

العلاقة بين اعتماد الجمهور العراقي على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو قضايا الإصلاح السياسي - دراسة ميدانية -

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

المقدمة

انعكس التطور الهائل والمستمر في تكنولوجيا الاتصال في العصر الحديث على زيادة القوة التأثيرية لوسائل الأعلام وتزايد خطورتها، فأصبحت تلعب دورا كبيرا في تكوين تصور الفرد للعالم المحيط به، وفي تكوينه للحقائق والآراء والمعتقدات حول هذا العالم، مما أدى بالاتصال الى أن يأخذ الصبغة الدولية، ويتجه نحو العولمة التي أصبحت تسود كافة الأنشطة الإنسانية، وزاد التكامل بين وسائل الأعلام التقليدية والحديثة، وأصبح التعرض لوسائل الاتصال جزءا من نسيج الحياة اليومية للمواطنين، وأحدثت هذه التغيرات في مجال الاتصال تأثيرات كبيرة في منطقتنا العربية تزامنت مع تعاضد تأثير وسائل الأعلام التي أصبحت أهم المصادر الأساسية للحصول على المعلومات. (١)، وتقوم وسائل الأعلام بدور حيوي وفاعل في التوعية بأهمية قضايا الإصلاح السياسي وتشجيع الجمهور على المشاركة والقيام بدور ايجابي فيها وذلك عن طريق تقديم المعلومات والحقائق والتوضيحات والتعليقات المختلفة، فضلا عن تقديم الآراء المتعددة والتي يمكن أن تساهم في تشكيل اتجاهات المتلقين نحو هذه القضايا. (٢)

كما تقوم وسائل الأعلام بالقاء الضوء على القضايا الخارجية خاصة إذا ما ارتبطت بأوضاع داخلية وكان لها تأثير عليها، ويتعاضد هذا الدور في أوقات الأزمات الدولية والصراعات والحروب من خلال تشكيل الجدل حولها وتقديم تصورات بشأن الأطراف المشتركة فيها، وإضفاء الشرعية على بعض الأطراف وتجريد أطراف أخرى من الشرعية، وإبراز قضايا تقوم به وسائل الأعلام في بلورة وتكوين اتجاهات الجمهور نحو القضايا المجتمعية، كون الاتصال يرتبط ارتباطا وثيقا بالقضايا والمشكلات الاجتماعية.

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي، أحد الوسائط الإعلامية المهمة والتي يمكن لها أن تقوم بهذا الدور وذلك لما تملكه من خصائص وسمات تمكنها القيام بهذا الدور بصورة متميزة وفاعلة. فهي تمتاز بسمات الاتية والفورية واستعمال خاصية الوسائط المتعددة من نصوص وصور وملفات صوتية وأفلام فيديو، مما يساهم في تنوع طرق عرض المحتوى وبما يساهم في توفير كم هائل من المعلومات المتنوعة لأفراد الجمهور بالشكل الذي يغني الموضوع الذي يتم معالجته، الأمر الذي يوفر لمستخدم مواقع التواصل الاجتماعي كما هائلا من المعلومات والآراء التي يمكن عن طريقها أن تساعد في تشكيل آرائه باتجاه معين أو التأثير على قناعاته بدرجة أو بأخرى، لاسيما خاصية التفاعلية مع المتلقي بالشكل الذي يجعل منهم أفراد فاعلين ومؤثرين في العملية الاتصالية، الأمر الذي جعل من مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة إعلامية ايجابية بفعل اعتمادها النمط أو الطريقة الدائرية في الاتصال مع الجمهور والتي تمتاز بتناحية اتجاه الاتصال من المرسل الى المستقبل والمشاركة في العملية الاتصالية، غير ما هو عليه الحال في وسائل الأعلام التقليدية التي تعتمد الطريقة الخطية باتجاه واحد من المرسل الى المستقبل. وبالشكل الذي يعمل على إيجاد مشاركة فاعلة في العملية الاتصالية بين الجمهور والقائم بالاتصال وبما يزيد ويعزز فرص التأثيرات على المتلقي ويساهم في إيجاد جمهور واع وفاعل ويجابي ومشارك في العملية الاتصالية. الأمر الذي يجعلها وسيلة إعلامية متميزة ومؤثرة في المستخدمين، وبما يحقق أهداف

العملية الاتصالية لاسيما لفئة الجمهور الذي يعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على معلوماته وتكوين آرائه ومواقفه واتجاهاته.

من الواضح أن مواقع التواصل الاجتماعي سوف تلعب في المستقبل دوراً مؤثراً جداً في المطالبات السياسية في العالم ككل، وفي دول الشرق الأوسط بشكل خاص، وهو ما يقتضي ضرورة السعي نحو تحديد المؤشرات التي بمقتضاها يمكن تحليل طبيعة الأدوار التي تقوم بها هذه الشبكات، وإلى أي مدى يمكن الاستفادة منها في عملية التغيير الاجتماعي والسياسي الحادثة في العديد من الدول في الآونة الأخيرة.

ويهدف البحث الى دراسة العلاقة بين اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو قضايا الإصلاح السياسي ورصد طبيعة هذه العلاقة من أجل تحديد مدى التأثير الذي أحدثته مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي نحو قضايا الإصلاح السياسي، عن طريق إجراء دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

مشكلة الدراسة : تقوم وسائل الاعلام بدور هام في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو مختلف أنواع الموضوعات والقضايا التي تقوم بمعالجتها، وذلك عن طريق تغطياتها للأخبار وتقديم المعلومات والتحليلات والتفسيرات والآراء المتعددة عن هذه الموضوعات والقضايا، الأمر الذي يساهم في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو هذه القضايا، لاسيما الجمهور الذي يعتمد على وسيلة إعلامية معينة في الحصول على معلوماته عن مختلف أنواع المعلومات والقضايا. ومواقع التواصل الاجتماعي هي واحدة من الوسائل الإعلامية الحديثة التي باتت تشكل وسيلة يتزايد اعتماد الجمهور عليها في الحصول على المعلومات بفعل ما تمتلكه من إمكانات وسمات تميزها عن وسائل الاعلام التقليدية. وتتلخص المشكلة البحثية برصد العلاقة بين اعتماد الجمهور العراقي على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاته نحو قضايا الإصلاح السياسي والتعرف على طبيعة هذه العلاقة عن طريق تحديد متغيرات الاعتماد (الدوافع والتأثيرات) وقياس التأثيرات التي يحدثها اعتماد الجمهور العراقي على مواقع التواصل الاجتماعي والتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهاته نحو هذه القضايا وقياس مدى فاعليتها في تكوين هذه الاتجاهات عن طريق إجراء دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي هذه المواقع، والذين يعتمدون عليها في الحصول على معلوماتهم بشأن هذه القضايا، وذلك في ضوء فروض نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام.

أهمية الدراسة : تتحدد أهمية هذه الدراسة بالنقاط الآتية:

- ١- أهمية دراسة اتجاهات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي نحو مختلف أنواع القضايا الهامة للمجتمع ومنها قضايا الإصلاح السياسي.
- ٢- تمثل قضايا الإصلاح السياسي أهمية بالغة للجمهور بمختلف فئاته العمرية ومستوياته الاقتصادية والاجتماعية وتحصيله الدراسي كونها تمس مصالحهم ومستقبلهم ولما لها من تأثيرات على حياتهم اليومية.
- ٣- تأتي أهمية الدراسة في العمل على تحديد العلاقة بين اعتماد الجمهور العراقي على مواقع التواصل الاجتماعي وتكوين اتجاهاتهم نحو قضايا الإصلاح السياسي، مما يسد نقصاً واضحاً في دراسات الجمهور العراقي في علاقته بمواقع التواصل الاجتماعي.

٤- ندرة الدراسات التي تناولت دراسة العلاقة بين اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو قضايا الإصلاح السياسي.

٥- تعمل هذه الدراسة على اختبار فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في مجال وسيلة إعلامية حديثة (مواقع التواصل الاجتماعي) ولقضايا مجتمعية ذات أهمية لفئات واسعة من الجمهور وهي قضايا الإصلاح السياسي.

٦- توفير معلومات حول اتجاهات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي معتمدة على القياس العلمي في دراسة هذه الاتجاهات وتشخيص متغيرات وطبيعة العلاقة بين الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل هذه الاتجاهات.

أهداف الدراسة: يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في تحديد ماهية العلاقة بين اعتماد الجمهور العراقي على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو قضايا الإصلاح السياسي وتفسير طبيعة هذه العلاقة وتفرع عن الهدف الرئيسي مجموعة من الأهداف الفرعية وكالاتي:

١- رصد وتحليل العلاقة بين اعتماد الجمهور العراقي على مواقع التواصل الاجتماعي في استقاء معلوماته عن قضايا الإصلاح السياسي واتجاهاته نحو هذه القضايا وتوصيف هذه العلاقة.

٢- تفسير دوافع مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الاعتماد عليها بشأن الحصول على المعلومات عن قضايا الإصلاح السياسي.

٣- قياس التأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية) الناتجة عن اعتماد الجمهور العراقي على مواقع التواصل الاجتماعي بشأن قضايا الإصلاح السياسي.

٤- تحديد مدى اعتماد الجمهور العراقي على مواقع التواصل الاجتماعي بشأن الحصول عن المعلومات عن قضايا الإصلاح السياسي.

٥- رصد دور المتغيرات الوسيطة (المتغيرات الديموجرافية، دوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي) في درجة اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي.

الدراسات السابقة:

١- دراسة **Jin Yang & Padmini Patwardham**، وعنوانها: العلاقات بين الاعتماد على الانترنت والسلوك الاستهلاكي: تطبيق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على كيفية تسوق الجمهور وكيفية قراءته للأخبار الالكترونية، ٢٠٠٣ (٣): وقد سعت الدراسة للتعرف على علاقات الاعتماد على شبكة الانترنت كمتغير يساعد في التنبؤ بأنشطة المستهلك الالكترونية والعلاقة بين شبكة الانترنت والاعتماد وتطبيق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام والتي ترى أن علاقات الاعتماد بين الأفراد ووسائل الإعلام تقوم على الفائدة المدركة لوسائل الإعلام لفهم الذات والمجتمع، والتوجيه (الفعل والتفاعل) والترفيه (العزلة والترفيه الاجتماعي). والتعرف على المدى الذي تؤثر فيه كثافة الاعتماد على الانترنت ومتغيرات السن والنوع والدخل على أنشطة التسوق لدى المستهلك الالكترونية، وما هو المدى الذي تؤثر فيه نفس العوامل على الوقت المقضي في قراءة الأخبار الكترونياً. وتم إجراء دراسة ميدانية على عينة مكونة من (١٤٦٢) مبحوثاً تم اختيارهم بطريقة عشوائية من الكليات والعاملين بجامعة ميدوسترن الأمريكية، وتم الاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات من المبحوثين. وتوصلت الدراسة الى أنه في المتوسط أظهر مستخدمي الانترنت اعتماداً متوسط الكثافة على الانترنت وأنه أصبح جزءاً متكاملًا في مصادر الأفراد الإعلامية، كما أن تنمية الاعتماد على الانترنت أكبر

بين الجمهور الأصغر سناً، وكان هدف الترفيه من أبرز الأهداف لديهم. وخلصت الدراسة الى وجود علاقة ارتباطية قوية بين إدراكه للقضايا الاجتماعية وقراءة الأخبار الالكترونية والذي يؤدي الى اعتماد الجمهور على مصادر الانترنت لفهم العالم من حوله.

٢- دراسة Daniel Riffe et al., وآخرون، وعنوانها: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام واستخدام الانترنت للحصول على المعلومات المتخصصة ٢٠٠٨ (٤) : وقد سعت الدراسة على التعرف الى نسبة الجمهور في الولايات المتحدة الذين يعتمدون الانترنت للحصول على المعلومات المتخصصة بشأن الصحة والعلوم وقطاع الأعمال وكيفية تقييم الأفراد الذين يعتمدون على الانترنت في الحصول على المعلومات المتخصصة وهل أن التقييمات تتنوع باختلاف المعلومات المتخصصة المتعمقة وماهية أنواع المتغيرات التي ترتبط بمعدلات تقييم الانترنت في تقييم المعلومات المتخصصة المتعمقة. وقد قام الباحث بأجراء دراسة ميدانية، واستعمل أداة الاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين وبلغ عدد المبحوثين (١٠٣١) مبحثاً من البالغين الأمريكيين، وتوصلت الدراسة الى أن المفتاح لفهم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وتطبيقاتها على وسائل الإعلام الرقمية هو دراسة التنوعات في الكيفية التي يعتمد بها الجمهور على الانترنت للحصول على المعلومات المتخصصة وكيف يقارنون الانترنت بوسائل الإعلام التقليدية لاكتساب نفس النوعية من المعلومات. وأوضحت الدراسة أن هناك نسبة ذات دلالة إحصائية من المبحوثين تصل الى ثلاثة أرباع العينة يعتمدون على الانترنت أسبوعياً للحصول على أنواع محددة من المعلومات والمعلومات المتخصصة وذلك بهدف التوجيه، وبين المبحوثين أنه نظراً لتكاليف نشر تلك النوعية من المعلومات فإن تخزين المعلومات الكترونياً غير مكلف مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية ولأن الانترنت يسمح بالوصول للمعلومات المتخصصة بسهولة فإن ذلك عمل على تحسين قدرات البحث عبر شبكة الانترنت. وأن ما يقرب من نصف أفراد العينة يعتمد على الانترنت للحصول على المعلومات الصحية وأن بعض أفراد العينة يعتمدون الانترنت للحصول على المعلومات في مجالات العلوم المختلفة، وقد تنوعت الاختلافات في الحصول على المعلومات الصحية وفقاً لمتغير النوع في المبحوثين الذين يعتمدون شبكة الانترنت للحصول على المعلومات في مجالات العلوم يختلفون وفقاً للمتغيرات الديموجرافية كافة.

٣- دراسة Kenneth Fleming حول استخدام وسائل الإعلام الإخبارية المطبوعة والالكترونية للحصول على الأخبار المحلية: دراسة من منظور نظريتي الاعتماد والاستخدامات، ٢٠١١ (٥) : تهدف هذه الدراسة للتعرف على تأثيرات نظريتي الاستخدامات والأشباع والاعتماد على وسائل الإعلام وتطبيقها على كيفية استخدام الجمهور لكل من وسائل الإعلام الإخبارية المطبوعة والالكترونية للحصول على الأخبار المحلية وحجم الاختلاف في استخدام تلك الوسائل المطبوعة والالكترونية وذلك على المستوى الفردي، إذ تعتمد الدراسة على اختبار طبيعة العلاقات الاستخدامات والاعتماد على الصحف المحلية ووسائل الإعلام الالكترونية بغرض الحصول على الأخبار المحلية. وقد اعتمدت الدراسة على جمع البيانات من المبحوثين عن طريق الهاتف وبلغ حجم عينة الدراسة (٦٠٥) مبحثاً من طلاب الجامعات. وتوصلت الدراسة الى وجود دلائل قوية على صحة افتراضات كلا من نظريتي الاستخدامات والأشباع والاعتماد على وسائل الإعلام ووجود ارتباطات ايجابية بين الاعتماد على وسائل الإعلام المطبوعة وقراءة الصحف المحلية وبين الاعتماد على وسائل الإعلام الالكترونية واستخدام الانترنت ومواقع الصحافة الالكترونية للحصول على الأخبار المحلية، وأن المبحوثين حددوا بعض السمات المهمة التي تدفعهم لاستخدام وسائل الإعلام الإخبارية الالكترونية وهي الوسائط المتعددة، ورقمية المعلومات، والتفاعلية وأن الاختلافات الفردية في الاحتياجات النفسية والاجتماعية تؤثر على استهلاك وسائل الإعلام الإخبارية، وقد بينت الدراسة تأييداً لتأثير كلا من السن والتعليم والدخل والنوع على استخدام

وسائل الإعلام الالكترونية للحصول على الأخبار المحلية وتفضيل الصحف المحلية، وكان المبحوثون الأصغر سناً أكثر ميلاً لتفضيل الانترنت ومواقع الصحف الالكترونية المحلية، وكان المبحوثون الذين ليس لديهم أطفال أكثر استخداماً للصحافة عبر الانترنت من المبحوثين الذين لديهم أطفال.

٤- دراسة عيبر حمدي، وعنوانها دور الانترنت والراديو والتلفزيون في أمداد الجمهور المصري بالمعلومات، ٢٠٠١ (٦) : وقد أجريت الدراسة على عينة مكونة من (٤٠٠) مفردة من مدينة القاهرة، وأثبتت الدراسة أنه تصدرت كل من الصحف والانترنت مصادر المعلومات بالنسبة لمستخدمي الانترنت، حيث تزايد الاعتماد عليهما لاكتساب المعلومات، أما بالنسبة لغير مستخدمي الانترنت، فتفوق التلفزيون كمصدر أول للمعلومات، تليه الصحف، ثم الكتب، وتساوى الراديو مع الاتصال الشخصي، وكان غالبية هذه المجموعة من ذوي الدخل والمستوى التعليمي المنخفض.

