



جامعة زيان عاشور-الجلفة-  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الاعلام والاتصال



## اعتماد طلبة الإعلام والاتصال بجامعة زيان عاشور - الجلفة- على شبكات التواصل الاجتماعي فيس بوك كمصدر للأخبار أثناء عملية (طوفان الأقصى)

مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي اعلام واتصال

تخصص: سمعي بصري

إعداد الطالبة:

• بوعزيز اسمهان

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 26.06.2024

أمام اللجنة المكونة من السادة:

الصفة	الجامعة	الرتبة	اسم ولقب الأستاذ (ة)
رئيسا	جامعة زيان عاشور الجلفة	أستاذ محاضر أ	مُحَمَّد حمّام
مشرفا ومقررا	جامعة زيان عاشور الجلفة	أستاذ مساعد أ	منصور سعيدي
مناقشا	جامعة زيان عاشور الجلفة	أستاذ محاضر أ	نصر الدين مزاربي

السنة الجامعية: 2023 / 2024.



## شكر و عرفان

ها نحن ذا على عتبة التخرج نلوح لمستقبل جديد و حياة أخرى ننتقل إليها بعد تعب

سنين من الكد والتعب ومجهودات جبارة لتصل إلى ما نحن عليه الآن

**وهذا بفضل الله عز شأنه وجلّ جلاله""**

لا يسعنا بعد الانتهاء من إعداد هذه المذكرة إلا أن نتقدم بجزيل الشكر وعظيم الامتنان إلى  
الأستاذ

**" منصور سعدي "** التي تفضل بالإشراف على هذه المذكرة حيث قدم لنا كل النصائح  
والإرشادات والمعلومات القيمة التي ساهمت في إثراء موضوع دراستنا من كل جوانبها  
المختلفة فها جزيل الشكر والتقدير.

كما لا يفوتنا أن نتقدم بجزيل الشكر والعرفان إلى أعضاء اللجنة الموقرة كل باسمه ورتبته  
على تقبلهم مناقشة هذه المذكرة وتثريتنا في لجنة المناقشة لإثراء هذا العمل بتوجيهاتهم  
ونصائحهم السديدة.

كما نتقدم بالشكر والامتنان إلى كل أساتذتنا الذين تتلمذنا على أيديهم في كل مراحل دراستنا  
وإلى

جميع أسرة كلية الإعلام والاتصال وكل من لديهم حق علينا.

## اهداء

بسم الله الرحمن الرحيم " في المقام الأول أشكر الله عز وجل على إعطائي الإرادة والصحة والشجاعة للقيام بهذا العمل وبسرور وفرحة هائلة وقلبا مفتوحا أهدي هذا العمل المتواضع إلى أقوى سندين أزراني في أوقات الشدة وبأصدق كلمتين لفظتهما شففتاي إلى من المولى عز وجل قولا حكيما لهما.

﴿وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا ۚ إِنَّمَا يُبَلِّغَنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا﴾

إلى من تحدى المستحيل وتحدى مصاعب الدهر إلى والدي الغالي.

وإلى أعظم امرأة بين نساء الكون إلى والدي العزيزة والمفضلة والغالية التي عملت وسهرت على تربيته

فلا يمكن لكلماتي التعبير عنهما عما قدماه من أجلي.

إلى إخوتي أسأل أن يحفظهم ويسدد خطاهم

إلى عائلة **بوعزيز** كل باسمه

إلى إخواننا في غزة، نصركم الله وأيدكم.

## ملخص الدراسة

تناولت هذه الدراسة تحليل تفاعل طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة زيان عاشور مع أحداث "طوفان الأقصى" عبر استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، وتحديدًا فيسبوك.

هدفت الدراسة إلى فهم مدى اهتمام الطلبة بهذه القضية الإنسانية ودورهم في نشر الوعي والتواصل حولها، تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي كونه مناسباً لتحليل مشاركات الطلبة وتفاعلاتهم في الفضاء الفيسبوكي بشأن عملية "طوفان الأقصى"، مما ساهم في تعميق الفهم للديناميكيات الاجتماعية والإعلامية المؤثرة في القضايا الفلسطينية المعاصرة.

توصلت الدراسة إلى أن الطلبة لعبوا دوراً بارزاً في نشر الوعي حول قضايا "طوفان الأقصى"، حيث استخدموا Facebook كوسيلة للتعبير عن الدعم والتضامن ولتسليط الضوء على القضايا الإنسانية.

**الكلمات المفتاحية:** طلبة الإعلام والاتصال، فيسبوك، طوفان الأقصى، نشر الوعي، التفاعل الاجتماعي، الجلفة.

## **Abstract**

This study analyzed the interaction of students in the department of media and communication at Ziane Achour University; with the events of "Al-Aqsa Flood" through out using a social media platforms such as: Facebook. The study aimed to understand a student's interesting in this humanitarian issue; and their role in raising awareness and fostering communication about it. A descriptive-analytical approach was employed to analyze the student's posts and interactions on Facebook regarding "Al-Aqsa Flood", contributing to a deeper understanding of the social and media dynamics influencing contemporary Palestinian issues.

The study discovered that students played a prominent role in raising awareness about " Al-Aqsa Flood" using Facebook as a tool to express support, solidarity, and highlight humanitarian issues.

**Keywords:** media and communication's students, Facebook, Al-Aqsa Flood, awareness-raising, social interaction, Djelfa.

## الجانب المنهجي

### مقدمة

## الجانب النظري

### الفصل الأول: شبكات التواصل الاجتماعي

المبحث الأول: شبكات التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: ماهية شبكات التواصل الاجتماعي

المطلب الثاني: أنواع شبكات التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي وأهميتها

المطلب الأول: مجالات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

المطلب الثاني: إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي

### الفصل الثاني: شبكة التواصل الاجتماعي فيس بوك

المبحث الأول: ماهية شبكات التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: ماهية الفاييس بوك

المطلب الثاني: استخدامات شبكة الفاييس بوك

المبحث الثاني: شبكة الفاييس بوك وتأثيراتها

المطلب الأول: استعمالات وصفات الفاييس بوك

المطلب الثاني: إيجابيات وسلبيات الفاييس بوك

## مقدمة

إن الانتهاك الصهيوني المستمر ضد المقدسات الإسلامية في فلسطين، وتوسع المستوطنات اليهودية وتزايد وتيرة التطبيع مع بعض الدول العربية والإسلامية؛ وكذلك الاستفزات المتكررة والمكثفة في محيط المسجد الأقصى الذي كان مسرحاً لها خاصة في السنوات الأخيرة؛ ناهيك عن المخططات والمشاريع الأمريكية الصهيونية كصفقة القرن وغيرها، كل هذا دفع بالفلسطينيين إلى التصدي لها والوقوف في وجه هذا الاحتلال الغاصب ومخططاته الخبيثة، فجاء الرد من خلال أحداث السابع من أكتوبر 2023 أو ما أطلق عليه اسم "طوفان الأقصى" وهي في الحقيقة تسمية في محلها؛ ذلك نتيجة لما شهده هذا الحدث من احتواء عالمي لم تشهده الأحداث السابقة المحاولة لردع هذا الكيان، أين باتت القضية الفلسطينية ذات بُعد عالمي غير مسبوق بلغ صداه ضمائر كل أحرار العالم بمختلف عقائدهم وأجناسهم وألوانهم وجنسياتهم وأعمارهم، فصدحت حناجرهم لعلها تستنهض الضمير الإنساني العالمي والتنديد والرفض للإبادة الجماعية التي يرتكبها العدو الصهيوني في غزة.

والملاحظ أن ما حدث في الجامعات الغربية من استنكار الطلبة وهيئات التدريس وغيرها من مكونات الأسرة الجامعية للعدوان الصهيوني على الشعب الفلسطيني لم يحدث منذ زمن بعيد ولعل هذا نتيجة الوعي العالمي لما تواجهه البشرية من خطر الكيان الصهيوني المهديد لكل القواعد القانونية الدولية والإنسانية وحتى العرفية.

ليس الطالب الجامعي الجزائري بمعزل عن ما يحدث لإخوانه الفلسطينيين من إبادة وتجويع وتعذيب وانتهاك للحرمات وما يشهدهونه من احتلال واعتداءات مختلفة الألوان على يد الصهاينة المعتدين والمدعمن لهم؛ فمن الواجب دينياً وإنسانياً أن يدافع عنه بأي وسيلة وطريقة متاحة لديه، كما بيّن ذلك ديننا الحنيف قواعد النصر والجهاد في سبيل إعلاء كلمة الحق.

وللوصول إلى معرفة حجم اهتمام وتفاعل طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة زيان عاشور - الجلفة - مع عملية وأحداث طوفان الأقصى ينبغي طرح الآتي:

## 1- إشكالية الدراسة

شهد العالم عدة قضايا تتعلق بالعلاقات الدولية والإقليمية، حيث تسعى الدول لتحقيق أهدافها من خلال الاتفاقيات والتحديات. وقد أدى هذا إلى تصاعد النزاعات بينها وتأتي وسائل الإعلام لتؤدي دورًا هامًا في نشر الأخبار والحقائق للجمهور، ومن ضمن هذه القضايا القضية الفلسطينية التي استحوذت على الاهتمام العالمي. ابتعدت القضية عن الجانب التاريخي وأصبحت أكثر تركيزًا على الجانب الإنساني، خاصة بعد جرائم الحرب التي ارتكبتها الاحتلال الإسرائيلي ضد الشعب الغزي. أين لعبت وسائل التواصل الاجتماعي دورًا فعالًا في نشر الوعي لدى الشعوب ذات الثقافات والأيديولوجيات المختلفة، مما أثر على الرأي العام العالمي من خلال كشف الحقائق التي يضللها الإعلام الغربي الكاذب المهادف من أجل خدمة مصالحه الشخصية.

احتلت قضية طوفان الأقصى مكانة كبيرة في قلوب شعوب العالم وهي قضية راهنة آنية والتي أصبح العالم يدركها ويتتبع مجريات أحداثها داخل مواقع التواصل الاجتماعي الذي تعتبر من الوسائط التكنولوجية الحديثة في نشر الأخبار والحقائق كما هي من خلال الصور والفيديوهات سريعة التداول بين الجمهور المتلقي مما جعل تفاعل كبير بين الشعوب ومشاركة آرائه وتعاطفه مع شعب غزة المحتل من انتهاكات إنسانية تمس الأمن القومي العالمي وكشف حقيقة العدوان الغاشم وارتكابه جرائم حرب والإبادة واستعماله أسلحة محرمة دوليًا، إذ نجد الإعلام الغربي يضلل الحقائق ويدعم الاحتلال الإسرائيلي بالوسائل الحربية علنًا، مما نجد موقف العرب في مركز ضعف في الدفاع عن الشعب الفلسطيني في استرجاع حقوقه وتقرير مصيره.

إذ نجد موقف دولة الجزائر مساند للقضية الفلسطينية والتي يعتبرها الشعب الجزائري من الأولويات مما سخرت الإعلام الجزائري وكل الصحافة في نشر الأخبار التي تخص الشعب الغزي، وأبعد من ذلك الدبلوماسية الجزائرية التي تسعى إلى وقف إطلاق النار، وتكرس لمبدأ تحقيق المصير للشعوب المستعمرة والاضطهاد، وعملت

الدولة الجزائرية في تنظيم ملتقيات ومعارض واحتفالات تحيي الذكرى لأشقائنا الفلسطينيين عبر كل المؤسسات الجزائرية، وبالخصوص الجامعات الجزائرية.

من خلال الفضاءات الجامعية نجد الطلبة يتفاعلون مع القضية الفلسطينية بالخصوص طوفان الأقصى داخل الوسط الجامعي يعبرون عن مشاعرهم ووجدانهم للقضية الفلسطينية، كما نجد مواقع التواصل الاجتماعي يلعب دورا كبيرا في نشر درجة الوعي لدى الطلبة من خلال مساهمتهم وتفاعلهم في الصفحات الفيسبوك تحمل شعار ورمز الجامعات الجزائرية، محاولين مساندة القضية الفلسطينية والترويج لها لأن الطلبة من الفئة المثقفة التي تستدعي الجمهور وتمس الرأي العام في كشف الحقائق ومعانات الشعب الفلسطيني.

ومن خلال ذلك نطرح التساؤل العام:

ما درجة تفاعل طلبة الإعلام والاتصال بجامعة زيان عاشور مع احداث (طوفان الاقصى) من خلال مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك Facebook)؟

التساؤلات الفرعية:

● كيف يستخدم طلبة الإعلام والاتصال مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) لنشر قضية طوفان

الأقصى؟

● كيف تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل التواصل بين طلبة الإعلام والاتصال لمساندة قضية

طوفان الأقصى؟

● كيف تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على رفع مستوى الوعي لدى طلبة الإعلام والاتصال بجامعة زيان

عاشور - الجلفة-؟

- ما هي الحاجة التي يحاول الأفراد تلبيتها من خلال متابعة الأخبار حول القضية الفلسطينية؟

## 2- أسباب اختيار الموضوع

هناك جملة من الأسباب الدافعة إلى اختيار هذا الموضوع أبرزها:

- تشمل أساسًا أن طوفان الأقصى يعتبر حدثًا محوريًا في الصراع الفلسطيني-الإسرائيلي-، بل يُمكن القول إنه حدث ذو أبعاد دينية وتاريخية وسياسية عميقة، وهذا هو الجانب الأهم من الأسباب.
- تزايد الاهتمام العالمي بالقضية بعد أحداث السابع من أكتوبر 2023، مما يجعلها موضوعًا بحثيًا ذا أهمية كبيرة في الوقت الحالي.
- نقصٌ في الدراسات البحثية التي تركز على دور طلبة الإعلام والاتصال في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لنشر الوعي بالقضايا العربية والإسلامية.
- سُسَّاهم نتائج هذه الدراسة في فهم أفضل لطبيعة التفاعل الاتصالي لطلبة الإعلام والاتصال حول طوفان الأقصى على مواقع التواصل الاجتماعي.

## 3- أهداف الدراسة

تتمثل أهداف هذه الدراسة في الآتي:

- التعرف على درجة اهتمام وتفاعل طلبة الإعلام والاتصال بجامعة الجلفة مع ما يحدث في غزة من خلال شبكة التواصل الاجتماعي الفايس بوك.
- معرفة وجهة نظر الطالب بقسم الإعلام والاتصال بجامعة الجلفة من متابعة موقع الفايس بوك أثناء عملية طوفان الأقصى.
- تهدف دراستنا إلى معرفة درجة الوعي لطلبة الإعلام والاتصال في نشر قضية طوفان الأقصى من خلال الفايس بوك.

#### 4- أهمية الدراسة

تكمن أهمية هذه الدراسة في جملة من النقاط ولعل أهمها ما يلي:

- فهم طبيعة ودرجة تفاعل طلبة الإعلام والاتصال بجامعة الجلفة مع مجريات وأحداث طوفان الأقصى
- تقييم دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز مشاركة طلبة الإعلام والاتصال في دعم قضية طوفان الأقصى.
- تقديم توصيات لتحسين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لنشر الوعي بقضايا القدس الشريف ودعمها.
- إثراء البحث العلمي في مجال الإعلام والاتصال في الجزائر.
- تعزيز الوعي المجتمعي بقضية طوفان الأقصى ودعمها.

#### 5- حدود الدراسة

تمثلت حدود الدراسة في:

- الحدود المكانية: أجريت الدراسة بجامعة زيان عاشور بالجلفة.
- الحدود الزمانية: أجريت الدراسة في السنة الجامعية 2023-2024.
- الحدود البشرية: وتمثلت في طلبة الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية، جامعة زيان عاشور بالجلفة.

## 6- منهج الدراسة

المنهج الوصفي التحليلي جاء لوصف الظاهرة والوقوف على حيثياتها، والذي يعتبر أكثر المناهج شيوعاً وانتشاراً واستخداماً في البحوث الاجتماعية ويركز على ما هو كائن في وصفه وتفسيره للظاهرة موضوع الدراسة، ويعتبر هذا المنهج عملية جمع البيانات بنوعها الكيفية والكمية حول الظاهرة محل الدراسة من أجل تحليلها وتفسيرها لاستخلاص النتائج ومعرفة طبيعتها وخصائصها وتحديد العلاقة بين عناصرها وبينها وبين الظواهر الأخرى والوصول إلى تعميمات.<sup>1</sup>

و لقد اعتمدنا في دراستنا الحالية على المنهج التحليلي الوصفي الذي تطلبت طبيعة الدراسة والغرض من ذلك وصف تلك التفاعل بين الطلبة الجامعيين حول قضية طوفان الأقصى والترويج لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي داخل الوسط الجامعي بجامعة زيان عاشور - الجلفة-: وتم تسليط الضوء على طلبة الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية.

## 7- أدوات الدراسة

## ✓ استمارة الاستبيان:

وهو أداة من أدوات البحث العلمي التي تساعد الباحث على جمع المعلومات الدقيقة حول موضوع بحثه من خلال طرح العديد من الأسئلة على عينة الدراسة، وهو من أكثر أدوات البحث العلمي انتشاراً نظراً لسهولة استخدامه ودقة نتائجه واختصار الكثير من الوقت علاوة على تكلفته المادية المنخفضة.

<sup>1</sup> سعيد التل، مناهج البحث العلمي و أساليب البحث العلمي، جامعة عمان العربية للدراسات، الأردن، ط1، 2006، ص 109، 111.

في دراستنا حول "التفاعل الاتصالي لطلبة الإعلام والاتصال حول طوفان الأقصى على مواقع التواصل الاجتماعي"، يمكن استخدام الملاحظة بعدة طرق لجمع بيانات غنية ودقيقة، ملاحظة سلوكيات الطلبة على مواقع التواصل الاجتماعي، مراقبة تفاعل الطلبة مع المحتوى المتعلق بالقضية... الخ

✓ الملاحظة:

يعرف البعض الملاحظة التداخلية بأنها المشاهدة الدقيقة لظاهرة معينة مع الاستعانة بأساليب البحث من الدراسة التي تتلاءم مع طبيعة الموضوع، وهذا هو المعنى العام للملاحظة وكذلك يستخدم هذا المصطلح نفسه بمعنى خاص فيطلق على الحقائق المشاهدة التي يقررها الباحث في فرع خاص من فروع المعرفة.

#### 8- مجتمع البحث وعينته

إن الشروع في اختيار العينة ومجتمع البحث يعتبر من الخطوات الأولية والمهمة في أي دراسة من هذا النوع، وهي ضرورة حتمية للإجابة على التساؤلات المطروحة في هذه الدراسة والمتمثلة في طلبة الإعلام والاتصال بجامعة الجلفة ومدى تفاعلهم مع طوفان الأقصى من خلال شبكة التواصل الاجتماعي فايسبوك.

#### 9- مفاهيم الدراسة

فيما يلي مفاهيم الدراسة المتعلقة بـ "اعتماد طلبة إعلام والاتصال بجامعة الجلفة على فيس بوك كمصدر للمعلومات أثناء عملية (طوفان الأقصى):

أ. فيس بوك

- التعريف الاصطلاحي: فيس بوك هو منصة إلكترونية للتواصل الاجتماعي تتيح للمستخدمين تبادل الأخبار والمعلومات والنقاشات، وهو أحد أكثر وسائل التواصل الاجتماعي استخدامًا في العالم.

