



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة زيان عاشور - الجلفة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علم المكتبات وعلوم الإعلام والاتصال



عنوان الموضوع:

دور موقع الفيسبوك في تعزيز ثقافة التبليغ لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال

دراسة ميدانية بجامعة زيان عاشور بالجلفة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص : الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

إشراف الأستاذ:

أ.د حمادي عامر

من إعداد الطالبان:

-جديلات التومي

-قاسم علي أيمن

أعضاء اللجنة	
رئيسا	د. سعيدي منصور
مشرفا ومقررا	أ.د حمادي عامر
مناقشا	د. عمرانى ثامر

الموسم الجامعي: 2026/2025

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وتقدير

بعد أن وفقني الله في إنجاز هذا العمل فإنني أتوجه إليه سبحانه وتعالى أولاً و أخراً بالحمد والشكر على فضله وكرمه، وأتقدم بالشكر والتقدير إلى الدكتور المشرف أ.د حمادي عامر على إشرافه على هذه المذكرة وعلى نصائحه القيمة التي أرشدتنا إلى الطريق الصحيح لإتمام هذه الدراسة، فله منا فائق التقدير والإحترام

جديلات التومي و قاسم علي أيمن

إهداء

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات و بشكره تدوم النعم، و الحمد لله الذي وفقني في إنجاز
هذا العمل، أهدي هذا العمل إلى والدي العزيزين حفظهما الله و رعاهما و إلى أختي
إلى من صبر معي وانتظرنني حتى نتخرج معا زميلي وصديقي **جديلات التومي**، و إلى من
سبقني على الدرب ابن عمي وأخي **قاسم مصطفى**

قاسم علي أيمن

إهداء

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات و بشكره تدوم النعم، و الحمد لله الذي وفقني في إنجاز هذا العمل، أهدي هذا العمل إلى والدي العزيزين حفظهما الله و رعاهما و إلى إخوتي

جديلات التومي

قائمة الجداول

قائمة الجداول	
48	الجدول رقم (1) يبين متغير الجنس
49	الجدول رقم (2) يبين متغير السن
51	الجدول رقم (3) يمثل إستخدام الفيسبوك يوميا
52	الجدول رقم (4) يمثل الوسيلة المستعملة في الإطلاع على الفيسبوك
54	الجدول رقم (5) يمثل منذ متى تستخدم الفيسبوك
55	الجدول رقم (6) يمثل الفترات التي تستخدم فيها الفيسبوك
57	الجدول رقم (7) يمثل مكان إستخدام الفيسبوك
58	الجدول رقم (8) يمثل إستخدام مواقع تواصل اجتماعي غير الفيسبوك
60	الجدول رقم (9) يمثل الهدف من إستخدام الفيسبوك
61	الجدول رقم (10) يمثل طبيعة المواضيع التي تعجبك أثناء تصفحك الفيسبوك
63	الجدول رقم (11) يمثل إتباع مختلف التطورات التي تحصل في صفحات التبليغ عن طريق الفيسبوك
64	الجدول رقم (12) يمثل موقع الفيسبوك وسيلة موثوقة
65	الجدول رقم (13) يمثل تستفيد من موقع الفيسبوك
66	الجدول رقم (14) يمثل أن التبليغ ثقافة يجب أن تنتشر في موقع الفيسبوك
68	الجدول رقم (15) يمثل ساعدك موقع الفيسبوك على معرفة أنواع المحتوى التي تستوجب التبليغ
69	الجدول رقم (16) يمثل تتابع المنشورات التوعوية التي تنشرها صفحات التبليغ
71	الجدول رقم (17) يمثل بلغت من قبل عن موقف ما في الفيسبوك

قائمة الجداول

72	الجدول رقم (18) يمثل إجابة المبحوثين ب "لا" أعتقد أن مايقوم به الموقع كاف
73	الجدول رقم (19) يمثل إجابة المبحوثين ب "نعم" من أجل تطوير موقع الفيسبوك في دعم ثقافة التبليغ
74	الجدول رقم (20) يمثل الفيسبوك يقوم بثقافة التبليغ

قائمة الأشكال

قائمة الأشكال	
49	الشكل رقم (1) يبين الدائرة النسبية لمتغير الجنس
50	الشكل رقم (2) يبين الدائرة النسبية لمتغير العمر
52	الشكل رقم (3) يمثل الدائرة النسبية إستخدام الفيسبوك يوميا
53	الشكل رقم (4) يمثل الدائرة النسبية الوسيلة المستعملة للإطلاع على فيسبوك
55	الشكل رقم (5) يمثل الدائرة النسبية منذ متى تستخدم الفيسبوك
56	الشكل رقم (6) يمثل الدائرة النسبية الفترات التي تستخدم فيها الفيسبوك
58	الشكل رقم (7) يمثل الدائرة النسبية مكان إستخدام الفيسبوك
59	الشكل رقم (8) يمثل الدائرة النسبية إستخدام مواقع تواصل اجتماعي غير الفيسبوك
61	الشكل رقم (9) يمثل الدائرة النسبية الهدف من إستخدام الفيسبوك
62	الشكل رقم (10) يمثل الدائرة النسبية كبيعة المواضيع التي تعجبك أثناء تصفحك الفيسبوك
64	الشكل رقم (11) يمثل الدائرة النسبية إتباع مختلف التطورات التي تحصل في صفحات التبليغ عن طريق الفيسبوك
65	الشكل رقم (12) يمثل الدائرة النسبية موقع الفيسبوك وسيلة موثوقة
66	الشكل رقم (13) يمثل الدائرة النسبية تستفيد من موقع الفيسبوك
67	الجدول رقم (14) يمثل الدائرة النسبية أن التبليغ ثقافة يجب أن تنتشر في موقع الفيسبوك
69	الشكل رقم (15) يمثل الدائرة النسبية ساعدك إستخدام موقع الفيسبوك على معرفة أنواع المحتوى التي تستوجب التبليغ
70	الشكل رقم (16) يمثل الدائرة النسبية تتابع المنشورات التوعوية التي تنشرها صفحات التبليغ

قائمة الأشكال

71	الشكل رقم (17) يمثل الدائرة النسبية بلغت من قبل عن موقف ما في الفيسبوك
73	الشكل رقم (18) يمثل الدائرة النسبية إجابة المبحوثين ب "لا" أعتقد أن مايقوم به الموقع كاف
75	الشكل رقم (19) يمثل الدائرة النسبية الفيسبوك يقوم بثقافة التبليغ

قائمة المحتويات

قائمة المحتويات	
/	شكر و تقدير
/	الإهداء
/	ملخص الدراسة
/	قائمة المختصرات
أ	المقدمة
الجانب المنهجي	
5	الإشكالية
6	تساؤلات الدراسة
7	أهداف الدراسة
7	أهمية الدراسة
7	أسباب إختيار الموضوع
8	تحديد المفاهيم و المصطلحات
11	الدراسات السابقة
14	نوع الدراسة و منهجها
15	أدوات جمع البيانات
16	مجتمع البحث و العينة
18	حدود الدراسة
الجانب النظري	
الفصل الأول: ما هية مواقع التواصل الاجتماعي	
21	تمهيد
22	المبحث الأول: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي
22	المطلب الأول: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

قائمة المحتويات

24	المطلب الثاني: نشأة و تطور مواقع التواصل الاجتماعي
27	المطلب الثالث: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
29	المبحث الثاني: سلبيات و إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي
29	المطلب الأول: سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
30	المطلب الثاني: إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي
31	المطلب الثالث: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
33	خلاصة
الفصل الثاني: نشأة موقع الفيسبوك	
35	تمهيد
36	المبحث الأول: نشأة موقع الفيسبوك
36	المطلب الأول: نشأة موقع الفيسبوك
37	المطلب الثاني: تعريف موقع الفيسبوك
39	المطلب الثالث: خصائص موقع الفيسبوك
40	المطلب الرابع: مميزات الفيسبوك
42	المبحث الثاني: إيجابيات و سلبيات موقع الفيسبوك
42	المطلب الأول: إيجابيات و سلبيات موقع الفيسبوك
43	المطلب الثاني: تعريف التبليغ القضائي الإلكتروني
44	المطلب الثالث: دور التبليغ الإلكتروني و أهميته
45	خلاصة
الجانب التطبيقي	
48	البيانات الشخصية
51	المحور الأول: عادات و أنماط إستخدام الطلبة للفيسبوك
60	المحور الثاني: دوافع إستخدام طلبة للفيسبوك

قائمة المحتويات

66	المحور الثالث: مساهمة الفيسبوك في تعزيز ثقافة التبليغ
76	نتائج الدراسة
80	الخاتمة
81	المقترحات و التوصيات
82	قائمة المصادر و المراجع
87	الملاحق

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعريف بدور موقع الفيسبوك في تعزيز ثقافة التبليغ، و الذي يعتبر وسيلة فعالة و منتشرة في الوقت الراهن يمكن إستخدامه في نشر ثقافة التبليغ و التوعية بأهميتها، و قد إنطلقت الدراسة من التساؤل العام التالي: ما دور موقع الفيسبوك في تعزيز ثقافة التبليغ لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجلفة ؟

وللإجابة عن التساؤل العام، تم الإعتماد على المنهج الوصفي لأن دراستنا تتدرج ضمن الدراسات الوصفية، و تم الإعتماد على أداة الإستبيان التي وزعت على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة الجلفة

و خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن لموقع الفيسبوك دور مهم و فعال في نشر و دعم ثقافة التبليغ، من خلال التوعية عبر موقع الفيسبوك عن المضامين التي تستوجب التبليغ

الكلمات المفتاحية: الدور، مواقع التواصل الاجتماعي، الثقافة، الفيسبوك

Abstract:

This study aims to introduce the role of Facebook in promoting the culture of reporting, which is considered an effective and widespread means at present that can be used to spread the culture of reporting and raise awareness of its importance. The study started from the following general question: What is the role of Facebook in promoting the culture of reporting among media and communication sciences students at the University of Djelfa? To answer this general question, the descriptive approach was adopted because our study falls within descriptive studies. The questionnaire tool was utilized and distributed to a sample of students from the Department of Media and Communication Sciences at the University of Djelfa. The study concluded with a set of results, the most important of which are: Facebook plays an important and effective role in spreading and supporting the culture of reporting, through raising awareness via Facebook about the contents that require reporting.

Keywords: Role, Social Media, Culture, Facebook

قائمة المختصرات

ع	العدد
ص	الصفحة
ط	الطبعة
د.ت	دون تاريخ
تر	ترجمة
م	المجلد

مقدمة

مقدمة:

تعدُّ الوسائل التكنولوجية الحديثة أحد أبرز التحولات التي يشهدها العالم في العقود الأخيرة، لما أحدثته من تغييرات جوهرية في مختلف جوانب الحياة، لاسيما في ميادين الإعلام و الاتصال، فقد ساهم الانتشار الواسع لشبكة الإنترنت و ظهور مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير طرائق تواصل الأفراد وتبادلهم للمعلومات و التي جعلت العالم في يد كل فرد، حيث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً بارزاً و محورياً في تعزيز و نشر ثقافة التبليغ عن التجاوزات الرقمية

وفي هذا السياق، يعد موقع "فيسبوك" من أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي لاقت رواجاً كبيراً بين الناس، و لاسيما فئة الطلبة الجامعيين الذين وجدوا فيه وسيلة اتصالية فعالة، و مصدراً مهماً للحصول على المعلومات و متابعة المستجدات. إذ لم يعد استخدام موقع الفيسبوك مقتصرًا على التواصل، بل تطور ليصبح أداة لنشر ثقافة التبليغ من خلال التبليغ عن المنشورات السيئة ، توعية الناس من خلال صفحات التبليغ

انطلاقاً من هذه التحولات، جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على دور مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة موقع فيسبوك في تعزيز ثقافة التبليغ لدى الطلبة الجامعيين، من خلال دراسة ميدانية لعينة من طلبة السنة الثانية ماستر تخصص "إعلام واتصال" بجامعة الجلفة، بهدف الوقوف على كيفية توظيفهم لهذا الموقع في دعم و نشر ثقافة التبليغ

و قد تم توظيف المنهج الوصفي في هذه الدراسة نظرا لملائمته لطبيعة الموضوع، إذ يهدف إلى وصف الظاهرة كما هي في الواقع، من خلال جمع البيانات و تحليلها للوصول إلى نتائج علمية تساعد في فهم العلاقة بين الموقع و ثقافة التبليغ لدى الطلبة

و قد قسمنا دراستنا إلى ثلاث جوانب " الجانب المنهجي "، " الجانب النظري "، " الجانب التطبيقي "، حيث الجانب المنهجي ضبطنا فيه إشكالية الدراسة، تساؤلات الدراسة، ثم أهداف و أهمية الدراسة، تليه أسباب إختيار الموضوع، مفاهيم الدراسة، دون أن ننسى الدراسات السابقة، ليليه المنهج المتبع و الأدوات المستخدمة، كذلك تطرقنا إلى ذكر مجتمع البحث و عينته، لنختم الجانب المنهجي بحدود الدراسة

أما الجانب النظري قسمناه إلى فصلين فكان الفصل الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي و قد تضمن مبحثين، المبحث الأول يحتوي تعريف مواقع التواصل الاجتماعي و نشأتها و خصائصها، أما المبحث الثاني قد تضمن سلبيات و إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي و أنواعها، أما الفصل الثاني: نشأة موقع الفيسبوك و قد تضمن مبحثين، المبحث الأول نشأة موقع الفيسبوك و تعريفه و خصائصه و مميزات، أما المبحث الثاني قد تضمن إيجابيات و سلبيات موقع الفيسبوك و تعريف التبليغ و دوره و أهميته

أما الجانب التطبيقي فقط قمنا بجمع البيانات عن طريق توزيع الإستبيان الإلكتروني على العينة المستهدفة و هي طلبة ثانية ماستر إعلام و اتصال بجامعة الجلفة تم إختيارهم بطريقة قصدية و كان الإستبيان مقسما على ثلاثة محاور، ثم قمنا بتحليل البيانات لنتحصل على النتائج للوقوف على مدى مساهمة موقع الفيسبوك في تعزيز ثقافة التبليغ

كما إشتملت الدراسة في الأخير على الخاتمة و محاولة الإجابة فيها على تساؤلات الدراسة و جاء في نهايتها مجموعة من التوصيات لنختم دراستنا بالمراجع و الملاحق

الجانب المنهجي

الخطوات المنهجية:

الإشكالية

تساؤلات الدراسة

أهداف الدراسة

أهمية الدراسة

أسباب اختيار الموضوع

تحديد المفاهيم والمصطلحات

الدراسات السابقة

نوع الدراسة ومنهجها

أدوات جمع البيانات

مجتمع البحث والعينة

حدود الدراسة

الإشكالية:

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من أهم وسائل الاتصال في عالمنا الحديث، فأصبح لها تأثيرا على الحياة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية... ليس على الفرد وإنما على المجتمع ككل. ومن بين هذه المواقع نجد موقع الفيسبوك الذي شهد إقبالا واسعا وشهرة بين باقي مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، بل واستحوذ على مكانة بارزة في الفضاء الإلكتروني حيث كانت لوسائل الاتصال الحديثة دور كبير في التصدي للجرائم عن طريق التبليغ عنها بشكل يومي كما هو الحال في معظم صفحات و مجموعات الفيس بوك التي لها دور في التبليغ عن مختلف العمليات الإجرامية خاصة السرقة والمحتويات السيئة

ويأتي موقع فيسبوك في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك لما يوفره من خصائص و مميزات تساهم في تكوين علاقات تتجاوز الحدود الزمانية والمكانية، وتعزز التفاعل و التواصل مع الآخرين ضمن العالم الافتراضي، إذ نلاحظ أن موقع الفيسبوك يشهد إقبالا متزايدا على استخدامه، ونجد على رأسهم الطلبة الجامعيين، حيث يتم من خلاله التواصل و تبادل وجهات النظر حول العديد من القضايا التي تقع ضمن اهتمامات طلبة الإعلام و الاتصال.

أصبح طالب الإعلام والاتصال يعتمد على موقع الفيسبوك من أجل الإطلاع على المحتويات، فأصبح الفيسبوك لدى طلبة الإعلام والاتصال وسيلة يمكن إستغلالها في ثقافة التبليغ من خلال صفحات التبليغ والمجموعات الموجودة عبر موقع الفيسبوك التي تساهم في تعزيز ثقافة التبليغ عبر موقع الفيسبوك، ومن هنا نذهب إلى طرح الإشكالية التالية:

ما دور موقع الفيسبوك في تعزيز ثقافة التبليغ لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال جامعة الجلفة ؟

تساؤلات الدراسة:

من أجل التحكم في الدراسة نطرح التساؤلات الفرعية التالية:

- ما عادات و أنماط إستخدام طلبة جامعة الجلفة للفيسبوك؟

- ما هي دوافع إستخدام طلبة جامعة الجلفة للفيسبوك؟

- كيف يساهم الفيسبوك في تحقيق ثقافة التبليغ لدى طلبة جامعة الجلفة؟

أهداف الدراسة: نهدف من خلال هذه الدراسة إلى:

- محاولة معرفة عادات وأنماط استخدام طلبة جامعة الجلفة للفيسبوك
- التعرف على دوافع استخدام طلبة جامعة الجلفة للفيسبوك
- التعرف على كيفية مساهمة الفيسبوك طلبة علوم الإعلام والاتصال في ثقافة التبليغ

أهمية الدراسة:

- أهمية موقع الفيسبوك في تعزيز ثقافة التبليغ
- يعد موضوع البحث من أهم المواضيع التي تهتم بثقافة التبليغ
- معرفة كيفية الاستخدام الجيد لموقع الفيسبوك

أسباب اختيار الموضوع:

أسباب ذاتية:

- حيوية الموضوع
- الرغبة في دراسة الموضوع بشكل عميق
- استخدامنا الشخصي لموقع الفيسبوك ومتابعتنا لبعض الصفحات التي تتناول ثقافة التبليغ

أسباب موضوعية:

- إرتباط الموضوع بمجال التخصص
- إنتشار ظاهرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من بينهم الفيسبوك

-أهمية الفيسبوك ورواجه بشكل كبير

-كثرة إهتمام الطلبة بمواقع التواصل الاجتماعي

-موضوع حديث الساعة من حيث إزدياد أهمية مواقع التواصل الاجتماعي

تحديد المفاهيم والمصطلحات:

الدور:

لغة: من دار الشيء يدور دورانا و دور و استدارة و أدرته أنا، ودورته، و أدار غيره و دور به، ويعني الدور مهمة و وظيفة

إصطلاحا: هو مجموعة من الأنشطة و المهام التي يتم تأديتها لتحقيق ما هو متوقع في مواقف معينة

وتشير زلاقي إلى أن مفهوم الدور هو ذلك المفهوم المرتبط بالتنشئة الاجتماعية للأفراد و ما يؤمنون له من معتقدات و مفاهيم عن ذلك الدور أو الأدوار التي يؤدونها من خلال إحتلالهم لمناصب معينة في المجتمع، كما يرتبط بما يتوقعه الأفراد الآخرون من تأدية تلك الأدوار¹

" هو ما يشير إلى معايير السلوك أو القواعد التي تحكم وصفا معينا في البناء الاجتماعي أو الوظيفي أو الأداء الذي يقوم به الإعلام بالنسبة للجمهور في مجالات مختلفة ".² بمعنى أنه ما تسهم به مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز ثقافة التبليغ

¹ أم العز يوسف المبارك، دور الأسرة في علاج مشكلة الكذب عند الأطفال، مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية، ع22، 2024/10/37، ص:125، 126

² علي باقطين، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة عدن، مجلة الإعلام والفنون، ع4، جامعة عدن، 2021، ص:665

إجرائيا: يقصد بالدور المهام و الوظائف التي يقوم بها موقع الفيسبوك من خلال الإعتماد عليه في تعزيز ثقافة التبليغ بالنسبة لطلبة إعلام ماستر2 تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة بجامعة الجلفة زيان عاشور

مواقع التواصل الاجتماعي: أنها تلك المواقع الإلكترونية التي تقدم لمستخدميها مجموعة من الخدمات المتعددة الخيارات مثل المحادثة الفورية و الرسائل الخاصة و البريد الإلكتروني و الفيديو و البريد الخطي و الصوتي و المرئي، و مشاركتها مع الآخرين¹

إجرائيا: مواقع التواصل الاجتماعي هي مواقع موجودة على شبكة الإنترنت تسمح لنا بالتواصل مع الأفراد عن طريق تبادل المعلومات و الصور و الفيديوهات

الفيسبوك: عرف قاموس الإعلام و الاتصال الفيسبوك بأنه موقع خاص بالتواصل الاجتماعي، أسس عام 2004، ويتبع نشر الصفحات الخاصة و قد وضع في البداية لخدمة الطلاب والجامعة و هيئة التدريس و الموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص²

إجرائيا: الفيسبوك موقع من مواقع التواصل الاجتماعي و يسهل علينا الفيسبوك عملية التواصل و الاتصال و نشر ثقافة التبليغ عبر صفحاته، و هذا من خلال الصور و الفيديوهات

¹ضيف ميرة و آخرون، دور مواقع التواصل في تشكيل الوعي السياسي لدى مستخدمي الفيسبوك بالجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال و علاقات عامة، قسم علوم الإعلام و الاتصال و علم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2022، ص:6

² Marcel Danesi. Dictionary of Media and Communications. M. E Sharpe america. 2009 117.

