



جامعة عباس لغرور خنشلة  
ABBES LAGHROUR UNIVERSITY KHENCHELA



جامعة عباس لغرور خنشلة  
ABBES LAGHROUR UNIVERSITY KHENCHELA

جامعة عباس لغرور - خنشلة -  
كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية  
قسم العلوم الانسانية

شعبة: علوم الإعلام والاتصال

التخصص: سمعي بصري

الرقم التسلسلي:

دور صفحة **USMK** للترويج لصورة نادي اتحاد  
خنشلة

دراسة تحليلية للصفحة الرسمية لنادي اتحاد خنشلة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر شعبة علوم الإعلام والاتصال

تخصص: سمعي بصري

إشراف الأستاذ:

- د. طارق طراد

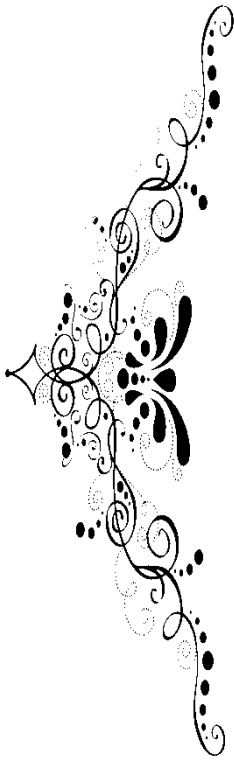
إعداد الطالب:

- محمد اسماعيل مسعي

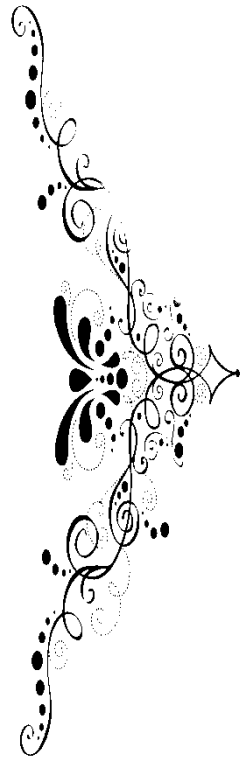
لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
غالية غضبان	أستاذ محاضر -أ-	رئيسا
طارق طراد	أستاذ التعليم العالي	مشرفا و مقرا
شهرزاد سوفي	أستاذ محاضر -ب-	عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2024/2023



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



# شكر وعرفان

الشكر لله الواسع العليم

الحمد لله الذي بفضلله أتممنا هذا العمل المتواضع، نشكره وحده لا شريك له،

والصلاة والسلام على أشرف المرسلين

"اللهم إن أصبت فمنك وحدك وان اخطات فمن نفسي".

ثم أوجه الشكر للأستاذ المشرف على توجيهاته

الأستاذ طراد طارق

والشكر موصول الى اللجنة التي قبلت

الاطلاع على هذا العمل ومناقشته .

# الإهداء

احمد الله عزوجل الذي وفقني والهمني الصحة والعافية والعزيمة لاتمام هذا العمل .

الى قرة عيني ومهجة فؤادي الى من افضلها على نفسي من ضحت ولم تذخر جهدا في

اسعادي وراحتي والتي كان دعائها سر نجاحي اعتزوافتخراني ابنها

امي الحبيبة اطال الله في عمرها وامدها الصحة والعافية

الى من سعى وشقى لانعم بالراحة ابي العزيز حفظه الله واطال الله في عمره

الى كل القلوب الطاهرة التي تحبني بكل جوارحها ومن كانوا ومازالو سندي في الحياة

اخوتي

الى كل من علمني ولقني علما نافعا

اهدي هذه الدراسة متمنين ان تنال القبول والنجاح .

فهرس الموضوعات

الشكر والعرفان

الإهداء

..... ملخص الدراسة :

1 ..... مقدمة:

الإطار المنهجي

4 ..... تمهيد :

5 ..... 1-1- الاشكالية :

5 ..... 1-2- التساؤلات :

5 ..... 1-3- الفرضيات :

6 ..... 1-4- تحديد المفاهيم والمصطلحات :

8 ..... 1-5- اسباب اختيار الموضوع :

9 ..... 1-7- اهداف دراسة الموضوع :

9 ..... 1-8- المنهج وادواته :

9 ..... 1-8 المنهج

9 ..... 2-8 ادواته :

13 ..... 1-9- مجتمع البحث :

13 ..... 10- الدراسات السابقة:

13 ..... 1-10 الدراسات العربية:

15 ..... 10-2- دراسات اجنبية :

17 ..... 11- صعوبات البحث :

18 ..... خلاصة القسم الاول : الاطار المنهجي

صفحات الفيسبوك واستخداماتها

21 ..... 2- ماهية الفيسبوك :

21 ..... 1-2- مفهوم الفيسبوك:

## فهرس المحتويات

22	2-2- نشأة الفيسبوك :
24	2-3- خصائص الفيسبوك :
27	2-4- تطبيقات الفيسبوك :
28	2-5- احصائيات حول استخدام موقع الفيسبوك :
37	3- الصفحات الرسمية على الفيسبوك :
37	3-1- مكونات صفحات الفيسبوك :
38	3-2- وظائف الفيسبوك :
38	3-3- استخدامات صفحات الفيسبوك :
39	3-4- اهمية صفحات (نوادي كرة القدم ) على الفيسبوك :
41	خاتمة القسم الثاني : الاطار النظري

### القسم التطبيقي للدراسة

#### مضامين الصفحة الرسمية التواصلية لنادي اتحاد خنشلة USMK

43	تمهيد :
44	اولا : تعريف الصفحة الرسمية التواصلية لنادي اتحاد مدينة خنشلة :
44	ثانيا: العمليات الاحصائية :
44	4-1- عرض وتحليل النتائج الدراسة
59	3-2- مناقشة النتائج واختبار الفرضيات (الاستنتاجات العامة) :
60	3-3- الاقتراحات والتوصيات :
62	خاتمة:
64	قائمة المراجع:

الصفحة	عنوان الجدول	الجدول
43	يوضح اللغة المستخدمة في عينة الدراسة	01
44	يوضح اشكال النشر	02
46	يوضح مواضيع	03
47	يوضح مواضيع خاصة بنشاطات النادي (مباريات وتدريبات وتحضيرات الفريق):	04
48	يوضح مواعيد المباريات	05
49	يوضح تصريحات اللاعبين والمدرب	06
50	يوضح المواضيع الخاصة بالاحوال الاجتماعية	07
51	يوضح المواضيع الخاصة بالمناسبات	08
52	يوضح عدد الاعجابات بالمنشور	09
54	يوضح عدد المشاركة للمنشور	10
55	يوضح عدد التعاليق على المنشور	11
56	يوضح الاهداف	12
57	يوضح الجمهور المستهدف	13

## فهرس الاشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الشكل
44	تمثيل بياني يوضح اللغة	01
45	تمثيل بياني يوضح اشكال النشر	02
46	تمثيل بياني يوضح المواضيع	03
48	يوضح مواضيع خاصة بنشاطات النادي	04
49	تمثيل بياني يوضح مواعيد المباريات	05
50	تمثيل بياني يوضح تصريحات اللاعبين والمدرب	06
51	تمثيل بياني يوضح المواضيع الخاصة بالاحوال الاجتماعية	07
52	تمثيل بياني يوضح المواضيع الخاصة بالمناسبات	08
53	تمثيل بياني يوضح تفاعل الجمهور مع المنشورات	09
54	تمثيل بياني يوضح عدد المشاركة للمنشور	10
55	تمثيل يوضح عدد التعاليق على المنشور	11
56	تمثيل بياني يوضح الاهداف	12
57	تمثيل بياني يوضح الجمهور المستهدف	13

## ملخص الدراسة :

تبحث هذه الدراسة في مضامين الصفحات نوادي كرة القدم على الفيسبوك , واخذت حالة الصفحة الرسمية التواصلية لنادي اتحاد مدينة خنشلة على موقعها في الفيسبوك نموذجا من خلال تحليل جميع منشورات التي تنشرها الصفحة .

انطلقت الدراسة من فرضية مفادها انواع المواضيع التي تنشرها الصفحة الرسمية التواصلية لنادي اتحاد خنشلة USMK

منشورات خاصة باخبار النادي ومواعيده .

ونظرا لطبيعة الموضوع فقد اعتمدنا على المنهج الوصفي حيث عمل على وصف وتحليل مضامين الصفحة الرسمية التواصلية لنادي اتحاد خنشلة , واعتمدت الدراسة كوسيلة للبحث على اداة المقابلة واداة تحليل مضمون لمعرفة ماهي المضامين التي تنشرها الصفحة التواصلية لنادي اتحاد خنشلة على موقعها الرسمي في الفيسبوك من ناحية الشكل والمضمون .

وقسمت الدراسة الى ثلاثة اقسام تناقشت فيها صفحات الفيسبوك واستخداماتها في الجانب الرياضي .

وخرجت الدراسة بنتيجة ان تختلف طريقة عرض المنشورات في الصفحة الرسمية التواصلية لنادي اتحاد خنشلة حسب طبيعة الموضوع وهدف كل منشور من حيث اللغة المستعملة والوسائط المتعددة المستغلة لذلك والروابط المرتبطة بمضمونها .

الكلمات المفتاحية : مواقع التواصل الاجتماعي , الفيسبوك , صفحات الفيسبوك , صفحات نوادي كرة القدم , مضامين , نادي اتحاد خنشلة.

### Study summary:

This study examines the contents of the pages of football clubs on Facebook , and took the status of the official communication page of the Khenchela City Union Club on its Facebook site as a model by analyzing all the publications published by the page.

The study was based on the hypothesis that the types of topics published by the official communication page of the usmk khenchala Union Club

Publications about club news and appointments.

Due to the nature of the topic , we relied on the descriptive approach, where he worked on describing and analyzing the contents of the official communication page of the khenshala Union Club, and the study relied as a means of research on the interview tool and a Content Analysis tool to find out what contents are published by the khenshala Union Club's communication page on its official website on Facebook in terms of form and content.

The study was divided into three sections in which Facebook pages and their uses in the sports aspect were discussed.

The study came out as a result that the way of displaying publications on the official communication page of the khanshala Union Club varies according to the nature of the topic and the purpose of each publication in terms of the language used, the multimedia used for that and the links associated with their content.

Keywords: social networking sites , Facebook , Facebook pages ,football clubs pages , contents , Khenchela Union Club

# مقدمة

## مقدمة:

لقد أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة في منتصف عقد التسعينات من القرن الماضي، نقله نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال، حيث انتشرت شبكة الانترنت في كافة ارجاء المعمورة، وربطت اجزاء هذا العالم المترامية بفضائها الواسع، ومهدت الطريق لكافة المجتمعات للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والأفكار والرغبات، واستفاد كل متصفح لهذه الشبكة من الوسائط المتعددة المتاحة فيها، واصبحت افضل وسيلة لتحقيق التواصل بين الافراد والجماعات ثم ظهرت المواقع الالكترونية والمدونات الشخصية وشبكات المحادثة، التي غيرت مضمون وشكل الاعلام الحديث، وخلقت نوعا من التواصل بين اصحابها ومستخدميها من جهة، وبين المستخدمين انفسهم من جهة اخرى.

فلقد باتت مواقع التواصل الاجتماعي تشكل واقعا متميزا مفروضا على المجتمع، حيث اصبحت قادرة على اختراق الحواجز الزمنية والمكانية والوصول الى جميع البشر في شتى بقاع الارض، والانخراط في المحيط المجتمعي مشكلة بذلك مجتمعا افتراضيا له قوانينه وقواعده الخاصة، والتي تعمل على تسيير حركته وفقا لآليات وتقنيات الاتصال الحديثة، والتي حققت سبقا وتفوقا على الوسائل الاتصالية والاعلامية التقليدية، حيث صارت هي النموذج السائد والمتعارف عليه في عالم الاعلام والاتصال.

حيث اصبح الفيسبوك من اهم المواقع التواصلية التي داع صيته في الآونة الاخيرة وقد اثرت على المؤسسات الرياضية ونوادي كرة القدم من خلال انشاء صفحات تواصلية رسمية تقوم بعرض اخبارها وتقديم خدماتها والتي تساهم هذه الصفحات في التواصل مع الجمهور ومعرفة احتياجاتهم ورغباتهم التي تسعى الصفحة الى تحقيقها.

وقد قمنا بتقسيم هذه الدراسة الى ثلاثة اقسام استجابة لمتطلبات البحث وعملنا في القسم الاول على عرض وتعريف مشكلة الدراسة ومبرراتها والهدف منها في مجمل محاولين قدر الامكان

التثبت من الطرح المنهجي الاكاديمي في ضبط الإشكالية بدقة وصرامة لنؤسس أرضية صلبة للبحث

بينما تناولنا في القسم الثاني صفحات الفيسبوك واستخداماتها، وقد حاولنا في هذا القسم الولوج الى عالم الفيسبوك كمحور للبحث في هذه الدراسة، محاولين ابراز المدى الزمني الذي ينتشر فيه استخدام هذه الصفحات ودورها في تقديم رؤية عنها والتأكيد على اهميتها

وختمنا دراستنا هذه بالقسم الثالث من خلال عرض ومناقشة النتائج المحصل عليها، فبعد تحديد المنهج وادوات الدراسة، قمنا بتحميل منشورات الصفحة الرسمية التواصلية لنادي اتحاد خنشلة على موقعها في الفيسبوك خلال التعاطي مع الجمهور الذي تم حصره ومسحه كاملا، ثم جمع البيانات والمعطيات المتعلقة

بالمشورات ثم عمدنا الى تفرغ المعطيات في جداول , وقدمنا قراءات ومحاولات لتفسير النتائج وتبعاً لذلك قمنا باختبار الفرضيات وتقديم النتائج والاستخلاصات, وقمنا بادراج توصيات في نهاية البحث ثم قدمنا خاتمة البحث .

# الإطار المنهجي

تمهيد

1-1 تحديد الاشكالية

2-1 التساؤلات

3-1 الفرضيات

4-1 تحديد المصطلحات

5-1 أسباب اختيار الموضوع

6-1 أهمية الدراسة

7-1 اهداف الدراسة

8-1 منهج الدراسة وادواته

9-1 مجتمع البحث والعينة

10-1 الدراسات السابقة

11-1 صعوبات البحث

خلاصة

### تمهيد :

اسفر التطور التقني المتواصل في وسائط تقنيات الاتصال المدعومة بقدرات شبكات الانترنت الى ابتكار شبكات التواصل الاجتماعي عموما والفيديسبوك خصوصا كوسيلة اتصال فعالة زاد الاقبال على استخدامها, ويتيح الاستخدام المتنامي في هذه الشبكة سهولة تبادل المعلومات مما ادت الى جلب مناخ خصب لعرض ماهو جديد , مما ادت الى المؤسسات الى اللجوء عبر الفيسبوك لعرض مضامينها وتعتبر المؤسسات الرياضية ونوادي كرة القدم من المؤسسات التي استغلت هذا التطور وتقريب المسافة بين الجمهور والنادي الرياضي من خلال عرض المضامين وهو ما سوف يتم معالجته وضبطه في هذا الاطار وفق منهجية محكمة .

### 1-1- الاشكالية :

ان الثورة التي شهدتها تكنولوجيا الاعلام والاتصال ادت الى ارساء بيانات جديدة للمجتمعات البشرية الحديثة كما فتحت افقا امام العديد من المفاهيم من ابرزها مواقع التواصل الاجتماعي التي عرفت انتشارا كبيرا في المدن والاقطار, وربطت بين مختلف الاجواء لتصبح عالما واحدا متصلا .

واصبحت جزءا هاما من الحياة والمجتمعات العصرية حيث اتاحت ب ذلك سرعة وسهولة التواصل والتقارب والتعارف بين الافراد والمجتمعات , ومكنت من المشاركة وتبادل الافكار والخبرات فيما بينهم واصبحت بذلك افضل وسيلة وارقارها لتحقيق التواصل وتغيير البيئة الاتصالية بين الافراد والمجتمعات.

ومن بين هذه المواقع موقع الفيس بوك اشهر مواقع التواصل الاجتماعي غير ان دوره لم يعد مقتصر على الواصل مع الاصدقاء وتبادل الافكار والنق اشات الاجتماعية والسياسية وتحميل الصور والترفيه فحسب بل تجاوز ذلك حيث استغلت المؤسسات

الرياضية هذه المواقع بما فيها نوادي كرة القدم باعتباره قناة جذابة لعرض مختلف نشاطاتها واخبارها التي تخص جمهورها

ويعتبر نادي اتحاد مدينة خنشلة كمؤسسة رياضية لها موقع رسمي على صفحة الفيسبوك تنشر فيه جميع اخبارها وهو الجانب الذي لفت انتباهنا فقررنا دراسته , وبالتالي اندرجت اشكالية البحث في التساؤل الرئيسي : ماهي المضامين التي ينشرها نادي اتحاد خنشلة

عبر صفحته الرسمية على موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك ؟

### 1-2- التساؤلات :

اندرجت ضمن هذه الاشكالية مجموعة من التساؤلات تتمثل فيما يلي :

-ماهي انواع المواضيع التي تم نشرها في صفحة اتحاد خنشلة ؟ Usmk

-ماهي اساليب النشر في الصفحة الرسمية لنادي اتحاد خنشلة ؟

-ماهي درجة تفاعل الجمهور مع منشورات الصفحة الرسمية التواصلية لنادي اتحاد خنشلة ؟

### 1-3- الفرضيات :

-انواع المواضيع التي تم نشرها في صفحة الرسمية التواصلية لنادي اتحاد خنشلة اغلبها منشورات

خاصة باخبار ومباريات النادي ونشاطاته

-الاساليب المستخدمة في منشورات الصفحة الرسمية التواصلية لنادي اتحاد خنشلة تمت بطريقة متشابهة من حيث الوسائط المتعددة المختلفة .

تفاعل الجمهور مع منشورات الصفحة الرسمية التواصلية لنادي اتحاد خنشلة بدرجة متوسطة الى كبيرة .

#### 1-4- تحديد المفاهيم والمصطلحات :

تعد خطوة تحديد المفاهيم إحدى الخطوات الهامة التي يحتاجها الباحث في دراسته وبحوثه بهدف الاتفاق على المحددات الخاصة لكل مفهوم، ذلك لانها تحدد المجال العلمي والنظري والتطبيقي للدراسة . ومن خلال موضوع هذه الدراسة يتطرق الباحث إلى المفاهيم التي تبني عليها دراسته , والتي يمكن ان تؤثر بصفة مباشرة او غير مباشرة في فهم الموضوع وتناوله وهي كالآتي: مواقع التواصل الاجتماعي: ويعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي: منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بانشاء موقع خاص به, ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع اعضاء اخرين لديهم نفس الاهتمامات والهويات .

تعرف ايضا: هي شبكات اجتماعية افتراضية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاؤون وفي أي مكان في العالم , ظهرت على شبكة الانترنت منذ سنوات قليلة فربيت مفهوم التواصل بين الشعوب والمؤسسات وتعزيز العلاقة فيما بينهما .

تعريف الاجرائي: هي فضاء ضمن شبكة الانترنت تسمح للعديد من الافراد الالتقاء في مساحة واحدة لتبادل الآراء والانشطة والصور والتعليقات , كما تفسح المجال امامهم للمحادثات الجماعية او الفردية في مختلف المواضيع.<sup>1</sup>

الفييسبوك: هو موقع اجتماعي على شبكة الانترنت لتكوين الاصدقاء الجدد والتعرف على اصدقاء حول العالم او الانضمام الى مجموعات مختلفة على شبكة الويب ويمكن للمشاركين في الموقع الاشتراك في الشبكة او اكثر مثل مدارس او اماكن العمل او مناطق جغرافية او مجموعات اجتماعية وهذه الشبكات تتيح للمستخدمين الاتصال بالاعضاء اللذين هم في نفس الشبكة ويمكن لهم ان يضيفوا اصدقاء لصفحتهم ويتيحوا لهم الرؤية الشخصية .

عرفها الباحث الدحدوح : شبكة الفييسبوك على انها احد مواقع التواصل الاجتماعي والتي يمكن الوصول اليها على الشبكة العنكبوتية من خلال الرابط [facebook.com](http://facebook.com).<sup>2</sup>

وتتيح الشبكة لمستخدميها التعارف والتواصل ومشاركة المعلومات وتبادل الخبرات من خلال ادوات تقنية تفاعلية

<sup>1</sup> راضي زاهر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي مجلة التربية, العدد15, جامعة عمان الاهلية, عمان, 2003 ص23

<sup>2</sup> دحدوح علاء, تصور مقترح لتوظيف الشبكة الاجتماعية في الجامعات الفلسطينية facebook شهادة لنيل الماجستير في مناهج وطرق

تعريف الاجرائي : هو مجتمع افتراضي شبه متكامل يجمع اهتمامات ومصالح الافراد والمؤسسات في مكان واحد له استدامات متعددة تتميز هذه الشبكة بتطبيقاتها المتنوعة والمفيدة

صفحات الفيسبوك :تقوم فكرة الصفحات على انشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج او الشخصية او الحدث ويقوم المستخدمين بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة ثم ان وجدوا اهتماما بتلك الصفحة يقومون باضافتها الى ملفهم الشخصي<sup>1</sup>.

