

مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي

اعداد الطالب: رشيد شناوة

تحت عنوان

مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير البرامج الرياضية الإذاعية

دراسة ميدانية بالإذاعة الجزائرية من المسيلة

لجنة المناقشة:

د. مفتاح عمرون

جامعة: محمد بوضياف - المسيلة

رئيسا

د. عبد الوهاب زاوي

جامعة: محمد بوضياف - المسيلة

مشرفا ومقررا

أ. احمد لبشيرى

جامعة: محمد بوضياف - المسيلة

مناقشا

الإهداء

الحمد لله الذي لن نوفيه حقه مهما حمدناه في هذه الايام الاخيرة من مشواري الدراسي لا
يسعني الا ان اهدي ثمرة جهدي
إلى نبع الحنان و مصدر الأمان ، إلى التي أتت بي إلى الحياة و علمتني الصبر
و المثابرة ، إلى أمي الغالية.

إلى أعظم و أنبل إنسان إلى الذي علمني الإتقان ، و كد و تعب لأجل أن يراني في أعلى
مكان، إلى والدي الحبيب.

و إلى كل افراد عائلتي الكريمة اخوتي وزوجاتهم واولادهم بارك الله فيهم

إلى كل افراد عائلة شناوة و عائلة ثامري

إلى كل زملاء الدراسة، محمد م، هشام ل، عبد الوهاب، نبيل، عبد القادر، عادل

إلى كل اصدقائي وإخوتي محمد ب، هشام ص، حمزة، بلال، العيد، زاكي، علي، نورالدين

إلى كل من ذكرت ولم اذكر

اهدي ثمرة جهدي هذا المتواضع

رشيد

شكر و تقدير

نشكر الله سبحانه وتعالى على فضله وتوفيقه لنا ،

والقائل في محكم تنزيله { إِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ } {

الآية رقم: (07) سورة إبراهيم

بعد حمد الله تعالى وشكوه على فضله ونعيم مننه علينا أن هدانا
وأمدنا بالعزم و قوة الإرادة والصبر لإنجاز هذا العمل المتواضع
والصلاة والسلام على من بوعده رحمة للعالمين نتوجه بخالص الشكر

إلى من كان سندًا لنا في مشوارنا الدراسي إلى

الدكتور "زاوي عبد الوهاب"

الذي تابع عملنا هذا، ولم يبخل علينا بنصائحه القيمة والمفيدة،
فوجهنا حين الخطأ وشجعنا حين الصواب ، فكان نعم المشرف.

إلى كل أساتذة معهد العلوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية بجامعة- المسيلة -

وإلى كل من أمدّ لنا يد المساعدة من

قريب أو من بعيد ألفه تحية وشكر و تقدير

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	شكر وعرفان فهرس الجداول والأشكال
أ	مقدمة
	الفصل الأول: الخلفية النظرية والدراسات السابقة
04	تمهيد
05	I شبكات التواصل الاجتماعي
05	1. نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي
05	2. خصائص شبكات التواصل الاجتماعي
06	3. أنواع الشبكات الاجتماعية
07	4. أهم مواقع شبكات التواصل الاجتماعي
07	5. استخدام الشبكات الاجتماعية في العمل الإعلامي
08	II الصحفي الرياضي
08	1. وصف عام لمهنة الصحفي
09	2. مهارات الصحفي الرياضي المتخصص
09	3. الخصائص التي يتميز بها الصحفي الرياضي
09	4. التزامات الصحفيين وواجباتهم في المجال الرياضي
11	III لإذاعة
11	1. تعريف الإذاعة
11	2. تاريخ الإذاعة
12	3. المنظومة الإعلامية الرياضية
12	3-1 المنظومة الإذاعية الرياضية:.
12	3-2 البرنامج الإذاعي
13	3-3 البرنامج الإذاعي الرياضي الاخباري
14	3-4 البرنامج الإذاعي الرياضي الاخباري
14	4. نشأة الإذاعات المحلية في الجزائر
15	5. إذاعة المسيلة الجهوية

15	5-1. نشأة الإذاعة
17	6. البرامج الرياضية لإذاعة المسيلة
18	IV الدراسات السابقة
22	خلاصة
	الفصل الثاني: الإطار العام للدراسة
24	1- الكلمات الدالة في الدراسة
26	2- إشكالية الدراسة
27	3- أهداف الدراسة
27	4- أهمية الدراسة
27	5- فرضيات الدراسة
	الفصل الثالث: الإجراءات الميدانية للدراسة
29	تمهيد
30	1- الدراسة الاستطلاعية
30	2- المنهج المتبع في الدراسة
30	3- مجتمع و عينة الدراسة
30	5- أدوات جمع البيانات و المعلومات
31	6- إجراءات التطبيق الميداني للأداة
31	7- الأساليب الإحصائية
32	خلاصة
	الفصل الرابع: عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها
34	تمهيد
35	1- عرض وتحليل النتائج
60	2- تفسير النتائج على ضوء الفرضيات
63	خلاصة
	الفصل الخامس: استنتاجات و اقتراحات
65	1- استنتاج عام
66	2- اقتراحات
66	3- الآفاق المستقبلية
	4- المراجع المعتمدة في الدراسة
	5- الملاحق
	6- ملخص الدراسة

فهرس الجداول والاشكال

الصفحة	عنوان الجدول	رقم
16	يوضح تقسيم العمال حسب الوظائف	01
34	يوضح عدد الذكور والإناث	02
34	يوضح سن الصحفيين	03
35	يبين الصحفيين الرياضيين الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي	04
36	يوضح أقدمية الصحفي الرياضي بالإذاعة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	05
37	يوضح المدة التي يقضيها الصحفي الرياضي يوميا في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	06
38	يوضح مكان استخدام الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة لشبكات التواصل الاجتماعي	07
39	يوضح ما إذا كان الصحفي الرياضي يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي في العمل	08
40	يوضح ما إذا كان الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة يستعين بشبكات التواصل الاجتماعي في اختيار مواضيع البرامج	09
41	يوضح كيفية اعتماد الصحفي الرياضي بشبكات التواصل الاجتماعي في اختيار مواضيع البرامج	10
42	يوضح استعانة الصحفي الرياضي بشبكات التواصل الاجتماعي في إعداد البرامج الرياضية	11
44	يوضح نقل الصحفي لمعلومة أو خبر مصدره شبكات التواصل الاجتماعي	12
45	يوضح استمرارية نقل الصحفي الرياضي بالإذاعة لنقل المعلومات التي مصدرها شبكات التواصل الاجتماعي	13
46	يوضح ما إذا ما كان الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة يعتبر شبكات التواصل الاجتماعي مصدرا موثوقا للمعلومات والأخبار	14
47	يوضح ما إذا كانت هناك معايير يحترمها الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة عندما يستقي المعلومات من شبكات التواصل الاجتماعي	15

48	يوضح ما اذا كان الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة يستعين بشبكات التواصل الاجتماعي في العثور على مصادر جيدة	16
49	يوضح اعتماد الصحفي الرياضي بالإذاعة بشبكات التواصل الاجتماعي في انتقاء المصادر الضيوف .	17
50	يوضح اعتماد الصحفي الرياضي بالإذاعة على شبكات التواصل الاجتماعي للتواصل مع المصادر الضيوف.	18
51	يوضح معرفة ما اذا كان الضيوف يتعاونون مع الصحفي ويثقون به فيما يتعلق بالمواضيع الرياضية الشائكة عبر هذه الشبكات .	19
52	يوضح المصادر التي يعتمد عليها الصحفي الرياضي بالإذاعة في تغطية الأحداث	20
53	يوضح تفاعل الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة مع الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي	21
54	يوضح الشبكات التي يستعملها الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة في التفاعل مع الجمهور	22
55	يوضح وقت تفاعل الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة مع الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي	23
56	يوضح كيفية تفاعل الصحفي الرياضي بالإذاعة مع الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي	24
57	يوضح ما إذا كان الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة يعمل بنصائح الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي	25
58	يوضح ما إذا كان الصحفي الرياضي بالإذاعة يلبي طلبات الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي	26

الصفحة	عنوان الشكل (الدائرة النسبية)	رقم
35	تمثيل بياني يوضح استخدام الصحفيين الرياضيين بالإذاعة لشبكات التواصل الاجتماعي	01
36	تمثيل بياني يوضح أقدمية استخدام الصحفيين الرياضيين بالإذاعة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	02
37	تمثيل بياني يوضح المدة التي يقضيها الصحفي الرياضي بالإذاعة يوميا في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	03
38	تمثيل بياني يوضح مكان استخدام الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة لشبكات التواصل الاجتماعي	04
39	تمثيل بياني يوضح استخدام الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العمل	05
40	تمثيل بياني يوضح استعانة الصحفي الرياضي بشبكات التواصل الاجتماعي في اختيار مواضيع	06
41	تمثيل بياني كيفية استعانة الصحفي الرياضي بالإذاعة بشبكات التواصل الاجتماعي في اختيار مواضيع البرامج	07
42	تمثيل بياني استعانة الصحفي الرياضي بشبكات التواصل الاجتماعي في إعداد البرامج الرياضية	08
44	تمثيل بياني يوضح نقل الصحفي لمعلومة أو خبر مصدره شبكات التواصل الاجتماعي	09
45	تمثيل بياني يوضح استمرارية نقل الصحفي الرياضي لإذاعة المسلة لنقل المعلومات والأخبار التي مصدرها شبكات التواصل الاجتماعي	10
46	تمثيل بياني يوضح ما إذا كان الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة يعتبر شبكات التواصل الاجتماعي مصدرا موثوقا للمعلومات والأخبار	11
47	تمثيل بياني يوضح ما إذا كان الصحفي الرياضي بالإذاعة يحترم معايير معينة في استقاء المعلومات من شبكات التواصل الاجتماعي	12
48	تمثيل بياني يوضح ما إذا كان الصحفي الرياضي بالإذاعة يستعين بشبكات التواصل الاجتماعي في العثور على مصادر جيدة	13
49	تمثيل بياني يوضح اعتماد الصحفي الرياضي بالإذاعة على شبكات التواصل الاجتماعي في انتقاء و الضيوف	14
50	تمثيل بياني يوضح اعتماد الصحفي الرياضي بالإذاعة على شبكات التواصل الاجتماعي للتواصل مع المصادر الضيوف	15
51	تمثيل بياني يوضح معرفة ما إذا كان الضيوف يتعاونون مع الصحفي ويثقون به فيما يتعلق بالمواضيع الرياضية الشائكة عبر هذه الشبكات	16

52	تمثيل بياني المصادر التي يعتمدها الصحفي الرياضي بالإذاعة في تغطية الأحداث	17
53	تمثيل بياني تفاعل الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة مع الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي	18
54	تمثيل بياني الشبكات التي يستعملها الصحفي الرياضي بالإذاعة في التفاعل مع الجمهور	19
55	تمثيل بياني يوضح وقت تفاعل الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة مع الجمهور عبر شبكات التواصل	20
56	يبن كيفية تفاعل الصحفي الرياضي بالإذاعة مع الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي	21
57	يوضح ما إذا كان الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة يعمل بنصائح الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي .	22
58	تمثيل بياني يوضح ما إذا كان الصحفي الرياضي بالإذاعة يلبي طلبات الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي	23

مقدمة:

يعتبر دخول التكنولوجيا في مجالات الإعلام و الاتصال من أهم وأقوى الأحداث التي طرأت خلال القرن الحادي والعشرين، حيث ساعد ذلك على خروج من نطاق المنطقة أو المجتمع المحيط إلى إمكانية إتاحة المحتويات إلى العالم كله من خلال الارتباط بشبكة الإنترنت، ولقد ساهمت مشاركة الأفراد في تقديم خدماتها عن طريق شبكة الإنترنت في زيادة حجم المعلومات المتبادلة وتسهيل الاتصال المهني بين العاملين في المؤسسات الإعلامية في البلدان المختلفة لتبادل الخبرات والآراء، وتطوره أو استخدامها للتكنولوجيا يساعد على زيادة ربط بين مؤسسة مع الجمهور وذلك لإحساسهم بضرورة مواكبة لكل جديد وليس كيان مادي جامد مما يساعد على زيادة ارتباط بين طرفي العملية الإعلامية المرسل و المستقبل.¹

إن جميع المحاولات لتطوير الأداء الإعلامي لا بد أن تنطلق من تطوير الجانب التقني أولاً و الأمر لن يتأتى إلا بالتحكم بالتكنولوجيا الحديثة خاصة ما تقدمه الانترنت اليوم من خدمات. فدائماً ما يسعى الصحفيين إلى إتاحة الفرص لمهنتهم بالتواجد عبر الفضاء الإلكتروني والافتراضي والذي تقف الشبكة العنكبوتية من أول المنافذ الرئيسية التي تساندهم على ذلك، وها هي النافذة تتطور وتتغير بشكل سريع، فلقد سمعنا جميعاً خلال الفترة البسيطة الماضية عن تطوير مواقع الويب لتكون متمثلة في جيل حديث أكثر تفاعلاً وأكثر تطبيقاً، إنه الجيل الثاني للويب، والذي يحوي بين طياته العديد من التقنيات الجديدة والمستحدثة ومؤخراً لذا الممارسة الإعلامية عموماً والإعلامية الرياضية بشكل خاص، لا بد وأن تكون متواكبة مع هذه التقنيات الحديثة وليس هذا فقط ولكن لا بد وأن تستفيد من هذه التقنيات بما يتفق واحتياجاتها واحتياجات الجمهور منها.²