- التعريف الإجرائي: فيس بوك في هذه الدراسة هو الموقع الإلكتروني الذي يستخدمه طلبة إعلام والاتصال بجامعة الجلفة كمصدر للحصول على المعلومات حول عملية طوفان الأقصى.

#### ب. مصدر المعلومات

- التعريف اللغوي: مصدر المعلومات هو المرجع الذي يستمد منه الفرد البيانات والأخبار والمعرفة.
- التعريف الاصطلاحي: مصدر المعلومات هو الوسيلة أو القناة التي يتم من خلالها الحصول على المعلومات، سواء كانت كتبًا أو وسائل إعلامية أو منصات إلكترونية.
- التعريف الإجرائي: في هذه الدراسة، مصدر المعلومات يشير إلى فيس بوك باعتباره القناة التي يعتمد عليها طلبة إعلام والاتصال للحصول على المعلومات المتعلقة بعملية طوفان الأقصى.

#### ت. عملية طوفان الأقصى

- التعريف اللغوي: الطوفان هو فيضان أو تدفق كبير للمياه، والأقصى هو المسجد الأقصى المعروف في القدس.
- التعريف الإجرائي: في هذه الدراسة، عملية طوفان الأقصى تشير إلى الحدث المسمى "طوفان الأقصى"، والذي يتابعه طلبة الإعلام والاتصال بجامعة الجلفة عبر فيس بوك للحصول على المعلومات والتحديثات حوله.

#### 10- الدراسات المشابهة

- أ. الدراسة الأولى: عثمانية عبد القادر (2024)، التغطية الإعلامية للقنوات الإخبارية الغربية للحرب على غزة بعد عملية طوفان الأقصى - دراسة ميدانية في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية -، مجلة البحوث والدراسات العلمية.

حاول الباحث في هاته الدراسة تسليط الضوء على التغطية الإعلامية للقنوات الإخبارية الغربية للحرب على غزة بعد عملية طوفان الأقصى، وفق مبادئ ووظائف نظرية المسؤولية الاجتماعية من خلال قياس اتجاهات الأساتذة الجامعيين حول هذا الموضوع.

وقد خلصت الدراسة إلى أن هذه القنوات قد غرقت بالفعل في التحيز، وأنها قد خرقت كل مبادئ ووظائف نظرية المسؤولية الاجتماعية، وأنها لم تلتزم بهذه المبادئ والقواعد، وقد تنافت هنا وغابت المسؤولية الاجتماعية لهذه القنوات، وأصبحت مضللة لجمهورها وتمارس دعاية مغلوطة.

ب. الدراسة الثانية: نبيل محسن بدر الدين (2023)، تداعيات عملية طوفان الأقصى على القضية الفلسطينية، مجلة جامعة الملكة اروى العلمية المحكمة.

وقد هدفت الدراسة الى معرفة تداعيات عملية طوفان الأقصى على القضية الفلسطينية.

بينت الدراسة إن أهم الأسباب والدوافع لتنفيذ عملية طوفان الأقصى تتمثل في: استمرار الانتهاكات ضد المسجد الأقصى، وزيادة الانتهاكات ضد الشعب الفلسطيني في الضفة الغربية وقطاع غزة، وزيادة معانات الأسرى الفلسطينيين توسع المستوطنات اليهودية عرقلة صفقة القرن وعمليات التطبيع بين الدول العربية وإسرائيل وخاصة مع السعودية.

## الفصل الأول: شبكات التواصل الاجتماعي

## تمهيد الفصل:

في هذا الفصل، سنقوم باستعراض الخلفية النظرية والمفاهيم الأساسية التي تشكل الأساس لفهم موضوع الدراسة. سنتناول في المبحث الأول شبكات التواصل الاجتماعي، حيث سنستعرض ماهيتها وتطورها التاريخي، بالإضافة إلى الأدوار المتعددة التي تلعبها في حياتنا اليومية.

سننتقل بعد ذلك في المبحث الثاني إلى مناقشة مواقع التواصل الاجتماعي وأهميتها، مسلطين الضوء على الفروق بين المفهومين وأهمية كل منهما في السياق المعاصر، بالإضافة إلى تحليل الأثر الذي تتركه هذه المواقع على الأفراد والمجتمعات، وفق الخطة التالية:

- المبحث الأول: شبكات التواصل الاجتماعي
- المبحث الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي وأهميتها

## المبحث الأول: ماهية شبكات التواصل الاجتماعي

تعد مواقع التواصل الاجتماعي مكاناً لتبادل الأفكار، وبناء العلاقات المهنية، والترويج للمنتجات والخدمات، وحتى التأثير على الرأي العام وصنع القرارات السياسية.

من هنا، يأتي هذا المبحث ليسلط الضوء على ماهية مواقع التواصل الاجتماعي، نشأتها وتطورها، وأنواعها المختلفة، بالإضافة إلى مميزاتها وتأثيراتها المتعددة على المجتمع.

### المطلب الأول: شبكات التواصل الاجتماعي

#### أولاً: تعريف شبكات التواصل الاجتماعي

● **التواصل:** يعد مفهوم التواصل من المفاهيم الشائكة والسبب في ذلك هو الاهتمام الكبير الذي توليه العديد من حقول المعرفة الإنسانية لدراسته والبحث فيه ( العلوم الإنسانية الرياضيات العلوم الطبيعية، وهذا نتج عنه اختلاف في تحدياته وتنوع في تصوراته وتتعد في نماذجه النظرية<sup>1</sup>.

نشأت كلمة التواصل من الجذر اللاتيني "Communis"،<sup>2</sup> والذي يعني "مشترك"، ولكن المعنى الأعمق يكمن في فكرة تقاسم الأفكار والمعلومات والخبرات. التواصل هو عملية إنسانية جوهرية تمكّننا من ربط بعضنا البعض وتبادل عالم مشترك من المعاني. يمكن أن يأتي المصدر في شكل شخص يتحدث أو يكتب، أو جهاز مثل الهاتف أو التلفاز، وحتى الشبكات الإلكترونية التي تنقل الأفكار على الفور. الرسالة، بدورها، يمكن

<sup>1</sup>- كبرو البديري، مفهوم التواصل لغة واصطلاحاً وأنواعه، بتاريخ 2024/06/05، رابط الموقع الإلكتروني: <https://artic.nl7za.com>

<sup>2</sup>- طلعت منصور، سيكولوجية الإتصال، عالم الفكر، المجلد 11، العدد 2، 1980، ص 198 - 104

أن تتخذ أشكالاً مختلفة، مثل الكلمات المكتوبة على ورق أو الأصوات المنقولة عبر الهواء أو الرسائل الرقمية المنقولة عبر الفضاء الإلكتروني.

يصف عالم الاجتماع تشارلز كولي التواصل بأنه الآلية التي من خلالها تتشكل العلاقات الإنسانية وتنمو الرموز العقلية وتتطور من خلال نشرها في المكان والزمان.

ويرى تشارلز رايت أن التواصل هو عملية نقل المعنى أو المغزى بين الأشخاص، موضحاً أن هذه العملية هي الطريقة التي يخلق بها الأفراد معنى متبادلاً ويصلون إلى فهم مشترك، وفقاً لروجرز كنيكايد.

● **الاجتماعي:** هو مجموعة من الأفراد الذين يربط بينهم رابط مشترك، مما يجعلهم يعيشون حياة مشتركة وينظمون علاقاتهم فيما بينهم بشكل منظم ومعترف به.<sup>1</sup>

● **شبكات التواصل الاجتماعي:** هي عبارة عن موقع على شبكة الانترنت توفر لمستخدميها فرصة للحوار وتبادل المعلومات والآراء والأفكار والمشكلات من خلال الملفات الشخصية والبومات الصور وغرف الدردشة وغير ذلك، ومن المثلة على هذه الشبكات مواقع: <sup>2</sup> Facebook، Youtube،

Twitere والشبكة الاجتماعية الرقمية هي هوايات اجتماعية ينشأها أفراد أو منظمات لديهم رابط نتيجة التفاعل الاجتماعي، ويمثلها هيكل أو شكل ديناميكي لجماعة اجتماعية، وهي تنشأ من أجل توسيع أو تفعيل العلاقات المهنية أو العلاقات الصديقة، ومن أبرز شبكات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر ويوتيوب أصبحت جزءاً لا يتجزأ من حياة الكثيرين، خاصةً بين طلبة الجامعات كما ذكرت. تتيح هذه المنصات الفرصة للناس للتواصل وتبادل التجارب وبناء المجتمعات الافتراضية. لقد

<sup>1</sup> رجب العبد، التواصل الاجتماعي أنواعه، ضوابطه، وآثاره ومعوقاته، مذكرة ماجستير، تخصص تفسير وعلوم القرآن، الجامعة الإسلامية، فلسطين، 2011م، ص20.

<sup>2</sup> عبد الكريم على، زهيز ياسين طاهات، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة في الجامعات الأردنية، دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد رقم 40، العدد 01، 2013م، ص68.

أصبحت الشبكات الاجتماعية الرقمية ساحةً للتواصل وتوسيع العلاقات، سواء كانت العلاقات المهنية أو صداقات. تسمح للمستخدمين بإنشاء هوياتهم الخاصة على الإنترنت والتفاعل مع الآخرين الذين لديهم اهتمامات أو خلفيات أو أهداف مشتركة.<sup>1</sup>

بشكل عام، تعد مواقع التواصل الاجتماعي وسائل هامة للتفاعل والتواصل الاجتماعي في العصر الحالي، وقد انتشرت بشكل كبير بين مختلف شرائح المجتمع.

ثانياً: نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي:<sup>2</sup>

بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل: Classmates.com عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة وموقع Sixdegrees.com عام 1997 وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص. وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء وبالرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن ذلك الموقع لم تستطع أن تدر ربحاً مالياً وتم إغلاقها، وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999 و 2000 ومع بداية عام 2005 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدات صفحاته أكثر من قوقل وموقع ماي سبايس الأمريكي الشهير ويعتبر من أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم، ومعه منافسه الشهير فيسبوك والذي بدأ أيضاً في الانتشار المتوازي مع ماي سبايس حتى قام فيسبوك في عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي فيسبوك بشكل كبير ويعتقد أن عددهم حالياً يتجاوز 400 مليون مستخدم على مستوى العالم. تلك

<sup>1</sup> - صالح سعود، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع، جامعة الملك عبد العزيز، السعودية، 2011، م، ص 09.

<sup>2</sup> - أسامة غازي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة أم القرى، 2015، ص 39.

الشبكات الاجتماعية أصبحت محل الدراسة للكثير من الدارسين في مجال المجتمعات والباحثين في عد من المواضيع مثل الخصوصية والهوية ورأس مال مجتمعات المراهقين.

عند الحديث عن مراحل تطور مواقع التواصل الاجتماعي في الفضاء المعلوماتي، تجدر الإشارة إلى مرحلتين

أساسيتين:

**المرحلة الأولى:** يمكن وصفها بالمرحلة التأسيسية للمواقع الاجتماعية وهي المرحلة التي ظهرت مع الجيل الأول للويب Web1 وتشهد هذه المرحلة على البداية التأسيسية للشبكات.

شهدت هذه المرحلة مواقع متعددة من أشهرها أيضا موقع al Live jour وموقع Cyworld

1999 الذي أنشئ في كوريا وموقع Ryze الذي تبلور الهدف منه في تكوين شبكات اجتماعية لرجال الأعمال لتسهيل التعاملات التجارية، وتجدر الإشارة في طرح التالي أن أبرز ما ركزت عليه موقع التواصل الاجتماعي في بدايتها هي خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء، وعلى الرغم من أنها وفرت بعض خدمات مواقع التواصل الاجتماعي الحالية إلا أن لم تستطع أن تدر ربح على مؤسسيها ولم يكتب لكثير منها البقاء.

**المرحلة الثانية:** وتشير إلى مجموعة من التطبيقات على الويب (مدونات، مواقع المشاركة، الوسائط المتعددة وغيرها) والتي اهتمت بتطوير التجمعات الافتراضية مركزة على درجة كبيرة من التفاعل والاندماج والتعاون ولقد ارتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطوير خدمات شبكة الأنترنت، وهي مرحلة اكتمال المواقع الاجتماعية ويمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاقة موقع ماي سبايس وهو الموقع الأمريكي المشهور، ثم موقع الفيسبوك. وتشهد المرحلة الثانية مع تطور المواقع الاجتماعية الاقبال المتزايد من قبل المستخدمين لموقع المواقع العالمية. ويتناسب ذلك مع تزايد مستخدمي الانترنت على مستوى العالم. إلا أن الميلاد الفعلي للمواقع الاجتماعية كان مع بداية عام 2002 حيث ظهر موقع "فندر Friendster" الذي حقق نجاحا كبيرا وفي النصف الثاني من

نفس العلم في فرنسا ظهر موقع "سكايروك Skyrock" كمنصة للتكوين ثم تحول بشكل كامل لى شبكة اجتماعية سنة 2007.

ومع بداية 2005 ظهر موقع "ماي" "سبايس" الأمريكي الشهير والذي يعتبر من أوائل المواقع الاجتماعية وأكبرها على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير "فايسبوك Facebook" والذي بدأ في الانتشار المتوازي مع ماي سبايس حتى قام فيسبوك في 2007 بإناحة تكوين تطبيقات للمطورين، مما أدى في زيادة أعداد مستعملي "فايسبوك" بشكل كبير ، وعلى مستوى العالم ونجح بالفوق على منافسه ماي سبايس علم 2008، أيضا ظهرت عدة مواقع أخرى تويتر وليوتيوب لتستمر ظاهرة مواقع التواصل الاجتماعي في التنوع والتطور.

تلك المواقع الاجتماعية أصبحت محل الدراسة للكثير من الدارسين في مجال المجتمعات والباحثين في عدد من المواضيع مثل الخصوصية والهوية ورأس مال المجتمعات واستعمالات المراهقين.<sup>1</sup>

### ثالثا: مميزات شبكات التواصل الاجتماعي

تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بعدة خصائص منها:

#### 1. التشاركية والتفاعلية:

إذ يقوم كل عنصر بإثراء صفحته في الشبكة بكل المعلومات المتعلقة به سواء بشخصه (أنواع، ملابس رياضة... ) أو متعلقة بموطنه من خلال نشر صور وخرائط عن مدينته، أصدقائه، بعض المعالم الأثرية ببلده) والتي يرغب في إيصالها الى الطرف الآخر دون أن يص نه مهند في ذاتينه أو خصوصيته كما يطلب معلومات عن العضو الآخر لأن الهدف دائما هو عرض الذات والتعرف على الآخر .

<sup>1</sup> - أحمد كاظم حنتوش، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في قطاع التعليم الجامعي، كلية الطب البيطري جامعة القاسم الخضراء نموذجاً، محطة مركز بابل للدراسات الإنسانية، المجلد 7، العدد 4، 2017، ص 201-202.

## 2 الحضور الدائم غير المادي<sup>1</sup>

حيث لا تتطلب عملية الاتصال الدائم إذ يمكن لعضو الاتصال بالعضو الآخر من خلال ترك رسالة نصية أو معلومات أو أفلام أو موسيقى أو غيرها من مجالات اهتمام الشخص الآخر صور والذي يمكن أن يرد عليه بنفس الطريقة أن يلتقيا في وقت متزامن، كما يمكن لهما الاتصال مباشرة سواء من خلال الدردشة النصية أو من خلال الدردشة الشفهية باستعمال الميكروفون وكلتا الحالتين تتطلب أن يكون أحد الطرفين ملما بلغة الآخر (كتابة ونطقا) لتسهيل عملية التواصل وغالبا ما يكون الطرف الأضعف ثقافيا مطالبا بإتقان لغة مخاطبه.

## 3. الوضوح لهوياتي:

وهي شيء تلقائي يحدث بين الطرفين لأن الغاية هي التعرف على الآخر وتعريفه بالأنا، وهذا ما يجعل عملية التواصل خالية من الحيل والأكاذيب وخاضعة لصراحة تامة كما أن عملية التسجيل عبر المواقع تتطلب نوعا من الشفافية في تدوين اسم المستخدم والبريد الإلكتروني إضافة إلى العنوان البريدي ورقم الهاتف، وهي معلومات شخصية عن الفرد المستخدم يمكن له أن يتشارك فيها، أو نقله عبر الشبكة في حالة ما إذا تولدت الثقة بينهم.

## 4. الهوية الرقمية أو المواطنة الرقمية

من أجل التسجيل في المواقع الاجتماعية يشترط على العضو اسم مستعار ورقم سري وهما بمثابة بطاقة تعريف للعضو، كما يتعين على المترشح للعضوية الموافقة على بنود عقد يعد بموجبه حقوقه وواجباته الرقمية وبمجرد استكمالها يحصل العضو على هوية رقمية باسم مستخدم ورقم سري وحيز خاص به يسمح له بمباشرة أعماله الرقمية بكل حرية، كما يمكن أن يتعرض إلى عقوبات مثل: حذف حسابه الإلكتروني أو تجميده نتيجة الممارسات غير الأخلاقية التي يمكن للفرد الإلكتروني أن يقوم بها. وبالتالي مواقع التواصل الاجتماعي مثل دول

<sup>1</sup>-مرسي مشري، شبكات التواصل الاجتماعية الرقمية (نظرة في الوظائف)، دار الكتاب للنشر والمطبوعات، الجزائر، 2011م، ص19.

افتراضية يتمتع فيها الأفراد بالحرية والحماية من قبل المشرفين على هذه المواقع شريطة الامتثال إلى القوانين التي وافق عليها الفرد خلال عملية تسجيله التي تمكنه من اكتساب هوية رقمية.<sup>1</sup>

## المطلب الثاني: أنواع شبكات التواصل الاجتماعي

### أولاً: الفيسبوك

أسس في فيفري 2004 في جامعة هارفارد في الولايات المتحدة الأمريكية، من قبل طالب يدعى مارك زوكربيرج فتخطت شهرتها حدود الجامعة وانتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية المختلفة، وظلت مقتصرة على أعداد من الزوار حتى عام 2007،<sup>2</sup> حيث حقق القائمون على الموقع إمكانات جديدة لهذه الشبكة ومنها إتاحة فرصة للمطورين مما زانت هذه الخاصية من شهرة موقع الفيسبوك بحيث تجاوز عند المسجلين في هذه الشبكة في الأول من جويلية 2010 النصف مليار شخص يزورونها باستمرار ويتبادلون فيما بينهم الملفات والصور ومقاطع الفيديو، ويعلقون على ما ينشر في صفحاتهم من آراء وأفكار وموضوعات متنوعة وجيدة، يضاف إلى ذلك المشاركة الفعالة، وغالبا ما تكون في المحادثات والردود.

وتطل شبكة الفيس بوك حاليا من حيث الشهرة والإقبال المركز الثالث بعد موقعي قوقل ومايكروسوفت وبلغ عدد المشتركين فيها أكثر من 200 مليون شخص.

<sup>1</sup>-عباس مجد الصادق، الإعلام الجديد، المفاهيم - الوسائل والتطبيقات، دار الشروق، عمان، 2008م، ص 108.