وتعرف ايضا :الشخصيات العامة و الشركات والمنظمات والكيانات الاخرى من انشاء وجود حقيقي وعام على الفيسبوك .على عكس الملف الشخصي ,تكون صفحات الفيسبوك مرئية للجميع على شبكة الانترنت تلقائيا . انت, وكل شخص في الفيسبوك .يمكنك الاتصال مع هذه الصفحات بان تصبح من معجبيها ومن ثم تتلقى التحديثات الخاصة بها في الاخبار الواردة ويمكنك التفاعل معها<sup>2</sup>.

التعريف الاجرائي :هي صفحات تحتوي على معلومات المؤسسة وتكون ثابتة على مدار 24 ساعة على طوال ايام السنة على شبكة الانترنت وهي متاحة لجميع المتصفحين على شبكة الانترنت بمجرد الاعجاب بهذه الصفحة تصبح تتلقى كل ما هو جديد ويمكنك التفاعل معها .

صفحات النوادي على الفيسبوك :هي موقع مملوك على الفيسبوك للنوادي كرة القدم وهي عبارة عن صفحة ثابتة تحتوي على معلومات عامة واخبار واعلانات عن تلك النوادي ونشاطاتها وخدماتها التي تقدمها<sup>3</sup>.

التعريف الاجرائي :هو نوع من انواع الصفحات على الفيسبوك يحتوي على نصوص وصور وفيديوهات وغيرها من وسائل العرض طبقا لمحتوى اسم الصفحة والهدف من الذي انشأت من اجله وتعرض كل مايتعلق بالنادي .

مضامين :جمع مضمون ,من فعل ضمن ويقال مضمون الكلام اي فحواه ومحتواه وما يفهم منه من الشكل والمضمون .

التعريف الاجرائي: وهو محتوى جميع المنشورات الصفحة الرسمية التواصلية لنادي اتحاد خنشلة Usmk

<sup>1</sup> الحضيف عاصم, الفيسبوك دراسة توثيقية عن الدور الاعلامي للموقع الاجتماعي

Facebook 2010

<sup>2</sup> تحسين منصور , رشيد منصور , دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق احتياجات الشباب الاردني دراسة مقارنة في النوع الاجتماعي ورقة مقدمة للمنتدى السنوي للجمعية السعودية للاعلام الجديد التحديات النظرية والتطبيقية , جامعة الملك سعود

الرياض 2012 ص3

<sup>3</sup> محمد احمد المظهر, مقرأ الاستخدام الانترنت في مراكز مصادر التعليم <http://ju5semamc.blogspot.com/2012/10/blog-past-3222.html>

تم زيارته بتاريخ 2024/03/15 23:12

تعريف نادي اتحاد خنشلة : usmk

هو نادي جزائري لكرة القدم مقره خنشلة ويمثل المدينة الاتحاد الرياضي الاسلامي الخنشلي تأسس في جويلية 1943 على يد شبان رياضيين ومناضلين وطنيين والوانه بيضاء وسوداء ملعبه الرسمي هو ملعب حمام عمار الذي يتسع ل 5000 متفرج, يلعب النادي حاليا في الرابطة الجزائرية المحترفة الاولى لكرة القدم.<sup>1</sup>

### 1-5- اسباب اختيار الموضوع :

تعود اسباب اختيار الموضوع الى الاسباب الذاتية والاسباب الموضوعية التي تنبع من الادراك الشخصي لاهمية المشكلة في التفاعل معها ضمن المحيط الاجتماعي والاتصالي  
أ-الاسباب الذاتية :

الاهتمام والميول الشخصي للموضوع النابع من الاثر الكبير الذي تلعبه الصفحة (صفحة اتحاد خنشلة ) في نشر مضامينها .

الرغبة في دراسة هذا الموضوع بصفته موضوع الساعة وكثرة الحديث عليه بات متداولاً بين ألسنة الافراد والمجتمعات.

### ب-الاسباب الموضوعية :

ونذكر منها جديدة الموضوع من حيث دراسة الوسيلة جانب الشكل في المواقع التواصل الاجتماعي ومعرفة الامكانيات التي تتيحها للاشخاص والتنظيمات من اجل نشر رسائلهم الاعلامية والاتصالية جانب المضمون في مواقع التواصل الاجتماعي .

اضافة الى سبب خاص هو ان نادي اتحاد خنشلة هو النادي الذي يمثل المدينة ويملك صفحة تواصل اجتماعي رسمية, ونشطة بصفة دائمة ومستمرة من خلال متابعة المعجبين بها لكل ماتنشره حول النادي اتحاد خنشلة .

### 1-6- اهمية الدراسة :

تبرز اهمية دراسة الموضوع مضامين صفحات النوادي كرة القدم على الفيسبوك الى ان المواقع التواصلية للنوادي اسهمت في ترسيخ وجود اتصال الكتروني بين الجمهور والنادي الرياضي .

فضلا عن ذلك تعد المواقع التواصلية الخاصة بالنوادي احد مظاهر تكنولوجيا الاتصال الحديث وتكتسب الدراسة اهمية خاصة في النوادي الرياضية والتطورات التي تحدث لها ومواكبة النشر الالكتروني مما يستوجب دراسة هذه المواقع التواصلية .

<sup>1</sup> المنجد في اللغة العربية المعاصرة ط1 دار المشرق بيروت 2001 ص 1345

اضافة الى ان هذه الدراسة من شأنها تعزيز المعلومات حول النوادي الرياضية والبحوث التي تتعلق بالاعلام الالكتروني

### 7-1- اهداف دراسة الموضوع :

تهدف الدراسة الى تحديد الدور الذي تقوم به الصفحة التواصلية لنادي اتحاد خنشلة من خلال المنشورات التي تعرضها بالنسبة لمتصفحها.

معرفة مدى اهمية مضامين صفحة التواصل الاجتماعي لنادي اتحاد خنشلة بالنسبة للجمهور والمتابعين المعجبين بهذه الصفحة .

محاولة معرفة مدى حضور الصفحة التواصلية لنادي اتحاد خنشلة من خلال نشر مضامينها ومدى تفاعلها مع متصفحها ومستخدميها .

### 8-1- المنهج وادواته :

#### 1-8 المنهج

المنهج لغة : هو ترجمة لكلمة methode وباللاتينية methode بالطريق

اما المنجد الفرنسي الموسوعي يعرفه بانه: فلسفيا هو السير المنطقي لبلوغ المعرفة او الاثبات حقيقة ما.<sup>1</sup>

المنهج اصطلاحا: يقصد بالمنهج ذلك الطريق المؤدي الى الكشف عن الحقيقة بواسطة مجموعة من القواعد الهامة التي تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل الى نتيجة معلومة.<sup>2</sup>

المنهج الوصفي: هو عبارة عن طريق لوصف الموضوع المراد دراسته من خلال منهجية علمية صحيحة وتصوير النتائج التي يتم التوصيل اليها على اشكال رقمية معبرة يمكن تفسيرها.<sup>3</sup>

#### 2-8 ادواته :

تسمح ادوات البحث العلمي بجمع المعطيات كالمعلومات من ارض الواقع , وهناك في اطار العلوم الانسانية عامة والاعلام والاتصال خاصة مجموعة من الادوات التي يستعملها الباحث لتقص الحقائق لذا ارتائنا الى استعمال اداتين في هذا البحث العلمي هما :

<sup>1</sup> احمد عضبيي , محاضرات مناهج وابحاث الاتصال لسنة الثالثة 2010

<sup>2</sup> موريس انجريس , منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية , ترجمة بوزيد صحراوي , كمال بوشرف وسعيد سعون , دار القصبه

للنشر 2006 ص 15

تعريف المقابلة لغة : مشتقة من فعل قابل بمعنى واجه وهي بذلك تعني المواجهة من خلال قيامها على مواجهة الشخص وجها لوجه من اجل التحدث اليه في شكل حوار.

وتعرف بانها : احدى اهم الوسائل جمع البيانات وهي وسيلة يقوم بواسطتها الباحث او مساعده بتوجيه عدد من الاسئلة لعضو العينة وتدوين اجاباته.<sup>1</sup>

المقابلة اصطلاحا : تعرف على انها تفاعل لفظي يتم عن طريق موقف موجهة يحاول فيه الشخص القائم بالمقابلة ان يستشير معلومات او اراء شخص اخر للحصول على بعض البيانات .

ويعتبر تحليل مضمون من اكثر الادوات استخداما في تحليل المواد الاعلامية على الصحف وصولا الى مواقع التواصل الاجتماعي.<sup>2</sup>

فيعرف تحليل مضمون : هو اداة للملاحظة وتحليل السلوك الاتصال العلني للقائمين بالاتصال .

هو وسيلة اداة وميدانية تمكن من جمع المعلومات والمعطيات والبيانات الميدانية المتعلقة قيد البحث والدراسة , ويستخدم في البحث الاجتماعي للمعالجة واستنطاق النصوص المكتوبة والاشربة الصوتية والافلام ...الخ.<sup>3</sup>

ويعرفه بيرسون : بانه عبارة عن طريقة البحث يتم تطبيقها من اجل الوصول الى وصف كمي هادف ومنظم للمستوى اسلوب الاتصال .

ولتحقيق غايات اهداف الدراسة والاجابة عن التساؤلات تم تصميم استمارة تحليل مضمون.<sup>4</sup>

وتعرف استمارة تحليل المضمون : هي عبارة عن بطاقة فنية يدونها الباحث بصفة مختصرة يطرح فيها عنوان البحث والسؤال الجوهرى له, وتوضيح استعمال تحليل المحتوى , كما تضم هذه الورقة ما يريده الباحث من الاساتذة المثبتين , وفي اسفل هذه الورقة يكتب اسم ولقب الباحث على اليمين , ولقب المشرف على البحث على اليسار.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> ابراهيم العسل , الاسس النظرية والاساليب التطبيقية في علم الاجتماع المؤسسة الجامعية للدراسة و النشر و التوزيع بيروت 1997 ص118

<sup>2</sup> رشيد زواتي البحث العلمي في العلوم الاجتماعية اسس علمية وتدريبات دار الكتاب الحديث الجزائر 2004 ص 143

<sup>3</sup> بدرتشارد , دونمبولويس ثورب, تحليل مضمون الاعلام ط1 ترجمة محمد الجوهر, اريد قدسية للنشر بيروت 1992 – ص 10

<sup>4</sup> احمد عباد ومدخل الى منهجية البحث الاجتماعي ط1 ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر 2007 ص 250

<sup>5</sup> محمد بن عمر المدخلي , مناهج تحليل محتوى وتطبيقات على مناهج البحث جامعة ملك عبد العزيز جدة ص 04

وتم تحليل فئات تحليل قراة 60 منشور من الصفحة التواصلية الرسمية لنادي اتحاد خنشلة على موقعه على الفيسبوك , كما وضع تعريفات الجراة والمنهجية الخاصة بكل فئة من الفئات تحليل المضمون حتى يسهل عملية عدها وقياسها وضبطها وفي مايلي عرض لهذه الفئات .<sup>1</sup>

تعريف فئات تحليل المضمون : هي مجموعة من الفصائل والتصنيفات يقوم الباحث باعدادها طبقا لنوعية المضمون ومحتواه وصدق التحليل لكي يستخدمها في وصف هذا المضمون وتصنيفه باعلى نسبة ممكنة من الموضوعية والشمول وربما امكانية التحليل واستخراج النتائج باسلوب سهل ومسير.<sup>2</sup>

اولا: فئات الشكل (كيف قيل ؟) : هي الفئات المتعلقة بشكل عرض المنشورات الموجودة في الصفحة الرسمية التواصلية في موقع على الفيسبوك لنادي اتحاد خنشلة , وهي كما يلي :

فئة اللغة : تحدد نوع وطبيعة اللغة المستعملة في منشورات صفحة الرسمية التواصلية لنادي اتحاد خنشلة usmk وفئاتها الفرعية هي العربية الفرنسية مزيج لغوي .

فئة نوع المنشور : تدرس الاشكال التي تم بها عرض معلومات المنشور ان كانت مكتوبة , مصورة , مرئية , وفئاتها الفرعية هي النص , الصورة , الفيديو ومختلطة .

ثانيا: فئات المضمون (ماذا قيل؟) : هي الفئات المتعلقة بالبحث ضمن تفاصيل محتوى المنشورات التي تم نشرها في صفحة التواصل الاجتماعي لنادي اتحاد خنشلة وهي كما يلي :

فئة الموضوع: ويقصد بها انواع المواضيع التي تناولتها الصفحة الرسمية التواصلية لنادي اتحاد خنشلة من خلال موقعه على الفيسبوك وفئاتها الفرعية هي : اعلانات خاصة بمواعيد مباريات النادي , نتائج المباريات , تصريحات المدرب واللاعبين , اعلانات خاصة باخبار النادي , اعلانات خاصة بتعيين الحكام , اعلانات خاصة بالتشكيلة الاساسية التي ستلعب المبرات , اعلانات خاصة بتحضيرات الفريق والحصص التدريبية , اعلانات خاصة بتربصات النادي .

فئة اشكال تفاعل مع المنشور : ويقصد بها مدى تفاعل الجمهور مع المنشورات التي تنشرها الصفحة الرسمية التواصلية لنادي اتحاد خنشلة من خلال موقعها على الفيسبوك وشمل : عدد الاعجابات بالمنشور , التعليقات على المنشور , هل يوجد استفسار , الرد على التساؤلات والاستفسارات في التعليقات , عدد المشاركة للمنشور .

فئة الاهداف: ويقصد بها الاهداف التي يسعى القائم بالاتصال الى نشرها وفئاتها الفرعية هي اعلام , التثقيف , الارشاد , توجيه , تذكير .

<sup>1</sup> يوسف تمار تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين ط1 طاكجسين كوم للدراسات والنشر والتوزيع الجزائر 207 ص 97

<sup>2</sup> حسين سمير , بحوث الاعلام اسس والمبادئ ط1 عالم الكتب القاهرة 1993 ص88

فئة المصدر: تدرس وجود او عدم وجود رابط / اسم المصدر الاصلي للمنشور مع كل مفردة من مفردات العينة, وفئاتها الفرعية هي وجود المصدر, عدم وجود مصدر.

فئة الجمهور المستهدف: تحدد الفئة المعنية من المستخدمين المتابعين للصفحة بكل منشور يعتبر ضمن مفردات العينة, وفئاتها الفرعية هي: جمهور نادي اتحاد خنشلة, الاعبين والمدرب والطاقم الفني, الجمهور الخارجي للنادي, الاداريين.

وحدة التحليل: هي اسلوب قياس الذي تم استخدامه, وستخدمنا في هذه الدراسة وحدة الموضوع لتحليل المنشورات.

الصدق والثبات:

الصدق: قام الباحث بعدد خطوات قد تساعد على تحقيق الصدق الظاهري من هذه الخطوات<sup>1</sup>:

(أ) تعريف فئات التحليل تعريفا مفاهيميا واجرائيا.

(ب) شمولية فئات تحليل.

وللتأكد من الصدق الظاهري يجرى عرض اداة تحليل مضمون والتعريفات الاجرائية لفئات التحليل عدد من مستخدمين من ذو الخبرة في علوم الاعلام والتصال ومناهج البحوث والحكم على شموليتها والتأكد من انها تقيس فعلا ما وضعت لقياسه, وابداء ارائهم في الاستمارة والتعريفات الاجرائية لفئات التحليل واعدت ملاحظاتهم ورائهم بعين الاعتبار.

الثبات: وللتحقق من درجة الثبات اداة الدراسة (تحليل المضمون) الباحثين باجراء اختبار بعدي على طريقة هولستي وهي:

وترمز M في المعادلة الى عدد القرارات الترميز التي يتفق عليها المرزون اما  $N1+N2$  فيمثلان الامجوع الكلي القرارات الترميز من قبل المرزوين.

وتبين ان عدد القرارات التي اتفق عليها 39 من اصل 43 قرار وعليه فان تطبيق معادلة هولستي يكون كالآتي:<sup>2</sup>

ويظهر من معادلة ان درجة الثبات تبلغ 0.90 وبناء عليه فان الاداة القياس المستخدمة قابلة للتطبيق

<sup>1</sup> يوسف مسعودة, علوم الاعلام والاتصال, استاذة مساعدة ب, جامعة قاصدي مرياح ورقلة

<sup>2</sup> حمائي محرز, علوم الاعلام والاتصال, استاذ مساعد ب, جامعة قاصدي مرياح ورقلة-صالح عبد الرحمان, علوم الاعلام والاتصال, استاذ مساعد أ, جامعة قاصدي مرياح ورقلة

## 1-9- مجتمع البحث :

يتكون مجتمع البحث المرتبط بهذا الموضوع من 159 منشور تم احصاءها على اساس ان الحدود الزمنية من 01 جانفي 2023م الى غاية 31 ديسمبر 2023م , حيث لم يتم استثناء اي منشور قام بنشره مسئولو صفحة التواصل الاجتماعي الخاصة بالنادي خلال هذه المدة , اي ان مجتمع البحث يتمثل في جميع المنشورات التي تم نشرها خلال سنة 2023م .

2-9-1 عينة الدراسة : بما ان العينة هي عدد محدود من مفردات مجتمع البحث وعليه فان مجتمع البحث هو محدود المفردات لدى استخدامنا المسح الشامل لمجتمع البحث وتتمثل جميع منشورات الصفحة الرسمية التواصلية لنادي اتحاد خنشلة على موقع في الفيسبوك خلال سنة كاملة من 01 جانفي الى 31 ديسمبر 2023

## 10- الدراسات السابقة:

### 1-10 الدراسات العربية:

الدراسة 1:دراسة اسامة عبد الرحمان 2014 دور الفيسبوك في امداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول القضايا الفساد المصري.

هدفة هذه الدراسة الى معرفة دور الفيسبوك في امداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول القضايا الفساد في مصر وقد استخدمت الدراسة منهج المسح عن طريق استمارة تحليل المضمون طبقة على صفحتي كلنا خالد سعيد و25 يناير يوم الثورة على التعذيب والفقير تم تطبيقها على عينة عمدية من الشباب الجامعي مستخدمي الفيسبوك قوامها 355 مفردة وقد تخلصت الدراسة الى :

1-الفيسبوك ياتي في مقدمة مصادر معرفة الافراد للحصول على المعلومات حول قضايا الفساد

2-توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية ذات دلالة احصائية بين زيادة اعتماد الشباب الجامعي عينة الدراسة على الفيسبوك وحصولهم على المعلومات حول قضايا الفساد

3-توجد فروق احصائية بين الشباب الجامعي عينة الدراسة في درجة معرفتهم بقضايا الفساد في مصر باختلاف درجة الكثافة التعرض لتلك القضايا عبر الفيسبوك لصالح افراد العينة 1.

الدراسة 2: دراسة احمد رفاعي 2014 بعنوان العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم بغض القيم السياسية .

تدور اشكالية الدراسة حول معرفة اعتماد الشباب المصري على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على معلومات عن القضايا السياسية واكتسابهم بعض القيم السياسية والكشف عن الفروق بين الشباب

المصري اعتمده المنهج المسحي وذلك من خلال مسح العينة عمدية من الشباب المصري مسخدمى مواقع التواصل الاجتماعي عددها 366 مفردة توصلت الدراسة لعدة نتائج اهمها :

1-توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين زيادة الاعتماد الشباب المصري في الحصول على المعلومات من القضايا السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي<sup>1</sup>

2-توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين درجة الاهتمام الشباب المصري يقراء الاخبار السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم بعض القيم السياسية .

3-توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين اعتماد الشباب المصري على مواقع التواصل الاجتماعي والتاثيرات المعرفية الوجدانية والسلوكية على قيمهم السياسية.<sup>2</sup>

الدراسة 3:غادة عطية 2013 بعنوان استخدام طلاب الجامعة للكاريكاتير على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالوعي السياسي لديهم

هدفت الدراسة الى التعرف على استخدام طلاب الجامعة الكاريكاتير على الفيسبوك في تأثيره على الوعي السياسي واستخدمة المنهج المسحي طبقة هذه الدراسة على عينة عشوائية عددها 400 مفردة موزعة بتساوي ذكور واناث من طلاب جامعة عين الشمس وجامعة فاؤوس استخدمت استمارة تحليل مضمون لتحليل الكاريكاتير في الصفحات اساحبي تحذير. رئيس فلول او تزوير الشعب هيمل الميادين عالفيسبوك وتوصلت الدراسة الى نتائج اهمها

1-اهتمام الصفحات الكاريكاتير في تدعيم الحدث او القضية كمحور ارتكاز في الكاريكاتير المنشور في الصفحات محل الدراسة على الفيسبوك الامر الذي يؤكد كون الرسوم الكاريكاتير تاتي من وحي الاحداث الجارية والقضايا المثارة في الموضوعات السياسية الانية يتابعها لحظة بلحظة 3

2-توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين تفضيل الصفحات الكاريكاتير السياسي عبر الفيسبوك ومستوى المعرفة السياسية لدى طلاب الجامعة

3-توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين معدل استخدام طلاب الجامعة للكاريكاتير على الفيسبوك ومستوى الوعي السياسي.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> اسامة محمد عبد الرحمان حسانين, دور الفيسبوك في امداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا الفساد المصري, رسالة دكتوراة جامعة عين الشمس ,معهد الدراسات العليا للطفولة. 2014.

