



جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي
كلية العلوم الاجتماعية و الانسانية



قسم العلوم الانسانية

الموضوع:

استخدامات الطلبة الجامعيين للإذاعة المرئية

دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة الوادي

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال

تخصص: سمعي بصري

تحت إشراف الاستاذ:

د. شين عبد الكريم

من إعداد الطالب :

سعود عبد النور

لجنة التقييم

المؤسسة الأصلية	الصفة	الرتبة	الأستاذ
جامعة الشهيد حمه لخضر- الوادي	رئيس اللجنة	أستاذ محاضر أ	د. حمزة قدة
جامعة الشهيد حمه لخضر- الوادي	مشرفا ومقررا	أستاذ محاضر أ	د. عبد الكريم شين
جامعة الشهيد حمه لخضر- الوادي	عضوا مناقشا	أستاذ محاضر أ	د. اسماعيل زياد

السنة الجامعية: 2021-2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الإهداء

إلى من كلله الله بالهيبة والوقار ... إلى من علمني العطاء بدون انتظار ... إلى من أحمل اسمه بكل افتخار ... أرجو من الله أن يمد في عمرك لنرى ثماراً قد حان قطافها بعد طول انتظار وستبقى كلماتك نجوم أهتدي بها اليوم وفي الغد وإلى الأبد ... "والدي العزيز"

إلى ملاكي في الحياة ... إلى معنى الحب وإلى معنى الحنان والتفاني ... إلى بسمه الحياة وسر الوجود ... إلى من كان دعائها سر نجاحي وحنانها بلسم

جراحي

إلى أغلي الحبايب "أمي الحبيبة"

إلى من قاسموني الحياة حلوها ومرها إخوتي وأخواتي

إلى كل من لم أذكره وسقط سهواً من ذاكرتي ولكن سيبقى في القلب إلى أن

يرث الله الأرض ومن عليها

إلى كل من ساعدني في الحياة الجامعية من الأساتذة والإداريين وعمال وإلى

جميع طلبة دفعة اعلام واتصال 2022

أهدي هذا العمل المتواضع إلى كل الأصدقاء في المسار الجامعي او في الحياة

اليومية وشكراً.

شكر وعرّفان

نشكر الله سبحانه وتعالى ونحمده على توفيقه لنا والذي منحنا القدرة على انجاز هذه المذكرة المتواضعة، ولا يسعنا في هذا المقام إلا أن نتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذ المشرف شين عبد الكريم لما بذله معنا من جهود وملاحظات وتوصيات.

وإلى كل الأساتذة الكرام وغيرهم من الذين كانوا معنا طيلة مدة انجاز دراستنا.

وإلى كل طلبة العلم أينما كانوا
لهم كل الشكر والعرّفان.

عبد النور

ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة الى مدى استخدام طلبة الجامعات للإذاعة المرئية وقد توصلت الدراسة الى:

-ان العديد المبحوثين دائما يتعرضون للإذاعة المرئية ويستعملون الاذاعة في الفترة المسائية

-ان العديد المبحوثين يشاهدون الاذاعة المرئية لسبب فكري وثقافي بالإضافة الى أنهم تكسبهم الاذاعة المرئية خبرات جديدة

-وجود عادات وانماط استخدام طلبة الجامعيين للإذاعة المرئية, بالإضافة الى وجود دوافع لاستخدام الاذاعة المرئية كذلك نجد لها دور فعال تقوم به بالنسبة للطلبة الجامعيين

الكلمات المفتاحية: الاذاعة المرئية -الطلبة -مواقع التواصل الاجتماعي

Study Summary

This study aims at the extent to which university students use visual radio. The study found:

- Many respondents are always exposed to visual radio and use radio in the evening
- Many respondents watch the visual radio for an intellectual and cultural reason, in addition to the fact that the visual radio gives them new experiences

There are habits and patterns of university students' use of visual radio, in addition to the presence of motives for using visual radio, we also find that it has an effective role to play for university students.

Keywords: visual radio - students - social networking sites

فهرس المحتويات

الإهداء.....	
شكر و عرفان.....	
ملخص الدراسة.....	
Study Summary.....	
فهرس المحتويات.....	
فهرس الجداول.....	
مقدمة.....	11

الفصل الأول: الاطار المنهجي لدراسة

1-الاشكالية:.....	4
2-فرضيات الدراسة:.....	5
3-أسباب اختيار الدراسة:.....	5
4-أهمية الدراسة:.....	5
5-أهداف الدراسة:.....	5
7-مفاهيم الدراسة:.....	6
8- المقاربة النظرية للدراسة :.....	8

الفصل الثالث: ماهية الاذاعة

تمهيد :.....	12
أولاً: مفهوم الاذاعة :.....	13
ثانياً : نشأة الاذاعة.....	14
ثالثاً: اهمية الاذاعة:.....	18
رابعاً: خصائص الاذاعة :.....	20
خامساً: انواع الاذاعات :.....	20
سادساً: وظائف الاذاعة :.....	22

الفصل الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد:.....	25
-------------	----

26.....	أولاً: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي
26.....	1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
27.....	2- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
28.....	3- خصائص مواقع شبكات التواصل الاجتماعي
31.....	ثانياً: اهم مواقع التواصل الاجتماعي و تأثيراتها الايجابية و السلبية
31.....	1- اهم مواقع التواصل الاجتماعي
33.....	2- تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي
37.....	خلاصة الفصل:

الفصل الرابع: الاجراءات المنهجية للدراسة

40.....	تمهيد:
41.....	1- نوع الدراسة ومنهجها :
41.....	2- المنهج المتبع:
41.....	3- حدود الدراسة
41.....	4- ادوات جمع البيانات :
43.....	5 - عينة الدراسة:
43.....	6 - اختبارات الصدق والثبات:

الفصل الخامس: تحليل البيانات و مناقشتها

46.....	تمهيد:
47.....	عرض وتحليل النتائج:
47.....	عرض وتحليل نتائج البيانات العامة: أولاً:
50.....	ثانياً: عرض وتحليل نتائج المحور الأول: عادات وانماط استخدام طلبة الجامعيين للإذاعة المرئية
55.....	ثالثاً: عرض وتحليل نتائج المحور الثاني: دوافع استخدام الاذاعة المرئية
65.....	النتائج في ضوء التساؤلات:
69.....	الـخاتمة
71.....	قائمة المراجع و المصادر
77.....	الـملاحق

فهرس الجداول

- الجدول رقم (01) يوضح قيمة معامل ألفا كرو نباخ.....43
- الجدول رقم (02) يوضح توزيع ونسبة العينة حسب الجنس (ذكر, أنثي)47
- الجدول رقم (03) يوضح توزيع ونسبة العينة حسب المستوى التعليمي.....48
- الجدول رقم (04) يوضح توزيع ونسبة العينة حسب السن49
- الجدول رقم (05): يمثل توزيع أفراد العينة حول مدى التعرض للإذاعة المرئية وفق متغير الجنس.....50
- الجدول رقم (06): يمثل توزيع أفراد العينة حول وقت استخدام الإذاعة المرئية وفق متغير السن.....51
- الجدول رقم (07): يمثل توزيع أفراد العينة حول وقت متابعة الإذاعة المرئية.....52
- الجدول رقم (08): يمثل توزيع أفراد العينة حول مكان تشغيل الإذاعة المرئية.....52
- الجدول رقم (09): يمثل توزيع أفراد العينة حول مع من يشاهدون الإذاعة المرئية.....53
- الجدول رقم (10): يمثل توزيع أفراد العينة حول المواضيع التي تهمهم في الإذاعة المرئية.....54
- الجدول رقم (11): يمثل توزيع أفراد العينة حول سبب مشاهدة للإذاعة المرئية وفق متغير الجنس.....55
- الجدول رقم (12): يمثل توزيع أفراد العينة حول اكساب الإذاعة المرئية لهم خبرات جديدة.....56
- الجدول رقم (13): يمثل توزيع أفراد العينة حول وقت استخدام الإذاعة المرئية وفق متغير السن.....56
- الجدول رقم (14): يمثل توزيع أفراد العينة حول استخدام الإذاعة المرئية لكسر الملل.....57

- الجدول رقم (15): يمثل توزيع أفراد العينة حول متابعة الاذاعة من اجل الهروب من الواقع وفق متغير المستوى التعليمي.....58
- الجدول رقم (16): يمثل توزيع أفراد العينة حول تعزيز مشاهدة للإذاعة المرئية احساس بالأخرين وفق متغير الجنس59
- الجدول رقم (17): يمثل توزيع أفراد العينة حول ان الاذاعة المرئية كوسيلة لتوطيد العلاقات60
- الجدول رقم (18): يمثل توزيع أفراد العينة حول مساعدة الاذاعة المرئية بمراقبة البيئة وفق متغير المستوى التعليمي.....61
- الجدول رقم (19): يمثل توزيع أفراد العينة حول اكساب الاذاعة المرئية معلومات وفق متغير السن.....62
- الجدول رقم (20): يمثل توزيع أفراد العينة حول تحفيز الاذاعة المرئية على العلاقات جديدة وفق متغير الجنس63
- الجدول رقم (21): يمثل توزيع أفراد العينة حول الاذاعة المرئية التي يشاهدونها64
- الجدول رقم (22): يمثل توزيع أفراد العينة حول الرؤية المستقبلية الاذاعة المرئية.....65

مقدمة

حققت الثورة المعلوماتية في مجال تداول وانتقال المعلومات تطور واسعا، بعدما أصبحت خدمات الانترنت احد اهم وسائل الاتصال بين الناس، افرزت ما يسمى المجتمع التفاعلي وسهلت هذه التقنية للمجتمعات ان تتفاعل مع بعضها عبر عالم الكتروني دون حدود جغرافية او زمنية من خلال خدماتها المميزة والمجانية حيث فتحت عصر جديدا من عصور الاتصال والتفاعل بين البشر و وفرت المعلومات والمعارف التي تقدمها، الامر الذي ساعد على حدوث قفزة كبيرة في التواصل والتفاعل بين افراد المجتمع الذي مع ظهور ما يسمى بالأعلام البديل الذي تلعبه المواقع الاجتماعية كوسيط اعلامي جديد لا يمكن الاستغناء عنه لما توفر من اخبار ومعلومات مفيدة ومتنوعة، والمحادثة مع الاصدقاء والاهل وزملاء العمل والدراسة وتبادل الصور والملفات ومقاطع الفيديو ، واصبحت هي العمود الفقري للتواصل بين الناس.

وأدى الانتشار الواسع لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وظهور الجيل الجديد من الانترنت إلى تطور غير مسبوق في وسائل الإعلام والاتصال إلى ظهور مساحات جديدة لممارسة حريات التعبير والرأي العام وبروز أشكال جديدة في التواصل لم تكن مألوفة في السابق تعرف بوسائل الاعلام الجديدة ولقد ساهم تعدد وسائل الإعلام وتنوعها من شبكات التواصل الاجتماعي ومدونات مواقع مشاركة الصور والفيديوهات ومجموعات الحوار في إثراء حريات التعبير والرأي والصحافة والنشر.

حيث أنه بإمكان أن يكون كل واحد صحفي أو إذاعي فضلهم ما يسمى الإذاعة المرئية حينها أنه لديها دور كبير ومجالات تغطيتها كثيرة فكرية وعلمية وحتى اقتصادية ودينية وتكون تقنيات ومهارتها متعددة منها الصوت والصورة .

ويعد بعض طلبة الجامعة المتمدنين يفضلون استخدام الإذاعة المرئية ومناهجها وبرامجها اليومية فاستخدام الطالب الجامعي للإذاعة المرئية يمكنه من رفع التحدي لأن التحديات الجديدة تفرض ذلك حيث أنه للصحافة المتطورة الحديثة التكنولوجيا اختلاف عن التقليدية فيها يتعرف الطالب على الأخبار بسرعة وما يهمله من برامج وما ينفعه من معلومات.

وعلى هذا الأساس تم اختيار موضوعنا وهو استخدام الطلبة الجامعي للإذاعة المرئية والاشباعات المحققة منه محاولة منا الوقوف على آخر التطورات التي عرفها

ميدان الإذاعة لفائدة الطلبة الجامعيين, ودراستنا دراسة ميدانية بجامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي ولمعالجة هذا الموضوع تطرقنا إلى دراسة استخدام الطالب والإذاعة المرئية وواقعها كنشاط إعلامي جديد وموضوع يتطلب البحث.

ومن هنا جاءت هذه الدراسة لتبحث في الإذاعة المرئية و مدى استخدامها من قبل الطلبة وذلك باتباع جملة من الخطوات العلمية المنهجية المتمثلة في خمسة فصول، الفصل الاول تمثل في الاطار المنهجي لدراسة تم فيه تحديد الاشكالية وعرض اسباب ومبررات اختيارنا للموضوع والاهداف التي ترمي اليها، مع ضبط المفاهيم النظرية للدراسة و ثاني هذه الفصول تكلمنا من خلاله على مواقع التواصل الاجتماعي و على ابرز هذه المواقع و على تأثيراتها الايجابية او السلبية في حين يمثل الفصل الثالث تلاميذ المرحلة المتوسطة و تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي ثم الفصل الرابع الذي تناولنا فيه جملة من الإجراءات المنهجية المعتمدة في الدراسة من نوع الدراسة و المنهج المتبع وادوات جمع البيانات و نوع العينة المختار للدراسة و ختمنا بالفصل الخامس و الاخير المتمثل في تحليل وتفسير البيانات من خلال جداول تكرارية و نسب مئوية ، ومنها استخلاص النتائج ومناقشتها و تحليلها .

الفصل الأول

الاطار المنهجي لدراسة

اشكالية الدراسة

تساؤلات الدراسة

أسباب اختيار الموضوع

أهمية الدراسة

أهداف الدراسة

مفاهيم الدراسة

الدراسات السابقة

المقاربة النظرية للدراسة

1- الاشكالية:

وحيث تتضمن ظهور التكنولوجيا الناتجة عن التطورات الحاصلة في مجلتها العلوم وهو مآدي إلى ظهور وسائل الاتصال في العالم وظهور أحدث التقنيات الاتصالية والتي أحدثت ثورة قلبت موازين العالم ليتحول إلى قرية كونية صغيرة.

ومن هنا بعد تطور الإذاعة أنتت الإذاعة المرئية والتي قد يسميها " التلفزيون " ومواكبة ما يجري في مختلف مناطق العالم حيث أصبح المواطن يمارس أحيانا دور الصحفي الذي ينقل الأخبار للإمام بمختلف مجريات الأمور التي تحصل أمامه .

هذه الأحداث مثلت لظهور هذا النوع من الإعلام للإذاعة المرئية حيث نجد الإذاعة المرئية جعلت المواطن يشعر بوجود صحافة خاصة به وكهواية إعلامية جعلته يتخطى كل الصعاب التي يوجهها في وسائل الإعلام التقليدية ولأنها تصل كل المواطنين.

كما تشهد الجزائر كغيرها من الدول العربية حركة سريعة لمستخدمي الإنترنت الذين تزايد عددهم خلال السنوات الأخيرة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي على غرار التويتر والفيس بوك والانسستقرام إن يشكل هذا الرقم والتطور الكبير لتكنولوجيا وتقنياتها الإعلامية أرض خصبة لهوات الإذاعة المرئية.

حيث أن الإذاعة المرئية تعالج العديد من المواضيع التي تهم الطلبة والجمهور ولا ننسى دور الطالب المتعلم والمتقف على حد سواء لديهم دور في تطور البرامج الإعلامية وأن الإذاعة المرئية أنها تعتمد على الوسائل التكنولوجية وكذلك الفرد الذي يسيرها بخبرة الإعلامية الفكرية والمعرفية ومع التزام الإذاعة المرئية ببعض المعايير الأخلاقية التي تتناسب مع المعايير والأعراف ومنه يمكن طرح السؤال الرئيسي:

- ماهي استخدامات الطلبة الجامعيين للإذاعة المرئية؟

ومن الاشكالية الرئيسية تأتي التساؤلات الفرعية

- ماهي عادات وانماط استخدام طلبة الجامعيين للإذاعة المرئية؟

- ماهي دوافع استخدام الإذاعة المرئية لدى طلبة جامعة الوادي؟

- ماهي الإشباعات المحققة لدى الطابة الجامعيين للإذاعة المرئية؟

2-فرضيات الدراسة:

- هناك عادات وانماط استخدام طلبية الجامعيين للإذاعة المرئية؟
- يوجد دوافع استخدام الاذاعة المرئية لدى طلبة جامعة الوادي؟
- هناك اشباعات محققة لدى الطابة الجامعين للإذاعة المرئية؟

3-أسباب اختيار الدراسة:**3-1-أسباب ذاتية:**

- الميل الشخصي للموضوعات التي تتعلق بحق الخصوصية في الممارسة الإعلامية
- رغبتنا في معالجة الغموض المحيط في موضوع الدراسة كون الموضوع جديد ويستحق الدراسة.
- ملاحظتنا للانجذاب الكبير للشباب الجامعي لمضامين الإذاعة المرئية بشكل ملفت للنظر.

3-2-اسباب الموضوعية:

- وقوع هذه الدراسة ضمن مجال تخصصنا
- التعرف على استخدامات الطلبة الجامعيين للإذاعة المرئية
- الانتشار الواسع للإذاعة المرئية في بعض القنوات العربية والجزائر

4-أهمية الدراسة:

أولاً: يعتبر موضوع الإذاعة المرئية في أنه لا يمكن اليوم تصور مؤسسة إذاعية عمرية اليوم وجود إذاعة متطورة التي تعم كل الوسائط التكنولوجية الدور المحوري في تعزيز أشكال الخدمة التواصلية والرقمي بالإنتاج الإذاعي ككل وخاصة المرئي والتفاعلية في الإعلام والتكنولوجيا الذي أصبح ضروري وهذا ما نجده في الإذاعات المتطورة الحديثة وخاصة الإذاعة المرئية لتفعيل مظاهر الخدمات البرمجية المتنوعة كاستراتيجيات وطنية للرقمي بالإعلام الإذاعي المرئي على سبيل الحصر.

5-أهداف الدراسة:

ولأن الهدف من البحث هو تصريح عن غاية الإجابة عن سؤال البحث الذي يستلزم القيام بتحقيق أمر يقيني فإنه قد تم تحديد أهداف الدراسة في النقاط التالية:

- معرفة المهارات الاتصالية التكنولوجية لدى القائم على البرامج ذات الطابع التفاعلي بإذاعة المرئية.
- معرفة والاطلاع على ظروف إنتاج وإخراج البرامج التفاعلية وكذا العوامل المهنية والإذاعية والتدريبية المؤثرة في ذلك.
- ملاء الرصيد المعرفي ومعرفة عمل الإذاعة المرئية وإبراز دورها الإنساني وطريقة عمله.
- محاولة إيجاد حلول وآراء وأفكار بخصوص المشاكل التي تواجه نجاح الإذاعة المرئية.

