



دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز السلم الاهلي والمجتمعي لدى المواطنين جمهور
مدينة الرمادي نموذجاً

م.م. رعد خاشع حافظ

رئاسة جامعة الأنبار-قسم الاعلام والعلاقات العامة

Raad.alkashie@gmail.com

DOI

10.37653/juah.2020.171098

المخلص:

تم الاستلام: ٢٠١٩/٢/١٢

قبل للنشر: ٢٠١٩/٤/٢٩

تم النشر: ٢٠٢٠/٣/١

الكلمات المفتاحية

الدور

مواقع التواصل الاجتماعي

السلم الاهلي

السلم المجتمعي

مدينة الرمادي

إن من أبرز ملامح هذا العصر ظهور مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي عبر شبكة المعلومات العالمية؛ حيث أحدثت هذه المواقع والشبكات موجة جديدة من موجات ثورة المعلومات التي بدأت في أواخر القرن الميلادي المنصرم، ومع انتشار أجهزة التواصل الحديثة دخلت البشرية مرحلة غير مسبوقة في مجال تواصل الافراد مع غيرهم من الافراد والمؤسسات؛ فلم يعد العالم قرية صغيرة كما كان يقال سابقاً، بل صار هذا العالم كله عند أطراف أصابع الانسان، بغض النظر عن عمره ومستوى تعليمه وجنسيته.

ومنح ظهور مواقع التواصل الاجتماعي المتصفحين مساحة كبيرة لإبداء آراءهم حول القضايا والمشاكل التي تواجههم في حياتهم اليومية ، اذ اصبحت هذه المواقع تشكل جزءاً من الرأي العام لدى الجمهور وقوة ضاغطة لدى اغلب صناعات القرار من اشخاص ومؤسسات حكومية وغير الحكومية ، ويفعل تسارع الاحداث والمواقف في العراق بشكل عام وبمحافظة الأنبار بشكل خاص تباينت انعكاسات نتائج هذه المواقع فالبعض منها قد شكل فرصة إيجابية لتنمية وتطوير المهارات الفردية لدى الجمهور لكن البعض الاخر قد اثر بشكل سلبي على مجريات الاحداث عبر بث الشائعات لأحداث زعزعة على صعيد السلم الاهلي والمجتمعي وتهديد البنية الامنية للمجتمع في محافظة الأنبار .

The role of social networking sites in promoting civil and community peace among citizens The audience of Ramadi is a model

Assistant teacher Raad Khasha Hafez

- University of Anbar - Director of Media and Public Relations

Abstract:

The emergence of social networking sites has given the surfers a lot of space to express their views on the issues and problems they face in their daily lives. These sites have become part of the public opinion and the pressure of most decision makers from individuals and governmental and non-governmental organizations. Events and attitudes in Iraq in general and in Anbar province in particular varied the repercussions of the results of these sites, some of which has constituted a positive opportunity for the development and development of individual skills of the public, but others have adversely affected the events through the dissemination of rumors and events On the level of peace Ah Ahli and community and threaten the security structure of the community within the province of Anbar. Therefore, this research came to highlight the role played by social networking sites in all their forms and types in promoting the civil and social peace in Anbar province, especially the province has recently emerged from the war was one of the reasons negative role played by social networking sites.

Submitted: 12/02/2019

Accepted: 29/04/2019

Published: 01/03/2020

Keywords:

Role
social media
civil peace
community peace
Ramadi city.

©Authors, 2020, College of Education for Humanities University of Anbar. This is an open-access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



اولاً: منهجية البحث**- مشكلة البحث**

تكمن مشكلة البحث في تساؤل رئيس وهو ما الدور الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز السلم الاهلي والمجتمعي لدى الجمهور ؟

ويتفرع من هذا التساؤل عدة تساؤلات وهي :

١- ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على قناعات الجمهور وتوجهاتهم العامة ؟

٢- ما مدى قدرة مواقع التواصل الاجتماعي في إشاعة قيم وثقافة السلم الاهلي والمجتمعي لدى الجمهور؟

٣- ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في خلق تفاعلية مجتمعية لإشاعة رأي عام ايجابي يساعد في تعزيز ثقافة السلم الاهلي والمجتمعي داخل المجتمعات ؟

- اهمية البحث

تكمن اهمية البحث بكونه يهتم بشريحة كبيرة من المواطنين وهم الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي فضلاً انه يهتم بشكل كبير ومباشر بموضوع السلم الاهلي والمجتمعي والذي يعد احد اهم متطلبات المجتمع خاصة في الظروف التي شهدتها العراق بشكل عام ومحافظة الانبار بشكل خاص وما عاصرتة المحافظة عن طريق امنية وعسكرية كان لمواقع التواصل الاجتماعي التأثير الكبير في إحداث تغييرات على ارض واقع من خلال الاختلاف والتباين في الآراء والمواقع التي تم مداولتها على مواقع التواصل الاجتماعي ، وعليه فان اهمية البحث تكمن في تسليط الضوء على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز السلم الاهلي والمجتمعي لدى جمهور مدينة الرمادي .

- اهداف البحث

١- معرفة الدور الذي تؤديها مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الراي العام لدى جمهور مدينة الرمادي.

٢- التعرف على اهم الموضوعات التي يتناولها المواطنين في مواقع التواصل الاجتماعي.

٣- التعرف على مدى الاستفادة التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي للمواطنين في مدينة الرمادي خاصة ما يتعلق بموضوع السلم الاهلي والمجتمعي .

٤- ابراز التأثيرات السلبية لشبكات مواقع التواصل الاجتماعي في الراي العام لدى جمهور مدينة الرمادي.

٥- ابراز التأثيرات الايجابية للشبكات مواقع التواصل الاجتماعي في الراي العام لدى جمهور مدينة الرمادي.

- منهج البحث

يأتي هذا البحث ضمن اطار البحوث المسحية وقد تم استخدام المنهج الوصفي اذ ان هدف البحث هو جمع المعلومات حول مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ومعرفة تأثيرها في تعزيز السلم الاهلي المجتمعي لدى مواطني جمهور مدينة الرمادي وقد تم اعتماد الاستبانة وصولاً لآراء المبحوثين لتحقيق اهداف البحث .

