

دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة تفاعلية جمهور البرامج الرياضية
الاذاعية بالمسيلة من وجهة نظر طلبة الاعلام والاتصال الرياضي

ت النشر	ت القبول	ت الارسل
2019-01-15	2018-12-11	2018-12-02

د- بن البار سعيد جامعة المسيلة

د- بوصلاح النذير جامعة المسيلة

د- جلال صلاح الدين جامعة المسيلة

ملخص: هدفت الدراسة الى معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة تفاعلية جمهور البرامج الرياضية المسموعة بما انها وسيلة هامة في طرح الآراء وتبادلها وتتيح فرصة كبير لربط الاصدقاء والزملاء وتعرف بالأشخاص ومختلف مشاريعهم وكذا الاستفادة الكبيرة منها من خلال توافرها على معلومات هامة حيث اصبحت تشكل مصدرا هاما في استقاء المعلومات .

واستخدمنا المنهج الوصفي للوصول الى النتائج وتمثلت عينة الدراسة في 40 طالب من مجموع 211 طالب بمعهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بجامعة المسيلة، تم اختيارهم بطريقة عشوائية .

وتوصلت الدراسة الى ان مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر الاكثر ملائمة للتواصل ولتبلغ القائمين على البرامج الرياضية بمختلف آراء الجمهور ، ولها دور فعال في تفاعلية معدي البرامج الرياضية مع الجمهور ، حتى إلى درجة مشاركة الجمهور مع معدي البرامج الرياضية في الأفكار ويقابل ذلك الرقي والازدهار والنمو ، وأيضا هذا ما تؤكده جل أو معظم الدراسات والأبحاث في دور مواقع التواصل الاجتماعي.

Summary:

The role of social media in increasing the interaction of the audience of broadcasting the sports programs in Msila from the point of view of media and sport telecommunications students.

This study aims to know the role of social media in increasing the interaction of the audience of audio sports programs due to its importance in proposing and sharing ideas, also it gives a huge opportunity to connect friends and colleagues, and to introduce people and their projects and the colossal benefits from it through

its availability of crucial data where it became an important source to look for information.

We used the descriptive method to reach to the results. The sample of the study is consisted of 40 students from a total number of 211 students from the institute of sciences and techniques of physical and sports activities in the University of M'sila, where they have been chosen randomly.

This study concludes that the social media sites are considered as the most appropriate for communication and to tell the responsible of sports programs the different point of views of the audience. It also has an effective role in the interaction between sport programs makers and audience, even more, the participation of the audience with the sport programs makers in ideas, which results in flourishing and development, also this is what most of the studies and researches confirm in the role of social media sites.

الكلمات الدالة في الدراسة:

موقع التواصل الاجتماعي:

هو مفهوم مثير للجدل نظرا لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته ، عكس هذا مفهوم التطور التقني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية العملاقة.

ويعرفها زاهر راضي بأنها : " منظومة من الشبكات التي تسمح للمشاركة فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهويات نفسها"(زاهر راضي : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي).

التعريف الإجرائي:

هي مواقع تشكل مجموعات الكترونية ضخمة وتقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تدعيم التواصل والتفاعل بين أعضاء الشبكة الاجتماعية من خلال الخدمات والوسائل المقدمة .

الاعلام الرياضي:

لغة : التبليغ

اصطلاحا: إن الإعلام في المجال الرياضي يعد تلك المنظومة التي تهتم بنشر الأخبار والمعلومات والمعرف المرتبطة بهذا المجال بغرض تفسير القواعد والمبادئ التي تنظم الألعاب الرياضية المختلفة وتحكم في

المنافسات الرياضية والتي تهتم بتوضيح الرؤى العلمية نحو العديد من المشكلات والقضايا المعاصرة للتربية البدنية والرياضية. (محمد الحمامي وأحمد السعيد :الاعلام التربوي في مجالات الرياضة واستثمار الفراغ) **التعريف الاجرائي:**

هو مجموعة من المعلومات التي يمكن لمرسل الرسالة أن يعطيها للجمهور وهو عملية نشر الأخبار المعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالرياضيين. **التفاعلية :**

وعرفها أحد الباحثين أنها من أهم سمات المجتمع المعلوماتي ، وتعني قدرة المستقبل على الاتصال بالمشاركين الآخرين وتبادل الأفعال المستمر لمعلومات ومكونات هذه الشبكة. طبقا لما يروونه من رد الفعل ولهذا تتغير التفاعلية والتشبيك بمعنى الربط الكامل بين مستخدمي الشبكة في إطار الصحافة الالكترونية. (نصر الدين لعياضي ، رابح الهادف : الوسائط المتعدد وتطبيقاتها في الاعلام والثقافة والتربية)

التعريف الاجرائي:

هي عبارة عن سيولة اتصالية حققت ما سعى الاعلام التفاعلي على اتجاهين والذي يحدث بين المستقبل والرسول.