7- مفاهيم الدراسة:

يعتبر تحديد المفاهيم والمصطلحات العلمية أمراً لا بد منه في الدراسات والبحوث العلمية ويرجع ذلك إلى أن المفاهيم تتعدد في البحوث الاجتماعية والإعلامية والتقنية فيها لمجتمع الدراسة وخصائصها وفي دراستنا هذه سنتطرق إلى المفاهيم التالية استخدام الإذاعة، الطلبة الجامعيين ، الإذاعة، الإذاعة المرئية.

• صعوبات الدراسة:

إن أهم الصعوبات التي وجهتنا هي ضيق الوقت والتأخير المتعمد من عدة أشخاص لا يحبون الخير لي ويحسدونني ويمكرون بي حيث باشرت في عملي على هذه الدراسة في افريل وماي بعد تفكير طويل ومديد ومرير حيث ارد أن ابتدئها في ديسمبر أو بعد الاختبارات فيفري ومع انعدام الأنترنت في جميع بلديات الولاية وافتقاري للأجهزة الالكترونية وحتى هاتف ذكي تأجلت كلها ومع قلة المراجع أيضاً ونظراً لهذه الظروف تأجلت بضع شهور إضافة إلى قلة الإقامة القريبة وصعوبة بل الحرمان من الموصلات التي هي من حق الطالب الجامعي لا أفهم ولا اريد الفهم لا أعلم لماذا كل هذا...!!? مع قلة المراجع الغير كافية لخدمة أغراض الدراسة.¹

• أهداف الدراسة:

- التعرف عادات وأنماط استخدام الطلبة جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي على مضمون وبرامج الإذاعة المرئية.

العراقية: مجلة التربية , العدد العاشر, ص.4.¹

- معرفة البرامج التي يتناولها الطلبة من الإذاعة المرئية
- ماهي محاور وبرامج الإذاعة المرئية.
- التعرف على الاشباعات المحققة لطلبة جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي من خلال استخدام الإذاعة المرئية.

• المنهج المتبع:

لا يمكن للعلم الاستغناء عن المنهج لأنه المرشد الذي يهتدي من خلاله الباحث إلى الحقيقة.

الجامعة:

- **التعريف اللغوي:** يعني التجميع والتجمع أما كلمة كلية فمصدرها الكلمة اللاتينية Cologio وتشير إلى التجميع والقراءة معاً وقد استخدمت في القرن الثالث من قبل الرومان على مجموعة حرفيين تجار ثم استخدمت في القرن الثامن عشر بمعنى كلية في أوكسفورد لتدل على مكان تجمع المجتمع المحلي للطلاب منضمة المكان الإقامة والتعليم.¹

- **التعريف الاصطلاحي:** الجامعة هي إحدى المؤسسات الثقافية والعلمية فهي بمثابة تنظيمات معقدة وتتغير بصورة مستمرة مع طبيعة المجتمع المحلي أو ما يسمى بالبيئة الخارجية هناك تعريف آخر على " أنها مركز التعليم ومكان للحفاظ على المعرفة وزيادة المعرفة الشاملة تدريب الطلاب الذين فوق مستوى المرحلة القانونية.²

- **تعريف طلاب الجامعة:** هو الفئة العمرية التي تزاوّل تعليمها بالجامعة في أحد التخصصات تشمل وضع متميز في بناء المجتمع وهم ذات حيوية وقدرة على العمل والنشاط كما أنها تكون ذات بناء نفسي وثقافي يساعدها على التكيف والتوافق والاندماج والمشاركة.³

محمد منير مرسي: التعليم الجامعي المعاصر قضاياها واتجاهاته، دار النهضة العربية، 1977، ص10¹
عبد الله محمد عبد الرحمان: سوسيولوجيا التعليم الجامعي، دراسة في علم الاجتماع التربوي، دار المعرفة الجامعية، اسكندرية، 1991، ص177.²

اسماعيل علي سعود، الشباب والتنمية في المجتمع السعودي، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 1989، ص37.³

مواقع التواصل الاجتماعي :

- لغة:

التواصل لغة هو الاقتران والاتصال والصلة والترابط والالتئام والجمع والإبلاغ والانتهاة والإعلام . وتعني إنشاء علاقة ترابط وإرسال وتبادل وتواصل الصديقان اي وصل احدهما للآخر في اتفاق ووثام . اجتمعا .تتبعنا اي لم ينقطعا.

- اصطلاحا:

فهو عملية نقل الأفكار والتجارب وتبادل المعارف بين الأفراد والجماعات، وقد يكون التواصل ذاتيا بين الإنسان ونفسه اي حديث النفس . وجماعيا بين الآخرين وهو مبني علي الموافقة او الاختلاف او المعارضة .كما يعد جوهر العلاقات العامة الانسانية وهدف تطويرها. لذلك يوجد وظيفتان رئيسيتان للتواصل . ووظيفة معرفية متمثلة في نقل الرموز الذهنية وتوصيلها بوسائل لغوية ووظيفية ووجدانية تقوم من خلال تقوية العلاقات الانسانية بين الافراد.¹

- التعريف الاجرائي :

هذه الاخيرة هي عبارة شبكة افتراضية ذات ابعاد مترامية للتواصل بين الافراد في مشارق الارض ومغاربها وتسهل اقامة علاقة اجتماعية جديدة كذلك تعتبر مصدر مهم للمعلومات.

8- المقاربة النظرية للدراسة :

ومن خلال تتبعنا وبحثنا حول استخدامات تلاميذ المستوى المتوسط لمواقع التواصل الاجتماعي قد اعتمدنا عن نظرية الاستخدامات و الإشباعات فهي الانسب لعنوان بحثنا مما جعلنا نستعرض هذه النظرية واهم الانتقادات التي وجهت اليها

8-1-تعريف نظرية الاستخدامات و الإشباعات :

إن نظرية الاستخدامات بالإشباعات هي عبارة عن محاولة للنظر إلى العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور بشكل مختلف، حيث ترى أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لإشباع رغبات معينة لديه، حيث أن وسائل الإعلام هي التي تحدد للجمهور نوع الرسائل الإعلامية التي يتلقاها، بل إن استخدام الجمهور لتلك الوسائل لإشباع رغباته يتحكم بدرجة

¹سمر حسن سليمان، مفهوم التواصل لغة واصطلاحا، مقال، 13 /04/2018. 17:30 . mawdoo3.com . 2016

كبيرة في يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الإعلامية التي تعرضها وسائل الإعلام.¹

8-2- نشأة هذه النظرية :

وقد ظهرت هذه النظرية لأول مرة بطريقة كاملة في كتاب "استخدام وسائل الإيصال الجماهيري" تأليف كاتز وبلومر 1974 ، Blumler and Katz Elihu ، ودار هذا الكتاب حول فكرة أساسية مؤداها تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب، ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر.

8-3-اهداف نظرية الاستخدامات و الاشباعات :

معرفة كيفية استخدام الجمهور لوسائل الإعلام بافتراض أنه جمهور نشط، واعتباره، يختار الوسيلة التي تشبع احتياجاته.

معرفة وفهم الدوافع المراد إشباعها بالتعرض للوسائل الإعلامية، وعبر وسائل الاتصال الأخرى .

الحصول على نتائج تساعد على فهم عملية الاتصال

معرفة الإشباعات والحاجات المطلوبة التي يسعى الجمهور لتلبيتها.

معرفة دور المتغيرات الوسيطة ومدى تأثيرها على الوسائل و الإشباعات.

8-4-الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات و الاشباعات

- الادعاء بان الجمهور يتعامل مع وسائل الإعلام بكل حرية مبالغ فيه إذ هناك عوامل اجتماعية واقتصادية مختلفة تحدد من فرص استفادة كل أفراد الجمهور من مضامين وسائل الاتصال

- عدم توفير بدائل عديدة من الوسائل الإعلامية يلغي مفهوم الجمهور الايجابي والنشط

- الجدل الكبير حول كيفية قياس واستخدام المتلقي للوسيلة الإعلامية والاتصالية وحتى زمن ذلك القياس

- عدم تفرقة المدخل بين الاشباعات التي يبحث عنها الجمهور و الاشباعات التي تحقق عند التعرض للمضامين الإعلامية إذا افترضنا أن هذا الفرق يعد عنصرا موحدا لمبدأ انتقائية الجمهور للمضامين الإعلامية¹

¹إيمان نوي: استخدام الأنترنت وعلاقته بالاغتراب الثقافي عند الطلبة الجامعيين، دراسة ميدانية بجامعة محمد خيضر،(غير منشورة)، بسكرة، 2012 ،ص23.

- يرى دينيس ماكويل أن بحوث الاستخدامات و الإشباعات يمكن أن تتخذ نتائجها كذريعة لإنتاج المحتوى الإعلامي الهابط وخاصة بطغيان المواد الترفيهية و مضامين التسلية على حساب المحتوى الجاد والأساسي.²

حسن عماد مكاوي، وحسين، ليلى السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، 1998 ،
¹ص223،

²حسن عماد مكاوي، وحسين، ليلى السيد، المرجع السابق ص223،

الفصل الثالث

ماهية الاذاعة

تمهيد

أولاً: مفهوم الاذاعة

ثانياً : نشأة الاذاعة

ثالثاً: اهمية الاذاعة

رابعاً: خصائص الاذاعة

خامساً: انواع الاذاعات

سادساً: وظائف الاذاعة

خلاصة الفصل

تمهيد :

تعد الاذاعة من اوسع وسائل الاعلام انتشارا واكثرها شعبية و جماهيرية ، فهي تستطيع اختراق الحواجز الجغرافية والقيود السياسية ، وكذا الحواجز الامية ، كما لا تحتاج لتفرغ تام فبإمكان جماهيرها تتبع البرامج المذاعة عبرها في اي مكان وفي اي وقت ومنه سنتناول في هذا الفصل: مفهوم ونشأة وأهمية وخصائص الاذاعة، وكذلك انواع ووظائف الاذاعة، واستراتيجية العلاقات العامة داخل الاذاعة الوطنية، وأهمية ممارسة أنشطة العلاقات العامة داخل الاذاعة

أولاً: مفهوم الاذاعة :

1- لغة:

تعرف الإذاعة لغة بأنها: الإشاعة ، والنشر العام وذيوع ما يقال والعرب تصف الرجل الذي لا يكتم السر بأنه الرجل (مذيع)¹

2- اصطلاحاً:

هي الانتشار المنظم والمقتصر للمواد الإخباري والثقافية والتعليمية و الترفيهه وغيرها بواسطة الإذاعة، ليتم التقاطها في وقت واد بواسطة جهاز الاستقبال وهو المذيع (الراديو)

نلاحظ على هذا التعريف أنه يركز على الانتظام في نشر المواد الإعلامية التي تبثها الإذاعة مختلفة مجالات كما تصل الرسالة إذاعية إلى جمهور بواسطة جهاز الاستقبال.

لغة: ذيع وذرعانا محركة: إذا أفشى الشيء و انتشر وذاع الخبر ذيوعا والمذيع بكسر الميم من لا يكتم سرا من لا يستطيع كتم خبرة والجمع مذاييع، إذا أذاع الشيء أو أفشاه بين الناس².

وتعرف الإذاعة على أنها أحد وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري وكلمة راديو كاصطلاح هندسي تعني الإرسال والاستقبال اللاسلكي للنبضات أو الإشارات الكهربائية بواسطة موجات كهربائية والاتصال بالراديو هو إرسال واستقبال الكلمات والإشارات الصوتية على الهواء لاسلكياً³.

ركز هذا التعريف على الجانب التقني بكثرة كما يشير أيضا أن إذاعة جهاز اللاتقاط اللاسلكي للإشارات

نعيم الظاهر، عبد الجابر تيم، وسائل الاتصال السياحي، دار اليازوري العلمية للنشر وتوزيع، عمان 2001،¹ ص60.

صالح خليل المقور، الإعلام والتنشئة الاجتماعية، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص68.²

طارق سيد أحمد الخليفي، فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2008، ص23³

- كما أيضا تعتبر الإذاعة أوسع الإعلام أو أوسع الإعلام انتشار أو أكثرها شعبية وجمهورها جمهور عام بجميع مستوياته فتستطيع الوصول إلي مجتمعاتها.¹

- هذا للتعريف ذهب إلى تخطيه واختراق الحواجز والعوائق التي يمكن أن تكون هذه العوائق جغرافية أو سياسية، وغيرها التي تعيق وسائل الإعلام أخرى وأنها أكثر انتشار وشعبية الإذاعة فهي تصل إلى جمهور المستمعين.

4-التعريف الإجرائي:

الإذاعة هي وسيلة إعلامية سمعية تعتمد على الصوت فقط (كلام، أخبار ، برامج سمعية دينية، أو غيرها، موسيقي، برامج صوتية...الخ) للوصول إلى الجمهور من خلال تلبية حاجات واتجاهات أفراد المجتمع ويكون هناك تأثير وتأثير بينهما بين أفراد المجتمع والتي تقوم ببعثها عبر موجاتها متخطية بذلك حواجز متعددة مثل حاجز الأمية التي تعاني منه وسائل أخرى كالصحف.

ثانيا : نشأة الاذاعة

يرتبط اسم الاذاعة باسم كثيرة منها : (ماكسويل) الانجليزية الانجليزية 1865م والعالم الالماني (هينريش) 1888م، والعالم الايطالي (ماركوني) 1894م. والاخير الذي استفاد من تجارب سابقة هو اول من ارسل اشارة اذاعية 1901 م .

وبعد توالى جهود العملاء حتى اصبحت بهذه الصورة المنظورة ،وانتشرت في جميع انحاء العالم اما الاردن فكانت 1948 م، قد شهدت ولادة الاذاعة في مدينة" رام الله " ،وكانت تبث لمدة ساعتين يوميا ،وكانت باسم (اذاعة القدس) ،وفي عام 1959م، انشئت محطة في عمان في مكانها الحالي (ام الحيران)، وبدعت بثها بأربع ساعات يوميا ، وتطورت حتى اصبحت الان تبث على موجات متعددة ولمدة (24) ساعة ، وانشأت لها محطات تقوية في جميع ارجاء المملكة .²

محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، المجلد الأول ، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2003، ص182.¹

نعيم الظاهر، عبد الجابر تيم. المرجع السابق، صص60-61.²

ان القاء نظرة على التجربة الاعلامية ،قبل اندلاع ثورة نوفمبر 1954م تؤكد لنا وظيفة الاعلام الوطني الذي كان يعكس في احلك الظروف مسيرة الشعب الجزائري ويعبر عن صموده رغم المحاولات الالابادة والاستئصال وهيمنة الاستعمارية المطلقة فقط بأصل الاعلام الجزائري بعد اول نوفمبر 1954م اذ واكبت الثورة المسلحة وساهم في دعم التحام الشعب بجهة التحرير الوطني ،وكذا في تصوير بطولات جيش التحرير الوطني منذ اوت 1955م وبذلك استطاع الاعلام الوطني بوسائله المتواضعة ان ينمي الى حد بعيد الروح الوطنية وهذا ما يفسر ادراج الاستعمار الفرنسي للإعلام ضمن مخططه الذي يهدف من خلال كل الحركة الفكرية والقيم الثقافية للمجتمع الجزائري .

فبعد اعلان الحكومة المؤقتة في سبتمبر 1958م اصبح هناك وزارة للإعلام سميت بوزارة الاخبار كان يرأسها محمد يزيد "1 اثناء الثورة وقد اصبحت هذه الوزارة مسؤولة عن النشاط الاعلامي للثورة ،من اصدار النشرات السياسية وعقد المؤتمرات الصحفية الصحفية للرد على الدعايات الفرنسية ،بالإضافة الى اشرافها على اجهزة الاعلام الاخرى وهي مكاتب الاعلام الخارجي وجريدة المجاهد والاذاعة ولجان الدعاية الداخلية 2 كما قامت الوزارة بإنشاء قسم للسينما سنة 1959م تأسس الوكالة الجزائرية للأبناء سنة 1961م كما نشأت مكتبا للوثائق والمعلومات يتولى جمع كل ما يكتب عن قضية الجزائرية في الصحافة العالمية ،ويقوم بإبلاغ وزير الاخبار اثناء تنقلاته المختلفة بملخص عما كتبه الصحافة العالمية عن القضية

كما تقرر في مؤتمر الصومام 1956م انشاء لجان للدعاية على مستوى الولاية والمنطقة وكانت هه اللجان تقوم بعقد اجتماعات اسبوعية للجنود والشعب كما كانت مكلفة بإصدار نشرة اسبوعية توزع داخل الوطن خاصة المدن ،اما بالنسبة لإذاعة اخبار الثورة الجزائرية ،في البداية على اذاعات الدول العربية لإيصال صوتها للعام الخارجي كانت اذاعة القاهرة وتونس اولى اذاعات العربية ،التي خصصت برامج محددة في فترات ثانية لإذاعة اخبار الثورة الجزائرية وهي :¹

عواطف عبد الرحمان ،الصحافة العربية في الجزائر ،مدرسة تحليلية لصحافة الثورة الجزائرية (د. د. ن) ، (د. م. 1 ن) ،1962، ص37.

أ- اذاعة القاهرة : في نهاية 1955م والتي خصصت 3 برامج اسبوعية للجزائر ، وخصصت لكل برنامج مدة 10دقائق - وهذا البرنامج : جبهة التحرير الوطني تخاطبكم من القاهرةوالذي اصبح فيما بعد ،صوت الجمهورية الجزائرية بعد اعلان الحكومة المؤقتة وكان يذاع بالفرنسية ،من برنامج الموجهة .

ب_ الاذاعة الجزائرية : بدأت في تونس سنة 1956م، كانت عبارة عن برنامج تونسي بعنوان " هنا صوت الجزائر" المجاهد الشقيقة ، وكان يذاع ثلاث مرات في الاسبوع ومدته ربع ساعة وكان يشمل اخبار عسكرية وتعليقا سياسيا قصيرا وكانت تعليق السياسي وينتهي بالنشيد القومي للجزائر (قسم الثوار) وقد ظلت هذه البرنامج تذاع حتى بعد انشاء الاذاعة السرية ،في قلب الجزائر عام 1957م خاصة وان هذه الاذاعات لم تكن تصل الى الشعب الجزائري في الداخل ومن هنا برزت الحاجة الى انشاء هذه وقد تقرر ذلك في مؤتمر الصومام في اغسطس 1956م ولكنها لم تبدأ نشاطها الفعلي ،الا في أوائل 1957م¹

وكانت هذه الاذاعة عبارة عن سيارة كبيرة تحمل المعدات الاذاعية وتتنقل في الجبال والولايات ويعمل بها حوالي عشرة مناضلين لم يكن لهم سابق خبرة بالعمل الاذاعي وكان الارسال يستمر لمدة ساعتين في المساء ثم تعيد نفس البرنامج في اليوم التالي

وكانت تخصص يومين في الاسبوع لتوجيه اذاعات خاصة باللغة الفرنسية للعمال الجزائريين في فرنسا تبدأ برنامجها" هنا اذاعة الجزائر حرة المكافحة " او صوت جبهة التحرير الوطني يخاطبكم من قلب الجزائر.²

ونظرا للدور الخطير الذي كانت تقوم به الاذاعة الجزائرية آنذاك فان الاستعمار قد تظن لهذا الدور مما جعله يعمل على افسادها وتخريبها ،حتى تصبح جهازا معطلا مشلولاً عند انتقالها الى ايدي جزائرية ،وبعد ان خلق ازمة مفتعلة انسحب بكل خبراتها وفنية من الاذاعة كان في اعتقاد هؤلاء انسحابهم سيؤدي الى توقف الاذاعة الجزائرية لكن حدث العكس فلقد فوجأ بان الاذاعة الجزائرية التي اصبحت تسيير بأيدي جزائرية

نفس المرجع، ص38.¹

عواطف عبد الرحمان ،المرجع السابق، ص38.²

صرفة لم تستمر في العمل فقط بل زادت ساعات البث في الايام التالية ، لخروج الفرنسيين فقد ادخلت عليها تحسينات سريعة ،ان ما تسميه الصحافة الفرنسية " بقضية الاذاعة" يلقي ضوء على النظرة الاستعمارية التي يتشبث بها الفرنسيين الذين لا ينظرون الى التعاون بين الجزائر وفرنسا على انه تعاون حر متساوي.