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

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

¹. صورة ولغة : تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الممارسة المهنية للصحفي الجزائري، مذكرة تخرج ماستر ، جامعة المسيلة، 2011/2012

². مهدي سامية: موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك دراسة وصفية تحليلية في عادات وانماط واشباكات الاستخدام، مذكرة لنيل شهادة ماستر في الاعلام والاتصال تخصص دراسة الجمهور جامعة المسيلة، 2011-

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

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

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

الفصل الأول:

الخلفية النظرية والدراسات السابقة

تمهيد

I شبكات التواصل الاجتماعي

II الصحفي الرياضي

III الإذاعة

IV الدراسات السابقة

خلاصة

تمهيد :

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

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

I. شبكات التواصل الاجتماعي:

1- نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي :

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

بعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام (1999-2001) وفي السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان سنة 2002 حيث مع بداية هذا العام ظهرت شبكة fridendster التي حققت نجاحا دفع "جوجل" إلى محاولة شراءها سنة 2003 لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهرت في فرنسا شبكة Sky rock كمنصة للتدوين ثم تحولت إلى شبكة اجتماعية سنة 2007، وقد استطاعت بسرعة أن تحقق انتشارا واسعا لتصل حسب إحصائيات يناير 2008 إلى المركز السابع في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب عدد المشتركين، ومع بداية عام 2004 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهداته أكثر من "جوجل" وهو موقع "ماي سبيس" الأمريكي الشهير والذي ويعتبر من أوائل وأكثر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم ومعه منافسه موقع "الفييس بوك" والذي بدأ في الانتشار المتوازي مع موقع "ماي سبيس" حتى قام موقع "الفييس بوك" في 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا ما أدى إلى زيادة مستخدميه.²

2- خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

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

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

². وائل مبارك خضر فضل الله: ، أثر الفيس بوك على المجتمع، ط1، دار شمس النهضة السودان، 2010. ص، 08.07.

- الملفات الشخصية "الصفحات الشخصية"
- الأصدقاء "العلاقات"
- إرسال الرسائل
- البومات الصور
- المجموعات
- الفيديو
- خاصية المجموعات

3- أنواع الشبكات الاجتماعية:

3-1. نوع أساسي:

و هذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين و خدمات عامة مثل المراسلات الشخصية و مشاركة الصور والملفات الصوتية و المرئية و الروابط و النصوص و المعلومات بناءً على تصنيفات محددة مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي مثل مواقع فيس بوك و ماي سبيس و هاي فايف ¹.

3-2. مرتبط بالعمل:

و هو من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية و هي تربط أصدقاء العمل بشكل احترافي و أصحاب الأعمال و الشركات و تتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تتضمن سيرتهم الذاتية و ما قاموا به في سنوات دراستهم و عملهم و من قاموا بالعمل معهم ².

3-3. مميزات إضافية:

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

3-4. الشبكات العربية:

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

¹ . أمينة عادل سليمان السيد و هبه محمد خليفة عبد العال : الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الأخصائي والمكتبة،(دراسة شاملة للتواجد والاستخدام لموقع الفيس بوك)، مكتبة د. شوقي سالم، جامعة حلوان. مصر، 1430 هـ / 2009 م، ص13.

² . أمينة عادل سليمان السيد و هبه محمد خليفة عبد العال : مرجع نفسه، ص13-14.

اجتماعية تجمع مستخدمي الموقع و تقدم لهم العديد من الخدمات ، و من الشبكات العربية الأخرى فايع و إكس ومن المواقع حديثة العهد هو كما ذكرنا أعلاه موقع عربي arabiz .

3-5. الشبكات الاجتماعية و الأعمال:

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

4- أهم مواقع شبكات التواصل الاجتماعي:

– ماي سبيس : MYSPACE

– التويتتر : Twitter

– الفيس بوك : Face book

– يوتيوب : YouTube

5- استخدام الشبكات الاجتماعية في العمل الإعلامي:

5-1. الفيس بوك للإعلاميين:

توفر شبكة الفيس بوك للإعلاميين ثروة من الفرص، غير أن المعلومات الشخصية فيها قد تكون ضائعة، شأنها شأن الكثير من المواقع التي يغذيها المستخدمون بالمحتويات، ولذلك ينبغي للصحفيين أن يتوخوا الحذر عند استخدام هذه الشبكات الاجتماعية، وبغض النظر عن نوعية المواضيع، فإن احتمال وجود مجموعة من مجموعات الفيس بوك مكرسة لموضوع معين لهم و احتمال مرجح جداً، وعليه فانه من الأجدر للصحفيين الذين يبحثون عن مواد لعلمهم أن يتابعوا مجموعات لها علاقة بالموضوع الذي يهتمون به بواسطة عملية بحث سريعة في شبكة الفيس بوك. وعلى الرغم من أن الكثير من هذه المجموعات تعبر عن آرائها الخاصة وتمون متحيزة، إلا أن بعضها تأسس واستمر بجهود أشخاص جيدي الإطلاع وملمين في الموضوع المعني.¹

كما تتيح شبكة الفيس بوك للصحفيين فرصة للاتصال بزملائهم حول العالم، وقد أنشأت بات ولتر وبيل ميتشل "أو" بوينتر اون لاين" مجموعة على شبكة الفيس بوك باسم " الصحفيون والفيس بوك" عندما أدركوا انه قد "صادقوا" صحفيين كثر من أماكن نائية ومختلفة، غير أن أولئك الصحفيين لم يكونوا على اتصال فيما بينهم، وتضم مجموعة المذكورة حالياً أكثر من 12000 عضو يتعاونون في مجال كيفية التعلم من شبكة الفيس بوك وطريقة استخدامها لمنفعتهم الخاصة، و في وسع الصحفيين كذلك أن يستخدموا الفيس بوك للإعلان عن عملهم، بواسطة تطعيم مقالاتهم بالوصلات الالكترونية في ملاحظتهم أو في محافظتهم الخاصة المباشرة، ولكن هذا الأمر لا يكون فعالاً، في طبيعة الحال، إلا إذا كانت قائمة الأصدقاء الصحفي طويلاً، وبذلك كلما كان عدد أصدقائه أكبر كلما زادت الفائدة. وهناك طريقة

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

يستطيع الصحفيون فيها الترويج لأنفسهم بشكل أكثر حكمة وذلك بواسطة إنشاء مجموعاتهم الخاصة بهم وفتحها أمام الجميع المستخدمين المهتمين.¹

5-2. تويتير للصحفيين:

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

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

بالنسبة للعاملين الطموحين في مجال صحافة المواطنين وبالنسبة للمنظمات الإخبارية المشهورة في العالم، يشكل التويتير وسيلة لتزويد مستخدميه بتحديثات في الزمن الحقيقي تقريباً حول الأخبار جارية ونامية، ويمكن للمرسلين من موقع الخبر إبقاء جمهورهم مطلعاً على ما يجري.²

II. الصحفي الرياضي:

1- وصف عام لمهنة الصحفي:

الصحفي هو الشخص الذي يكرس القسط الأوفر من وقته للممارسة الصحافة، ومنها يحصل على القسم الأكبر من دخله، وإذا كان هذا التعريف لا يفي بالغرض تماماً، فإنه يبقى أوفى تحديداً من "قاموس بيتيلاروس"، الذي يقول بأن الصحفي هو الذي يكتب في صحيفة، لأننا ندعو صحفيين أشخاصاً لا يكتبون مطلقاً لأن الكتاب والاختصاصيين من مختلف الطبقات الذين يكتبون في الصحف لا يدعون بأنهم صحفيين هذا إذا ما استثنينا الصحفيين الذين يعملون في الإذاعة والتلفزيون، مع اعترافنا بوجود الاستثناءات وهم صحفيون مستقلون واختصاصيو طباعة فإننا نستطيع أن نعرف الصحفي بأنه الشخص الذي يؤدي عملاً إعلامياً في مؤسسة صحفية بالأجرة، والعمل هذا يكون في البحث عن الأخبار ووضعها في قالب جديد ويكون إما تحريراً أو تقنياً وق يقتضي التحرك أو الثبات ما وراء مكتبة أو

¹ . مرجع نفسه ص201

² . مرجع نفسه

مطبعة ، فمجموع الصحفيين العاملين في صحيفة يومية أو دورية يؤلفون ما يعرف بجهاز التحرير وتوفره هو إحدى مهمات المؤسسة الصحفية وهي من أكثره تعقيدا.¹

2- مهارات الصحفي الرياضي المتخصص:

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

3- الخصائص التي يتميز بها الصحفي الرياضي :

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

4- التزامات الصحفيين وواجباتهم في المجال الرياضي :

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

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

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

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

- التزامات ومسؤوليات اجتماعية.¹

أولاً: الالتزامات والمسؤوليات المهنية للصحفي الرياضي تتمثل في :

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

ثانياً: الالتزامات والمسؤوليات الأخلاقية للصحفي الرياضي :

ويقصد به المسؤوليات المتعلقة بمدى الالتزام بأخلاقيات المهنة المتمثلة في :

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

ثالثاً : الالتزامات القانونية للصحفي الرياضي :

ويقصد بها مجموعة الالتزامات التي يفرضها القانون على المهنيين ويعاقبهم جنائياً في حالة مخالفتها وهي كالتالي :

- الالتزام بأحكام القانون .
- الامتناع عن التشهير والاتهام الباطل والقذف والسب .
- عدم انتحال آراء الغير ونسبها إلى نفسه .
- عدم التحريض على أي عمل غير قانوني ضد أي شخص أو مجموعة من الأشخاص في المجال الرياضي .
- عدم نشر أي أمور في شأنها التأثير في سير العدالة حتى تتوفر الضمانات للمتهمين والمتقاضين في محاكمة عادلة فلا يجوز محاكمتهم صفحات رياضية قبل حكم القضاء.
- لامتناع عن نشر أنباء جلسات المحكمات التي تجريها الأندية والاتحادات الرياضية لبعض الأفراد المجال الرياضي .

رابعاً : الالتزامات والمسؤوليات الاجتماعية للصحفي الرياضي :

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

- أن يتصرف الصحفي الرياضي بشكل مسؤول اجتماعياً آراء الرأي العام الرياضي وحقوقه ومصالحه

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

- احترام حقوق الأفراد في المجال الرياضي وإقرار التعاون معهم .
- عدم الحض على الكراهية القومية أو العرقية في المجال الرياضي والتي تشكل تحريضا على العنف والتعصب
- الامتناع عن نشر الموضوعات التي تحرض على الإجرام و الانحراف وتحتد المخدرات وما إلى ذلك .
- الالتزام بالقيم الرياضية المقبولة للمجتمع الرياضي .
- مراعاة مسؤوليته تجاه المجتمع الرياضي الدولي باحترام القوانين التي ينص عليها الميثاق الرياضي الدولي .¹

III. الإذاعة:

1. تعريف الإذاعة:

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

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

2. تاريخ الإذاعة :

ظهرت الإذاعة نتيجة لعوامل اجتماعية أوجدت الحاجة إلى الاتصال الفوري، جاءت نتيجة لسلسلة من الاختراعات و الإنجازات العلمية المتراكمة التي قام بها العلماء من جنسيات مختلفة، ففي عام 1867 وضع العالم الاسكتلندي "جاك كلارك ماكسويل" نظرية شاملة للأمواج الكهرومغناطيسية، مبينا قرابتها من الأمواج الضوئية. و في 1887 أثبت الألماني "هينريش هرتز" نظريات ماكسويل بإنتاجه أمواج هرتيزية. و في باريس استكمل "إدوارد برنلي" آراء الإيطالي "أونسي" واضع الكشاف للأمواج الهرتيزية عام 1890. أما الإنجليزي "أوليفي لودج" فهو أول من توصل إلى التقاط الأمواج الهرتيزية في مختبره عن بعد قدره 36 متر، وتم ذلك سنة 1894. لكن النجاح الفعلي للتقاط الأمواج كان سنة 1885 حيث قام "كوكيلو وماركوني" بتبادل الإشارات الهرتيزية على بعد 400م، ثم على 2000 م. وازدادت المسافة شيئا فشيئا، إلى أن توصل سنة 1899 من تحقيق مواصلة بين مدينتي دوفر و فيمور بالقرب من بولون، حيث المسافة بينهما حوالي 46 كلم. و أعظم انتصار "ماركوني" عام 1901 حيث رسم موجات الراديو عبر المحيط الأطلسي بين كورنول و نيوفلاند، و تقدر المسافة بينهما بحوالي 3200 كلم، بدأ "ماركوني" الإرسال الإذاعي من بيته في لندن سنة 1921، وبعد أشهر اتفق مع هيئة البريد البريطانية على تشغيل نظام البث الإذاعي في بريطانيا، من خلال