البرامج الرياضية:

التعريف الاجرائي: هو فضاء اعلامي يختص بمعالجة القضايا والأخبار الرياضية الراهنة. **إشكالية الدراسة :**

لقد أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة مهمة وفعالة في تبادل الآراء والأخبار وغيرها ، حيث أنها تتيح بنسبة كبيرة الربط بين الزملاء والأصدقاء وليس هذا فقط بل أنها تساعد في التعريف والتواصل بين الأشخاص والمجتمعات المختلفة بعضهم ببعض ومن هذا المنطلق سعت الشبكات الاجتماعية لتوفير قدر مناسب من المواقع التي تدعم التواصل.

حيث أنها أصبحت بيئة للاتصال والتواصل وشبكة للإعلام وتعدد الاتجاهات ، وأن لها أيضا دور مهم في استخدامها والاستفادة منها من خلال توفير المعلومات واستقائها وعلى هذا الأساس تساعد هذه الشبكات تساعد هذه الشبكات كل من يوفر الأفكار والأخبار والمعلومات ، وهذا المر أصبح متداولاً بشكل كبير ، والمهم فيها أن مواقع التواصل الاجتماعي صارت مصدرا مهما للأخبار وهذا ما نلاحظه خاصة عند الجمهور الذي يهتم بالبرامج الرياضية التي تبث وتنشر على صفحات التواصل الاجتماعي عبر النت ، فقد لقيت في الآونة الأخيرة البرامج الرياضية صيتا كبيرا من طرف الجمهور مما تبثه من أخبار وأحداث ووقائع تخص الرياضة والتي منها يتفاعل الجمهور وتلقى اهتماما بليغا ودافعا على مستوى شبكات التواصل الاجتماعي وبهذا أصبحت هذه الخير مكان تطلع الجمهور الرياضي ولكل مقتضيات الرياضي عما دور حول الرياضة .

ومن هنا فإن إشكالية الدراسة لا تتوقف عند تعريف شبكة شبكات التواصل الاجتماعي، وإنما نتحدث عنها كمصدر تعتمد عليه شريحة الجمهور الرياضي لاستقاء المعلومات و الأخبار، وعليه فالسؤال العام يتمحور حول والسؤال المطروح هنا : هل لمواقع التواصل الاجتماعي دور في زيادة تفاعلية جمهور البرامج الرياضية المسموعة ؟

ويتفرع على هذا السؤال عدة تساؤلات جزئية :

- 1- هل يعتمد مذيعي البرامج الرياضية المسموعة على مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع جمهورهم؟
- 2- هل الآراء المرتدة لجمهور المواقع التفاعلية تساهم في تطوير البرامج الإذاعية المسموعة ؟

أهداف الدراسة:

- محاولة معرفة مدى اعتماد الجمهور الرياضي على مواقع التواصل الاجتماعي بهدف المشاركة.
- دور مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير البرامج الرياضية.
- معرفة مدى اعتماد الصحفي على مواقع التواصل الاجتماعي في الأخذ بآراء الجمهور بهدف التحسين.
- إبراز أهمية البرامج الرياضية وفعاليتها عند الجمهور الرياضي لإذاعة المسيلة الجهوية عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

أهمية الدراسة :

- إبراز أهمية مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في زيادة التفاعلية لدى طلبة الاعلام والاتصال لجميع المستويات.
- إن موضوع دراستنا هذا يعمل على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في زيادة تفاعلية جمهور البرامج الرياضية لإذاعة المسيلة الجهوية من حيث اعتماد وسائل الاعلام الرياضي على تكنولوجيات الاتصال الحديثة.

