



ISSN: 1999-5601 (Print) 2663-5836 (online)

Lark Journal

Available online at: <https://lark.uowasit.edu.iq>



*Corresponding author:

**Lecturer Abdul Kadhum
Muhammad Aswaid**

Faculty of Arts and Humanities,
Department of Media, AL –
MUSTAQBAL University

Email:

abdulkadhim.mohammed.iswayid@uomus.edu.iq

Keywords:

Levels, usage, Facebook, the
results achieved

ARTICLE INFO

Article history:

Received 19Mar 2024
Accepted 30 Mar 2024
Available online 1 Apr 2024



**Levels of Facebook usage among Al-Mustaqbal
University students /Department of Media and
the results achieved. -Survey study -**

A B S T R U C T

Social media platforms, especially the Facebook application, have become very popular among various segments of society. Because of its wide fame on the global level, it has become one of the most used sites in the world, as it has taken control of what was known in sociology as the third place.

Social media platforms, including the Facebook application, have attracted the attention of Iraqis greatly in recent decades through use and subscription.

This study aims to determine the level of use of the Facebook application by students of the Department of Mass Communication at Future University, and to know the motives for use and the satisfactions achieved as a result of use.

This research is considered one of the descriptive analytical research. The researcher relied on the survey method and used a questionnaire form consisting of eleven questions that were distributed to the user audience, students of the Media Department, to collect information that achieves the research objectives.

The results of the research showed that males (46%) are more likely to use the Facebook application than females, with the percentage of females being (39%). Also, male students from the research sample are more free than females in practicing their lives by choosing the paragraph (all of the above) with a percentage of (49.21%), while the paragraph (at home) came in first place with a percentage of (42.86%). The use of the Facebook application was identical (depending on circumstances) for males and females, as the ranking according to circumstances came in first place for males, with a percentage of (75%) and a percentage of (71%) for females. The students of the Mass Communication Department use Facebook incorrectly and have moved away from positive use in benefiting from this technology to develop themselves and increase their information. The paragraph (messages and conversations in audio and video) came in first place for males, with a number of repetitions (68) and a percentage of (15.01%), while the paragraph came in first place for males, with a number of repetitions (68) and a percentage of (15.01%). (Chat) ranked first with a number of repetitions (73) and a percentage of (18.53%). It became clear that there were statistically significant differences at a significant level (0.01) between the motives for exposure and the gender (male - female).

© 2024 LARK, College of Art, Wasit University

مستويات استخدام طلبة قسم الاعلام في جامعة المستقبل للفيس بوك والاشباعات المتحققة

مدرس عبد الكاظم محمد اسويد/ كلية الآداب والعلوم الانسانية – قسم الاعلام - جامعة المستقبل

الخلاصة:

أضحت منصات التواصل الاجتماعي وبالخصوص تطبيق الفيس بوك مما يحظى بإقبال كبير من مختلف شرائح المجتمع. بسبب شهرتها الواسعة على المستوى العالمي، بل أضحت من المواقع الأكثر استخداماً في العالم، إذ إنها أخذت تسيطر على ما كان يعرف في السيسولوجيا بـ المكان الثالث. وأخذت منصات التواصل الاجتماعي ومنها تطبيق الفيس بوك يجذب اهتمام العراقيين وبشكل كبير في العقود الأخيرة وذلك بالاستخدام والاشتراك.

وتأتي هذه الدراسة من أجل معرفة مستوى استخدام طلبة قسم الاعلام في جامعة المستقبل لتطبيق الفيس بوك ومعرفة دوافع الاستخدام والاشباعات التي تحققت من جراء الاستخدام.

ويعد هذا البحث من ضمن البحوث الوصفية التحليلية، واعتمد الباحث على منهج المسح، واستخدم استمارة استبانة تكونت من أحد عشر سؤالاً جرى توزيعها على الجمهور المستخدمين من طلبة قسم الاعلام لجمع المعلومات التي تحقق اهداف البحث.

ووصلت نتائج البحث الى ان الذكور بنسبة (46%) أكثر استخداماً من الاناث لتطبيق الفيس بوك؛ إذ جاءت نسبة الاناث (39%). كما ان الطلبة الذكور من عينة البحث هم الاكثر حرية من الاناث في ممارسة حياتهم باختيارهم لفقرة (كل ما ذكر) بنسبة (49.21%)، في حين جاءت فقرة (في المنزل) بالترتيب الاول بنسبة (42.86%). وتطابق الاستخدام لتطبيق الفيس بوك (بحسب الظروف) لدى الذكور والاناث؛ إذ جاء ترتيب حسب الظروف لدى الذكور بالترتيب الاول بنسبة (75%) وبنسبة (71%) بالنسبة للإناث. وان طلبة قسم الاعلام يستخدمون الفيس بوك بشكل خاطئ وابتعدت عن الاستخدام الإيجابي في الافادة من هذه التقنية لتطوير ذاتهم وزيادة معلوماتهم؛ إذ جاءت فقرة (الرسائل والمحادثات بالصوت والصورة) بالترتيب الأول بالنسبة للذكور وبعدها من التكرارات (68) بنسبة (15.01%) في حين جاءت فقرة (الدرشة) بالترتيب الأول بعدد التكرارات (73) وبنسبة (18.53%) واتضح انه توجد فروق دالة احصائياً عند مستوى معنوية (0,01) بين دوافع التعرض ونوع الجنس (ذكر – أنثى).

الكلمات المفتاحية: مستويات- استخدام- الفيس بوك- الاشباعات المتحققة

المقدمة :

في العقود الاخيرة ونتيجة للتطورات التكنولوجية في عالم الاتصال، اثار اهتمام العالم نوعا من التواصل الاجتماعي الذي قرب المسافات بين المجتمعات، والغى الحدود وزواج بين افراد المجتمعات من خلفيات مختلفة، والعراق بوصفه واحداً من مجتمعات العالم المعاصر الذي سعى الى استخدام التقنيات الرقمية والافادة من المميزات التي تمنحها هذه التقنية في الاتصالات وفي الميادين كافة .

وتطبيق الفيس بوك هو احدى وسائل التواصل الاجتماعي ، وهو يحظى بشهرة واسعة واستخدام أكثر في مجتمعنا العربي على وجه الخصوص، إذ لم يقتصر على فئة او شريحة من المجتمع وانما اصبح متاحاً لجميع الشرائح والفئات بغض النظر عن العمر او المهنة أو المرحلة الدراسية ، (اسويد، 2016، ص8) ، وبالرغم من الانتقادات الشديدة التي يتعرض لها الفيس بوك ومدى تأثيره السلبي والمباشر على الفرد والعلاقات الاسرية، يعد من افضل الوسائل في تقريب وجهات النظر مع الاخرين والاطلاع على ثقافات المجتمعات المختلفة، ومن أكثر التطبيقات زيارة في العالم، حتى إنه أصبح يحتل على ما كان يعرف في علم السيسولوجيا ب المكان الثالث أي المكان الذي يلجأ إليه الفرد بعد مكانه الأول (البيت) ومكانه الثاني (العمل أو المدرسة أو الجامعة) ؛ إذ أصبح المكان الثالث مكاناً اليكترونياً بامتياز(بن رحومة، 2002، ص30).

والفيس بوك هو تطبيق يتيح للمستخدمين إنشاء ملفات شخصية، وإضافة مستخدمين جدد ليكونوا أصدقاء له، ويتبادل معهم مشاركة المعلومات والرسائل ومقاطع الفيديو، كما يسمح تطبيق الفيس بوك للأعضاء المشتركين على شكل مجموعات ولهم اهتمامات ومصالح مشتركة، في المشاركة ببعض الألعاب البسيطة على الإنترنت.

وتظهر الإحصاءات العالمية والمنشورة على NEWS B B C عربي والمنشورة في 4 فبراير/ شباط 2024 الى ارتفاع عدد المشاركين في تطبيقات التواصل الاجتماعي الفيس بوك وتزايد الاهتمام بها، اذ بلغ عدد الذين يستخدمون الفيس بوك أكثر من ملياري شخص، اي ما يقارب ربع سكان العالم والبالغ عددهم سبعة ونصف مليار نسمة وتصدرت مصر الدول العربية ضمن أكبر 20 دولة في العالم بعدد المستخدمين بـ 42 مليون مستخدم (فريق التحرير، 2023). وحافظ تطبيق الفيس بوك على شعبيته والصدارة في عدد الزوار المستخدمين النشطين من بين 7 منصات للتواصل الاجتماعي وفقاً للبيانات التي جمعتها " World Of Statistics"(العربية نت، 2023). وفي العراق يعد الفيس بوك من أكثر التطبيقات استخداماً، متقدماً بذلك على كثير من المواقع العالمية مثل كوكل واليوتيوب والياهو ووندوز لايف.