¹ خير الدين علي عويس، مرجع سابق، ص 119

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

شركة واحدة و هي ال BBC، فتم الإرسال من ثلاث محطات و هي :لندن برمنجهام و مانشستر، وتضاعف عدد المحطات بعد إثبات نجاح الراديو أو البث الإذاعي.¹

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

3. المنظومة الإعلامية الرياضية:

3-1. المنظومة الإذاعية الرياضية:

المنظومة الإعلامية مفهوم شائع استخدامه في الأدبيات الإعلامية الحديثة، ويقصد به "مجموع الوسائل الإعلامية المقروءة والمسموعة والمرئية في مجتمع من المجتمعات، وفي مرحلة تاريخية معينة، تحتوي هذه المجموعة على قدر من التنوع الكمي والنوعي ، والتوزيع الجغرافي بحيث تكون كافية ليمارس المجتمع نشاطه الإعلامي الذي يغطي البلد كافة".³

3-2. البرنامج الإذاعي:

3-2-1. تعريف البرنامج الإذاعي:

كلمة البرنامج لها معاني مختلفة حسب طبيعة استعمالها ، ففي حين نجد البرنامج الاقتصادي والسياسي والدراسي هو عموما الخطة التي يستخدمها الإنسان من اجل القيام بشيء ، فان مفهومه في ميدان الإعلام فهو : " شكل في يشغل ساحة زمنية محددة ويقوم في مواعيد ثابتة سواء يوميا أو أسبوعيا أو شهريا أو لعرض مادة سواء كانت علمية أو فنية أو ثقافية أو دينية ".⁴

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

3-2-2. شروط نجاح البرنامج الإذاعي :

¹ مفتاح عمرون: اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية نحو حصة "استوديو الكرة" بالقناة الأولى للإذاعة الوطنية ، مذكرة لنيل شهادة ماجستير ،معهد التربية البدنية والرياضية ،جامعة الجزائر، 2007-2008 ،ص 73.

² . مرجع نفسه

³ : ادب حضور : الإعلام الرياضي ، دراسة عملية للتحليل الرياضي في الصحافة والإذاعة والتلفزيون ، ط 1 ، مركز الكتاب للنشر ، دمشق ، سوريا 1994 ،ص 77.

⁴ : محمود فهمي: الصورة والصوت، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، ص 204.

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

- يجب على مقدم البرامج أن يتحكم في المعلومات التي ترتبط بالموضوع أو القضية المطروحة في البرنامج
- اختيار المناسب في توافق بث البرامج مع وقت فراغ المستهدفين.
- مراعاة التسلسل المنطقي للمعلومات أي من الأهم إلى الأقل أهمية حتى يتسنى للمستمع متابعة البرنامج.
- حسن الأداء، حيث يلعب الصوت دوراً كبيراً في نجاح البرنامج وعلى المذيع أو المقدم أن يراعي ذلك.
- على المذيع أو مقدم البرامج أن يكون متواضعاً ، فالغرور والمظهرية صفتان ممقوتتان من قبل الجمهور.

3-2-3. أنواع البرامج الإذاعية :

- البرامج الترفيهية
- البرامج الثقافية والتربوية
- البرامج الاجتماعية والاقتصادية
- البرامج السياسية
- البرامج الرياضية
- البرامج الإخبارية
- البرامج الخاصة بالإشهار والخدمات

3-2-4. خطوات إعداد البرامج الإذاعية :

- تتعدد الفكرة
- تحديد المحاور العامة
- تحرير الموضوع :
- التوقيت
- التنسيق
- ترتيب فترات البرنامج

3-3. البرنامج الإذاعي الرياضي الإخباري :

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

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

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

ت- يتميز هذا البرنامج بأنه يقدم تغطية تحاول أن تجمع ما بين التغطية الإخبارية السريعة والتغطية الإخبارية الأكثر شمولية وعمقاً واكتمالاً .

يتميز تقدم هذا البرنامج بتنوع كبير في الإيقاع ونبرة الصوت وتعدد الأصوات ويعود ذلك إلى طبيعة المواد التي يقدمها وإلى تنوع المواد وتعدد الأنواع الإذاعية المستخدمة فيه مقدمة البرنامج تقرأ بإيقاع هادئ نسبياً الفقرة الإخبارية التي تتضمن الأخبار الموجزة لا بد من تقديمها بإيقاع سريع أما القطعة الإخبارية فيتناوب الإيقاع المستخدم فيها من صوت إلى آخر حسب طبيعة المادة ، في حين أن التقرير يقدم فرصة جيدة للأصوات الإذاعية ، هذا كله من شأنه أن يعطي للصوت الإذاعي قيمة خاصة لحمل الرسالة المطلوب إيصالها وللمساهمة في إغناء المادة الإخبارية¹

3-4. البرنامج الإذاعي الرياضي الإخباري الأسبوعي:

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

3-5. البرنامج الإذاعي الرياضي العام:

تقدم معظم الإذاعات برنامجاً إذاعياً رياضياً عاماً ، يتضمن العديد من المواد الإذاعية الرياضية المختلفة من حيث المجال ، النشاط والحجم والنوع الإذاعي المستخدم وغالباً ما يكون الهدف الأساسي من هذا البرنامج تقديم مادة رياضية ذات طبيعة ثقافية مرتبطة بهذا القدر .

4. نشأة الإذاعات المحلية في الجزائر:

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

¹ .اديب حضور . مرجع سابق .ص 153

² .مفتاح عمرون: مرجع السابق ،ص89.

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

5. إذاعة المسيلة الجهوية :

5-1. نشأة الإذاعة :

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

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

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

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

¹.مفتاح عمرون،مرجع سابق: ص89

- حاليا البث اليومي يقارب 13 ساعة يوميا من الساعة 06:40 صباحا إلى 19:30 مساءً وفق شبكة برمجية.
- بالإضافة إلى كل هذا، فإن إذاعة المسيلة الجهوية شاركت في مسابقات عدة منها: مسابقة الميكروفون الذهبي بطبعته الأولى والثانية حيث تحصلت على جائزة الميكروفون بفضله برنامج أطفال " براعم الأمل" لموسم 2007، كما نالت جائزة أكبر علم وطني.

5-2. العمال بالقطعة:

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

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

-التل فاكس: - 0 35 54 82 32 -

- البريد الإلكتروني: Radiomsila@gmail.com

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

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

FM و 102.1 FM وعبر الموقع الإلكتروني:

5-3. الطاقم الإذاعي:

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

جدول رقم 1 : يوضح تقسيم العمال حسب الوظائف:

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

WWW.radio-msila.fr

5-4. مهام الأقسام:

5-4-1. قسم الأخبار: تتمثل مهام هذا القسم في إعداد وتقديم المواضيع التالية:

-إعداد الريبورتاجات الميدانية لنشرة الأخبار المحلية اليومية.

استقبال المراسلات من مختلف دوائر وبلديات الولاية وإعدادها للبث.

تقديم نشرة الأخبار المحلية يوميا على الساعة 12:00 و 19:00 مساءً.

-تقدم المواجيز الإخبارية.

يساهم قسم الأخبار أسبوعيا في إعداد وتقديم برامج إخبارية ومتنوعة.

5-4-2. قسم الإنتاج والبرمجة: ويتكون من المنخرطين والنشطين والمتعاونين، ويضمن يوميا المهام التالية:

تحضير ورقة العمل اليومي تتضمن برنامج البث.

ضمان البث اليومي اخرجنا وتنشيطا.

الإشراف على مختلف التسجيلات للبرامج وال فقرات.

المساهمة في إعداد وتقديم العديد من البرامج.

إعداد وتقديم برامج أسبوعية متنوعة.

5-4-3. القسم التقني: يضمن المهام التالية:

ضمان البث اليومي المباشر

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

المراقبة اليومية لأجهزة والوسائل وصيانتها.

5-4-4. شبكة البرامج:

يتم تحضير وإعداد شبكة البرامج من طرف قسم الإنتاج تحت الإشراف المباشر لمدير المحطة، ويراعي في إعدادها مجموعة

من الشروط التي ينبغي الاستجابة لها:

الطابع المحلي لأغلب البرامج.

التنوع في المحتوى ومسح جميع شرائح المجتمع وأطيافه.

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

***الإشهار:**

رغم حداثة إذاعة المسيلة الجهوية، ورغم عدم إدراك البعض لقيمة الإشهار للمنتج ودوره والإذاعة المحلية الريادية في ذلك،

رغم هذا بادر رجال الأعمال والمؤسسات العمومية الخاصة بعرض خدماتهم على الجمهور من خلال أمواج إذاعة المسيلة التي

خصصت مكتبها لذلك، وقد لقيت مختلف العمليات الاشهارية منذ انطلاق الإذاعة نجحاً باعتراف المشاهير أنفسهم،

وتتعامل مصلحة الإشهار مع زبائنها بمرونة وبعروض متنوعة تحفيزية، ومراعية في ذلك مختلف العوامل.

6. البرامج الرياضية لإذاعة المسيلة:

هناك برامج وأركان رياضية تبث عبر أمواج إذاعة منها القارة (الثابتة)، ومنها المستحدثة حسب الحدث الرياضي، " ويمثل

الحجم الساعي لهذه البرامج الرياضية من مجموع البرامج التي تبثها إذاعة المسيلة المحلية " وهي:

6-1. ركن الصباح الرياضي:

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

محور يتعلق بالأخبار الرياضية المحلية، محور يتعلق بالأخبار لوطنية، والمحور الأخير يتعلق بالأخبار الدولية¹

¹ . مقابلة مع الصحفي مفتاح عمرون 2014/5/12 .

6-2 الاستديو الرياضي:

برنامج رياضي أسبوعي ييـث كل يوم ثلاثاء من 14:00 إلى 15:00 وهو يهتم بمعالجة أخبار الفرق الرياضية والرياضيين، وذلك مع استضافة مسؤولين من كوادر ومدربين من الفرق المحلية، كما أنه برنامج تفاعلي مع الجمهور للإدلاء بأصواتهم والاشتراك بأرائهم وتشجيع فرقهم.¹

6-3. الحصاد الرياضي:

هو برنامج رياضي أسبوعي ييـث كل يوم أحد من 14:00 إلى 15:00 زوالاً، يهتم باستعراض نتائج الفرق الرياضية وتحليلها ومناقشتها مع المختصين في هذا المجال.²

6-4. بكل روح رياضية :

برنامج رياضي أسبوعي جديد ييـث كل يوم خميس من 14:00 إلى 15:00 يهتم بأهم المشاكل التي تواجه الرياضة المحلية خاصة كرة القدم وفي بعض الأحيان التطرق إلى رياضات أخرى حيث يستضيف شخصيتين رياضيتين.³

IV. الدراسات السابقة:

1- الدراسات السابقة

❖ الدراسة الأولى:

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

• التساؤلات الفرعية :

- ماذا نقصد بشبكات التواصل الاجتماعي ؟
- هل يستخدم المراسل الصحفي شبكات التواصل الاجتماعي ؟
- هل يعتبر المراسل الصحفي شبكات التواصل مصدراً موثقاً للمعلومات والإخبار ؟

• أهداف الدراسة :

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

• أهمية الدراسة :

¹ -مقابلة مع الصحفي " زواوي عبد الوهاب " يوم: 2014/04/30.

² -مقابلة مع الصحفي "فندوز منير" ، يوم: 2014/05/05.

³ - مقابلة مع الصحفي "مفتاح عمرون" يوم: 2016/05/12

- اعتباره كإعلام بديل أو جديد كمصدر للمعلومة بالنسبة للمراسل الصحفي
- سهولة الحصول على المعلومة من خلال هذا النوع من المواقع .
- تميزه بالآنية والكونية الذي يطبع الإعلام اليوم .
- المنهج المتبع في الدراسة : منهج المسح الشامل.
- مجتمع البحث : هو مجموعة من الجرائد الوطنية اليومية بولاية المسيلة
- عينة الدراسة : هي عينة قصديه تم اختيار هذه العينة من ولاية المسيلة وهذا للتحكم في الدراسة ولقرنها من مكان الاستطلاع وهي ممثلة في عدد من المراسلين الصحفيين للجرائد الوطنية .
- أدوات الدراسة : استمارة الاستبيان .
- نتائج الدراسة :

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

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

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

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

❖ الدراسة الثانية :

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

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

● التساؤلات الفرعية :

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

• أهمية الدراسة :

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

منهج الدراسة : منهج المسحي (التحليلي والوصفي)

أداة البحث : استمارة الاستبيان .

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

• نتائج الدراسة :

- أثبتت النتائج أن معظم الصحفيين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أثناء ممارستهم لمهنة الصحافة من خلال استقاء الأفكار والمعلومات وهذا ما يوضح أهمية مواقع شبكات التواصل لدى الصحفيين والمؤسسات الصحافية .
- الصحفيين يعتبروا مستقبل الصحيفة بعد نشر محتواها على مواقع التواصل أكثر انتشارا واستجابة لتطلعات القراء والجمهور محققة بذلك خاصية التفاعل مع مختلف شرائح المجتمع .
- أظهرت النتائج الدراسة أن نشر محتوى الصحيفة على مواقع التواصل الاجتماعي ساهم في زيادة عدد قراء ومتصفحى الصحيفة .

