



*Corresponding author:

Dr. Maytham Falih Hussein

University: Wasit University

College: College of Arts

Email: mfaleh@uowasit.edu.iq

Keywords:

social networking sites,
political participation,
university students, political
awareness

ARTICLE INFO

Article history:

Received 4 Mar 2024

Accepted 31 Mar 2024

Available online 1 Apr 2024



The Role of Social Media platforms in Spreading Political Awareness Among Iraqi University Students and Its Relationship to Encouraging Political Engagement

A B S T R U C T

Field study A study on a sample of Wasit University students. The problem of the study is determined in: The role of using social communication in motivating Wasit University students to political participation. The study relied on the intentional sample survey method, and on the questionnaire tool to collect data and information for the study. The study reached the results issued by it that social communication contributes to the formation of the attitudes of the respondents and motivates them to participate in the elections. Follow the pages and channels of political activists through social networks, which is what stimulates social communication, which is what I sent to participate in demonstrations and marches as a form of Forms of independent political participation, in addition to the fact that social communication contributed to the development of the respondents' awareness of issues related to this system, the previous reference, the Iraqi, the political annex, since the government.

© 2024 LARK, College of Art, Wasit University

DOI: <https://doi.org/10.31185/lark.Vol1.Iss16.3455>

دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسية
لطلبة الجامعات العراقية وعلاقتها بتفعيل المشاركة السياسية

د. ميثم فالح حسين/جامعة واسط / كلية الآداب / قسم الاعلام
الخلاصة:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تحفيز طلبة الجامعات على المشاركة السياسية وذلك بدراسة ميدانية طبقت على عينة من طلاب جامعة واسط، إذ تتحدد مشكلة الدراسة في: دور استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تحفيز طلاب جامعة واسط على المشاركة السياسية، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي بتوظيف أسلوب المسح بالعينة القصدية، وعلى أداة الاستبانة بوصفها أداة لجمع البيانات والمعلومات الخاصة بالدراسة. لقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها أن شبكات التواصل الاجتماعي تسهم في تكوين مواقف العينة وتحفيزهم على المشاركة في الانتخابات بمتابعة صفحات

وقنوات الناشطين السياسيين عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وهو الأمر الذي حفز غالبية طلبة الجامعة للمشاركة في المظاهرات والمسيرات بوصفها شكلا من أشكال المشاركة السياسية المستقلة، هذا فضلا عن كون شبكات التواصل الاجتماعي قد أسهمت في تنمية وعي العينة في المواضيع المتعلقة بطبيعة النظام السياسي العراقي والمواضيع المتعلقة بالسياسات المطبقة من طرف الحكومة .

الكلمات المفتاحية: شبكات التواصل الاجتماعي، المشاركة السياسية، طلبة الجامعات، الوعي السياسي

المقدمة:

أصبحت وسائل الاعلام الرقمية والاتصالات عبر الأنترنت أكثر انتشارا خاصة عند طلاب الجامعات، فهم يتواصلون ويتشاركون مع أصدقائهم بوساطة الانترنت، وشبكات التواصل الاجتماعي، وصارت هذه التكنولوجيا جزءا من حياتهم في أقل من عقد من الزمن، ويبدو أن شباب اليوم في عصر يبحثون فيه عن الذات، ولكنهم يفعلون ذلك في ظل سياقات الاتصالات والصدقات والألعاب والتعبير عن الذات (الفتاح، 2007). وتعد شبكات التواصل الاجتماعي من الوسائل الحديثة التي يتواصل بها مستخدمو الانترنت، التي تفصل بينهم أية عوامل ديموجرافية، فهؤلاء تجمعهم اهتمامات مشتركة، وهو ما يجعل طلبة الجامعات الأكثر تعرضا لهذه المواقع نظرا لأقبالهم على استخدام التكنولوجيا الحديثة المتمثلة في هذه الشبكات من أي فئة أخرى، وذلك بسبب بعض العوامل الاجتماعية والنفسية المتمثلة برغبة الطلبة في إقامة علاقات وصدقات مع الآخرين من دول مختلف ، والحقيقة: أن شبكات التواصل الاجتماعي تمثل اليوم أهم ثورة إلكترونية ، حتى بات اعتمادها وسيلة اتصالية يسهم في الحراك السياسي والاجتماعي لدول العالم.

اولا: مشكلة البحث:

نظرا لتطور التكنولوجي الحديث للإعلام والاتصال فيما يسمى (بالأعلام الرقمي) والذي استطاع بفضل الإمكانيات التي يمتلكها من استقطاب الأفراد على مستوى العالم حتى أصبح اليوم جزءا مهما من وسائل الاتصال الحديثة ولا سيما فئة الشباب وتحديدًا طلاب الجامعات، ومن أهم تلك المواضيع هي الموضوعات السياسية المتمثلة في الانتخابات والتظاهرات والإضرابات، وكل تلك تدرج ضمن المعرفة السياسية لدى طلبة الجامعات، ومن هنا ينطلق السؤال الرئيسي عن دور استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لطلبة الجامعات.

ثانيا: أهمية البحث:

1. التطور الهائل والمستمر لوسائل الاعلام الرقمية وما لها من تأثير على تشكيل اتجاهات وسلوكيات الافراد سياسيا.

2. زيادة تعرض فئات المجتمع لوسائل الاعلام الرقمية والمتمثلة بنشر ومناقشة المعلومات السياسية ومن ضمنها فئة الشباب التي تمثل نسبة كبيرة من المجتمع والذي أطلق عليه البعض المجتمع الافتراضي مما أدى لدراسة هذا المجتمع من البعد السياسي.

3. اهتمام الدراسة بطلبة الجامعات العراقية بوصفهم العنصر الأهم في تقدم المجتمع وازدهاره، ولا يمكن أن تتحقق أية تنمية من دون مساهمة جادة للطلبة وتطوير دورهم وأدائهم في المجتمع.

ثالثاً: أهداف البحث:

- 1 - رصد مدى تعرض طلاب الجامعة لوسائل الاعلام الرقمية في استقاء معلوماتهم السياسية.
- 2 - تحليل اعتماد طلاب الجامعة على الوسائل الرقمية في تفعيل المشاركة السياسية وما يترتب على هذا الاعتماد من تأثيرات معرفية وسلوكية لمعرفة الأوضاع السياسية واتجاهاتهم ومشاركاتهم في الانتخابات البرلمانية.
- 3 المقارنة بين شباب الجامعات العراقية المختلفة والمتمثلة في البعد المكاني والبعد التعليمي وتأثير ذلك في مستوى مشاركتهم في الانتخابات.

