



المجلة العلمية لجامعة الإمام المهدي

E-ISSN: 1858-6449

Impact Factor: 2.635

العدد (١٨)



بسم الله الرحمن الرحيم

ورقة علمية

دور فيديو هات الفيس بوك في توجيه سلوك الرأي العام

" الإنصرافي نموذجاً "

إعداد

د. هالة عبدالله أحمد محمد

halaabdalrhman529@gmail.com



المستخلص

يهدف هذا البحث للتعرف على التغيير الذي يمكن أن تحدثه الفيديوهات التي تبث عبر الفيسبوك في تغيير اتجاهات الرأي العام. إضافة لتوضيح المصادر التي تتلقى منها القنوات والصحف ووكالات الأنباء المحلية والعالمية الأخبار في نقلها للأحداث الدائرة في السودان.

تم استخدام المنهج الوصفي والتحليلي إضافة لأداتي الإستبانة والملاحظة كمصادر لجمع المعلومات .

خرج البحث بعدة نتائج أهمها:

1. أوضحت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت مصدر ثقة لدى غالبية أفراد العينة أكثر من الوسائل الإعلامية الأخرى.
2. كشفت الدراسة أن لفيديوهات الانصرافي التي تبث عبر الفيسبوك تأثيرا واضحا في تغيير قرارات على مستوى الدولة لصالح المواطن.
3. أثبتت الدراسة أن فيديوهات الانصرافي كان لها دورا واضحا في رفع الروح المعنوية للمواطنين والقوات المسلحة كما أنها اتسمت بالتغطية الاخبارية الجيدة والصادقة واحباط الروح المعنوية للعدو.

الكلمات المفتاحية:

فيديوهات - مواقع التواصل - الفيسبوك - توجيه - السلوك - الرأي العام - الانصرافي



Abstract

This study aims to identify the change that videos broadcast on Facebook can bring about in shifting public opinion. It also aims to clarify the sources from which local and international channels, newspapers, and news agencies receive news when covering events in Sudan.

A descriptive and analytical approach was used, along with questionnaires and observation as sources of information.

The study yielded several important findings, the most important of which are:

1. The study demonstrated that social media sites have become a source of trust for the majority of the sample, more than other media outlets.
2. The study revealed that Al-Ensirafi videos broadcast on Facebook had a clear impact in changing decisions at the state level in favor of citizens.
3. The study demonstrated that Al-Ensirafi videos played a clear role in boosting the morale of citizens and the armed forces. They also featured good and honest news coverage and demoralized the enemy.

Keywords:

Videos ,social networking sites, Facebook ,directing , Behavior , public opinion , Dismissal



مقدمه

الإعلام يمثل مادة أساسية لتطور الحياة وتنمية المجتمعات بالإتجاه الذي يؤدي إلى زيادة المعرفة والتوسع فيها وحل العديد من الاشكاليات التي ظلت تؤرق البشرية ، وللإعلام دور فعال في صناعة وتوجيه الرأي العام وإشراك المواطن بأمر السياسة والشأن العام.

وقد أدت الثورة الرقمية التي شهدتها العالم على ظهور أنماط جديدة من الإتصال والتفاعل الاجتماعي ، وبعد موقع فيسبوك واحدا من أبرز منصات التواصل الاجتماعي التي ساهمت في احداث هذا التحول

مشكلة البحث:-

تتمثل مشكلة البحث في الاجابة على السؤال الرئيس: ما دور فيديوهات الفيس بوك في توجيه سلوك الرأي العام ؟

اهمية البحث:-

تكمن أهمية هذا البحث في أنه يسلط الضوء على دور الفيديوها الرقمية التي تبث عبر الفيسبوك في تغيير اتجاهات وسلوك الرأي العام بالإضافة إلى أنه يتناول ظاهرة معاصرة ترتبط بحياة شريحة واسعة في المجتمع في وقت أصبحت في مواقع التواصل الاجتماعي مصدرا مهما لتلقي المعلومات والأخبار لدى الجمهور

اهداف البحث:-

- 1- الكشف عن التغيير الذي يمكن أن تحدثه الفيديوهات التي تبث عبر الفيسبوك في تغيير اتجاهات الرأي العام.
- 2- توضيح أهمية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر ثقة لتلقي الأخبار.
- 3- التعرف على تأثير الفيديوهات التي تم نشرها إبان ثورة ديسمبر في تغيير سلوك الرأي العام
- 4- الكشف عن تأثير فيديوهات الفيسبوك (الانصرافي) في مصداقية الجهات الرسمية لدى الجمهور.
- 5- توضيح المصادر التي تتلقى منها القنوات والصحف ووكالات الأنباء المحلية والعالمية الاخبار في نقل الأحداث الدائرة في السودان

التساؤلات :-

- 1- إلى أي مدى يمكن لفيديوهات الفيسبوك أن تحدث تغيير في اتجاه الرأي العام (الانصرافي نموذجاً)
- 2- هل تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي مصدر ثقة لتلقي الأخبار لدى الجمهور أكثر من الوسائل الاعلامية الأخرى.
- 3- هل كانت الفيديوهات التي تم بثها إبان ثورة ديسمبر سببا في تغيير سلوك الرأي العام
- 4- إلى أي مدى يمكن أن تؤثر فيديوهات الفيس بوك (الانصرافي) على مصداقية الجهات الإعلامية الرسمية لدى الجمهور.
- 5- إلى أي مدى تعتمد القنوات والصحف والوكالات الاخبارية المحلية والعالمية في نقل الأحداث الدائرة في السودان



المجلة العلمية لجامعة الإمام المهدي

E-ISSN: 1858-6449

Impact Factor: 2.635

العدد (١٨)



على فيديو هات المؤثرين علي الفيسبوك



المنهج:

المنهج الوصفي التحليلي

هو احد المناهج العلمية المستخدمة في البحث ويعنى بوصف الظواهر او المشكلات وصفا دقيقا ، ثم تحليلها وتفسيرها للوصول الى استنتاجات علمية (١)

ادوات جمع المعلومات:-

الاستبانة والملاحظة

الاستبانة : هي اداة من ادوات جمع البيانات تتكون من مجموعه من الأسئلة المكتوبة توجه الى افراد عينة البحث للحصول على معلومات تتعلق بموضوع الدراسة (٢)

الملاحظة : هي عملية مشاهدة سلوك او ظاهرة معينة بطريقة منظمة ومقصوده ، بهدف جمع بيانات دقيقة عنها دون التدخل في مجرياتها (٣)

الاطار المكاني : جمهورية السودان

الاطار الزمني : الفترة من ابريل ٢٠٢٤ - ديسمبر ٢٠٢٤

مجتمع البحث : عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي

(١) البحث العلمي مفهومه وادواته واساليبه ، عبيدات ، ذوقان واخزون ، دار الفكر، ١٩٩٩ ، ص ٤٥.

