

استخدامات طلاب الجامعات العراقية لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية دراسة ميدانية

Uses of Iraqis university students to social Media w]bsites in a
weariness for political crises

أ.م.د. محمد حسين علوان
جامعة واسط - كلية الأعلام

drmohammedalsadi@gmail.com

التواصل الاجتماعي كانت الأكثر نمواً في العام نفسه، حيث دخلت في سباق مع الزمن لتقديم منتجات جديدة، وتحديثات على شكلها وتصميمها لاستقطاب أكبر عدد من المستخدمين، سواء في المنطقة العربية أو حول العالم، ولذلك رأيناها تساهم في إسقاط عدد من الأنظمة السياسية في المنطقة العربية، لا بل أن تأثيراتها امتدت إلى القارات الأخرى، وذلك ما حدث مثلاً في بريطانيا عندما تفجرت الاحتجاجات في مدينة لندن، نتيجة ازدياد معدلات البطالة وخفض الإنفاق العام، وما حدث أيضاً في أمريكا عندما انفجرت الاحتجاجات في مدينة نيويورك مطالبة باحتلال وول ستريت.

وبشير مفهوم التفاعل الاجتماعي إلى تلك العمليات الإدراكية والشاعرية والسلوكية التي

المستخلص

حظيت استخدامات الإنترنت، لاسيما مواقع التواصل الاجتماعي مثل (الفيس بوك والتويتر اليوتيوب)، على إقبالا متزايداً، وطلباً كبيراً من قبل شرائح المجتمع المختلفة، خصوصاً في بلدان منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، والذي عُرف بعام "الربيع العربي"، الذي شهد مسيرات واحتجاجات وتوترات وثورات شعبية في عدد من بلدان المنطقة، ابتداءً من تونس فمصر وليبيا واليمن وسوريا، الأمر الذي عزز زيادة استخدام الإنترنت، لاسيما بعض مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بدافع متابعة الأخبار والتطورات المتلاحقة في المنطقة. وتجدر الإشارة أن قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات شهد منافسة شرسة، وأن مواقع

الانترنت، يتواصل من خلالها الملايين من البشر، والذين تجمعهم اهتمامات مشتركة، حيث تتيح هذه المواقع لمستخدميها مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو، وإنشاء المدونات، وإرسال الرسائل وإجراء المحادثات الفورية فيما بينهم.

Abstract

Uses of Iraqis university students to social Media websites in a weariness for political crises

Has resulted in growing high in the use of the Internet to media organizations to find a foothold after that I felt reluctant to readers about the orientation to the modern mass media also found media institutions and those who made it the emergence of a new generation of young people does not favor access to newspapers and paper considers a classic hard to deal with him .

In this and found the press itself

تتم بين الأطراف المتصلة، بحيث تتبادل هذه الأطراف رسائل كثيرة فيما بينها في موقف اجتماعي محدد زمنياً ومكانياً، ويكون سلوك كل طرف منها منبها لسلوك الطرف الآخر. ويُذكَر أن مواقع التواصل الاجتماعي ومنها الفيسبوك، عبارة عن مواقع على شبكة

forced to adopt new methods of broadcast news and publish in order to maintain its position, which was the most influential in individuals and communities, and perhaps the most prominent features to take advantage of the press of computer technology and communication is the emergence of so-called journalism electronic signal to the press paperless that are published on the Internet both have a printed paper or does not have them out of paper, and became its presence in the escalation of Mister, which contributed to the emergence of the public of its own began to

ask them to find the printed press hard to availability on the background characteristics of the many created by the Internet for Electronic Journalism, especially in the area of the needs and motivations of individuals that seek to fulfill, as the individuals themselves, selecting content that meets their psychological and social development. Of a huge amount of shapes and contents published on the Internet.

The aim of the study in light of developments in technology and the needs of individuals to adopt the theory of uses and Acbaat being one of the best theories to study the process of

communication via the Internet.

As they help us answer questions such as why people are interested in using the particular means of communication? And motives that make people seeking to participate in the reception and the exchange of messages over the Internet? And how keen people to use it? And curiosity, which cater to the users of the network? Why do people make great effort to offer their thoughts through this network?

The prominent thing in the theory of uses and is doing on the assumption that the active audience, a concept that applies to Internet users.

العالم، حتى إنها أصبحت تغطي على ما كان يعرف في علم الاجتماع بـ (المكان الثالث) أي المكان الذي يلجأ إليه الإنسان بعد مكانه الأول (البيت) ومكانه الثاني (العمل أو المدرسة أو الجامعة) .. لقد

مقدمة

برزت في الآونة الأخيرة مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت وحظيت بانتشار كبير على الصعيد العالمي، بل وقد بات بعضها من أكثر المواقع زيارة في

التي تعمل بدون طيار ، و المركبات التي صممت لاستكشاف الكواكب في الفضاء الخارجي ، وتقنية الموصلات الكهربائية المرنة وتقنية التصوير الرقمي ، والتقنية الرقمية لتكبير الصوت إلكترونياً. وبصفة عامة هناك تزايد ملحوظ في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، وخصوصاً في السنتين الأخيرتين. وقد بدأت مواقع التواصل الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات عام ١٩٩٥ ، بيد أنها شهدت نقلة نوعية مع افتتاح الفيسبوك في عام ٢٠٠٣ ، حيث برز عن غيره من الشبكات بما يوفر من خدمات لا توفرها غيره، من بينها مساعدتهم على الالتقاء بالأصدقاء القدامى، وصناعة كيان عام من خلال الإدلاء والمشاركة بما يريدون من معلومات حول أنفسهم واهتماماتهم ومشاعرهم ، إلى جانب نجاحه في تحقيق الكثير من الاشباع النفسية والاجتماعية والسياسية(٤). واستطاعت مواقع التواصل الاجتماعي مثل "الفيسبوك" وغيرها "توتير" و "لينكد ان" في العالم وفي منطقة الشرق الأوسط على وجه التحديد ان تستقطب اهتماماً وإقبالاً متزايداً في الاشتراك والاستخدام منذ بداية العام الماضي، مع تواصل الأحداث السياسية والشعبية التي اندلعت في تونس، وامتدت بعد ذلك في كل

أصبح واضحاً أن المكان الثالث أصبح مكاناً إلكترونياً بامتياز(١) . وتعرف مواقع التواصل الاجتماعي، بأنها خدمات يتم إنشاؤها وبرمجتها من قبل شركات كبرى لجمع اكبر عدد من المستخدمين والأصدقاء ومشاركة الأنشطة والاهتمامات، وللبحث عن تكوين صداقات والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين يتشاركون معهم بإحدى الاشتراكات الفكرية أو غيرها ، وتوفر هذه الخدمات ميزات مثل المحادثة الفورية والتراسل العام والخاص ومشاركة الوسائط المتعددة من صوت وصورة وفيديو والملفات، وقد استقطبت هذه الخدمات ملايين المستخدمين من شتى بلاد العالم (٢). ويرى بعض الباحثين أن ظهور مواقع التواصل الاجتماعي يعد واحداً من أهم أحد عشر تقنية ظهرت خلال العقد الأول من القرن الواحد والعشرين و التي تشمل(٣) : الهواتف الذكية ، وتقنيات نقل الصوت عبر الإنترنت باستخدام برامج الاتصال ، ونظم الإنارة المعتمدة على الصمامات الثنائية التي يمكن ضبطها لإصدار أنواع مختلفة من الألوان الضوئية ، وأجهزة الحاسب ذات أسس التشغيل المتعددة ، وتقنيات نقل إعدادات الحواسيب لاسلكياً أو ما يعرف بالـ Cloud Computing ، و نظام الطائرات