٥- دراسة د. نرمين زكريا خضر، ٢٠٠٩ (٧) التي سعت إلى 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 طريقتهم للتعبير عن حالتهم النفسية والاجتماعية من خلال استخدامهم موقع الفيسبوك. وتوصلت الدراسة إلى أن أهم مصادر معرفة الطلاب بموقع الفيسبوك هم الأصدقاء والمعارف، وأن دافع التسلية والترفيه و قضاء أوقات الفراغ يأتي على رأس قائمة دوافع استخدام طلاب الجامعة لموقع الفيسبوك. كما توصلت إلى أن مشاهدة ألبومات الصور الخاصة بالأصدقاء تأتي على رأس قائمة الأنشطة التي يمارسها المبحوثون على موقع الفيسبوك، وأن التفاعل الاجتماعي بين الأشخاص عبر موقع الفيسبوك - كما يري المبحوثون- يؤدي إلى تنمية المهارات الشخصية والخبرات الحياتية والتعامل مع الآخرين، وأن من أهم مزايا الفيسبوك التواصل مع الأصدقاء ومواكبة ما يجرى والتعرف على الحالة النفسية لأصدقائهم.

٦- دراسة أشرف جلال حسن، وعنوانها: أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالإنترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية، ٢٠٠٩ (٨) وهدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة وحدود التأثير الذي أحدثته وسائل الإعلام الحديثة (الفضائيات والمواقع الاجتماعية والمدونات) على طبيعة وشكل العلاقات الاجتماعية والاتصالية داخل الأسرة المصرية مقارنة بالأسرة القطرية بحكم أن هذه الوسائل وفرت فرصاً عديدة للإعلام الجديد، وتمثلت أهم النتائج: في أنه ثمة إقبالاً كبيراً من جانب الشباب على المواقع الاجتماعية بشبكة الإنترنت. و احتل الفيسبوك و يوتيوب وماي سبيس مواقع الصدارة كشبكات اجتماعية مفضلة لأفراد العينة الذين يعتبرون أن أصدقائهم المرجع الأول لهم في حالة حدوث مشكلة لهم.

٧- دراسة صالحه الدماري، وعنوانها: الطلاب والشبكات الاجتماعية مع التطبيق على عينة من طلبة كلية الفنون والإعلام بجامعة الفاتح في ليبيا، ٢٠١٠ (٩) لمستخدمي الفيسبوك كشبكة بهدف البحث في الاشباع المتحققة من جراء استخدامه. وتوصلت الدراسة الى إن الفيسبوك كشبكة اجتماعية يستخدم من معظم الطلبة وهم من يخبرون بعض عنه، وأن السبب الرئيسي لاستخدامه هو اكتساب معارف وتعمق أكثر بالعالم والتواصل مع أناس ذا اهتمام مشترك. كما اجمع كل الطلبة ان الاستخدام المفرط للفيسبوك يؤدي الى الانشغال عن القراءة ويؤدي الى الكسل والتراخي. وخلصت الدراسة الى مجموعة من النتائج منها: ان الفيسبوك كشبكة اجتماعية يشبع الطلبة معرفياً ويزود الطلبة بمعرفة متعمقة بالعالم، وأيضا للفيسبوك إشباع اجتماعي حيث انه يخلق جو اجتماعي وتواصل بين الزملاء حتى في أوقات العطلات

كما أن للفيسبوك إشباع فكري حيث انه طرح أفكار جديدة للتواصل بين الطلبة ويناقدون مع بعض مناهج الدراسة والمحاضرات واكتشافهم طرق أفضل لمراجعة الدروس .

٨- دراسة جمال عبد العظيم أحمد، وعنوانها: اتجاهات جمهور وسائل الإعلام في البحرين نحو المعالجة الإعلامية للقضايا الاقتصادية دراسة مقارنة لجمهور الوسائل التقليدية والشبكات الاجتماعية (٢٠١١) (١٠): وقد سعت الدراسة للكشف عن اتجاهات الجمهور نحو المعالجة الإعلامية سواء التي قدمتها الوسائل الإعلامية التقليدية كالصحافة والراديو والتلفزيون أو الحديثة ممثلة في الشبكات الاجتماعية وما تناوله من آراء ومناقشات وأخبار خاصة بالأزمة الاقتصادية ومعرفة اتجاهات الجمهور الأخيرة والتعرف على العلاقة بين السمات الديموجرافية والآثار التي تحدثها هذه الوسائل في الجماهير، بجانب معرفة أكثر الفئات المجتمعية من حيث النوع والسن والمستوى التعليمي والاقتصادي ارتباطاً بهذه المعالجة وتقيماً لها من ناحية، وقد استعمل الباحث المنهج المسحي من خلال المسح بالعينة عن طريق استمارة استبيان من أجل جمع المعلومات. وتكونت عينة الدراسة من (٤٠٠) مفردة من مختلف محافظات مملكة البحرين، وتوصلت الدراسة الى أن ما يصل الى ثلثي العينة قد تابعوا الأزمة الاقتصادية العالمية الأخيرة في الصحف المطبوعة ونسبتهم ٦٩,٢% مقابل ٣٠,٨% تابعوا أحداث هذه الأزمة في الوسائل الإعلامية الأخرى. وأن ٣٣,٨% من إجمالي العينة تابعوا أحداث الأزمة الاقتصادية وأخبارها عبر مواقع الشبكات الاجتماعية بالانترنت ومواقع .

فروض الدراسة :

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي ومتغيراتهم الديموجرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي، المهنة، المستوى الاقتصادي والاجتماعي).

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة حرص المبحوثين على الاطلاع على قضايا الإصلاح السياسي في مواقع التواصل الاجتماعي ومتغيراتهم الديموجرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي، المهنة، المستوى الاقتصادي والاجتماعي).

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على معلوماتهم عن قضايا الإصلاح السياسي ومتغيراتهم الديموجرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي، المهنة، المستوى الاقتصادي والاجتماعي).

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ايجابية بين درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي ودوافعهم (النفعية، الطقوسية) في الاعتماد عليها.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية ايجابية بين درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد (المعرفية، الوجدانية، السلوكية) .

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية ايجابية بين درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو قضايا الإصلاح السياسي .

الفرض السابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين دوافع المبحوثين في الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي فيما يخص قضايا الإصلاح السياسي والتأثيرات الناتجة عن هذا لاعتماد.

الفرض الثامن: توجد علاقة ارتباطية ايجابية بين دوافع المبحوثين (النفعية، الطقوسية) في الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي فيما يخص قضايا الإصلاح السياسي وبين اتجاهاتهم نحو هذه القضايا.

الفرض التاسع: توجد علاقة ارتباطية ايجابية دالة إحصائياً بين سمات مواقع التواصل الاجتماعي، بتقدير المبحوثين ودرجة اعتمادهم عليها فيما يخص قضايا الإصلاح السياسي.

الإطار النظري للدراسة :

مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام : لقد ازداد الاهتمام بهذه النظرية في العقدین الأخيرین نظراً للتطور التقني الهائل و الثورة المعرفية التي نعيشها حيث أشار دينس ماكويل إلى أن وجود الإنترنت وتأثيره المتزايد بإمكانياته المعلوماتية الهائلة واستخداماته المتعددة قد أحدث تطويراً في البيئة الإعلامية، وفي العلاقات التقليدية بين الفرد والنظام الإعلامي. (١١) ومن الأهداف الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام أثاراً قوية ومباشرة وفي أحيان أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعاً ما . ويمكن القول: إن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام هي (نظرية بيئية)، والنظرية البيئية تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيباً عضوياً ، وهي تبحث في كيفية ارتباط أجزاء من النظم الاجتماعية صغيرة وكبيرة يرتبط كل منها بالآخر ، ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات والمفترض إن يكون نظام وسائل الإعلام جزءاً هاماً من النسيج الاجتماعي للمجتمع الحديث ، وهذا النظام له علاقة بالافراد والجماعات والمنظمات والنظم الاجتماعية الأخرى ، والعلاقة الرئيسية التي تحكمها هي علاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور وقد تكون هذه العلاقات مع نظم وسائل الإعلام جميعها أو مع احد أجزاءها مثل :الصحف- الراديو -التلفزيون- الانترنت. (١٢) ويؤكد نموذج الاعتماد على الطبيعة التفاعلية لعمليات تأثير وسائل الإعلام بصورة أساسية وتفاعل نظم وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية والتأثير على استجابات الجمهور والتي تؤثر على المجتمع ووسائل الإعلام(١٣).

ويعد تشكيل اتجاهات نحو قضية معينة هو أحد نتائج الاعتماد على وسائل الإعلام والتي هي أحد أشكال التأثيرات المعرفية، حيث تمدنا وسائل الإعلام بتدفق لا نهائي عن الأحداث والموضوعات والأشخاص مما يساعد الجماهير على تكوين اتجاهات نحو تلك الأشياء من خلال العمليات الانتقائية التي يقوم بها الأفراد(١٤). فتأثيرات وسائل الإعلام تبدأ بالتأثيرات المعرفية أي تكوين معارف ومعلومات جديدة أو تعزيز لها وتأثيرات عاطفية والتي تتضمن التأثير على شعور وعواطف الجمهور نحو موضوع أو قضية معينة تتضمن تغيير سلوك الجمهور وذلك باتخاذ موقف معين والسلوك نحوه دون أشكال أخرى من أنواع السلوك فالمعرفة هي إحدى عناصر الاتجاه وهي مؤثر أساسي في السلوك يجعل الفرد يقبل أو يرفض متأثراً ببنائه المعرفي الذي يشمل عدداً أكبر من المعارف والمعلومات والخبرات التي تتفاوت أهميتها وتتباين في طبيعتها وفي علاقاتها بموضوع الاتجاه حيث تؤثر في العنصر الشعوري والتقويمي للفرد نحو موضوع الاتجاه(١٥). وتفترض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام أنه كلما كان اعتماد الجمهور على هذه الوسائل في استخداماتهم واحتياجاتهم كلما كان تأثير هذه الوسائل عليهم أكثر(١٦). وأن درجة اعتمادنا على وسائل الإعلام ومضموناتها هي بمثابة المفتاح لفهم متى وكيف تغير الرسائل الاتصالية لوسائل الإعلام معتقدات ومشاعر أو سلوك الجمهور(١٧). وأن الأفراد مثل النظم الاجتماعية، ينشئون علاقات اعتماد على وسائل الإعلام، لأن الأفراد توجههم الأهداف وبعض أهدافهم تتطلب الوصول إلى مصادر تسيطر عليها وسائل الإعلام الجماهيرية(١٨)

ويعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف الآتية:(١٩)

- ١- الفهم: مثل معرفة الذات من خلال التعلم والحصول على الخبرات، الفهم الاجتماعي من خلال معرفة أشياء عن العالم أو الجماعة المحلية وتفسيرها.
- ٢- التوجيه: ويشتمل على توجيه العمل مثل: أن تقرر ماذا تشتري وتوجيه تفاعلي مثل الحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة أو صعبة.
- ٣- التسلية: ويشتمل على توجيه العمل مثل: الراحة والاسترخاء والاستشارة والتسلية الاجتماعية مثل الذهاب الى السينما ومشاهدة التلفزيون مع الأسرة.

وينتج عن الاعتماد على وسائل الإعلام مجموعة من التأثيرات أهمها: (٢٠)

- ١- التأثيرات المعرفية : مثل إزالة الغموض الناتج عن افتقاد المعلومات الكافية لفهم الحدث، وذلك بتقديم معلومات كافية وتفسيرات صحيحة للحدث، وأيضاً التأثير في أدراك الجمهور للأهمية النسبية التي تمنحها لبعض القضايا، فضلاً عن التأثيرات الخاصة بالقيم والمعتقدات.
- ٢- التأثيرات الوجدانية : والتي تخص المشاعر والأحاسيس، مثل زيادة المخاوف والتوتر والحساسية للعنف، وأيضاً التأثيرات المعنوية مثل الاغتراب عن المجتمع.
- ٣- التأثيرات السلوكية : والمتمثلة في الحركة أو الفعل، الذي يظهر في سلوك عني، وهذه التأثيرات ناتجة عن التأثيرات المعرفية والتأثيرات الوجدانية، ومرتبة عليها. وتصنف بحوث الاعتماد على الوسائل الجديدة، والتي تعد مواقع التواصل الاجتماعي أحد هذه الوسائل، ضمن أنواع بحوث التأثيرات (٢١). ويعد تشكيل اتجاهات الجمهور نحو قضية معينة هو أحد نتائج الاعتماد على وسائل الإعلام والتي هي أحد أشكال التأثيرات المعرفية، حيث تمدنا وسائل الإعلام بتدفق لا نهائي عن الأحداث والموضوعات والأشخاص مما يساعد الجماهير على تكوين اتجاهات نحو تلك الأشياء من خلال العمليات الانتقالية التي يقوم بها الأفراد (٢٢). فتأثيرات وسائل الإعلام تبدأ بالتأثيرات المعرفية أي تكوين معارف ومعلومات جديدة أو تعزيز لها وتأثيرات عاطفية والتي تتضمن التأثير على شعور وعواطف الجمهور نحو موضوع أو قضية معينة تتضمن تغيير سلوك الجمهور وذلك باتخاذ موقف معين والسلوك نحوه دون أشكال أخرى من أنواع السلوك فالمعرفة هي أحد عناصر الاتجاه وهي مؤثر أساسي في السلوك يجعل الفرد يقبل أو يرفض متأثراً ببنائه المعرفي الذي يشمل عدداً أكبر من المعارف والمعلومات والخبرات التي تتفاوت أهميتها وتباين في طبيعتها وفي علاقتها بموضوع الاتجاه حيث تؤثر في العنصر الشعوري والتقويمي للفرد نحو موضوع الاتجاه (٢٣). وقياس الاتجاهات يعد من الاهتمامات الرئيسية لبحوث تأثيرات الإعلام وذلك من أجل تحديد مدى درجة النجاح التي قامت به وسيلة إعلامية معينة في التأثير على جمهورها (٢٤). فاحتمال زيادة تأثيرات وسائل الإعلام على الجمهور يكبر عندما تمد نظم وسائل الإعلام الأفراد بخدماتها وتوصل لهم معلومات رئيسية وفريدة، فدرجة اعتماد الأفراد على المعلومات التي يستقونها من وسائل الاتصال تعتبر متغيراً أساسياً لفهم متى ولماذا تغير وسائل الاتصال معتقدات ومشاعر وسلوك الأفراد (٢٥).

الإطار الإجرائي للدراسة:

نوع البحث ومنهجه : تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف جمع الحقائق والبيانات عن ظاهرة ما وهي العلاقة بين التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي والاعتماد عليها وبين معارف واتجاهات الجمهور العراقي نحو قضايا الإصلاح السياسي، وذلك في محاولة لتفسير هذه الحقائق تفسيراً علمياً دقيقاً، واعتمدت هذه الدراسة على استخدام

منهج المسح لاختبار فروض الدراسة والتعرف على مدى تعرض عينة من الجمهور العراقي لقضايا الإصلاح السياسي في مواقع التواصل الاجتماعي ومدى اعتمادهم على هذه المواقع وأهداف اعتمادهم عليها وتأثيرات هذا الاعتماد على معارفهم واتجاهاتهم نحو قضايا الإصلاح السياسي.

مجتمع الدراسة الميدانية: يتمثل مجتمع الدراسة بجميع مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ممن كانت أعمارهم أكثر من ١٨ سنة فما فوق ولجميع المستويات التعليمية ومختلف المستويات الاقتصادية والاجتماعية.

عينة الدراسة الميدانية: قام الباحث بتوزيع الاستمارات على (٤٣٠) مبحوثاً، بلغ عدد المسترجع منها (٤٠٧) وقد قام الباحث باستبعاد سبعة استمارات لعدم اكتمال الإجابات فيها. وبذلك فأن حجم عينة الدراسة يكون (٤٠٠) مبحوثاً من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ممن كانت أعمارهم ١٨ سنة فما فوق وممن يطلعون على قضايا الإصلاح السياسي في مواقع التواصل الاجتماعي.

نوع العينة: اعتمد الباحث طريقة العينة العمدية في اختيار عينة الدراسة، وهي التي يقصد بها أن يعتمد الباحث الى تحديد مفردات معينة للعينة يجري عليها الدراسة، بحيث تكون مجاله البحثي (٢٦). فاشتراط في المبحوثين أن تتوفر لديهم سمة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وسمة الاطلاع على قضايا الإصلاح السياسي في مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمدون عليها كمصادر للحصول على معلوماتهم عن هذه القضايا.