(٢) المرجع السابق نفسه ص ٨٧.

(٣) مناهج البحث في التربية وعلم النفس ، ملحم ، سامي محمد ، ٢٠٠٠ ، عمان دار المسيرة ص ١٢٠.



المجلة العلمية لجامعة الإمام المهدي

E-ISSN: 1858-6449

Impact Factor: 2.635

العدد (١٨)





مصطلحات البحث:-

- ١ **تعريف كلمة دور لغة :** الدور من الفعل دار يدور دورا اي استدار ورجع الى الموضوع الذي بدا منه ()
- اصطلاحا:** هو مجموعة من الوظائف والمهام والمسؤوليات التي تؤديها وسائل الاعلام لتحقيق اهدافها في نقل المعلومات ،وتكوين الرأي العام والتأثير في اتجاهات وسلوك الجمهور ()
- ٢ **التوجيه:-** هو عملية منظمة تهدف الى مساعدة الفرد على فهم نفسه ومعرفة قدراته واستعداداته وميوله واستثمارها في اتخاذ القرارات المناسبة وتحقيق التوافق مع نفسه وبيئته ()
- ٣ **السلوك :** هو الاستجابة الكلية التي يبديها الكائن الحي تجاه اي موقف او مثير يواجهه سواء كانت هذه الاستجابة ظاهرة يمكن ملاحظتها او باطنة لايمكن ملاحظتها مباشرة ()
- ٤ **الرأي العام:-** هو مجموعة من الآراء السائدة بين اغلبية افراد المجتمع تجاه قضية او مشكلة او موقف معين في وقت محدد والتي تؤثر في توجيه السلوك وصنع القرار ()
- ٥ **الفيس بوك :** هو احد مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت يتيح للمستخدم انشاء ملف شخصي التواصل مع الآخرين وتبادل الرسائل والصور ومقاطع الفيديو والانضمام الى المجموعات والصفحات وفق الاهتمامات المشتركة ()
- ٦ **الفيديو :** هو وسيلة اتصال سمعية بصرية تعتمد على تسجيل وعرض سلسلة من الصور المتحركة غالبا مصحوبة بالصوت بهدف نقل المعلومات او الافكار او الاحداث المشاهد ()
- ٧ **الانصرافي:** (تعريف الباحث) هو شخص يقوم ببث فيديوهات حية على الفيسبوك -دون إظهار هويته الحقيقية عن الأحداث الدائرة في السودان خلال فترة الحرب بهدف التأثير على اتجاهات الرأي العام

(١) ابن منظور ، لسان العرب ، بيروت دار صادر ، طبعه ٣ ، ١٤١٤ هـ ، ج ٤ ، ص ٢٩٨ ، مادة (دور) .

(٢) عبد الحميد ، محمد ، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير ، القاهرة ، عالم الكتاب ، ٢٠٠٤ ، ص ٣٥ .

(٣) احمد عبدالله العلوان ، التوجيه والارشاد التربوي ، عمان ، دار الفكر ، ٢٠١٠ ، ص ١٧ .

(٤) انتصار يونس ، السلوك الانساني ، القاهرة ، دار المعارف ، ١٩٩١ ، ص ١١ .

(٥) صبحي عسيلة ، الرأي العام ، القاهرة ن نهضة مصر ، طبعه ٢ ، ٢٠١٢ ، ص ١٥ .

(٦) عبدالكريم الزباني ، شبكات التواصل الاجتماعي ، عمان ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، ٢٠١٠ ، ص ١٠ .

(٧) محمد عبد الحميد ، الاتصال والاعلام على شبكة الانترنت ، القاهرة ، عالم الكتاب ، ٢٠٠٧ ، ص ٢١٤ .



النظرية العلمية التي يعتمد عليها البحث: نظرية الغرس الثقافي :

نموذج اعلامي يفترض ان الرسائل الاعلامية تؤثر تأثيرا مباشرا وفوريا وقويا في جمهور متجانس ، بحيث يتلقى الافراد الرسالة بشكل سلبي دون تفسير او مقاومة ، مما يؤدي الى استجابات متشابهة بينهم^١

الدراسات السابقة:

- 1- مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الراي العام لدى طلبة جامعات اقليم كردستان ، باغر داؤود حسين (رسالة دكتوراة)^٢
المنهج : المنهج المسحي الوصفي

اهم الاهداف:

- التعرف الى دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الراي العام لدى طلبة الجامعات
- قياس تأثير الفيسبوك في تكوين الاتجاهات والاراء .

اهم النتائج:

- وجود تأثير واضح لمواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك في تشكيل الراي العام لدى الطلبة
- ارتفاع الاعتماد على الفيسبوك بوصفه مصدرا للمعلومات والايخبار^٣

2- اتجاهات الراي العام الالكتروني العراقي ازاء القضايا المجتمعية :

دراسة تحليلية ميدانية لمنشورات الفيسبوك ومستخدميه ، رسالة دكتوراة ، ريا نبيل محمود

المنهج : المنهج الوصفي التحليلي مع تحليل المضمون والدراسة الميدانية

اهم الاهداف:

- التعرف الى دور منشورات الفيسبوك في تشكيل الراي العام الالكتروني تجاه القضايا المجتمعية
- تحليل طبيعة المنشورات واليات تأثيرها

(١) عبد الحميد ، محمد ، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير . القاهرة : عالم الكتب ، ٢٠٠٤ ، ص ٣٤ .

(٢) جمال سند السويدي ، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية ، ط ١ ، ب ب ، ٢٠١٣ ، ٢٠ .

(٣) مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الراي العام ، باغر داؤود حسين ، درجة دكتوراة ، كلية الاعلام ، جامعة بغداد ، ٢٠١٦ .