- ادوات جمع البيانات

١- الملاحظة

وهي مشاهدة الظاهرة محل الدراسة اذ يتمكن الملاحظ من مراقبة تفاعلات المبحوثين ، وتعد الملاحظة من اكثر الادوات المستخدمة في الدراسة لما توفره في العديد من البيانات والمعلومات(١).

٢- الاستبيان

وهي اداة مهمة من الادوات المنهجية التي تستعمل في جمع البيانات والمعلومات فهو عبارة عن مجموعة من الاسئلة التي تطرح من قبل الباحث للمبحوثين والتي تكون مصممة بدقة وعناية ويجب ان تكون واضحة ومتسلسلة ، ويتم توزيعها على مجموعة من المواطنين المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي ويعد الاستبيان من اكثر الادوات المهمة لجمع البيانات الاكثر دقة عبر طرح موضوع معين على عدد كبير من الناس(٢).

- مجتمع البحث ويتضمن:

١- المجال المكاني الجغرافي : مدينة الرمادي نموذجا.

٢- المجال الزمني : استغرقت مدة البحث عشرة ايام للمدة (من ١٧ - ٢ الى

٢٧-٢ / ٢٠١٩) .

٣- المجال البشري: الذي يتحدد بموجبه مجتمع البحث ويتكون المجال البشري من مجموعة من الافراد في مدينة الرمادي.

ثانياً : مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

أثبتت كثير من الدراسات والبحوث العلمية أن الانسان كائن اجتماعي، وهو بطبعه وفطرته لا يستطيع إشباع جميع حاجاته البيولوجية والنفسية دون التواصل مع أفراد من بني جنسه، فطبيعته هذه تفرض عليه العيش مع الآخرين لإشباع هذه الحاجات، أما الاحتياجات الاجتماعية فلا يمكن أن تقوم أساساً دون تواصل إنساني مع المحيط الاجتماعي، وهذا ما وفرته شبكات التواصل الاجتماعي في العالم الافتراضي، حيث أتاحت المجال واسعاً أمام الانسان للتعبير عن نفسه، ومشاركة مشاعره وأفكاره مع الآخرين وتسعى عموم الشبكات الاجتماعية إلى خلق جو من التواصل في مجتمع افتراضي تقني، يجمع مجموعة من الاشخاص من مناطقٍ ودولٍ مختلفة في موقع واحد، تختلف وجهاتهم ومستوياتهم واللوانهم، وتتفق لغتهم التقنية، يهدفون إلى التعارف أو التعاون أو التشاور أو الاستطلاع والاكتشاف، أو لمجرد الترقية وتكوين علاقات جديدة، والشخص المنتمي إلى هذا المجتمع عضو فاعل، أي أنه يرسل ويستقبل ويقرأ ويكتب ويشارك، ويسمع ويتحدث ، يعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي بأنها: "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع اعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهويات نفسها"^(١)، وهذا الترابط نتج عنه نوع من الاعلام يختلف عن الاعلام التقليدي القديم وما يعرف بالاعلام الاجتماعي ، او الاعلام الجديد او البديل وما يطلق عادة على كل ما يمكن استخدامه وتبادلته من معلومات من قبل الافراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية ، ويعرف الاعلام الاجتماعي بأنه المحتوى الاعلامي الذي يتميز بالطابع الشخصي ، والمتناقل بين الطرفين : احدهما مستقبل، والآخر مرسل ، عبر وسيلة (شبكة اجتماعية)، مع حرية الارسال للمرسل ، وحرية التجارب معها للمستقبل ، بيد ان الاعلام الجديد يعرف (بأنه الاعلام الذي يقدم شكل رقمي وتفاعلي ، يعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت ، فضلاً عن استخدام الكمبيوتر كألية رئيسة له في عملية الانتاج والعرض ، اما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيس الذي يميزه ، وهو من اهم سماته)^(٢).

ثالثاً : نشأة مواقع التواصل الاجتماعي وتطورها

ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة الأمريكية على مستوى التفاعل بين بعض زملاء الدراسة، وأول موقع للتواصل الاجتماعي لطلاب المدارس الأمريكية ظهر عام (١٩٩٥) وهو موقع Classmates.com وتبع ذلك موقع SixDegrees.com ، وكان ذلك في خريف عام (١٩٩٧)، وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص بغض النظر عن انتماءاتهم العلمية أو العرقية أو الدينية، وتبع ذلك ظهور مجموعة من مواقع التواصل الاجتماعي للمدة (١٩٩٧ - ١٩٩٩)؛ وكان محور اهتمامها هو تدعيم المجتمع عبر مواقع تواصل اجتماعية مرتبطة بمجموعات معينة مثل موقع الأمريكيين الآسيويين Asianavenue.com ، وموقع البشر ذوى البشرة السمراء Blackplanet.com، وقد اعتمدوا في نشأت المواقع على علامات الويب في المراحل الاولى اذ يمكن وصف المرحلة بالمرحلة المكتملة او التأسيسية للشبكات الاجتماعية^(٣)، وتمثلت المرحلة الاولى بمواقع متعددة هدفها تكوين شبكات خاصة برجال الاعمال والمواقع التجارية لتسهيل عملهم^(٤) ، ومع بداية عام (٢٠٠٢) انطلق موقع التواصل الاجتماعي friendster.com، وقد تم تصميمه ليكون وسيلة للتعرف والصدقات المتعددة بين مختلف فئات المجتمع العالمي، وفي النصف الثاني من العام نفسه ظهر في فرنسا موقع skyrock.com كمنصة للتدوين، وفي بداية عام (٢٠٠٣) ظهر موقع التواصل الاجتماعي الشهير Myspace.com وهو من أوائل مواقع التواصل الاجتماعي المفتوحة وأكثرها شهرة على مستوى العالم، كما ظهرت بالتوازي العديد من مواقع التواصل الاجتماعي مثل linkedin.com كانت النقلة الكبيرة في عالم شبكات التواصل الاجتماعي بانطلاق موقع التواصل الاجتماعي الشهير الفيس بوك Facebook.com ؛ اذ انطلق رسمياً في الرابع من فبراير عام (٢٠٠٤) .