٢. كيف يستخدم طلاب الجامعات العراقية مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية؟

٣. ما مدى نجاح طلاب الجامعات العراقية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية؟

٤. ما أهم المشاكل والمعوقات التي واجهت طلاب الجامعات العراقية خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية؟

٥. ما أهم اقتراحات طلاب الجامعات العراقية لتطوير استخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بمختلف جوانب الأزمات السياسية؟
الدراسات السابقة :

١- دراسة نورمين خضرحول الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية:دراسة على مستخدمي الفيسبوك(٢٠٠٩) تسعى الى التعرف على دوافع استخدام الشباب المصري لموقع الفيسبوك، والكشف عن طبيعة العلاقات الاجتماعية والصدقات التي يكونها الشباب المصري وألوية تفضيلهم لها عند التعامل مع أصحابها، والتعرف على طريقة تعبير عينة الدراسة عن حالتهم النفسية والاجتماعية من خلال استخدامهم موقع

من مصر، اليمن، البحرين، سورية، لما توفره هذه الشبكات من مساحات واسعة للتواصل والتعبير عن الرأي.(٥)

مشكلة الدراسة:

تتحدد مشكلة الدراسة في التعرف على استخدام طلبة الجامعات العراقية لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية، ومدى نجاحهم في استغلال هذه المواقع في إيصال الحقائق والمعلومات السليمة عن الأزمات السياسية .

أهداف الدراسة وتساؤلاتها:

هدفت هذه الدراسة إلى قياس مدى استخدام طلبة الجامعات العراقية لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية، وأهم هذه المواقع التي استخدموها، ومدى نجاحهم في استغلال هذه المواقع في إيصال الحقائق والمعلومات السليمة عن الأزمات السياسية إلى الجمهور، بالإضافة للتعرف على المشاكل التي واجهتهم في استخدام هذه المواقع.

وقد تمت صياغة هذه الأهداف في مجموعة من التساؤلات التي تحقق الإجابة عنها أهداف الدراسة:

١. ما أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها طلاب الجامعات العراقية في التوعية والتعريف بالأزمات السياسية؟

وتوصلت الدراسة الى إن الفيسبوك كشبكة اجتماعية يستخدم من معظم الطلبة وهم من يخبرون بعض عنه ،وان السبب الرئيسي لاستخدامه هو اكتساب معارف وتعمق أكثر بالعالم والتواصل مع أناس ذا اهتمام مشترك . كما اجمع كل الطلبة ان الاستخدام المفرط للفيسبوك يؤدي إلى الانشغال عن القراءة ويؤدي إلى الكسل والتراخي . إما عن النتائج من حيث الاشباع فكانت :إن الفيسبوك كشبكة اجتماعية يشبع الطلبة معرفيا ويزود الطلبة بمعرفة متعمقة بالعالم، وأيضا للفيسبوك إشباع اجتماعي حيث انه يخلق جو اجتماعي وتواصل بين الزملاء حتى في أوقات العطلات، للفيسبوك إشباع فكري حيث انه طرح أفكار جديدة للتواصل بين الطلبة وبناقشون مع بعض مناهج الدراسة والمحاضرات واكتشافهم طرق أفضل لمراجعة الدروس (٧) .

٣- استطلاع للرأي العام أجراه مركز شؤون المرأة في غزة بفلسطين، وتبين منه ان ٨٤% من المبحوثين لديهم حساب في إحدى شبكات التواصل الاجتماعي حيث بلغت نسبة الذكور ٥٢% إما نسبة الإناث فكانت ٤٨% . واحتل موقع الفيس بوك المرتبة الأولى في الاستخدام بنسبة ٨١,٢% ،وأوضح ١٧,٤% أن من العينة

الفيسبوك. وكان من أهم نتائجها: أن أبرز مصادر معرفة طلبة جامعة القاهرة والجامعة البريطانية بموقع الفيسبوك هم الأصدقاء والمعارف بنسبة ٣٦%، أن دافع التسلية والترفيه يأتي على رأس قائمة دوافع استخدام طلاب الجامعة لموقع الفيسبوك، لا توجد علاقة بين الطريقة التي يقدم بها طلاب الجامعات أنفسهم للآخرين على موقع الفيسبوك والجامعة التي يدرسون بها، وأن مشاهدة ألبومات الصور الخاصة بالأصدقاء تأتي على رأس قائمة الأنشطة التي يمارسها المبحوثون على موقع الفيسبوك بنسبة ٧٦,٥%. اتفقت مجموعة طلاب جامعة القاهرة والجامعة البريطانية (ذكور وإناث) على أن التفاعل الاجتماعي بين الأشخاص عبر موقع الفيسبوك يؤدي إلى تنمية المهارات الشخصية والخبرات الحياتية والتعامل مع الآخرين، من أهم مزايا الفيسبوك التواصل مع الأصدقاء ومواكبة ما يجري والتعرف على مزاج الأصدقاء ويجدد العلاقات بأصدقاء الماضي وإبداء الرأي الحر. (٦)

٢- دراسة بعنوان الطلاب والشبكات الاجتماعية مع التطبيق على عينة من طلبة كلية الفنون والإعلام بجامعة الفاتح في ليبيا لمستخدمين للفيسبوك كشبكة بهدف البحث في الاشباع المتحققة من جراء استخدامه.

ومعدل نجاحهم في زيادة الوعي بهذه القضية.

الإطار النظري للدراسة :

تعتمد هذه الدراسة على مدخل الاستخدامات والأشباع الذي تبلور في بداية السبعينيات من القرن الماضي ، ويعد هذا المدخل محاولة لتفسير طريقة استخدام الأفراد لوسائل الإعلام بوصفها مصدرا مهما وحيويا لإشباع حاجاتهم ومتطلباتهم^(٩)، ووفقا لهذا المدخل الذي ينظر إلى الجمهور عل أساس انه نشط وليس سلبيا يستخدم الجمهور وسائل الإعلام وليس العكس، إي إن الأفراد هم الذين يتحكمون في تعرضهم لوسائل الإعلام^(١٠)، وهنا تتنافس وسائل الإعلام مع المصادر الأخرى التي تسعى لإشباع حاجات الأفراد وأهدافهم من التعرض لوسائل الإعلام لحل مشاكلهم وإشباع حاجاتهم مثل البحث عن المعلومات والاتصال الاجتماعي والترفيه والتعليم.. الخ^(١١)، ومن هنا يختار الأفراد من مضامين وسائل الإعلام ما يتناسب مع رغباتهم، وما يشبع حاجاتهم إلى الإعلام والتسلية والتعليم الاجتماعي.