<sup>2</sup>-عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015م، ص 63-64

ويعرف الفيسبوك بأنه: موقع الكتروني للتواصل الاجتماعي، للأشخاص والشركات ليرزوا أنفسهم ويعززوا مكانتهم أدوات الموقع للتواصل أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك أو أخرى وإنشاء روابط تواصل مع الآخرين.<sup>1</sup>

#### ثانيا: انستغرام

يعزز الاتصالات السريعة عبر الصور والتعليقات عليها أو تسجيل الاعجاب، وهو من المواقع التي اكتسبت شعبية على المستوى الفردي والمؤسسي والانستغرام تطبيق متاح لتبادل الصور إضافة إلى أنها شبكة اجتماعية. كانت بداية الانستغرام عام 2010 حينما توصل إلى تطبيق يعمل على النقاط الصور وإضافة فتر رقمي إليها وإرسالها عبر خدمات الشبكات الاجتماعية.

في البداية كن دعم الانستغرام على الآي فون، والآيباد، والآيبود، وفي أبريل 2012 أضيف انستغرام لمنصة الأندرويد (Android) ثم تطور في جوان 2013 ليوضع في تطبيق تصوير الفيديو بالشكل المنقطع للمستخدمين.

من التطورات المهمة في تطبيق الانستغرام استحواذ شركة فيسبوك في أبريل 2012 على التطبيق بصفقة بلغت مليار دولار.

وأما عن تطور عند المتابعين فقد حصل التطبيق في ديسمبر 2010 على مليون مستخدم، وفي عام 2011 حصل على زيادة 500% من المستخدمين، ليصل العند إلى 5 ملايين مستخدم، ثم تضاعف العند مع إطلاق التطبيق لمنصة Android ليتظى عند المستخدمين 30 مليون مستخدم، ثم ديسمبر 2014 أعلنت خدمة انستغرام للصور التابعة لشبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك أنها تجاوزت عتبة 300 مليون مستخدم في

<sup>1</sup> -مهيب نصر، الفاييسبوك (صورة المثقف وسيرته العصرية)، جريدة القيس الكويتية اليومية، العدد 13446، 2010، ص10.

جويلية 2011 ، قام مستخدمون التطبيق برفع 100 مليون صورة، وفي شهر أوت من نفس العام وصل عدد الصور المرفوعة إلى 150 مليون صورة: أي بزيادة 50% خلال شهر واحد، ثم ماي 2012 تم الإعلان عن :

- في كل ثانية يتم إضافة 57 صورة جيدة.
- في الثانية الواحدة تحصل الشبكة على مستخدم جيد.
- تخطى التطبيق حاجز المليار صورة مرفوعة منذ أن تم إنشاؤه.

ومع نهاية عام 2015 تجاوز عند المشتركين في الموقع 400 مليون شخص، منهم 180 مليون مشترك

شهريا يرفعون 80 مليون صورة يوميا، وبلغ مجموع الإعجابات (3،5 مليار) منذ إنشائه .

**ويعرف الانستغرام:** يُعرّف الانستغرام بأنه أحد منصات التواصل الاجتماعي التي تُعنى بتحرير ورفع الصور ومقاطع الفيديو من خلال منشورات يتم نشرها عبر حساب المستخدم على هذه المنصة، كما يسمح الانستغرام بمشاركة تلك الصور ومقاطع الفيديو بسهولة عبر منصات التواصل الاجتماعي الأخرى كالفايس بوك وتويتر<sup>1</sup>.

### ثالثا: تويتر

تويتر إحدى شبكات التواصل الاجتماعي، التي انتشرت في السنوات الأخيرة ولعبت دورا كبيرا في الاحداث السياسية في العديد من البلدان، وأخذ التويتر اسمه من مصطلح (تويت الذي يعني التغريد. واتخذ من العصفورة رمزا له، وهو خمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى (140) حرفا) للرسالة الواحدة ، ويجوز للمرء أن يسميها نصا موجزا مكثفا لتفاصيل كثيرة.

<sup>1</sup> إسلام الزبون، بحث عن الإنستغرام، بتاريخ 3 يوليو 2023م، رابط الموقع الالكتروني:

[https://mawdoo3.com/%D8%A8%D8%AD%D8%AB\\_%D8%B9%D9%86\\_%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%86%D8%B3%D8%AA%D9%82%D8%B1%D8%A7%D9%85](https://mawdoo3.com/%D8%A8%D8%AD%D8%AB_%D8%B9%D9%86_%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%86%D8%B3%D8%AA%D9%82%D8%B1%D8%A7%D9%85)

ويمكن لمن لديه حساب في موقع تويتر أن يتبادل مع أصدقائه ذلك التغريدات (التويتات). من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة. ويتنافس مستخدموا تويتر بعدد المتابعين لهم، كما تتيح شبكة تويتر خدمة التكوين المصغرة هذه إمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الإلكتروني، كذلك أهم الأحداث من خلال خدمة (RSS) عبر الرسائل النصية (Sms).

كانت بداية ميلاد هذه الظمة المصغرة (تويتر) أوائل عام 2006 عندما أقدمت شركة (Obvious) الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التكوين المصغرة ثم أتاحت الشركة المعنية ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في أكتوبر من نفس العام، ومن ثم أخذ هذا الموقع بالانتشار باعتباره خدمة حيثة في مجال التدوينات المصغرة. بعد ذلك أقدمت الشركة ذاتها بفصل هذه الظمة المصغرة عن الشركة الأم واستحدثت لها اسما خاصا يطلق عليه (تويتر) وذلك في افريل 2007.<sup>1</sup>

#### رابعاً: اليوتيوب

هو موقع لمقاطع الفيديو متفرع من قوقل، يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة يمتلكون حساب فيه ويزوره الملايين من البشر يوميا، وتستفيد منه وسائل الإعلام المختلفة بعرض مقاطع الفيديو التي لم يتمكن مراسليها من الحصول عليها، تأسيس موقع يوتيوب 2005 في ولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية عن طريق إنشاد هولي، ستيف نشن، جاود كريم (وهم موظفون سابقون في شركة Paypal) ويشتمل الموقع على مقاطع متنوعة من أفلام السينما والتلفزيون والفيديو والموسيقى. وقامت قوقل علم 2006 بشراء الموقع مقابل 1.65 مليار دولار أمريكي ويعتبر اليوتيوب من الجيل الثاني أي من مواقع الويب (2.0) وأصبح اليوتيوب علم 2006 شبكة التواصل الأولى حسب اختيار مجلة تايم

<sup>1</sup>-إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، شبكات التواصل والانترنت والتأثير على الأمن القومي والاجتماعي، ط 1، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، 2016، ص ص 99-100.

الأمريكية، إلا أن الشهرة التي وصل إليها الموقع تعد مكسبا غير ربحي لظوه تقريبا من الإعلانات إلا أن الشهرة التي وصل إليها الموقع تحد مكسبا كبيرا لهؤلاء الثلاثة الذين قاموا بإنشائه وتأسيسه، بحيث أصبح اليوتيوب أكبر مستضيف لأفلام.

### المبحث الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي وأهميتها

في هذا المبحث، سنستعرض جوانب متعددة تتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي وأهميتها، من خلال تناول مجالات استخدامها ثم الايجابيات والسلبيات.

### المطلب الأول: مجالات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

تعد شبكات التواصل الاجتماعي من أهم الاختراعات التكنولوجية في عصرنا الحالي، حيث غيرت من شكل التواصل والتفاعل بين الأفراد والمجتمعات، وأتاحت فرصًا جديدة للتواصل وبناء العلاقات وتكوين الشبكات الاجتماعية. وبمرور الوقت، اكتسبت مواقع التواصل الاجتماعي شعبية هائلة وانتشارًا واسع النطاق حول العالم، وأصبحت جزءًا لا يتجزأ من الحياة اليومية للكثير من الناس<sup>1</sup>.

واحدة من أكثر مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي شيوعًا هي التسويق والإعلان. فهي توفر منصة مثالية للشركات والعلامات التجارية للترويج لمنتجاتها وخدماتها. يمكن للشركات إنشاء صفحات أو حسابات خاصة بهم وعرض منتجاتهم والتفاعل المباشر مع العملاء الحاليين والمحتملين، كما يسمح هذا التواصل المباشر للشركات بفهم احتياجات عملائهم ومتطلباتهم، وعرض أحدث العروض والترقيات، وبناء علاقات قوية مع عملائهم. كما يمكن استخدام هذه المنصات للوصول إلى جمهور أوسع ونشر الوعي بالعلامة التجارية، حيث يمكن للمستخدمين مشاركة المحتويات المثيرة للاهتمام مع أصدقائهم، مما يزيد من انتشار الرسالة التسويقية.

<sup>1</sup> -عبد الحكيم بن عبد الله بن راشد، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الأساسي، مذكرة الماجستير في التربية، تخصص إرشاد نفسي، جامعة نزوى، 2014/2015م، ص35.

بالإضافة إلى ذلك، أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي أداة رئيسية لخدمة العملاء. فهي توفر طريقة سريعة وفعالة للشركات للاستجابة لشكاوى العملاء واستفساراتهم. من خلال صفحات الدعم الخاصة بهم أو عن طريق خدمة الرسائل الفورية، يمكن للشركات حل المشكلات وتقديم حلول فورية لعملائهم، مما يعزز من ثقة العملاء وولائهم للعلامة التجارية. هذا التحول من طرق خدمة العملاء التقليدية إلى المنصات الرقمية جعلها أكثر كفاءة وملائمة لكل من الشركات والعملاء.

كما أن بناء العلاقات والتواصل هما مجالان آخران لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي. فيسمح هذا المنصات للأفراد بالبقاء على اتصال مع الأصدقاء والعائلة، ومشاركة تحديثاتهم اليومية، وتبادل الصور والفيديوهات، والبقاء على اطلاع بآخر التطورات في حياة أقرانهم، بالإضافة إلى ذلك، يمكن لرواد الأعمال استخدام هذه المنصات لتوسيع شبكاتهم المهنية وبناء العلاقات مع الشركاء المحتملين والعملاء. يمكن أن يكون وجود الشركات البارز على مواقع التواصل الاجتماعي مفيداً في بناء الثقة والشفافية مع العملاء المحتملين، حيث يمكنهم عرض شهادات العملاء وملفات تعريف الموظفين وما إلى ذلك<sup>1</sup>.

وتستخدم مواقع التواصل الاجتماعي أيضاً على نطاق واسع في مجال التوظيف والتواصل المهني، فهي توفر منصة مثالية للباحثين عن عمل لعرض مؤهلاتهم وخبراتهم المهنية. يمكن للأفراد إنشاء ملفات تعريف مفصلة تتضمن خبراتهم التعليمية والمهنية، والمهارات التي يمتلكونها، مما يتيح لأصحاب العمل المحتملين فرصة العثور عليهم والتواصل معهم. بالإضافة إلى ذلك، يمكن للمهنيين في مجال معين استخدام هذه المنصات للتواصل مع زملائهم وتبادل الآراء والأفكار حول أحدث التطورات في مجالهم، مما يقيهم على اطلاع دائم بالفرص المهنية المحتملة.

نشر المحتوى والتأثير هما مجالان آخران مهمان لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي. فيمكن لهذه المنصات أن تكون منبرا للأفراد والشركات لنشر محتوياتهم الإبداعية والتواصل مع جمهور واسع، يمكن للمؤثرين الاجتماعيين

<sup>1</sup> عبد الحكيم بن عبد الله بن راشد، المرجع السابق، ص35.

وناشري المحتوى بناء متابعين مهتمين بمحتوهم، ونشر الأفكار والمعلومات المفيدة، وكسب الدخل من خلال رعاية المحتوى أو الترويج للمنتجات كما يمكن للشركات أيضاً الاستفادة من هذه المنصات لنشر محتوى مرئي جذاب ومقاطع فيديو تعليمية أو ترويجية، مما يساعد على بناء هوية العلامة التجارية وتعزيز ولاء العملاء.

## المطلب الثاني: إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي

### أولاً: إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي

تتمثل إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي في:<sup>1</sup>

1. توسيع دائرة العلاقات الاجتماعية: تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي أداة مفيدة في توسيع دائرة

العلاقات الاجتماعية، حيث يمكن للأفراد التواصل مع أصدقاء جدد والحفاظ على الاتصال مع الأصدقاء القدامى.

2. تقليل الحواجز التي تعيق الاتصال: يمكن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لنقل الأفكار والآراء

بسهولة وفعالية لعدد كبير من الأشخاص في أي وقت ومن أي مكان، مما يساعد على توسيع فرص التواصل وتبادل الآراء.

3. تشكيل رأي عام فعال: تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة فعالة لتشكيل رأي عام مساند لبعض

القضايا، ويمكن أن يؤدي ذلك إلى تغيير إيجابي في بعض مناحي الحياة.

4. ترويج المنتجات والخدمات: تستخدم الشركات مواقع التواصل الاجتماعي كأداة للترويج لمنتجاتها

وخدماتها بتكلفة أقل، مما يساهم في زيادة الأرباح وتوسيع نطاق العمل.

<sup>1</sup>- إبراهيم العبيدي، إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي، بتاريخ: 20 أبريل 2024م، رابط الموقع

الالكتروني: <https://mawdoo3.com>

5. متابعة أخبار العالم: يمكن الحصول على آخر الأخبار والمعلومات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بسرعة وسهولة، مما يساعد الأفراد على متابعة أحداث العالم بشكل مستمر.

6. دعم رجال الأعمال والشركات: تساعد مواقع التواصل الاجتماعي رجال الأعمال والشركات على التواصل مع العملاء وتسويق منتجاتهم وخدماتهم، وتعد وسيلة فعالة لمتابعة الأعمال والترويج لها.

### ثانياً: سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي

و أما عن سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي فهي عديدة أيضاً وأهمها:<sup>1</sup>

- الإدمان: يعتبر الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي من أبرز السلبيات. فقد أظهرت الدراسات أن الكثير من الأفراد، وخاصة المراهقين، يقضون ساعات طويلة يومياً على هذه المنصات، مما يؤثر سلباً على وقتهم وتركيزهم في الأنشطة الأخرى.
- التأثير السلبي على الصحة العقلية: يعتبر التواصل الاجتماعي الافتراضي بديلاً للتواصل الحقيقي، مما يؤدي إلى الشعور بالوحدة والعزلة والقلق الاجتماعي. كما أنه يمكن أن يزيد من مخاطر الاكتئاب والقلق وانخفاض مستوى الرضا الذاتي.
- انتشار الأخبار الزائفة: تعد مواقع التواصل الاجتماعي بيئة خصبة لانتشار الأخبار الزائفة والمعلومات غير الموثوقة. يمكن لهذا الانتشار السريع أن يؤثر على الرأي العام ويؤدي إلى انتشار الشائعات والتضليل.
- انعدام الخصوصية: يعاني الكثيرون من انتهاك الخصوصية على مواقع التواصل الاجتماعي. فعلى الرغم من الإعدادات الخاصة بالخصوصية، إلا أنه يمكن للمعلومات الشخصية أن تنتشر بسهولة وتصبح متاحة للجمهور أو للأشخاص غير المرغوب فيهم.

<sup>1</sup> موقع الجزيرة الإلكتروني، وسائل التواصل الاجتماعي الإيجابية والسلبيات، بتاريخ: 2024/03/07، رابط الموقع: <https://www.aljazeera.net/tech>

- التأثير على العلاقات الاجتماعية: قد يؤدي الاعتماد الزائد على التواصل الافتراضي إلى تقليل الاتصال الحقيقي والتفاعل الاجتماعي الواقعي. يمكن أن يؤدي ذلك إلى ضعف العلاقات الشخصية والعائلية والاجتماعية.
- التأثير على الإنتاجية: يمكن أن تشكل مواقع التواصل الاجتماعي تشتتًا وتشتيتًا للانتباه، مما يؤثر على الإنتاجية في العمل أو الدراسة.

## خلاصة الفصل:

من خلال هذا الفصل تم التوصل إلى مايلي:

تُعد شبكات التواصل الاجتماعي مثل Facebook و Twitter و Youtube منصات رقمية تُتيح للمستخدمين التواصل وتبادل المعلومات والآراء والأفكار والمشكلات عبر الملفات الشخصية، ألبومات الصور، وغرف الدردشة وغيرها. تُساهم هذه الشبكات في توسيع وتفعيل العلاقات المهنية أو الصداقة، مما يُتيح إنشاء هويات افتراضية والتفاعل مع الآخرين الذين لديهم اهتمامات أو خلفيات أو أهداف مشتركة.

تُعد شبكات التواصل الاجتماعي أداة قوية في عالم اليوم، حيث تُستخدم في مجالات متعددة مثل التسويق والإعلان، خدمة العملاء، بناء العلاقات، التوظيف والتواصل المهني، ونشر المحتوى والتأثير فهي تُتيح للشركات التواصل مع عملائها، وبناء علاقات قوية، وتعزيز ولاءهم للعلامة التجارية، كما تُتيح للأفراد التواصل مع أصدقائهم وعائلاتهم، وتوسيع شبكاتهم المهنية، ونشر محتوهم الإبداعي والتأثير على جمهور واسع.

تُعد مواقع التواصل الاجتماعي أداة قوية ذات إيجابيات وسلبيات. فهي تُسهّل التواصل مع الأصدقاء، وتُساهم في تشكيل رأي عام، وتُساعد الشركات على الترويج لمنتجاتها، وتُتيح متابعة أخبار العالم، لكنها أيضًا تُسبب الإدمان، وتؤثر سلبيًا على الصحة العقلية، وتُشجع انتشار الأخبار الزائفة، وتُنتهك الخصوصية، وتُضعف العلاقات الاجتماعية، وتُقلّل من الإنتاجية.

## الفصل الثاني: شبكة التواصل الاجتماعي

فيس بوك (Facebook)

## تمهيد الفصل

منذ انطلاقه في عام 2004، أحدث موقع فيس بوك ثورة في طريقة التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت، مما أثار بشكل كبير على جوانب عديدة من الحياة اليومية للأفراد والمجتمعات حول العالم. لم يعد فيس بوك مجرد وسيلة للتواصل بين الأصدقاء والعائلة، بل أصبح منصة شاملة تتضمن جوانب متعددة مثل الإعلام، الأعمال التجارية، التعليم، والسياسة.

في هذا الفصل، سنتناول تأثيرات فيس بوك على المجتمع من خلال استعراض كيفية تأثيره على الاتصالات الشخصية، وكيفية استغلاله في الأنشطة التجارية والتسويق، بالإضافة إلى دوره في تشكيل الرأي العام والسياسات، كما سنناقش تأثيرات فيس بوك على الثقافة والمجتمعات المحلية، وتأثيراته النفسية والاجتماعية على الأفراد، وفق الخطة التالية:

- المبحث الأول: ماهية شبكات التواصل الاجتماعي
- المبحث الثاني: شبكة الفاييس بوك وتأثيراتها

## المبحث الأول: ماهية شبكات التواصل الاجتماعي

يبرز موقع فيس بوك كواحد من أبرز وأكبر منصات التواصل الاجتماعي التي أثرت بعمق على طريقة تفاعل الأفراد والمجتمعات.