الثقافة:

لغة: جاء في معجم لسان العرب، تُثَفُّ الشيء ثقفاً و ثقافاً: حذقة، و رجل ثَقَف: حاذق و فهم، و تُثَفُّ ثقافة: أي صار حاذقاً خفيفاً¹.

اصطلاحاً: عرفها العالم البريطاني " ادوارد بيرنت تايلور ": أن الثقافة أو الحضارة هي ذلك الكل المركب الذي يشمل المعرفة، المعتقدات، الفنون، القانون، الأخلاق، العادات، العرف و كافة القدرات و الأشياء الأخرى التي تؤدي من جانب الإنسان باعتباره عضواً في المجتمع. كما تعرف بأنها جملة القيم و المعايير و العادات و الأفكار التي يشترك فيها الناس تحدد سلوكهم، و تتكون الثقافة من الجانب المعنوي الفكري و الجانب المادي.

وفي تعريف آخر أنها النسيج المتكامل من الخصائص المميزة للسلوك المكتسب و التي يشترك فيها أفراد مجتمع معين، أو هي مجموعة من القيم ذات الطابع المادي والمعنوي و الأفكار و المواقف التي يبرزها أفراد ثقافة ما، نحو مختلف نواحي حياتهم و التي تتم تطويرها بواسطة أفراد هذا المجتمع.²

و قد عرف ابن نبي الثقافة بأنها: " مجموعة من الصفات الخلقية و القيم الاجتماعية، التي تؤثر في الفرد منذ ولادته، وتصبح لاشعوريا العلاقة التي تربط سلوكه بأسلوب الحياة في الوسط الذي ولد فيه "³

¹ابن منظور، لسان العرب، دار المعارف، القاهرة، ط1، دت، ص:492

²بن قيدة خديجة وآخرون، الترويج للموروث الثقافي الجزائري المادي واللامادي عبر شبكات التواصل الاجتماعي، مذكرة تخرج ضمن متطلبات الحصول على شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، قسم علوم الإعلام والاتصال و علم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2025، ص:18

³أرفيس علي، مفهوم الثقافة من منظور مالك بن نبي، مجلة آفاق فكرية، م11، ع1، الجزائر، 2023، ص:283، 284

إجرائيا: ترسيخ وعي أفراد المجتمع بأهمية مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة موقع الفيسبوك في دعم ثقافة التبليغ

الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: العنوان دور شبكات الجديدة في تكريس ثقافة التواصل بين الأساتذة و الطلبة - الفيسبوك نموذجا- من إعداد الطالبتان حليس زينب و ضيفي زينب، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في سمعي البصري 2016/2015

إنطلقت الباحثتان من الإشكالية التالية:

ما الدور الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي " الفيسبوك " في عملية التواصل بين الأساتذة والطلاب الجامعيين؟

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور شبكات الجديدة في تكريس ثقافة التواصل بين الأساتذة والطلبة واعتمدت الباحثتان في دراستهم على المنهج الوصفي، وتكونت عينة الدراسة من الطلبة الجامعيين من مختلف التخصصات بجامعة زيان عاشور الجلفة، و تم اختيار العينة بالطريقة الطبقية كما إعتمدت هذه الدراسة على الاستبيان كأداة لجمع البيانات التي تخدم الدراسة، وفي الأخير سلطوا الضوء على ثقافة التواصل بين الأساتذة والطلبة في ظل الشبكات الجديدة

الدراسة الثانية: العنوان واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي " الفيسبوك " في البحث العلمي لدى طلبة جامعة الجلفة، دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الإعلام و الاتصال - الجلفة - ، من إعداد الطالبات نورة قبائلي و حياة نائل و لينا نهال صدارة، مذكرة مكملة

لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال، تخصص اتصال و علاقات عامة،

2023/2022

إنطلقت هذه الدراسة من الإشكالية التي كانت كالتالي:

ما واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي " الفيسبوك " في البحث العلمي لدى طلبة

جامعة زيان عاشور الجلفة؟

هدفت هذه الدراسة إلى محاولة معرفة واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في البحث

العلمي لدى طلبة جامعة زيان عاشور الجلفة، وإعتمدت الطالبات في هذه الدراسة على

المنهج الوصفي، و أداة الاستبيان لجمع البيانات و على العينة القصدية تمثلت في 100

مفردة من طلبة علوم الإعلام و الاتصال

الدراسة الثالثة: العنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى

مستخدمي الفيسبوك بالجزائر دراسة ميدانية على عينة من طلبة بجامعة زيان عاشور

بالجلفة، من إعداد الطلبة ضيف ميرة و قوازم نسرين و عناق فاطنة، مذكرة مكملة لنيل

شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال، تخصص اتصال و علاقات عامة، 2022،

وذهب الطلبة من الإشكالية التالية:

ما هو دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى المستخدم الجزائري؟

هدفت هذه الدراسة إلى محاولة معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي

السياسي لدى مستخدمي الفيسبوك بالجزائر، و اعتمدت الطلبة في الدراسة على المنهج

المسحي، و إستخدوا أداة الإستبيان لجمع البيانات و العينة المتاحة

مدى الاستفادة من الدراسات السابقة و المشابهة:

من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة والمشابهة، تمكنا من الاستفادة من عدة جوانب مهمة، و من أبرزها إعتقاد بعض الباحثات مثل ضيفي زينب و حليس زينب على المنهج الوصفي، و هو المنهج الذي يتناسب مع موضوع دراستنا، وأما الأداة فقد إعتدنا على أداة الاستبيان لما لاحظناه في دراسات ضيفي زينب و حليس زينب، و نورة قبائلي و حياة نائل و لينا نهال صدارة، إذ أثبتت فعاليتها كوسيلة لجمع البيانات و المعلومات المتعلقة بالموضوع

التعليق عن الدراسات السابقة و المشابهة:

1- هدفت دراسة الباحثات "حليس زينب و ضيفي زينب" إلى دور الشبكات الجديدة في تكريس ثقافة التواصل بين الأساتذة و الطلبة و اعتمدوا على المنهج الوصفي و العينة التطبيقية و أداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات

وقد تشابهت هذه الدراسة مع دراستنا في المنهج والأداة

2- دراسة الطلبة نورة قبائلي و حياة نائل و لينا نهال صدارة، واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" في البحث العلمي لدى طلبة جامعة الجلفة، هدفت هذه الدراسة إلى معرفة واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك في البحث العلمي لدى طلبة جامعة زيان عاشور الجلفة و اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي و الاستبيان و العينة القصدية

تشابهت هذه الدراسة مع دراستنا من حيث العينة القصدية و المنهج و الأداة

3- دراسة الطلبة ضيف ميرة و قوازم نسرين و عناق فاطنة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى مستخدمي الفيسبوك بالجزائر جامعة الجلفة، هدفت هذه الدراسة إلى محاولة معرفة شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الوعي السياسي لدى المستخدم الجزائري، و اعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي عكس دراستنا التي اعتمدت على المنهج الوصفي لأن المنهج المسحي يعتبر أحد أنواع المنهج الوصفي و الاستبيان و العينة المتاحة، و تشابهت مع دراستنا من حيث الأداة الاستبيان، و اختلفت مع دراستنا من حيث العينة و المنهج

نوع الدراسة و منهجها:

أ- **نوع الدراسة:** تتموضع دراستنا ضمن البحوث الوصفية للدراسات العلمية التي تتجاوز وصف الظاهرة فقط و إنما تذهب إلى أبعد من ذلك، فالبحث الوصفي هو " يحلل و يقارن و يقيم للوصول إلى تقييمات ذات معنى بقصد التبصر بتلك الظواهر "¹

ب- **منهج الدراسة:** المنهج في البحث العلمي كما عرفه موريس أنجرس " هو مجموع الإجراءات و الخطوات الدقيقة المتبناة، من أجل الوصول إلى نتيجة "

وفي دراستنا هذه إعتدنا على المنهج الوصفي، وقد عرف الباحث رابح تركي المنهج الوصفي " هو كل استقصاء ينصب على دراسة الظاهرة... كما هي قائمة في الحاضر، بقصد تشخيصها، وكشف جوانبها، و تحديد العلاقات بين عناصرها "²

¹ حسين هاشم الفتلي، أسس البحث العلمي في العلوم التربوية والنفسية مفاهيمه عناصره مناهجه، دار صفاء، عمان، ط1، 2014، ص:143

² أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط4، 2010، ص:282، 287

وفي تعريف آخر " إنه وصف دقيق و تفصيلي لظاهرة أو موضوع محدد على صورة نوعية أو كمية رقمية، فالتعبير الكيفي يصف الظاهرة و يوضح خصائصها، أما التعبير الكمي فيعطينا وصفا رقميا يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها و درجة ارتباطها مع الظواهر المختلفة الأخرى، وقد يقتصر هذا المنهج على وضع قائم في فترة زمنية محددة أو تطورا يشمل عدة فترات زمنية"¹

أدوات جمع البيانات:

لنجاح الدراسة العلمية لابد من إعتماها على أدوات ملائمة و مناسبة يستخدمها الباحث لجمع البيانات و المعلومات من المبحوثين وقد إعتمدنا في دراستنا على:

الاستبيان: يعتبر الاستبيان أو الاستقصاء أداة ملائمة للحصول على معلومات وبيانات وحقائق مرتبطة بواقع معين، ويقدم الاستبيان بشكل عدد من الاسئلة يطلب الاجابة عنها من قبل عدد من الافراد المعنيين بموضوع الاستبيان²

و يعرفها فاخر عاقل أنها: " أداة مفيدة من أدوات البحث العلمي، وهي مستعملة على نطاق واسع للحصول على الحقائق و التوصل إلى الوقائع و التعرف على الظروف و الأحوال و دراسة المواقف و الاتجاهات والآراء، و تضم عددا من الأسئلة يطلب من المبحوث أن يجيب عنها بنفسه، و في بعض الأحيان ترسل عن هذه القائمة من الأسئلة عن طريق البريد و تسمى في هذه الحالات بالاستبانة البريدية³

¹ رجاء وحيد دويدري، البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العملية، دار الفكر، سوريا، ط1، 2000، ص:183

² ذوقان عبيدات واخرون، ابث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، دار الفكر، عمان، 1984، ص:121

³ ليندة لطاد واخرون، منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، المركز الديمقراطي العربي، برلين-

ألمانيا، ط1، 2019، ص:71

حيث تم تقسيم الاستمارة إلى ثلاثة محاور و عدد الأسئلة 20 سؤال:

المحور الأول: عادات و أنماط إستخدام طلبة جامعة الجلفة للفيسبوك

المحور الثاني: دوافع إستخدام طلبة جامعة الجلفة قسم الإعلام للفيسبوك

المحور الثالث: يساهم الفيسبوك في تعزيز ثقافة التبليغ لدى طلبة جامعة الجلفة

مجتمع البحث و العينة:

أ- مجتمع الدراسة:

تستوجب أبحاث و دراسات البحث العلمي انتقاء مجتمع الدراسة كمجال لتطبيق و ممارسة الدراسة عليه

يعرف بأنه كل " الأفراد الذين يحملون بيانات الظاهرة التي تحت الدراسة، فهو مجموع و حدات البحث التي يراد منها الحصول على البيانات"¹

كما عرفه موريس أنجرس " مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى و التي يجرى عليها البحث أو التقصي"²

يتمثل مجتمع البحث في طلبة الجامعيين بجامعة زيان عاشور الجلفة، كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية قسم علوم الاعلام و الاتصال و علم المكتبات تخصص علوم الإعلام و الاتصال، و بالتالي حاولنا حصر العدد للطلبة لنجد أننا حددنا مجتمع الدراسة و الذي يتمثل

¹ علي معمر عبد المؤمن، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية الأساسية والتقنيات والأساليب، دار الكتب الوطنية، ليبيا، ط1، 2008، ص:184

² موريس أنجرس، تر: بوزيد صحراوي وآخرون، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصة للنشر، الجزائر، ط2، 2006، ص:298

في طلبة ثانية ماستر إعلام و اتصال،تخصص اتصال جماهيري و الوسائط الجديدة
لنستخرج منه عينة الدراسة و هي التي تجيب على الاستمارة الإلكترونية المنشورة في موقع
الفيسبوك من قبل طلبة علوم الإعلام و الاتصال بكلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
بجامعة زيان عاشور الجلفة و هم 23 مفردة

ب- عينة الدراسة:

هي جزء من المجتمع الذي تجرى عليه الدراسة، و يتم اختيارها وفق قواعد خاصة لكي تمثل
المجتمع تمثيلا صحيحا، فالعينة هي بعض مفردات المجتمع تؤخذ منه و تطبق عليها
الدراسة للحصول على معلومات صادقة بهدف الوصول إلى تقديرات تمثل المجتمع الذي
سحبت منه و إنها الأجزاء التي تستخدم في الحكم على الكل¹

وفي دراستنا إعتدنا على العينة القصدية التي تندرج ضمن العينات غير الاحتمالية التي
تخدم أهداف دراستنا و بلغ عدد مفردات العينة 24 مفردة

تم إعتداد العينة القصدية في هذه الدراسة الميدانية لعدة إعتبرات منهجية و عملية أبرزها:

-لأن العينة القصدية تتلائم مع الدراسات الكيفية

-إرتباط خصائص أفراد العينة بأهداف البحث بشكل مباشر فقد تم إختيار طلبة علوم

الإعلام و الاتصال بجامعة زيان عاشور لأنهم يستخدمون موقع الفيسبوك بشكل واعي

-يمتلكون واعي بمواقع التواصل الاجتماعي الذي يسمح لهم بالتفاعل مع قضايا تستوجب

التبليغ

¹علي معمر عبد المؤمن،مرجع سبق ذكره،ص:184

حدود الدراسة:

أ- **الحدود المكانية:** هي الحدود المكانية الخاصة بدراسة موضوع الدراسة و مجال ميداني لتطبيق البحث، حيث أجريت هذه الدراسة بكلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، قسم علوم الإعلام و الاتصال و علم المكتبات بجامعة زيان عاشور بالجلفة

ب- **الحدود الزمانية:** يمتد الإطار الزمني للدراسة بدءا من شهر ديسمبر 2025، و هو التاريخ الذي تم فيه إختيار الموضوع، ليشرع بعد ذلك في إعداد الخطة الأولية التي تضمنت الإطار المنهجي الذي إمتد من مارس إلى غاية أفريل

-صعوبات الدراسة:

-ضيق الوقت

-صعوبة التوفيق بين العمل و الدراسة

- ندرة الدراسات السابقة لمثل هذا الموضوع باللغة العربية

الجانب النظري للدراسة

الفصل الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

-تمهيد

-المبحث الأول: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

-المطلب الأول: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

-المطلب الثاني: نشأة و تطور مواقع التواصل الاجتماعي

-المطلب الثالث: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

-المبحث الثاني: سلبيات و إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي

-المطلب الأول: سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

-المطلب الثاني: إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي

-المطلب الثالث: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

-خلاصة

تمهيد:

في ظل التحولات المتسارعة التي يشهدها العالم الرقمي، أصبحت الوسائط الجديدة تستقطب شريحة كبيرة من فئات المجتمع، خاصة الطلبة الجامعيين و الشباب و على رأسها مواقع التواصل الاجتماعي حيث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي جزءا أساسيا من حياتنا اليومية.

سنتناول في هذا الفصل الجانب النظري حول مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال استعراض تعريفها، النشأة و التطور، الخصائص، السلبيات و الإيجابيات، الأنواع

المبحث الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: تعريف حول مواقع التواصل الاجتماعي

لقد شهدت مواقع التواصل الاجتماعي على الانترنت انتشارا واسعا في وقتنا الراهن، نظراً لما تقدمه من ميزات وخصائص

وتعددت تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي واختلفت من باحث إلى آخر إذ تعرف بأنها:

تلك المواقع التي تمكن الأفراد من إنشاء شبكات اتصال بأفراد آخرين، و على الرغم من أنها شبكات اجتماعية إلا أن الأفراد يمكن أن يتصلوا ببعضهم لأسباب شخصية أو مهنية سواء كانوا على معرفة بهم أم لا

وتعرف أيضا على أنها أماكن للتجمع على الخط المباشر تشجع أعضائها على بناء شبكات من أصدقائهم و معارفهم

كما يعرفها أحد الباحثين بأنها " صفحات الويب، التي يمكن أن تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الاجتماعية الموجودة بالفعل على الإنترنت، و تهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام، و التي من شأنها تساعد على التفاعل بين الأعضاء بعضهم ببعض، و يمكن أن تشمل هذه (المميزات المراسلة الفورية، الفيديو، الدردشة، تبادل الملفات، مجموعات النقاش، البريد الإلكتروني و المدونات)¹.