اهم النتائج :

- اسهمت منشورات الفيسبوك بصورة كبيرة في تكوين راي عام الكتروني
- كانت المنشورات الذاتية للمتخدمين اكثر تأثيرا من المنشورات المعاد مشاركتها ٧

الفيسبوك

وسائل التواصل الاجتماعي:

تُعرف وسائل التواصل الاجتماعي أو شبكات الإعلام الاجتماعي (social network) بأنها مواقع (websites) أو تطبيقات أخرى (applications) مخصصة لإتاحة القدرة للمستخدمين للتواصل فيما بينهم من خلال وضع معلومات ، تعليقات ، رسائل وصور. ٧

وقد أكد كثير من الخبراء التقنيين أن وسائل التواصل الاجتماعي تسيطر في الوقت الراهن على نحو ٧١% من السوق الاعلامية والاتصالية عالميا. ١٧ "social network". L.J. Prescott.

ومعظم وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الخاصة بها يمكن الوصول إليها من أي مكان في العالم، بعد أن توافرت شبكة الإنترنت خطياً ولأسلكياً وعبر الأقمار الاصطناعية على مستوى الكون.

أثر وسائل التواصل الاجتماعي في حياة المجتمعات العربية: ٧

- 1- سهولة التعارف والتواصل بين البشر.
- 2- إبراز الفردية وانعدام الوصاية في الاختيار والتعبير والنشر.
- 3- أضحت وسائل التواصل الاجتماعي ملاذ الأقليات والمستضعفين.
- 4- نشر الوعي ، السهولة والسرعة في تداول المعلومات.
- 5- صقل المعرفة وزيادة الثقافة.
- 6- التسلية والترفيه.
- 7- التجارة الإلكترونية.
- 8- التعبير عن الذات ، فمعظم وسائل التواصل الاجتماعي تعكس رؤية صاحبها وتعبّر عن شخصيته واهتماماته وأفكاره وطموحاته.

هناك خمسة مواقع عالمية ضمن وسائل التواصل الاجتماعي تعتبر الأكثر شهرة ونمواً في عدد المستخدمين، وهي:

() اتجاهات الراي العام الالكتروني العراقي ازاء القضايا المجتمعية ، ريانيل محمود ، درجة دكتوراة ، كلية الاعلام جامعة بغداد ، ٢٠٢٠.

() اكسفورد (http://oxforddictionaries.com/definition/social-media) definition (social media) university press English (accessed February 4) 2013 .

(٣) الاعلام العربي في عصر المعلومات ، خالد واخرون ، الامارات العربية المتحدة ، مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية ٢٠٠٦ خالد ص ٩١-٩٢.



- 1- فيسبوك (facebook) وهو موقع التواصل الاجتماعي الأكثر شهرة منذ ظهوره في عام ٢٠٠٣ ،
- 2- ويبلية تويتر (Twitter) وهو موقع التدوين متناهي الصغر الذي يسمح لمستخدميه بكتابة تغريدات بحد أقصى نحو ١٤٠ حرف للتغريدة الواحدة ، وظهر الموقع عام ٢٠٠٦ .
- 3- ثم جوجل بلس (google+) الذي دشنته شركة جوجل العالمية في عام ٢٠١١ كمنافس لفيسبوك وتعمل على تكامله مع خدمات أخرى تقدمها كالبريد الإلكتروني.
- 4- ولينكدان (linkedIn) الذي تأسس في ديسمبر ٢٠٠٢ وبدأ التشغيل في ٢٠٠٣ ويعتبر موقعاً للتواصل الاجتماعي ولكن على مستوى احترافي مهني ويهدف الى ربط المشاركين في الاهتمام بفئات متنوعة من الوظائف والأعمال .
- 5- وأخيرا بنترست (pinterest) الموقع الذي أطلق عام ٢٠١٠ ويعتبر الأكثر نمواً في مجال المشاركة الاعلامية ويتيح خدمة تشارك الصور بين المستخدمين.^٧

الرأي العام

تعريف الرأي العام:

يعرف الرأي العام بإعتباره الفكرة السائدة بين جمهور من الناس تربطهم مصلحة مشتركة إزاء موقف أو مسألة من المسائل العامة التي تثير اهتمامهم أو تتعلق بمصلحة من المصالح المشتركة.^٧

خصائص الرأي العام:

1. الشدة
2. عدم الثبات
3. البروز والأهمية
4. التيقن

العوامل المؤثرة في تكوين الرأي العام:

1. الحضارة والمؤثرات الثقافية.
2. الأسرة.
3. النظام السياسي.^٧

الرأي العام ودوره في تغيير الاتجاهات السائدة:

- () وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية ، مرجع سابق ، ص ٢٨ - ٢٩ .
- (٢) الراي العام بين الكلمة والمعتقد ، جمال سلامة علي ، مصر ، القاهرة ، دار النهضة العربية ، ٢٠١٠ ص ٥٠ .
- (٣) الراي العام وقياسه ، جمال مجاهد ، مصر ، الاسكندرية ، دار المعرفة الجامعية ، ط ١ ، ٢٠١٥ ص ٤٤ - ٥٨ .



إن عملية تغيير الاتجاهات السائدة هي عملية صعبة نسبياً تتطلب في المقام الأول العمل على خلق الدوافع لدى الأفراد لتقبل أي تغيير ، حيث يميل الفرد بصفة عامة إلى مقاومة التغيير ومعارضته . وتشير كثير من التجارب إلى أن وجود ضغوط حادة أو أزمة مُلحة من شأنه أن يسهل من مسألة تقبل الفرد للتغيير ، لكن ورغم ذلك فمعظم الدول النامية التي تعيش في حالة أزمة مزمنة أو على الأقل ضغوط مستمرة لم تدفعها تلك الظروف إلى السعي نحو التغيير ، بل العكس ، ففي كثير من الأحيان نجد أنها قد دفعت العديد من الأفراد هناك إلى الاستكانة والجمود.^١

كيفية التأثير في الرأي العام:

1. أسلوب التكرار والملاحقة.
2. أسلوب الاثارة العاطفية.
3. أسلوب تحويل انتباه الجماهير .
4. أسلوب عرض الحقائق
5. أسلوب البرامج المحددة.^٢

يلاحظ الباحث في مجال السياسة أن الرأي العام يعنى بأوجه أربعة يرتبط بها الرأي العام:

- أ. النسق السياسي.
- ب. النظام السائد
- ج. الإطار الدستوري.
- د. الطريقة التي تحسب بها القضايا.