سنتطرق في هذا المبحث إلى الفيس بوك كموقع لشبكات التواصل الاجتماعي، حيث سنبدأ بتقديم نظرة شاملة عن ماهية هذا الموقع وكيفية نشأته وتطوره ليصبح منصة رائدة في هذا المجال، ثم استخداماته ومتطلباته

## المطلب الأول: ماهية الفيس بوك

## أولاً: مفهوم الفيس بوك

جاءت تسمية الموقع من مصطلح "فيسبوك" (Facebook) الذي يشير إلى كتيب ورقي يحتوي على صور ومعلومات عن طلاب الجامعات، وهي طريقة شائعة في الجامعات الأجنبية لتعريف الطلاب ببعضهم البعض، فيسبوك هو موقع للتواصل الاجتماعي يمكن الوصول إليه مجاناً، وتديره شركة فيسبوك محدودة المسؤولية. يمكن للمستخدمين الانضمام إلى شبكات تنظمها المدينة أو مكان العمل أو المدرسة أو الإقليم، بهدف الاتصال والتفاعل مع الآخرين.<sup>1</sup>

ويُعرف بأنه موقع ويب للتواصل الاجتماعي، حيث يُعد بمثابة مدونة شخصية أو صفحة شخصية على الإنترنت، يمتلك كل فرد مسجل في الموقع صفحة واحدة يمكنه من خلالها التواصل مع جميع الأفراد المشتركين في الموقع من مختلف أنحاء العالم ويوفر الموقع للأفراد المشتركين القدرة على تبادل آرائهم ومقترحاتهم والمناقشة فيها، بالإضافة إلى إمكانية تنزيل الصور ومقاطع الفيديو وغيرها من الخدمات المتوفرة.

<sup>1</sup> الهواري، لمياء صالح، مستوى استخدام طلبة جامعة مؤتة لشبكات الواتساب والفيسبوك وعلاقته بكل من البناء القيمي وفعالية الذات الأكاديمية، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد 164، ج1، 2015م، ص213.

وله مميزات أهمها، البحث عن الأصدقاء، أو البحث عن صفحات بموضوعات مختلفة، وذلك من خلال كتابة البريد الإلكتروني أو اسم أحد أصدقاء الفرد في المكان المخصص للبحث وإذا كان مشتركاً على الفيس بوك ستجده وتتواصل معه، أو إذا كانت الصفحات متوفرة سيجدها ويتواصل معها.

### ثانياً: مميزات فيسبوك

تتميز منصة فيسبوك بالتطوير المستمر وإضافة ميزات جديدة لتلبية احتياجات مستخدميها المتزايدة حيث يمكن للمستخدمين تبادل الصور ومقاطع الفيديو، وكذا المشاركة في الفعاليات والأحداث، وتحديث حالتهم المزاجية لمشاركة مشاعرهم مع الآخرين. وفيما يلي بعض المزايا الأساسية للفيس بوك<sup>1</sup>:

- إنشاء ملف شخصي: يتيح فيسبوك للمستخدمين إنشاء ملفات شخصية تحتوي على معلوماتهم الشخصية، مما يسمح لهم بمشاركة الصور والفيديوهات والمقالات والروابط مع متابعيهم.
- الانضمام إلى مجموعات وصفحات: يمكن للمستخدمين الانضمام إلى مجموعات وصفحات تهتم بمواضيع معينة والمشاركة في المحادثات والنقاشات ذات الصلة.
- أداة تسويقية: يُستخدم فيسبوك كأداة تسويقية فعالة للأفراد والشركات، حيث يمكن إنشاء صفحات للعلامات التجارية والمنظمات للتفاعل مع الجمهور ونشر محتوى ترويجي. كما توفر الصفحات والإعلانات استهدافاً دقيقاً للوصول إلى جماهير محددة.
- مشاركة متنوعة: يسمح فيسبوك بمشاركة الصور، مقاطع الفيديو، والروابط، مما يمكن المستخدمين من التعبير بشكل أفضل عن أنفسهم ومشاركة تجاربهم.

<sup>1</sup> أمال فرد، تعريف الفيس بوك وأهم مميزاته ووظائفه، بتاريخ: 2024/06/06م، رابط الموقع الإلكتروني:

<https://artic.nl7za.com>

- نشر تحديثات الحالة والقصص: يمكن للمستخدمين نشر تحديثات الحالة النصية والصور، وكذلك القصص المؤقتة التي تختفي بعد مدة زمنية محددة، مما يسمح بمشاركة اللحظات اليومية بشكل سريع ومباشر.
- التعليق والتفاعل: يتيح فيسبوك التعليق على منشورات الأصدقاء والرد على التعليقات، مما يعزز التفاعل الفعّال والمحادثات الديناميكية.
- الانضمام إلى مجموعات اهتمام مشترك: يمكن للمستخدمين إنشاء والانضمام إلى مجموعات تهتم بمواضيع معينة، مما يسمح بالتفاعل مع أشخاص يشاركون نفس الاهتمامات.

### المطلب الثاني: استخدامات شبكة الفيس بوك

شبكة الفيس بوك يُستخدم لأغراض متعددة ومتقدمة:

1. إنشاء وتحديث الملف الشخصي: يُمكن للمستخدمين إنشاء ملفات شخصية تعكس هويتهم واهتماماتهم. يمكنهم إضافة معلومات عن أنفسهم مثل: مكان العمل والمؤهلات التعليمية والحالة الاجتماعية.
2. التعلم التعاوني: يُمكن للمدرسين استخدام الفيس بوك كأداة لتعزيز التعلم التعاوني، حيث يُمكن تقسيم الطلاب إلى مجموعات وإنشاء صفحات أو مجموعات خاصة بهم على الفيس بوك.<sup>1</sup>
3. الاستفادة من أداة الأماكن: يُمكن استخدام أداة الأماكن لتحديد موقع دول أو مناطق معينة، مما يُمكن المتعلمين من التعامل مع الخرائط.

<sup>1</sup> رشيد التلوّاتي، استخدام الفيس بوك كأداة تعليمية: باقة من الأفكار والطرق، بتاريخ: 2017/11/18م، رابط الموقع الإلكتروني: <https://www.new-educ.com>

4. الإعلانات: يُمكن استخدام الفاييس بوك كأداة لنشر الإعلانات، مثل دعوة الطلاب لحضور مناسبات تعليمية مختلفة.

5. ضبط خيارات الخصوصية: يُمكن للمستخدمين تغيير إعدادات الخصوصية الأساسية التي تؤثر على حساب الفاييس بوك بالكامل.

6. التواصل والاطلاع على الجديد: يُمكن للمستخدمين استخدام الفاييس بوك للتواصل مع الآخرين والبقاء على اطلاع بالأخبار الحالية.

### المبحث الثاني: شبكة الفاييس بوك وتأثيراتها

هذا المبحث سنتطرق إلى شبكة الفاييس بوك وتأثيراته المتعددة على الأفراد والمجتمعات، وسيتم ذلك من خلال استعراض استعمالاته وصفاته، والخدمات التي يقدمها، وأخيراً تقييم إيجابياته وسلبياته.

### المطلب الأول: استعمالات وصفات الفاييس بوك

للفاييس بوك استعمالات عديدة ولعل أهم ما يجب ذكره هو:<sup>1</sup>

يتيح الفيس بوك فرصة رائعة للتواصل بين الأعضاء المشتركين في الموقع، حيث يمكن للأعضاء إضافة من يشاءون من الأصدقاء للتواصل معهم بعد الحصول على موافقتهم. يتمتع الأعضاء بخيار الحرية في إضافة الأصدقاء، إذ يتيح الفيس بوك لكل شخص أن يختار بحرية من يريد أن يضيفه كصديق، ويمكن للطرف الآخر قبول أو رفض طلب الصداقة بناءً على رغبته، فعند تلقي طلب صداقة، يمكن للشخص المستلم أن يطلع على نبذة شخصية عن الشخص الذي أرسل الطلب، أو الاستفسار عنه من الأصدقاء المشتركين. إذا تمت الموافقة على طلب الصداقة، يمكن للطرفين التواصل بشكل مباشر عبر الفيس بوك.

<sup>1</sup> -على خليل، شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة لنشر والتوزيع، الأردن، 2014م، ط 01، ص 67.

كما يمكن للأعضاء إرشاد أصدقائهم إلى بعضهم البعض إذا كانوا لا يعرفون بعضهم في الواقع الحقيقي، مما يسهم في توسيع شبكة الصداقة. يوفر الفيس بوك أيضًا ميزة اقتراح أصدقاء جدد بناءً على الأصدقاء المشتركين، مما يساعد على بناء شبكة تواصل واسعة ومتنوعة.

هذه الأدوات والميزات تجعل الفيس بوك منصة فعّالة لتوسيع دائرة الأصدقاء والتواصل مع الأشخاص الجدد، بالإضافة إلى الحفاظ على العلاقات الحالية وتعزيزها.

يقدم الفيس بوك خدمات عديدة للشركات وأصحاب الأعمال في مجال الإعلان عن الوظائف واختبار الموظفين. يمكن للشركات أخذ ما ينشره المتقدمون من نبذ شخصية عن أنفسهم وخبراتهم على الفيس بوك بعين الاعتبار عند البدء في اختيار الموظفين من بين المتقدمين. هذا يمكن أن يوفر للشركات نظرة أعمق عن المتقدمين ويسهل عملية التوظيف<sup>1</sup>.

بالإضافة إلى ذلك، يلعب الفيس بوك دورًا كبيرًا في التسويق والترويج للمنتجات. يمكن للشركات استخدام الفيس بوك للوصول إلى جمهور واسع من خلال الإعلانات المستهدفة، والمشاركة في المجتمعات ذات الصلة بمجال عملهم، والتفاعل مباشرة مع العملاء. هذه الأدوات تمكن الشركات من بناء علاقات قوية مع جمهورها وزيادة الوعي بمنتجاتها أو خدماتها، مما يساهم في نمو أعمالها بشكل فعال.

يتيح الفيس بوك فرصًا متعددة لتحميل الألبومات والصور بشكل أوسع مقارنة بالمواقع الأخرى. يتم تحميل أكثر من مليار صورة شهريًا على الفيس بوك، بالإضافة إلى تسجيل مقاطع الفيديو عبر عدة مصادر مثل: الهاتف النقال والبريد الإلكتروني، حيث يتم تحميل أكثر من عشرة ملايين مقطع شهريًا على هذا الموقع.

<sup>1</sup> على خليل، المرجع السابق، ص 68.

تتخصص مجتمعات الفيس بوك في عدة مواضيع تساهم في تقييد الأعضاء وتدريبهم وتعليمهم، ما يساعد في زيادة خبراتهم، كما يمكن متابعة أخبار الشخصيات المشهورة في كافة المجالات، سواء كانت سياسية، اقتصادية، فنية، اجتماعية أو دينية ومعظم هذه الشخصيات تمتلك حسابات على الفيس بوك، مما يتيح للمتابعين الاطلاع على أخبارهم وأفكارهم وخواطرهم ووجهات نظرهم.

يوفر الفيس بوك أيضًا إمكانية تثبيت أي موقع أو خبر أو صور ومقاطع فيديو يرغب العضو في الاحتفاظ بها، للرجوع إليها في أي وقت يشاء.

### المطلب الثاني: إيجابيات وسلبيات فايس بوك

#### أولاً: إيجابيات فايس بوك

ولعل أهمها ما يلي:<sup>1</sup>

- توحيد مجتمع الشباب: الفيس بوك يُعد نافذة مطلة على العالم، مما يجعله ساحة للتغيير وإبداء الرأي. يمكن للمستخدمين من خلاله التواصل ومشاركة تفاصيل حياتهم مع أصدقائهم.
- بناء العلاقات: الناس يسعون دائماً لإقامة علاقات جديدة والحفاظ على العلاقات القديمة، وجاء الفيس بوك كحل سحري لذلك في العالم الافتراضي، مما أكسبه أهمية ودوراً كبيرين على مر الزمن.
- المساهمة في عملية النشر الإلكتروني: الفيس بوك ساهم كثيراً وتلقائياً في عملية النشر الإلكتروني. فأي مستخدم للإنترنت يجد أن وجوده على الفيس بوك يزيد من معدل كتابته وبالتالي قراءته.
- تطوير سرعة الكتابة: الفيس بوك يساعد المستخدمين على تطوير سرعة الكتابة على الكمبيوتر والهواتف بفضّل الممارسة المستمرة.

<sup>1</sup> حيمد أحلام ، بوسعيداوي نجية، دور الفيس بوك في تشكيل الرأي العام الجامعي حول ظاهرة اختطاف الأطفال، مذكرة ماستر تخصص: سمعي بصري، جامعة يحيى فارس بالمدينة ، 2021/2020م، ص38.

- دعم الحملات والنشاطات الخيرية: يمكن المشاركة في دعم الحملات والنشاطات الخيرية عبر الانضمام لمجموعات معينة. هذه المجموعات قد تمثل نسبة مقدرة في قياس قبول الرأي العام لتلك الفكرة.
- فرصة للتواصل مع كافة شرائح المجتمع: الفيس بوك يتيح الفرصة للتواصل مع مختلف شرائح المجتمع من طلاب وأدباء عالميين ومؤثرين في المجتمع مباشرة دون وسائط. وتكثر على صفحاته مجموعات دعوية وثقافية وإعلامية كثيرة.

### ثانياً: سلبيات الفيس بوك

للفيس بوك سلبيات عديدة وكثيرة ولعل أهمها هي:<sup>1</sup>

- الانتشار السريع للمحتوى الضار حيث نجد الفيس بوك يسمح بإنشاء مجموعات خاصة وعامة، وقد يستخدم البعض هذه المجموعات لنشر محتوى إباحي أو ضار. هذا النوع من المحتوى يمكن أن ينتشر بسرعة، مما يعرض المستخدمين، وخاصة الأطفال والمراهقين، لخطر مشاهدة محتويات غير ملائمة.
- التنمر الإلكتروني حيث يؤدي غياب الرقابة الفعالة إلى انتشار التنمر الإلكتروني، وهو ما يمكن للأفراد استغلال المنصة لمهاجمة الآخرين بطرق مؤذية مثل إنشاء فيديوهات أو تصميم صور مزيفة باستعمال برامج مساعدة بغيت الحق ضرر، مما يسبب ضغطاً نفسياً كبيراً على الضحايا.
- يمكن أن يتم استغلاله من قبل جهات مختلفة لخدمة أغراضها وتحقيق أهدافها، وذلك عبر استخدام المعلومات والصور والمشاركات المنشورة على المنصة، هذا الاستغلال قد يؤدي إلى توريط بعض المستخدمين في تقديم الدعم غير المقصود لجهات معادية دون علمهم بذلك، وهناك تقارير تشير إلى أن هذا الأمر ليس جديداً، حيث تم الكشف عن شبكة في عام 2001 يديرها مختصون نفسانيون

<sup>1</sup> دعاء الدغيم، إيجابيات وسلبيات الفيس بوك، بتاريخ: 19 ديسمبر 2023م، رابط الموقع الإلكتروني:

<https://mawdoo3.com/>

إسرائيليون، تستهدف استقطاب الشباب في الدول العربية وأمريكا الجنوبية. يتم ذلك عن طريق استخدام منصة فيسبوك لمعرفة نقاط الضعف لدى الأفراد واستغلالها في تجنيدهم لأغراض استخباراتية.<sup>1</sup>

- استخدام موقع الفيس بوك، يؤدي إلى إضعاف العلاقات الاجتماعية والمهارات الاجتماعية في المجتمع، كما يمكن للأفراد الذين يدمنون استخدام فيسبوك والتواصل في المجتمعات الافتراضية أن يجدوا صعوبة في بناء وصيانة العلاقات الحقيقية في العالم الواقعي، كما يؤثر هذا التواصل الافتراضي على العلاقات الأسرية بشكل خاص، حيث يمكن أن يؤدي إلى تشتت الأسر وتقليل جودة الاتصال بين أفراد الأسرة، قد يجد الأفراد أنفسهم يقضون وقتًا طويلاً على الإنترنت على حساب الوقت الذي يقضونه مع أفراد أسرهم، مما يؤثر سلباً على التواصل والتفاهم بينهم.<sup>2</sup>

- كما يؤدي استخدام فيسبوك إلى تعرض المستخدمين لثقافات وأنماط حياة غريبة قد تكون بعيدة عن التقاليد والقيم العربية والشرقية وهذا التأثير يمكن أن يؤدي إلى تبني بعض العادات والتقاليد غير الملائمة للبيئة الثقافية المحلية.

### المطلب الثالث: الخدمات التي توفرها شبكة الفيس بوك

شبكة فيسبوك تقدم مجموعة متنوعة من الخدمات، وفيما يلي أبرز هذه الخدمات:<sup>3</sup>

<sup>1</sup> لعجال عفيفة، الإعلام الجديد وظاهرة الفيس بوك بين تأثير وتزييف الوعي الجماهيري، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، المجلد 8، العدد 01، 2022م، ص 282.

<sup>2</sup> لعجال عفيفة، الإعلام الجديد وظاهرة الفيس بوك بين تأثير وتزييف الوعي الجماهيري، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، المجلد 8، العدد 01، 2022م، ص 283.

<sup>3</sup> علاء أحمد، تصور مقترح لتوظيف الشبكة الاجتماعية فيس بوك، غزة، كلية التربية، 2012م، ص 393.

- مجانية الاشتراك في الفيس بوك: واحدة من أهم ميزات فيسبوك هي أنه يمكن للمستخدمين الاشتراك في الخدمة مجاناً وهذا يجعلها متاحة لمجموعة واسعة من الأشخاص حول العالم، مما يسهم في زيادة شعبيتها وانتشارها.
- خاصية نشر صور الخاصة للفرد على صفحته الشخصية وكذا تكوين ألبوم صور خاص به وتحديد من يمكنه رؤيته مع وضع الفيديوهات المفضلة على الصفحة الشخصية وتحديد من يمكنه رؤيتها.
- تكوين مجموعات أو الاشتراك في مجموعات تناقش مواضيع محددة: يتيح الفيسبوك للمستخدمين إنشاء مجموعات أو الانضمام إلى مجموعات تهتم بمواضيع معينة، حيث تُعتبر هذه المجموعات منصات مخصصة للتواصل والتفاعل مع أشخاص يشاركونهم نفس الاهتمامات، سواء كانت هذه الاهتمامات هوايات، مجالات عمل، قضايا اجتماعية، أو أي موضوع آخر.
- إرسال واستلام الرسائل من الأصدقاء: إحدى الميزات الأساسية التي يوفرها الفيس بوك هي إمكانية إرسال واستلام الرسائل بين الأصدقاء، حيث تتيح هذه الخدمة للمستخدمين التواصل بشكل مباشر وسريع، سواء كان ذلك عبر النصوص الكتابية أو الصور أو الفيديوهات أو الروابط. يمكن استخدام الرسائل للتواصل الشخصي، تبادل الأفكار، أو حتى تنسيق الأنشطة والاجتماعات.
- التعليق على منشورات الأصدقاء: بالإضافة إلى تمكين المستخدم من رؤية ما يكتبه أو يشاركه الأصدقاء على الشبكة، تتيح الشبكة له التعليق على تلك المشاركات. التعليقات تتنوع مثل المشاركات، حيث يمكن أن تكون عبارة عن كلمات، روابط، أو غيرها من الأشكال.