وقد شهد مدخل الاستخدامات والأشباع العديد من التطورات والتغيرات، ولم يعد يركز عليها فقط بل على الأمور النفسية والاجتماعية لإفراد الجمهور في تحديد ما

ان لديهم حساب على اليوتيوب (You Tube)، كذلك صرح ٧,٩% من عينة الاستطلاع وجود حساب لديهم على موقع تويتر و شملت الدراسة الاستكشافية ما يقارب ١٨٠ مشارك من مختلف فئات المجتمع شملت الذكور والإناث وتضمنت جهات مختلفة مثل القطاع الخاص والمنظمات الأهلية والمنظمات الحقوقية والنسوية، النقابات المهنية، وفئة الموظفين والطلاب والأكاديميين.^(٨)

فروض الدراسة:

وضع الباحث مجموعة من الفروض التي تحاول الدراسة اختبارها، وهي:

١- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى استخدام طلبة الجامعات العراقية لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية بين كل من الذكور والإناث.

٢- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في معدل النجاح في التوعية بالأزمات السياسية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بين طلاب الجامعات العراقية .

٣- توجد علاقة ارتباطية بين معدل استخدام طلاب الجامعات العراقية لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية ،

، ولا تقف الدراسات الوصفية عند حدود الوصف والتشخيص بل تتجاوز ذلك إلى وصف العلاقات السببية لأغراض اكتشاف الحقائق المرتبطة بها وتعميمها^(١٥).

منهج الدراسة :

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية المسحية والتي تستخدم المسح لجمع المعلومات وحيث أن هذا الدراسة تتناول استخدام الشباب العراقي لمواقع التواصل الاجتماعي وذلك للتعرف على هذا التعرض وأنماطه، وكذلك الوصول إلى حاجاتهم والأشباع المتحققة لهم جراء ذلك الاستخدام والعوامل المؤثرة على هذا الاستخدام. ولقد تم اختيار عينة طبقية مكونة من مائتا مفردة من الشباب العراقي بعدد متساوي من الجنسين من طلاب المرحلة الجامعية ومن بين هؤلاء الطلاب تم اختيار عينة من طلاب جامعتي بغداد وجامعة النهريين حيث يفترض بأن سائر مدن العراق تتقارب ثقافيا وفكريا لكون بغداد هي العاصمة التي تضم أفراد من المناطق المختلفة فإنها تعد ممثلة لجميع مدن العراق.

أداة الدراسة :

استعملت هذه الدراسة أداة واحدة هي أداة الاستبيان: وهو أحد الأساليب المستخدمة في جمع بيانات أولية من العينة المختارة عن

يحصل عليه الأفراد من وسائل الإعلام. اي ان هذا المدخل يعطي أهمية خاصة للجوانب الاجتماعية^(١٦) ويتمثل تطوير المدخل في دراسة الإعلام الجديد التي تعد شبكات التواصل الاجتماعي إحدى صوره منها تحديد دوافع اشباع خاصة بالإعلام الجديد، مثل استكشاف كل ما هو جديد في العالم الخارجي والتفاعل والحضور الافتراضي.

وقد طور "اليكس تان" قائمة أكثر عمومية وشمولية لحاجات الناس بالنسبة للرسائل الإعلامية وهي: حاجات معرفية، وجدانية، شخصية، اجتماعية وهروب من الواقع^(١٣)، وأكدت هذه الحاجات نجوى عبد السلام في دراستها حول أنماط ودوافع استخدام الشباب المصري لشبكة الانترنت^(١٤).

ومن هنا سيكون هذا المدخل منطلقا لدراستنا الحالية، وسيتم الاعتماد عليه للتعرف على احتياجات/ اشباعات الشباب العراقي لاحتياجاتهم.

نوع الدراسة:

تتنمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تهتم بدراسة واقع الأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها وتفسيرها، بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة، إما لتصحيح هذا الواقع أو تحديثه أو استكمالها أو تطويره

مصادقية المضمون الخبري لمواقع التواصل الاجتماعي.

الصدق والثبات :

الصدق :

و لتوفير صدق البيانات تم عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين* في ضوء توجيهاتهم تم التعديل في صياغة الأسئلة و إضافة و حذف البعض الآخر و بالتالي تحقق الصدق الظاهري للبيانات .

- كما تم إجراء اختبار فعلي لاستمارة الاستقصاء من خلال تطبيقها على عينة نسبتها ١٠% أي ما يعادل ٢٠ مفردة من الشباب من الجنسين ، و ذلك للتأكد من وضوح الأسئلة و سهولة فهمها و من ثم إعادة صياغة الاستمارة في صورتها النهائية وفقاً للملاحظات التي أوردها الباحثين .

اختبار الثبات :

تم إعادة تطبيق الاستمارة على نفس العينة من الباحثين و ذلك بعد مضي أسبوعين تقريباً من تطبيق الاستمارة، وتم حساب نسبة الثبات بين التطبيقين، وقد بلغت نسبة الثبات ٠،٨٨، وهي نسبة عالية تدل على قابلية استمارة الاستقصاء للتطبيق .

التخطيط الإعلامي في مواجهة الأزمات:

إن المهتمين بدراسة الأزمات قد التقوا عند نقطة مهمة مفادها ضرورة الاستعداد

طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المعدة سلفاً للتعرف على حقائق معينة أو وجهات نظر الباحثين أو الدوافع والعوامل المؤثرة فيهم(١٦) واستخدم الباحث استمارة الاستبيان المقنن التي تحتوي على أسئلة مغلقة فقط.

مجتمع الدراسة والعينة:

مجتمع الدراسة هو طلاب الجامعات العراقية وتم اختيار مجتمع طلاب الجامعات بصفاتهم يمثلون فئة الشباب الذين يستخدم معظمهم مواقع التواصل الاجتماعي، وهم الفئة الأكثر قدرة على التعامل مع هذه المواقع والذين يمكن أن يسهموا في استغلال هذه الوسائل في خدمة التوعية بالأزمات السياسية من خلال نشر المعلومات الصادقة عن هذه القضية بشكل فردي وجماعي.

عينة الدراسة :

تمثلت عينة هذه الدراسة في عينة عشوائية طبيعية بلغ قوامها ٢٠٠ مفردة من الشباب من (طلبة جامعتي بغداد والنهرين) من الجنسين وممن تتراوح أعمارهم ما بين (١٨-٣٥) عاماً لقدرة الأعمار الأكبر على تقديم معلومات و بيانات، وآراء صحيحة .

أداة جمع المعلومات :

تم استخدام صحيفة الاستقصاء بالمقابلة لتحقيق أهداف الدراسة و فروضها و التي اشتملت على عدة محاور للتعرف على مدى

- أصبح الإعلام المعاصر الشاشة العريضة التي تظهر عليها وتوضح وتكشف مختلف الصراعات والأزمات في المجالات كافة وهذا ما يفسر تعدد وتعمق الروابط والهوامش المشتركة بين الإعلام والعلوم والمجالات المختلفة

- يقوم الإعلام بدور مؤثر عند مواجهته للازمات وبتجاهين .

الأول : يساعد في إدارة الأزمة بفعالية ونجاح .

