



**Dr.Sabah Awad
Mohamed**

E-Mail :
sabahawad359@yahoo.com

Phone Number :
07713888706

The Sunni Endowment
Diwan/Department of Religious
Education and Islamic Studies

Keywords:

- Interactives.
- Iraqi Republic.
- Facebook.
- The Russian-Ukrainian crisis.

ARTICLE INFO

Article history:

Received : 10 / 5 /2022

Accepted : 2 / 6 /2022

Available Online : 27 / 6 /2022

THE IRAQI PUBLIC'S INTERACTION WITH FACEBOOK'S POSTS ABOUT THE

RUSSIAN-UKRAINIAN CRISIS A B S T R A C T

The research deals with a field study on “the interaction of the Iraqi public regarding Facebook’s publications regarding the Russian-Ukrainian crisis.” Interactivity is the most prominent feature or characteristic of social networking sites. It is one of the most talked about concepts in the new media, and like many terms in digital communication.

The researcher sought, by withdrawing a sample using the snowball sampling method, which is one of the 392 non-probability samples, to get acquainted with the interaction of the Iraqi public regarding Facebook's publications regarding the Russian-Ukrainian crisis. An interactive questionnaire of the Iraqi public regarding Facebook's publications regarding the Russian-Ukrainian crisis was prepared from theoretical literature and previous studies. The validity of the questionnaire was confirmed by virtual honesty, and the stability of the scale was confirmed by the Alpha Cronbach equation. The results of the study showed that there is a great interaction by the sample of respondents with the Russian-Ukrainian crisis through Facebook through likes...

م.د. صباح عواد محمد

تفاعلية الجمهور العراقي بشأن منشورات موقع فيس بوك إزاء الأزمة الروسية الأوكرانية

الإيميل :

sabahawad359@yahoo.com

المستخلص

يتناول البحث دراسة ميدانية عن "تفاعلية الجمهور العراقي بشأن منشورات موقع فيس بوك إزاء الأزمة الروسية الأوكرانية"، وتعتبر التفاعلية السمة أو الخاصية الأبرز في مواقع التواصل الاجتماعي، فهي تعد من أكثر المفاهيم التي كثر عنها الحديث في وسائل الإعلام الجديد، وكحال الكثير من المصطلحات في الاتصال الرقمي.

رقم الهاتف :

٠٧٧١٣٨٨٨٧٠٦

عنوان عمل الباحث:

ديوان الوقف السني/دائرة التعليم
الديني والدراسات الإسلامية

الكلمات المفتاحية:

- التفاعلية.
- الجمهور العراقي.
- موقع فيس بوك.
- الأزمة الروسية الأوكرانية.

معلومات البحث

تاريخ البحث :

الاستلام : ١٠ / ٥ / ٢٠٢٢

القبول : ٢ / ٦ / ٢٠٢٢

التوفر على الانترنت: ٢٧ / ٦ / ٢٠٢٢

سعى الباحث من خلال سحب عينة بأسلوب العينة كرة الثلج وهي من العينات الغير احتمالية والبالغ عددها (٣٩٢) مبحوثاً للتعرف على تفاعلية الجمهور العراقي بشأن منشورات موقع فيس بوك إزاء الأزمة الروسية الأوكرانية. تم إعداد استبانة تفاعلية الجمهور العراقي بشأن منشورات موقع فيس بوك إزاء الأزمة الروسية الأوكرانية من الأدب النظري والدراسات السابقة، وقد تم التأكد من صدق الاستبانة عن طريق الصدق الظاهري، كما تم التأكد من ثبات المقياس عن طريق معادلة ألفا كرونباخ. أظهرت نتائج الدراسة أن هناك تفاعل كبير من قبل عينة المبحوثين مع الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع الفيس بوك من خلال الاعجابات والتعليقات والمشاركات وبنسبة مئوية قدرها (٥١.٥%)، وأن الموضوعية هي من أهم الأسس المستخدمة لموقع فيس بوك في متابعة أخبار الأزمة الروسية الأوكرانية وبنسبة مئوية قدرها (٣٧.٧%).

© 2021 مسار، الجامعة العراقية | كلية الاعلام،

المقدمة : شهدت المجتمعات الانسانية خلال العقد الأخير من القرن الماضي، تطورات متسارعة ومتلاحقة لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات، مما ساهمت في تسهيل إمكانية التواصل الانساني والحضاري، أبرزها شبكة المعلومات العالمية الأنترنت، حيث انتشرت في كافة أرجاء المعمورة، ومهدت الطريق لكافة المجتمعات للتقارب والتعارف وتبادل الرغبات والأفكار، وأصبحت وسيلة لتحقيق التواصل الفعال والأنبي بين الأفراد والجماعات.