الحدود الزمنية للدراسة الميدانية: أجريت الدراسة الميدانية للمدة من ٢٠١٦/١٢/١ حتى ٢٠١٦/١٢/٣١.

أداة جمع بيانات الدراسة الميدانية: تم تصميم استمارة استبيان تتضمن متغيرات الدراسة القابلة للقياس وذلك في ضوء فروض الدراسة والإطار النظري لها، وتم جمع بيانات الدراسة من خلال المقابلة الشخصية مع المبحوثين، وقد أجري اختبار قبلي لها على عينة حجمها (٥%) من حجم العينة الأصلية بواقع (٢٠) مفردة، ثم أجريت بعض التعديلات الطفيفة عليها الى أن طبقت بشكلها النهائي.

الصدق والثبات:

أ- الصدق: استعمل الباحث طريقة الصدق الظاهري من أجل الوصول الى صدق استمارة الاستبانة وذلك بعرضها على مجموعة من المحكمين(*) لاختبار مدى صلاحيتها لأجراء الدراسة الميدانية وتحقيق أهدافها ومدى ملائمتها لقياس متغيرات الدراسة، وقد أجرى الباحث التعديلات التي أوصى بها المحكمين على بعض الأسئلة وإضافة أسئلة أخرى على أصل الاستمارة وفق ما رآه مناسباً.

ب- الثبات: قام الباحث باختبار الثبات عن طريق إعادة الاختبار (Re- Test) على عينة بلغت ١٠% من المجموع الكلي لأفراد عينة الدراسة (٤٠) مبحوثاً، وذلك بعد مرور أسبوعين على انتهاء التطبيق الأول، باستعمال المعادلة الآتية :

نسبة الثبات = عدد الإجابات المطابقة لأسئلة الاستمارة

مجموع الأسئلة

وقد بلغت نسبة الثبات ٠,٨٨، وهي نسبة مرتفعة مما يعني ثبات استمارة الاستبانة

شبكات التواصل الاجتماعي من منظور إعلامي اتصالي: تتميز شبكة الإنترنت بعدة سمات تجعلها وسيلة فعالة منها: الطبيعة التفاعلية، وصعوبة السيطرة والرقابة علي المواقع الاليكترونية، واتساع نطاق القاعدة الاجتماعية المستخدمة لها، وعدم تقييدها بالحدود الجغرافية والسياسية، كما تحول الجمهور المتلقي فيها من مجرد مستخدم ومستهلك مجهول للرسالة الإعلامية إلي مشارك فاعل في تشكيل تلك الرسالة، كما تشجع على تحقيق أكبر قدر من الديمقراطية في المجتمع، كما أدت إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة، وجعلت من حرية الإعلام حقيقة لا مفر منها، فضلاً عن كونها تستند إلى إعلام متعدد الوسائط، يتسم بالانتشار وعالمية الوصول، وبتفتيت الجماهير، وبغياب التزامنية، وبقابلية التواصل بصرف النظر عن مواصفات ومقاييس المنشئ للمحتوى. ومن بين السمات الأساسية للشبكات الاجتماعية إنها تُمكن الأفراد وبشكل عملي من اكتشاف اهتماماتهم، والبحث عن حلول لمشكلاتهم مع أشخاص آخرين، مشابهين لهم، أو مروا بالتجربة، فيقدموا خبرتهم وتجاربهم، لهؤلاء الأشخاص، وإمكانية إرسال الرسائل الإليكترونية عبر الشبكات الاجتماعية، وتقديم معلومات كاملة وفورية عن القضية التي تهتم الشبكة الاجتماعية، وتسهيل عملية متابعة ما ينشر أو يبيث في وسائل الإعلام أو على المواقع الإليكترونية عن القضية، وتوفير المعلومات للإعلاميين عن الكثير من القضايا التي تطرحها، ومساعدة القائمين على أمر هذه الشبكات في تجنيد المتطوعين للمشاركة في القضايا والفعاليات السياسية التي تهتم بها، وجمع التبرعات والحصول على الدعم المالي من المواطنين، وإمكانية التعارف على أشخاص يقدمون المساعدة في الحياة العامة، واكتساب المعارف الجدد والمتنوعين، كما يمكن اعتبارها منبراً جديداً للتعبير عن الذات، وهو ما يزيد ثقة الفرد في نفسه، فضلاً عن الرصيد الهائل من حرية التعبير عن الرأي دون الخوف من أي ملاحقة، كما تساعد الأفراد على تكيفهم مع مجتمعهم والتواصل فيما بينهم، وكذلك تفيد في تحسين مستوى الخطاب والحوار بين أفراد المجتمع وإبداء الآراء دون خوف أو وجل، وكذلك تفيد في معرفة طريقة تفكير الآخرين حيال القضايا المختلفة، واكتشاف مواهب جديدة، كما يمكن أن تفيد في دعم القرارات مما يؤدي إلى نجاحها أو معارضتها، فضلاً عن مساهمتها في تحقيق التقارب الثقافي مع المجتمعات الأخرى في العالم، واختصار المسافات الاتصالية مع مختلف أنحاء العالم و المساهمة في عولمة الرأي العام. (٢٧)

شبكات التواصل الاجتماعي من منظور سياسي: أصبح تحقيق الإصلاح السياسي من خلال التحول نحو الديمقراطية وتعزيز المشاركة السياسية هو المطلب المطروح على الساحة السياسية لمختلف البلدان النامية حيث يتطلب التحول نحو الديمقراطية توافر ثقافة سياسية وإدراك واع لمعطيات الحياة السياسية ومتغيراتها ويمكن استمداد ذلك من مؤسسات مختلفة مثل الأحزاب السياسية والجماعات المرجعية والمؤسسة التعليمية ووسائل الاتصال الجماهيري التي تؤثر بشكل مباشر في تشكيل معارف الأفراد واتجاهاتهم نحو القضايا والمشكلات في المجتمع، بجانب دورها في بناء المشاركة السياسية من خلال توجيه اهتمام الأفراد ووعيهم نحو النظام السياسي، وتكوين آراء باعتبارهم نشيطين يلعبون دوراً فاعلاً في العملية السياسية وتعمل وسائل الإعلام الجديدة خاصة الإنترنت على تدعيم الممارسة الديمقراطية من خلال إنهاء احتكار النظم الحاكمة للمعلومات، ونشر الوعي السياسي لدى المواطنين، وتدعيم دور المعارضة السياسية بالإضافة إلى استخدامها كوسيلة لنشر الثقافة السياسية وتوعية الجمهور وزيادة اهتمامه بالشئون السياسية بما يزيد من المشاركة النشطة للأفراد وهي خطوة أولى للتنمية السياسية. كما تعد مظهراً جديداً للتطوع الاجتماعي السياسي ووسيلة لجذب المواطنين من الشباب إلي الاقتراب بصورة أوثق من العملية السياسية، كما ظهرت توقعات مرتفعة تتعلق بإمكانية الانترنت في إحداث التعبئة السياسية وإشراك جماعات جديدة مستبعدة عن ممارسة السياسة، كما أصبحت الشبكة مصدراً مهماً للمشاركة السياسية من قبل صغار السن الذين لا تجذبهم السياسة عادة كما استطاعت جذب أناس جدد كانوا أقل

تمثيلاً في أشكال المشاركة التقليدية . كما تساعد على المدى البعيد على بناء مجتمع مدني متقدم، كما تستخدم المواقع الاجتماعية من قبل التجمعات السياسية والتنظيمات كوسيلة للتحفيز السياسي وخلق الأنصار والمؤيدين والتفوق على المنافسين او المناقشة وطرح الأفكار.(٢٨) وترجع أهمية الإنترنت والشبكات الاجتماعية في عملية التحول الديمقراطي لتزايد القاعدة الاجتماعية المستخدمة لها وتوسع نطاق النفاذ للشبكة لتشمل قطاعات وفئات اجتماعية عريضة، وتخفيف مستوى الرقابة السياسية علي محتوى المواقع الالكترونية وارتفاع مستوى المشاركة الالكترونية.

نتائج الدراسة الميدانية :

يتناول هذا المبحث نتائج الدراسة الميدانية والتي تم إجراؤها على (٤٠٠) مبحوث من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وممن يتعرضون لقضايا الإصلاح السياسي، وكانت النتائج كالآتي:

توصيف عينة الدراسة طبقاً لمتغيراتهم الديموجرافية .

جدول رقم (١) توصيف عينة الدراسة طبقاً لمتغيراتهم الديموجرافية.
جدول رقم (١) يبين خصائص أفراد العينة الديموجرافية والمهنية

التغيرات النوع	الفئات	التكرار	النسبة المئوية
	ذكر	٢٢٦	٥٦,٥
	أنثى	١٧٤	٤٣,٥
الفئة العمرية	١٨ - ٢٩	١١٢	٢٨,٠
	٣٠ - ٣٩	١٨١	٤٥,٢٥
	٤٠ سنة فأكثر	١٠٧	٢٦,٧٥
المستوى التعليمي	متوسط	٧٦	١٩,٠
	جامعي	٢٩٦	٧٤,٠
	دراسات عليا	٢٨	٧,٠
الوظيفة	طالب	١٦٧	٤١,٧٥
	موظف	١٣٩	٣٤,٧٥
	أعمال حرة	٩٤	٢٣,٥
المستوى الاقتصادي والاجتماعي	مرتفع	٥١	١٢,٧٥
	متوسط	٢٨٨	٧٢,٠
	منخفض	٦١	١٥,٢٥

تشير بيانات الجدول رقم (١) إلى أن نسبة الذكور من المجموع الكلي للعينة بلغ ٥٦,٥% ونسبة الإناث ٤٣,٥% وأن نسبة المبحوثين الذين كانت أعمارهم ١٨-٢٩، ٢٨% ونسبة الفئة العمرية ٣٠-٣٩، ٤٥,٢٥% ونسبة المبحوثين ممن كانت أعمارهم ٤٠ سنة فأكثر ٢٦,٧٥% ونسبة من كان مستواهم التعليمي متوسط ١٩% ونسبة جامعي ٧٤% ونسبة دراسات عليا ٧% ونسبة من كانت مهنتهم طالب ٤١,٧٥% ونسبة موظف حكومي ٣٤,٧٥% ونسبة أعمال حرة ٢٣,٥% ونسبة من كان مستواهم الاقتصادي مرتفع بلغت ١٢,٧٥% ومتوسط ٧٢% ومنخفض ١٥,٢٥%.

المعدل الأسبوعي لاستخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي :

جدول رقم (٢) يوضح توزيع العينة حسب المعدل الأسبوعي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي
يوضح توزيع العينة حسب المعدل الأسبوعي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

معدل التعرض	التكرار	النسبة المئوية
يوميًا	٢٠٨	٥٢,٠
بصورة غير منتظمة	٨٩	٢٢,٢٥
من ٣-١ مرات	٤١	١٠,٢٥
من ٤-٥ مرات	٦٢	١٥,٥
المجموع	٤٠٠	١٠٠%

تشير بيانات الجدول (٢) الى أن الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (يومية) جاءوا بالمرتبة الأولى بنسبة ٥٢% وهم غالبية أفراد العينة، ثم المبحوثين الذين يستخدمونها بصورة غير منتظمة بنسبة ٢٢,٢٥% ثم من (٤-٥مرات) بنسبة ١٥,٥% ثم من يستخدمونها (١-٣مرات) بنسبة ١٠,٢٥% وقد جاءوا بالمرتبة الأخيرة .

الأمر الذي يشير الى أن غالبية أفراد العينة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بصورة يومية.

الوقت الذي يقضيه المبحوثين في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
جدول رقم (٣) يوضح الوقت الذي يقضيه المبحوثين في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	الوقت
٢٦,٠	١٠٤	أقل من ساعة
٢٤,٧٥	٩٩	من ساعة لأقل من ساعتين
٣٩,٥	١٥٨	من ساعتين لأقل من ثلاث
٩,٧٥	٣٩	أكثر من ذلك
% ١٠٠	٤٠٠	المجموع

يتبين من الجدول رقم (٣) الى أن من يقضون (من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات) يومياً في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي جاءوا بالترتيب الأول بنسبة ٣٩,٥% ثم الذين يقضون (أقل من ساعة) بنسبة ٢٦% ثم الذين يقضون (من ساعة لأقل من ساعتين) بنسبة ٢٤,٧٥% والذين يقضون (أكثر من ذلك) جاءوا بالترتيب الأخير بنسبة ٩,٧٥% . الأمر الذي يشير الى أن غالبية المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لمدة تتراوح من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات وهو وقت لا بأس فيه يخصه أفراد العينة للتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي يومياً، وهو ما يدل الى ارتفاع نسبة تعرض المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي .

كثافة تعرض المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي :

جدول رقم (٤) يوضح توزيع المبحوثين حسب معدل استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	المعدل
١٩,٠	٧٦	دائماً
٥٥,٢٥	٢٢١	أحياناً
٢٥,٧٥	١٠٣	نادراً
% ١٠٠	٤٠٠	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (٤) الى أن الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بمعدل (أحياناً) جاءوا بالترتيب الأول بنسبة ٥٥,٢٥% وهو أكثر من نصف أفراد العينة ، ثم الذين يستخدمونها (نادراً) بنسبة ٢٥,٧٥% وفي الترتيب الأخير الذين يستخدمونها (دائماً) بنسبة ١٩% . الأمر الذي يشير الى أن غالبية أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بمعدل (أحياناً)، وهو ما يدل على كثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي .

المدة التي بدأ المبحوثون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٥) يبين المدة التي بدأ فيها المبحوثون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	المدة
١٥,٥	٦٢	منذ أقل من سنة
١٦,٧٥	٦٧	منذ سنة لأقل من سنتين
٥٤,٧٥	٢١٩	منذ سنتين لأقل من ثلاث سنوات
١٣,٠	٥٢	ثلاث سنوات فأكثر
% ١٠٠	٤٠٠	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (٥) الى أن الذين بدأوا استخدام مواقع التواصل الاجتماعي منذ (سنتين لأقل من ثلاث) جاءوا بالترتيب الأول بنسبة ٥٤,٧٥% وأن الذين بدأوا منذ (سنة لأقل من سنتين) جاءوا بالترتيب الثاني بنسبة ١٦,٧٥% ثم منذ (أقل من سنة) بنسبة ١٥,٥% ثم الذين بدأوا استخدامها منذ (أكثر من ثلاث سنوات) بنسبة ١٣%

جاءوا بالترتيب الأخير. الأمر الذي يشير الى أن غالبية المبحوثين بدأوا باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي منذ مدة قصيرة نسبيا من سنتين لأقل من ثلاث سنوات.

درجة حرص المبحوثين في الاطلاع على موضوعات الإصلاح السياسي :

جدول رقم (٦) يوضح توزيع المبحوثين حسب درجة حرصهم في الاطلاع على موضوعات الإصلاح السياسي للمرشحين

النسبة المئوية	التكرار	درجة الحرص
٢٧,٢٥	١٠٩	دائما
٥٧,٠	٢٢٨	أحيانا
١٥,٧٥	٦٣	نادرا
% ١٠٠	٤٠٠	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (٦) الى أن الذين يحرصون في الاطلاع على موضوعات الإصلاح السياسي من المبحوثين بدرجة (أحيانا) جاءوا بالترتيب الأول بنسبة ٥٧% ثم الذين يطلعون عليها (دائما) بنسبة ٢٧,٢٥% ثم (نادرا) بنسبة ١٥,٧٥% وجاءت بالترتيب الأخير. الأمر الذي يشير الى أن غالبية أفراد العينة يحرصون في الاطلاع على موضوعات قضايا الإصلاح السياسي بدرجة (أحيانا) إذ جاءوا بنسبة أكثر من نصف أفراد العينة.

درجة اعتماد المبحوثون على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على معلوماتهم بشأن قضايا الإصلاح السياسي:

جدول رقم (٧) يوضح توزيع أفراد العينة حسب درجة اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على معلوماتهم بشأن قضايا الإصلاح السياسي

النسبة المئوية	التكرار	الدرجة
١٩,٢٥	٧٧	كبيرة
٥٣,٥	٢١٤	متوسطة
٢٧,٢٥	١٠٩	قليلة
% ١٠٠	٤٠٠	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (٧) الى أن الذين يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي من المبحوثين في الحصول على معلوماتهم بشأن قضايا الإصلاح السياسي بدرجة (متوسطة) جاءوا بالترتيب الأول بنسبة ٥٣,٥% ثم الذين يعتمدون عليها بدرجة (قليلة) بنسبة ٢٧,٢٥% ثم بالترتيب الأخير الذين يعتمدون عليها بدرجة (كبيرة) بنسبة ١٩,٢٥%. الأمر الذي يشير الى أن غالبية أفراد العينة يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على معلوماتهم بشأن قضايا الإصلاح السياسي بدرجة (متوسطة) وهم يشكلون أكثر من نصف أفراد العينة.