-الصحفيين الذين شملتهم الدراسة أكدوا على نشر محتوى الصحيفة على مواقع التواصل الاجتماعي هو نجاح لصحيفة في مواكبة التطور التكنولوجي وكل ما هو جديد في عالم تكنولوجيات الاتصال والإعلام.

❖ الدراسة الثالثة :

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

- 1- الوصول إلى تحديد ماهية شبكات التواصل الاجتماعي .
 - 2- الوصول إلى معرفة مدى استخدام الإعلاميين الجزائريين لشبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات .
 - 3- الوصول إلى الأسباب التي تدفع الإعلاميين الجزائريين لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي لانتقاء المعلومات .
- وكان المنهج المسحي هو المنهج المتبع في هذه الدراسة, اعتمد الباحث في هذه الدراسة الوصفية على اختيار العينة بطريقة عمدية أو قصديه،تمثلت في :

✓ مؤسسات التلفزيون الجزائري.

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

✓ مؤسسات الصحافة المكتوبة.

✓ مؤسسات الإذاعة الجزائرية

الأداة المستخدمة:

✓ الاستبيان

✓ المقابلة

نتائج الدراسة : وهي عديدة نأخذ منها :

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

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

1. التواصل مع الزملاء و الأصدقاء واختيار المصادر الجيدة نسبة 85.7%
2. جمع و الاطلاع على الأفكار و المعلومات و الأخبار بنسبة 67.14% .
3. الحوارات و النقاشات الفكرية بنسبة 55.7% .
4. نشر الأخبار و المعلومات عن الأحداث الجارية بنسبة 44.2% .
5. التفاعل مع الجمهور متساوية نسبتها مع غرض تكوين الصداقات بنسبة 31% .
6. التسلية و الترفيه بنسبة 10% ، ولأغراض أخرى بنسبة 5.7% .
7. عرض كتابات أدبية ولقاءات عبر وسائل الإعلام الجديد.
8. نسبة اعتماد المبحوثين من الصحفيين الجزائريين على شبكات التواصل الاجتماعي في العمل حيث بلغت نسبة الإجابة بنعم 58.6% و نسبة الإجابة ب لا 41.4% . و يرجع ذلك إلى أن الصحفيين بالرغم أنهم لازالوا مترددين في اعتبارها مصدر يمكن الاعتماد عليه في العمل الإعلامي 2- توظيف الدراسات السابقة في الدراسة الحالية :

بفضل الاطلاع على الدراسات السابقة لقد تمكنا من :

1. اختيار المنهج الوصفي .
2. اختيار الطرق الإحصائية المناسبة
3. اختيار أدوات البحث .
4. اهتمت هاته الدراسات على دور واستخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في تبادل المعلومات والإخبار الرياضية .
5. كما سمحت الدراسات السابقة بتحديد أهداف الاستمارة وتصحيحها بشكل يخدم أهداف البحث .

خلاصة :

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

الفصل الثاني: الإطار العام لدراسة

1- الكلمات الدالة في الدراسة

2- إشكالية الدراسة

3- أهداف الدراسة

4- أهمية الدراسة

5- فرضيات الدراسة

1. الكلمات الدالة في الدراسة:

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

1-1. شبكات التواصل الاجتماعي:

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

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

ب. التواصل الاجتماعي:

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

و التواصل الاجتماعي هو الاتصال، و التفاعل الاجتماعي، الذي تفرضه العلاقات الاجتماعية الإنسانية، حيث يحصل هناك كل أنواع الاحتكاك، و التواصل الاجتماعي، و هذا ما تدعو له الأغراض الحياتية، و المعيشية للفرد و الجماعة، في مجال الحياة العامة، التعليم.⁴

. اصطلاحا: يعرفها زاهر راضي بأنها " منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص ، به ومن ثمة ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها" . كما تعرفها هبة محمد خليفة بأنها "صفحات الويب التي يمكن إن تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الاجتماعية وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام التي من شأنها أن تساعد على تفاعل الأعضاء مع بعضهم البعض ويمكن أن تشمل هذه المميزات المراسلة الفورية، الفيديو، الدردشة.....⁵

ج. شبكات التواصل الاجتماعي إجرائيا:

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

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

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

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

⁴ : صورية ولهة. صهيب عيسي، تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الممارسة المهنية للصحفي الجزائري، مذكرة تخرج ماستر ، جامعة المسيلة، 2012/2011، ص12

⁵ . غزال مرهم شعوبي نور الهدى : تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين ، مذكرة تخرج ليسانس في العلوم الانسانية تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، 2014/2013، ص5

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

2-1. البرنامج الرياضي:

هو كلمة لديها عدة مفاهيم ' وعموما هي الخطة التي يستخدمها الإنسان من اجل القيام بشيء معين . (كحصة رياضية) ويعرفه محمود فهمي " هو شكل فني يشغل مسافة زمنية محددة ويقدم في مواعيد ثابتة سواء يوميا أو أسبوعيا أو نصف شهري أو شهريا يعرض مادة علمية أو فنية أو ثقافية أو دينية .¹ ونقصد في بحثنا هذا بالبرنامج الرياضي كل الحصص الرياضية التي تبث عبر أثر إذاعة المسيلة الجهوية على مدار الأسبوع ، وهي برامج رياضية أسبوعية في إذاعة المسيلة ، والمتتملة في ركن الصباح الرياضي ، الأستوديو الرياضي، الحصاد الرياضي و بكل روح رياضية .

3-1. الإذاعة:

أ- لغة: نقول أذاع ، يذيع ، إذاعة الخبر ، أي بنشره، وإذاعة السر إفشاؤه .²

ب- اصطلاحا:

يعرفها الباحث "فضيل دليو" على أنها " ما يث عن طريق الأثير باستخدام موجات كهرومغناطيسية ، بإمكانها اجتياز الحواجز الجغرافية و السياسية ، وربط مستمعيها برباط مباشر و سريع.³ و المحطة الإذاعية هي مكان البث، و الإذاعة هي نشر عن طريق الاتصال اللاسلكي ، بصرف النظر عن استخدام الفن الإبداعي ، لأنها تقوم على الإرسال و نقل الصوت عبر موجات لاسلكية لمتوسط الطول ، قصيرة متناهية القصر ، والتي تسمى بموجات الميكروفون السنتيمترية .⁴

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

4-1. الصحفي :

أ- لغة : كلمة صحافي أكثر دلالة من صحفي على من في الصحافة ، فهي الكلمة الأصلح لمن يلقب بكلمة "journaliste".⁵

ب- اصطلاحا: جاء قانون الإعلام الثاني 1990 ، بان الصحفي المحترف هو كل شخص يتفرغ للبحث عن الإخبار واستخلاصها خلال نشاطه الصحفي الذي يتخذ منه مصدرا رئيسيا لدخله¹

¹ : عمرون مفتاح ، البرامج الرياضية الإذاعية ودورها في استقطاب الجماهير، مجلة العلوم الانسانية، ع 15، جامعة المسيلة ، جوان 2014، ص 201

² : بابي الطاهر ، استخدامات الجامعيين لبرامج الذاعة المحلية والأشباع المتحققة ، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة الخلفة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الإعلام والاتصال ،

كلية العلوم الانسانية ، جامعة المسيلة، 2013، ص8

³ : بابي الطاهر، مرجع سابق، ص8

⁴ : بابي الطاهر مرجع سابق، ص8

⁵ . محمد جمال الفار ، المعجم الاعلامي ، ط1 ، اترك للنشر والتوزيع ، القاهرة ، مصر ، 2000 ، ص92

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

2. إشكالية الدراسة:

تعتبر الشبكات التواصل الاجتماعي هي التطور الطبيعي لشبكة الانترنت حيث أن هذه الأخيرة في بادئ الأمر اعتمدت على العلاقات الفردية بين الفرد والشبكة من نقل ملفات وتراسل بيانات وغير ذلك ولكن تطور التكنولوجيا كان لا بد معه وأن تتطور الشبكة بدورها بحيث أصبحت العلاقة ثنائية بمعنى يمكن لأكثر من فرد التعامل والتفاعل مع الشبكة من حيث نقل البيانات والصور والملفات وغير ذلك وبالتالي خلق هذا التطور نوع من المشاركة الاجتماعية الإلكترونية، والتي تمكن من خلق حياة اجتماعية كاملة من خلال شبكة الإنترنت.²

لقد أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي ، من أهم وسائل التواصل الاجتماعي ، حيث أنها تتيح الربط بين الزملاء والأصدقاء وليس هذا فقط بل أنها تساعد في التعرف والتواصل بين الأشخاص والمجتمعات المختلفة بعضهم البعض، ومن هذا المنطلق سعت الشبكات الاجتماعية لتوفير قدر مناسب من المواقع التي تدعم التواصل.³ وبذلك صارت شبكات التواصل الاجتماعي اليوم بيئة للاتصال و التواصل و شبكة للإعلام متعدد الاتجاهات يشهد تدفق إعلامي قد لا يحتاج إلى شهادات أكاديمية لأداء مهنة الصحفي بل إلى خبرة إعلامية تصقل فيها، وكذلك ليتم تناقل الملايين من الأفكار، المعلومات، الأخبار، الآراء، الصور و الفيديو...الآنية و الجدية، تجعل منها مادة إعلامية جيدة لاستقائها من طرف الوسائل الإعلامية. و اللافت للانتباه هو أنها تساهم اليوم في إمداد المؤسسات الإعلامية المحترفة، فالإعلاميين لم يكتفوا بما يحصلون عليه من الأخبار التي يتلقونها ، بل بما يوجد به المواطن العادي من خلال دعوة صريحة له بإرسال كل ما يجري حوله عبر شبكات تواصل الاجتماعي.⁴

ومما لا شك فيه أن الوسائل الإعلامية الرياضية جزء مهم في حياة الإنسان ، حيث انه من المعروف أن الأفراد في المتوسط يخصصون لوسائل الإعلام الرياضي عدة سويقات يوميا ، فقد أصبحت وسائل المتخصصة وأنواعها المختلفة خاصة السمعية منها وسيلة للترفيه وقضاء أوقات الفراغ.

لقد أصبحت وسائل الإعلام المسموعة والمتمثلة في الإذاعة من بين الأدوات الهامة التي توفر المناخ الصالح للتنمية والتغيير، لهذا تسعى البرامج الرياضية بالإذاعة إلى نشر المفاهيم الرياضية ، والوعي الرياضي والأخبار والمواضيع التي تساهم في تشخيص ومعالجة المشكلات التي تعاني منها الرياضة ، وذلك في سعي منها إلى لعب دورا مهما في تطوير الرياضة.

¹ الجريدة الرسمية: تقون 90-07 ، المعلق بالإعلام ، مؤرخ في 8 رمضان 1410 ، 3 افريل 1990، ص16

² مريم نزعان نومار، استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيره في العلاقات الاجتماعية ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال ، تخصص الاعلام و تكنولوجيا الاتصال الحديثة ، جامعة باتنة ، 2011/2012، ص 17 .

³ : صورة ولغة. صهيب عيسى، مرجع سابق، ص10

⁴ .مرجع نفسه

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

هل تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير البرامج الرياضية الإذاعية لإذاعة المسيلة ؟

التساؤلات الجزئية :

- هل تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في اختيار مواضيع البرامج الرياضية بإذاعة المسيلة ؟
- هل تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير مستوى الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة ؟
- هل تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة تفاعل الجمهور مع البرامج الرياضية بإذاعة المسيلة ؟

3. أهداف الدراسة:

- معرفة مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير البرامج الرياضية الإذاعية لإذاعة المسيلة.
- معرفة كيفية مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في اختيار مواضيع البرامج الرياضية بإذاعة المسيلة .
- معرفة مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير مستوى الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة .
- معرفة مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة تفاعل الجمهور مع البرامج الرياضية بإذاعة المسيلة.

4. أهمية الدراسة :

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

5. فرضيات الدراسة :

الفرضية العامة :

تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير البرامج الرياضية الإذاعية بإذاعة المسيلة .

الفرضيات الجزئية :

- تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في اختيار مواضيع البرامج الرياضية بإذاعة المسيلة .
- تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير مستوى الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة .
- تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة تفاعل الجمهور مع البرامج الرياضية بإذاعة المسيلة.