رابعاً : انواع مواقع التواصل الاجتماعي

١- الفيسبوك

يعد الفيس بوك احد وسائل مواقع التواصل الاجتماعي الحديثة والتي ساعدت الناس على الجمع بينهم في المكان والزمان هو موقع الكتروني تملكه شركة فيسبوك المساهمة العامة يكون متعدد الاغراض^(٥) سياسية وتعليمية وثقافية واجتماعية فضلاً عن التوعية اذ يتميز بالسهولة والوضوح في تكوين قاعدة الجماهيرية .

مارك زوكربيرغ هو من اسس هذه الشبكة التي تهدف الى زيادة الاتصال بين الناس وقد تم فتحه عام ٢٠٠٦ اما في عام ٢٠٠٨ فهو العام الذي شهد اعلان ايرلندا وبالأخص العاصمة دبلين مقرا رسميا لشركة فيس بوك.

ويتحدث "Kirkpatrick .David" في كتابه "The Facebook Effect" عن هذه الشبكة التي ربطت بين أجزاء العالم المترامية وغيرت معالمه، ويلقي الضوء على كيفية تأثير الفيس بوك على كل العالم وعلى الناس جميعاً^(٦) ، ويعد هذا الموقع من اقبال العالم عليه والشهرة التي يمتلكها بالمركز الثالث بعد موقع (غوغل) ومايكروسوفت والذي بلغ عدد المتابعين (٨٠٠) مليون شخص ، وبذلك اصبح مؤسس الفيس بوك اصغر ملياردير في العالم وهو يبلغ من العمر ٢٦ اذ بلغ قيمة الفيس بوك خمسة عشر مليار دولار ، ونتيجة التقدم والشهرة قامت احدى الشركات بإنتاج فيلم يحمل اسم (الشبكة الاجتماعية) يسرد قصة الفيس بوك ويتحدث عن مؤسس الفيس وما دار بينه وبين زملائه الثلاث من صراع وتوجهوا اليه باتهامات سرقة افكارهم وكل ذلك بداعي الحصول على الثروة الطائلة التي شهد لها العالم ، ويؤيد هذا الراي (بن مزري تش) في الرواية الشهيرة (مليارديرات بالصدفة) او حسب الكتاب (قصة فيس بوك : ثورة وثروة)^(٧).

٢- توتير

هو احد شبكات التواصل الاجتماعي الذي ظهر حديثا والذي ادى دورا كبيرا في الاحداث السياسية في العديد من البلدان وخاصة في بلدان الشرق الاوسط ، واخذ اسم توتير من مصطلح (تويت) الذي يقصد به التغريد واخذ رمز العصفور له ، الا انه يتكون من ارسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى (١٤٠) حرف للرسالة الواحدة وكانت بدايته في عام (٢٠٠٦). اليوم يعد توتير مصدراً معتمداً للتصريحات الشخصية سواء كانت صادرة عن سياسيين او ممثلين او صحفيين او وجهاء المجتمع الغربي والعربي على حد سواء، ومصدراً معتمداً للتصريحات الحكومية و الاخبارية و قناة التواصل بين الشعوب كما يحدث اليوم في الاحداث العربية عقب "الربيع العربي" وتأثير التوتير القوي فيه^(٨).

٣- اليوتيوب

وقد تأسس هذا الموقع عام ٢٠٠٥ بواسطة (٣) موظفين سابقين في شركة "باي بال" paypal "وهم تشاد هيرلي " و "ستيف تشين" و "جاود كريم" في مدينة كاليفورنيا، ويستخدم

الموقع تقنية الدوبي فلاش لعرض المقاطع المتحركة، حيث أن محتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الافلام، التلفزيون، ومقاطع الموسيقى، الفيديو المنتج من قبل الهواة وغيره^(٩).

مميزات اليوتيوب :

يعد موقع يوتيوب من أروع ابتكارات مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بسبب مزاياه المتعددة وأهمها :

١- عام ومجاني : فأنت عبر هذا الموقع تستطيع تحميل وتنزيل ما تشاء و تحتاج من افلام سواء كانت تعليمية او ترويجية، و كل ذلك مجاناً مقابل التسجيل في الموقع فقط، و على أن تلتزم بشروط التحميل بأن تحمل افلاماً لها حقوق نشر خاصة بدون إذن أو افلام إباحية.

٢- سهل الاستعمال من قبل العامة : فالموقع سهل الاستعمال بالنسبة لتحميل و تنزيل الافلام مقارنة مع غيره من المواقع و يوفر أدوات داعمة لذلك.

٣- ميزة البث المباشر "live streaming" : لا تحتاج بواسطة هذه الميزة أن تنزل الفلم حتى تشاهده، بل بمجرد الضغط على وصلة الفلم ستتمكن من مشاهدته و من أي جهاز حاسوب أو هاتف نقال إن كان يدعم تقنية بث ذلك النوع من الافلام، وهي ميزة مكنت العديد من محطات البث و القنوات الاخبارية من عرض برامجها مباشرة عبر اليوتيوب مما اعتبر طفرة في تطوير العالم وتقنيات البث المباشر^(١٠).

خامساً : وظائف مواقع التواصل الاجتماعي

يمكننا توضيح مجموعة وظائف لمواقع التواصل الاجتماعي وهي^(١١)

١- المحادثة وهي التي تبقى مستمرة من غير انقطاع فضلاً عن امتلاكها ميزة الاطلاع على الواقع من جميع انحاء العالم ويبقى ذلك الشخص على دراية بما يحدث.

٢. الحرية وهو بعد ان كانت الضوابط التقليدية عرضه بتدخل الدولة فيها، اصبحت اليوم عالم مفتوح وعلى جميع العالم الا انها قد تكون منفعة في حين وفي اخر شر.

٣. التنوع فقد اصبح العالم متنوعاً ويستطيع المتلقي المشاهدة والمشاركة مع الاخرين ببسر وسهولة .