وتتميز تطبيقات التواصل الاجتماعي بالعديد من الخصائص الاساسية مثل انشاء الملفات الشخصية/ (Profile Page) والأصدقاء (Friends) / العلاقات Connections / وألبومات الصور والمجموعات والصفحات.

ان فئة شريحة الطلبة هي من أكثر فئات المجتمع تأثرًا بعمليات الغزو والتأثير الثقافي؛ من جراء الانفجار المعرفي الكبير، وتطور وسائل الإعلام الجماهيري، وبالخصوص الفضاء الإلكتروني، الذي يعد المصدر الاساس للمعلومات والتعلم في زمن العولمة الإعلامية.

الفصل الأول : الإطار المنهجي:

● مشكلة الدراسة :

كشفت الإحصاءات العالمية ان هناك زيادة في عدد المستخدمين لتطبيقات التواصل الاجتماعي في جميع انحاء العالم، مع التنوع غير المسبوق في مضامينها الخاصة والعامة ، وأصبح استخدامها بين فئات الجمهور واضحًا بشكل عام وشريحة الطلبة بشكل خاص.

وشهد العراق ما بعد عام 2003 الكثير من التغييرات الجذرية وفي كل مناحي الحياة مما انعكس بشكل أو بآخر على المواطن العراقي من بينها مسألة التواصل فيما بين أفراد المجتمع، وقد كان لاستخدام الأنترنت والمواقع الإلكترونية النصيب الاكبر في استخدام هذه الوسائل للتخاطب ومعرفة آخر الأخبار والتطورات. وأجريت العديد من الدراسات التي قام بها باحثون حاولوا معرفة مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على شريحة الطلبة، ومنها دراسة سحر احمد غريب (2019)، ودراسة عبد السلام الاشهب (2017)، ودراسة شيخ فاطمة (2016)، ودراسة عبد القادر صالح الحديثي (2015)، ودراسة الهوارى، لمياء صالح (2015)، ودراسة سامي أحمد شناوي ومحمد خليل عباس (2014)، ودراسة عبد الكريم سعودي (2014)، ودراسة خديجة عبد العزيز على إبراهيم (2014)، ودراسة حنان بنت شعشوع الشهري (2013).

نعم ان وسائل التواصل الاجتماعي ومنها الفيس بوك قد انتشرت بين مختلف شرائح مجتمعنا العراقي وما ولحظ الباحث ان تطبيق الفيس بوك يزداد انتشارًا يومًا بعد يوم، لا سيما بين مجتمع الطلبة ويتنوع استخدامه ما بين ما هو ايجابي وما هو سلبي. ومن هنا تتحدد مشكلة الدراسة في قياس مستوى استخدام طلبة قسم الاعلام في جامعة المستقبل للفيس بوك والاشباكات المتحققة منه.

● أهداف الدراسة :

تسعى الدراسة الى التعرف عن مستوى استخدام طلبة المرحلة الجامعية في جامعة المستقبل لتطبيق الفيس بوك والاشباكات التي تتحقق لهم نتيجة الاستخدام، وما الدوافع من وراء هذا الاستخدام، سواء كانت دوافع نفعية أم طقوسية، ويهدف البحث الى التعرف على أفضل الأماكن والأوقات وعدد الساعات التي تتعامل فيها طلبة المرحلة الجامعية عينة البحث مع تطبيق الفيس بوك، فضلا عن المواضيع التي تفضلها والملفات التي يتبادلون فيها المعلومات. كذلك الكشف عن الاثار الايجابية والسلبية لتطبيق الفيس بوك وعلاقته بالمتغيرات الديمغرافية.

● أهمية الدراسة :

تأتي أهمية الدراسة في محاولة اغناء المكتبات العراقية والعربية والدراسات والابحاث التي تم اجراؤها في مجال استخدام تطبيق "الفييس بوك". بصفته ابرز الوسائل في تكنولوجيا الاتصال الحديثة والتواصل الاجتماعي واتساع نطاق تأثيرها في ثقافة الطلبة واتجاهاتهم، مما دعا الباحث لإلقاء الضوء على مستوى استخدام طلبة الجامعة للفييس بوك لتكون مدخلاً لإجراء عدد من الدراسات التي تتناول الفييس بوك لتحقيق التراكم المعرفي والبحثي وكذلك تأتي أهمية الدراسة كونها تناولت شريحة من شرائح المجتمع المهمة وهي شريحة الطلبة، التي لا يمكن اغفال دورها، ويتوقع الباحث ان تسهم نتائج هذا البحث ومن طريق التوصيات يتوصل لها في تحسين الاستخدام الايجابي لتطبيقات التواصل الاجتماعي والحد من اثارها السلبية على شريحة الطلبة، ومن ثم توجيه المسؤولين من أصحاب القرار في رسم السياسات التربوية والقرارات التعليمية، وتعد هذه الدراسة الاولى من نوعها التي اجراها الباحث على طلبة قسم الاعلام في كلية الآداب والعلوم الانسانية في جامعة المستقبل .

● تساؤلات الدراسة :

تسعى الدراسة للإجابة على عدد من التساؤلات منها:

- ما مستوى استخدام طلبة قسم الاعلام في كلية الآداب والعلوم الانسانية في جامعة المستقبل للفييس بوك؟
- اي الاماكن التي تستخدم فيها عينة البحث تطبيق الفييس بوك؟
- ما الاوقات المفضلة لدى عينة البحث التي تستخدم بها الفييس بوك؟
- كم عدد الساعات التي يقضي فيها طلبة قسم الاعلام مع تطبيق موقع الفييس بوك؟
- ما نوع المقاطع المفضلة لدى عينة البحث عند استخدامها لتطبيق الفييس بوك؟
- ما نوعية الموضوعات التي يفضلها طلبة قسم الاعلام في الفييس بوك؟
- ما الطرائق التي يفضلها طلبة قسم الاعلام في التواصل مع أصدقائهم على تطبيق الفييس بوك؟
- ما دوافع طلبة قسم الاعلام من استخدام موقع الفييس بوك؟
- ما الإشباعات التي تحققت من دخول طلبة قسم الاعلام على تطبيق الفييس بوك؟

● فروض الدراسة :

يسعى الباحث إلى اختبار صحة الفروض الآتية:

- أولاً: لا توجد فروق دالة إحصائية بين متغيري الجنس (ذكر-انثى) و دوافع الاستخدام لموقع الفييس بوك.
- ثانياً: توجد فروق دالة إحصائية في الإشباعات التي يحققها طلبة قسم الاعلام في جامعة المستقبل من استخدام الفييس بوك تبعا لمتغير الجنس (ذكر / انثى).

• **حدود الدراسة:**

الحدود المكانية : قسم الاعلام – كلية الآداب والعلوم الانسانية - جامعة المستقبل- محافظة بابل

الحدود الزمانية: اجريت الدراسة في الفصل الاول من العام الدراسي 2023-2024.

الحدود البشرية: أجرى الباحث دراسته على طلبة جامعة المستقبل – كلية الآداب والعلوم الانسانية – قسم

الاعلام والبالغ عددهم (269) طالبا وطالبة.

• **المفاهيم الاجرائية :**

• الاستخدام: ويقصد به ان افراد المجتمع يستخدمون وسائل الاتصال من بين المصادر المختلفة في محيطهم

من اجل اشباع حاجاتهم وتحقيق أهدافهم (اسويد،2012، ص72).

وقد طور اليكس تان Alex Tan قائمة أكثر عمومية وشمولية لحاجات الانسان بالنسبة للرسائل الاعلامية

وهي : (الموسوي،2004، ص30)

•الحاجات المعرفية : وترتبط هذه الحاجات بتعزيز المعرفة وتدعيم المعلومات وفهم البيئة.

•الحاجات الوجدانية : وتتمثل هذه الحاجات الوجدانية بالحب والصدقة والسعي وراء البهجة.

•الحاجات الشخصية : تهدف الحاجات الشخصية الى تدعيم الثقة والاستقرار ومكانة الفرد.

•الحاجات الاجتماعية : وهي التوحد الاجتماعي بهدف تدعيم الروابط مع الأسرة والأصدقاء.

•الهروب من الواقع : وترتبط بالهروب من القلق والرغبة في التسلية.

الإشباعات :

يقصد بإشباع الوسيلة زيادة الاستجابات الفورية المرتبطة بالحاجة، ويمكن وصف تلك الإشباعات بما

يأتي : (مكاوي، السيد،2010، ص 302-303)

1) إشباعات المحتوى: وتنتج هذه الاشباعات من التعرض لمحتوى وسائل الاتصال والمرتبطة بالرسالة

الاتصالية، وتنقسم إلى:

أ-الإشباعات التوجيهية: أي ان الفرد يكتسب معلومات جديدة أو مهارات عامة أو متخصصة، أو تأكيد الذات

والتعلم من بعض المعلومات التي يكتسبها.