وانما ينظرون اليه على انه نوع من السيطرة الجديدة المقنعة، لقد أرادوا بانسحابهم من الاذاعة ان يعطوها وراحت الصحافة الفرنسية تكتب في شماته "ان اذاعتهم ستتوقف ولن يستطيعوا تسييرها.

وحسب ادلاء رئيس ومدير الاذاعة والتلفزيون الجزائرية "عيسى مسعودي" آنذاك فإن الفرنسيين ،لم يكن في نيتهم التعاون بل بلغت الاستفزات اقصى مداها فكانو يمزقون بلاغات وزارة الاخبار ويوجهون شتائم الى المحررين الجزائريين ، ولكن رغم ذلك لم يؤثر انسحاب الفنيين الفرنسيين ،على سير اجهزة الاذاعة والتلفزيون وقد حققت الاذاعة الجزائرية لأول مرة خطوة كبيرة حيث استمر الارسال 48 ساعة بدون انقطاع بمناسبة احتفالات اول نوفمبر.¹

لقد استعادت الاذاعة والتلفزيون سيادتهما في 30 اكتوبر 1962 م، حيث بدأ الهيكل البشري الجزائري يبرز كفاءاته التقنية التقنية ،الادارية رغم قلة الخبرة العلمية الا ان الغيرة الوطنية والتفاني في العمل كان شعارا انتاجها الاذاعي الى غاية السبعينات وقد بدأت اهتمام السلطات بتوسيع شبكة الراديو بعد سنة 1966م وكانت الاذاعة الجزائرية لا تسمع قبل هذه السنة الا بصفة ضعيفة على الموجة المتوسطة ، في شمال البلاد فقط فالنصب الاهتمام اولا بتوسيع شبكة الراديو فأنشأت في سنة 1966م محطتان جديدتان للأرسال الاولى "بعين البيضاء" قرب ولاية" قسنطينة " والثانية قرب مدينة "وهران " وكانت ترسلان على موجة المتوسط بقوة 500 كيلوهرتز فاصبح الراديو يسمع من جميع مناطق شمال البلاد بصفة مرضية .

-وفي سنة 1970م أنشأت محطة على موجة الطويل قوتها 1000كيلوهارتز ومحطة اخرى اقوى "بيوشاوي" على الموجة القصيرة ، المجرة بأجهزة الارسال ثم أنشأت

نفس المرجع، ص 39.¹

راداران جامعان للراديو والتلفزيون "قسنطينة" و "وهران" وهذه الجهود جعلت الاذاعة تسمع في جميع التراب الوطني ، وهذا الى جانب انتشار استعمال اجهزة الاستقبال وجعلها في متناول جميع الناس فأقامت الدولة سياسة مركزية اولا على استيراد هذه الاجهزة مع تحديد سعرها ففي 1968م كان يوجد بالجزائر حوالي 13000000 جهاز لراديو وفي 1971م المختصة بالثقافة والاعلام ضعيفة بالنسبة للنشاطات الاخرى وبدأت تتحسن هذه الميزانية بعد سنة 1988 م¹

فكانت توزع على وسائل الاعلام بنسبة تفوق 50 بالمئة لصالح الراديو والتلفزيون ففي 1974م كانت اعانه الدولة لراديو تفوق 70 بالمئة من مجموع الاعانات.

كان مسار الاعلام في الجزائر قد اضطلع منذ الاستقبال وعلى راسه الاذاعة الوطنية، بمهام وطنية ودولية كالتعريف بالمخططات التنموية والاجتماعية ومواجهة الحملات الاعلامية المضادة وايصال انشغالات شعب هذه الدولة الحديثة الاستقلال الى العالم الخارجي وذلك بالرغم من ضعف الامكانيات والوسائل الاعلامية الا انها تمكنت من تحقيق نتائج ايجابية ساعدت على وحدة اهداف وافكار النشاطات الاقتصادية والسياسية والمكانة الاعلامية من المحافل الاقليمية والدولية وهو عمل يعود فيه الفضل الاكبر الى الاذاعة الوطنية والدور الواسع والهام وقدرتها على تعبئة وتجديد مختلف الشرائح الشعبية وتذليل والعوائق التي تقلل من المسار الاقتصادي والثقافي.²

ثالثا: اهمية الاذاعة:

احتلت الاذاعة مكانة هامة ومرموقة منذ بدايات القرن العشرين 1920 م فقد دخلت جميع اوساط المجتمع بغض النظر عن مستواهم الثقافي، فالأمي والمتعلم يستمع اليها واخذت تؤثر في عادات وسلوكيات جميع الطبقات، واليها يعود التغيير الحاصل في انماط حياة البشر ،واليها يعود التواصل الثقافي بين الامم .واليها يعود التعليم عن بعد فهي تتجاوز الحدود السياسية والجغرافية وخير مثال ما كانت تبثه الاذاعة الاردنية والسورية لأبنائنا في الوطن المحتل : فلسطين والجزولان ،لا زالتا حتى يومنا هذا.

عواطف عبد الرحمان، الصحافة العربية في الجزائر المرجع السابق ص39.¹

عواطف عبد الرحمان، الصحافة العربية في الجزائر المرجع السابق ص39.²

وتكمن اهميتها في انها:

- 1- تؤدي دور المتكف للأمين خاصة في المجتمعات النامية التي تواجه مشكلات الامية ،فالاستماع للكلمة المنطوقة لا يتطلب الامام بأصول القراءة والكتابة التي تطلبها قراءة موضوعات الصحافية او المقروآت بصفة عامة .
- 2- تعد الوسيلة المناسبة للأفراد الذين لا يمنهم استثمار وقت فراغهم في القراءة ومشاهدة التلفزيون ، ففتيح لهم فرصة الاستماع والاستمتاع بالفقرات الاذاعية المتنوعة .
- 3- تعتبر وسيلة هامة للمعرفة والثقافة وذلك من خلال تحقيقها لمبدأ ديمقراطية التثقيف للمستمع ،بتقديم ما
- 4- يروق له من برامج متنوعة كاذاعة التمثيلات والمسلسلات الاجتماعية وبتث الموسيقى والاغاني ذات المعاني السامية المؤثرة في وجدان المستمعين او تقديمها لفقرات رياضية او حصص تعليمية وغيرها .
- 5- هذا بالإضافة لنقلها وبتثا لمختلف التظاهرات الثقافية وتقديمها لجملة من المعلومات في كل الميادين مقدمة كل هذا في قالب مميز يسمح للمستمع العادي بتذوق الفن الاذاعي ومختلف الوان المعرفة الانسانية.¹
- 6- تساهم في تعميق الافكار او المعلومات القيمة والنافعة للمستمعين وترسيخها للقيم التي تحافظ على خصوصيتهم الثقافية من خلال مزجها بين المعرفة العلمية والمعالجة الاعلامية.
- 7- تحقق اتصالا فوريا حول الكرة الارضية واذا كانت قائمة اتصالاتها جاءت عام 1920م مع نتائجها الانتخابية الرئاسية الامريكية ،اذ عمت اخبارها اولا باول فقد جاء النقد المباشر لعلمية نزول الانسان الى سطح القمر .
- 8- تبث كافة المواد السمعية والمحادثات ،مؤشرات ،الموسيقى ،وهذا على عكس الاشارات اللاسلكية التي تقتصر على نقل الرموز المنطقية فقط .
- 9- سهولة التقاطها ، حيث لا يحتاج المذيع مهارة في التشغيل ولا تكلفة الاقتناء .
- 10- قدرة البرامج الثقافية التعليمية والترفيهية والاجتماعية في نشر الوعي والارشاد .

بداني فؤاد، سوسيولوجية القيم الاخبارية بالاذاعة الجزائرية ،دراسة ميدانية حول اذاعة مستغانم ، لنيل شهادة¹ الدكتوراه العلوم علم الاجتماع ،كلية العلوم الاجتماعية قسم علم اجتماع الاتصال ،جامعة وهران ،2016. ص 51.

11- تصل الاذاعة الى الملايين من المستمعين مهما كانت مواقفهم الجغرافية العلمي والثقافي وهذا ما حطم تسليط المعوقات الطبغرافية او سياسية في تلاؤم الشعوب وتبادل المعرفة.¹

رابعاً: خصائص الاذاعة :

1- الاذاعة والراديو يعتمد على الكلمة الشفاهية المنطوقة التي لها سحرها وقوتها الايحائية .

الكلام المذاع يصل الانسان في كل مكان وفي اي وقت على مدار 24 ساعة .

2- يمكن تسجيل الكلمة المذاعة وتكرار اذاعتها اكثر من مرة وفي كل مرة تكسب قوة .

3- تدور الكلمة المذاعة حول العالم سبع مرات ونصف المرة في الثانية الواحدة يمكن تدعيم الكلمة المذاعة بالمؤثرات الصوتية والموسيقى .

4- ان المواد البسيطة السهلة التي تقدم من خلال الاذاعة يسهل تذكرها كما لو قدمت من خلال المواد المطبوعة .

5- الاذاعة من الوسائل القادرة على جعل الجماهير تحس بالمشاركة وهي اقرب للاتصال الشخصي المباشر تتميز الاذاعة بالسرعة الفائقة وتخطي الحواجز ولا يحتاج الاستماع عليها الى اي جهد .

يعد الراديو ارحص الوسائل في نقل الاخبار والترفيه والثقافة .

6- تتمتع بدرجة عالية من التأثير في حياة الناس وطرق معيشتهم بوجه عام .

7- يستطيع الراديو الوصول الى الجماعات خاصة مثل كبار السن والاطفال والاقبل تعليماً وثقافية .

8- كما انها وسع انتشار من وسائل الاعلام الاخرى واكثرها شعبية وجمهوراً بما انها تبث على مدار 14 ساعة كل اليوم .

9- تشيع الاذاعة للوصول الى جمهورها اشكال الاتصالية مختلفة مثل التمثيلية والربورتاج الاذاعي والاعلان والاغنية.²

خامساً: انواع الاذاعات :

بداني فؤاد، المرجع السابق، ص51.¹

عبد المجيد شكري، الاذاعة المحلية لغة العصر، دار الفكر العربي، مصر، 1987، ص257.²

1- **الاذاعة المحلية** : التي يشتق اسمها من مفهوم المجتمع المحلي فالإذاعة المحلية هي جهاز اعلامي يخدم ويوجه الى مجتمع محلي ، اذا تبث برامجها الى جمهور محدود العدد يعيش فوق ارض محدودة المساحة ، وهي تخاطب جمهورا متقاربا ومتناسقا من الناحية الاجتماعية والثقافية ، لأنها تتفاعل مع الجمهور ، تأخذ منه وتعطيه ،ويمكن ان يكون افراد المجتمع المحلي من سكان قرية واحدة، او مجموعة قرى متقاربة ، او مدينة صغيرة او حتى مدن صغرى متقاربة و متجانسة ،قد تكون مدينة كبيرة .

2- **الاذاعة الاقليمية** :وهنا نود الاشارة الى ان هناك خلط كبير بين الاذاعة المحلية والاقليمية عند كثير ،فعلى حد الراي عبد المجيد شكري فقد ادى هذا الى الخطأ في اسم بعض الاذاعات ،بحيث يعرفها في كتابة "الاذاعة المحلية لغة العصر "بانها " اذاعة تخاطب مجتمعات تعيش داخل اقليم محدد طبقا لتقسيم الاداري للدولة فقد يفصل بين هذه الاقليم حاجزا او اكثر مثل حواجز اللغة والدين ،وحواجز جغرافية مما يجعل كل اقليم مستقل بحد ذاته " والاذاعة الاقليمية تبث برامجها من عاصمة الاقليم ، وتقم برامج وخدمات تهم ابناء الاقليم باسره، وفي نفس الوقت نجد بالضرورة في كل اقليم مجتمعات محلية متناسقة ويمكن ان تنشأ بينهما اذاعات محلية صغيرة .

3- **الاذاعة الدولية** :

وهي التي توجه من داخل دولة الى اخرى غيرها وتكون لغتها باللغات الملائمة لسكان تلك الدول ،فمثل ذلك صوت الاذاعة ،واذاعة صوت امريكا، ويكون الارسال على موجه ذات طول معين متفق عليه، اما قوة الارسال فتتوقف على اجهزة المحطة التي تتيح الاستماع لها على بعد من مراكزها .

وقد صاحب هذا التوسع في زيادة اجهزة الارسال، زيادة حجم الاستماع الى الاذاعات الدولية حيث تشير اذاعة صوت امريكا الى ان 104 ملايين مستمع يستمعون الى برامجها مرة على الاقل كل اسبوع ويتضح لنا من خلال انواع الاذاعات ان اهمية الاذاعة سواء كانت محلية او اقليمية او وطنية فهي تستخدم لأغراض معينة وتتجه لجمهور معين .

4- **الاذاعة الوطنية** :

وهي الاذاعة التي تبث برامجها من عاصمة الدولة ولها من قوة البث ما يغطي البلد كله ،بل يعبر صوتها حدود الدولة فهي تقدم ما يهم غالبية المواطنين بصفة عامة، وتهتم في برامجها بالكليات دون التفاصيل ،لأنها تخاطب مستمعين تختلف اهتماماتهم ووظائفهم، وثقافتهم وتقاليدهم وهي جعل الاهتمامات المشتركة لكل هؤلاء سبيلها في كل ما تقدمه من برامج ،وحتى مخاطبتها للطوائف ،ونوعيات محددة من المواطنين يكون عن طريق التعميم دون التخصيص خلافا للإذاعة المحلية¹.

سادسا: وظائف الاذاعة :

الاذاعة وسيلة اتصال جماهيرية لها وظائف رئيسية نذكر اهمها :

1- وظيفة اخبارية :

يجمع علماء علم الاجتماع والاعلام على ان الوظيفة الاخبارية في الاعلام تعد القاعدة الاساسية التي لا غنى عنها فهي وظيفة البحث والتخزين والمعالجة للمعلومات والعمل على تعميمها بمختلف اشكالها ، سوى كانت هذه المعلومات انباء او حقائق او رسائل او آراء او تحليلات او تعليقات ،وهذا من اجل فهم الظروف الشخصية والبيئية والقومية والدولية والتصرف اتجاهها عن علم ومعرفة ،والوصول الى وضع يمكن من اتخاذ القرارات السليمة ،وهذا ما تسعى اليه الاذاعة من خلال تقديمها للمعلومات المختلفة لمستمعيها².

2- الوظيفة التسلية :

من الوظائف الاساسية للإذاعة التسلية والترفيه وهذه الوظائف لا تقل اهمية عن غيرها من الوظائف الاذاعية لأنها تشاركها في الغايات التنقيفية والتعليمية والتربوية والاعلامية في ان واحد ،ولكن في قالب الطريف ومميز ،من خلال بثها لأغاني خفيفة ذات المعاني الراقية والبرامج الترفيهية ومسرحيات درامية ونقل المسلسلات والتمثيلات المذاعة والاحتفالات الرسمية والمباريات الرياضية والحفلات الينية بالإضافة للمسابقات والمنافسات المفيدة المختلفة التي تذيعها للمستمعين قصد الترفيه عنهم وتنقيفهم .

عبد المجيد شكري، المرجع السابق، ص57¹.

رضوان بلخيري ،مدخل الى وسائل الاعلام والاتصال نشأتها وتطورها، جسور للنشر والتوزيع، 2014 الجزائر،²

3- الوظيفة الاجتماعية :

يتفق علماء الاجتماع وعلماء النفس الاجتماعي على ان الاذاعة تلعب دورا هاما اساسيا في عملية التنشئة الاجتماعية وذلك بنقل انماط وتغيير سلوكيات الاجتماعية معينة، مع العائلة والمدرسة وحتى مع الوسائل الاعلامية الاخرى فيكتسب المستمع المواقف والقيم والتقاليد والمعايير الاجتماعية ما يساعده على اكتساب ثقافة الجماعة وهذا وطبعا لا يحدث في مدة قصيرة وانما من خلال تراكم وتكرار الآراء وممارسات من برنامج اخر.¹

4- الوظيفة التثقيفية والتعليمية :

ان الاذاعة وما تحمله من سيل متدفق من المعلومات عن العالم الخارجي الى اذهان واسماع المستمعين يوميا وباستمرار دون انقطاع ووفق خطة مدروسة تجعلها تشرك المستمع وتربطه بالسياق العام لتطور التاريخي، كما تربطه بالأحداث البارزة العلمية والتقنية والثورة التكنولوجية وبهذا تقوم الاذاعة بأكثر الوظائف اهمية وهي نشر العلم في اوساط المستمعين

5- الوظيفة الاعلانية :

هي عبارة عن اخبار تبثها الاذاعة خاصة بالجانب الاقتصادي سواء كانت متعلقة بالإعلان عن سلع جديدة او الترويج السلعة القائمة او الدعاية لمؤسسة وتقوم بإذاعته نظير اجر متفق عليه .
والاذاعة في كل ما تقدمه من برامج يجب ان تحرص على احترام القواعد والمعايير الخاصة بالفنون الاذاعية وكذلك قواعد الخلف الفني وهي ضوابط اساسية وهامة حتى تستطيع الارتقاء بمستوى المستمع الثقافي والاخلاقي.²

رضوان بلخيري، مدخل الى وسائل الاعلام والاتصال نشأتها وتطورها، جسور للنشر والتوزيع، 2014 الجزائر،¹ ص ص138.