رابعاً: الإطار النظري للبحث:

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

يستعمل الباحثون مدخل الاعتماد بوصفه الإطار النظري القادر على تفسير الظواهر الاجتماعية في علاقتها بوسائل الاعلام، وأن مدخل الاعتماد على وسائل الاعلام ينطلق من فكرة محورية مفادها أن المجتمعات ومحدودية الخبرات المباشرة بالواقع الاجتماعي (حازم، يناير، 2011) فضلا عن تراجع شبكات الاتصال الشخصي قد جعل من وسائل الاعلام المصدر الاول والابرز الذي يعتمد عليه الجمهور في استقاء المعلومات عن الاحداث والقضايا التي يفرزها هذا الواقع الاجتماعي (احمد، 2010) ومن الاهداف الرئيسية لمدخل الاعتماد على وسائل الاعلام الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الاعلام أثاراً قوية ومباشرة، وفي أحيان أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعاً ما (الفقيه، 2002) ، وكلما تعقدت البنية الاجتماعية قل التفاعل بين افراد المجتمع، مما يتيح للإعلام مجالاً واسعاً لملء الفراغ، فيصبح الفرد أكثر اعتماداً على وسائل الاعلام لاستقاء المعلومات، وعلى هذا فالجمهور عنصر فاعل وحيوي غير مباشر (مكاوي و السيد، 2002). ومن هذا المنطلق، وفي أثناء الأزمات والأحداث المتغيرة في المجتمع العراقي يزداد شعور الفرد بالرغبة في التعرف على كل الأخبار ومن ثم يمكن توقع أن يزداد اعتماد الجمهور العراقي على وسائل التواصل وخاصة الوسائل الحديثة من شبكات التواصل الاجتماعي والمواقع الخيرية وغيرها (الجمال، 2020). ومن هذا المدخل يمكن لنا معرفة مدى اعتماد الجمهور العراقي وتأثيرات الاعتماد على

مستوى القلق نحو المستقبل، فمن الحقائق الثابتة أن وسائل الاعلام تؤثر في حياة البشر وهناك علاقة سببية بين التعرض والسلوك البشري على الرغم من صعوبة إثبات دقيق للعلاقة بين السبب والاثار وللتأثيرات النفسية ودراسة قلق المستقبل وعلاقته باعتماد الجمهور على وسائل الاعلام (الحميد، 2004).

ومن أسباب اختيار هذه المدخل لدراسة علاقة تعرض الجمهور العراقي لأخبار الازمات الاقتصادية والقلق نحو المستقبل تتمثل في السبب الاتي. تسعى هذه الدراسة الى الكشف عن طبيعة تعرض الجمهور العراقي لوسائل الاعلام ومتابعة أخبار الازمات وما تحدثه من تأثيرات نفسية فيهم وهو ما يتفق مع الهدف الرئيسي للنظرية التي تسعى الى تفسير لماذا يكون لوسائل الاعلام اثار قوية ومباشرة، وأحيانا تأثيرات ضعيفة في الجوانب المعرفية والسلوكية.

خامسا: الدراسات السابقة:

1 - دراسة عبد الله عبد المؤمن التميمي (2020): هدفت الدراسة إلى التعرف على حجم الدور الذي تؤديه وسائل التواصل الاجتماعي في زيادة المشاركة السياسية لدى المهاجر اليمني، ودوافع استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي، ومدى مشاركتهم في الحراك السياسي الحاصل في اليمن. وقد اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، والمنهج المسحي، وتكونت عينة الدراسة من 200 مهاجر يمني من كال وتمثلت أداة الدراسة في الاستبانة. الجنسين ومن أهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة: أن المهاجر اليمني يندفع بشكل كبير للمشاركة في التفاعل في القضايا الوطنية. أن 52 % يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بشكل دائم، وأن 18 % يستخدمونها نادرا. (التميمي، 2020 م)

2 - دراسة بعنوان: **Social Media Addiction of New Media and Journalism Students.**

هدفت الدراسة إلى التحقيق في إدمان طلاب الصحافة والوسائط الجديدة لوسائل الاعلام الاجتماعية الذين يستخدمون أدوات الوسائط الجديدة ، بشكل مكثف في جامعة أوسكودار التركية، و تكونت عينة البحث من 85 طالبا من قسم الصحافة والإعلام الجديد في الجامعة، وتم إجراء البحث باعتماد نموذج مسح مقارن، مع البيانات التي تم جمعها من مقياس إدمان وسائل التواصل الاجتماعي الذي طوره الباحث عام 2015. ومن أهم نتائج التي توصلت لها الدراسة: أن إدمان وسائل التواصل الاجتماعي يزداد مع زيادة الوقت الذي يقضيه الطلاب يوميا ووجد أن الطلاب الذين يشاركون الصور في وسائل التواصل الاجتماعي من طريق تطبيق الفلتر والماكياج أكثر إدمانا بما يتعلق بجانب تعديل الحالة المزاجية. أن الطلاب يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي، عندما يستيقظون في الصباح، وأثناء النهار، وقبل النوم (Tutgun - Ünal, 2020).

4 – دراسة Tutgun -Ünal, A. (2020): هدفت الدراسة للكشف عن كيفية تأثير الأنشطة السياسية عبر الإنترنت على الفعالية السياسية والمشاركة السياسية الواقعية بين طلاب الجامعات في المناطق الريفية في باكستان، فضلاً عن تسليط الضوء على العلاقة بين الأنشطة السياسية والوعي السياسي. واعتمدت الدراسة المنهج المسحي الكمي، وتكونت عينة الدراسة من (200) من الطلاب الجامعيين الذكور والإناث من جامعة ناروال في باكستان واستخدمت الاستبانة بوصفها أداة لتسهيل عملية جمع البيانات ومن أهم نتائج التي توصلت لها: تعتمد الفعالية السياسية بشكل كبير على المشاركة السياسية عبر الإنترنت بنسبة (1.51 %) وأن الفعاليات السياسية والحكومية تعدّ معقدة للغاية بالنسبة للطلاب بنسبة (41.5%) ان (5.37%) من الطلاب يزورون قنوات الفيديو على الإنترنت (على سبيل المثال :يوتيوب) لمشاهدة مقاطع فيديو رسمية أو غير رسمية تخص قضايا الانتخابات، أو قادة الأحزاب، أو المرشحين المحليين بشكل يومي (Ahmad, 2019).