فرضيات الدراسة :

ومنه جاءت فرضيات الدراسة كالتالي:

- لمواقع التواصل الاجتماعي دور كبير في زيادة التفاعلية لجمهورها.
- واندرجت الفرضيات الجزئية التالية :
- مذيعي البرامج الرياضية المسموعة يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع جمهورهم .
- الآراء المرتدة للجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تطوير البرامج الإذاعية المسموعة.
- إجراءات الدراسة الميدانية:
- الدراسة الاستطلاعية :

قصد الإحاطة أكثر بجوانب العمل الإعلامي بالإذاعة والمتعلق بمحور دراستنا هذه قمنا بزيادة إذاعة المسيلة الجهوية لاستطلاع على أجواء العمل معدي البرامج الرياضية ، وهذا للاستطلاع أكثر على خصوصية مقدم البرامج وكيفية التواصل والتفاعل مع الجمهور ، كما سمحت لنا هذه الدراسة الاستطلاعية من التقرب والتحدث مع الصحفيين لرصد انطباعاتهم الأولية حول واقع استخدام معدي البرامج الرياضية لمواقع التواصل الاجتماعي والتفاعل مع الجمهور .

مجالات الدراسة :

المجال المكاني:

تم توزيع استمارة استبيان على مجموعة من طلبة الاعلام والاتصال الرياضي لمختلف المستويات الدراسية بمعهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بجامعة المسيلة.

المجال الزمني:

كانت بداية القيام بالدراسة النظرية في أوائل شهر فيفري الى غاية شهر مارس وتبعتها الدراسة الميدانية في الفترة بين شهر أفريل إلى غاية شهر ماي سنة 2014 ، حيث تم تحضير وتوزيع أسئلة استبيان على الطلبة وجمعها.

الشروط العلمية للأداة:

الصدق:

يقصد بالصدق " شمول الاستبيان لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل وفي وضوح فقراتها ومفرداتها بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها " (فاطمة عوض صابر ، ميرفت على خفاجة ، أسس البحث العلمي) .

وللتأكد من صدق أداة الدراسة قمنا باستخدام صدق المحكمين كأداة للتأكد من أن الاستبيان يقيس ما أعده له حيث قمنا بتوزيع الاستبيان على عدد من الأساتذة من اقسام : الاعلام والاتصال الرياضي ، الاعلام والاتصال بجامعة المسيلة ، وباعتماد الملاحظات والتوجيهات التي أبداها المحكمون ، قمنا بإجراء التعديلات التي اتفق عليها معظم المحكمين ، حيث تم حذف بعض العبارات والأسئلة وتغيير صياغة بعضها الآخر.

الثبات:

الثبات أن يحقق الاختبار نفس النتائج إذا أعيد تطبيقه على نفس الأفراد ، ويتم التعرف على صدق النتائج بعدة طرق من بينها إعادة الاختبار.

المنهج المتبع في الدراسة:

تعددت مناهج البحث باختلاف الموضوعات والإشكاليات ، حيث لا يمكن أن تنجز هذا البحث دون الاعتماد على منهج واضح يساعد على دراسة وتشخيص الاشكالية التي يتناولها بحثنا ذو الوصفية.

إذ يعتمد على اتصال الباحث بالميدان ودراسة ما هو قائم فيه بالفعل لذل استخدم المنهج الوصفي الذي يعرف بأنه "مجموعة من الإجراءات البحثية التي تتكامل لوصف الظاهرة محل الدراسة". (علي عبد الواحد وافي، **مناهج البحث، معجم العلوم الاجتماعية**)

ويعرف في مجال التربية والتعليم بأنه كل استقصاء ينصب على ظاهرة من الظواهر التعليمية أو النفسية ، كما هي قائمة من الحاضر ، يقصد تشخيصها وكشف جوابها وتحديد العلاقات بين عناصرها أو بينها وبين ظواهر تعليمية أو نفسية أو اجتماعية .

وتم اتباع الخطوات التالية :

وصف موضوع الدراسة وصفا دقيقا من خلال جمع المعلومات الكافية.

التحقق من المعلومات المجمع حول موضوع الدراسة بالوصف الدقيق والتحليل ذو النتائج الجيدة اعتمادا على الظروف المصاغة والمحددة سابقا بغية استخلاص التعليمات ذات النتائج الجيدة .

مجتمع الدراسة :

يعرفه "موريس أنجريس" على أنه (مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي تتركز عليها الملاحظات).(موريس أنجريس: **منهجية البحث العلمي**)

يتكون مجتمع الدراسة من عدد من طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية لقسم الادارة والتسيير الرياضي ، فرع الاعلام والاتصال الرياضي بجامعة المسيلة لمختلف المستويات الدراسية والبالغ عددهم 211 طالب حسب المعلومات التي تم الحصول عليها من طرف ادارة القسم.

