الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة يحي فارس – المدية –

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء المهني لإعلاميي إذاعة المدية الجهوية

–دراسة مسحية لعينة من إعلاميي إذاعة المدية الجهوية –

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في تخصص: سمعي بصري

إعداد الطالب:

بن لخظرعطافية

عمرون الربعي

إشراف الأستاذ:

فار كمال

أمام لجنة المناقشة:

الرقم	الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الجامعة الأصلية	الصفة
1				رئيسا
2				مشرفا ومقررا
3				مناقشا
4				مناقشا

السنة الجامعية: 2021/2020م

شكر وتقدير

نود في البداية نشكر الأستاذ المشرف : فار كمال ، الذي حقيقة منحنا الكثير من وقته و لم يبخل علينا بتوجيهاته و نصائحه القيمة فله منا كل التقدير و الاحترام.

إلى كل الأساتذة اللذين قدموا لنا نصائحهم المفيدة التي كانت بمثابة الشمعة التي أنارت لنا الطريق ، إلى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد .

إلى كل هؤلاء شكرا على كل شيء.

شكرا لكم جميعا

الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى كل باحث ، إلى كل من يكافح من اجل الوصول إلى هدفه ، أهدي هذا العمل إلى كل من يتحدى الصعاب و يزيل الحواجز ولا يجعل حدود لعقله و طموحاته ، أهدي هذا العمل إلى كل من لا يعترف بالمستحيل.....

وفي الأخير أهدي هذا العمل إلى كل الإنسانية.

الربعي عمرون

الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى من بها أكبر ، و عليها اعتمد ، إلى شمعة متقدة تنير ظلمة حياتي ، بوجودها اكتسب قوة و محبة لا حدود لها ، إلى من عرفت معها معنى الحياة أمي الغالية " فاطمة الزهراء "، أطال الله عمرها ، إلى من سعى و شقا لأنعم بالراحة و الهناء الذي لم يبخل بشيء من اجل دفعي في طريق النجاح الذي علمني أن ارتقي سلم الحياة ، بحكمة و صبر ، إليك أبي الغالي " جلول " ، إلى رياحين حياتي إلى من ملأن حياتي سرورا و محبة : رحاب ، حسناء ، نسرين ، تاج الدين .

إلى الأخت و الحبيبة و رفيقة دربي " أشواق هامل " و زوجها الأستاذ " جمال " إلى اللذان اعتبرهما أبويا " البشير " و " جدية " إلى الأخوات التي لم تلدهن أمي ، صديقاتي اللواتي تقاسمت معهن أجمل اللحظات و الأوقات " صورية ، سعيدة ، هاجر ، أمينة ، إيمان ، منى ، سهيلة ، مسعودة ، نصيرة ، جهيدة " إلى أخي و صديقي " رياض " إلى زميلي الذي قاسمني عبئ تحضير ثمرة خمس سنوات من الدراسة " عمرون الربعي " إلى الأستاذ المشرف " كمال فار " الذي لا أنسى فضله علينا في إنارة طريق الظلمة

لكل هؤلاء أقول شكرا

بن لخضر عطافية

فهرس المحتويات

شكر وتقدير.....أ

الإهداء ..... **ب**

فهرس المحتويات... ..... **د**

قائمة الجداول.....**و**

أ-الجداول البسيطة .....و

ب-الجداول المركبة.....ي

مقدمة **1**

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة **2**

أولا: الإشكالية و التساؤلات: 4

ثانيا: أسباب اختيار الموضوع: 4

ثالثا: أهمية الدراسة : 5

رابعا: أهداف الدراسة : 5

خامسا: منهج الدراسة:.....6

سادسا: أدوات جمع المعلومات :.....9

سابعا: مجتمع و عينة الدراسة : 11

ثامنا: تحديد المفاهيم و المصطلحات:.....12

تاسعا: الدراسات السابقة:.....15

الفصل الثاني : الإطار العام لمواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك نموذجا).....**20**

المبحث الأول: ماهية عن مواقع التواصل الاجتماعي.....20

المطلب الأول : نشأة مواقع التواصل الاجتماعي.....20

المطلب الثاني : تعريف مواقع التواصل الاجتماعي.....21

المطلب الثالث : خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:.....23

المطلب الرابع: إيجابيات و سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي للمستخدم: 24

المبحث الثاني : الفيسبوك كموقع من مواقع التواصل الاجتماعي : 26

المطلب الأول : تعريف الفيسبوك.....26

المطلب الثاني: سمات موقع الفيسبوك.....28

المطلب الثالث : سلبيات و ايجابيات الفيسبوك.....31

المطلب الرابع: موقع الفيسبوك كمصدر للمعلومات و الأخبار. 32

الفصل الثالث : مواقع التواصل الاجتماعي و الأداء المهني في الإذاعة المحلية 36

المبحث الأول :الإذاعةو الإذاعة المحلية منطلقات عامة.....37

المطلب الأول :تعريف الإذاعة و أنواعها.....37

المطلب الثاني: نشأة الإذاعة المحليةومفهومها.....39

المطلب االرابع : وظائف الإذاعة المحلية ومهامها 41

المبحث الثاني : تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء المهني لإعلاميي الإذاعة المحلية.....43

المطلب الأول : مفهوم الأداء المهني.....43

المطلب الثاني : الأداء المهني داخل الإذاعة المحلية 44

المطلب الثالث : العوامل المؤثرة على الأداء المهني للإعلاميين في الإذاعة المحلية 45

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي للدراسة 47

المبحث الأول : الإذاعة المحلية في الجزائر (إذاعة المدية الجهوية نموذجا).....49

المطلب الأول : نشأة و تطور الإذاعة المحلية في الجزائر 49

المطلب الثاني : إذاعة المدية الجهوية 49

المطلب الثالث : الهيكل التنظيمي لإذاعة المدية الجهوية 49

المبحث الثاني : تحليل بيانات الدراسة.....52

المطلب الأول : عرض وتحليل الجداولالبسيطة.....52

المطلب الثالث: نتائج الدراسة.....80

الخاتمة 82

المصادر و المراجع 83

الملاحق 83

قائمة الجداول

أ-الجداول البسيطة

توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس	65
توزيع العينة حسب الفئة العمرية	66
توزيع العينة حسب المستوى الدراسي	67
توزيع العينة حسب سنوات الخبرة المهنية	68
يبين مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	69
يمثل اكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما	70
يمثل المدة المستغرقة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	71
يمثل تلبية مواقع التواصل الاجتماعي –الفيسبوك-حاجتك في الحصول على المعلومة و الخبر	71
يبين دور مواقع التواصل الاجتماعي في تسهيل الحصول على المعلومات و الاخبار	72
يمثل الدوافع و الاشباعات التي من خلالها يتم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	73-74
يمثل الدوافع التي تتبع في اختيار المعلومات و الاخبار الموجودة على الفيسبوك	75
يمثل نقل الأخبار والمعلومات المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي و الفيسبوك خاصة	76-77
يمثل تحري المصداقية من طرف اعلاميي اذاعة المدية الجهوية	78
يمثل الاخبار و المواضيع التي تنقلها في غالبية الاحيان من الفيسبوك	79
يتمثل في مراعاة خصوصية المنطقة في نشر المواضيع و الاخبار الموجودة في مواقع التواصل الاجتماعي	80
الصعوبات التي تواجه الاعلامي اثناء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	81
يمثل سعي المؤسسات الاعلامية بمختلف انواعها لتوظيف مواقع التواصل الاجتماعي و الفيسبوك في اطار العمل الاعلامي	82
يمثل اهمية الصفحات الفيسبوكية الخاصة بنشر المعلومات و الاخبار بالنسبة	83

لإعلاميي اذاعة المدية الجهوية	
تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الاداء المهني لإعلاميي اذاعة المدية	84-85

ب-الجداول المركبة

يوضح العلاقة بين متغير الجنس و السن	86
يوضح العلاقة بين متغير الجنس و علاقته باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي	87
يوضح العلاقة بين متغير المستوى الدراسي و علاقته بالخبرة	88
يوضح العلاقة بين متغير المستوى الدراسي و علاقته بدوافع استخدام اعلاميي اذاعة المدية الجهوية لمواقع التواصل الاجتماعي	89
يوضح العلاقة بين متغير المستوى الدراسي و الحصول على المعلومات و الاخبار التي توجد على مستوى مواقع التواصل الاجتماعي مباشرة	90
يوضح مدى سهولة الحصول على المعلومات و الاخبار من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	90
يوضح الصعوبات التي يواجهها اعلامي اذاعة المدية الجهوية من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	91
يوضح العلاقة بين توزيع العينة حسب تلبية مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات و الاخبار و علاقته بنقلها خاصة من الفيسبوك	92
يوضح مدى مراعاة اعلاميي اذاعة المدية الجهوية خصوصية المنطقة ، و تحريهم مصداقية و موضوعية الاخبار و المعلومات المنشورة	93
يوضح العلاقة بين المدة المستغرقة لإعلاميي اذاعة المدية الجهوية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و اعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات	94
يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية و مدى تلبية مواقع التواصل الاجتماعي - الفيسبوك-	95

مقدمة

شهد العالم تطورا هائلا في كل المجالات، خاصة في مجال التكنولوجيا الحديثة ، التي أصبحت ترتبط بالفرد أو المجتمع بطريقة أو بأخرى ، فهي التي قصرت المسافات و اختصرت عليه الزمن، بل وجعلت العالم فعلا قرية صغيرة ، ومن بين ما افرزته هذه التكنولوجيا نجد مواقع التواصل الاجتماعي ، على غرار الفيسبوك ، تويتر انستغرام...، فهذه المواقع تجاوزت كل التوقعات من حيث الاستخدام و الاستعمال ، حتى أصبحت فاعلا في الحياة اليومية و الحياة المهنية و من بين هذه الفئات التي تحولت لاستخدام هذه المواقع الاجتماعية في حياتهم المهنية هم الإعلاميون وهو الأمر الذي انعكس على أداء المؤسسات الإعلامية و بالطبع الإذاعة .

وبالحديث على الإذاعة قد شهدت العديد من التغييرات خلال العصر الرقمي ، و قد ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في تعميق هذه التغييرات ، حيث أصبحت جزءا مهما من برامج أي إذاعة ، كما أن سهولة و سرعة التواصل عبر الانترنت أوجدت المزيد من الفرص للمستمعين للعمل كمستقبلين و مساهمين في صناعة المحتوى الإعلامي في نفس الوقت ، مما اكسب المستمعين أهمية اكبر في لعب دور أكثر نشاطا في صناعة محتوى الإذاعة

ومن المعروف أن مواقع التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك و تويتر ... جعلت الإذاعة أكثر تفاعلية و تشاركيه ، فيمكن لمستخدمي منصات التواصل الاجتماعي اليوم تقديم تعليقاتهم الخاصة حول أي برنامج إذاعي، فالرهانات التي فتحتها مواقع التواصل الاجتماعي على تعددها فرضت على الإعلاميين في الإذاعات و الإذاعات المحلية التحكم في التقنيات الحديثة للإعلام واستعمالها للمساهمة في رفع مستوى الأداء المهني لهم ، للحاق بالركب الحضاري العلمي خاصة إذا نظرنا إلى ما يفرضه الواقع في ظل العولمة ، حيث انه لا يمكن التحكم في الأخبار و المعلومات إلا بالتحكم في وسائل التواصل الاجتماعي و تقنياتها في ظل ما أضحى يعرف بثورة الاتصال التي كان من نتائجها ظهور مجتمع جديد و هو مجتمع المعلومات.

إن الإذاعة الجزائرية عموما و إذاعة المدية الجهوية خصوصا واكبت منذ إنشائها التطورات التكنولوجية الحديثة ، و ذلك من خلال تشجيع إعلاميها لاستعمال مواقع التواصل الاجتماعي

سواء لتحسين أدائهم المهني أو الشخصي ، ومن اجل تغطية موضوع تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء المهني لإعلاميي إذاعة المدية الجهوية قسمنا الدراسة إلى قسمين ، الأول نظري و الثاني تطبيقي

وبدوره القسم النظري قسمناه إلى ثلاث فصول ، أما الفصل الأول فتطرقنا فيه إلى الإطار المنهجي للدراسة وذلك من خلال استعراض إشكالية و تساؤلات الدراسة ، أسباب اختيار الموضوع ، أهمية الدراسة و أهدافها ، بالإضافة إلى المفاهيم و المصطلحات وكذا منهجية الدراسة ، مجتمع و عينة الدراسة ثم أدوات جمع البيانات وختمنا الفصل بالدراسات السابقة .

و الفصل الثاني هو عبارة عن مدخل نظري حول مواقع التواصل الاجتماعي نستعرض فيه لمحة تاريخية لمواقع التواصل الاجتماعي و أيضا نشأة وسائل التواصل الاجتماعي ، كما عرفنا بهته المواقع و أعطينا إجابياتها و سلبياتها ثم عرجنا على الفيسبوك لنعطي عنه لمحة تاريخية سماته وأيضا سلبياته و إجابياته ، و في آخر الفصل عرجنا على موقع الفيسبوك كمصدر للمعلومات و الأخبار.

أما الفصل الثالث فهو الجانب النظري للإذاعة المحلية وتمحور مضمونه حول الأداء المهني لإعلاميها، وقد تطرقنا في هذا الفصل إلى منطلقاتعامة فأعطينا تعريفا للإذاعة، خصائصها و أنواعها ،ثم انتقلنا إلى الإذاعة المحلية والتي درسنا فيها النشأة ، الوظائف وكذا أسباب الإنشاء، كما أضفنا عنوان –تأثير مواقع التواصل الاجتماعي و الأداءالمهني للإعلامي الإذاعة المحلية– ، ليكون تعريفا للأداء المهني و بالخصوص داخل الإذاعة المحلية.

و فيما يتعلق بالجزء الثاني و التطبيقي للدراسة ، فانه تمثل في دراسة ميدانية لمدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي –الفيسبوك– على الأداء المهني لإعلاميي اذاعة المدية.

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

أولا : الإشكالية و التساؤلات

ثانيا : أسباب اختيار الموضوع

ثالثا : أهمية الدراسة

رابعا : أهداف الدراسة

خامسا : منهج الدراسة

سادسا : أدوات جمع البيانات

سابعا : مجتمع و عينة الدراسة

ثامنا : تحديد المفاهيم و المصطلحات

تاسعا : الدراسات السابقة

في هذا الفصل نقوم بعرض الخلفية النظرية ، و الإشكالية العامة للدراسة ، و ما تفرع عنه من تساؤلات توضحها و تفسرها ، حيث رتبنا منهجية الدراسة في هذا الفصل على النحو التالي :الإشكالية و التساؤلات ، أسباب ودوافع احتيار الموضوع، أهمية الدراسة و أهدافها، الأسلوب و المنهج المتبع، عينة الدراسة أو مجتمع البحث ، المفاهيم الواجب توضيحها ، الأدوات التي اعتمدنا عليها في جمع المعلومات و البيانات ، و الدراسات التي تناولت هذا الموضوع .

أولا: الإشكالية و التساؤلات:

إن التطورات الحاصلة و المتسارعة التي مست جميع مجالات الحياة ، و لعل ابرز ما عرفه القرن الماضي هو التطور الكبير الذي شهده قطاع تكنولوجيا الاتصالات و المعلومات ، و تعد الانترنت من أهم الابتكارات التي توصل إليها العلم الحديث الأمر الذي احدث انفجارا معلوماتي هائلا ، نقل بذلك العالم نقلة نوعية في عالم الاتصال ، حيث انتشرت الانترنت في كافة أرجاء المسكونة ، وربطت أجزاء هذا العالم المترامي الأطراف و جعلت منه قرية صغيرة كما أشارإلى ذلك " مارشال ماكلوهان " في كتابه " هكذا ولدت نبوءة تحول العالم إلى قرية صغيرة .

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي من تكنولوجيات الاتصال ، بل الأكثر انتشارا فهي أصبحت وسيلة مهمة في جمع الأخبار و المعلومات الأمر الذي نتج عنه تغيير في الممارسةالإعلامية ، بل أصبح استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يدخل في نوعية الأداء المهني للإعلاميين ، وتكمن قوة مواقع التواصل الاجتماعي أيضا كونها أصبحت قبلة لكل من يريد استقاء الأخبار و المعلومات و متابعة المستجدات نظراو انطلاقا من التساؤل الرئيسي نطرح التساؤلات الفرعية التالية :

1- ما هي الشبكات الاجتماعية الأكثر استخداما لدى إعلاميو إذاعة المدية الجهوية؟
2- ماهي دوافع و أسباب استخدام إعلاميو إذاعة المدية الجهوية لمواقع التواصل الاجتماعي ؟
3- كيف يعالج إعلاميو إذاعة المدية الجهوية المعلومات و الأخبار المنشورة على شبكات التواصل الاجتماعي ؟ وكيف يتحرون مصداقيتها ؟

للسرعة التي تتميز بها في نشر الأخبار ، و قدرتها على تجاوز الرقابة المفروضة على الإعلام التقليدي بكل أنواعه.[1]

لهذا تنبه الكثير من الإعلاميين بالإذاعات و الإذاعات المحلية بالجزائر لإمكانيات مواقع التواصل الاجتماعي و حاولوا الاستفادة منها في انجاز مهامهم الإعلامية ، خاصة و إن عملهم يندرج في إطار بيئة محلية و متجانسة تتطلب من الإعلاميين أن يكونوا قريبين من جمهورهم ، وقد وجد إعلاميو الإذاعات المحلية و الجهوية في مواقع التواصل الاجتماعي التفاعلية التي تمكنهم من تحقيق هذا القرب .

ولأن موضوع الدراسة يخص الإذاعة الجهوية للمدية ، فأهمية مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الإعلامي لدى صحافييها من حيث توفير برمجيات تنظم عملية تسجيل المعلومات و الوصول إليها عند الحاجة بسرعة ، و كذا تسريع معالجتها ومقارنتها و استنتاج ما يجب القيام به سواء لتعديل أو إلغاء خبر أو معلومة ووضع خطط و برامج عمل مرقمة تسمح بتحسين الأداء المهني لصحفي الإذاعة الجهوية

للمدية و كل هذا يهدف إلى تنمية و رفع مستوى الحس الإعلامي لديهم و تسهيل عملية الاستيعاب لدى المتلقي.

وعلى ضوء ما سبق و بما إن موضوع الدراسة " تأثير مواقع التواصل الاجتماعي–الفيسبوك– على الأداء المهني لأعلامي الإذاعة الجهوية للمدية ارتأينا معرفة الاستخدامات و الإشباعات المتحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و طرق الاستفادة منها و أثرها على أدائهم المهني ، فطرحنا التساؤل الرئيسي التالي :

ما هو تأثير استخدام إعلاميي إذاعة المدية الجهوية لمواقع التواصل الاجتماعي –الفيسبوك– على أدائهم المهني ؟

[1] بوبكر بوعزيز ، استعمال وسائل الإعلام الاجتماعية كمصادر للأخبار –دراسة ميدانية على عينة من صحفيي وسائل الإعلام المكتوبة و السمعية البصرية في الجزائر– تخصص علوم الإعلام و الاتصال ، جامعة باتنة ، كلية العلوم الاجتماعية و الانسانية ، الجزائر ، ص 12.

و انطلاقا من التساؤل الرئيسي نطرح التساؤلات الفرعية التالية :

1- ما هي الشبكات الاجتماعية الأكثر استخداما لدى إعلاميو إذاعة المدية الجهوية؟

2- ماهي دوافع و أسباب استخدام إعلاميو إذاعة المدية الجهوية لمواقع التواصل الاجتماعي ؟

3- كيف يعالج إعلاميو إذاعة المدية الجهوية المعلومات و الأخبار المنشورة على شبكات التواصل الاجتماعي ؟ وكيف يتحرون مصداقيتها ؟

4- ما اثر استخدام إعلاميو الإذاعة الجهوية للمدية لمواقع التواصل الاجتماعي على أدائهم المهني ؟

ثانيا: أسباب اختيار الموضوع:

أ- الأسباب الذاتية:

- حداثة الموضوع و قلة التطرق إليه كدراسة معينة
- الفضول في التعرف على مدى أهمية وجود مهارات إذاعية للتعامل مع مواقع
- ارتباط موضوع الدراسة مع ميدان التخصص
- اكتساب مهارات من خلال الاحتكاك بصحفي الإذاعة المحلية للمدية.

ب-الأسباب الموضوعية :

- قابلية الموضوع للدراسة منهجيا و معرفيا
- إبراز مهارات القائمين على الإذاعة المحلية للمدية في ظل هاته الثورة
- معرفة ما إذا كانت إذاعة المدية و القائمين عليها في مواكبة مواقع التواصل الاجتماعي.
- التعرف على أهم العراقيل التي تواجه الإذاعة في ظل التطور الهائل للإعلامالجديد.
- التعرف على ما إذا كان مدير ومسئولي إذاعة المدية يشجعون الصحافيين على الاحتكاك بمواقع التواصل الاجتماعي أو انه هناك دائما تخوف من كل ما هو جديد

ثالثا: أهمية الدراسة :

تسربت مواقع التواصل الاجتماعي إلى جميع مناحي الحياة ،حيث أصبحت تحتل مساحة كبيرة في حياة الأفراد و المؤسسات ، و تأتي أهمية موضوع الدراسة ''تأثير مواقع التواصل الاجتماعي _فيسبوك_ انطلاقا من معاينة مدى حضور مواقع التواصل الاجتماعي بالعموم و الفيسبوك بالخصوص في الفضاء الإعلامي ، باعتبارها آليات اجتماعية لترسيخ حضورها و إدارة صورتها الذهنية ، بحيث لم تعد هاته الوسائل مقتصرة على الاستخدام الفردي ذو الطابع الترفيهي بل تجاوزته إلى السعي في المشاركة الفعالة في العملية الإعلامية وصولا إلى تغيير بعض كلاسيكيات الأداء الإعلامي التقليدي ، و بالتالي أتت هاته الدراسة لتدرس علاقة الإعلاميين في الإذاعات المحلية بهذه المواقع من حيث درجة استخدامها وكذا إلمام صحافييها بالدور الذي أصبحت تلعبه هاته المواقع في المجال الإعلامي و تيسيرها للوصول إلى المستمعين وتكمن هاته الأهمية أيضا في الوقوف على درجة مواكبة الإعلام المسموع بالجزائر لا سيما المحلي منه للتغيرات الحاصلة في ميدان الاتصال ومدى استفادة الإعلاميين في الإذاعات المحلية من مواقع التواصل الاجتماعي في أداء مهامهم الإعلامية ومدى انعكاس هذا الاستخدام على أدائهم المهني.[1]

بالإضافة إلى نقص الدراسات في الجزائر التي تبحث في هذا الموضوع بالذات الذي نراه لا يحظى بالأهمية المستحقة .

رابعا: أهداف الدراسة :

- الكشف على علاقة التكامل بين الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد
- تسليط الضوء على مفهوم الشبكات الاجتماعية وأهمية تطبيقها داخل الإذاعات المحلية (إذاعة المدية المحلية)
- التعرف على الدور الذي تساهم به مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك في تطوير الأداء المهني للصحفي داخل الإذاعة المحلية للمدية.

[1] ياسين جبايلية، نصر الدين دردور ، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال ، استخدام إعلاميي الإذاعات المحلية لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على أدائهم المهني ، تخصص اتصال و تسويق ، جامعة جيجل ، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ،الجزائر،2018/2017،ص 10

- معرفة أنماط استخدام إعلاميو إذاعة المدية للفيسبوك

معرفة اثر استخدام إعلاميو إذاعة المدية لمواقع التواصل الاجتماعي على أدائهم المهني.

خامسا: منهج الدراسة:

اخترنا المنهج الوصفي التحليلي الذي عرفه الباحثون على انه المنهج الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع، ويهتم بوصفها وصفا دقيقا ويعبر عنها كيفا وكما وتوضيح خصائصها ،كما يعتبر المنهج الوصفي التحليلي مظلة واسعة ومرنة تتضمن عددا من المناهج و الأساليب الفرعية المساعدة مثل المسوح الاجتماعية أو الدراسات الميدانية أو دراسة الحالة وغيرها ،ولهذا يكاد المنهج الوصفي التحليلي يشمل كافة المناهج الأخرى باستثناء المنهجين التاريخي و التجريبي ،ذلك لان عملية الوصف و التحليل للظواهر تكاد تكون مسالة مشتركة وموجودة في كافة أنواع البحوث العلمية.[1]

و أيضا لان المنهج الوصفي التحليلي يتماشى مع موضوعنا المتمثل في دراسة مؤسسة إعلامية سمعية من اجل معرفة مدى استخدام إعلاميها لمواقع التواصل الاجتماعي و بالخصوص الفيسبوك أثناء أدائهم الإعلامي ،وكذا يعرض صورة دقيقة لملامح الظاهرة حتى يتيسر إدراكها وفهمها وتشريحها ، وجمع المعلومات و البيانات اللازمة لاستخلاص دلالاتها مما يفيد وضع تعميمات على الظاهرة التي نحن بصدد دراستها .