5-دراسة جمعة محمد عبد الله (2019). هدفت الدراسة للتعرف على حجم المشاركة السياسية للمرأة العراقية في المشهد السياسي من طريق شبكات التواصل الاجتماعي، وكذلك رصد مستوى اعتماد عينة الدراسة على شبكات التواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم السياسية. واتبعت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، وتمثلت عينة الدراسة في عينة عشوائية قوامها (100) امرأة، وتم استخدام الاستبانة بوصفها أداة مناسبة لعملية جمع البيانات. ومن أهم نتائج التي توصلت لها الدراسة: جاء استخدام موقع الفيس بوك في المرتبة الأولى، في حين جاء استخدام اليوتيوب في المرتبة الثانية تويتر في المرتبة الثالثة. وجاء دافع متابعة أحداث المشهد السياسي في المرتبة السابعة، وهذا يدل على عدم اهتمام المرأة العراقية بالشأن السياسي وقد بلغ حجم مشاركة المرأة العراقية في المشهد السياسي 40% من حجم العينة (الله، 2019 م).

6 - De-la-Garza-Montemayor, D. J., Peña-Ramos, J. A., & Recuer-López, F. (2019):

هدفت الدراسة إلى تحليل العلاقة القائمة بين التنشئة الاجتماعية على الإنترنت، واكتساب المهارات الرقمية والمشاركة السياسية في كلا الجانبين، سواء لمستخدمي الإنترنت أو غير المستخدمين ، واعتمدت الدراسة المنهج الكمي التحليلي. واعتمدت الدراسة الاستبانة بوصفها وسيلة لجمع البيانات، وتم أخذ عينات ملائمة غير احتمالية من جامعات عامة وخاصة في المكسيك، واسبانيا، وتشيلي، وتكونت عينة الدراسة من 1239 طالباً جامعياً من المكسيك، و627 طالباً جامعياً من اسبانيا، و1058 طالباً جامعياً من تشيلي. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن (2.77%) من طلبة الجامعات في اسبانيا، و (9.83%) في تشيلي يشاركون ويصوتون في الانتخابات السياسية والتي تتعلق بالمشاركة السياسية خارج الأنترنت. (De-

la-Garza-Montemayo, 2019)

سادسا: تساؤلات البحث:

- 1 - ما كثافة استخدام طلاب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- 2 - ما أكثر الموضوعات والقضايا السياسية التي يتعرض لها طلاب الجامعة عبر وسائل الاعلام الرقمية؟
- 3 - ما الاتجاهات والحاجات التي تكمن وراء استخدام طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الرقمية؟
- 4 - ما شكل مشاركة طلاب الجامعة سياسيا عبر وسائل الإعلام الرقمية؟
- 5 - ما حجم مشاركة طلاب الجامعة في التصويت الانتخابات البرلمانية

سابعا: فروض البحث:

- 1 - **الفرض الاول:** توجد علاقة دالة إحصائياً بين اعتماد طلاب الجامعة على شبكات التواصل الاجتماعي والمعرفة السياسية لديهم.
- 2 - هناك علاقة بين اعتماد طلاب الجامعة على شبكات التواصل الاجتماعي ومشاركتهم في التصويت في الانتخابات

ثامنا: التصميم المنهجي للبحث:

- **نوع البحث ومنهجه:** يعد هذا البحث من نوعية البحوث الوصفية التي تستهدف دراسة ظاهرة معينة وهي تفعيل المشاركة السياسية لدى طلبة الجامعات العراقية ويعتمد البحث على منهج المسح الذي يعد جهدا علميا منظما للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة موضوع البحث بهدف جمع الحقائق والمعلومات الخاصة بتفعيل المشاركة السياسية لطلبة الجامعة.

ويستخدم البحث منهج دراسة العلاقات المتبادلة، ولم تكف بمجرد الحصول على أوصاف الظاهرة وجمع المعلومات عنها، بل سعى الباحث الى تتبع العلاقات بين مختلف الحقائق بهدف فهم أعمق للظاهرة، وكذلك بهدف التعرف على العلاقات بين المتغيرات المختلفة في الظاهرة موضوع البحث باستخدام إحدى الطرق الرئيسية لمنهج العلاقات. (حجاب، اساسيات البحوث الاعلامية والاجتماعية، 2002)

- **عينة البحث:** تم اختيار عينة عمدية موزعة بأسلوب حصصي (300 مبحوث) من طلاب الجامعة متمثلة في 100 مبحوث من (جامعة واسط) بوصفهم نموذجا لطلاب جنوب العراق و100 مبحوث من طلاب (جامعة بغداد) بوصفهم نموذجا لوسط العراق و100 مبحوث من طلاب (جامعة صلاح الدين) بوصفهم نموذجا من شمال العراق وبعد فرز الاستمارات وجد الباحث أن عددا منها غير صالح علميا وبالتالي كان إجمالي عينة البحث النهائية هو (290) طالبا وطالبة

- **أداة جمع البيانات :** تم جمع البيانات الميدانية باستمارة استبانة ، وقد اشتملت الاستمارة على 35 سؤال فضلا عن البيانات الديموجرافية للطلبة وتضمن أسئلة مغلقة ومفتوحة على 3 محاور كل محور يتضمن عددا

من الأسئلة لقياس متغيرات الدراسة وبما يحقق أهداف الدراسة وتم تصميم الاستمارة بالاستعانة بالإطار النظري للدراسة، والدراسات السابقة، وتم ملء الاستمارات بتوزيع الاستمارات الكترونياً لطلبة الجامعة (حسين، 2006 م).