٤. السرعة والمرونة وسهولة توفر المعلومات بأفضل الطرق.

٥. الفاعلية والتي تمكن المتلقي من التحوار والنقاش والتعليق ازاء القضايا المطروحة.

سادساً : مفهوم السلم الاهلي والمجتمعي

السلم من السلام وأصله السلامة، أي: البراءة والعافية والنجاة من العيوب والآفات والأخطار. ويطلق السلم بلغاته الثلاث السّلم والسّلم والسّلم على ما يقابل حالة الحرب والصراع ، قال ابن منظور: السّلم والسّلم : الصلح، وتسالما: تصالحو، والخيل إذا تسالمت تسابرت لا تهيج بعضها بعضاً^(١٢).

والمقصود بالسلم الاهلي المجتمعي: حالة السلم والوثام داخل المجتمع نفسه وبين شرائحه وقواه ومن أهم المقاييس الأساسية لتقويم أي مجتمع ، تشخيص حالة العلاقات الداخلية فيه، فسلامتها علامة على صحة المجتمع وإمكانية نهوضه، بينما اهتراؤها دلالة سوء وتخلف، يقول المفكر مالك بن نبي: نستطيع أن نقرر أن شبكة العلاقات هي العمل التاريخي الأول الذي يقوم به المجتمع ساعة ميلاده ، ومن أجل ذلك كان أول عمل قام به المجتمع الإسلامي هو الميثاق الذي يربط بين الأنصار والمهاجرين ثم يشير بن نبي إلى أنه كما كانت العلاقات الداخلية السلمية هي نقطة الانطلاق في تاريخ المسلمين، فإن تدهورها كان مؤشر السقوط والانحطاط^(١٣).

ويعدّ السلم الاهلي مكملاً ومشابهاً للسلم المجتمعي برفضه لجميع انواع العنف ويعزز العلاقات والتواصل ونشر الثقافة الا ان الاقتتال المجتمعي هو الشر المطلق لا بد من محاربتة^(١٤).

سابعاً: العوامل المؤثرة على السلم الاهلي

توجد مجموعة عوامل مؤثرة في السلم الاهلي و المجتمعي وهي^(١٥)

- ١- استخدام الاتصال الشخصي
- ٢- الاستخدام الحكومي
- ٣- الاستخدامات التعليمية
- ٤- الاستخدام الاخباري

ثامناً: الصحافة الالكترونية ودورها في تعزيز ثقافة السلم الاهلي والمجتمعي:-

تعدّ الصحافة الالكترونية ابرز مجالات الاعلام الجديد فهي وسيلة جديدة للتعبير عن الراي ونقله اذ ساهمت بشكل كبير في ايجاد مساحات جديدة للتعبير وابداء الراي بعيدا عن الرقابة وتعددت فضاءاتها^(١٦)، واطلق عليها صحافة المواطنين لأنها تعزز من دور السلم

الاهلي والمجتمعي ولأنها تقدم للناس دورا مستقلا وهذا الامر جعل الكثير من الجمهور يتحول الى وكالات انباء متحركة (١٧) عبر نشر الافكار والآراء اذ سمح الانترنت للمستخدمين التعبير عن آرائهم ، وبذلك ظهرت العديد من الاشكال التي تتجلى فيها الصحافة الالكترونية لتعزيز ثقافة السلم الاهلي والمجتمعي وكالاتي (١٨) :

١- مواقع التواصل الاجتماعي : وهي الشبكات الاجتماعية ومواقع التشبيك الاجتماعي والتي تستخدم من اجل التواصل واقامة العلاقات والتعارف وغيرها كما هي تبادل المعلومات بكل حرية وشفافية.

٢- المدونات الالكترونية : وهي المواقع التي يستخدمها الافراد والمؤسسات يتم فيها الكتابة بأساليب مختلفة حيث المدونة هي منصة لممارسة حرية الراي والتعبير والراي.

٣- مواقع التحرير الجماعي : وهي المواقع ذات المحتوى التعاضدي والتي تعتمد على البرمجيات التي تستخدم بتحرير مضمونها بشكل جماعي والتي يمكن الاضافة والتعديل والحذف منها.

وبذلك فالصحافة الالكترونية تعزز ثقافة المجتمع بالتعبير عن الراي وضمان المحتوى والحريات فالشخص كامل الحرية في ابداء الراي وتمثل الحرية في استقصاء الاخبار وتلقيها واداعتها باي شكل مطبوعة او مكتوبة وباي وسيلة يختارها الشخص (١٩) .

كما نصت الاعلانات العالمية على تعزيز ثقافة السلم الاهلي والمجتمعي في ان لكل شخص حرية تعبير مثل حرية اعتناق الآراء والافكار دون أي تدخل ، وهو ما اكدته الاتفاقيات الاوربية لحقوق الانسان والحريات من دون تدخل السلطات العامة (٢٠).

تاسعاً : الدراسة الميدانية :

جدول (١) يوضح جنس المبحوثين

ت	التوزيع	العدد	النسبة	المرتبة
١	ذكر	٤١	٨٢%	الاولى
٢	انثى	٩	١٨%	الثانية
	المجموع	٥٠	١٠٠	

يتضح من جدول رقم واحد ان الذكور في المرتبة الاولى والتي بلغ نسبتهم ٨٢% وبواقع تكرار ٤١ اما الاناث فكانوا في المرتبة الثانية وهذا ما تبينت نسبتهم ١٨% وبواقع ٩ تكرار.

جدول (٢) يوضح الفئات العمرية للمبحوثين

ت	التوزيع	العدد	النسبة	المرتبة
١	(٢٣. ١٩)	٣٨	%٧٦	الاولى
٢	(٢٨. ٢٤)	٦	%١٢	الثانية
٣	(٢٩ فاكثر)	٦	%١٢	الثالثة
	المجموع	٥٠	١٠٠	

يوضح جدول رقم (٢) الفئات العمرية فتيين من خلال النسب ان الفئة العمرية (١٩). (٢٣) وبنسبة ٧٦% وبواقع تكرار ٣٨ قد جاءت في المرتبة الاولى .. اما الفئة العمرية (٢٤) (٢٨. وبنسبة ١٢% وبواقع تكرار ٦ هي في المرتبة الثانية ثم تليها الفئة العمرية الواقعة بين (٢٩. فاكثر) وبنسبة ١٢% وبواقع تكرار ٦ قد جاءت في المرتبة الثالثة .