والترابط بين هذه الوجوه الأربعة تتمثل أهميته في أنه المحور أو الموضوع الذي يتعلق به محصلة آراء الناس.^٣

إن الرأي العام ودوره في الجانب السياسي لا بد وأن يفرضي بنا إلى شتى الجوانب الأخرى التي يقوم عليها النسق الاجتماعي. فإننا نعرف أن القوى السياسية محصلة لعدة قوى هي القوة الدينية والقوى الاقتصادية والقوة العسكرية والقوة العلمية. ونشير هنا إلى أن هذه القوى جميعاً ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالرأي العام أي بتراكيب عمليات الاتصال.^٤

(١) الرأي العام بين الكلمة والمعتقد ،مرجع سابق ص ١٩ .

(٢) المرجع السابق نفسه ص ٦٣ .

(٣) اخلاقيات الاعلام والانترنت واشكاليات التشريع ، محمد سعد ، مصر دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع ٢٠٠٧ محمد سعد ، ٢٠١٥ ، ص ٧٧ .

(٤) المرجع السابق نفسه ، ص ٨٤ .



أهمية الرأي العام في المجال السياسي:

إن الرأي العام قد أصبح قوة ضخمة في مجتمعنا الدولي المعاصر ، كنتيجة طبيعية لتطور الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية وغيرها ، كذلك نتيجة لتقدم أساليب العلوم والتكنولوجيا وانتشار التعليم. وأصبح الرأي العام يلعب دورا أساسيا في تحديد طبيعة النظام وفي تشكيل الأفكار الأساسية، وفي اتخاذ القرارات الأساسية خصوصا مع انتشار الديمقراطية وازدياد قوة وفعالية وسائل الاعلام وانتشار التعليم والثقافة .^(١)

استخدام أجهزة الاعلام في التأثير على الرأي العام:

تساهم أجهزة الاعلام الحديثة في عملية تكوين الرأي العام والتأثير عليه ، وتنوعت وسائل الاعلام والاتصال الحديثة وظهرت خطورة تأثيرها على الرأي العام لذلك تلجأ كافة الحكومات في استغلال هذه الوسائل في مخاطبة الرأي العام والتأثير عليه ومحاولة استمالاته تجاه سياساتها.

وتهتم الحكومات الديمقراطية باستخدام أجهزة الاعلام كقنوات اتصال حديثة بينها وبين الرأي العام لعرض سياساتها وأهدافها وذلك بهدف كسب تأييد الرأي العام لسياساتها ولضمان أن تكون وجهات نظر الرأي العام مؤيدة لها.^(٢)

(١) دراسات في الاعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام ، بسيوني ابراهيم ، مصر عالم الكتب ٢٠٠٨ ص ٢٤.

(٢) المرجع السابق نفسه ص ١٣٤، ١٣٥.



الدراسة الميدانية

لتحليل البيانات تم استخدام البرنامج الاحصائي للتحليل ، اما الاسلوب الاحصائي المستخدم لمعالجة البيانات فهو النسب المئوية .

جدول رقم (1): يوضح النوع

النسبة %	التكرار	البيان
٥٣%	٥٣	ذكر
٤٧%	٤٧	انثي
١٠٠%	١٠٠	المجموع

بناءً على البيانات الواردة في الجدول أعلاه فان نسبة ٥٣% من افراد العينة هم من الذكور، ٤٧% من افراد العينة هم من الاناث مما يشير إلى أن أكثر مستخدمي الشبكة العنكبوتية من الذكور

جدول رقم (2): يوضح العمر

النسبة %	التكرار	البيان
٣٦%	٣٦	٣١ - ٤٠ سنة
٢٣%	٢٣	اقل من ٢٠ - ٣٠ سنة
٢١%	٢١	٤١ - ٥٠ سنة
١٦%	١٦	٥١ - ٦٠ سنة
٤%	٤	من ٦١ فأكثر
١٠٠%	١٠٠	المجموع



المجلة العلمية لجامعة الإمام المهدي

E-ISSN: 1858-6449

Impact Factor: 2.635

العدد (١٨)



يتضح من الجدول اعلاه ان الفئة العمرية من ٤١ الى ٥٠ سنة كانت هي النسبة الاعلى ، مما يدل على ان معظم مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من فئة الشباب الاكثر نضجا



جدول رقم (3): يوضح المستوى التعليمي

النسبة %	التكرار	البيان
٦٠%	٦٠	جامعي
٣٤%	٣٤	فوق الجامعي
٦%	٦	ثانوي
—	—	متوسط
١٠٠%	١٠٠	المجموع

بناءً على البيانات الواردة في الجدول أعلاه فإن أعلى نسبة ٣٤% من أفراد العينة هم من فئة فوق الجامعيين ونسبة ٦٠% من الجامعيين تدل على تمتع أفراد عين الدراسة بقدر وافر من التعليم والتأهيل العلمي والأكاديمي مما يشير إلى نضج اجاباتهم على اسئلة الاستبانة .

جدول رقم (4): يوضح الحالة الاجتماعية

النسبة %	التكرار	البيان
٥٩%	٥٩	متزوج
٣٧%	٣٧	أعزب
٢%	٢	مطلق
٢%	٢	ارمل
١٠٠%	١٠٠	المجموع



المجلة العلمية لجامعة الإمام المهدي

E-ISSN: 1858-6449

Impact Factor: 2.635

العدد (١٨)



بناءً على البيانات الواردة في الجدول اعلاه فان نسبة ٥٩% من فئة المتزوجين وهي الاعلى نسبة بينما ٢% من المطلقين ومثله من الأرامل مما يشير إلى أن هنالك استقرار نفسي لدى عدد كبير من أفراد العينة مما ينعكس ايجابا على اجاباتهم



جدول رقم (5) : يوضح الوظيفة

النسبة %	التكرار	البيان
٤٢ %	٤٢	أكاديمي
٣٣ %	٣٣	مهني
١٧ %	١٧	أعمال حرة
٨ %	٨	إعلامي
١٠٠ %	١٠٠	المجموع

بناءً على البيانات الواردة في الجدول أعلاه فإن نسبة ٤٢ % من أفراد العينة هم من فئة الأكاديميين بينما ٣٣ % من أفراد العينة من فئة المهنيين و ٨ % من أفراد العينة من الإعلاميين فنجد أن الإعلاميين أقل عدد وهذا يدل على أن الإعلاميين بحاجة إلى تأهيل وتدريب على استخدام التقنيات الحديثة.