فالمنهج الوصفي التحليلي يتناسب مع دراستنا لأننا سنقوم بوصف نمط استخدامات إعلاميو الإذاعة المحلية للمدية للفيسبوك ،بما يتضمنه ذلك من الدوافع و الاشباعات المتحققة من هذا الاستخدام وأثره على الأداء المهني لمفردات مجتمع الدراسة فالمنهج الوصفي أسلوب في البحث ،يتم عن طريقه جمع البيانات و المعلومات عن ظاهرة معينة ، وهو ما نهدف إليه من خلال بحثنا هذا أين سنقوم بجمع المعلومات والبيانات عن استخدام الإعلاميين في إذاعة المدية لمواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) ، و الوقوف على مدى اهتمام هذه الشريحة من الإعلاميين لهته المواقع ،التي أصبحت اليوم أدوات مهمة في العمل الإعلامي عبر العالم ، وتقديم صورة دقيقة للخصائص التي يتميز بها إعلاميو إذاعة المدية ، وأنماط تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي ، وتفصيلاتهم لمحتوياتها ، و ما إذا كانت مرتبطة بعملهم الإعلامي

[1]– كريمة عبد الرحيم الطائي ،احمد محمد المومني ،منهجية البحث العلمي في الشريعة و القانون، دار مجدلاوي للنشر و التوزيع ،عمان 2014 ص 101

أو للاستخدام الشخصي ، كما نستخدم المنهج الوصفي للمقاربات العلمية التي تشكل الأرضية التي ينطلق منها أي بحث للتعرف على النتائج التي توصل إليها سابقا الباحثون ، لتكون منطلقا لبناء بحث متماسك ودراسة رصينة.

سادسا: أدوات جمع المعلومات :

هناك الكثير الأدوات و الوسائل آلتي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات و البيانات ويرتبط و اختيار أدوات جمع البيانات بموضوع البحث و المنهج المستخدم في الدراسة و " تقنيات البحث هي وسائل تسمح بجمع المعطيات من الواقع[1]

المقابلة: وهي احد خطوات جمع المعلومات التي يقوم بها الباحث العلمي. ويمكن أن تتم بطريقتين "وجها لوجه " أو " عن طريق وسائل الاتصالات عبر شبكة الانترنت "كما عرفها الأستاذ عبد الحميد على أنها " تفاعل لفظي منظم بين الباحث و المبحوثين لتحقيق هدف معين" [2]

اعتمادنا على المقابلة أين قمنا باستجواب مسئولي بعض المصالح داخل الإذاعة ، على رأسهم رئيس التحرير عبد النور هني و المخرجة الرئيسية حسنة بن ابراهيم ، بالإضافة إلى الصحفي الطيب بن ساعد و المراسل بكيري عمر ، وكانت محاور المقابلة حول مدى اعتماد الإذاعة الجهوية للمدية إستراتيجية معينة في التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي ، وما إذا كانت الإذاعة الجهوية للمدية تضع لإعلاميها

ورقة الطريق ، أو قواعد في كيفية التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي ، وهل يستفيد إعلاميها من فرص للتكوين في مجال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بما يحدث في العالم. و كتساؤل محوري تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء المهني لإعلاميي الإذاعة الجهوية للمدية و خاصة موقع الفيسبوك

[1] أنجرس ، موريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، الطبعة الثانية ، الجزائر ، دار القصبة للنشر2006، ص 107

[2] محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، عالم الكتب ، القاهرة ، الطبعة الأولى ، 2000 م ، ص 392

الاستبيان : وفيها يتم تقديم مجموعة من الاستفسارات التي تدور حول موضوع الدراسة ، وهي أشهر أدوات البحث العلمي ، وهناك أسئلة تكون معلقة ومحددة بإجابات معينة و أخرى مفتوحة تكون الإجابة عليها بحرية ، وهناك استبيانات تدمج النوعين.

وبناءً عليه فان استمارة الاستبيان تعد الأنسب لدراستنا، ذلك أنها تتناسب مع الاتجاه المنهجي و مع طبيعة الدراسة التي هي دراسة كمية ووصفية تهدف إلى جمع المعلومات و البيانات حول كيفية استخدام إعلاميو الإذاعات المحلية –المدية– لمواقع التواصل الاجتماعي ، ودوافعهم واشباعاتهم هذا الاستخدام و أثرها على أدائهم المهني. وتمر عملية تصميم الاستمارة بعدة مراحل أهمها :

1- تحديد إطار البيانات المطلوبة ونوعها
2- تحديدي نوع الاستمارة ونوع الأسئلة التي ستطرح مغطية موضوع الدراسة
3- يتم اختيار الاستمارة في مرحلتها الأولية وبعدها تأتي عملية اختيارها في مرحلتها النهائية

وقد اشتملت الاستمارة المحاور التالية :

المحور الأول : الأسئلة التي تستهدف التعرف على الحقائق ، وتشمل الأسئلة الخاصة بالسمات العامة لإعلاميي إذاعة المدية (الجنس ، الفئة العمرية ، الشهادة المتحصل عليها ، عدد السنوات ، الخبرة ..)

المحور الثاني : مجموعة من الأسئلة تهدف إلى الكشف على أنماط و استخدام إعلاميو الإذاعة المحلية للمدية لمواقع التواصل الاجتماعي

المحور الثالث : أسئلة خاصة بالدوافع المتحققة من استخدام إعلاميو الإذاعة المحلية للمدية لمواقع التواصل الاجتماعي

المحور الرابع : معالجة الأخبار و المعلومات المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي ، الفيسبوك كنموذج.

المحور الخامس : يستهدف تأثير استخدام إعلاميو الإذاعة المحلية بالمدية لمواقع التواصل الاجتماعي على أدائهم المهني .

- **الاختبارات** : وفيها يتم وضع مجموعة من الأسئلة للباحثين ، ومن ثم جمع الأجوبة و تحليلها و الوصول إلى النتائج المطلوبة، وهذه الطريقة شائعة في العلوم التي تهتم بالجانب الإنساني من اجل التعرف على السلوكيات.[1]

ومن خلال ما سبق وتماشيا مع طبيعة دراستنا فان الاستبيان مناسب لموضوع الدراسة ، التي هي دراسة وصفية وكمية ، هدفها جمع البيانات و المعلومات عن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي و الفيسبوك بصفة خاصة على الأداء المهني لصحفي و إعلامي الإذاعة المحلية للمدية.

وأيضا اعتمدنا على المقابلة لتكون أداة بجانب الاستبيان في دراستنا هذه.

سابعا: مجتمع و عينة الدراسة :

قبل البدء في أي دراسة أكاديمية وجب على الباحث أن يحدد مجتمع وعينة الدراسة ، لهدا سنعطي تعريف بسيط لمجتمع الدراسة و العينة ، فمجتمع الدراسة هو المجموع الكلي من العناصر التي يسعى الباحث إلى أن يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالظاهرة المدروسة ، ويختلف مفهوم مجتمع الدراسة عن مفهوم المجتمع بكله العام ، حيث لا يتم تناول جميع الفئات وخصائص المجتمع لصعوبة ذلك ، بل يتم اخذ عينة منه فقط. [2]

أما عينة الدراسة هي تلك العينة التي تتوزع فيها خصائص المجتمع بنفس النسب الواردة فيها وهي اختيار جزء من الكل ، تأتي لتسهيل البحث العلمي و تعطي نتائج على العموم دقيقة وتجيب على معظم أسئلة الموضوع.[3]

وبناء عليه فقد تم تحديد مجتمع الدراسة في الإعلاميين العاملين بالإذاعة المحلية بالمدية ، وينطبق وصف الإعلاميين على ، المحررين ، المنشطين ...الخ

---

[1] حمدي محمد الفاتح ،منهجية البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال –دروس و نظرية تطبيقات– الطبعة الأولى ––، الأردن ، دار أسامة للنشر 2017ص 42

[2]– احمد مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال ، الجزائر،ديوان المطبوعات الجامعية ،2005،ص 44.

[3]– نفس المرجع ص 64.

وسنعتمد في دراستنا على أسلوب المسح الشامل وهو الأسلوب الذي يدرس فيه الباحث جميع مفردات او عناصر مجتمع البحث ويستخدم للحصول على معلومات تفصيلية عن جميع مفردات المجتمع وذلك عكس نظام العينات الذي يدرس فيه الباحث بعض مفردات المجتمع على أن تكون ممثلة للمجتمع الأصلي .

ويستخدم الباحث أسلوب المسح الشامل لكل مفردات مجتمع الدراسة عندما يكون المجتمع صغير الحجم أي أن الباحث لديه من الوقت والجهد و الإمكانيات المادية للقيام بعملية المسح ودراسة كل مفردات مجتمع الدراسة ، بالإضافة إلى ذلك يشترط أن تكون مفردات مجتمع الدراسة غير مشتتة ، في مناطق يصعب الوصول إليها ، فإذا كان المجتمع صغير يجب على الباحث القيام بمسح كل مفرداته دون اللجوء إلى عينة الدراسة [1] . ومن خلال ما سبق فإننا اعتمدنا على أسلوب المسح الشامل نظرا لمحدودية إعلاميي إذاعة المدية ، حيث يمكننا مسحهم جميعا ، و أيضا نظرا لقربهم المكاني ، فالإذاعة المحلية للمدية لا تبعد كثيرا عن الجامعة .

ثامنا: تحديد المفاهيم و المصطلحات:

يقصد بتحديد المفاهيم تبيان ما تعنيه من مقاصد و توضيح ما تتضمنه من معان و تظهر من صفات [2]

وفي دراستنا سوف نتوقف عند المفاهيم الآتية :

8-1: التأثير

اصطلاحا : هو التغيير الذي يطرأ على مستقبل الرسالة كفرد فقد تلفت الرسالة انتباهه و يدركها ، وقد تضيف إلى معلوماته معلومات جديدة ، وقد تجعله يكون اتجاهات جديدة أو يعدل اتجاهاته القديمة ، وقد تجعله يتعرف على بطريقة جديدة أو يعدل سلوكه السابق ، فهناك مستويات عديدة للتأثير ، ابتداء من الاهتمام بحدوث تدعيم داخلي للاتجاهات إلى حدوث تغيير على تلك الاتجاهات ثم في النهاية أقدام الفرد على سلوك علني [3]

[1] حمدي محمد الفاتح ، مرجع سابق، ص 102

[2] عقيل حسين عقيل ، خطوات البحث العلمي في تحديد المشكلة إلى تفسير النتائج ، دار ابن كثير ، ص 53

[3] محمد منير حجاب ، الموسوعة الإعلامية ، المجلد 2 دار الفجر 2003 ص 533

إجرائيا : هو مجموعة التغيرات التي تطرأ على سلوك إعلاميي إذاعة المدية الجهوية و ذلك من خلال المضامين المختلفة من معلومات و رسائل و فيديوهات التي يتلقونها من مواقع التواصل الاجتماعي .

2-8:مواقع التواصل الاجتماعي :

اصطلاحا : هي مواقع الكترونية على الشبكة العنكبوتية تؤسسها و تبرمجها شركات كبرى لجمع المستخدمين و الأصدقاء لمشاركة الأنشطة و الاهتمامات ، و البحث عن تكوين صداقات ...، معظم الشبكات الاجتماعية الموجودة حاليا عبارة عن مواقع ويب ، تقدم مجموعة من الخدمات المستخدمين مثل المحادثة الفرية ، الرسائل الخاصة ، البريد الالكتروني ،...الخ [1]

إجرائيا : مواقع الكترونية اجتماعية تفاعلية تسمح لإعلاميي إذاعة المدية الجهوية بالتواصل من أي مكان في العالم ، وفي أي وقت آخر ، فهي أصبحت اليوم الوسيلة الاتصالية الأكثر تأثيرا في الحياة اليومية و تتيح لهؤلاء الاعلامين التعبير الحر عن آرائهم و أفكارهم ، ومناقشة كل القضايا ، ونركز في دراستنا على " الفيسبوك " و تأثيره على الأداء المهني لإعلاميي إذاعة المدية الجهوية

4-8 الإذاعة

اصطلاحا : يعني البث المنظم و النشر للأخبار و البرامج و الأغاني ... أو أي مواد إعلامية

أخرى موجهة للجمهور العام ، و استقبال الراديو،بذلك أصبح هذا المصطلح يعبر عن خصائص

فن قائم بذاته له مقوماته المادية و جمهوره [2]

5-8: الإذاعة المحلية :

اصطلاحا : هو مصطلح يعني البث المنظم ونشر الأخبار و المواد الإعلامية الموجهة لجمهور محدد وقليل الأفراد ، ويعيش فوق ارض محدودة المساحة ، و متقاربة من الناحية الاجتماعية و الاقتصادية ،حيث يكون هذا المجتمع بنية متناسقة.

---

[1] مروى ، عصام صلاح ، ، الإعلام الالكتروني الأسس و أفاق المستقبل ، عمان دار الإعصار ، للنشر و التوزيع 2015، ص 246

[2] إمام إبراهيم ، الإعلام الإذاعي و التلفزيوني ، الطبعة الثانية مصر دار الفكر العربي 1985،ص 95

وهو جهاز إعلامي يوجه إلى مجتمع محلي ، يقطنون في قرية واحدة ، او مجموعة من القرى المتجاورة أو مدينة أو عدة مدن متقاربة [1].

7-6 الأداء :

اصطلاحا : يشير الأداء إلى درجة تحقيق و إتمام المهام المكونة لوظيفة الفرد ، وهو يعكس الكيفية التي يحقق أو يشبع بها الفرد متطلبات الوظيفة ف الأداء يقاس على النتائج يحققها [2]

مصطلح الأداء يعد مصطلحا واسعا نشا ليعبر عن مجموعة من الممارسات التي عن طريقها يتم تحديد العمل و متابعته وتحديد القدرات اللازمة للأداء و توزيع المكافئات داخل المنظمة ، كما يشمل تحديد الأهداف و اختيار العاملين ، فهو يعبر عن مجموعة السلوكيات ذات العلاقة المعبرة عن قيام المرؤوس بأداء مهامه ، و تحمل مسؤولياته التي تتضمن جودة الأداء و حسن التحفيز و الخبرة الفنية المطلوبة في الوظيفة .

7-5:الأداء المهني :

اصطلاحا : هو تلك العميلة التي يقوم بها الفرد داخل المهنة ، و التي يتضمن هيكل معرفي يحدد مجال الخبرة و الروابط المهنية و زيادة الهوية الاجتماعية و صياغة رموز تلاؤم السلوك المهني وتطور معنى الالتزام بقواعد المهنة داخل المؤسسات الإعلامية [3]

إجرائيا : هو قيام إعلاميو الإذاعة المحلية بالمدية بمهامهم الإعلامية من خلال البحث ، و الحصول على الأخبار و إذاعتها و تفسيرها و التعليق عليها ، توعية المستمعين ، توجيههم و إرشادهم في إطار القواعد المهنية .

---

[1] حنادر عبد الله ، دور إذاعة الشلف في تنمية الإذاعة المحلية ،دراسة ميدانية على عينة من مواطني مدينة الشلف ، مجلة جيل العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، العدد 21 ، 2016 ، ص 241

[2] راوية محمد، إدارة الموارد البشرية _ رؤية مستقبلية ، الطبعة الثانية ، مصر ، نشر ة توزيع الإسكندرية 2001،ص 88

[3] أمين منصور وافي ،الأعلام الفلسطيني و الأداء المهني للإعلاميين الفلسطينيين في انتفاضة الأقصى ، دراسة ميدانية لمراسلي الإذاعة و التلفزيون في قطاع غزة ، أطروحة دكتوراه ، قسم علوم للأعلام و الاتصال ، جامعة يوسف بن خده. 2006-2005 ، ص 65،68

تاسعا: الدراسات السابقة:

من المعتاد إن يدرس الباحث المؤلفات المتعلقة بمشكلة بحثه دراسة وثيقة ، على الرغم من أن بعض العلماء يرون إن هذا العمل غير حكيم ، وان ما كتبه الآخرون عن موضوع يهيئ العقل للنظر إليه من نفس الزاوية التي سبق إن طرقوها ، ويزيد من صعوبة إيجاد حل مثمر جديد وعلى ذلك فالفائدة التي ننتظرها من عرضنا للدراسات السابقة تأتي من ناحية اعتبارها أساسا للمعرفة ليرى القارئ من خلالها تقييم العمل الجديد الذي يقرا عنه و إدراك أية نتائج هامة فيها:

- **الدراسة الأولى :** للباحث بوبكر بوعزيز حول استعمال وسائل الإعلام الاجتماعية كمصادر للأخبار –دراسة ميدانية لصحفيي وسائل الإعلام المكتوبة و السمعية والبصرية في الجزائر[1]، جاءت هذه الدراسة لتسليط الضوء على مفهوم وجوانب من تطبيقات ما أصبح يطلق عليه مواقع التواصل الاجتماعي ، كونها تمثل مظهرا جديدا و كليا من مظاهر تطبيقات الإعلام الجديد ، ليس في إطار دراسات علوم الإعلام و الاتصال لكن في كل ما يحيط بهذه الظاهرة الإعلامية الجديدة من مفاهيم وتطورات مختلفة ، كونها مازالت لحد الساعة يتعامل معها بتحفظ و هذا راجع بالدرجة الأولى إلى عدم استثمارها بصفة كاملة في مختلف المجالات بما فيها الإعلامية على وجه التحديد خاصة في الوطن العربي، وقد حاولت الدراسة إن تستعرض مختلف الرؤى و الأطروحات التي تم تقديمها بشان مواقع التواصل الاجتماعي في بعدها التاريخي و الإعلامي الذي يشكل لب هذه الدراسة محاولين في الوقت نفسه أيضا كشف الستار عن التصور الذهني الذي يشكله الصحفيون الجزائريين حول هذه الظاهرة الإعلامية وكيفية استثمارها في مجال الحصول على الإخبار و المعلومات ، و من ثم إعادة نشرها للجمهور ومدى تأثير هذا الاستثمار لهذه التطبيقات المستخدمة على الممارسة المهنية للصحفيين مستعرضين في الوقت ذاته بعض التجارب العالمية لكبريات المؤسسات الإعلامية الرائدة في هذا المجال كوكالة رويترز ووكالة الإنباء الفرنسية .
- **الدراسة الثانية :** للباحث ، أمين منصور وافي حول الإعلام الفلسطيني و الأداء المهني للإعلاميين الفلسطينيين في انتفاضة الأقصى _ دراسة ميدانية لمراسلي الإذاعة و التلفزيون لقطاع غزة _[2]حيث تتناول هذه الدراسة الأداء المهني لصحفيين الفلسطينيين في انتفاضة الأقصى و خاصة صحفي

[1]بوبكر بوعزيز، استعمال وسائل الإعلام الاجتماعية كمصادر للأخبار، جامعة باتنة 1 ، 2017/2016 ، ص 151

[2] أمين منصور وافي ، الإعلام الفلسطيني و الأداء المهني للإعلاميين الفلسطينيين في انتفاضة الأقصى،جامعة الجزائر بن يوسف بن خده،كلية العلوم السياسية و الإعلام ، ص 61

الإذاعة والتلفزيون ، حيث أن هذه الفئة من الإعلاميين هم من غطوا إحداث الانتفاضة ،وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهتم بواقع الأحداث و الظواهر و المواقف و الأداء ، و تحليلها و تفسيرها بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة أما لتصحيحي هذا الواقع أو لتحديثه و تطويره ، كما تفسر ما هو كائن ، و بتحديد الظروف و العلاقات التي توجد بين الوقائع، ومن اجل ذلك تناول الباحث العنصر الأساسي في العملية الاتصالية إلا وهو الإنسان ، وهنا المراسل في الإذاعة و التلفزيون الفلسطيني ، للتعرف على سماته و خصائصه و الشروط التي يخضع لها ، و كيفية استقائه للأخبار، و مدى تأثير الانتفاضة في أسلوبه ، و الضغوط الإدارية و المهنية التي يتعرض لها ، و إبعاد تأثيرها على عمله .

- **<u>الدراسة الثالثة :</u>**

للباحث عيادي منير حول استخدام الصحفيين الجزائريين لشبكات التواصل الاجتماعي كمصادرللأخبار (الفسبوك و تويتر نموذجا) – دراسة وصفية على عينة من صحفي القطاع المكتوب و المسموع في الجزائر–[1]

حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد الصحفيين في و سائل الإعلام المكتوبة و السمعية و السمعية البصرية الجزائرية على مواقع التواصل الاجتماعي و في مقدمتها الفيسبوك و التويتر كمصادر للأخبار و تأثير هذا على الممارسة المهنية من ناحية و ومحاولة معرفة مدى مصداقية هذه المواقع الاجتماعية و درجة موثوقيتها من ناحية أخرى ومن اجل تحقيق هذه الأهداف اعتمدت الدراسة على منهج المسح الوصفي و استخدم العينة القصدية المتاحة في الانترنت ، وتم توزيع الاستمارات الكترونيا (60) استمارة على صحفيي المؤسسات الصحفية المذكورة سابقا، _جريدة الشعب ،جريدة الخبر ، الإذاعة الوطنية ، التلفزيون العمومي _ و استرجع منها إجابة 52 صحفي و هو العدد الإجمالي لعينة الدراسة و قد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن الصحفيين الجزائريين محل الدراسة لا يستخدمون مواقع التواصل كمصادر للأخبار ،وان غالبيتهم يثقون بمواقع التواصل الاجتماعي بدرجة اقل لو لا يثقون بها إطلاقا ، كما يفضلون المزج بين هذه المصادر و بين المصادر التقليدية

[1]عيادي منير ، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية ، استخدام الصحفيين الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي كمصادر للأخبار ، المجلد الثاني ، العدد الخامس ،2018

- **الدراسة الرابعة :**

للدكتور: صدام حسين قيراط حول أنماط استخدام الصحفيين الجزائريين لشبكات التواصل الاجتماعي _ دراسة ميدانية على عينة من صحفيي قناة النهار الإخبارية_

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة أنماط استخدام صحفيي القنوات التلفزيونية الإخبارية الجزائرية لشبكات التواصل الاجتماعي ، وكيفية توظيفها في مجال الإعلام ، حيث اعتمد على المنهج الوصفي مع استخدام الاستبانة و المقابلة و الملاحظة كأدوات بحث علمية لجمع المعلومات من أفراد العينة وهم عبارة عن مجموعة من الصحفيين العاملين بقناة النهار ، توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها أن صحفي قناة النهار على صفحات المواطنين الصحفيين و صفحات الحوادث و صفحات الشخصيات السياسية و الفنية...الخ في متابعة كل جديد ، كما أنهم يثمنون مشاركة المواطن الصحفي في إنتاج المضامين الإعلامية ونشرها و يعتبرونها إضافة نوعية للإعلام الجزائري ، ومع ذلك لا بد من مراعاة ضوابط أخلاقية و قانونية في التعامل مع مساهمات المواطن على رأسها التأكد من صحة الخبر و جعلها في قالب صحفي مهني خالي من أي مخالفات و ضوابط أخلاقية .

- **الدراسة الخامسة :**

للباحثة خيرة محمدي حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في الصحافة المكتوبة"[1] نشرت هذه الدراسة في مجلة إسهامات للبحوث و الدراسات الصادرة عن طلبة العلوم الاجتماعية و الإنسانية ب غرداية، حيث تهدف هذه الدراسة إلى أهمية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة للصحفيين الجزائريين ، مقارنة بالمصادر الأخرى و كذا دوافع اعتمادهم عليها وماهي الإشباعات المحققة من وراء ذلك ، وطرحت الباحثة مجموعة من الأسئلة نسوغها على الشكل الآتي :

* هل تأتي مواقع التواصل الاجتماعي في مقدمة المصادر التي يستخدمها الصحافي الجزائري؟

* ما هي طبيعة المعلومات التي يعثر عليها أفراد العينة من شبكة التواصل الاجتماعي ؟

* ما هي الاشباعات المحققة من استخدام الصحفيين الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي؟

[1] خيرة محمدي ، استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في الصحافة الجزائرية،المركز الجامعي غليزان ، الجزائر ،2016 ، ص83

وقد اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي في دراستها و استخدمت الاستبيان من اجل الوصول إلى المعلومات و البيانات.

- **الدراسة السادسة :** للباحثتين سلمى غروبه و سميرة سوطاج حول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الممارسة الإعلامية للقنوات التلفزيونية –دراسة تحليلية لبرامج قناة الشروق TV .[1]

ترى الباحثتين في دراستهما انه في السنوات الأخيرة تطورت عملية الاتصال ضمن شبكات التواصل الاجتماعي وفق الأبجدية التي أفرغها العالم الكندي " مارشال ماكلوهان " في مصب متداخل و متكامل يتعلق ب " الوسيلة هي الرسالة " فعندما نتكلم عن الاتصال فإننا حتما نتكلم عن تلك العملية التي تحدث بين طرفين على الأقل و لا يتأتى الاتصال إلا بوجودهما علما أن هذه العناصر تعمل بصفة متشابكة و اندماجية ، مما أمكن رصد رؤى وظيفية مغايرة تتماشى مع المكونات الأساسية لهذه العملية ، لكن إبعادها الضمنية غيرت من خريطة التواصل الاجتماعي و أفرزت متغيرات جديدة جديرة بالاهتمام .

- **الدراسة السابعة :**

للباحث محمد بن علي بن محمد السويد حول استخدام الكتاب الصحفيين لتويتر و تأثيرهعلى أدائهم المهني"– دراسة مسحية على عينة من كتاب الصحف السعودية–[2]

وتمحورت مشكلة الدراسة حول البحث في استخدام الكتاب الصحفيين "لتويتر" و تأثيرها على أدائهم المهني في الكتابة الصحفية ، مهارة و مردودا ومعالجة ، ولتحقيق الهدف اعتمد على المنشود اعتمد على المنهج الوصفي ، من خلال نمط وصف استخدامات الصحفيين لتويتر ووصف انعكاسات هذا الاستخدام على أدائهم المهني ، و استخدم الباحث الاستبانة كأداة أساسية لجمع البيانات و المعلومات واعتمد على العينة المتاحة و توصل إلى النتائج التالية :

53.90% من مفردات العينة يستخدمون تويتر يوميا .

