم النظرية لمواقع التواصل الاجتماعي</b>
24	تمهيد
-25	المبحث الأول: مواقع التواصل الاجتماعي.. المفهوم، النشأة والتطور
28-25	● المطلب الأول تعريف مواقع التواصل الاجتماعي
30-28	● المطلب الثاني: نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي
32-31	● المطلب الثالث: خصائص ومميزات مواقع التواصل الاجتماعي
33-32	● المطلب الرابع: خدمات مواقع التواصل الاجتماعي
34-33	● المطلب الخامس: ايجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

## الفهارس

45-35	المبحث الثاني: الفيسبوك
36-35	● المطلب الأول نشأة وتطور موقع فيسبوك
38-36	● المطلب الثاني: مفهوم موقع فيسبوك
40-38	● المطلب الثالث: خصائص ومميزات موقع فيسبوك
42-41	● المطلب الرابع: خدمات ووظائف موقع فيسبوك
44-43	● المطلب الخامس: إيجابيات وسلبيات فيسبوك
45	خلاصة الفصل
	الفصل الثاني: الخدمة العمومية..أبعاد نظرية
47	تمهيد
58-48	المبحث الأول: مفهوم الخدمة العمومية
50-48	● المطلب الأول تعريف الخدمة العمومية
52-50	● المطلب الثاني: خصائص الخدمة العمومية وأهم مبادئها
55-53	● المطلب الثالث: أنواع ونظم الخدمة العمومية
56-55	● المطلب الرابع: مظاهر الخدمة العمومية وظائفها
58-56	● المطلب الخامس: محددات الخدمة العمومية بإذاعات المحلية وعوائق تقديمها في المرفق الإداري الجزائري
63-59	المبحث الثاني: مبادئ الخدمة العمومية في العمل الإعلامي
60-59	● المطلب الأول: نشأة وتطور هيئة الإذاعة البريطانية (BBC)
60	● المطلب الثاني: تمويل هيئة الإذاعة البريطانية (BBC)
61-60	● المطلب الثالث: هيكل إدارة هيئة الإذاعة البريطانية
62-61	● المطلب الرابع: المبادئ التي تحكم الخدمة العمومية في هيئة الإذاعة البريطانية (BBC)
63	خلاصة الفصل
الاطار التطبيقي : الخدمة العمومية في الإذاعة الجزائرية بالمسيلة	
الفصل الثالث: نتائج الدراسة ومناقشتها	
65	تمهيد
101-67	● تحليل الجداول الإحصائية البسيطة و المركبة
107-102	● نتائج الدراسة

## الفهرس

107	• خلاصة النتائج
108	• خلاصة الفصل
110	الخاتمة
121-112	المراجع
128-122	الملاحق
130	فهرس الجداول
131	فهرس الأشكال
132	فهرس الملاحق
135-133	فهرس المحتويات

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