ثانياً : البيانات الموضوعية:

دور مواقع التواصل الإجتماعي على الفرد في تلقي الاخبار:-

(س1) هل مواقع التواصل الإجتماعي "الفيسبوك" أصبحت مصدر ثقة لتلقي الأخبار أكثر من الوسائل الإعلامية الأخرى؟

جدول رقم (6) يوضح آراء افراد العينة

النسبة%	التكرار	البيان
٤٧%	٤٧	أحياناً
٣٧%	٣٧	نعم
١٦%	١٦	لا
١٠٠%	١٠٠	المجموع

بناءً على البيانات الواردة في الجدول أعلاه فإن نسبة ٣٧% من افراد العينة اجابوا ان مواقع التواصل الإجتماعي "الفيسبوك" أصبحت مصدر ثقة لتلقي الأخبار أكثر من الوسائل الإعلامية الأخرى ونسبة ٤٧% اجابوا أنه أحياناً بينما ١٦% اجابوا (لا) مما يؤكد ثقة الجمهور في مواقع التواصل الاجتماعي ، ويتضح من خلال هذه الاجابات مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك أصبح احيانا مصدر ثقة لتلقي الاخبار اكثر من الوسائل الاعلامية الاخرى .



(س2) هل تعتمد على الفيديوهات التي تُبث عبر مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر لتلقي الأخبار؟
(الانصرافي نموذجاً)

جدول رقم (7) : يوضح آراء افراد العينة

البيان	التكرار	النسبة%
أحياناً	٣٨	٣٨%
نعم	٣٤	٣٤%
لا	٢٨	٢٨%
المجموع	١٠٠	١٠٠%

بناءً على البيانات الواردة في الجدول أعلاه فإن نسبة ٣٤% من افراد عينة الدراسة اجابوا انه يمكن الإعتماد على الفيديوهات التي تُبث عبر مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر لتلقي الأخبار ، بينما ٣٨% اجابوا أحياناً و ٢٨% اجابوا لا ونلاحظ أن النسب متقاربة مما يشير إلى أن أفراد عينة البحث لا يعتمدون بشكل كبير على الفيديوهات كمصدر لتلقي الأخبار .

(س3) إلى اي حد يمكنك أن تتق في صحة أخبار مواقع التواصل الاجتماعي عموماً والفيسبوك خصوصاً؟

جدول رقم (8) : يوضح آراء افراد العينة

البيان	التكرار	النسبة%
إلى حدٍ ما	٦١	٦١%
لا أثق	٢٥	٢٥%
إلى حد كبير	١٤	١٤%
المجموع	١٠٠	١٠٠%

بناءً على البيانات الواردة في الجدول أعلاه فإن نسبة ١٤% من افراد العينة يثقون في صحة أخبار مواقع التواصل الاجتماعي عموماً والفيسبوك خصوصاً بينما ٦١% اجابوا أحياناً و ٢٥% اجابوا بأنهم لا يثقون في صحة أخبار مواقع التواصل الاجتماعي مما يعني أن أغلبية مستخدمي مواقع التواصل لا يثقون في صحة الاخبار الواردة فيها .



المجلة العلمية لجامعة الإمام المهدي

E-ISSN: 1858-6449

Impact Factor: 2.635

العدد (١٨)





المحور الثاني:-

دور فيديوهات الفيسبوك في توجيه وتغيير سلوك الرأي العام:

(س1) هل تعتقد أن القنوات والصحف والوكالات الاخبارية المحلية والعالمية لنقل أحداث السودان أصبحت تعتمد على فيديوهات المؤثرين على الفيسبوك لنقل الأحداث نسبةً لتأثيرهم الكبير على الرأي العام؟
"الانصرافي نموذجاً"

جدول رقم (9) : يوضح آراء افراد العينة

النسبة%	التكرار	البيان
٥٦%	٥٦	نعم
٣٣%	٣٣	أحياناً
١١%	١١	لا
١٠٠%	١٠٠	المجموع

بناءً على البيانات الواردة في الجدول أعلاه فإن نسبة ٥٦% من افراد العينة يعتقدون أن القنوات والصحف والوكالات الاخبارية المحلية والعالمية لنقل أحداث السودان أصبحت تعتمد على فيديوهات المؤثرين على الفيسبوك لنقل الأحداث نسبةً لتأثيرهم الكبير على الرأي العام ، بينما ٣٣% يقولون أحياناً مما يشير إلى أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام وتشكيل آراء الجمهور تجاه القضايا .

(س2) هل ترى أن فيديوهات الفيسبوك تستطيع تغيير إتجاه الرأي العام؟ "الانصرافي نموذجاً"

جدول رقم (10) : يوضح آراء افراد العينة

النسبة%	التكرار	البيان
٦٢%	٦٢	نعم
٢٧%	٢٧	أحياناً
١١%	١١	لا
١٠٠%	١٠٠	المجموع



المجلة العلمية لجامعة الإمام المهدي

E-ISSN: 1858-6449

Impact Factor: 2.635

العدد (١٨)



بناءً على البيانات الواردة في الجدول أعلاه فإن نسبة ٦٢% من افراد العينة يرون أن فيديوهات الفيسبوك تستطيع تغيير إتجاه الرأي العام بينما ٢٧% اجابوا أحياناً مما يشير إلى تأثير فيديوهات الفيسبوك في تشكيل الرأي العام وتغيير إتجاهات الجمهور



(س3) هل ترى أن هؤلاء المؤثرين الذين يطلقون الفيديوهات على الفيسبوك لديهم حلقة وصل مع جهات رسمية أو جهات ذات صلة؟ "الانصرافي نموذجاً"

جدول رقم (11) : يوضح آراء افراد العينة

النسبة %	التكرار	البيان
٥٠ %	٥٠	جهات أمنية
٣٢ %	٣٢	جهات عسكرية
١٨ %	١٨	جهات سياسية مدنية
١٠٠ %	١٠٠	المجموع

بناءً على البيانات الواردة في الجدول أعلاه فإن نسبة ٥٠ % من افراد العينة يرون أن المؤثرين الذين يطلقون الفيديوهات على الفيسبوك لديهم حلقة وصل مع جهات أمنية بينما ٣٢ % يرون أنها جهات عسكرية و ١٨ % من أفراد العينة يؤكدون أن لهم حلقة وصل مع جهات سياسية مدنية ومن خلال اجابات غالبية افراد العينة يرون أن المؤثرين الذين يطلقون الفيديوهات على الفيسبوك لديهم حلقة وصل مع جهات أمنية.