تصدرت دوافع الرأي و التعبير أهم دوافع استخدام تويتر ، فدافع حرية إبداء الرأي و التعبير جاء في المرتبة الأولى ووافق عليه (73.5.%) من مفردات العينة ، كما نال دافع إبداء الرأي في القضايا التي تنشرها

[1] سلمى غروبة ، سميرة سوطاج ، الاتصال و استراتيجيات التجديد ، جامعةباجي مختار ، عنابة ، 2017 ، ص 91

[2] للأستاذ محمد بن علي بن محمد السويد، استخدام الكتاب الصحفيين لتويتر و تأثيره على أدائهم المهني،المجلة العربية للإعلام والاتصال ، المجلد 20015، العدد 14 / 30 نوفمبر 20015 ، ص 135–224

الصحيفة موافقة أكثر من (66%) بينما حصد دافع عدم وجود حارس بوابة موافقة (55%) من إجمالي العينة

الفصل الثانى : الإطار العام لمواقع التواصل الاجتماعى (الفيسبوك نموذجا)

المبحث الأول : ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثاني : تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثالث : خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الرابع : ايجابيات و سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني: الفيسبوك كوقع من مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول : تعريف الفيسبوك

المطلبالثاني : سمات الفيسبوك

المطلب الثالث : سلبيات و ايجابيات الفيسبوك

المطلب الرابع : موقع الفيسبوك كمصدر للمعلومات والأخبار

يتكون هذا الفصل من ثلاث مباحث، حيث نستعرض في المبحث الأول لمحة تاريخية عن مواقع التواصل الاجتماعي والذي يتكون من أربع مطالب نبينها بالترتيب المطلب الأول: نشأة وسائل التواصل الاجتماعي المطلب الثاني : نشأة و ظهور مواقع التواصل الاجتماعي المطلب الثالث : ماهية مواقع التواصل الاجتماعي المطلب الرابع : ايجابيات و سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

ونتناول في المبحث الثاني تاريخ و تأسيس الفيسبوك حيث احتوى على ثلاث فصول : المطلب الأول سلبيات و ايجابيات الفيسبوك ، المطلب الثاني: سمات موقع الفيسبوك ، المطلب الثالث: إحصاءات عن استخدام الفيسبوك في العالم والدول العربية ، وفي الأخير يتناول الفصل توظيف الإعلاميين لمواقع التواصل الاجتماعي أثناء أدائهم لمهامهم الإعلامية والذي بدوره قسمناه إلى عدة نقاطوهي كمايليالبحث على قصص صحفية و الحصول على المعلومات و الأخبار و النقطة الثانيةالحصول على المضامين الإعلامية و بناء جمهور ، ثالثا، التعرف على تطلعات الجمهور و اهتماماته والنقطة الاخيرةفهي الترويج لمضامينها وبرامجها الإعلامية و كذا تحسين تغطيتها لمختلف الأحداث .

المبحث الأول: ماهية عن مواقع التواصل الاجتماعي

شهدت مواقع التواصل الاجتماعي عدة تطورات في فترات زمنية متقاربة على مستوى كل موقع وأصبحت تعتبر كفضاء واسع لتناقل المعلومة و الأخبار المختلفة بين مختلف شرائح المجتمع من خلال الخدمات التي تتيحها لأي شخص يتمكن من التواصل مع الغير و متابعة الأحداث الجارية أول بأول ، إلا أننا لا يمكننا إنكار أنها أثرت ولا زالت تؤثر على المجتمعات إلى يومنا الحالي ، و مما يدل على ذلك أن الشباب اليوم أصبح يقضي معظم وقته على منصات هذه المواقع .

المطلب الأول : نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

بدأت الشركات بمحاولة بناء شبكات التواصل الاجتماعي بالاعتماد على تكنولوجيا الويب ، فعلى الرغم من وجود العديد من الوسائل التي وفرت لمستخدميها بعض ميزات مواقع التواصل الاجتماعي ، إلا أن تلك المزايا لم تكن كافية ليطلق عليها اسم موقع تواصلاجتماعي ، واستمر هذا الأمر حتى 1997حين ظهر أول موقع تواصل اجتماعي فعال و مشابه لطبيعة مواقع التواصل التي تستخدم حاليا وهو موقع

(sixDegrees) ، حيث سمح الموقع لمستخدميه بإنشاء ملفات شخصية ، بالإضافة الى إمكانية إضافة الأصدقاء[1] و إنشاء قوائم الاتصالات ، و إرسال الرسائل إلى المستخدمين الآخرين[2].

يعتبر العقد الأول من القرن الحادي و العشرين العصر الذهبي لظهور مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث شهدت تلك الفترة ظهور معظم وسائل التواصل الاجتماعي و أكثرها انتشارا في الوقت الحالي [3]، فبعد ظهور موقع (sixDegrees) شهدت بداية القرن الجديد تحديدا عام 2003 م ، ظهور موقع تواصل جديد (Friendster) الذي منح مستخدميه إمكانية مشاركة المحتوى ، والصور ، مقاطع الفيديو.

كما شهد عام 2003 م أيضا إطلاق موقع تواصل آخر سيطر على اغلب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي طوال الفترة الممتدة من 2005-2008 م ، وهو موقع ماي سبيس الذي وفر لمستخدميه

إمكانية لعب الألعاب الالكترونية مع المستخدمين الآخرين إضافة إلى المميزات الأخرى ، إلا أن شعبية هذا الموقع انخفضت بالتزامن مع ظهور موقع الفيسبوك[4].

المطلب الثاني : تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

يمكن تعريف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها تقنية تسهل تبادل الأفكار و المعلومات من خلال التواصل بين المجتمعات الافتراضية ، وهي تعتمد على وجود الانترنت بشكل أساسي المتصل بأجهزة الحاسوب، أو الأجهزة اللوحية ، أو الهواتف ، يمكن المستخدمين من الوصول إلى المحتوى الذي قد يكون معلومات شخصية أو مستندات أو مقاطع فيديو ، أو صور .تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي عادة في التفاعل مع الأصدقاء و العائلة ، كما أصبحت وسيلة للوصول إلى العملاء بهدف الترويج للمنتجات و الخدمات،

[1]Danah m; boyd;Nicoleb;ellison (1-10-2007) ^social network sites; definition ;history and scholarship^academic.oup.com;retrieved 16-12-2020.edited.

[2]Alexandersamur (22-11-2018); the history of social media ;29+key moment ; blog.hootsuite.com ;retrieved 16-12-2020.edited

[3] History and different types of social media ; scalar.usc.edu.;retrieved 16-12-2020.edited

[4] Ricky singh (15-10-2019);The history of social media ;medium.com ;retrieved 16-12-2020.edited

ويبلغ عدد مستخدمي هذه المواقع أكثر من 3 مليار مستخدم حول العالم ، تتراوح أعمار 90بالمئة منهم بين 18 و 29 عاما[1]

كما يطلق هذا المصطلح (شبكات التواصل الاجتماعي) على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت العالمية (world wide web) تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي ، يجمعهم الاهتمام أو الانتماء لبلد أو مدرسة أو فئة معينة ، في نظام عالمي لنقل المعلومات[2]

و في تعريف آخر هو مجموعة من الشبكات العالمية المتصلة بملايين الأجهزة حول العالم ، لتشكل مجموعة من الشبكات الضخمة ، و التي تنقل المعلومات الهائلة بسرعة فائقة بين الدول ، و تتضمن معلومات دائمة التطور ، و هي مواقع تتشكل من خلال الانترنت ، تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة ، و إتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين ، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال ، تختلف طبيعة التواصل من موقع لآخر .[3]

كما تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي مواقع تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون و في أي مكان في العالم ، و اكتسبت اسمها الاجتماعي كونها تعزز العلاقات بين البشر ، و التي يستخدمها الشباب و التي تتشكل من خلال الانترنت و تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة ، و إتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين ، و التعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال ، تختلف طبيعة التواصل من موقع لآخر.[4]

---

[1]Social media ^^www.investopedia.com.^^ ; retrieved 5-4-2019.edited

[2] سلطان الصاعدي ، الشبكات الاجتماعية ..خطر ام فرصة ، 2013 ، تاريخ الاسترجاع 17.2.2013 ، على الرابط http://www.alukah.net/spotling/0/40402

[3]علي خليل شقرة ، الاعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، ط1،دار اسامة للنشر و التوزيع ، الاردن –عمان، 2014، ص 48

[4]علي خليل شقرة ، الاعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، ط1،دار اسامة للنشر و التوزيع ، الاردن –عمان، 2014، ص 48

المطلب الثالث : خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

فرضت مواقع التواصل الاجتماعي بتنوع إشكالها و بتعدد وسائطها كالفيديو و الصور و النص... وبخصائصها المميزة واقعا إعلاميا جديدا من حيث سعة الانتشار و تغطية المساحة الجغرافية ، وإمكانية الوصول إلى جميع أنحاء العالم .

فماهي خصائص مواقع التواصل الاجتماعي ؟

1/ التفاعلية Interactivité : وهي خصوصية أتاحت لمتلقي المادة الإعلامية خبرا أو معلومات ، أن يشارك في مناقشة هذه المادة ويدلي برأيه فيها و يعلق عليها ، وعن طريق هذه الخاصية يمكن للمتابع أن يتحاور مباشرة مع صانع المادة الإعلامية عن طريق الدردشة أو المشاركة في المنتديات عن طريق عرض الآراء.

2/ الحرية الواسعة : فبعد أن كانت وسائل التواصل التقليدية من صحافة و إذاعة و تلفزيون و كتب ... عرضة لتدخل السلطات الرسمية في الدول بالسماح أو المنع لما ينشر فيها مما جعل من السلطة أداة وصاية على عقل وتفكير المواطن و القضاء على قدرة الإبداع و التفكير.

3/الشمول و التنوع في المحتوى : حيث كان الإعلامييعاني في الإعلام التقليدي من ضيق المساحة المخصصة لتناول موضوع معين ، أو نشر تحقيق أو انجاز أي مادة إعلامية ، ولكن عن طريق شبكة الانترنت أصبح بإمكان كل من يود المشاركة عن طريق وسائل الإعلام الالكتروني المختلفة كالصحافة الالكترونية أو المدونات أو المنتديات أن يقوم بذلك دون حاجز من ضيق مساحة أو غيره..[1]

كذلك أصبح بإمكان المتابع أن يستفيد في كثير من الروابط و المواقع الالكترونية التي تظهر على صفحة الموضوع الذي يهمه ، و التي تتعلق بهذا الموضوع في زيادة معلوماته واطلاعه على كل ما له علاقة بموضوعه.

4/التوفر و التحديث المستمر : فبإمكان أي مواطن أن يبقى على مغرفة مستمرة بالواقع في جميع أنحاء العالم حيث وفر الإعلام الجديد بقدرته على البث المستمر وتحديث ما ينشر من أخبار و معلومات أولا

[1] علي خليل شقرة، مرجع سابق، ص 154

لأول وفور حدوثها وفر إمكانية بقاء المتابع في صورة الواقع الآني ولم يعد المتابع مضطرا الى انتظار صدور الجريدة في اليوم التالي لمعرفة الإخبار.

5/المرونة : يحث يمكن لمستخدم وسائل الإعلام الجديد الوصول إلى كثير من مصادر المعلومات بكل سهولة ويسر ، و إتاحة هذه المصادر للمستخدم يزيد من قدرته على الحصول على المعلومات المختلفة و المفاضلة بينها واختيار المناسب منها.[1]

المطلب الرابع: إيجابيات و سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي للمستخدم:

يشير العديد من المختصين في علم الانترنت بان الإعلام الاجتماعي يمثل ، قفزة كبيرة للتواصل من خلال الشبكة العنكبوتية بشكل تفاعلي اكبر من السابق بكثير عندما كان التواصل محدودا بمشاركة كميات قليلة جدا من المعلومات وسيطرة اكبر من مديري البيانات ، وهذه القفزة استغلها مديري هذه الشبكات في عدة جوانب ، و لا شك في أن هدف مالك هذه الشبكة هو تجاري بالدرجة الأولى، فهو يسعى بكل الطرق لتوسيع شبكات التواصل الاجتماعي حتى تمس كل طبقات المجتمع بمختلف ألوانهم ، معتقداتهم ...

لكن بوسع المستخدم أن يحصل على الكثير من الفوائد من خلال استخدامه لهذه الشبكات [2].

1/ : ايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي

* إمكانية التعارف على أشخاص يقدمون المساعدة في الحياة العامة ، مثال هذا أن يتلقى شخص يبحث عن عمل بوظيفة ، كلقاء "مبرمج" مثلا بأحد المدراء في شركات البرمجة ، ربما تجد شريكا لك في العمل أو في الأفكار.

* بالإمكان استخدام هذه المواقع وبشكل قانوني كمركز للإعلان التجاري ، من خلال استخدام خاصية " الصفحات " PAGE التي تتوفر في معظم الشبكات . وتعتبر هذه الفائدة كبيرة للغاية لأنها مجانية و

[1] علي خليل شقرة ، الإعلام الجديد(شبكات التواصل الاجتماعي)،ط1 ،دار أسامة للنشر و التوزيع ،الأردن ، عمان ،2014 ،ص55،56

[2] عبد الحميد بسيوني ، التعليم و الدراسة على الانترنت ، القاهرة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2001 ، ص 55

توفر لك الفرصة في الانتشار في كافة المناطق التي تغطيها الشبكة و التي عادة ما تكون واسعة الانتشار .

* اكتساب معارف جديدة ومتنوعة ، فكافة الشبكات تتيح للمستخدم نشر مقالات خاصة به أو من مواقع إلكترونية مختلفة وبصفتك مرتبط بهذا المستخدم تستطيع الاطلاع عليها. هذا يجعلك على اطلاع دائم ومنوع باهتمامات الأفراد الذين تربطهم بك علاقة معينة داخل الشبكة.

* منبر جديد للتعبير عن الذات ، فكثير من الأفراد يتفجرون في الشبكات معلنين عن معرفتهم و انتماءاتهم و آرائهم التي عادة ما تجد الكثيرين من المعجبين بها وهو ما يزيد ثقة الفرد بنفسه.

2/: سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي للمستخدم

* إمكانية تعرض هذه المواقع لحالات من القرصنة أو الفشل في أنظمة الحماية ، وهذا يعني إمكانية وصول بعض الأشخاص لمعلوماتك كاملة بل و سجل مراسلاتك الخاصة .

* الإدمان على هذه المواقع ن حيث تخلق شبكات التعارف جوا من المتعة و الإثارة التي تجعل الشخص يرتبط بها. اعترفت الكثير من الفئات بأنها تقضي أكثر من 6 ساعات يوميا على هذه المواقع ، لذلك يتوجب على المستخدم إن يكون حريصا عند استخدام هذه الشبكات من الوقوع في شرك الإدمان .

* إمكانية الوقوع في مغبة عمليات منظمة من النصب و الاحتيال ن حيث تنتشر في بعض هذه الشبكات مجموعات تصنع جوا من الثقة جول احد الشخصيات الوهمية التي تطلب منك المال بناء على هدف معين قد يكون على سبيل الاستدانة او ربما على سبيل الاستثمار .

* فساد العلاقات الاجتماعية الطبيعية ، فقد صدرت دراسات تؤكد تسبب مواقع مثل الفيسبوك و الماي سبيس MYSPACE بنسب تفوق ال 20 % من حالات الطلاق. و يأتي هذا نتيجة لرؤية الشريك لشريكته أو العكس مهتما بأفراد معينين داخل الشبكة أو نتيجة لإهمال الشريك مفضلا التواصل في الشبكة أو غير ذلك..[1]

[1] السويدي جمال ، وسائل التواصل الاجتماعي و دورها في التحولات المستقبلية –من القبيلة إلى الفيسبوك– ،ط4 ، الامارات ، 2014 ، ص 54

المبحث الثاني : الفيسبوك كموقع من مواقع التواصل الاجتماعي :

قام زوكربيرغ بتأسيس موقع " الفيسبوك " على النطاق thefacebook.com وتحديدا في 04 جانفي 2004 و انظم كل من ادوارد سافرين _ المدير التنفيذي للشركة *وادستين موسكو فيتز * مبرمج ...الخ

بعد ذلك اتسع الموقع أكثر و فتح أبوابه أمام جميع كليات مدينة بوسطن وجامعة أيفي ليج ، وفي شهر جوان 2004 تم نقل مقر الفيسبوك إلى مدينة بالو التو في ولاية كاليفورنيا ، وقد قامت الشركة بإسقاط كلمة the من اسمها بعد شراء اسم النطاق عام 2005 نظير مبلغ 200000 دولار أمريكي.

كما قام الفيسبوك بإصدار نسخة للمدارس الثانوية في سبتمبر من عام 2005 ، وهو ما أشار إليه زوكربيرغ بالخطوة المنطقية التالية ، فخلال هذه الفترة كانت شبكات التواصل المدارس الثانوية بحاجة إلى دعوة للانضمام إلى الموقع ، بعد ذلك أتاح الموقع اشتراك الموظفين من العديد من الشركات ، ومن بينها شركة ابل المندمجة و شركة مايكروسوفت ، وفي 26 سبتمبر 2006 فتح الموقع أبوابه أمام الأفراد البالغين 23 سنة فأكثر و الذين لديهم عنوان بريد الكتروني صحيح ، وفي أكتوبر 2008 أعلن القائمون على إدارة فيسبوك من اتخاذ مدينة دبلين عاصمة ايرلندا مقرا دوليا له ، في ديسمبر 2013 ، أضاف فيسبوك أيقونة تعبر عن عدم الإعجاب مستمدة من الأيقونة الشهيرة أعجبني ، إيقونة عدم الإعجاب ، جاءت ضمن مجموعة جديدة من الأيقونات أصدرتها فيسبوك للاستخدام عبر تطبيق المحادثة الفورية المتوفر لعدة منصات أو عبر الرسائل الخاصة من الموقع ذاته.

المطلب الأول : تعريف الفيسبوك

الفيسبوك: أكبر مواقع الشبكات الاجتماعية من ناحية سرعة الانتشار و التوسع ، قيمته السوقية عالية و تنافس على ضمه كبرى الشركات ، نقطة القوة الأساسية في الفيسبوك هي " التطبيقات " التي أتاحت الشبكة فيها للمبرمجين من مختلف أنحاء العالم ببرمجة تطبيقاتهم المختلفة وإضافتها للموقع الأساسي ،

سهل العاملين في الفيسبوك على المبرمجين بإنشاء اكواد برمجية مساعدة – تختصر الكثير عليهم و تساعدهم في الوصول لملفك الشخصي و بناء تطبيق تستفيد منه .[1]

[1] علي خليل شقرة ، الاعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، ط1،دار اسامة للنشر و التوزيع ، الاردن –عمان، 2014، ص 48

سمي الفيسبوك بهذا الاسم على غرار ما كان يسمى " كتب الوجوه " التي كانت تطبع و توزع على الطلاب بهدف إتاحة الفرصة لهم للتعارف و التواصل مع بعضهم البعض ، خاصة بعد الانتهاء من الدراسة و التخرج ، حيث يتفرق الطلبة في شتى أنحاء العالم ، فكان الهدف تأسيس موقع الكتروني ليقوم بعمل " كتب الوجوه " بطريقة أسهل و أوسع انتشارا و أكثر فعالية.

و هذا ما حصل حيث اقتصر الفيسبوك في البداية على جامعة هارفارد ، ثم انتشر استخدامه الى بقية الجامعات و الكليات و المدارس ، ثم الشركات و المؤسسات ، وفي عام 2006 حصل تطور في شروط استخدام هذا الموقع حيث ألغى ما كان يشترط سابقا للمشترك بان يكون يمتلك حساب بريد الكتروني

صادر عن جامعة أو كلية أو مدرسة أو شركة ...فأصبح بإمكان أي شخص تجاوز من الثالث عشر و يمتلك بريد أن يصبح عضوا في موقع الفيسبوك.[1]

و الفيسبوك من أهم و أشهر مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث يمكن العضو في هذا الموقع أن يقوم بإعداد نبذة شخصية عن حياته تكون بمثابة بطاقة هوية و تعارف لمن يريد أن يتعرف عليه و يتواصل معه ، و لذلك يشترط في هذا الموقع استعمال الأسماء الحقيقية ن وتمنع الأسماء المستعارة أو الأرقام.

تم إنشاء الفيسبوك عام 2004 من قبل " مارك زوكربيرغ ، و ادوارد سافرين ن و اندرو ما كولوم ، و داستنموسكوفيتز ، وكريس هيوز " حينما كانوا طلابا في جامعة هارفارد ، و كان الموقع في البداية مقتصرا على طلاب الجامعة ثم امتد ليشمل جامعات أخرى ، و انتهى به الأمر كموقع متاح للجميع.[2]

يرتاد الموقع أكثر من مليار مستخدم في جميع أنحاء العالم [3] .

---

[1] نفس المرجع

[2] NICHOLAS CARLSON (5-3-2010) ; ¨AT LAST – THE FULL STORY OF HOW FACEBOOK WAS FOUNDED¨ ; BUSINESSINSIDER ; RETRIVED 30-06-2017.EDITED.

[3] NUMBER OF MONTHLY ACTIVE FACEBOOK ^^1 USERS WORLD WIDE AS OF 1ST QUARTER 2017 ;STATISTA ; RETRIVED 30-6-2017.EDITED.

أثير الكثير من الجدل حول موقع الفيسبوك على مدار الأعوام القليلة الماضية ، فقد تم حظر استخدام الموقع في العديد من الدول خلال فترات متفاوتة ، كما حدث في سوريا و إيران ، كما تم حضر استخدامه في العديد من جهات العمل لإثناء الموظفين عن إهدار أوقاتهم [1]

كذلك ، مثلت انتقادات موجهة للفيسبوك مخاوف بشان الحفاظ على الخصوصية واحدة من المشكلات التي يواجهها رواد الموقع ، وكثيرا ما تمت تسوية هذا الأمر بين طرفي النزاع ، ويواجه الفيسبوك العديد

من الدعاوى القضائية من عدد زوكربيرغ السابقين الذين يزعمون ان الفيسبوك اعتمد على سرقة الكود الرئيسي الخاص بهم وبعض الملكيات الفكرية الأخرى.

انطلق موقع الفيسبوك كنتاج غير متوقع من موقع فيس ماتشFACEMACH التابع لجامعة هارفارد ، وهو موقع من نوع HOTORNOT يعتمد على نشر الصور لمجموعة من الأشخاص ثم اختيار رواد ،

المطلب الثاني: سمات موقع الفيسبوك

يتضمن الفيسبوك عددا من السمات التي تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل مع بعضهم البعض . ومن بين هده السمات سمة wall أو لوحة الحائط و هي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم ، بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم ، و سمة pokes أو النكرة التي تتيح للمستخدمين إرسال نكزه افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض _ و هي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن احد الأصدقاء يقوم بالترحيب به و سمة photos أو الصور التي تمكن المستخدمين من تحميل

الألبومات و الصور من أجهزتهم إلى الموقع ، و كذلك سمة status أو الحالة التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي . جدير بالذكر انه يمكن مشاهدة لوحة الحائط الخاصة بالمستخدم لأي شخص يمكنه مشاهدة لوحة الحائط الخاصة بالمستخدم لأي شخص يمكنه مشاهدة الملف الشخصي لهذا المستخدم وفقا لإعدادات الخصوصية . في جوان

[1] سلمان بكر بن كران، الاتصال الجماهيري و الخدمة الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي ، ط1 ، دار الراية للنشر و التوزيع ، عمان الاردن،2002 ، ص 170

2007، أتاح الفيسبوك إمكانية إرسال رسائل مرفقة تتضمن أي شيء إلى لوحة الحائط ، الذي كان مقتصرا من قبل على المحتويات النصية فقط.[1]

و بمرور الوقت ، بدا الفيسبوك في إضافة العديد من السمات الجديدة إلى الموقع. ففي 6 سبتمبر 2006،تم الإعلان عن سمة NEWS FEED أو التغذية الإخبارية التي تظهر على الصفحة الرئيسية

لجميع المستخدمين ، حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي ، و كذلك الأحداث المرتقبة و أعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم في بداية الأمر ، أثارت هذه السمة حالة من الاستياء بين غير المرغوب فيها ، بينما عبر البعض الأخر عن مخاوفهم من أن يؤدي ذلك إلى سهولة تعقب الآخرين لأنشطتهم الشخصية ،[2] و ردا على تلك الحالة من الاستياء، قدم زوكربيرغ اعتذارا عن إخفاق الموقع في تقديم سمات مناسبة يمكن تخصيصها على نحو يحفظ خصوصية الأفراد. و منذ ذلك الحين ، صارت لدى المستخدمين القدرة على التحكم في نوع البيانات التي يمكن تبادلها مع الأصدقاء بصورة تلقائية . فضلا عن ذلك ، فانه يمكن للمستخدمين منع أصدقائهم من مشاهدة التحديثات

التي تطرأ على أنواع محددة من الأنشطة التي يقومون بها مثل التغيير في الملف الشخصي أو الرسائل المكتوبة على لوحات الخاص بهم و الأصدقاء الذين تمت إضافتهم مؤخرا.[3]

من أشهر التطبيقات على موقع الفيسبوك تطبيق photos ، حيث يمكن المستخدمين من تحميل الألبومات و الصور إلى الموقع ، يوفر الفيسبوك لمستخدميه إمكانية تحميل كم هائل من الصور إلى الموقع ، مقارنة بالمواقع الأخرى التي تقدم خدمات استضافة الصور مثل موقعي "فوتو باكيت " و" فليكر" الذين يضعان حدا لعدد الصور إلى التي يسمح للمستخدم بتحميلها في الماضي ، كان عدد الصور التي يمكن للمستخدمين تحميلها على الموقع يقتصر على 60 صورة للألبوم الواحد . و على الرغم من ذلك، فقد ذكر بعض المستخدمين انه يمكنهم إنشاء البومات بحد جديد للصور قد يصل إلى 200 صورة.