وفي خضم هذه التطورات التي شهدتها استخدام شبكة الانترنت إلى تحولها إلى نظام إعلامي شامل لمختلف المكونات الإعلامية المعروفة، في مواقع إلكترونية تتمتع بخائص تفاعلية وسرعة فائقة ناتجة عن استخدام الكمبيوتر والانترنت. مما أحدث أثراً في الأداء الإعلامي وزاده تطوراً في النواحي الفنية والمهنية والقدرة على الانتشار.

ويعتبر الفيس بوك الوحدة المكونة للعالم الإلكتروني الأكبر عبر وسائل التواصل الاجتماعي، بحيث يعتبر الفرد فيها الوحدة الاجتماعية المكونة لها، ويتم التفاعل بينها بحيث تؤثر وتتأثر فيها، ويكون هذا التفاعل من خلال الأنشطة الخاصة بالمجموعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والتي تتميز بأنها تتخطى الحواجز وتزيد من احتمالية التأثير والتأثير فيها مما يساهم في تشكيل الخبرة وتكوين التوجه والتوقع للمجموعة وما تمثلها، وكذلك يحدد شكل العلاقة بين المكونات من خلال طرق التفاعل بينها وتحليلها.

ونتيجة لأهمية الموضوع المطروح من خلال هذا البحث ألا وهو "تفاعلية الجمهور العراقي بشأن منشورات موقع فيس بوك إزاء الأزمة الروسية الأوكرانية" كان لابد من التطرق إليه بشيء أكثر تفصيلاً من خلال تناول العديد من الجوانب الخاصة بذلك الموضوع ومناقشتها والتوصل إلى بعض التوصيات الهامة والتي سأقوم بعرضها في نهاية البحث.

البحث الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث:

إن خاصية التفاعلية وإمكانية توفير مضمون مناسب يلبي احتياجات المستخدمين يعد من العناصر المهمة في نجاح الاتصال التفاعلي في موقع الفيس بوك.

وتعد سمة التفاعلية أحد مؤشرات الاتجاه نحو حرية التعبير والرأي في المجتمعات الحديثة، وهي ميزة وفرتها خصائص الإعلام الإلكتروني الجديد بشكل فاعل ومؤثر^(١).

ومع ظهور وسائل الاتصال الحديثة- بما تمتلكه من ادوات تفاعلية- أصبح للمستقبل القدرة على المشاركة النشطة الأكثر فاعلية في العملية الاتصالية، بحيث أصبح الجمهور يسعى للحصول على المعلومات واختيار المناسب منها، وتبادل الرسائل مع المرسل، بعدما كان دوره في السابق مجرد متلق للمعلومات^(٢).

ويمكن بلورة مشكلة البحث في التساؤل الرئيسي التالي: ما مدى تفاعلية الجمهور العراقي بشأن منشورات موقع فيس بوك إزاء الأزمة الروسية الأوكرانية؟ ويتفرع من التساؤل الرئيس للبحث التساؤلات الفرعية التالية:

(١) حسينة بن رقية، التفاعلية في مواقع الصحف الجزائرية على الانترنت، مجلة آفاق للعلوم، العدد الخامس، جامعة الجلفة، الجزائر، ٢٠١٦، ص ٢٨.

(٢) رحيمة الطيب عيساني، أشكال التفاعلية لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد ١٥- مايو، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، ٢٠١٦، ص ٢٤.

- ١- ما الأسس التي يستخدمها المبحوثين في متابعة أخبار الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع الفيس بوك؟
 - ٢- كيف يتفاعل المبحوثين مع المواضيع المنشورة حول الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع فيس بوك؟
 - ٣- ما هي طريقة العرض التي يفضلها المبحوثين في التفاعل مع الأزمة الروسية الأوكرانية؟
 - ٤- ما المصادر التي يعتمد عليها المبحوثين في الحصول على المعلومات عن الأزمة الروسية الأوكرانية؟
 - ٥- ما مصداقية الموضوعات المنشورة عن الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع الفيس بوك؟
 - ٦- ما هي طرق تجاوب المبحوثين مع الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع الفيس بوك؟
- ثانياً: أهمية البحث:**

أصبحت التفاعلية اليوم تحتل مكانة متميزة في الأوساط الإعلامية وغير الإعلامية، ولا يمكن تجاهل هذه الظاهرة من طرف الباحثين الأكاديميين، هذا الاهتمام الكبير الذي تحظى به دراسة التفاعلية في مواقع التواصل الاجتماعي وتحديدًا موقع الفيس بوك الذي يتميز بالمشاركة الفورية والآنية القائمة أساساً على التفاعلية، دعانا إلى تناول موضوع "تفاعلية الجمهور العراقي بشأن منشورات موقع فيس بوك إزاء الأزمة الروسية الأوكرانية" ومعرفة كيفية استخدام هذا الاتصال التفاعلي في بيئة افتراضية.