الثاني : يحاول الحفاظ على الصورة الايجابية للمنظمة تجاه جماهيرها الداخلية والخارجية كما تعكس أهمية وسائل الإعلام عند مواجهة الأزمة عن طريق زيادة اعتماد الجمهور عليها في معرفة تفاصيل تلك الأزمات ، فهي تمثل المصدر الرئيس للمعلومات عن الأزمة لدى الجمهور ، وأيضا في تشكيل اتجاهاته نحو الأزمة وكيفية إدارتها ، وقد أكدت الكثير من الدراسات ان الجمهور بكل فئاته يعتمد على وسائل الإعلام كمصدر رئيس لمعرفة تفاصيل الأزمات و تظهر أهمية وسائل الإعلام أيضا في مجال السيطرة على الشائعات التي تنتشر بسرعة بالغة وقت الأزمة ، والتي تكون لها تداعيات سلبية على إدارة الأزمة ، فهي غامضة لطبيعتها ومن

والتخطيط للبرامج الخاصة بالتصدي للأزمات كون ذلك يحقق الفائدة المرجوة(١٧). اذ يرى احد الباحثين انه لا يمكن التعامل مع الأزمة في إطار من العشوائية والارتجالية ، بل يجب ان يخضع التعامل مع الأزمة للمنهج الإداري السليم وحماية الكيان من أي تطورات غير محسوبة يصعب عليه احتمال ضغطها، وهو يرى أن التخطيط يعد بمنزلة الإطار العام الذي يتم في نطاق التعامل مع الأزمات وهو ما يعني التحديد المسبق لما يجب عمله، وكيفية القيام به ؟ ومتى ؟ ومن الذي سيقوم به؟(١٨).

الإعلام في الأزمات :

للإعلام دور مهم وكبير وهو أحد أسلحة العصر الحديث وأداة لصنع الأحداث والتأثير في مجرياتها وكوسيلة لنقل الأخبار لما يتمتع من قدرات هائلة تساعده على الانتقال بسرعة فائقة واجتيازه الحدود، يمكن استخدام الإعلام كأداة فعالة في إدارة الأزمات(١٩). إذ يمكننا ان نؤشر بعض النقاط التي تبين لنا أهمية الإعلام في الأزمات ومنها(٢٠):

- يشكل الإعلام المعاصر خط التماس الأول للتعامل مع الأزمة. ان آنية الإعلام وموضوعية رؤيته ومرونته وتنوعه أمور تجعله الفعالية الأكثر تأصيلا للتعاطي مع الأزمة منذ مراحلها المبكرة .

الصعب معرفة مصادرها لعدم توفر المعلومات الكافية عن الأزمة (٢٠١١).

نتائج الدراسة الميدانية :
مقدمة

يتناول هذا المبحث نتائج الدراسة الميدانية والتي تم إجراؤها على (٢٠٠) مبحوث

أولا: سمات عينة البحث :

جدول (١) يبين جنس العينة المبحوثة

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	١٠٩	٥٤,٥
أنثى	٩١	٤٥,٥
المجموع الكلي	٢٠٠	% ١٠٠

جدول رقم (٢) يمثل الجامعة التي يدرس فيها المبحوثون

جامعة بغداد		جامعة النهرين		المجموع	
ك	%	ك	%	ك	%
١١٣	٥٦,٥	٨٧	٤٣,٥	٢٠٠	١٠٠

جدول رقم (٣) يمثل المستوى الدراسي للمبحوثين

الأول		الثاني		الثالث		الرابع		المجموع	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
٦٧	٣٣,٥	٥٨	٢٩,٥	٤٤	٢٢,٥	٣١	١٥,٥	٢٠٠	١٠٠

جدول رقم (٤) يمثل نوع الكلية التي يدرس فيها المبحوثون

المجموع		إنسانية		علمية	
%	ك	%	ك	%	ك
١٠٠	٢٠٠	٥٨,٥	١١٧	٤١,٥	٨٣

ثانيا : نتائج الدراسة

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٥) يمثل أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثون

%	ك	الموقع الاستخدام
٥١,٢٨	٢٠٠	الفيسبوك
٢٠,٧٦	٨١	التويتر
١٣,٣٣	٥٢	ما سبيس
٩,٢٣	٣٦	لينكد ان
٥,٣٨	٢١	هاي فايف
١٠٠	٣٩٠	المجموع

ن = ٢٠٠

ملحوظة: أتيح للمبحوثين اختيار أكثر من بديل

يليه بفارق كبير بقية الوسائل وعلى رأسها توتير، ثم ماي سبيس ثم بقية المواقع. وتتوافق هذه النتيجة مع نتائج عدد كبير من الدراسات العربية والأجنبية التي أشارت إلى تفوق الفيسبوك على بقية مواقع التواصل

تشير بيانات الجدول السابق أن الفيسبوك كان أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً بشكل عام من قبل المبحوثين وذلك بنسبة تقترب من العدد الإجمالي للمبحوثين،

تعرضاً في أنحاء المعمورة بعد موقع جوجل .
 ويأتي التوتير بعد الفيسبوك بمسافة كبيرة،
 حيث أن هذا الموقع بدأ ينتشر في المنطقة
 العربية وبالذات نتيجة سهولة الوصول إليه
 وإرسال التعليقات من خلال الهواتف الذكية،
 وهذا الأمر زاد من متابعي التوتير في العالم،
 حيث وصل عددهم إلى أكثر من ١٠٠
 مليون مستخدم مع نهاية عام ٢٠١١م.
 استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في
 التوعية بالأزمات السياسية :

الاجتماعي بنسبة واضحة، حيث تشير نتائج
 دراسة هينريش، إلى استخدام عالي لكل فئات
 الباحثين لهذا الموقع بشكل يفوق بقية
 مواقع التواصل الاجتماعي.
 كما تؤكد الإحصائيات أن الفيسبوك ينتشر
 استخدامه بصورة متسارعة حيث تشير أرقام
 الموقع إلى أن أكثر من ٨٤٥ مليون شخص
 يستخدمون الفيسبوك في أرجاء العالم حتى
 نهاية عام ٢٠١١م ، بل إن الفيسبوك يحتل
 الآن المركز الثاني على صعيد أكثر المواقع

جدول رقم (٦) يمثل استخدام الباحثين مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية

الاستخدام	ك	%
نعم	٧٣	٣٦,٥
لا	١٢٧	٦٣,٥
المجموع	٢٠٠	١٠٠

عائداً إلى أن الشباب العراقي والعربي تنبه
 لأهمية هذه الوسائل في القضايا الوطنية
 خصوصاً بعد الدور الكبير الذي أدته في
 الثورات العربية، في حين أكد (١٢٧)
 مبحثاً وبنسبة ٦٣,٥% أنهم لا يقومون في
 التوعية بالأزمات السياسية أثناء تعرضهم
 لمواقع التواصل الاجتماعي .