ب-إشباعات اجتماعية: وهي الاشباعات التي تربط بين المعلومات التي يحصل عليها الفرد وشبكة علاقاته

الاجتماعية، فالأشخاص الذين لديهم شبكة معلومات اجتماعية واسعة عادة ما يكونون عرضة للحصول على

معلومات متنوعة ومتعددة من طريق تبادل المعلومات مع اصدقائهم ومعارفهم.

2) إشباعات العملية: اي الاشباعات التي تحصل بسبب اختيار الفرد لإحدى وسائل الاتصال، وتنقسم إلى:

أ -إشباعات شبة توجيهية: وهي تكمل للإشباعات التوجيهية، مثل الشعور بالراحة والاسترخاء والمتعة وتجدد النشاط.

ب -إشباعات شبة اجتماعية: وهي الاشباعات التي تكمل الإشباعات الاجتماعية، على سبيل المثال: استخدام وسائل الاتصال من اجل التخلص من الإحساس بالعزلة والملل والضيق والتحرر العاطفي والتوحد مع الشخصيات التي تعكسها وسائل الإعلام المختلفة.

● **طلبة جامعة المستقبل:** ويقصد بهم طلبة قسم الاعلام في كلية الآداب والعلوم الانسانية في جامعة المستقبل للمراحل الاربعة للدراسة الصباحية والمسائية.

الدراسات السابقة:

رصد الباحث عددًا من الدراسات المتعلقة بموضوع الدراسة ومنها:

- دراسة ميثم فالح حسين (2023) وهدفت الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في مكافحة خطاب الكراهية وأثره على نظام القيم المجتمعية والدينية. واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، بتصميم استمارة استبانة وزعت على عينة من (290) طالبا وطالبة من طلبة الجامعات العراقية. وجاءت نتائج الدراسة، ان مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في نشر خطاب الكراهية وتفاقم الخلافات، بنسبة مئوية كبيرة، ونسبة متوسطة اعتقدوا أنه يعمل أيضًا للدعوة للحوار والحد من خطابات العنف والتطرف. حيث تكثر الخلافات بين الناس ويزداد التطرف المجتمعي وتراجع التزام الناس بالدين والقيم السياسية، وإثارة الفتنة بين مكونات المجتمع وانتشار الانقسام والتنافس والتحريض على العصبية الطائفية من السلوكيات الناتجة عن تزايد خطاب الكراهية على مواقع التواصل لمستخدميه.
- دراسة (سحر، 2019 ص ص 243-287) وهدفت الدراسة للتعرف على مضمون الصفحات الرسمية للجامعات المصرية في الفيس بوك. ودراسة دوافع استخدام الطلبة لهذه الصفحات. وتحديد ابرز الإشباعات التي يحققها الطلبة من استخدامهم لهذه الصفحات. وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت الباحثة منهج المسح المقارن كما استخدمت استمارة الاستبانة لجمع المعلومات المطلوبة وتوصلت الى أن غالبية الطلبة يستخدمون الصفحات الرسمية لجامعاتهم. اما أبرز الإشباعات التي حققها الطلبة من استخدام صفحات جامعاتهم هي الإشباعات المعرفية والاجتماعية والتسلية وتحقيق الذات.
- دراسة (الاشهب، 2017) وهدفت الدراسة الى الكشف عن العلاقة بين الفيس بوك والتنشئة الاجتماعية بوصفها تابعا والإجابة على مجموعة تساؤلات ومنها هل توجد علاقة بين استخدام الفيس بوك والبعد الاجتماعي والبعد الثقافي والبعد التربوي للتنشئة الاجتماعية؟. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي بالأسلوب التحليلي، وتم اختيار العينة بالطريقة القصدية واستمارة الاستبانة في جمع البيانات. وتوصلت

الدراسة الى أنه توجد علاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك انموذجًا والتنشئة الاجتماعية.

- دراسة (شيخ فاطمة 2016) وهدفت الدراسة الى التعرف على مدى استخدام تلاميذ المرحلة الثانوية لمواقع التواصل الاجتماعي ومعرفة مدى قدرة تطبيقات التواصل الاجتماعي في التأثير على اللغة العربية الفصحى لدى تلاميذ المرحلة الثانوية. واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي واستخدمت استمارة الاستبانة لجمع المعلومات والبيانات من المبحوثين، إذ تم تقسيم الاستمارة الى ثلاثة محاور، وتم توزيعها على 100 طالب وطالبة من طلبة مدارس المرحلة الثانوية، واعتمدت في اطارها النظري على نظرية الاستخدامات والاشباع، وتوصلت الى أن معظم الطلبة يستخدمون الانترنت للدراسة وان غالبية الذكور لا يراقبونهم اولياء امورهم؛ وان غالبية المبحوثين يعتمدون اللغة المختلطة في تواصلهم عبر الفيس بوك.

- دراسة (الهواري، 2015، ص ص 209-229) وهدفت الدراسة الى التعرف على مستوى استخدام طلبة جامعة مؤتة لشبكتي الواتساب والفيس بوك وعلاقته بكل من البناء القيمي وفعالية الذات الأكاديمية، إذ تكونت عينة الدراسة من (٥٠٠) طالب وطالبة، وتم استخدام أداة الاستبانة لجمع المعلومات والبيانات وتوصلت الدراسة الى ان متوسط استخدام طلبة جامعة مؤتة للفيس بوك (٦,٣١) ساعة، وهناك علاقة ارتباطية ضعيفة في مستوى استخدام طلبة جامعة مؤتة للفيس بوك والبناء القيمي وفعالية الذات.

- دراسة (خديجة 2014) وهدفت الدراسة الى التعرف على مستوى استخدام كل من اعضاء الهيئات التدريسية والطلاب لوسائل التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية في الكليات بصعيد مصر وتشخيص ابرز المشاكل التي قد تمنعهم من توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية واعتمدت الباحثة المنهج الوصفي واستمارة الاستبانة بجمع المعلومات والبيانات على عينة من اعضاء هيئة التدريس ووضحت نتائج الدراسة ان اكثر الطلبة عينة البحث يستخدمون الفيس بوك بدرجة كبيرة وان اغلبهم يستخدمون الفيس بوك للتواصل مع الاقرباء وزملاء الدراسة، وانهم يستخدمون الفيس بوك لانجاز نشاطاتهم والاعمال المكلفين بها فضلا عن معرفة الجداول الدراسية وجدول الاختبارات وبدرجة كبيرة.

الفصل الثاني : الاطار النظري للدراسة

اعتمدت دراستنا هذه على نظرية الاستخدامات والاشباع التي تبلورت في بداية السبعينيات من القرن الماضي، ويعنى مدخل الاستخدامات والاشباع بجمهور الوسيلة الاعلامية التي تحقق رغباته وتلبي احتياجاته الضامرة في داخله، اذ ترى هذه النظرية ان الجمهور ليس بالسلبى ويتقبل كل ما تبثه وسائل الاعلام عليه وانما له غايات محددة عندما يتعرض لوسائل الاعلام. فالجمهور نشط ويبحث عن المضمون

الذي يقدم له ويشبع رغباته وكلما كان المضمون الوسيلة الاعلامية قادرًا على تلبية احتياجات الافراد زاد اختيارهم للمضمون الذي يتعرضون له(الشهري 2014، ص 24).

وفي عام 1959 تحدث عالم الاتصال كاتز على انه لا بد من تغيير الخط الذي تسير فيه بحوث الاتصال والتركيز على كيف يتعامل الناس مع وسائل الاعلام، بدلًا من الحديث عن مدى تأثير هذه الوسائل على الجمهور.

وتعد نظرية الاستخدامات والاشباعات محاولة لتفسير الطريقة التي يستخدم الأفراد فيها لوسائل الاعلام بوصفها مصدرًا مهمًا وحيويًا لإشباع حاجاتهم ومتطلباتهم.(Katz 1974. P 11-35). "وينظر الى الجمهور وفقًا لهذا المدخل على أنه نشط وليس سلبيًا في استخدامه لوسائل الاعلام، أي ان الأفراد هم الذين يتحكمون في تعرضهم لوسائل الاعلام"(McQuail1972.p 6-9) وهنا وسائل الاعلام تقدم مجموعة واسعة من المحتوى الذي يشمل الاخبار والترفيه والتعليم والبحث عن المعلومات والاتصال الاجتماعي كما ان وسائل الاعلام تؤدي دورًا هامًا بتزويد الافراد بالمعلومات والمحتوى الذي يمكن ان يساعدهم في حل مشاكلهم وتحقيق اهدافهم.