ثالثاً: أهداف البحث:

- ١- التعرف على الأسس التي يستخدمها المبحوثين في متابعة أخبار الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع الفيس بوك.
 - ٢- الكشف عن كيفية تفاعل المبحوثين مع المواضيع المنشورة حول الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع فيس بوك.
 - ٣- التعرف على طريقة العرض التي يفضلها المبحوثين في التفاعل مع الأزمة الروسية الأوكرانية.
 - ٤- تحديد المصادر التي يعتمد عليها المبحوثين في الحصول على المعلومات عن الأزمة الروسية الأوكرانية.
 - ٥- الكشف عن مصداقية الموضوعات المنشورة عن الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع الفيس بوك.
 - ٦- تحديد طرق تجاوب المبحوثين مع الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع الفيس بوك.
- رابعاً: فرضيات البحث:**

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص طرق تجاوب المبحوثين مع الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع فيس بوك وفقاً للنوع الاجتماعي.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية بين تفاعل المبحوثين مع الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع فيس بوك وبين مصداقية الموضوعات المنشورة عن الأزمة.

خامساً: مجالات البحث أو حدوده:

يعد تحديد مجالات البحث احد الخطوات المنهجية لأي بحث أو دراسة والتي تنطوي على ثلاثة مجالات:

١. المجال المكاني: ويقصد به تحديد المنطقة الجغرافية التي يقع فيها البحث أو الدراسة، واختيرت (مدينة بغداد) مجالاً مكانياً للبحث، بعد أن اختيرت عينة البحث من جمهور مدينة بغداد بالاعتماد على عينة كرة الثلج.

٢. المجال البشري: ونعني به عينة البحث والتي تتمثل بجمهور مدينة بغداد.

٣. المجال الزمني: ويقصد به المدة التي قضاها الباحث في جمع البيانات من عينة البحث بعد إتمام عملية بناء أداة البحث، وتوزيع الاستمارات وتفريغها وتحليلها والتي يمكن تحديدها من ١ / ٢٠٢٢ إلى ٢٨ / ٢٠٢٢.

سادساً: تعريف المفاهيم:

التفاعلية: هي تلك العلاقات التي تنشأ من التفاعل بين الأفراد والمجموعات في الفضاء الإلكتروني كشبكات التواصل الاجتماعي، التي تتيح للأفراد والمجموعات مساحة وفرص للتبادل الثقافي والمعرفي ولعل من أشهر هذه الشبكات التواصلية شبكة التواصل الاجتماعي -الفيس بوك^(١).

الفيس بوك Facebook: هو موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية الافتراضية، تم تصميمه لكي يسمح لمستخدميه بالتفاعل مع أصدقائهم، حيث يقوم كل منهم بعمل البروفايل profil الخاص به، وتحميل الصور والرسوم^(٢).

الأزمة: هي حالة حرجة وموقف طارئ، حلت بالدولة أو المؤسسة أو المجتمع، وهي تقع بشدة محدثة ضغطاً شديداً في النواحي المختلفة العلمية والثقافية والسياسية والأخلاقية^(٣).

المبحث الثاني/ الإطار النظري

مفهوم التفاعلية:

الاتصال التفاعلي يعني المشاركة الديمقراطية المفتوحة مثل حلقات النقاش الحالية (Online) المباشرة والحية في حجرات المحادثة (Chat room) ومواقع تبادل رسائل البريد الإلكتروني

(١) بلال بو ترعة، التفاعل الإلكتروني وأثره على الوظيفة التربوية للأسرة الجزائرية: دراسة على عينة من الشباب مستخدمي الفيس بوك، مجلة البحوث والدراسات، العدد ٢٢، السنة ١٣، ٢٠١٦، ص ٣٠٧.

(٢) محمود حمدي عبد القوي، دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ورقة بحثية منشورة في المؤتمر العلمي الدولي الخامس، الإعلام والإصلاح- الواقع وتحديات العصر، الجزء الثالث، ٧-٩ يوليو ٢٠٠٩، ص ١٥٩٦.