جدول (٣) يوضح التحصيل الدراسي للمبحوثين

ت	التوزيع	العدد	النسبة	المرتبة
١	بكالوريوس	٢٥	%٥٠	الاولى
٢	اعدادي	١٢	%٢٤	الثانية
٣	متوسطة	١١	%٢٢	الثالثة
٤	دراسات عليا	٢	%٤	الرابعة
	المجموع	٥٠	١٠٠	

يوضح جدول رقم (٣) ان البكالوريوس قد جاء في المرتبة الاولى وذلك من خلال النسبة ٥٠% وبواقع تكرار ٢٥ ثم تليها مرحلة الاعدادية وبنسبه ٢٤% وبواقع تكرار ١٢ قد جاءت في المرتبة الثانية اما مرحلة المتوسطة اتت في المرتبة الثالثة وبنسبة ٢٢% وبواقع تكرار ١١ ، اما الدراسات العليا فقد اتت في المرتبة الرابعة وبنسبة ٤%.

جدول (٤) يوضح الحالة الاجتماعية

ت	التوزيع	العدد	النسبة	المرتبة
١	اعزب	٣٩	٧٨%	الاولى
٢	متزوج	١١	٢٢%	الثانية
	المجموع	٥٠	١٠٠	

يوضح جدول رقم (٤) ان النسب التي اظهرت ان صفة اعزب كان في المرتبة الاولى وذلك بنسبة ٧٨% وبواقع تكرار ٣٩ ثم تليها في المرتبة الثانية بصفة متزوج وبنسبة ٢٢% وبواقع ١١ تكرار.

جدول (٥) يوضح البيانات الاساسية ما اهم المواقع التي يتفاعل معها المستخدمون

ت	التوزيع	العدد	النسبة	المرتبة
١	الفيس بوك	٢٥	٥٠%	الاولى
٢	واتس اب	١٢	٢٤%	الثانية
٣	انستغرام	١٠	٢٠%	الثالثة
٤	يوتيوب	٢	٤%	الرابعة
٥	توتير	١	٢%	الخامسة
	المجموعة	٥٠	١٠٠	

يوضح جدول رقم (٥) ان اكثر المواقع التي يتفاعل معها المستخدمين الفيس بوك يأتي في المرحلة في الاولى وبنسبة ٥٠% وبواقع تكرار ٢٥ ثم تليها موقع الواتس اب وبنسبة ٢٤% وبواقع تكرار ١٢ قد اتى في المرحلة الثانية ثم اتى موقع الانستغرام في المرحلة الثالثة وبنسبة ٢٠% وبواقع تكرار ١٠ اما موقع اليوتيوب فقد اتى بنسبة ٤% وبواقع تكرار ٢ في المرتبة الرابعة اما موقع توتير وبنسبة ٢% وبواقع تكرار ١ فقد اتى في المرحلة الخامسة .

جدول (٦) يوضح الفترة الزمنية للاشتراك في الشبكة العنكبوتية

ت	التوزيع	العدد	النسبة	المرتبة
١	(خمس اشهر . ١٢ شهر)	٤٤	%٨٨	الاولى
٢	(شهر . خمس اشهر)	٦	%١٢	الثانية
	المجموعة	٥٠	١٠٠	

يوضح جدول رقم (٦) ان الفترة الزمنية للاشتراك جاءت في المرتبة الاولى (خمس اشهر . ١٢ شهر) وبنسبة %٨٨ وبقوات تكرار ٤٤ ثم تليها (شهر . خمس اشهر) وبنسبة %١٢ وبقوات تكرار ٦ قد اتت في المرحلة الثانية.

جدول (٧) يوضح هل مواقع التواصل تحفز السلم الاهلي والمجتمعي

ت	التوزيع	العدد	النسبة	المرتبة
١	نعم	٤١	%٨٢	الاولى
٢	لا	٩	%١٨	الثانية
	المجموع	٥٠	١٠٠	

يوضح جدول رقم (٧) ان اغلبية المبحوثين اجابوا بنعم وهذا عن ان مواقع التواصل الاجتماعية تحفز السلم الاهلي والمجتمعي وبنسبة %٨٢ وبقوات تكرار ٤١ وقد اتى في المرحلة الاولى اما الذين اجابوا بلا فهم بنسبة %١٨ وبقوات تكرار ٩ والتي كانت في المرحلة الثانية.

جدول (٨) يوضح مواقع التواصل الاجتماعي الاكثر فعالية بجانب السلم الاهلي والمجتمعي

ت	التوزيع	العدد	النسبة	المرتبة
١	الفيس بوك	٣٩	%٧٨	الاولى
٢	اليوتيوب	٦	%١٢	الثانية
٣	توتير	٥	%١٠	الثالثة
	المجموع	٥٠	١٠٠	

يوضح جدول رقم (٨) ان اغلبية مواقع التواصل فعالية بجانب السلم الاهلي والمجمعي هو الفيس بوك والذي كان بنسبة ٧٨% وبواقع تكرار ٣٩ وكان في المرتبة الاولى اما اليوتيوب فقد كان في المرتبة الثانية وبنسبة ١٢% وبواقع تكرار ٦ اما المرتبة الثالثة توتير وبنسبة ١٠% وبواقع ٥ تكرار .