2 محمد حسين رفاعي, العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم بعض القيم السياسية, شهادة لنيل شهادة الدكتوراة بجامعة عين الشمس معهد الدراسات العليا للطفولة, 2014 .

الدراسة 4 : مريم نريمان نورمان بعنوان استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على العلاقات الاجتماعية .

تهدف الدراسة الى الكشف عن اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية من خلا دراسة لعينة مستخدمي الفيسبوك في الجزائر , ولقد اعتمدت على المنهج الوصفي وعلى اداة الاستلانة لجمع البيانات من المبحوثين واستخدمت نظرية الاستخدامات و الاشاعات لمقارنة دراستها في البحث عن الدوافع والرغبات التي جعلت الجمهور لاستخدام هذه الوسيلة .

وتوصلت هذه الدراسة الى :

1-ان هناك فروق ذات دلالة احصائية في استخدام الذكر والانثى للشبكات الاجتماعية وتبينت ان اكبر سننا يتعاملون بنوع الوعي عند استخدام للوسيلة الفيسبوك .

2-كما اسفرت هذه الوسيلة واستطاعة تحقيق رغباتهم .<sup>2</sup>

الدراسة 5 نهى بنت علي الهادي عنوان الدراسة تحليل محتوى صفحات المكتبات الاكاديمية الخليجية على شبكة التواصل الاجتماعي :

تهدف الدراسة الى قياس مقارنة المحتوى معدلات الاعجاب مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي بصفحات الفيسبوك وتحليل مشاركات المكتبات في الشبكة الفيسبوك بمختلف انواعها , اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي في جمع البيانات وذلك بتحليل صفحات المكتبات الاكاديمية , والتي غطت تسع مكتبات خليجية وتوصلت النتائج الى :

-ان الصفحات في شبكة الفيسبوك تختلف شعبيتها باختلاف عدد المعجبين والمهتمين بالصفحة

-كما اظهرت النتائج ان المكتبات تسعى بشكل كبير الى تنوع مشاركتها في الصفحات شبكة الفيسبوك وغيرها لكن ليس بالمستوى المطلوب .<sup>3</sup>

### 10-2- دراسات اجنبية :

الدراسة 1 : جيد كورجان بعنوان حقيقة الفيسبوك للتعامل بين العاملين والمرضى

<sup>1</sup> غادة عطية واكد , استخدام طلاب الجامعة للكاركاتير على مواقع الفيسبوك وعلاقته بالوعي السياسي لديهم, رسالة لنيل شهادة الدكتوراة , جامعة عين الشمس , معهد الدراسات العليا للطفولة 2013

<sup>2</sup> نورمان مريم نريمان استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على العلاقات الاجتماعية , شهادة لنيل الماجستير في علوم الاعلام والاتصال جامعة الحاج لخضر باتنة 2012 .

<sup>3</sup> نهى بنت علي الهادي , تحليل محتوى صفحات المكتبات الاكاديمية الخليجية على شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك المؤتمر 19 لجمعية المكتبات المتخصصة فرع الخليج العربي ابوظبي الامارات 213

تمحورت اشكالية الدراسة حول دور الفيسبوك لكي يتم التفاعل والاتصال فيما بينهم وقد قام بتطبيق دراسة بمستشفى جنوب غرب يورك شير الامريكية للأمراض النفسية واستخدمت منهج دراسة حالة و اشارت هذه الدراسة :

1-ان موقع الفيسبوك اهم مواقع التواصل الاجتماعي

ان المجموعة ساهمت في تبادل المعلومات والتواصل بين المرضى والعاملين .<sup>1</sup>

الدراسة 2 :

Cornoyneexll.and.cuerrerro

بعنوان الفيسبوك معزز المشاركة السياسية .دراسة عن المجموعات شبكات التواصل الاجتماعي والمشاركة المتصلة بالانترنت :

تمحورة اشكالية الدراسة الفيسبوك معزز المشاركة السياسية الى معرفة تاثير وسائل الاعلام الحديثة في المشاركة المدنية ومدى تشجيع عضوية المجموعات على المشاركة السياسية ,استخدمت الدراسة اسلوب التحليل مضمون اهم ما توصلت اليه هذه الدراسة :

1-ان صفحات المجموعات السياسية تعرض المعلومات لزوارها من خلال مصادر عديدة .

2-المحتوى السياسي لمستخدمي مجموعات الفيسبوك السياسية لتشارك غالبا في الكثير من المعلومات الجديدة وتميل الى عدم الصحة والدقة .

المجموعات على الانترنت مفيدة كمنتدى لتعليم المعلومات السياسية جديدة ولكنها غير فعالة بسبب النقشات منخفضة النوعية .<sup>2</sup>

الدراسة 3 : دراسة سيرغي بروغوروف 2012 sergeyprokhorov

بعنوان وسائل الاعلام الاجتماعية والديمقراطية الفيسبوك كاداة لارساء الديمقراطية في مصر .<sup>3</sup>

تبحث هذه الدراسة دور وسائل الاعلام الاجتماعية في انشاء وتعزيز الديمقراطية ,كما ترصد مدى شعبية وسائل الاعلام الاجتماعي في تبادل المعلومات بسرعة بين الناس العاديين , وقد تم اختيار الفيسبوك ومصر كحالة لتوضيح هذه الظاهرة.وذلك من خلال تحليل دور الفيسبوك في التنمية السياسية ,وبالتحديد في

<sup>1</sup>jude corrigan. Trust uses facebook website to link up staff and patients . Nursing standard. vol.22. no.10. nov.14 .2007.p10

<sup>2</sup>cornoyneexll.and.cuerrerro. facebook is festring political engagement.for presentation at the american political science association meeting into onto. Canada.2009.

<sup>3</sup>sergey prokhorov: social media and democracy : facebook as a tool for the establishment of democracy in egypt. (Master Thesis. Malmouniversity.and spring Semester 2012)

تعزير وترسيخ الديمقراطية. واستخدمت الدراسة اسلوب دراسة الحالة ومنهج البحث الكمي. اظهرت الدراسة عدد من النتائج اهمها مايلي<sup>1</sup>:

- 1-الفيسبوك يمكن ان يكون اكثر ليبرالية وسيطرة من وسائل الاعلام التقليدية .
  - 2-الشبكات الاجتماعية وسيلة لنقل المعلومات بدلا من وسائل الاعلام التقليدية .
  - 3-الفيسبوك قادر على توحيد المجال العام .
  - 4-وجد ان اكثر من 954-وجد ان اكثر من 95 بالمئة من المستجيبين للدراسة يعتقدون ان صفحة كلنا خالد سعيد لعبت دورا مهما في الثورة الشاملة .
- اوجه الاختلاف والتشابه بين دراسة الباحث والدراسات السابقة :
- تم الاعتماد في الدراسات السابقة على المنهج المسحي واداة تحليل المضمون وهو ما يشبه دراستنا وهذا ما سنقوم الوصول اليه الى نتائج دقيقة , الا هناك اختلافات مع دراستنا والتي تتمثل في :
- ان الدراسات الاخرى لجات الى تحليل الصفحات ذات طابع سياسي , اما دراستنا سوف ندرس صفحات ذات طابع رياضي .

### 11-صعوبات البحث :

من بين الصعوبات التي واجهتني في انجاز هذا البحث هي : ندرة المراجع العربية التي تناولت موضوع صفحات نوادي كرة القدم على الفيسبوك ,ولذى لم يبقى امامنا سوى الاسترشاد بالرسائل والاطروحات التي انجزت في بعض المجتمعات الغربية ,وهذا ماتفعني الى الاعتماد على الترجمة والتي اعترضني فيها بعض المعوقات.

<sup>1</sup>Marcel danesi. Dictionary of media and communication. M.E.sharpe.new york. 2009. P117

## خلاصة القسم الاول : الاطار المنهجي

ان هذا التقديم المنهجي يعمل على ضبط الاطار التصوري الذي سنعمل من خلاله على التحقق من فرضيات البحث ومن خلال اشكالية البحث ما هي المضامين التي ينشرها نادي اتحاد خنشلة عبر صفحته الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك ؟ حاولنا قدر الامكان الالتزام بالحياد والموضوعية في رسم فكرة عن الاشكالية المطروحة وعرضها قدر الامكان بدقة وتوضيح الجوانب المراد معالجتها من خلال الاقسام النظرية وتطبيقها من خلال العمل الميداني الموجه نحو المنشورات صفحة الرسمية التواصلية لنادي اتحاد

خنشلة usmk

# صفحات الفيسبوك

## واستخداماتها

تمهيد

2 ماهية الفيسبوك

2-1- مفهوم الفيسبوك

2-2- نشأة الفيسبوك

2-3- خصائص الفيسبوك

2-4- تطبيقات الفيسبوك

2-5- احصائيات حول استخدامات الفيسبوك

3- الصفحات الرسمية على الفيسبوك

3-1- مكوت صفحات الفيسبوك

3-2- وظائف صفحات الفيسبوك

3-3- استخدامات صفحات الفيسبوك

3-4- اهمية الصفحات النوادي الرياضية على الفيسبوك

الخلاصة

تمهيد :

تعتبر الشبكات الاجتماعية هي الاكثر انتشارا عند المستخدمين , لما تمتلكه من خصائص تميزها عن باقي المواقع الالكترونية مما يشجع متصفحها الاقبال المتزايد عليها , ويعد الفيسبوك من بين هذه المواقع انتشارا واستخداما بين الاشخاص وبين المؤسسات التي اتخذته اداة للربط ولتواصل والتقارب بينها وبين جمهورها.

## 2- ماهية الفيسبوك :

### 1-2- مفهوم الفيسبوك:

هو عبارة عن موقع على شبكة الانترنت ,يتواصل من خلالها الملايين من البشر ,تجمعهم اهتمامات مشتركة, حيث تتيح هذه الشبكات لمستخدميها مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو, وانشاء المدونات, وارسال الرسائل واجراء المحادثات الفورية فيما بينهم .

ويعرف قاموس الاعلام والاتصال dictionary of media and communications

الفيسبوك على انه موقع خاص بالتواصل الاجتماعي اسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة وقد

وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الاشخاص .<sup>1</sup>

لغة: والفيسبوك هو كلمة اعجمية,مكونة من جزئين: فيس وبوك, وهي تعني كتاب الوجود,مثلما اراد بها مؤسس الموقع .2

كما يعرف ايضا على انه موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول اليه مجانا وتديره شركة فيسبوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها.

ويعرف بانه: واحد من اهم مواقع التشبيك الاجتماعي وهو لايمثل منتدى اجتماعيا فقط وانما اصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بامكان اي شخص ان يفعل بواسطتها مايشاء وتقوم الية التواصل وارسال الاخبار في

الفيسبوك على عدد من السمات التي تتيح للمستخدمين امكانية التواصل مع بعضهم البعض . 3

ويعرف ايضا: بانه وسائل الاتصال الاجتماعي الحديثة التي ساعدت على ربط العديد من الناس مهما اختلفت مواقعهم واماكنهم واوراقاتهم واعمالهم, وهو موقع الكتروني ,تملكه شركة فيسبوك المساهمة العامة ,تتعدد الجهات التي تستخدم الفيسبوك في الوقت الحالي ,وتتعدد الاغراض ايضا,فقد يستخدم الفيسبوك لاجراض تعليمية اوسياسية او اجتماعية او لقيادة حملات توعوية مجتمعية او اغراض ترفيهية او للعلاقات الاجتماعية او للتجارة والدعاية والاعلان ,فقد ارتبط موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك في كافة مناحي وامور الحياة ومتطلباتها لما وفره من سهولة في تكوين القاعدة الجماهيرية المطلوبة لاي عمل من الاعمال,ولما وفره ايضا من سهولة في نشر الاراء والافكار والانشطة التي تصل الى مختلف الناس مهما كانت شرائحهم وفي اسرع وقت ممكن .

1- Marcel danesi. Dictionary of media and communication. M.E.sharpe.new york. 2009. P117

2قمحية حسان احمد,الفيسبوك تحت المجهر,دار النخبة للنشر والتوزيع مصر 2017 ص 24

3 مدثر النور احمد.شرح كيفية التسجيل في موقع الفيسبوك.تم التصفح بتاريخ 14-4-2019 على الساعة 16:10

compvrerscience.uomosul.edu.iq

اصطلاحا:

يعرف على انه: شبكة التواصل الاجتماعي مجانية منتشرة على الانترنت, تسمح للمستخدمين المسجلين بإنشاء متصفحات او صفحات شخصية وتحميل الصور والفيديو, وارسال الرسائل الى العائلة والزملاء بهدف التواصل.

## 2-2- نشأة الفيسبوك :

يعد الفيسبوك من اشهر المواقع الاجتماعية على مستوى العالم , انطلق الفيسبوك كنتاج غير متوقع من موقع الفيس ماتش لجامعة هارفارد وهو موقع من نوع (photo or not بالانجليزية : face match) يعتمد على نشر صور لمجموعة من الاشخاص ثم اختيار رواد الموقع للشخص الاكثر جاذبية .

وقد قام مارك زوكربيرج بابتكار الفيسماش في 28 اكتوبر من عام 2003, عندما كان يرداد جامعة هارفارد كطالب في السنة الثانية , ووفقا لما نشرته جريدة هارفارد كريم سون , فان موقع فايس ماش استخدم صورا مجمعة من دليل الصور المتاح على الانترنت والخاص بتسعة من طلبة المدينة الجامعية مع وضع صورتين بجانب بعضهما البعض ودعوة المستخدمين الى اختيار الشخص الاكثر جاذبية .

ولكي يتمكن زوكربيرج من تاسيس الموقع ,فانه لجاء الى اختراق مناطق محمية في شبكة الحاسوب الخاصة بجامعة هارفارد, وقام بنسخ صور خاصة بالطلبة في السكن الجامعي .

ان مبادرة جامعة هارفارد باتخاذ اجراء مضاد لذلك الفعل ربما يرجع لاسباب قانونية دون ادراك القيمة الحقيقية لذلك الانتهاك الذي ربما يحدث للعديد من الكليات الاخرى ورد ذلك على لسان زوكربيرج في مدونته الشخصية .

وقد قامت ادارة الجامعة باتهام زوكربيرج بخرق قانون الحماية وانتهاك حقوق التأليف والنشر وكذلك انتهاك خصوصية الافراد ,مما يعرضه للطرد من الجامعة, ولكن تم اسقاط جميع التهم الموجهة اليه في نهاية الامر ,وفي النصف الثاني من العام الدراسي نفسه قام زوكربيرج بتاسيس موقع الفيسبوك على النطاق

وتحديدا في 4 نوفمبر من عام 2003م , وقد ادلى زوكربيرج لجريدة هارفارد كريم سون قائلا : The facebook.com<sup>1</sup>

لقد كان الجميع يتحدثون عن دليل الصور العالمي الماخوذة في جامعة هارفارد ,اعتقد انه من السخف ان تستغرق الجامعة عامين للقيم بمثل هذا العمل يمكنني ان اقوم بالامر على نحو افضل منهم بكثير وفي غضون اسبوع واحد فقط كانت عضوية الموقع قاصرة في بداية الامر على طلبة هارفارد وخلال الشهر الاول

<sup>1</sup> صاحبي صبيحة. اتجاهات الشباب الجزائري نحو مصادر الاحبار بين الاعلام التقليدي والاعلام الجديد ص109

2 بن عيد المجيد بيض سالم الاعلام الجديد 12-6-2016 تم التصفح بتاريخ 10-4-2024 على الساعة 15:30 <https://.download-internet-pdf> [ebooks.com/11673-free-book](https://ebooks.com/11673-free-book)

من اتاحة الموقع للاستخدام , قام اكثر من نصف اخر للطلبة الذين لم يتخرجوا بعد من الجامعة بالتسجيل في هذه الخدمة, وبعد فترة وجيزة ,انضم كل من ادوارد سافرين (المدير التنفيذي للشركة) وداستينموسكوفيتز (مبرمج) واندروماكو

وترجع فكرة نشأة الفيسبوك الى صاحبه مارك زوكربيرغ, حيث اخذ على عاتقه تصميم موقع جديد على شبكة الانترنت ليجمع زملائه في الجامعة (جامعة هارفرد الامريكية ) ويمكنهم من تبادل اخبارهم وصورهم واراتهم ولم يعتمد في تصميمه الى ان يكون موقع تجاري ,يجتنب الاعلانات او موقع ينشر اخبار الجامعة, ولكن هدفه الاساسي هو جمع شمل اصدقائه . 1

حيث قام مارك بابتكار الفيس ماش في 28 اكتوبر من عام 2003 عندما كان يرتاد جامعة كطالب في السنة الثانية ووفقا لما نشرته جريدة هارفرد كريمسون ,فان موقع فيس ماش استخدم صورا مجمعة من دليل الصور المتاح على الانترنت, وكي يتمكن زوكربيرغ من تاسيس الموقع, لجااء الى اختراق مناطق محمية في شبكة الحاسوب الخاصة بجامعة هارفرد ,وقام بنسخ صور خاصة بالطلبة في السكن الجامعي وسرعات ماتم توجيه الموقع الى العديد من وحدات الخدمة الخاصة بالحرم الجامعي, ولكن تم اغلاقه بعد بضعة ايام من قبل ادارة الجامعة, وقد قامت ادارة الجامعة باتهام زوكربيرغ بخرق قانون الحماية وانتهاك حقوق التأليف والنشر وكذلك وكذلك انتهاك خصوصية الافراد, ولكن تم اسقاط جميع التهم الموجهة اليه في نهاية الامر وفي النصف الثاني من العام الدراسي نفسه قام زوكربيرغ قام بتاسيس موقع الفيسبوك على النطاق the face book.com وتحديدا في 4 نوفمبر من عام 2003, بالتعاون مع زميله هيوز وموسكوفيتز واقتسر الانتساب للفيسبوك في بداياته على طلاب هارفرد, ثم توسع ليشمل باقي الجامعات والكليات في بوسطن, ثم تطور ليستضيف جميع طلاب الجامعات , وطلاب المدارس الذين تزيد اعمارهم على 13 عام ثم انتشر بشكل واسع في جميع انحاء العالم ليجمع جميع الاجناس والفئات العمرية فوق 13 عاما . وفي شهريونيو من عام 2004 تم نقل مقر الفيسبوك الى مدينة بالتو في ولاية كاليفورنيا وقد قامت الشرطة باسقاط كلمة the من اسمها بعد شراء اسم النطاق face book عام 2005 نظيرا مبلغ 200 الف دولار بعد ذلك اتاح الموقع اشتراك الموظفين للعديد من الشركات ومن بينها ابل وشركت مايكروسوفت , وفي اكتوبر 2007 اعن القائمون مع ادارة الفيسبوك على اتحاذ مدينة ديبلن عاصمة ايرلندا مقرا دوليا له .

وكان من الطبيعي ان سلفت النجاح السريع الذي حققه الموقع انظار العاملين في صناعة المعلومات, وكانت النتيجة ان تلقى جوكر عرض لشراء موقعه بمبلغ مليار دولار الا ان زوكربيرغ فقد فاجا كل من حوله برفضه للعرض واما عن سبب الرفض لعرضه فيرجع الا انه راي لن قيمة شبكته اعلى من المبلغ المعروض وحسب ما

قال في مقابلة صحفية فانيا شينال البريطانية فانه ربما لم يقدر كثيرون قيمة الشبكة بما يستحق واضاف ان عملية الاتصال بين الناس ذات اهمية بالغة .

اما فيما يخص التخصصات التي سجلت حضورا مميزا في القائمة كانت التخصصات العلمية بشكل عام كالاقتصاد والاحصاء والاعلام الالي والرياضيات وكافة العلوم الاخرى, وايضا سجل الجانب الرياضي حضوره وكذلك الجانب الفني .