¹ياس خضير البياتي، الاعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، دار البداية، عمان، ط1، 2014، ص:377،379

و عرفها قاموس odlis بأنها: ((خدمة الكترونية تسمح للمستخدمين بإنشاء و تنظيم ملفات شخصية لهم، كما تسمح لهم بالتواصل مع الآخرين، و هي عبارة عن انظمة مرتبطة بنواة أو أكثر من الترابط التي تشمل القيم و الرؤية، و الافكار المشتركة، و الإتصال الاجتماعي، و التبادلات المالية و التجارية، و العضوية المشتركة في المنظمات، و المجموعات المشاركة في حدث معين، و جوانب أخرى عديدة في علاقات الانسان))

و عرفت موسوعة ويوبديا webopedia شبكات التواصل الاجتماعي بأنها: ((عبارة عن مواقع على الانترنت تمكن مستخدميها من إنشاء ملفات تعريفية عامة، و تكوين علاقات اجتماعية مع مستخدمين آخرين داخل هذه المواقع، و تسمح لهم الوصول إلى البيانات الشخصية للمستخدمين، فضلا عن توفيرها للمستخدمين منتديات المناقشة و غرف الدردشة و التفاعلات الإجتماعية كافة على الانترنت))

و كذلك عرفت شبكات التواصل الاجتماعي بأنها: ((المواقع التي تستخدم للدردشة و إرسال الصور و مقاطع الفيديو إلى الأصدقاء الذين يسمح لهم الوصول إلى شخص ما على تلك المواقع، مما تجعلهم يتفاعلون مع بعضهم بعضا و بالتالي خلق و توسيع العلاقات الاجتماعية))¹

¹ مهند حميد التميمي، التلفزيون وشبكات التواصل الاجتماعي تكامل أم صراع، دار أمجد، عمان، ط1، 2017، ص:79، 80

المطلب الثاني: نشأة و تطور مواقع التواصل الاجتماعي

مفهوم الشبكات الاجتماعية يعود ظهوره إلى عالم الاجتماع جون بارنز Barnes johnA في عام 1954، إذ يطلق هذا المصطلح على نوادي المراسلة العالمية بشكلها التقليدي التي كانت تستخدم في ربط العلاقات بين الأفراد من دول العالم المختلفة باستخدام الرسائل الاعتيادية المكتوبة، اما تاريخ التواصل الانساني عبر الانترنت فيرجع ظهوره إلى عام 1989 عندما تم اختراع شبكة الويب و ظهور أول متصفح على شبكة الإنترنت و الذي اطلق عليه اسم (world wide web)، فاتحا بذلك الأبواب أمام التواصل الإنساني عبر شبكة الإنترنت

و في عام 1994 ظهرت مواقع للويب الاجتماعي على شكل تجمعات على الانترنت ومن هذه المواقع (geocities)، theglobe.com، إذ ركزت هذه التجمعات في ربط لقاءات بين الافراد للسماح لهم بالتفاعل عبر غرف الدردشة، و تشارك المعلومات و الافكار الشخصية، بشأن المواضيع العامة باستخدام وسائل شخصية للنشر عبر الصفحات و هو الأساس الذي قامت عليه المدونات

أما ظهور شبكات التواصل الاجتماعي فيعود إلى عام 1995 عندما ظهر موقع زملاء الدراسة و المعروفة بإسم classmates.com للتواصل بين زملاء الدراسة في المدارس و الجامعات، و في عام 1997 أسست شبكة (sixdigrees.com) في نيويورك لتقدم عدة خدمات لمستخدميها كالملفات الشخصية و إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، إذ تقدم هذه المواقع خدمات متشابهة لخدمات الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تحقق أرباحا لمالكها و تم إغلاق بعضها.

و بعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في المدة ما بين عام 1999 و عام 2001 لكنها لم تحقق نجاحا كبيرا وتم إغلاقها، أما عام 2002 فيعد الميلاد الفعلي لشبكات التواصل الاجتماعي التي تعرفها اليوم، إذ تمثل هذه الميلاد بظهور موقع (Friendster) في بداية عام 2002 إذ حقق هذا الموقع نجاحا كبيرا مما دفع شركة (google) إلى محاولة لشرائه لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، و في نهاية عام 2002 ظهرت في فرنسا شبكة Sky rock كمنصة للتدوين، و بعد ذلك تحولت بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية، و قد استطاعت بسرعة كبيرة أن تحقق انتشار واسع بين الشبكات الاجتماعية.

و في عام 2003 ظهر موقع ماي سبيس (Myspace) في سانتا موبیکا في ولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة، و بعد اطلاقه أراد أن يجذب المستخدمين و يبعدهم عن موقع (Friendster) و تحقق ذلك بعدما أطلق إشاعة بأن موقع (Friendster) سيعتمد نظام الرسوم للأشخاص المشتركين، مما دفع مستخدمي موقع (Friendster) إلى نشر رسائل تشجيعية للإنضمام لموقع بديل عن هذا الموقع، و استطاع موقع (Myspace) من النمو بسرعة مستفيدا من الإشاعة و هجرة أعضاء موقع (Friendster) نحوه، فضلا عن أن أكثر مستخدمي موقع (Myspace) هم من المراهقين بينما لم يكن يسمح لهم الإنضمام لموقع (Friendster)

و يعد موقع (Myspace) من أكبر مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى العالم و معه منافسة الشهير فيس بوك الذي بدأ خدماته في عام 2004 على يد (مارك زوكربيرج) أحد طلبة جامعة هافارد، و سرعان ما لقي الموقع رواجاً بين جميع طلبة جامعة هافارد و اكتسب شعبية واسعة بينهم الأمر الذي شجعه على توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول إلى الموقع لتشمل طلبة جامعات أخرى و طلبة المدارس الثانوية.

وفتح موقع الفيس بوك عام 2006 أبوابه أمام الأفراد جميعهم للتسجيل فيه شرط أن يكون عمر الشخص أكثر من ثلاثة عشر عاماً و لديهم عنوان بريد إلكتروني صحيح، و أن ما يميز موقع الفيس بوك هو قدرته على تبادل المعلومات بين المستخدمين و إتاحة الفرصة أمام الأصدقاء للوصول إلى ملفاتهم الشخصية، فضلاً عن أنه يمكن المستخدمين من إنشاء بروفایل (profile) خاص بهم يتضمن صور و إهتمامات شخصية و يتبادلوا رسائل خاصة و عامة و تكوين مجموعات من الأصدقاء.¹

¹مهند حميد التميمي، مرجع سبق ذكره، ص: 81، 82، 83.

المطلب الثالث: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بعدة خصائص منها، ما يلي:

-التفاعلية: فالفرد فيها كما أنه مستقبل و قارئ، فهو مرسل و كاتب و مشارك، فهي تلغي

تلغي السلبية المقيتة في الإعلام القديم التلفاز و الصحف الورقية

-العالمية: حيث تلغي الحواجز الجغرافية، و المكانية، و تتحطم فيها الحدود الدولية، حيث

يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب، في بساطة وسهولة

-الانفتاح: ساعدت على الانفتاح و العالمية، لسهولة تواصل الأفراد مع غيرهم، متخطية

جميع الحواجز، و القيام بتبادل المعلومات و الآراء، و التواصل مع العالم، و تبادل الأفكار

و الخبرات التي لم تكن تصلهم من قبل ظهور هذه التكنولوجيا

-المشاركة: و تعني قدرة نقل المعلومات من وسيط لآخر و من شبكة لأخرى، فوسائل

الإعلام الاجتماعية تأتي من الجمهور نفسه، من خلال التشارك، و السيطرة على المحتوى،

و إضافة التعليقات، و الروابط، و الصور، و الفيديو، أو الردود على المشاركات من

المستخدمين الآخرين، و ذلك بفضل تشجيع التفاعل بين المستخدمين بطريقة لم تستطع أن

توفرها أفضل مواقع الويب

-سهولة الاستخدام: فالشبكات الاجتماعية تستخدم لغة بسيطة فضلا عن الرموز، و الصور التي تسهل للمستخدم التفاعل، بجانب مجانيته، و قدرتها على اختراق الحدود، ووصولها إلى جمهور لا محدود

-الشمولية: تسمح شبكات التواصل الاجتماعي من خلال نظمها الرقمية، بنقل البيانات على شكل نصوص و كتابات، كما في تويتر و الفيس بوك، إضافة إلى الصوت، و الصورة، و الرسوم المتاحة، بقدر عالي من الدقة، كما في اليوتيوب، والانستجرام¹

-المرونة: إمكانية فتح تلك الشبكات عن طريق الهواتف المتنقلة فلا يشترط وجود جهاز حاسوب للولوج لتلك الشبكات

-إذابة الفواصل الطبقيه: إذ توفر شبكات التواصل الاجتماعي فرصة للإتصال بالدعاة، و طلبة العلم، و الأدباء، و العلماء بصورة مباشرة دون وسائط²

¹ علي سيد إسماعيل، مواقع التواصل الاجتماعي بين التصرفات المرفوضة والأخلاقيات المفروضة، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2020، ص: 46، 47، 51

² حسين محمود هتيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة، الأردن، ط1، 2015، ص: 87

المبحث الثاني: سلبيات و إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

- إضاعة الوقت في التنقل بين الصفحات و الملفات دون فائدة
- نشر الإشاعات و المبالغة في نقل الأحداث
- عزل الشباب و المراهقين عن واقعهم الأسري و عن مشاركتهم في الفعاليات التي يقيمها المجتمع
- ظهور لغة جديدة بين الشباب من شأنها أن تضعف لغتنا العربية و إضاعة هويتها
- انعدام الخصوصية الذي يؤدي إلى أضرار معنوية و نفسية و مادية¹
- ضعف العلاقات الاجتماعية الطبيعية
- نشر الأفكار المتطرفة²

¹ عبد الرحمن بن ابراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء، عمان، ط1، 2015، ص:69

² مهند حميد التميمي، مرجع سبق ذكره، ص:94

المطلب الثاني: إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي

-التمكن من مشاركة المصادر و الموارد العلمية: حيث يتم نشرها بسهولة على مواقع التواصل الاجتماعي المتنوعة، و من ثم مشاركتها مع الآخرين، و الحصول على التغذية المرتدة، السريعة و المتنوعة، و الفعالة. فالإنترنت لم يسهل فقط عملية الوصول إلى المعلومات، و الأخبار، و البيانات، بل أتاح الفرصة للمستخدم، لإنتاج المضامين، و الرسائل، و البيانات، من خلال أشكال تعبيرية مختلفة، كمنتديات الحوار، و الصفحات الشخصية، و غرف الدردشة، و المدونات، و الحسابات الخاصة في مواقع التواصل الاجتماعي، و غير ذلك من أشكال إنتاج المضامين الأخرى، و طرق التعبير و المشاركات المختلفة.

-توفير التواصل المستمر بين المجموعات المختلفة: حيث تضمن شبكات التواصل الاجتماعي آليا الإلتحام الإلكتروني بين المشاركين، فيظل الجميع على دراية بكل ما يفعله الأصدقاء.

-إنشاء المجموعات Groups: تتيح مواقع التواصل الاجتماعي خاصية إنشاء مجموعة اهتمام مشترك، حيث يمكنك إنشاء مجموعة بمسمى معين، و أهداف محددة، و من خلالها يتم التواصل بين مجموعة ذات اهتمام مشترك.

-تقديم معرفة جديدة: يسجل لهذه الشبكات كسر احتكار المعلومة

-إزالة القيود المفروضة في العالم الحقيقي: المفروضة على السلوك الاجتماعي، و التعاوني، و المتمثلة في اللغة، و الموقع الجغرافي، و الخلفية الثقافية، و قيود الزمان و المكان¹

¹ علي سيد إسماعيل، مرجع سبق ذكره، ص: 48، 49، 50

المطلب الثالث: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

-الوات ساب:

ظهر تطبيق الوات ساب عام 2009 و كان الأول من نوعه و هو تطبيق مراسلة يتيح للمستخدمين إرسال الرسائل و الدردشة و مشاركة الوسائط بما في ذلك الرسائل الصوتية و الفيديو مع الأفراد أو المجموعات، و يستخدمه حوالي 450 مليون مستخدم شهريا و غالبيتهم من أوروبا و الهند و أمريكا اللاتينية و هو التطبيق الأكثر شهرة من بين تطبيقات المراسلة الفورية للهواتف الذكية و هو الآن تحت ملكية فيس بوك مما يدل على شعبيته و أهميته

-الإنستغرام:

يعد الإنستغرام أحد أبرز تطبيقات التواصل الاجتماعي، و هو عبارة عن تطبيق يسمح للمستخدم بأخذ الصور و إجراء التعديلات الرقمية و الفلاتر عليها حسب الرغبة ثم مشاركتها مع الأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي. و قد بدأ خدماته عام 2010، إذ يقدم طريقة مباشرة لمشاركة الصور الموجودة على الأجهزة مع قائمة الأصدقاء الخاصة على مواقع التواصل الاجتماعية المختلفة، إذ وجد هذا التطبيق رواجاً واسعاً فبدأ بتطوير نسخة أخرى منه للعمل على الأجهزة التي تدار باستخدام نظام التشغيل (أندرويد) إذ لاقى شعبية كبيرة. حتى أن أكثر من مليون مشترك قاموا بتحميل هذا التطبيق على أجهزتهم خلال 12 ساعة فقط من طرحه.¹

¹سعد سلمان المشهداني وآخرون، مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الاعلامية الجديدة، دار امجد، عمان، ط1، 2020، ص:104، 105.

-اليوتيوب:

هو موقع لمقاطع الفيديو متفرع من (قوقل)، يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، و هناك أعداد كبيرة يمتلكون حساب فيه و يزوره الملايين من البشر يوميا، و تستفيد منه وسائل الإعلام المختلفة بعرض مقاطع الفيديو، التي لم يتمكن مراسليها من الحصول عليها، تأسس موقع يوتيوب عام (2005م) في ولاية (كاليفورنيا) في الولايات المتحدة الأمريكية عن طريق (تشاد هرلي، و ستيف تشن، و جاود كريم)، و هم موظفون سابقون في شركة (PayPal). و يشتمل الموقع على مقاطع متنوعة من أفلام السينما و التلفزيون و الفيديو و الموسيقى. و قامت (قوقل) عام (م) بشراء الموقع مقابل (1.65) مليار دولار أمريكي، و يعتبر اليوتيوب من الجيل الثاني أي من مواقع الويب (2.0)، و أصبح اليوتيوب عام (2006م) شبكة التواصل الأولى حسب اختيار مجلة (تايم) الأمريكية. و يعتبر موقع اليوتيوب موقعا غير ربحي لخلوه تقريبا من الإعلانات، إلا أن الشهرة التي وصل إليها الموقع تعد مكسبا كبيرا لهؤلاء الثلاثة الذين قاموا بإنشائه و تأسيسه، بحيث أصبح اليوتيوب أكبر مستضيف لأفلام الفيديو، إن كانت على الصعيد الشخصي أو شركات الإنتاج، و أصبح يتردد اسم اليوتيوب عندما تذكر أسماء الشركات التكنولوجية الكبرى الفاعلة على الصعيد العالمي، التي تحتل موقعا مهما على شبكة الإنترنت.¹

¹ عبد الرحمن بن ابراهيم الشاعر، مرجع سبق ذكره، ص:65

خلاصة:

من خلال ما تطرقنا إليه في هذا الفصل يمكن القول بأن مواقع التواصل الاجتماعي متنوعة و متميزة و لها دور كبير في تشكيل المجتمعات الافتراضية و تعتبر وسيلة مهمة لتبادل الأفكار و الآراء، و أتاحت العديد من الخصائص و الميزات التي عن طريقها يمكن التفاعل و بفضل مواقع التواصل الاجتماعي أصبح العالم قرية صغيرة.

الفصل الثاني: نشأة موقع الفيسبوك

-تمهيد

-المبحث الأول: نشأة موقع الفيسبوك

-المطلب الأول: نشأة موقع الفيسبوك

-المطلب الثاني: تعريف موقع الفيسبوك

-المطلب الثالث: خصائص موقع الفيسبوك

-المطلب الرابع: مميزات موقع الفيسبوك

-المبحث الثاني: إيجابيات و سلبيات موقع الفيسبوك

-المطلب الأول: إيجابيات و سلبيات موقع الفيسبوك

-المطلب الثاني: تعريف التبليغ القضائي الإلكتروني

-المطلب الثالث: دور التبليغ الإلكتروني و أهميته

-خلاصة

تمهيد:

يعتبر التبليغ عبر موقع الفيسبوك إستراتيجية فعالة و مهمة نسعى من خلالها إستغلال أهم مواقع التواصل الاجتماعي و هو الفيسبوك من أجل تعزيز ثقافة التبليغ و محاولة نشرها على أوسع نطاق

و في هذا الفصل سنتطرق إلى نشأة و تعريف و خصائص و مميزات و إيجابيات و سلبيات موقع الفيسبوك، كذلك سنتطرق إلى تعريف و دور و أهمية التبليغ القضائي الإلكتروني

المبحث الأول: نشأة موقع الفيسبوك**المطلب الأول: نشأة موقع الفيسبوك**

موقع فيسبوك (Facebook) تم إنشاؤه في شباط عام (2004م)، بواسطة ابن التاسعة عشر من العمر مارك زوكربيرج " Mark Zuckerberg " و هو طالب في جامعة هارفارد، و قد كان الموقع في البداية متاحا فقط لطلاب جامعة هارفارد ثم فتح لطلبة الجامعات، بعدها لطلبة الثانوية و لعدد محدود من الشركات، ثم أخيرا تم فتحه لأي شخص يرغب في فتح حساب. و يذكر الموقع الرسمي للفيسبوك " Facebook " بأنه: " موقع يعطي الناس القدرة على المشاركة و التواصل مع الأصدقاء و الأهل و يجعل العالم أكثر انفتاحا.

و يشير اسم الموقع (الفيسبوك) إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات و المدارس في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس و الطلبة الجدد و هو يتضمن وصفا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعارف بينهم.¹

¹حسين محمود هتيمي، مرجع سبق ذكره، ص: 88، 89.