الأماكن التي يستخدم فيها المبحوثون مواقع التواصل الاجتماعي :
جدول رقم (٨) يبين الأماكن التي يستخدم فيها المبحوثون مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	الأماكن
٦٨,٥	٢٧٤	المنزل
١٤,٢٥	٥٧	الجامعة
١١,٢٥	٤٥	أماكن العمل
٦,٠	٢٤	مقاهي الانترنت
% ١٠٠	٤٠٠	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (٨) الى أن الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في (المنزل) جاءوا في الترتيب الأول بنسبة ٦٨,٥% ثم الذين يستخدمونها في (الجامعة) بنسبة ١٤,٢٥% ثم في (أماكن العمل) بنسبة ١١,٢٥% وفي الترتيب الأخير الذين يستخدمونها في (مقاهي الانترنت) بنسبة ٦%. الأمر الذي يشير الى أن أكثر من ثلثي أفراد العينة، وهم غالبية أفراد المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في المنزل وذلك بسبب انخفاض تكاليف شراء جهاز الحاسوب والهاتف المحمول ومستلزمات الاتصال بالانترنت وتوفرها في أيدي غالبية أفراد الجمهور، الأمر الذي جعل غالبية أفراد المستخدمين يمتلكون أجهزة الحواسيب والهواتف المحمولة ومستلزمات الاطلاع على مواقع التواصل الاجتماعي.

الوسائل الإعلامیة الی یعتمد علیها المبحوثون فی الحصول علی معلومتهم بشأن قضايا الإصلاح السیاسی :
آآول رقم (٩) یوضآ الوسائل الإعلامیة الی یعتمد علیها المبحوثون فی الحصول علی معلومتهم بشأن موضوعات الإصلاح السیاسی

نآرا		أآیانا		آانا		آرآة الأعمآاء الوسیلة
%	ك	%	ك	%	ك	
٧,٠	٢٨	٣٤,٧٥	١٣٩	٥٨,٢٥	٢٣٣	القنوات الفضائیة المآلیة
٣١,٢٥	١٢٥	٢٧,٠	١٠٨	٤١,٧٥	١٦٧	مواقع الأآصال الأآتماعی
٣٦,٧٥	١٤٧	٤٢,٧٥	١٧١	٢٠,٥	٨٢	المواقع الألكآرونیة
٥٠,٧٥	٢٠٣	٣٩	١٥٦	١٠,٢٥	٤١	القنوات الفضائیة العربیة
٦٧,٠	٢٦٨	٢٦,٢٥	١٠٥	٦,٧٥	٢٧	المآطآت الإذاعیة المآلیة
٩٦,٢٥	٣٨٥	٣,٠	١٢	٠,٧٥	٣	الصآف المآبوعه المآلیة

ن=٤٠٠

ملآوظة:أآیح للمبحوثین أآآیار أآآر من بآیل

آشیر بیانات الآآول رقم (٩) الی أن القنوات الفضائیة المآلیة هی أآآر الوسائل الإعلامیة أعمآاء من قبل المبحوثین فی الحصول علی معلومتهم بشأن قضايا الإصلاح السیاسی آآآ جاءت بالأآرتیب الأول بنسبة ٥٨,٢٥% ثم شبكات الأآصال الأآتماعی بنسبة ٤١,٧٥% ثم المواقع الألكآرونیة بنسبة ٢٠,٥% ثم القنوات الفضائیة العربیة بنسبة ١٠,٢٥% ثم المآطآت الإذاعیة المآلیة بنسبة ٦,٧٥% ثم الصآف المآبوعه المآلیة بنسبة ٠,٧٥%. الأمر الی یشیر الی أن أآلبیة أفراد العینة یفضلون القنوات الفضائیة المآلیة كأآآر الوسائل الإعلامیة آفضیلا آلیها مواقع الأآصال الأآتماعی فی الحصول علی معلومتهم عن موضوعات الإصلاح السیاسی .

مواقع الأآصال الأآتماعی الأآآر آفضیلا لآی المبحوثین :

آآول رقم (١٠) یوضآ آوزیع المبحوثین آسب مواقع الأآصال الأآتماعی الأآآر آفضیلا

النسبة المآبوعه	الآآرآار	الموقع
٩٧,٥	٣٩٠	الفیسبوك
٨٩,٧٥	٣٥٩	آوتیر
١٣,٥	٥٤	الیوتیوب
١٠,٢٥	٤١	الصآف الألكآرونیة

ن=٤٠٠

ملآوظة:أآیح للمبحوثین أآآیار أآآر من بآیل

آشیر بیانات الآآول رقم (١٠) الی أن موقع الفیسبوك آآآ بالأآرتیب الأول كأآآر مواقع الأآصال الأآتماعی آفضیلا من قبل المبحوثین بنسبة ٩٧,٥% ثم موقع الآوتیر بنسبة ٨٩,٧٥% ثم موقع الیوتیوب بنسبة ١٣,٥% ثم الصآف الألكآرونیة بنسبة ١٠,٢٥% وآآآت بالأآرتبة الأآیره . هذه النآآآج آشیر الی آفضیل أفراد العینة للمواقع الی آآآ لهم الآآآات الشآصیة والأآتماعیة مثل الأآصال مع الأصدقاء، ومآآبة الأآآات، وإبآاء الرآی الحر، الأمر الی یعطى دلالة علی أآمیة الفیسبوك وآوتیر بوصفهما أآوات الأآصال الأآتماعی .

الموضوعات الأآآر أآلاعا فی مواقع الأآصال الأآتماعی :

جدول رقم (١١) يوضح توزيع الباحثين حسب الموضوعات الأكثر اطلاعا في مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	المضامين
٨٩,٠	٣٥٦	الموضوعات السياسية
٨٢,٧٥	٣٣١	الموضوعات الاجتماعية
٨١,٥	٣٢٦	الموضوعات الاقتصادية
٣٠,٢٥	١٢١	الموضوعات الرياضية
٢١,٠	٨٤	الموضوعات الفنية
٢٠,٥	٨٢	الموضوعات الأدبية
١٨,٥	٧٤	الموضوعات العلمية
١٧,٢٥	٦٩	الموضوعات المنوعة

ن=٤٠٠

ملحوظة أتيح للباحثين اختيار أكثر من بديل

تشير بيانات الجدول رقم (١١) الى أن الموضوعات السياسية جاءت بالترتيب الأول كأكثر الموضوعات اطلاعا من قبل الباحثين بنسبة ٨٩% ثم الموضوعات الاجتماعية بنسبة ٨٢,٧٥% ثم الموضوعات الاقتصادية بنسبة ٨١,٥% ثم الموضوعات الرياضية بنسبة ٣٠,٢٥% ثم الموضوعات الفنية بنسبة ٢١% ثم الموضوعات الأدبية بنسبة ٢٠,٥% ثم الموضوعات العلمية بنسبة ١٨,٥% ثم الموضوعات المنوعة بنسبة ١٧,٢٥%.

وتفسير ذلك ان الموضوعات السياسية تهتم جميع فئات الجمهور وعلى مختلف مستوياتهم الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية كونها تمس حياتهم اليومية وتمثل أهمية لمصالحهم ومصادر عيشهم اليومي، الأمر الذي يجعلهم يطلعون عليها باستمرار.

مدى حرص الباحثين على مناقشة قضايا الإصلاح السياسي:

جدول رقم (١٢) يوضح توزيع الباحثين حسب درجة حرصهم على مناقشة قضايا الإصلاح السياسي

النسبة المئوية	التكرار	درجة الحرص
٣٨,٠	١٥٢	دائما
٥٢,٧٥	٢١١	أحيانا
٩,٢٥	٣٧	نادرا
% ١٠٠	٤٠٠	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (١٢) الى أن الباحثين الذين يحرصون على مناقشة قضايا الإصلاح السياسي مع الآخرين بدرجة (أحيانا) جاءت بالترتيب الأول بنسبة ٥٢,٧٥% يليها الذين يحرصون على ذلك بدرجة (دائما) بنسبة ٣٨% وأخيرا الذين يحرصون على ذلك (نادرا) بنسبة ٩,٢٥%. الأمر الذي يشير الى أن غالبية الباحثين (أكثر من نصف العينة) يحرصون على مناقشة قضايا الإصلاح السياسي أحيانا. وذلك لأهمية هذه القضايا بالنسبة لهم وما تمثله من مساس لحياتهم. الأمر الذي يدفعهم لمناقشة تفاصيل وتطورات هذه القضايا مع الآخرين الذين يتقاسمون معهم نفس الهموم والمشاكل.

الأشخاص الذين يحرص الباحثون على مناقشتهم قضايا الإصلاح السياسي:

جدول رقم (١٣) يوضح الأشخاص الذين يحرص الباحثون على مناقشتهم قضايا الإصلاح السياسي

النسبة المئوية	التكرار	الاختيار
٤٤,٧٥	١٧٩	أفراد الأسرة
٢,٥	١٠	الأقارب
١٠,٥	٤٢	زملاء العمل
٣٨,٢٥	١٥٣	الأصدقاء

٤,٠	١٦	الناس في المقهى
% ١٠٠	٤٠٠	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (١٣) الى أن أفراد الأسرة هم أكثر الأشخاص الذين يحرص المبحوثين على مناقشتهم قضايا الإصلاح السياسي أذ جاءوا بالترتيب الأول بنسبة ٤٤,٧٥% ثم الأصدقاء بنسبة ٣٨,٢٥% ثم زملاء العمل بنسبة ١٠,٥% ثم الناس في المقهى بنسبة ٤% وفي الترتيب الأخير الأقارب بنسبة ٢,٥%.

الأمر الذي يشير الى أن أفراد الأسرة هم غالبية الأشخاص الذين يحرص المبحوثين مناقشتهم قضايا الإصلاح السياسي وذلك بسبب الصلة العائلية بينهم وما يمثلونه من تقارب حميم إليهم وكونهم يقضون أكثر الأوقات معهم وكونهم يتقاسمون الحياة معهم ومن ثم الظروف السياسية ذاتها .

السمات التي يفضلها المبحوثون في مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمدون عليها:

جدول رقم (١٤) يوضح السمات التي يفضلها المبحوثون في مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمدون عليها

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		الاختيار السمة
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١٨,٦	١,١٢ ٢	٤,٢٣	٤,٥	١٨	٦,٧٥	٢٧	٥,٠	٢٠	٢٢,٧ ٥	٩١	٦١,٠	٢٤٤	بسبب مجانية الحصول عليها
١٦,٢	١,١٢ ٧	٣,٧١	٢,٢٥	٩	١٢,٠	٤٨	٢٩,٠	١١٦	٢٢,٠	٨٨	٣٤,٧ ٥	١٣٩	بسبب الخصائص التفاعلية مع المستخدمين
١٧,٨	١,١٢ ٠	٤,٠٦	١,٧٥	٧	١١,٠	٤٤	١٢,٢ ٥	٤٩	٢٤,٢ ٥	٩٧	٥٠,٧ ٥	٢٠٣	بسبب ميزة الأنية والفورية التي تمتاز بها.
١٥,٧	١,٠٠ ١	٣,٦٠	٠,٧٥	٣	٧,٧٥	٣١	٣١,٥	١٢٦	٣٧,٧ ٥	١٥١	٢٢,٢ ٥	٨٩	لأنها الأكثر مصداقية .
١٤,٩	١,١٠ ٣	٣,٣٢	٤,٠	١٦	١٦,٧ ٥	٦٧	٣٢,٠	١٢٨	٢٨,٧ ٥	١١٥	١٨,٥	٧٤	بسبب التوازن بعرض وجهات النظر المختلفة .

ن=٤٠٠

ملحوظة: أتيح للمبحوثين اختيار أكثر من بديل

تشير بيانات الجدول رقم (١٤) الى أن مجانية الحصول على مواقع التواصل الاجتماعي جاءت بالترتيب الأول كأهم السمات التي يفضلها المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمدون عليها بمتوسط حسابي ٤,٢٣ ثم سمة الأنية والفورية التي تمتاز بها بمتوسط حسابي ٤,٦ ثم سمة الخصائص التفاعلية التي توفرها للمستخدمين بمتوسط حسابي ٣,٧١ ثم ميزة لأنها الأكثر مصداقية بمتوسط حسابي ٣,٦٠ وبالمرتبة الأخيرة سمة التوازن بعرض وجهات النظر المختلفة بمتوسط حسابي ٣,٣٢ . الأمر الذي يشير الى أن سمة المجانية هي أهم سمات مواقع التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين وذلك لسهولة الاطلاع عليها من دون دفع تكاليف معينة أو بذل مجهود معين في شرائها كما يحصل مع الصحف المطبوعة.

درجة حرص المبحوثين في الاطلاع على كل قضية من قضايا الإصلاح السياسي:

جدول رقم (١٥) يوضح درجة حرص المبحوثين في الاطلاع على كل قضية من قضايا الإصلاح السياسي

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		الاختيار القضية الحد من
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٢٥,٣	٠,٨١	٢,٢٧	-	-	٠,٧٥	٣	٨,٠	٣٢	٣٢,٠	١٢٨	٥٩,٢	٢٣٧	

قضايا الفساد	٥	١١٥	٢٨,٧	٤٣	١٠,٧	١٢	٣,٠	٥	١,٢٥	٢,٢٥	٠,٨٢	٢٥,١
سياسات تقليل معدلات البطالة	٥٦,٢	١٣٣	٣٣,٢	٣٦	٩,٠	١٦	٤,٠	٨	٢,٠	٢,٢١	٠,٨١	٢٤,٧
سياسات تشجيع الاستثمار	٤٦,٠	١٤٣	٣٥,٧	٥٦	١٤,٠	١٣	٣,٢٥	٤	١,٠	٢,١٤	٠,٨٠	٢٤,٢
اصلاح الموازنة العامة	٤٢,٢	١١٨	٢٩,٥	٧٤	١٨,٥	٣١	٧,٧٥	٨	٢,٠	٢,٠٥	٠,٧٩	٢٣,٨

ن=٤٠٠

ملحوظة: أتيج للمبحوثين اختيار أكثر من بديل

تشير بيانات الجدول رقم (١٥) الى أن قضية الحد من قضايا الفساد جاءت بالترتيب الأول كأكثر قضايا الإصلاح السياسي اطلاقاً من قبل المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمدون عليها بمتوسط حسابي ٢,٢٧ ثم قضية اصلاح القرارات السياسية بمتوسط حسابي ٢,٢٥ ثم قضية سياسات تقليل معدلات البطالة بمتوسط حسابي ٢,٢١ ثم قضية سياسات تشجيع الاستثمار بمتوسط حسابي ٢,١٤ ثم قضية اصلاح الموازنة العامة بمتوسط حسابي ٢,٠٥. الأمر الذي يشير الى أن أغلب المبحوثين يطلعون على موضوعات قضية الحد من قضايا الفساد كونها تمس حياتهم اليومية بصورة مباشرة وتترك أثرا على حياتهم المعيشية مما يجعلهم يستمرون في الاطلاع عليها لما لها من علاقة بحياتهم المعيشية اليومية، وما تتركه من آثار على مستوياتهم الاقتصادية والاجتماعية.

الخصائص التفاعلية التي يفضلها المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (١٦) يوضح توزيع المبحوثين حسب الخصائص التفاعلية التي يفضلونها

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	نادرا		أحيانا		دائما		الخصائص التفاعلية الاختيار
			%	ك	%	ك	%	ك	
٢٦,٣	٠,٨٤٣	١,٨٧	٤٠,٠	١٦٠	٢٨,٢٥	١١٣	٣١,٧٥	١٢٧	كتابة تعليقات عن موضوعات الإصلاح السياسي
١٩,٧	٠,٥١٩	١,٣٤	٦٦,٢٥	٢٦٥	٣٠,٧٥	١٢٣	٣,٠	١٢	الاطلاع على تعليقات المستخدمين الآخرين لمواقع التواصل الاجتماعي عن قضايا الإصلاح السياسي
١٨,٢	٠,٤٤٥	١,٢٣	٧٣,٠	٢٩٢	٢٥,٢٥	١٠١	١,٧٥	٧	تشترك بارسال صور وتعليقات عن قضايا الإصلاح السياسي في مواقع التواصل الاجتماعي
١٧,٦	٠,٤٥٠	١,١٧	٧٩,٢٥	٣١٧	١٦,٧٥	٦٧	٤,٠	١٦	تشترك بارسال تسجيلات فيديو تعليقا على قضايا الإصلاح السياسي في مواقع التواصل الاجتماعي

ن=٤٠٠

ملحوظة: أتيج للمبحوثين اختيار أكثر من بديل

تشير بيانات الجدول رقم (١٦) إلى أن كتابة تعليقات عن قضايا الإصلاح السياسي في مواقع التواصل الاجتماعي هي أهم الخصائص التفاعلية التي يستعملها المبحوثين حيث جاءت بالترتيب الأول بمتوسط حسابي

١,٨٧ ووزن نسبي ٢٦,٣ ، ثم الاطلاع على تعليقات المستخدمين الآخرين لمواقع التواصل الاجتماعي عن قضايا الإصلاح السياسي بمتوسط حسابي ١,٣٤ ووزن نسبي ١٩,٧ ثم المشاركة بإرسال صور وتعليقات عن قضايا الإصلاح السياسي في مواقع التواصل الاجتماعي بمتوسط حسابي ١,٢٣ ووزن نسبي ١٨,٢ ثم إرسال تسجيلات فيديو تعليقا على قضايا الإصلاح السياسي في مواقع التواصل الاجتماعي بمتوسط حسابي ١,١٧ ووزن نسبي ١٧,٦ . الأمر الذي يشير إلى أن خاصية كتابة تعليقات عن قضايا الإصلاح السياسي هي أكثر الخصائص التفاعلية استخداما من قبل المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمدون عليها ، في حين جاءت بقية الخصائص التفاعلية الأخرى موزعة بدرجات مختلفة من الأهمية بين المبحوثين . مما يعني أن عامل المشاركة من قبل المبحوثين جاء في مقدمة الخصائص التفاعلية مما يعد مؤشرا جيدا للعملية التفاعلية بين هذه المواقع والجمهور .