---

[1] محمد بهجت كشك ، الاتصال ووسائل في الخدمة الاجتماعية ، الإسكندرية ،دار الفجر للنشر و التوزيع ، ط2 ،1988،ص14

[2] النابلسي ، احمد محمد ، ثورات ملهوفة ، بيروت ،لبنان ، مركز دلتا للأبحاث المعمقة ، دار التنوير لطباعة و النشر ، ط1 ، ص 39

[3] حسن عماد مكاوي ، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات ، م. س. ذ ، 2011 ،ص 197

وحتى الوقت الراهن ، لم يتمكن احد من تحديد السبب وراء إمكانية تحميل بعض الأعضاء لعدد يصل إلى 200 صورة للألبوم ، في حين لا يمكن للآخرين القيام بذلك . يمكن ضبط إعدادات الخصوصية للألبومات الفردية ، وبالتالي الحد من مجموعات المستخدمين الذي يمكنهم مشاهدة البوم معين .

فعلى سبيل المثال يمكن ضبط إعدادات الخصوصية في الألبوم آخر على نحو يتيح لجميع مستخدمي الفيسبوك مشاهدة هذا الألبوم.

تم تقديم سمة face book notes في 22 أوت 2006، وهي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات و الصور التي يمكن تضمينها ، وقد تمكن المستخدمون في وقت لاحق من جلب المدونات من مواقع "زانحا" و " لايف جورنال " ...الخ .وخلال الأسبوع الذي يوافق 07 افريل 2008 ، اصدر

الفيسبوك تطبيق إرسال رسائل فورية إلى شبكات الاتصال باستخدام برنامج comet وأطلق عليه اسم ¨chat¨ ويوفر هذا التطبيق للمستخدمين إمكانية التواصل مع أصدقائهم، وهو يشبه في أداء وظيفته برامج إرسال الرسائل الفورية الموجودة على سطح المكتب.[1]

في 08 فيفري 2007 ، أطلق الفيسبوك سمة gifts أو الهدايا ، التي تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية . في ماي 2007 ، أطلق الفيسبوك سمة marketplace أو التسوق الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مجانية ،وقد قامت شركة " سي نت " بمقارنة هذا التطبيق مع موقع كريجزليست ، حيث أشارت إلى أن الفارق بينهما يتمثل في أن القوائم التي ينشرها المستخدم باستخدام marketplace تتم مشاهدتها من قبل المستخدمين من الشبكة نفسها ، أما القوائم المنشورة في كريجزليست فيمكن لأي شخص مشاهدتها.

في 20 جوان 2008 ، قدم الفيسبوك إمكانية face book betake ، نسخة تجريبية من الفيسبوك عبارة عن إعادة تصميم مبتكرة لواجهات الاستخدام الخاصة بمستخدميه على شبكات محددة ، كما دمج سمتي ¨mini-feed¨ و ¨wall¨ وتم فصل الملفات الشخصية إلى أجزاء ذات علامات تبويب ، كما تم بذل جهد بالغ من اجل التوصل إلى الإصدار الجديد متاحة للمستخدمين في بادئ الأمر ، فان الفيسبوك بدا في إحالة المستخدمين إلى هده النسخة الجديدة اعتبارا من سبتمبر 2008 في 11 من نفس الشهر و العام تم الإعلان عن اختيار الفيسبوك لطريقة جديدة في تسجيل الدخول بشكل ابسط.

[1] احمد بوذراع ، الاتصال و الثقافة ، مجلة العلوم الاجتماعية و الإنسانية ، دار هومة للنشر و التوزيع ،الجزائر ، 1996

المطلب الثالث : سلبيات و ايجابيات الفيسبوك

أ- **السلبيات :**

- الأضرار الاجتماعية : حيث يمكن الفيسبوك الأشخاص من وضع أي اسم مستعار يختارونه او إضافة أسماء عائلات بهدف تشويه صورة هذه العائلات عن طريق إضافة معلومات خاطئة....الخ
- الأضرار النفسية : تنتج عن طريق قيام بعض الأشخاص باستفزاز الآخرين عن طريق نشر صور لهم أو سرقة حساباتهم و نشر بعض الافتراءات على ألسنتهم و غيرها من الأعمال التي ممكن تؤذي الفرد.
- أثار سلبية على المراهقين : فيما يتعلق بالمخدرات ، المهلوسات ، حمل أفكار دينية متطرفة ، التدين المفرط ...الخ
- تضييع الوقت : بات الأفراد يقضون الكثير من أوقاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي هذا دون الاكتراث للوقت الذي يمضونه عليه و دون عمل أي توازن بين الضروريات و غيرها ، فقد ينشغل الشباب ببعض التفاهات تأخذ منهم الكثير من الوقت.

ب- **الايجابيات:**لا يمكن حصر منافع الفيسبوك لأنه أصبح حاليا يحمل محتوى ضخم , نستطيع من خلاله اكتساب فائدة كبيرة و يعتمد هذا الأمر على كيفية استخدامه من قبل المستخدم وفيما يخص أهم الإيجابيات نختصرها في النقاط التالية:

- تسهيل التواصل مع الآخرين : يمكن المستخدم من التواصل مع المستخدمين الآخرين أينما وجدوا بكل سهولة.
- الاطلاع على مستجدات العالم و أخباره : يمكن استخدام الفيسبوك أو أي من وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة لمعرفة ما يجري في العالم دون الاضطرار للجلوس أمام التلفاز و انتظار نشرات الأخبار كما يمكن تطبيق الفيسبوك تخصيص نوع من الأخبار، أو المعلومات أو الاكتشافات التي تحدث عبر العالم .
- التعلم ونشر المعلومات : يعتبر الفيسبوك من الطرق التي يمكن من خلالها التعلم عن بعد في العديد من المجالات ويرى المختصون في تكنولوجيا التعلم أن التعلم باستخدام شبكات

- التواصل الاجتماعي ذو فوائد كثيرة ، كما يعتبر الفيسبوك طريقة فعالة في نشر ما يريده المستخدم .[1]

- المساعدة على تحقيق الأهداف : يمكن أن يكون الفيسبوك أداة فعالة لتحقيق أهداف المستخدم ، ويكون ذلك من خلال الانضمام عبر منصة التواصل الاجتماعي هذه إلى مجموعة متخصصة يكون لأعضائها نفس الهدف الخاص بالمستخدم ، وتكوين صداقات مع هؤلاء الأشخاص ، الأمر الذي ينعكس بشكل إيجابي على متابعة المرء لتحقيق أهدافه.

- تكوين صداقات جديدة : يعتبر الفيسبوك طريقة رائعة للتعرف على أشخاص جدد من أماكن مختلفة حول العالم و تكوين علاقات قوية مع بعضهم و تعتبر هذه الميزة التي يوفرها الفيسبوك ووسائل التواصل الاجتماعي الأخرى .

ممارسة الأعمال التجارية : يُمكن استخدام منصة التواصل الاجتماعي الفيسبوك من قِبل أصحاب الأعمال التجارية للترويج لمنتجاتهم المُختلفة، وذلك من خلال الإعلانات والاستبيانات التي يُمكن عرضها

على المُستخدِمين الآخرين، حيث يُمكّن الفيسبوك من تحديد الفئة المستهدفة في الإعلانات أو الاستبيانات، كما يُمكن استخدامه كطريقة سريعة للتواصُل مع الزبائن، وتحصيل تغذية راجعة منهم على المُنتجات، أو لتوضيح أيّ شيء يتعلق بالعمل التجاري الخاص بالمُستخدِم.

المطلب الرابع: موقع الفيسبوك كمصدر للمعلومات و الأخبار.

مع تزايد الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي مصدرا للمعلومات و الأخبار ، أصبح الفيسبوك من أهم مصادر المعلومات و الأخبار التي يعتمد عليها الإعلاميين أو الصحافيين لما يكتسبه من أهمية قصوى ، وسط حالة من الجدل في الوسط الإعلامي و المؤسسات الإعلامية التي تضع بعض القيود على ذلك وفي حين يرى إعلاميون و متخصصون أن مواقع التواصل الاجتماعي –الفيسبوك– أصبح ضرورة ملحة يرى آخرون انه يجب توخي الحذر في الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي.

ومع ظهور شبكات التواصل الاجتماعي والفيسبوك بشكل خاص نقل الإعلام إلى أفاق غير مسبوقة، وأعطى مستخدميه فرصا كبيرة للتأثير، والانتقال عبر الحدود بلا قيود، ولا رقابة إلا بشكل نسبي محدود.

[1]Pimpernelgawkrger_20-1- 2019/Advantages and disadvantages of social media. Medium .com; retrieved 3-12-2020.edited

إذ أوجد ظهور وسائل التواصل الاجتماعي قنوات للبث المباشر من جمهورها، في تطور يغير من جوهر النظريات الاتصالية المعروفة، ويوقف احتكار صناعة الرسالة الإعلامية، لينقلها إلى مدى أوسع وأكثر شمولية وبقدرة تأثيرية، وتفاعلية، لم يتصورها خبراء الاتصال[1]

وإذا كان الفايسبوك ومواقع التواصل الاجتماعي تحمل مضامين متنوعة، فإن االمضمون الإعلامي يلعب دورا بارزا في الحياة المعاصرة، وتوجد عبارة جاهزة أكثر انطباقا على" الفايسبوك" في جانبه الإعلامي –إذا سلمنا جدلا بأنه يتوفر فعلا على هذا الجانب في أدنى تعريفاته، ووظائفه، أي نشر المعلومة وإيصالها إلى شريحة واسعة من المتلقين.وفي الفترة الأخيرة تحولت مواقع التواصل
الاجتماعي إلى مصدر أساسي للمعلومات، ولأشرطة الفيديو، وشهادات الناس.فلجأ (المواطن الإعلامي) إلى تصوير الأحداث على جواله، أو كاميراته، ومن تم وضع أشرطة الفيديو على الشبكات الاجتماعية حتى باتت مؤسسات إعلامية كبرى مثل"سي أن أن، "و "بي بي سي نيوز و"الجزيرة"، و"العربية " تأخذ قدرا كبيرا من المعلومات الموجودة على "الفايسبوك"، و"تويتر" وعددا من الأشرطة المحملة على "اليوتيوب".[2]

وقد تميزت مواقع التواصل الاجتماعي بسرعة نقل الخبر، وتدعيمه بالصور الحية، والمعبرة وسرعة مواكبة الأحداث، على مدار الساعة، ونقلها مباشر من مكان حدوثها، وهذه الشبكات مكنت
الناس من التعبير عن طموحاتهم
الشبكات بالأخبار، والمعلومات، والمساهمة بشكل فعال في صناعة وإدارة المضامين الإعلامية وجعلتهم أكثر تفاعل ومشاركة في مختلف القضايا[3]

لقد وجد الكثير من الصحفيين أنفسهم مضطرين لتبني الفضاءات التواصلية الجديدة، سواء كأدوات للتواصل مع الصحفيين الآخرين، أو كوسيلة للحصول على المعلومات، أو كوسيلة للحصول على المضامين الجاهزة(فيديوهات–تسجيلات..إخ).فالصحفيون إذا قد صاروا يعتمدون بشكل

[1]صلاح مروى ،2013 ،الإعلام الالكتروني الأسس وآفاق المستقبل ، الطبعة الأولى ، الأردن،دار الإعصار العلمي للنشر و التوزيع ، ص 245

[2]البياتي خضر ، 2014،الإعلام الجديد – الدولة الافتراضية الجديدة ، الطبعة الأولى ، الأردن ، دار البداية ناشرون و موزعون ، ص 398

[3]حسونة نسرين ، الإعلام الجديد المفهوم الوسائل و الوظائف ، مصر ، ص 403

واضح في مهنتهم على شبكة الانترنت عموما، وعلى مواقع التواصل الاجتماعي خصوصا، وفيما يلي أبرز وأهم المجالات التي يستخدم لأجلها الإعلاميين مواقع التواصل الاجتماعي:

1- البحث عن قصص صحفية والحصول على المعلومات والمضامين الإعلامية

يستخدم الصحفيون منصات التواصل الاجتماعي من أجل البحث عن قصص صحفية، فما يشاركه المستخدمون على مواقع التواصل الاجتماعي كثيرا ما كان ثريا بالأخبار والقصص الصحفية التي يصنعها الجمهور المستخدم[1]

كما توفر مواقع التواصل الاجتماعي قدرا معتبرا من المعلومات والأخبار في مختلف المجالات والميادين، وفي أنحاء كل العالم والمناطق، ولذلك يلجأ إليها الصحفيون لاستقاء الأخبار والمعلومات.

فالكثير من الإعلاميين في القنوات التلفزيونية يعرضون برامج تعتمد على تسجيلات وفيديوهات نشرت عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتختلف أشكال هذه البرامج من قناة إلى أخرى، فمنها ما يقدم تسجيلات ويعلق عليها، ومنها ما يستخدمها في نشرات الأخبار لتكملة مادة إعلامية أو خبر ما، وهناك برامج عديدة تعتمد على المضامين الإعلامية[2]

2- بناء جمهور التعرف على اهتماماته:

من بين أهم الغايات التي يستخدم من أجلها الصحفيون مواقع التواصل الاجتماعي هي بناء علاقات قوية مع الجماهير والتواصل والتفاعل معها ومناقشتها، ويحتاج الصحفيون إلى بعض الخطوات التقنية مثل خيار المتابعة، وتخصيص الحساب والوسم....إلخ،لتسهيل وصول القراء إلى صفحاتهم.

لا شك أن ميزة التفاعل والتواصل مع الجمهور تمكن الصحفيين والإعلاميين القائمين علىالمختلفة، وهذا ما يسمح لهم واهتماماتهما لمؤسسات الإعلامية من معرفة تطلعات الجمهور ورغبا بتكوين نظرة شاملة ومتكاملة على أراء الجمهور حيال ما يقدم له من برامج ومضامين، فيمكنها من خلال ذلك إجراء التعديلات والتصحيحات.

[1] جرار ليلى ، 2012، الفايسبوك و الشباب العربي ، الطبعة الأولى ، الكويت / مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع ، ص125

[2] سهى محمد إسماعيل ، 2013-2014 ،استخدامات الصحفيين الأردنيين للفايسبوك و الاشباعات المحققة،دراسة مسحية على عينة من الصحفيين الأردنيين ، رسالة ماجستير ، قسم الصحافة ، جامعة اليرموك ، ص 52

3- الترويج لمضامينها الإعلامية و تحسين تغطيتها للأحداث:

تعمل الكثير من وسائل الإعلام على توظيف مواقع التواصل الاجتماعي لإعلام الجماهير بالبرامج التي تقدمها، وتوقيت هذه البرامج وما تتناوله من مواضيع، وغير ذلك من المعلومات التي تتعلق ببرامجها التي تبثها.

من أبرز الغايات التي يعتمد لأجلها الصحفيون على مواقع التواصل الاجتماعي، تحميل التسجيلات والفيديوهات التي تنشر من قبل شاهدي العيان والأفراد الذين يتواجدون في مكان وقوع الأحداث، فمن المستحيل أن يتواجد الصحفي في كل الأماكن، خاصة أثناء بعض الظروف الاستثنائية، وهو ما يجعلهم يعتمدون على مضامين مواقع التواصل الاجتماعي.

الفصل الثالث : مواقع التواصل الاجتماعي و الأداء المهني في الإذاعة المحلية

المبحث الأول: ماهية الإذاعة المحلية

المطلب الأول : تعريف الإذاعة وأنواعها

المطلب الثاني: نشأة الإذاعة المحلية و مفهومها

المطلب الثالث : أسباب إنشاء الإذاعة المحلية

المطلب الرابع : وظائف الإذاعة المحلية ومهامها

المبحث الثاني: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء المهني لإعلامي الإذاعة المحلية

المطلب الأول : مفهوم الأداء المهني

المطلب الثاني: الأداء المهني في الإذاعة المحلية

المطلب الثالث : العوامل المؤثرة على الاداء المهني للاعلاميين

يرى بعض المختصين إنتأثير الكلمة المسموعة على الأفرادأكثر بكثير من الكلمة المطبوعة لما لها من سحر على حواس الإنسان ، وتعتبر الإذاعة سلاح يخاطب العقول و القلوب فالوظائف الإعلاميةللإذاعة يمكن إن تؤديها على أحسن وجه ، وخاصة السرعة التي امتازت بها الإذاعة في نقل الأحداث ، حيث أعطتهاخاصية مميزة بين وسائل الإعلام المختلفة.

المبحث الأول :الإذاعةو الإذاعة المحلية منطلقات عامة.

الإذاعةأو البث الإذاعي هي وسيلة إعلام مسموعة ، كانت أولإذاعة تبث برامجها في عام 1906 ، وتعد الإذاعةأهم الوسائل الصوتية المسموعة ، وتسمى الإذاعةأيضا (الراديو) التي يرجع أصلهاإلى الكلمة اللاتينية (راديوس) و تعني نصف قطر ، و هذه التسمية تنطبق على الإرسالالإذاعي حيث تبث الموجات الكهرومغناطيسية مع تضمين الموجات الصوتية عبر الغلاف الجوي على هيئة دوائر.[1]

المطلب الأول :تعريف الإذاعة و أنواعها

1- تعريف الإذاعة

يعرفها الأستاذ " عبد العزيز شرف " بأنها عبارة عن تنظيم مهيكل في شكل وظائف و ادوار ، تقوم على بث مجموعة من البرامج ذات الطابع الترفيهي و التثقيفي و الإعلامي ، و ذلك لاستقبالها في إن واحد من طرف جمهور متناثر يتكون من أفراد و جماعات بأجهزةكناسبة ، وهذا يعني أنالإذاعة عبارة عن مؤسسة تبث مجموعة من البرامج الإعلامية ، و التعليمية ، الترفيهية ، عن طريق جهاز يسمح بإرسالها في إن واحد [2]

كما يعرفها الأستاذ " محمد منبر حجاب " بأنهاأوسع وسائل الاتصال انتشارا و أكثرها شعبية ، و جمهور عام بجميع مستوياته ، فتستطيع الوصول إليه مخترقة حواجز الأمية و العقبات الجغرافية و القيود السياسية ، التي تمنع الرسائل الأخربمن الوصول إلى مجتمعاتها ، كما أنها لا تحتاج إلى تفرغ تام ، و

[1] زلطة عبدا لله ، الكتابة للراديو و التلفزيون ، القاهرة ، دار الكتاب الجامعي ، 2003 ، ص 54

[2] عبد العزيز شرف ، مدخل إلى وسائل الإعلام ، دار الكتاب المصري ، القاهرة –مصر– ، 1989، ص 114

هذا يعني أن الإذاعة تخاطب جميع أفراد المجتمع ذلك أنها لا تعلرف الحدود إذا قارناها ببعض الوسائل الأخرى [1]

كما يعرفها الدكتور " فضيل دليو " على أنها ما يبث عن طريق الأثير باستخدام موجات كهرو مغناطيسية بإمكانها اجتياز الحواجز الجغرافية و السياسية و ربط مستمعيها برباط مباشر و سريع ، ومن ثمة فقد شاركت مع التلفزيون خاصة وسائل الاتصال الأخرى في تقريب الثقافات و تكوين رأي عام عالمي تحاول دول الشمال السيطرة عليه ، هذا التعريف يركز على الخدمة أو الوظيفية السياسية التي تمارسها الإذاعة [2]

من التعاريف السابقة يمكن القول :

ان الإذاعة هي بناء لنشر الأفكار العامة ، و امتداد للحاجيات الإنسانية ، تسعى للكشف عن المشكلات التي تحدث في المجتمع من خلال تحليل الأوضاع فيه ، و قيامها بالتعبئة الاجتماعية للفت أنظار الناس إلى ما يهدد التماسك الاجتماعي من مشكلات اجتماعية متواجدة لها أثرها المتعدية ، و المساهمة من خلال البرامج في توعية الناس وجلب انتباههم نحو معاناة ما ، وما قد تتسبب فيه هذه المعاناة من تطور لمشاكل أخرى يكون المجتمع كله عرضة لها ، فمن المعروف حسب النظرية الوظيفية أن حدوث أي خلل في نسق ما لابد أن يتبعه خلل في موقع آخر.

أما الإذاعة تقنيا فتعرف على أنها وسيلة اتصال صوتي تتم عبر موجات الراديو ، بحيث تقوم محطات البث الفردية بنقل الإخبار ، الموسيقى ، و أنواع مختلفة من البرامج إلى المستمعين المجهزين بأجهزة الراديو التي تستقبل البث [3]، وتنقسم الإذاعة إلى أربع أنواع رئيسية هي :

[1] محمد منير حجاب ، مرجع سابق ، ص 63

[2] فضيل دليو ، تكنولوجيا المعلومات للأعمال ، ط1 ،دار هومة للطباعة و النشر و التوزيع ، الجزائر ، 2014 ، ص 105

[3] ميتشل ستيفنس ، الصحافة و الإعلام الرقمية و الالكترونية ، ط1، الأهلية للنشر و التوزيع ، عمان –الأردن– ، 2008 ، ص 124

1- **الإذاعة المحلية** : هذه الإذاعة تخدم المجتمع المحلي ، تبث برامجها إلى الجمهور الذي يعيش فوق ارض واحدة له نفس العادات الاجتماعية والثقافية، فقد يكون سكان قرية واحدة أو مجموعة قرى متجاورة أو مدينة صغيرة أو مدن صغرى متجاورة أو مدينة كبيرة

2- **الإذاعة الإقليمية (الجهوية)** : تبث برامجها من عاصمة الإقليم نفسه و تقدم برامجها لأبناء الإقليم جميعا و في نفس الوقت يوجد في كل إقليم مجتمعات صغيرة محلية فيمكن إن يكون الإقليم نفسه أو قطاعات محلية

3- **الإذاعة الوطنية والمركزية** : وهي الإذاعة التي تبث برامجها من عاصمة الدولة ، فهي تقدم البرامج التي تخدم مواطنيها جميعا و تهتم بالإخبار الكلية دون التفصيلية فهي تخاطب مستمعين مختلفين في الثقافة و العادات ...الخ

4- **الإذاعة الدولية** : هي التي تبث من داخل دولة واحدة إلى دول أخرى و تكون لغتها تتناسب مع سكان الدول الأحرى مثل إذاعة صوت العرب و إذاعة مونتيكارلو.[3]

المطلب الثاني: نشأة الإذاعة المحليةومفهومها

صبحت فكرة إنشاء محطات الإذاعة المحلية " اتجاها من اكبر الاتجاهات المأخوذة بها في مجال نظم الاتصالات الصوتية المنتشرة في إنحاء العالم " [1]

. و هذا للاعتبارات الاجتماعية التي أصبحت تتميز بها المجتمعات من جهة ، و تطور وسائل الإعلام و الاتصال من جهة أخرى ، " فهناك المئات بل الآلاف من محطات للبث المحلي التي تنتشر في أوروبا و أمريكا الشمالية و إفريقيا و استراليا " [2]

و الإذاعة المحلية جهاز يخدم مجتمعا محليا ، بمعنى أنها تبث برامجها مخاطبة مجتمعا محدود العدد ، يعيش فوق ارض محدودة المساحة ، متناسقا من الناحية الاقتصادية و الثقافية و الاجتماعية ، بحيث يشكل هذا المجتمع بيئة متجانسة ، على الرغم من وجود فروق فردية ، وهكذا تتفاعل الإذاعة المحلية مع هذا المجتمع ، تأخذ منه و تعطيه و تقدم له الخدمات المختلفة تؤثر فيه و تتأثر به ، فالجمهور

[1] لوي تابينغ ، كيفية إنشاء محطة إذاعية للبث المحلي ، منظمة الأمم المتحدة للتعليم و العلوم و الثقافة (اليونسكو) ، ط1 ،القاهرة 2005،،ص13

[2] منى سعيد الحديدي ، سلوى إمام علي مرجع سابق ص 102 ، 103

المستهدف لكل إذاعة محلية هم أفراد هذا المجتمع المحلي ، كان يكونوا سكان قرية واحدة أو مجموعة من القرى أو مدينة ، كما هو الحال مع إذاعة المدية الجهوية ، وهنا نلاحظ أن الإذاعة المحلية تختلف عن غيرها من الأنماط الإذاعية الأخرى ، ومن هنا يتضح أن الإذاعة المحلية لها سماتها الخاصة التي تميزها عن غيرها .

المطلب الثالث: أسباب إنشاء الإذاعة المحلية

أصبح تأسيس الإذاعة المحلية أمرا ملحا اجتماعيا و تنمويا وفي جميع المجالات ، و تعتبر التنمية بكافة إبعادها احد الدوافع المهمة لإنشائها ، و ذلك لأجل المشاركة في التنمية [1]

فالمجتمع الجزائري صار بحاجة ماسة للإذاعة المحلية في جميع مناطق الوطن على غرار الكثير من الدول التي تنتشر فيها هذه الإذاعات ، بغرض التعرف على التكنولوجيا و التوعية و الإرشاد ، وكذلك كوسيلة إعلام قليلة التكلفة و بسيطة في مبدأ عملها و كذلك في تدريب القائمين عليها الذين هم من المجتمع المحلي ، فالاستماع إلى برامج إذاعية عبر جهاز راديو زهيد التكلفة ، و ما يميز الراديو من سهولة الاستعمال ، خصوصا إن الاستماع إليه لا يعطل الإنتاج و لا يتطلب التفرغ الزمني للاستفادة من معلومات عبر برنامج معين عكس الانترنت ، إضافة إلى إن الأميين الذين لا يجيدون القراءة و الكتابة يمكنهم الاستفادة من الإعلام المحلي عبر الراديو وليس من خلال الإنترنت أو غيرها ، ومن أهم الأسباب لإنشاء الإذاعة المحلية في الجزائر :

1- الانتشار الكبير لأجهزة الراديو دفعها لإقامة نظام للاتصال السمعي حتى لا تبقى في معزل عن مسايرة الإحداث و التطورات في العالم و مواجهة الأعلام بالإعلام.
2- محاولة القضاء على الأمية في المجتمع الجزائري فتفشي الأمية في المجتمع الجزائري بنسبة كبيرة صار عائقا في سبيل عملية لاتصال بين غالبية المجتمع و السلطة عن طريق الصحافة المكتوبة، مما دفع الدولة إلى استعمال الوسائل الشفوية لتحقيق الاتصال المرغوب فيه ، و الوسيلة المتاحة و التي يمكن تحقيق ذلك إلا وهي الإذاعة .