(٣) حمد سرور الحريري، إدارة الأزمات السياسية واستراتيجيات القضاء على الأزمات السياسية الدولية، (عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، ٢٠١٢)، ص ٧٣.

الحالية (Online Email Sites)، ونقول أيضاً الاتصال التفاعلي هو الذي يتم فيه تبادل الأدوار الاتصالية^(١).

إن الاهتمام بالبعد التفاعلي في العملية الاتصالية لم يبدأ بشكل حقيقي إلا بعد ظهور الانترنت وانتشاره كوسيلة اتصال تمثل "التفاعلية" الخاصة الرئيسية فيها، حيث ظهرت العديد من الدراسات التي سعت إلى دراسة هذا المفهوم وتطبيقاته في وسائل الإعلام الجديد^(٢). وتعتبر التفاعلية السمة أو الخاصة الأبرز في مواقع التواصل الاجتماعي، فهي تعد من أكثر المفاهيم التي كثر عنها الحديث في وسائل الإعلام الجديد، وكحال الكثير من المصطلحات في الاتصال الرقمي، قد يكون من الصعب أن نتناول هذا المصطلح من منظور واحد. ورغم أن مفهوم التفاعلية تم استخدامه في حقول معرفية كثيرة، إلا أن استخدامه في حقل الاتصال الجماهيري يعود إلى السنوات الخمسة عشرة الأخيرة فقط، وهذا بالنظر لارتباطه بالمستخدم والحاسوب وخاصة بظهور الانترنت ومحركات البحث، وهنا أصبح للفرد القدرة على تبادل الأدوار في العملية الاتصالية بل وتسمح فيه الوسيلة للمستخدم بتعديل المحتوى أو تشكيل بيئة وسيطة في الوقت الفعلي، وصار للقراء أن يختاروا المحتوى المناسب لهم من خلال الاشتراك في النشرات الإلكترونية، وإمكانية وجود اشتراك في جماعات النقاش^(٣).

ويفرق بعض الباحثين بين نوعين من التفاعلية هما التفاعلية البشرية وتفاعلية الوسيلة، كما يفرقون بين التفاعلية القائمة على فكرة " من المستخدم إلى المستخدم" وبين التفاعلية القائمة على أساس "المستخدم- الوسيلة" أو ما أسماه كل من (Massey and Levy)، التفاعلية الشخصية وتفاعلية المضمون^(٤).

وتشير (stromer-Galley) إلى التفاعلية البشرية بوصفها أكثر أهمية من تفاعلية الوسيلة، لأنها أقرب إلى إعادة تشكيل الاتصال المواجهي (وجهاً لوجه)، فهي اتصال بين اثنين أو أكثر من المستخدمين يحدث من خلال قناة اتصال مثل استخدام لوحة الرسائل، أو استخدام روابط البريد الإلكتروني. في المقابل فإن تفاعلية الوسيلة هي اتصال تفاعلي بين المستخدمين والتكنولوجيا، وتقوم على طبيعة التكنولوجيا نفسها وما نتيجته للمستخدمين من أفعال مثل استخدام الروابط الفائقة للتنقل من قصة إخبارية إلى قصة أخرى^(٥).

الإعلام التفاعلي أثناء الأزمات

(١) بن نعيمة عبد الحميد، وبن عبو وليد، الأشكال التفاعلية واللغوية في الوسائط الإعلامية الإلكترونية، المجلة الجزائرية للمخطوطات، العدد ٢، المجلد ١٣، ديسمبر ٢٠١٨، ص ٢٢٠.

(٢) رحيمة الطيب عيساني، المصدر السابق، ص ٢٩.

(٣) راجعي الطاهر، التفاعلية في مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التوعية الصحية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد بو ضياف، المسيلة، الجزائر، ٢٠١٨، ص ٤-٥.

(٤) سامية جفال وآخرون، التفاعلية في المواقع التعليمية الإلكترونية، المجلة العربية للإعلام وثقافة الطفل، العدد ٦، فبراير ٢٠١٩، ص ١٣٥.

(٥) سامية جفال وآخرون، المصدر نفسه، ص ١٣٥.