دوافع اطلاع المبحوثين على موضوعات الإصلاح السياسي في مواقع التواصل الاجتماعي

جدول رقم (١٧) يوضح توزيع المبحوثين حسب دوافع اطلاعهم على موضوعات الإصلاح السياسي

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		الاختيار الدوافع
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١٣,١	١,٠٦١	٤,٢٣	٣,٥	١٤	٦,٠	٢٤	٧,٧٥	٣١	٢٣,٥	٩٤	٥٩,٢٥	٢٣٧	من اجل الحصول على معلومات بشأن قضايا الإصلاح السياسي
١١,٤	١,٠٢٣	٣,٧٩	٤,٢٥	١٧	٨,٠	٣٢	١١,٥	٤٦	٥٣,٥	٢١٤	٢٢,٧٥	٩١	من اجل فهم وإدراك ابعاد وتفصيلات قضايا الإصلاح السياسي
١١,١	١,٢٧١	٣,٧٦	٧,٢٥	٢٩	١٢,٢٥	٤٩	١٥,٢٥	٦١	٢٥,٧٥	١٠٣	٣٩,٥	١٥٨	من اجل زيادة وتنمية الوعي بقضايا الإصلاح السياسي
١١,٧	١,١٥١	٣,٨٢	٥,٥	٢٢	٩,٢٥	٣٧	١٠,٥	٤٢	٤٢,٠	١٩٨	٣٢,٧٥	١٣١	من اجل تكوين رأي بشأن قضايا الإصلاح السياسي
٩,٠	١,٢٧٨	٢,٩١	١٥,٥	٦٢	٢٢,٥	٩٠	٢٨,٠	١١٢	١٩,٢٥	٧٧	١٤,٧٥	٥٩	من اجل المساعدة في ترتيب القضايا التي يجب ان تكون ضمن أولويات اهتمامي .
٨,٦	١,٣٤٧	٢,٨٨	١٦,٧٥	٦٧	٢٤,٧٥	٩٩	٢٧,٠	١٠٨	١٢,٠	٤٨	١٩,٥	٧٨	لأنني تعودت على الاطلاع عليها
٦,٦	٠,٧٥١	٢,١١	١٨,٧٥	٧٥	٤٢,٢٥	١٦٩	٣٩,٠	١٥٦	-	-	-	-	من اجل الترقية والتسلية .
١٠,٢	١,٣١٧	٣,٢٢	٨,٧٥	٣٥	٢٥,٥	١٠٢	١٧,٥	٧٠	٢٤,٥	٩٨	٢٣,٧٥	٩٥	من اجل الاسترخاء والهروب من المشكلات التي تواجهني .
٩,٣	١,٣١٦	٣,٠٤	١١,٥	٤٦	٣٠,٢٥	١٢١	١٥,٧٥	٦٣	٢٦,٠	١٠٤	١٦,٥	٦٦	من اجل التخلص من الشعور بالوحدة
٧,١	١,٥١٤	٢,٣٤	٣٩,٢٥	١٥٧	٢٨,٢٥	١١٣	٨,٥	٣٤	٣,٧٥	١٥	٢٠,٢٥	٨١	أقرأها بالصدفة حينما أجدتها أمامي

ن = ٤٠٠

ملحوظة: أتيح للمبحوثين اختيار أكثر من بديل

تشير بيانات الجدول رقم (١٧) الى أن دافع (الحصول على معلومات بشأن قضايا الإصلاح السياسي) جاء بالترتيب الأول كأهم الدوافع لدى المبحوثين في الاطلاع على موضوعات الإصلاح السياسي في مواقع التواصل الاجتماعي بمتوسط حسابي ٤,٢٣ ووزن نسبي ١٣,١ ثم دافع (تكوين رأي بشأن قضايا الإصلاح السياسي) بمتوسط

حسابي ٣,٨٢ ووزن نسبي ١١,٧ ثم دافع (فهم وأدراك أبعاد وتفصيلات قضايا الإصلاح السياسي) بمتوسط حسابي ٣,٧٩ ووزن نسبي ١١,٤ ثم دافع (زيادة وتنمية الوعي بقضايا الإصلاح السياسي) بمتوسط حسابي ٣,٧٦ ووزن نسبي ١١,١ ثم دافع (الاسترخاء والهروب من المشكلات التي تواجهني) بمتوسط حسابي ٣,٢٢ ووزن نسبي ١٠,٢ ثم دافع (التخلص من الشعور بالوحدة) بمتوسط حسابي ٣,٠٤ ووزن نسبي ٩,٣ ثم دافع (المساعدة في ترتيب القضايا التي يجب أن تكون ضمن أولويات اهتمامي) بمتوسط حسابي ٢,٩١ ووزن نسبي ٩,٠ ثم دافع (التعود على الاطلاع عليها) بمتوسط حسابي ٢,٨٨ ووزن نسبي ٨,٦ ثم دافع (اقرأها بالصدفة حينما أجد لها أممي) بمتوسط حسابي ٢,٣٤ ووزن نسبي ٧,١ ثم بالمرتبة الأخيرة دافع (الترفيه والتسلية) بمتوسط حسابي ٢,١١ ووزن نسبي ٦,٦ .

الأمر الذي يشير الى غلبة الدوافع النفعية على الدوافع الطقوسية في اطلاع المبحوثون على موضوعات الإصلاح السياسي وذلك بسبب كون قضايا الإصلاح السياسي ذات أبعاد ومضمونات تمس مصالح المواطنين وتؤثر على حياتهم اليومية وما تحمله من هموم ومشكلات وحلول لهذه الهموم والقضايا الأمر الذي يغلب الدوافع النفعية الخاصة بهم على دوافعهم الطقوسية

لتأثيرات الناتجة عن الاطلاع على موضوعات الإصلاح السياسي على المبحوثين

جدول رقم (١٨) يوضح توزيع المبحوثين حسب التأثيرات الناتجة عن اطلاعهم على موضوعات الإصلاح السياسي

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		التأثيرات الناتجة
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٩,١	٠,٨٥٢	٤,٤٦	٠,٥	٢	١,٠	٤	١١,٧٥	٤٧	١٧,٠	٦٨	٦٩,٧٥	٢٧٩	اطلاعي على مواقع التواصل الاجتماعي ساهم في زيادة معلوماتي عن قضايا الإصلاح السياسي
٧,٤	٠,٩٦٩	٣,٧١	٢,٢٥	٩	٩,٧٥	٣٩	١٥,٢٥	٦١	٥٤,٧٥	٢١٩	١٨,٠	٧٢	اصبحت أكثر وعياً بقضايا الإصلاح السياسي
٦,٨	١,٣٤٢	٣,٤١	٥,٥	٢٢	٢٢,٢٥	٨٩	٢٠,٥	٨٢	١٦,٧٥	٦٧	٣٥,٠	١٤٠	اطلاعي على مواقع التواصل الاجتماعي ساهم في وضع قضايا الإصلاح السياسي ضمن أولويات الموضوعات التي أصبحت أهتم بها
٧,٩	١,٠٩١	٣,٨٧	٢,٥	١٠	٧,٢٥	٢٩	٢٠,٠	٨٠	٣٤,٠	١٣٦	٣٦,٢٥	١٤٥	اطلاعي على مواقع التواصل الاجتماعي ساهم في تشكيل اتجاهاتي نحو قضايا الإصلاح السياسي
٧,٦	١,٢٤٢	٣,٧٦	٦,٥	٢٦	١٠,٠	٤٠	١٦,٠	٦٤	٣٠,٢٥	١٢١	٣٧,٢٥	١٤٩	اطلاعي على مواقع التواصل الاجتماعي ساهم في تشكيل آرائي عن قضايا الإصلاح السياسي
٦,٢	١,٢٧٨	٣,٢١	٨,٠	٣٢	٢١,٧٥	٨٧	١٩,٥	٧٨	٣١,٧٥	١٢٧	١٩,٠	٧٦	اطلاعي على مواقع التواصل الاجتماعي ساهم في تشكيل توجهي لاتخاذ

													موافق محددة بشأن قضايا الإصلاح السياسي
٦,٠	١,٣١٦	٣,١٤	١٢,٥	٥٠	٢٠,٥	٨٢	٢٧,٥	١١٠	١٢,٥	٥٠	٢٧,٠	١٠٨	ساهمت في زيادة شعوري بالأمل والتفاؤل من المستقبل
٥,٣	١,١٨٩	٢,٦١	٢٠,٠	٨٠	٢٩,٠	١١٦	٢٦,٧٥	١٠٧	١٦,٥	٦٦	٧,٧٥	٣١	قللت من شعوري بالقلق والتشاؤم من المستقبل
٧,٠	١,٣١٣	٣,٦٥	٧,٧٥	٣١	١١,٠	٤٤	٢٠,٠	٨٠	٢٣,٥	٩٤	٣٧,٧٥	١٥١	جعلتني أتعاطف مع جهود الإصلاح السياسي
٤,٨	١,١٧٧	٢,٤٤	٢١,٢٥	٨٥	٣٤,٥	١٣٨	٢٨,٠	١١٢	٧,٠	٢٨	٩,٢٥	٣٧	زادت من خوفي من المستقبل بسبب احتمالية فشل عملية الإصلاح السياسي
٣,٦	٠,٨٠٤	١,٧٢	٤٢,٠	١٦٨	٣٩,٥	١٥٨	١٨,٠	٧٢	-	-	٠,٥	٢	ساهمت بابتعادني عن الاهتمام بقضايا الإصلاح السياسي
٦,٥	١,٣٣٤	٣,٣٧	٩,٠	٣٦	١٤,٧٥	٥٩	٢٥,٢٥	١٠١	١٧,٧٥	٧١	٣٣,٢٥	١٣٣	زادت من اهتمامي بحضور الندوات واللقاءات التي تعقد لمناقشة قضايا الإصلاح السياسي
٧,٢	١,٢٣١	٣,٦٧	٨,٧٥	٣٥	٩,٥	٣٨	١٧,٢٥	٦٩	٣٥,٢٥	١٤١	٢٩,٢٥	١١٧	زادت من اهتمامي بمناقشة قضايا الإصلاح السياسي
٤,٤	١,١٣٦	٢,٢١	٢٦,٢٥	١٠٥	٣٤,٠	١٣٦	٢٦,٢٥	١٠٥	٧,٢٥	٢٩	٦,٢٥	٢٥	جعلتني أتبرع بالمال من أجل جهود الإصلاح السياسي
٥,٨	١,٥١٦	٣,٠٢	٢١,٥	٨٦	٢٠,٢٥	٨١	١٧,٢٥	٦٩	١٣,٢٥	٥٣	٢٧,٧٥	١١١	جعلتني أساهم بنشر آرائي عن قضايا الإصلاح السياسي بواسطة المدونات ومواقع التواصل الاجتماعي ومراسلة الصحف ومواقع الإنترنت

ن = ٤٠٠

ملاحظة / أتيح للمبحوثين اختيار أكثر من بديل .

تشير بيانات الجدول رقم (١٨) إلى أن (اطلاعي على مواقع التواصل الاجتماعي ساهم في زيادة معلوماتي عن قضايا الإصلاح السياسي) جاءت بالترتيب الأول كأهم التأثيرات التي أحدثتها اطلاعهم على مواقع التواصل الاجتماعي فيما يخص قضايا الإصلاح السياسي لدى المبحوثين بمتوسط حسابي ٤,٤٦ ووزن نسبي ٩,١ ثم تأثير (اطلاعي على مواقع التواصل الاجتماعي ساهم في تشكيل اتجاهاتي نحو قضايا الإصلاح السياسي) بمتوسط حسابي ٣,٨٧ ووزن نسبي ٧,٩ ثم تأثير (اطلاعي على مواقع التواصل الاجتماعي ساهم في تكوين آرائي عن قضايا الإصلاح السياسي) بمتوسط حسابي ٣,٧٦ ووزن نسبي ٧,٦ ثم تأثير (أصبحت أكثر وعياً بقضايا الإصلاح السياسي) بمتوسط حسابي ٣,٧١ ووزن نسبي ٧,٤ ثم تأثير (زادت من اهتمامي بمناقشة قضايا الإصلاح السياسي مع الآخرين) بمتوسط حسابي ٣,٦٧ ووزن نسبي ٧,٢ ثم تأثير (جعلتني أتعاطف مع جهود الإصلاح السياسي) بمتوسط حسابي ٣,٦٥ ووزن نسبي ٧,٠ ثم تأثير (اطلاعي على مواقع التواصل الاجتماعي ساهم في وضع قضايا الإصلاح السياسي ضمن أولويات الموضوعات التي

أصبحت اهتم بها) بمتوسط حسابي ٣,٤١ ووزن نسبي ٦,٨ ثم تأثير (زادت من اهتمامي بحضور الندوات واللقاءات التي تعقد لمناقشة قضايا الإصلاح السياسي) بمتوسط حسابي ٣,٣٧ ووزن نسبي ٦,٥ ثم تأثير (اطلاعي على مواقع التواصل الاجتماعي ساهم في توجيهي لاتخاذ مواقف محددة بشأن قضايا الإصلاح السياسي) بمتوسط حسابي ٣,٢١ ووزن نسبي ٦,٢ ثم تأثير (ساهمت في زيادة شعوري بالأمل والتفاؤل من المستقبل) بمتوسط حسابي ٣,١٤ ووزن نسبي ٦,٠ ثم تأثير (جعلتني أساهم بنشر آرائي عن قضايا الإصلاح السياسي بواسطة المدونات ومواقع التواصل الاجتماعي ومواقع الانترنت ومراسلة الصحف الالكترونية) بمتوسط حسابي ٣,٠٢ ووزن نسبي ٥,٨ ثم تأثير (قللت من شعوري بالقلق والتشاؤم من المستقبل) بمتوسط حسابي ٢,٦١ ووزن نسبي ٥,٣ ثم تأثير (زادت من خوفي من المستقبل بسبب احتمالية فشل عملية الإصلاح السياسي) بمتوسط حسابي ٢,٤٤ ووزن نسبي ٤,٨ ثم تأثير (جعلتني أتبرع بالمال من أجل جهود الإصلاح السياسي) بمتوسط حسابي ٢,٢١ ووزن نسبي ٤,٤ ثم تأثير (ساهمت بابتعادي عن الاهتمام بقضايا الإصلاح السياسي) بمتوسط حسابي ١,٧٢ ووزن نسبي ٣,٦ .

الأمر الذي يشير الى غلبة التأثيرات المعرفية التي أحدثها اطلاعهم على موضوعات الإصلاح السياسي في مواقع التواصل الاجتماعي على المبحوثين، ثم جاءت بعدها التأثيرات السلوكية وأخيرا التأثيرات العاطفية أو الوجدانية .