جدول (٩) يوضح هل ان هناك تفاعل من قبل الجمهور بما تقدمه الصحافة الالكترونية في مواقع التواصل الاجتماعي

ت	التوزيع	العدد	النسبة	المرتبة
١	نعم	٢٧	٥٤%	الاولى
٢	لا	١٦	٣٢%	الثانية
٣	احيانا	٧	١٤%	الثالثة
	المجموع	٥٠	١٠٠	

يوضح جدول رقم (٩) ان اغلبية المبحوثين اجابوا بنعم وهذا يدل على تفاعل الجمهور بما تقدمه الصحافة الالكترونية في مواقع التواصل والذي تبين بنسبة ٥٤% وبواقع تكرار ٢٧ اما المرحلة التي تليها في المرتبة الثانية الذين اجابوا بلا وبنسبة ٣٢% وبواقع تكرار ١٦ اما المرحلة الاخيرة في المرتبة الثالثة اجابوا بأحياناً وهذا بنسبة ١٤% وبواقع تكرار ٧.

جدول (١٠) يوضح هل تعدد المنشورات والتطبيقات يكون عنصر مهم في التفاعل من قبل الجمهور

ت	التوزيع	العدد	النسبة	المرتبة
١	نعم	٢٤	٤٨%	الاولى
٢	احيانا	٢١	٤٢%	الثانية
٣	لا	٥	١٠%	الثالثة
	المجموع	٥٠	١٠٠	

يوضح جدول رقم (١٠) ان اغلبية المبحوثين اجابوا بنعم وهذا ما يدل على اهمية المنشورات والتطبيقات حيث هو عنصر مهم وهذا بنسبة ٤٨% وبواقع تكرار ٢٤ وقد حصلت

على المرتبة الاولى ثم تليها الاجابة بأحياننا وبنسبة ٤٢% وبقواع تكرر ٢١ والتي جاءت في المرتبة الثانية اما المرتبة الثالثة فهي الاجابة ب لا وبنسبة ١٠% وبقواع ٥ تكرر.

جدول (١١) يوضح هل المنشورات الخاصة بالسلم الاهلي لها تأثير ايجابي في المشاركة المجتمعية

ت	التوزيع	العدد	النسبة	المرتبة
١	نعم	٤٥	٩٠%	الاولى
٢	احيانا	٣	٦%	الثانية
٣	لا	٢	٤%	الثالثة
	المجموع	٥٠	١٠٠	

يوضح جدول رقم (١١) ان اغلبية المبحوثين اجابوا بنعم وبنسبة ٩٠% وبقواع تكرر ٤٥ والذي انت في المرتبة الاولى ثم تليها الاجابة بأحياننا وبنسبة ٦% وبقواع تكرر ٣ في المرتبة الثانية اما المرتبة الثالثة هي الاجابة بلا وبنسبة ٤% وبقواع تكرر ٢ وهذا يدل على ان المنشورات الخاصة بالسلم الاهلي لها تأثير ايجابي في المشاركة المجتمعية.

جدول (١٢) يوضح هل يمكن عن طريق مواقع الشبكات العنكبوتية ومواقع التواصل الاجتماعي ان نتوصل لحلول تقضي عما يعانيه المجتمع حاليا.

ت	التوزيع	العدد	النسبة	المرتبة
١	نعم	٤٠	٨٠%	الاولى
٢	احيانا	٧	١٤%	الثانية
٣	لا	٣	٦%	الثالثة
	المجموع	٥٠	١٠٠	

يوضح جدول (١٢) ان اغلبية المبحوثين اجابوا بنعم وهذا يدل على ان مواقع الشبكات العنكبوتية ومواقع التواصل الاجتماعي يمكنها ان تتوصل الى الحلول المناسبة في المجتمع وبنسبة ٨٠% وبقواع تكرر ٤٠ والذي حصلت الاجابة المرتبة الاولى اما الاجابة بأحياننا اخذت المرتبة الثانية وبنسبة ١٤% وبقواع تكرر ٧ اما المرتبة الثالثة هي الاجابة بلا وبنسبة ٦% وبقواع ٣ تكرر.

جدول (١٣) يوضح هل مواقع التواصل الاجتماعي تفيد في تحديد اهم الحالات التي تحتاج المساعدة

ت	التوزيع	العدد	النسبة	المرتبة
١	نعم	٣٢	%٦٤	الاولى
٢	احيانا	١٠	%٢٠	الثانية
٣	لا	٨	%١٦	الثالثة
	المجموع	٥٠	١٠٠	

يوضح جدول رقم (١٣) ان اغلبية المبحوثين اجابوا بنعم وهذا يدل على ان مواقع التواصل الاجتماعي يمكنها تحديد اهم الحالات التي تحتاج الى المساعدة وبنسبة %٦٤ وبواقع ٣٢ والتي جاءت في المرتبة الاولى اما المرتبة الثانية هي الاجابة بأحياننا وبنسبة %٢٠ وبواقع تكرر ١٠ اما المرتبة الثالثة فهي الاجابة بلا وهذا بنسبة %١٦ وبواقع ٨ تكرر جدول (١٤) يوضح هل يتأثر الجمهور بما ينشر في مواقع التواصل الاجتماعي من الحالات الانسانية التي تُعرض

ت	التوزيع	العدد	النسبة	المرتبة
١	نعم	٢٣	%٤٦	الاولى
٢	احيانا	١٩	%٣٨	الثانية
٣	لا	٨	%١٦	الثالثة
	المجموع	٥٠	١٠٠	

يوضح جدول رقم (١٤) ان اغلبية المبحوثين اجابوا بنعم والذي حصلت المرتبة الاولى وبنسبة %٤٦ وبواقع تكرر ٢٣ اما المرتبة الثانية الاجابة بأحياننا وبنسبة %٣٨ وبواقع تكرر ١٩ اما المرتبة الثالثة الاجابة بلا والتي كانت بنسبة %١٦ وبواقع ٨ تكرر.

جدول (١٥) برائيك الشخصي هل توجد تبرعات مالية ومعنوية عن طريق الشبكات العنكبوتية في مواقع التواصل خصيصا

ت	التوزيع	العدد	النسبة	المرتبة
١	نعم	٢٤	%٤٨	الاولى
٢	احيانا	١٨	%٣٦	الثانية
٣	لا	٨	%١٦	الثالثة
	المجموع	٥٠	١٠٠	

تبين من خلال النسب ان على مرتبة هي الاجابة بنعم وبنسبة %٤٨ وبواقع تكرار ٢٤ اما المرتبة الثانية هي الاجابة بأحياننا وبنسبة %٣٦ وبواقع تكرار ١٨ اما المرتبة الثالثة هي الاجابة بلا وبنسبة %١٦ وبواقع ٨ تكرار.