وسلط موقع gadget snow الضوء على ان موقع الفيسبوك سيكون الموقع الاول في العالم وسيصل عدد مستخدميه الى 2 مليار مستخدم نشط حول العالم قبل نهاية 2017 و اشار تقرير خاص بالشركة الى ان الشركة عملت شكل مستمر خلال الفترة الماضية من اجل توسيع قاعدة المستخدمين حول العالم سواء من خلال اطلاق مبادرات الانترنت المجاني internet org في عدد من الدول النامية حول العالم, او عقد شراكات مع بعض الحكومات, كما ذكر ان فايسبوك يستفيد ماليا بشكل كبير من زياد عدد مستخدمي موقعها حول العالم, هذا النمو يجعل قوتها مضاعفة لذلك تحرص الشركة على اضافة مستخدمين جدد للشبكة كل يوم .

وبحلول نهاية عام 2018 ارتفع العدد الى 2.32 مليار شخص مما يعني ان اكثر من نصف سكان العالم على الانترنت يستخدمون المنصة .

وهذا وقد عقدت فايسبوك مؤخرا اتفاقية شراكة مع شركة وارنر ميوزيك اورلي اورمان Orlee orman تاتي هذه الصفحة في اعقاب اتفاقيات شراكة مماثلة من فايسبوك مع كل من مجموعة يوني فارسال ومجموعة سوني للنشر وبذلك تكون فايسبوك قد غطت كل المجالات .

### 2-3-3- خصائص الفيسبوك :

يتضمن الفيسبوك مجموعة من المميزات وتمثل في :

2-3-1- العالمية : حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية ,وتتخطى فيها الحدود الدولية :حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع فرد في الغرب ببساطة وسهولة .

2-3-2- التفاعلية : فالفرد فيها كما انه مستقبل وقارئ ,فهو مرسل وكاتب ومشارك ,فهي تلغي السلبية التي كانت في الاعلام القديم –التلفاز والصحف الورقية –وتعطي حيزا للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ.

2-3-3- التنوع وتعدد الاستعمالات : فيستخدمها الطالب للتعلم, والعالم لبث علمه وتعليم الناس, والكاتب للتواصل مع القراء ... وهكذا.

2-3-4-سهولة الاستخدام : فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة ,الرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل.<sup>1</sup>

2-3-5- التوفير والاقتصادية : الاقتصادية في الجهد والوقت والمال, في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل ,الفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز على الشبكو التواصل الاجتماعي ,وليست ذلك حكرا على اصحاب الاموال ,او حكرا على جماعة دون اخرى.

2-3-6- اتاحة الفرصة للصدقة والتواصل بين الاعضاء المشتركين في هذا الموقع وذلك عن طريق :

1-اتاحة الفرصة لاضافة من يشاء العضو اضافتهم من الاصدقاء للتواصل معهم بعد اخذ موافقتهم فالخيار والحرية متاحة لمن يريد ان يضيف صديق له على الموقع ومتاح لهذا الصديق ان يقبل او يرفض هذه الصداقة عن طريق الاجابة سلبا او ايجابا على الطلب الذي يتلقاه .

ويمكن لمن طلقى الطلب الصداقة ان يتحرى عن الشخص طالب الصداقة عن طريق نبذته الشخصية او الاستفسار عنه من اصدقاء احريين وفي حال تمت الموافقة على الصداقة يستطيع كل منهم التواصل مع الاخر

ب- ارشاد صديقين الى بعضهما على هذا الموقع, حتى وان كانا لا يعرفان بعضهما البعض في الواقع الحقيقي .

ج- اقتراح اصدقاء جدد لمن يريد من الاصدقاء القدامى الذين يعرفهم سابقا وبالتالي تةسيع شبكة الصداقة والتواصل التي يمتلكها .<sup>2</sup>

د- اتاحة الفرصة لمشاهدة كل الاصدقاء مرة واحدة مرتبة اسمائهم ابجديا مع ارقام هواتفهم الموجودة على نبذة حياتهم ان كانت هذه الهواتف متاحة للاصدقاء

و- اتاحة المجال لحذف اسم اي صديق من لائحة الاصدقاء اذا كانت ترغب بالاستمرار في صداقته.

-الملف الشخصي **profil** : فعندما تشترك بالموقع عليك ان تنشأ ملفا شخصيا يحتوي على معلوماتك الشخصية, صورك, الامور المفضلة لديك وكلها معلومات مفيدة من اجل سهولة التواصل مع الاخرين, كذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد ان تعلن لك سلها بالتحديد.

<sup>1</sup>فتحي حسين عامر, وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة الى الفيسبوك , العربي للنشر والتوزيع ,القاهرة 2011,ص203.205 .

2 قريبي اميرة.ثوامرية رباب .الممارست الاعلامية الجديدة لشركات التقنية دراسة تحليلية لصفحة مشروع فايسبوك للصحافة ص75

- انشاء مجموعة **groub** : نستطيع من خلال خاصية انشاء مجموعة الكترونية على الانترنت ان تنشأ مجتمعا الكترونيا يجتمع حول قضية معينة سياسية كانت ام اجتماعية ام رياضية.... الخ, وتسطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصريا للعائلة والاصدقاء, او عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها .  
-لوحه الحائط **wall** : وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لاي مستخدم بحيث تتيح للاصدقاء ارسال الرسائل المختلفة لهذا المستخدم.

الكتابة او النشر على الحائط : لايد من توضيح مفهوم الحائط لفهم الشبكة الاجتماعية بشكل افضل الحائط هو مفهوم تجسيدي لمفهوم معنوي, ال وهو تشرك المعرفة عبر الشبكة, فكل مستخدم مسجل على الشبكة يتم انشاء حائط له بشكل الي, يكون هذا الحائط بمثابة لوح ينشر عليه المستخدم تعليقاته ومشاركاته التي يرغب في نشرها لكن هذا التعريف غير مكتمل الى الان, لانه وبهذه الطريقة يحتاج الاصدقاء والمستخدمين على الشبكة الى زيارة حائط المستخدم للاطلاع على اخر اخباره وملصقاته, لذلك قامت الشبكة باضافة خدمة لمشتركيها فهي خدمة اخر الاخبار, وفيها يتم عرض كل ما يتم تعليقه او نشره على حائط المستخدم نفسه او حيطان اصدقائه وفي رأي الباحث ان هذه الخدمة اصبحت جزءا لا يتجزا من مفهوم الحائط والنشر.

-التعليق على ملصقات الاصدقاء : بالاضافة على كون المستخدم قادرا على رؤية مايكتبه او مايشاركه الاصدقاء على الشبكة, فان الشبكة تمكنه من التعليق على مشاركتهم والتعليق كالمشاركة تماما من حيث التنوع في اصنافها فقد تكون كلمات او روابط او غيرها

-التغذية الاخبارية: التي تظهر على الصفحة الرئيسية للمستخدمين حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغيرات التي تحدث في الملف الشخصي واعياد الميلاذ الخاصة بالاصدقاء.

-خاصية الصور: **photo** وتتيح هذه الخاصية للمشارك امكانية اعداد البوم للصور الخاصة به, ويستعرض من خلالها صور اصدقائه المضافين اليه.

-خاصية الفيديو : **video**: وتوفر للمشارك امكانية تحميل الفيديوهات الخاصة به ومشاركتها على هذا الموقع,بالاضافة الى امكايه تسجيل لقطات الفيديو مباشرة وارساله كرسالة مرئية صوت وصورة  
-خاصية الاعلان: **market place** : وتمكن المشترك من الاعلان عن اي منتج يود الاعلان عنه او البحث عن اي منتج يرغب في شرائه .

-النكز **poke**: والنكز عملية تنبيه للاصدقاء على الفيسبوك لجذب انتباههم وكان المستخدم يقول مرحبا  
-الاشعارات **notification**: تستخدم الاشعارات للحفاظ على بقاء المستخدم على اتصال باخر التحديثات التي قام بالتعليق عليها مسبقا .

-خدمات الاحداث **events** : تعتبر هذه من افضل ما يوفره الموقع لمستخدميه اذ انها اشبه بمذكرة كاملة لاهم الاحداث اليومية القادمة والماضية تقوم الخدمة اساسا ببناء على نشاطات المستخدمين التي يودون الاعلان عنها, والحشد لها عبر موقع الفيسبوك للتعريف بهذه النشاطات والاحداث من جهة ولمعرفة نسبة الراغبين في الحضور من جهة اخرى .

يمكن لأي مستخدم إنشاء حدث من خلال صفحة الخدمة مع وضع تفاصيل عن الحدث، مثل الجهة المنظمة، مكان الحدث، ومدته، طبيعة النشاط الذي سيقام والفائدة المرجوة منه، ودعوة أصدقائه وغيرهم ممن يهتمون بطبيعة الحدث .

-خدمات الصفحات: تعد هذه الخاصية أيضا من أهم الخدمات التي يوفرها الموقع على الإطلاق إذ تمكن المشتركين من إنشاء صفحات معجبين fans يمكنها ان تضم الاف وملايين المشتركين، عكس صفحة الحساب الشخصي، ودون الحاجة الى موافقة صاحب الصفحة على الطلب، بل يكفي الاشتراك بضغط زر واحدة صممت هذه الصفحات خصيصا للمشاهير من ممثلين وسياسيين ورجال اعلام وغيرهم.

-ميزة **watche party** : ميزة تتيح للأصدقاء مشاهدة مقاطع الفيديو معا عبر الفيسبوك في نفس الوقت والردشة حولها وهي الميزة الشبيهة التي يوفرها تطبيق uptime مع فيديوات يوتيوب 2.

### 4-2- تطبيقات الفيسبوك :

#### 1-4-2-العاب: gammes

الفيسبوك العديد من الالعاب المختلفة مغامرات استراتيجية يستطيع المستخدم ان يستخدمها ويجتاز مراحلها تلو الاخرى , ويمكن للمستخدم ان يدعو عدد من اصدقائه لممارسة لعبة جماعية معينة <sup>1</sup>.

#### 2-4-2- المناسبات : وهي اقامة دعوة لأصدقاء والاعضاء مجموعة معينة للحدث معهم او عمل event

جماعي او اجتماع على ارض الواقع وتوضيح فيه عنوان الحدث وتاريخ بدايته ونهايته وتحديد الاعضاء المدعوين لهذه المناسبة وتكون مفتوحة لأي عضو في الفيسبوك .

3-4-2- الية التشبيك : والمشارك الجديد في الفيسبوك يلاحظ ان الفيسبوك يقترح اضافة اصدقاء يعرفهم وله معهم تواصل ما يثير استغراب المستخدم في معرفة الواقع وتفسير ذلك , اي موقع الفيسبوك يقوم بامتلاك عناوين معارفك في البريد الالكتروني مما يقترح عليك اضافتهم .

4-4-2- المجموعات :ويمكن للمشاركة في الفيسبوك ان ينشئ مجموعة ويعطيها اسم وكتابة تعريف عن groups

فكرة انشائها، ويتم إنشاء المجموعة لاهتمامات مشتركة او لنادي معين .

### 5-4-2- الصفحات :

1david kirkpatrick.the Facbook EffECT.the inside story of the accompany that is connecting the wolrd

london schuster hardcover edition june 2010. First simon p66 -85

2- خرخاشي كوثر نوار شبكات التواصل الاجتماعي والقيم الدنية لدى الطالب الجامعي. شهادة لنيل ماستر علم الاجتماع تربية، جامعة محمد خيضر بسكرة. 2012. ص 19 .

لها نفس الميزة واستخدامات المجموعة الا انها اكثر تفاعل عبر ظهورها في الصفحة كل مستخدمين وغالبا ما تكون مؤسسات عامة او خاصة او شخصيات مشهورة

### 2-5- احصائيات حول استخدام موقع الفيسبوك :

#### اولا: في العالم

في ديسمبر سنة 2004 بلغ عدد مستخدمي موقع فيسبوك مليون مستخدم, وفي ديسمبر 2005 بلغ عدد المستخدمين 6 ملايين

وفي اغسطس (اوت) 2006 اطلقت المنصة الخاصة بتطبيقها الفيسبوك في نفس الشهر تعاون الفيسبوك مع مايكرو سوفت واطلقت الملاحظات notes, وفي سبتمبر 2006 اطلقت التحديثات وحسن من الخصوصية في الفيسبوك, وفي نفس الشهر فتح التسجيل للجميع ووصل عدد المستخدمين في ديسمبر 2006 الى 12 مليون مستخدم .

في افريل 2007 وصل عدد المستخدمين 20 مليون وطور من تصميم الموقع, في ماي 2007 اطلقت تطبيقات الفيسبوك ووصل عدد مستخدمي الموقع في اكتوبر 2007 50 مليون عضو.

وفي فيفري 2008 اطلقت النسخة الاسبانية والفرنسية, في مارس حسن من نظام الخصوصية واضيفة اللغة الالمانية, في افريل 2008 اطلق نظام المحادثة بين الاصدقاء face book chat وصدر برنامج لترجمة الفيسبوك الى 21 لغة. اغسطس 2008 وصل عدد المستخدمين الى 100 مليون مستخدم .

في يناير 2009 وصول المستخدمين الى 150 مليون. في فبراير اطلقت خاصية like او اعجبي في يونيو اطلق الفيسبوك خاصية user name .

وفي يوليو نفس السنة وصل عدد المستخدمين الى 250 مليون مستخدم.

وفي فبراير 2010 وصل عدد المستخدمين الى 400 مليون وعند اطلاق نسخة تجريبية face book questions يوليو وصل به عدد مستخدمي الفيسبوك الى 500 مليون.<sup>1</sup>

وصل عدد المستخدمين الى 800 مليون مستخدم لموقع الفيسبوك بحلول نهاية 2011 و200 مليون مستخدم جديد للفيسبوك سنة 2011 و350 مليون مستخدم يسجلون الدخول الى الفيسبوك عبر الهواتف الجواله.<sup>1</sup>

ومع انطلاق الموقع حقق نجاحا كبيرا ليصبح اليوم من اهم مواقع التواصل الاجتماعي واكثرها استخداما على الاطلاق حيث بلغ عدد مستخدمي الفيسبوك سنة 2012 901 مليون مستخدم, بزيادة تصل الى 33

<sup>1</sup> ماذا تعرف عن فيسبوك؟ 14 فيفري 2014. تم التصفح بتاريخ 19-04-2024 على الساعة 19:20

<https://arabic.cnn.com/scritch/2014/02/14.facebook>

2 العوهلي علي. الفيسبوك يكمل 7 سنوات منذ انطلاقه. 6 فبراير 2011. تم التصفح بتاريخ 19-04-2024 على الساعة 19:30

<https://www.tech-wd.com/wd/2011/02/06/7-years-facebook/>

بالمئة من العام الماضي، ووصل عدد مرات الضغط على الزر الاعجاب وكتابة التعليقات باليوم الواحد 3.2 مايار مرة ويقوم مستخدم الفيسبوك برفع 300 مليون صورة يوميا وبلغ عدد مستخدميه بشكل يومي قرابة 526 مليون مستخدم.<sup>2</sup>

ارتفع عدد مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي facebook الى 16.2 مليون مستخدم في ديسمبر عام 2013 مقابل 12.17 مليون مشترك في ديسمبر 2012 بنسبة 33.1 % وفقا للجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء.<sup>3</sup> اعلن مارك عن عديد الاحصائيات الخاصة بشركته خلال الربع الاخير من عام 2014 . حيث تضمن منشور مارك على صفحته الشخصية الارقام الخاصة وعدد مستخدمي موقع فيسبوك حول العالم وصل عدد مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك الى 1.44 مليار مستخدم شهريا و800 مليون مستخدم نشطا على خدمة واتساب و 700 مليون مستخدم بخدمة المجموعات كل شهر و600 مليون مستخدم شهريا على خدمة فيسبوك مسنجر كل شهر<sup>4</sup>

ووصل عدد مستخدمي فيسبوك الى 1.59 مليار شخص نهاية ديسمبر 2015. في مقابل 1.55 مليار مستخدم قبل ثلاثة، شهر على ذلك ويبدو ان اهتمام المستخدمين لا يتراجع بالشبكة اذ ان 65 % منهم يستخدمونها يوميا.<sup>1</sup>

حققت فيسبوك ايرادات بلغت 5.38 مليار دولار امريكي خلال الربع الاول من 2016 متفوقة على التوقعات بتحقيق 5.25 مليار دولار وبنمو بلغ 52 % مقارنة بنفس الربح من العام الماضي 2015.وزادت ايرادات فيسبوك من الاعلانات بنسبة 57 % على اساس سنوي وبلغت ربحية السهم الواحد 0.77 دولار امريكي . نشرت فيسبوك كالعادة احدث الاحصائيات حول منتجاتها المختلفة،وقالت الشركة ان لدى facebook لان اكثر من 165.4 مليار مستخدم نشا شهريا واكثر من 1.09 مليار مستخدم نشطا يوميا وعززت فايسبوك من تواجدها عبر الهواتف الذكية حيث اصبح لديها الان اكثر من 1.51 مليار مستخدم نشطا من خلال الموبايل شهريا ينمو بلغ % 21 على اساس سنوي (مقارنة بنفس الفترة من العام الماضي ) كما حققت الشركة 82 %

<sup>1</sup> الزبيدي ايمان.الانترنت سنة 2011 بالارقام 19 يناير 2012 تم التصفح بتاريخ 18-04-2024 على الساعة 17:50

<https://www.tech-wd-com/wd/2012/2019/internet-2011>

<sup>2</sup> عيساوي اكرم.اعتماد الشباب الجزائري على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الاخبار.مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر غير منشور قسم اعلام واتصال تخصص وسائل الاعلام والمجتمع.جامعة العربي التبسي.نسبة 43

<sup>3</sup> الاحصاء ارتفاع عدد مستخدمي الفيسبوك الى 16 مليون. الثلاثاء 04/02/2014 . 10:40 تم التصفح بتاريخ 17/04/2024 على الساعة 19:56

<https://www.yom7.com/story/2014/2/4/14892335/.19:57>

<sup>4</sup> المرجع السابق نفسه.5.هذه ارباح فيسبوك في 28.2015جانفي 2016 تم التصفح بتاريخ 17-04-2019 على الساعة 22:36 <https://www.radio.SAWa>

من ارباحها خلال الربع الاول من 2016 من خلال الاعلان عبر الهواتف المحمولة بنمو 9 % مقارنة بالعام الماضي 1.

كشف تقرير جديد صدر عن موقعي وي ارسوشيال وهوتسويت على ان اكثر من نصف عدد سكان العالم الان مرتبط بالشبكة العنكبوتية , وان مايقارب من ربع مليار مستخدم جديد قد وصل الانترنت لاول مرة في عام 2017 ووضح هذا التقرير:

ان عدد المستخدمين الذين بلغو 65 عاما فمافوق بنسبة 20 % تقريبا خلال الاشهر 12 الماضية ,كما ازداد عدد المراهقين الذين يستخدمون الفيسبوك ولكن عدد المستخدمين الذي تتراوح اعمارهم بين 13 و17 عاما زاد بنسبة 5% فقط من كانون الثاني 2017 .

واعتبارا من افريل 2018 افاد موقع فايسبوك ان عدد المستخدمين النشطين يقدر بنحو 2.2 مليار مستخدم شهريا و1.4 مليار مستخدم نشطا يوميا 2.

وهناك اكثر من 300 مليون صورة يتم تحميلها على facebook كل يوم. وفي المتوسط يتم انشاء 5 حسابات فايسبوك في كل ثانية .

وهناك مايقارب 30 % من مستخدمي الفيسبوك تتراوح اعمارهم بين 25 34 سنة 1

-يزعمهم فيسبوك انه بحلول نهاية عام 2018 كان عدد المستخدمين 2.32 مليار نشط كل شهر بزيادة 8.9 % عن نهاية عام 2017 .

و1.4 مليار شخص يتصلون يوميا بفيسبوك ويتصل 76.2 % من المستخدمين عبر اجهزة android و15.5 % عبر اجهزة ios

وتشير الاحصائيات الى وجود 83 مليون حساب مزيف

-يقضي الاشخاص اكثر من 50 دقيقة يوميا على الفيسبوك

-77 % من النساء عبر الإنترنت يستخدمون الفيسبوك 66.7 من الرجال من مستخدمي الموقع -كل ثانية من 6 الى 8 مستخدمين جدد ينضمون الى الموقع

-يتم انشاء 4 ملايين اعجاب كل دقيقة

-50% من المستخدمين الذين تتراوح اعمارهم بين 18-24 يفتحون حساباتهم بمجرد الاستيقاظ من نومهم .