اتجاهات المبحوثين نحو قضايا الإصلاح السياسي

جدول رقم (١٩) يوضح توزيع المبحوثين حسب اتجاهاتهم نحو قضايا الإصلاح السياسي

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		الاختيار العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٨,٧	٠,٧١٧	٤,٦٢	٠,٥	٢	١,٠	٤	٢,٠	٨	١٦,٠	٦٤	٨٠,٥	٣٢٢	تعد عملية الإصلاح السياسي عملية حيوية للمجتمع
٦,٩	١,١٣٥	٣,٦٠	٦,٥	٢٦	٥,٧٥	٢٣	٦,٥	٢٦	٥٧,٧	٢٣١	٢٣,٥	٩٤	عملية الإصلاح السياسي عملية مستمرة لا تتوقف عند مرحلة معينة
٨,٢	٠,٩٨٩	٤,٣٢	٢,٢٥	٩	٣,٧٥	١٥	٥,٧٥	٢٣	٢٦,٧	١٠٧	٦١,٥	٢٤٦	النجاح في عملية الإصلاح السياسي يؤدي إلى تحسين الواقع الاجتماعي والمعاشي للمواطنين وينقل الدولة الى مصاف الدول المتقدمة
٦,٦	١,١١٤	٣,٥٠	١,٧٥	٧	٦,٧٥	٢٧	٣٨,٧	١٥٥	٢١,٠	٨٤	٣١,٧	١٢٧	أن جهود الإصلاح السياسي التي تجري حاليا هي جهود غير كافية
٦,٣	١,١٦٤	٣,٣٨	٣,٧٥	١٥	٧,٧٥	٣١	٣٨,٥	١٥٤	١٨,٥	٧٤	٣١,٥	١٢٦	المشكلات السياسية التي يتعرض لها البلد هي اكبر جهود الإصلاح السياسي الحالية
٧,١	١,١٥٤	٣,٧٦	٨,٢٥	٣٣	١٠,٧	٤٣	١٤,٢	٥٧	٢١,٥	٨٦	٤٥,٢	١٨١	أن عملية الإصلاح السياسي تحدث في الدول النامية فقط
٧,٩	١,١٠٧	٤,١٢	٤٥,٥	١٨٢	٣٤,٧	١٣٩	١٠,٢	٤١	٦,٢٥	٢٥	٣,٢٥	١٣	توفير المستلزمات والأسس الصحيحة ضرورية لانجاح جهود

١٣٠	٣٢,٥	٦٨	١٧,٠	١٧١	٤٢,٧	٢٧	٦,٧٥	٤	١,٠	٣,٤٤	١,١٠	٦,٤
١٨	٤,٥	٤٦	١١,٥	١٣٤	٣٣,٥	١١٦	٢٩,٠	٨٦	٢١,٥	٣,٢٩	١,١١	٦,٠
١٥٧	٣٩,٢	٧٧	١٩,٢	٦١	١٥,٢	٧٣	١٨,٢	٣٢	٨,٠	٣,٣٦	١,٣٨	٦,٢
١٤٨	٣٧,٠	١٦٧	٤١,٧	٤٩	١٢,٢	٢٦	٦,٥	١٠	٢,٥	٣,٩٦	١,٠٤	٧,٦
١٧٦	٤٤,٠	٨٥	٢١,٢	٥٥	١٣,٧	٥٤	١٣,٥	٣٠	٧,٥	٣,٥٩	١,٣٣	٦,٨
٧٥	١٨,٧	٧٢	١٨,٠	١٩٨	٤٩,٥	٤٨	١٢,٠	٧	١,٧٥	٣,١١	١,٠٥	٥,٧
٦٥	١٦,٢	٢٩	٧,٢٥	١٧٦	٤٤,٠	٨١	٢٠,٢	٤٩	١٢,٢	٢,٨٧	١,٢٠	٤,٩

ن = ٤٠٠

ملاحظة / أتيح للمبحوثين اختيار أكثر من بديل .

تشير بيانات الجدول رقم (١٩) الى أن عبارة (عملية الإصلاح السياسي عملية حيوية للمجتمع) جاءت بالترتيب الأول كأكثر العبارات تأثيراً من قبل المبحوثين ضمن اتجاهاتهم نحو قضايا الإصلاح السياسي بمتوسط حسابي ٤,٦٢ ووزن نسبي ٨,٧ ثم عبارة (النجاح في عملية الإصلاح السياسي يؤدي الى تحسين الواقع الاجتماعي والمعاشي للمواطنين وينقل الدولة الى مصاف الدول المتقدمة) بمتوسط حسابي ٤,٣٢ ووزن نسبي ٨,٢ ثم عبارة (توفير المستلزمات والأسس الصحيحة ضرورية لإنجاح جهود الإصلاح السياسي) بمتوسط حسابي ٤,١٢ ووزن نسبي ٧,٩ ثم عبارة (المنظمات الدولية (مجلس الأمن، الأمم المتحدة) لا تقوم بجهود كافية في المساعدة بجهود الإصلاح السياسي التي تجري حالياً) بمتوسط حسابي ٣,٩٦ ووزن نسبي ٧,٦ ثم عبارة (أن عملية الإصلاح السياسي تحدث في الدول النامية فقط) بمتوسط حسابي ٣,٧٦ ووزن نسبي ٧,١ ثم عبارة (عملية الإصلاح السياسي عملية مستمرة لا تتوقف عند مرحلة معينة) بمتوسط حسابي ٣,٦٠ ووزن نسبي ٦,٩ ثم عبارة (يجب أن يتم الاعتماد على الجهود الوطنية فقط في أحداث الإصلاح السياسي دون الاعتماد على الخارج) بمتوسط حسابي ٣,٥٩ ووزن نسبي ٦,٨ ثم عبارة (أن جهود الإصلاح السياسي التي تجري حالياً هي جهود غير كافية) بمتوسط حسابي ٣,٥٠ ووزن نسبي ٦,٦ ثم عبارة (تتسم عمليات الإصلاح السياسي

التي تجري حاليا ببعض السليبات) بمتوسط حسابي ٣,٤٤ ووزن نسبي ٦,٤ ثم عبارة (المشكلات السياسية التي يتعرض لها البلد هي أكبر من جهود الإصلاح السياسي الحالية) بمتوسط حسابي ٣,٣٨ ووزن نسبي ٦,٣ ثم عبارة (فشل عملية الإصلاح السياسي تؤدي الى تخلف البلد) بمتوسط حسابي ٣,٣٦ ووزن نسبي ٦,٢ ثم عبارة (أن مساهمة المواطنين في عملية الإصلاح السياسي التي تجري حاليا هي مساهمة غير كافية) بمتوسط حسابي ٣,٢٩ ووزن نسبي ٦,٠ ثم عبارة (أن خطط واستراتيجيات الإصلاح السياسي التي يتم تطبيقها حاليا هي غير مناسبة) بمتوسط حسابي ٣,١١ ووزن نسبي ٥,٧ ثم عبارة (أن ما تحقق من نجاحات في جهود الإصلاح السياسي حاليا يمكن البناء عليها وتطويرها مستقبلا) بمتوسط حسابي ٢,٨٧ ووزن نسبي ٤,٩ .

الأمر الذي يشير الى غلبة الاتجاهات الايجابية للمبوحين نحو قضايا الإصلاح السياسي على الاتجاهات السلبية أذ جاءت العبارات التي تحمل مضمونات ايجابية في المراتب الأولى بمتوسطات حسابية ووزن نسبي أعلى من العبارات التي تحمل مضمونات سلبية.

نتائج اختبار فروض الدراسة :

الفرض الأول : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المبوحين لمواقع التواصل الاجتماعي ومتغيراتهم الديموجرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي، المهنة، المستوى الاقتصادي والاجتماعي).

جدول رقم (٢٠) يوضح العلاقة بين كثافة تعرض المبوحين لمواقع التواصل الاجتماعي ومتغيراتهم الديموجرافية (النوع ، السن ، المستوى التعليمي ، المهنة ، المستوى الاقتصادي والاجتماعي)

مستوى الدلالة	قيمة مربع كاي الجدولية	قيمة مربع كاي المحسوبة	نادرا	أحيانا	دائما	كثافة تعرض العامل الإحصائي	
						السمات الديموجرافية	النوع
غير دال عند مستوى (٠,٠٥)	٥,٩٩	٠,٣٨٥	٩٥	١٢١	٣٧	ذكر	
			٤٩	٧٦	٢٢	أنثى	
			١٤٤	١٩٧	٥٩	المجموع	
غير دال عند مستوى (٠,٠٥)	٩,٤٩	٢,٢٣٧	٤٤	٦٠	١٥	٢٩ - ٢٠	الفئة العمرية
			٨٨	١١٣	٢٢	٣٩ - ٣٠	
			٢٢	٢٨	٨	٤٠ فأكثر	
			١٥٤	٢٠١	٤٥	المجموع	
غير دال عند مستوى (٠,٠٥)	٩,٤٩	٢,٢٣٧	٢١	٢٢	١٤	متوسط	المستوى التعليمي
			٩١	١٤٣	٥٥	جامعي	
			٢٣	٢٦	١٥	عليا	
			١٢٥	١٩١	٨٤	المجموع	
دال عند مستوى (٠,٠٥)	٩,٤٩	١٥,٩٠٣	٦٠	٥٨	١١	طالب	المهنة
			٧٣	١٠٤	٢٩	موظف	
			٢١	٣١	٥	إعمال حرة	
			١٥٤	٢٠١	٤٥	المجموع	
غير دال عند مستوى (٠,٠٥)	٩,٤٩	١,٠٩٢	٤٤	٦٠	٣٨	مرتفع	المستوى الاقتصادي والاجتماعي
			٦٦	١٠٢	٢٢	متوسط	
			٢٢	٢٨	١٨	منخفض	
			١٣٢	١٩٠	٧٨	المجموع	

تشير بيانات الجدول رقم (٢٠) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين السمات الديموجرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي، المهنة، المستوى الاقتصادي والاجتماعي) وبين كثافة تعرض المبوحين لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث لم تكن قيمة مربع كاي المحسوبة دالة إحصائيا عند مستوى معنوية (٠,٠٥). بينما ظهرت دلالة إحصائية بين المهنة وبين كثافة تعرض المبوحين لمواقع التواصل الاجتماعي. وأجما لا فإنه لم تثبت صحة الفرض

الأول القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي ومتغيراتهم الديموجرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي، المهنة، المستوى الاقتصادي والاجتماعي) إلا جزئياً في متغير المهنة فقط.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة حرص الباحثين على الاطلاع على قضايا الإصلاح السياسي في مواقع التواصل الاجتماعي ومتغيراتهم الديموجرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي، المهنة، المستوى الاقتصادي والاجتماعي).

جدول رقم (٢١) يوضح العلاقة بين درجة حرص الباحثين على الاطلاع على قضايا الإصلاح السياسي في مواقع التواصل الاجتماعي ومتغيراتهم الديموجرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي، المهنة، المستوى الاقتصادي والاجتماعي)

مستوى الدلالة	قيمة مربع كاي الجدولية	قيمة مربع كاي المحسوبة	نادرا	أحيانا	دائما	حرص الباحثين والعامل الإحصائي	
						السمات الديموجرافية	النوع
دال عند مستوى (٠,٠٥)	٥,٩٩	٩,١٤٣	٨٤	١٢٨	٣٨	ذكر	الفئة العمرية
			٦٥	٧٦	٩	أنثى	
			١٤٩	٢٠٤	٤٧	المجموع	
غير دال عند مستوى (٠,٠٥)	٩,٤٩	٧,٦٦٠	٤١	٦٦	١٠	٢٠ - ٢٩	المستوى التعليمي
			٩٦	٨٩	٢٩	٣٠ - ٣٩	
			٢٣	٢٩	١٧	٤٠ فأكثر	
			١٦٠	١٨٤	٥٦	المجموع	
غير دال عند مستوى (٠,٠٥)	٩,٤٩	٧,٦٦٠	١٤	٢٨	٢٥	متوسط	المهنة
			٩٩	١٤٧	٢٣	جامعي	
			٢٦	١٩	٩	عليا	
			١٣٩	١٩٤	٦٧	المجموع	
دال عند مستوى (٠,٠٥)	٩,٤٩	١٥,٩٠٣	٦٤	٥٢	١٣	طالب	المستوى الاقتصادي والاجتماعي
			٦٣	١١٣	٣٠	موظف	
			٢٢	٣٩	٤	إعمال حرة	
			١٤٩	٢٠٤	٤٧	المجموع	
غير دال عند مستوى (٠,٠٥)	٩,٤٩	١,٧٣٥	٤١	٦٦	٣٤	مرتفع	المجموع
			٦٠	١٠٢	٢٩	متوسط	
			٢٣	٢٩	١٦	منخفض	
			١٢٤	١٩٧	٧٩	المجموع	

تشير بيانات الجدول رقم (٢١) الى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين السمات الديموجرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي، المهنة، المستوى الاقتصادي والاجتماعي) وبين درجة حرص الباحثين على التعرض لموضوعات الإصلاح السياسي في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث لم تكن قيمة مربع كاي المحسوبة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠,٠٥). بينما كان هناك دلالة إحصائية بين كل من النوع والمهنة وبين درجة حرص الباحثين على التعرض لموضوعات الإصلاح السياسي في مواقع التواصل الاجتماعي. وبذلك لم تثبت صحة الفرض الثاني بوجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص متغيرات الباحثين الديموجرافية ودرجة حرصهم على الاطلاع على موضوعات الإصلاح السياسي في مواقع التواصل الاجتماعي، إلا في متغيري النوع والمهنة فقط.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الباحثين على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على معلوماتهم عن قضايا الإصلاح السياسي ومتغيراتهم الديموجرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي، المهنة، المستوى الاقتصادي والاجتماعي).

جدول رقم (٢٢) اختبار (ت) لمعرفة الفروق بين المبحوثين حسب متغيراتهم الديموغرافية ودرجة اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على معلوماتهم عن قضايا الإصلاح السياسي

مستوى الدلالة	قيمة مربع كاي الجدولية	قيمة مربع كاي المحسوبة	قليلة	متوسطة	كبيرة	حرص المبحوثين والعامل الإحصائي السمات الديموغرافية	
						النوع	الفئة العمرية
غير دال عند مستوى (٠,٠٥)	٥,٩٩	١,١١٧	٩٩	١١٩	٣٢	ذكر	
			٦٢	٦١	٢٧	أنثى	
			١٦١	١٨٠	٥٩	المجموع	
غير دال عند مستوى (٠,٠٥)	٥,٩٩	١,١١٧	٤٥	٣٩	٢٨	٢٩ - ٢٠	
			٩٨	١٠٥	٢٢	٣٩ - ٣٠	
			٢٢	٢٧	١٤	٤٠ فأكثر	
دال عند مستوى (٠,٠٥)	٩,٤٩	٩,٦١٤	٢٣	٢٩	٥	متوسط	
			١١٢	١٤٤	٣٣	جامعي	
			٣٠	١٥	٩	عليا	
غير دال عند مستوى (٠,٠٥)	٩,٤٩	٦,٠٣٣	٤٨	٧٢	١٩	طالب	
			٧٢	٩٣	٣١	موظف	
			١٤	٣٤	١٧	إعمال حرة	
غير دال عند مستوى (٠,٠٥)	٩,٤٩	٦,٩٣٤	٤٦	٤٩	١٩	مرتفع	
			٩٨	١٠١	٢٧	متوسط	
			٢٢	٢٤	١٤	منخفض	
			١٦٦	١٧٤	٦٠	المجموع	

أظهرت بيانات الجدول رقم (٢٢) الى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين السمات الديموغرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي، المهنة، المستوى الاقتصادي والاجتماعي) وبين درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على معلوماتهم بشأن قضايا الإصلاح السياسي، حيث لم تكن قيمة مربع كاي المحسوبة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠,٠٥). بينما كان هناك دلالة إحصائية ضعيفة بين المستوى التعليمي وبين درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات بشأن قضايا الإصلاح السياسي. ومن هنا فقد ثبت عدم صحة الفرض الثالث القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين السمات الديموغرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي، المهنة، المستوى الاقتصادي والاجتماعي) وبين درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات بشأن قضايا الإصلاح السياسي، إلا جزئياً في متغير المستوى التعليمي فقط.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ايجابية بين درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي ودوافعهم (النفعية، الطقوسية) في الاعتماد عليها.

جدول رقم (٢٣) يوضح معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة الارتباطية بين درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي ودوافعهم (النفعية، الطقوسية) في الاعتماد عليها

الدوافع الطقوسية		الدوافع النفعية		الدوافع الاعتماد
P	R	P	R	
٠,٠٥	٠,٣١٢	٠,٠٥	٠,٧٠٣	درجة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي

ن = ٤٠٠

حيث أن : ن = مجموع العينة = r = قيمة معامل ارتباط بيرسون = P = مستوى المعنوية

يتضح من بيانات الجدول وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي ودوافع الاعتماد (النفعية، الطقوسية). وتبين أنها علاقة ارتباطية طردية للدوافع النفعية إذ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠,٧٠٣ عند مستوى معنوية ٠,٠٥. في حين كانت العلاقة ارتباطية متوسطة القوة للدوافع الطقوسية إذ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠,٣١٢ عند مستوى معنوية ٠,٠٥. وهذا يعني أنه كلما زادت درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي فيما يخص قضايا الإصلاح السياسي كلما زادت دوافعهم (النفعية، الطقوسية) في الاعتماد عليها. وبذلك تثبت صحة الفرض في وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي ودوافع المبحوثين (النفعية، الطقوسية) في الاعتماد عليها.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد (المعرفية، الوجدانية، السلوكية).