[1] سوزان يوسف وهبة بهجة ، إنتاج البرامج للراديو و التلفزيون ، مكتب الشباب ، القاهرة ، 1993 ، ص 119

3- أزمة الثقة بين الشعب و السلطة ، لغياب الاتصال الذي يبرر سياسة الدولة التنموية ، و يسخر المجتمع لخدمة هذه السياسة ، دفع السلطات إلى العمل على نشر الإذاعات المحلية لشرح سياسة الدولة و خدمة الأهداف العامة التي تسعى إليها ، على حسب المناطق و ما يميزها من عادات و تقاليد.

4- غياب الاتصال الذي يعطي الحق للمواطن في الإعلام ، خاصة في المناطق البعيدة عن المدن الكبرى و المناطق الشاسعة في الجزائر ، التي لا يصلها العلام الذي يخدم المجتمع الجزائري

5- عجز البرامج الوطنية عن التغطية الكاملة لكل أرجاء الوطن ، مما أتاح المجال أمام القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية من النفوذ إلى المواطنين و دمغجة عقولهم دينيا

6- وجود الحاجة الدائمة للمعلومات ذات الطبيعة المحلية و التي لا يمكن للإذاعة الوطنية أن المركزية أن تلبي ذلك " حيث لا تستطيع أحيانا الإذاعة المركزية إن تغطي كل أجزاء الدولة "

7-إتاحة الفرصة للأفكار المبدعة و المواهب المحلية في الظهور و الانتشار و استغلالها في خدمة المجتمع[1]

المطلب االرابع : وظائف الإذاعة المحلية ومهامها

أ- الوظائف

1/الوظيفة الإخبارية : و هي وظيفة من وظائف الإذاعة المحلية حيث إن الأحبار في الإذاعة المحلية لا يقصد بها مجرد الأخبار المحلية بل الأخبار التي تهم أفراد المجتمع المحلي ، سواء كانت محلية أو عالمية فجمهور الإذاعة المحلية يريد معرفة أخبار الوطن و أيضا أخبار العالم

2/ الوظيفة التعليمية و التثقيفية : وهي وظيفة من وظائف الإذاعة المحلية حيث أن مما لا شك فيه إن الأمية من العوامل المدمرة لكافة عمليات التنمية و التطور ، و الإذاعة المحلية تستطيع القيام بدور فعال في محو الأمية ، لا عن طريق تقديم برامج يتعلم بواسطتها الأفراد الأميون القراءة و الكتابة

3/ الوظيفة التنموية : التوعية بالمشكلات القائمة و بالحاجة إلى التنمية مع إبراز الأسباب و تقديم الحلول ....

إبراز أهمية مشاركة المواطنين الايجابية في عمليات التحول و إتاحة الفرصة للأفراد و الجماعات

[1] زهير احدادن ، تاريخ الإذاعة ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر 1999 ، ص 109

تأكيد الرقابة الشعبية على عمليات تنفيذ المشروعات التي تقوم بها الدولة و متابعة التنفيذ و تحريك الأفراد و توجيههم نحو الهدف الصحيح و مساعدتهم

4/ الوظيفة الترفيهية : وهي وظيفة من وظائف الإذاعة المحلية حيث أن لا يقل هذا الدور للإذاعة المحلية أهمية عن الوظائف الأحرى ، فهي تربط تلك الوظائف يبعضها إذ أنها تعلم و تنمي و تثقف

ب-المهام

كأي بناء اجتماعي فالإذاعة المحلية واحدة من أهم الأبنية الاجتماعية التي لها مهام ووظائف ، من أهمها [1]

1- المعالجة الموضوعية للقضايا المجتمعية و القومية بما يحفز كل الطاقات للمساهمة في إيجاد الحلول الكفيلة بحل هذه القضايا

2- إتاحة الفرصة الكافية لكل الآراء ووجهات النظر للتعبير عن نفسها فيما يتعلق بمعالجة مشكلات المجتمع و قضاياه الملحة

3- التوعية المستمرة بخطورة القضايا و المشاكل التي تواجه المجتمع ، و الإعلان عن كافة الجهود التي تبذل ، و النجاحات التي تحقق في هذا الإطار

4- تأكيد دور كل مواطن في التصدي لمشكلات المجتمع و قضاياه الملحة مع تكثيف برامج السلوكيات لتصحيح السلبي منها و دعم الايجابي

5- محاربة كافة أشكال السلبية و اللامبالاة و التي تشكل العائق الرئيسي أمام المشاركة الايجابية للمواطن في معالجة المشكلات التي تواجه المجتمع.

[1] منى سعيد الحديدي ، سلوى أمام علي ، الإعلام و المجتمع ط 2 ، الدار المصرية اللبنانية ، مصر ، 2006 ، ص 161

المبحث الثاني : تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء المهني لإعلاميي الإذاعة المحلية.

مما لا شك فيه أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تساهم بصفة مباشرة في أي عمل إعلامي سواء أخفينا ذلك أم لا ، فهته المواقع التي في البداية كانت محل انتقاد من الإعلام التقليدي هاهي الآن تؤثر فيه بطريقة أو بأخرى بل في الكثير من الأحيان تكون فاصل في العمل الإعلامي و هذا ما سنتطرق إليه من خلال المطالب التالية التي ستقربنا من تأثير مواقع التواصل الاجتماعي – الفيسبوك – على الأداء المنهي لإعلاميي إذاعة المدية الجهوية .

المطلب الأول : مفهوم الأداء المهني

هو مفهوم الوظائف و المهام و النشاطات المرئية و المسموعة و المكتوبة ، التي تقوم بها وسائل الإعلام في إطار منظومة الأنظمة و القوانين و الدساتير بما يخدم مصلحة الدولة و طنا و مواطنا[1]

وتتمثل فاعلية الأداء الإعلامي بضرورة اتسام هذه الوظائف بالموضوعية و المصداقية و التحليل العلمي ، و تمثل ما يتطلع إليه المواطن و توفير مساحة من الحرية و الاستقلالية للتعبير عن رأيه ، و خدمة الصالح العام بمسؤولية و وفق الحدود القانونية التي تضمن عدم تغولها ، و تكون سلطة رقابة حقيقية على مؤسسات الحكومة الرسمية ، مستقلة إداريا و اقتصاديا عن تأثير الحكومات.

ويمكن القول أن الأداء الإعلامي هو مجموعة من العمليات التي يقوم بها الأفراد داخل المهنة و التي تضمن تحديد هيكل معرفي يحدد مجال الخبرة و الروابط المهنية وزيادة الهوية الجماعية ، وصياغة رموز تلاؤم السلوك المهني ، و تطور معنى الالتزام بقواعد المهنة داخل المؤسسات الإعلامية [2]

ومن المعروف أن الأداء المهني من المفاهيم الديناميكية و لا تتسم بالسكون في محتواها المعرفي ، حيث عرف تطورا منذ بداية استعمالاته الأولى إلى وقتنا الحالي ، وهذا بفعل التطورات الاقتصادية و العلمية و

[1] عبد المجيد افرام ، هدية خازني كاتبي ، اتجاهات الأردنيين نحو الأداء الإعلامي ، مجلة دمشق ، المجلد 26 ، العدد 3+4، 2010، ص 615

[2] اشرف فهمي خوجة ، المؤسسات الصحفية بين التنظيم و الرقابة ، دار المعرفة الجامعية ، القاهرة ، 2008 ، ص 67

غيرها ، التي ميزت حركة المجتمعات البشرية و التي كانت بدورها دافعا فعليا لبروز إسهامات الباحثين في هذا الحقل من المعرفة

و تتجسد النظرة التقليدية للمفكرين في هذا المجال و من بينهم المهندس (تايلور) رائد مدرسة الإدارة العلمية في إعطاء مفهوم دقيق للأداء و الاهتمام بقياسه ، و هذا من خلال الدراسة الدقيقة للحركة التي كان يؤديها العمال و توقيت كل منها ، يقصد الوصول إلى الوقت اللازم لإدارة الآلة و إيقافها ، أي في إطار ما يعرف بدراسة " الحركة و الزمن "

إن الهدف الأساسي الذي سعت إليه كل المؤسسات على مختلف مستوياتها و امكانيانها هو تحقيق جميع الأهداف التي قامت من اجلها و بمعدلات عالية من الفعالية و الكفاءة في العمل ، فتطور بذلك مفهوم الأداء

ليعبر عن درجة تحقيق و إتمام المهام المكونة لوظيفة الفرد و يعكس الكيفية التي يحقق او يشجع بها الفرد متطلباته الوظيفية.

المطلب الثاني : الأداء المهني داخل الإذاعة المحلية

قبل التطرق في الأداء المهني إلى الأداء المهني داخل الإذاعة المحلية يجب أن نعرف أهمية الأداء المهني للإعلاميين ، فباستطاعتنا تفهم هته الأهمية من خلال التعرف على مدى الفائدة التي تعود المؤسسة الإعلامية بشكل عام و على الإعلاميين بشكل خاص :

تمكين المؤسسة من تقييم المشرفين و المدراء و مدى فاعليتهم في تنمية و تطوير الإعلاميين الذين يعملون تحت إشرافهم

تمكين الإعلاميين من معرفة نقاط ضعفهم و قوتهم في أعمالهم و العمل على تفادي و التخلص من جوانب القصور و الضعف

يشكل فرصة للإعلاميين لتدارك أخطائهم و العمل على تنمية مهاراتهم و تحقيق ما يصبون إليه يفيد في رفع الروح المعنوية للعاملين و توطيد الصلات و العلاقات بين المدرب و الإعلاميين

يساهم في تعديل معايير الأداء و زيادة أداء الإعلاميين و المؤسسة بشكل عام

يساهم في رسم خطة القوى العاملة للمؤسسة و ما تتطلبه من تنمية و تدريب و توفير المكافآت و الحوافز للإعلاميين

و بالعودة إلى الأداء المهني داخل الإذاعة المحلية فالعمل الإذاعي يقوم على الفريق العامل فهو عبارة عن حلقة متكاملة بين الإعلاميين في حد ذاتهم من اجل إعداد و إحراج برنامج إذاعي أو نشرة إخبارية ترقى إلى مستوى أذواق المستمعين ، فلا يمكن بأي حال من الأحوال أن يعمل الصحفي بمعزل عن التقني أو المخرج فكل واحد يكمل الآخر فالصحفي مثلا داخل الإذاعة يقوم بمهمة جمع المعلومات حول موضوع معين بعدها يمحصها و يغربلها ليعدها في الأخير في شكل تقدير صحفي يتوخى فيه الدقة و الموضوعية و الحياد بعدها يأتي دور التقني الذي يتولى أموره التقنية من اجل تسجيل هذا التقرير لتكون المرحلة الأخيرة من دور المخرج و مهمة هذا الأخير هي التركيب ، و إضافة صبغة جمالية على هذا العمل الإذاعي و إظهاره للمستمع في أحسن حلة، ومن ثمة نستخلص بان الأداء المهني داخل الإذاعة يرتكز أساسا على التكاملية و الانسجام وروح الفريق

المطلب الثالث : العوامل المؤثرة على الأداء المهني للإعلاميين في الإذاعة المحلية

أ- معايير المجتمع و قيمة تقاليده:

من المعروف أن أي نظام له مبادئ و قيم يسعى لإقرارها و يعمل على تقبل المجتمع لها و يرتبط ذلك بالتنشئة الاجتماعية و يرى الباحث " دارين بديد " انه في بعض الأحوال قد لا يقدم الإعلامي تغطية كاملة للأحداث التي تقع من حوله ، و ليس هذا نتيجة تقصير أو عمل سلبي و كذلك فان الإعلامي قد يتغافل أحيانا عن تقديم بعض الأحداث و الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية و الحفاظ على بعض الفضائل الفردية و المجتمعية فقد تضحي وسائل الإعلام بالسبق الصحفي و تتسامح بعض الشيء في و اجبها الذي يفرض عليها تقديم كل الأخبار التي تهم الجماهير و ذلك رغبة منها في تدعيم قيم المجتمع و تقاليده كما تعمل على حماية الأنماط الثقافية السائدة في المجتمع [1]

[1] منال هلال ، ظاهرة نظريات الاتصال ، دار المسيرة للنشر و التوزيع ، عملن ، 2012 ، ص 270

ب-المعايير الذاتية للإعلامي : تلعب الخصائص و السمات الشخصية للإعلامي دورا مهما في ممارسة دور حارس البوابة الإعلامية مثل النوع ، العمر ، الدخل ، و الطبقة الاجتماعية ، التعليم و الانتماءات الفكرية أو العقائد و الإحساس بالذات

ج- المعايير المهنية للقائم بالاتصال :

يتعرض الإعلامي إلى العديد من الضغوط المهنية التي تؤثر في عمله و تؤدي إلى توافق سياسة المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها ، حيث تبين سياسة الوسيلة الإعلامية الأخبار المتاحة و علاقات العمل وضغوطه ، وتتضمن المعايير التقنية كلا من سياسة الوسيلة الإعلامية مصادر الأخبار المتاحة و علاقات العمل و ضغوطه

د- معايير الجمهور :

لاحظ العديد من الباحثين أن الجمهور يؤثر على الإعلامي مثلما يؤثر الإعلامي على الجمهور و يؤثر تصور الإعلامي على نوعية الإخبار التي يقدمها و قد أظهرت الدراسات ضرورة أن ترضي وسائل الإعلام جمهورها ، لهذا نقول أن القائم بالاتصال في حاجة شديدة إلى تحديد جمهوره بدقة وان تصوره لذلك يؤثر على قراراته تأثيرا لا يمكن أن نقلل من شانه

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي للدراسة

المبحث الأول :الإذاعة المحلية في الجزائر (إذاعة المدية الجهوية نموذجا)

المطلب الأول : نشأة وتطور الإذاعة المحلية في الجزائر

المطلب الثاني : إذاعة المدية الجهوية

المطلب الثالث : الهيكل التنظيمي لإذاعة المدية الجهوية

المبحث الثاني : تحليل بيانات الدراسة

المطلب الأول : عرض و تحليل الجداول البسيطة

المطلب الثاني : عرض و تحليل الجداول المركبة

المطلب الثالث : نتائج الدراسة

المجتمع حسب النظرية الوظيفية هو بناء كلي ، يتكون من مجموعة من الأجزاء المترابطة ، وكل جزء له وظيفة يؤديها للمحافظة على استمرارية المجتمع وجميع هذه الأجزاء للتعاون فيما بينها للوفاء بالاحتياجات الأساسية ، و تتألف الوحدات البنائية لمجتمع من المعايير و الأدوار و النظم و القيم و الجماعات و المؤسسات الاجتماعية ، و " المؤسسات هي تنظيم يقوم بوظائف اجتماعية ، وهي بناءات لنشر الأفكار العامة ، و امتداد للحاجات الإنسانية ، وهي عمل جماعي للأفراد في المجتمع "[1]

وقد اهتم المدخل الوظيفي بوسائل الاتصال و الإعلام باعتبارها انساق اجتماعية تتكون من بناءات و لها وظائف محددة [2] ، فالمجتمع في العصر الحالي مرتبط ارتباطا وثيقا بمجال الاتصالات و المعلومات ، والإذاعة المحلية هي احد هذه المؤسسات التي تقوم بوظيفة اجتماعية ، وهي بناءات لنشر الأفكار ، وسنتطرق في هذا الفصل من جانبين أو مبحثين فالجانب الأول هو الجانب البنائي و الهيكل التنظيمي للإذاعة الجهوية للمدية أما الجانب الثاني فهو يتعلق بتحليل بيانات الدراسة و النتائج المستخلصة .

المبحث الأول : الإذاعة المحلية في الجزائر (إذاعة المدية الجهوية نموذجا)

تعتبر الإذاعات المحلية وسيلة اتصال جديدة دخلت للجزائر بعد إصدار المرسوم التنفيذي 91-108 الصادر في 20 افريل 1991 و الذي تحولت بموجبه الإذاعة إلى مؤسسة ذات طابع صناعي تجاري ، تتمتع بالشخصية المعنوية و استقلالية التسيير فبعد هذا المرسوم أنشئت الإذاعات المحلية ، وقد وصل عدد الإذاعات حتى الآن 48 إذاعة.

المطلب الأول : نشأة و تطور الإذاعة المحلية في الجزائر

أنشأت الإذاعات المحلية في الجزائر لأنها أصبحت امرأ مقرونا بالتنمية للمنطقة و سمة من سماتها ، وبلغ عددها45 إذاعة انطلقت فعلا و 3 إذاعات في طور الإنشاء ليصير العدد يعد افتتاحها 48 إذاعة موزعة على كل ولايات الوطن[3]، وكانت الإذاعة الجهوية للمدية من أهم الإذاعات المحلية التي تم إنشائها لتكون صوت مواطن المدية من خلال البرامج و المواضيع التي تبثها.

[1] مي العبد الله ، نظريات الاتصال ، دار النهضة العربية ، ط1 ، بيروت 2006 ، ص 169

[2] عبدا لله محمد عبد الرحمن ، سوسيولوجيا الاتصال و الإعلام ، دار المعرفة الجامعية ، 2002 ، ص 147

[3] نور الدين تواتي ، الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية في الجزائر ، دار الخلدونية ، ط2 2009 ، ص 153

المطلب الثاني : إذاعة المدية الجهوية

أعطيت الإشارة لانطلاق البث الرسمي لإذاعة المدية الجهوية في 22 مارس 2010، و تع الإذاعة القطب الحضري الجديد – المدية .

حيث إن تسيير الإذاعة يخضع إلى المقاييس المسطرة في استيراتيجية الإذاعة الوطنية و المبادئ المنصوص عليها ، إلا أن الواقع المحلي و ضرورة الاستجابة و الانسجام معه تفتح مرونة و بعض التميز في تسيير المحطة ، و ذلك بالاعتماد على رؤى جديدة حيث تقوم هذه الرؤى على مايلي :

*العمل على تفجير الموهبة الإعلامية و الاتصالية لدى عناصر الطاقم الإذاعي ، من خلال الحوار و التشاور و حرية إبداء الرأي .

*تكريس ثقافة التكوين الداخلي من خلال جعل الاجتماعات اليومية نقطة محورية و لكن غير روتينية ، بحيث تبعث على تطوير المعلومة و نشرها بين جميع أفراد الطاقم

*دفع الجميع نحو الاحترافية المنشودة من خلال الاتصال الدائم داخل المؤسسة ، بمراجعة النقائص و الأخطاء و الاستعداد لإعادة بناء الفكر و الحماس الإعلامي ، الذي يؤهل لتطوير أداء الإذاعة

*الحث على تحري المصداقية و الموضوعي

*التواجد في عمق الولاية بين المداشر و القرى باعتماد المعالجة المهيأة المتزنة ، و هي نقل انشغالات المواطنين إلى الهيئات المسؤولية ، و في نفس الوقت إبراز مجهودان الدولة المبذولة في التنمية

*توقع أي اختلالات قبل وقوعها في العلاقة بين العمال و التدخل السريع و الايجابي للحفاظ على التشاركية و التنسيق .

المطلب الثالث : الهيكل التنظيمي لإذاعة المدية الجهوية

1/ مكونات المقر : يحتوي المقر على طابق ارضي + 3 طوابق + حظيرة

2/ محتويات الإذاعة : أستوديو للبث ، أستوديو للتسجيل ، مركز البث CDM ، قاعتين للتحرير (إنتاج و أحبار)، قاعة التركيب للأخبار ، مكتب المنشطين ، قاعة الضيوف ، بهو + نادي + بهو الثقافة ، مكتب المديرة ، 7 مكاتب إدارية ، غرفة الصيانة ، مكتبة ، قاعة الاجتماعات ، مكتب الفرع النقابي

3/ عدد العمال : عند الانطلاقة كان عدد العمال 27 عاملا + المدير السيد سليمان مبروكي ، أما الآن فقد أصبح عدد العمال 33 عاملا + المديرة السيدة رشيدة قاسم ، التي استلمت مهامها في جويلية 2012

-نسبة العمال الجامعيين 64.70%

4/ توزيع العمال حسب المهام :

* **مصلحة الإنتاج و البرمجة :** رئيسة المصلحة + 60 منشطين + 02 مخرجين + 01 ضابط أمواج

* **مصلحة الأخبار :** رئيس المصلحة + 06 صحافيين

* **المصلحة التقنية :** رئيس المصلحة + 03 تقنيين

* **مصلحة الإدارة و المالية :** رئيس المصلحة + 01 مساعدة المديرة + 01 مسيرة الموارد البشرية + 01 مكلف بالإشهار + 03 سائقين + 04 أعوان امن + 01 عون نظافة

* **العمال بالقطعة :** 08 مراسلين موزعين على 08 دوائر من أصل 19 دائرة

* **المتعاونون في الحصص المتخصصة :** 04

5/ تطور الحجم الساعي للبث منذ تاريخ الإذاعة :

- من مارس 2010 إلى جويلية 2010 : 07 سا و 20 د يوميا
- من الساعة 6و 40 د إلى الساعة 14:00
- من جويلية 2010 إلى افريل 2012 : 10 سا و 20 د يوميا
- من الساعة 06:40 إلى الساعة 17:00
- من افريل 2012 إلى يومنا هذا : 13 سا يوميا

من الساعة 06:55 إلى الساعة 20:00

6/ الرابط مع القنوات الوطنية :

- 20:00 سا إلى 23:00 سا الإذاعة الثقافية
- 23:00 سا إلى 00:00 سا القناة الأولى
- 00:00 سا إلى 02:00 سا إذاعة القران
- 02:00 سا إلى 05:00 سا القناة الأولى
- 05:00 سا إلى 6:55 سا إذاعة القران
- 06:55 سا انطلاق البث اليومي للإذاعات الجزائرية

7/ جهاز البث : تبث إذاعة المدية عبر جهاز إرسال قوته 250 واط ، وتبث عبر الساتل : 23704/11059 أفقي Atlantic bird 3

و عبر الموقع الالكتروني radioalgerie .dz/live /medea ، ولقد زودت الإذاعة بنظام MENOS وهو نظام تبادل رقمي ، وذلك بعد تدشينه من طرف وزير الاتصال السيد حميد قرين عند زيارته التفقدية إلى مقر الإذاعة يوم 26 جانفي 2015.

8/ موجات البث : يمكن التقاط برامج إذاعة المدية الجهوية على عدة موجات وهي:

- على الموجتين : **FM100.7-FM92.3**بالنسبة لمقر الولاية و البلديات و الدوائر المحيطة بهاعلى الموجة : **FM 101.0**بالنسبة لتابلاط و البلديات و الدوائر المحيطة بها
- على الموجة : **FM 90.6**بالنسبة لقصر البخاري و البلديات المحيطة
- على الموجة :**FM 93.3**(في جبل ديرة بالبويرة) يغطي كل الحدود الشرقية من ولاية المدية

9/ برامج ذات البعد الاستمراري و الديمومة

قافلة مفاتيح الخير

المدية من العمق

من نادي الإذاعة

توقيعات النجاح (ما بين دور الشباب)

البداية لنا و الاستمرارية لكم.

المبحث الثاني : تحليل بيانات الدراسة

اعتمدنا في هذه الدراسة على العينة القصدية المتمثلة في أغلبية إعلاميي إذاعة المدية الجهوية ، وقد أجريت الدراسة في الفترة الممتدة بين 2021/05/01 إلى 2021/05/29 ، بلغت عدد الاستمارات 30 استمارة على حسب عدد الإعلاميين و نظرا لأن الفترة التي وزعنا فيها الاستمارات تزامنت مع الانتخابات التشريعية 2021 ولأن بعض الإعلاميين كانوا مرشحين لهته الانتخابات فالقانون يمنعهم من دخول الإذاعة أو ممارسة نشاطهم الإعلامي لهذا لم نتمكن من إعطائهم الاستمارات

وبعد إقصاء هؤلاء الإعلاميين المرشحين للانتخابات من الاستبيان و الذي بلغ عددهم 6 إعلاميين أصبح عدد الاستمارات الموزعة و المسترجعة 24 استمارة ة تم تفريغ كل الاستبيانات وقد استخدمنا لهذا الغرض برنامج وبناءا على ما جاء في الاستمارات EXCEL2007 بعدما قمنا باستخراج الجداول و اعتمدنا في هذه المرحلة برنامج SPSS .

المطلب الأول : عرض وتحليل الجداولالبسيطة

المحور الأول : بيانات شخصية

جدول رقم (1) : يبين توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس :

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
أنثى	10	% 41.67
ذكر	14	% 58.33
المجموع	24	%100

إن الخلفية السوسيوديموغرافيةلعينة الدراسة ، خاصة فيما يتعلق بدراسات الجمهور تعتبر أمرا مهما ، لان معرفة الخصائص الشخصية للمبحوثين تمكن الباحث من التعرف على طبيعة جنس المبحوثين ، و كذا فئاتهم العمرية ، المستوى التعليمي ، الخبرة و غيرها .

ويمكن أن نفسر ما جاء في الجدول رقم (01) إن نسبة الذكور أعلى من نسبة الإناث حيث بلغت نسبة الذكور (58.33 %) ونسبة الإناث (41.67 %) ويمكن أن نفسر ارتفاع نسبة الذكور إلى عدة عوامل أهمها :

– إن الذكورفي تلك الفترة(2010) سنة انطلاق إذاعة المدية الجهوية وعند فتح مسابقة الالتحاق بها كانوا هم الأكثر إقبالا على المشاركة من الإناث وذلك راجع لعدة اعتبارات.