يلعب الإعلام التفاعلي أثناء الأزمات دوراً هاماً في إدارة الأزمة أو الحدث إحصالياً، حيث أن الإعلام التفاعلي هو الأوحء القاءر على إصدار الفعل وتلقي رد الفعل وإتاحة الفرصة لمساهمة المستخدمين في وقت محدد جداً، تحدهه طبيعة الحدث أو الأزمة، وتعد السرعة في تلقي المعلومات ونشرها هي أهم ما يميز المواقع الاجتماعية أثناء الأزمات، ومع مراعاة طبيعة وسائل الإعلام التقليدية سنجء أنها لم تعد قادرة على التعامل مع الأزمات الطارئة بشكل يضمن الفعل ورد الفعل ومشاركة الجماهير في صنع المحتوى ومراسلة الوسيلة في آن واحد ومحدوء بكل أنواع القوالب الإخبارية والمعلوماتية^(١).

وتعتبر الأزمات أءء أهم سمات العصر الحديث، وأءء أكبر التحديات التي تواجه التسارع التقني والاتصالي لعالم اليوم، وقد لا يمر يوم جديد دون تولء أءء الأزمات في أءء بقاع العالم، ثم ما تلبث أن تمتء لتهدء العالم أجمع^(٢)، ولعل ما نشهده اليوم من تفاقم في الأزمة الروسية الأوكرانية وصلت إلى حد المواجهة العسكرية بين الطرفين تزداء الحاجة لوسائل الإعلام كوسيط رسمي يقوم بدور مهم في وقت الأزمات على مختلف أنواعها وتعدد مجالاتها ومستوياتها.

موقع الفيسبوك Face book :

بدأت الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات عام ١٩٩٥ للربط بين زملاء البحث، لتوفر هذه الشبكة مجموعة من الخدمات، واستمرت موجة هذه الشبكات في الانتشار على مدى السنوات ١٩٩٩-٢٠٠٢^(٣).

لقد كانت ولادة الفيس بوك داخل جامعة هارفرد الأمريكية، ولم يتعدى جدرانها، وقد ضم للوهلة الأولى طلبة هارفرد فقط وهو ما أراده مؤسسه طالب هذه الجامعة الأمريكية، وهو مارك زوكربيرج في ٤ فبراير من العام ٢٠٠٤، وصرح مارك في حينها بأنه يهءف من هذا الموقع إلى إيجاد ترابط بين طلبة جامعته لينتشر بعدها إلى المعاهد والجامعات الأمريكية^(٤). ويعد موقع الفيس بوك أءء أشهر مواقع الشبكات الاجتماعية وأكثرها شيوعاً في الوقت الحاضر، تم اطلاقه على الويب في عام ٢٠٠٦، وقد كانت عضوية الموقع في بداياته مقصورة على طلاب جامعة هارفرد الأمريكية، ثم توسعت لتشمل طلاب الكليات الموجودة في منطقة بوسطن، وجامعة ستانفورد، ثم أصبحت تشمل طلاب أي جامعة من الجامعات، ثم طلاب المرحلة الثانوية، وأخيراً أصبحت متاحة لعضوية أي شخص يبلغ من العمر الثالثة عشرة أو أكثر، ويتيح الفيس بوك للمستخدم الاتصال بالأعضاء في نفس الشبكة والتواصل مع الأصدقاء وإعطائهم الحق في

(١) آلاء ماهر خفاجة، أدوات الاتصال والتفاعل بالشبكات الاجتماعية كمنتج وعملية، مجلة الملك عبد العزيز، كلية الآداب والعلوم الانسانية، المجلء ٢٨، العدد ٩، ٢٠٢٠، ص٢١٢.

(٢) هنيءة قنءيل أبو بكر، توظيف البرامج التفاعلية في مواجهة الأزمات، المجلة العربية لإعلام وثقافة الطفل، المجلء الرابع، العدد ١٦، المؤسسة العربية للتربية والعلوم والآداب، مايو ٢٠٢١، ص١١.

(٣) فاطمة الزهراء عماري، استخدام القنوات التلفزيونية الإخبارية لتفاعلية شبكات التواصل الاجتماعي -حالة الفيس بوك، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر ٣، ٢٠١٢، ص٢٢.

(٤) صباح عواء محمد، اتجاهات طلبة الجامعة العراقية نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك واليوتيوب والإشباعاء المتحققة منها، مجلة آءاب الفراهيءي، كلية الآداب، جامعة تكريت، المجلء ١٤، العدد ٤٨، كانون الثاني ٢٠٢٢، ص١٢٠.