<sup>1</sup> سيد محمد فيسبوك تتخطى التوقعات في نتائجها المالية... من 2016/04/28 تم التصفح بتاريخ 2024-04-15 على الساعة 22:35

<https://tech-echo.com/2016/04/facebook-q1-2016-earnings-2016>

2 ايلاف اخر احصائيات العالم الرقمي 27 مارس 2018.21:39 تم التصفح بتاريخ 2024-04-17 على الساعة 22:09

<https://elaph.com/amp/web/opinion/2018/03/1196.481.html>

-تحتل الاعمار بين 25-34 النصيب الاكبر بنسبة تتراوح بين 13 % و 19 % من اجمالي المستخدمين النشطين تليها الاعمار بين 18 و 24 نسبة تتراوح بين 11% و 16 % من اجمالي المستخدمين النشطين شهريا .  
-بشكل عام يزيد التفاعل بنسبة 18 % يومي الخميس والجمعة عن بقية ايام الاسبوع.  
كل ستين 60 ثانية في الفيسبوك يتم نشر 510.000 تعليق, ويتم تحديث 293.000 حالة ويتم رفع 136.000 صورة.<sup>1</sup>

### ثانيا في الوطن العربي

وصل عدد مستخدمي فيسبوك الاجمالي في العالم العربي الى 27.711.503 مستخدم مستخدم في 5 افريل 2011 بعد ان كان 21.377.282 مستخدم في 5يناير 2011 ما يعني انه تضاعف تقريبا مقارنة بنفس الفترة العام الماضي 14.791.972 في افريل 2010  
-في بداية افريل 2011 تجاوز متوسط انتشار مستخدمي فيسبوك لكل دولة في المنطقة العربية 7.5 بعد ان كان اقل 6 % في نهاية 2010 .

-زاد عدد مستخدمي الفيسبوك في الوطن العربي بنسبة 30 % في الربع الاول من 2011  
-مازالت مصر تمتلك ربع العدد الاجمالي لمستخدمي في المنطقة العربية وقد اضافت عددا من المستخدمين الجدد في الربع الاول من عام 2011 اكثر من اي دولة عربية اخرى ,وهوما يقارب 2 مليون مستخدم في الفترة بين 5 يناير و5 افريل 2011<sup>1</sup>

-كشفت دراسة حديثة ان عدد مستخدمي الفيسبوك في مصر وصل الى 28 مليون مستخدم خلال عام 2015  
مما يمثل 31 % من عدد السكان وبزيادة عن العام الماضي بلغت 17 %  
واوضح احاد ناجي المدير التنقيذي للشركة المعدد للدراسة ان الدراسة تشمل خصائص الفيسبوك في مصر من حيث انواعهم وفئاتهم العمرية, وطرق استخدامهم ولاول مرة في مصر كيفية تفاعلهم مع الاعلان الالكتروني .

واظهرت الدراسة ان مصر تعتبر الاولى عربيا في استخدام الموقع بنسبة 29.47 % من عدد مستخدمي الموقع في الدول العربية,تليها السعودية والجزائر والعراق بنحو 10.45% ثم المغرب 10.03 %  
واشارت الى ان 52 % من المستخدمين في مصر اقل من 25 سنة ,بينما 30 % بين 25 و 34 سنة و 18 % اكبر من 35 سنة 65 % منهم ذكور و 35 % منهم اناث و 82% يستخدم المحمول في الدخول الى الانترنت.

1gdn.number utilisateurs de facebook.visite sur 17-04-2024 a23 :20

<https://www.joura.ldunet.com/ebusiness/le-net/11.25.265>

2jdn.nombre utilisateurs de facebook.lbid

3خليبيد احمد احصائيات الفيسبوك 2019 منذ شهر تم التصفح بتاريخ 2024-04-21 على الساعة 18:54

<https://vapulus.com/blog/ar/2019-facebook>

-كشف تقرير للشبكة الاجتماعية الاولى في العالم فايسبوك انه يوجد مايقارب 156 مليون مستخدم فعال ومتفاعل في البلدان العربية بزيادة بمقدار 41 مليون مستخدم عما كان عليه في عام 2016 الذي كان فيه اجمالي عدد امستخدمين في الدول العربية 115 مليون.<sup>1</sup>

ووفقا للتقرير فان سوريا تحتل المرتبة السابعة عربيا من حيث عدد المستخدمين والذي تجاوز عددهم اكثر من 6 ملايين مستخدم نشط وفعال, اي نسبة 37 % من عدد السكان بحسب الاحصائيات الصادرة عن فيسبوك .

واشار التقرير الى ان اللغة العربية هي اللغة الاكثر استخداما على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك بنسبة 55 % وجاء ترتيب الدول العربية من حيث اعداد مستخدمي الفيسبوك 2017 الى تصدر مصر باكثر من 33 مليون مستخدم مايشكل 37 % من السكان حلت ثانيا السعودية باكثر من 18 مليون مستخدم ما يشكل 58 % من السكان .

اما ثالثا حلت الجزائر باكثر من 16 مليون مستخدم مايشكل 43 % من السكان والعراق رابعا باكثر من 13 مليون مستخدم مايشكل 40 % من السكان وخامسا جاءت المغرب بـ 12 مليون مستخدم مايشكل 38 % من السكان . وسادسا حلت الامارت باكثر من 8 ملايين مستخدم مايشكل 94% من السكان اما سابعا فجات سوريا باكثر من 6 ملايين مستخدم مايشكل 37 % من السكان بحسب التقرير الصادر.

فيما جاءت تونس ثامنا بـ 5 ملايين مستخدم مايشكل 55 % وتاسعا الاردن باكثر من 4 ملايين مستخدم مايشكل 66 % من السكان والسودان عاشرا بـ 3 ملايين مستخدم مانسبته 8 % من عدد السكان .

ليبيا حلت بالمرتبة الحاديا عشر بـ 2 مليون مستخدم بنسبة 56 % من السكان, والمرتبة الثانية عشر كان من نصيب لبنان اكثر من 2 مليون مستخدم بنسبة 56% من السكان , وقطر بالمرتبة الثالثة عشر بـ 2 مليون مستخدم فيما حلت اخيرا كل من عمان وفلسطين والبحرين وجيبوتي والصومال وموريتانيا بالمراتب الاخيرة بعدد مستخدم اقل من مليون .

اما من ناحية نسب توزيع مستخدمي الفيسبوك في البلدان العربية خلال العام 2017. فان مصر استحوذت على 23 % من اجمالي عدد المستخدمين في البلدان العربية والسعودية 13 % والجزائر 12% والعراق 10 % والمغرب 9 % والامارات 6 % وسوريا 4% والاردن 4 % ولبنان والسودان 2 % وليبيا 2 % والكويت 2 %

<sup>1</sup> تقرير الاعلام الاجتماعي العربي. الاعلام الاجتماعي والحراك المدني: تأثير الفيسبوك والتويتر. الاصدار الثاني كلية دبي للإدارة الحكومية ص10. تم التصفح بتاريخ 2024-04-21 بتوقيت 19:50 [www.arabsocial/mediareport.com/4520](http://www.arabsocial/mediareport.com/4520) final.pdf

2 الشعبة العامة للاقتصاد الرقمي والتكنولوجيا دراسة: 28 مليون مستخدم للفيسبوك في مصر منهم 52 % اقل من 25. 2015-12-24. تم التصفح بتاريخ 21-

2024-04 بتوقيت 23:53 [www.fedcoc.org.eg/c2964](http://www.fedcoc.org.eg/c2964)

واخير قطر ايضا 2 % اما باقي الدول العربية. اليمن وعمان وفلسطين والبحرين وجيبوتي وموريتانيا وجزر القمر والصومال 1 %.

### ثالثا : في الجزائر

تصاعدت اهمية شبكات التواصل الاجتماعي. وتحول الفيسبوك مع الشباب العربي مثلا من مجرد شبكة للتواصل الى اشهر موقع للتعاطي مع القضايا اليومية وبات هذا الموقع وسيلة ناجعة لتنظيم الاحتياجات بل الاطاحة بانظمة حكم ديكتاتورية .

تشير اخر الاحصائيات التي يقدمها موقع Socialbakers.com المختص في متابعة شبكات التواصل الاجتماعي الى ان عدد الجزائريين المسجلين في الفيسبوك قارب ثلاث ملايين مشترك (283.5000) شهر يناير كانون الثاني الجاري بنسبة زيادة بلغت 85 بالمئة مقارنة مع نهاية سنة 2010. ويمثل هؤلاء المسجلين 8.20 % من العدد الاجمالي للسكان الذي يقدر ب36 مليون نسمة واحتلت بذلك المركز 47 عالميا والرابع عربيا بعد كل من مصر والسعودية والمغرب. متقدمة على تونس التي تعتبر مهد الربيع العربي. واول بلد استخدم شبابها الفيسبوك لاسقاط النظام .

-وحسب الادارة فان عدد الصفحات الفيسبوك في في الجزائر قد بلغ 165.789 الف صفحة .

وفي ذات الصياغ قالت الادارة ان عدد المستخدمين الناث في الجزائر هو 3.105.000 بينما الذكور هو 1.895.000 .

ويتراوح سن المستخدمين الجزائريين ما بين 13-45 سنة 90 % منهم يستخدمون الفيسبوك بالفرنسية و10 % بالعربية<sup>1</sup>.

ويتم اضافة حوالي 5000 صديق في اليوم، واكبر صفحة هي صفحة المنتخب الوطني الجزائري الرسمية ب693231 معجب<sup>1</sup>

-وخلال عام 2012.2013 استطاعت 10 صفحات رسمية على الفيسبوك ان تصنع اهم الاحداث عبر الوطن خلال 2013. والتي يختلف مستواها وتوجهاتها من فئة الى اخرى ورصدة صفحة الفيسبوك ل الخبر اهم هذه الصفحات . وما تقدمه من خدمات, خصوصا التي تحوز على اكبر قدر من المتابعة و التعليقات تبعا لاهمية الشبكة في الجزائر , وبلغة الارقام اوضح الخبير في تكنولوجيا المعلومات, يونس قرار بان حوالي 5.4 مليون

<sup>1</sup> يوميات فذيفة هاون في دمشق.سورية بالمرتبة السابعة عربيا من حيث عدد مستخدمي الفيسبوك 30 افريل 2018 تم التصفح

بتاريخ 2024-04-22 بتوقيت 15:33

<https://yomvarsy.net/2018/04/30>

المجد شهر زاد الفيسبوك في الجزائر ... متنفس اعلامي في ظل الانغلاق 2012-1-12. تم التصفح بتاريخ 2024-04-23 بتوقيت

. <http://www.dw.com/ar/>

16:54

جزائري يستعملون شبكة التواصل الاجتماعي فايسبوك . وبذلك تحتل الجزائر المرتبة 41 عالميا، ويهتم هؤلاء بكل ما ينشر في الصفحات الكبرى في الفيسبوك من رصد للواقع والاخبار وللصور و الفيديوهات .  
واضاف المتحدث بان الجزائر، وعلى الرغم من تدفق ثابت ونقال محدود تحتل المرتبة 41 عالميا بحوالي 5.4 مليون مستعمل ونمو يقدر بحوالي 600 الف مستعمل خلال السنة 6 اشهر الاخيرة كما ان 67% من مستعملين فايسبوك رجال. مقابل 33 % نساء حوالي 90% من مستعملي هذه الشبكة يقل سنهم عن 35 سنة . 2

### وفي سنة 2014 :

تم تسجيل مليون مستخدم جزائري جديد من يناير ومايو 2014 بزيادة قدرها 17 % . وارتفع معدل انتشار الفيسبوك في الجزائر من 12.27% في مايو 18.1 % في مايو 2014 .  
واصبحت الجزائر تحتل المرتبة السادسة بين الدول العربية والعدد الاجمالي لمستخدمي الموقع في الجزائر هو 6.8 مليون مستخدم .  
وتشير بيانات التقرير في شهر ماي 2014 الى ان 76 % من مستخدميه تقل اعمارهم عن 30 عام حيث تمثل النساء 32 % مقابل 68 % من الرجال .  
وينشر الجزائريين محتواهم باللغة الفرنسية بنسبة 76 % و 32 % باللغة العربية و 11% فقط باللغة الانجليزية .<sup>1</sup>

### وفي سنة 2015 :

اصبح يوجد في الجزائر اكثر من 15 مليون مستخدم على موقع فايسبوك. اي 37.8% من عدد السكان. وهو رقم جيد بالتأكيد ولكنه ضعيف مقارنة مع مجوع السكان . حيث تمثل 64 % من مستخدمي فيسبوك رجال مقارنة ب 36 % فقط من النساء. ومعظم مستخدمي الموقع من الشباب الذين تتراوح اعمارهم بين 15 و 34 عاما . 1

وضعت دراسة بحثية حديثة الجزائر في صدارة قائمة الدول الافريقية التي يرتبط مواطنها اكثر بشبكات التواصل الاجتماعي . لاسيما فايسبوك. بحيث بلغ عدد المتصلين بالشبكة سنة 2016 17 مليون مستخدم ما يمثل 43% من نسبة المستخدمين مقارنة بالكثافة السكانية .

<sup>1</sup> احصائيات حول الفيسبوك في الجزائر. 2013.5:27. تم التصفح بتاريخ 2024-04-23 بتوقيت 18:25

<https://dz4.book.blogs.post.com/2013/06/facebook.enalgerie.html>

2فاضل زبير. 10 صفحات تصنع الحدث الجزائري على الفيسبوك 2013-08-23. تم التصفح بتاريخ 2024-04-24 بتوقت 15:5

<https://www.vitamedz.com>

3 hamidi baalalalgerie compte.6.8 millions dutiisateurs sur facebook.30-07-2014 visite sur 24-04-2024

a16 :15 <https://www.huffpostmagheb.com/2014/06/30/facebook-twitter-galgerie>

بارتفاع قدره 28.82 % مقارنة سنة 2015. بعد مصر التي جاءت بالريادة ببلوغ عدد المتصلين بموقع التواصل الاجتماعي ب33 مليون مستخدم . 2

-وكشفت الدراسة المتخصصة ان 65 بالمئة من مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك في الجزائر ذكور .و35% منه اناث فيما سجلت اكبر نسبة اتصال شبكة التواصل الاجتماعي من فئة الشباب المتراوحة اعمارهم بين 18 و24 سنة. ذلك بنسبة 38 % لتليها الفئة العمرية بين 25 و34 سنة بنسبة 31 % ورغم بلوغ فئة الكهول من 45 الى 65 سنة نسبة 6 % من المتصلين بشبكة الفيسبوك في الجزائر خلال 2016 الا ان اللافت في النتائج البحثية ان 13 % من مستخدمي الموقع ينحدرون من فئة المراهقين .الذين تتراوح اعمارهم بين 13 و 17 سنة فقط . 3

-اعلنت شركة فيسبوك عن احصائياتها في الجزائر لعام 2017. هذه النتائج تشمل الفئات الاكثر استعمالا من طرف الجزائريين بالاضافة الى العدد النشط شهريا حول هذه الشبكة . مع اكثر الصفحات التي يزورها الجزائريين .

وابانت الاحصائيات الجديدة ان المستخدمين النشطون شهريا حول الموقع يتراوح عددهم بين 15 و20 مليون مستخدم نشطا شهريا. منهم 65% رجال و35 % واكثرهم من الفئة الشبابية التي يتراوح عددهم ما بين 18 و24 سنة. حيث تشغل هذه النسبة 53 % من العنصر النسوي ونسبة 38% من العنصر الرجالي.<sup>1</sup> اما بالنسبة للفئة الثانية وهي ما بين 25 و34 سنة فهي تشغل 39% من الرجال و32 % من النساء اما باقي الفئات فهي نسبة قليلة .

-اغلب مرتادي هذه الشبكة هم عزاب غير متزوجين بنسبة 49 % ونسبة 29 % من مستخدمي الشبكة متزوجين.9 % منهم من فئة المخطوبين. اما النسبة الباقية فهم وضعو حالة مرتبط على حساباتهم بنسبة 14% . 1

-الفئة التي تتراد وقع فيسبوك اغلبها من الفئة الجامعية .يلها التلاميذ من المرحلة الثانوية. ناتي الان لاکثر الولايات استعمالا لهذا الموقع فقد كان النصيب الاكبر للعاصمة بنسبة 31 % تليها مدينة وهران ثم قسنطينة ثم سطيف ثم باتنة. ورقلة وعنابة .

1lheberji.chiffres cles de facebook en algerie.25-10-2016.visiter sur24-4-2024 a17 :30

blog.medianet.tn/blog/chiffres-cles-de-facebook-en-algerie-0

<sup>2</sup>محمد علي. 17 مليون متصل جزائري بالفيسبوك. 2016-12-21. تتم التصفح بتاريخ 2024-4-24 بتوقيت 17:50

<https://www.alahrironline.com/ara/articles/255137>

3 المرجع السابق نفسه .

بالحديث عن أكثر شئ يزوره ويبحث عنه الجزائريين سجلت القائمة حضور صفحات دينية ثقافية.اخبارية, ورياضية , فقد احتلت صفحة الداعية المصري Amr Khaled المرتبة الاولى تليها صفحة journal el bilad الاخبارية. 2

-تشير احصائيات الفيسبوك على اه يوجد في الجزائر حوالي 21 مليون حساب نشط في عام 2018. يضاف الى ذلك اكثر من 100 صفحة فايسبوك جزائرية تتجاوز مليون معجب. هذه الارقام تشهد على تغلغل هذه الشبكة في حياة الجزائريين وفقا لاحصائيات الفيسبوك فان حوالي 90 % من 21 مليون جزائري مسجل على منصة فايسبوك يتصلون عبر الاجهزة المحمولة.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> سعدين شعيب. احصائيات الفيسبوك في الجزائر و 20 مليون مستخدم شهريا نشط. 30-03-2017. تم التصفح بتاريخ 24 -04-2024 بتوقيت 19:00

<https://www.android-dz.com/ar/facebook-dz-2017/>

2 المرجع السابق نفسه .

3 Aghilas sadi et leila zaimi.facebook.twitter.youtube...sur le web 24-02-2019.visite sur 24-4-2024 a 20 :09 [www.reporters.dz/2019/02/24/facebook-twitter-youtube-sur-le-web](http://www.reporters.dz/2019/02/24/facebook-twitter-youtube-sur-le-web)

### 3- الصفحات الرسمية على الفيسبوك :



#### 1-3- مكونات صفحات الفيسبوك :

وللصفحات الفيسبوك مكونات كالآتي :

يمكنك الدخول الى صفحة التواصلية لنادي اتحاد خنشلة في الفيسبوك لمشاهدة مثال واقعي لصفحات الفيسبوك وهذه الصورة توضح مكونات صفحة الفيسبوك.

بالتفصيل :

#### 1-1-3 صورة الصفحة :

ويمكن تغيير هذه الصورة في اي وقت بالنقر عليها ثم رفع صورة جديدة من الجهاز.

#### 2-1-3 عن الصفحة :

معلومات مختصرة عن الصفحة لا تتجاوز عدة كلمات ليفهم الزائر الهدف من الصفحة في اول زيارة له.

#### 3-1-3 عدد المعجبين :

المشتركين في الصفحة ,والذين ستظهر منشورات الصفحة الجديدة في صفحاتهم في الفيسبوك , والرقم الاسفل منه يعبر عن عدد الاشخاص الذين تحدثوا عن هذه الصفحة في محيط الفيسبوك ,بمعنى عدد المرات الذي ذكر فيها رابط الصفحة داخل منشورات وتعليقات مستخدمي الفيسبوك .

#### 4-1-3 اسم الصفحة :

ويظهر اسفل منه رابط تعديل معلومات الصفحة الاساسية ,الاسم يمكن تغييره اذا لم يتعدى عدد المعجبين (200 معجب ) واذا زاد العدد عن ذلك فلا يمكن تغيير اسم الصفحة .

#### 5-1-3 مربع الكتابة :

واضافة الصور والروابط ,عند اضافة المنشورات الجديدة في هذا المربع , سيظهر في الصفحة وسيظهر في صفحات المستخدمين المشتركين في الصفحة (المعجبين بها) ,كما يمكن للمعجبين كتابة المنشورات في الصفحة اذا لم يتم تعديل الاعدادات ومنع هذه الخاصية , مع ملاحظة ان المنشورات التي يكتبها المعجبون في الصفحة لا تظهر في صفحات المعجبين الاخرين , وانما تظهر في حائط الصفحة فقط .

### 3-1-6 حائط الصفحة :

الذي يتكون من المنشورات التي اضيفت للصفحة .

### 3-1-7 مربع يبين اسماء المديرين :

لهذه الصفحة , هذا المربع لا يظهر للزوار ولا للمعجبين , يظهر فقط للمدراء .

### 3-1-8 روابط الادارة :

وهي روابط خاصة بمدراء الصفحة ولا تظهر للزوار , يتم من خلالها التحكم في الصفحة ومعرفة احصائيتها التفصيلية , سنتكلم عن بعض هذه الروابط فيما بعد في هذا الموضوع .