عاشراً : النتائج

١- اشارت نتائج جدول رقم (١) ان اغلب اجابات المبحوثين هم من فئة الذكور وبنسبة %٨٢.

٢- اشارت نتائج جدول رقم (٢) ان اغلب اجابات المبحوثين هم من الفئة العمرية الواقعة بين (٢٣ . ١٩) وبنسبة %٧٢.

٣- اشارت نتائج جدول رقم (٣) ان اغلب المبحوثين كانوا من فئة التحصيل الدراسي جامعة وبنسبة %٥٠.

٤- اشارت نتائج جدول رقم (٤) ان اغلب المبحوثين كانوا من فئة الاعزب وبنسبة %٧٨.

٥- اشارت نتائج جدول رقم (٥) ان اغلب اجابات المبحوثين هو التفاعل مع مواقع الفيس بوك وبنسبة %٥٠.

٦- اشارت نتائج جدول رقم (٦) ان اغلب اجابات المبحوثين في الاشتراك بالفترة الزمنية (خمس اشهر . ١٢ شهر) وبنسبة %٨٨.

٧- اشارت نتائج جدول رقم (٧) ان اغلب اجابات المبحوثين الفترة التي يقضي عليها المستخدم هي من (ساعة الى ٥ ساعات) وبنسبة %٨٢.

- ٨- اشارت نتائج جدول رقم (٨) ان اغلب اجابات المبحوثين اجابوا بنعم وهذا يدل على ان مواقع التواصل الاجتماعي تحفز السلم الاهلي وبنسبة ٧٨%.
- ٩- اشارت نتائج جدول رقم (٩) ان اغلبية اجابات المبحوثين اكثر فعالية مواقع التواصل الاجتماعي هو الفيس بوك وبنسبة ٥٤% .
- ١٠- اشارت نتائج جدول رقم (١٠) ان اغلبية اجابات المبحوثين اجابوا بنعم وهذا يدل على الجمهور يتفاعل في مواقع التواصل الاجتماعي في عمل السلم الاهلي والمجتمعي وبنسبة ٤٨%.
- ١١- اشارت نتائج جدول رقم (١١) ان اغلبية اجابات المبحوثين اجابوا بنعم وهذا يدل على ان الجمهور ان المنشورات والتطبيقات يتم التفاعل معها من قبل الجمهور وبنسبة ٩٠%.
- ١٢- اشارت نتائج جدول رقم (١٢) ان اغلبية اجابات المبحوثين اجابوا بنعم وهذا يدل على ان منشورات المواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير ايجابي وبنسبة ٨٠%.
- ١٣- اشارت نتائج جدول رقم (١٣) ان اغلب اجابات المبحوثين اجابوا بنعم وهذا يدل على ان مواقع التواصل الاجتماعي والشبكات العنكبوتية يمكنها التوصل الى الحلول المناسبة عما يعانيه المجتمع حاليا وبنسبة ٦٤%.
- ١٤- اشارت نتائج جدول رقم (١٤) ان اغلب اجابات المبحوثين اجابوا بنعم وهذا يدل على ان مواقع التواصل الاجتماعي مهمة في تحديد اهم الحالات التي تحتاج المساعدة وبنسبة ٤٦%.
- ١٥- اشارت نتائج جدول رقم (١٥) ان اغلب اجابات المبحوثين اجابوا بنعم وهذا يدل على ان الجمهور يتأثر في الحالات التي تعرض على مواقع التواصل الاجتماعي وبنسبة ٤٨% .

حادي عشر : الاستنتاجات

توصل الباحث الى عدة استنتاجات وهي كالآتي :

- ١- تشكل مواقع التواصل الاجتماعي حيزاً لا بأس به من اهتمامات الجمهور مقارنة مع وسائل الاعلام الاخرى وذلك عبر استخدامهم لتلك المواقع بفترات زمنية متفاوتة وبشكل يومي مستمر .
- ٢- تؤدي مواقع التواصل الاجتماعي دوراً مهماً ومحورياً في تعزيز السلم الاهلي والمجتمعي داخل المجتمعات لما تمتلكه من ادوات وميزات تمكنها من شغل ذلك الدور .

- ٣- تمتلك مواقع التواصل الاجتماعي القدرة على التأثير الايجابي بجمهور المستخدمين عبر التفاعل والمشاركة فيما بينهم والمساهمة في اشاعة ثقافة السلم الاهلي والمجتمعي .
- ٤- لمواقع التواصل الاجتماعي القدرة على بناء علاقات اجتماعية متنوعة داخل المجتمعات المختلفة واشاعة روح المساعدة بين الجميع .
- ٥- قدرة مواقع التواصل الاجتماعي في المساهمة بحل الكثير من المشاكل والمعضلات داخل المجتمعات .

الثاني عشر : التوصيات

- ١- يوصي الباحث بضرورة رصد ومتابعة المضامين في مواقع التواصل الاجتماعي من اجل معرفة فحواها ودورها في تعزيز السلم الاهلي والمجتمعي.
- ٢- ضرورة عمل البحوث والدراسات المستمرة للاطلاع وتعلم ضرورة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومعرفة مدى تفاعل الجمهور معها .
- ٣- ضرورة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وهذا يدل على اهميتها في الاطلاع على ثقافات البلدان الاخرى وتفاعلهم مع المواقع الاجتماعي.
- ٤- يمكن لمواقع التواصل الاجتماعي ان تتوصل للحلول المناسبة التي يعاني منها المجتمع.
- ٦- ضرورة الاخذ برأي الجمهور ومشاركتهم فيما يخص العقوبات التي تواجههم.