نفس المرجع، ص139.²

الفصل الثاني

مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد

المبحث الاول : ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثاني: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثاني: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثالث : خصائص مواقع شبكات التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني : اهم مواقع التواصل الاجتماعي و تأثيراتها الايجابية و السلبية

المطلب الاول : اهم مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثاني : تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي

ملخص الفصل الثاني

تمهيد:

إن التطورات العلمية الحديثة التي شهدتها العالم وعرفها الانسان أثرت ايجابيا في العديد من المجالات وأهمها العملية الاتصالية حيث استطاعت شبكة الأنترنت بما تمتلكه من سيمات اتصالية وتقنية متميزة التي قلبت المفاهيم المكانية والزمانية للإنتاج والتطبيقات الاعلامية في العالم ونتيجة الاعتماد المتزايد على شبكة الانترنت باعتبارها الاداة الاحدث والاكثر تناميا في مجال الاتصال مما ادى الى ظهور شبكات اجتماعية مترابطة داخل الشبكة العنكبوتية سميت بمواقع التواصل الاجتماعي التي لاقت اقبال كبير من جميع شرائح المجتمع باختلاف اجناسهم ولونهم ولغتهم والتي سنحاول ان نشرح بعضها في دراستنا هذه لمواقع التواصل الاجتماعي .

أولاً: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

الشبكات الاجتماعية مصطلح ظهر منذ نهاية التسعينات وبداية الألفية الثانية و تعتبر من أهم المواضيع الساخنة التي لاقت انتشار قوي على ساحة المواضيع التكنولوجية الحديثة و ذلك لما تتيح من إمكانيات ووظائف اتصالية جديدة و من بين التعاريف التي تطرقت لمفهوم شبكات التواصل الاجتماعي.¹

شبكات التواصل الاجتماعي هي شبكة فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من الأصدقاء كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض بعد طول سنوات و تمكنهم أيضا من التواصل المرئي و الصوتي و تبادل الصور و غيره من الإمكانيات التي توطن العلاقة الاجتماعية بينهم.²

كما يعرف زهر رضي شبكات التواصل الاجتماعي على انها منظومة من المواقع الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به و من ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمام و الهوايات نفسها يعني ان شبكات التواصل الاجتماعي هي مواقع رقمية نجدها على الأنترنت تتيح للمشتريين بها إنشاء صفحات خاصة بهم يشتركون و يتواصلون من خلالها مع أشخاص آخرين بمواد متنوعة نصية و سمعية و مرئية.³

في حين يعرف عباس صادق هذه الشبكات بأنها تركيبة اجتماعية الكترونية تم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات و تتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل الفرد الواحد) بحيث يتم إيصال هذه العقد بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما و قد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات.⁴

¹ ماهر عودة الشمالية و آخرون . الاعلام الرقمي الجديد . ط1 . دار الاعصار العلمي . الاردن . 2015 ص 199 .

² هبة محمد خليفة ، مواقع الشبكات الاجتماعية ما هي <https://books.google.dz/books>

³ زاهر واضي ، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لي العالم العربي، مجلة التربية، العدد15، الجامعة الاهلية، عمان، 2003 ، ص 23 .

⁴ عباس صادق ، الاعلام الجديد ، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، الشروق، عمان، الاردن، 2008، ص 157 .

هي مجتمعات إلكترونية ضخمة تقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تدعيم التواصل و التفاعل بين أعضاء الشبكة الاجتماعية من خلال الخدمات و الوسائل المقدمة مثل التعارف، الصداقة، المرسلات، المحادثة الفورية، إنشاء مجموعات اهتمام، صفحات للأفراد، مشاركة الوسائط مع الآخرين كالصور و الفيديو و البلاجمات . كما يعنها قاموس (ODLIS) بأنها خدمة إلكترونية تسمح للمستخدمين بإنشاء و تنظيم ملفات شخصية لهم كما تسمح لهم بالتواصل مع الآخرين.¹

" هي عبار تستخدم لوصف أي موقع على الشبكة العنكبوتية تتيح لمستخدمه وضع صفحة شخصية له.... كما يمكنه من تكوين علاقات شخصية مع المستخدمين الآخرين اللذين يقومون بالدخول الى تلك الصفحة ".²

تطورت هذه المواقع شيئاً فشيئاً لتصبح الأشهر استخداماً بين مرتادي الإنترنت و مع التطور الذي يشهده العالم في مجال التقنية و الاتصالات ذاع صيت هذه المواقع بين المجتمعات و الشباب.³

وعليه يمكن القول أن شبكات التواصل الاجتماعي هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت العالمية و تتيح للمستخدمين لإنشاء و تنظيم ملفات شخصية لهم كما تسمح لهم بالتواصل مع الآخرين في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم الاهتمام أو الانتماء لبلد أو مدرسة أو فئة معينة في نظام عالمي لنقل المعلومات عن طريق خدمات التواصل المباشر كإرسال الرسائل أو المشاركة في الملفات الشخصية للآخرين والتعرق على أخبارهم و معلوماتهم التي يتيحونها للعرض.⁴

2- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

كان أول ظهور لشبكات التواصل الاجتماعي عام 1995 حيث صمم (زندي كونرادز) موقعا للتواصل مع زملائه في الدراسة ثم تلاه موقع sixdegrees عام 1997 اعتمدت هذه المواقع على فتح صفحات شخصية للمستخدمين وعلى إرسال رسائل لمجموعة

¹ المرجع نفسه، ص 162

² مركز المحتسب للإشارة ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب ، ط1 ، دار المحتسب لنشر و التوزيع ، الرياض ، 2016 ، ص 16

³ وائل مباركا خضر ، فضل الله ، اثر موقع الفاسبوك على المجتمع - مدونة شمس النهضة ، 2010 ص 07

⁴ ماهر عودة الشمائلة و اخرون ، الاعلام الرقمي الجديد ، المرجع السابق ، ص 199

من الأصدقاء والربط المباشر بينهم مع بداية عام 2005 ظهر موقع ماي سبايس الذي يعتبر¹ من أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم، ظهر الفيس بوك الذي بدأ في الانتشار المتوازي مع ما سبايس الى ان اصبح يتصدر قائمة مواقع التواصل الاجتماعي في العالم و يعتقد ان عدد مستخدميه يتجاوز 900 مليون مستخدم على مستوى العالم² في هذه الفترة راجت صناعة مواقع الإنترنت التي تقوم على تزويد مستخدميها بما يبحثون عليه من محتويات عبر شبكة بث مكونة من مواقع انترنت مرسله و عدد كبير من الملايين من متصفحات الأنترنت حول العالم تستقبل هذا البث وبعد ذلك بالتدرج استطاع مطورو الانترنت ان يستخدموا متصفحات الانترنت لإرسال واستقبال البيانات في نفس الوقت بدلا من دوره الأصلي كمستقبل أعمى للبيانات³

بداية بتطبيقات البريد الالكتروني والدرشة ومنتديات الحوار وانتهاء بالتطبيقات الالكترونية الأكثر حداثة و ثوريه مثل موسوعة الويكيبيديا، وقد كانت هذه القفزة في تغيير طريقة التعامل مع متصفحات الانترنت هي البداية الحقيقية لما يعرف بتطبيقات الويب هذا وتقوم الفكر الرئيسية شبكات التواصل الاجتماعي على جمع بيانات الأعضاء في الشبكة ويتم نشرها علنا على الشبكة حتى يتجمع الأعضاء ذوو المصالح المشتركة والذين يبحثون عن ملفات أو صور اعتمادا على صلاحيات الخصوصية التي تمنحها للزوار⁴.

3- خصائص مواقع شبكات التواصل الاجتماعي

3*1- الملفات الشخصية أو الصفحات الشخصية

من خلال الملفات الشخصية يمكن التعرف على اسم الشخص، ومعرفة المعلومات الأساسية عنه كالجنس وتاريخ الميلاد، والاهتمامات و الصور الشخصية... بالإضافة إلى غيرها من المعلومات ، ويعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص، فمن خلال

¹ ماهر عودة الشمالية و اخرون ، تكنولوجيا الاعلام و الاتصال ، ط1 ، الاعصار لنشر و التوزيع ، الاردن ، 2015 ، ص210

² ماهر عودة الشمالية و اخرون ، الاعلام الرقمي الجديد ، مرجع السابق ، ص 201

³ عباس صادق: مرجع سابق، ص157-158

⁴ وائل مبارك خضر فضل الله . مرجع سابق ص 7

الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكن مشاهدة نشاط الشخص مؤخرًا، و معرفة من هم أصدقاءه و ما هي الصور الجديدة التي وضعها... إلى غير ذلك من النشاطات.¹

3-2- المشاركة :

وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات و ردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث أنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام و الجمهور.²

3-3- الانفتاح :

معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة، أو الإنشاء والتعديل على الصفحات حيث أنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى.

3-4- المحادثة :

حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي و وسائل الإعلام الاجتماعي عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة و التفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة.³

3-5- الأصدقاء/ العلاقات :

وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين، حيث تطلق المواقع الاجتماعية مسمى "صديق" على الشخص المضاف لقائمة الأصدقاء بينما تطلق بعض المواقع الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى "اتصال" أو "علاقة" على الشخص المضاف للقائمة.⁴

3-6- إرسال الرسائل :

تتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسائل مباشرة للشخص سواء كان في قائمة الأصدقاء أم لم يكن.

3-7- البومات الصور :

¹ ماهر عودة الشمائلة و اخرون ، تكنولوجيا الاعلام والاتصال ، مرجع سابق ص211

² محمد جابر خلف الله ، مميزات و خصائص مواقع التواصل الاجتماعي ، مقال ، 04 مارس 2015 ، 21 / 04 /

2018 - 12:23 ، kenanaonline.com/users/azhar-gaper/posts/713376

³ نادية بن ورقلة، « دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي»، مجلة دراسات وأبحاث. السنة 5، العدد 11، جوان 2013، ص 4.

⁴ ماهر عودة الشمائلة و اخرون ، تكنولوجيا الاعلام والاتصال ، مرجع سابق ، ص211

تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لانهائي من الألبومات و رفع مئات الصور عليها، و إتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاضطلاع و التعليق عليها .

3-8- المجتمع :

وسائل الإعلام الاجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية لتشكل مواقعها الخاصة بسرعة والتواصل بشكل فعال، و من ثم ترتبط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول مصالح أو اهتمامات مشتركة مثل حب التصوير الفوتوغرافي، أو قضية سياسية أو برنامج تلفزيوني مفضل، ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعا الكترونيا متقاربا.¹

3-9- المجموعات :

تتيح الكثير من المواقع الاجتماعية خاصية إنشاء مجموعة اهتمام ، حيث يمكن إنشاء مجموعة بمسمى معين و أهداف محددة، و يوفر الموقع الاجتماعي لمالك المجموعة والمنضمين إليها من ساحة أشبه ما تكون بمنتهى حوار مصغر و اليوم صور مصغر، كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف « events »، أو الأحداث و دعوة أعضاء تلك المجموعة له و تحديد عدد الحاضرين و الغائبين.²

3-10- الترابط :

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض، وذلك عبر الوصلات و الروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع و التي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا مثل خبر ما على مدونة فيعجبك فترسلك إلى معارفك على فيسبوك، وهكذا مما يسهل و يسرع من عملية انتقال المعلومات.

3-11- الصفحات :

ابتدع هذه الفكرة موقع (الفيسبوك)، و استخدمها تجاريا بطريقة فعالة، حيث يعمل حاليا على إنشاء حملات إعلامية موجهة، تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم و إظهارها لفئة يحددونها من المستخدمين، و يقوم (الفيسبوك) باستقطاع مبلغ عن كل نقرة يتم الوصول لها من قبل أي مستخدم قام بالنقر على الإعلان، إذ تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث، و

¹ مرجع نفسه ، ص 212

² ماهر عودة الشمائلة و اخرون . تكنولوجيا الاعلام والاتصال مرجع سابق ص212

يقوم المستخدمون بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة، ثم إن وجدوا اهتماماً بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي.¹

ثانياً: أهم مواقع التواصل الاجتماعي و تأثيراتها الإيجابية و السلبية

1- أهم مواقع التواصل الاجتماعي

-فيسبوك:

يعد الفيسبوك من أوائل شبكات التواصل الاجتماعي و يزيد عمره الى اكثر من عشر سنوات و له شهرة و استخدام كبير و تأثير على مستوى العالم² و يعد اكبر مواقع الشبكات الاجتماعية من ناحية سرعة الانتشار و التوسع ، قيمته السوقية عالية و تتنافس على ضمه كبير الشركات ، نقطة القوة في الفيس بوك هي التطبيقات التي اتاحت الشبكة فيها للمبرمجين من مختلف انحاء العالم ببرمجة تطبيقاته المختلفة و اضافتها للموقع الاساسي .

انطلقت تطبيقات فيس بوك بسرعة الصاروخ على شبكة الانترنت لتصير احدث انقلاب في موازين الشباب في الآونة الاخيرة و فكرة هذا التطبيق تقوم على فكرة اعتماد على الجيل الثاني من الانترنت لخلق شبكة اجتماعية تمكن مجموعة من الشباب من ايجاد علاقة دائمة من خلال الصوت و الصورة و الفيديو و غيرها من التطبيقات³

الفيس بوك هو واحد من المواقع صديق الشبكات الاكثر شعبية والتي تم انشائه اصلا كمندى لطلبة الجامعات حيث لا يزال مستخدماً كبير لطلبة الجامعات و التلاميذ يهدف على لمساعدة الناس لوجودها عبر شبكة الانترنت و الشبكات الاجتماعية .

يرتاد الموقع أكثر من مليار مُستخدم من جميع أنحاء العالم لما يمتاز به من سهولة و انسيابية في التعامل، وما يوفره لهم من خصائص و خدمات كبيرة و مختلفة حيثُ يستطيع المستخدم نشر أفكاره بعدة طرق و وسائل مختلفة و مشاركة أصدقائه تفاصيل يومه و حياته عن طريق الصور، أو الكلام المكتوب، أو مقاطع الفيديو و غيرها.⁴

¹ مرجع نفسه ، ص 213.

² مركز المحتسب للإشارة ، مرجع سابق ، ص 26

³ ماهر عودة الشمالية و اخرون مرجع سابق ص 203-204

⁴ سميحة ناصر خليف ، انواع مواقع التواصل الاجتماعي ، مقال ، 2017/01/28 ، 2018/04/16 ، 11:30 ،

- تويتر :

يعد تويتر واسطة اعلامية واجتماعية ومنصة للتدوين المصغر تتيح لمستخدميها ارسال وقراءة بيانات محدثة تعرف باسم توييس بطول 140 حرف كحد اقصى وقد ارتفعت نجاح هذه الاداة الشبكية كصاروخ وغدت واحدة من الشبكات الثلاث الاكثر استخداما بعد شبكتي فيس بوك وماي سبايس¹.

ظهر الموقع في أوائل عام 2006 كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة Obvions الأميركية في مدينة سان فرانسيسكو تحت مسمى، وبعد ذلك أطلقته الشركة رسمياً للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر 2006. وبعد ذلك بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة في عام 2007 من حيث تقديم التدوينان المصغرة، وفي أبريل 2007 قامت شركة Obvions بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم Twitter²

ان موقع تويتر يعتبر من اشهر الانظمة التي تقدم فكرة التدوين المصغر كمت ان نجاحه قد جذب انتباه عدد كبير من الشبكات الاجتماعية مثل فيس بوك وبيبو مما دعا تلك المواقع الاجتماعية الى استخدام تلك الفكرة وتطبيقاتها لمستخدميها .

ولم يتوقف الموقع عند اللغة الإنجليزية فقط ولكن في ابريل 2008 قام الموقع بإطلاق نسخة يابانية وذلك لكثرة عدد المستخدمين من اليابان ونشاطهم البارز على موقع و لقيت النسخة اليابانية استحسان المستخدمين و تفوقت بشكل اكبر على النسخة الإنجليزية و ذلك لان النسخة الإنجليزية لا تدعم نظام الاعلان و قد قامت قبلها الشركة المسؤولة عن الموقع بإدراج اللغة العربية في الموقع 2007 و ذلك للأقبال العرب على الخدمة بالموقع و قد بلغ عام 2007 قمة نجاح تويتر حيث بدء العام بنصف مليون زائر و انهاء بحوالي 6 ملايين زائر اما معدل الزوار الجدد في ديسمبر 2008 فكان 4 مليون زائر و يمكن استخدام الخدمة لتدوين المصغر و الاخبار العاجلة و استخدامات عديدة لا حصر لها³

¹ ماهر عودة الشمايلة و اخرون ، الاعلام الرقمي الجديد ، مرجع سابق ص214

² http://www.ibtesamah.com/showthread-t_192335.html 11:40 2018/04/16

³ ماهر عودة الشمايلة و اخرون ، الاعلام الرقمي الجديد ، مرجع سابق ص215

- ماي سبايس :

الموقع الذي كان الاكثر رواجاً قبل ان يدخل في تنافس شديد مع الفيس بوك مؤخرًا وهو موقع الكتروني لشبكة اجتماعية تسمح للمستخدمين بإنشاء شبكات للأصدقاء والاحتفاظ بمدونة شخصية والانضمام الى مجموعات وتقاسم الصور واشربة الفيديو وفي مقدور مستخدمي شبكة ماي سبايس تكييف صفحاتهم وفق خياراتهم الخاصة باستعمال نظام لغة تأشير النص الفائق مما يمثل خدمة متميزة لا تقدمها مواقع الشبكات الاجتماعية الاخرى.¹

تشمل ميزة ماي سبايس الاخرى النشرة التي تتيح للمستخدمين نشر الرسائل بشكل يمكن جميع المستخدمين الموجودين ضمن قائمة الاصدقاء من الاطلاع عليها اضافة الى اخبار ماي سبايس التي تعرض بتقنية RSS يتم تقديمها للمستخدمين ويتم التصويت عليها وتصنيفها استناداً الى درجة شعبيتها

الانتساب الى شبكة ماي سبايس مجاني ومتاح لشخص جاوز عمره 15 سنة وعملية فتح حساب خاص في الشبكة سهلة ولا تتطلب اكثر من ملئ بعض الخانات مثل البريد الالكتروني والاسم وتاريخ الميلاد

ماي سبايس للصحفيين والاعلاميين:

هناك طرق عديدة يمكن لصحفيين ان يستخدموا وفقها شبكة ماي سبايس بدءاً بصوغ الافكار وانجاز البحوث والى ترويج المقالات وحجب القراء

يمكن للصحفيين ان ينشروا باستخدام خدمة المدونات في ماي سبايس خلاصات لمقالاتهم في ملفاتهم الشخصي وتزويدها بوصلات الكترونية تحيل الراغبين على نصوصها الكاملة من ارسال تنبيهات الى كل من يرغبون في قائمة اصدقائهم حول ما ينشرونه من معلومات جديدة ويمكن بطبع استخدام خدمة النشرات لمنح القراء رؤوس اقلام على محتويات جديدة ومن دون تطبيق خدمة التدوين على الاطلاق²

2- تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي

مواقع التواصل الاجتماعي لها العديد من الآثار سواء كانت سلبية أم إيجابية. وفيما يلي توضيح لبعض التأثيرات الإيجابية والإيجابية لها:

¹ مرجع نفسه، ص 215

² ماهر عودة الشمايلة و اخرون، الاعلام الرقمي الجديد، المرجع السابق، ص 214.