### 3-2- وظائف الفيسبوك :

وللصفحات الفيسبوك دور رئيسي يمنن الاستفادة منها من ثلاث وظائف وهي :

2-2-1 انه وسيلة لزيادة مساحة انتشار المادة الاعلامية المنقولة اليه من الوسائل الاخرى وفي هذا السياق تعيد المؤسسات نشر موادها الاخبارية من مقروءة تقليدية الى الكترونية على صفحاتها في الفيسبوك بالاضافة الى يحصل القائم بالاتصال على رجوع الصدى من خلال التفاعل مع المنشور الذي تم نشره مما يساهم في التواصل بين القائم بالاتصال والمتلقي .1

2-2-2 هي ان عدد الجهات العامة والخاصة والشخصيات العامة لهم صفحات فيسبوك الامر الذي يوفر الجمهور او الجمهور المتلقي المعجب بهذه الصفحة فرصة الحصول على احدث المعلومات والاخبار وبهذا اصبحت المؤسسات والنوادي الرياضية عرض خدماتها واعلاناتها ونشر كل مايتعلق بالمؤسسة من اجل الوصول الى الجماهير العريضة نظرا لسهولة استخدامها وقلة تكاليفها .

### 3-3- استخدامات صفحات الفيسبوك :

وللصفحات الفيسبوك استخدامات عديدة من بينها نذكر :

3-3-1 الاستخدامات الادارية : اتجهة كثير من الدوائر الحكومية كالمؤسسات العمومية والخاصة الى الفيسبوك قصد الوصول الى اكبر قدر ممكن من الجماهير بهدف قياس توجهاتهم وتطوير خدماتهم : وقد تطور الامر تدريجيا لحد الوصول الى اعتباره مؤشرا مدى الالتزام المسيرين ورغبتهم في تطوير مؤسساتهم , وتتميز هذه الخدمة بقلة التكلفة والوصول المباشر الى الجمهور .

ويرى الكثير من الباحثين ان التجاذبات التي يشهدها الوطن العربي في السنوات الاخيرة بضرورة تسخير الفيسبوك من خلال انشاء صفحات وتطويرها كخدمة لمصالحهم على الاقل في الحفاظ والتقرب من المجتمع , قد لجأت معظم الدوائر الادارية الى تطوير ادائها اعتمادا على التواصل المباشر مع موظفيها .

هناك من تجاوزت هذه الامور الى خدمة افراد من خلال هذه الشبكة , لكن في المجمل يبدو ان الفيسبوك استطاع ان يفرض لغة المر الواقع على الجميع ولم يبق للمؤسسات الرسمية ولا الدوائر الحكومية المتعددة وسعا ان تتجاهل المساحة الهامة التي يشغلها في الواقع اليومي للمجتمع<sup>1</sup>.

3-3-2 الاستخدامات الاخبارية : اصبح الفيسبوك واحدا من المصادر الاخبار لكثير من المتابعين وهي اخبار غالبا ما تكون سريعة جدا دون تاثيرات تتميز بانها من المصدر الخبر كما هو دون تحليل , وهذا ما يبعث قليلا من التخوف من الخلفية المذهبية والعقائدية او السياسية التي قد يحرق بها الصحفيون في مقالاتهم وتعليقاتهم , ويوفر كثير غيرها من الاستخدامات الاخبارية الاعلامية في مجال الالعاب والترفيه والسياحة او الجوانب الاخرى المتعلقة بالاستخدامات الدينية او السياسية او الايديولوجية للاشهار والتسوق وغيرها . استنادا الى هذا المجال يبدو ان الصفحات الفيسبوك كغيرها من صفحات شبكات التواصل الاجتماعي اخذت منحى اخر جد مهم ومؤثر وقد تجلى ذلك بشكل واضح في احداث الانتفاضات التي شهدتها الدول العربية بالخصوص تونس مصر وليبيا , في نفل كل اخبار وتفاصيل هذه الاحداث والوقائع عبر الصفحات التواصلية الرسمية على موقع الفيسبوك .

### 3-3-3 الاستخدامات التعليمية :

ان الدور الذي تقوم به الصفحات التعليمية عبر الفيسبوك في نقل المعارف وتنمية التعليم الرقمي بالغ الاهمية, حيث يعمل على الحفاظ على القيم الاجتماعية فيه. واتاحة الفيسبوك للخبراء والمحللين وحتى الناقدين تشارك افكارهم في المواضيع التعليمية , بات هناك صفحات خاصة بالمواد التعليمية او المقررات الدراسية ويعتبر هذا في حد ذاته كاحدى الاضافات التي قدمها الفيسبوك في مجال المعرفة ,بالاضافة ما يميز هذه الصفحات انها توفر على الباحث عناء الاستخدام في البحث والتقصي

### 3-4-4- اهمية صفحات (نوادي كرة القدم ) على الفيسبوك :

3-4-4-1 يساعد الافراد الاتصال بنوادي كرة القدم بين دول العالم متباعدة الاطراف من خلال صفحات التواصل الاجتماعي

3-4-4-2 يمكن الاطلاع على مواعيد ومباريات النادي وكل الاخبار المتنوعة التي تخص النادي الرياضي .

3-4-4-3 تتيح للجماهير واللاعبين ومحبين النادي الاطلاع على معلومات حول النادي .

3-4-4-4 تبادل الاعضاء المعجبين بالصفحة المعلومات الخاصة والاخبار والاعلانات وكل ما هو جديد عن النادي ونشاطاته

<sup>1</sup> - سعد بن محارب المحارب .الاعلام الجديد في السعودية . جداول النشر والتوزيع . لبنان 2011.ص116.117 .

- 3-4-5 كل اعضاء الصفحة يعملون على تطوير الحاجة الى المعلومات وتسيير العملية من خلال الاطلاع على كل ماهو جديد فقط بالدخول الى الصفحة بعد الاعجاب بها .
- 3-4-6 فتح مساحات الحوار والنقاش وطرح الاستفسارات مما يخلق التفاعلية بين المستخدم والمعجب بالصفحة والقائم بالاتصال .

## خاتمة القسم الثاني : الاطار النظري

حاولة في هذا القسم توضيح ماهية الفيسبوك في الفضاء الرقمي مبرز نشاته وما يميزه عن باقي شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى , وعرجة على صفحات الفيسبوك وأهم إستخداماتها وأهميتها في الوسط الرياضي .

# القسم التطبيقي للدراسة مضامين الصفحة الرسمية التواصلية لنادي اتحاد خنشلة USMK

تمهيد :

اولا: تعريف بالصفحة الرسمية التواصلية لنادي اتحاد خنشلة

ثانيا : العمليات الاحصائية

1-4- عرض وتحليل نتائج الدراسة

اولا: فئة الشكل

- اللغة المستخدمة

- اشكال النشر

ثانيا: فئة المضمون

- المواضيع

- تفاعل الجمهور

- الاهداف

- الجمهور المستهدف

2-4- مناقشة نتائج واختبار الفرضيات

3-4- الاقتراحات والتوصيات .

**تمهيد :**

لقد استخدمت العديد من النوادي كرة القدم مواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها موقع الفيسبوك وذلك لعرض اخبارها واعلاناتها بأسلوب راقى ومتميز لتحقيق رغبات المتابعين والمستفيدين ومتطلباتهم فنادي اتحاد خنشلة انشا صفحة تواصلية عبر موقع الفيسبوك .

## اولا : تعريف الصفحة الرسمية التواصلية لنادي اتحاد مدينة خنشلة :

هي موقع رسمي على شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك وتحتوي على معلومات ومواضيع ونشاطات وخدمات الخاصة بنادي اتحاد خنشلة USMK انشأت بتاريخ 13 مارس 2021 بهدف التعريف بالنادي ونقل اخباره وكل مايتعلق بالنادي وجماهيره والرد على استفساراتهم وانشغلاتهم<sup>1</sup>.

## ثانيا: العمليات الاحصائية :

تم استخدام التكرار في العمليات الاحصائية في المعادلة التالية :

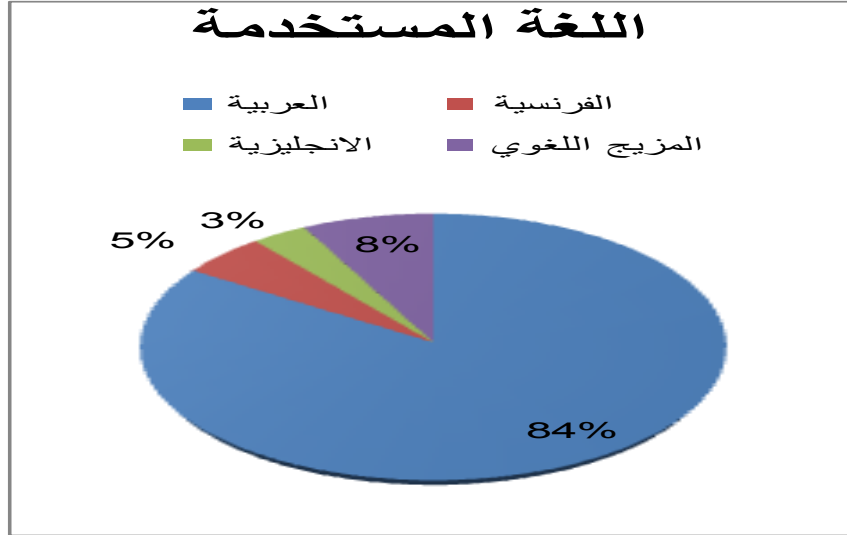
### 4-1- عرض وتحليل النتائج الدراسة

فئات الشكل :

جدول رقم(1) يوضح اللغة المستخدمة في عينة الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	اللغة
84.27%	134	العربية
5.30%	08	الفرنسية
3.20%	05	الانجليزية
7.50%	12	المزيج اللغوي
100%	159	المجموع

<sup>1</sup> مقابلة مع مسؤول الصفحة الرسمية التواصلية على موقع الفيسبوك لنادي اتحاد خنشلة , عبد المالك طالب عبر الفيسبوك بتاريخ



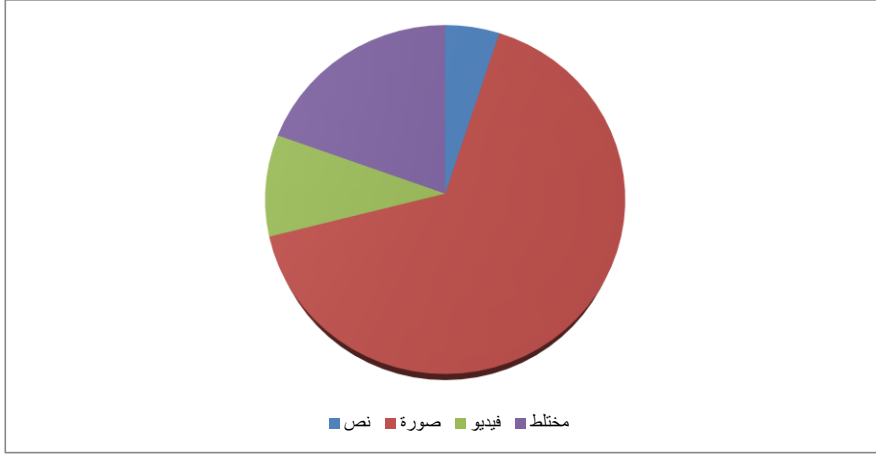
الشكل رقم ( 01 ): تمثيل بياني يوضح اللغة

يتبين من الجدول وتمثيل البياني رقم (01) ان اللغة السائدة في عرض منشورات الصفحة الرسمية التواصلية لنادي اتحاد خنشلة USMK

هي اللغة العربية والتي قدرت بنسبة 85.27% وتليها اللغة الفرنسية بنسبة 5.03% ثم اللغة الانجليزية بنسبة 3.20% مما يفسح مجال القول ان الصفحة الرسمية التواصلية لنادي اتحاد خنشلة تعتمد على اللغة العربية لغة رسمية في نشر مضامينها .

جدول (2) يوضح اشكال النشر

النسبة المئوية	التكرار	نوع المنشور
5.03%	8	نص
66.03%	105	صورة
9.43%	15	فيديو
19.51%	31	مختلط
%100	159	المجموع



### الشكل رقم ( 02 ): تمثيل بياني يوضح اشكال النشر

تشير الارقام المسجلة من خلال الجدول (2) ان المستخدم لعرض المنشور هي الصورة والتي قدرت ب 66.03% يليها تعدد الوسائط (مختلط) بنسبة 19.51% وحيث بلغة نسبة الفيديو ب 9.43% اما فيما يخص النص فقد احتل اخر نسبة ب 5.03% , مما يدل ان الصفحة الرسمية لنادي اتحاد خنشلة تعتمد في نشر منشوراتها على شكل صور لان الصورة معبرة عن الف كلمة وكذلك سهولة استخدامها وتوظيفها لاصال المعلومة وفي جلب انتباه المتابعين او المعجبين بالصفحة.

جدول رقم (3) يوضح مواضيع

الموضوع	التكرار	نسبة مئوية
مواضيع خاصة بنشاطات النادي (مباريات وتدريبات )	90	%56.60
مواعيد المباريات	15	%9.43
اخبار وتربصات النادي	06	%3.77
تقديم اللاعبين الجدد واخبار الميركاتو	08	%5.03
تصريحات اللاعبين والمدرب	02	%1.25
الاعلان عن تعيينات الحكام	07	%4.40
الاعلان عن التشكيلة الاساسية	08	%5.03
النتائج وترتيب الفرق	04	%2.51
اعلانات رسمية باسم ادارة النادي	10	%6.28
فرحة اللاعبين والانصار	03	%1.88
الاحوال الاجتماعية	04	%2.57
المناسبات	02	%1.25
المجموع	159	%100



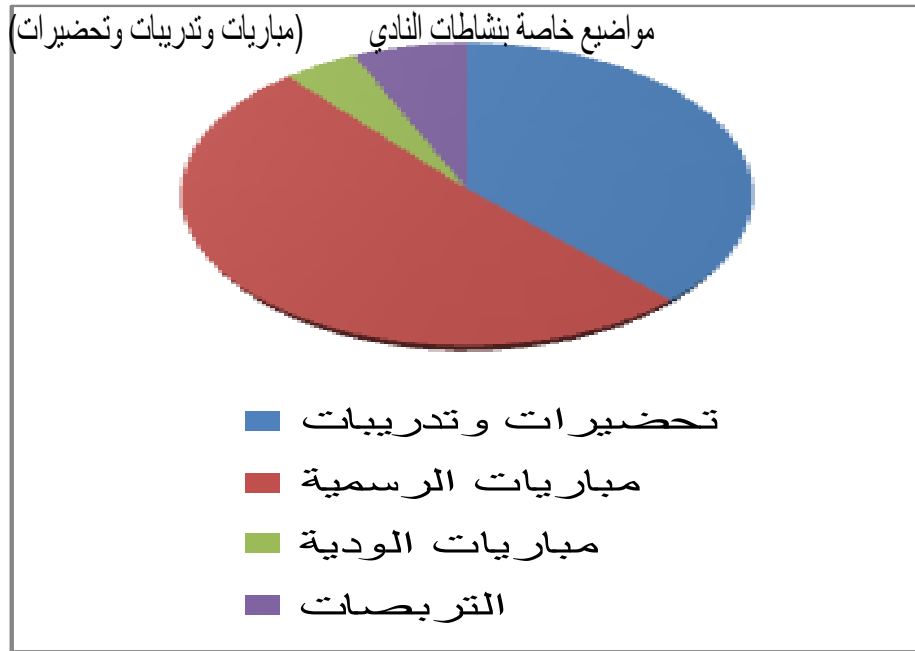
الشكل رقم ( 03 ): تمثيل بياني يوضح المواضيع

نلاحظ من الجدول والتمثيل البياني رقم (3) ان مواضيع الخاصة بنشاطات النادي (مباريات وتدريبات) اعلى نسبة وقدرت ب % 56.60 وتلها مواعيد المباريات بنسبة %9.43 ثم المواضيع الخاصة بالاعلانات الرسمية باسم ادارة النادي حيث بلغة %6.28 وتلها المواضيع الخاصة بتقديم اللاعبين الجدد واخبار الميركاتو والاعلان عن التشكيلة الاساسية بنسبة %5.03 , ثم الاعلانات عن تعيينات الحكام فبلغة نسبتها 4.40 ويلها موضوع اخبار وتربصات النادي بنسبة %3.14 ثم المواضيع الخاصة بالاحوال الاجتماعية بنسبة 2.57 وبنسبة متقاربة نجد نتائج وترتيب الفرق بنسبة 2.51 اما فرحة اللاعبين والانصار قدر ب 1.88 % , اما المواضيع الخاصة بالمناسبات وتصريحات اللاعبين فقدرت بنسبة %1.25 .

ومن خلال كل هذا نلاحظ ان الصفحة الرسمية لنادي اتحاد تركز كثيرا على مواضيع خاصة بنشاطات النادي ( مباريات وتدريبات )

الجدول رقم (04): يوضح مواضيع خاصة بنشاطات النادي (مباريات وتدريبات وتحضيرات الفريق):

النسبة المئوية	التكرار	مواضيع خاصة بنشاطات النادي (مباريات وتدريبات وتحضيرات)
%21.38	34	تدريبات وتحضيرات
%28.93	46	مباريات رسمية
%2.51	04	مباريات ودية
%3.77	06	التربصات
%56.60	90	المجموع

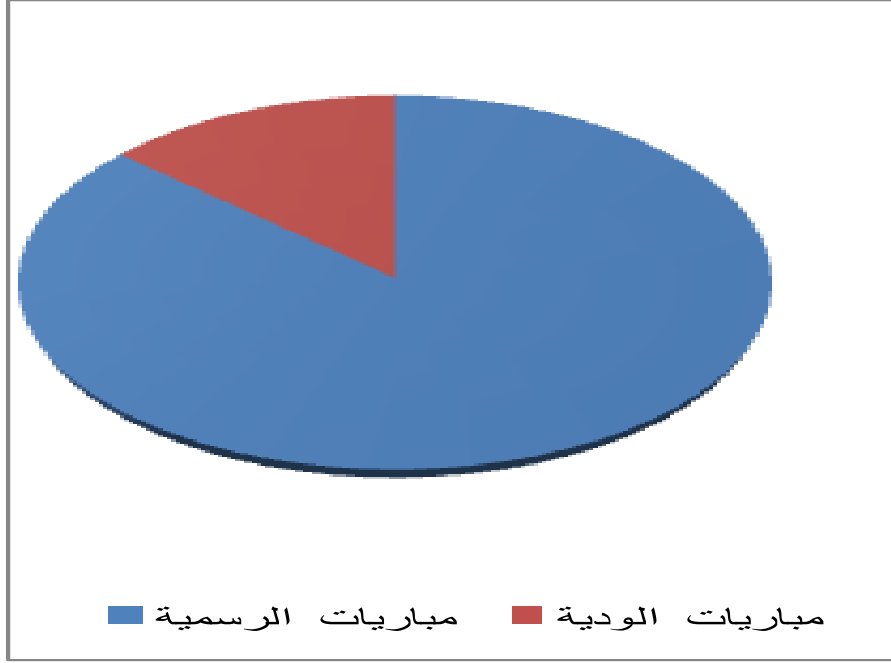


الشكل رقم ( 04 ): يوضح مواضيع خاصة بنشاطات النادي

يتبين من الجدول المواضيع الخاصة بنشاطات النادي ان اعلى نسبة التي تهتم بها الصفحة هي مباريات النادي الرسمية بنسبة 28.93% اما تدريبات وتحضيرات النادي فقدت بنسبة 21.38% اما المباريات الودية فكانت النسبة الضئيلة بنسبة 2.51% , اما فيما يخص التربصات فقدت نسبتها 3.77% ومن خلال هذا يتبين لنا ان الصفحة تهتم بالمباريات الرسمية للنادي وتدريبات وتحضيرات التي يقوم بها الفريق .