المطلب الثاني: تعريف موقع الفيسبوك

يعتبر موقع الفيسبوك Facebook شبكة تواصل اجتماعي مجانية منتشرة على الإنترنت، تسمح للمستخدمين المسجلين بإنشاء متصفحات أو صفحات شخصية، و تحميل الصور و الفيديو، و إرسال الرسائل إلى العائلة و الزملاء بهدف التواصل و طبقا لبعض الإحصائيات، فإن مستخدمين الإنترنت في الولايات المتحدة الأمريكية، مثلا، ينفقون وقتا على الفيسبوك أكثر من أي موقع آخر

و الفيسبوك Facebook أو كتاب الوجوه باللغة العربية: هو موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية، أي أنه يتبع عبره للأشخاص العاديين و الإعتبار بين (شركات) أن يبرز نفسه، و أن يعزز مكانته عبر أدوات المواقع للتواصل أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع أخرى، إنشاء روابط تواصل مع الآخرين

و الفيسبوك عبارة عن شبكة اجتماعية يمكن الدخول إليه مجانا و تديره شركة

(فيس بوك) محدودة الدولية كملكية خاصة لها؛ فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، و ذلك من أجل الاتصال بالآخرين و التفاعل معهم، كذلك. يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم و إرسال الرسائل إليهم، و أيضا تحديث ملفاتهم الشخصية و تعريف الأصدقاء بأنفسهم، و يشير اسم الموقع إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات و المدارس التمهدية في الولايات

المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس و الطلبة الجدد، و الذي يتضمن وصفا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم¹

وعرف شري كينكوف كيونت " Sherry Kinkoph Gunter " الباحث في مجال مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك " Facebook " بأنه: " واحد من موقع الشبكات الاجتماعية، يمثل مجتمع دولي على الإنترنت، و هو مكان يجتمع فيه أفراد المجتمع للتفاعل مع بعضهم من خلال تبادل الصور و أشرطة الفيديو، و غيرها من المعلومات، و الاتصال بشكل عام مع الأصدقاء و العائلة و زملاء العمل و الدراسة، و غيرهم، و يربط الأفراد داخل المدن أو المناطق، و العمل أو المنزل أو المدرسة أو أي مكان آخر.²

¹نورة قبائلي وآخرون، واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) في البحث العلمي لدى طلبة جامعة الجلفة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: اتصال وعلاقات عامة، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، 2023، ص: 44

²حسين محمود هتيمي، مرجع سبق ذكره، ص: 89

المطلب الثالث: خصائص موقع الفيسبوك

يتميز موقع الفيسبوك بعدة خصائص منها، ما يلي:

- التفاعلية: تعد التفاعلية من أهم الإضافات المتميزة للإعلام الجديد باعتبارها إحدى أهم سماته و خصائصه و يقصد بها درجة تحكم المشاركين في عملية الاتصال في الحوار المتبادل، و قدرة كل منهم على تبادل الأدوار في العملية الاتصالية، و قد جسد فيسبوك هذه الخاصية بين مستخدميه لضمان الإستمرارية و التطور
- سهولة الإستخدام: و هو من الخصائص التي ساعدت على إنتشاره
- التعريف بالذات: تعتبر هذه الخطوة الأولى للإندماج إليه، و نقصد بها إنشاء صفحة المعلومات الشخصية التي يضعها المستخدم و يطورها
- تجسيد مفهوم المجتمع الافتراضي: من خلال تسهيل خلق صداقات جديدة للمستخدمين مع أشخاص يبادلونهم نفس الاهتمامات و الميولات
- خاصية الصور و الفيديو: تتيح للمستخدم إمكانية إعداد ألبوم صور خاص به، كما بإمكانه رفع فيديوهات على صفحته أو حسابه الشخصي
- العرض المباشر: و هي خاصية تتيح للمستخدم عرض فيديو على المباشر من خلال الموقع كما تتيح للمشاهدين التفاعل المباشر مع الفيديو من خلال التعليقات¹

¹منى زيان، دور موقع الفيسبوك في تعزيز العمل التطوعي لدى شباب مدينة الجلفة، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: سمعي بصري، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، 2018، ص: 31، 32

المطلب الرابع: مميزات موقع الفيسبوك

-الملف الشخصي: Profiwl فعندما تشترك بالموقع عليك أن تنشئ ملفا شخصيا يحتوي على معلوماتك الشخصية، و صورك، و الأمور المضلة لك، و كلها معلومات مفيدة من أجل سهولة التواصل مع الآخرين كذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد أن تعلن سلعاها بالتحديد

-إضافة صديق: Add friend و بها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق أو أن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة، فيس بوك بواسطة بريده الإلكتروني

-إنشاء مجموعة: Groups تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة إلكترونية على الإنترنت أن تنشئ مجتمعا إلكترونيا يجتمع حول قضية معينة، سياسية كانت أم اجتماعية أم رياضية، و تستطيع جعل الإشتراك بهذه المجموعة حصريا للعائلة و الأصدقاء، أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعاتها

-لوحة الحائط: Wall و هي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا الإستخدم

- النكزة: Pokes فيها يتاح للمستخدم إرسال نكزة افتراضية لإثارة إنتباه بعضهم إلى بعض و هي عبارة إشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به
- الصور: Fotos و هي الخاصة التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات و الصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع و عرضها
- الحالة: Stotus التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بإمكانهم و ما يقومون به من إعمال في الوقت الحالي
- التغذية الإخبارية: News feod التي تظهر على الصفحة الرئيسة لجميع المستخدمين، إذ تقوم بتمييز عدد من البيانات، مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي، و كذلك الأحداث المرتقبة
- السوق: Market place و هو المكان أو النسخة الافتراضية الذي تتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبنوبة مجانية¹

¹سعد سلمان المشهداني وآخرون،مرجع سبق ذكره،ص:93،94

المبحث الثاني: سلبيات و إيجابيات موقع الفيسبوك

المطلب الأول: سلبيات و إيجابيات موقع الفيسبوك

-سلبيات موقع الفيسبوك:

-زيادة حدة الإضطراب و التنافر الاجتماعي عن طريق وجود أزمات عدم الثقة و التدخل بشؤون الآخرين

-إنتقال الشائعات و المعلومات و الأفكار السلبية

-انتهاك خصوصية المستخدمين و كشف الأسرار

-تقلب الحالة المزاجية لعدد كبير من المستخدمين بسبب تلقي أخبار و معلومات و معطيات تؤدي إلى مشاعر مختلطة و متضاربة في لحظة أو مدة قصيرة مثل الفرح أو الحزن

-هدر الوقت وعدم استثمار الطاقات و الإبتعاد عن الأجواء الدراسية¹

-إيجابيات موقع الفيسبوك:

-توفير مساحة للتعبير عن الآراء و الأفكار

-اختصار المسافات بين الأفراد و تمكينهم من التواصل

-تحرر الفرد من قيود الإعلام التقليدي

-إتاحة فرصة لمستخدميه للتعرف على أفراد²

¹سعد سلمان المشهداني وآخرون،مرجع سبق ذكره،ص:96

²منى زيان،مرجع سبق ذكره،ص:33

المطلب الثاني: تعريف التبليغ القضائي الإلكتروني

يشير التبليغ في اللغة إلى الشيوغ و العلانية و الإظهار و الإعلان و هو الجهر خلافا للسرية، و يقال بلغ الخبر إلى الناس أي أنه أوصله إليهم و أعلمهم به أما اصطلاحا فيعرف الاصطلاح القانوني فكرة التبليغ القضائي الإلكتروني على أنها كل إعلان أو تبليغ يتم بالوسائل الاتصال و الإعلام الحديثة و عرف الاصطلاح الفقهي التبليغ القضائي على أنه ذلك التحول الرقمي لوسائل الإعلان القضائي التقليدي، من خلال الإنصراف عن الوسائل التقليدية في التبليغات القضائية و استعمال وسائل الاتصال و الإعلام التكنولوجية الحديثة في هذا الشأن¹

¹ بن طيبة شفيق وآخرون، أثر التبليغ القضائي الإلكتروني على سير إجراءات الدعوى الجزائية، مجلة المعيار، م15، ع1، الجزائر، 2024، ص: 334، 335

المطلب الثالث: دور التبليغ الإلكتروني وأهميته

أدى التطور التكنولوجي في مجال الاتصال و الإعلام إلى ظهور العديد من الوسائل الاتصال الإلكترونية الحديثة، و التي تتميز عن الوسائل التقليدية من حيث سرعة أدائها للغرض الذي وجدت من أجله، من خلال إختصار الوقت في عملية الاتصال و الإعلام، و في ظل هذا التطور و إنتشار خدمات الإنترنت¹

-أهمية التبليغ:

-يساهم التبليغ في حماية حقوق المعتدى عليهم

-يساعد على إستقرار الأمن

-يساعد على تحقيق الردع العام و الخاص

-يساعد التبليغ رجال الضابطة العدلية في الكشف عن الجرائم

-يساعد في منع وقوع الجريمة إن كان التبليغ عن الجرائم على وشك الوقوع²

¹بن طيبة شفيق وآخرون، نفس المرجع، ص:339

²معطاه أحلام وآخرون، التبليغ عن العمليات الإجرامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر، مذكرة تخرج ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر في تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة ابن خلدون، تيارت، الجزائر، 2023،

خلاصة:

من خلال ما تطرقنا إليه في هذا الفصل يمكن القول بأن موقع الفيسبوك من أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تلعب دورا مهما في وقتنا الحالي و الأكثر إنتشارا لسهولة استخدامه و التفاعلية و يتميز بعدة خصائص و ميزات التي تساعد في نشر ثقافة التبليغ عبر الصفحات.

الجانب التطبيقي

الجانب التطبيقي للدراسة:

- عرض و مناقشة فرضيات دراسة

- تحليل نتائج محاور دراسة

البيانات الشخصية:

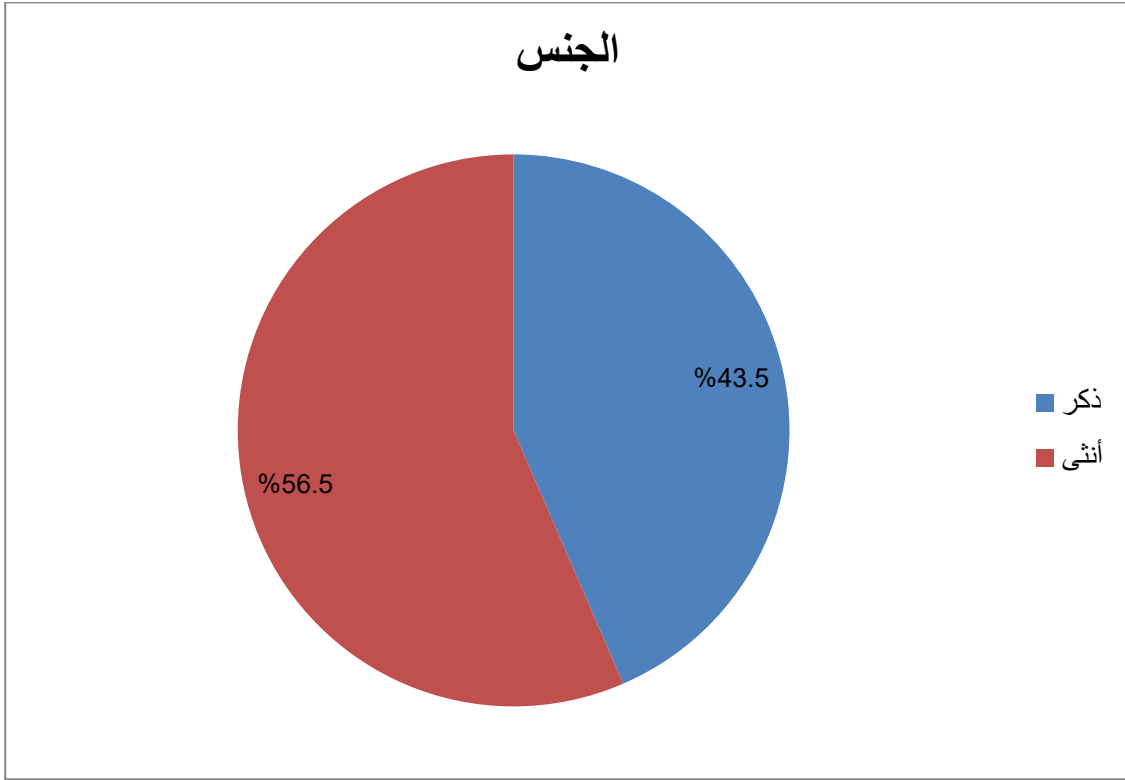
1-جدول يوضح جنس المبحوثين:

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
43.5%	10	ذكر
56.5%	13	أنثى
100%	23	المجموع

نلاحظ من الجدول أعلاه أن عدد المبحوثين من فئة الذكور و الإناث متقاربة هناك فرق طفيف بين الفئتين حيث يتفوق عدد الإناث بنسبة قليلة حيث بلغت نسبة الإناث 56.5% و نسبة الذكور 43.5% و هذا ما أثبتته نتائج الجدول

و منه نستنتج أن الإناث يرتبطون أكثر بالدراسة و الجامعة و يحبذون الدراسة على مجالات أخرى غير أن الذكور ربما يتجهون أكثر إلى العمل بمختلف أنواعه و لا يهتمون بالدراسة إلا قليلا فلا يعطونا الدراسة إهتماما كثيرا

الشكل رقم (1) يبين الدائرة النسبية لمتغير الجنس



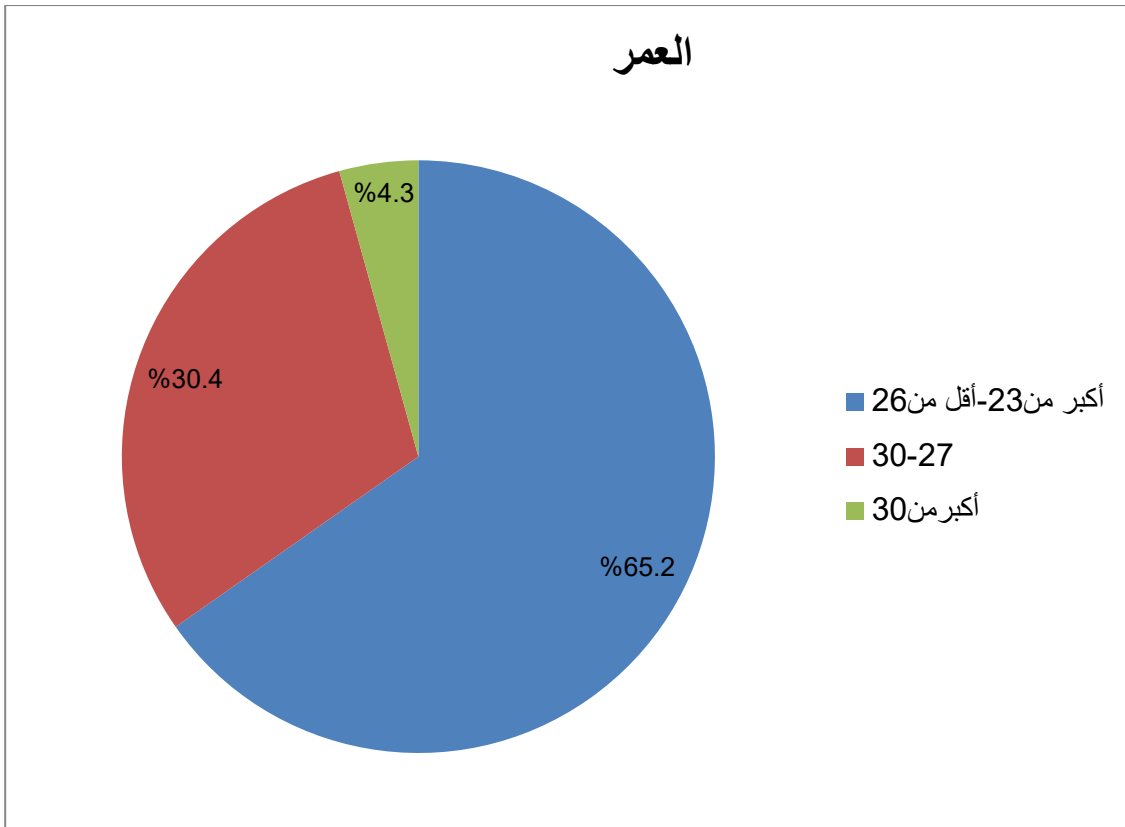
2-جول يوضح مستوى العمر:

النسبة المئوية	التكرار	مستوى العمر
65.2%	15	أكبر من 23-أقل من 26
30.4%	7	30-27
4.3%	1	أكبر من 30
100%	23	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 2 أن 65.2% من المبحوثين يتراوح العمر من أكبر من 23-أقل من 26 تمثل المرتبة الأولى ثم تليها 30-27 بنسبة 30.4% ثم تليها أكبر من 30 بنسبة 4.3%

و منه نستنتج أن معظم الطلبة قد نجحوا في شهادة البكالوريا في سن مبكرة نتيجة لشغفهم بالدراسة في الجامعة و تحقيق طموحاتهم التي كانوا يحملون بها منذ الصغر من أجل تحقيق حلم الصغر و الوصول إلى الهدف

الشكل رقم (2) يبين متغير العمر



المحور الأول: عادات و أنماط إستخدام الطلبة للفيسبوك

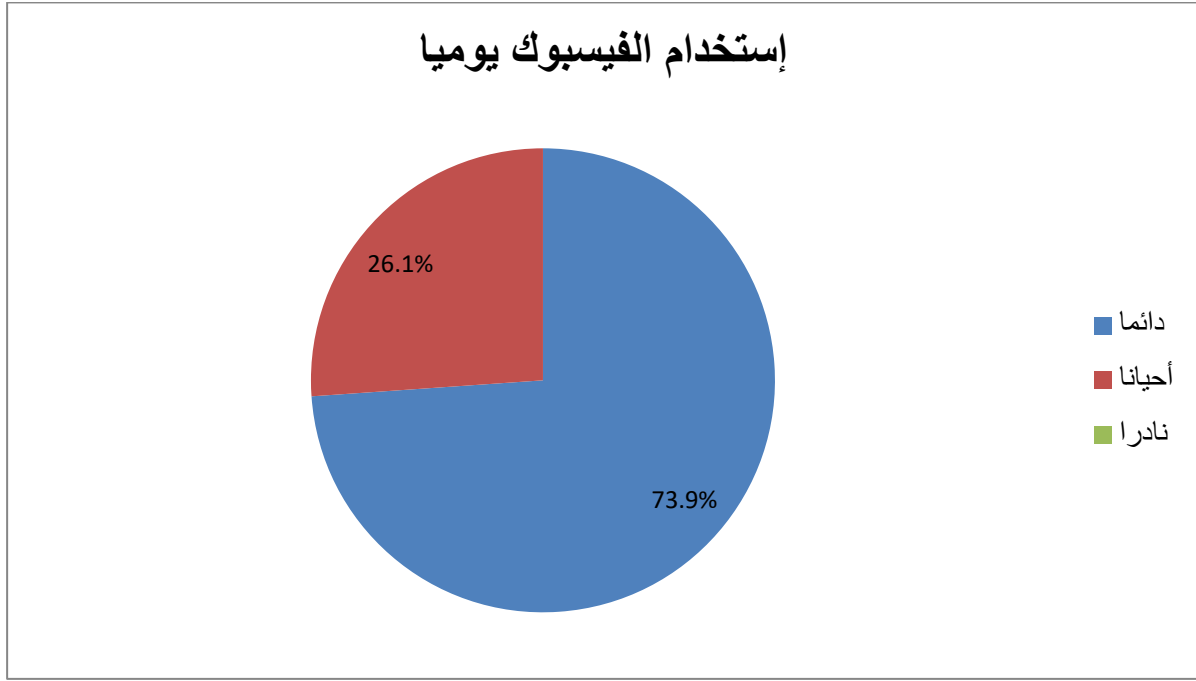
3-جدول يمثل إستخدام الفيسبوك يوميا:

النسبة المئوية	التكرار	الإختيارات
%73.9	17	دائما
%26.1	6	أحيانا
%0	0	نادرا
%100	23	المجموع

أظهرت نتائج الجدول رقم 1 أن 73.9% من المبحوثين الذين يستعملونا الفيسبوك بشكل يومي، في حين أن 26.1% لا يستخدمون الفيسبوك بشكل يومي بل أحيانا و نلاحظ إنعدام الذين يستخدمون الفيسبوك نادرا بنسبة 0%

ومنه نستنتج أن الإناث لديهم وقت أكثر للتعامل مع الفيسبوك و الذكور أكثر ارتباطا بالعمل و مواعيد مختلفة لا تسمح لهم باستخدام الفيسبوك أكبر فترة ممكنة