عينة الدراسة:

العينة هي جزء من مجتمع الدارسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية ، وهي تعتبر جزءا من الكل بمعنى أن تؤخذ مجموعة من أفراد المجتمع على أن تكون ممثلة لمجتمع البحث.(رشيد زرواتي :**مناهج وادوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية**)

حرصنا على الوصول الى نتائج أكثر دقة وموضوعية ومطابقة للواقع ، حيث قمنا باختيار عينة عشوائية تمثلت في 40 طالب من مجموع 211 طالب بمعهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بجامعة المسيلة ، وبما ان العينة تجاوزت 10% من المجتمع الأصلي للدراسة فهي عينة تمثيلية حسب الجنس.

الجدول (1) : يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
ذكر	34	85%
أنثى	06	15%
المجموع	40	100%

الجدول (2) : يبين توزيع أفراد العينة حسب مستواهم الدراسي.

الاقتراح		ذكور		اناث	
	ك	%	ك	%	
سنة ثانية	7.5	03	42.5	17	
سنة ثالثة	2.5	01	22.5	09	
ماستر (1)	5	02	7.5	03	
ماستر (2)	00	00	12.5	05	
المجموع	15	06	85	34	

أدوات جمع البيانات والمعلومات :

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

الاستمارة الاستبائية:

يعرف على أنها أداة من أدوات الحصول على الحقائق والمعلومات فيتم جمع هذه البيانات عن طريق الاستبيان من خلال وضع استمارة الأسئلة ، ومن بين مزايا هذه الطريقة ، الاقتصاد في الجهد والوقت كما انها تساهم في الحصول على البيانات من العينات في أقل وقت بتوفر شروط صدق وثبات وموضوعية. (حسن أحمد الشافعي ورضوان واحمد مرسل، مبادئ البحث العلمي في التربية البدنية والرياضية)

وبواسطتها يمكن التوصل الى حقائق جديدة عن الموضوع والتأكد من معلومات عليها لكنها غير مدعمة بحقائق. (فوزي عبد الله العكش، البحث العلمي المناهج والاستعراضات)

الاستمارة الاستبائية هي مجموعة من الأسئلة المترابطة بطريقة منهجية. (يوسف مصطفى قاضي ، الارشاد النفسي والتربوي)

لقد استعملنا من اجل الوصول الى الحقيقة ، الاستبيان موجه الى الطلبة كي نحصل على اكبر عدد ممكن من المعلومات وللتأكد من صحة الفرضيات بعد تحليل النتائج، وإعطاء اقتراحات وتوضيحات لفتح المجال أمام الدراسات أخرى أكثر تعمقا في هذا الموضوع .

وتنقسم استمارة الاستبيان لموضوع بحثنا الى:

البيانات الشخصية

المحور الأول : متعلق بمذيعي البرامج الرياضية المسموعة يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع جمهورهم .

المحور الثاني : المتعلق بالاراء المرتدة للجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تطوير البرامج الاذاعية المسموعة.

إجراءات التطبيق الميداني للأداة:

في دراستنا حول موضوع "دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة التفاعلية مع جمهور البرامج الرياضية لإذاعة المسيلة الجهوية"، توجهنا الى طلبة الاعلام والاتصال الرياضي لمختلف المستويات بمعهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بجامعة المسيلة حيث تم التوزيع المباشر للإستبيان للأفراد المعنية، من أجل تشخيص وجمع الأفكار والمعلومات والتحقق من الفرضيات، وبعد أن تم الاجابة على اسئلة الاستبيان استرجعنا الاستثمارات للعرض والتحليل والنقاش.

الأساليب الاحصائية :

لغرض الخروج بنتائج موثوق بها عمليا استخدمنا الطريقة الاحصائية لبحثنا، ليكون الاحصاء هو الوسيلة والأداة الحقيقية التي نعالج بها النتائج على اساس فعلي يستند إليها في البحث والاستقصاء وعلى ضوء ذلك استخدمنا ما يلي :

النسبة المئوية :

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

- طريقة استخدامها: النسبة المئوية تساوي : عدد التكرارات x 100 / العينة. (عبده علي : صيف

السامرائي، طرق الاحصاء في التربية البدنية والرياضية)

$$x < 100\%$$

$$س: ت \times 100\%$$

$$ت < س$$

ع : عدد العينة

ت: عدد التكرارات

س : النسبة المئوية

عرض وتحليل وتفسير النتائج:

المحور الاول : مذيعي البرامج الرياضية المسموعة يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع جمهورهم.