جدول رقم(05) : يوضح مواعيد المباريات

النسبة المئوية	التكرار	مواعيد المباريات
8.17%	13	مباريات الرسمية
1.25%	02	مباريات الودية
9.43%	15	المجموع

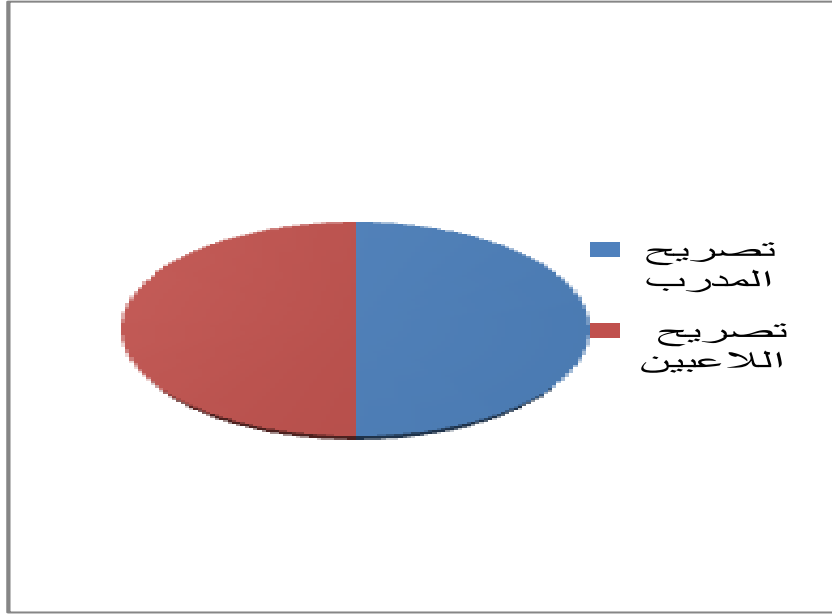


الشكل رقم ( 05 ): تمثيل بياني يوضح مواعيد المباريات

يبين الجدول والتمثيل البياني رقم (05) الموضح اعلاه ان نادي اتحاد خنشلة usmk يقوم بنشر مواعيد المباريات الخاصة بالنادي على صفحته الرسمية حيث اشتملت مواعيد المباريات الرسمية والودية فاعلي نسبة هي نشر مواعيد المباريات الرسمية بنسبة %8.17 وادنى نسبة هي المباريات الودية حيث قدرة بنسبة % 1.25

جدول رقم (06) يوضح تصريحات اللاعبين والمدرب

النسبة المئوية	التكرار	تصريحات اللاعبين
%0.62	01	تصريح المدرب
%0.62	01	تصريح اللاعبين
%1.25	02	المجموع

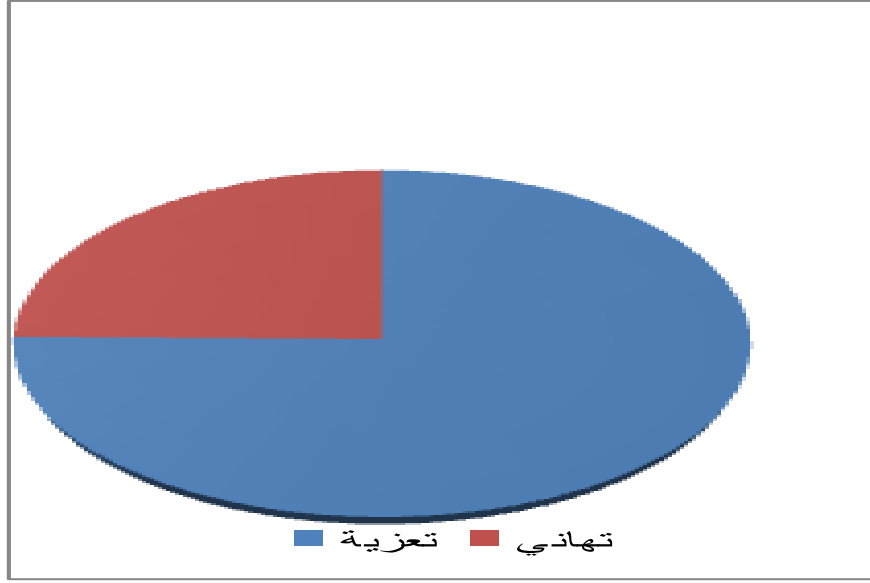


الشكل رقم ( 06 ): تمثيل بياني يوضح تصريحات اللاعبين والمدرب

يتبين من الجدول والتمثيل البياني رقم (06) ان تصريح المدرب واللاعبين متساوية بنسبة 0.62% لكلاهما .

جدول رقم (07) يوضح المواضيع الخاصة بالاحوال الاجتماعية

النسبة المئوية	التكرار	مواضيع خاصة بالاحوال الاجتماعية
%1.88	03	تعزية
%0.62	01	تهاني
%2.51	04	المجموع

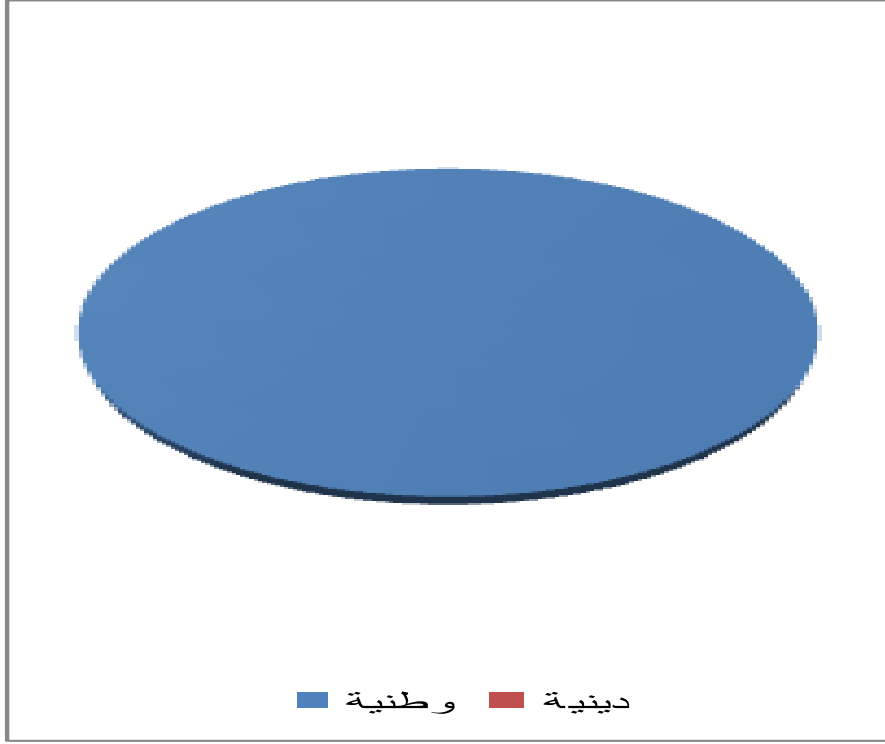


الشكل رقم ( 07 ): تمثيل بياني يوضح المواضيع الخاصة بالاحوال الاجتماعية

تسير الاحصائيات من الجدول وتمثيل البياني انه قد تم تخصيص مساحة من المواضيع الخاصة بالاحوال الاجتماعية في الصفحة التواصلية الرسمية لنادي اتحاد خنشلة فقد اخذت المواضيع الخاصة بالتعزية اعلى نسبة مقارنة بمواضيع الخاصة بالتهنئة و, فالتعزية بنسبة 1.88% اما موضوع التهنئة فقدر بنسبة 0.62%

جدول رقم (08) يوضح المواضيع الخاصة بالمناسبات

النسبة المئوية	التكرار	مواضيع خاصة بالمناسبات
%1.25	02	وطنية
%0.00	0	دينية
%1.25	02	المجموع



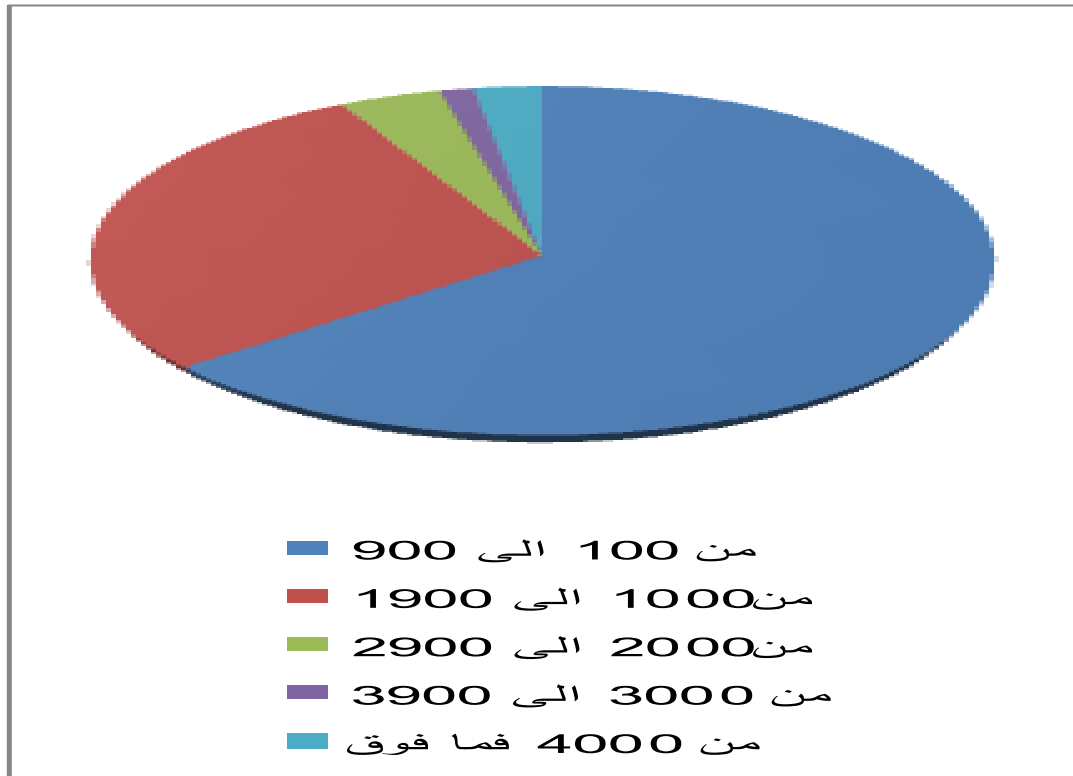
الشكل رقم ( 08 ): تمثيل بياني يوضح المواضيع الخاصة بالمناسبات

يبين الجدول والتمثيل البياني رقم (08) الموضوع اعلاه ان نادي اتحاد خنشلة قامت بنشر الاعلانات الخاصة بالمناسبات في صفحتها التواصلية حيث اشتملت هذه الصفحة على المناسبات الوطنية اكثر منها من المناسبات الدينية , فالاولى قدرت نسبتها ب % 1.25 اما الثانية لم تشمل اي اعلان ديني في المنشورات المعروضة في الصفحة .

فئة الاشكال : تفاعل الجمهور مع المنشور:

جدول رقم (09) يوضح عدد الاعجابات بالمنشور

النسبة المئوية	التكرار	عدد الاعجابات بالمنشور
%64.16	102	من 100 الى 900
%28.31	45	من 1000 الى 1900
%3.77	06	من 2000 الى 2900
%1.25	02	من 3000 الى 3900
%2.51	04	من 4000 فما فوق
%100	159	المجموع

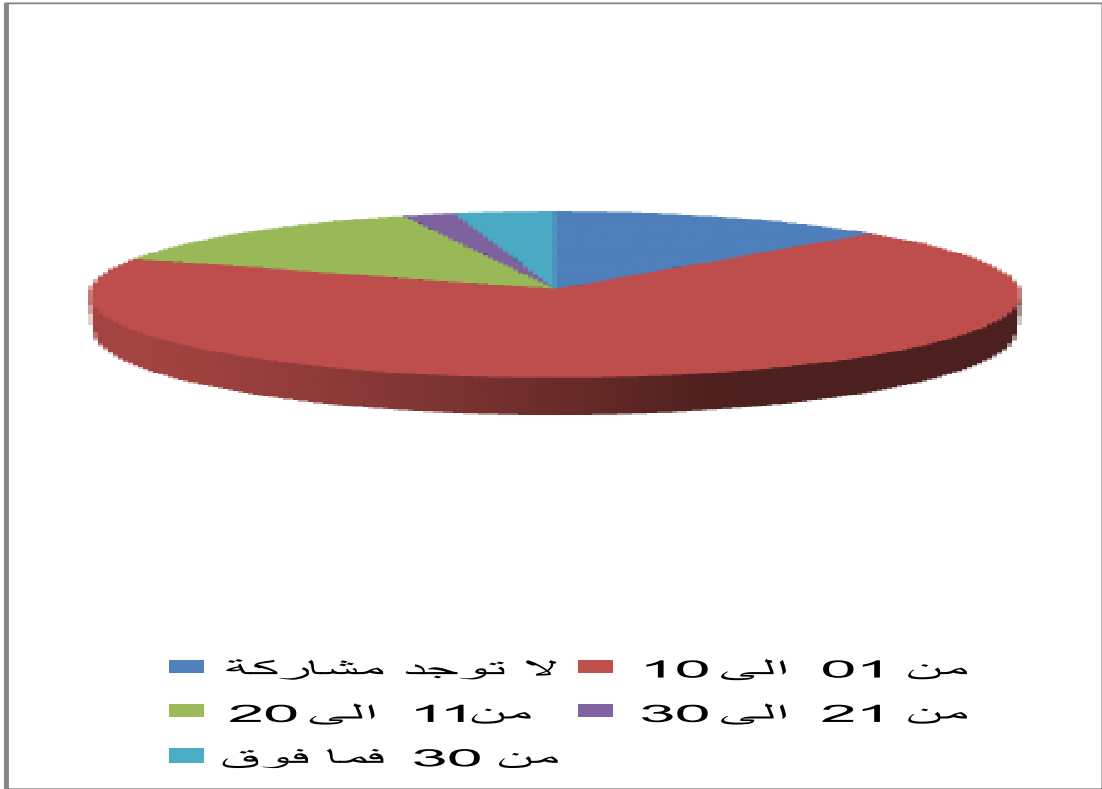


الشكل رقم ( 09 ): تمثيل بياني يوضح تفاعل الجمهور مع المنشورات

نرى في الجدول والتمثيل البياني رقم (09) الموضح اعلاه ان عدد الاعجابات بالمنشور التي تنشرها الصفحة الرسمية التواصلية لنادي اتحاد خنشلة usmk كانت تتراوح بين 100 الى 900 اعجاب بنسبة قدرت حوالي 64.16% وهي اعلى نسبة تليها الاعجابات التي تتراوح بين 1000 الى 1900 اعجاب بنسبة 28.31% ثم من 2000 الى 2900 قدرت نسبتها ب 3.77 اما بالنسبة من 4000 فما فوق فبلغت نسبتها 2.51% , واقل نسبة هي من 3000 الى 3900 بنسبة 1.25 % ومن خلال هذا نلاحظ ان الصفحة لها تفاعل من متوسط الى فوق المتوسط.

جدول رقم (10) يوضح عدد المشاركة للمنشور

النسبة المئوية	التكرار	عدد المشاركات على المنشور
12.58%	20	لا توجد مشاركة
68.55%	109	من 01 الى 10
13.22%	21	من 11 الى 20
1.88%	03	من 21 الى 30
3.77%	06	من 30 فما فوق
100%	159	المجموع



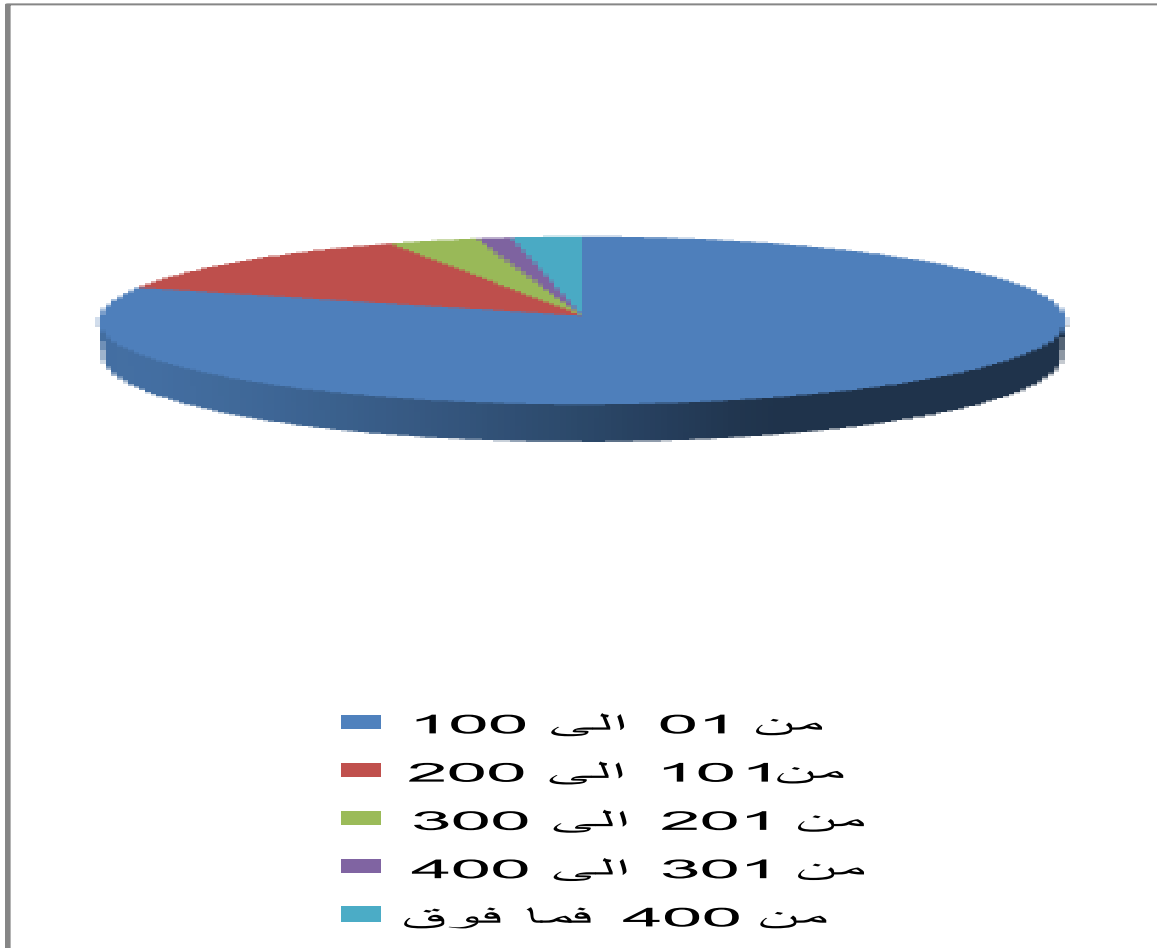
الشكل رقم ( 10 ): تمثيل بياني يوضح عدد المشاركة للمنشور

يتبين من الجدول والتمثيل البياني رقم (10) ان عدد المشاركة على المنشور في الصفحة الرسمية لنادي اتحاد خنشلة كانت تتراوح ما بين 01 الى 10 بنسبة 68.55% وتليها من 11 الى 20 بنسبة 13.22% بعد ذلك توجد

مشاركة حيث بلغت نسبتها 12.58%, و30 فما فوق بنسبة 3.77%, اما عدد المشاركة ما بين 21 الى 30 قدرت نسبتها 1.88% مما يعني ان عدد المشاركة على المنشورات كانت بدرجة ضعيفة .

جدول رقم (11) يوضح عدد التعليقات على المنشور

عدد التعليقات على المنشور	التكرار	النسبة المئوية
من 01 الى 100	128	80.50%
من 101 الى 200	20	12.57%
من 201 الى 300	05	3.14%
من 301 الى 400	02	1.25%
من 400 فما فوق	04	2.51%
المجموع	159	100%



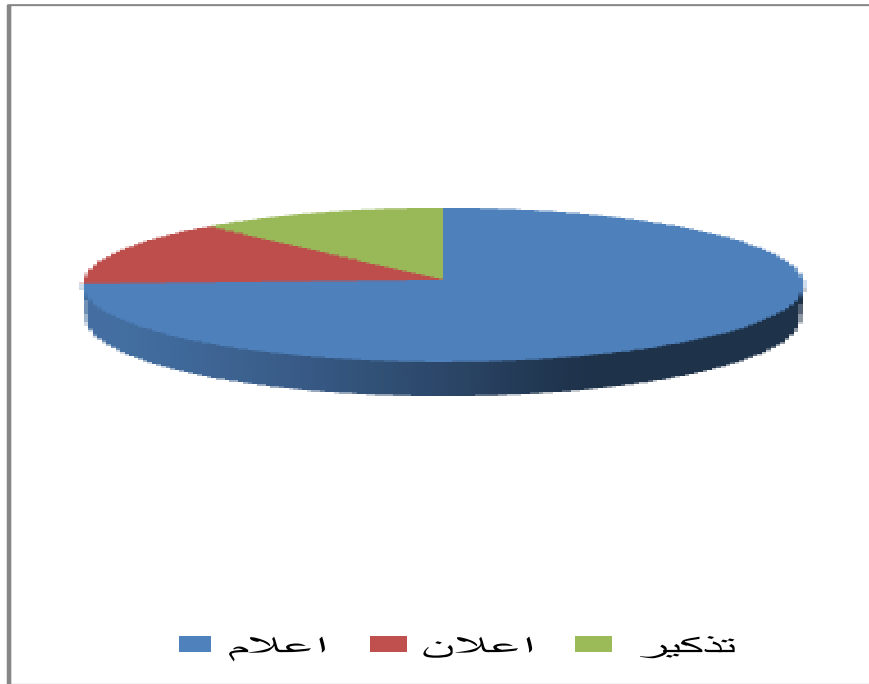
الشكل رقم ( 11 ): تمثيل يوضح عدد التعليقات على المنشور

يتبين من الجدول والتمثيل رقم (11) ان عدد التعليقات على المنشور في الصفحة الرسمية التواصلية لنادي اتحاد خنشلة كانت تتراوح من 01 الى 100 بنسبة 80.50% وهي اعلى نسبة وتليها من 101 الى 200 بنسبة 12.57% , ثم من 201 الى 300 بلغت نسبتها 3.14 وتليها من 400 فما فوق بنسبة 2.51 , وفي الاخير نجد من 301 الى 400 بنسبة 1.25 وهي النسبة الضئيلة .