تشير هذه النتائج إلى أن نسبة المهتمين
 باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في
 التوعية بالأزمات السياسية كانت إلى حد ما
 جيدة، حيث أن (٧٣) مبحثاً وبنسبة
 ٣٦,٥% يقومون بهذه التوعية أثناء
 استخدامهم لهذه المواقع التي تستخدم أساساً
 لأغراض اجتماعية، وربما كان هذا الأمر

أسباب عدم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية :

جدول رقم (٧) يمثل أسباب عدم استخدام بعض المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية

أسباب عدم الاستخدام	ك	%
أستخدمها في التواصل مع أصدقاء في موضوعات اجتماعية فقط	١٤٦	٤٣،٤٥
لا أعرف كيف أستخدمها في التوعية بالأزمات السياسية	٨٤	٢٥،٠٠
لا أعتقد بوجود فائدة من استخدامها في التوعية بالأزمات السياسية	٧٧	٢٢،٩١
ليس لدي اهتمام بهذا الأمر	٢٩	٨،٦٣
المجموع	٣٣٦	١٠٠

ن = ١٢٧

ملحوظة: أتيح للمبحوثين اختيار أكثر من بديل

نسبة تقترب من النصف أشارت إلى أنها لا تعرف كيف تستخدم هذه المواقع في التوعية بالأزمات السياسية ، وقالت نسبة مقاربة أنها لا تعتقد بوجود فائدة من استخدامها. درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية:

يتضح من الجدول السابق أن نسبة كبيرة من المبحوثين الذين لم يسبق لهم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية ، أكدوا أنهم يستخدمونها في التواصل مع أصدقاء في موضوعات اجتماعية فقط، وربما كان ذلك عائداً إلى عدم إدراكهم لإمكانية استغلالها في خدمة قضايا وطنهم وأمتهم، ومما يؤكد ذلك أن

جدول رقم (٨) يمثل درجة استخدام المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية

المتوسط الحسابي	ضعيفة جداً		ضعيفة		متوسطة		قوية		قوية جداً	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
٢,٩٤	٦,٨٤	٥	١٠,٩٥	٨	٢٨,٧٦	٢١	٣٦,٩٨	٢٧	١٦,٤٣	١٢

ن=٧٣

المبحوثين نحو ممارسة أنشطة التوعية بالأزمات السياسية هو اتجاه عالي، حيث كان معظم هؤلاء يستخدمون هذه المواقع بدرجة قوية أو متوسطة.

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن متوسط استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية بلغ ٢,٩٤ وهو متوسط جيد يؤكد أن اتجاه

مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة في التوعية بالأزمات السياسية

جدول رقم (٩) يمثل أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي استخدمها المبحوثون في التوعية

بالأزمات السياسية

الموقع	ك	%
الفيسبوك	٧٢	٧٠,٥٨
التويتر	٢٣	٢٢,٥٤
لينكد ان	٧	٦,٨٦
المجموع	١٠٢	١٠٠

ن = ٧٣

ملحوظة: أتيح للمبحوثين اختيار أكثر من بديل

جاء الفيسبوك في مقدمة المواقع التي يستخدمها المبحوثون في التوعية بالأزمات السياسية وجاء بعده بفارق كبير التوتير ثم ولينكد إن، فيما لم يستخدم أحد من المبحوثين بقية مواقع التواصل الاجتماعي، وتتوافق هذه النتيجة مع نتائج استخدام هذه المواقع بشكل عام.

الأساليب المستخدمة في مواقع التواصل الاجتماعي للتوعية بالأزمات السياسية

جدول رقم (١٠) يمثل الأساليب التي استخدمها المبحوثون في مواقع التواصل الاجتماعي للتوعية بالأزمات السياسية

الأساليب	ك	%
الصور	٦٩	٣٤،١٥
النقاشات والتعليقات	٤١	٢٠،٢٩
الفيديوهات	٣٣	١٦،٣٣
استطلاعات الرأي	٢٨	١٣،٨٦
روابط المقالات	١٧	٨،٤١
روابط المواقع	١١	٥،٤٤
أخرى	٣	١،٤٨
المجموع	٢٠٢	١٠٠

ن=٧٣

ملحوظة: أتيح للمبحوثين اختيار أكثر من بديل

وبالذات في حالة قضية معقدة وتعاني من الأفكار الخاطئة ، وهي من أبسط وأقوى الوسائل للتعبير عن معاناة الشعب العراقي وتصحيح الأفكار الخاطئة عنه.تلا الصورة ويفارق كبير النقاشات والتعليقات، وينسبة قريبة الفيديوهات، وجاءت مقاطع الفيديو في

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن الصور كانت أكثر الوسائل التي استخدمها المبحوثون في التعبير عن الأزمات السياسية ، والتوعية بالأزمات السياسية وذلك بنسبة عالية جداً، ومن المعروف أن الصورة هي أحد أهم الأساليب في التعبير عن الفكرة

الإعلام الجديد خلال الثورات العربية والتي وصلت لحد استعانة الفضائيات بهذه المقاطع المصورة التي عبرت عن لقطات حاسمة في هذه الثورات. جاء بعد ذلك استطلاعات الرأي ثم روابط المقالات وروابط المواقع، ثم أخرى بنسبة بسيطة، ومن أمثلة أخرى المناسبات ومقاطع الصوت.

مرتبة متقدمة لأنها تستطيع تقديم صورة حية عن قضايا الشعب العراقي ، وقد برزت أهمية مقاطع الفيديو بعد تطور استخدام أجهزة الهواتف المحمولة على يد المواطنين العاديين في التقاط هذه المقاطع والأثر الكبير الذي أحدثته المقاطع التي تم تحميلها على مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل

الأزمات السياسية التي استخدمت مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بها:

جدول رقم (١١) يمثل أهم الأزمات السياسية التي استخدم المبحوثون مواقع التواصل الاجتماعي

في التعريف بها

القضايا	ك	%
الحرب على الإرهاب	٦٦	٢٩,٧٢
أزمة إقليم كردستان	٥١	٢٢,٩٧
المهجرين وحق العودة	٤٧	٢١,١٧
السجناء والمعتقلين	٣٢	١٤,٤١
حقوق الإنسان	١٧	٧,٦٥
الشهداء والجرحي	٩	٤,٠٥
المجموع	٢٢٢	١٠٠

=ن

ملحوظة: أتيح للمبحوثين اختيار أكثر من بديل

الاجتماعي، وذلك بنسبة تزيد عن ٢٩,٧٢% من المبحوثين، وتفوقت في ذلك على قضية أزمة إقليم كردستان التي جاءت في المرتبة

جاءت الحرب على الإرهاب في مقدمة القضايا التي حاول المبحوثون توعية الجمهور بها من خلال مواقع التواصل

أن المبحوثين من جيل الشباب في العراق والذي عانى كثيراً من الإرهاب ، وامتدت آثاره لتشمل جميع مناحي الحياة في العراق. أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية

الثانية، تلاها بنسبة متقاربة قضية المهجرين وحق العودة وقضية السجناء والمعتقلين، وتلاها قضايا حقوق الإنسان، وفي مرتبة متأخرة قضايا الشهداء والجرحى . ويعتقد الباحث أنه من الطبيعي أن تنصدر قضية الحرب على الإرهاب القضايا التي يحاول المبحوثون توعية الجمهور بها، حيث

جدول رقم (١٢) يمثل أسباب استخدام المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية

الأسباب	ك	%
الوصول إلى أماكن مختلفة في أرجاء العالم	٦١	٣٦،٣٠
الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور	٤٨	٢٨،٥٧
التحديث المستمر وزيادة المعلومات وتطويرها	٣٩	٢٣،٢١
التغلب على عقبات ضيق الوقت والمكان وتناثر الجمهور	١٦	٩،٥٢
أخرى	٤	٢،٣٨
المجموع	١٦٨	١٠٠

ن=٧٣

ملحوظة: أتيح للمبحوثين اختيار أكثر من بديل

الهائلة لهذه المواقع والتي جعلت من السهل على الأفراد استخدامها للتواصل مع أفراد آخرين في أنحاء المعمورة، والتواصل مع أعداد كبيرة من الجماهير، فعلى سبيل المثال يقترب عدد مشتركين صفحة (كلنا خالد سعيد) على الفيسبوك -والتي يعتقد أنها هي

يعتقد أغلب المبحوثين أن السبب الأساسي في استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية يرجع إلى أنها تتيح لهم الوصول إلى أماكن مختلفة في أرجاء العالم، وإلى الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور. وهذا يوضح الإمكانيات

التي دعت إلى ثورة ٢٥ يناير في مصر - درجة نجاح مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية من مليوني مشترك.

جدول رقم (١٣) يمثل درجة نجاح المبحوثين في التوعية بالأزمات السياسية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

المتوسط الحسابي		ضعيفة جداً		ضعيفة		متوسطة		قوية		قوية جداً
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
٢،١٧	١٧،٨٠	١٣	٢٦،٠٢	١٩	٣٤،٢٤	٢٥	١٦،٤٣	١٢	٥،٤٧	٤

ن=٧٣

إلى وقت أطول وجهد أكبر ووسائل متنوعة أكثر، إلا أن وجود هذا النجاح المتوسط يعد في حد ذاته إنجازاً لهؤلاء الشباب بالنظر إلى أن هذا هو جهد فردي غير منسق ويستخدم وسائل غير تقليدية ويصل لأنحاء متباعدة في العالم.

طبيعة نجاح مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية

تشير بيانات الجدول السابق أن المبحوثين يعتقدون أنه رغم جهودهم في التوعية بالأزمات السياسية، ورغم الإمكانيات الكبيرة لمواقع التواصل الاجتماعي إلا أن نجاح هذه الجهود كان متوسطاً، حيث كان المتوسط الحسابي للنجاح حسب المبحوثين ٢،١٧، وربما كان هذه الأمر عائداً إلى أن تغيير صورة ذهنية عن قضية مركزية وطويلة ومعقدة مثل الأزمات السياسية، ربما يحتاج

جدول رقم (١٤) يمثل طبيعة نجاح المبحوثين في التوعية بالأزمات السياسية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

طبيعة النجاح	ك	%
تغيير وجهة نظر الجمهور حول الأزمات السياسية	٦٣	٥٠,٨٠
زيادة المعرفة بالأزمات السياسية	٤١	٣٣,٠٦
انضمام الجمهور لجهود التعريف بالأزمات السياسية	١٤	١١,٢٩
مشاركة الجمهور في فعاليات تطالب بحل الأزمات السياسية	٦	٤,٨٣
المجموع	١٢٤	١٠٠

ن=٧٣

ملحوظة: أتيح للمبحوثين اختيار أكثر من بديل

فعاليات، وهذا يعني أن المشاركة الإيجابية للجمهور ليست سهلة ولا يمكن تحقيقها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي لوحدها، وإن كان وجود بعض المشاركة الإيجابية من الجمهور هو نجاح جيد للمبحوثين.

معوقات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية

تمثلت طبيعة النجاح التي تحققت من جهود المبحوثين في التوعية بالأزمات السياسية ، من خلال مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير وجهة نظر الجمهور حول الأزمات السياسية ، ثم زيادة المعرفة بالأزمات السياسية ، وهو نجاح سلبي، حيث تمثل في اتجاهات الجمهور فقط من تغيير الأفكار أو اتجاهها، تلا ذلك نجاح إيجابي قليل تمثل في انضمام الجمهور لجهود التعريف بالأزمات السياسية ، ثم مشاركتهم في

جدول رقم (١٥) يمثل معوقات استخدام المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية

المشاكل والمعوقات	ك	%
ضعف التنظيم وعدم توحيد الجهد الفردي	٦٦	٤٦،٨٠
ضعف ثقة الجمهور بالمعلومات المنشورة في هذه الوسائل	٤٣	٣٠،٤٩
عدم اهتمام الآخرين بالتعرف على الأزمات السياسية	٢٧	١٩،١٤
قلة مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي نسبةً إلى الجمهور	٥	٣،٥٤
المجموع	١٤١	١٠٠

ن=٧٣

ملحوظة: أتيح للمبحوثين اختيار أكثر من بديل

من الجمهور العادي وليس من مؤسسات إعلامية تحظى بثقة الجمهور، ثم عدم اهتمام الآخرين بالتعرف على الأزمات السياسية ، وأخيراً قلة مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي نسبةً إلى الجمهور .
اقتراحات تطوير دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية

يرى أغلب المبحوثين أن ضعف التنظيم وعدم توحيد الجهد الفردي كان في مقدمة المشاكل والمعوقات التي واجهتهم خلال استخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية ، تلاها وينسبة كبيرة ضعف ثقة الجمهور بالمعلومات المنشورة في هذه الوسائل، وهو ما يمكن تفسيره بأن وسائل الإعلام الجديدة لم تحز بثقة الجمهور بعد نتيجة أنها تأخذ معلوماتها

جدول رقم (١٦) يمثل اقتراحات المبحوثين لتطوير دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية

اقتراحات التطوير	ك	%
توحيد الجهد الفردي والتنسيق وزيادة التواصل مع الشباب الآخرين	٦١	٤٨,٠٣
إعداد خطة إستراتيجية من الجهات الرسمية	٣٢	٢٥,١٩
الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي باللغة الإنجليزية	٢١	١٦,٥٣
زيادة الدورات التدريبية والتعليمية للشباب على هذه الوسائل	١١	٨,٦٦
رفع كفاءة الإنترنت وخدماتها المختلفة في الوطن	٢	١,٥٧
المجموع	١٢٧	١٠٠

ن=٧٣

ملحوظة: أتيح للمبحوثين اختيار أكثر من بديل

ويتضح ذلك من اختلال ضعف التنظيم وعدم توحيد الجهد الفردي لقمة المشاكل التي يعاني منها المبحوثون ، وتتوافق مع الاقتراح الذي حصل على المرتبة الثانية وهو إعداد خطة إستراتيجية من الجهات الرسمية وهو ما يؤكد الحاجة إلى تبني الجهات الرسمية للجهد الفردي.

جاء توحيد الجهد الفردي والتنسيق وزيادة التواصل مع الشباب الآخرين في مقدمة اقتراحات المبحوثين لتطوير الدور الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية ، وذلك بنسبة ، وتؤكد هذه النتيجة أن المبحوثين يعتقدون أن جهودهم يحتاج إلى توجيه وتنسيق ومتابعة،

الفرض الأول : توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى استخدام طلبة الجامعات العراقية لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية بين كلٍ من الذكور والإناث:ثبت صحة

نتائج اختبار فروض الدراسة :

يتناول هذا المبحث اختبار فروض الدراسة الميدانية لاستخدام طلاب الجامعات العراقية لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية.

الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى استخدام طلبة الجامعات العراقية لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية بين كل من الذكور والإناث، وتم التحقق من ذلك باستخدام اختبار معامل T. Test، كما نلاحظ في الجدول الآتي:

جدول رقم (١٨) اختبار (T) لبيان معنوية الفروق في مستوى استخدام طلبة الجامعات العراقية لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية بين الذكور والإناث

المجموعات	العدد	معدل الاستخدام	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة (ت)	مستوى المعنوية
الذكور	٤١	٣،١٣	١،٠٢٤	٧١	٣،٤٤٤	٠،٠٠١
الإناث	٣٢	٣،٨٢	٠،٦٥١			

مستوى المعنوية دال إحصائياً عند مستوى ٠،٠١

من الإناث، إلا أن نتيجة اختبار الفرض تؤكد أن العدد لا يعني درجة أعلى من النشاط، وتتوافق هذه النتيجة مع اختلاف معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية عن معدل نجاحهم في هذه التوعية.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في معدل النجاح في التوعية بالأزمات السياسية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بين طلاب الجامعات العراقية: ثبت عدم صحة الفرض، وتم التحقق من ذلك باستخدام معامل تحليل التباين (ANOVA)، كما نلاحظ في الجدول الآتي:

تشير النتائج السابقة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى استخدام طلبة الجامعات العراقية لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية بين الذكور والإناث، والفروق لصالح الإناث، حيث وصلت قيمة (ت) إلى (٣،٤٤)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠،٠٠١)، ودرجة حرية (٧١)، مما يؤكد على أن الطالبات يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الطلاب في التوعية بالأزمات السياسية. ورغم أن عدد المشاركين في نشاطات التوعية بالأزمات السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي من الذكور أكبر

جدول رقم (١٩) معامل تحليل التباين (ANOVA) لبيان معنوية الفروق في معدل النجاح في التوعية بالأزمات السياسية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بين طلاب الجامعات العراقية

الجامعات	العدد	متوسط معدل النجاح	الانحراف المعياري	درجتي الحرية	قيمة (ف)	مستوى المعنوية
بغداد	٤٢	٢,٦٤	١,٠٨١	٧١	١,٧٢٣	٠,١٥٥
النهريين	٣١	٢,٢١	١,٢٠٩			
المجموع	٧٣	٢,٣٢	١,١٢٤	٧١	١,٧٢٣	٠,١٥٥

مستوى المعنوية دال إحصائياً عند مستوى ٠,٠٥

بالأزمات السياسية ، ومعدل نجاحهم في زيادة الوعي بهذه القضية:ثبت عدم صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية بين معدل استخدام طلاب الجامعات العراقية لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية ، ومعدل نجاحهم في زيادة الوعي بهذه القضية، وتم التحقق من ذلك من خلال الجدول الآتي:

تؤكد هذه النتيجة أنه لا اختلاف بين الطلاب في الجامعات العراقية حول استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية ، وهو أمر طبيعي لأن الحس الوطني الذي يدفعهم لهذا الأمر لا يختلف بين أبناء الشعب العراقي .
الفرض الثالث : توجد علاقة ارتباطية بين معدل استخدام طلاب الجامعات العراقية لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية

جدول رقم (٢٠) العلاقة بين معدل استخدام طلاب الجامعات العراقية لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية ، ومعدل نجاحهم في زيادة الوعي بهذه القضية

معدل النجاح		المتغير
مستوى المعنوية	قيمة معامل بيرسون	
٠,٧١٤	٠,٠٢٧	معدل استخدام طلاب الجامعات العراقية لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية

* مستوى المعنوية دال إحصائياً عند مستوى ٠,٠١

التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية إلى ٣٦,٥% من إجمالي الباحثين.

٣- تمثلت أهم أسباب عدم استخدام نسبة من الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية ، في أنهم يستخدمونها في التواصل مع أصدقاء في موضوعات اجتماعية فقط، وعدم معرفتهم بكيفية استخدامها في التوعية بالأزمات السياسية ، ثم عدم الاعتقاد بوجود فائدة من استخدامها في ذلك.

٤- كان متوسط استخدام الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية بلغ ٢,٩٤ وهو متوسط جيد.

٥- كانت أكثر الوسائل التي استخدمها الباحثون في التعبير عن المعاناة التي يعيشها الشعب العراقي ، هي الصور بنسبة عالية جداً، تلاها بفارق كبير النقاشات والتعليقات، وبنسبة قريبة الفيديوهات، وجاء بعد ذلك استطلاعات الرأي ثم روابط المقالات وروابط المواقع.

٦- احتل الحرب على الإرهاب مقدمة القضايا التي حاول الباحثون توعية الجمهور بها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بنسبة تزيد عن من الباحثين ٢٩,٧٢، وتفوقت في ذلك على

تشير نتائج المعاملات الإحصائية في الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة ارتباطية بين معدل استخدام طلاب الجامعات العراقية لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية ، ومعدل نجاحهم في زيادة الوعي بهذه القضية، وقد بلغت قيمة معامل بيرسون للارتباط ٠,٠٢٧ وهي قيم غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠,٧١٤) مما يدل على عدم وجود علاقة ارتباطية.

حيث أن هذا الأمر نابع من كون مستوى الجهود المبذولة الكبير لا يعني بأي حال من الأحوال نفس المستوى من النجاح والذي يتطلب جهوداً أكثر، وإمكانيات أوسع، وتنسيق أكبر، وإن كان هذا لا يلغي النجاح المتحقق من هذه الجهود الفردية.

نتائج الدراسة :

١- جاء الفيسبوك بالمرتبة الأولى كأكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً بشكل عام من قبل الباحثين، يليه بفارق كبير بقية الوسائل وعلى رأسها تويتر، ثم ماي سبيس ثم بقية المواقع، أما في مجال التوعية بالأزمات السياسية فجاء الفيسبوك أيضاً في المقدمة، وجاء بعده بفارق كبير التويتر ثم ولينكد إن.

٢- وصلت نسبة المهتمين باستخدام مواقع

مقدمة المشاكل والمعوقات التي واجهتهم خلال استخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية ، تلاها وبنسبة كبيرة ضعف ثقة الجمهور بالمعلومات المنشورة في هذه الوسائل، ثم عدم اهتمام الآخرين بالتعرف على الأزمات السياسية ، وأخيراً قلة مستخدمي وسائل الإعلام الاجتماعي نسبةً إلى الجمهور .

١١- جاء توحيد الجهد الفردي والتنسيق وزيادة التواصل مع الشباب الآخرين في مقدمة اقتراحات الباحثين لتطوير الدور الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية ، وذلك بنسبة ٤٨,٠٣%، تلاه إعداد خطة إستراتيجية من الجهات الرسمية وهو ما يؤكد الحاجة إلى تبني الجهات الرسمية للجهد الفردي .

١٢- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى استخدام طلبة الجامعات العراقية لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية بين الذكور والإناث، لصالح الإناث .