الصدق والثبات: للتأكد من صدق الاستبيان وثباته، قامت الباحثة بإجراء اختبار قبلي test-Pre على عينة تضم (10) % من عينة الدراسة، تم اختيارهم بطريقة عشوائية من أجل التأكد من سلامة صحيفة الاستبانة وما تتضمنه من أسئلة، وعليه قام الباحث بإعادة صياغة بعض الأسئلة؛ كي تكون سهلة الفهم على عينة البحث وبحيث لا تحتمل أي أخطاء أو تأويل في الفهم. أيضاً Retest-Test للتأكد من الثبات قام الباحث باستخدام أسلوب إعادة اختبار البيانات، وتم على عينة عشوائية تضم (10) % أي 20 مفردة بعد مدة أسبوع.

ثامناً: - مصطلحات البحث

شبكات التواصل الاجتماعي: هي طرق الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الانترنت وتبادل المعلومات، وهي تسمح للأفراد بإسماع صوتهم إلى العالم أجمع. كما أن " مواقع التواصل الاجتماعي هي صنف من المواقع تقدم خدمات تقوم على تكنولوجيات التي تتيح للأفراد بناء شبكات من العلاقات والاطلاع على شبكة الآخرين (فالح، 2023).

المشاركة السياسية: تعرف المشاركة السياسية بأنها تلك الأنشطة الاختيارية أو التطوعية التي يسهم أفراد المجتمع من طريقها في اختيار حكاهم والأشكال التقليدية لهذه الأنشطة تشمل: التصويت، المناقشات، تجميع الأنصار، حضور الاجتماعات العامة، أكثر أشكال المشاركة فتشمل: الانضمام للأحزاب، والمساهمة في الدعاية الانتخابية والسعي للاطلاع بالمهام الحزبية والعامة (جلولي، 2014م).

مرحلة الاهتمام السياسي: أي متابعة القضايا العامة والأحداث السياسية.

مرحلة المعرفة السياسية: وتعني المعرفة بالشخصيات ذات الدور السياسي في المجتمع على المستوى المحلي أو القومي.

مرحلة التصويت السياسي: وتتمثل في مشاركة الأفراد في الانتخابات البرلمانية.

مرحلة المطالب السياسية: وتتمثل في الاتصال بالأجهزة الرسمية وتقديم الشكاوى والاشتراك في عضوية الأحزاب والجمعيات التطوعية.

تاسعاً: نتائج البحث

أ - النتائج العامة: -

1 - جدول رقم (1) توزيع العينة حسب متغير الجنس

الخصائص الديموجرافية لعينة العينة	التكرار	النسبة %
-----------------------------------	---------	----------

النوع	الذكور	الإناث	الفئة العمرية	الكلية	المستوى الاجتماعي والاقتصادي	الإجمالي
72,41	210					
27,58	80					
32,75	95		19 – 18			
56,89	165		21 – 20			
10,34	30		23 – 22			
34,48	100		بغداد			
37,93	110		واسط			
27,58	80		صلاح الدين			
63,79	185		متوسط			
27,58	80		منخفض			
8,62	25		مرتفع			
100	290					

يتضح من الجدول رقم (1) توزيع أفراد العينة بحسب متغير الجنس إلى أن أغلبية العينة من فئة الذكور، إذ قدرت نسبتهم بـ: 72,41 % أي ما يعادل 210 من مفردات العينة، في حين قدرت نسبة الإناث بـ 27,58% أي ما يعادل 80 من العدد الإجمالي للطلبة العينة، وجاءت الفئة العمرية من 20 – 21 النسبة الأعلى مقارنة بسائر الفئات العمرية وبنسبة 56,89% كما جاءت نسب جامعة واسط مرتفعة مقارنة مع الجامعات الأخرى؛ إذ جاءت بنسبة 37,48% أي ما يعادل 110 في حين جاءت جامعة بغداد بنسبة 34,48% أي ما يعادل 100، في حين جاء متغير المستوى الاقتصادي، أن غالبية الطلبة العينة لديهم مستوى اقتصادي متوسط وذلك بنسبة تقدر بـ 63,79% أي ما يعادل 185 من عددهم الإجمالي، في حين بلغت نسبة الفئة ذات المستوى الاقتصادي منخفض 27,58% أي ما يعادل 80 من إجمالي العينة، أما الفئة ذات المستوى الاقتصادي المرتفع فجاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة 8,62% وهو ما يعادل 25 من أفراد العينة. إن ارتفاع نسبة العينة ذات المستوى الاقتصادي المتوسط يرجع لطبيعة المجتمع العراقي الذي ينتمي معظم أفرادها إلى الطبقة المتوسطة من الموظفين.

4 – جدول رقم (4) شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها العينة

النسبة %	التكرار	مواقع التواصل الاجتماعي
37,24	108	فيس بوك
33,79	98	أنستغرام
12	35	يوتيوب
9,31	27	تويتر
7,58	22	شبكات أخرى
100	290	المجموع

بين الجدول رقم (4) ، والمتعلق بالعينة بحسب أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمونها، حيث جاء في المرتبة الأولى العينة الذين يستخدمون الفيس بوك بنسبة 37,24% وهو ما يعادل 108 من العدد الإجمالي لأفراد العينة، تليها في المرتبة الثانية فئة التي تستخدم أنستغرام بنسبة 33,79% وهو ما يعادل 98 من العدد الإجمالي العينة ، ثم تليها الفئة التي تستخدم اليوتيوب بنسبة 12% أي ما يعادل 35 من العدد الإجمالي العينة ، تليها الفئة التي تستخدم تويتر بنسبة 9,31% اي ما يعادل 27 وأخيرا فئة العينة التي تستخدم شبكات أخرى بنسبة 7,58% وهي على الخصوص السناب شات . إن ارتفاع نسبة الطلبة الذين يستخدمون الفيس بوك يرجع بالدرجة الأولى إلى المواصفات والمزايا التي يتوفر عليها هذا المواقع. 5 –

جدول رقم (5) المدة التي بدأ فيها الطلبة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
3,44	10	أقل من 5 سنوات
55,17	160	من 5 سنوات الى 10
41,37	120	أزيد من 10 سنوات
100	290	المجموع

يشير الجدول رقم (5) والمتعلق بتوزيع العينة بحسب المدة التي بدؤوا فيها باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، أن أغلبية افراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي منذ أزيد من خمس سنوات و هذا

بنسبة 55,17% وهو ما يعادل 160 من العدد الإجمالي لأفراد العينة ، تليها الفئة التي تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي أزيد من عشر سنوات بنسبة 41,37% وهو ما يعادل 120 من العدد الإجمالي لعينة الدراسة ، وأخيرا تأتي فئة الطلبة الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي منذ أقل من سنتين بنسبة 3,44% أي ما يعادل 10 من العدد الإجمالي للعينة إن ارتفاع نسبة المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي منذ أزيد من 5 سنوات راجع إلى تطور وانتشار خدمة الأنترنت في العراق منذ سنوات لاسيما مع دخول خدمة الجيل الثالث والرابع لمتعاملي الهاتف النقال، و يرجع السبب كذلك إلى تمكن وتحكم فئة الطلبة من استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة، فضلا عن ميولهم لاستخدام هذه المواقع نظرا لما توفره مزايا وقدرات على تلبية حاجات هذه الفئة.