وشهدت نظرية الاستخدامات والاشباعات العديد من التغييرات والتطورات، ولم تعد تركز عليها فقط بل حتى على القضايا النفسية والاجتماعية لجمهور وسائل الاعلام في تحديد ما يحصل لهم. اي ان هذه النظرية تعطي اهمية خاصة للجوانب الاجتماعية (الموسى، 2009، ص64).

ويتمثل تطور النظرية في دراسة الاعلام الجديد الذي تعد وسائل التواصل الاجتماعي ابرز صوره من مثل تحديد الدوافع والاشباعات الخاصة بالاعلام الجديد، و استكشاف ما هو جديد في المحيط الخارجي والتفاعل والحضور الافتراضي.

وقد طور اليكس تان "قائمة أكثر عمومية وشمولية لحاجات الناس بالنسبة للرسائل الاعلامية وهي: حاجات معرفية، وجدانية، شخصية، اجتماعية وهروب من الواقع" (الموسوي، 2004، ص63). وأكدت هذه الحاجات دراسة حنان بن شعشوع الشهري، وعبد السلام الاشهب في دراسته في مسألة العلاقة بين الفيس بوك والتنشئة الاجتماعية (الاشهب، ص 95). ويذكر حجاب، "ان هذه النظرية تعدُّ بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسات تأثير وسائل الاتصال، إذ يزعم المنظرون لهذه النظرية أن للجمهور إرادة بها يحدد أي الوسائل والمضامين يختار(حجاب، 2010، ص89).

ويمكن القول إن الكثير من الباحثين يرون أن الحاجات التي يسعى أفراد الجمهور الى إشباعها بالتعرض لوسائل الاتصال، تتمثل في (الحاجات المعرفية والعاطفية والحاجة الى التفاعل الاجتماعي والى تحقيق الاندماج الذاتي وازالة التوتر)، وذلك بالاندماج في المضمون الإعلامي. ومن هنا فإن الباحث يرى أن نظرية

الاستخدامات والإشباعات تعدُّ من أنسب النظريات لدراسة عملية الاتصال باستخدام طلبة قسم الاعلام في جامعة المستقبل لموقع الفيس بوك والإشباعات المتحققة منه.

من هم مستخدمو الفيس بوك:

النموذج الأول: المتخفون / وهؤلاء لا يفهمون مبدأ التواصل والتشابك، لذا فهم يخفون صورهم ولا يقدمون أية معلومات شخصية عن انفسهم للأصدقاء الذين يدعونهم. لكن التجارب أظهرت أن خيار التخفي ليس بالأمر السيئ على الإطلاق، إذا ما أخذنا بعض التعليقات غير اللائقة التي يكتبها بعض المستخدمين بعين الاعتبار (الدلقموني، 2021).

النموذج الثاني: رفاق المدرسة/ وغالبًا ما يكونوا زملاء من أيام الدراسة ويتلقى رسالة من اشخاص فقدت اثارهم منذ وقت طويل فتثير فضولًا كبيرًا عما أصبحت عليه أحوال الآخر، لكن في كثير من الأحيان ما يلبث هذا الزميل القديم أن يختفي ولا يبقى سوى اسمه في لائحة الأصدقاء(الحمدي، 2020).

النموذج الثالث: الخطيب السابق أو الخطيبة السابقة/ وهم أصدقاء غير مريحين، وهؤلاء يتجسسون على صفحات المشتركين في الفيس بوك، وقد يثيرون بعض المشاكل غير المريحة لصاحب الصفحة، ويحاولون التأثير على علاقاته الجديدة، وخلق المشاكل له في علاقته مع أصدقائه الجدد.

النموذج الرابع: الأبوين / لا شك أن كثير من الآباء والأمهات لا يعرفون عن الفيس بوك بما يكفي، إضافة إلى ذلك فهم لا يحبذون خوض هذه التجربة الجديدة، الا ان حرصهم على أولادهم يدفعهم في الكثير من الأحيان إلى التطفل على اهتمامات أبنائهم وبناتهم لهذه المواقع، والدخول في صفحاتهم وطلب الصداقة من أبنائهم، الذين يقومون بتشكيل مجاميع من الأصدقاء تحد من تدخلات الآباء في شؤونهم، ومن هذه المجموعات التي يشكلونها الأبناء: (دعونا نقصي الآباء من الفيس بوك).

النموذج الخامس: المدير/ يتسم هذا النموذج بطابع أكثر ما يقال عنه تجسسي- نرجسي، فالمدير يفتح صفحة شخصية له على الفيس بوك، ويدعو العاملين عنده بالتسجيل في الفيس بوك والدخول إلى صفحته الخاصة، ومن هنا يحقق نرجسيته باعتباره يتحكم فيهم حتى وهم في العالم الافتراضي، هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى يصبحون تحت أنظاره ويراقب تحركاتهم وسلوكهم.

النموذج السادس: القريب/ الفيس بوك يمنح إمكانية البقاء على اتصال بهؤلاء الأقارب دون الحاجة للاتصال بهم. (بركات، 2016، ص 108)

النموذج السابع: الأصدقاء الحقيقيون/ هم أصدقاء سواء اضيفوا ام لا في صفحة الفيس بوك والصديق الحقيقي هو الصديق الذي نعرفه منذ وقت طويل ولا يحتاج للفيس بوك للحفاظ على صداقته لكن ضمهم على لائحة

الأصدقاء هو امر طبيعي، على الرغم من قلة أو عدم أهمية ما يمكن إضافته هناك حول هؤلاء الأصدقاء.(المخلافي،2018)

الفصل الثالث: الإجراءات المنهجية:

مجتمع الدراسة وعينتها:

تكوّن مجتمع الدراسة من جميع الطلبة المسجلين في قسم الاعلام من الذكور والاناث وللمراحل الدراسية الاربع للدراسة الصباحية والمسائية وللعام الدراسي 2023-2024، والبالغ عددهم حسب إحصائيات قسم التسجيل في جامعة المستقبل (265) طالبا وطالبة. وتم اختيار عينة الدراسة بالطريقة العشوائية كونها تتلاءم مع طبيعة الدراسة وحتى يكون الباحث مدرّجاً بمجتمع بحثه وعناصره، وبالتالي لا تكون هناك صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة فالباحث هنا يقوم باختيار الاشخاص الذين يعتقد أنهم صالحون وملائمون لتزويد البحث بالمعلومات المطلوبة.

وبلغت عينة الدراسة (130) طالبا وطالبة وذلك قصد الحصول على نتائج قريبة من الواقع ولها أهمية في ميدان البحث العلمي.

• نوع ومنهج الدراسة:

تصنف هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية التي تستهدف للتعرف على الأوصاف الدقيقة للظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها من حيث طبيعتها وماهيتها ووصفها الحالي والعلاقات بينها وبين العوامل المختلفة المؤثرة فيها(القيم، 2006، ص72).

وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي. اذ يعد هذا المنهج من أنسب المناهج العلمية ملائمةً لهذه الدراسة، إذ يستهدف تسجيل الظاهرة (استخدام طلبة قسم الاعلام في جامعة المستقبل لفيس بوك والإشباع المتحققة) وتحليلها وتفسيرها. وهو بهذا المفهوم يعد المنهج الرئيس لدراسة مستخدمي الفيس في إطارها الوصفي أو التحليلي، إذ يتيح للباحث دراسة عدد كبير من المتغيرات في وقت واحد، على سبيل المثال السمات العامة والاجتماعية والنفسية، كذلك أنماط السلوك الاتصالي وتقديم قاعدة معرفية واحدة للبيانات الخاصة بهذا الجمهور، يمكن استخدامها في وصف تركيبته وبنائه واختيار العديد من الفروض العلمية الخاصة بين هذه المتغيرات (عبد الحميد،2004، ص 158-159).

• أسلوب جمع البيانات:

المقابلة: هي المناقشة بين فردين أو أكثر، وتبادل الآراء ووجهات النظر في موضوعات معينة. وللمقابلة هدف رئيس به تحدد الموضوعات التي تدور فيها المناقشة(الصافي،2005،ص99). وأجرى الباحث مقابلات

مع عدد من الاساتذة التدريسيين في قسم الاعلام جامعة المستقبل بهدف جمع الآراء والأفكار التي تخص هذه الظاهرة.

فضلا عن ذلك قام الباحث بتصميم استبانة تتضمن متغيرات الدراسة القابلة للقياس وتكونت الاستمارة من جزأين الأول من (10) أسئلة تدور في استخدام طلبة قسم الاعلام في جامعة المستقبل للفييس بوك. والجزء الثاني يتعلق بحالة المبحوثين من حيث المرحلة الدراسية والنوع.