الوصول إلى السمات (البروفایل) الخاصة بأصدقائهم، ويمكن لمستخدمي الخدمة تحميل عدد لا محدود من الصور، وكذلك تحميل التدوينات أو استيرها من خدمات التدوين المختلفة blogging services، فضلاً عن خدمة الدراسة مع الأصدقاء من خلال الرسائل الفورية^(١). يوفر موقع الفيس بوك الكثير من الخدمات دون مقابل، إذ يمكن للمتواصلين تكوين ملف شخصي والدخول في مجموعات للصدقة وتقديمهم بيانات دقيقة في الملف الشخصي للمستخدم لهذه الشبكة فقط، ويمكن للمستخدم ترتيب خياراته الشخصية من خلال موقع الفيس بوك الذي يجمع البيانات بين المتواصلين على الموقع^(٢).

البحث الثالث - منهجية الدراسة وإجراءات تطبيقها:

يتضمن هذا الفصل أهم إجراءات البحث الحالي من حيث اعتماد منهجه وتحديد مجتمعه وتوصيفه، وحجم عينته وطريقة اختيارها وصدق وثبات استمارة الاستبيان.

أولاً: منهج الدراسة:

اعتمد الباحث المنهج الوصفي المسحي لأنه يعد منهجاً مناسباً لتحقيق أهداف الدراسة والحصول على البيانات المطلوبة التي تسعى الدراسة للحصول عليها للإجابة على التساؤلات التي أثارها.

ثانياً: مجتمع البحث:

تمثل مجتمع البحث بجمهور مدينة بغداد، ويبلغ عدد سكان مدينة بغداد من المشمولين بتوزيع استمارة الاستبيان ومن الأعمار البالغة ١٨ سنة فما فوق (٤٢٩٤٠١٨)، أربعة ملايين ومائتين وأربعة وتسعون ألفاً وثمانية عشر نسمة الذكور (٢١٣٧٦٠٤) مليونان ومائة وسبعة وثلاثون ألفاً وستمئة وأربعة نسمة والإناث (٢١٥٦٤١٤) مليونان ومئة وستة وخمسون ألفاً وأربعمئة وأربعة عشر نسمة*.

عينة البحث:

تتمثل عينة الدراسة ٤٠٠ مفردة من جمهور مدينة بغداد، اعتمدت الدراسة أسلوب عينة كرة الثلج Snowball sample والتي تستخدم حين يصعب الوصول لكل المبحوثين (حيث تم تطبيقها بناءً على قرارات اللجنة العليا للصحة والسلامة الوطنية لمواجهة وباء كورونا) بضرورة الالتزام بالتباعد الاجتماعي بين المواطنين بسبب انتشار وباء كورونا. وقد تم توزيع رابط الاستبانة الإلكترونية إلى مجموعة من المبحوثين من الأصدقاء والزملاء والأقارب، عبر مواقع التواصل الاجتماعي (تويتر، واتساب، فايبر، ماسنجر، كروبات في الفيسبوك، انستغرام)، وطُلب من المبحوثين المعروفين من قبل الباحث إرسالها إلى أصدقائهم ومعارفهم، وهو تطبيق مباشر لعينة كرة الثلج التي يتم اختيار المشاركين فيها بواسطة الترشيحات أو الإحالات.

(١) بن نعيمة عبد الحميد، وبن عبو وليد، المصدر السابق، ص ٢١٩.

(٢) صباح عواد محمد، المصدر السابق، ص ١٢٠.

* مقابلة مع الأستاذ غازي أحمد، مدير إحصاء بغداد، في يوم الثلاثاء الموافق ٢٠٢٢/٢/٢٢.

جدول (١) عينة الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	النوع الاجتماعي
٥٧.٥%	٢٣٠	ذكور
٤٢.٥%	١٧٠	إناث
١٠٠%	٤٠٠	المجموع الكلي

أداة البحث:

الاستبيان هو أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد عن طريق استمارة يجري تعبئتها من قبل المستجيب^(١)، ويعتبر الاستبيان من أكثر طرق جمع البيانات الأولية شيوعاً في العلوم الاجتماعية وفي الدراسات الإعلامية نظراً لتنوعه وتعدد أشكاله مما يجعله يخدم أغراضاً مختلفة في البحوث المختلفة.

وفي هذا البحث تم بناء الاستبيان استناداً إلى التساؤلات التي وضعها الباحث في مشكلة البحث والاطلاع على الأدبيات السابقة المتعلقة بموضوع البحث.

الصدق:

يشير السيد، إلى أن المقياس يعد صادقاً ظاهرياً إذا قام الخبراء بتقدير صلاحية فقراته، وأن تعليمات الإجابة عنه وعن فقراته واضحة ومفهومة من المستجيبين^(٢). وقد تثبت الباحث من الصدق الظاهري للاستبيان عندما قدمت فقراته إلى (٤) محكمين^(*)، وفي ضوء آرائهم عدلت بعض الأسئلة ولم يستبعد أي سؤال لأنها حظيت بموافقتهم بنسبة (٨٠%) فأكثر، لذا اعتمدت هذه النسبة معياراً لصلاحيتها.