- إحدى الميزات البارزة لشبكات التواصل الاجتماعي، وخاصة فيسبوك، هي إمكانية الإعجاب<sup>1</sup> بما ينشره الأصدقاء، حيث يُعتبر الإعجاب بمثابة تعبير عن القبول أو الاستحسان لما قام الأصدقاء بمشاركته على حائطهم.<sup>2</sup>
- تعد خدمات فيسبوك متعددة ومتنوعة، ومن الصعب الإلمام بجميعها ومع ذلك يمكن الإشارة في النهاية إلى خدمة الملاحظات كإحدى الأفكار الجديدة التي تفتقر إليها العديد من المواقع الأخرى، ويكاد ينفرد بها فيسبوك كما تعمل هذه الخاصية كمفكرة حيث يمكن لصاحب الصفحة الشخصية تسجيل أهم مواعيده وارتباطاته ويُذكر أن فيسبوك، الذي كان يعني في بداية ظهوره "الدفتري الورقي"، قد تحول اليوم إلى واحدة من أكبر المؤسسات التجارية.

<sup>1</sup> علاء أحمد، تصور مقترح لتوظيف الشبكة الاجتماعية فيسبوك، غزة: كلية التربية، 2012 م، ص 40.

<sup>2</sup> علاء أحمد، المرجع نفسه. ص 41.

## خلاصة الفصل:

تم التوصل من خلال هذا الفصل إلى جملة من النتائج أهمها:

فيس بوك ليس مجرد منصة للتواصل الاجتماعي، بل هو أداة متعددة الأبعاد أثرت على جميع جوانب الحياة اليومية للأفراد والمجتمعات، من خلال تعزيز التواصل الاجتماعي وتطوير الأدوات التفاعلية، أصبح الفيس بوك جزءاً لا يتجزأ من الحياة الرقمية، كما أن تأثيره على الأنشطة التجارية والتسويق، وتشكيل الرأي العام والسياسات، والثقافة والمجتمعات المحلية.

تتميز منصة فيسبوك بالتطوير المستمر وإضافة ميزات جديدة لتلبية احتياجات مستخدميها المتزايدة، يمكن للمستخدمين تبادل الصور ومقاطع الفيديو، المشاركة في الفعاليات والأحداث، وتحديث حالتهم المزاجية لمشاركة مشاعرهم مع الآخرين.

تشمل سلبياته في الانتشار السريع للمحتوى الضار والتنمر الإلكتروني.

## الفصل الثالث: الجانب الميداني للدراسة

---

## تمهيد الفصل

في هذا الفصل المكمل للدراسة والمتمثل في الإطار الميداني منها، استكشاف وتحليل كيفية اعتماد طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة زيان عاشور مع أحداث "طوفان الأقصى"، ذلك من خلال استخدامهم لمنصة فيسبوك كوسيلة رئيسية للحصول على المعلومات والتفاعل مع المحتوى المتعلق بهذه الأحداث الهامة. سيتم التركيز على أنماط وأساليب استخدامهم للمنصة، والدوافع والأهداف التي تقودهم للتفاعل، بالإضافة إلى التأثيرات التي يمكن أن يحققها هذا التفاعل على نقل وتبادل الأخبار والمعرفة في الساحة العامة.

وفق الخطة التالية:

✓ المطلب الأول: عرض وتحليل وتفسير نتائج البيانات

✓ المطلب الثاني: نتائج الدراسة

## المطلب الأول: عرض وتحليل وتفسير نتائج البيانات

المحور الأول: البيانات الشخصية.

✓ الجنس

الجدول رقم (01) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرارات	%
أنثى	40	67
ذكر	20	33
$\Sigma$	60	100

الشكل رقم (01): يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

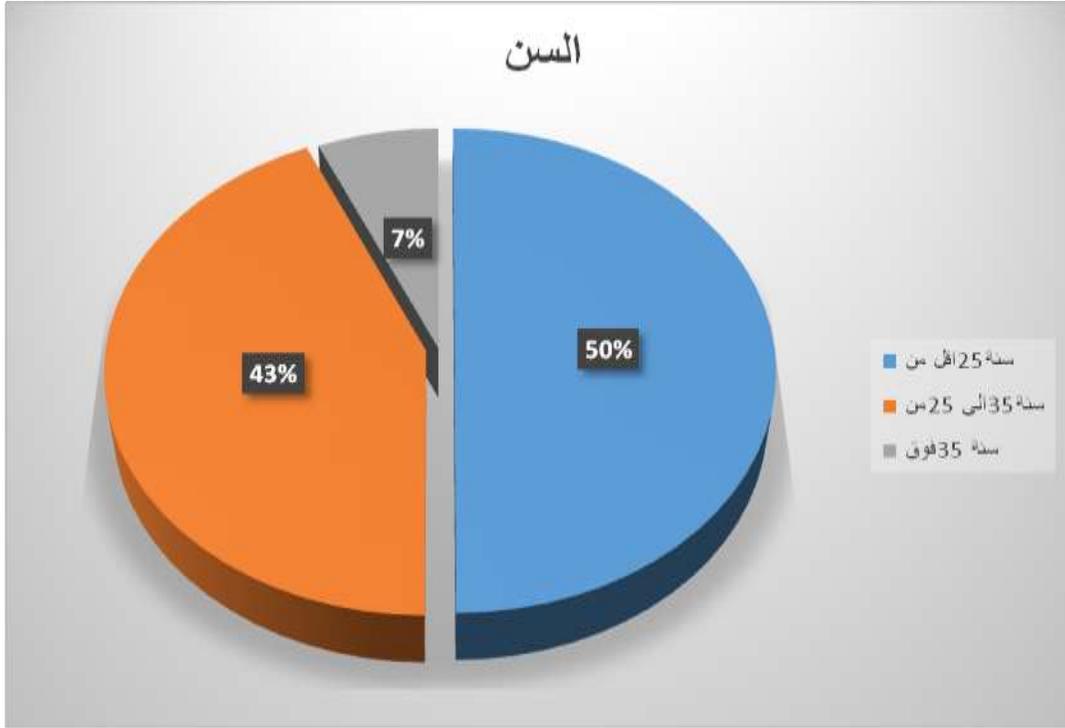


الجدول رقم 01 يوضح توزيع العينة الدراسية بين الذكور والإناث بالأعمار المختلفة يبلغ عدد الذكور في العينة 40 فرداً، مما يمثل 67% من مجموع العينة البالغ 60 فرداً. بالمقابل، يبلغ عدد الإناث 20 فرداً، أي 33% من مجموع العينة. وبالتالي؛ يظهر أن الذكور يشكلون غالبية العينة بنسبة ملحوظة مقارنة بالإناث.

## ✓ 2. السن

الجدول رقم (02) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن

السن	التكرارات	%
اقل من 25 سنة	30	50
من 25 الى 35 سنة	26	7
فوق 35 سنة	4	43
$\Sigma$	60	100



الشكل رقم (02): يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن

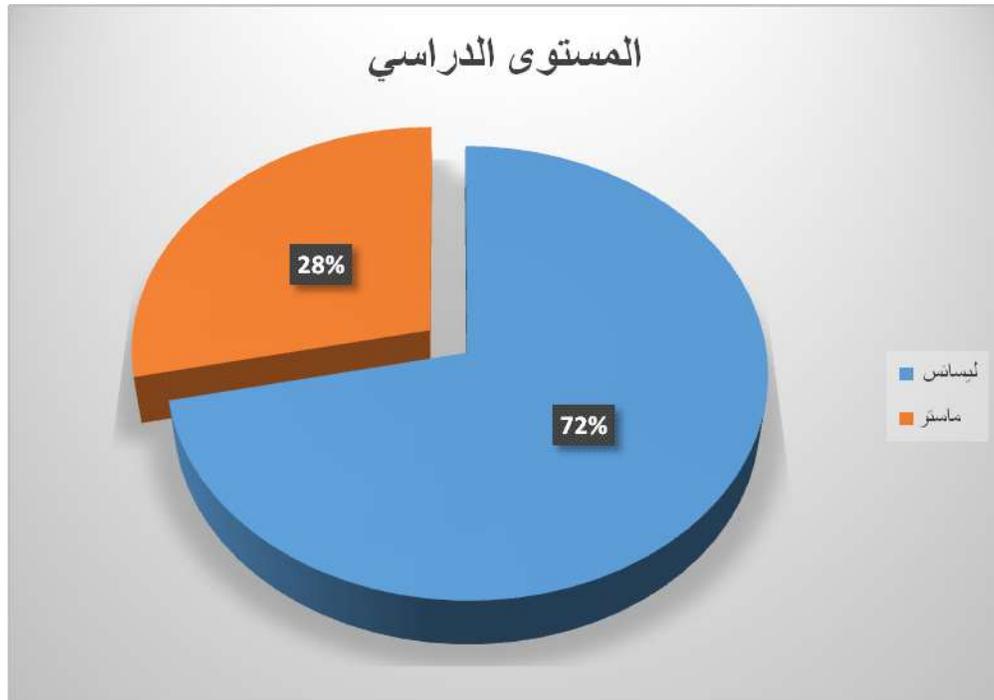
الجدول رقم 02 يبين توزيع العينة الدراسية حسب الفئات العمرية بشكل واضح، يلاحظ أن نصف العينة (50%) تتكون من الأفراد دون سن 25 عامًا، مما يعكس تمثيلًا كبيرًا لهذه الفئة العمرية في الدراسة. من جهة أخرى، تشكل الفئة العمرية من 25 إلى 35 سنة نسبة مهمة أيضًا بنسبة 43.33%، مما يشير إلى توزيع متوازن بين الأعمار الشابة والمتوسطة في العينة. بالمقابل، تمثل الفئة العمرية التي تتجاوز سن 35 عامًا نسبة صغيرة جدًا من العينة (6.67%)، مما يعكس عددًا محدودًا من الأفراد في هذه الفئة العمرية بالدراسة.

## ✓ 3. المستوى الدراسي

الجدول رقم (03) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

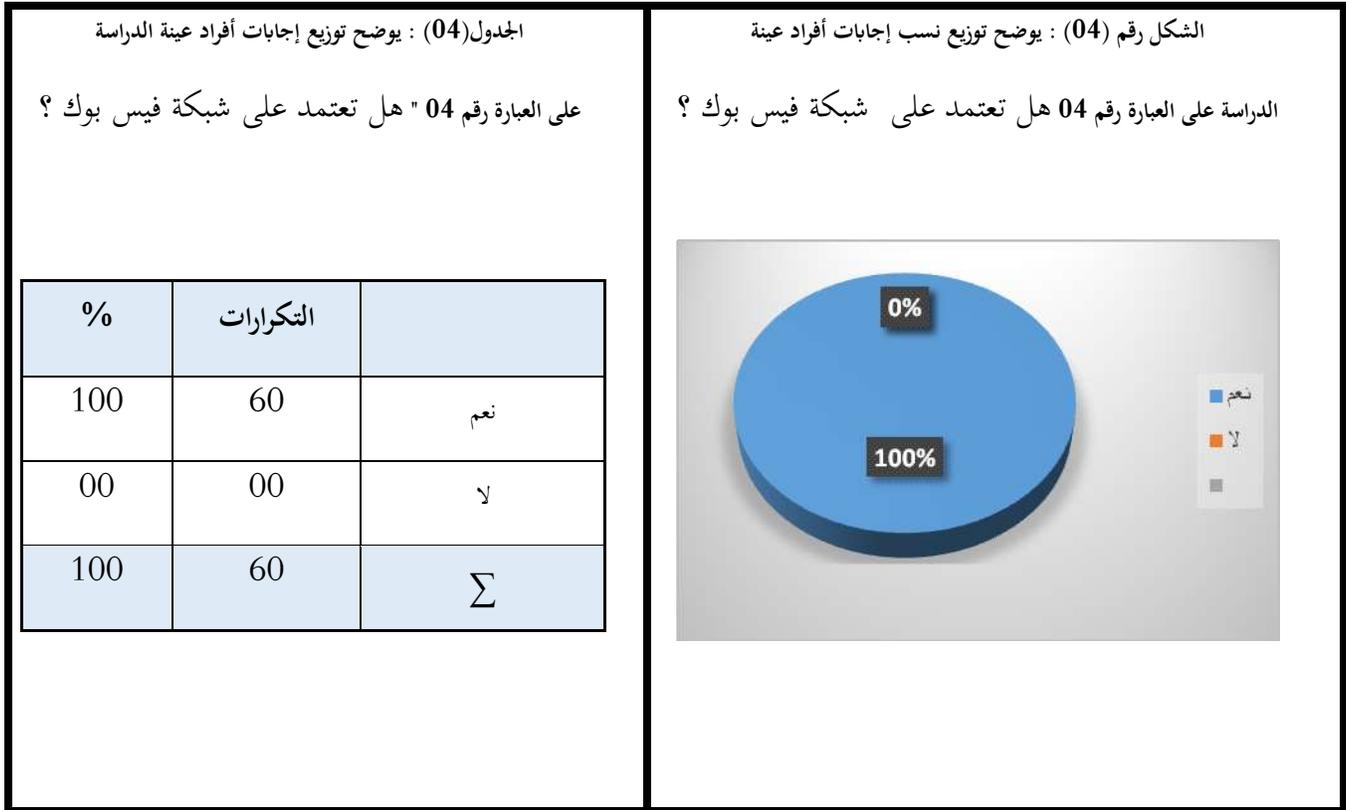
المستوى الدراسي	التكرارات	%
ليسانس	43	72
ماستر	17	28
$\Sigma$	60	100

الشكل رقم (03): يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي



الجدول رقم 03 يبين توزيع العينة الدراسية حسب المستوى الدراسي بشكل واضح. يظهر أن 72% من العينة تتكون من حملة درجة الليسانس، في حين يشكل حملة درجة الماستر 28%. هذا التوزيع يعكس اختلافات واضحة في مستويات التعليم بين أفراد العينة.

## المحور الاول: أنماط وعادات إعتماذ طلبة على موقع فيس بوك أثناء عملية طوفان الأقصى



الجدول رقم 04 يوضح بوضوح أن كل فرد في عينة الدراسة (100% منهم) يعتمد على شبكة فيس بوك.

هذا التوزيع يمكن أن يعكس انتشاراً واسعاً للاعتماد على شبكة فيس بوك بين الفئة التي تم دراستها، مما يعني أن

الجميع داخل هذه العينة يعتمدون على هذه الشبكة الاجتماعية كوسيلة للتواصل أو النشاط الاجتماعي عبر

الإنترنت.

الجدول (05) : يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة

على العبارة رقم 05 " ماهي درجة اعتمادك على شبكة فيس بوك أثناء عملية طوفان الأقصى؟"

%	التكرارات	
30	18	أقل من ساعتين
33	20	من ساعتين الى ثلاث ساعات
37	22	أكثر من ثلاث ساعات
100	60	Σ

الشكل رقم (05) : يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة

الدراسة على العبارة رقم 05 " ماهي درجة اعتمادك على شبكة فيس بوك أثناء عملية طوفان الأقصى؟"



الجدول رقم 05 يعكس تفاوتاً واضحاً في الاعتماد على شبكة فيس بوك خلال عملية طوفان الأقصى بين أفراد عينة الدراسة. يظهر أن 30% منهم يعتمدون على شبكة الفايبر بوك لأقل من ساعتين، بينما يعتمد 33% لمدة تتراوح ما بين ساعتين إلى ثلاث ساعات، ويصل 37% إلى الاعتماد على الشبكة لأكثر من ثلاث ساعات خلال هذه الفترة. هذا التوزيع يعكس مدى تأثير الأحداث الجارية على أنماط اعتماد الشبكات الاجتماعية وتفضيلات الفرد في الوقت والتفاعل الرقمي في مثل هذه الظروف.

الجدول (06) : يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة

على العبارة رقم 06 " ماهو المكان المفضل لاعتمادك على

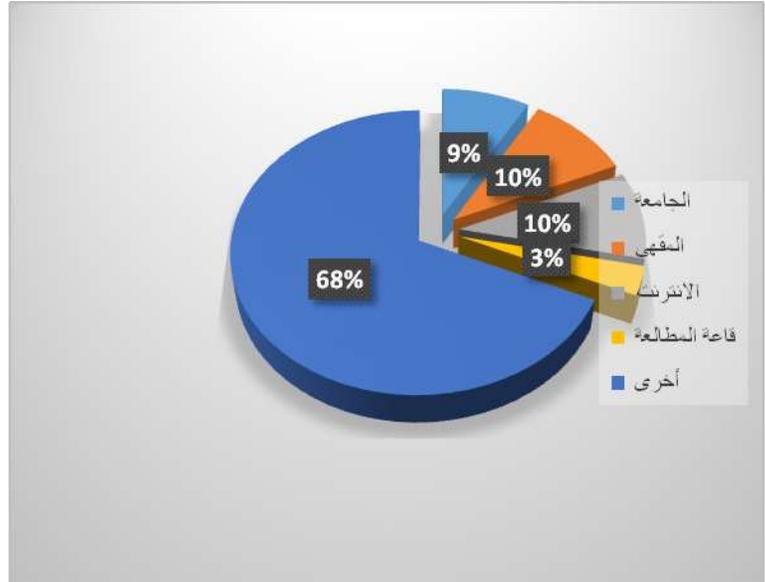
شبكة الفيس بوك أثناء عملية طوفان الأقصى؟

%	التكرارات	
9	5	الجامعة
10	6	المقهى
10	6	الانترنت
3	2	قاعة المطالعة
68	41	اخرى
100	60	Σ

الشكل رقم (06) : يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة

الدراسة على العبارة رقم 06 " ماهو المكان المفضل لاعتمادك على شبكة الفيس

بوك أثناء عملية طوفان الأقصى؟



توضح البيانات المقدمة في الجدول التوزيع الذي أظهره عينة الدراسة حول الاعتماد على شبكة الفيس بوك في

أماكن مختلفة أثناء العمل. من الواضح أن العديد من المشاركين في الدراسة (بنسبة 68%) يفضلون الاعتماد على

فيس بوك في أماكن غير المعتادة التي لم تذكر في الخيارات الرئيسية مثل الجامعة، المقهى، أو قاعة المطالعة.

بالمقابل، تباينت الإجابات بين الأماكن المعتادة مثل المقاهي والإنترنت، مع نسبة 10% لكل منها، وبنسبة

أقل لقاعة المطالعة بنسبة 3%. يعكس هذا التوزيع تفضيلات متنوعة بين المشاركين في استخدام منصة فيس بوك

وفقاً لسياقات متعددة خلال العمل.