- التأثيرات الإيجابية:

بلا أدنى شك أن تكنولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي و مواقع التواصل أضفت بعدا ايجابيا جديدا على حياة الملايين من البشر من إحداثها لتغييرات ثقافية و اجتماعية و سياسية و اقتصادية في حياة مجتمعات بأكملها من أهم هذه الآثار الايجابية :

- نافذة مظة على العالم : حيث وجد الملايين من أبناء الشعوب الأجنبية و العربية بشكل خاص في الشبكات الاجتماعية نافذة حرة لهم للاطلاع على أفكار و ثقافات العالم بأسره.

- فرصة لتعزيز الذات: فمن لا يملك فرصة لخلق كيان مستقل في المجتمع يعبر به عن ذاته، فإنه عند التسجيل بمواقع التواصل الاجتماعي و تعبئة البيانات الشخصية، يصبح لك كيان مستقل و على الصعيد العالمي.¹

- أكثر انفتاحا على الآخر : إن التواصل مع الغير، سواء أكان ذلك الغير مختلف عنك في الدين و العقيدة و الثقافة و العادات و التقاليد، و اللون و المظهر و الميول، فإنك قد اكتسبت صديقا ذا هوية مختلفة عنك و قد يكون بالغرفة التي بجانبك أو على بعد آلاف الأميال في قارة أخرى.²

- منبر للرأي و الرأي الآخر: إن من أهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي سهولة التعديل على صفحاتها، و كذلك حرية إضافة المحتوى الذي يعبر عن فكرك و معتقداتك، والتي قد تتعارض مع الغير، فالمجال مفتوح أمام حرية التعبير مما جعل مواقع التواصل الاجتماعي أداة قوية للتعبير عن الميول و الاتجاهات و التوجهات الشخصية تجاه قضايا الأمة المصيرية.³

- التقليل من صراع الحضارات : فقد تعزز مواقع التواصل الاجتماعي من ظاهرة العولمة الثقافية، و لكنها في الآن ذاته تعمل على جسر الهوة الثقافية و الحضارية، وذلك من خلال ثقافة التواصل المشتركة بين مستعملي تلك المواقع و كذلك تبيان و توضيح الهموم العربية للغرب بدون زيف الإعلام و نفاق السياسة، مما يقضي في النهاية على تقارب فكري على صعيد الأشخاص فالجماعات و الدول.

¹ جمال معتوق وشريهان كريم ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في صقل سلوكيات و ممارسات الأفراد في المجتمع،

ملتقى دولي حول شبكات التواصل الاجتماعي و التغيير الاجتماعي، بسكرة ، 10/9 ديسمبر 2012.

² مرجع نفسه

³ جمال معتوق وشريهان كريم ، مرجع سابق ، ص 102.

- **تزيد من تقارب العائلة الواحدة :** فاليوم و مع تطور تكنولوجيا التواصل فإنه أصبح أيسر على العائلات متابعة أخبار بعضهم البعض عبر مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة و أنها أرخص من نظيراتها الأخرى من وسائل الاتصال المختلفة.

- **تقدم فرصة رائعة لإعادة روابط الصداقة القديمة:** حيث بإمكانك من خلال هذه المواقع أن تبحث عن أصدقاء الدراسة أو العمل ممن اختفت أخبارهم بسبب تباعد المسافات أو مشاغل الحياة، و قد ساعدت هذه المواقع في بعض الحالات عائلات فقدت أبناءها إما بسبب التبنّي أو الاختطاف أو الهجرة السرية، فيتم العثور على الأبناء.¹

- **التأثيرات السلبية:**

مثلما يوجد آثار ايجابية لمواقع التواصل الاجتماعي فإنه لها آثار سلبية أيضا فهي سلاح ذو حدين، ومن تلك الآثار السلبية :

- **يقلل من مهارات التفاعل الشخصي :** فمع سهولة التواصل عبر هذه المواقع فإن ذلك سيقبل من زمن التفاعل على الصعيد الشخصي للأفراد و الجماعات المستخدمة لهذه المواقع، و كما هو معروف فإن مهارات التواصل الشخصي تختلف عن مهارات التواصل الالكتروني، ففي الحياة الطبيعية لا تستطيع أن تخلق محادثة شخص ما فورا و أن تلغيه من دائرة تواصلك بكبسة زر.²

- **إضاعة الوقت:** حيث أنها مع خدماتها الترفيهية التي توفرها للمستخدمين، قد تكون جذابة جدا لدرجة تنسى معها الوقت.

- **الإدمان على مواقع التواصل :** إن استخدامها خاصة من قبل ربات البيوت و المتقاعدين، يجعله أحد النشاطات الرئيسية في حياة الفرد اليومية، وهو ما يجعل ترك هذا النشاط أو استبداله أمرا صعبا للغاية خاصة و أنها تعد مثالية من ناحية الترفيه لملء وقت الفراغ الطويل.

- **ضياع الهوية الثقافية العربية و استبدالها بالهوية العالمية لمواقع التواصل :** حيث أن العولمة الثقافية هي من الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي بنظر الكثيرين.

¹ موسى جواد الموسوي و آخرون، الإعلام الجديد تطور الأداء و الوسيلة و الوظيفة، مكتبة الإعلام المجتمع، بغداد، ط 1، 2011، ص47.

² وائل مبارك خضر فضل الله ، اثر الفيسبوك على المجتمع، المكتبة الوطنية للنشر، الخرطوم، ط1، 2011، ص 20.

- **انعدام الخصوصية** : تواجه أغلبية المواقع الاجتماعية مشكلة انعدام الخصوصية مما تتسبب بالكثير من الأضرار المعنوية و النفسية على الشباب و قد تصل في بعض الأحيان لأضرار مادية، فملف المستخدم على هذه الشبكة يحتوي على جميع معلوماته الشخصية إضافة إلى ما يبثه من هموم، ومشاكل قد تصل بسهولة إلى يد أشخاص قد يستغلونها بغرض الإساءة و التشهير.¹

6 - الصداقات قد تكون مبالغاً فيها أو طاغية في بعض الأحيان : فجميع الأشخاص الذين تعرفهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي نضيفهم كأصدقاء و هو لقب غير دقيق، لأن الصداقة تتشكل مع الزمن و ليس فوراً، ففيه نوع من النفاق.

- **انتحال الشخصيات**: تبقى مجهولة المصدر الحقيقي خلف مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي دافعا أحيانا إلى استخدامها في الابتزاز و انتحال الشخصية و نشر المعلومات المضللة و تشويه السمعة، أو في الجريمة كالدعارة أو السرقة أو الاختطاف.²

- **تراجع استخدام اللغة العربية الفصحى لصالح العامية** : أضحي استخدام مزيج من الحروف و الأرقام اللاتينية بدل الحروف العربية الفصحى خاصة على شبكات التعارف و المحادثة فتحوّلت حروف اللغة العربية إلى رموز و أرقام باتت الحاء "7" و العين "3" و هذا ما أكدته دراسة علي صلاح محمود بعنوان "ثقافة الشباب العربي".³

¹ مرجع نفسه ، ص 21

² محمد عجم: الانترنت و التكنولوجيا الحديثة تكشفان انعزال الشباب -عالم افتراضي يتصل بالواقع و ينفصل عنه، جريدة الشرق الأوسط، العدد 11704، 2010، ص12

³ عادل عبد الصادق، استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الأمن و الحرية ، مقال ، 2012 ،

خلاصة الفصل:

وفي خلاصة هذا الفصل نستنتج دور التكنولوجيا الاتصال ومواقع التواصل الاجتماعي البارز كذلك اهميتها الكبيرة في حياة الفرد والمجتمع والعالم اجمع من حيث التواصل في ما بينهم وكذلك تقريب المسافات وتزويد شرائح المجتمع بجميع مستوياتهم واعمارهم بالمعلومات في حين صدورها مما ادى الى تزايد وارتفاع مستخدميها في العالم كذلك مدى تأثير هذه المواقع تواصل الاجتماعي الذي تعتبر هي العصى الغليظة للمجتمعات الحديثة .

الجانب التطبيقي

الفصل الرابع

الاجراءات المنهجية للدراسة

نوع الدراسة

منهج الدراسة

أدوات جمع البيانات

مجتمع الدراسة

عينة الدراسة

اختبارات الصدق والثبات

صعوبات الدراسة

تمهيد:

يتناول هذا الفصل عرضاً لمنهج الدراسة ومجتمعها ووصفاً لعينتها كما يشمل الاداة الدراسية واجراءاتها المنهجية لذلك تعد الدراسة الميدانية الجانب الثاني والأهم في البحث، وذلك لأننا تمكننا من الوصول إلى النتائج والحلول لإشكالية الموضوع ليصل الباحث إلى ميدان الدراسة لجمع البيانات والمعلومات حول الظاهر المدروسة، معتمداً في ذلك على أكثر من أداة بحث منهجية، وتكمن قيمة النتائج المتحصل عليها حول الموضوع، ومدى صحة هذه الدراسة على الإجراءات التي أتبعها وعلى الأساليب التي يتم اختيارها من طرف الباحث، أثناء معالجة موضوع هذه الدراسة.

1- نوع الدراسة ومنهجها :**• نوعها الدراسة:**

تتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الميدانية الوصفية descriptive study حيث يتم ميدانياً دراسة الحقائق الراهنة والمتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة الأوضاع فهي تسعى إلى الوقوف على استخدام الطلبة الجامعيين للإذاعة المرئية

2-المنهج المتبع:

وهو يعتبر المرشد الذي من خلاله يهتدي ويستدل إلى الحقيقة والدليل إلى نتائج عميقة وفق قواعد عامة التي تضمن على العقل وتحدد عملية حتى يصل إلى نتيجة معلومة وبما أن الدراسة تهدف إلى معرفة حجم استخدام الطلبة الجامعيين للإذاعة المرئية وهي عبارة عن دراسة وميدانية مع اختيار المنهج المسحي لأنه يعتبر منهج جد منظم للحصول على البيانات والمعلومات

ويعتبر المنهج المسحي أحد المناهج الأساسية للدراسة الوصفية ويقوم على جمع المعلومات عن الظاهرة المدروسة قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها وضعفها.¹

3- حدود الدراسة

وفقا للاختيار الذي وقع على مؤسسة الإذاعة الجديد وإذاعة الوادي لا جراء الدراسة الميدانية للبحث فقد وجب عنه التنقل من جامعة الوادي إلى مراكز الإذاعة بهدف جمع المعلومات حول الموضوع.

ويعود اختيارنا للإذاعة الجديد والمحلية إلى شهر افريل 2022 في شكل تربص ميداني ترتب عنه كشف خصوصية هذه الإذاعة المتمثلة في العمل الإعلامي التفاعلي على خلاف بعض الإذاعات التي غير مرئية وجب اختيار الجديد وبعض الإذاعات الأخرى المرئية.

4- ادوات جمع البيانات :

يركز الباحث علي تقنيات لجمع المعطيات والبيانات الخاصة بالظاهرة المواد ودراستها واختيار التقنية المعتمد عليها يتوقف أساسا علي طبيعة موضوع الدراسة .والهدف المراد الوصول اليه وبما إننا بصدد معرفة أثر مواقع التواصل الاجتماعي علي طلبة متوسطة بحير

سمير محمد حسين: دراسة في مناهج البحث العلمي, بحوث الاعلام, ط3, عالم الكتب, مصر, 1993, ص147.¹

حسن بالصحن الاول بلدية الوادي ولاية الوادي . حيث استخدمنا الاستبيان اذ يعتبر انسب لأجراء هذه الدراسة واكثرها شيوعا في الحصول علي البيانات التي يتكون منطلق اساسي للباحث من اجل الاجابة والتحليل علي الاسئلة التي طرحها في بداية البحث

4-1- الاستبيان:

" يعتبر الاستبيان وثيقة تتضمن مجموعة من الاسئلة توجه الي المستجوبين وهم افراد العينة التي استخرجها الباحث بغرض التحقق من الفرضيات ومن جهة اخري يعرف احد الباحثين الاستبيان اداة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع معين عن طريق استمارة يجري تعبئتها من المستجوب ويكون هذا الاخير سيد الموقف بينما المقابلة الباحث هو سيد الموقف" التي تم من خلاله تعبئة الاستمارة من طرف افراد العينة للحصول على آرائهم¹

4-2- المقابلة :

" تعتبر المقابلة أداة من جمع البيانات و المعلومات و المعطيات من أفراد البحث عن طريق التبادل اللفظي بين الباحث و المبحوث و يحاول الباحث ملاحظة انفعالات المبحوث و مظاهره التعبيرية و هيئته العامة و مبادرته"² و استخدمت في شرح الاسئلة لأفراد العينة المختارة ومقابلة مجتمع الدراسة .

4-3-الملاحظة :

" تعتبر احدي أهم أدوات جمع البيانات التي تسمح للباحث بمشاهدة ومراقبة سلوك او ظاهرة معينة، وتجميع أكبر قدر من المعلومات حول البيئة التي فيها الظاهرة بغرض الحصول علي أدق المعلومات"³ و التي تمثلت في ملاحظة بعض الطلبة يستخدمون مواقع الاذاعة المرئية من زاوية اخرى

¹ عبود عبد الله العسكري، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية ،ط2، دار النمير،دمشق،2004 ص172.

² جلال غربول السناد ، البحث العلمي و كتابته ،ط1، الاعصار لنشر و التوزيع ،عمان ، 2015.ص154

³ سعدية خاخة و عزيزة بوقفة و مريم عطاء الله، اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي علي الاستماع للاذاعة المحلية بورقلة دراسة وصفية تحليلية من مستخدمي الفيس بوك من طلبة علوم الاعلام والاتصال ، قاصدي مرباح، ورقلة، كلية

العلوم الاجتماعية والانسانية.2014. ص17

5 - عينة الدراسة:

اعتمدنا خلال هذه الدراسة الميدانية على أسلوب العينة والتي تمثل مجتمع الدراسة، حيث تعتبر جزء هام في نجاح البحث العلمي، " فهي عبارة عن مجموعة من المفردات تؤخذ من مجتمع يقوم الباحث باختيارها بهدف جمع البيانات الخاصة بالبحث"¹ و خصصنا نوع العينة الحصيفة لأنها تتماشى مع موضوع بحثنا.

6 - اختبارات الصدق والثبات:

الدراسة الاستطلاعية:

قمنا بتوزيع الاستبيان على عينة استطلاعية مكونة من 50 من طلبة جامعة الوادي و قاموا بالإجابة على الاستبيان، فقمنا بحساب قيمة معامل الثبات ألفا كرونباخ فكانت نتائجهم كالآتي:

الثبات بطريقة التناسق الداخلي للبنود (ألفا كرو نباخ):

قمنا بحساب ثبات المقياس بطريقة التناسق الداخلي للبنود (ألفا كرو نباخ) بواسطة نظام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS₂₃)، النتائج مدونة في الجدول التالي:

الجدول رقم (01) يوضح قيمة معامل ألفا كرو نباخ

المحاور	عدد البنود	قيمة معامل ألفا كرو نباخ	القرار
عادات وانماط استخدام الطلبة الجامعيين للإذاعة المرئية	6	0.712	دالة إحصائية
دوافع استخدام الإذاعة المرئية	5	0.740	دالة إحصائية
دور الإذاعة المرئية	7	0.723	دالة إحصائية
الدرجة الكلية للاستبيان	18	0.775	دالة إحصائية

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (01) نجد أن قيمة ألفا كرونباخ للاستبيان، أي درجة التناسق الداخلي بين بنود المحور الأول عادات وانماط استخدام الطلبة الجامعيين للإذاعة المرئية تساوي 0.712، وهي علاقة موجبة بين البنود المكونة للمحور الأول، ودرجة التناسق

¹ محمد عبيدات وآخرون: منهجية البحث العلمي، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 1999، ص 76.

الداخلي بين بنود المحور الثاني دوافع استخدام الإذاعة المرئية تساوي 0.740، وهي علاقة موجبة بين البنود المكونة للمحور الثاني، ودرجة التناسق الداخلي بين بنود المحور الثالث دور الإذاعة المرئية تساوي 0.723، وهي علاقة موجبة بين البنود المكونة للمحور الثالث وهذا ما يؤكد درجة التناسق الداخلي لكل بنود الاستبيان والتي تساوي 0.775، وهي علاقة موجبة بين البنود المشكلة للاستبيان وبذلك يمكن القول بأن الاستبيان ثابت.

الدراسة الأساسية:

بعد التأكد من ثبات الاستبيان، قمنا بتوزيع الاستبيان علي العينة الأساسية والمقدرة بـ 50 طالب جامعي من طلبة جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، و قاموا بالإجابة علي الاستبيان فكانت النتائج كالآتي:

الفصل الخامس

تحليل البيانات و مناقشتها

تمهيد:

تناولنا في هذا الفصل تحليل البيانات و عرض النتائج حيث قسمنا هذا الفصل الى اربعة محاور ففي المحور الأول الذي عنوانه البيانات الشخصية عرضنا و حللنا من خلاله نتائج متعلقة بالجنس و السن و الاحالة الاجتماعية و المستوى المعيشي.

كما عرضنا في المحور الثاني و الذي اندرج تحت عنوان أنماط و عادات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حللنا نتائج متعلقة باستخدام و اهم مواقع التواصل الاجتماعي دون نسيان فترات و مدة استخدام و اماكن و اللغة التي تنطوي تحت استخدام هذه المواقع .

في حين تضمن المحور الثالث الذي تعلق بدوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و الذي استخلصنا من خلاله اسباب و اهداف الطلبة من خلال استعمالهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

كما ختمنا هذا الفصل بمحور الاشباعات المحققة من خلال تحليل البيانات المتعلقة بالشعور جراء استعمال هذه المواقع و تكون الصداقات و تأثيرها على المردود الدراسي للتلاميذ.

عرض وتحليل النتائج:

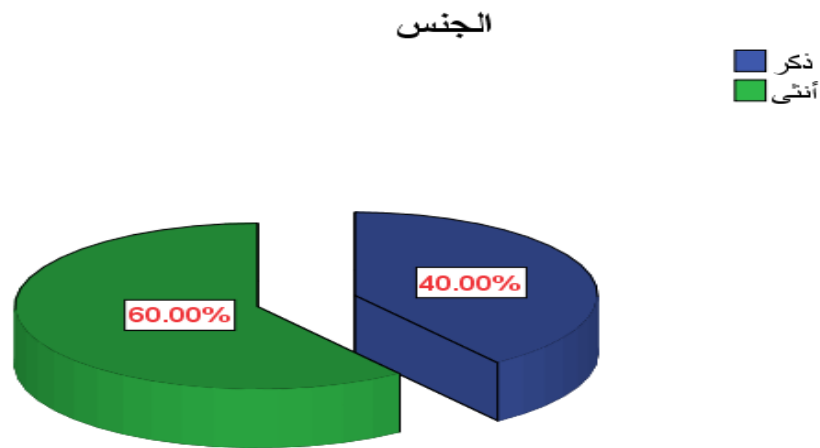
عرض وتحليل نتائج البيانات العامة: أولاً:

1 - الجنس:

الجدول رقم (02) يوضح توزيع ونسبة العينة حسب الجنس (ذكر, أنثى)

الجنس	العدد	النسبة المئوية %
ذكر	20	40%
أنثى	30	60%
المجموع	50	100%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

التمثيل البياني رقم (01) يوضح توزيع ونسبة العينة حسب الجنس (ذكر, أنثى)

من خلال قراءتنا للجدول رقم (02) والتمثيل البياني رقم (01) نجد أن العينة المأخوذة لدراستنا غير متساوية العدد بين الجنسين, حيث نجد عدد الاناث 30 وهم بنسبة 60% وهي مرتفعة مقارنة بعدد الذكور الذين وهم 20 بنسبة 40%.