الثبات:

لإيجاد ثبات الاستبانة استعمل الباحث طريقة تحليل التباين باستخدام معادلة ألفا-كرونباخ، وهذا النوع من الثبات يحسب معامل اتساق الأسئلة. وعند استخراج الثبات كانت قيمته (٠.٨٦٠) وهو معامل ثبات يمكن اعتماده^(٣).

(١) سامي محمد ملحم، مناهج البحث في التربية وعلم النفس، (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧، ص ٢٧٦.

(٢) فؤاد البهي السيد، علم النفس الإحصائي وقياس العقل البشري، (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٧٩)، ص ٥٥١.

* الخبراء المحكمين:

٢- أ.م.د. نيث بدر الراوي

١- أ.د. سعد سلمان المشهداني

٤- أ.م.د. صباح أنور الصالحي

٣- أ.د. محسن عبود كشكول

٥- أ.م.د. هيثم عكاب عطية

(٢) وهيب مجيد الكبيسي، القياس النفسي بين النظرية والتطبيق. (بيروت: مؤسسة مصر مرتضى للكتاب العراقي،

(٢٠١٠)، ص ٦٤.

المبحث الرابع: نتائج الدراسة الميدانية

اولا - البيانات الاولية:

١-النوع الاجتماعي:

الجدول رقم (٢) يوضح توزيع المبحوثين حسب النوع الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	النوع الاجتماعي
57.5%	230	ذكور
42.5%	170	إناث
100%	400	المجموع

توضح الأرقام الواردة بالجدول رقم (٢) توزيع المبحوثين حسب النوع الاجتماعي، فيتضح أن فئة الذكور أكثر من فئة الإناث، إذ حصلت فئة الذكور على نسبة مئوية قدرها (٥٧.٥%)، وتكرر (٢٣٠)، من مجموع (٤٠٠) تكرار، وحصلت فئة الإناث على نسبة مئوية قدرها (٤٢.٥%) وتكرر (١٧٠) من مجموع (٤٠٠) تكرار.

٢-الفئات العمرية للمبحوثين:

الجدول رقم (٣) يوضح توزيع المبحوثين حسب الفئات العمرية.

المرتبة	النسبة المئوية %	التكرار	الفئة العمرية
الأولى	٣٣%	١٣٢	28 إلى أقل من ٣٨ سنة
الثانية	٢٧.٥%	١١٠	18 إلى أقل من ٢٨ سنة
الثالثة	٢٢.٥%	٩٠	38 إلى أقل من ٤٨ سنة
الرابعة	١٧%	٦٨	48 سنة فأكثر
-	١٠٠%	٤٠٠	المجموع

أظهرت نتائج الجدول السابق أن الفئات العمرية للمبحوثين من عينة البحث توزعت على مراتب عمرية تمثل جمهور مدينة بغداد؛ إذ جاءت الفئة العمرية من (28 إلى أقل من ٣٨ سنة) بالمرتبة الأولى وحصلت على (١٣٢) تكراراً وبنسبة مئوية قدرها (٣٣%)، تلتها الفئة العمرية من (18 إلى أقل من ٢٨ سنة) بالمرتبة الثانية وحصلت على (١١٠) تكراراً وبنسبة مئوية قدرها (٢٧.٥%) فيما جاءت الفئة العمرية من (38 إلى أقل من ٤٨ سنة) بالمرتبة الثالثة وحصلت على (٩٠) تكراراً وبنسبة مئوية قدرها (٢٢.٥%)، وأخيراً جاءت الفئة العمرية من (48 سنة فأكثر) بالمرتبة الأخيرة وحصلت على (٦٨) تكراراً وبنسبة مئوية قدرها (١٧%).

٣-التحصيل الدراسي:

الجدول رقم (٤) يوضح توزيع المبحوثين حسب التحصيل الدراسي.