الجدول (07) : يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة

على العبارة رقم 07 " ماهي الوسيلة المفضلة التي تعتمد عليها في

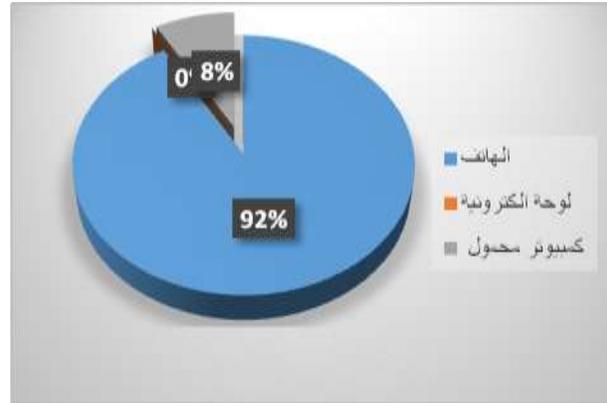
شبكة فيس بوك لمتابعة أحداث طوفان الأقصى ؟

%	التكرارات	
92	55	الهاتف
0	0	لوحة الكترونية
8	5	كمبيوتر محمول
0	0	كمبيوتر مكتبي
100	60	Σ

الشكل رقم (07) : يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة

الدراسة على العبارة رقم 07" ماهي الوسيلة المفضلة التي تعتمد عليها في

شبكة فيس بوك لمتابعة أحداث طوفان الأقصى ؟



الجدول رقم 07 يظهر تفاوتًا واضحًا في تفضيل أفراد العينة الاعتماد على الهاتف الجوال كوسيلة رئيسية لمتابعة

أحداث طوفان الأقصى على فيس بوك، حيث بلغت النسبة المئوية في الاعتماد على الهاتف 92%.

بالمقابل، فإن الكمبيوتر المحمول حقق نسبة 8% فقط من الاعتمادات.

الجدول (08) : يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة

على العبارة رقم 08 "ماهي عدد المرات التي تعتمد فيها على شبكة فيس بوك لمشاهدة أحداث عملية طوفان الأقصى؟

%	التكرارات	
25	15	مرة واحدة
20	12	مرتين
8	5	ثلاث مرات
47	28	أكثر من ثلاث مرات
100	60	Σ

الشكل رقم (08) : يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة

الدراسة على العبارة رقم 08 "ماهي عدد المرات التي تعتمد فيها على شبكة فيس بوك لمشاهدة أحداث عملية طوفان الأقصى؟



الجدول يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة رقم 08 "ما هو عدد المرات التي تعتمد فيها على

شبكة فيس بوك لمشاهدة أحداث عملية طوفان الأقصى" بشكل مفصل.

يلاحظ أن 25% من العينة يعتمدون على شبكة فيس بوك لمشاهدة هذه الأحداث مرة واحدة فقط، بينما

يعتمد 20% منهم فيس بوك لهذا الغرض مرتين. هناك 8% يعتمدون عليه ثلاث مرات، بينما تبلغ نسبة الذين

يعتمدونه أكثر من ثلاث مرات 47%.

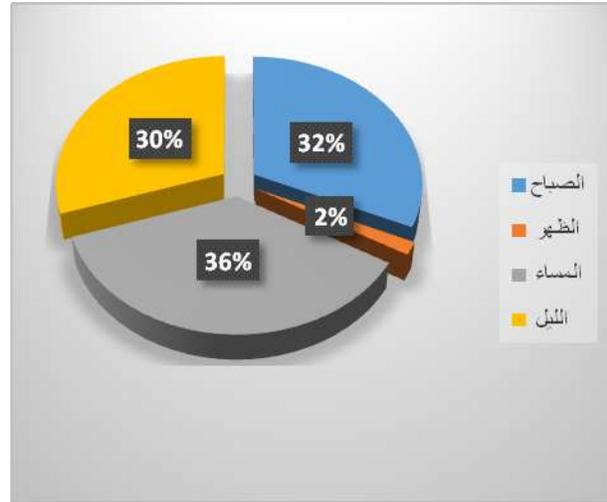
الجدول (09) : يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة

على العبارة رقم 09"ماهي الفترات المناسبة لاعتمادك على شبكة الفيس بوك في مشاهدة أحداث عملية طوفان الأقصى؟

%	التكرارات	
32	19	الصباح
2	1	الظهر
36	22	المساء
30	18	الليل
100	60	Σ

الشكل رقم (09) : يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة

الدراسة على العبارة رقم 09"ماهي الفترات المناسبة لاعتمادك على شبكة الفيس بوك في مشاهدة أحداث عملية طوفان الأقصى؟



الجدول رقم 09 يعكس تفضيلات أفراد عينة الدراسة في اعتمادهم على شبكة الفيس بوك لمتابعة أحداث

عملية طوفان الأقصى وفقاً للفترات الزمنية المختلفة. يبين الجدول أن 32% يفضلون الاعتماد على شبكة الفيس بوك في الصباح، بينما يعتمد 36% منهم الشبكة في المساء.

في الليل، يشير الجدول إلى أن 30% يعتمدون على شبكة الفيس بوك لمتابعة الأحداث، في حين أن هناك

نسبة قليلة تبلغ 2% تفضل اعتماده في الظهر. هذا التوزيع يعكس تفضيلات مختلفة بين أفراد العينة اعتمادهم على

شبكة فيس بوك خلال أوقات مختلفة من اليوم.

## المحور الثاني: الأسباب والدوافع من اعتماد الطلبة على شبكة الفيس بوك في عملية طوفان الأقصى

الجدول (10): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة

على العبارة رقم 10 "ماهي الدوافع التي تجعلك تعتمد على شبكة الفيسبوك في عملية طوفان الأقصى؟"

%	التكرارات	
46	8	دوافع بحثية
52	46	دوافع معرفية
2	6	دوافع تواصلية
100	60	Σ

الشكل رقم (10): يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة

الدراسة على العبارة رقم 10 "ماهي الدوافع التي تجعلك تعتمد على شبكة الفيسبوك في عملية طوفان الأقصى؟"



الجدول رقم 10 يبين توزيع الدوافع التي تجعل أفراد عينة الدراسة يعتمدون على شبكة فيسبوك خلال عملية

طوفان الأقصى بشكل مفصل. يتبلور من الجدول أن 76.67% من الأفراد يعتمدون فيسبوك لأسباب معرفية، ما يعكس رغبتهم في الحصول على معلومات محدثة ودقيقة.

في المقابل، يشير 13.33% إلى دوافع بحثية، بينما تأتي الدوافع التواصلية بنسبة 10%. هذا التوزيع يظهر

أن اعتماد فيسبوك يلعب دوراً هاماً في تلبية احتياجات الأفراد للمعرفة والتواصل خلال فترات الأحداث الهامة كعملية طوفان الأقصى.

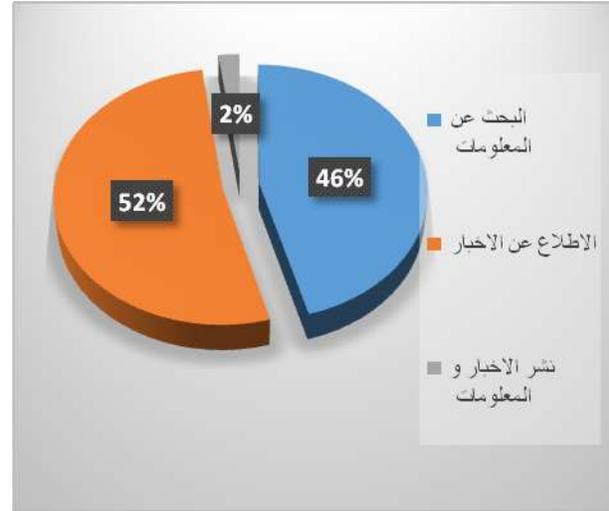
الجدول (11) : يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة

على العبارة رقم 11"فيما تتمثل الدوافع البحثية من اعتماد شبكة الفيسبوك في عملية " طوفان الأقصى"؟

%	التكرارات	
46	20	البحث عن المعلومات
52	35	الاطلاع عن الاخبار
2	5	نشر الاخبار والمعلومات
100	60	Σ

الشكل رقم (11) : يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة

الدراسة على العبارة رقم 11"فيما تتمثل الدوافع البحثية من اعتماد شبكة الفيسبوك في عملية " طوفان الأقصى"؟



الجدول رقم 11 يوضح أن أفراد العينة يعتمدون على شبكة فيسبوك خلال عملية طوفان الأقصى بأسباب بحثية متعددة ومتنوعة. تشير النتائج إلى أن 46% منهم يعتمدون على شبكة الفيسبوك للبحث عن معلومات متنوعة، بينما يبحث 52% عن الأخبار المتعلقة بالحدث. بالإضافة إلى ذلك، يقوم 2% من العينة بنشر الأخبار والمعلومات الخاصة بطوفان الأقصى.

هذا التوزيع يبرز أهمية فيسبوك كوسيلة رئيسية للحصول على معلومات ومشاركتها خلال فترات الأحداث

الهامة، مما يعكس دوره في تلبية احتياجات البحث والتواصل بين الأفراد.

الجدول (12): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة

على العبارة رقم 12 فيما تتمثل الدوافع التواصلية من الاعتماد على شبكة الفيسبوك في عملية " طوفان الأقصى؟

%	التكرارات	
72	36	مع الأصدقاء
16	8	مع الزملاء
12	6	مع جهات مختصة
100	60	Σ

الشكل رقم (12): يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة

الدراسة على العبارة رقم 12 فيما تتمثل الدوافع التواصلية من الاعتماد على شبكة الفيسبوك في عملية " طوفان الأقصى؟



الجدول رقم 12 يبين كيفية اعتماد أفراد عينة الدراسة لفيس بوك خلال عملية طوفان الأقصى من منظور

التواصل الاجتماعي. يتضح أن 72% من الأفراد يعتمدون على شبكة الفيس بوك للتواصل مع الأصدقاء، مما يعكس دوره كوسيلة رئيسية للتواصل الاجتماعي خلال الأحداث الهامة.

بالإضافة إلى ذلك، يعتمد 16% منهم للتواصل مع الزملاء، بينما يعتمد 12% منهم للتواصل مع جهات

مختصة. هذا التوزيع يبرز أن فيسبوك ليس فقط منصة للحصول على المعلومات والأخبار، بل يلعب أيضًا دورًا هامًا

في تعزيز الاتصالات الاجتماعية بين مختلف شرائح المجتمع خلال الأحداث الجارية.

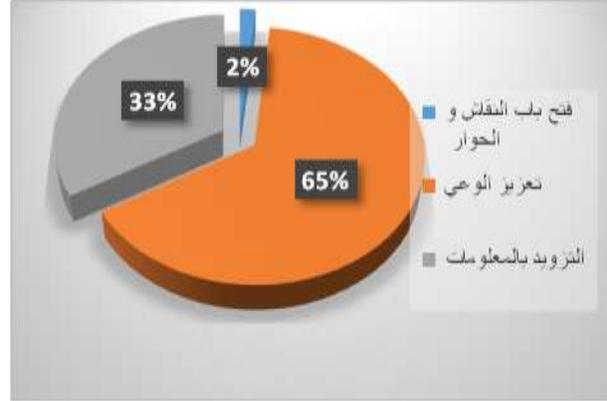
الجدول (13) : يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة

على العبارة رقم 13 فيما تتمثل الدوافع المعرفية من اعتماد الفيسبوك في عملية " طوفان الأقصى"؟

%	التكرارات	
2	1	فتح باب النقاش و الحوار
65	39	تعزيز الوعي
33	20	التزويد بالمعلومات
100	60	Σ

الشكل رقم (13) : يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة

الدراسة على العبارة رقم 13 فيما تتمثل الدوافع المعرفية من اعتماد الفيسبوك في عملية " طوفان الأقصى"؟



الجدول رقم 13 يوضح كيفية اعتماد أفراد عينة الدراسة لفيس بوك في عملية طوفان الأقصى من خلال

الدوافع المعرفية. يظهر أن 65% منهم يعتمدون على الفيس بوك لتعزيز الوعي بالأحداث، مما يعكس رغبتهم في فهم أعمق للموضوعات ذات الصلة.

بالإضافة إلى ذلك، يعتمد 33% للحصول على معلومات دقيقة حول الحدث، مما يبرز أهمية فيسبوك

كمصدر رئيسي للمعرفة والإطلاع خلال فترات الأحداث الهامة. بينما يستخدم 2% من العينة الفيس بوك لفتح النقاشات والحوارات.

### المحور الثالث: المضامين والأشكال التي يقبل عليها طلبة قسم الإعلام والاتصال على شبكة الفيس بوك

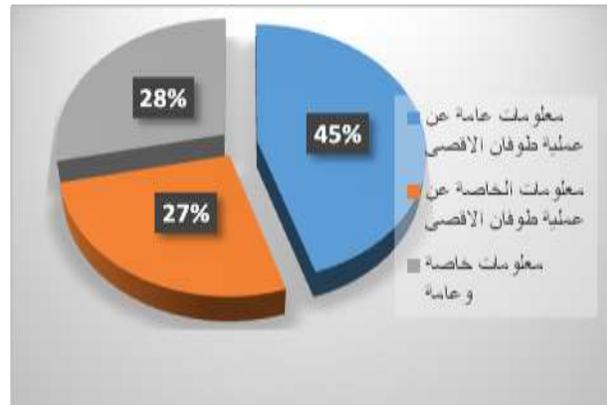
الجدول (14): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة

على العبارة رقم 14 ماهي طبيعة المضامين التي تقبل عليها على شبكة الفيسبوك حول طوفان الأقصى؟

%	التكرارات	
45	27	معلومات عامة عن عملية طوفان الأقصى
27	16	معلومات الخاصة عن عملية طوفان الأقصى
28	17	معلومات خاصة وعامة
100	60	Σ

الشكل رقم (14): يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة

الدراسة على العبارة رقم 14 ماهي طبيعة المضامين التي تقبل عليها على شبكة الفيسبوك حول طوفان الأقصى؟



يبين الجدول رقم 14 الذي تم تقديمه يعكس توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حول النوعية المحتوى المقبول

على منصة فيسبوك بخصوص طوفان الأقصى.

يتضح أن 45% من المشاركين يفضلون مشاركة معلومات عامة عن عملية طوفان الأقصى، في حين يفضل 27% منهم مشاركة معلومات خاصة حول هذه العملية. بالإضافة إلى ذلك، يفضل 28% من العينة مزج المعلومات العامة والخاصة على السواء.

الجدول (15) : يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة

على العبارة رقم 15 ماهي شكل مضامين المعلومات التي تقبل عليها على شبكة الفيسبوك في عملية طوفان الأقصى؟

%	التكرارات	
8	5	مضامين عبارة عن صور
75	45	مضامين عبارة عن فيديوهات
17	10	مضامين مكتوبة
100	60	Σ

الشكل رقم (15) : يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة

الدراسة على العبارة رقم 15 ماهي شكل مضامين المعلومات التي تقبل عليها على شبكة الفيسبوك في عملية طوفان الأقصى؟



الجدول رقم 15: يوضح كيفية اعتماد أفراد عينة الدراسة على شبكة فيسبوك في نشر مضامين حول عملية

طوفان الأقصى. يظهر أن 75% من الأفراد يفضلون الاعتماد على الفيديوهات كشكل رئيسي للمعلومات، مما

يعكس تفضيلهم للمضامين المرئية والمتحركة لتوضيح الأحداث.

بالإضافة إلى ذلك، يعتمد 17% منهم المضامين المكتوبة، بينما يفضل 8% الاعتماد على الصور لنقل المعلومات. هذا التوزيع يبرز تفضيل الأساليب المتعددة لنشر المعرفة على فيسبوك خلال أحداث مثل طوفان الأقصى، حيث يتمثل التركيز في الفيديوهات كأداة رئيسية لجذب الانتباه وتوفير الفهم العميق للموضوعات الحالية.

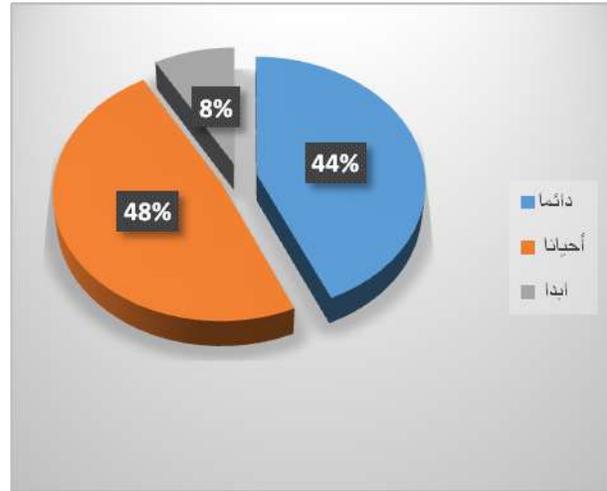
الجدول (16) : يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة

على العبارة رقم 16 هل تتفاعل مع المضامين التي تنشر على شبكة فيس بوك في عملية طوفان الأقصى؟

التكرارات	%	
26	48	دائما
29	44	أحيانا
5	8	ابدا
60	100	Σ

الشكل رقم (16) : يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة

الدراسة على العبارة رقم 16 هل تتفاعل مع المضامين التي تنشر على شبكة الفيس بوك في عملية طوفان الأقصى؟



الجدول رقم 16: الذي تم تقديمه يوضح كيفية تفاعل أفراد عينة الدراسة مع المحتويات المنشورة على شبكة

الفيس بوك حول عملية طوفان الأقصى.

يظهر التحليل أن 48% من المشاركين يتفاعلون دائماً مع هذه المحتويات، مما يشير إلى استمراريتهم في متابعة والتفاعل مع المعلومات المنشورة. بينما يتفاعل 44% منهم أحياناً، مما يدل على وجود تفاعل متقطع أو غير منتظم مع المحتويات المتعلقة بالموضوع. وفي المقابل، هناك 8% لا يتفاعلون على الإطلاق مع هذه المحتويات.