(س4) هل تعتقد أن الفيديوهات التي تم نشرها ابان ثورة ديسمبر، هي السبب وراء تغيير سلوك الرأي العام قبل وأثناء الحرب الدائرة الآن؟

جدول رقم (12) : يوضح آراء افراد العينة

النسبة %	التكرار	البيان
٤٦ %	٤٦	ربما
٤٣ %	٤٣	نعم
١١ %	١١	لا
١٠٠ %	١٠٠	المجموع

بناءً على البيانات الواردة في الجدول أعلاه فإن نسبة ٤٣ % من افراد العينة يعتقدون أن الفيديوهات التي تم نشرها ابان ثورة ديسمبر، هي السبب وراء تغيير سلوك الرأي العام قبل وأثناء الحرب الان بينما ٤٦ %



المجلة العلمية لجامعة الإمام المهدي

E-ISSN: 1858-6449

Impact Factor: 2.635

العدد (١٨)



اجابوا برابما و١١% من أفراد العينة لا يرون ذلك ، وبناء على اجابات غالبية افراد العينة فان الفيديوهات التي تم نشرها ابان ثورة ديسمبر، هي السبب وراء تغيير سلوك الرأي العام قبل وأثناء الحرب الدائرة الان



المحور الثالث:-

دور "الإنصرافي" في توجيه الرأي العام تجاه قضايا معينة:

(س1) هل ترى في فيديوهات الإنصرافي في الفيسبوك اي حيادية وأمانة في نقل الأخبار والآراء؟

جدول رقم (13) : يوضح آراء افراد العينة

النسبة %	التكرار	البيان
٣٨%	٣٨	نعم
٣٧%	٣٧	لا
٢٥%	٢٥	أحياناً
١٠٠%	١٠٠	المجموع

بناءً على البيانات الواردة في الجدول أعلاه فإن نسبة ٣٨% من افراد العينة يرون في فيديوهات الإنصرافي في الفيسبوك اي حيادية وأمانة في نقل الأخبار والآراء بينما ٣٧% لا يرون ذلك و ٢٥% من أفراد العينة اجابوا أحياناً مما يشير إلى إنقسام أفراد العينة بين مؤيد ومعارض وهذا يعني عدم ثقة عدد كبير من الجمهور في حيادية الفيديوهات في نقل الأخبار .

(س2) هل ترى أن فيديوهات الإنصرافي في الفيسبوك تتصف بالأمانة تجاه القضايا التي يتناولها؟

جدول رقم (14) : يوضح آراء افراد العينة

النسبة %	التكرار	البيان
٣٧%	٣٧	نعم
٣٣%	٣٣	لا
٣٠%	٣٠	أحياناً
١٠٠%	١٠٠	المجموع



المجلة العلمية لجامعة الإمام المهدي

E-ISSN: 1858-6449

Impact Factor: 2.635

العدد (١٨)



بناءً على البيانات الواردة في الجدول أعلاه فإن نسبة ٣٧% من أفراد العينة يرون أن فيديوهات الإنصرافي في الفيسبوك تتصف بالأمانة تجاه القضايا التي يتناولها بينما ٣٠% أجابوا أحياناً و ٣٣% من أفراد العينة لا يوافقون وتقارب النسب يشير الى ان النسبة الغالبة من افراد العينة أن فيديوهات الانصرافي لا تنسم بالأمانة.



(س3) هل ترى أن فيديوهات الإنصرافي تساعد في تغيير قناعات الجمهور أو تساعد في تكوين رأي عام؟

جدول رقم (15) : يوضح آراء افراد العينة

البيان	التكرار	النسبة%
نعم	٥٦	٥٦%
أحياناً	٢٨	٢٨%
لا	١٦	١٦%
المجموع	١٠٠	١٠٠%

بناءً على البيانات الواردة في الجدول أعلاه فإن نسبة 56% من افراد العينة يوافقون على أن فيديوهات الإنصرافي تساعد في تغيير قناعات الجمهور أو تساعد في تكوين رأي عام وهذه النسبة العالية تكشف أن تأثير الفيديوهات يرتبط الى حد كبير بشخصية القائم بالاتصال وبالتالي فإن الانصرافي يعتبر شخصية مؤثرة على الجمهور .

(س4) في رأيك ماهو السبب في عدم ظهور الإنصرافي بشخصيته الحقيقية

جدول رقم (16) : يوضح آراء افراد العينة

البيان	التكرار	النسبة%
المحتوى الذي يقدمه يتطلب إخفاء شخصيته	٣٧	٣٧%
دواعي أمنية	٣٦	٣٦%
ظهوره بشخصيته الحقيقية يقلل عدد المتابعين	٢٧	٢٧%
المجموع	١٠٠	١٠٠%

بناءً على البيانات الواردة في الجدول أعلاه فإن نسبة 36% من افراد العينة يرون أن السبب في عدم ظهور الإنصرافي بشخصيته الحقيقية لدواعي أمنية بينما نسبة 27% لا يوافقونهم الرأي ويعتقدون أن ظهوره



بشخصيته الحقيقية يقلل عدد المتابعين و ٣٧% من أفراد العينة يؤكدون أن المحتوى الذي يقدمه يتطلب إخفاء شخصيته

(س5) أصبح الرأي العام يعتقد أن المؤثرين على الرأي العام والمعلومات التي لديهم والمواضيع التي يتم طرحها خلال البث المباشر هي الأكثر صدقا من الجهات الرسمية مثل فيديوهات الإنصرافي، أيمكن أن يكون هذا صحيحاً؟

جدول رقم (17) : يوضح آراء افراد العينة

البيان	التكرار	النسبة %
نعم	٤٢	٤٢%
أحياناً	٣٧	٣٧%
لا	٢١	٢١%
المجموع	١٠٠	١٠٠%

بناءً على البيانات الواردة في الجدول أعلاه فإن نسبة ٤٢% من افراد العينة يعتقدون أن المؤثرين على الرأي العام والمعلومات التي لديهم والمواضيع التي يتم طرحها خلال البث المباشر هي الأكثر صدقا من الجهات الرسمية مثل فيديوهات الإنصرافي وهي نسبة كبيرة مما يشير إلى ثقة الجمهور في هذه الفيديوهات وصحة المعلومات التي تقدمها .