–في تلك الفترة لم تكن المرأة قد اقتحمت سوق العمل كما هو موجود حاليا ، حيث كان المجتمع ينظر للمرأة بنظرة تقليدية و رجعية و أن العمل ليس دورها.

– المجتمع الأبوي ألذكوري الذي كان يقيد حرية المرأة في الخروج من المنزل فما بالك بالعمل الإعلامي و خاصة في الإذاعات المحلية التي هي في مجتمع ذكوري متعصب .

– بالإضافة إلى أن العمل الإعلامي يفرض على الإعلامي التنقل و كذا العمل في أوقات متأخرة و هذا ما مهمة الصحافة بالنسبة للمرأة يعتبر صعبا و تحديا في مجتمع كمجتمع المدية.

– أضف إلى ذلك انه في سنة 2010 لم يكن قد تخرج من جامعة يحي فارس بالمدية أي دفعة في اختصاص علوم الإعلام و الاتصال لان بداية هذا الاختصاص كانت سنة 2009 ، ومن المعروف و كما قلنا سابقا أن مجتمع المدية منغلق فمن العيب في منظورهم إن تسافر الفتاة للدراسة في مدينة أخرى ، وهذه هي أهم الأسباب التي خرجنا بها من خلال أحاديثنا الجانبية مع إعلاميات إذاعة المدية الجهوية.

جدول رقم (02): يمثل توزيع العينة حسب الفئة العمرية

العمر	التكرار	النسبة المئوية
من 25 إلى 30 سنة	10	%41.67
من 31 إلى 40 سنة	12	%50
اكبر من 40 سنة	02	%8.33

يعتبر تحديد عامل السن من أهم محددات خصائص العينة المدروسة ، وذلك راجع إلى أن كل مرحلة لها اهتمامات و حاجيات محددة و انطلاقا من نتائج الجدول رقم (02) المتعلق بتوزيع المبحوثين إلى فئة عمرية أي حسب متغير السن ، إن الفئة من 31 إلى 40 سنة يحتلون اكبر نسبة ب (50%) و هؤلاء هم الذين يتحملون المسؤولية و الأكثر خبرة ، بينما يأتي في المرتبة الثانية الفئة بين 25 إلى 30 سنة ويمكن أن نفسر هذه المرحلة بأنها مرحلة الوعي بالذات و بالمسؤولية على اعتبار أن الإعلام العمومي يولي أهمية كبرى لهذا المعيار كون هذه الفئة فئة الشباب اللذين هم مستقبل البلاد و كذا يبين أن الإدارات تطبق ما جاء على لسان أعلى هرم في السلطة (الرئيس) و انه يريد تشبيب الإدارة ، أما الفئة الأخيرة و المتمثلة في الفئة التي يكون إفرادها اكبر من 40 سنة فهم يحتلون نسبة 8.33% بتكرار 02 و هذا ما يفسر سياسة الإذاعة في تشبيب الطاقم الإعلامي مع الإبقاء على عناصر الخبرة .

الجدول رقم (03) : توزيع العينة على حسب المستوى الدراسي

المستوى	التكرار	النسبة المئوية
ثانوي	**3**	**% 12.5**
جامعي	**16**	**%66.67**
دراسات عليا (01دوكتوراه+04 ماستر)	**5**	**%20**
المجموع	**24**	**% 100**

من المعروف إن المستوى التعليمي يؤثر بصفة كبيرة على الأداء الإعلامي ، وفي الجدول رقم (03) قسمنا العينة إلى ثلاث فئات يكون فيها الإعلامي الجامعي في المرتبة الأولى بنسبة 66.67 ،وهذا راجع إلى أن الإعلامي كي يلتحق بالمؤسسة الإعلامية يشترط فيه المستوى الجامعي ، بينما قدرت نسبة المتحصلين على شهادات عليا (دكتوراه + ماستر) 20% ويرجع قلة الإعلاميين المتحصلين على الدكتوراه و الماستر إلى أن مهنة الصحافة تعتمد على المهارات الشخصية و الصحفية أكثر من التعمق في البحث العلمي و الدراسات العليا ، فهي تكسب بالتطبيق و الخبرة وأيضا كما اشرنا في الأول أن

شروط الالتحاق بالمؤسسة الإعلامية لتكون صحافيا يشترط المستوى الجامعي (ليسانس) أما أصحاب المستوى الثانوي بنسبة قدرها 12.5% وهم بالتحديد المراسلين اللذين لا يشترط فيهم المستوى الجامعي .

الجدول (رقم 04) : توزيع العينة حسب سنوات الخبرة المهنية

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
اقل من 5 سنوات	**6**	**%25**
من 5 إلى 10 سنوات	**8**	**%33.33**
أكثر من 10 سنوات	**10**	**%41.67**
المجموع	**24**	**%100**

إن الأقدمية في العمل تكسب الإعلامي خبرة في صيرورة أداء عمله ، تعود على الإذاعة بفوائد للتقدم نحو الأحسن ، حيث يبين الجدول أعلاه توزيع الإعلاميين حسب أقدميتهم في العمل الإعلامي ، حيث نلاحظ أن حصة الأسد كانت من نصيب الأكثر خبرة و التي تفوق 10 سنوات و التي قدرت ب 41.67% ، وهذا يدل على أن الإذاعة الجهوية للمدية تعتمد على عناصر الخبرة وهذا ما يؤكد أن أصحاب الاقدمية في العمل هم من يحوزون على المناصب المهمة في الإذاعة ، و تأتي الفئة بين 5 إلى 10 سنوات ، و بنسبة 33.3% وهذا يبين إصرار الإذاعة الجهوية للمدية بتشبيب الطاقم الإعلامي لها ، و بالتالي الاستفادة من الأفكار الجديدة و المسايرة للعصر و القريبة للجمهور وهذا من اجل تطوير الأداء الإعلامي داخل الإذاعة. فيما كانت الفئة اقل من 5 سنوات و بنسبة 25% و هذا راجع إلى أن الإذاعة و حسب ميزة الإذاعة و رئيس التحرير أن الإذاعة الجهوية للمدية لم تفتح مجال للالتحاق بها في السنوات الأخيرة و لهذا نجد أن هاته الفئة قليلة جدا .

المحور الثاني : استخدام الإعلاميين لمواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم (05) : يمثل مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
دائما	**14**	**%58.33**

أحيانا	10	%41.67
نادرا	00	%0
المجموع	24	%100

من خلال الجدول رقم (06) الخاص بمدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، يتضح لنا جليا أن

غالبية الإعلاميين في إذاعة المدية الجهوية سيستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم بنسبة 58.33% أي أن الأغلبية يداومون على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وهو ما أكد عليه أغلبية الصحافيين و رئيس التحرير[1] اللذين أكدوا لنا أنهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم، وما نسبته 41.67 % بتكرار 10 إعلاميين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أحيانا ، و على ضوء هذه النتائج يمكن القول أن مواقع التواصل الاجتماعي هي جزء لا يتجزأ من المهام المهنية للإعلاميين بإذاعة المدية الجهوية ، لأننا لم نجد أي إعلامي لا يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي ، فطبيعة المهنة تقتضي على الإعلامي استخدام هده المواقع بصفة دائمة.[2]

الجدول رقم(06) : يمثل أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
فيسبوك	12	%50
انستغرام	5	% 20.83
تويتر	1	% 4.17
يوتيوب	6	% 25
المجموع	24	%100

[1] مقابلة مع : هني عبد النور ، رئيس تحرير إذاعة المدية الجهوية ، قاعة التحرير، يوم : 2021/05/22 ، على الساعة ، 10.00 صباحا

[2] مقابلة مع : الطيب بن ساعد ، مراسل اذاعة المدية الجهوية ، مقر الاذاعة ، يوم : 2021/05/23 ، على الساعة : 11.00 صباحا

يوضح الجدول رقم 07 أن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما هو موقع الفيسبوك بنسبة 50 % فيما احتل اليوتيوب المرتبة الثانية بنسبة 25 % ، و الانستغرام ب 20.83 % و في المرتبة الأخيرة يأتي التويتر و نسبة 4.17% .

تتفق دراستنا مع دراسة "خيرة محمدي " التي كانت بعنوان " استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في الصحافة المكتوبة الجزائرية " (محمدي 2016)، حيث كشفت دراستها ان الفايسبوك هو أكثر المواقع الاجتماعية استعمالا من قبل الصحفيين ، ويرجع استخدام الاعلامين في إذاعة المدية الجهوية للفيسبوك مقارنة ببقية المواقع :

- الانتشار الكبير و الواسع للفيسبوك في العالم و العالم العربي من حيث الاستخدام
- المميزات و الخصائص التي يتسم بها الفيسبوك مثل سهولة الاستعمال ، مجانية الدخول إليه، حيث يشترط سن معين فقط ، وامتلاك حساب الكتروني.
- احتواء الفيسبوك على الكثير من المضامين الإعلامية (فيديوهات ، صور ، مناشير..)
- التفاعلية الكبيرة التي يتسم بها الفيسبوك مقارنة بمواقع التواصل الأخرى
- الإذاعة في حد ذاتها تمتلك صفحة رسمية في الفيسبوك لبث برامجها (الأستوديو المرئي) وكذا التفاعل مع جمهورها مما حتم على إعلامييها استخدام الفيسبوك.

كما نلاحظ أيضا ان اليوتيوب يحظى بمتابعة و استخدام من قبل إعلاميي إذاعة المدية الجهوية ، وهذا راجع إلى ما يقدمه من خدمات و مضامين جد مهمة ، فتقول لنا المخرجة الإذاعية "حسنة بن إبراهيم" إن اليوتيوب يمكنها من استيفاء الكثير من المؤثرات الصوتية و المقاطع الموسيقية ، التي تستعملها في إخراج البرامج الإذاعية ، كما أن اليوتيوب يساعد الصحافيين و المنشطين في الإعداد لبرامجهم ...

و نفس الشيء بالنسبة للانستغرام و بنسبة اقل لتويتر الذي جاء في المرتبة الأخيرة ، فان ذلك يعود إلى عدم انتشار التويتر في الجزائر بشكل كبير ، وكذا لأنه لا يحتوي على الخصائص و المميزات الموجودة في الفيسبوك و اليوتيوب .

الجدول رقم (07) : يمثل المدة المستغرقة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الفئة	التكرار	النسبة المئوية

اقل من ساعة	**6**	**%25**
أكثر من ساعة	**18**	**%75**
المجموع	**24**	**%100**

يوضح الجدول رقم (08) المدة المستغرقة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حيث نلاحظ أن نسبة أكثر من ساعة المقدرة ب 75 % 18 و اقل من ساعة بنسبة 25 % ، و من خلال هته النتائج نستنتج أن إعلاميي إذاعة المدية الجهوية مرتبطين ارتباطا وثيقا بمواقع التواصل الاجتماعي ، كما تبرز النتائج الأهمية التي يوليها هؤلاء الإعلاميين لهذه المواقع ، و التي أضحت تستحوذ على حيز كبير من أوقاتهم اليومية ، كما أن الاستخدام في أمور مهنية و أخرى شخصية في نفس الوقت من العوامل التي أدت إلى زيادة الحجم الساعي للاستخدام.

الجدول رقم (08) : يمثل تلبية مواقع التواصل الاجتماعي – الفيسبوك – حاجتك في الحصول على المعلومة و الخبر

الفئة	**التكرار**	**النسبة المئوية**
نعم	**4**	**% 16.67**
لا	**11**	**% 45.83**
غالبا	**9**	**% 37.5**
المجموع	**24**	**%100**

يوضح الجدول رقم (09) تلبية مواقع التواصل الاجتماعي – الفيسبوك – حاجة إعلاميإذاعة المدية الجهوية في الحصول على المعلومة و الخبر و كانت النتائج كما يلي : نعم بنسبة 16.67% ، و لا بنسبة 45.83% و غالبا بنسبة 37.5 ، و من خلال النتائج المبينة أعلاه و كذا أحاديثنا الجانبية و في

مقابلاتنا مع الإعلاميين[1] اتضح لنا أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تلبي أو غير كافية للحصول على المعلومات و الأخبار و هذا راجع في المقام الأول إلى عدم موثوقية الخبر و المعلومة ، و أيضا عدم معرفة الجهة المسئولة عن نشرها، كما يوضح بعض الإعلاميين أنهم توبعوا قضائيا لاستعمالهم معلومات نشرت في مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم (09) : يتمثل في دور مواقع التواصل الاجتماعي – الفيسبوك – في تسهيل الحصول على المعلومات و الأخبار

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	**6**	**%25**
لا	**8**	**%33.33**
أحيانا	**10**	**%41.67**
المجموع	**24**	**%100**

يوضح الجدول رقم (10) دور مواقع التواصل الاجتماعي –الفيسبوك– في تسهيل الحصول علة المعلومات و الأخبار، نلاحظ أن النسب متقاربة وجاءت على الشكل التالي : أحيانا بنسبة 41.67% 10 ، أما المرتبة الثانية فكانت الإجابة لابنسبة33.33**%** و في المرتبة الأخيرة الإجابة نعم بنسبة **25 %**،ومن خلال ما لمسناه أثناء احتكاكنا لاحظنا إن الإعلاميين ورغم استعمالهم الدائم لمواقع التواصل الاجتماعي إلا انه أحيانا ما يسهل عليهم الفيسبوك أو مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى الحصول على المعلومات و الأخبار وهذا راجع إلى عدم ذكر المصدر مما يجعل المعلومة غير رسمية وبالتالي لا يستطيع الإعلامي الاعتماد عليها .

المحور الثالث : دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي –الفيسبوك– للحصول على المعلومات و الأخبار

الجدول رقم (10) : يمثل الدوافع و الاشباعات التي من خلالها يتم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

[1] مقابلة مع : حسنة بن براهيم ، مخرجة باذاعية المدية الجهوية ، مقر الاذاعة ، 2021/05/10 ، على الساعة : 11.15 صباحا

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
فضولك يدفعك للاطلاع على المعلومات و الأخبار	00	00
التسلية و تمضية الوقت	00	00
الحصول على المعلومات و الأخبار	3	%12.5
الاطلاع على المستجدات و الأخبار	8	%33.33
تكوين صداقات مفيدة لعملك	7	%29.17
مشاركة أعمالك الصحفية مع القراء و أصحاب المهنة	4	%16.67
متابعة الحوارات و النقشات	2	%8.33
المجموع	24	%100

من خلال النتائج الموضحة في الجدول رقم (11) تم التعرف على استجابات المبحوثين حول الاشباعات أو الدوافع المحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، من قبل إعلاميو إذاعة المدية الجهوية ، فنجد أن عبارة " الاطلاع على المستجدات و الأخبار " كانت هي الأولى على سلم الاشباعات المحققة بنسبة 33.33% ، أما عبارة " تكوين صداقات مفيدة لعملك " بنسبة 29.17 و العبارات على التوالي " مشاركة أعمالك الصحفية مع القراء و أصحاب المهنة " ، " الحصول على المعلومات و الأخبار " ، " متابعة الحوارات و النقاشات " كانت النسب المئوية من الأكبر إلى الأصغر : 16.67 % ، 12.5 % ب ، 8.33 % ب و العبارات الباقية لم تكن من ضمن الاشباعات المحققة للإعلاميين.

من خلال ما سبق ذكره نقول إن إعلاميو إذاعة المدية الجهوية أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة لهم مصدرا حقيقيا للتزود بالمعلومات و الأخبار و المضامين المختلفة ، فهي توفر لهم قدرا معتبرا من المعلومات و الأخبار ، في مختلف الميادين و في كل الأنحاء العالم بل و تقربهم من جمهورهم ، زد على ذلك ما تتمتع به مواقع التواصل الاجتماعي من القدرة على السرعة و الفورية ، مما جعل هذا الإشباع لدى رجال الإعلام ، بل ذهبت الكثير من المؤسسات الإعلامية العريقة إلى تخصيص

فترات و مساحات إعلامية ضمن شبكة برامجها ترصد ما بتداوله مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، أما العبارة الثانية " تكوين صداقات مفيدة لعملك" فمواقع التواصل الاجتماعي أصبحت هي جسر التواصل الذي من خلاله يربط إعلاميو إذاعة المدية الجهوية جملة من العلاقات المهنية مع نفس أصحاب المهنة في مؤسسات إعلامية أخرى ، حيث تتفق دراستنا نسبيا مع نتائج دراسة الباحثة " سهى محمد علي إسماعيل " الموسومة باستخدام الصحفيين الأردنيين للفيسبوك و الاشباعات المتحققة (محمد علي إسماعيل 2014)[1]، التي توصلت إلى أن 94.70% من مفردات عينتها حقق لهم استخدام الفيسبوك إشباع "التواصل مع الزملاء ".

ويعود كل هذا إلى مميزات مواقع التواصل الاجتماعي ، التي ساهمت في ربط الأفراد مهما كان تواجدهم ، فقد مكن الفيسبوك الصحفيين اليوم من التواصل بسهولة مع صحفيين آخرين ، سواء داخل الوطن أو خارجه ، و أضحى وسيطا اتصاليا و أداة للاتصال بالآخرين ، و ربط علاقات جديدة متخطيا بذلك ، حدود الزمان و المكان ، وهذا ما تشير إليه نتائج البحث إذا جاء "ربط علاقات مع زملاء المهنة من الاشباعات الأساسية التي حققها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل إعلاميو إذاعة المدية الجهوية .

أما العبارات " مشاركة أعمالك الصحفية مع القراء و أصحاب المهنة" ، " الحصول على المعلومات و الأخبار" ، " متابعة الحوارات و النقاشات" ، فهي تبين أن إعلاميو إذاعة المدية الجهوية يشاركون إعمالهم مع القراء و أصحاب المهنة و بنسب اقل الحصول على المعلومات و متابعة الأخبار وهذا لأسباب مختلفة أهمها :

- التعرف أكثر على جمهورهم من خلال التفاعلية (أفكار ، أذواق ، أراء...)

[1] سهى محمد إسماعيل ، استخدامات الصحفيين الأردنيين للفيسبوك و الاشباعات المحققة ، رسالة ماجستير ، قسم الصحافة ، جامعة اليرموك ،2013-2014 ، ص 152

- المحافظة على الجمهور القديم و اكتساب جمهور جديد
- معرفة أراء إعلاميين آخرين إزاء موضوع ما
- اكتساب معارف جديدة تفيدهم في عملهم الصحفي
- الاستفادة من الحوارات و النقاشات

الجدول رقم (11) : يمثل الدوافع التي تتبع في اختيار المعلومات و الاخبار الموجودة على الفيسبوك

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
السرعة و الآنية	**3**	**% 12.5**
الثراء و التنوع في المواضيع	**6**	**%25**
إمكانية التفاعل	**10**	**41.67%**
السهولة في الحصول على المعلومة و الخبر	**5**	**% 20.83**
المجموع	**24**	**%100**

يوضح الجدول رقم (12) الدوافع التي يتبعها إعلاميو إذاعة المدية الجهوية في اختيار المعلومات و الأخبار و بالتحديد تلك الموجودة على موقع الفيسبوك ، فكان دافع إمكانية التفاعلية بنسبة 41.67 %هي الأعلى ، أما دافع الثراء و التنوع في المواضيع فاحتل المرتبة الثانية بنسبة 25 % ، أما عبارة السهولة في الحصول على المعلومة و الخبر فهي بنسبة 20.83 %، أما الدافع الأخير فهو السرعة و الآنية بنسبة 12.5% .

تشير النتائج في الجدول أعلاه إلى أن دافع إمكانية التفاعلية ، و هذا راجع إلى قدرة مواقع التواصل الاجتماعي ة على رأسها الفيسبوك الذي هو نموذج الدراسة تلبية حاجيات الإعلاميين في التفاعلية إيواء مع الجمهور أو أصحاب المهنة ، في مجال المهام الصحفية التي يقومون بها ، من خلال متابعة الأخبار و المستجدات ، ربط علاقات تفاعلية مهنية مع زملاء المهنة ، البحث عن قصص و مشاركتها مع الجمهور أو بعض الإعلاميين ، أما الثراء و التنوع في المواضيع فهو عامل آخر يدفع الإعلاميين إلى استخدام مواقع التواصل لما تحتويه هذه المواقع من كثرة المواضيع و في مختلف المجالات ن مما

يعطي للإعلامي مصدرا جديدا و سهلا للحصول على كل مل يبحث عنه ، أما السهولة في الحصول على المعلومة و الخبر فهذا أيضا من الدوافع الرئيسية التي تدفع إعلاميي إذاعة المدية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ف السهولة و المرونة في استخدام هته المواقع هي سبب كافي على حسب رأي رئيس التحرير بإذاعة المدية الجهوية هني عبد النور لاستخدام هته المواقع ، إما السرعة و الآنية فتاتي بدرجة اقل لان السرعة و الآنية تصطدم بموثوقية الخبر و المعلومة و موضوعية الإعلامي .[1]

المحور الرابع : معالجة الأخبار و المعلومات المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي و الأخبار و المعلومات الموجودة في الفيسبوك على وجه الخصوص

الجدول رقم (12) : يمثل نقل الأخبار و المعلومات المنشورة مباشرة من مواقع التواصل الاجتماعي و الفيسبوك خاصة.

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	10	% 41.67
لا	14	% 58.33
أحيانا	00	00
المجموع	24	% 100

يوضح الجدول أعلاه على أن إعلاميي إذاعة المدية الجهوية لا تنقل مباشرة الأخبار و المعلومات وذلك موضح من خلال النسبة المئوية 58.33 %، إما مفردة نعم فكانت بنسبة 41.67 %.

من خلال هته النسب الموضحة وهو مل يوضح أن الإعلاميين يتثبتون من المضامين المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي ، و هذا ما يعكس هذه النتائج هو أن معظم الإعلاميين يأخذون في الحسبان بالدرجة الأولى التأكد من المعلومات و المضامين و بعدها أخذها و استغلالها لإغراض مهنية فالنتائج

[1] مقابلة مع : محمد كرفالي ،مراسل اذاعة المدية الجهوية ، مقر الاذاعة ، 2021/05/26 ، على الساعة ، 09.30 صباحا

تعكس بكل وضوح أن الإعلاميين بإذاعة المدية الجهوية يأخذون و بالشكل الكافي صدق المضامين التي تنشرها هته المواقع [1]

الجدول رقم (13) : يمثل تحري المصداقية من طرف إعلاميي إذاعة المدية الجهوية

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
مقارنتها مع مواقع أخرى	**9**	**37.5**
انتظار نشرها في قناة أو جريدة	**4**	**16.67**
الرجوع إلى مصدر المعلومة أو الخبر	**11**	**45.83**
المجموع	**24**	**% 100**

نلاحظ في الجدول رقم (14) أن تحري المصداقية يكون بنسبة 45.83 %يكون من خلال الرجوع إلى مصدر المعلومة و الخبر ، و مقارنتها مع مواقع أخرى فكان في المرتبة الثانية ب نسبة 37.5 % ، وأما المرتبة الأخيرة فعادت لمفردة انتظار نشرها في قناة أخرى بنسبة 16.67 %.

و نفسر هذه النتائج بان إعلاميي إذاعة المدية الجهوية يرجعون إلى مصدر المعلومة لتحري مصداقيتها ، فهم يتعاملون بحذر و هذا من خلال التأكد من صحة المعلومات الواردة بإجراء اتصالات مع الهيئات و المؤسسات الرسمية المخولة بتأكيد أو نفي الخبر ، أو يعودون إلى المصدر الرسمي للخبر أو المعلومة ، ويذهب مجموعة من الإعلاميين إلى مقارنة هته المعلومات مع مواقع أخرى ، أي أنهم يتأكدون من مصداقية المعلومة عندما تنشر المعلومة في عدة مواقع و تكون متطابقة او تختلف فقط في تفاصيل غير

[1] مقابلة مع : عمر بكير ، مراسل إذاعة المدية الجهوية ، ، يوم 2021/05/24 ،مقر الإذاعة ، على الساعة 14.00 زوالا

مهمة ، اما فيما يخص انتظار نشرها في قناة أخرى ففق عليه بعض الإعلاميين اللذين يضحون بالآنية و السبق الصحفي على حساب المصداقية .[1]

الجدول قم (14) : تتمثل في الأخبار و المواضيع التي تنقلها في غالبية الأحيان من الفيسبوك

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
السياسية	3	% 12.5
الاقتصادية	5	% 20.83
الاجتماعية	5	% 20.83
الثقافية	2	%8.33
الفنية	5	% 20.83
كل المواضيع	4	%16.67
المجموع	24	%100

نلاحظ أن المواضيع الاقتصادية و الاجتماعية و الفنية هي الأعلى نسبة ب 20.83 % ، وكل المواضيع ب 16.67 % أما المواضيع السياسية فهي بنسبة 12.5 % ، أما الأخبار الثقافية فهي بنسبة 8.33 %.

يمكن أن نفسر النتائج المذكورة لان الدور الكبير الذي يلعبه الفيسبوك و مواقع التواصل الاجتماعي في ميدان صناعة الأخبار ، و التي هي من صميم عمل الإعلامي ، حيث توفر لها مساحة مهمة ، لمتابعة و ملاحقة و تداول الأخبار ، فمواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة لإعلاميي إذاعة المدية الجهوية هي أدلة لرصد الأخبار الاقتصادية و الاجتماعية و الفنية و ذلك من اجل الاستفادة منها في صناعة الأخبار و التقارير الصحفية.