جدول رقم (٢٤) معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة الارتباطية بين درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرات اعتمادهم (المعرفية، الوجدانية، السلوكية).

التأثيرات الاعتماد		المعرفية		الوجدانية		السلوكية	
P	R	P	R	P	R	P	R
٠,٧١١	٠,٠٥	٠,٥٠١	٠,٠٥	٠,٦٢٤	٠,٠٥		

يتضح من بيانات الجدول وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرات الاعتماد (المعرفية، الوجدانية، السلوكية) وقد تبين أنها علاقة طردية قوية بين درجة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات المعرفية إذ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠,٧١١ عند مستوى معنوية ٠,٠٥. وتبين وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات الوجدانية وقد تبين أنها علاقة طردية قوية، إذ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠,٥٠١ عند مستوى معنوية ٠,٠٥. وتبين وجود علاقة دالة إحصائياً بين درجة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات السلوكية وقد تبين أنها علاقة قوية، إذ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠,٦٢٤ عند مستوى معنوية ٠,٠٥. وهذا يعني أنه كلما زادت درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي فيما يخص قضايا الإصلاح السياسي زادت عليهم التأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية) الناتجة عن هذا الاعتماد. وبذلك تثبت صحة الفرض في وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرات الاعتماد (المعرفية، الوجدانية، السلوكية).

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو قضايا الإصلاح السياسي.

جدول رقم (٢٥) يوضح معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة الارتباطية بين درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو قضايا الإصلاح السياسي

اتجاهات المبحوثين		درجة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي
P	R	
٠,٢٣٨	٠,٠٥	

ن=٤٠٠

يتضح من بيانات الجدول وجود علاقة طردية ضعيفة بين درجة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهات المبحوثين نحو قضايا الإصلاح السياسي إذ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠,٢٣٨ عند مستوى معنوية ٠,٠٥. وهذا يعني أنه كلما زادت درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي فيما يخص قضايا

الإصلاح السياسي كلما تعززت اتجاهاتهم نحو تلك القضايا . وبذلك تثبت صحة الفرض في وجود علاقة ارتباطية ايجابية بين درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي ، واتجاهاتهم (الاجابية،السلبية) نحو قضايا الإصلاح السياسي .

الفرض السابع : توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين دوافع المبحوثين في الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي فيما يخص قضايا الإصلاح السياسي والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد.

جدول رقم (٢٦) معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة الارتباطية بين دوافع المبحوثين في الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي فيما يخص قضايا الإصلاح السياسي والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد

الدوافع الطقوسية		الدوافع النفعية		الدوافع التأثيرات
P	R	P	R	
٠,٠٥	٠,٢٢٦	٠,٠٥	٠,٧٨١	التأثيرات المعرفية
٠,٠٥	٠,٢٤٧	٠,٠٥	٠,٥٩١	التأثيرات الوجدانية
٠,٠٥	٠,٢٨٤	٠,٠٥	٠,٧٠٩	التأثيرات السلوكية

يتضح من بيانات الجدول وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين دوافع المبحوثين (النفعية،الطقوسية) في الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي فيما يخص قضايا الإصلاح السياسي والتأثيرات (المعرفية،الوجدانية،السلوكية) الناتجة عن هذا الاعتماد.وقد تبين أن العلاقة ارتباطية طردية قوية بين الدوافع النفعية والتأثيرات المعرفية إذ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠,٧٨١ عند مستوى معنوية ٠,٠٥ . وأن العلاقة طردية قوية بين الدوافع النفعية والتأثيرات الوجدانية إذ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠,٥٩١ عند مستوى معنوية ٠,٠٥ . وأن العلاقة طردية قوية بين الدوافع النفعية والتأثيرات السلوكية إذ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠,٧٠٩ عند مستوى معنوية ٠,٠٥ . وقد تبين أن العلاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين الدوافع الطقوسية والتأثيرات المعرفية إذ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠,٢٢٦ عند مستوى معنوية ٠,٠٥ . وأن العلاقة طردية ضعيفة بين الدوافع الطقوسية والتأثيرات الوجدانية إذ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠,٢٤٧ عند مستوى معنوية ٠,٠٥ . وأن العلاقة طردية ضعيفة بين الدوافع الطقوسية والتأثيرات السلوكية إذ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠,٢٨٤ عند مستوى معنوية ٠,٠٥ . وهذا يعني أنه كلما زادت دوافع المبحوثين (النفعية،الطقوسية) في الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كلما زادت التأثيرات(النفعية،الوجدانية،السلوكية) عليهم فيما يخص قضايا الإصلاح السياسي التي يحدثها اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي. وبذلك تثبت صحة الفرض في وجود علاقة ارتباطية ايجابية بين دوافع المبحوثين (النفعية،الطقوسية) في الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي فيما يخص قضايا الإصلاح السياسي والتأثيرات (المعرفية،الوجدانية،السلوكية) الناتجة عن هذا الاعتماد.

الفرض الثامن: توجد علاقة ارتباطية ايجابية بين دوافع المبحوثين (النفعية،الطقوسية) في الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي فيما يخص قضايا الإصلاح السياسي وبين اتجاهاتهم نحو هذه القضايا.

جدول رقم (٢٧) يوضح معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة الارتباطية بين دوافع المبحوثين (النفعية ، الطقوسية) في الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي فيما يخص قضايا الإصلاح السياسي وبين اتجاهاتهم نحو تلك القضايا.

الدوافع الطقوسية		الدوافع النفعية		اتجاهات المبحوثين
P	R	P	R	
٠,٠٥	٠,٠٥٧	٠,٠٥	٠,٣٢١	

ن=٤٠٠

يتضح من بيانات الجدول وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع المبحوثين النفعية في الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي فيما يخص قضايا الإصلاح السياسي وبين اتجاهاتهم نحو هذه القضايا، وقد تبين أن العلاقة طردية ضعيفة بين الدوافع النفعية واتجاهات المبحوثين إذ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠,٣٢١ عند مستوى معنوية ٠,٠٥. وتبين عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الدوافع الطقوسية واتجاهات المبحوثين نحو قضايا الإصلاح السياسي، إذ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠,٠٥٧، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠٥، وهذا يعني أنه كلما زادت دوافع المبحوثين (النفعية) في الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي فيما يخص قضايا الإصلاح السياسي كلما تعززت اتجاهاتهم نحو تلك المواد والبرامج.

وبذلك تثبت صحة الفرض بالنسبة لوجود علاقة ارتباطية ايجابية بين دوافع المبحوثين (النفعية) في الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي فيما يخص قضايا الإصلاح السياسي واتجاهاتهم نحو هذه القضايا. في حين أنه لم تثبت صحة الفرض فيما يخص دوافع المبحوثين (الطقوسية) واتجاهاتهم نحو قضايا الإصلاح السياسي. وهذا يعود إلى أن قضايا الإصلاح السياسي هي قضايا جادة.

الفرض التاسع : توجد علاقة ارتباطية ايجابية دالة إحصائياً بين سمات مواقع التواصل الاجتماعي، بتقدير المبحوثين ودرجة اعتمادهم عليها فيما يخص قضايا الإصلاح السياسي.

جدول رقم (٢٨) معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة الارتباطية بين سمات مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المبحوثين ودرجة اعتمادهم عليها فيما يخص قضايا الإصلاح السياسي

اتجاهات المبحوثين		درجة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي
P	R	
٠,٠٥	٠,٧٦٢	

ن=٤٠٠

يتضح من بيانات الجدول وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين سمات مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المبحوثين فيما يخص قضايا الإصلاح السياسي ودرجة اعتمادهم عليها وقد تبين أن هذه العلاقة ارتباطية طردية قوية، إذ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠,٧٦٢ عند مستوى معنوية ٠,٠٥. وهذا يعني أنه كلما زادت نوعية سمات مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المبحوثين، كلما زادت درجة اعتمادهم عليها فيما يخص قضايا الإصلاح السياسي. وبذلك تثبت صحة الفرض في وجود علاقة ارتباطية ايجابية دالة إحصائياً بين سمات مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المبحوثين ودرجة اعتمادهم عليها فيما يخص قضايا الإصلاح السياسي.

نتائج الدراسة

- ١- أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً من قبل المبحوثين هي الفيسبوك، ثم تويتر، ثم اليوتيوب على التوالي .
- ٢- جاء المبحوثون الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (يوميًا) بالمرتبة الأولى بنسبة ٥٢%، ثم المبحوثين الذين يستخدمونها بصورة غير منتظمة بنسبة ٢٢,٢٥% ثم من (٤-٥مرات) بنسبة ١٥,٥% ثم من يستخدمونها (١-٣مرات) بنسبة ١٠,٢٥% .

- ٣ - جاء المبحوثون الذين يقضون من (من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات) يومياً في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بالمرتبة الأولى بنسبة ٣٩,٥% ثم الذين يقضون (أقل من ساعة) بنسبة ٢٦% ثم الذين يقضون (من ساعة لأقل من ساعتين) بنسبة ٢٤,٧٥% والذين يقضون (أكثر من ذلك) جاءوا بالترتيب الأخير بنسبة ٩,٧٥% .
- ٤ - جاء المبحوثون الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بمعدل (أحياناً) بالمرتبة الأولى بنسبة ٥٥,٢٥% ، ثم الذين يستخدمونها (نادراً) بنسبة ٢٥,٧٥% وفي الترتيب الأخير الذين يستخدمونها (دائماً) بنسبة ١٩% .
- ٥ - جاء المبحوثون الذين بدأوا استخدام مواقع التواصل الاجتماعي منذ (سنتين لأقل من ثلاث) بالمرتبة الأولى بنسبة ٥٤,٧٥% والذين بدأوا باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي منذ (سنة لأقل من سنتين) بنسبة ١٦,٧٥% ثم منذ (أقل من سنة) بنسبة ١٥,٥% ثم الذين بدأوا استخدامها منذ (أكثر من ثلاث سنوات) بنسبة ١٣% .
- ٦ - يحرص المبحوثون (أحياناً) في الاطلاع على موضوعات الإصلاح السياسي في مواقع التواصل الاجتماعي أذ جاءوا بالمرتبة الأولى بنسبة ٥٧% ، ثم (دائماً) بنسبة ٢٧,٢٥% ، ثم (نادراً) بنسبة ١٥,٧٥% .
- ٧ - جاء المبحوثون الذين يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على معلوماتهم بشأن قضايا الإصلاح السياسي بدرجة (متوسطة) بالمرتبة الأولى بنسبة ٥٣,٥% ثم بدرجة (قليلة) بنسبة ٢٧,٢٥% ثم بدرجة (كبيرة) بنسبة ١٩,٢٥% .
- ٨ - جاءت القنوات الفضائية المحلية بالمرتبة الأولى بوصفها أكثر الوسائل الإعلامية تفضيلاً لدى المبحوثين في الحصول على معلوماتهم بشأن قضايا الإصلاح السياسي بنسبة ٥٨,٢٥% ، ثم مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٤١,٧٥% ، ثم المواقع الإلكترونية بنسبة ٢٠,٥% ثم القنوات الفضائية العربية بنسبة ١٠,٢٥% ثم المحطات الإذاعية المحلية ٦,٧٥% ثم الصحف المطبوعة المحلية بنسبة ٠,٧٥% .
- ٩ - جاءت الموضوعات السياسية بالمرتبة الأولى كأكثر الموضوعات اطلعا في مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين بنسبة ٨٩% ثم الموضوعات الاجتماعية بنسبة ٨٢,٧٥% ثم الموضوعات الاقتصادية بنسبة ٨١,٥% ثم الموضوعات الرياضية بنسبة ٣٠,٢٥% ثم الموضوعات الفنية بنسبة ٢١% ثم الموضوعات الأدبية بنسبة ٢٠,٥% ثم الموضوعات العلمية بنسبة ١٨,٥% ثم الموضوعات المنوعة بنسبة ١٧,٢٥% .
- ١٠ - جاءت درجة حرص المبحوثين على مناقشة قضايا الإصلاح السياسي مع الآخرين (أحياناً) بالمرتبة الأولى بنسبة ٥٢,٧٥% ثم درجة (دائماً) بنسبة ٣٨% ثم درجة (نادراً) بنسبة ٩,٢٥% .
- ١١ - تبين أن أفراد الأسرة هم أكثر الأشخاص الذين يحرص المبحوثين على مناقشتهم قضايا الإصلاح السياسي وجاءوا بالمرتبة الأولى بنسبة ٤٤,٧٥% ثم الأصدقاء بنسبة ٣٨,٢٥% ثم زملاء العمل بنسبة ١٠,٥% ثم الناس في المقهى بنسبة ٤% ثم الأقارب بنسبة ٢,٥% .
- ١٢ - تبين أن سمة مجانية الحصول على مواقع التواصل الاجتماعي هي أكثر السمات التي يفضلها المبحوثون في مواقع التواصل الاجتماعي وجاءت بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي ٤,٢٣ ثم ميزة الآنية والفورية التي تمتاز بها بمتوسط حسابي ٤,٦ ثم سمة الخصائص التفاعلية بمتوسط حسابي ٣,٧١ ثم سمة لأنها الأكثر مصداقية بمتوسط حسابي ٣,٦٠ ثم سمة التوازن بعرض وجهات النظر المختلفة بمتوسط حسابي ٣,٣٢ .

١٣ - تبين أن قضية الحد من قضايا الفساد هي أكثر قضايا الإصلاح السياسي اطلاعا من قبل المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمدون عليها وجاءت بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي ٢,٢٧ ثم قضية إصلاح القرارات السياسية بمتوسط حسابي ٢,٢٥ ثم قضية سياسات تقليل معدلات البطالة بمتوسط حسابي ٢,٢١ ثم قضية سياسات تشجيع الاستثمار بمتوسط حسابي ٢,١٤ ثم قضية إصلاح الموازنة العامة بمتوسط حسابي ٢,٠٥

١٤ - تبين أن كتابة تعليقات عن قضايا الإصلاح السياسي في مواقع التواصل الاجتماعي هي أهم الخصائص التفاعلية التي يستعملها المبحوثين إذ جاءت بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي ١,٨٧ ووزن نسبي ٢٦,٣ ثم الاطلاع على تعليقات المستخدمين الآخرين لمواقع التواصل الاجتماعي عن قضايا الإصلاح السياسي بمتوسط حسابي ١,٣٤ ووزن نسبي ١٩,٧ ثم المشاركة بإرسال صور وتعليقات عن قضايا الإصلاح السياسي في مواقع التواصل الاجتماعي بمتوسط حسابي ١,٢٣ ووزن نسبي ١٨,٢ ثم إرسال تسجيلات فيديو تعليقا على قضايا الإصلاح السياسي في مواقع التواصل الاجتماعي بمتوسط حسابي ١,١٧ ووزن نسبي ١٧,٦. الأمر الذي يشير الى أن خاصية كتابة تعليقات عن موضوعات الإصلاح السياسي هي أكثر الخصائص التفاعلية استخداما من قبل المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي .

١٥ - تبين أن دافع (الحصول على معلومات بشأن قضايا الإصلاح السياسي) جاء بالمرتبة الأولى كأهم الدوافع لدى المبحوثين في الاطلاع على موضوعات الإصلاح السياسي في مواقع التواصل الاجتماعي بمتوسط حسابي ٤,٢٣ ثم دافع (تكوين رأي بشأن قضايا الإصلاح السياسي) بمتوسط حسابي ٣,٨٢ ثم دافع (فهم وأدراك أبعاد وتفصيلات قضايا الإصلاح السياسي) بمتوسط حسابي ٣,٧٩ ثم دافع (زيادة وتنمية الوعي بقضايا الإصلاح السياسي) بمتوسط حسابي ٣,٧٦ ثم دافع (الاسترخاء والهروب من المشكلات التي تواجهني) بمتوسط حسابي ٣,٢٢ ثم دافع (التخلص من الشعور بالوحدة) بمتوسط حسابي ٣,٠٤ ثم دافع (المساعدة في ترتيب القضايا التي يجب أن تكون ضمن أولويات اهتمامي) بمتوسط حسابي ٢,٩١ ثم دافع (العودة على الاطلاع عليها) بمتوسط حسابي ٢,٨٨ ثم دافع (اقرأها بالصدفة حينما أجدّها أمامي) بمتوسط حسابي ٢,٣٤ ثم بالمرتبة الأخيرة دافع (الترفيه والتسلية) بمتوسط حسابي ٢,١١ .