(س6) أسلوب وطريقة سرد الأحداث للانصرافي في الفيديوهات، هي السبب في زيادة المتابعين له؟

جدول رقم (18) : يوضح آراء افراد العينة

البيان	التكرار	النسبة %
نعم	٧٢	٧٢%
أحياناً	١٧	١٧%



المجلة العلمية لجامعة الإمام المهدي

E-ISSN: 1858-6449

Impact Factor: 2.635

العدد (١٨)



١١ %	١١	لا
١٠٠ %	١٠٠	المجموع

بناءً على البيانات الواردة في الجدول أعلاه فإن نسبة ٧٢% من أفراد العينة يرون أن أسلوب وطريقة سرد الأحداث للانصرافي في الفيديوهات، هي السبب في زيادة المتابعين له وهي النسبة الاعلى مما يؤكد أن شخصية القائم بالاتصال لها دور كبير في التأثير على الرأي العام



(س7) هل ترى أن أسلوب الانصرافي في فيديواته وحديثه يلبي الحاجة النفسية لدى المتلقي في طرح قضايا الصراع السياسي مع شبه انعدام الثقة في الاعلام الرسمي؟

جدول رقم (19) : يوضح آراء افراد العينة

البيان	التكرار	النسبة%
نعم	٥١	٥١%
أحياناً	٣٦	٣٦%
لا	١٣	١٣%
المجموع	١٠٠	١٠٠%

بناءً علي البيانات الواردة في الجدول أعلاه فان نسبة ٥١% من افراد العينة يرون أن أسلوب الانصرافي في فيديواته وحديثه يلبي الحاجة النفسية لدى المتلقي في طرح قضايا الصراع السياسي مع شبه انعدام الثقة في الاعلام الرسمي ، وهي النسبة الاعلى مما يشير الى أن فيديوات الفيسبوك تلبي إحتياجات الجمهور النفسية وتكسب ثقته .

(س8) هل ترى أن الانصرافي في فيديواته يوجه احيانا نقد منطقي للأداء في بعض الجوانب العسكرية للحرب بالإضافة إلى الدعم المدني المدني؟

جدول رقم (20) : يوضح آراء افراد العينة

البيان	التكرار	النسبة%
نعم	٤٧	٤٧%
أحياناً	٣٢	٣٢%
لا	٢١	٢١%
المجموع	١٠٠	١٠٠%



بناءً على البيانات الواردة في الجدول أعلاه فإن نسبة ٤٧% من افراد العينة يرون أن الانصرافي في فيديو اته يوجه احيانا نقد منطقي للأداء في بعض الجوانب العسكرية للحرب وهي النسبة الاعلى في اجابات المبحوثين

(س9) هل تعتقد أن ظروف وواقع الحرب بالإضافة إلى عدم المصادقية تجاه ما يبث من اخبار عبر وسائل الإعلام الرسمية، أسهمت في زيادة شعبية الإنصرافي ؟

جدول رقم (21) : يوضح آراء افراد العينة

النسبة %	التكرار	البيان
٧١%	٧١	نعم
١٧%	١٧	أحياناً
١٢%	١٢	لا
١٠٠%	١٠٠	المجموع

بناءً على البيانات الواردة في الجدول أعلاه فإن نسبة ٧١% من افراد العينة يعتقدون أن ظروف وواقع الحرب بالإضافة إلى عدم المصادقية تجاه ما يبث من اخبار عبر وسائل الإعلام الرسمية، أسهمت في زيادة شعبية الإنصرافي ذلك بينما ١٧% الى حد ما و ١٢% من أفراد العينة لا يعتقدون ذلك

(س10) زادت شهرة الانصرافي بشكل ملحوظ في بعض الدول العربية منذ بداية الحرب، في رأيك ما هي الأسباب وراء ذلك؟

جدول رقم (22) : يوضح آراء افراد العينة

النسبة %	التكرار	البيان
----------	---------	--------



٣٣%	٣٣	معرفة بأدق تفاصيل الأحداث في السودان
٦٧%	٦٧	احساس الجمهور بأنه يعبر عن آرائهم
١٠٠%	١٠٠	المجموع

بناءً على البيانات الواردة في الجدول أعلاه فإن نسبة ٣٣% من افراد العينة يعتقدون أن شهرة الانصرافي قد زادت بشكل ملحوظ في بعض الدول العربية منذ بداية الحرب بسبب معرفته بأدق تفاصيل الأحداث في السودان آرائهم بينما ٦٧% يرون أن السبب هو احساس الجمهور بأنه يعبر عنهم



النتائج :

- 1- كشفت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت مصدر ثقته لدى غالبية افراد العينة اكثر من الوسائل الاعلامية الاخرى.
- 2- ان غالبية افراد عينة البحث لا يعتمدون بشكل كبير علي الفيديوهات التي تبث على الفيسبوك كمصدر الاخبار.
- 3- ان اغلبه افراد العينة يشكون في صحة اخبار مواقع التواصل الاجتماعي.
- 4- بينت الدراسة أن غالبية افراد العينة يعتقدون ان القنوات والصحف ووكالات الانباء العالمية و المحلية أصبحت تعتمد علي المؤثرين في نقل الاخبار عن السودان لتأثيرهم الكبير علي الراي العام مما يشير إلي أهميه مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الراي العام للجمهور اتجاه القضايا المصيرية
- 5- لدى المؤثرين الدين يطلقون الفيديوهات على الفيسبوك حلقة وصل مع جهات امنية وعسكرية اضافة الى جهات مدنية وسياسية.
- 6- ساعدت فيديوهات الانصرافي في تغيير قناعات الجمهور وتكوين رأي عام تجاه القضايا المطروحة .
- 7- كشفت الدراسة أن أن الفيديوهات التي نشرت أبان ثوره ديسمبر هي السبب وراء تغيير سلوك الراي العام قبل وأثناء الحرب الدائره.
- 8- أثبتت الدراسه أن هناك انقسام بين افراد العينة بين مؤيد ومعارض في أن فيديوهات الانصرافي في الفيس بوك حيادية في نقل الاخبار والاراء مما يشكك في حيادية هذالفيديوهات في نقل الاخبار.
- 9- النسبه العاليه تشير الي أن تأثير الفيديوهات يرتبط الي حد كبير بشخصية القائم بالاتصال وان الانصرافي شخصيته مؤثره علي الجمهور.
- 10- يوجه الانصرافي نقد منطقي للاداء في بعض الجوانب العسكرية بالاضافة الى بث الأمل في نفوس الشعب.
- 11- اوضحت الدراسة أن فيديوهات الانصرافي تلبي احتياجات الجمهور النفسية.
- 12- يرى غالبية افراد العينة أن السبب في عدم ظهور الانصرافي بشخصيته الحقيقيه لدواعي امنية.، و ان ظهوره بشخصيته الحقيقيه يقلل عدداالمتابعين إضافة إلى أن المحتوي الذين يقدمه يتطلب اخفاء شخصيته.