• متغيرات البحث:

تتكون متغيرات البحث من المتغيرات الآتية:

- 1- المتغير المستقل: يتمثل المتغير المستقل في استخدام طلبة قسم الاعلام في جامعة المستقبل للفييس بوك والذي يؤدي الى حدوث المتغير التابع وهو الإشباع المتحققة بما يقدمه هذا التطبيق بوصفه وسيلة إعلامية.
- 2- المتغيرات الوسيطة: النوع، المرحلة الدراسية.
- 3- المتغير التابع: الإشباع المتحققة لطلبة قسم الاعلام في جامعة المستقبل.

• صدق الأداة وثباتها:

أداة الدراسة ويقصد بها الوسيلة التي تجمع بها المعلومات اللازمة للإجابة عن تساؤلات البحث. وتم تصميم استمارة استبانة في ضوء مشكلة البحث حيث تم تغطية كل هدف من أهداف البحث بمجموعة من الأسئلة أو العبارات التي حققت الأهداف وأجابت عن التساؤلات. وبعد الاطلاع على أدبيات البحث والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الظاهرة، صمم الباحث أداة الدراسة وقسمها الى قسمين هي:

القسم الأول: يحتوي على البيانات الأولية الخاصة بطلبة قسم الاعلام في جامعة المستقبل

القسم الثاني: يحتوي على استخدام الطلبة للفييس بوك .

وتم حساب ثبات وصدق الأداة على النحو التالي:

ثبات الأداة: قام الباحث بالتأكد من ثبات الأداة من طريق معامل ثبات الإعادة ؛ إذ تم تطبيق الأداة على عينة استطلاعية من أفراد مجتمع الدراسة بتاريخ 7-1-2024 وبعد أسبوعين وبتاريخ 21-1-2024 تم إعادة التطبيق وتم حساب معامل ارتباط بيرسون بين التطبيقين وقد بلغت قيمته (0.84)، كما قام الباحث بالتأكد من ثبات الأداة وفق معالم الاتساق الداخلي وقد بلغت قيمته 0.81 . ويعد هذا كافيا لأغراض التطبيق.

صدق الأداة: تم التأكد من صدق الأداة بعرضها على محكمين بصورتها الأولية لإبداء آرائهم في مدى ملاءمة فقرات الأداة من حيث المحتوى، والمضمون، وارتباطها مع البعد الذي تقيسه مع قابلية الحذف، أو الإضافة، أو التعديل، وقد تم الأخذ بملاحظات المحكمين التي رأى الباحث أهميتها، وبهذا أخذت الأداة صورتها النهائية.

الفصل الرابع: نتائج البحث الميدانية

نتائج الدراسة:

أثبتت الدراسة ان طلبة قسم الاعلام في جامعة المستقبل وممن لديهم حساب على موقع الفيس بوك، وكما موضح في بيانات الجدول (1)، تشير إلى أن ما نسبته (91.53%) من أفراد العينة المبحوثة لديهم حساب على الموقع، أما اللذين ليس لديهم حساب على الموقع، فبلغت نسبتهم (8.47%).

جدول (1)

يوضح وجود حساب للمبحوثين على موقع الفيس بوك؟

البدايل	التكرارات والنسب	
	التكرار	النسبة
نعم	119	91.53%
لا	11	8.47%
المجموع	130	100%

نستنتج من ذلك ان هناك نسبة لا بأس بها من طلبة قسم الاعلام يستخدمون شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك سواء أكان هذا الاستخدام لإشباع حاجات اجتماعية أو معرفية مرتبطة بتدعيم المعرفة والمعلومات وفهم البيئة أو لأغراض المتعة والتسلية أو لأغراض أخرى.

- ما مدى استخدام عينة البحث للفيس بوك

جدول (2) يوضح مدى استخدام عينة الدراسة للفيس بوك

	النسبة	المجموع	إناث	ذكور
دائمًا	71.42%	85	39	46
أحياناً	19.33%	23	10	13
نادرًا	9.25%	11	4	7
المجموع	100%	119	53	66

يتضح من جدول (2) ان استخدام عينة البحث للفيس بوك بشكل دائم جاءت بالمرتبة الأولى بنسبة (71.42%) وبمجموع عدد التكرارات (85)؛ إذ كان عدد التكرارات للذكور (46) و(39) بالنسبة للإناث

وهذه النتائج تتفق مع الاحصائيات التي اشارت الى ان هناك نسبة كبيرة لمستخدمي منصة الفيس بوك في العراق حيث فقد عدد المستخدمين للفيس بوك 18 مليوناً و 850 ألف مستخدم .

جدول (3)

يوضح طبيعة استخدام المبحوثين لموقع الفيس بوك

التكرارات والنسب		طبيعة الاستخدام
النسبة	التكرار	
51.26%	61	بشكل منتظم
24.36%	29	بشكل غير منتظم
16.81%	20	حسب الحاجة
7.57%	9	بالصدفة
100%	119	المجموع

وبالنظر الى جدول (3) الذي يوضح طبيعة استخدام طلبة قسم الاعلام عينة الدراسة للفيس بوك نجد ان أكثر من نصف عينة الدراسة يستخدمون الفيس بوك بشكل منتظم، بنسبة (51.26%) بعدد التكرارات (61)، في حين جاءت نسبة الطلبة الذين يستخدمون الفيس بوك بشكل غير منتظم بالترتيب الثاني (24.36%) وحسب الحاجة بنسبة (16.81%) وبالصدفة (7.57%). نستدل من ذلك ان الاستخدام المنتظم يجعلنا نشعر اننا داخلون في عصر ثورة المعلومات والاتصالات ومواكبة التطورات العلمية واننا نتعامل مع مصادر المعلومات بشكل متدفق وبلا انقطاع. فالبقاء على تواصل مع العائلة واصدقاء الفيس بوك شيء ايجابي لكنها المتغير رقم واحد في حياتنا الحالية خصوصاً إذا ما وصلنا الى حالة من الادمان في استخدام الفيس بوك.

- الأماكن التي تستخدم بها عينة البحث للفيس بوك

جدول (4) يبين الأماكن التي تستخدم بها عينة البحث للفيس بوك

عدد التكرارات				الأماكن	
النسبة	اناث	النسبة	ذكور		
23.21%	13	15.88%	10	1	في البيت
8.93%	5	6.35%	4	2	مع أصدقائي /صديقاتي

3	في الجامعة	6	%9.52	8	%14.28
4	في الاماكن العامة	12	%19.04	6	%10.72
5	كل ما ذكر	31	%49.21	24	%42.86
المجموع		63	%100	56	%100

يتضح من جدول (4) ان فقرة (كل ما ذكر) جاءت بأعلى التكرارات كما كانت نسبة الذكور في هذه الفقرة أعلى من البنات بنسبة (49.21%) فيما جاءت فقرة (في الاماكن العامة) لدى الذكور بالمرتبة الثانية بنسبة (19.21%) بينما جاءت فقرة (في البيت) لدى الاناث بالمرتبة الثانية بنسبة (23.21%). في حين جاءت نفس الفقرة – في البيت- لدى الذكور بالمرتبة الثالثة من اجابات عينة البحث .

نستنتج من ذلك ان الذكور ليس لديها حرج من استخدام التطبيق في كل الاوقات وفي كل الاماكن بينما الاناث لا تستخدم التطبيق الا في اماكن ترى انها مناسبة لهن.

الاقوات التي تستخدم بها عينة البحث الفيس بوك

جدول (5) يتضمن الاوقات التي تستخدم بها عينة البحث الفيس بوك

الوقت		عدد التكرارات			
		ذكور	النسبة	اناث	النسبة
1	في الصباح وقبل بدء المحاضرات	4	%6.45	5	% 8.06
2	في الظهيرة وبعد انتهاء المحاضرات	6	%9.67	4	% 6.45
3	في المساء وبعد تفرغي من اعمالك	7	%11.29	9	% 14.51
4	لا يوجد لدي وقت محدد	45	%72.58	39	% 62.90
المجموع		62	%100	57	%100

يتبين من جدول (5) ان فقرة (لا يوجد لدي وقت محدد) جاءت بأعلى التكرارات بنسبة (72.58%) لدى الذكور و(62.90%) لدى الاناث في حين جاءت فقرة (في المساء وبعد تفرغي من اعمالك) بالترتيب الثاني بنسبة (11.29%) لدى الذكور بنسبة (14.51%) لدى الاناث في حين جاءت فقرة (في الظهيرة وبعد انتهاء المحاضرات) بالترتيب الثالث من حيث عدد التكرارات لدى الذكور بنسبة (9.67%) بينما جاءت فقرة (في الصباح وقبل بدء المحاضرات) بالترتيب الثالث لدى الاناث بنسبة (8.06%). نستدل من هذه النتائج ان عينة

البحث ليس لها وقت محدد باستخدام الفيس بوك ، وكلما سحنت الفرصة في ذلك يفتح التطبيق يتواصل مع اصدقائه في الدردشة وتبادل المعلومات والاطلاع على الاخبار المنشورة.
- معدل استخدام طلبة قسم الاعلام للفيس بوك.