الفصل الثالث: الإجراءات الميدانية للدراسة

1- الدراسة الاستطلاعية

2- المنهج المتبع في الدراسة

3- مجتمع وعينة الدراسة

4- أدوات جمع البيانات والمعلومات

5- إجراءات التطبيق الميداني للأداة

6- الأساليب الإحصائية

تمهيد :

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

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

1- الدراسة الاستطلاعية:

قصد الإحاطة أكثر بجوانب العمل الإعلامي بالإذاعة والمتعلق بمحور دراستنا هذه قمنا بزيارة إذاعة المسيلة الجهوية بتاريخ وذلك بهدف اولا ضبط عنوان البحث بشكل اكثر دقة وكذا تحديد العينة وثنيا لاستطلاع على أجواء عمل الصحفيين الرياضيين ، وهذا لإطلاع أكثر على خصوصية البرامج الرياضية بالإذاعة ومقدمي البرامج وكيفية التواصل والتفاعل مع الجمهور ، كما سمحت لنا هذه الدراسة الاستطلاعية من التقرب والحديث مع الصحفيين لرصد انطباعاتهم الأولية حول واقع استخدام الصحفي الرياضي لمواقع التواصل الاجتماعي ، وكذلك للوقوف على عينة الدراسة وضبط اسئلة الاستبيان .

2- المنهج المتبع في الدراسة :

تعددت مناهج البحث باختلاف الموضوعات والإشكاليات ، حيث لا يمكن أن تنجز هذا البحث دون الاعتماد على منهج واضح يساعد على دراسة وتشخيص الإشكالية التي يتناولها بحثنا ذو الدراسة الوصفية . إذ يعتمد على اتصال الباحث بالميدان ودراسة ما هو قائم فيه بالفعل لذا استخدم المنهج الوصفي الذي يعرف بأنه " مجموعة الإجراءات البحثية التي تتكامل لوصف الظاهرة محل الدراسة " ¹. ويعرف في مجال التربية والتعليم بأنه كل استقصاء ينصب على ظاهرة من الظواهر التعليمية أو النفسية ، كما هي قائمة من الحاضر ، يقصد تشخيصها وكشف جوانبها وتحديد العلاقات بين عناصرها أو بينها وبين ظواهر تعليمية أو نفسية أو اجتماعية ، وتم إتباع الخطوات التالية :

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

3- مجتمع وعينة الدراسة :

يعرفه " موريس أنجرس " على انه (مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي تتركز عليها الملاحظات) ² - يتكون مجتمع الدراسة في بحثنا من الصحفيين المتخصصين في المجال الرياضي بإذاعة المسيلة والبالغ عددهم 12 حيث تم اختيارهم بطريقة المسح لشامل لصغر حجم العينة.

4- أدوات جمع البيانات والمعلومات :

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

- الاستمارة الاستبائية :

يعرف على أنها أداة من أدوات الحصول على الحقائق والمعلومات فيتم جمع هذه البيانات عن طريق الاستبيان من خلال وضع استمارة الأسئلة ، ومن بين مزايا هذه الطريقة ، الاقتصاد في الجهد والوقت كما أنها تساهم في الحصول على البيانات من العينات في اقل وقت بتوفير شروط صدق وثبات وموضوعية ¹.

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

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

وبواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع والتأكد من معلومات عليها لكنها غير مدعومة بحقائق². لقد استعملنا من اجل الوصول إلى الحقيقة ، الاستبيان موجه إلى الصحفيين في المجال الرياضي كي نحصل على أكبر عدد من المعلومات وللتأكد من صحة الفرضيات بعد تحليل النتائج ، وإعطاء اقتراحات وتوضيحات لفتح المجال أمام الدراسات أخرى أكثر تعمقا في هذا الموضوع .

وتنقسم استمارة الاستبيان لموضوع بحثنا إلى أربع محاور :

محور : متعلق بالمعلومات والبيانات الشخصية .

المحور الأول: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في اختيار مواضيع البرامج الرياضية بإذاعة المسيلة من السؤال رقم 01

إلى السؤال رقم 10

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

السؤال رقم 11 إلى السؤال رقم 19 .

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

يتضمن الأسئلة : من السؤال رقم 20 إلى السؤال رقم 28.

5- إجراءات التطبيق الميداني للأداة :

في دراستنا حول موضوع "مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير البرامج الرياضية بإذاعة المسيلة الجهوية " ، توجهنا إلى الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة حيث تم توزيع المباشر للاستبيان للأفراد المعنية ، من اجل تشخيص وجمع الأفكار والمعلومات والتحقق من الفرضيات ، وبعد أن تم الإجابة عن أسئلة الاستبيان استرجعنا الاستمارات للعرض والتحليل والنقاش .

6- الأساليب الإحصائية :

لغرض الخروج بنتائج موثوق بها علميا استخدمنا الطريقة الإحصائية لبحثنا، ليكون الإحصاء هو الوسيلة والأداة الحقيقية التي نعالج بها النتائج على أساس فعلي يستند عليها في البحث والاستقصاء حيث استخدمنا:

- **النسبة المئوية :** بما أن البحث كان مختصرا على البيانات التي يحتويها الاستبيان فقد وجد أن أفضل وسيلة إحصائية لمعالجة النتائج المتحصل عليها هو استخدام النسبة المئوية .

- **طريقة استخدامها :** النسب المئوية تساوي³ : عدد التكرارات / 100x / العينة .

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

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

³ : عبده علي : صيف السامرائي : طرق الإحصاء في التربية البدنية والرياضية ، بدون طبعة ، جامعة بغداد ، 1977، ص75.

خلاصة :

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

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

الفصل الرابع : عرض النتائج وتفسيرها ومناقشتها

تمهيد

1- عرض النتائج

2- مناقشة النتائج على ضوء الفرضيات

خلاصة

تمهيد :

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

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

1- عرض النتائج:

❖ البيانات الشخصية :

● الجنس :

- الجدول رقم 02: يوضح عدد الذكور والإناث

التكرارات	الجنس
10	ذكر
02	انثى
12	المجموع

● السن :

الجدول رقم 03 : يوضح سن الصحفيين

التكرارات	الاحتمالات
01	25-20
01	20-26
01	35-31
05	40-36
04	41+
12	المجموع

● الترتيب على السلم الوظيفي 06 صحفيين 06 مديعين

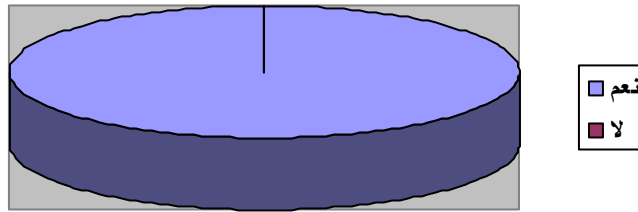
❖ المحور الأول : مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في اختيار مواضيع البرامج الرياضية بإذاعة المسيلة

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

العرض من السؤال : معرفة ما إذا كان الصحفي الرياضي بالإذاعة يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي

الجدول رقم 04 : يبين الصحفيين الرياضيين الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي .

النسب المئوية	التكرارات	الاحتمالات
%100	12	نعم
%00	00	لا
%100	12	المجموع



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

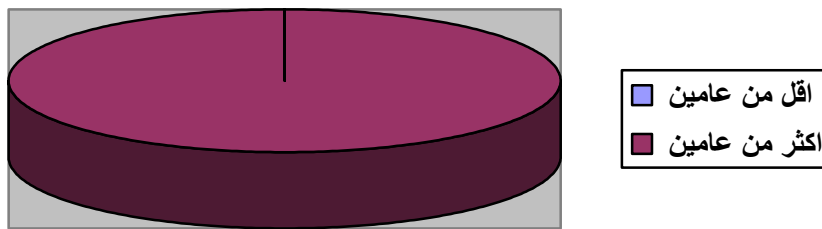
مناقشة الجدول رقم 04:

يبين الجدول أن نسبة 100 % من الصحفيين الرياضيين بالإذاعة المسيلة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي .

ومنه نستنتج أن كل الصحفيين الرياضيين بالإذاعة يملكون حسابات على شبكات التواصل الاجتماعي ويعرفون معنى التواصل الاجتماعي عبر الانترنت .

السؤال الثاني : إذا كانت إجابتك "نعم" منذ متى و أنت مشترك في هذه شبكات التواصل الاجتماعي ؟
 الغرض من السؤال : معرفة أقدمية الصحفيين الرياضيين بالاذاعة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
 الجدول رقم 05 : يوضح أقدمية الصحفي الرياضي بالإذاعة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

النسب المئوية	التكرارات	الاحتمالات
00%	00	اقل من عامين
100%	12	أكثر من عامين
100%	12	المجموع



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

مناقشة الجدول رقم 03 :

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

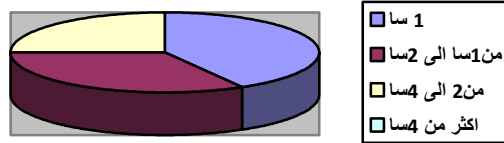
منه نستنتج أن كل الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة لديهم اقدمية كبيرة فيما يخص استخدام شبكات التواصل الاجتماعي .

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

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

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

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
1سا	05	41,66%
من 1سا إلى 2سا	04	33,33%
من 2 إلى 4سا	03	25%
أكثر من 4سا	00	00%
المجموع	12	100%



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

مناقشة نتائج الجدول رقم 06 :

يبين الجدول أن نسبة 41,66 % من الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي لمدة ساعة واحدة في اليوم ، و نسبة 33,33 % منهم يستخدمونها مدة ما بين ساعة واحد وساعتين في اليوم ، إما الباقي وهي نسبة 25% يستخدمونها لمدة تتراوح ما بين ساعتين وأربع ساعات في اليوم .

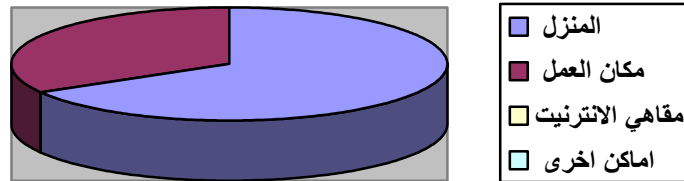
منه نستنتج إن اغلب الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بعقلانية و دون إدمان حيث أنهم يستخدمونها لمدة قصيرة في اليوم لمدة قصيرة .

السؤال الرابع : أين تقوم باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي ؟

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

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

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
المنزل	09	%75
مكان العمل	03	%25
مقاهي الانترنت	00	%00
أماكن أخرى	00	%00
المجموع	12	%100



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

مناقشة نتائج الجدول رقم 07:

يبين الجدول أن نسبة 75% من الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي

المنزل ، و نسبة 33,33% منهم يستخدمونها في مكان العمل .

منه نستنتج أن اغلب الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي استخدما معقولا

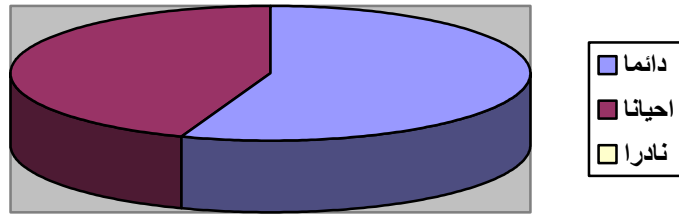
في البيت اي في وقت راحتهم ولا تشغلهم عن العمل.

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

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

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

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	00	%00
أحيانا	11	%91,66
نادرا	01	%8,33
المجموع	12	%100



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

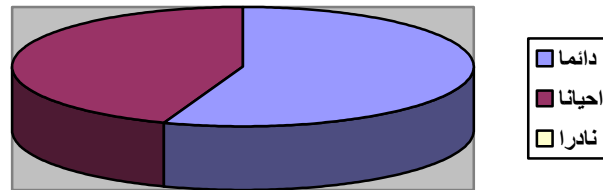
مناقشة نتائج الجدول رقم 08:

يبين الجدول أن نسبة 91,66% من الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في العمل أحيانا ، و نسبة 8,33% منهم يستخدمونها في مكان العمل نادرا .
منه نستنتج أن اغلب الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي أثناء تواجدهم في مكان العمل الذي هو الإذاعة اي يستفيدون منها في العمل الاعلامي .

السؤال السادس : هل تستعين بشبكات التواصل الاجتماعي اختيار مواضيع البرامج التي تعدها ؟
الغرض من السؤال : معرفة ما إذا كان الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة يستعين بشبكات التواصل الاجتماعي في اختيار مواضيع البرامج .

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

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
00%	00	دائما
91.66%	11	أحيانا
8,33%	01	نادرا
100%	12	المجموع



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

مناقشة نتائج الجدول رقم 09:

يبين الجدول أن نسبة 91.66% من الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة أحيانا ما يستعينون بشبكات التواصل الاجتماعي في اختيار مواضيع البرامج ، و نسبة 8,33 منهم نادرا ما يستخدمونها في اختيار المواضيع التي يعدونها .
منه نستنتج أن شبكات التواصل الاجتماعي تستخدم في اختيار المواضيع لإذاعة حيث ان اغلب الصحفيين الرياضيين بالإذاعة يستعينون بها أحيانا في اختيار مواضيع البرامج .