ومن خلال هذا نستنتج ان التعليق على المنشورات كان بشكل جيد اي ان التفاعل مع المنشورات كان جد مقبول .

#### جدول رقم (12) يوضح الاهداف

الاهداف	التكرار	النسبة المئوية
اعلام	118	74.21%
اعلان	22	13.83%
تذكير	19	11.94%
المجموع	159	100%



#### الشكل رقم ( 12 ): تمثيل بياني يوضح الاهداف

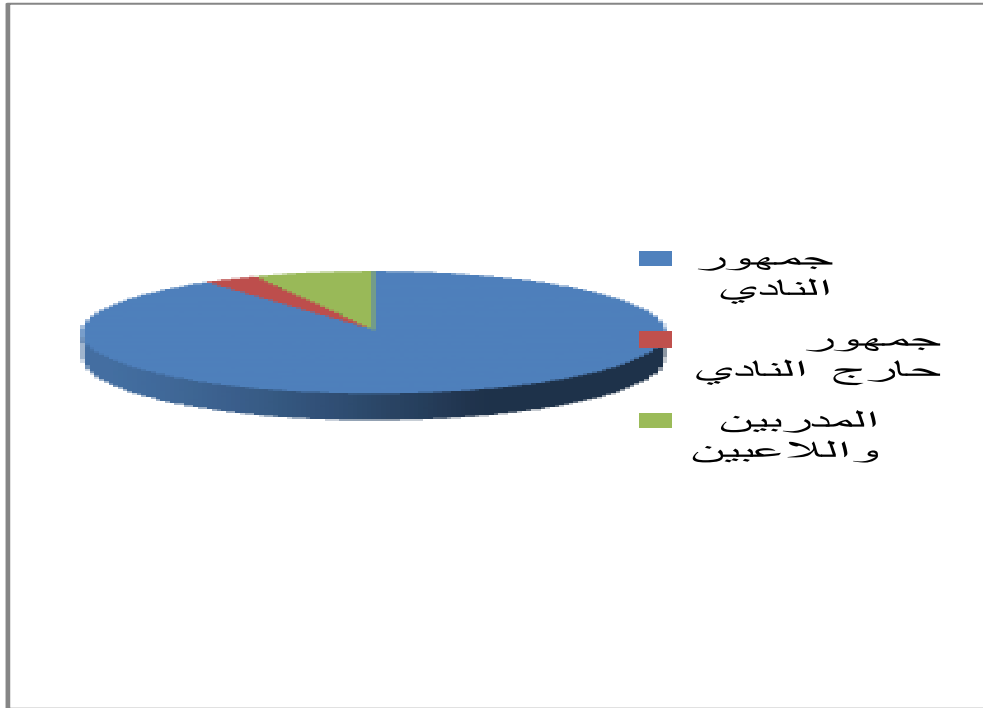
نرى من خلال الجدول والتمثيل البياني الموضح اعلاه ان الاهداف التي تسعى الصفحة الرسمية لنادي اتحاد خنشلة الى تحقيقها اهداف اعلامية بلغت نسبتها 74.21% وتليها في المرتبة الثانية اعلان usmk بنسبة

13.83%

اما فيما يخص التذكير فقد احتل المرتبة الثالثة وذلك بنسبة قدرة ب% 11.94 , مما يعني ان الصفحة الرسمية التواصلية لنادي اتحاد خنشلة اعلامية بالدرجة الاولى .

جدول رقم (13) يوضح الجمهور المستهدف

الجمهور المستهدف	التكرار	النسبة المئوية
جمهور النادي	143	%89.95
جمهور خارج النادي	05	%3.14
المدربين واللاعبين	11	%6.91
المجموع	159	%100



الشكل رقم ( 13 ): تمثيل بياني يوضح الجمهور المستهدف

يتبين من الجدول والتمثيل البياني رقم (13) ان الجمهور المستهدف من المنشورات كان موجه لجمهور النادي اتحاد خنشلة وذلك بنسبة % 89.95 ويلها المدرب واللاعبين بنسبة %6.91 , اما جمهور خارج النادي قدر بنسبة % 3.14 وهذا راجع الى ان القائمين على الصفحة يهتمون بجمهور النادي بالدرجة الاولى .

### 2-3- مناقشة النتائج واختبار الفرضيات (الاستنتاجات العامة) :

من خلال عرض النتائج السابقة وتحليلها يتضح مايلي :

- 1- لغات النشر في مضامين الصفحة الرسمية لنادي اتحاد خنشلة كانت حسب طبيعة الموضوع والهدف المنشود الا انها جل مضامينها نشرت باللغة العربية .
- 2- اختلفت اساليب النشر في الصفحة الرسمية لنادي اتحاد خنشلة من حيث الوسائط المتعددة , لكن اعتمدت بشكل كبير على الوسيط الصورة في عرض مضاميتها .
- 3- المضامين منشورات الصفحة الرسمية لنادي اتحاد خنشلة تتعلق وتهتم اكثر شي على نشاطات النادي مثل المباريات والتحضيرات الخاصة بالنادي , وبمواعيد المباريات واخبار وتربصات النادي لان الصفحة والمشرفون عليها يستغلونها في نشر منشورات كل مايتعلق بالنادي .
- 4- تتراوح نسبة تفاعل الجمهور مع مضامين الصفحة الرسمية التواصلية لنادي اتحاد خنشلة بين متوسطة الى جيدة
- 5- يعدد القائم بالاتصال في الصفحة الرسمية لنادي اتحاد خنشلة نشيط من حيث النشر والرد على التساؤلات حول مضامين المنشورات في الصفحة وتقريب المسافات بين الجمهور والنادي .
- 6- تباينت اهداف منشورات الصفحة الرسمية التواصلية لنادي اتحاد خنشلة , الا انها تعتمد بالدرجة الاولى على الهدف الاعلامي في نشر مضامينها على صفحاتها في الفيسبوك .
- 7- تتوجه جل مضامين الصفحة الرسمية التواصلية لنادي اتحاد خنشلة بالدرجة الاولى الى جمهور النادي الا ان هناك جماهير اخرى خارج النادي تهتم بالصفحة مثل الجمهور الخارجي على النادي اي جماهير النوادي الاخرى , وكذلك اللاعبين والمدرب والطاقم الفني .
- 8- لاحضنا من خلال الدراسة التحليلية التي قمنا بها على الصفحة الرسمية لنادي اتحاد خنشلة ان نسبة المشاركة للمنشورات والتعليق عليها كانت متوسطة الى فوق المتوسط وذلك حسب طبيعة الموضوع واهتمام الجمهور به .

### 3-3- الاقتراحات والتوصيات :

- وفي النهاية هناك مجموعة من التوصيات خرجت بها الدراسة للارتقاء بمستوى الصفحة الرسمية لنادي اتحاد خنشلة على موقع الفيسبوك والترويج الجيد لصورة النادي. usmk.
- 1-وضع اخبار النادي باستمرار ليكون المهتم على اطلاع دائم باخبار النادي ونشطاته .
  - 2- وضع معلومات عامة للصفحة بشكل متكامل لتجنب الاسئلة عن المعلومات العامة وذلك بوضع كل المعلومات الخاصة بالصفحة , ونبذة بسيطة على الصفحة واهدافها .
  - 3-ارشاد وتذكير المتابعين وتوجيههم باستخدام الصفحة الرسمية للنادي على موقع الفيسبوك
  - 4- الرد على تساؤلات واستفسارات المتابعين او المعجبين بالصفحة بشكل منتظم وتقديم خدمة مرجعية للمتابعين بجميع اشكالها .
  - 5- محاولة القيام بدارسات حول مضامين صفحات النوادي الاخرى على الفيسبوك .

خاتمة

## خاتمة:

من خلال معالجتنا لهذا الموضوع الخاص بمضامين صفحات نوادي كرة القدم على الفيسبوك دراسة تحليلية للصفحة الرسمية لنادي اتحاد خنشلة , يمكننا القول انه نظرا للعديد من الظروف والمعطيات التي تزامنت لتشكيل فضاء افتراضي جديد في حيات المجتمعات والتي مست جميع النواحي وخاصة الجانب الرياضي . اصبحت نوادي كرة القدم تهتم بانشاء صفحات على موقع الفيسبوك للتواصل بينها وبين جماهير النادي ومتابعيه .

ولقد حاولت في دراسة هذه الاشارة بشكل او باخر الى العوامل المهمة في تحديد دور صفحات النوادي في نشر اخبار النادي الرياضي لاتحاد خنشلة ولقد تحرينا المنهجية العلمية الدقيقة في ضبط التسلسل للبحث بمختلف فصوله النظرية والتطبيقية وقد ادت النتائج الى الاجابة على اشكالية البحث . تم عرض اغلب المنشورات في الصفحة الرسمية التواصلية لنادي اتحاد خنشلة بطريقة متشابهة من حيث اللغة المستخدمة .

كما تم الاعتماد على الوسائط المتعددة المختلفة في ايصال بعض معلومات المنشورات . تعدت مضامين الصفحة الرسمية لنادي اتحاد خنشلة و حيث شملت كل الاخبار النادي وكل ما يخص جماهيرها ولاعبها وكذلك الاداريين .

التنوع والاختلاف في الجمهور المستهدف حيث ان الصفحة الرسمية التواصلية لنادي اتحاد خنشلة تنشر مضامينها لجميع الفئات . USMK

مما يمكن القول ان الصفحة الرسمية التواصلية لنادي اتحاد خنشلة دور مساعد في نشر اخبار نادي اتحاد مدينة خنشلة , وهذا الدور لا يرتقي الى القوة المطلوبة التي ينبغي ان يكون عليها من خلال زيادة النشر المكثف لكل ما يتعلق بهذا النادي مع التركيز على هذا الهدف دون تشتيت محاولة تحقيقه بالعمل على تحقيق اهداف اخرى .

قائمة المصادر

والمراجع

## قائمة المراجع:

اولا : القواميس:

1-المنجد في اللغة العربية المعاصرة ,دارالمشرق بيروت 2001.

ثانيا: المراجع

الحضيف عاصم الفيسبوك دراسة توثيقية عن الدور الاعلامي للموقع الاجتماعي. 2010 Facbook

2- ابراهيم العسل, الاسس النظرية والاساليب التطبيقية في علم الاجتماع ,المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع بيروت 1997.

3- احمد عظيمي, محاضرات مناهج وابحاث الاتصال لسنة الثالثة 2010.

4- احمد عياد, مدخل الى منهجية البحث الاجتماعي ديوان المطبوعات الجزائر 2008

5- ريتشارد , دونيهيو لويس ثورب, تحليل مضمون الاعلام,ط1,ترجمة محمد الجوهر, اربد قديسة للنشر وبيروت 1992 .

6- حسين سمير, بحوث الاعلام اسس والمبادئ,ط1 ,ترجمة عالم الكتب القاهرة

7- ربيعي محمد عليان, عثمان محمد غيث مناهج واساليب البحث العلمي بين النظرية والتطبيق ,ط1 دار الصفاء للنشر والتوزيع .عمان 2000 .

8- رشيد زواني, البحث العلمي في العلوم الاجتماعية اسس علمية وتدرجيات, دار الكتاب الحديث الجزائر

9- سعد بن محارب المحارب, الاعلام الجديد في السعودية, جداول النشر والتوزيع, لبنان 2011.

10- فتحي حسين عامر, وسائط الاتصال الحديثة من الجريدة الى الفيسبوك , العربي للنشر والتوزيع القاهرة 2011.

11- محمد بن عمر المدخلي , مناهج تحليل محتوى وتطبيقاته على مناهج البحث جامعة ملك عبد العزيز جدة .

12- موريس انجرس , منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية و ترجمة بوزيد صحراوي .كمال بوشرف وسعيد سبعون ,دار القصبية للنشر الجزائر 2006.

13- يوسف تمار, تحليل محتوى للباحثين والطلبة طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع الجزائر 2007 .

ثالثا : رسائل واطروحات

14- احمد محمد رفاعي, العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم

بعض القيم السياسية , شهادة لنيل شهادة الدكتوراه بجامعة عين الشمس معهد الدراسات العليا

- 15-صاحبي صبيحة اتجاهات الشباب الجزائري نحو مصادر الاخبار بين الاعلام التقليدي والاعلام الجديد مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر قسم العلوم الانسانية تخصص اتصال وعلاقات عامة جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي 2017 / 2018
- 16- اسامة محمد عبد الرحمان حسانيين, دور الفيسبوك في امداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول القضايا الفساد المصري , رسالة دكتوراة جامعة عين الشمس معهد الدراسات العليا للطفولة 2014.
- 17- خرخاشي كوثر نوار, شبكات التواصل الاجتماعي والقيم الدينية لدى الطالب الجامعي شهادة لنيل الماستر علم الاجتماع تربية, جامعة محمد خيضر بسكرة 2012 .
- 18- دحدوح علاء, تصور مقترح لتوظيف الشبكة الاجتماعية في الجامعات الفلسطينية , Facebook شهادة لنيل الماجستير في مناهج وطرق التدريس ,جامعة الاسلامية غزة 2012 .
- 19- غادة عطية واكد, استخدام طلاب الجامعة للكاريكاتير على مواقع الفيسبوك وعلاقته بالوعي السياسي لديهم , رسالة لنيل شهادة الدكتوراة جامعة عين الشمس ,معهد الدراسات العليا للطفولة 2013 .
- 20- مريم نريمان , استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على العلاقات الاجتماعية دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك, شهادة لنيل الماجستير في علوم الاعلام والاتصال, جامعة الحاج لخضر باتنة, 2012.
- 21- تحسين منصور رشيد منصور , دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق احتياجات الشباب الاردني دراسة مقارنة في النوع الاجتماعي , ورقة مقدمة للمنتدى السنوي للجمعية السعودية للاعلام الجديد التحديات النظرية والتطبيقية جامعة الملك سعود الرياض 2012 .
- رابعا : مجلات ومؤتمرات
- 22- راضي زاهر, استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي, مجلة التربية العدد15, جامعة عمان الاهلية
- 23- نورة سعود الهزاني, فاعلية الشبكات الاجتماعية الالكترونية في تطوير عملية التعليم والتعلم لدى طالبات كلية التربية في جامعة الملك سعود, المجلة الدولية للابحاث التربوية, العدد33 جامعة الامارات العربية المتحدة 2013 .
- 24- نها بنت الهادي, تحليل محتوى صفحات المكتبات الاكاديمية الخليجية على شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك, المؤتمر 19 لجمعية المكتبات المتخصصة فرع الخليج العربي, ابو ظبي الامارات 2013 .
- خامسا : مقابلات

25- مقابلة مع مسؤول الصفحة الرسمية على موقع الفيسبوك لنادي اتحاد خنشلة, عبد المالك طالب نورمان مريم نريمان استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية مذكرة مكملة لنيل الماجستير تخصص الاعلام والتكنولوجيا الاتصال الحديثة جامعة الحاج لخضر باتنة 2011-2012 صاحبي صبيحة اتجاهات الشباب الجزائري نحو مصادر الاخبار بين الاعلام التقليدي والاعلام الجديد مذكرة لنيل شهادة الماستر قسم العلوم الانسانية تخصص اتصالات وعلاقات عامة جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي 2017.2018

عبر الفيسبوك بتاريخ 2024/03/10 .

سادسا : مراجع اجنبية

26- cornoy feyll.and.cuerrero.facebook is festering political engagement.for Presentation at the american political science association meeting into onto.canada.2009

27- david kirkpatrick. the facebook effect. The inside story of the accompany that is connecting the world london schuster hardcover edition june 2010.first simon

28- jude corrigan . trust uses facebook website to link up staff an patients. Nursing standard.vol.22.no.10.nov.14.2007.

29- marcel danes .dictionary of media and communications.m.e sharpe.new york 2009.

30- sergey prokhorov: SOCIAL MEDIA AND DEMOCRACY: FACEBOOK ASA Tool for the establishment of democracy in egypt. Master thesis.maimo university. And spring semester 2012.

سابعا : مواقع الكترونية

31- [http://ju5emamc.blogspot.com/2012/10/blog-post\\_3222.html](http://ju5emamc.blogspot.com/2012/10/blog-post_3222.html)

32- <http://m.facebook.com/USM.Khenchela> الصفحة الرسمية لنادي اتحاد خنشلة usmk

33- <http://www.facebook.com/help/343548832389235>

34- <https://arabic.cnn.com/scriotch/2014/02/14.facebook>

35 <https://www.tech-wd-com/wd/2012/2019/internet-2011>

36 <https://www.yom7.com/story./2014/2/4/14892335/.19:57>

-37 <https://tech-echo.com/2016/04/facebook-q1-2016-earnings-201636>

38- <https://www.joura.ldunet.com/ebusiness/le-net/11.25.265>

-<https://www.alahrironline.com/ara/articles/25513739>

40-<https://dz4.book.blogs.post.com/2013/06/facebook.enalgerie.html>

41<https://www.vitamedz.com>

- 42 <https://www.huffpostmagheb.com/2014/06/30/facebook-twitter-galgerie>
- 43 <https://www.android-dz.com/ar/facebook-dz-2017/>
- 44 [www.reporters.dz/2019/02/24/facebook-twitter-youtube-sur-le-web](http://www.reporters.dz/2019/02/24/facebook-twitter-youtube-sur-le-web)
45. <http://www.dw.com/ar/>

الملاحق



جامعة عباس لغرور خنشلة  
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية



قسم العلوم الانسانية  
تخصص سمعي بصري

استمارة تحليل مضمون

بعنوان

**دور صفحة USMK للترويج لصورة نادي اتحاد خنشلة**  
**دراسة تحليلية للصفحة الرسمية لنادي اتحاد خنشلة**

لإعداد مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر

تمتقديم هذه الاستمارة في اطار انجاز مذكرة ماستر تخصص سمعي بصري بقسم العلوم الإنسانية حول  
مضامين صفحة اتحاد خنشلة دراسة تحليلية لصفحة التواصلية لنادي اتحاد خنشلة usmk

اشراف الاستاذ :

-د.طارق طراد

من اعداد الطالب :

-محمد اسماعيل مسعي

السنة الجامعية: 2024/2023

البيانات الاولية:

تاريخ نشر المنشور  اول عبارة في المنشور   
اليوم  الشهر  السنة

فئات الشكل (كيف قيل?):

فئة اللغة العربية  الفرنسية  الانجليزية  مزيج اللغوي   
فئة نوع المنشور: صورة  فيديو  مختلط  نص

فئات المضمون (ما ذاقيل?):

فئة الموضوع أ-يوضح مواضيع  
مواضيع خاصة بنشاطات النادي  مواعيد المباريات  تصريحات اللاعبين والمدرب   
المواضيع الخاصة بالأحوال الاجتماعية  المواضيع الخاصة بالمناسبات   
مواضيع خاصة بنشاطات النادي  
مباريات ودية  مباريات رسمية  تدريبات وتحضيرات   
التريصات  
مواعيد المباريات  
مباريات الرسمية  مباريات الودية   
تصريحات اللاعبين والمدرب  
تصريح اللاعبين  تصريح المدرب   
المواضيع الخاصة بالأحوال الاجتماعية  
تعزية  تهاني   
المواضيع الخاصة بالمناسبات  
وطنية  دينية   
فئة اشكال التفاعل مع المنشور  
عدد الاعجابات بالمنشور  
من 100 الى 900  من 1000 الى 1900  2000 الى 2900

## الملاحق

<input type="checkbox"/>	من 3000 الى 3900	<input type="checkbox"/>	من 4000 فما فوق	<input type="checkbox"/>
عدد المشاركة على المنشور				
<input type="checkbox"/>	من 01 الى 10	<input type="checkbox"/>	من 11 الى 20 لا يوجد مشاركة	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	من 21 الى 30	<input type="checkbox"/>	من 30 فما فوق	<input type="checkbox"/>
_التعليقات على المنشور				
<input type="checkbox"/>	من 01 الى 100	<input type="checkbox"/>	من 101 الى 200	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	من 201 الى 300	<input type="checkbox"/>	من 301 الى 400	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	من 400 فما فوق	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
-فئة الاهداف:				
<input type="checkbox"/>	اعلام	<input type="checkbox"/>	اعلان	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	تذكير	<input type="checkbox"/>
-فئة الجمهور المستهدف:				
<input type="checkbox"/>	جمهور النادي	<input type="checkbox"/>	جمهور خارج النادي	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	المدرين واللاعبين	<input type="checkbox"/>