[1] مقابلة مع : هني عبد النور ، رئيس تحرير إذاعة المدية الجهوية ، ، 2021/05/22 ، قاعة التحرير ، على الساعة ، 10.00 صباحا

كما أن إعلاميي إذاعة المدية الجهوية يأخذون كل المواضيع لان الفيسبوك ومواقع التواصل الاجتماعي تعتبر أحسن مكان للإعلامي من اجل الحصول على كل ما يريد و بكل سهولة و بكل حرية ، كما لوحظ إن المواضيع السياسية أيضا تعتبر من المواضيع التي يأخذها الإعلامي و هذا لتعاظم الدور السياسي خاصة بعد الأحداث الأخيرة ، رغم أن اغلب الإعلاميين لهم علاقة مباشرة مع مسؤوليي ولاية المدية و كذا البلديات و الدوائر.[1]

الجدول رقم (15) : تتمثل في مراعاة خصوصية المنطقة في نشر المواضيع و الأخبار الموجودة في مواقع التواصل الاجتماعي

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	**9**	**% 37.5**
لا	**5**	**% 20.83**
على حسب الموضوع	**10**	**% 41.67**
المجموع	**24**	**% 100**

نلاحظ أن مفردة على حسب الموضوع كانت أعلى نسب ب 41.67 %و نعم ب 37.5 %، أما لا فكانت في المرتبة الأخيرة ب 20.83 % .

يمكن تفسير النتائج بأن إعلاميي إذاعة المدية الجهوية يراعون خصوصية المنطقة ، عادات ، تقاليد...، و هذا من اجل الحفاظ على القاعدة الجماهيرية المكتسبة ، واكتساب جمهور آخرون ، في حين يرى بعض الإعلاميين إنهم لا يضحون بحرية رأيهم على حسب جمهور يخاف من كل ما هو جديد ، فهذا الجزء من إعلامي إذاعة المدية الجهوية يتحدون الواقع لأنهم يعتبرون أنفسهم من يصنعون التغيير ولو خاف كل إعلامي من المجتمع و رضخ لهم لما كان هناك تطور في المجتمعات ، بل يرى هؤلاء القلة

[1] مقابلة مع : هني عبد النور ، رئيس تحرير اذاعة المدية الجهوية ، مفر الاذاعة ، يوم : 2021/05/22 ، قاعة التحرير ، 10.00 صباحا

من الإعلاميين أن توجيه المجتمع وإخراجه من عنق الزجاجة و الأخذ به إلى التفكير الايجابي و تغيير أنماط الحياة المليئة بالتعصب و الذكورية .

المحورالخامس : تأثير استخدام الإعلاميين لمواقع التواصل الاجتماعي –الفيسبوك–على أدائهم المهني

الجدول رقم (16) : الصعوبات التي تواجه الإعلامي أثناء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	**10**	**% 41.67**
لا	**14**	**59.33**
المجموع	**24**	**% 100**

نلاحظ في الجدول أعلاه أن الإجابة ب " لا " بلغ أعلى نسبة ب 59.33 %، وذلك راجع للأسباب التالية :

الفيسبوك لا يتطلب مجهودا فكريا لإنشاء صفحة ا واو للنشر آو التدوين ومشاركة المحتوى

- استخدام الفيسبوك لا يتطلب وقت طويل
- سهولة الاستخدام
- مجانية الدخول لمواقع التواصل الاجتماعي خاصة فيما يتعلق ب الفيسبوك
- توفر مواقع التواصل الاجتماعي على معلومات و مضامين إعلامية تصب في خدمة الإعلامي
- إمكانية الدخول لمواقع التواصل الاجتماعي و الحصول على ما يلبي حاجات الإعلامي
- في بعض الأحيان تمكن مواقع التواصل الاجتماعي الإعلامي من اخذ السبق

أما الإجابة ب " نعم " فكانت نسبته 41.67 % و هذا ما يبين أن إعلاميي إذاعة المدية الجهوية ليست لهم صعوبات كبيرة و من خلال مقابلاتنا الرسمية [1]و أحاديثنا الجانبية معهم فتبين ان اغلب الصعوبات

[1] مقابلة مع : حسنة بن براهيم ، مخرجة بإذاعة المدية الجهوية ، مقر الإذاعة، 2021/05/01 ، مقر الاذاعة ، على الساعة : 11.15 صباحا

هي عبارة عن صعوبات مادية أو تقنية لان اغلب الإعلاميين يعتمدون على هواتفهم الخاصة في التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي و هذا ما يراه الإعلاميين انه من غير المعقول استعمال أشيائهم الخاصة في العمل الإعلامي أو المهني ، أما الجانب التقني فيتمثل في الأعطال المتكررة او الصعوبة في الدخول لمواقع التواصل الاجتماعي بسبب نقص الاتصال (connexion) خاصة في المناطق النائية .[1]

الجدول رقم (17) :يمثل سعي المؤسسات الإعلامية بمختلف أنواعها لتوظيف مواقع التواصل الاجتماعي و الفيسبوك في إطار العمل الإعلامي

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
مكسب للعمل الإعلامي	**12**	**%50**
تهديدا للعمل الإعلامي	**10**	**%41.67**
أخطاء مصادر الأخبار التقليدية	**02**	**%8.33**
المجموع	**24**	**% 100**

نلاحظ أن للمفردتين "مكسب للعمل الإعلامي " و " تهديدا للعمل الإعلامي " بنسب على التوالي : 50 % و 41.67 % أي أن النتائج متقاربة على عكس مفردة " أخطاء مصادر الأخبار التقليدية "،و من النتائج المبينة أعلاه يتضح أن المؤسسات الإعلامية ، تسعى بمختلف أنواعها لتوظيف مواقع التواصل الاجتماعي ، في إطار العمل الإعلامي من اجل خلق جو من التحدي الإعلامي ، لان الإعلاميين يرون انه أن أهملوا التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي سيصبح هذا تهديدا لعملهم الإعلامي وذلك من خلال تمحيص المعلومات و التأكد من صحتها ، أما اللذين رأوه مكسبا و هي النسبة الأكبر فلان الإعلاميين يروا أن مواقع التواصل الاجتماعي فيه جانب من الحرية مقارنة بالإعلام التقليدي ، وأيضا سهولة الحصول على المعلومة و الخبر كما وضحنا في الجدول رقم (16) : الذي يتحدث حول

[1] مقابلة مع : عمر بكير، مراسل إذاعة المدية الجهوية ، مقر الإذاعة ، 2021/05/24 ، مقر الاذاعة ، على الساعة ، 14.00 زوالا

الصعوبات التي تواجه الإعلامي أثناء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، أما الإعلاميين اللذين يرون أخطاء مصادر الأخبار التقليدية فهم يحملون الإعلام القديم في عدم مواكبة العصر و كل ما هو جديد.

الجدول رقم (18) : أهمية الصفحات الفيسبوكية الخاصة بنشر المعلومات و الأخبار بالنسبة لإعلاميي إذاعة المدية الجهوية

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
مهمة جدا	1	% 4.16
مهمة	10	% 41.66
غير مهمة	13	% 54.16
المجموع	24	% 100

يوضح الجدول النتائج التالية فيما يخص أهمية الصفحات الفيسبوكية بالنسبة لإعلاميي إذاعة المدية الجهوية في نشر الأخبار و المعلومات ، حيث يتبين لنا جليا أن الأخبار و المعلومات المنشورة في الفيسبوك غير مهمة بنسبة 54.16 % ،و ما يرونها مهمة فهي بنسبة 41.66 %، أما مفردة مهمة جدا فهي بنسبة 4.16 %

نفسر النتائج المبينة في الجدول أعلاه أن اغلب الإعلاميين لا يرون المعلومات و الأخبار المنشورة بتلك الأهمية البالغة ن بل يرونها غير مهمة و ذلك راجع إلى :

- ليست مصدر موثوق للمعلومة
- ترويج أدواتها لنشر الشائعات أو لبث الكراهية و التعصب
- اختلاق إشاعات و التعامل معها على أساس أنها حقائق
- عدم موضوعية الأخبار و المعلومات
- الأخبار و المعلومات الموجودة في الصفحات الفيسبوكية كثيرا ما تكون تبحث على(bezz)

أما الإعلاميين اللذين يرون أن صفحات الفيسبوك الخاصة بالأخبار و المعلومات مهمة بالنسبة للإعلامي فهي أيضا عالية وهذا راجع إلى ما يلي :

تقول المخرجة الإذاعية "حسنة بن إبراهيم " : إن الصفحات الفيسبوكية تمكن الإعلامي من التعاون مع صناع المحتوى و مطوري التكنولوجيا ، و كذا سرعة الوصول إلى المعلومة ، و تلغي العوائق الجغرافية و المسافات ، ....الخ[1]

كما يقول رئيس التحرير للإذاعة الجهوية للمدية " هني عبد النور " : إن الصفحات الفيسبوكية تستعمل لتسويق المحتوى المتميز الذي تصنعه المضامين الإعلامية ، فهي تعتبر كنز بالنسبة لوسائل الإعلام ، وهي تفتح أفاقا و منحت حرية غير مسبوقة .

الجدول رقم (19) : تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء المهني لإعلاميي إذاعة المدية الجهوية

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	**10**	**% 41.67**
لا	**11**	**% 45.83**
نوعا ما	**3**	**% 2.5**
المجموع	**24**	**% 100**

النتائج المبينة في الجدول حول السؤال هل أثرت مواقع التواصل الاجتماعي على أدائهم المهني فنلاحظ أن نسبة 45.83 % و الإجابة ب نعم بنسبة 41.67 % ، أما مفردة نوعا ما فكانت ب 2.5%.

و بعد أن اقتربنا من الإعلاميين وسألناهم لماذا من جهة تقولون أنكم تستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي و من جهة أخرى تعتبرون هاته المواقع لا تؤثر في أدائكم الإعلامي كانت إجاباتهم التوضيحية تخص التأثير على المضمون بشكل مباشر مثل تغيير مواضيع البرامج أو إن تصبح المادة الإعلامية مأخوذة من مواقع التواصل الاجتماعي دون تثبت أو الرجوع إلى المصدر ، كما يقول مجموعة

[1]مقابة مع : حسنة بن براهيم ، مخرجة باذاعة المدية الجهوية للمدية ، 2021/05/01 ، مقر الاذاعة ، على الساعة 11.15 صباحا

منهم أنهم مازالوا لم يتبنوا بعد مواقع التواصل الاجتماعي ، و إمكانياتها في التواصل مع المستمعين و تعزيز العلاقة معهم ، و الوصول إليها عبر أدواتهم المختلفة ...

أما الإعلاميين اللذين كانت إجاباتهم نعم فتمثل التأثير فيما يلي :

- تمكينهم من اكتساب جمهور جديد و هذا نظرا للتفاعلية التي يتميز بها الفيسبوك و مواقع التواصل الاجتماعي ، و الذي مكنت الإعلاميين من التواصل مع المستمعين من أي مكان و في أي مكان و زمان و كذا من قدرة مواقع التواصل الاجتماعي على خلق فضاءات للحوار و التواصل و المشاركة الفعلية للمستمعين حتى في إثراء البرامج و المضامين الإعلامية . [1]
- تمكينهم من سرعة البحث عن المعلومة و هو ما اثر حقيقة على مسار ممارسة العمل الإعلامي فهذا الحراك المستمر على الفيسبوك و غيره من منصات مواقع التواصل الاجتماعي ، قد دفع بالإعلاميين للتوجه إليها ، من اجل سرعة الحصول على المعلومة و الخبر ، بالإضافة إلى عدم قدرة الإعلامي أن يتواجد في كل المناطق مما يجعل مواقع التواصل الاجتماعي لا غنى عنها ، فالصحافي المواطن كثيرا ما يكون شاهد عيان للكثير من الأحداث التي تجري في مناطق مختلفة ، و كثيرا ما يبث الأحداث وقت حدوثها مباشرة مما يوفر فرصة للإعلاميين من اغتنام الفرصة للحصول على أخبار سريعة ، ويثبت الواقع اليوم أن الكثير من الأحداث التي تناقشها كبرى القنوات الإعلامية
- تمكينهم من الحصول على تصريحات الرؤساء و الحكام و المسئولين، الفنانين ، المؤثرين...، و هو ما سهل رصد تصريحاتهم و هذا لا يختلف على ما هو موجود محليا بالنسبة لإعلاميي إذاعة المدية الجهوية فالكثير من المسئولين يمتلكون حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي انطلاقا من والي الولاية إلى اغلب رؤساء البلديات الذين هم أيضا بدؤوا يتبنوا مواقع التواصل الاجتماعي ، مرورا بالكثير من المؤسسات على غرار المجلس الشعبي الولائي ، .....الخ فهذه التصريحات قد تكون لإجراء تحقيقات إذاعية ، تقارير إخبارية ، أو حتى جوارا إذاعيا فاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي يحقق هذا الإشباع الإعلامي .

[1] أمين منصور وافي ، 2005-2006 ، الإعلام الفلسطيني و الأداء المهني للإعلاميين الفلسطينيين في انتفاضة الأقصى ، أطروحة دوكتوراة، قسم علوم الإعلام والاتصال ، كلية العلوم السياسية و الإعلام ، جامعة الجزائر بن يوسف بن خده

- أيضا تمكينهم من تعزيز عملية جمع المعلومات ذلك أن الفيسبوك تحول اليوم إلى مصدرا قويا للأخبار ، وان الإعلاميين كثيرا ما يلجئون إلى الفيسبوك من اجل استكمال الأخبار ، و دعمها بمواد مكتوبة أو سمعية بصرية أو توضيحات مما هو منشور على صفحات المواقع.
- تمكينهم من الحصول على قصص ، فالفيسبوك و مواقع التواصل الاجتماعي مصدرا ملهما للإعلامي من اجل الحصول على قصة صحفية ، أو تمنحه إشارة لقصص تستحق أن تكون فلب مواضيع صحفية مثيرة و في حديثنا إلى بعض الإعلاميين بالإذاعة صرحوا لنا أن كثيرا من أعمالهم الصحفية الناجحة كانت انطلاقاتها من منصات مواقع التواصل الاجتماعي
- تمكينهم من متابعة نشاطات الزملاء و الإعلاميين و الاستفادة من خبراتهم ، وتجاربهم المهنية ، و بإمكانهم التواصل الفوري معهم ، و طلب التوضيحات بشان أعمالهم ، و الإعلاميين كباقي أفراد المهن الأخرى عادة ما يسعون إلى تحسين أدائهم المهني ، و تحقيق نتائج ايجابية في العمل .

المطلب الثاني : عرض و تحليل الجداول المركبة

الجدول رقم 01: يوضح العلاقة بين متغير الجنس و السن

المتغيرات / الإجابة	الجنس				المجموع
	أنثى		ذكر		
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	%41.67
من 25 إلى 30	04	%16.67	06	% 25	
من 31 إلى 40	06	%25	06	% 25	%50
اكبر من 40	0	00	02	%8.33	%8.33
المجموع	10	%41.67	14	%58.33	%100

من الجدول السابق يتبين لنا آن فئة الإناث التي تتراوح أعمارهن بين 25-30 سنة بنسبة 25% و كذا الإناث اللواتي يتراوح سنهن بين 31-40 بنسبة 25%اعلى النسب وهي نسب منطقية جدا و هذا راجع إلىأنإذاعة المدية الجهوية بدا بثها منذ 2010 و الالتحاق بها كان متأخرا نوعا ما بالنسبة للإناثمقارنة بالذكور اللذين التحقوا بالاذاعة منذ البداية و هذا ما تبينه الفئة المدروسة من الذكور فنجد الفئة العمرية

بين 25-30 سنة بنسبة 25% متساوية و هذا راجع كما قلنا سابقا إلى حداثة إنشاء الإذاعة المحلية للمدية و إغلاق باب الالتحاق بها منذ خمس سنوات .

الجدول رقم 02 : يوضح العلاقة بين المستوى التعليمي واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

المتغيرات / الإجابة	الجنس				المجموع	
	أنثى		ذكر			
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
اقل من ساعة	3	%12.5	3	%12.5	6	%25
اكثر من ساعة	11	%45.83	7	%29.17	18	%75
المجموع	14	%41.67	10	%58.33	24	%100

يوضح الجدول المبين أعلاه أن فئة االاناث والذكور يستخدمون الفيسبوك أكثر من ساعة في حين تتفوق الاناث بنسبة 45.83% و هذا يبين أن اغلب هته الفئة من إعلاميي اذعة المدية الجهوية ، لا يستغنون عن مواقع التواصل الاجتماعي في عملهم الإعلامي مقارنة بالذكور ، و هذا راجع إلى أن الإناث يرون بأن المعلومات و الأخبار التي يحصلون عليها من مواقع التواصل الاجتماعي بالغة الأهمية في أدائهم الإعلامي و تحقيق الأهداف المسطرة من استخدام هته المواقع كتحقيق السبق الصحفي ، الاطلاع على كل ما هو جديد ، اخذ المقاطع الموسيقية و الصوتية ...الخ، بالإضافة إلى أن اغلب الإعلاميات يمارسن نشاطهن داخل مقر الإذاعة في حين أن الذكور يمارسون تغطياتهم الإعلامية في كامل أنحاء الولاية و هذا ما يحتم عليهم الاعتماد الكبير على المواقع.

الجدول رقم 03 :يوضح العلاقة بين متغيرالمستوى الدراسي والخبرة

المتغيرات / الإجابة	المستوى الدراسي						المجموع	
	اقل من 5 سنوات		بين 5 و 10 سنوات		أكثر من 10 سنوات			
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
ثانوي	0	0	1	%4.16	2	%8.33	3	%12.5

جامعي	**3**	**%12.5**	**6**	**% 25**	**7**	**%29.16**	**16**	**%66.67**
دراسات عليا	**3**	**%12.5**	**1**	**%4.16**	**1**	**%4.16**	**5**	**%20.83**
المجموع	**6**	**%25**	**8**	**%33.33**	**10**	**%41.67**	**24**	**%100**

انطلاقا من الجدول أعلاه يتبين لنا أن متغير المستوى الدراسي (جامعي) بنسبة 25%أي بنسبة كبيرة وهذا راجع إلىأن من شروط الالتحاق بالإذاعة و لتكون إعلامي يجب أن تكون حاصلا على الشهادة الجامعية و هذا من اجل تحسين الأداءالإعلامي و الارتقاء به ، في حين نلاحظ أن متغير المستوى (جامعي) بنسبة 29.16% لأصحاب الخبرة اللذين يفوقون 10 سنوات ، فكان مجموع النسب هو 66.67%،وهذا يعبر عن سياسة الإذاعة حين تم افتتاحها ، فهي تعطي الأهميةالبالغة لخريجي الجامعات .

الجدول رقم 04 : يوضح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي ودوافع استخدام إعلاميي إذاعة المدية الجهوية لمواقع التواصل الاجتماعي

المتغيرات / **الإجابة**	**المستوى الدراسي**				**المجموع**			
	ثانوي		**جامعي**		**دراسات عليا**		**المجموع**	
	تكرار	**نسبة**	**تكرار**	**نسبة**	**تكرار**	**نسبة**	**تكرار**	**نسبة**
فيسبوك	**2**	**20.33 %**	**8**	**%33.33**	**2**	**%20.33**	**12**	**%50**
انستغرام	**1**	**%4.16**	**3**	**%12.5**	**1**	**%4.16**	**5**	**%20.83**
تويتر	**0**	**0**	**1**	**%4.16**	**0**	**0**	**1**	**%4.17**
يوتيوب	**0**	**0**	**4**	**16.66%**	**2**	**%8.33**	**6**	**25%**
المجموع	**3**	**%12.5**	**16**	**%66.67**	**5**	**%20**	**24**	**%100**

يبين الجدول أعلاه أن الاعلامين ذوي المستوى الثانوي يستخدمون الفيسبوك بنسبة 20.33% ، فهم يرون أن الفيسبوك هو الموقع الذي يمكنهم من الحصول على المعلومة و يمكنهم من السبق الصحفي و

كذا الآنية في الحصول على الخبر و المعلومة ، كما ذهب أيضا ذوي المستوى الجامعي في نفس الاتجاه فنسبة 33.33% منهم يستخدمون الفيسبوك لأنهم يعتبرون أن الفيسبوك هو الذي يمكنهم من الحصول على المعلومة لأنه الأسهل استعمالا و الأشهر ، و بالتالي تكون كل المعلومات و الأخبار متواجدة به ، و نفس الشيء ينطبق على الإعلاميين أصحاب الشهادات العليا .

الجدول رقم 05 : يوضح العلاقة بين متغير المستوى الدراسي والحصول على المعلومات و الأخبار التي توجد على مستوى مواقع التواصل الاجتماعي –الفيسبوك–مباشرة

المتغيرات / الإجابة	المستوى الدراسي						المجموع	
	ثانوي		جامعي		دراسات عليا			
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
نعم	2	**%8.33**	5	**%20.83**	03	**%12.5**	10	%41.67
لا	1	**%4.16**	11	%45.83	02	**%8.33**	14	% 58.33
أحيانا	0	0	0	0	0	0	0	0
المجموع	3	**%12.5**	16	%66.67	5	% 20.83	24	%100

يوضح الجدول أعلاه أن فئة الإعلاميين ذوي المستوى الجامعي بنسبة 45.83 % لا ينقلون الأخبار و المعلومات الموجودة في مواقع التواصل الاجتماعي وهذا حسب رأي الإعلامية حسنة بن براهيم [1]أن المعلومات الموجودة في هته المواقع وجب التحري من مصداقيتها قبل نقلها حتى وان كانت مأخوذة من الصفحات الرسمية ، ة هذا تجنبا للوقوع في الأخبار الزائفة التي تعتبرها الإعلامية حسنة بن براهيم و على حسب تعبيرها "أنها اكبر عدو للإعلامي " ، أما فئة الإعلاميين التي لديهم دراسات عليا فاغلبهم ينقل الأخبار و المعلومات مباشرة ، فنسبة 12.5% منهم يعطون أهمية للسبق الصحفي مع الأخذ من الصفحات الرسمية الأخبار و المعلومات ، و هذا على حسب تعبيرهم انه من أهم مميزات الإعلامي الناجح أن يكون له السبق الصحفي .

[1] مقابلة مع : حسنة بن براهيم ، مخرجة باذاعية المدية الجهوية ، يوم 2021/05/01 ، مقر الاذاعة على الساعة : 11.15 صباحا

الجدول رقم 06 : يوضح مدى سهولة الحصول على المعلومات و الاخبار من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

المتغيرات / الإجابة	دور مواقع التواصل الاجتماعي –الفيسبوك–في تسهيل الحصول على المعلومات و الأخبار						المجموع	
	نعم		لا		أحيانا			
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
الآنية	2	%8.33	1	%4.16	0	0	3	%12.5
الثراء و التنوع في المواضيع	1	%4.16	1	%4.16	4	%16.66	6	%25
إمكانية التفاعل	1	%4.16	5	%20.83	4	%16.66	10	%41.67
السهولة في الحصول على المعلومة و الخبر	2	%8.33	1	%4.16	2	%8.33	5	%20.83
المجموع	6	%25	8	%33.33	10	%41.67	24	%100

يوضح الجدول أعلاه يبين أن متغير التفاعل هو الأعلى بنسبة 20.83% ، و هذا يدل على أن الإعلاميين يرون أن التفاعل مع الجمهور ساعدهم في معرفة تفكير و ميولات هذا الجمهور و بالتالي الاقتراب منهم و تحسين المادة الإعلامية على حسب أذواقهم و إمكانية التأثير فيهم إيجابا. "

جدول رقم 07 : يوضح الصعوبات التي يواجهها إعلاميي اذاعة المدية الجهوية من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

المتغيرات / الإجابة	الصعوبات التي تواجه إعلاميي إذاعة المدية الجهوية				المجموع	
	نعم		لا			
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
مهمة جدا	1	%4.16	0	0	1	%4.16
مهمة	5	%20.83	5	% 20.83	10	%41.66
غير مهمة	4	%16.66	9	%37.5	13	%54.16
المجموع	10	% 41.67	14	%59.33	24	%100

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة 37.5 % من الإعلاميين يرون الصفحات الفيسبوكية الخاصة بنشر المعلومات و الإخبار غير مهمة ، لأنهم يعتمدون على التواجد الميداني للحصول على المعلومة و الخبر من عين المكان ، و أيضا العلاقات الطيبة التي تجمعهم بالمسئولين و هذا يساعدهم على الحصول على الأخبار دون الحاجة للرجوع إلى الفيسبوك ، وهذا رغم الصعوبات التي يواجهونها في الحصول على المعلومات و الأخبار ، نظرا إلى صعوبة التواجد الدائم في عين المكان ، و كذا تستر بعض المسئولين على الخبر و المعلومة ، في حين نسبة 20.83% من الإعلاميين يرون أن الأخبار و المعلومات الموجودة على الصفحات الفيسبوكية ذات أهمية ، لما تقدمه للإعلاميين من معلومات و أخبار دون التواجد الجسدي في المكان و أيضا ربح الوقت ، ولكن دائما تعترضهم صعوبات تقنية كانقطاعات في شبكة الانترنت خاصة في الأماكن النائية ، و كذا الخوف من الأخبار الزائفة ...الخ.

الجدول رقم 08: يوضح العلاقة بين توزيع العينة حسب تلبية مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات و الأخبار و علاقته بنقل هته الأخبار و المعلومات ، خاصة تلك الموجودة في الفيسبوك

المتغيرات / الإجابة	تلبية مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات و الأخبار						المجموع	
	نعم		لا		غالبا			
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
نعم	2	**%8.33**	5	**%20.83**	3	**12.5%**	10	**%41.67**
لا	2	**8.33%**	6	**%25**	6	**%25**	14	**%58.33**
غالبا	00	00	00	00	00	00	00	00
المجموع	4	**%16.67**	11	**%45.83**	9	**%37.5**	24	**%100**

من خلال الجدول المبين أعلاه ، نلاحظ أن نسبة 58% من الإعلاميين يعتبرون أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تلبي حاجاتهم في الحصول و نقل الأخبار و المعلومات و هذا راجع كما قلناه سابقا في الجدول رقم 08 ، من عدم موثوقية الأخبار و المعلومات و كذا الخوف من الأخبار الزائفة .