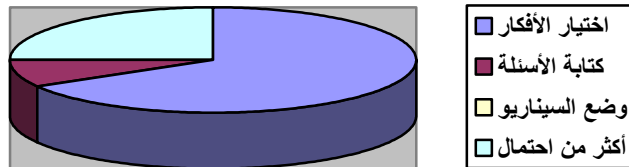
السؤال السابع : كيف تستعين بشبكات التواصل الاجتماعي في اختيار مواضيع البرامج الرياضية ؟

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

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

البرامج

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
اختيار الأفكار	08	66,66%
كتابة الأسئلة	01	8,33%
وضع السيناريو	00	00%
أكثر من احتمال	03	25%
المجموع	12	100%



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

مواضيع البرامج

مناقشة نتائج الجدول رقم 10:

يبين الجدول أن نسبة 66,66% من الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يستعينون بشبكات التواصل الاجتماعي في اختيار الأفكار فقط ، أما 8,33% منهم يستعينون بشبكات التواصل الاجتماعي في كتابة الاسئلة و 25% منهم يستعينون بشبكات التواصل الاجتماعي في اختيار الأفكار و وضع السيناريو و كتابة الأسئلة .

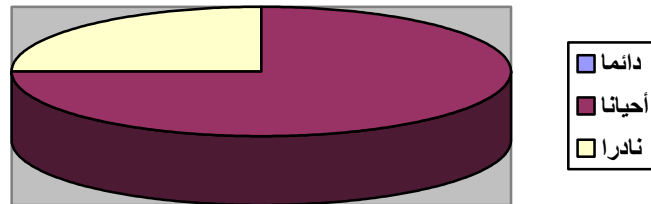
منه نستنتج أن شبكات التواصل الاجتماعي تساهم في اختيار مواضيع البرامج من خلال اختيار الاقكار و وضع السيناريو و كتابة الأسئلة أيضا .

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

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

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

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	00	%00
أحيانا	09	%75
نادرا	03	%25
المجموع	12	%100



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

مناقشة نتائج الجدول رقم 11:

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

السؤال التاسع : هل تساعدك شبكات التواصل الاجتماعي في ضبط الشكل النهائي للحصة (مؤثرات وفواصل موسيقية.....) ؟

الغرض من السؤال : معرفة ما اذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي تساعد الصحفي الرياضي في ضبط الشكل النهائي للحصة .

اغلب الصحفيين اجابوا بان شبكات التواصل الاجتماعي تساعدهم في امدادهم بالافكار اما احد الصحفيين اجاب بانها تساعده في اختيار الفواصل الموسيقية او المؤثرات او اي تساعده في الجانب التقني

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

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

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

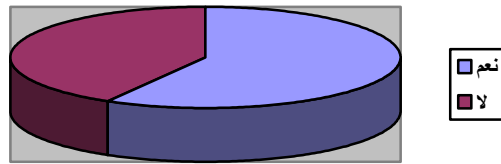
❖ المحور الثاني : مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في انتقاء الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة للمصادر؟

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

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

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

النسب المؤية	التكرارات	الاحتمالات
58,33%	07	نعم
41,66%	05	لا
100%	12	المجموع



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

مناقشة الجدول رقم 12:

يبين الجدول أن نسبة 58,33% من الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة سبق ونقلوا معلومة واخبر مصدره شبكات التواصل الاجتماعي اما 41,66% منهم لم يسبق لهم نقل خبر مصدره شبكات التواصل الاجتماعي .

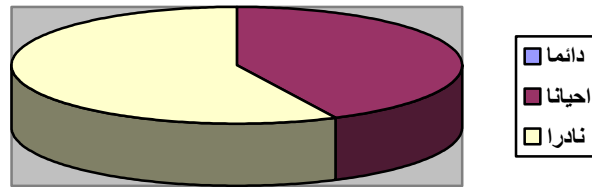
ومنه نستنتج أن شبكات التواصل الاجتماعي امدت فيما سبق الصحفيين الرياضيين بإذاعة بالأخبار والمعلومات.

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

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

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

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	00	%00
أحيانا	03	%42,85
نادرا	04	%57,14
المجموع	07	%100



الشكل رقم 10 : تمثيل بياني يوضح استمرارية نقل الصحفي الرياضي لإذاعة المسئلة لنقل المعلومات والأخبار التي مصدرها شبكات التواصل الاجتماعي .

مناقشة نتائج الجدول رقم 13:

يبين الجدول أن نسبة 42,85 من الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسئلة يقومون أحيانا بنقل المعلومة والخبر الذي مصدره شبكات التواصل الاجتماعي ، ونسبة 57,14% منهم نادرا ما يقومون بنقل معلومة او خبر مصدره شبكات التواصل الاجتماعي .

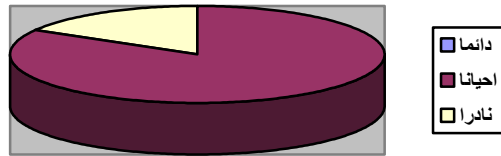
منه نستنتج أن جل الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسئلة يستفيدون أحيانا من شبكات التواصل الاجتماعي في معلومات نقل المعلومات والافكار.

السؤال الثالث عشر : هل تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي مصدرا موثوقا من المعلومات و الاخبار؟

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

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

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	00	%00
احيانا	10	%83,33
نادرا	02	%16,66
المجموع	12	%100



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

مناقشة الجدول رقم 14 :

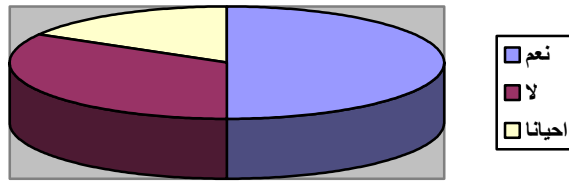
توضح لنا نتائج الجدول أن نسبة 83,33% من الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يعتبرون شبكات التواصل الاجتماعي احيانا مصدرا موثوقا للمعلومات والأخبار ، ونسبة 16,66% من الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة نادرا ما يعتبرون شبكات التواصل الاجتماعي مصدرا موثوقا للمعلومات والأخبار .

ومنه نستنتج أن شبكات التواصل الاجتماعي نادرا ما تكون مصدر موثوق للمعلومات والأخبار .

السؤال الرابع عشر : هل هناك معايير تحترمها عندما تستقي المعلومات و الأخبار من شبكات التواصل الاجتماعي؟
الغرض من السؤال : معرفة ما إذا كانت هناك معايير يحترمها الصحفي الرياضي بالإذاعة عندما يستقي المعلومات
التواصل الاجتماعي .

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

النسب المؤية	التكرار	الاحتمالات
50%	06	نعم
33,33%	04	لا
16,66%	02	احيانا
100%	12	المجموع



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

مناقشة الجدول رقم 15 :

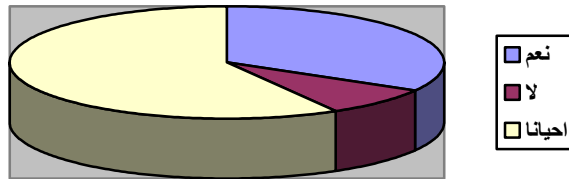
تبين لنا نتائج الجدول أن نسبة 50%، من الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يحترمون معايير معينة عند استقائهم
للمعلومات والأخبار من شبكات التواصل الاجتماعي، في حين نجد نسبة 33,33% لا يحترمون أي معايير وذلك
لأنهم لا يستقون المعلومات من شبكات التواصل الاجتماعي ، اما نسبة 16,66% من الصحفيين الرياضيين بإذاعة
المسيلة احيانا ما يحترمون معايير معينة في اتقاء المعلومات من شبكات التواصل الاجتماعي .

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

السؤال الخامس عشر : هل تستعين بمواقع التواصل الاجتماعي في العثور على مصادر جيدة ؟
 الغرض من السؤال : معرفة ما اذا كان الصحفي الرياضي باذاعة المسيلة يستعين بشبكات التواصل الاجتماعي في العثور على مصادر جيدة

الجدول 16: يوضح ما اذا كان الصحفي الرياضي باذاعة المسيلة يستعين بشبكات التواصل الاجتماعي في العثور على مصادر جيدة

النسب المؤية	التكرار	الاحتمالات
%33,33	04	نعم
%08,33	01	لا
%58,33	07	احيانا
%100	12	المجموع



الشكل رقم 13: تمثيل بياني يوضح ما اذا كان الصحفي الرياضي بالإذاعة يستعين بشبكات التواصل الاجتماعي في العثور على مصادر جيدة

مناقشة الجدول رقم 16:

تبين لنا نتائج الجدول أن نسبة 33,33% ، من الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يحترمون يستعينون بشبكات التواصل الاجتماعي في العثور على مصادر جيدة ، في حين نجد نسبة 08,33% لا يستعينون بشبكات التواصل الاجتماعي في العثور على مصادر جيدة ، اما نسبة 58,33% منهم يستعينون بشبكات التواصل الاجتماعي في العثور على مصادر جيدة .

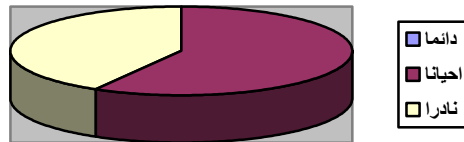
منه نستنتج أنه يمكن الاستعانة احيانا بشبكات التواصل الاجتماعي في العثور على مصادر جيدة .

السؤال السادس عشر : هل تعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي في انتقاء مصادر و ضيوف البرامج الرياضية الاذاعية ؟

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

الجدول 17: يوضح اعتماد الصحفي الرياضي بالإذاعة بشبكات التواصل الاجتماعي في انتقاء المصادر الضيوف .

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	00	%00
أحيانا	07	%58,33
نادرا	05	%41,66
المجموع	12	%100



الشكل رقم 14 تمثيل بياني يوضح اعتماد الصحفي الرياضي بالإذاعة على شبكات التواصل الاجتماعي في انتقاء و الضيوف

مناقشة نتائج الجدول رقم 17 :

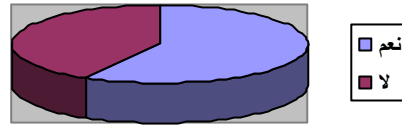
تشير نتائج الجدول أن نسبة 58,33% من الصحفيين الرياضيين بالإذاعة يعتمدون أحيانا على شبكات التواصل الاجتماعي في انتقاء مصادر ضيوف البرامج الرياضية ، بينما نسبة 41,66% منهم نادرا ما يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي في انتقاء الضيوف .

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

السؤال السابع عشر: هل تعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي للتواصل مع المصادر والضيوف؟
الغرض من السؤال: معرفة ما اذا كان الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة يعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي في التواصل المصادر و الضيوف.

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

النسب المؤية	التكرار	الاحتمالات
58,33%	07	نعم
41,66%	05	لا
100%	12	المجموع



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

مناقشة نتائج الجدول رقم 18 :

تبين لنا نتائج الجدول أن نسبة 58,33% من الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة الذين يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي للتواصل مع الضيوف ، بينما نسبة 41,66% من لا يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي للتواصل مع الضيوف .

ومنه نستنتج أن شبكات التواصل الاجتماعي تساهم بشكل كبير في تواصل الصحفيين الرياضيين بالإذاعة مع ضيوف برامجهم الرياضية .

السؤال الثامن عشر: كيف تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع الضيوف؟

الغرض من السؤال: معرفة كيفية اعتماد الصحفي الرياضي على شبكات التواصل الاجتماعي للتواصل مع الضيوف.
بعض الصحفيين يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي من خلال تقديم الافكار والمعلومات وشرح الحصة للضيوف اما بعض الاجابات كانت مختلفة نوعا ما وكانت كالآتي :

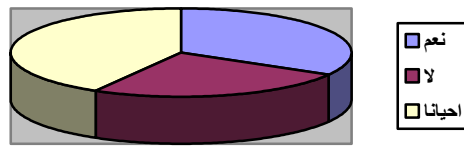
- استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في زيارة الصفحات الخاصة بالضيوف .
- الاتصال بالضيوف عن طريق وسائل الاتصال المتاحة عبر هذه المواقع سكايب ، ماسنجر

السؤال التاسع عشر : هل يتعاون معك الضيوف و يثقون بك في ما يتعلق بالمواضيع الرياضية الشائكة عبر شبكات التواصل الاجتماعي ؟

الغرض من السؤال: معرفة ما اذا كان الضيوف يتعاونون مع الصحفي ويثقون به فيما يتعلق بالمواضيع الرياضية الشائكة عبر هذه الشبكات .

الجدول 19: يوضح معرفة ما اذا كان الضيوف يتعاونون مع الصحفي ويثقون به فيما يتعلق بالمواضيع الرياضية الشائكة عبر هذه الشبكات .

النسب المؤية	التكرار	الاحتمالات
33,33%	04	نعم
25%	03	لا
41,66%	05	احيانا
100%	12	المجموع



الشكل رقم 16: تمثيل بياني يوضح معرفة ما اذا كان الضيوف يتعاونون مع الصحفي ويثقون به فيما يتعلق بالمواضيع الرياضية الشائكة عبر هذه الشبكات

مناقشة الجدول رقم 19:

تبين لنا نتائج الجدول أن نسبة 33,33% ، من الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يتعاون معهم الضيوف و يثقون بهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي ، في حين نجد نسبة 25% لا المسيلة يتعاون معهم الضيوف و يثقون بهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي ، اما نسبة 41,66% منهم احيانا ما يتعاون معهم الضيوف ويثقون بهم عبر هذه الشبكات

منه نستنتج أن شبكات التواصل الاجتماعي يمكن ان تعتمد عليها في استقاء تصريحات ومعلومات مفيدة و حصرية من الضيوف.