6 – جدول رقم (6) الوقت المفضل لدى العينة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي

الفترة المفضلة	التكرار	النسبة %
صباحا	37	12,75
مساء	96	33,1
ليلا	157	54,13
المجموع	290	100

يتضح من الجدول رقم (6) والمتعلق بتوزيع عينة البحث بحسب الوقت الذي يفضل به استخدام شبكات التواصل الاجتماعي إلى أن الفئة الغالبة من العينة يفضلون استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ليلا بنسبة 54,13% وهو ما يعادل 157 من العدد الإجمالي من العينة، تليها الفئة التي تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي مساء بنسبة 33,1% وهو ما يمثل 96 من العدد الإجمالي من العينة، في حين قدرت فئة الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي صباحا بنسبة 12,75% وهو ما يعادل 37 من العدد الإجمالي من العينة .

إن ارتفاع نسبة الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في الليل راجع لكونه المدة التي يتفرغ فيها أغلبية الطلبة من انشغالاتهم اليومية فهي مرحلة راحة بالنسبة إليهم يتفرغون فيها. لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي بكل تركيز، هذا بالرغم من أن هناك طلبة يفضلون استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الصباح وكذا المساء لكن بنسبة أقل وبدرجة متفاوتة وهذا بحسب ظروف كل طالب ووقت فراغه وعاداته اليومية .

7 – جدول (7) مدى ثقة العينة في المعلومات السياسية التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	مدى الثقة في المعلومات السياسية
35,17	102	أثق إلى حد ما
44,82	130	أثق بشكل كبير
20	58	لا أثق على الإطلاق
100	290	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول رقم (7) ان نسبة عالية من طلاب الجامعة لديهم ثقة في المعلومات السياسية التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي ؛ إذ جاءت بنسبة 44,82% بعدد اجمالي 130 في حين جاءت أثق الى حد ما بنسبة 35,17% بعدد 102 وفي الأخير جاءت لا أثق على الاطلاق بنسبة 20 بعدد اجمالي 58، وتشير هذه النتيجة الى مدى اعتماد طلاب الجامعة على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات السياسية وهو ما يبين أهمية تلك الشبكات في عملية تفعيل المشاركة السياسية ونشر الوعي السياسي لديهم

8 – جدول رقم (8) اتجاهات الطلاب نحو شبكات التواصل الاجتماعي

الانحراف	الوسط الحسابي المعياري	معارض	محايد	موافق	العبارة
		%	%	%	
0686	2,61	11,5	45	16,2	سرعة انتشار الاحداث السياسية وتداولها
0638	2,59	8,2	32	24,6	تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي من أكثر وسائل الاعلام للتعبير عن الآراء بحرية
0650	2,54	9,0	35	22,8	تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي من أهم الأدوات المساهمة في حدوث التطورات السياسية مؤخرًا

0623	2,35	6,9	27	31,8	124	61,3	239	التطلع على الموضوعات والقضايا السياسية
0696	2,32	12,8	50	39,7	155	47,4	185	حرية التعبير عن الآراء والانتماءات السياسية
0756	2,30	17,7	69	32,8	128	49,5	193	التوعية السياسية نتيجة للمجتمع الافتراضي الذي كونه شبكات التواصل الاجتماعي
0718	2,12	15,1	59	39,5	154	45,4	177	مناقشة الموضوعات السياسية بحرية دون رقابة
0749	2,11	22,6	88	42,6	166	34,9	136	تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في نقل الصورة الحقيقية للأوضاع السياسية
0744	1,93	22,8	89	43,6	170	33,6	131	ممارسة كافة أشكال الأنشطة السياسية
0748		34,4	134	38,2	149	27,4	107	التواصل مع رموز وقادة العمل السياسي دون قيود

تشير بيانات الجدول السابق الى أن من أهم اتجاهات الطلاب نحو شبكات هي أن تلك الوسائل تعدت من أكثر وسائل الاعلام للتعبير عن الآراء بحرية وسرعة ونشر الأحداث السياسية وتداولها بنسبة متقاربة على التوالي 2,61% و 2,59% ثم أنها من أهم الأدوات المساهمة في حدوث التطورات السياسية في العراق مؤخرًا بنسبة 2,59% وتلك النسب تدل أن اتجاهات الطلاب نحو شبكات التواصل الاجتماعي اتجاهات.

7 – جدول رقم (7) دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
36,89	107	لمتابعة الأخبار وآخر المستجدات
30,68	89	للتعارف والتواصل

8,62	25	للثقافة والتعليم
23,79	69	للتسلية والترفيه
100	290	المجموع

يتضح من الجدول رقم (7) والمتعلق بتوزيع العينة حسب دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي إلى أن الفئة الغالبة من العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بدافع متابعة الأخبار وآخر المستجدات بنسبة كبيرة قدرت بـ 36,89% وهو ما يعادل 107 من العدد الإجمالي من العينة ثم تليها فئة العينة التي تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي بدافع التعارف والتواصل بنسبة 30,68% وهو ما يمثل 89 من أفراد العينة، و في المرتبة ما قبل الأخيرة تأتي فئة الذين يستخدمون هذه المواقع بدافع التسلية والترفيه بنسبة 23,79% بما يعادل 69 من العدد الإجمالي من العينة، وأخيرا تأتي فئة الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بدافع الثقافة والتعليم بنسبة 8,62% أي ما يعادل 25 من أفراد العينة. إن ارتفاع نسبة الفئة التي تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي بدافع متابعة الأخبار وآخر المستجدات راجع إلى كون الطلبة يجدون في شبكات التواصل الاجتماعي مصدرا سريعا ومهما للاطلاع على الأخبار وآخر المستجدات الراهنة سواء كانت محلية أو وطنية أو عالمية، فهي تبقى على اتصال دائم بكل ما يحدث حوله وفي العالم.