جدول (6) يشير الى معدل استخدام طلبة قسم الاعلام لفيس بوك.

عدد التكرارات				معدل الاستخدام
النسبة	اناث	النسبة	ذكور	
%10	6	%10	6	أقل من ساعة
%8	5	%6.67	4	من ساعة إلى ساعتين
%11	7	%8.33	5	أكثر من 3 ساعات
%71	43	%75	45	حسب الظروف
%100	59	%100	60	المجموع

بالنظر الى جدول (6) نجد ان الظروف التي يمكن ان تتاح لعينة الدراسة في استخدامهم لمنصة التواصل الاجتماعي الفيس بوك هي التي تتحكم بمعدل هذا الاستخدام؛ اذ تساوت فقرة (حسب الظروف) من حيث الترتيب ما بين الذكور والاناث بنسبة (75%) لدى الذكور بنسبة (71%) بالنسبة للإناث في حين جاءت فقرة (أكثر من ثلاث ساعات) بالترتيب الثاني لدى الاناث بنسبة (11%) في حين جاءت فقرة (أقل من ساعة) بالترتيب الثاني لدى الذكور بنسبة (10%). نستنتج من نتائج جدول(6) ان عينة الدراسة لم تصل الى حالة الادمان من جراء استخدامهم للفيس بوك غير منتظم.

-نوع المقاطع التي تفضلها عينة البحث على موقع الفيس بوك

جدول (7) يوضح نوع المقاطع التي تفضلها عينة البحث على موقع الفيس بوك*

عدد التكرارات				نوع المقاطع
النسبة	اناث	النسبة	ذكور	
%14.66	50	%18.03	57	1 المقاطع الإخبارية المهمة
%19.35	66	%23.42	74	2 مقاطع الفيديوهات الشخصية
%25.80	88	%16.46	52	3 المقاطع الفنية من افلام و اغاني
%10.27	35	%12.98	41	4 مقاطع توجيهية وارشادية

5	المقاطع الدينية	55	%17.40	49	%14.37
6	المقاطع المضحكة والترفيهية	37	%11.71	53	%15.55
7	أخرى تذكر	-	-	-	-
	مجموع عدد التكرارات	316	%100	341	%100

* يمكن اختيار أكثر من بديل

يشير جدول (7) الى ان فقرة (مقاطع الفيديوهات الشخصية) جاءت بالترتيب الأول بالنسبة للذكور بعدد من التكرارات (74) بنسبة (%23.42) في حين جاءت فقرة (مقاطع فنية من أفلام وأغاني) بالترتيب الأول بعدد التكرارات بالنسبة للإناث (88) وبنسبة (%25.80) وهنا يتبين لنا الاستخدام الخاطئ لموقع الفيس بوك وابتعاد عينة البحث عن الاستخدام الصحيح والإيجابي والاستفادة من التكنولوجيا في تطوير الذات وزيادة المعلومات في تبادل المعلومات من طريق الصور ومقاطع الفيديو التعليمية المناسبة للمواد الدراسية والمشاركة مع الطلبة والمهتمين، للتعليق عليها ومناقشة محتواها.

- الموضوعات التي تتفاعل فيها عينة البحث مع أصدقائهم / صديقاتهن على موقع الفيس بوك

جدول (8) يبين الموضوعات التي تتفاعل فيها عينة البحث على موقع الفيس بوك*

		عدد التكرارات			
		ذكور	النسبة	اناث	%
1	المعلومات الشخصية	52	%13.43	29	%8.47
2	الأفكار والآراء	47	%12.14	46	%13.46
3	الصور المنشورة	49	%12.67	65	%19.59
4	العواطف والمشاعر	51	%13.17	67	%19.89
5	الفيديوهات	66	%17.05	36	%10.53
6	الكروبات (المجموعات)	54	%13.96	43	%12.57
7	الدردشات	68	%17.58	53	%15.49
8	أخرى تذكر	-	-	-	-
	مجموع عدد التكرارات	387	%100	342	%100

* يمكن اختيار أكثر من بديل

يتضح من جدول (8) ان فقرة (الدرشات) هي من أكثر الموضوعات التي تتفاعل معها عينة البحث من الذكور وبعدها من التكرارات (68) بنسبة (17.58%) بينما جاءت فقرة (العواطف والمشاعر) في اعلى التكرارات بالنسبة للإناث (67) بنسبة (19.89%). نستنتج من ذلك ان عينة البحث من الذكور والاناث تميل الى استخدام الفيس بوك لأغراض التسلية والمتعة والعيش في فضاء الكتروني من طريق الأحاديث الجانبية وتبادل المشاعر والعواطف بدلاً من الاستخدام الإيجابي في التعلم وزيادة المعرفة وتنمية العقل والذهن والخروج من فضائهم الإلكتروني والانخراط على أرض الواقع.

- الطرق التي تفضلها عينة الدراسة في التواصل مع أصدقائهم- صديقاتهن

جدول (9) يوضح الطرق التي تفضلها عينة الدراسة في التواصل مع أصدقائهم- صديقاتهن على موقع الفيس بوك*

عدد التكرارات				الطريقة	
النسبة	اناث	النسبة	ذكور		
%7.88	31	%7.72	35	الصور	1
%7.38	29	%9.27	42	الرسائل العادية offline messenger	2
%9.15	36	%15.01	68	الكتابة على الحائط writing on a friends' wall	3
%17.77	70	%14.56	66	التعليق على مشاركات الآخرين	4
%18.53	73	%15.01	68	الدرشة online chat	5
%10	39	%9.49	43	مناقشات جماعية	6
%15.49	61	%15.01	68	محادثات بالصوت والصورة	7
%7.37	29	%6.84	31	الروابط lines	8
%5.84	23	%7.06	32	الفيديو	9
-	-	-	-	أخرى تذكر	10
%100	394	%100	453	مجموع عد التكرارات	

بالنظر الى جدول (9) يبدو ان عينة البحث تستخدم الفيس بوك الذي ربط اجزاء العالم المترامية الاطراف ومهد الطريق لتقارب المجتمعات والتعارف وتبادل الآراء والافكار والرغبات في تمضية الوقت

* يمكن اختيار أكثر من بديل

والتسلية وتمتين صداقاتهم بدلاً من استخدام هذه الوسيلة وجعلها مرجعاً لعلومهم وافكارهم وابتكاراتهم ؛ لكي تساعدهم في الارتقاء والتقدم للإمام. إذ جاءت الطريقة التي تفضلها عينة البحث في التواصل مع اصدقائهم على مواقع الفيس بوك باعتماد الدردشة والمحادثات بالصوت والصورة والكتابة على الحائط بالنسبة للبنين وبالردشة بالنسبة للبنات وبعده من التكرارات (68) ، و(15.01%) بالنسبة للبنين و(18.53%) بالنسبة للبنات.