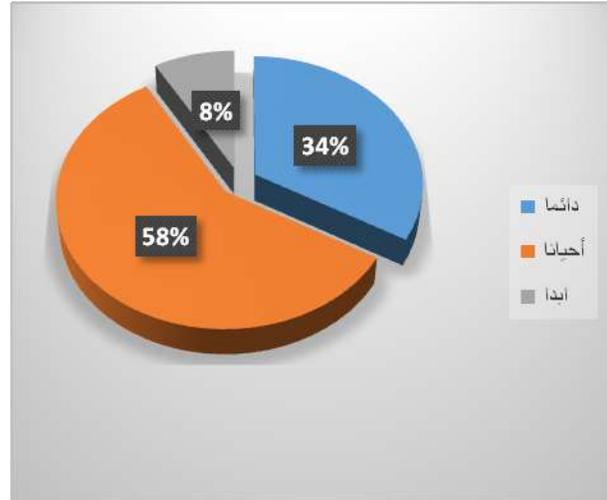
الجدول (17) : يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة

على العبارة رقم 17 هل تنظم إلى مجموعات وصفحات التي تنشر على شبكة الفيس بوك بما يتعلق بعملية طوفان الأقصى؟

%	التكرارات	
34	20	دائماً
58	35	أحياناً
8	5	ابداً
100	60	Σ

الشكل رقم (17) : يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة

الدراسة على العبارة رقم 17 هل تنظم إلى مجموعات وصفحات التي تنشر على شبكة الفيس بوك بما يتعلق بعملية طوفان الأقصى؟

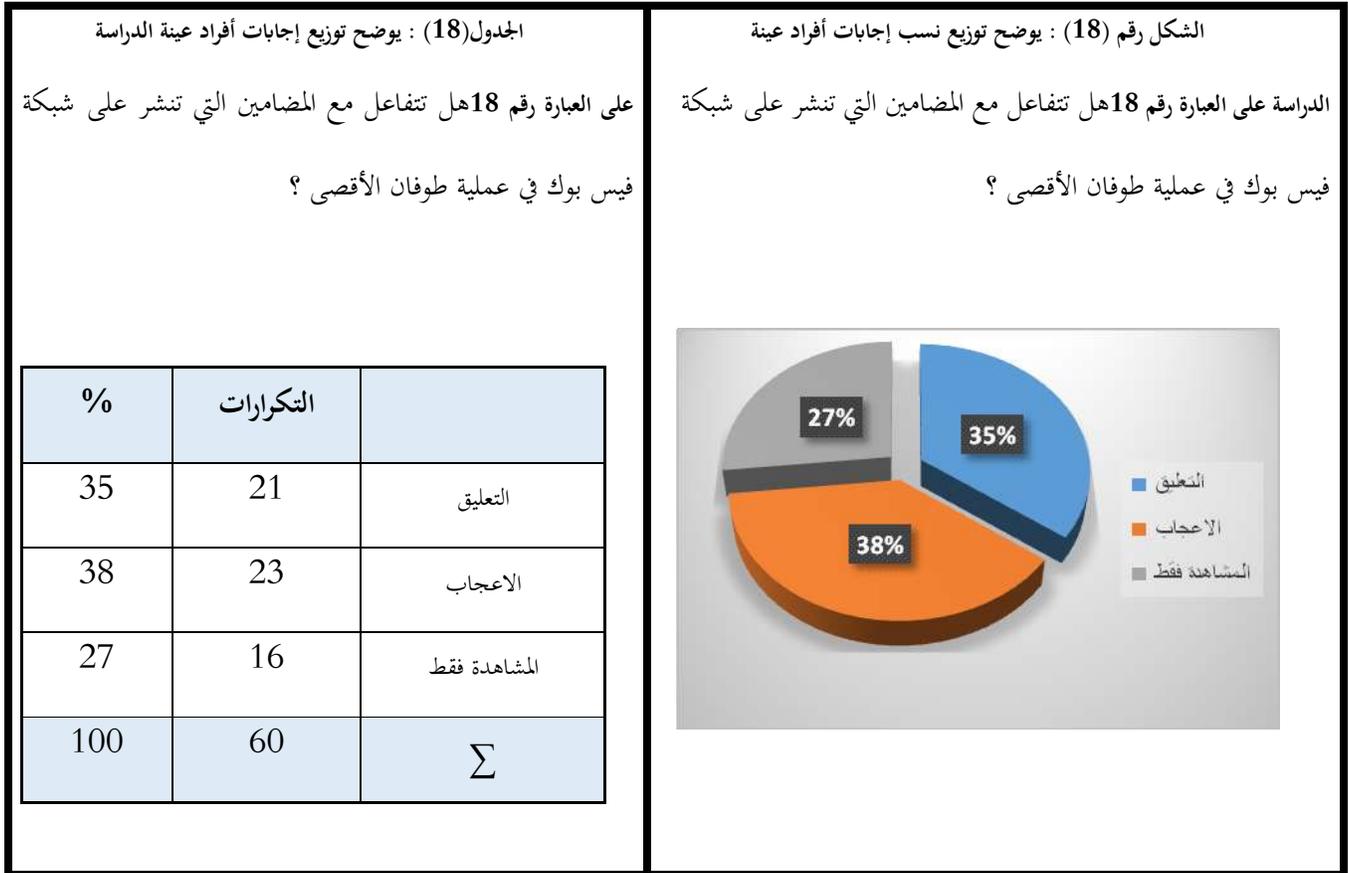


الجدول رقم 17 الذي تم تقديمه يبين كيفية مشاركة أفراد عينة الدراسة في مجموعات وصفحات على فيسبوك

التي تنشر حول عملية طوفان الأقصى. يظهر التحليل أن 34% من المشاركين ينضمون إلى هذه المجموعات والصفحات دائماً، مما يعكس انخراطهم المستمر في متابعة المحتوى والنقاشات المتعلقة بالموضوع.

بينما ينضم 58% منهم إلى هذه المجموعات والصفحات أحياناً، مما يشير إلى وجود تفاعل متقطع أو تابع

بشكل غير منتظم. وفي المقابل، هناك 8% من العينة لا ينضمون على الإطلاق إلى هذه المجموعات والصفحات.



الجدول رقم 18 الذي تم تقديمه يوضح كيفية تفاعل أفراد عينة الدراسة مع المحتويات التي تنشر على شبكة

فيسبوك حول عملية طوفان الأقصى.

يبين التحليل أن 38% من العينة يعبرون عن تفاعلهم بالإعجاب بالمحتويات المنشورة، مما يدل على

استحسانهم وإعجابهم بالمحتوى الذي يتم نشره. بينما يختار 35% منهم التعليق على هذه المحتويات، مما يعكس

رغبتهم في المشاركة بآرائهم وتعليقاتهم حول المواضيع المطروحة. ومن ناحية أخرى، هناك 27% من العينة يكتفون

بمجرد المشاهدة دون التفاعل النشط كالتعليق أو الإعجاب.

## المحور الرابع: الإعلانات المحققة من متابعة الطلبة لشبكة الفيس بوك لإحداث عملية طوفان الأقصى

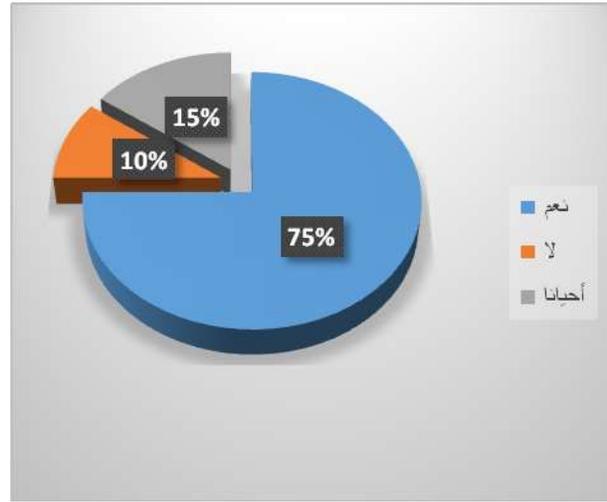
الجدول (19): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة

على العبارة رقم 19 ساهم الفيس بوك في زيادة الوعي والاطلاع على معلومات طوفان الأقصى؟

%	التكرارات	
75	45	نعم
10	6	لا
15	9	أحياناً
100	60	Σ

الشكل رقم (19): يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة

الدراسة على العبارة رقم 19 ساهم الفيس بوك في زيادة الوعي والاطلاع على معلومات طوفان الأقصى؟



يوضح الجدول رقم 19: توزيع إجابات أفراد العينة بشأن دور فيس بوك في زيادة الوعي والاطلاع على

معلومات طوفان الأقصى.

يُظهر التحليل أن 75% من المشاركين يرون أن فيس بوك قد ساهم في زيادة الوعي بهذه المعلومات، بينما

يعتقد 10% أنه لم يساهم بذلك. هناك أيضاً 15% من العينة يرون أن فيس بوك يساهم أحياناً وأحياناً لا.

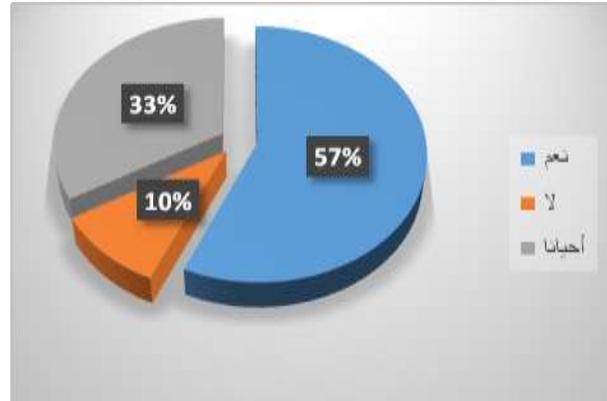
الجدول (20) : يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة

على العبارة رقم 20 هل ساهم الفيس بوك في وصول القضية لرأي العام حول أحداث طوفان الأقصى؟

%	التكرارات	
57	34	نعم
10	6	لا
33	20	أحياناً
100	60	Σ

الشكل رقم (20) : يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة

الدراسة على العبارة رقم 20 هل ساهم الفيس بوك في وصول القضية لرأي العام حول أحداث طوفان الأقصى؟



الجدول رقم 20: الذي تم عرضه يوضح كيفية استجابة أفراد عينة الدراسة للسؤال حول دور فيسبوك في وصول قضية طوفان الأقصى إلى الرأي العام. بناءً على التحليل، يتضح أن 57% من المشاركين يعتقدون أن فيسبوك قد ساهم في نقل هذه القضية إلى الرأي العام، مما يعكس الاعتقاد بدور الإعلام الاجتماعي في نشر الأحداث وجعلها محل اهتمام واسع.

من جهة أخرى، يعتقد 10% من العينة أن فيسبوك لم يلعب دورًا كبيرًا في ذلك، مما يشير إلى عدم الاعتقاد في قوة الشبكات الاجتماعية في تأثير الرأي العام بشكل كبير. وبالنسبة لـ 33% الباقية، فهم يرون أن دور فيسبوك قد يكون متقطعًا، حيث يساهم بشكل أحيانًا وليس دائمًا في نقل القضايا الهامة إلى الجمهور.

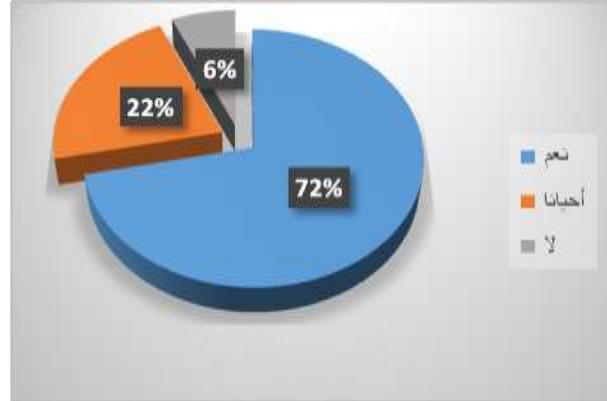
الجدول (21): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة

على العبارة رقم 21 هل ساهم فيس بوك في ان تصل منشورات طوفان الأقصى من خلال الآراء والتعليقات؟

%	التكرارات	
72	43	نعم
22	13	أحيانا
6	4	لا
100	60	Σ

الشكل رقم (21): يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة

الدراسة على العبارة رقم 21 هل ساهم فيس بوك في ان تصل منشورات طوفان الأقصى من خلال الآراء والتعليقات؟



يتبين من الجدول رقم 21: توزيع إجابات عينة الدراسة بشأن تأثير شبكة فيس بوك في نشر منشورات طوفان

الأقصى من خلال الآراء والتعليقات.

وفقاً للجدول، فإن 72% من المشاركين أجابوا بـ "نعم"، مما يعني أنهم يعتقدون أن فيس بوك قد ساهم

بشكل كبير في تعزيز وصول هذه المنشورات. بينما أجاب 22% بـ "أحيانا"، مما يشير إلى أن لديهم شكوك بسيطة

أو لا يمكنهم الجزم تماماً بالتأثير الإيجابي للموقع. وفقاً للجدول أيضاً، فإن 6% أجابوا بـ "لا"، مشيرين إلى أنهم لا

يرون أي تأثير لفيس بوك في هذا الصدد.

## المطلب الثاني: نتائج الدراسة

## البيانات الشخصية

- ✓ الجنس: يشير الجدول إلى أن الاناث يشكلن غالبية العينة بنسبة 67٪، بينما يمثل الذكور 33٪ فقط.
- ✓ السن: نصف العينة تقريباً (50٪) تتكون من أفراد دون سن 25 عاماً، بينما تشكل الفئة العمرية من 25 إلى 35 سنة نسبة 43.33٪. تمثل الفئة العمرية التي تفوق 35 عاماً نسبة صغيرة (6.67٪)
- ✓ المستوى الدراسي: 72٪ من أفراد العينة حاصلون على درجة البكالوريوس، بينما 28٪ فقط حاصلون على درجة الماجستير.

## نتائج المحور الأول: أنماط وعادات اعتماد الطلبة على شبكة فيس بوك أثناء عملية طوفان الأقصى

- ✓ تشير النتائج إلى أن جميع أفراد العينة يعتمدون على شبكة فيس بوك، مما يعكس انتشاره الواسع بينهم.
- ✓ يتفاوت زمن اعتماد فيس بوك بين الطلبة، حيث يعتمد معظمهم الموقع لأكثر من ثلاث ساعات يومياً، يليهم الذين يعتمدون عليه لمدة تتراوح بين ساعتين إلى ثلاث ساعات، بينما تعتمد عليه أقلية لمدة أقل من ساعتين.
- ✓ يفضل أغلبية أفراد العينة الاعتماد على فيس بوك في أماكن غير تقليدية، بينما يفضل عدد قليل منهم الاعتماد عليه في المقاهي أو عبر الإنترنت، ويأتي الاعتماد عليه في الجامعة وقاعات المطالعة في المرتبة الأخيرة.
- ✓ يفضل معظم أفراد العينة الاعتماد على الهاتف المحمول لمتابعة أحداث طوفان الأقصى عبر فيس بوك، بينما يفضل عدد قليل الاعتماد على جهاز الكمبيوتر المحمول.

✓ تختلف تكرارية الاعتماد على الفيس بوك لمشاهدة أحداث طوفان الأقصى بين أفراد العينة، حيث يعتمد عليه الأغلبية أكثر من ثلاث مرات يوميًا، بينما يعتمد عليه البعض مرة واحدة أو مرتين، وتعتمد عليه أقلية ثلاث مرات.

✓ يفضل معظم الطلبة الاعتماد على الفيس بوك في المساء، يليها الفترة الصباحية، بينما يفضل عدد أقل الفترة الليلية، وتأتي فترة الظهر كأقل فترة مفضلة.

### المحور الثاني: الأسباب والدوافع لاعتماد الطلبة على شبكة الفيس بوك في عملية طوفان الأقصى

✓ تشير النتائج إلى أن غالبية الطلبة يعتمدون فيسبوك لأسباب معرفية، حيث يسعون للحصول على معلومات محدثة ودقيقة. الدوافع البحثية تأتي في المرتبة الثانية، حيث يبحث الطلبة عن معلومات وأخبار تتعلق بالحدث. أما الدوافع التواصلية فتأتي في المرتبة الثالثة، مما يعكس رغبة أقل في اعتماد الشبكة للتواصل الاجتماعي خلال الأحداث الهامة.

✓ يتضح من النتائج أن الطلبة يعتمدون على الفيس بوك بشكل أساسي للبحث عن المعلومات المتعلقة بالحدث، يليها الاطلاع على الأخبار. عدد قليل من الطلبة يعتمدون على شبكة فيسبوك لنشر الأخبار والمعلومات الخاصة بطوفان الأقصى. هذا يبرز دور الفيس بوك كوسيلة رئيسية للحصول على المعلومات ومشاركتها خلال الأحداث الهامة.

✓ تظهر النتائج أن الطلبة يعتمدون على الفيس بوك بشكل كبير للتواصل مع الأصدقاء، مما يعكس دور الشبكة كوسيلة رئيسية للتواصل الاجتماعي خلال الأحداث الهامة. التواصل مع الزملاء يأتي في المرتبة الثانية، بينما يأتي التواصل مع الجهات المختصة في المرتبة الثالثة. هذا يعكس أهمية فيسبوك في تعزيز الاتصالات الاجتماعية بين مختلف شرائح المجتمع خلال الأحداث الجارية.

✓ تشير النتائج إلى أن الطلبة يعتمدون على الفيس بوك بشكل كبير لتعزيز الوعي بالأحداث، مما يعكس رغبتهم في فهم أعمق للموضوعات ذات الصلة. الحصول على معلومات دقيقة حول الحدث يأتي في المرتبة الثانية، مما يبرز أهمية فيسبوك كمصدر رئيسي للمعرفة والإطلاع خلال فترات الأحداث الهامة. فتح النقاشات والحوارات يأتي في المرتبة الثالثة.

### المحور الثالث: المضامين والأشكال التي يقبل عليها طلبة قسم الإعلام والاتصال على شبكة فيسبوك

✓ تشير النتائج إلى أن غالبية الطلبة يفضلون الاطلاع على معلومات عامة عن عملية طوفان الأقصى. بعضهم يفضل الاطلاع على معلومات خاصة حول العملية، في حين يفضل آخرون مزيجًا من المعلومات العامة والخاصة.

✓ تظهر النتائج أن معظم الطلبة يفضلون الفيديوهات كشكل رئيسي للمعلومات، حيث تفضل الأغلبية هذا النوع من المحتوى. تليها المضامين المكتوبة، ثم الصور التي تأتي في المرتبة الأخيرة.

✓ تشير النتائج إلى أن جزءًا كبيرًا من الطلبة يتفاعلون دائمًا مع المحتويات المنشورة على فيسبوك حول عملية طوفان الأقصى. البعض يتفاعل أحيانًا، بينما هناك فئة صغيرة لا تتفاعل على الإطلاق.

✓ توضح النتائج أن نسبة من الطلبة تنضم دائمًا إلى المجموعات والصفحات التي تنشر محتوى حول عملية طوفان الأقصى. الأغلبية تنضم أحيانًا، في حين أن قلة منهم لا تنضم أبدًا.

✓ تشير النتائج إلى أن الطلبة يتفاعلون مع المحتويات بطرق مختلفة؛ الأغلبية يعبرون عن إعجابهم بالمحتوى، يليهم من يفضلون التعليق عليه. بينما هناك مجموعة تكتفي بمشاهدة المحتويات دون تفاعل نشط.

### المحور الرابع: الإعلانات المحققة من متابعة الطلبة لشبكة فيسبوك لإحداث عملية طوفان الأقصى

- ✓ توضح النتائج أن معظم الطلبة يعتقدون أن فيسبوك ساهم في زيادة الوعي والاطلاع على معلومات طوفان الأقصى. بينما تعتقد فئة قليلة أنه لم يساهم، وهناك نسبة أخرى ترى أن تأثيره متقطع.
- ✓ تشير النتائج إلى أن أكثر من نصف الطلبة يرون أن فيسبوك ساهم في نقل قضية طوفان الأقصى إلى الرأي العام. في المقابل، هناك نسبة صغيرة تعتقد أن فيسبوك لم يلعب دورًا كبيرًا، بينما يرى البعض أن دوره كان متقطعًا.
- ✓ تظهر النتائج أن غالبية الطلبة يعتقدون أن فيسبوك ساهم في نشر منشورات طوفان الأقصى من خلال الآراء والتعليقات. نسبة أخرى ترى أن تأثيره كان متقطعًا، بينما تعتقد نسبة صغيرة أنه لم يكن له تأثير في هذا الصدد.

## خلاصة الفصل

توضح الدراسة التفاعل البارز لطلبة الإعلام والاتصال بجامعة زيان عاشور مع أحداث "طوفان الأقصى" من خلال اعتمادهم على شبكة فيسبوك، أظهرت النتائج أن جميع الطلبة يعتمدون على شبكة الفيس بوك، مما يبرز انتشاره الواسع بين الشباب في هذه الفئة العمرية، كما كشفت الدراسة أن اعتماد الفيس بوك بالنسبة لهؤلاء الطلبة لا يقتصر على التواصل الاجتماعي فقط، بل يشمل أيضًا البحث عن معلومات دقيقة ومحدثة حول الأحداث الهامة مثل "طوفان الأقصى".