8 – جدول رقم (8) أهم المواضيع التي تثير اهتمام العينة عبر شبكات التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	أهم المواضيع
34,82	101	السياسية
16,89	49	الاجتماعية
3,79	11	الثقافية
44,48	129	كلها
100	290	المجموع

يشير الجدول رقم (8) والمتعلقة بتوزيع العينة حسب أهم المواضيع التي تثير اهتمامهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي إلى أن الفئة الغالبة هي الفئة التي تثير اهتمامها كل المواضيع على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة قدرت بـ 44,48% وهو ما يعادل 129 من العدد الإجمالي من العينة، ثم تليها الفئة التي تهتم بالمواضيع السياسية بنسبة 34,82% أي يعادل 101 من العدد الإجمالي لأفراد العينة، ثم تأتي الفئة التي تثير اهتمامها

المواضيع الاجتماعية بنسبة 16,89% بم يمثل 49 من العدد الإجمالي العينة، وأخيرا الفئة التي تثير اهتمامها المواضيع الثقافية بنسبة 3,79% أي ما يعادل 11 من أفراد العينة. إن ارتفاع نسبة الفئة التي تثير اهتمامها كل المواضيع في شبكات التواصل الاجتماعي راجع لكون الطلبة الجامعيين يفضلون التنوع في المواضيع والمعلومات والأخبار المتعلقة بمختلف الجوانب، وهذا يعود إلى أن الإنسان بصفة عامة والطالب الجامعي بصفة خاصة يعيش حالة تفاعل مع كل ما يحدث حوله في شت الحالات. إن ارتفاع نسبة الطلبة العينة الذين يهتمون بالمواضيع السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي يعبر عن وعي هذه الفئة بأهمية السياسة في حياة الأفراد، والتي أصبحت تحتل مكانة هامة ومتقدمة في اهتمامات الشباب الجامعي بفعل تراكم الأحداث السياسية التي يعرفها العراق، هذا بالإضافة إلى كون شبكات التواصل الاجتماعي تعتبر كمنبر للتعبير الحر والمفتوح لكل القوى السياسية ومختلف الفاعلين في الشأن السياسي، الأمر الذي جعل مستخدمي هذه المواقع بما فيهم الطلبة الجامعيين يتعرضون لسيل جارف من الرسائل السياسية، الأمر الذي يمكن أن يكون قد أثر فيهم وحفزهم على الاهتمام بالشأن السياسي.

9 – جدول رقم (9) المواضيع السياسية التي يولي لها العينة أهمية كبيرة لمتابعتها

النسبة %	التكرار	المواضيع السياسية التي يهتم بها العينة
31,03	90	نشاط الحكومة وقراراتها
10,34	30	نشاط الاحزاب السياسية
7,58	22	نشاط الشخصيات السياسية
47,58	138	الفساد السياسي والمالي
3,44	10	التظاهرات
%100	290	المجموع

يشير الجدول رقم (9) والمتعلقة بتوزيع العينة حسب المواضيع السياسية الذين يولون أهمية كبيرة بمتابعتها أن إلى الفئة الغالبة من العينة هم من يهتمون بالمواضيع السياسية التي تتضمن الفساد السياسي والمالي بنسبة 47,58% وهو ما يعادل 138 من العدد الإجمالي من العينة، تليها الفئة التي تتابع المواضيع نشاط الحكومة وقراراتها بنسبة 31,03% أي ما يعادل 90 من العدد الإجمالي، لتأتي بعدها فئة نشاط الأحزاب السياسية بنسبة 10,34% أي ما يعادل 30 من العدد الإجمالي من العينة، بعدها تأتي الفئة المهمة بمتابعة نشاط الأحزاب السياسية بنسبة 7,58% هو ما يعادل 22 من العدد الإجمالي من العينة، إن ارتفاع نسبة فئة الذين

يهتمون بمتابعة الفساد السياسي والمالي راجع لكون الطلبة حريصون على معرفة هذا النوع من القضايا الي يؤثر على الواقع السياسي العراقي ويعيق تقدم الدولة في جميع الأصعدة ، وتأتي متابعة قرارات الحكومة من أجل التعرف على كل ما هو جديد من قرارات وإجراءات قد تمس بالحياة اليومية .

10- جدول رقم (10) المناقشات التي تتم عبر شبكات التواصل الاجتماعي تشجع على مشاركتهم السياسية

النسبة %	التكرار	المناقشات التي تتم عبر شبكات التواصل الاجتماعي تشجع على التكرار	مشاركتهم السياسية
57,58	167		دائما
31,03	90		أحيانا
7,93	23		نادرا
3,44	10		ابدا
%100	290		المجموع

تشير المعطيات الكمية المبينة في الجدول رقم (10) والمتعلقة بتوزيع العينة حسب مدى مناقشتهم للقضايا السياسية مع الأصدقاء و أفراد العائلة، إلى أن الفئة الغالبة من أفراد العينة دائما ما تتناقش في القضايا السياسية تشجعهم على المشاركة السياسية وهذا بنسبة 57,58% أي ما يعادل 167 من العدد الإجمالي من العينة، تليها الفئة التي تتناقش أحيانا في القضايا السياسية بنسبة 31.03 % بما يعادل 90 من العدد الإجمالي من العينة، ثم تلتها فئة نادرا ما تتناقش بنسبة 7,93 % بما يعادل 23 من العدد الإجمالي من العينة، وأخيرا الفئة التي لا تتناقش أبدا بنسبة 3.44 % وهو ما يعادل 10 من العدد الإجمالي من العينة. إن ارتفاع نسبة الطلبة الذين أحيانا ما يتناقشون في القضايا السياسية، يعود إلى تعدد اهتمامات الطلبة الجامعيين واختلاف المواضيع التي يناقشوها في حياتهم اليومية.