الاحالات

- ١- مصطفى السيد احمد ، البحث الاعلامي مفهومه واجراءاته ومناهجه ،دار الفلاح للطباعة والنشر ، ط٢، العين ٢٠٠٣، ص٣٣.
- ٢- موريس انجرس ، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية ترجمة بوزيد صحراوي ،دار القصبية ، ط٢، الجزائر ،٢٠٠٦، ص١٠٧.
- ٣- احمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال ،ديوان المطبوعات الجامعية ، ط٢، الجزائر ،٢٠٠٥، ص٢٢٥.
- ٤- د. بشرى جميل الراوي ،دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعبير مدخل نظري ،مجلة الباحث الاعلامي ، عدد ١٨، ٢٠١٢.
- ٥- د. عباس مصطفى صادق البوابة العربية لعلوم الاعلام والاتصال الاعلام الجديد ،دراسة في مداخلة النظرية وخصائصه ،٢٠١١، ص٩.

- the company that is / the face book effect the inside story of، Kirkpatrick David
connecting that is connecting the world، USA، 2011، Simon Schuster.
- ٧- مزري تشين، وائل محمود محمد، قصة فيس بوك ثورة وثروة ترجمة الهلالي، اصدارات سطور الجديدة الطبعة الاولى، القاهرة، ٢٠١١، ص ١٣٢.
- ٨- حلمي خضر ساري، تأثير الاتصال عبر الانترنت، مجلة الجامعة، دمشق، المجلد ٢٤، العدد الاول-الثاني، ٢٠٠٨، ص ٣٣.
- ٩- خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، الاردن، دار النفائس للنشر، ٢٠١٣، ص ٣٩.
- ١٠- مهاب نصر، الفيسبوك صورة المثقف وسيرته العصرية، وجوه المثقف على الفيسبوك هل تعيد انتاج صورته ام تصنع افقا مقابرا؟ جريدة القبس الكويتية اليومية، العدد ١٣، ٤٤٦، ٣ نوفمبر، ٢٠١٠.
- ١١- وليد رشاد زكي، نظرية الشبكات الاجتماعية، ٢٠١٢، ص ٥.
- ١٢- ينظر: لسان العرب مادة (س ل م)
- ١٣- السلم الاجتماعي، مقوماته، وحمائمه، مقال للشيخ حسن الصفار منشور بجريدة الشرق الأوسط ٢٠٠١. ٦.١٥.
- ١٤- حسن بن موسى الصفار، السلم الاجتماعي، ٢٠٠٢، ص ٣١.
- ١٥- امانى عمر الحسيني، الدراما التلفزيونية واثرها، ط١، عالم الكتاب ص ٨٢.
- ١٦- امانى عمر، المصدر السابق، ص ٨٢.
- ١٧- حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد ص ٢٤٨.
- ١٨- رحيمة عيساني، الصراع والتكامل بين الاعلام الجديد والاعلام التقليدي، مجلة الباحث الاعلامي، كلية العلوم جامعة بغداد، العدد ٢٠، ٢٠١٣، ص ٥٧.
- ١٩- شريف دروس اللسان، الضوابط المهنية والاخلاقية والقانونية للاعلام الجديد، مجلة رؤى واستراتيجية المجلد الثاني، ٢٠١٤، ص ١١٦.
- مرزوقي حسام الدين، توظيف مواقع المؤسسات الاعلامية الاخبارية على شبكة الانترنت لأدوات الاعلام الاجتماعي دراسة وصفية تحليلية لعينة من المواقع ٢٠١٢ ص ٥٢.

English Reference

- Mustafa Al-Sayed Ahmed, *Media Research, its Concept, Procedures and Methods*, Dar Al-Falah for Printing and Publishing, 2nd edition, Al-Ain 2003,
- Maurice Ingres, *Scientific Research Methodology in the Human Sciences*, Bouzid Sahraoui (trans.), Dar Al-Qasaba, 2nd edition, Algeria, 2006, p. 107.
- Ahmed Ben Marsli, *Scientific Research Methods in Media and Communication Sciences*, University Publications Office, 2nd edition, Algeria 2005, p. 225.
- Dr. Bushra Jamil Al-Rawi, "The Role of Social Networking Sites in Change,: A Theoretical Approach", *Media Researcher Magazine*, No. 18, 2012.



- Dr. Abbas Mustafa Sadeq, *The Arab Portal for Media and Communication Sciences, New Media, A Study on the Intervention of Theory and its Characteristics*, 2011, p.9.
- Kirkpatrick David, *The Facebook Effect: The Inside story of the Company that is Connecting the World*, Simon Schuster, USA, 2011.
- Mazri Chaban, Wael Mahmoud Muhammad, *The Story of Facebook, Revolution and Wealth*, Translated by Al-Hilali, Sotoor Al-Jadida, First Edition, Cairo, 2011, p. 132.
- Helmy Khader Sari, "The Impact of Internet Communication", University Journal, Damascus, Vol. 24, Issue 1-2, 2008, p. 33.
- Khaled Ghassan Youssef Al-Miqdadi, *The Revolution of Social Networks*, Jordan, Dar Al-Nafais Publishing House, 2013, p. 39.
- Mohab Nasr, "Facebook: The image of the Intellectual and his Modern Life: The Faces of the Intellectual on Facebook, Do they Reproduce his Image or Create a Cemetery Horizon?" Al-Qabas Kuwaiti Daily Newspaper, Issue 13,446, November 3, 2010.
- Walid Rashad Zaki, *Theory of Social Networks*, 2012, p.5.
- Look: Lisan Al-Arab (SLM)
- Sheikh Hassan Al-Saffar, "Social Peace: Its Constituents and its Protection", Al-Sharq Al-Awsat newspaper, 6/15/2001.
- Amani Omar Al-Husseini, *TV Drama and its Impact*, 1st edition, Book World,
- Rahima Isani, "Conflict and Complementarity between New Media and Traditional Media", Journal of the Media Researcher, College of Science, University of Baghdad, Issue 20, 2013, p. 57.
- Sherif Dross Al-Lisan, "Professional, Ethical and Legal Controls for New Media", Strategic Visions Magazine, Volume Two, 2014, p. 116.
- Marzouqi Hussam El-Din, "Employing the Websites of News Media Organizations on the Internet for Social Media Tools: A Descriptive and Analytical Study of a Sample of Websites," 2012, p. 52