السؤال 1 : كطالب في الإعلام الرياضي هل تهتم بالبرامج الرياضية المسموعة ؟

الغرض من السؤال: معرفة ما إذا كان تخصص المبحوثين في الاعلام الرياضي يؤثر في تفاعلهم للبرامج الرياضية الإذاعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

الجدول (1) : يوضح نسب وتكرارات مدى تأثير تخصص الاعلام الرياضي في المبحوثين في تفاعلية البرامج الرياضية.

الاحتمالات	ذكور		إناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائما	17	42.5	04	10	21	52.5
أحيانا	12	30	02	5	14	35
نادرا	04	10	01	2.5	05	12.5

التحليل:

تبين لنا نتيج الجدول أن أغلبية طلبة الإعلام الرياضي بنسبة 42.5 % يهتمون بالبرامج الرياضية دائما ، ونسبة 30 % يهتمون بالبرامج الرياضية أحيانا ، أما نسبة 10% يهتمون بالبرامج الرياضية نادرا، في حين نجد نسبة الإناث 10 % يهتمون بالبرامج الرياضية دائما ، ونسبة 5% يهتمون بالبرامج الرياضية أحيانا ، ونسبة 2.5 % لا يعيرون اهتماما للبرامج الرياضية.

الاستنتاج:

نستنتج أن تخصص الطلبة في الاعلام الرياضي يزيد من ميولهم ورغبتهم في متابعة برامج إذاعة المسيلة.

السؤال الثاني: هل تطلع على مواضيع البرامج الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟

الغرض من السؤال: معرفة مدى اهتمام المبحوث بالاطلاع على البرامج الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول (2) : يوضح نسب وتكرارات المبحوثين الذين هم على اطلاع على البرامج الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الاحتمالات	ذكور		إناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	27	67.5	03	7.5	29	75
لا	07	17.5	03	7.5	11	25

التحليل:

تبين لنا نتائج الجدول أن معظم طلبة الاعلام الرياضي يهتمون بالاطلاع على البرامج الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 75 % ، في حين نجد نسبة 25% لا يهتمون بالاطلاع على البرامج الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الاستنتاج :

من خلال نتائج الجدول نستنتج أن معظم طلبة الاعلام الرياضي يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في الاطلاع على مواضيع البرامج الرياضية لإذاعة المسيلة.

المحور الثاني: الاراء المرتدة للجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تطوير البرامج الاذاعية المسموعة.

السؤال الثالث : هل سبق وأن قدمت إقتراحا ما على معد البرنامج عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

الغرض من السؤال : معرفة ما إذا كان المبحوث قد قدم اقتراحا على معد البرنامج عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول (3) : يوضح نسب وتكرارات المبحوثين الذين سبق وان قدموا اقتراحا على معد البرامج عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

الاحتمالات	ذكور		إناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	18	45	02	5	20	50
لا	16	40	04	10	20	50

التحليل:

يوضح الجدول أن نسبة 50% من المبحوثين الذين سبق وأن قدموا اقتراحا على معد البرنامج ، في حين نجد أن نسبة متساوية 50% من الذين لم يقدموا قدموا اقتراحا على معد البرنامج عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

الاستنتاج :

من خلال نتائج الجدول نستنتج بأن هناك تساوي في النسب ، نصف عدد الطلب المبحوثين من الإعلام الرياضي قد سبق وقدموا اقتراحا على معد البرنامج عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، بينما النصف الآخر من عدد الطلبة لم يقدموا قدموا اقتراحا على معد البرنامج.

مناقشة النتائج على ضوء الفرضيات:

جاءت الفرضية الأولى فيما يلي:

- مذيعي البرامج الرياضية المسموعة يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع جمهورهم. هذه الفرضية محققة من خلال عرض نتائج جداول المحور الأول وبالأخص نتائج الجداول التالية "8.6.5.3" وجاءت كالتالي:

تشير النتائج أن أغلبية الطلبة لهم علم بأسماء معدي البرامج الرياضية وكذلك لديهم حساباتهم على الفيس بوك وذلك لأهمية هذه المواقع لدى جمهور البرامج الرياضية ، إضافة إلى أن هناك تفاعلا وتوصلا قويا بينهم ، وهذا ما يؤكد أن لمواقع التواصل الاجتماعي دور فعال في تفاعلية معدي البرامج الرياضية مع الجمهور ، حتى إلى درجة مشاركة الجمهور مع معدي البرامج الرياضية في الأفكار ويقابل ذلك الرقي والإزدهار والنمو ، وأيضا هذا ما تؤكدته جل أو معظم الدراسات والأبحاث في دور مواقع التواصل الاجتماعي.