الشكل رقم (3) يبين الدائرة النسبية استخدام الفيسبوك يوميا



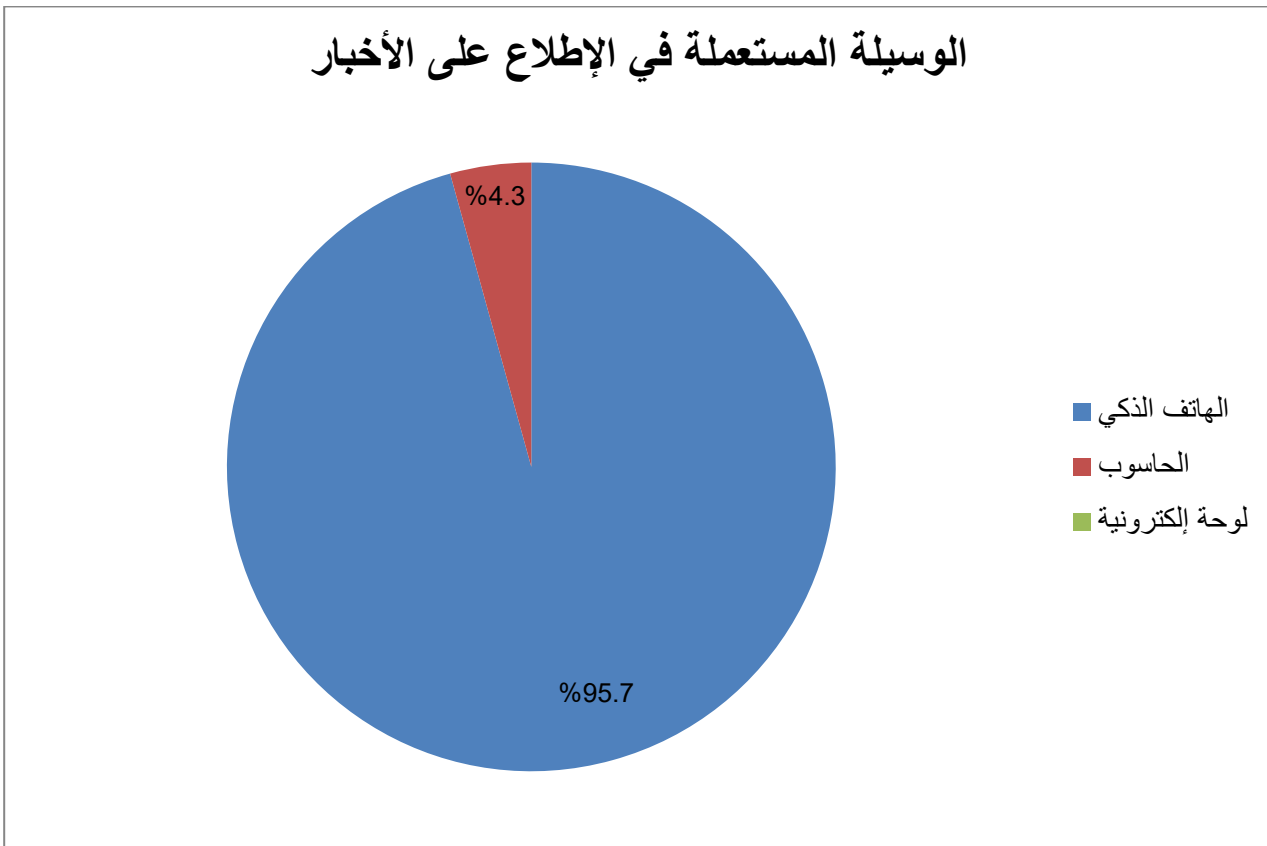
4- جدول يمثل الوسيلة المستعملة في الإطلاع على الفيسبوك:

الإختيارات	التكرار	النسبة المئوية
الهاتف الذكي	22	95.7%
الحاسوب	1	4.3%
لوحة إلكترونية	0	0%
المجموع	23	100%

أظهرت نتائج الجدول رقم 2 أن أغلبية المبحوثين يستعملون وسيلة الهاتف الذكي في الإطلاع على الفيسبوك بنسبة 95.7%، في أن فئة ضئيلة يستعملون الحاسوب في الإطلاع على الفيسبوك بنسبة 4.3%، بينما تتعدم إستعمال اللوحة الإلكترونية بنسبة 0%

ومنه نستنتج أن الذكور و الإناث يستخدمون الهاتف الذكي عند التصفح في موقع الفيسبوك لأن الهاتف الذكي يتميز بسهولة الإستخدام و خفة الوزن و سهولة حمله و صغر حجمه و التطبيقات وكل هذه المميزات جيدة عكس الحاسوب و اللوحة الإلكترونية التي تعتبر كبيرة الحجم و ثقيلة الوزن

الشكل رقم (4) يبين الدائرة النسبية الوسيلة المستعملة في الإطلاع على الأخبار

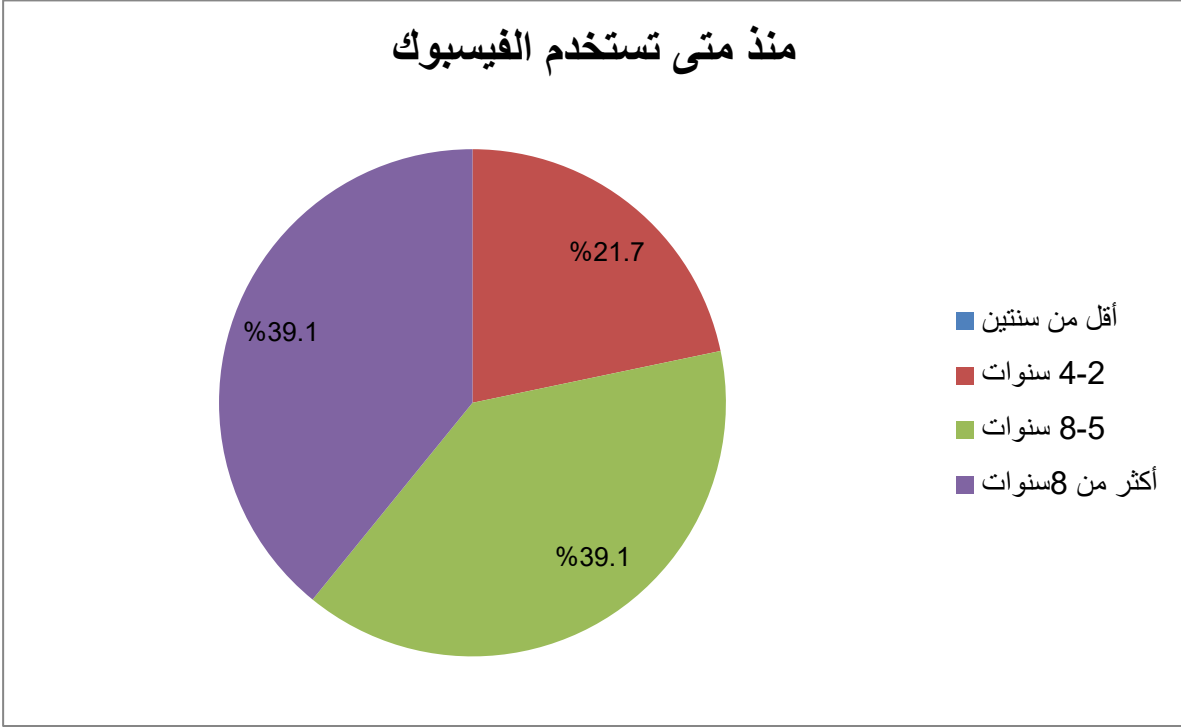


5-جدول يمثل منذ متى تستخدم الفيسبوك:

الإختيارات	التكرار	النسبة المئوية
أقل من سنتين	0	%0
2-4 سنوات	5	%21.7
5-8 سنوات	9	%39.1
أكثر من 8 سنوات	9	%39.1
المجموع	23	%100

أظهرت نتائج الجدول رقم 3 أن 39.1% من المبحوثين يستعملون الفيسبوك منذ 5-8 سنوات و أكثر من 8 سنوات، في حين أن فئة أخرى يستعملون الفيسبوك من 2-4 سنوات بنسبة 21.7%، و إنعدام فئة الذين يستعملون الفيسبوك أقل من سنتين بنسبة 0% ومنه نستنتج أن الإناث و الذكور يستخدمون موقع الفيسبوك منذ مدة طويلة و هذا يدل على أنه موقع مهم و جيد و سهل الإستخدام و منتشر و يعتبر موقع الفيسبوك موقع قديم و ليس جديد

الشكل رقم (5) يبين الدائرة النسبية منذ متى تستخدم الفيسبوك



6-جدول يمثل الفترات التي تستخدم فيها الفيسبوك:

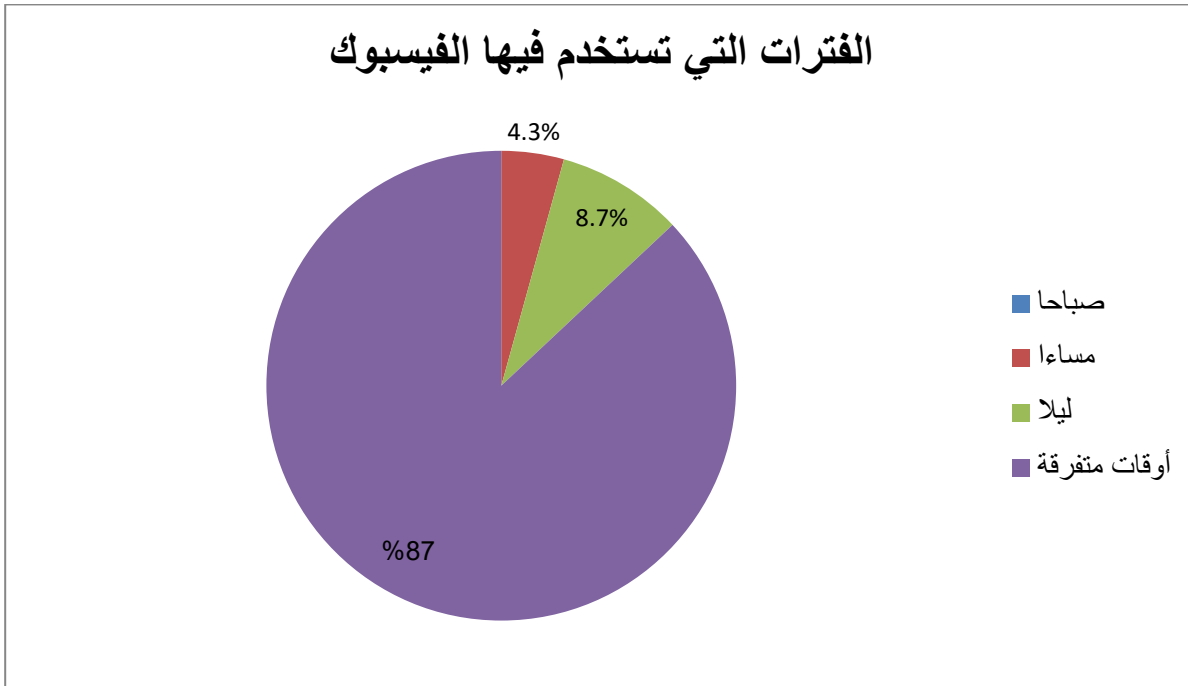
النسبة المئوية	التكرار	الإختيارات
0%	0	صباحا
4.3%	1	مساء
8.7%	2	ليلا
87%	20	أوقات متفرقة
100%	23	المجموع

تبين لنا من خلال الجدول رقم 4 أن أغلب المبحوثين الفترات التي يستخدمون فيها الفيسبوك هي أوقات متفرقة بنسبة 87%، في حين أن 8.7% الفترات التي يستخدمون فيها الفيسبوك هي ليلا، و هناك نسبة 4.3% وهي نسبة ضعيفة الفترات التي يستخدمون فيها الفيسبوك

هي مساء، ومن الملاحظ إنعدام الفترات التي يستخدمون فيها الفيسبوك هي صباحا بنسبة 0%

ومنه نستنتج أن الذكور و الإناث لا يستخدمون الفيسبوك إلا في أوقات مختلفة لأن عندهم إنشغالات و إرتباطات و مواعيد و هذا لايسمح لهم بإستعمال الفيسبوك في وقت محدد إلا في أوقات متفرقة

الشكل رقم (6) يبين الدائرة النسبية الفترات التي تستخدم فيها الفيسبوك



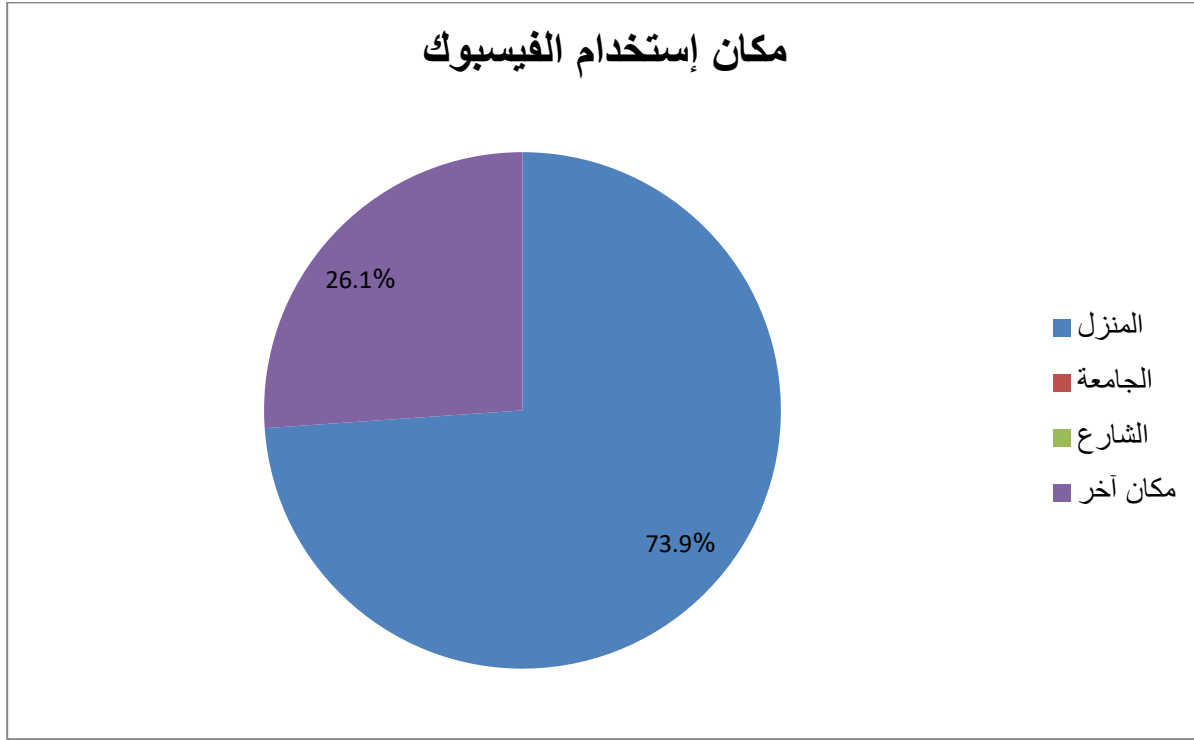
7-جدول يمثل مكان إستخدام الفيسبوك:

الإختيارات	التكرار	النسبة المئوية
المنزل	17	73.9%
الجامعة	0	0%
الشارع	0	0%
مكان آخر	6	26.1%
المجموع	23	100%

أظهرت نتائج الجدول رقم 5 أن 73.9% من المبحوثين مكان إستخدام الفيسبوك هو المنزل، في حين أن 26.1% من المبحوثين مكان إستخدام الفيسبوك هو مكان آخر، و من الملاحظ إنعدام مكان إستخدام الفيسبوك في الجامعة و الشارع بنسبة 0%

ومنه نستنتج أن الذكور و الإناث لا يستخدمون الفيسبوك إلا في المنزل بعد قضاء العمل و الإنشغالات و المواعيد و الإرتباطات و عندما يعودون إلى المنزل لاتكون عندهم إنشغالات بل متسع من الوقت

الشكل رقم (7) يبين الدائرة النسبية مكان إستخدام الفيسبوك



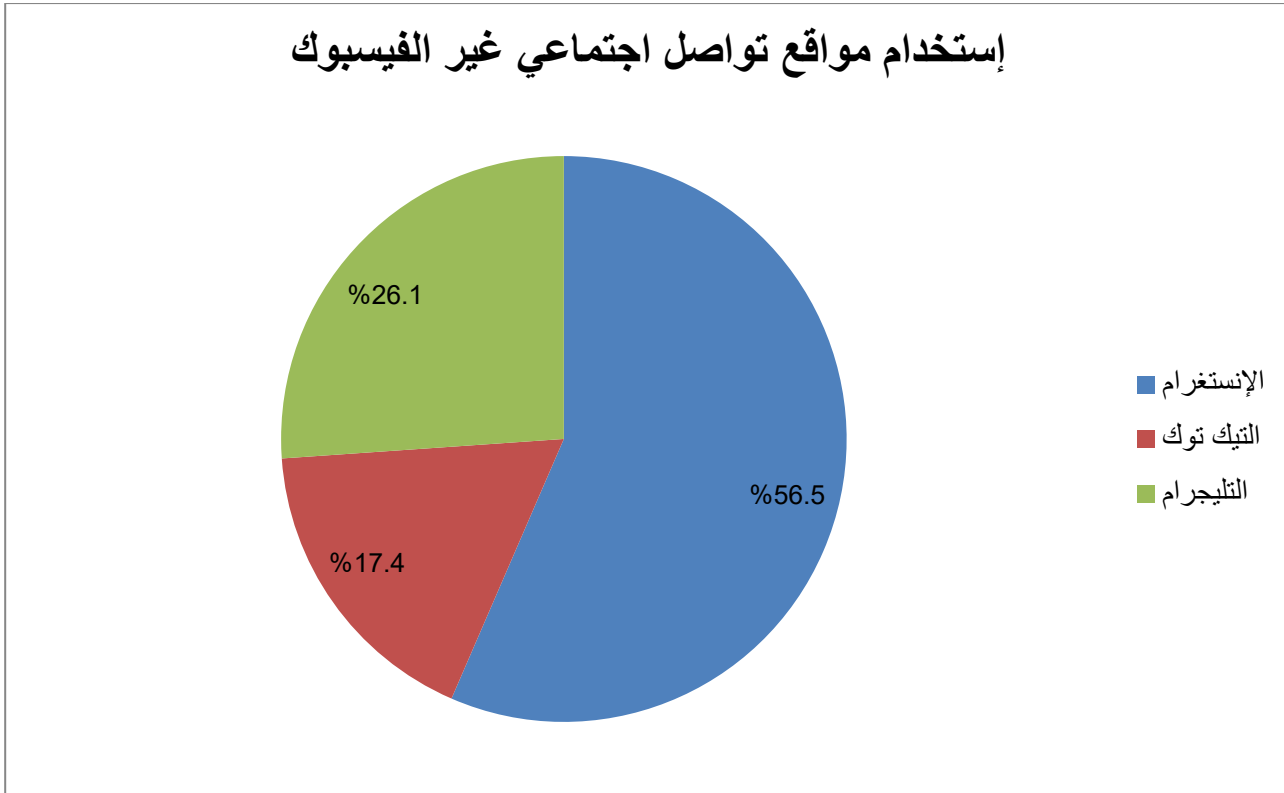
8- جدول يمثل إستخدام مواقع تواصل اجتماعي غير الفيسبوك:

الإختيارات	التكرار	النسبة المئوية
الإنستغرام	13	56.5%
التيك توك	4	17.4%
التليجرام	6	26.1%
المجموع	23	100%

أظهرت نتائج الجدول رقم 6 أن 56.5% من المبحوثين يستخدمون مواقع تواصل اجتماعي أخرى غير الفيسبوك و هو الإنستغرام، في حين 26.1% يستخدمون التليجرام، و هناك فئة يستخدمون التيك توك بنسبة 17.4%

ومنه نستنتج أن الذكور و الإناث يستخدمون الإنستغرام بعد الفيسبوك لما يتميز به من خصائص و يعتبر الإنستغرام الأكثر إستعمالا و إنتشارا بعد الفيسبوك و لأنه يشبه موقع الفيسبوك حيث يمكن التواصل به و نشر صورة أو فيديو أو بث مباشر

الشكل رقم (8) يبين الدائرة النسبية إستخدام مواقع تواصل اجتماعي غير الفيسبوك



المحور الثاني: دوافع إستخدام الطلبة للفيسبوك

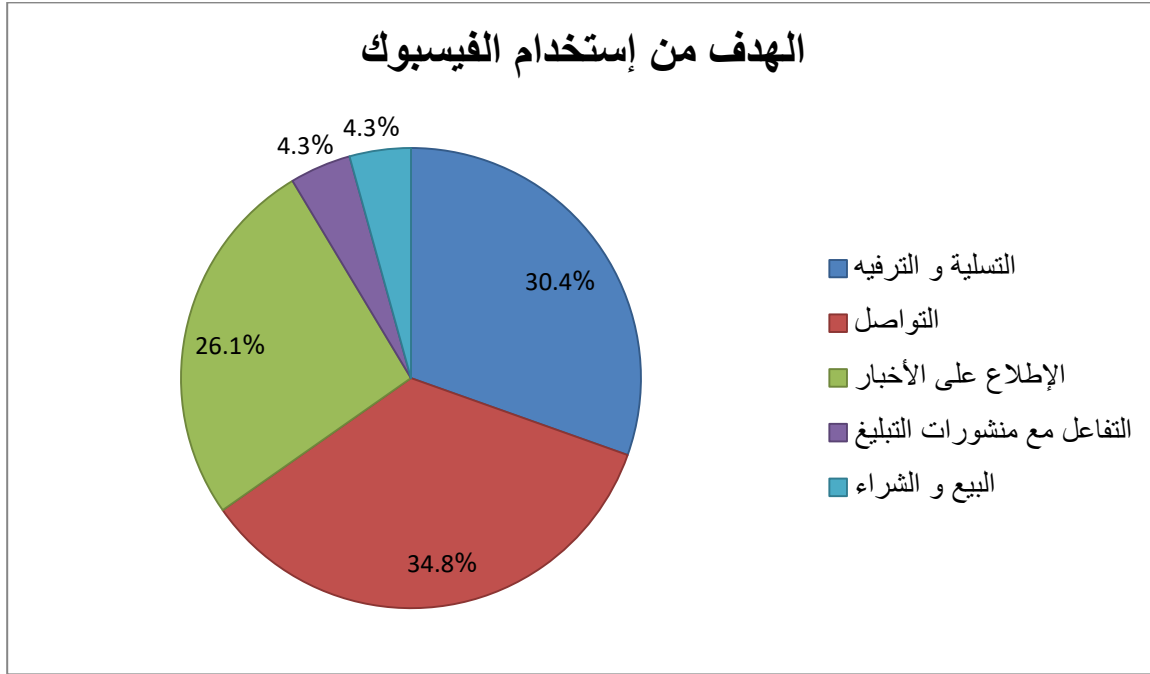
9-جدول يمثل الهدف من أكثر إستخدام الفيسبوك:

النسبة المئوية	التكرار	الإختيارات
30.4%	7	التسلية و الترفيه
34.8%	8	التواصل
26.1%	6	الإطلاع على الأخبار
4.3%	1	التفاعل مع منشورات التبليغ
4.3%	1	أي غرض آخر
100%	23	المجموع

أظهرت نتائج الجدول رقم 7 أن 34.8% من المبحوثين الهدف من إستخدام الفيسبوك هو التواصل ، في حين أن 30.4% الهدف من إستخدام الفيسبوك هو التسلية و الترفيه، و هناك فئة الهدف من إستخدام الفيسبوك هو الإطلاع على الأخبار بنسبة 26.1% و نلاحظ أن هناك نسبة قليلة 4.3% من المبحوثين الهدف من إستخدام الفيسبوك هو التفاعل مع منشورات التبليغ و البيع و الشراء

ومنه نستنتج أن الذكور و الإناث يستعملون الفيسبوك للتواصل مع زملاء الدراسة و الأساتذة و مناقشة البحث العلمي و أيضا للتسلية و الترفيه للترفيه عن أنفسهم من ضغوطات الدراسة و الحياة

الشكل رقم (9) يبين الدائرة النسبية الهدف من أكثر إستخدام الفيسبوك



10-جدول يمثل طبيعة المواضيع التي تعجبك اثناء تصفحك الفيسبوك ثقافة التبليغ:

الإختيارات	التكرار	النسبة المئوية
ثقافية	6	26.1%
دينية	8	34.8%
رياضية	1	4.3%
التسويق	6	26.1%
أخرى	2	8.6%
المجموع	23	100%

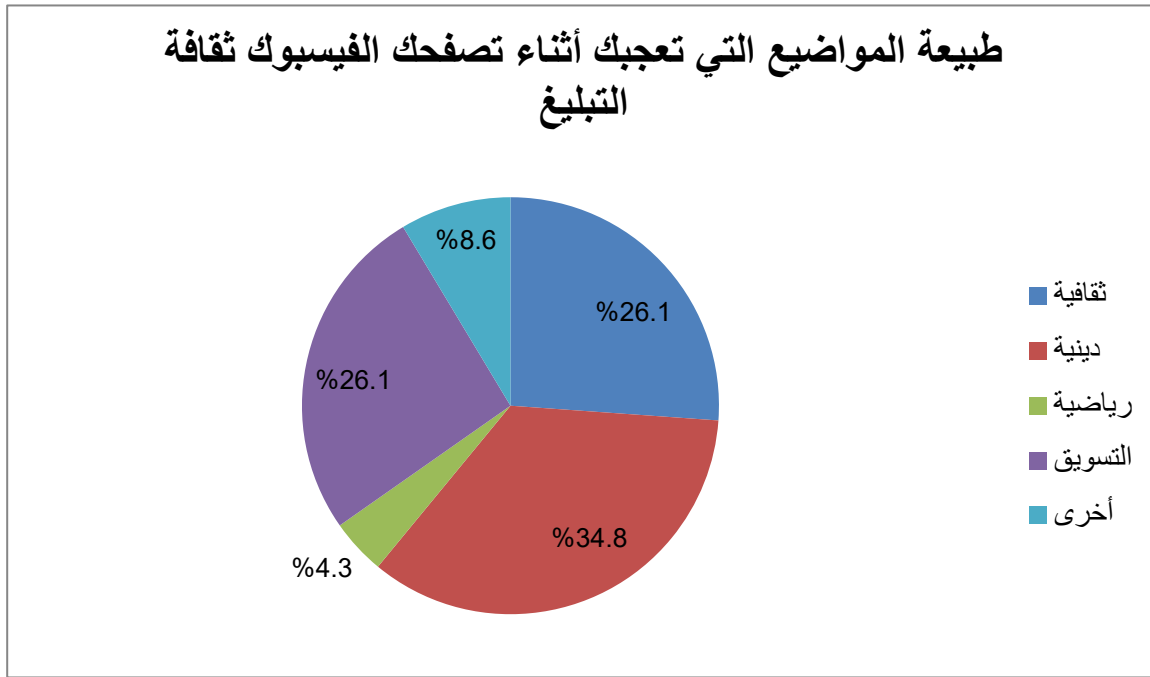
أظهرت نتائج الجدول رقم 8 أن 34.8% من المبحوثين المواضيع التي تعجبهم أثناء تصفح الفيسبوك هي دينية ، في حين أن 26.1% المواضيع التي تعجبهم أثناء تصفح الفيسبوك

هي التسويق و الثقافية، و هناك فئة المواضيع التي تعجبهم هي الأعمال و كل ماسبق بنسبة %8.6

و نلاحظ أن هناك نسبة قليلة 4.3% المواضيع التي تعجبهم هي رياضية

ومنه نستنتج أن الذكور و الإناث عندما يقومون بتصفح الفيسبوك لما يوفره موقع الفيسبوك من مواضيع مختلفة و متنوعة و تعجبهم بدرجة كبيرة المواضيع الدينية و الثقافات المختلفة و التسويق للأعمال

الشكل رقم (10) يبين الدائرة النسبية طبيعة المواضيع التي تعجبك أثناء تصفحك الفيسبوك ثقافة التبليغ



11-جدول يمثل إتباع مختلف التطورات التي تحصل في صفحات التبليغ عن طريق الفيسبوك:

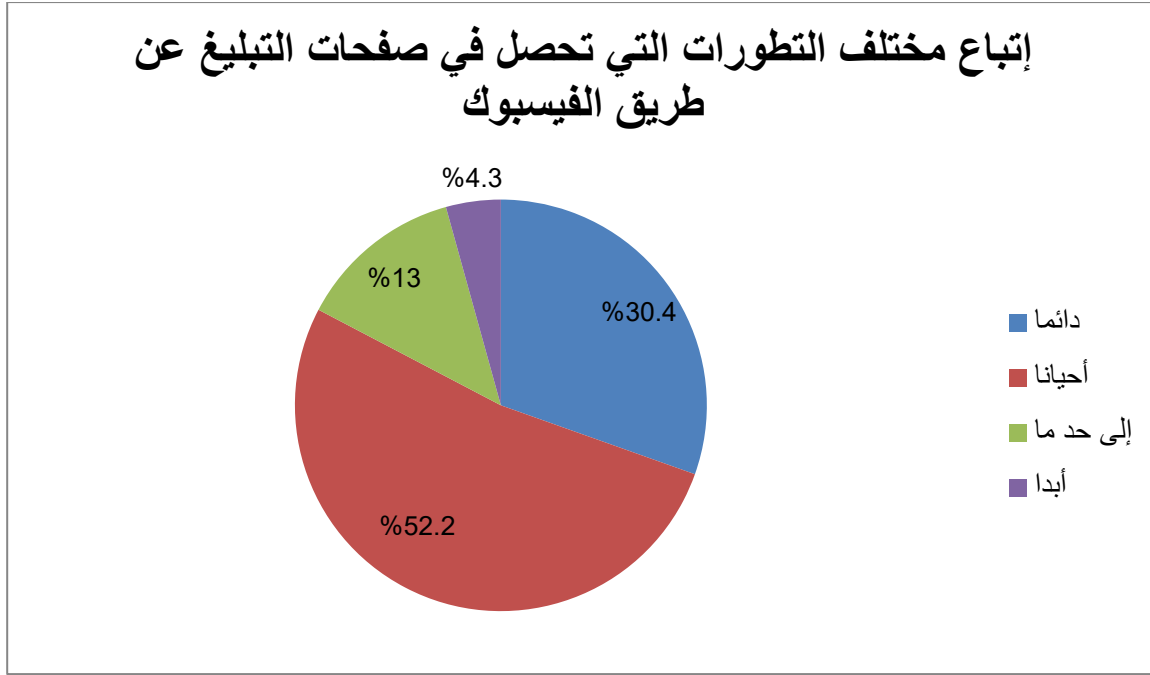
النسبة المئوية	التكرار	الإختيارات
30.4%	7	دائماً
52.2%	12	أحياناً
13%	3	إلى حد ما
4.3%	1	أبداً
100%	23	المجموع

تبين لنا من خلال الجدول رقم 9 أن 52.2% من المبحوثين يتابعون مختلف التطورات التي تحصل في صفحات التبليغ أحياناً، في حين أن 30.4% يتابعون مختلف التطورات دائماً، و هناك فئة يتابعون مختلف التطورات إلى حد ما بنسبة 13%

و نلاحظ أن هناك نسبة قليلة 4.3% من المبحوثين لا يتابعون مختلف التطورات أبداً

ومنه نستنتج أن موقع الفيسبوك يعتبر موقع يستقطب الكثير لما له من أهمية بالغة في الحصول على الأخبار و التواصل و صفحات التبليغ التي تقوم بتوعية الناس من المحتويات السيئة و السرقة و النصب و الإحتيال و التبليغ عنها

الشكل رقم (11) يبين الدائرة النسبية إتباع مختلف التطورات التي تحصل في صفحات التبليغ عن طريق الفيسبوك



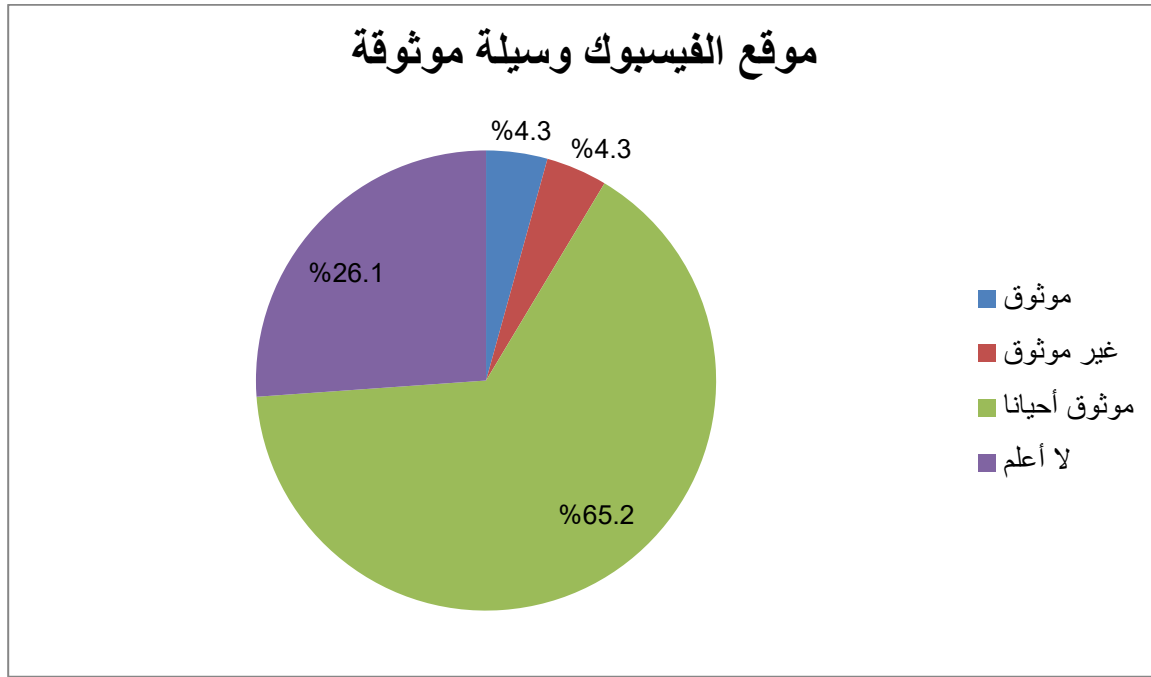
12-جدول يمثل موقع الفيسبوك وسيلة موثوقة:

النسبة المئوية	التكرار	الإختيارات
4.3%	1	موثوق
4.3%	1	غير موثوق
65.2%	15	موثوق أحيانا
26.1%	6	لا أعلم
100%	23	المجموع

أظهرت نتائج الجدول رقم 10 أن 65.2% من المبحوثين يعتبرون الفيسبوك وسيلة موثوق أحيانا ، في حين أن 26.1% موقع الفيسبوك وسيلة موثوقة لا أعلم، و هناك فئتين يعتبرون موقع الفيسبوك وسيلة موثوق و غير موثوق بنسبة 4.3%

ومنه نستنتج أن الذكور و الإناث يستعملون موقع الفيسبوك لأنه يعتبر وسيلة موثوقة و سهل الإستخدام و يتميز بعدة خصائص و ميزات و يقدم معلومات مهمة و قيمة

الشكل رقم (12) يبين الدائرة النسبية موقع الفيسبوك وسيلة موثوقة



13-جدول يمثل تستفيد من موقع الفيسبوك:

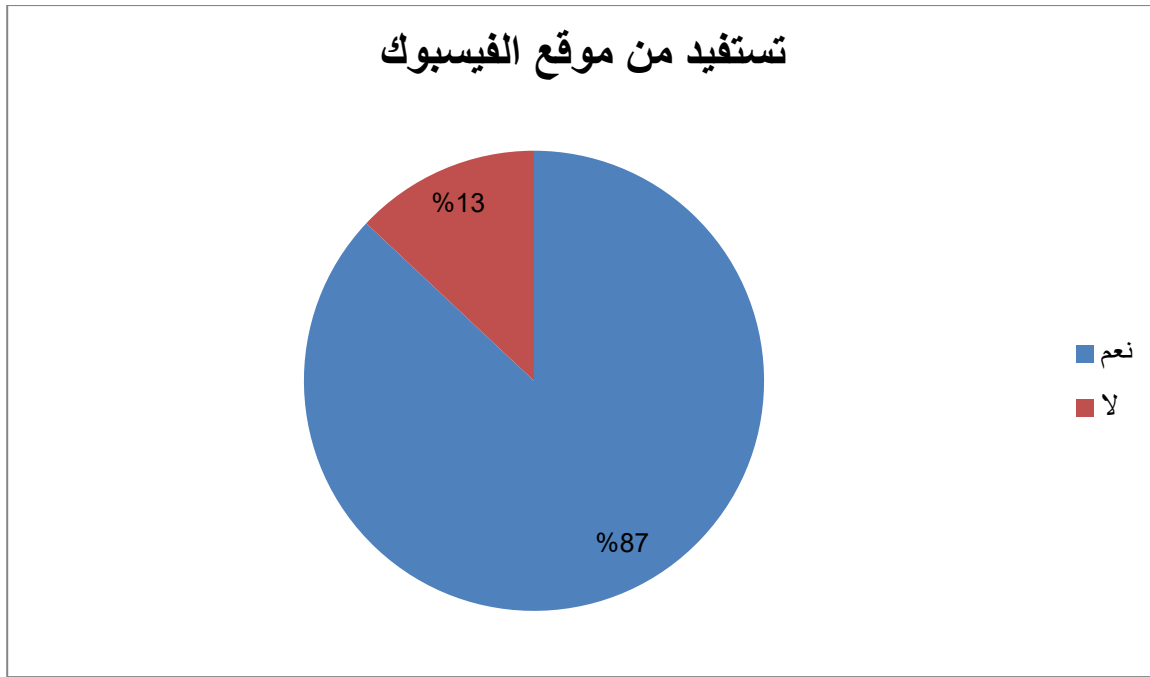
النسبة المئوية	التكرار	الإختيارات
87%	20	نعم
13%	3	لا
100%	23	المجموع

تبين لنا من خلال الجدول رقم 11 أن 87 % من المبحوثين تستفيد من موقع الفيسبوك ، في حين أن 13% لا تستفيد من موقع الفيسبوك