الطلبة يفضلون استخدام الهواتف المحمولة للوصول إلى فيسبوك ومتابعة التطورات بشكل مستمر، ويتفاعلون بشكل كبير مع المحتويات المنشورة بواسطة الإعلانات والصفحات المختلفة على الموقع، يرى معظم الطلبة أن الفيس بوك لعب دورًا كبيرًا في نقل وتعزيز الوعي حول قضية "طوفان الأقصى" وتحديث الأحداث بشكل عام في الرأي العام.

# الخاتمة

.....

من خلال المرحلة البحثية (النظرية والميدانية) المعنونة ب اعتماد طلبة الإعلام والاتصال بجامعة زيان عاشور مع أحداث طوفان الأقصى عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فايس بوك)، تم التوصل إلى عدة نتائج أهمها ما يلي:

- تطور شبكات التواصل الاجتماعي عبر التاريخ، بدءًا من الشبكات المبكرة مثل MySpace

وحتى الشبكات الاجتماعية الحديثة مثل: Facebook و Twitter و Instagram.

- يُعتبر الفيس بوك واحدًا من أكبر وأشهر مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى العالم، حيث يتيح

للمستخدمين إمكانية الاتصال والتفاعل مع الآخرين، ونشر المحتوى بمختلف أنواعه مثل: الصور

والفيديوهات والمقالات.

- تبين من الدراسة أن الطلبة يلعبون دورًا مهمًا في نشر الوعي وتسهيل الضوء على القضايا الإنسانية

المهمة عبر استخدامهم لمنصات التواصل الاجتماعي.

- كما أظهرت الدراسة تفاعلًا إيجابيًا وتعبيرًا عن الدعم والتضامن مع قضايا طوفان الأقصى.

**التوصيات:** استنادًا إلى النتائج، توصي الدراسة بضرورة كلاً من:

- تعزيز التدريب والتثقيف بين الطلبة حول كيفية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل فعال لدعم

القضايا الإنسانية والسياسية.

- تطوير استراتيجيات لتعزيز التواصل والتفاعل الفعال بين الطلبة لزيادة الوعي والتأثير الإيجابي.

- تشجيع المزيد من الأبحاث والمبادرات الطلابية التي تستخدم التكنولوجيا الحديثة لنشر الوعي والتأثير في

قضايا المجتمع.

آفاق الدراسة: تفتح هذه الدراسة آفاقاً جديدة للبحث والتطوير في مجال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في النشاطات الطلابية والحملات الإنسانية. يمكن أن تسهم الاستنتاجات والتوصيات في تعزيز دور الشباب في تحقيق التغيير الاجتماعي ودعم القضايا الإنسانية بشكل أكبر وأكثر فعالية.

## قائمة المصادر والمراجع

الكتب

1. إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، شبكات التواصل والانترنت والتأثير على الأمن القومي والاجتماعي، ط 1، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، 2016.
2. صالح ساعود، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع، جامعة الملك عبد العزيز، السعودية، 2011م.
3. طلعت منصور، سيكولوجية الإتصال، عالم الفكر، المجلد 11، العدد 2، 1980.
4. عباس مُجّد الصادق، الإعلام الجديد: المفاهيم، الوسائل، التطبيقات، دار الشروق، عمان، 2008م.
5. عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015م.
6. على خليل، شبكات التواصل الاجتماعي، الطبعة 01، دار أسامة لنشر والتوزيع، الأردن، 2014م.
7. مرسي مشري، شبكات التواصل الاجتماعية الرقبة (نظرة في الوظائف)، دار الكتاب للنشر والمطبوعات، الجزائر، 2011م.
8. ياس خيضر، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، دار البداية، عمان، 2014.

المجلات والمقالات

1. أحمد كاظم حنتوش، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في قطاع التعليم الجامعي، كلية الطب البيطري جامعة القاسم الخضراء نموذجاً، محطة مركز بابل للدراسات الإنسانية، المجلد 7، العدد 4، 2017.
2. أسامة غازي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة أم القرى، 2015.

3. عبد الكريم على ، وزهيز ياسين طاهات، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة في الجامعات الأردنية، دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد رقم 40، العدد 01، 2013م.
4. لعجال عفيفة، الإعلام الجديد وظاهرة الفيس بوك بين تأثير وتزييف الوعي الجماهيري، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، المجلد 8، العدد 01، 2022م.
5. مهاب نصر، الفيس بوك (صورة المثقف وسيرته العصرية)، جريدة القيس الكويتية اليومية، العدد 13446، 2010.
6. الهواري، لمياء صالح، مستوى استخدام طلبة جامعة مؤتة لشبكتي الواتساب والفيس بوك وعلاقته بكل من البناء القيمي وفعالية الذات الأكاديمية، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد 164، ج 1، 2015م.

#### المذكرات ورسائل التخرج

1. حيمد أحلام ، بوسعيداوي نجية، دور الفيس بوك في تشكيل الرأي العام الجامعي حول ظاهرة اختطاف الأطفال، مذكرة ماستر تخصص سمعي بصري، جامعة يحيى فارس بالمدينة ، 2021/2020م.
2. رجب العبد ، التواصل الاجتماعي: أنواعه، ضوابطه، آثاره ومعوقاته، مذكرة ماجستير، تخصص تفسير وعلوم القرآن، الجامعة الإسلامية، فلسطين، 2011م.
3. سارة فنيزة، رقية فيالة، الفيس بوك والطالب الجامعي، مذكرة ماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة مُجَّد الصديق بن يحيى -جيجل-، 2018/2017.
4. عبد الحكيم بن عبد الله بن راشد، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الأساسي، مذكرة الماجستير في التربية، تخصص إرشاد نفسي، جامعة نزوى، 2015/2014م.

5. علاء أحمد، تصور مقترح لتوظيف الشبكة الاجتماعية فيسبوك، غزة، كلية التربية، 2012م.

### المواقع الالكترونية

1. موقع الجزيرة الالكتروني، وسائل التواصل الاجتماعي الإيجابيات والسلبيات، بتاريخ:

: <https://www.aljazeera.net/tech>، 2023/03/07

2. رشيد التلواتي، استخدام الفيس بوك كأداة تعليمية: باقة من الأفكار والطرق، بتاريخ

: <https://www.new-educ.com>، 2017/11/18

3. إبراهيم العبيدي، إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي، بتاريخ 20 سبتمبر 2021م، رابط الموقع

الالكتروني: <https://mawdoo3.com>

4. كبرو البدري، مفهوم التواصل لغة واصطلاحاً وأنواعه، بتاريخ 2024/06/05، رابط الموقع

الالكتروني: <https://artic.nl7za.com>

5. دعاء الدغيم، إيجابيات وسلبيات الفيس بوك، بتاريخ 19 ديسمبر 2020م، رابط الموقع الالكتروني :

<https://mawdoo3.com/>

6. إسلام الزبون، بحث عن الإنستغرام، بتاريخ 3 يوليو 2023م، رابط الموقع الالكتروني :

<https://mawdoo3.com5>

7. امال فرد، تعريف الفيس بوك وأهم مميزاته ووظائفه، بتاريخ 2024/06/06، رابط الموقع

الالكتروني: <https://artic.nl7za.com>

8. مكونات حساب الفيس بوك facebook account ، بتاريخ 2024/06/08، رابط الموقع

الالكتروني:

<https://facebooklikfacebookmarketing.blogspot.com/2015/10/facebook-account.html>

الملاحق

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

اعتماد طلبة الإعلام والاتصال بجامعة زيان عاشور - الجلفة - على شبكات التواصل الاجتماعي فيس بوك كمصدر للأخبار أثناء عملية طوفان الأقصى

تحت إشراف:

- منصور سعيدي

من إعداد:

- بوعزيز اسمهان

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته

في إطار إعداد مذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر جاءت هذه الدراسة: " اعتماد طلبة الإعلام والاتصال بجامعة بوزيان عاشور مع أحداث طوفان الأقصى من خلال شبكة التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) ، وهو أمر يحتاج تعاونكم معنا وهذا من خلال ملء الاستمارة المرفقة بما تستحق من عناية، حتى تكون الدراسة دقيقة ونحن من جهتنا نتعهد بأن إجاباتكم لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي لهذا نطلب منكم ملء الاستمارة بعناية من خلال الأسئلة المطروحة في الاستمارة.

البيانات الشخصية

1-الجنس

- ذكر
- اننى

2-المستوى الدراسي

- ليسانس
- ماستر

3-السن

- اقل من 25 سنة
- من 25 الى 35 سنة
- فوق 35 سنة

المحور الاول: أنماط وعادات إعتماذ طلبة على شبكة فيس بوك أثناء عملية طوفان الأقصى

4-هل تستخدم موقع فيس بوك؟

- نعم
- لا

5- ما هي درجة اعتمادك على شبكة الفيس بوك أثناء عملية طوفان الأقصى؟

- اقل من ساعتين
- من ساعتين الى ثلاث ساعات
- أكثر من ثلاث ساعات

6- ما هو المكان المفضل في اعتمادك على شبكة فيس بوك أثناء عملية؟

- الجامعة
- مقهى
- الانترنت
-

● قاعة مطالعة

● أخرى

7- ما هي الوسيلة المفضلة لديك في اعتمادك على شبكة الفيس بوك في متابعة أحداث طوفان الأقصى؟

● الهاتف

● اللوحة الإلكترونية

● كمبيوتر محمول

● كمبيوتر مكتبي

8- ماهي عدد المرات التي تعتمد فيها على شبكة فيس بوك لمشاهدة أحداث عملية طوفان الأقصى؟

● مرة واحدة

● مرتين

● ثلاث مرات

● أكثر من ثلاث مرات

9- ماهي الفترات المناسبة لاعتمادك على شبكة الفيس بوك في مشاهدة أحداث عملية طوفان الأقصى؟

● الصباح

● الظهر

● المساء

● الليل

المحور الثاني: الأسباب والدوافع من اعتماد الطلبة على شبكة الفيس بوك في عملية طوفان الأقصى

10- ماهي الدوافع التي تجعلك تعتمد على شبكة الفيس بوك في عملية طوفان الأقصى؟

● دوافع بحثية

● دوافع معرفية

● دوافع تواصلية

11- فيما تتمثل الدوافع البحثية من الاعتماد على شبكة الفيس بوك في عملية " طوفان الأقصى"؟

● البحث عن معلومات

● الاطلاع على اخبار

● نشر الأخبار والمعلومات

12- فيما تتمثل الدوافع التواصلية من الاعتماد على الفيس بوك في عملية " طوفان الأقصى "

- التواصل مع الأصدقاء
- التواصل مع الزملاء
- التواصل مع جهات مختصة

13- فيما تتمثل الدوافع المعرفية من الاعتماد على شبكة الفيس بوك في عملية " طوفان الأقصى "

- فتح باب النقاش والحوار
- تعزيز الوعي
- التزويد بمعلومات

المحور الثالث: المضامين والأشكال التي يقبل عليها طلبة قسم الإعلام والاتصال على شبكة الفيس بوك

14- ماهي طبيعة المضامين التي تقبل عليها على شبكة الفيس بوك حول طوفان الأقصى؟

- معلومات عامة عن عملية طوفان الأقصى
- معلومات الخاصة عن عملية طوفان الأقصى
- معلومات خاصة وعامة

15- ماهي شكل مضامين المعلومات التي تقبل عليها على شبكة الفيس بوك في عملية طوفان الأقصى

- مضامين عبارة عن صور
- مضامين عبارة عن فيديوهات
- مضامين مكتوبة

16- هل تتفاعل مع المضامين التي تنشر على شبكة فيس بوك في عملية طوفان الأقصى؟

- دائما
- أحيانا
- أبدا

17- هل تنظم إلى مجموعات وصفحات التي تنشر على شبكة فيس بوك بما يتعلق بعملية طوفان الأقصى؟

- دائما

• أحيانا

• أبدا

18- هل تتفاعل مع المضامين التي تنشر على شبكة فيس بوك في عملية طوفان الأقصى؟

• التعليق

• الإعجاب

• المشاهدة فقط

المحور الرابع: الإعلانات المحققة من متابعة الطلبة لشبكة الفيس بوك لإحداث عملية طوفان الأقصى

19- ساهم الفيس بوك في زيادة الوعي والاطلاع على معلومات طوفان الأقصى

• نعم

• لا

• أحيانا

20- هل ساهم الفيس بوك في وصول القضية لرأي العام حول أحداث طوفان الأقصى

• نعم

• لا

• أحيانا

21- هل ساهم فيس بوك في ان تصل منشورات طوفان الأقصى من خلال الآراء والتعليقات؟

• نعم

• لا

## فهرس المحتويات

رقم الصفحة	العبارات
/	اهداء
/	شكر وعرافان
/	ملخص الدراسة
/	الفهرس
<b>الجانب المنهجي</b>	
9/1	مقدمة
<b>الجانب النظري للدراسة</b>	
<b>الفصل الأول: شبكات التواصل الاجتماعي</b>	
11	تمهيد
12	المبحث الأول: شبكات التواصل الاجتماعي
12	المطلب الأول: ماهية شبكات التواصل الاجتماعي
18	المطلب الثاني: أنواع شبكات التواصل الاجتماعي
22	المبحث الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي وأهميتها
22	المطلب الأول: مجالات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
24	المطلب الثاني: إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي
27	خلاصة الفصل
<b>الفصل الثاني: شبكة التواصل الاجتماعي فيس بوك</b>	
29	تمهيد
30	المبحث الأول: ماهية شبكات التواصل الاجتماعي

30	المطلب الأول: ماهية الفاييس بوك
32	المطلب الثاني: استخدامات شبكة الفاييس بوك
33	المبحث الثاني: شبكة الفاييس بوك وتأثيراتها
33	المطلب الأول: استعمالات وصفات الفاييس بوك
35	المطلب الثاني: إيجابيات وسلبيات الفاييس بوك
37	المطلب الثالث: الخدمات التي توفرها شبكة الفاييس بوك
40	خلاصة الفصل
<b>الجانب التطبيقي</b>	
42	تمهيد
43	المطلب الأول: عرض وتحليل وتفسير نتائج البيانات
65	المطلب الثاني: نتائج الدراسة
69	خلاصة الفصل
/	خاتمة
73	قائمة المصادر والمراجع
/	قائمة الملاحق

### فهرس الجداول

الصفحة	عناوين الجداول	الرقم
44	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	01
45	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى الدراسي	02
46	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن	03
47	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب اعتماد شبكة الفيس بوك	04
48	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب درجة اعتماد شبكة الفيس بوك أثناء عملية طوفان الأقصى	05
49	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب المكان المفضل باعتماد شبكة	06

	فيس بوك أثناء عملية طوفان الأقصى	
50	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب الوسيلة المفضلة باعتمادك لشبكة فيس بوك في متابعة أحداث طوفان الأقصى	07
51	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب عدد المرات التي تعتمد فيها على الفيس بوك لمشاهدة أحداث عملية طوفان الأقصى	08
52	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب الفترات المناسبة لاعتماد الفيس بوك في مشاهدة أحداث عملية طوفان الأقصى	09
53	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب الدوافع التي تجعلك تعتمد على شبكة الفيس بوك في عملية طوفان الأقصى	10
54	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب الدوافع البحثية من اعتماد شبكة الفيس بوك في عملية " طوفان الأقصى "	11
55	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب الدوافع التواصلية من اعتماد الفيس بوك في عملية " طوفان الأقصى "	12
56	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب الدوافع المعرفية من اعتماد الفيس بوك في عملية " طوفان الأقصى "	13
57	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب طبيعة المضامين التي تقبل عليها على شبكة الفيس بوك حول طوفان الأقصى	14
58	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب شكل مضامين المعلومات التي تقبل عليها على شبكة الفيس بوك في عملية طوفان الأقصى	15
59	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب تفاعل مع المضامين التي تنشر على شبكة فيس بوك في عملية طوفان الأقصى	16
60	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب الانضمام إلى مجموعات وصفحات التي تنشر على شبكة فيس بوك بما يتعلق بعملية طوفان الأقصى	17
61	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب تفاعل مع المضامين التي تنشر على شبكة فيس بوك في عملية طوفان الأقصى	18
62	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب مساهمة الفيس بوك في زيادة الوعي والاطلاع على معلومات طوفان الأقصى	19
63	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب مساهمة الفيس بوك في وصول	20

	القضية لرأي العام حول أحداث طوفان الأقصى	
64	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب مساهمة شبكة فيس بوك في أن تصل منشورات طوفان الأقصى من خلال الآراء والتعليقات	21

## فهرس الأشكال

الصفحة	عناوين الأشكال	الرقم
44	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	01
45	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى الدراسي	02
46	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن	03
47	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب درجة اعتماد شبكة فيس بوك أثناء عملية طوفان الأقصى	04
48	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب المكان المفضل باعتمادك شبكة فيس بوك أثناء عملية طوفان الأقصى	05
49	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب الوسيلة المفضلة باستخدامك لموقع فيس بوك في متابعة أحداث طوفان الأقصى	06
50	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب عدد المرات التي تعتمد عليها على الفيس بوك لمشاهدة أحداث عملية طوفان الأقصى	07
51	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب الفترات المناسبة للاعتماد على الفيس بوك في مشاهدة أحداث عملية طوفان الأقصى	08
52	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب الدوافع الاعتماد على شبكة الفيس بوك في عملية طوفان الأقصى	09
53	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب الدوافع البحثية من الاعتماد على الفيس بوك في عملية " طوفان الأقصى "	10
54	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب الدوافع التواصلية من اعتماد الفيس بوك في عملية " طوفان الأقصى "	11
55	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب الدوافع المعرفية من اعتماد	12

	الفييس بوك في عملية " طوفان الأقصى "	
56	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب طبيعة المضامين التي تقبل عليها على شبكة الفييس بوك حول طوفان الأقصى	13
57	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب شكل مضامين المعلومات التي تقبل عليها على شبكة الفييس بوك في عملية طوفان الأقصى	14
58	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب تفاعل مع المضامين التي تنشر على شبكة فييس بوك في عملية طوفان الأقصى	15
59	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب تنظم إلى مجموعات وصفحات التي تنشر على شبكة فييس بوك بما يتعلق بعملية طوفان الأقصى	16
60	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب تفاعل مع المضامين التي تنشر على شبكة فييس بوك في عملية طوفان الأقصى	17
61	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب مساهمة الفييس بوك في زيادة الوعي والاطلاع على معلومات طوفان الأقصى	18
62	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب مساهمة الفييس بوك في وصول القضية لرأي العام حول أحداث طوفان الأقصى	19
63	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب مساهم شبكة فييس بوك في أن تصل منشورات طوفان الأقصى من خلال الآراء والتعليقات	20
64	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب درجة اعتمادك لشبكة فييس بوك أثناء عملية طوفان الأقصى	21

## فهرس الملاحق

الرقم	عنوان الملحق	الصفحة
01	استمارة	78