١٣- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات العراقية في معدل النجاح في التوعية بالأزمات السياسية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي .

١٤- عدم وجود علاقة ارتباطية بين

قضية أزمة إقليم كردستان التي جاءت في المرتبة الثانية، تلاها بنسبة متقاربة قضية المهجرين وحق العودة وقضية السجناء والمعتقلين، وجاءت قضايا الشهداء والجرحى في مرتبة متأخرة .

٧- يعتقد أغلب الباحثين أن السبب الأساسي في استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية يرجع إلى أنها تتيح لهم الوصول إلى أماكن مختلفة في أرجاء العالم، وإلى الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور .

٨- يعتقد الباحثون أن نجاح جهودهم في التوعية بالأزمات السياسية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي كان متوسطاً، حيث كان المتوسط الحسابي للنجاح حسب الباحثين ٢٠,١٧ .

٩- تمثلت طبيعة النجاح التي تحققت من جهود الباحثين في التوعية بالأزمات السياسية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير وجهة نظر الجمهور حول الأزمات السياسية ، ثم زيادة التأييد للأزمات السياسية ، ثم انضمام الجمهور لجهود التعريف بالقضية، ثم مشاركتهم في فعاليات مؤيدة للقضية .

١٠- يرى أغلب الباحثين أن ضعف التنظيم وعدم توحيد الجهد الفردي كان في

هائل على الجمهور، وزيادة التنسيق والتعاون بين الأفراد والمؤسسات المختلفة لضمان عدم تشتت الجهود وضياعها.

٤-التنوع في الأساليب المستخدمة في مواقع التواصل الاجتماعي من صور وملفات الفيديو واستطلاعات الرأي والنقاشات، والروابط المختلفة والصوت.

٥-الاستفادة من وسائل الإعلام الجديد التي تستخدم اللغة الإنجليزية وغيرها من خلال النشطاء المتحدثين بهذه اللغات للوصول إلى جماهير غير ناطقة بالعربية.

٦- تركيز الجهود على التوعية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بالقضايا المهمة للشعب العراقي مثل الإرهاب، والانتخابات، والهجرة والمهجرين،والفساد الإداري .

معدل استخدام طلاب الجامعات العراقية لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية ، ومعدل نجاحهم في زيادة الوعي بهذه القضية.

ثانياً: توصيات الدراسة:

١- إعداد خطة إستراتيجية من المسؤولين لكيفية استغلال هذه الوسائل رسمياً وشعبياً لخدمة قضية الأزمات السياسية.

٢- توعية الشباب بخطورة وسائل الإعلام الجديد وأهميتها في التعريف بقضية الأزمات السياسية ، وتعليمهم بكيفية استغلالها لمصلحة الشعب العراقي .

٣-تركيز النشاط الفردي والمؤسستي على وسائل الإعلام الجديد لما لها من قدرة وتأثير

مصادر البحث وهوامشه :

- ١- بن رحومة، علي ميلاد، علم الاجتماع الآلي ، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والآداب والفنون ، الكويت. ٢٠٠٢، ص ١١٢.
- ٢- الحسيني، عبد الرحمن ، خدمات شبكات التواصل الاجتماعي . فتح بتاريخ ٢٠١٢/٢/٩ .
www.almustagbal.com/node/781
- ٣) Yu-Chug Chen, "Learning styles and adopting face book technology", IEEE, 2011.
- ٤- عباس صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان. ٢٠٠٨، ص ١٥.
- ٥- عبد الله الرعود، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين"، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الشرق الأوسط : كلية الإعلام ، ٢٠١٢، ص ٧٤.
- ٦- نرمين خضر، الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية: دراسة على مستخدمي الفيسبوك. بحث مقدم للمؤتمر العلمي الأول بعنوان:
- الأسرة وتحديات العصر ١٥-١٧ فبراير. جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠٠٩.
- ٧-صالحة أدماري ، الطلاب ولشبكات الاجتماعية : دراسة ميدانية في استخدامات اشباعات طلاب كلية الفنون، ٢٠١٠.
- alola.maktoobblog.com بتاريخ ٢٠١٢/١٢/٥.
- ٨- مركز شؤون المرأة استطلاع للرأي العام حول شبكات التواصل الاجتماعي، غزة، ٢٠١١، اجري بتاريخ ٢٠١١/٧/٢
www.wac.org.ps/
- ٩- Katz, et al., " Utilization of Mass Media by individuals". In Bulmer and Katz (ed.), **The uses of Mass Communication.** London, Faber2 Faber, 1974.
- ١٠- McQuail, et al. "The Television Audience: A Revised Perspective". In Mc Quai(ed.), **Sociology of Mass Communication.** Harmon worth, Penguin, 1972
- 11- McQuai. D, **Mass Communication Theory.**

- ٣- أ.د. وهيب مجيد الكبيسي/ قسم علم النفس/ كلية الآداب/ جامعة بغداد.
- ٤- أ.د. جليل وادي حمود/ كلية الفنون الجميلة/ جامعة ديالى .
- ٥- أ.م.د. عمار طاهر / قسم الإذاعة والتلفزيون/ كلية الأعلام/ جامعة بغداد.
- ١٦- محمود يوسف، دراسة في العلاقات العامة المعاصرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٢، ص ٩٣ .
- ١٧- أيمن منصور ، الصورة الإعلامية والقرارات السياسية لتكوين العلاقات المتبادلة ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، العدد الثاني ، المجلد الثاني، ٢٠٠١ ، ص ٢٨٣ .
- ١٩- ماجد سلام ألهمي، باسم محمد، مبادئ إدارة الأزمات الإستراتيجية والحلول، دار زهران للنشر والتوزيع عمان، ٢٠٠٧ . ص ١٣٦ .
- ٢٠- عبد الرزاق الدليمي ، إشكاليات الأعلام والأفعال في العالم الثالث ، دار كتب الرائد العلمية للنشر ، عمان ، ٢٠٠٤ ، ص ١٤٩ .
- ٢١- منى صلاح الدين شريف ، إدارة الأزمات الوسيلة للبقاء ، دار البيان للنشر ، القاهرة ، ١٩٨٨ ، ص ١٩٧ .

London, Sage Publication Ltd.

1987

- ١١- عصام سليمان الموسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، الطبعة السادسة، عمان، إثراء للنشر والتوزيع. ٢٠٠٩، ص ٢٣.
- ١٢- محمد الموسوي، النظرية الإعلامية، جامعة البحرين، كلية التربية، ٢٠٠٤، ص ٨٣.
- ١٣- نجوى عبد السلام، أنماط ودوافع استخدام الشباب المصري لشبكة الانترنت، المؤتمر العلمي الرابع: الإعلام وقضايا الشباب، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ١٩٩٨، ص ١٦.
- ١٤- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٠، ص ١٥٣.
- ١٥- سمير محمد حسين، بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ. ط ٣. القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٦، ص ١٧٨.
- وهؤلاء المحكمين هم كل من:
- ١- أ.د. وسام فاضل راضي/ قسم الإذاعة والتلفزيون/ كلية الأعلام/ جامعة بغداد.
- ٢- أ.د. علي جبار أشمري/ قسم العلاقات العامة/ كلية الأعلام/ جامعة بغداد.