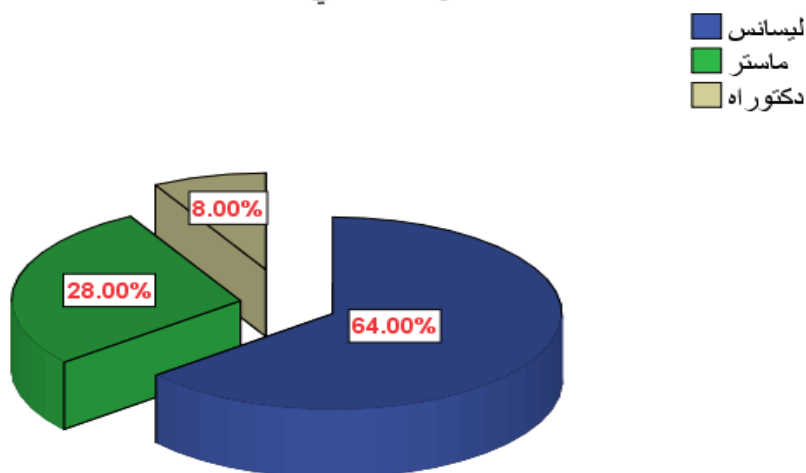
2-المستوى التعليمي:

الجدول رقم (03) يوضح توزيع ونسبة العينة حسب المستوى التعليمي

النسبة المئوية %	العدد	المستوى التعليمي
64%	32	ليسانس
28%	14	ماستر
8%	4	دكتوراه
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

المستوى العلمي



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

التمثيل البياني رقم (02) يوضح توزيع ونسبة العينة حسب المستوى التعليمي

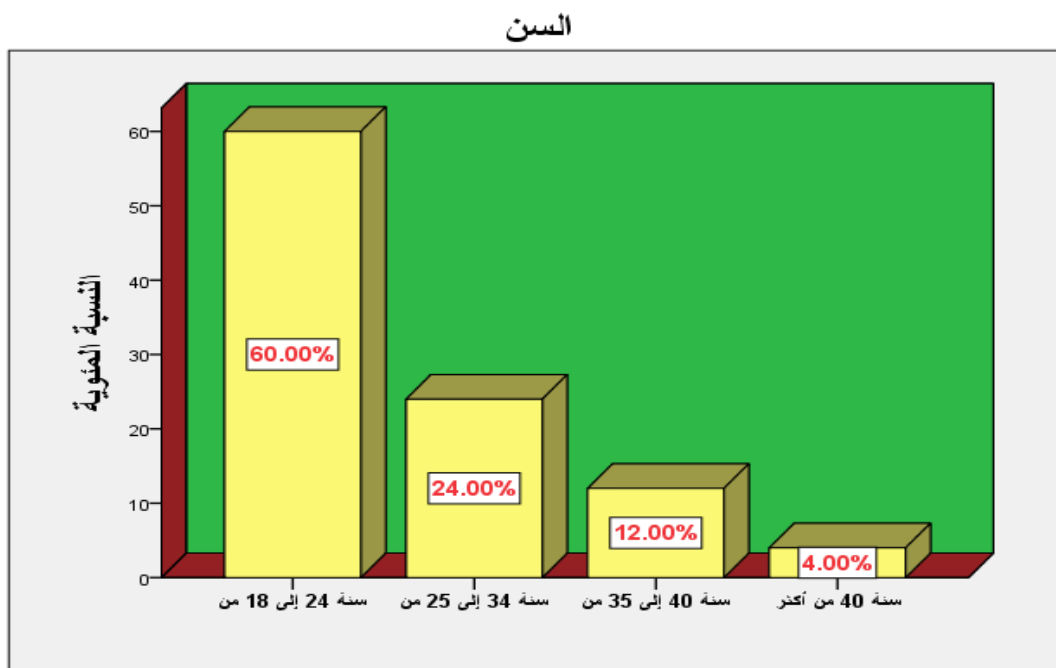
من خلال قراءتنا للجدول رقم (03) والتمثيل البياني رقم (02) نجد أن العينة المأخوذة لدراستنا متساوية العدد في المستوى التعليمي, حيث نجد عدد الطلبة الذين لديهم مستوى ليسانس وهم 32 بنسبة 64%, يليها عدد الطلبة الذين مستوى ماستر وهم 14 بنسبة 28%, يليها عدد الطلبة الذين لديهم مستوى دكتوراه وهم 4 بنسبة 8%.

3- السن:

الجدول رقم (04) يوضح توزيع ونسبة العينة حسب السن

النسبة المئوية %	العدد	السن
60%	30	من 18 إلى 24 سنة
24%	12	من 25 إلى 34 سنة
12%	6	من 35 إلى 40 سنة
4%	2	أكثر من 40 سنة
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

التمثيل البياني رقم (03) يوضح توزيع ونسبة العينة حسب السن

من خلال قراءتنا للجدول رقم (04) والتمثيل البياني رقم (03) نجد أن العينة المأخوذة لدراستنا غير متساوية العدد في السن، حيث نجد عدد الطلبة الذين لديهم سن من 18 إلى 24 سنة هم 30 بنسبة 60%، يليها عدد الطلبة الذين لديهم سن من 25 إلى 34 سنة وهم 12 بنسبة 24%، يليها عدد الطلبة الذين لديهم سن من 35 إلى 40 سنة وهم 6 بنسبة 12%، يليها عدد الطلبة الذين لديهم سن أكثر من 40 سنة وهم 2 بنسبة 4%.

ثانيا: عرض وتحليل نتائج المحور الأول: عادات وانماط استخدام طلبة الجامعيين للإذاعة المرئية

1 - مدى تعرضك للإذاعة المرئية:

الجدول رقم (05): يمثل توزيع أفراد العينة حول مدى التعرض للإذاعة المرئية وفق متغير الجنس

المجموع		إناث		ذكر		الجنس
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	البداية
%40	20	%33.33	10	%50	10	دائما
%38	19	%36.67	11	%40	8	احيانا
%22	11	%30	9	%10	2	نادرا
% 100	50	% 100	30	% 100	20	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (05) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين دائما يتعرضون للإذاعة المرئية وهم 20 بنسبة 40%, قابلتها نسبة 50% من الطلبة الذكور وهي مرتفعة من نسبة 33.33% من الطلبة الإناث, تليها نسبة المبحوثين الذين احيانا ما يتعرضون للإذاعة المرئية وهم 19 بنسبة 38%, قابلتها نسبة 40% من الطلبة الذكور وهي مرتفعة قليلا من نسبة 36.67% من الطلبة الاناث, تليها نسبة المبحوثين الذين لا يتعرضون للإذاعة المرئية وهم 11 بنسبة 22%, قابلتها نسبة 30% من الطلبة الاناث وهي مرتفعة من نسبة 10% من الطلبة الذكور, وهذا ما يفسر أن أغلبية المبحوثين دائما يتعرضون للإذاعة المرئية وهذا راجع الى وجود نوع من الادمان على استخدام الاذاعة المرئية.

2- متى تستخدم الاذاعة المرئية:

الجدول رقم (06): يمثل توزيع أفراد العينة حول وقت استخدام الاذاعة المرئية وفق متغير السن

المجموع	اكثر من 40 سنة		من 35 الى 40 سنة		من 25 الى 34 سنة		من 18 الى 24 سنة		السن		
	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار			
	%28	14	%0	0	%0	0	%25	3	%36.67	11	الصباح
	%60	30	%100	2	%50	3	%66.67	8	%56.67	17	المساء
	%12	6	%0	0	%50	3	%8.33	1	%6.67	2	اخرى
	%100	50	%100	2	%100	6	%100	12	%100	30	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (05) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يستخدمون الاذاعة المرئية في الفترة المسائية وهم 30 بنسبة 60%, قابلتها نسبة 100% للمبحوثين في الفئة العمرية (اكثر من 40 سنة) وهي مرتفعة من نسبة 66.67% للمبحوثين في الفئة العمرية (من 25-34 سنة) ونسبة 56.67% للمبحوثين في الفئة العمرية (من 18 الى 24 سنة) ونسبة 50% للمبحوثين في الفئة العمرية (35-40 سنة), يليها عدد المبحوثين الذين يستخدمون الاذاعة المرئية في الفترة الصباحية وهم 14 بنسبة 28%, قابلتها نسبة 36.67% للمبحوثين في الفئة العمرية (من 18 الى 24 سنة) وهي مرتفعة من نسبة 25% للمبحوثين في الفئة العمرية (من 25-34 سنة) ونسبة 0% للمبحوثين في الفئة العمرية (من 35 الى 40 سنة) ونسبة 0% للمبحوثين في الفئة العمرية (اكثر من 40 سنة), يليها عدد المبحوثين الذين يستخدمون الاذاعة المرئية في الفترة مختلفة وهم 6 بنسبة 12%, قابلتها نسبة 50% للمبحوثين في الفئة العمرية (من 35 الى 40 سنة) وهي مرتفعة من نسبة 8.33% للمبحوثين في الفئة العمرية (من 25-34 سنة) ونسبة 6.67% للمبحوثين في الفئة العمرية (من 18 الى 24 سنة) ونسبة 0% للمبحوثين في الفئة العمرية (اكثر من 40 سنة), وهذا ما يفسر أن اغلبية المبحوثين يستخدمون الاذاعة المرئية في الفترة المسائية وهذا راجع الى وجود اوقات فراغ في الفترة المسائية تمكنهم من مشاهدة التلفاز.

3 - حدد في أي الاوقات تتابع الاذاعة المرئية:

الجدول رقم (07): يمثل توزيع أفراد العينة حول وقت متابعة الاذاعة المرئية

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
4%	2	من 6 إلى 8 صباحا
24%	12	من 8 إلى 12 زوالا
16%	8	من 12 إلى 17 مساء
56%	28	من 17 مساء فما فوق
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (07) نجد أن اغلبية المبحوثين يتابعون الاذاعة من وقت 17 مساء فما فوق وهم 28 بنسبة 56%, يليها المبحوثين الذين يتابعون الاذاعة من وقت 8 الى 12 زوالا وهم 12 بنسبة 24%, يليها المبحوثين الذين يتابعون الاذاعة من وقت 12 الى 17 مساء وهم 8 بنسبة 16%, يليها المبحوثين الذين يتابعون الاذاعة من وقت 6 الى 8 صباحا وهم 2 بنسبة 4%, وهذا ما يفسر أن اغلبية المبحوثين يتابعون الاذاعة من وقت 17 مساء فما فوق.

4 - في أي الاماكن تشغل الاذاعة المرئية:

الجدول رقم (08): يمثل توزيع أفراد العينة حول مكان تشغيل الاذاعة المرئية

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
72%	36	في البيت
6%	3	في الجامعة
16%	8	في الحديقة
6%	3	أخرى
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (08) نجد أن اغلبية المبحوثين يتابعون الاذاعة في البيت وهم 36 بنسبة 72%, يليها المبحوثين الذين يتابعون الاذاعة في الحديقة وهم 8 بنسبة 16% يليها المبحوثين الذين يتابعون الاذاعة في الجامعة وفي اماكن اخرى وهم 3 بنسبة 6% وهذا ما

يفسر أن اغلبية المبحوثين يتابعون الاذاعة في البيت وهذا راجع الى وجود راحتهم في البيت اكثر من اي مكان اخر.

5 - مع من تشاهد الاذاعة المرئية:

الجدول رقم (09): يمثل توزيع أفراد العينة حول مع من يشاهدون الاذاعة المرئية

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
32%	16	بمفردك
40%	20	مع الأسرة
20%	10	مع الأصدقاء
8%	4	أخرى
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (09) نجد أن اغلبية المبحوثين يشاهدون الاذاعة مع الاسرة وهم 20 بنسبة 40%, يليها المبحوثين الذين يشاهدون الاذاعة بمفردهم وهم 16 بنسبة 32%, يليها المبحوثين الذين يشاهدون الاذاعة مع الاصدقاء وهم 10 بنسبة 20%, يليها المبحوثين الذين يشاهدون الاذاعة مع اشياء اخرى وهم 4 بنسبة 8%, وهذا ما يفسر أن اغلبية المبحوثين يشاهدون الاذاعة مع الاسرة.

6 - ما هي المواضيع التي تهتمك في الاذاعة المرئية بحسب الاوليات من 1 الي 6:

الجدول رقم (10): يمثل توزيع أفراد العينة حول المواضيع التي تهتمهم في الاذاعة المرئية

الترتيب	النسبة المئوية	العبرة
الأولى	28%	اجتماعية
الثانية	22%	ثقافية
الثالثة	16%	سياسية
الرابعة	14%	رياضية
الخامسة	10%	تسلية وألعاب
السادسة	6%	اقتصادية
السابعة	4%	أخرى
المجموع	100%	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

يمثل الجدول رقم (10) المواضيع التي تهتم المبحوثين في الاذاعة المرئية بحسب الاولوية حيث نجد أن المواضيع الإجتماعية حصلت على المرتبة الأولى وذلك بنسبة 28%, تليها المواضيع الثقافية والذي كانت ترتيبها الثاني وذلك بنسبة 22%, يليها المواضيع السياسية والتي كان ترتيبها الثالث وذلك بنسبة 16%, يليها المواضيع الرياضية والتي كانت ترتيبها الرابع وذلك بنسبة 14%, يليها المواضيع التسلية والالعاب والتي كان ترتيبها الخامس وذلك بنسبة 10%, يليها المواضيع الاقتصادية والتي حصلت على المرتبة السادسة وذلك بنسبة 6%, يليها المواضيع الاخرى والتي كان ترتيبها السابع وذلك بنسبة 4%, وهذا ما يفسر أن المواضيع الاجتماعية هي التي تهتم اغلب المبحوثين في الاذاعة المرئية والتي كان ترتيبها الاولى.

ثالثاً: عرض وتحليل نتائج المحور الثاني: دوافع استخدام الاذاعة المرئية
أ- الدوافع العلمية:

1 - ما هو سبب مشاهدتك للإذاعة المرئية:

الجدول رقم (11): يمثل توزيع أفراد العينة حول سبب مشاهدة للإذاعة المرئية وفق متغير الجنس

المجموع	إناث		ذكر		الجنس
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
نسبة					البداية
%12	6	%0	0	%30	نفعي
%50	25	%60	18	%35	فكري ثقافي
%30	15	%40	12	%15	معرفي
%8	4	%0	0	%20	تمضية الوقت
% 100	50	% 100	30	% 100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (11) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يشاهدون الاذاعة المرئية لسبب فكري وثقافي وهم 25 بنسبة 50%، قابلتها نسبة 60% من الطلبة الاناث وهي مرتفعة من نسبة 35% من الطلبة الذكور، تليها نسبة المبحوثين الذين يشاهدون الاذاعة المرئية لسبب معرفي وهم 15 بنسبة 30%، قابلتها نسبة 40% من الطلبة الاناث وهي مرتفعة من نسبة 15% من الطلبة الذكور، تليها نسبة المبحوثين الذين يشاهدون الاذاعة المرئية لسبب نفعي وهم 6 بنسبة 12%، قابلتها نسبة 30% من الطلبة الذكور وهي مرتفعة من نسبة 0% من الطلبة الاناث، تليها نسبة المبحوثين الذين يشاهدون الاذاعة المرئية لسبب تمضية الوقت وهم 4 بنسبة 8%، قابلتها نسبة 20% من الطلبة الذكور وهي مرتفعة من نسبة 0% من الطلبة الاناث، وهذا ما يفسر أن أغلبية المبحوثين يشاهدون الاذاعة المرئية لسبب فكري وثقافي وهذا راجع لرغبتهم في تنمية أفكارهم وقدراتهم المعرفية والثقافية.

2 - هل تكسبك الاذاعة المرئية خبرات جديدة:

الجدول رقم (12): يمثل توزيع أفراد العينة حول اكساب الاذاعة المرئية لهم خبرات جديدة

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
44%	22	نعم
12%	6	لا
40%	20	أحيانا
4%	2	أخرى
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (12) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين تكسبهم الاذاعة المرئية خبرات جديدة وهم 22 بنسبة 44%, يليها المبحوثين الذين احيانا تكسبهم الاذاعة المرئية خبرات جديدة وهم 20 بنسبة 40%, يليها المبحوثين الذين لا تكسبهم الاذاعة المرئية خبرات جديدة وهم 6 بنسبة 12%, يليها المبحوثين الذين تكسبهم الاذاعة المرئية خبرات جديدة اخرى وهم 2 بنسبة 4%, وهذا ما يفسر أن اغلبية المبحوثين تكسبهم الاذاعة المرئية خبرات جديدة وهذا راجع لدورها الفعال الذي تقوم به.

3- تتابع الاخبار في الإذاعة المرئية بصفة:

الجدول رقم (13): يمثل توزيع أفراد العينة حول وقت استخدام الاذاعة المرئية وفق متغير السن

المجموع	اكثر من 40 سنة		من 35 الى 40 سنة		من 25 الى 34 سنة		من 18 الى 24 سنة		السن	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة		
16%	8	0%	0	0%	0	25%	3	16.67%	5	دائما
42%	21	0%	0	16.67%	1	41.67%	5	50%	15	غالبا
38%	19	100%	2	83.33%	5	33.33%	4	26.67%	8	أحيانا
4%	2	0%	0	0%	0	0%	0	6.67%	2	منخفض
100%	50	100%	2	100%	6	100%	12	100%	30	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPS

من خلال الجدول رقم (13) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين غالبا ما يتابعون الاخبار في الاذاعة المرئية وهم 21 بنسبة 42%, قابلتها نسبة 50% للمبحوثين في الفئة العمرية (من 18 الى 24 سنة) وهي مرتفعة قليلا من نسبة 41.67% للمبحوثين في الفئة العمرية (من 25-34 سنة) ونسبة 16.67% للمبحوثين في الفئة العمرية (من 35 الى 40 سنة) ونسبة 0% للمبحوثين في الفئة العمرية (اكثر من 40 سنة), يليها عدد المبحوثين الذين احيانا ما يتابعون الاخبار في الاذاعة المرئية وهم 19 بنسبة 38%, قابلتها نسبة 100% للمبحوثين في الفئة العمرية (اكثر من 40 سنة) وهي مرتفعة من نسبة 83.33% للمبحوثين في الفئة العمرية (من 35-40 سنة) ونسبة 33.33% للمبحوثين في الفئة العمرية (من 25 الى 34 سنة) ونسبة 26.67% للمبحوثين في الفئة العمرية (من 18 الى 24 سنة), يليها عدد المبحوثين الذين دائما ما يتابعون الاخبار في الاذاعة المرئية وهم 8 بنسبة 16%, قابلتها نسبة 25% للمبحوثين في الفئة العمرية (من 25 الى 34 سنة) وهي مرتفعة من نسبة 16.67% للمبحوثين في الفئة العمرية (من 18-25 سنة) ونسبة 0% للمبحوثين في الفئة العمرية (من 35 الى 40 سنة) ونسبة 0% للمبحوثين في الفئة العمرية (اكثر من 40 سنة) يليها عدد المبحوثين الذين منخفضة متابعتهم الاخبار في الاذاعة المرئية وهم 2 بنسبة 4%, قابلتها نسبة 6.67% للمبحوثين في الفئة العمرية (من 18 الى 24 سنة) وهي مرتفعة من نسبة 0% للمبحوثين في الفئة العمرية (من 25-35 سنة) ونسبة 0% للمبحوثين في الفئة العمرية (من 35 الى 40 سنة) ونسبة 0% للمبحوثين في الفئة العمرية (اكثر من 40 سنة), وهذا ما يفسر أن اغلبية المبحوثين غالبا ما يتابعون الاخبار في الاذاعة المرئية.