11 – جدول رقم (11) طبيعة مشاركة العينة في العملية الانتخابية

النسبة %	التكرار	مشاركة العينة
39	152	إرسال الفيديوهات السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي
27,4	107	المشاركة في الاستفتاءات التي تجريها المواقع بصورة

17,4	68	الانضمام الى كروب سياسية
10,3	40	المشاركة في المظاهرات
7,4	29	حضور الندوات السياسية
6,4	18	انشاء كروب سياسي

يشير الجدول رقم (11) أن من أبرز مشاركة طلاب الجامعة سياسيا عبر شبكات التواصل الاجتماعي (ارسال الفيديوهات السياسية عبر اليوتيوب والفيس بوك) بنسبة 39% وأقل مشاركة هي (إنشاء كروب سياسي) بنسبة 6,4%، ويرجع ذلك الى سهولة وسرعة إرسال الفيديوهات عبر الانترنت بالإضافة الى قوة تأثيرها على القرارات والآراء السياسية للأفراد مقارنة بإنشاء كروب سياسي لا يكون له نفس درجة التأثير.

13 – جدول رقم (13) كيفية مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين المواقف وتحفيزه العينة على المشاركة السياسية.

النسبة %	التكرار	تحفيز المشاركة السياسية
42,41	123	ساهمت بشكل كبير
33,44	97	ساهمت بشكل متوسط
24,13	70	ساهمت بشكل منخفض
100%	290	المجموع

توضح المعطيات الكمية المبينة في الجدول رقم (13) المتعلق بمدى مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تحفيز العينة على المشاركة السياسية، أن غالبية العينة كانت إجابتهم بشكل كبير وهذا بنسبة 42,41% أي ما يعادل 123 من العدد الإجمالي من العينة، تليها فئة العينة التي كانت إجابتهم بشكل متوسط بنسبة قدرت ب 33,44% وهو ما يعادل 97 من العدد الإجمالي لأفراد العينة، وفي الأخير تأتي فئة العينة الذين أجابوا بشكل منخفض وهذا بنسبة 24,13% أي ما يعادل 70 من العدد الإجمالي من العينة. إن ارتفاع نسبة فئة العينة التي ترى أن شبكات التواصل الاجتماعي حفزت بشكل متوسط على المشاركة السياسية يمكن أن يجد تفسيره في طبيعة المواضيع التي يهتم بها العينة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وبالتالي فإن درجة التحفيز على المشاركة السياسية يتوقف على درجة الاهتمام والتعرض للمواضيع ذات الطابع السياسي، وباعتبار أن درجة

اهتمام أغلبية الطلبة بالمواضيع السياسية في شبكات التواصل الاجتماعي متوسط فقد جاءت نتيجة تحفيز هذه المواقع لأغلبية العينة على المشاركة السياسية بدرجة متوسطة هي كذلك وبشكل متناسب. كما يمكن أن يكون ذلك راجع أيضا إلى عدم استخدام هذه الفئة لشبكات التواصل الاجتماعي بشكل كبير وتفضيلها متابعة القضايا السياسية بالاعتماد على وسائل الإعلام الأخرى باعتبارها تقدم مضمونا أكثر عمقا وموضوعية في تناولها لمختلف القضايا.

15- جدول رقم (15) المواضيع السياسية التي ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية وعي العينة بشأنها.

المواضيع السياسية	التكرار	النسبة %
طبيعة النظام السياسي	48	16,55
قضايا الفساد السياسي والمالي	129	44,48
السياسات المطبقة من طرف الحكومة	62	21,37
برامج الأحزاب السياسية ونشاطاتها	30	10,34
مواضيع متعلقة بتعزيز قيم المواطنة	21	7,24
المجموع	290	%100

تشير المعطيات الكمية المبينة في الجدول رقم (15) والمتعلق بأبرز المواضيع السياسية التي ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية وعي العينة بشأنها، إلى أن أهم المواضيع لدى أفراد العينة تتمثل في قضايا الفساد السياسي والمالي وهذا بنسبة 44,48% أي يعادل 129 من العدد الإجمالي من العينة، بالإضافة إلى المواضيع المتعلقة بالسياسات المطبقة من طرف الحكومة أتت في المرتبة الثانية بنسبة 21,37% بما يعادل 62 من العينة ، تليها المواضيع التي تتناول طبيعة النظام السياسي بنسبة 16,55% وهو ما يمثل 48 من العدد الإجمالي من العينة، ثم تليها المواضيع برامج الأحزاب السياسية بنسبة 10,34% بما يعادل 30 من أفراد العينة، وأخيرا تأتي المواضيع المتعلقة بتعزيز قيم المواطنة بنسبة 7,24% وهو ما يعادل 21 من العدد الإجمالي من العينة

نتائج فروض البحث:

الفرض الأول: توجد علاقة دالة إحصائية بين اعتماد طلاب الجامعة على شبكات التواصل الاجتماعي والمعرفة السياسية لديهم.

جدول رقم (16) العلاقة بين اعتماد طلاب الجامعة على المناقشة عبر شبكات التواصل الاجتماعي والمعرفة السياسية لديهم

المجموع		نادرا		أحيانا		دائما		المناقشة عبر شبكات التواصل الاجتماعي
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
100	100	11	11	36	36	53	53	جامعة بغداد
100	100	9	9	56	56	35	35	جامعة واسط
100	100	34,4	32	45,6	41	30	27	جامعة صلاح الدين
100	290	19,5	42	46,4	133	34,1	115	المجموع

كما $2 = 44,211$ درجات الحرية = 6 مستوى المعنوية = 0,000 معامل التوافق = 0,337 تشير بيانات الجدول رقم (16) إلى وجود علاقة دالة إحصائية بين اعتماد طلاب الجامعة على المناقشة التي تتم عبر شبكات التواصل الاجتماعي والمعرفة السياسية لديهم والعلاقة دالة إحصائية عند مستوى المعنوية = 0,000 وهي علاقة متوسطة الدلالة حيث قيمة معامل التوافق = 0,337 كما يتضح من بيانات الجدول أن جامعة بغداد تأتي في الترتيب الأول يليها جامعة واسط ومن خلال الجدول السابق يثبت صحة الفرض الأول كما تشير النتائج إلى وجود فروق بين طلاب الجامعة في المعرفة السياسية وظهرت تلك الفروق لصالح جامعة بغداد.