- دوافع استخدام عينة البحث للفيس بوك

جدول (10) يبين دوافع استخدام افراد عينة البحث لموقع الفيس بوك حسب متغير الجنس

المجموع الكلي	عدد التكرارات				الدوافع	
	النسبة	اناث	النسبة	نكو ر		
11.15 54 %	11.15 26 %	12.01 28 %	تعرفت على الكثير من الأشخاص من خلال صفحة الفيس بوك	1	دوافع نفعية	
9.9 54 %	8.15 19 %	9.96 25 %	زادت من معرفتي واطلاعي على التطورات المحلية والدولية	2		
8.88 43 %	8.15 19 %	9.56 24 %	اكتسبت صداقات جديدة عبر صفحة الفيس بوك	3		
7.85 38 %	7.29 17 %	8.36 21 %	شاركت أصدقائي/صديقاتي على الصفحة في مناسباتهم	4		
8.67 42 %	7.72 18 %	9.56 24 %	شعرت بالمتعة من خلال تواصل مع الاخرين	5		
4.75 23 %	4.72 11 %	4.78 12 %	اطلعتني على كل ما هو جديد من توجيهات تربوية عبر صفحة التربية	6		
2.89 14 %	3.43 8 %	2.39 6 %	شاركت جامعة المستقبل في فعاليتها وأنشطتها			

7	ازداد رصيدي المعرفي في مختلف المجالات	11	4.38 %	13	5.57 %	24	4.95 %
	زادت من فضولي في التعرض لنمط إعلامي جديد مختلف عما سواه	21	8.36 %	20	8.58 %	41	8.47 %
	ساعدتني في الوصول للمواد غير المتاحة ومشاهدتها أو تصفحها	9	3.58 %	9	3.86 %	18	3.71 %
	شجعتني في البحث عن قواعد للمناقشة والتفاعل الاجتماعي	15	5.97 %	15	6.43 %	30	6.19 %
	ساعدتني في الحصول على الشعور بالأمان	8	3.18 %	8	3.43 %	16	3.30 %
	ساعدتني في الإعلان عن فعالياتي الاجتماعية	11	4.38 %	11	4.72 %	22	4.54 %
	طوّرت من امكانياتي	13	5.17 %	16	6.86 %	29	5.99 %
	استفدت منها في التعليم ونشر المحاضرات	23	9.16 %	23	9.87 %	46	9.50 %
	المجموع	251	100 %	233	100 %	484	484 %
1	حققت مكانة مرضية في المجتمع	21	9.76 %	12	5.72 %	33	7.78 %
2	الهروب والاستغراق في الخيال	21	9.76 %	15	7.24 %	36	8.49 %
3	جعلتني على اتصال وتواصل مع أصدقائي القدماء	21	9.76 %	20	9.66 %	41	9.66 %
4	كسبت صداقات جديدة والبقاء على اتصال معها	25	11.52 %	43	20.77 %	68	16.03 %
5	للاستمتاع والتسلية وتمضية أوقات الفراغ	72	32.40 %	69	32.85 %	139	32.78 %

دوافع طقوسية

25,26	10 7	23.18	48	26,70	59	تقوية صداقاتي الحقيقية أكثر من تكوين صداقات جديدة	6
-	-	-	-	-	-	اخرى تذكر	
%100	42 4	%100	207	%100	21 7	المجموع	
كا ² الجدولية 6,38			درجة الحرية: 09			كا ² المحسوبة 11,6	

وبحساب قيمة كا2 بين الدوافع النفعية والدوافع الطقوسية وبين نوع الجنس (ذكر-انثى) لعينة البحث واستخدامها للفيس بوك وهل هناك فروق في النوع فوجد ان قيمة كا2 المحسوبة تساوي 6.11 وبمقارنة كا2 المحسوبة والتي تساوي 6.11 بقيمة كا2 الجدولية والتي تساوي 6,38 عند مستوى معنوية (0,01) وتساوي أيضاً (6.11)، عند مستوى معنوية (0,05) وذلك عند درجة الحرية (0,9) .

وهذا يعني أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0,01) بين دوافع التعرض وبين نوع الجنس (ذكر -انثى). وباعادة النظر الى جدول (10) نجد ان الدوافع الطقوسية في فقرة (الاستمتاع والتسلية وتمضية أوقات الفراغ) جاءت بالترتيب الأول بالنسبة للذكور وبعده من التكرارات (72) وبنسبة (17,33%) والاناث بعدد من التكرارات (69) وبنسبة (79,31%). بعدها جاءت فقرة (لتقوية صداقاتي الحقيقية أكثر من تكوين صداقات جديدة) وبعده من التكرارات (59) بنسبة (18,27%) للذكور. ويتكرر (48) وبنسبة (23.18%) بالنسبة للإناث. بالمقابل كانت اعلى التكرارات في الدوافع النفعية في فقرة (تعرفت على الكثير من الأشخاص من خلال صفحة الفيس بوك) بعدد من التكرارات (28) بنسبة (12.01%) للذكور . وبعده من التكرارات (26) بنسبة (11.15%) للإناث.

ويرى الباحث ان التركيز على الدوافع الطقوسية المتعلقة بالصداقات والبحث عنها وتكوينها وتقويتها إلى طبيعة المجتمع العراقي بوصفه مجتمعاً قائماً على إيجاد علاقات حميمية بين أفرادهِ وفئاتهِ المختلفة .

- الإشباعات المتحققة من استخدام عينة البحث للفيس بوك.

جدول (11) يشير الى الإشباعات المتحققة ومتغير الجنس من استخدام عينة البحث للفيس بوك

المجال	البدائل	التكرار	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
مراقبة إشباع	عزفني بأحداث وقضايا متنوعة	70	2.589	0.636
	جعلني أشعر بالأمان والراحة النفسية من خلال	58	1.957	0.477

			المعرفة التي أحصل عليها من تواصلتي مع الآخرين	
0.794	2.769	74	جعلني أكون آراء عن القضايا والأحداث التي تحصل من حولي	
0.479	2.158	48	أكسبني مهارات جديدة تفيدني في التعايش مع أسرتي	
2.386	6.704	250	المجموع	
1.352	2.182	84	عزز آرائني من خلال مناقشاتي مع الآخرين	إشباعات المشاركة في الرأي مع الآخرين
0.462	2.127	65	جعلني أتبنى رأي من يعجبني من آراء المستخدمين الآخرين	
1.139	2.078	80	جعلني أعبّر عن آرائني واتجاهاتي الفكرية بحرية مطلقة	
1.484	2.135	71	جعلني أشعر بالثقة بنفسني أكثر	
4.476	6.222	300	المجموع	
1.211	3.134	74	جعلني اجتماعياً أكثر	
1.633	3.196	83	سهّل لي التواصل مع أهلي وأصدقائي	
2.104	3.206	81	جعلني أعيد الاتصال بأصدقائي القدامى الذين فقدت الاتصال بهم	
5.018	9.536	244	المجموع	إشباعات التفاعل الاجتماعي
0.452	1.944	49	أشبع لدي حب التسلية والهروب من التكليف بالواجبات الجامعية والمنزلية	إشباعات التسلية
1.733	1.264	67	أشبع لدي حب الاستمتاع والتسلية بالوقت	
1.471	1.111	38	ساعدني في ملء أوقات فراغي	
3.656	4.319	154	المجموع	

يتبين من الجدول (11) عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية في الاشباعات التي يحققها طلبة قسم الاعلام في جامعة المستقبل من استخدام الفيس بوك تبعاً لمتغير الجنس (ذكر/ انثى) ؛ إذ لم تكن قيمة (ت) المحسوبة دالة احصائية عند مستوى اقل من 0.05. ويثبت هذه النتيجة تقارب المتوسطات الحسابية للذكور

والإناث. إذ بلغ المتوسط الحسابي لاشباعات المشاركة في الرأي مع الآخرين للذكور 6.222 وبانحراف معياري (4.476) وهذا ما يدل على أن الفيس بوك ذو أهمية إيجابية في تزويد الأفراد بالثقة بالنفس والحرية في ابداء آرائهم والمهارات التي تفيدهم في حياتهم اليومية لو تم استخدامه بالشكل الصحيح أما اشباعات التسلية فقد بلغ المتوسط الحسابي (4.319) وبانحراف معياري (3.656) .

نستنتج من نتيجة البحث أن الاشباعات التي تأتي من استخدام الفيس بوك لدى طلبة قسم الاعلام تفقد الطلبة القدرة على التفاعل والتعامل مع واقع الحياة الاجتماعية واهمالهم لأدوارهم وواجباتهم الاجتماعية والاسرية ومن ثم على صحتهم النفسية.

- تأثير الفيس بوك على السلوكيات والأخلاق

جدول (12) يوضح مدى تأثير الفيس بوك على السلوكيات والأخلاق

رأي المبحوثين في تأثير الفيس بوك	عدد التكرارات		النسبة
	ذكور	اناث	
نعم تأثير إيجابي	59	54	%40.29
تأثير سلبي	66	57	%42.54
لا اعرف	32	23	%17.17
المجموع	157	134	%100

نستنتج من جدول (12) أن عينة البحث كانت لها وجهات نظر متطابقة بتأثير الفيس بوك السلبي على مستوى تحصيلهم الدراسي وعلاقاتهم الاجتماعية وارتباطهم بالعالم الافتراضي التي أكثر مما هي مع الواقع ولجوء عينة الدراسة إلى السهر لساعات متأخرة من الليل في الدردشة الفارغة من محتواها وبالتالي تحرمهم من تعلم أو تنمية بعض المهارات من مثل قراءة الكتب الالكترونية أو الاطلاع على بعض المقاطع التي تنفعهم في حياتهم اليومية. فقد جاءت عبارة التأثير السلبي أعلى التكرارات (66) للذكور بنسبة (%42.04) و(57) بنسبة (%42.45) للإناث.