13- كان لفيديوهات الانصرافي تأثيرا واضحا في تغيير قرارات على مستوى الدولة لصالح المواطن (ايقاف رسوم الجمارك على مستلزمات المواطن المنزلية التي تدخل البلاد عبر المعبر الرسمي مثل محتوى الانصرافي، مما يشير الي ثقه الجمهور في هذه الفيديوهات وصحة المعلومات التي يقدمها...

14- كشفت دراسته أن ٧٢% من الافراد يرون أن اسلوب وطريقه سرد الانصرافي للاحداث في فيديواته هي السبب و اراء زيادة المتابعين له وهذه النسبة الكبيره تؤكد أن شخصيته القائم بالاتصال له دور كبير في التأثير علي الراي العام.

15- أثبتت الدراسة أن فيديوهات الانصرافي كان لها دورا واضحا في رفع الروح المعنوية للمواطنين والقوات المسلحة كما أنها اتسمت بالتغطية الاخبارية الجيدة والصادقة واحباط الروح المعنوية للعدو

التوصيات

- 1- علي أجهزة الإعلام الرسمي وغير الرسمي التحلي بالصدق والشفافيه في نقل المعلومه لكي يكون لها دور فاعل التأثير على الراى العام
- 2- ضرورة إستعانة أجهزه الاعلام المختلفه بهؤلاء المؤثرين بعد التحقق من صدقهم في نقل المعلومه (تلفزيون السودان استعان بالانصرافي)
- 3- يجب أن يتحلي هؤلاء المؤثرين بالصدق وعدم الانحياز لاي جهه او مؤسسه معاديه للوطن أو اغراض اخري شخصية بالنسبه لهؤلاء المؤثرين
- 4- يجب على الاعلاميين الالتزام باخلاقيات الصحافة والاعلام تجاه نقلهم لاراء المؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي بالاضافة للابتعاد عن التضليل وبث خطاب الكراهية



المراجع:

- 1- ابن منظور ، لسان العرب ، بيروت دار صادر ، طبعه ٣ ، ١٤١٤ هـ ، ج ٤ ، ص ٢٩٨ ، مادة (دور)
- 2- احمد عبدالله العلوان ، التوجيه والارشاد التربوي ، عمان ، دار الفكر ، ٢٠١٠
- 3- اسماعيل علي سعد- الرأي العام بين القوة والأيدلوجية – مصر – الاسكندرية – دار المعرفة الجامعية – ٢٠١٥ – ب ط
- 4- انتصار يونس ، السلوك الانساني ، القاهرة ، دار المعارف
- 5- بسيوني ابراهيم، دراسات في الاعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام ، مصر عالم الكتب ، ٢٠٠٨
- 6- جمال مجاهد – الرأي العام وقياسه- مصر- الاسكندرية – دار المعرفة الجامعية ط ١ – ب ت
- 7- جمال سلامة علي – الرأي العام بين الكلمة والمعتقد – مصر – القاهرة – دار النهضة العربية – ط ١ – ٢٠١٠
- 8- جمال سند السويدي- وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية: من القبيلة إلى الفيسبوك- الإمارات – ابوظبي ٢٠١٣ ط ١
- 9- خالد واخرون ، الاعلام العربي في عصر المعلومات ، الامارات العربية المتحدة ، مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية ، ٢٠٠٦
- 10- علي بسيوني -الرأي العام مقوماته وأثره في النظم السياسية المعاصرة وتأثيره في نظم الحكم – مصر – الاسكندرية – المكتب العربي الحديث ٢٠١٤ ب ط
- 11- عبد الحميد ، محمد ، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير . القاهرة :عالم الكتب ، ٢٠٠٤
- 12- عبدالكريم الزباني ، شبكات التواصل الاجتماعي ، عمان ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، ٢٠١٠
- 13- عبيدات ، ذوقان واخرون ،البحث العلمي مفهومه وادواته واساليبه ، دار الفكر ، ١٩٩٩
- 14- صبحي عسيلة ، الرأي العام ، القاهرة ن نهضة مصر ، طبعه ٢ ، ٢٠١٢
- 15- محمود خالد وليد – شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي – لبنان – مكتبة النيل والفرات – ٢٠١١ – ب ط
- 16- ملحم ،سامي محمد ، مناهج البحث في التربية وعلم النفس ، ٢٠٠٠ ، عمان دار المسيرة
- 17- محمد عبد الحميد ، الاتصال والاعلام على شبكة الانترنت ، القاهرة ، عالم الكتاب ، ٢٠٠٨



المجلة العلمية لجامعة الإمام المهدي

E-ISSN: 1858-6449

Impact Factor: 2.635

العدد (١٨)



18- محمد سعد ، اخلاقيات الاعلام والانترنت واشكاليات التشريع ، مصر دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع
٢٠١٥ ،



المجلة العلمية لجامعة الإمام المهدي

E-ISSN: 1858-6449

Impact Factor: 2.635

العدد (١٨)



الرسائل الجامعية :

- 19- باغر داؤود حسين، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام ، رسالة دكتوراة ، كلية الاعلام ، جامعة بغداد ، ٢٠١٦
- 20- ريا نبيل محمود ، اتجاهات الرأي العام الالكتروني العراقي ازاء القضايا المجتمعية ، رسالة دكتوراة ، كلية الاعلام جامعة بغداد ، ٢٠٢٠
- 21- صحيفة اكسفورد (وسائل الاعلام الاجتماعي) ٢٠١٣

مراجع اجنبية :

- 22- اكسفورد university press (social media) definition ([http://oxforddictionaries.com/definition/English/social media](http://oxforddictionaries.com/definition/English/social%20media)) (accessed February 4\ 2013)