الفرض الثاني: هناك علاقة بين اعتماد طلبة الجامعة على شبكات التواصل الاجتماعي ومشاركتهم في التصويت في الانتخابات.

17 - جدول رقم (17) العلاقة بين اعتماد طلبة الجامعة على شبكات التواصل الاجتماعي ومشاركتهم في التصويت في الانتخابات.

معدل الاعتماد / المشاركة		دائما		احيانا		نادرا		المجموع	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
208	67,3%	76	24,5%	25	8,1%	309	79,2%		
47	58,2%	20	24,6%	13	16,4%	81	20,7%		

ك² = 5,546 مستوى المعنوية = 0,62 درجة الحرية = 2

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة دالة إحصائياً تشير بيانات الجدول السابق إلي بين اعتماد طلاب الجامعة على المناقشة التي تتم عبر وسائل الإعلام الرقمية والمعرفة السياسية لديهم والعلاقة دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية = 0,000. وهي علاقة متوسطة الدلالة حيث قيمة معامل التوافق = 0,337. كما يتضح من بيانات الجدول أن مناقشة القضايا السياسية في الترتيب الأول يليها ومن خلال الجدول السابق يثبت صحة الفرض الأول كما تشير تلك النتائج إلى وجود فروق بين طلاب الجامعة في المعرفة السياسية. ويفسر الباحث تلك النتيجة لطبيعة مجتمع طلاب الجامعة حيث الظروف المساعدة للطلاب على استخدام الأنترنت بدرجة أعلى من غيرهم.

مناقشة لأهم النتائج:

- 1 - يستخدم غالبية عينة الدراسة شبكات التواصل الاجتماعي منذ أزيد من خمس سنوات.
- 2 - يعتبر الفيس بوك أكثر شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها طلبة الجامعة.
- 3- يستخدم غالبية العينة شبكات التواصل الاجتماعي بصفة مكثفة من ساعة إلى ثلاث ساعات.
- 4- يهتم أغلبية العينة بمتابعة كل المواضيع عبر شبكات التواصل الاجتماعي بما فيها المواضيع السياسية.
- 5 - يعتمد أغلبية العينة على جهاز الهاتف الذكي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
- 6 - غالبية العينة ذكورا وإناثا يهتمون كثيرا بالسياسية ويولون أهمية كبيرة لمتابعة القضايا السياسية.

مقترحات الدراسة:

- القيام بالمزيد من الدراسات التي تتناول موضوع الوعي السياسي في العراق سواء لدى فئة الطلبة الجامعيين أو غيرها من الفئات .
- تكثيف البحوث والدراسات مستقبلا في الاتصال السياسي وشبكات التواصل الاجتماعي نظرا للدور المتزايد لهذه المواقع في العمل السياسي.
- الاهتمام بدراسة فعالية توظيف شبكات التواصل الاجتماعي من طرف الأحزاب السياسية لتحفيز الجمهور على المشاركة السياسية.

المصادر :

- Ahmad, T. A. (2019, November 20). *An analysis of survey results from rural Pakistan*. (T. u. students, Producer, & Sage Open) Retrieved 2023, from <https://www.webope>.
- political participation of young people in Mexico, Spain and .(2019) De-la-Garza-Montemayo. *world, unite! The challenges and opportunities of Social (61)27* ، Chile. Comunicar. *Media. Business horizons*.
- Tutgun -Ünal, A. (2020). Social Media Addiction of New Media and Journalism Students. *Online Journal of Educational Technology-*, ., 2, pp. 1-12.
- الهام يونس احمد. (2010). *العلاقة بين الاعتماد القنوات الفضائية الاخبارية العربية ومستوى المعرفة بالقضايا الداخلية لدى الجمهور المصري واتجاهاته نحوها، رسالة دكتوراه غير منشورة. القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الاعلام.*
- جمعة محمد عبد الله. (2019 م). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة السياسية للمرأة العراقية في المشهد السياسي العراقي. *مجلة أدب الفراهيدي*، صفحة 113.
- حسن عماد مكاوي، و ليلي حسين السيد. (2002). *:الاتصال ونظرياته المعاصرة (المجلد 2)*. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- رضوان بلخيري. (2014 م). *مدخل الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات*. الجزائر: جسور للنشر والتوزيع.
- سامي عبد الفتاح. (2007). *دور وسائل الاتصال الحديثة في تشكيل العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، رسالة دكتوراه غير منشورة. القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام.*
- سمير محمد حسين. (2006 م). *بحوث الأعلام: الاسس والمبادئ (المجلد 2)*. القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع.

عبد الله عبد المؤمن التميمي. (2020 م). دور وسائل التواصل الاجتماعي في زيادة المشاركة السياسية لدى المهاجر اليمني دراسة ميدانية . مجلة الدراسات الاعلامية المركز الديمقراطي العربي.

مجيب احمد حازم. (يناير، 2011). دور برامج الراي الفضائيات الاخبارية في تدعيم المشاركة السياسية لدى طلاب جامعة اليمن، رسالة دكتوراه غير منشورة . القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الاعلام.

محمد عبد الحميد. (2004). نظريات الاعلام واتجاهات التأثير. القاهرة: عالم الكتاب.

محمد عبد الوهاب الفقيه. (2002). العلاقة بين الاعتماد على القنوات التلفزيونية الفضائية ومستويات المعرفة بالموضوعات الاخبارية في المجتمع اليمني، رسالة ماجستير غير منشورة. القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الاعلام، .

مختار جلولي. (2014م). استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر. مجلة جليل العلوم الإنسانية والاجتماعية.

منير حجاب. (2002 م). أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية،. القاهرة: دار الفجر.

ميثم فالح حسين. (2023). تأثير خطاب الكراهية في مواقع التواصل الاجتماعي على طلبة الجامعات وانعكاسها على الهوية

الوطنية *Larq Journal for Philosophy, Linguistics & Social*

Sciences, 3(51). <https://doi.org/10.31185/lark.Vol3.Iss51.3293>

نجلاء عبد الحميد فهمي الجمال. (2020). اعتماد الشباب على وسائل الاعلام التقليدية والحديثة كمصدر لمعارفهم الثقافية، رسالة دكتوراه غير منشورة. القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الاعلام.