الاستنتاجات:

نستنتج من البحث الأمور الآتية:

- كشف البحث أن عدد تكرارات الذكور (دائماً) جاءت بالترتيب الأول بعدد التكرارات (46) في حين جاءت (أحياناً) بالمرتبة الأولى بعدد من التكرارات (39) بالنسبة للإناث.

- ان الطلبة عينة البحث من الذكور عندهم الحرية الكافية في ممارسة حياتهم بشكل أكبر من الاناث ؛ إذ جاء اختيار كل ما ذكر في الترتيب الأول (للذكور) بنسبة (49.21%) في حين جاء اختيار للاناث في المنزل بالمرتبة الأولى بنسبة (42.86%).

- تطابق الاستخدام لتطبيق الفيس بوك (بحسب الظروف) لدى الذكور والاناث؛ إذ جاء ترتيب حسب الظروف لدى الذكور بالترتيب الاول بنسبة (75%) ، وبنسبة (71%) بالنسبة للاناث.

- تبين ان طلبة قسم الاعلام تستخدم الفيس بوك بشكل حاطى وابتعدت عن الاستخدام الإيجابي في الافادة من هذه التقنية لتطوير ذواتهم وزيادة معلوماتهم ، فقد جاءت فقرة (الرسائل والمحادثات بالصوت والصورة) بالترتيب الأول بالنسبة للذكور وبعده من التكرارات (68) وبنسبة (15.01%) في حين جاءت فقرة (الردشة) بالترتيب لأول بعدد التكرارات (73) بنسبة (18.53%).

- هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0,01) بين دوافع التعرض و نوع الجنس (ذكر- انثى).

- لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في الاشباعات التي يحققها طلبة قسم الاعلام من استخدام الفيس بوك تبعا لمتغير الجنس (ذكر / انثى) ؛ إذ لم تكن قيمة (ت) المحسوبة دالة احصائيا عند مستوى اقل من 0.05. ويثبت هذه النتيجة تقارب المتوسطات الحسابية للذكور والاناث.

- تطابقت وجهات النظر لدى عينة البحث بمدى تأثير الفيس بوك السلبي وعلاقتهم الاجتماعية.
المقترحات:

1- عقد ندوات توعوية لطلبة الجامعات لشرح الجوانب الايجابية والسلبية ومخاطر الاستخدام الخاطى للفيس بوك واثاره السلبية على مستواهم العلمي وتحصيلهم الدراسي وعلاقتهم الاجتماعية.

2- تشجيع طلبة الجامعات على الاستخدام الأمثل للتكنولوجيا الحديثة باعداد كروبات- مجموعات- واجراء المسابقات وتبادل المعلومات فيما بينهم.

3- تعميم التجارب الناجحة للطلبة والجامعات في استخدامها للتكنولوجيا الحديثة وخصوصًا مواقع التواصل الاجتماعي لكي تحذو حذوها.

4- وضع عدد من الكتب الالكترونية والمحاضرات للمواد الدراسية المقررة والاسئلة على صفحة الفيس بوك لكي تحقق الافادة العلمية بدلا من ضياع الوقت في الحوارات الفارغة.

مصادر البحث:

أولاً: الكتب العربية:

- 1- بن رحومة، علي ميلاد(2002)، علم الاجتماع الآلي. سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والآداب والفنون، الكويت.
- 2- حجاب، محمد منير،(2010)، نظريات الاتصال، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
- 3- عبد الحميد، محمد (2004)، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة.
- 4- عبد الرحمن، أنور حسين، الصافي، فلاح محمد حسن(2005)، **مناهج البحث بين النظرية والتطبيق** مطبعة التأميم، كربلاء.
- 5- القيم، كامل حسون (2006)، **مناهج وأساليب كتابة البحث العلمي**. السيماء للتصميم والطباعة، بغداد.
- 6- مكاوي، حسن عماد، السيد ليلي حسين(2010)، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، ط2، الدار المصرية اللبنانية، بيروت.
- 7- الموسوي، محمد (2004)، **النظرية الإعلامية**. مطبوعات كلية التربية، جامعة البحرين، المنامة.
- 8- الموسى، عصام (2009)، **المدخل في الاتصال الجماهيري**، ط6، اثناء للنشر والتوزيع، عمان.

ثانيًا: الكتب الاجنبية:

- 9- Katz, et al.,(1974).Utilization of Mass Media by Individuals”. In Blumler and Katz (ed.), **The uses of Mass Communication.**, Faber2 Faber . London.
- 10- McQuail,et al. (1972). ”The Television Audience: A Revised Perspective”. In McQuail (ed). **Sociology of Mass Communication.** Harmond worth, Penguin.p 6-9. London
- 11- Sullivan, S. & Paradise, A. (2012). **(In)Visible Threats? The Third-Person Effect in Perceptions of the Influence of Facebook**, Cyber psychology, Behavior, and Social Networking 15(1).
- 12- Mcmorris, R., Nickerson, A., (2012). Yan, Z & Lou, L. **An Examination of the Reciprocal Relationship of Lonliness and Facebook among First –Year College Students.** J. Educational Computing Research, 46 (1).

ثالثًا: البحوث المنشورة:

- 13- اسويد، عبد الكاظم محمد (2016). دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الإرهاب، ورقة بحثية مقدمة للندوة العلمية التي عقدها كلية الكفيل الجامعة في 10-29.
 - 14- أسويد، عبد الكاظم محمد،(2012)، دور فضائية العراق التربوية في تلبية احتياجات العملية التعليمية في العراق. رسالة ماجستير، غير منشورة، قسم الدراسات الاعلامية، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة.
 - 15- بركات، نوال(2016)، انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية. أطروحة دكتوراه، غير منشورة، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر-بسكرة.
- خامسًا: مواقع الانترنت:

- 16- خديجة عبد العزيز على إبراهيم، (2014). واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية بجامعة صعيد مصر، بحث منشور، مجلة العلوم التربوية، الجزء 2 ، العدد الثالث. رابعاً: البحوث غير المنشورة:
- 17- الراجحي، محمد، (2023)، إحصائيات 2022..مستخدمو الإنترنت في العراق، نقلاً من <https://alssaa.com/post/show/14394>، تاريخ النشر 21-06-2023 19:27:20 تاريخ الدخول 28-1-2024 .
- 18- رماح الدلقموني، (2021)، وسائل التواصل الاجتماعي حقائق وأرقام، نقلاً من <https://www.sbs.com.au> تاريخ النشر 2017/08/23 تاريخ الدخول 1-24.
- 19- سحر احمد غريب (2019). استخدام الطلاب للصفحات الرسمية لجامعاتهم على موقع فيس بوك والإشباع المتحققة لديهم. بحث منشور، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد 18، العدد 4.
- 20- الشهري، حنان بنت شعشوع، (2014)، اثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية، رسالة ماجستير، غير منشورة، الرياض: كلية الاداب والعلوم الانسانية، جامعة الملك عبد العزيز. الرياض.
- 21- شيخ فاطمة (2016)، اللغة العربية لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي "الفيس بوك" رسالة ماجستير، غير منشورة، قسم علوم الاتصال ، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس ، الجزائر.
- 22- عبد السلام الاشهب، (2017). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك أنموذجاً وعلاقتها بالتنشئة الاجتماعية، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، قسم العلوم الاجتماعية، الجزائر.
- 23- العربية نت، فيسبوك في الصدارة، نقلاً من <https://www.alarabiya.net/aswaq/special-stories> تاريخ النشر 2023/11/28 تاريخ الدخول 5-1-2024.
- 24- عمر الحمدي، (2020)، 5 أهداف أخرى لاستخدام الفيسبوك عدا التواصل مع الأصدقاء نقلاً من <http://www.tahrironline.net/Pages/NewsDetails.aspx?NewsID=4556> تاريخ النشر 5 أكتوبر، تاريخ الدخول 24-1-2024.
- 25- المخلافي، (2018)، إلى أي أنماط مستخدمي الفيس بوك تنتمي أنت؟ نقلاً من <https://www.dw.com/ar> ، تاريخ النشر 7-1-2024 تاريخ الدخول 24-1-2024
- 26- ميثم فالح حسين (2023) تأثير خطاب الكراهية في مواقع التواصل الاجتماعي على طلبة الجامعات وانعكاسها على الهوية الوطنية نقلاً من <https://doi.org/10.31185/lark.Vol3.Iss51.3293>
- 27- الهواري، لمياء صالح (2015). مستوى استخدام طلبة جامعة مؤتة لشبكتي الوات ساب والفيس بوك وعلاقته بكل من البناء القيمي وفعالية الذات الأكاديمية. بحث منشور مجلة كلية التربية، جامعة الازهر، الجزء الاول، العدد 164.