تمثلت الفرضية الثانية فيما يلي:

الآراء المرتدة للجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تطوير البرامج الإذاعية المسموعة وهذه الفرضية محققة من خلال عرض نتائج جدول المحور الثاني لاسيما الجداول 11-13-14-18 حيث وضحت ما يلي:

توضح لنا معظم المبحوثين يطلعون على مواضيع البرامج الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، إضافة إلى حرصهم على المشاركة في البرامج الرياضية عبر هذه المواقع في أي مكان كانوا وهذا ما يوضح أهمية ودور مواقع شبكات التواصل لدى المبحوثين وخاصة جمهور البرامج الرياضية ، وفي المقابل تلقوا اهتماما من قبل مقدم البرامج هذا بتفاعله الآني ، مما يزيد من قيمة البرامج .

بالإضافة الى تقديرات معد البرامج للجمهور من خلال تواصله وطرح بعض الآراء التي تساهم في التنمية الاعلامية ، حيث أن الفضل كله يعود لمواقع التواصل الاجتماعي التي تعتبر الكثر ملائمة للتواصل ولتبليغ القائمين على البرامج الرياضية بمختلف آراء الجمهور الذي يزيد هذا الأخير حرصا على التواصل لتحقيق الرقي للبرامج الرياضية وبلوغ أسمى المراتب وأعلى الدرجات.

اقتراحات :

- ضرورة استعانة معدي البرامج الرياضية بمواقع التواصل الاجتماعي للاتصال بالجمهور والاخذ بآراءه في جانب تحسين هذه البرامج
- ضرورة استعانة معدي البرامج الرياضية بمواقع التواصل الاجتماعي اثناء البث المباشر للبرامج وطرح انشغالات وتصورات الجمهور على المباشر مما يزيد من ثقة هذا الأخير وارتباطه بالبرنامج .
- على المؤسسات الإذاعية توفير الامكانيات التقنية اللازمة لتسهيل تفاعل معد البرنامج مع الجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

- على المؤسسة الاذاعية اجراء دورات تكوينية لفائدة معدي البرامج الرياضية في مجال التحكم في تقنيات التواصل الرقمي .

قائمة المصادر والمراجع:

- 1- زاهر راضي : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي ، مجلة التربية ، العدد 15 جامعة عمان، 2003 .
- 2- محمد الحمامي وأحمد السعيد : الاعلام التربوي في مجالات الرياضة واستثمار الفراغ ، مركز الكتاب للنشر .
- 3- نصر الدين لعياضي ، رابح الهادف : الوسائط المتعدد وتطبيقاتها في الاعلام والثقافة والتربية ، الامارات ، دار الكتاب الجامعي .
- 4- فاطمة عوض صابر ، ميرفت على خفاجة ، أسس البحث العلمي ، مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية، ط 1 ، مصر، 2002 .
- 5- علي عبد الواحد وافي ،مناهج البحث، معجم العلوم الاجتماعية ،بظ، الهيئة المصرية للكتاب، القاهرة 1997، .
- 6- موريس أنجريس: منهجية البحث العلمي ،ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون ،دار القصة للنشر ،الجزائر 2004 .
- 7- رشيد زرواتي :مناهج وادوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ،ط 1 ،دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع ، الجزائر، 2007.
- 8- حسن أحمد الشافعي ورضوان واحمد مرسل، مبادئ البحث العلمي في التربية البدنية والرياضية ، منشأة المعارف، الاسكندرية .
- 9- فوزي عبد الله العكش، البحث العلمي المناهج والاستعراضات ، مطبعة العين الحديثة ،ب ط، العين، الامارات العربية المتحدة، 1986.
- 10- يوسف مصطفى قاضي ، الارشاد النفسي والتربوي ، ط 1، المملكة العربية السعودية ، الرياض ، 1981 .
- 11- عبده علي : صيف السامرائي، طرق الاحصاء في التربية البدنية والرياضية ، بدون طبعة، جامعة بغداد، 1977 .