تشير هذه النتائج إلى أن الأغلبية تستفيد من موقع الفيسبوك

ومنه نستنتج أن الإناث و الذكور أنها تستفيد من موقع الفيسبوك لما يوفره من معلومات و التواصل و التسلية و تبادل الثقافات و نشر الوعي بين الناس و أيضا البيع و الشراء وكل هذه تعتبر ذات أثر إيجابي

الشكل رقم (13) يبين الدائرة النسبية تستفيد من موقع الفيسبوك



المحور الثالث: مساهمة الفيسبوك في تعزيز ثقافة التبليغ

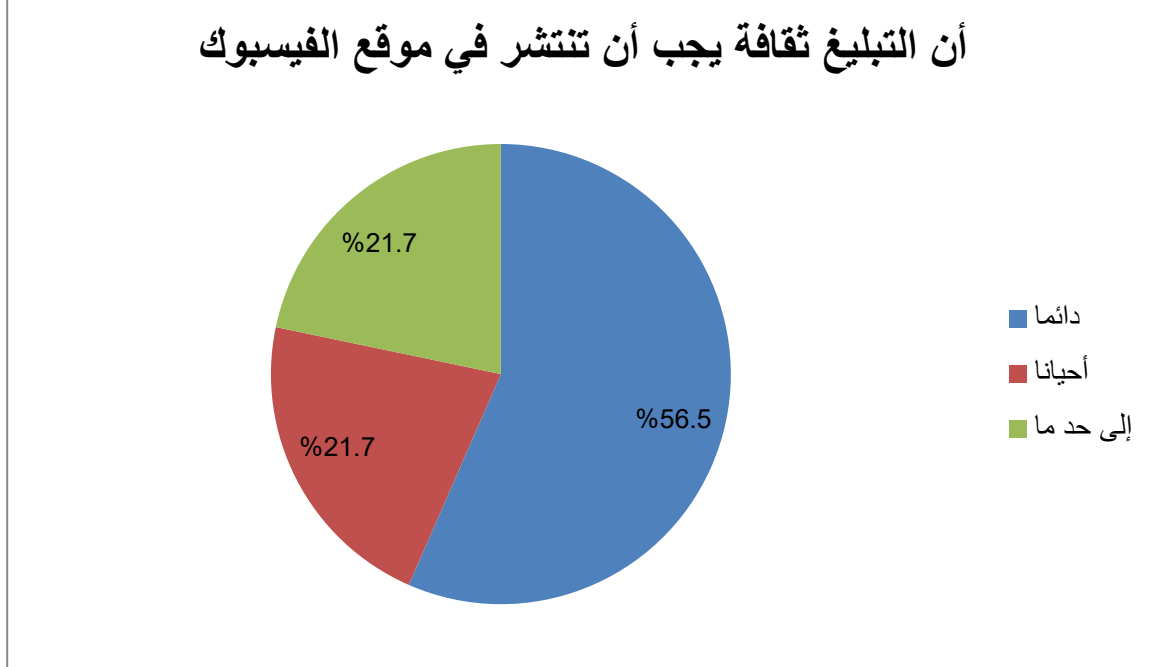
14- جدول يمثل أن التبليغ ثقافة يجب أن تنتشر في موقع الفيسبوك:

النسبة المئوية	التكرار	الإختيارات
56.5%	13	دائماً
21.7%	5	أحيانا
21.7%	5	إلى حد ما
100%	23	المجموع

أظهرت نتائج الجدول رقم 12 أن 56.5% من المبحوثين أن التبليغ ثقافة يجب أن تنتشر في موقع الفيسبوك دائما ، في حين أن 21.7% أن التبليغ ثقافة يجب أن تنتشر أحيانا، و هناك فئة أن التبليغ ثقافة يجب أن تنتشر إلى حد ما بنسبة 21.7%

تشير هذه النتائج إلى أن الغالبية ترى أن التبليغ ثقافة يجب أن تنتشر في موقع الفيسبوك ومنه نستنتج أن الفيسبوك يعتبر موقع يستقطب الكثير لما له من أهمية بالغة في الحصول على الأخبار و التواصل و تبادل الثقافات و نشر الوعي بين الناس من بينها ثقافة التبليغ لخدمة الصالح العام

الشكل رقم (14) يبين الدائرة النسبية التبليغ ثقافة يجب أن تنتشر في موقع الفيسبوك

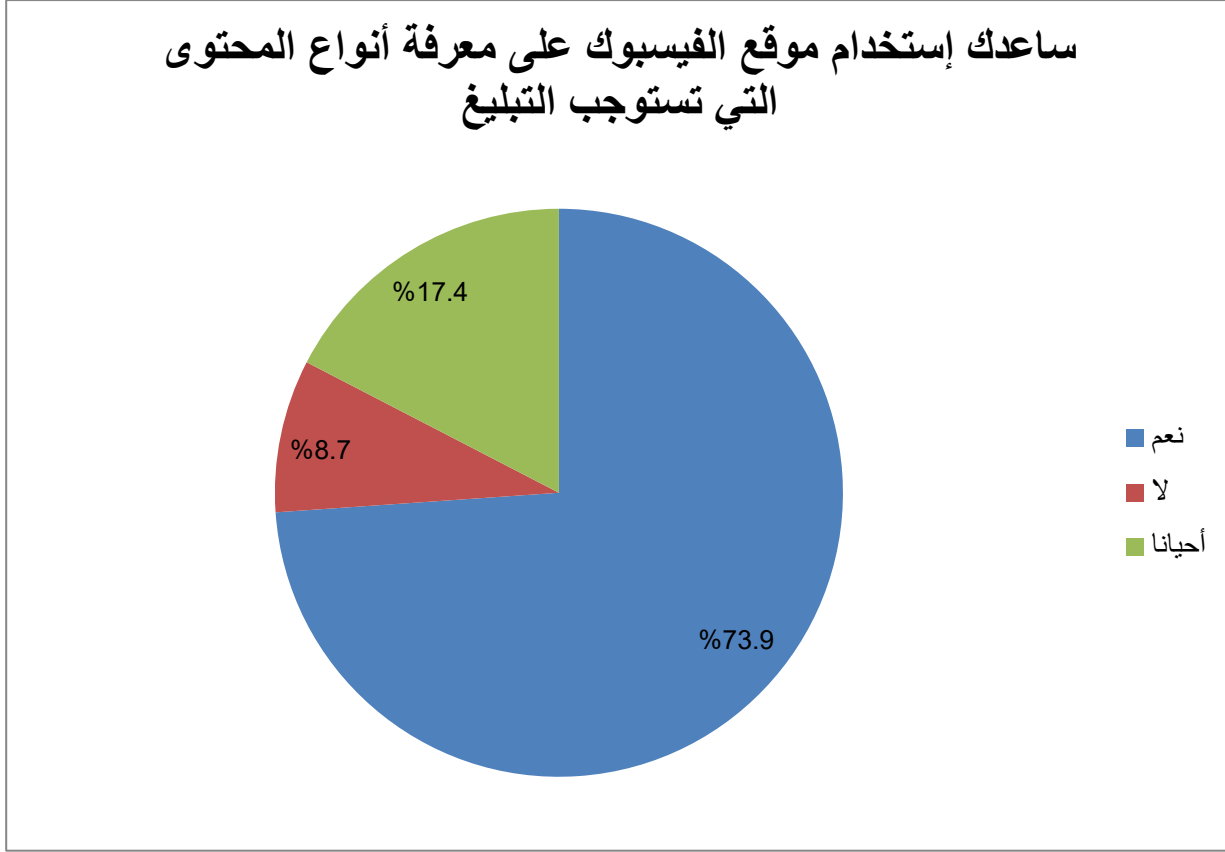


15-جدول يمثل ساعدك إستخدام موقع الفيسبوك على معرفة أنواع المحتوى التي تستوجب التبليغ:

النسبة المئوية	التكرار	الإختيارات
73.9%	17	نعم
8.7%	2	لا
17.4%	4	أحيانا
100%	23	المجموع

تبين لنا من خلال الجدول رقم 13 أن 73.9% من المبحوثين أن إستخدام موقع الفيسبوك ساعدهم في معرفة المحتويات التي تستوجب التبليغ نعم ، في حين أن 17.4% يرون أن إستخدام موقع الفيسبوك ساعدهم على معرفة المحتويات التي تستوجب التبليغ أحيانا و نلاحظ أن هناك نسبة قليلة 8.7% من المبحوثين لا يساعدهم إستخدام موقع الفيسبوك على معرفة المحتويات التي تستوجب التبليغ تشير هذه النتائج إلى أن الغالبية ساعدهم إستخدام موقع الفيسبوك على معرفة المحتويات التي تستوجب التبليغ ومنه نستنتج أن الإناث و الذكور ساعد موقع الفيسبوك على توعية الناس من المحتويات السيئة و المضرة و المخلة للحياء و التي لا تتناسب مع مجتمعنا على التبليغ عن هذه المحتويات التي لا تتناسب مع مجتمعنا

الشكل رقم (15) يبين الدائرة النسبية ساعدك إستخدام موقع الفيسبوك على معرفة أنواع المحتوى التي تستوجب التبليغ



16-جدول يمثل تتابع المنشورات التوعوية التي تنشرها صفحات التبليغ:

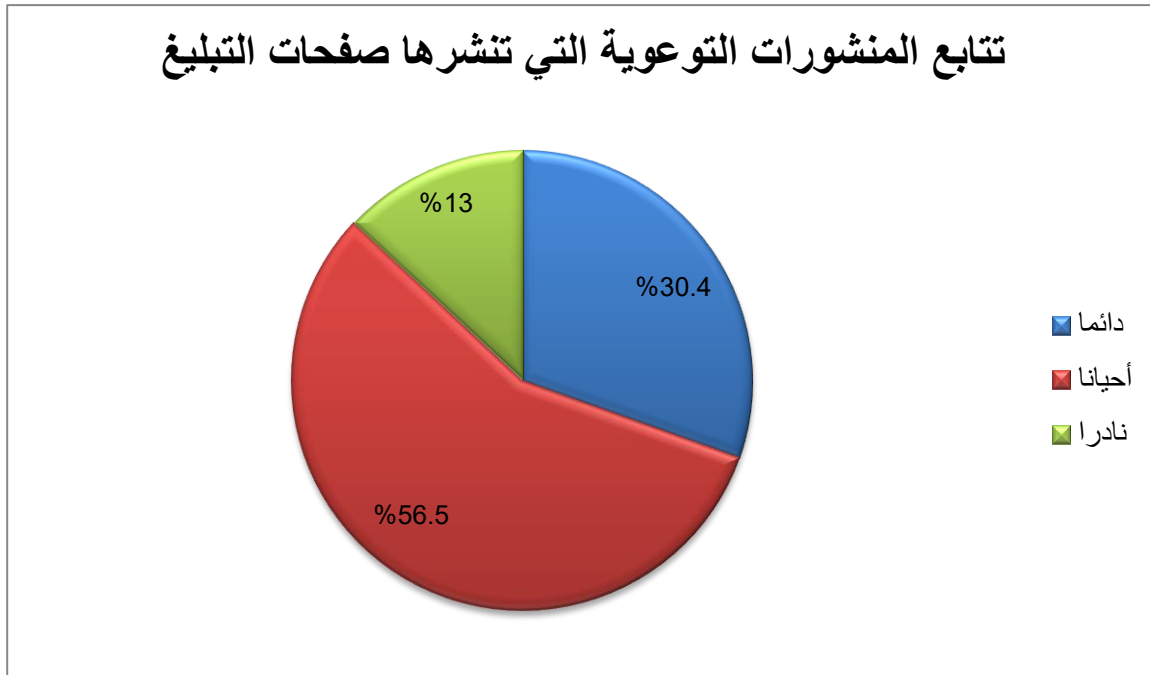
النسبة المئوية	التكرار	الإختيارات
8.7%	7	دائما
56.5%	13	أحيانا
13%	3	نادرا
100%	23	المجموع

أظهرت نتائج الجدول رقم 14 أن 56.5% من المبحوثين يتابعون المنشورات التوعوية التي تنشرها صفحات التبليغ أحيانا، في حين أن 30.4% يتابعون المنشورات التوعوية التي

تنشرها صفحات التبليغ دائما، و هناك فئة يتابعون المنشورات التوعوية التي تنشرها صفحات التبليغ نادرا بنسبة 13%

ومنه نستنتج أن الإناث و الذكور ساعدهم موقع الفيسبوك الذي ينشر عن طريقه المنشورات التوعوية عبر صفحات التبليغ التي تقوم بتوعية الناس عن طريق نشر منشور توعوي من أجل توعية الناس

الشكل رقم (16) يبين الدائرة النسبية تتابع المنشورات التوعوية التي تنشرها صفحات التبليغ

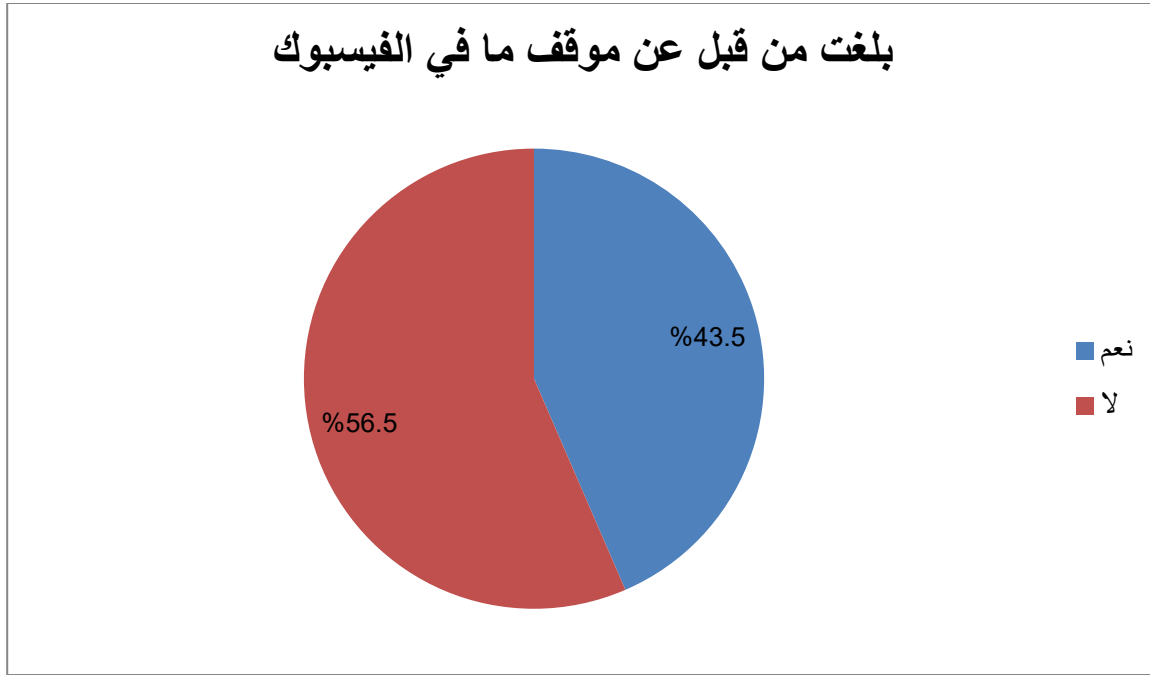


17-جدول يمثل بلغت من قبل عن موقف ما في الفيسبوك:

الإختيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	10	%43.5
لا	13	%56.5
المجموع	23	%100

تبين لنا من خلال الجدول رقم 15 أن 56.5% من المبحوثين لم يقوموا بالتبليغ عن موقف ما في الفيسبوك، في حين أن 43.5% قاموا بالتبليغ عن موقف ما في الفيسبوك ومنه نستنتج أن الذكور و الإناث أن موقع الفيسبوك يوفر لهم ميزة و هي التبليغ عن المحتويات السيئة و الإبتزاز و التشهير حيث أن موقع الفيسبوك تستطيع التبليغ عن المحتويات السيئة و يقوم موقع الفيسبوك فوراً بإخفائه

الشكل رقم (17) يبين الدائرة النسبية بلغت من قبل عن موقف ما في الفيسبوك



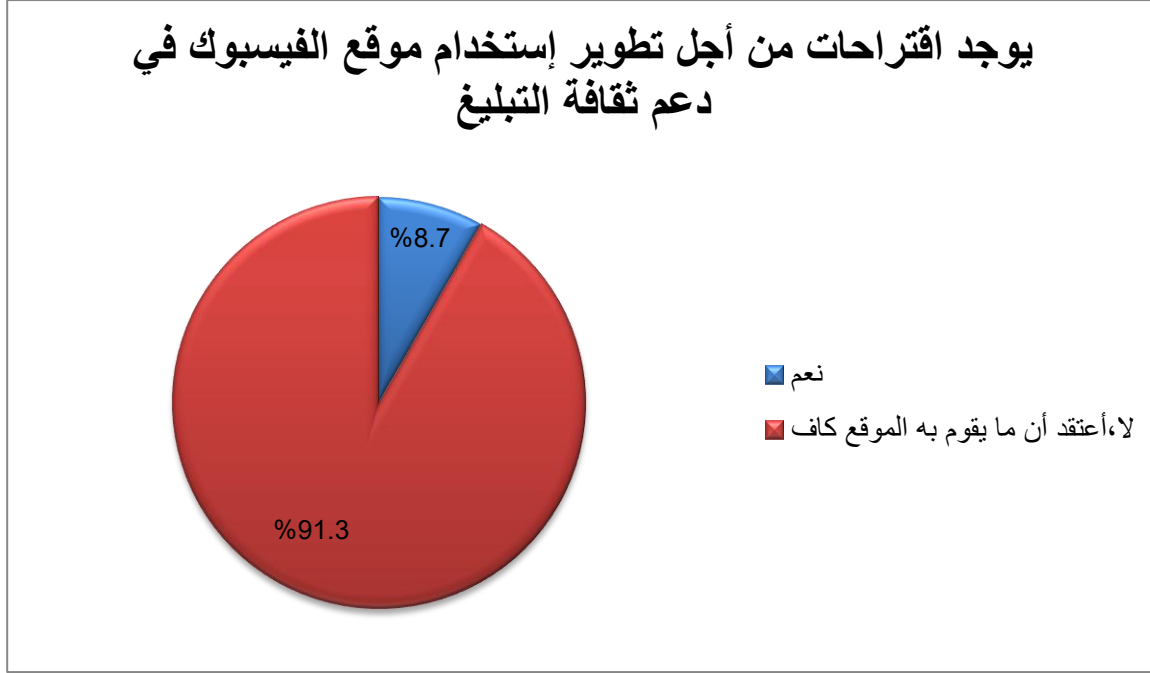
18- جدول يمثل إجابة المبحوثين ب "لا" أعتقد أن مايقوم به الموقع كاف في دعم ثقافة التبليغ:

الإختيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	2	%8.7
لا	21	%91.3
المجموع	23	%100

تبين لنا من خلال الجدول رقم 16 أن 91.3% من المبحوثين يرون أن موقع الفيسبوك يدعم ثقافة التبليغ و لا يحتاج إلى تطوير

ومنه نستنتج أن الذكور و الإناث أن موقع الفيسبوك موقع مهم و جيد ومن أهم مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر إنتشارا وسهل في الإستخدام و لما يوفره من خصائص و ميزات و كل هذه تساعد في دعم ثقافة التبليغ

الشكل رقم (18) يبين الدائرة النسبية يوجد إقتراحات من أجل تطوير إستخدام موقع الفيسبوك في دعم ثقافة التبليغ