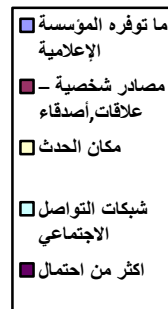
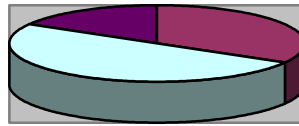
المحور الثالث: مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة تفاعل الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة مع الجمهور.

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

الغرض من السؤال : معرفة المصادر التي يعتمدها الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة في تغطية الأحداث

الجدول 20: يوضح المصادر التي يعتمدها الصحفي الرياضي بالإذاعة في تغطية الأحداث .

الاحتمالات	التكرارات	النسب المئوية
ما توفره المؤسسة الإعلامية	00	00%
مصادر شخصية - علاقات, أصدقاء	04	33,33%
مكان الحدث	00	00%
شبكات التواصل الاجتماعي	06	50%
أكثر من احتمال	02	16,66%
المجموع	12	100%



الشكل رقم 17 : تمثيل بياني يوضح المصادر التي يعتمدها الصحفي الرياضي بالإذاعة في تغطية الأحداث

مناقشة الجدول 20 :

يوضح الجدول أن نسبة 33,33% من الصحفيين الرياضيين بالإذاعة يعتمدون على مصادرهم الشخصية ، بينما نجد نسبة 50% من اصحفيين الرياضيين بالاذاعة يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي ، حين نجد أن نسبة 16,66% يعتمدون على كل ما توفره المؤسسة الإعلامية ومصادرهم الشخصية وكذلك مواقع التواصل الاجتماعي و أيضا مكان الحدث مصادر لتغطية الأحداث.

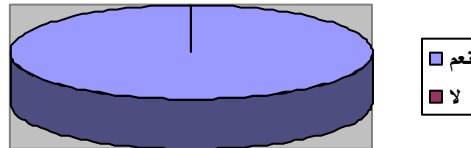
و منه نستنتج بأنه يوجد تعدد في المصادر التي يمكن للصحفيين الرياضيين بالإذاعة الاعتماد عليها في تغطية الاحداث الرياضية ومن هذه المصادر نجد شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة كبيرة تعادل النصف .

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

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

الجدول 21: يوضح تفاعل الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة مع الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

النسب المؤية	التكرارات	الاحتمالات
%100	12	نعم
%00	00	لا
%100	12	المجموع



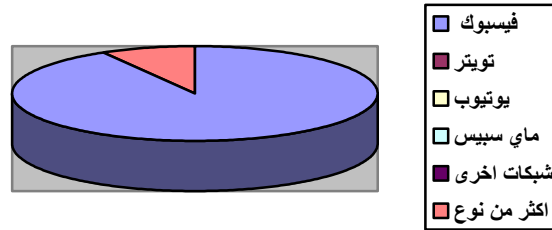
الشكل رقم 18 : تمثيل بياني يوضح تفاعل الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة مع الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي

مناقشة الجدول رقم 21 :

يتضح أن نسبة 100% من الصحفيين الرياضيين بالإذاعة يتفاعلون مع الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي .
و منه نستنتج أن شبكات التواصل الاجتماعي خلقت فضاءً واسعاً وسهلت عملية التواصل و التفاعل مع الجمهور .

السؤال الثاني والعشرون : إذا كانت إجابتك "نعم" ما هي الشبكات التي تستعملها للتواصل مع الجمهور ؟
 الغرض من السؤال : معرفة الشبكات التي يستعملها الصحفي الرياضي بإذاعة المسلة في التفاعل مع الجمهور .
 الجدول 22: يوضح الشبكات التي يستعملها الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة في التفاعل مع الجمهور .

الاحتمالات	التكرارات	النسب المئوية
فيسبوك	11	%91,66
تويتر	00	%00
يوتيوب	00	%00
ماي سبيس	00	%00
شبكات أخرى	00	%00
أكثر من نوع	01	%08,33
المجموع	12	%100



الشكل رقم 19: تمثيل بياني يوضح الشبكات التي يستعملها الصحفي الرياضي بالإذاعة في التفاعل مع الجمهور .

مناقشة الجدول رقم 22 :

تشير لنا نتائج الجدول أن نسبة %91,66 من الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يستخدمون الفيس بوك ، بينما نسبة %08,33 منهم يستخدمون أكثر من نوع من شبكات التواصل الاجتماعي للتواصل مع الجمهور .

ومنه نستنتج أن الفيسبوك هو أكثر المواقع التي تساعد في التواصل مع الجمهور حيث يستعين بها اغلب الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة في عملية التفاعل .

السؤال الثالث وعشرون : ما هي البرامج التي تستعمل فيها شبكات التواصل الاجتماعي للتفاعل مع الجمهور ؟
الغرض من السؤال : معرفة البرامج التي يستعمل فيها الصحفي الرياضي بالاذاعة شبكات التواصل الاجتماعي للتفاعل مع الجمهور .

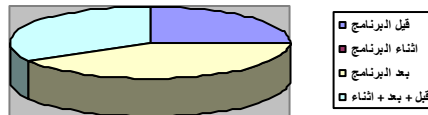
لقد أجب ثلاث صحفيين على هذا السؤال باعتبارهم مقدمين و معدين للبرامج الرياضية بالاذاعة أما الآخرين فهم صحفيين متعاونين فقط لا يقدمون البرامج الرياضية ، حيث كانت إجابتهم بأنهم يعتمدون عليهم في البرامج الآتية :

- ✓ بكل روح رياضية
- ✓ الأستوديو الرياضي
- ✓ الحصاد الرياضي

السؤال الرابع والعشرون : هل تتفاعل مع الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

الغرض من السؤال : معرفة وقت تفاعل الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة مع الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي
الجدول رقم 23: يوضح وقت تفاعل الصحفي الرياضي بالاذاعة مع الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
قبل البرنامج	03	25%
أثناء البرنامج	00	00%
بعد البرنامج	05	41,66%
قبل + بعد + أثناء	04	33,33%
المجموع	12	100%



الشكل رقم 20 : تمثيل بياني يوضح وقت تفاعل الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة مع الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

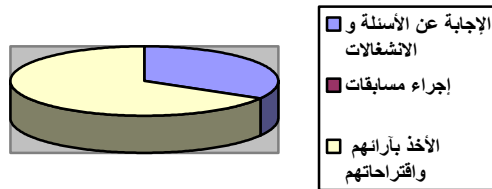
مناقشة الجدول رقم 23:

توضح لنا نتائج الجدول أن بنسبة 25% من الصحفيين يتواصلون مع الجمهور قبل البرنامج ،بينما نسبة 41,66% منهم يتواصلون مع الجمهور بعد البرنامج ،اما نسبة 33,33% قبل وبعد وأثناء البرنامج .
ومنه نستنتج أن الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة الجهوية حيث يتواصلون مع الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي و في كل الاوقات خاصة بعد البرنامج ذلك لأخذ اهتمامهم بعين الاعتبار .

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

الجدول 24 : يوضح كيفية تفاعل الصحفي الرياضي بالإذاعة مع الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
الإجابة عن الأسئلة و الانشغالات	04	33,33%
إجراء مسابقات	00	00%
الأخذ بآرائهم واقتراحاتهم	08	66,66%
المجموع	12	100%



الشكل رقم 21 : تمثيل بياني يوضح كيفية تفاعل الصحفي الرياضي بالإذاعة مع الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

مناقشة الجدول رقم 24 :

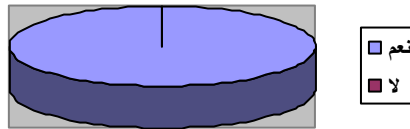
تشير لنا نتائج الجدول أن نسبة 33,33% من الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يتفاعلون مع الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي بالإجابة عن الأسئلة والانشغالات ، في حين نجد أن نسبة 66,66% يتفاعلون مع الجمهور عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي وذلك في الأخذ بآرائهم واقتراحات الجمهور .
و منه نستنتج ان شبكات التواصل الاجتماعي تساهم في العملية التفاعلية بين الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة وبين الجمهور الرياضي وذلك من خلال الإجابة على أسئلتهم ومعرفة آرائهم .

السؤال السادس والعشرون : هل تعمل بنصائح جمهور برنامجك الرياضي عبر شبكات التواصل الاجتماعي ؟

الغرض من السؤال : معرفة ما إذا كان الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة يعمل بنصائح الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

الجدول رقم 25 : يوضح ما إذا كان الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة يعمل بنصائح الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

النسب المؤية	التكرارات	الاحتمالات
%100	12	نعم
%00	00	لا
%100	12	المجموع



الشكل رقم 22 : تمثيل بياني يوضح ما إذا كان الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة يعمل بنصائح الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

مناقشة الجدول رقم 25 :

تشير لنا نتائج الجدول أن نسبة 100% من الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يعملون بنصائح آراء واقتراحات الجمهور التي يقدمونها عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

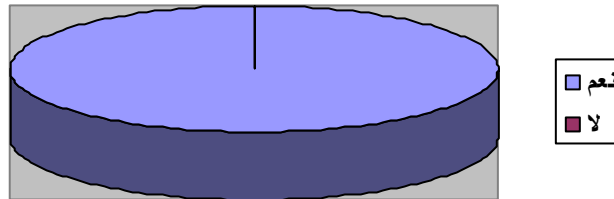
و منه نستنتج إن شبكات التواصل الاجتماعي تساعد الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة على الاستفادة من افكار وخبرات الجمهور وذلك من خلال الأخذ بآرائهم و اقتراحاتهم .

السؤال السابع والعشرون : هل تلي طلبات جمهور براجمك الرياضية عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

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

الجدول رقم 26 : يوضح ما إذا كان الصحفي الرياضي بالإذاعة يلبي طلبات الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

الاحتمالات	التكرارات	النسب المئوية
نعم	12	%100
لا	00	%00
المجموع	12	%100



الشكل رقم 23 : تمثيل بياني يوضح ما إذا كان الصحفي الرياضي بالإذاعة يلبي طلبات الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

مناقشة الجدول رقم 26 :

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

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

السؤال الثامن والعشرون : ما هي الاقتراحات التي يقدمها لك الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي ؟
الغرض من السؤال : معرفة الاقتراحات التي يقدمها الجمهور للصحفي الرياضي بالإذاعة عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

أجاب اغلب الصحفيين بان الاقتراحات التي يقدمها لهم الجمهور تتمثل في بعض الانتقادات والآراء حول موضوع البرنامج او وقت البرنامج ، وكذا اقتراح بعض الضيوف

- مناقشة النتائج على ضوء الفرضيات

2-1- جاءت الفرضية الأولى فيما يلي :

تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في اختيار مواضيع البرامج الرياضية بإذاعة المسيلة
هذه الفرضية محققة من خلال عرض نتائج جداول المحور الأول وبالأخص نتائج الجداول التالية : "9 ، 10 ، 11" و
السؤالين رقم 9 و10 وجاءت كالاتي :

- تشير نتائج الجدول 09 أن كل الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يستعينون أحيانا بشبكات التواصل الاجتماعي في اختيار مواضيع البرامج ، إضافة إلى الجدول رقم 10 الذي تشير نتائجه الى أن اغلب الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يستعينون بشبكات التواصل الاجتماعي في اختيار افكار البرامج التي يعدونها ، أما الجدول رقم 11 فان نتائجه كانت تشير إلى أن اغلب الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يستعينون أحيانا بشبكات التواصل الاجتماعي إعداد البرامج الرياضية ، وكذلك من خلال إجابة الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة على السؤال رقم 09 حيث اجاب اغلب الصحفيين المبحوثين بأن شبكات التواصل تساهم في الامداد بالافكار والمعلومات اما احد المبحوثين فأجاب بانه يستعين بها في الجانب التقني (فواصل موسيقية ، مؤثرات صوتية) ، والسؤال رقم 10 حيث اجمعوا على أن شبكات التواصل الاجتماعي تساهم في إعداد البرامج وذلك باختيار الأفكار والمواضيع ، وكذا تقدم المعلومات الرياضية ، وهذا ما يؤكد أن لشبكات التواصل الاجتماعي دور فعال في اختيار الصحفي لمواضيع البرامج الرياضية التي يعدها ، ويقابل ذلك الرقي والازدهار والنمو في المجال الإعلامي الرياضي ، وهذا ما أكده حسنين شفيق في كتابه الاعلام الجديد سنة 2010 في الصفحة رقم 21 ، 22 من دراستنا هذه ، وكذلك الباحث بلبالي مصطفى " من خلال نتائج دراسته التي أثبتت بأن معظم الصحفيين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أثناء ممارستهم لمهنة الصحافة من خلال استقاء الافكار والمعلومات وهذا ما يوضح أهمية مواقع شبكات التواصل لدى الصحفيين والمؤسسات الصحافية

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

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

✓ الحوارات و النقاشات الفكرية بنسبة 55.7% .