4 - هل تستخدم الاذاعة لكسر الملل:

الجدول رقم (14): يمثل توزيع أفراد العينة حول استخدام الاذاعة المرئية لكسر الملل

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
36%	18	دائما
40%	20	غالبا
16%	8	نادرا
8%	4	ابدا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (14) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين غالبا يستخدمون الاذاعة لكسر الملل وهم 20 بنسبة 40%, يليها المبحوثين الذين دائما يستخدمون الاذاعة لكسر الملل وهم 18 بنسبة 36%, يليها المبحوثين الذين نادرا ما يستخدمون الاذاعة لكسر الملل وهم 8 بنسبة 16%, يليها المبحوثين الذين لا يستخدمون الاذاعة لكسر الملل وهم 4 بنسبة 8% وهذا ما يفسر أن أغلبية المبحوثين غالبا يستخدمون الاذاعة لكسر الملل.

5- هل تستمع للإذاعة من اجل الهروب من الواقع:

الجدول رقم (15): يمثل توزيع أفراد العينة حول متابعة الاذاعة من اجل الهروب من الواقع وفق متغير المستوى التعليمي

المجموع		دكتوراه		ماستر		ليسانس		المستوى التعليمي
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
%8	4	%25	1	%14.29	2	%3.13	1	دائما
%20	10	%0	0	%21.43	3	%21.88	7	غالبا
%22	11	%25	1	%21.43	3	%21.88	7	أحيانا
%50	25	%50	2	%42.86	6	%53.13	17	ابدا
%100	50	%100	4	%100	14	%100	32	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (15) نلاحظ أن اغلبية المبحوثين لا يستمعون للإذاعة من اجل الهروب من الواقع وهم 25 بنسبة 50%, قابلتها نسبة 53.13% من المبحوثين الذين يمتلكون مستوى ليسانس وهي مرتفعة قليلا مقارنة مع نسبة 50% من المبحوثين الذين يمتلكون مستوى دكتوراه, ونسبة 42.86% من الطلبة الذين يمتلكون مستوى ماستر, يليها المبحوثين الذين احيانا يستمعون للإذاعة من اجل الهروب من الواقع وهم 11 بنسبة 22% قابلتها نسبة 25% من المبحوثين الذين يمتلكون مستوى دكتوراه وهي مرتفعة قليلا مقارنة مع نسبة 21.88% من المبحوثين الذين يمتلكون مستوى ليسانس, ونسبة 21.43% من

الطلبة الذين يمتلكون مستوى ماستر, يليها المبحوثين الذين غالبا ما يستمعون للإذاعة من اجل الهروب من الواقع وهم 10 بنسبة 20%, قابلتها نسبة 21.88% من المبحوثين الذين يمتلكون مستوى ليسانس وهي مرتفعة قليلا مقارنة مع نسبة 21.43% من المبحوثين الذين يمتلكون مستوى ماستر, ونسبة 0% من الطلبة الذين يمتلكون مستوى دكتوراه, يليها المبحوثين الذين دائما يستمعون للإذاعة من اجل الهروب من الواقع وهم 4 بنسبة 8% قابلتها نسبة 25% من المبحوثين الذين يمتلكون مستوى دكتوراه وهي مرتفعة مقارنة مع نسبة 14.29% من المبحوثين الذين يمتلكون مستوى ماستر, ونسبة 3.13% من الطلبة الذين يمتلكون مستوى ليسانس, وهذا ما يفسر أن اغلبية المبحوثين لا يستمعون للإذاعة من اجل الهروب من الواقع.

رابعا: عرض وتحليل نتائج المحور الثالث: دور الإذاعة المرئية

1 - هل تعزز الإذاعة المرئية احساسك بالآخرين:

الجدول رقم (16): يمثل توزيع أفراد العينة حول تعزيز مشاهدة للإذاعة المرئية احساس بالآخرين وفق

متغير الجنس

المجموع		إناث		ذكر		البدائل
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
32%	16	30%	9	35%	7	دائما
42%	21	33.33%	10	55%	11	غالبا
20%	10	26.67%	8	10%	2	نادرا
6%	3	10%	3	0%	0	ابدا
100%	50	100%	30	100%	20	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (16) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين غالبا تعزز الإذاعة المرئية احساسهم بالآخرين وهم 21 بنسبة 42%, قابلتها نسبة 55% من الطلبة الذكور وهي مرتفعة من نسبة 33.33% من الطلبة الاناث, تليها نسبة المبحوثين الذين دائما تعزز الإذاعة

المرئية احساسهم بالآخرين وهم 16 بنسبة 32%, قابلتها نسبة 35% من الطلبة الذكور وهي مرتفعة قليلا من نسبة 30% من الطلبة الاناث, تليها نسبة المبحوثين الذين نادرا ما تعزز الاذاعة المرئية احساسهم بالآخرين وهم 10 بنسبة 20%, قابلتها نسبة 26.67% من الطلبة الاناث وهي مرتفعة من نسبة 10% من الطلبة الذكور, تليها نسبة المبحوثين الذين لا تعزز الاذاعة المرئية احساسهم بالآخرين وهم 3 بنسبة 6%, قابلتها نسبة 10% من الطلبة الاناث وهي مرتفعة من نسبة 0% من الطلبة الذكور, وهذا ما يفسر أن أغلبية المبحوثين غالبا ما تعزز الاذاعة المرئية احساسهم بالآخرين.

2 - هل ان الاذاعة المرئية اداة لتوطيد العلاقات بين الاشخاص الاعلاميين:

الجدول رقم (17): يمثل توزيع أفراد العينة حول ان الاذاعة المرئية كوسيلة لتوطيد العلاقات

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
44%	22	غالبا
30%	15	نادرا
10%	5	ابدا
16%	8	بدون رأي
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (17) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يرون ان الاذاعة المرئية غالبا ما تكون اداة لتوطيد العلاقات بين الاشخاص الاعلاميين وهم 22 بنسبة 44%, يليها المبحوثين الذين يرون ان الاذاعة المرئية نادرا ما تكون اداة لتوطيد العلاقات بين الاشخاص الاعلاميين وهم 15 بنسبة 30%, يليها المبحوثين الذين لا يوجد لديهم راي حول ان الاذاعة المرئية كأداة لتوطيد العلاقات بين الاشخاص الاعلاميين وهم 8 بنسبة 16%, يليها المبحوثين الذين لا يرون ان الاذاعة المرئية كأداة لتوطيد العلاقات بين الاشخاص الاعلاميين وهم 5 بنسبة 10%, وهذا ما يفسر أن أغلبية المبحوثين يرون ان الاذاعة المرئية غالبا ما تكون اداة لتوطيد العلاقات بين الاشخاص الاعلاميين.

3- تساعدك برامج الاذاعة المرئية في مراقبة البيئة:

الجدول رقم (18): يمثل توزيع أفراد العينة حول مساعدة الاذاعة المرئية بمراقبة البيئة وفق متغير المستوى التعليمي

المجموع		دكتوراه		ماستر		ليسانس		المستوى التعليمي
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
%44	22	%75	3	%50	7	%37.5	12	دائما
%36	18	%0	0	%42.86	6	%37.5	12	غالبا
%12	6	%0	0	%7.14	1	%15.63	5	نادرا
%8	4	%25	1	%0	0	%9.38	3	ابدا
%100	50	%100	4	%100	14	%100	32	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (18) نلاحظ أن اغلبية المبحوثين دائما تساعدهم برامج الاذاعة المرئية في مراقبة البيئة وهم 22 بنسبة %44, قابلتها نسبة %75 من المبحوثين الذين يمتلكون مستوى دكتوراه وهي مرتفعة قليلا مقارنة مع نسبة %50 من المبحوثين الذين يمتلكون مستوى ماستر, ونسبة %37.5 من الطلبة الذين يمتلكون مستوى ليسانس, يليها المبحوثين الذين غالبا تساعدهم برامج الاذاعة المرئية في مراقبة البيئة وهم 18 بنسبة %36, قابلتها نسبة %42.86 من المبحوثين الذين يمتلكون مستوى ماستر وهي مرتفعة قليلا مقارنة مع نسبة %37.5 من المبحوثين الذين يمتلكون مستوى ليسانس, ونسبة %0 من الطلبة الذين يمتلكون مستوى دكتوراه, يليها المبحوثين الذين نادرا ما تساعدهم برامج الاذاعة المرئية في مراقبة البيئة وهم 6 بنسبة %12, قابلتها نسبة %15.63 من المبحوثين الذين يمتلكون مستوى ليسانس وهي مرتفعة مقارنة مع نسبة %7.14 من المبحوثين الذين يمتلكون مستوى ماستر, ونسبة %0 من الطلبة الذين يمتلكون مستوى دكتوراه, يليها المبحوثين الذين لا تساعدهم برامج الاذاعة المرئية في مراقبة البيئة وهم 4 بنسبة %8 قابلتها نسبة %25 من المبحوثين الذين يمتلكون مستوى دكتوراه وهي مرتفعة مقارنة مع

نسبة 9.38% من المبحوثين الذين يمتلكون مستوى ليسانس, ونسبة 0% من الطلبة الذين يمتلكون مستوى ماستر .

4- الإذاعة المرئية مشاهدتها واستماعها يكسبك معلومات:

الجدول رقم (19): يمثل توزيع أفراد العينة حول اكساب الإذاعة المرئية معلومات وفق متغير السن

المجموع	اكتر من 40 سنة		من 35 الى 40 سنة		من 25 الى 34 سنة		من 18 الى 24 سنة		السن
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
دائما	21	50%	1	50%	3	41.67%	5	40%	12
غالبا	19	0%	0	16.67%	1	33.33%	4	46.67%	14
نادرا	7	50%	1	0%	0	25%	3	10%	3
ابدا	3	0%	0	33.33%	2	0%	0	3.33%	1
المجموع	50	100%	2	100%	6	100%	12	100%	30

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (19) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يرون أن الإذاعة المرئية مشاهدتها واستماعها دائما يكسبهم معلومات وهم 21 بنسبة 42%, قابلتها نسبة 50% لكل من المبحوثين في الفئة العمرية (من 35 الى 40 سنة) و المبحوثين في الفئة العمرية (اكتر من 40 سنة) ونسبة 41.67% للمبحوثين في الفئة العمرية (من 25 الى 34 سنة) ونسبة 40% للمبحوثين في الفئة العمرية (من 18 الى 24 سنة), يليها عدد المبحوثين الذين يرون أن الإذاعة المرئية مشاهدتها واستماعها غالبا يكسبهم معلومات وهم 19 بنسبة 38% قابلتها نسبة 46.67% للمبحوثين في الفئة العمرية (من 18 الى 24 سنة) وهي مرتفعة من نسبة 33.33% للمبحوثين في الفئة العمرية (من 25-34 سنة) ونسبة 16.67% للمبحوثين في الفئة العمرية (من 35 الى 40 سنة) ونسبة 0% للمبحوثين في الفئة العمرية (اكتر من 40 سنة), يليها عدد المبحوثين الذين يرون أن الإذاعة المرئية مشاهدتها واستماعها نادرا يكسبهم معلومات وهم 7 بنسبة 14%, قابلتها نسبة 50% للمبحوثين في الفئة العمرية (اكتر من 40 سنة) وهي مرتفعة من نسبة 25% للمبحوثين في الفئة العمرية (من 25-34 سنة) ونسبة 10% للمبحوثين في الفئة العمرية (من 18 الى 24 سنة) ونسبة 0% للمبحوثين في الفئة العمرية (من 35 الى 40 سنة), يليها عدد المبحوثين الذين يرون أن الإذاعة المرئية

مشاهدتها واستماعها لا يكسبهم معلومات وهم 3 بنسبة 6%, قابلتها نسبة 33.33% للمبحوثين في الفئة العمرية (من 35 الى 40 سنة) وهي مرتفعة من نسبة 3.33% للمبحوثين في الفئة العمرية (من 18-24 سنة) ونسبة 0% للمبحوثين في الفئة العمرية (من 25 الى 34 سنة) ونسبة 0% للمبحوثين في الفئة العمرية (اكثر من 40 سنة) وهذا ما يفسر أن اغلبية المبحوثين يرون أن الاذاعة المرئية مشاهدتها واستماعها دائما يكسبهم معلومات.

5 - الاذاعة المرئية تربطك بعلاقات جديدة وتحفزك عليها:

الجدول رقم (20): يمثل توزيع أفراد العينة حول تحفيز الاذاعة المرئية على العلاقات جديدة وفق متغير

الجنس

المجموع	إناث		ذكر		الجنس
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
نسبة					البدائل
%30	15	%26.67	8	%35	دائما
%48	24	%40.63	13	%55	غالبا
%20	10	%26.67	8	%10	نادرا
%2	1	%3.33	1	%0	ابدا
% 100	50	% 100	30	% 100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (20) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين غالبا ما الاذاعة المرئية تربطهم بعلاقات جديدة وتحفزهم عليها وهم 24 بنسبة 48%, قابلتها نسبة 55% من الطلبة الذكور وهي مرتفعة من نسبة 40.63% من الطلبة الاناث, تليها نسبة المبحوثين الذين دائما الاذاعة المرئية تربطهم بعلاقات جديدة وتحفزهم عليها وهم 15 بنسبة 30%, قابلتها نسبة 35% من الطلبة الذكور وهي مرتفعة من نسبة 26.67% من الطلبة الاناث, تليها نسبة المبحوثين الذين نادرا ما الاذاعة المرئية تربطهم بعلاقات جديدة وتحفزهم عليها وهم 10 بنسبة 20%, قابلتها نسبة 26.67% من الطلبة الاناث وهي مرتفعة من نسبة 10% من الطلبة الذكور, تليها نسبة المبحوثين الاذاعة المرئية لا تربطهم بعلاقات جديدة ولا تحفزهم عليها وهم 1 بنسبة 2%, قابلتها نسبة 3.33% من الطلبة الاناث وهي مرتفعة من نسبة 0% من الطلبة

الذكور، وهذا ما يفسر أن اغلبية المبحوثين غالبا ما الاذاعة المرئية تربطهم بعلاقات جديدة وتحفزهم عليها.

6 - ماهي الاذاعة المرئية التي تشاهد:

الجدول رقم (21): يمثل توزيع أفراد العينة حول الاذاعة المرئية التي يشاهدونها

النسبة المئوية	التكرار	العبرة
32%	16	الشروق
30%	15	النهار
10%	5	البلاد
8%	4	الحياة
6%	3	التحرير
6%	3	العربية
4%	2	اوربية
2%	1	اسيوية
2%	1	أخرى
100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

من الجدول رقم(21) نلاحظ ان اغلبية المبحوثين الاذاعة المرئية التي يشاهدونها هي قناة الشروق وهم 16 بنسبة 32%, يليها المبحوثين الاذاعة المرئية التي يشاهدونها هي قناة النهار وهم 15 بنسبة 30%, يليها المبحوثين الاذاعة المرئية التي يشاهدونها هي قناة البلاد وهم 5 بنسبة 10%, يليها المبحوثين الاذاعة المرئية التي يشاهدونها هي قناة الحياة وهم 4 بنسبة 8%, يليها المبحوثين الاذاعة المرئية التي يشاهدونها هي قناة التحرير والعربية وهم 3 بنسبة 6%, يليها المبحوثين الاذاعة المرئية التي يشاهدونها هي قناة اوربية وهم 2 بنسبة 4%, يليها المبحوثين الاذاعة المرئية التي يشاهدونها هي قناة اسيوية وقنوات اخرى وهم 1 بنسبة 2%, وهذا ما يفسر ان اغلبية المبحوثين الاذاعة المرئية التي يشاهدونها هي قناة الشروق.

7 - ماهي رويتك المستقبلية حول الاذاعة المرئية:

الجدول رقم (22): يمثل توزيع أفراد العينة حول الرؤية المستقبلية الاذاعة المرئية

النسبة المئوية	التكرار	العبرة
70%	35	في تطور مستمر
26%	13	مستقرة
4%	2	في تدهور مستمر
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

من الجدول رقم (22) نلاحظ ان اغلبية المبحوثين رؤيتهم المستقبلية حول الاذاعة المرئية يرون انها في تطور مستمر وهم 35 بنسبة 70%, يليها المبحوثين الذين رؤيتهم المستقبلية حول الاذاعة المرئية يرون انها مستقرة وهم 13 بنسبة 26%, يليها المبحوثين الذين رؤيتهم المستقبلية حول الاذاعة المرئية يرون انها في تدهور مستمر وهم 2 بنسبة 4%, وهذا ما يفسر ان اغلبية المبحوثين رؤيتهم المستقبلية حول الاذاعة المرئية يرون انها في تطور مستمر.

النتائج في ضوء التساؤلات:

1-التساؤلات الجزئية:

أ - النتائج الجزئية للتساؤل الجزئي الأول : والتي ينص بـ: " ماهي عادات وانماط استخدام طلبة الجامعيين للإذاعة المرئية " .

من خلال تحليلنا للاستمارة الموجهة لعينة الدراسة اتضح أن:

- من خلال نتائج الجدول رقم (05) نجد أن اغلبية المبحوثين دائما يتعرضون للإذاعة المرئية وهم بنسبة 40%.

- من خلال نتائج الجدول رقم (06) نجد ان اغلبية المبحوثين يستخدمون الاذاعة المرئية في الفترة المسائية وهم بنسبة 60%.

- من خلال نتائج الجدول رقم (07) نجد ان اغلبية المبحوثين يتابعون الاذاعة من وقت 17 مساءا فما فوق وهم بنسبة 56%.

- من خلال نتائج الجدول رقم (08) نجد ان اغلبية المبحوثين يتابعون الاذاعة في البيت وهم بنسبة 72%.

- من خلال نتائج الجدول رقم (09) نجد أن اغلبية المبحوثين يشاهدون الاذاعة مع الاسرة وهم بنسبة 40%.