١٦ - تبين أن تأثير (الاطلاع على مواقع التواصل الاجتماعي ساهم في زيادة معلوماتي عن قضايا الإصلاح السياسي) جاء بالمرتبة الأولى كأهم التأثيرات التي أحدثها اطلاعهم على مواقع التواصل الاجتماعي فيما يخص قضايا الإصلاح السياسي لدى المبحوثين بمتوسط حسابي ٤,٤٦ ثم تأثير (الاطلاع على مواقع التواصل الاجتماعي ساهم في تشكيل اتجاهاتي نحو قضايا الإصلاح السياسي) بمتوسط حسابي ٣,٨٧ ثم تأثير (اطلاعي على مواقع التواصل الاجتماعي ساهم في تكوين آرائني عن قضايا الإصلاح السياسي) بمتوسط حسابي ٣,٧٦ ثم تأثير (أصبحت أكثر وعيا بقضايا الإصلاح السياسي) بمتوسط حسابي ٣,٧١ ثم تأثير (زادت من اهتمامي بمناقشة قضايا الإصلاح السياسي مع الآخرين) بمتوسط حسابي ٣,٦٧ ثم تأثير (جعلتني أتعاطف مع جهود الإصلاح السياسي) بمتوسط حسابي ٣,٦٥ ثم تأثير (اطلاعي على مواقع التواصل الاجتماعي ساهم في وضع قضايا الإصلاح السياسي ضمن أولويات الموضوعات التي أصبحت اهتم بها) بمتوسط حسابي ٣,٤١ ثم تأثير (زادت من اهتمامي بحضور الندوات واللقاءات التي تعقد لمناقشة قضايا الإصلاح السياسي) بمتوسط حسابي ٣,٣٧ ثم تأثير (اطلاعي على مواقع التواصل الاجتماعي ساهم في توجيهي لاتخاذ مواقف محددة بشأن قضايا الإصلاح السياسي) بمتوسط حسابي ٣,٢١ ثم تأثير (ساهمت في زيادة شعوري بالأمل والتفاؤل من المستقبل) بمتوسط حسابي ٣,١٤ ثم تأثير (جعلتني أساهم بنشر آرائني عن قضايا الإصلاح السياسي بواسطة المدونات ومواقع التواصل الاجتماعي ومواقع الانترنت ومراسلة الصحف الالكترونية) بمتوسط حسابي ٣,٠٢ ثم تأثير (قللت من شعوري بالقلق والتشاؤم من المستقبل) بمتوسط حسابي ٢,٦١ ثم تأثير (زادت من خوفاي من المستقبل بسبب احتمالية فشل

عملية الإصلاح السياسي) بمتوسط حسابي ٢,٤٤ ثم تأثير (جعلتني أتبرع بالمال من أجل جهود الإصلاح السياسي) بمتوسط حسابي ٢,٢١ ثم تأثير (سأهت بابتعادي عن الاهتمام بقضايا الإصلاح السياسي) بمتوسط حسابي ١,٧٢

١٧ - تبين أن عبارة (عملية الإصلاح السياسي عملية حيوية للمجتمع) جاءت بالترتيب الأول كأكثر العبارات تأثيراً من قبل المبحوثين ضمن اتجاهاتهم نحو قضايا الإصلاح السياسي بمتوسط حسابي ٤,٦٢ ثم عبارة (النجاح في عملية الإصلاح السياسي يؤدي الى تحسين الواقع الاجتماعي والمعاشي للمواطنين وينقل الدولة الى مصاف الدول المتقدمة) بمتوسط حسابي ٤,٣٢ ثم عبارة (توفير المستلزمات والأسس الصحيحة لضرورة لإنجاح جهود الإصلاح السياسي) بمتوسط حسابي ٤,١٢ ثم عبارة (المنظمات الدولية (مجلس الأمن، الأمم المتحدة) لا تقوم بجهود كافية في المساعدة بجهود الإصلاح السياسي التي تجري حالياً) بمتوسط حسابي ٣,٩٦ ثم عبارة (أن عملية الإصلاح السياسي تحدث في الدول النامية فقط) بمتوسط حسابي ٣,٧٦ ثم عبارة (عملية الإصلاح السياسي عملية مستمرة لا تتوقف عند مرحلة معينة) بمتوسط حسابي ٣,٦٠ ثم عبارة (يجب أن يتم الاعتماد على الجهود الوطنية فقط في أحداث الإصلاح السياسي دون الاعتماد على الخارج) بمتوسط حسابي ٣,٥٩ ثم عبارة (أن جهود الإصلاح السياسي التي تجري حالياً هي جهود غير كافية) بمتوسط حسابي ٣,٥٠ ثم عبارة (تتسم عمليات الإصلاح السياسي التي تجري حالياً ببعض السلبيات) بمتوسط حسابي ٣,٤٤ ثم عبارة (المشكلات السياسية التي يتعرض لها البلد هي أكبر من جهود الإصلاح السياسي الحالية) بمتوسط حسابي ٣,٣٨ ثم عبارة (فشل عملية الإصلاح السياسي تؤدي الى تخلف البلد) بمتوسط حسابي ٣,٣٦ ثم عبارة (أن مساهمة المواطنين في عملية الإصلاح السياسي التي تجري حالياً هي مساهمة غير كافية) بمتوسط حسابي ٣,٢٩ ثم عبارة (أن خطط واستراتيجيات الإصلاح السياسي التي يتم تطبيقها حالياً هي غير مناسبة) بمتوسط حسابي ٣,١١ ثم عبارة (أن ما تحقق من نجاحات في جهود الإصلاح السياسي حالياً يمكن البناء عليها وتطويرها مستقبلاً) بمتوسط حسابي ٢,٨٧ .

١٨ - عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين السمات الديموجرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي، المهنة، المستوى الاقتصادي والاجتماعي) وبين كثافة تعرض المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث لم تكن قيمة مربع كأي المحسوبة دالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥). بينما ظهرت دلالة إحصائية بين المهنة وبين كثافة تعرض المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي .

١٩ - عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين السمات الديموجرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي، المهنة، المستوى الاقتصادي والاجتماعي) وبين درجة حرص المبحوثين على التعرض لموضوعات الإصلاح السياسي في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث لم تكن قيمة مربع كأي المحسوبة دالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥). بينما كان هناك دلالة إحصائية بين كل من النوع والمهنة وبين درجة حرص المبحوثين على التعرض لموضوعات الإصلاح السياسي في مواقع التواصل الاجتماعي .

٢٠ - عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين السمات الديموجرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي، المهنة، المستوى الاقتصادي والاجتماعي) وبين درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على معلوماتهم بشأن قضايا الإصلاح السياسي، حيث لم تكن قيمة مربع كأي المحسوبة دالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) .

٢١ - وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي ودوافع الاعتماد (النفعية، الطقوسية) .

٢٢- تبين وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرات الاعتماد (المعرفية، الوجدانية، السلوكية).

٢٣- تبين وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع المبحوثين (النفعية، الطقوسية) في الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي فيما يخص قضايا الإصلاح السياسي والتأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية) الناتجة عن هذا الاعتماد. وقد تبين أن العلاقة ارتباطية طردية قوية بين الدوافع النفعية والتأثيرات المعرفية .

٢٤- تبين وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع المبحوثين النفعية في الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي فيما يخص قضايا الإصلاح السياسي وبين اتجاهاتهم نحو هذه القضايا.

٢٥- تبين وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين سمات مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المبحوثين فيما يخص قضايا الإصلاح السياسي ودرجة اعتمادهم عليها وقد تبين أن هذه العلاقة ارتباطية طردية قوية .

الاستنتاجات :

١ - أكثر من نصف أفراد الجمهور العراقي يتعرضون بشكل دائم لمواقع التواصل الاجتماعي وبالأخص موقع الفيسبوك وتويتر وبلها اليوتيوب .

٢ - أحياناً وليس دائماً يطلع الجمهور العراقي على قضايا الإصلاح السياسي في مواقع التواصل الاجتماعي .

٣ - القنوات الفضائية العراقية أكثر تفضيلاً لدى الجمهور العراقي من مواقع التواصل الاجتماعي والوسائل الإعلامية الأخرى في متابعة قضايا الإصلاح السياسي .

٤ - كتابة التعليقات هو أحد الأسباب التفاعلية الأكثر تفضيلاً لدى الجمهور العراقي فيما يخص قضايا الإصلاح السياسي .

٥ - الحصول على المعلومات، وتكوين الرأي الشخصي تمثل أهم دوافع الجمهور العراقي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي .

٦ - لا يوجد تأثير للعوامل الديموغرافية (النوع، العمر، المهنة، المستوى التعليمي، والمستوى الاقتصادي والاجتماعي) وكثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي .

٧ - للحاجات النفعية و الطقوسية للجمهور علاقة بدرجة تفاعلهم على مواقع التواصل الاجتماعي .

٨ - يوجد تأثير للاتجاهات السلبية والايجابية نحو قضايا الإصلاح السياسي ودرجة تفاعلية الجمهور العراقي على مواقع التواصل الاجتماعي .

المقترحات:

١ - ضرورة استفادة الجهات التي لها دور بالقيام بقضايا الإصلاح السياسي من الدراسات العلمية في هذا الاختصاص من أجل التعرف على آراء المواطنين فيما يخص الإجراءات والخطوات التي تقوم بها في هذا الشأن من أجل تعزيز الايجابيات في أوجه عملها وتلافي السلبيات التي قد تحصل والعمل على تطوير أدائها فيما يخص قضايا الإصلاح السياسي وبما يتلاءم واحتياجات المواطنين الفعلية وفقاً لمعطيات البحوث العلمية المنجزة في هذا المجال .

٢ - ضرورة التوسع بأجراء دراسات علمية من أجل التعرف على مدى تأثير وسائل الإعلام الجديدة (مواقع التواصل الاجتماعي، المدونات، الصحف الإلكترونية) على المستخدمين ودورها في تشكيل اتجاهاتهم نحو مختلف الموضوعات والقضايا، لاسيما القضايا المجتمعية.

٣ - التوسع بأجراء الدراسات العلمية في مجال مواقع التواصل الاجتماعي، كونها وسيلة إعلامية حديثة و متميزة من أجل تحديد النواحي الايجابية في عملها لغرض تطويرها وتحديد النواحي السلبية من أجل تلافيتها والعمل على معالجتها مستقبلا.

٤ - اقتراح الدراسات العلمية بأجراء دراسات ميدانية في مجال القضايا المجتمعية بشكل عام لما تمثله من أهمية في مجال البحث العلمي وما توفره من مؤشرات كمية لجميع طبقات المجتمع وبمختلف فئاته العمرية ومستوياته التعليمية والاقتصادية.

٥ - إجراء دراسات علمية مقارنة لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة في مدى تأثيرها على الجمهور من ناحية تشكيل اتجاهاته نحو قضايا الإصلاح السياسي.

٦ - ضرورة تحسين أداء مواقع التواصل الاجتماعي والعمل على الاستفادة من الخصائص المتميزة لشبكة الانترنت والتي تتخذ منها مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة للوصول إلى المتلقين، نواحي الروابط الفائقة والخصائص التفاعلية والوسائط المتعددة، كون مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة لم تنجح بما فيه الكفاية في الاستفادة من هذه العناصر وتوظيفها بالشكل الأمثل في تناول موضوعات قضايا الإصلاح السياسي وبالصورة التي تزيد من تأثيراتها على المتلقين

مصادر البحث وهوامشه

١- محمود أحمد محمود مزيد، اعتماد المراهقين على القنوات الاخبارية في متابعة الأحداث والقضايا السياسية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، القاهرة: مركز بحوث الرأي العام بكلية الإعلام جامعة القاهرة، مج ٦، ع ٢٤، ديسمبر ٢٠٠٥، ص ١٦٩-٢٣٥.

٢- أحداث الحادي عشر من سبتمبر ٢٠٠١: دور وسائل الإعلام في تشكيل صورة أمريكا في أذهان الشباب الجامعي المصري، المؤتمر العلمي السنوي الثامن لكلية الإعلام جامعة القاهرة: الإعلام وصورة العرب والمسلمين، مايو ٢٠٠٢، ج ١، ص ٣٢١-٣٧٤.

3- Padmini Patwardham & Jin Yang, Internet Dependency Relations and online Consumer Behavior: A Media System Dependency Theory Perspective On Why People Shop, Chat, and Read News online, Journal of Interactive Advertising, Vol.3, No.2, Spring 2003, PP.57-69.

4-Daniel Riffe et al., Media System Dependency Theory and Using the Internet for In-depth, Specialized Information, Vol.11, January 2008. available at [http:// WWW.scripps. Ohiou](http://WWW.scripps.Ohiou).

5-Kenneth Fleming, Use of Print & online news media for Local news: uses dependency perspective, Research paper presented at the Newspaper Division of the Association for education in Journalism and Mass Communication Conference in ST. Louis, Missouri, August, 2011

٦- عيبر محمد حمدي، دور الانترنت والراديو والتلفزيون في أمداد الجمهور المصري بالمعلومات، رسالة ماجستير (غير منشورة)، القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠١

- ٧- نرمين زكريا خضر، الأثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية: دراسة على مستخدمي موقع الفيسبوك ، ورقة مقدمة إلى مؤتمر الأسرة والإعلام وتحديات العصر ، جامعة القاهرة :كلية الإعلام، ١٥-١٧ فبراير، ٢٠٠٩ .
- ٨- أشرف جلال حسن، أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالإنترنت ورسائل الفصائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية: دراسة تشخيصية مقارنة على الشباب وأولياء الأمور في ضوء مدخل الإعلام البديل، ورقة مقدمة إلى مؤتمر الأسرة والإعلام وتحديات العصر ، جامعة القاهرة :كلية الإعلام، ١٥-١٧ فبراير، ٢٠٠٩ .
- ٩- صالحة الدمري، الطلاب والشبكات الاجتماعية: دراسة ميدانية في استخدامات وأشباع طلاب كلية الفنون، ٢٠١٠ .
alola.maktooblog.com استرجع بتاريخ ٢٠١٢/١٢/٥
- ١٠- جمال عبد العظيم أحمد، اتجاهات جمهور وسائل الإعلام في البحرين نحو المعالجة الإعلامية للقضايا الاقتصادية دراسة مقارنة لجمهور الوسائل التقليدية والشبكات الاجتماعية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مج ١٠، ع ٤٤، ديسمبر ٢٠١١ .
- 11- McQuail , Denis ,Mc Quail's.(2010). Mass Communication Theory, 6th ed.(London: Sage Publications Ltd.).
- ١٢- حسن عماد مكاوي و ليلي حسين السيد (٢٠٠٣)، **الاتصال و نظرياته المعاصرة** ، ط٤ (القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية)، ص ٣٦٦-٣٨٣ .
- James Watson.13 & Anne Hill (2006) Dictionary Of Media and Communication Studies, London, Hodder Arnold, p.19.
١٤. دنائلة عمارة، علم النفس الإعلامي، مفاهيم أساسية ودراسات امبيريقية، القاهرة، دار النهضة العربية، ٢٠٠٨، ص ٧٣ .
١٥. د. عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، القاهرة، دار الفكر العربي، ٢٠٠٥، ص ٥ .
- 16- Stanley J. Baran & Dennis K. Davis, Mass Communication Theory, New York, 2012, p.273.
- 17- Stanley J. Baran, Introduction to Mass Communication, New York, Mc Graw Hill, 2009, p.261.
- ١٨- فرانسيس بارك، الأسس العلمية لنظريات الإعلام الجديد والبديل، تر: المركز لتقاضي والتعريب والترجمة، القاهرة: دار الكتاب الحديث، ٢٠١٠، ص ٤١٧ .
- ١٩- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠١٢، ص ٣٢٠ .
- ٢٠- محمد حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣، ص ٢٨٠ .
- ٢١- إبراهيم عبدالله المسلمي، مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠١٣، ص ٣١ .
- ٢٢- دنائلة عمارة، علم النفس الإعلامي، مفاهيم أساسية ودراسات امبيريقية، القاهرة: دار النهضة العربية، ٢٠٠٨، ص ٧٣ .
- ٢٣- عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٥، ص ٥ .
- 24- Mark Balnves, Media Theories, New York, Palgrave, 2009, P.58.
- ٢٥- عبد الرحيم درويش، مقدمة في علم الاتصال، القاهرة: عالم الكتب، ٢٠١٢، ص ٢٠٥ .
- ٢٦- شريف درويش اللبان و هشام عطية، مقدمة في مناهج البحث الإعلامي، القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨، ص ٧٤ .
- **وهؤلاء المحكمين هم كل من:**
- ١- أ.د. وسام فاضل راضي/ قسم الإذاعة والتلفزيون/ كلية الإعلام/ جامعة بغداد.
- ٢- أ.د. علي جبار الشمري/ قسم العلاقات العامة/ كلية الإعلام/ جامعة بغداد.
- 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 الإعلام/ جامعة بغداد.
- 27- Lusk, B. Digital Natives and Social Media Behaviors: An overview, The Prevention Researcher vol. (17) supplement, December 2010, p. 3-6
- 28- Shirky, C.. The Political Power of Social Media, Foreign Affairs, Vol. (90), No. (1), 2011, p.28-41.