2-2- تمثلت الفرضية الثانية فيما يلي :

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

توضح لنا من خلال الجدول رقم 16 أن اغلب الصحفيين الرياضيين في الإذاعة يعتمدون أحيانا على شبكات التواصل الاجتماعي في العثور على مصادر جيدة ، إضافة إلى الجدول 17 الذي يوضح أن كل الصحفيين الرياضيين بالإذاعة الذين يستعينون بشبكات التواصل الاجتماعي في انتقاء الضيوف ، والجدول رقم 18 فنتائجه تثبت أن معظم الصحفيين الرياضيين بالإذاعة يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي في التواصل مع الضيوف ، كذلك إجابة اغلب الصحفيين المبحوثين على السؤال رقم 18 بأنهم يستعينون بمواقع التواصل الاجتماعي في شرح الحصة وتقديم الافكار والعلوم حول الحصة للضيوف ، والبعض الآخر يستخدمها لزيارة الصفحات الخاصة بالضيوف والاتصال بهم عبر وسائل الاتصال المتاحة مثل ماسنجر، سكايب، فاير مما يزيد من قيمة البرنامج .وهنا نتفق مع حسنين شفيق في كتابه الاعلام الجديد سنة 2010 في الصفحة رقم 07 من دراستنا هذه ، وكذلك الباحثة "صورية ولهة" و الباحث "بوسكرة محمد" في نتائج دراستيهما والمتمثلة في :

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

3- تمثلت الفرضية الثالثة :

تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة تفاعل الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة الجماهير .
هذه الفرضية مؤكدة من خلال عرض نتائج الجداول المحور الثالث ، وخاصة الجداول رقم 21 ، 22 ، 23 ، 24 ، 25 ، 26 والتي جاءت كالآتي :

✓ معظم الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي للتواصل مع الجمهور .
✓ معظم الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يستخدمون الفيس بوك للتواصل مع الجمهور .
✓ اغلب الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة الجهوية يتواصلون بعد البرنامج مع الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي

✓ اغلب الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في التفاعل مع الجمهور وذلك من خلال الإجابة عن الاخذ بالآراء والاقتراحات
✓ كل الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي للاستفادة من خبرات الجمهور ويعمل بنصائحه ويلبي طلباتهم .

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

4- مناقشة الفرضية العامة :

من خلال النتائج المتحصل عليها في الفرضيات الجزئية يمكننا القول بأن شبكات التواصل الاجتماعي تساهم في تطوير البرامج الرياضية بالإذاعة ، وهذا ما و أثبتته بعض الدراسات السابقة التي استعنا بها منها دراسة الباحث "بلبالي مصطفى" (2011/2010) و الباحثة "صورية ولهة" (2012/2011) و كذلك الباحث "بوسكرة محمد" (2013/2012) ، و "وليد يوسفى" (2011/2010) وكذلك الخلفية النظرية من خلال الدكتور "حسنين شفيق" في كتابه الاعلام الجديد سنة 2010 .

إذا يمكن القول أن هذه الفرضية العامة قد تحققت.

خلاصة :

وهذا الفصل ذو أهمية كبيرة في البحوث العلمية حيث انه لا يخلو أي بحث من وجود هذا الفصل من بين فصول الدراسة لأنه يعتبر الركيزة الأساسية والذي يبين نتائج الدراسة والجانب التطبيقي ككل حيث يربط الباحث النتائج المتحصل عليها بعد تحليلها ومناقشتها مع الخلفية النظرية والجانب النظري ككل ومن خلال هذا الفصل يصل الباحث ويتمكن من الخروج بالاستنتاجات النهائية لموضوع الدراسة ، وهذا ما يمكنه من إعطاء اقتراحات وآفاق مستقبلية للدراسة.

الفصل الخامس: الاستنتاجات والاقتراحات

1 - الاستنتاج العام

2- الاقتراحات

3- الآفاق المستقبلية

1 - الاستنتاج العام :

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

الاقتراحات :

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

– الآفاق المستقبلية:

- دراسة اهمية مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الاعلامي كمصدر معلومات .
- دراسة تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تواصل الصحفي مع الجمهور الرياضي .
- دراسة واقع الاستعانة شبكات التواصل الاجتماعي في الكتابة الصحفية الرياضية للإذاعة والتلفزيون .
- دراسة دور شبكات التواصل الاجتماعي في نقل المعلومة الرياضية
- دراسة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تطوير الممارسة الصحفية الرياضية
- اهمية مواقع التواصل الاجتماعي في نشر المحتوى الصحفي .
- تكنولوجيا المعلومات ودورها في تطوير المنظومة الاعلامية الاذاعية

قائمة المراجع

قائمة المراجع

قائمة المراجع

1- المصادر :

1- القران الكريم صورة النمل أية 19

2- الكتب باللغة العربية :

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

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

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

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

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

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

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

8- رشيد زرواتي : مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ، ط1 ، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2007.

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

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

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

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

2- الكتب باللغة الاجنبية :

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

3- المقالات والمجلات :

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

4 - المذكرات والرسائل :

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

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

5- المحاضرات :

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

4 - المقابلات :

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

قائمة الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة المسيلة

معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

قسم الإعلام والاتصال الرياضي

استمارة استبيان

تحية وبعد :

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

مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير البرامج الرياضية

دراسة ميدانية بالإذاعة الجزائرية بالمسيلة

إشراف الدكتور: زاوي عبد الوهاب

إعداد الطالب : شناوة رشيد

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

نشكر صدق تعاونكم واهتماماتكم.

الإجابة تكون بوضع علامة (X) في الخانة المناسبة

السنة الدراسية 2016 / 2017

❖ البيانات الشخصية :

● الجنس:

ذكر أنثى

● السن :

25-20

30-26

35-31

40-36

41+

● الترتيب على السلم الوظيفي

.....

■ المحور الأول: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في اختيار مواضيع البرامج الرياضية بإذاعة المسيلة:

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

نعم لا

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

اقل من عامين أكثر من عامين

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

1 سا

من 1 سا إلى 2 سا

من 2 سا إلى 4 سا

أكثر من 4 سا

4) اين تقوم باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي ؟

المنزل

مكان العمل

مقاهي الانترنت

أماكن أخرى

– إذا كانت إجابتك "أماكن أخرى اذكرها

5) هل تعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي في عملك؟

دائما أحيانا نادرا

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

دائما أحيانا نادرا

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

اختيار الأفكار

كتابة الأسئلة

وضع السيناريو

طرق أخرى

– إذا كانت إجابتك طرق أخرى اذكرها؟

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

دائما أحيانا نادرا

9) هل تساعدك شبكات التواصل الاجتماعي في ضبط الشكل النهائي للحصة (مؤثرات وفواصل موسيقية.....)

10) في رأيك كيف تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في إعداد البرامج الرياضية الإذاعية؟

■ المحور الثاني : مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير مستوى الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة

- 11) هل سبق ونقلت معلومة أو خبر مصدرها شبكات التواصل الاجتماعي ؟
نعم لا
- 12) إذا كانت إجابتك نعم فهل تقوم بذلك ؟
دائما أحيانا نادرا
- 13) هل تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي مصدرا موثوقا للمعلومات والأخبار ؟
نعم لا
- 14) هل هناك معايير تحترمها عندما تستقي المعلومات والأخبار من شبكات التواصل الاجتماعي ؟
نعم لا احيانا
- 15) هل تستعين بمواقع التواصل الاجتماعي في العثور على مصادر جيدة
نعم لا احيانا
- 16) هل تعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي في انتقاء مصادر و ضيوف البرامج الرياضية الاذاعية ؟
دائما أحيانا نادرا
- 17) هل تعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي للتواصل مع المصادر و الضيوف ؟
نعم لا
- 18) كيف تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع الضيوف ؟

- 19) هل يتعاون معك الضيوف و يثقون بك فيما يتعلق بالمواضيع الرياضية الشائكة عبر شبكات التواصل الاجتماعي ؟

نعم لا احيانا

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

- 20) من خلال تغطيتك لحدث ما تحاول الحصول على المعلومات و التفاصيل من ؟

ما توفره المؤسسة الإعلامية

مصادر شخصية – علاقات, أصدقاء

مكان الحدث

شبكات التواصل الاجتماعي

الانترنت مواقع أخرى -

21) هل تتفاعل مع جمهور برامجك الرياضية عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

لا

نعم

22) إذا كانت إجابتك نعم ماهي الشبكات التي تستعملها للتواصل مع الجمهور؟

تويتر

فيسبوك

يوتيوب

ماي سبيس

شبكات أخرى

- إذا كانت إجابتك "شبكات أخرى اذكرها؟

.....

23) ماهي البرامج التي تستعمل فيها شبكات التواصل الاجتماعي للتفاعل مع الجمهور؟

.....

24) هل تتفاعل مع الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

قبل البرنامج

أثناء البرنامج

بعد البرنامج

قبل + بعد + أثناء

25) كيف تتفاعل مع جمهور برنامجك الرياضي عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

الإجابة عن الأسئلة و الانشغالات

إجراء مسابقات

معرفة انطباعاتهم

الأخذ بآرائهم واقتراحاتهم

26) هل تعمل بنصائح جمهور برنامجك الرياضي عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

لا

نعم

27) هل تلي طلبات جمهور برامجك الرياضية عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

لا

نعم

28) ماهي الاقتراحات التي يقدمها لك الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

.....

ملخص الدراسة

عنوان الدراسة : مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تطوير البرامج الرياضية " دراسة ميدانية بالإذاعة الجزائرية من المسيلة "

أهداف الدراسة :

❖ معرفة مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير البرامج الرياضية الإذاعية لإذاعة المسيلة.

مشكلة الدراسة :

هل تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تطوير البرامج الرياضية لإذاعة المسيلة ؟

فرضيات الدراسة :

- تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير البرامج الرياضية الإذاعية بإذاعة المسيلة
- تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في اختيار مواضيع البرامج الرياضية بإذاعة المسيلة .
- تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير مستوى الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة .
- تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة تفاعل الجمهور مع البرامج الرياضية بإذاعة المسيلة.

إجراءات الدراسة الميدانية :

العينة : تمثلت في مجموعة الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة وعددهم (12)

المنهج المستخدم : المنهج الوصفي .

الأدوات المستعملة في الدراسة : الاستمارة الاستبائية .

النتائج المتوصل إليها :

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

الاقتراحات والتوصيات:

- - حث الصحفيين بإذاعة المسيلة الجهوية على الاهتمام أكثر بمواقع التواصل الاجتماعي للتفاعل أكثر مع جمهور البرامج الرياضية .
- وضع معايير ثابتة و مقننة لاستسقاء الأفكار والمعلومات من شبكات التواصل الاجتماعي
- إنشاء صفحات خاصة على مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الصحفي لاستقبال اقتراحات الجماهير وأخذها بعين الاعتبار.

Résumé de l'étude

Titre de l'étude : contribution des réseaux sociaux dans développement des programmes sportifs " étude sur le terrain de la radio algérienne de Msila"

Le but de l'étude : la connaissance de la contribution des sites sociaux dans l'élaboration des programmes sportifs de la radio de Msila.

Problématique de l'étude : est ce que les réseaux sociaux contribuent dans l'élaboration des programmes sportifs à radio de Msila ?

hypothèses de l'étude :

- les réseaux sociaux contribuent dans l'élaboration des programmes sportifs à radio de Msila
- les réseaux sociaux contribuent dans le choix des thèmes des programmes sportifs à radio de Msila.
- les réseaux sociaux contribuent au développement du niveau journaliste sportif à radio Msila.
- les réseaux sociaux contribuent à accroître l'interaction du public avec des programmes sportifs à radio Msila.

Procédure d'étude sur le terrain:

L'échantillon : représente un groupe de journalistes sportifs, nombre (12)

Approche de l'étude : l'approche descriptive

Les outils utilisés dans l'étude : questionnaire

Les résultats obtenus à :

Les réseaux sociaux contribuent dans l'élaborations des programmes sportifs, à travers des idées et des informations a partir des bonnes sources fourni par le journaliste sportif à radio Msila, et aussi contribuent à créations un ambiance de l'interaction entre publique et le journaliste grâce à la réception des suggestions du publique et leurs préoccupations.

Suggestions et recommandations:

- Exhorté les journalistes à radio Msila pour intéresser à utiliser les réseaux sociaux pour l'interaction avec le publique des programmes sportifs.
- Mettre les normes fixes et codifies pour ascites les informations a partir des réseaux sociaux.
- Créer des pages spéciales sur les réseaux sociaux pour recevoir les suggestions de publique et les prendre en considération.