19- جدول يمثل إجابة المبحوثين ب "نعم" من أجل تطوير موقع الفيسبوك في دعم ثقافة التبليغ:

الإختيارات	التكرار	النسبة المئوية
عند التبليغ يتم غلق الحساب ومعاقبة المستخدم مباشرة	1	50%
تفاعل الهيئات المختصة مع التبليغ	1	50%
المجموع	2	100%

يتضح لنا من خلال الجدول رقم 17 حسب إجابة المبحوثين ب: " نعم " من أجل تطوير موقع الفيسبوك في دعم ثقافة التبليغ و كانت الإجابة: " عند التبليغ يتم غلق الحساب و معاقبة المستخدم مباشرة، في حين أن 50% كانت الإجابة: " تفاعل الهيئات المختصة مع التبليغ "

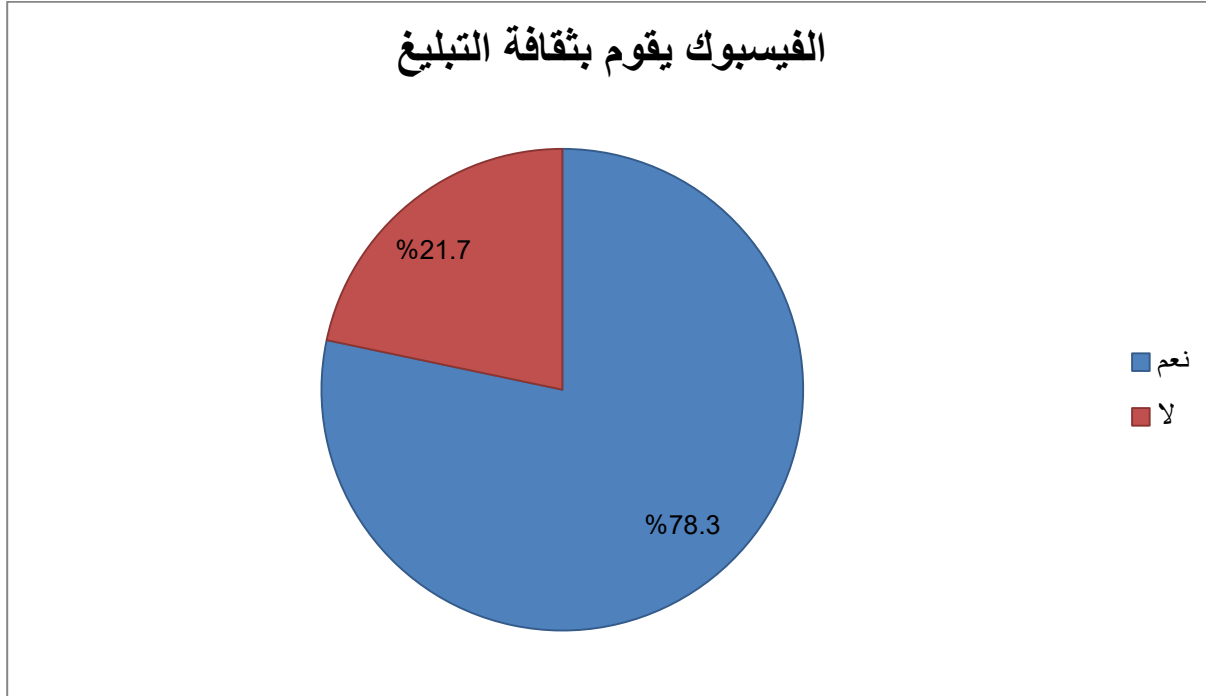
20-جدول يمثل الفيسبوك يقوم بثقافة التبليغ:

الإختيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	18	78.3%
لا	5	21.7%
المجموع	23	100%

أظهرت نتائج الجدول رقم 18 أن 78.3% يرون أن الفيسبوك يقوم بثقافة التبليغ، في حين أن 21.7% يرون أن الفيسبوك لا يقوم بثقافة التبليغ

ومنه نستنتج أن الذكور و الإناث أن موقع الفيسبوك ساعد كثيرا في نشر ثقافة التبليغ و كذلك يقوم الفيسبوك بدعم ثقافة التبليغ لما يوفره من عدة خصائص و ميزات حيث أنك إذا قمت بالإبلاغ لن يظهر المحتوى السيء من جديد

الشكل رقم (19) يبين الدائرة النسبية الفيسبوك يقوم بثقافة التبليغ



نتائج الدراسة:

-المحور الأول:

تدل نتائج هذا المحور و من خلال نتائج الجداول و الدوائر النسبية إلى أن أغلب الطلبة يستخدمون الفيسبوك بشكل يومي و هذا يدل على عدم قدرة الطلبة عن الإستغناء عن الخدمات التي يقدمها موقع الفيسبوك و أغلبية المستخدمين للفيسبوك هم إناث و هذا يعود إلى أن عدد الإناث أكثر من عدد الذكور و أن أكثر وسيلة مستعملة و مناسبة التي يستخدمها الطلبة لتصفح موقع الفيسبوك هي الهاتف الذكي بنسبة 95.7% و هذا راجع إلى عدة مميزات يتميز بها الهاتف الذكي و هي سهولة إستخدامه و حمله و خفة وزنه و إستعماله في أي وقت و مكان لتصفح موقع الفيسبوك، و أن أغلبية المستخدمين للفيسبوك من 5-8 سنوات و أكثر من 8 سنوات ويدل هذا على أن الطلبة يستخدمون الفيسبوك منذ مدة طويلة و يقوم الطلبة بتصفح موقع الفيسبوك في أوقات متفرقة مساء و ليلا و هذا يدل على أن الطلبة ليس عندهم وقت محدد لتصفح موقع الفيسبوك و أنسب مكان للطلبة و المفضل عندهم من أجل تصفح موقع الفيسبوك بكل أريحية و هدوء هو المنزل بنسبة 73.9% و هذا يدل على أن الطلبة تحب تصفح موقع الفيسبوك عند العودة إلى المنزل و أحب موقع للطلبة من مواقع التواصل الاجتماعي بعد موقع الفيسبوك هو الإنستغرام بنسبة 56.5% لأنه يشبه الفيسبوك حيث يستطيع الطلبة من خلاله التواصل و تبادل المعلومات و هذا يدل على أن الطلبة يستخدمون مواقع تواصل اجتماعي أخرى

-المحور الثاني:

تدل نتائج هذا المحور إلى أن أغلب الطلبة الغرض من إستخدامهم للفيسبوك هو التواصل و التسلية و الترفيه و هذا يدل على أن الطلبة يستخدمون موقع الفيسبوك للتواصل مع زملاء الدراسة و الأساتذة و تبادل المعلومات و أن أغلبية الطلبة عندما يقومون بتصفح الفيسبوك نجد أن أكثر المواضيع التي تعجبهم هي المواضيع الدينية بالمرتبة الأولى بنسبة 34.8% ثم تليها المواضيع الثقافية بنسبة 26.1% و هذا يدل على أن الطلبة أثناء تصفح الفيسبوك تعجبهم المواضيع الدينية و الثقافية و تأتي بعدها المواضيع الأخرى الرياضية و التسويق و الأعمال و نجد أن أغلبية الطلبة يتابعون التطورات التي تحدث في صفحات التبليغ إلا مرات بنسبة 52.2% و هذا يدل أن الطلبة يتابعون التطورات التي تحصل في صفحات التبليغ إلا أحيانا و يعتبرون الطلبة موقع الفيسبوك موثوق أحيانا بنسبة 65.2% و هذا يدل على أن الطلبة لايتقون بموقع الفيسبوك كل الثقة بل يتقون به أحيانا و يرون الطلبة أن موقع الفيسبوك ذو فائدة و مهم و ما يقدمه موقع الفيسبوك من فوائد بنسبة 87% حيث يستفدون الطلبة منه التواصل و الحصول على المعلومات و هذا يدل على أن الطلبة تعتبر موقع الفيسبوك ذو فائدة

-المحور الثالث:

تدل نتائج هذا المحور إلى أن أغلبية الطلبة يرون أن التبليغ ثقافة يجب أن تنتشر في موقع الفيسبوك بنسبة 56.5% و هذا يدل على أن الطلبة يرون أن التبليغ ثقافة جيدة و يجب تعميمها في موقع الفيسبوك لحماية الناس و توعيتهم و ساعد موقع الفيسبوك كثيرا الطلبة في معرفة المحتويات التي تستلزم التبليغ عنها و التي تمس الحياء و نجد أن أغلبية الطلبة تتابع المنشورات التوعوية التي تنشر في صفحات التبليغ إلا أحيانا بنسبة 56.5% و هذا يدل على أن الطلبة لا تهتم بالمنشورات التوعوية إلا مرات و نجد أن أغلبية الطلبة لم يقوموا بالتبليغ عن موقف ما في الفيسبوك بنسبة 56.5% و نجد أن أغلبية الطلبة أن موقع الفيسبوك يدعم ثقافة التبليغ بنسبة 91.3% و نجد أن أغلبية الطلبة يرون أن موقع الفيسبوك يقوم بثقافة التبليغ بنسبة 78.3% و هذا يدل على أن موقع الفيسبوك جيد و يقوم بثقافة التبليغ

خاتمة

الخاتمة:

إن مواقع التواصل الاجتماعي لا سيما موقع الفيسبوك يلعب دورا كبيرا و مهما و فعالا في تعزيز ثقافة التبليغ عبر طرق كثيرة و متعددة. و من خلال دراستنا هذه فقد قمنا بالبحث عن دور موقع الفيسبوك في تعزيز ثقافة التبليغ عبر الدراسة النظرية و الدراسة الميدانية على عينة من طلبة الماستر علوم الإعلام و الاتصال بجامعة الجلفة

و لقد خلصت الدراسة النظرية على أهمية موقع الفيسبوك في تعزيز ثقافة التبليغ بين الناس عبر موقع الفيسبوك حيث أن موقع الفيسبوك من أهم مواقع التواصل الاجتماعي و الأكثر إستخداما و إنتشارا بين الطلبة حيث نستطيع عن طريق الفيسبوك نشر ثقافة التبليغ عبر صفحات التبليغ و نشر الوعي بين الناس

و أظهرت النتائج الميدانية أن أغلبية الطلبة يستخدمون الفيسبوك بشكل يومي و دائم من أجل التواصل و الحصول على المعلومات و رؤية صفحات التبليغ، و نجد أن أغلبية الطلبة قام موقع الفيسبوك بمساعدتهم على معرفة المحتويات التي تستوجب التبليغ، و يرون أغلبية الطلبة أن التبليغ ثقافة يجب أن تنتشر في موقع الفيسبوك بشكل دائم

يمكننا القول بأن موقع الفيسبوك يمثل عنصرا أساسيا في تعزيز ثقافة التبليغ لدى الطلبة الجامعيين شريطة أن يتم إستخدامه بشكل جيد و منظم.

التوصيات و المقترحات:

و من خلال دراستنا هذه و النتائج التي توصلنا إليها إرتأينا طرح بعض المقترحات التي تخدم موضوع الدراسة لما يوجد نقص في هذه الدراسات حول التبليغ في مواقع التواصل الاجتماعي

-إنشاء صفحات رسمية خاصة بالتبليغ في مواقع التواصل الاجتماعي

-تعزيز مراقبة الأمن السيبراني لمواقع التواصل الاجتماعي

-عمل ملتقيات داخل الحرم الجامعي حول ثقافة التبليغ

-تنظيم أندية توعوية دورية داخل الحرم الجامعي لفائدة الطلبة و الأساتذة حول التبليغ في مواقع التواصل الاجتماعي

قائمة المصادر و المراجع:

المعاجم و القواميس:

1 ابن منظور، لسان العرب، دار المعارف، القاهرة، ط1، د-ت، ص:492

الكتب:

1 أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط4، 2010

2 حسين محمود هتمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة، الأردن، ط1، 2015

3 حسين هاشم الفتلي، أسس البحث العلمي في العلوم التربوية والنفسية مفاهيمه عناصره مناهجه، دار صفاء، عمان، ط1، 2014

4 ذوقان عبيدات وآخرون، البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، دار الفكر، عمان، 1984

5 رجاء وحيد دويدري، البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العملية، دار الفكر، سوريا، ط1، 2000

6 سعد سلمان المشهداني وآخرون، مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الاعلامية الجديدة، دار امجد، عمان، ط1، 2020

7 عبد الرحمن بن ابراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء، عمان، ط1، 2015

8 علي سيد إسماعيل، مواقع التواصل الاجتماعي بين التصرفات المرفوضة والأخلاقيات المرفوضة، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2020

9 علي معمر عبد المؤمن، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية الأساسية والتقنيات والأساليب، دار الكتب الوطنية، ليبيا، ط1، 2008

10 ليندة لطاد واخرون، منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، المركز الديمقراطي العربي، برلين - ألمانيا، ط1، 2019

11 مهند حميد التميمي، التلفزيون وشبكات التواصل الاجتماعي تكامل أم صراع، دار أمجد، عمان، ط1، 2017

12 موريس أنجريس، تر: بوزيد صحراوي وآخرون، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصة للنشر، الجزائر، ط2، 2006

13 ياس خضير البياتي، الاعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، دار البداية، عمان، ط1، 2014

المذكرات:

1 ابن قيدة خديجة وآخرون، الترويج للموروث الثقافي الجزائري المادي واللامادي عبر شبكات التواصل الاجتماعي، مذكرة تخرج ضمن متطلبات الحصول على شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2025

2 زيان منى، دور موقع الفيسبوك في تعزيز العمل التطوعي لدى شباب مدينة الجلفة، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: سمعي بصري، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، 2018

3 ضيف ميرة و آخرون، دور مواقع التواصل في تشكيل الوعي السياسي لدى مستخدمي الفيسبوك بالجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال و علاقات عامة، قسم علوم الإعلام والاتصال و علم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2022

4 معطالله أحلام وآخرون، التبليغ عن العمليات الإجرامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر، مذكرة تخرج ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر في تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة ابن خلدون، تيارت، الجزائر، 2023

5 نورة قبائلي وآخرون، واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) في البحث العلمي لدى طلبة جامعة الجلفة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: اتصال وعلاقات عامة، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، 2023

الدوريات والمجلات:

1 ارفيس علي، مفهوم الثقافة من منظور مالك بن نبي، مجلة آفاق فكرية، م11، ع1، الجزائر،
2023

2 أم العز يوسف المبارك، دور الأسرة في علاج مشكلة الكذب عند الأطفال، مجلة كلية
الخدمة الإجتماعية للدراسات والبحوث الإجتماعية، ع22، 2024/10/37،

3 بن طيبة شفيق وآخرون، أثر التبليغ القضائي الإلكتروني على سير إجراءات الدعوى
الجزائية، مجلة المعيار، م15، ع1، الجزائر، 2024

4 علي باقطينان، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر
أعضاء هيئة التدريس في جامعة عدن، مجلة الإعلام والفنون، ع4، جامعة عدن، 2021

المراجع باللغة الأجنبية:

1 Marcel Danesi. Dictionary of Media and Communications. M.

Esharpeamerica. 2009

الملاحق



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة زيان عاشور - الجلفة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علم المكتبات وعلوم الإعلام والاتصال



عنوان الموضوع:

دور موقع الفيسبوك في تعزيز ثقافة التبليغ لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال

دراسة ميدانية بجامعة زيان عاشور بالجلفة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص : الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

تحت إشراف:

أ.د حمادي عامر

من إعداد الطالبان:

-جديلات التومي

-قاسم علي أيمن

الموسم الجامعي

2026-2025

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة زيان عاشور - الجلفة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علم المكتبات وعلوم الإعلام والاتصال

الإستبيان

الأخ الكريم/ الأخت الكريمة أما بعد:

نضع ما بين أيديكم هذا الاستبيان لإنجاز هذا البحث العلمي بهدف الحصول على شهادة
الماستر بعنوان " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز ثقافة التبليغ -الفيسبوك
انموذجا- دراسة ميدانية على عينة من طلبة ثانية ماستر اتصال الجماهيري و الوسائط
الجديدة بالجلفة.

ونحيطكم علما أن كل المعلومات التي ستقدمونها ستحاط بالسرية التامة ولن نستخدمها إلا
بهدف البحث العلمي يوضع إشارة (X) في الخانة.

البيانات الشخصية:

- 1-النوع: ذكر أنثى
- 2-العمر: أكبر من 23-أقل من 26 30-27 أكبر من 30

المحور الاول: عادات وأنماط استخدام طلبة للفيسبوك

- 1-هل تستخدم الفيسبوك يوميا؟
- دائما أحيانا نادرا
- 2-ماهي الوسيلة المستخدمة في الاطلاع على الفيسبوك؟
- الهاتف الذكي الحاسوب لوحة الالكترونية
- 3-منذ متى تستخدم موقع الفيسبوك؟
- أقل من سنتين 2-4 سنوات 5-8 سنوات اكثر من 8 سنوات
- 4-ماهي الفترات التي تستخدم فيها الفيسبوك؟
- صباحا مساءا ليلا أوقات متفرقة
- 5-في أي مكان تستخدم الفيسبوك؟
- المنزل الجامعة الشارع مكان اخر

6- هل تستخدم مواقع تواصل اجتماعي اخرى غير الفيسبوك؟

الانستغرام التيك توك التليغرام

المحور الثاني: دوافع استخدام الطلبة للفيسبوك

7- الهدف من أكثر استخدام الفيسبوك؟

التسلية والترفيه التواصل الاطلاع على الاخبار
التفاعل مع منشورات التبليغ او اي غرض اخر.....

8- ماهي طبيعة المواضيع التي تعجبك اثناء تصفحك موقع الفيسبوك ثقافة التبليغ؟

-ثقافية دينية رياضية التسويق

..... اخرى

9- هل تتابع مختلف التطورات التي تحصل في صفحات التبليغ عن طريق الفيسبوك ؟

دائماً احيانا الى حد ما ابدا

10- هل يعتبر موقع الفيسبوك وسيلة موثوقة ؟

موثوق غير موثوق موثوق احيانا لاعلم

11- هل تستفيد من موقع الفيسبوك؟

نعم لا

المحور الثالث: مساهمة الفيسبوك في تعزيز ثقافة التبليغ

12- هل ترى أن التبليغ ثقافة يجب أن تنتشر في موقع الفيسبوك؟

دائماً أحيانا الى حد ما

13- هل ساعدك استخدام موقع الفيسبوك على معرفة أنواع المحتوى التي تستوجب التبليغ؟

نعم لا أحيانا

14- هل تتابع المنشورات التوعوية التي تنشرها صفحات التبليغ؟

دائماً أحيانا نادراً

15- هل بلغت من قبل عن موقف ما في الفيسبوك؟

نعم لا

16- هل يوجد اقتراحات من أجل تطوير استخدام موقع الفيسبوك في دعم ثقافة التبليغ؟

نعم لا، اعتقد ان مايقوم به الموقع كاف

-اذا كانت اجابتك نعم، فهل

تقترح.....
.....

17- هل الفيسبوك يقوم بثقافة التبليغ؟

نعم لا

الأساتذة المحكمين على الإستبيان		
الجامعة	الدرجة العلمية	الإسم و اللقب
الجلفة	أستاذ محاضر ب	لعقاب خليل
الجلفة	أستاذ محاضر أ	بوذينة نعيمة
الجلفة	أستاذ محاضر ب	قنيفي سهام