- من خلال نتائج الجدول رقم (10) نجد ان اغلبية المبحوثين المواضيع التي تهم المبحوثين في الاذاعة المرئية بحسب الاولوية حيث نجد أن المواضيع الإجتماعية تحصلت على المرتبة الأولى وذلك بنسبة 28%.

من خلال هذه النتائج نجيب على التساؤل الجزئي الأول القائل بـ: " ماهي عادات وانماط استخدام طلبة الجامعيين للإذاعة المرئية ", حيث نرى ان العديد المبحوثين دائما يتعرضون للإذاعة المرئية ويستعملون الاذاعة في الفترة المسائية, كذلك نجد اغلبية المبحوثين يتابعون الاذاعة من وقت 17 مساءا فما فوق بالإضافة الى ان اغلبية المبحوثين يتابعون الاذاعة في البيت, كذلك نجد اغلبية المبحوثين يشاهدون الاذاعة مع الاسرة والمواضيع التي تهمهم في الاذاعة المرئية هي المواضيع الاجتماعية.

ب- النتائج الجزئية للتساؤل الجزئي الثاني : والتي ينص بـ: " ماهي دوافع استخدام الاذاعة المرئية ".

من خلال تحليلنا للاستمارة الموجهة لعينة الدراسة اتضح أن:

- من خلال نتائج الجدول رقم (11) نجد أن اغلبية المبحوثين يشاهدون الاذاعة المرئية لسبب فكري وثقافي وهم بنسبة 50%.

- من خلال نتائج الجدول رقم (12) نجد ان اغلبية المبحوثين تكسبهم الاذاعة المرئية خبرات جديدة وهم بنسبة 44%.

- من خلال نتائج الجدول رقم (13) نجد ان اغلبية المبحوثين غالبا ما يتابعون الاخبار في الاذاعة المرئية وهم بنسبة 42%.

- من خلال نتائج الجدول رقم (14) نجد ان اغلبية المبحوثين غالبا يستخدمون الاذاعة لكسر الملل وهم بنسبة 40%.

- من خلال نتائج الجدول رقم (15) نجد أن اغلبية المبحوثين لا يستمعون للإذاعة من اجل الهروب من الواقع وهم بنسبة 50%.

من خلال هذه النتائج نجيب على التساؤل الجزئي الثاني القائل بـ: " ماهي دوافع استخدام الاذاعة المرئية ", حيث نرى ان العديد المبحوثين يشاهدون الاذاعة المرئية لسبب فكري وثقافي بالإضافة الى أنهم تكسبهم الاذاعة المرئية خبرات جديدة, كذلك اغلبية المبحوثين غالبا ما يتابعون الاخبار في الاذاعة المرئية بالإضافة الى انهم غالبا يستخدمون الاذاعة لكسر الملل ومنه فإنهم لا يستمعون للاذاعة من اجل الهروب من الواقع بل من اجل الاستفادة والترفيه عن النفس.

ج- النتائج الجزئية للتساؤل الجزئي الثالث : والذي ينص بـ: " ما هو دور الاذاعة المرئية".

من خلال تحليلنا للاستمارة الموجهة لعينة الدراسة اتضح أن:

- من خلال نتائج الجدول رقم (16) نجد أن اغلبية المبحوثين غالبا تعزز الاذاعة المرئية احساسهم بالآخرين وهم بنسبة 42%.

- من خلال نتائج الجدول رقم (17) نجد ان اغلبية المبحوثين يرون ان الاذاعة المرئية غالبا ما تكون اداة لتوطيد العلاقات بين الاشخاص الاعلاميين وهم بنسبة 44%.

- من خلال نتائج الجدول رقم (18) نجد ان اغلبية المبحوثين دائما تساعدهم برامج الاذاعة المرئية في مراقبة البيئة وهم بنسبة 44%.

- من خلال نتائج الجدول رقم (19) نجد ان اغلبية المبحوثين يرون أن الاذاعة المرئية مشاهدتها واستماعها دائما يكسبهم معلومات وهم بنسبة 42%.

- من خلال نتائج الجدول رقم (20) نجد أن اغلبية المبحوثين غالبا ما الاذاعة المرئية تربطهم بعلاقات جديدة وتحفزهم عليها وهم بنسبة 48%.

- من خلال نتائج الجدول رقم (21) نجد أن اغلبية المبحوثين الاذاعة المرئية التي يشاهدونها هي قناة الشروق وهم بنسبة 32%.

- من خلال نتائج الجدول رقم (22) نجد أن اغلبية المبحوثين رؤيتهم المستقبلية حول الاذاعة المرئية يرون انها في تطور مستمر وهم بنسبة 70%.

من خلال هذه النتائج نجيب على التساؤل الجزئي الثالث القائل بـ: " ما هو دور الاذاعة المرئية ", حيث نرى ان العديد المبحوثين غالبا تعزز الاذاعة المرئية احساسهم بالآخرين بالإضافة الى انها تكون اداة لتوطيد العلاقات بين الاشخاص الاعلاميين بالإضافة الى ان

اغلبية المبحوثين دائما تساعدهم برامج الاذاعة المرئية في مراقبة البيئة, كذلك اغلبية المبحوثين يرون أن الاذاعة المرئية مشاهدتها واستماعها دائما يكسبهم معلومات بالإضافة الى أن اغلبية المبحوثين الاذاعة المرئية التي يشاهدونها هي قناة الشروق.

2- النتائج الرئيسية:

- النتائج التساؤل الرئيسية: والتي تنص بأنه: " ماهي استخدامات الطلبة الجامعيين للإذاعة المرئية " .

ومن خلال التساؤلات الجزئية للدراسة اتضح أنه:

1- هناك عادات وانماط استخدام طلبة الجامعيين للإذاعة المرئية.

2- هناك دوافع لاستخدام الاذاعة المرئية.

3- هناك دور للإذاعة المرئية .

من خلال هذه النتائج نجيب على صحة التساؤل الرئيس القائل بأن: " ماهي استخدامات الطلبة الجامعيين للإذاعة المرئية " , حيث يبدو ذلك جليا من خلال وجود عادات وانماط استخدام طلبة الجامعيين للإذاعة المرئية, بالإضافة الى وجود دوافع لاستخدام الاذاعة المرئية كذلك نجد لها دور فعال تقوم به بالنسبة للطلبة الجامعيين.

الختامة

من خلال دراستنا لاستخدام الاذاعة المرئية لدى طلبة الجامعة حصلنا على نتائج كما يلي:

من خلال هذه النتائج نجيب على التساؤل الجزئي الأول القائل بـ: " ماهي عادات وانماط استخدام طلبة الجامعيين للإذاعة المرئية ", حيث نرى ان العديد المبحوثين دائما يتعرضون للإذاعة المرئية ويستعملون الاذاعة في الفترة المسائية, كذلك نجد اغلبية المبحوثين يتابعون الاذاعة من وقت 17 مساءا فما فوق بالإضافة الى ان اغلبية المبحوثين يتابعون الاذاعة في البيت, كذلك نجد اغلبية المبحوثين يشاهدون الاذاعة مع الاسرة والمواضيع التي تهمهم في الاذاعة المرئية هي المواضيع الاجتماعية.

من خلال هذه النتائج نجيب على التساؤل الجزئي الثاني القائل بـ: " ماهي دوافع استخدام الاذاعة المرئية ", حيث نرى ان العديد المبحوثين يشاهدون الاذاعة المرئية لسبب فكري وثقافي بالإضافة الى أنهم تكسبهم الاذاعة المرئية خبرات جديدة, كذلك اغلبية المبحوثين غالبا ما يتابعون الاخبار في الاذاعة المرئية بالإضافة الى انهم غالبا يستخدمون الاذاعة لكسر الملل ومنه فإنهم لا يستمعون للإذاعة من اجل الهروب من الواقع بل من اجل الاستفادة والترفيه عن النفس.

من خلال هذه النتائج نجيب على صحة التساؤل الرئيس القائل بأن: " ماهي استخدامات الطلبة الجامعيين للإذاعة المرئية ", حيث يبدو ذلك جليا من خلال وجود عادات وانماط استخدام طلبة الجامعيين للإذاعة المرئية, بالإضافة الى وجود دوافع لاستخدام الاذاعة المرئية كذلك نجد لها دور فعال تقوم به بالنسبة للطلبة الجامعيين

قائمة المراجع و المصادر

المراجع

1. محمد برغوثي، دراسة الوضع المدرسي لطلاب الثانوية، ج 1، دراسات معمقة في علم الاجتماع، جامعة قسنطينة، 1984.
2. رابح تركي، أصول التربية والتعليم، المؤسسة الوطنية للكتاب، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2، 1999 .
3. حسن عماد مكاوي، حسين ليلى السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، 1998.
4. ابراهيم عبد الله ناصر ، علم الاجتماع التربوي، دار وائل ، ط 1 ، الاردن ، 2011.
5. جلال غربول السناد ، البحث العلمي و كتابته ، الاعصار لنشر و التوزيع ، ط1، عمان ، 2015.
6. رجاء وحيد دودي ،البحث العلمي اساسياته النظرية وممارسته العملية ،دار الفكر المعاصر ،ط1 ،سوريا ، 2002 .
7. سهيلة محسن ، المدخل الى التدريس ، الشروق لنشر و التوزيع ،ط1 ، عمان ، 2010.
8. صلاح الدين شروخ ، منهجية البحث العلمي للجامعيين ، دار العلوم لنشر والتوزيع ، ط1 ،عنابة ، 2003 .
9. صلاح دين شروخ ، منهجية البحث العلمي ، ب ط ، دار العلوم لنشر و التوزيع ، الجزائر ، 2003 .
10. طارق عبد الرؤوف عامر ، التدريس المصغر ،دار اليازوري العلمية ،ط1 ،الاردن ، 2008.
11. عباس صادق ، الاعلام الجديد ، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، الشروق، عمان، الاردن، 2008.

12. عبود عبد الله العسكري، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، ط2، دار النمير، دمشق، 2004 .
13. ماهر عودة الشمايلة و اخرون ، تكنولوجيا الاعلام و الاتصال ، ط1 ، الاعصار لنشر و التوزيع ، الاردن ، 2015 .
14. ماهر عودة الشمايلة و اخرون ، الاعلام الرقمي الجديد ، ط1 ، دار الاعصار العلمي ، الاردن ، 2015.
15. محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، ط1 ، 1999.
16. موسى جواد الموسوي و آخرون، الإعلام الجديد تطور الأداء و الوسيلة و الوظيفة، مكتبة الإعلام ، ط1 ، بغداد، 2011.
17. وائل مبارك خضر فضل الله ، اثر الفيسبوك على المجتمع، المكتبة الوطنية للنشر، ط1، الخرطوم ، 2011.

الرسائل الجامعية

1. احمد يونس محمد حمودة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، مذكرة ماجستير، جامعة الدول العربية، القاهرة، قسم الدراسات الاعلامية ، 2012،.
2. سعاد بن جديدي ،"علاقة مستوى النرجسية بالإدمان على شبكات التواصل الاجتماعي الفيس بوك لدى المراهق الجزائري ،اطروحة دكتورا ،جامعة محمد خيضر بسكرة ، الجزائر ، 2016 .
3. عابد زهير ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الراي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي ، مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الانسانية)، مجلد 62(2) نابلس ،فلسطين ، 2012 .

4. سهام أبو عطية , فعالية شبكة التواصل الاجتماعي (لويكي) في تنمية المفاهيم التكنولوجية ومهارات الانترنت لدى طالبات الصف التاسع الأساسي بغزة ,رسالة ماجستير غير منشورة, كلية التربية ,قسم المنهاج وطرق التدريس , الجامعة الاسلامية ,غزة فلسطين ,2012.

5. إيمان نوي، استخدام الأنترنت وعلاقته بالاغتراب الثقافي عند الطلبة الجامعيين، دراسة

ميدانية بجامعة محمد خيضر،(غير منشورة)، بسكرة، 2012 .

6. حمزه قده ، معالجة الصحافة الوطنية لظاهرة الهجرة غير شرعية ، رسالة ماجستير ، جامعة باجي مختار عنابة ، كلية الآداب و العلوم الانسانية و الاجتماعية ، 2010-2011 .

7. سعدية خاخة و عزيزة بوقفة و مريم عطاء الله، اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي علي الاستماع للاذاعة المحلية بورقلة ، دراسة وصفية تحليلية من مستخدمي الفيس بوك من طلبة علوم الاعلام والاتصال ، قاصدي مرباح، ورقلة، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية.2014.

8. محمد صوالح محمد ، عمارة بن حمد ، بريك بالمسعود ، رشيد نسيب ، اثر استخدام الأنترنت على تلاميذ المستوى المتوسط ، مذكرة ليسانس كلية العلوم الاجتماعية و الانسانية ، دراسة ميدانية ، على تلاميذ متوسطة ال ياسر الرباح ، جامعة الوادي . 2013/2014

9. نادية بن ورقلة، « دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي»، مجلة دراسات وأبحاث، السنة 5، العدد 11، جوان 2013.

المقالات

1. زاهر واضي ، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لي العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15، الجامعة الاهلية، عمان، 2003.
2. عادل عبد الصادق، استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الأمن و الحرية ، مقال ، 2012 ، <http://digitalahram.org> 16/04/2018 – 18:53
3. سمر حسن سليمان، مفهوم التواصل لغة واصطلاحا، مقال، 13 /04/2018. 17:30 mawdoo3.com.2016
4. محمد عجم ، الانترنت و التكنولوجيا الحديثة تكشفان انعزال الشباب ، عالم افتراضي يتصل بالواقع و ينفصل عنه، جريدة الشرق الأوسط، العدد 11704، 2010 .
5. مركز المحتسب للإشارة ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب ، دار المحتسب لنشر و التوزيع ، ط1 ، الرياض ، 2016 .
6. وائل مباركا خضر ، فضل الله ، اثر موقع الفاسبوك على المجتمع ، مدونة شمس النهضة ، 2010 .

الملتقيات

1. جمال معتوق وشريهان كريم ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في صقل سلوكيات و ممارسات الأفراد في المجتمع، ملتقى دولي حول شبكات التواصل الاجتماعي و التغير الاجتماعي، بسكرة، 10/9 ديسمبر 2012.

المواقع الالكترونية

1. http://www.ibtesamah.com/showthread-t_192335.html . 16/04/2018 11:40
2. سميحة ناصر خليف ، انواع مواقع التواصل الاجتماعي ، مقال ، 28/01/2017 ، <http://mawdoo3.com> ، 11:30 2018/04/16
3. طارق محمد ، تعريف التعليم ، موضوع ، 2017 <http://mawdoo3.com> -17 -04 / 2018 13:56

4. محمد جابر خلف الله ، مميزات و خصائص مواقع التواصل الاجتماعي ، مقال ، 04 مارس 2015 ، 21 / 04 / 2018 - 12:23
kenanaonline.com/users/azhar-gaper/posts/71337
5. منية غانمي ، الجزائر.. ضحايا لعبة "الحوث الأزرق" في ارتفاع ، مقال ، 10 يناير 2018 ، 23 - 04 - 2018 ، 16:14 ، www.alarabiya.net/ar/north-africa
6. الموسوعة الحرة ويكيبيديا 05:23-17/04/2018 ، <https://ar.wikipedia.org>
7. موقع الدكتور مولود زايد الطيب 15/04/2018 / 15:20
8. نوال هاجر ، التعلم ، مقال ، 2017 ، www.almrsal.com/post/438261 ، 2018/04/18- 06:21 ،
9. هبة محمد خليفة ، مواقع الشبكات الاجتماعية ما هي <https://books.google.dz/books>

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشهيد محمد الأخضر الوادي

كلية العلوم الاجتماعية والانسانية

شعبة الاعلام استمارة الاستبيان

نقدم هذه الاستمارة في اطار مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال

تخصص سمعي بصري بعنوان استخدام الطلبة الجامعيين للإذاعة المرئية

دراسة ميدانية علي عينة من الطلبة علوم الاعلام والاتصال

نتقدم هذه الاستمارة منى اجل اغراض علمية دون الكشف عن المعلومات الشخصية وتقبلوا منا فائق التقدير والشكر

تحت اشراف الدكتور

شين عبد الكريم

من اعداد الطالب

سعود عبد النور

السنة الجامعية 2022/1021

الموافق ل 1443هـ

ملاحظة الاجابة تكون بوضع علامة *في المكان المناسب

البيانات العامة

ا النوع

ذكر

ب السن

من 18 ال 24 سنة

ج من 35 الي 40 سنة

المستوى العلمي

ليسانس

ماستر

دكتوراه

المحور الاول

عادات وانماط استخدام طلبة الجامعيين للإذاعة المرئية

1-مدى تعرضك للإذاعة المرئية

دائما

احينا

نادرا

2-متى تستخدم الإذاعة المرئية

الصباح

المساء

اخرى اذكرها

3-حدد في أي الاوقات تتابع الإذاعة المرئية

من 6 ال 8

من 8 الي 12

من 12 الي 17

من 17 الي 21

4-في أي الاماكن تشغل الإذاعة المرئية

في البيت

في الجامعة

في الجامعة

في الجامعة

5-مع من تشاهد الإذاعة المرئية

بمفردك

مع الاسرة

مع الاصدقاء

اخرى اذكرها

6-ما هي المواضيع التي تهتمك في الإذاعة المرئية بحسب الاوليات من 1 ال 6

الترتيب	المواضيع	الرقم
	سياسية	1
	اجتماعية	2
	اقتصادية	3
	رياضية	4
	ثقافية	5
	تسلية والالعاب رياضة	6
	اخرى اذكرها	

الملاحق

المحور الثاني

دوافع استخدام الاذاعة المرئية

الدوافع العملية

7-ماهو سبب مشاهدك للإذاعة المرئية

نفعي كثر ثقافي ترفيهي تمضية الوقت

8-هل تكسبك الاذاعة المرئية خبرات جديدة

نعم لا احيانا احيانا نكرها

9-تتابع الاخبار في الإذاعة المرئية بصفة

دائمة

ب الدافع العلمي

10-هل نستخدم الاذاعة لكسر الملل

دائم غالبا نادرا ابدا

11-هل تستمتع للإذاعة مناجل الهروب من الواقع

دائما غالبا احيانا ابدا

المحور الثالث

12-ها تعزز الاذاعة المرئية احساسك بالآخرين

دائما نادرا ابدا

13-هل ان الاذاعة المرئية اداة توطيد العلاقات بين الاشخاص الاعلاميين

غالبا نادرا بدون رأى

14-تساعدك برامج الاذاعة المرئية في مراقبة البيئة

دائما نادرا ابدا

15-الاذاعة المرئية مشاهدتها واستماعها يكسبك معلومات

دائما غالبا

16-الاذاعة المرئية تربطك بعلاقات جديدة وتحفزك عليها

دائما

17-ماهي الاذاعة المرئية التي تشاهد

الشروق النهار البلا الحيا التحرير

اسيوية اخري اذ

18 ماهي رويتك المستقبلية حول الاذاعة المرئية