الجدول رقم 09 : يوضح مدى مراعاة إعلاميي إذاعة المدية الجهوية خصوصية المنطقة ، و تحريهم مصداقية و موضوعية الأخبار و المعلومات المنشورة .

المتغيرات / الإجابة	مراعاة خصوصية المنطقة في نشر الأخيار و المعلومات المأخوذة من مواقع التواصل الاجتماعي						المجموع	
	نعم		لا		على حسب الموقع			
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
مقارنتها مع مواقع أخرى	4	% 16.66	2	%8.33	3	%12.5	9	%37.5
انتظار نشرها في قناة أخرى	1	% 4.16	1	%4.16	2	%8.33	4	%16.67
الرجوع إلى مصدر المعلومة و الخبر	4	%16.66	2	%8.33	5	20.83%	11	%45.83
المجموع	9	% 37.5	5	% 20.83	10	%41.67	24	%100

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة 45.83 % من إعلاميي إذاعة المدية الجهوية يعتبرون أن الرجوع إلى مصدر المعلومة ، وأيضا مراعاتهم نوع الموقع المنشورة فيه هته المعلومات و الأخبار ، هو المعيار الأنسب لتحري مدى مصداقية المعلومات و الأخبار ، وكذا مراعاة خصوصية المنطقة فليس كل ما هو موجود في مواقع التواصل الاجتماعي ينشر في الإذاعة و ليس كل ما ينشر في إذاعة ما ، ينشر في إذاعة المدية الجهوية ، فكل مجتمع له خصوصياته ، فالمراسل " عمر بكير " على سبيل المثال يقول انه قبل نشر الخبر او المعلومة المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي وجب عليه أن يراعي الموقع المنشورة في و كذا مقارنتها مع مواقع أخرى ، فلما يجد آن المعلومة منشورة في اغلب المواقع فلا باس بنشرها .[1]

الجدول رقم 10 : يوضح العلاقة بين المدة المستغرقة لإعلاميي إذاعة المدية الجهوية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و اعتمادهم على هذه المواقع كمصدر للمعلومات

[1] مقابلة مع : عمر بكير ، مراسل إذاعة المدية الجهوية ، يوم : 2021/05/24 ، مقر الإذاعة ، على الساعة : 14.00 زوالا

المتغيرات / الإجابة	المدة المستغرقة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يوميا				المجموع	
	اقل من ساعة		أكثر من ساعة			
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
ينقص من مصداقية الصحفي لدى جماهيره	2	%8.33	3	%12.5	5	%20.83
يوطد العلاقة بين الإعلامي و جمهوره	1	%4.16	2	% 8.33	3	%12.5
ينقص من قيمة المعلومة و الخبر	1	%4.16	5	%20.83	6	%25
يساعد الإعلامي في الانفتاح و يقبل كل ما هو جديد	2	%8.33	8	%33.33	10	%41.66
المجموع	6	%25	18	%75	24	%100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن اختلافات كثيرة في الوقت المستغرق في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يوميا ، فنلاحظ أن نسبة 41.66 % من الاعلاميين يستخدمونها أكثر من ساعة يوميا ، لأنه في نظرهم يساعدهم على الانفتاح و تقبل كل ما هو جديد ، و بدرجة اقل فإنهم يرون أن الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي ينقص من قيمة المعلومة و الخبر و هذا لأنه في غالبية الأحيان لا يتم ذكر مصدر المعلومة و الخبر ، بالإضافة إلى صعوبة التثبت من صحة المعلومة و الخبر .

الجدول رقم 11 : يمثل العلاقة بين متغير الخبرة المهنية و مدى تلبية مواقع التواصل الاجتماعي – الفيسبوك–في الحصول على المعلومات و الاخبار

المتغيرات / الإجابة	الخبرة المهنية						المجموع	
	اقل من 5 سنوات		بين 5 و 10 سنوات		أكثر من 10 سنوات			
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
نعم	1	%4.16	2	%8.33	1	%4.16.	4	%16.67
لا	5	%20.83	6	%25	0	00	11	%45.83

أحيانا	4	%16.67	4	%16.67	1	%4.16	9	%37.5
المجموع	10	%41.67	12	%50	2	%8.33	24	%100

يتضح من خلال الجدول أعلاهأنإعلامييإذاعة المدية الجهوية ، بنسبة 45.83%يعتبرون أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تلبي اشباعاتهمو هذا لان مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة لهم لا تحقق في اغلب الأحيان ما يبحثون عنه وكذا يصعب التحقق من مصداقية المعلومة و الخبر الذي يأخذونه من هته المواقعبالإضافةإلىأن مواقع التواصل الاجتماعي ليست مصدرا موثوقا به كثيرا.

المطلب الثالث: نتائج الدراسة

توصلنا من خلال دراستنا لمدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي –الفيسبوك– على الأداء المهني لإعلاميي إذاعة المدية الجهوية إلى مجموعة من النتائج يمكن تلخيصها في النقاط التالية :

- أصبح استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف إعلاميي إذاعة المدية الجهوية ضرورة حتمية للولوج إلى فضاء وسائل الاتصال و الإعلام الجديدة و مسايرة التطورات الراهنة .
- تتمثل أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما من طرف إعلاميي إذاعة المدية الجهوية هو موقع الفيسبوك
- يعتمد إعلاميو إذاعة المدية الجهوية على أجهزتهم الخاصة في الاطلاع على مضامين مواقع التواصل الاجتماعي
- يرى إعلاميو إذاعة المدية الجهوية أن مواقع التواصل الاجتماعي هي وسائل إعلام جديدة تساعد على التفاعل مع الجمهور و الاتصال و التواصل بين الأفراد
- يستخدم إعلاميو إذاعة المدية الجهوية مواقع التواصل الاجتماعي في عملهم الإعلامي كمصادر للاطلاع على الأخبار و المعلومات التي لا يتمكنون من تسجيل حضورهم لحظة و وقوعها ، أو الأخبار و المعلومات الجديدة و المهمة
- يعتمد إعلاميو إذاعة المدية الجهوية بشكل كبير على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات و الأخبار لكن بعد التأكد من مصداقيتها

- لا تبث إذاعة المدية الجهوية مضامين مواقع التواصل الاجتماعي مباشرة ، و إنما يعمل إعلاميوها على التأكد من صحة الخبر من خلال إجراء اتصالات مع هيئات رسمية ، كما أن المادة المنشورة يجب أن تعدل و تصب في قالب صحفي مهني .

الخاتمة

حاولنا من خلال الدراسة التي قمنا بها إبرازتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء المهني لإعلاميإذاعة المدية الجهوية ، و ذلك لأهميةهاته المواقع و دورها الكبير في الحياة المهنية بالنسبة للإعلامي

و في دراستنا أيضا بينا استخدام إعلامييإذاعة المدية الجهوية لمواقع التواصل الاجتماعي و الفيسبوك كمصدر للمعلومات محاولين الكشف على مدى استخدام الإعلاميين لموقع الفيسبوك الذي أصبح له دور كبير و مهم في مجالهم الإعلامي من خلال التزود بالأخبارالآنية و كذا إجراء مقابلات صحفية دون تنقل إلى جانب استطلاع الرأيالعام، كما حاولنا استجلاء استخدام الفيسبوك في الأداء المهني لإعلامييإذاعة المدية الجهوية ، حيث توصلنا إلىأن موقع الفيسبوك يستخدم بصفة دائمة من قبلالإعلاميين و بنسب متفاوتة ، وايضا حاولنا في دراستنا إظهار اعتماد الإعلاميين على معلومات الفيسبوك كمصدر للأخبار و المعلومات ، و هذا ما يؤدي بنا إلى تحديد دور الموقع في انجاز المادة الإعلامية، كما سلطنا الضوء على المعلومات المتداولة عبر الفيسبوك و تأثير تداولها على مصداقية الخبر و المعلومة .

و في الأخير نقول أن مواقع التواصل الاجتماعيأصبحت حديث العام و الخاص ، فما بالك بالإعلاميين فهم يبحثون دائما على السبق الصحفي و الآنية، و أيضا يعتبرونها مظهر من مظاهر التحضر بل أن من لا يستعمل هاته المواقع فهو إعلامي تقليدي لا يمكنه إعطاءإضافة للمؤسسة الإعلامية .

فمواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تمثل الحيز المكاني للتعارف و إنشاء صداقات و التعلم و التثقيف و كذا حرية التعبير و الإبداعالإعلامي من خلال الاحتكاك بزملاء المهنة في الوطن و خارجه ، فقد تمكنت هاته المواقع من بلوغ كل الفئات العمرية على اختلافها ، صغار ، كبار ، و خصوصا الكبار لأنهم يخافون من كل ما هو جديد .

ختاما تبقى هاته الدراسة جزء من أجزاء البحث المتواصلة لاستكشاف مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي و تحديدا الفيسبوك على الأداء المهني للإعلاميين ، فالنتائج التي توصلنا إليها لا ندعي بأننا بلغنا نتائج تعبر عن كل ما يتعلق بمستخدمي الفيسبوك من الإعلاميين ، إلاأننا نستطيع القول أن كل ماقمنا به خلال الدراسة هو توضيح بعض الجوانب من استخدام هذا الموقع من قبل الإعلاميين ، و البحث العلمي لا ينتهي .

المصادر و المراجع

قائمة المصادر والمراجع:

المعاجم والموسوعات :

أ/باللغة عربية:

1. حمدي محمد الفاتح ،منهجية البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال –دروس و نظرية تطبيقات– الطبعة الأولى ––، الأردن ، دار أسامة للنشر 2017
2. محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، عالم الكتب ، القاهرة ، الطبعة الأولى ، 2000 م
3. محمد منير حجاب ، الموسوعة الإعلامية ، المجلد 2 دار الفجر 2003

الكتب :

01. احمد مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال ، ط2 ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ،2005
02. اشرف فهمي خوجة ، المؤسسات الصحفية بين التنظيم و الرقابة ، دار المعرفة الجامعية ، القاهرة ، 2008
03. إمام إبراهيم ، الإعلام الإذاعي و التلفزيوني ، الطبعة الثانية ، دار الفكر العربي، مصر ، 1985
04. أنجرس ، موريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، الطبعة الثانية ، دار القصبة للنشر، الجزائر 2006
05. بعزيز إبراهيم ،، عصر الميديا الجديدة ،في سلسلة مصر ، منشورات إذاعات الدول العربية ، 2016
06. حسين شفيق ، نظريات الإعلام ، دار فكر و فن الطباعة و النشر و التوزيع ،مصر، ط2 2014
07. حمدي محمد الفاتح ، منهجية البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال (دروس نظرية و تطبيقية) ،ط 1 ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، الأردن ،2017
08. حمدي محمد الفاتح ،منهجية البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال –دروس و نظرية تطبيقات– الطبعة الأولى ، دار أسامة للنشر ، الأردن 2017

09. راوية محمد، إدارة الموارد البشرية _ رؤية مستقبلية ، الطبعة الثانية ، ، نشر ة توزيع الإسكندرية ، مصر، 2001

10. زلطة عبدا لله ، الكتابة للراديو و التلفزيون ، دار الكتاب الجامعي ، القاهرة 2003 ، ص 54

11. زهير احدادن ، تاريخ الإذاعة ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر 1999 ، ص 109

12. سلمان بكر بن كران، الاتصال الجماهيري و الخدمة الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي ، ط1 ، دار الراية للنشر و التوزيع ، عمان الأردن،2002

13. عبد الحميد بسيوني ، التعليم و الدراسة على الانترنت ، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ، القاهرة ،2001

14. عبدالله محمد عبد الرحمن ، سوسيولوجيا الاتصال و الإعلام ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية 2002

15. عقيل حسين عقيل ، خطوات البحث العلمي في تحديد المشكلة إلى تفسير النتائج ، دار ابن كثير ، بيروت، لبنان

16. علي خليل شقرة ، الإعلام الجديد(شبكات التواصل الاجتماعي)،ط1 ،دار أسامة للنشر و التوزيع ،الأردن ، عمان ،2014

17. كريمة عبد الرحيم الطائي ،احمد محمد المومني ،منهجية البحث العلمي في الشريعة و القانون، دار مجدلاوي للنشر و التوزيع ،عمان 2014

18. لوي تابينغ ، كيفية إنشاء محطة إذاعية للبث المحلي ، منظمة الأمم المتحدة للتعليم و العلوم و الثقافة (اليونسكو) ، ط1 ،القاهرة 2005

19. محمد الغريب ، ،البحث العلمي و المنهج و الإجراءات _الطبعة الثانية _المكتب الجامعي الحديث، محطة الرمل ، الإسكندرية 2013

20. محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، ط1 ،عالم الكتب ، القاهرة ، 2000م

21. مروى ، عصام صلاح ، ، الإعلام الالكتروني الأسس و أفاق المستقبل ، عمان دار الإعصار ، للنشر و التوزيع 2015

22. منى سعيد الحديدي ، سلوى أمام علي ، الإعلام و المجتمع ، الدار المصرية اللبنانية ، ط 2 ، 2006

23. مي العبد الله ، نظريات الاتصال ، ط1، دار النهضة العربية ، بيروت 2006

24. نور الدين تواتي ، الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية في الجزائر، ط1، دار الخلدونية ، الجزائر 2009

الرسائل الجامعية :

1. أمين منصور وافي ، الإعلام الفلسطيني و الأداء المهني للإعلاميين الفلسطينيين في انتفاضة الأقصى ، دراسة ميدانية لمراسلي الإذاعة و التلفزيون في قطاع غزة ، أطروحة دكتوراه ، قسم علوم للأعلام و الاتصال ، جامعة يوسف بن خده. 2005-2006

2. بوبكر بوعزيز ، استعمال وسائل الإعلام الاجتماعية كمصادر للأخبار –دراسة ميدانية على عينة من صحفيي وسائل الإعلام المكتوبة و السمعية البصرية في الجزائر– تخصص علوم الإعلام و الاتصال ، جامعة باتنة ، كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية ، الجزائر

3. محمد الغريب، الهجرة الداخلية ، أثارها ودوافعها ، رسالة دكتوراه ، كلية الآداب ، قسم الاجتماع 1976

4. ياسين جبايلية ، نصر الدين دردور ، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال ، استخدام إعلاميي الإذاعات المحلية لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على أدائهم المهني ، تخصص اتصال و تسويق ، جامعة جيجل ، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، الجزائر 2018/2017

المجلات :

1. بعزيز إبراهيم ، عصر الميديا الجديدة ،في سلسلة مصر ، منشورات إذاعات الدول العربية ، 2016

2. حنادر عبد الله ، دور إذاعة الشلف في تنمية الإذاعة المحلية ،دراسة ميدانية على عينة من مواطني مدينة الشلف ، مجلة جيل العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، العدد 21 ، 2016

3. عبد المجيد افرام ، هدية خازني كاتبي ، اتجاهات الأردنيين نحو الأداء الإعلامي ، مجلة دمشق ، المجلد 26 ، العدد 3+4، 2010

4. عيادي منير ، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية ، استخدام الصحفيين الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي كمصادر للأخبار ، المجلد الثاني ، العدد الخامس ،2018

ب /المراجع الأجنبية :

01. .Michael ray (7-7-2019);social network ;WWW.BRITANNICA.COM.retrieved 16-12-2020.edited

02. Alexandersamur (22-11-2018); the history of social media ;29+key moment ; blog.hootsuite.com ;retrieved 16-12-2020.edited

03. Danah m; boyd;Nicoleb;ellison (1-10-2007) ^social network sites; definition ;history and scholarship^academic.oup.com;retrieved 16-12-2020.edited.

04. Daniel nations(6-6-2017) ; ¨what is Face book ?.lifewire ;retrieved 30-6-2017.edited

05. History and different types of social media ; scalar.usc.edu.;retrieved 16-12-2020.edited

06. Ken sundhem ;6-9-2011;^A BRIEF HISTORY OF SOCIAL MEDIA ; retrieved 16-12-2020.edited

07. NICHOLAS CARLSON (5-3-2010) ; ¨AT LAST – THE FULL STORY OF HOW FACEBOOK WAS FOUNDED¨ ; BUSINESSINSIDER ; RETRIVED 30-06-2017.EDITED.

08. NUMBER OF MONTHLY ACTIVE FACEBOOK ^^1 USERS WORLD WIDE AS OF 1ST QUARTER 2017 ;STATISTA ; RETRIVED 30-6-2017.EDITED.

09. Ricky singh (15-10-2019);The history of social media ;medium.com ;retrieved 16-12-2020.edited

10. THE EVOLUTION OF SOCIAL MEDIA ; HOW DID IT BEGIN;ONLINE ; MARYVILLE.EDU;RETRIEVED 16-12-2020.EDITED

11. The history of social networking ; how it all began;1stwebdesigner.com;13-2-2016;retrieved 16-12-2020

.12http://www.aljazeera.net/programs/withoutbounds

الملاحق

الملحق رقم (01) : استمارة الاستبيان

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علوم الإعلام و الاتصال

تخصص سمعي بصري

استمارة الاستبيان

موضوع المذكرة : تأثير مواقع التواصل الاجتماعي –الفيسبوك– على الأداء المهني لإعلامي إذاعة المدية الجهوية

- دراسة مسحية على عينة من إعلاميي إذاعة المدية الجهوية –

في إطار انجاز مذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر ،تخصص سمعي بصري ، نضع بين أيديكم هذه الاستمارة التي تتضمن مجموعة من الأسئلة الخاصة بموضوع " مواقع التواصل الاجتماعي –الفيسبوك– على الأداء المهني لإعلامي إذاعة المدية الجهوية ، نرجو التكرم بالإجابة عنها ، علما أن المعلومات المقدمة من طرفكم لا تستخدم إلا لغرض البحث العلمي.

من إعداد الطالبين :تحت إشراف :

بن لخظرعطافية الأستاذ : فار كمال

عمرون الربعي

السنة الدراسية : 2021/2020

المحور الأول : بيانات شخصية

- ✓ **الجنس :**

أنثى ☐ ذكر ☐

- ✓ **السن :**

من 25 إلى 30 ☐ من 31 إلى 40 ☐ أكثر من 40 ☐

- ✓ **المستوى الدراسي :**

ثانوي ☐ جامعي ☐ دراسات عليا ☐

شهادات أخرى : .....

- ✓ **الخبرة :**

اقل من 5 سنوات ☐ بين 5 سنوات و 10 سنوات ☐

أكثر من 10 سنوات ☐

المحور الثاني : استخدام الإعلاميين لمواقع التواصل الاجتماعي

1-هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي ؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا

لماذا .....☐.....

2-ما هي أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها ؟

فيسبوك ☐ انستغرام ☐ تويتر ☐

مواقع أخرى .....

3-كم تستغرق مدة استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي ؟

اقل من ساعة ☐ أكثر من ساعة ☐

4-هل تلبي مواقع التواصل الاجتماعي حاجتك في الحصول على المعلومة او الخبر ؟

نعم ☐ لا ☐ غالبا ☐

إذا كانت الإجابة ب لا ، لماذا ؟.....

5-هل تعتبر أن مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام و الفيسبوك خاصة تسهل عملية الحصول على المعلومات و الأخبار ؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

إذا كانت الإجابة لا أو أحيانا فلماذا ؟ ..... **المحور الثالث : دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي –الفيسبوك- للحصول على المعلومات و الأخبار ؟**

6-ماهي الدوافع و الاشباعات التي من خلالها يتم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و الفيسبوك ؟

- ✓ لان فضولك فضولك يدفعك للاطلاع على المعلومات و الأخبار ☐
- ✓ التسلية و تمضية الوقت ☐
- ✓ الحصول على المعلومات و الأخبار ☐
- ✓ الاطلاع على آخر المستجدات ☐
- ✓ تكوين صداقات مفيدة لعملك الصحفي ☐
- ✓ مشاركة أعمالك الصحفية مع القراء أوأصحاب المهنة ☐
- ✓ متابعة الحوارات و النقاشات ☐

7-ما الذي يدفعك إلى تتبع الأخبار و المعلومات و بالتحديد تلك الموجودة على الفيسبوك ؟

السرعة و الآنية ☐ الثراء و التنوع في المواضيع ☐ إمكانية التفاعل ☐

8-في نظرك هل يساهم موقع الفيسبوك في استقطاب الإعلاميين من خلال نسر المعلومات و الأخبار ؟

نعم ☐ لا ☐

كيف ذلك .....

9-هل يلعب الفيسبوك دورا مهما في الأخبار و المعلومات التي تستعملها كمادة إعلامية ؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

كيف ذلك .....

المحور الرابع : معالجة الأخبارو المعلومات المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي و الفيسبوك كنموذج ؟

10-هل تنقل الأخبار و المعلومات التي تجدها في مواقع التواصل الاجتماعي و الفيسبوك مباشرة ؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

إذا كانت الإجابة ب لا وضح كيف يتم ذلك .....

11-كيف تتحرى مصداقية المعلومة و الخبر ؟

- ✓ مقارنتها مع مواقع أخرى
- ✓ انتظار نشرها في قناة أو جريدة
- ✓ الرجوع إلى مصدر المعلومة أو الخبر

12-ما هي الأخبار التي تأخذها من الفيسبوك ؟

السياسية ☐ الاجتماعية ☐ الاقتصادية ☐ كل المواضيع ☐

13-هل تراعي خصوصية المنطقة في نشر المواضيع و الأخبار الموجودة في مواقع التواصل الاجتماعي ؟

نعم ☐ لا ☐ على حسب الموضو ☐

14-هل تعتبر أن الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار و المعلومات ؟

- ✓ ينقص من مصداقية الصحفي و موضوعيته لدى جمهوره ☐
- ✓ يوطد العلاقة بين الصحفي و جمهوره ☐
- ✓ ينقص من قيمة المعلومة ☐
- ✓ يساعد الإعلامي على الانفتاح و تقبل كل ما هو جديد ☐

المحورالخامس : تأثير استخدام الإعلاميين لمواقع التواصل الاجتماعي –الفيسبوك–على أدائهم المهني ؟

15- هل تواجهك صعوبات عند اعتمادك على مواقع التواصل الاجتماعي أثناء عملك الإعلامي ؟

نعم ☐ لا ☐

- ✓ إذا كانت إجابتك نعم فما نوع هذه الصعوبات
- ✓ عدم موثوقية الخبر أو المعلومة ☐
- ✓ إمكانية رفضها من طرف رئيس التحرير ☐
- ✓ المصدر غير كاف ☐

صعوبات أخرى

.....

16-تسعى المؤسسات الإعلامية بمختلف أنواعها لتوظيف مواقع التواصل الاجتماعي و الفيسبوك في إطار العمل الإعلامي ، فهل تعتقد أن هذا الأمر ؟

مكسب للعمل الإعلامي ☐ تهديد للعمل الإعلامي ☐ إقصاء لمصادر الأخبار التقليدية ☐

17-هل ترى أن الصفحات الفيسبوكية الخاصة بنشر المعلومات بالنسبة للإعلامي ؟

مهمة جدا ☐ مهمة ☐ غير مهم ☐

18-هل اثر محتوى مواقع التواصل الاجتماعي على أدائك المهني ؟

نعم ☐ لا ☐ نوعا ما ☐

وضح أكثر .....

19-هل ثر استخدامك للفيسبوك و مواقع التواصل الاجتماعي في تطور الأداءالإعلاميلإذاعة المدية الجهوية ؟

نعم ☐ لا ☐ نوعا ما ☐

الملحق رقم (02):المقابلة

جامعة يحي فارس – المدية –

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص سمعي بصري

مقابلة مع :

– رئيس تحرير إذاعة المدية الجهوية السيد : هني عبد النور

– المخرجة الإذاعية

– مراسل

1/ مقابلة مع رئيس تحرير إذاعة المدية الجهوية

التاريخ :من2021/05/01 إلى2021/05/22

أجرى المقابلة : الطالبين مدة المقابلة : 30 دقيقة

- بن لخظرعطافية
- عمرون الربعي

موضوع المقابلة : تاثير مواقع التواصل الاجتماعي – الفيسبوك– على الأداء المهني لإعلامييإذاعة المدية الجهوية

بعد التمهيد للمقابلة وتوضيح أن هذه المقابلة تدخل في إطار انجاز مذكرة ماستر ، وبعد توضيح موضوع المقابلة بدأتالأسئلة التالية

01- تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي أهمالأدوات التي يستخدمها الإعلاميين في كل مكان فكيف تقيمون استخدامكم لمواقع التواصل الاجتماعي ؟

02- ما علاقتكم بمواقع التواصل الاجتماعي و ماهي أكثر المواقع استعمالا من طرفكم ؟

03- هل تمتلك إذاعة المدية الجهوية حساب او صفحة رسمية على مواقع التواصل الاجتماعي ؟

04- هل يشجع القائمين على إذاعة المدية الجهوية استعمال الإعلاميين للمواقع التواصل الاجتماعي في استقاء الأخبار و المعلومات ؟

05- باعتبار أن الفيسبوك و مواقع التواصل الاجتماعي لا تتحرى دائما مصداقية الخبر و المعلومة فكيف تتعاملون انتم كإعلاميينأولا ثم إذاعة المدية الجهوية مع مثل هذه الأمور ؟

06- هل هناك مدونة أو ورقة طريق رسمية للإعلاميين في كيفية التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي ؟

07- ما تقييمكم لمدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي و على رأسها الفيسبوك عفي الأداء المهني لكم كاعلامين و لإذاعة المدية الجهوية بشكل عام ؟

08- وفي الختام فسحنا لهم المجال لقول كلمة أخيرة .