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	التحصيل الدراسي
الرابعة	١١%	٤٤	ابتدائية
الثانية	٢٥.٥%	١٠٢	متوسطة
الثالثة	١٩.٥%	٧٨	اعداديه
الأولى	٣٤.٥%	١٣٨	بكالوريوس
الخامسة	٩.٥%	٣٨	دراسات عليا
-	١٠٠%	٤٠٠	المجموع

تبين الأرقام في الجدول السابق والخاصة بتوزيع المبحوثين حسب التحصيل الدراسي وأظهرت النتائج أن شهادة (البكالوريوس) جاءت في المرتبة الأولى وحصلت على (١٣٨) تكراراً وبنسبة مئوية قدرها (٣٤.٥%)، تلتها شهادة (المتوسطة) بالمرتبة الثانية وحصلت على (١٠٢) تكراراً وبنسبة مئوية قدرها (٢٥.٥%)، ثم شهادة (الاعدادية) بالمرتبة الثالثة وحصلت على (٧٨) تكراراً وبنسبة مئوية قدرها (١٩.٥%)، تلتها شهادة الابتدائية بالمرتبة الرابعة وحصلت على (٤٤) تكراراً وبنسبة مئوية قدرها (١١%)، وأخيراً جاءت فئة الدراسات العليا بالمرتبة الأخيرة وحصلت على (٣٨) تكراراً وبنسبة مئوية قدرها (٩.٥%).

ثانياً: أسئلة الاستبيان:

٤- هل تستخدم موقع الفيس بوك؟

جدول (٥) يبين توزيع المبحوثين حسب استخدامهم لموقع الفيس بوك.

النسبة المئوية	التكرار	هل تستخدم موقع الفيس بوك
٩٨%	٣٩٢	نعم
٢%	٨	كلا
١٠٠%	٤٠٠	المجموع

توضح الأرقام الواردة بالجدول رقم (٥) توزيع المبحوثين حسب استخدامهم لموقع الفيس بوك، فيتضح أن فئة المستخدمين للموقع أكثر من فئة غير المستخدمين، إذ حصلت فئة المستخدمين للموقع على نسبة مئوية قدرها (٩٨%)، وبتكرار (٣٩٢)، من مجموع (٤٠٠) تكرار، وحصلت فئة غير المستخدمين على نسبة مئوية قدرها (٢%) وتكرار (٨) من مجموع (٤٠٠) تكرار.

٥- منذ متى تستخدم موقع فيس بوك؟

جدول (٦) يبين توزيع المبحوثين حسب مدة استخدامهم لموقع فيس بوك.

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	منذ متى تستخدم موقع فيس بوك
الثالثة	٢٥.٥%	١٠٠	منذ اقل من عام
الأولى	٤٠.٨%	١٦٠	من عام إلى أقل من ٣ اعوام
الثانية	٣٥.٧%	١٤٠	من ٣ اعوام فأكثر
-	١٠٠%	٣٩٢ ^(*)	المجموع

تبين الأرقام في الجدول السابق والخاصة بتوزيع المبحوثين حسب مدة استخدامهم لموقع فيس بوك وأظهرت النتائج أن فئة (من عام إلى أقل من ٣ اعوام) جاءت في المرتبة الأولى وحصلت على (١٦٠) تكراراً وبنسبة مئوية قدرها (٤٠.٨%)، تلتها فئة (من ٣ اعوام فأكثر) بالمرتبة الثانية وحصلت على (١٤٠) تكراراً وبنسبة مئوية قدرها (٣٥.٧%)، وأخيراً جاءت فئة (منذ اقل من عام) بالمرتبة الأخيرة وحصلت على (١٠٠) تكراراً وبنسبة مئوية قدرها (٢٥.٥%).

٦- معدل ساعات الاستخدام اليومي لموقع فيس بوك.

جدول (٧) يبين توزيع المبحوثين حسب معدل ساعات الاستخدام اليومي لموقع فيس بوك.

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	معدل ساعات الاستخدام اليومي لموقع فيس بوك
الرابعة	٩.٧%	٣٨	أقل من ساعة
الثانية	٣٠.٦%	١٢٠	من ساعة إلى أقل من ساعتين
الأولى	٤٣.٤%	١٧٠	من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات
الثالثة	١٦.٣%	٦٤	من ثلاث ساعات فأكثر
-	١٠٠%	٣٩٢	المجموع

تبين الأرقام في الجدول السابق والخاصة بتوزيع المبحوثين حسب معدل ساعات الاستخدام اليومي لموقع فيس بوك، أظهرت النتائج أن فئة (من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات) جاءت في المرتبة الأولى وحصلت على (١٧٠) تكراراً وبنسبة مئوية قدرها (٤٣.٤%)، تلتها فئة (من ساعة إلى أقل من ساعتين) بالمرتبة الثانية وحصلت على (١٢٠) تكراراً وبنسبة مئوية قدرها (٣٠.٦%)، ثم فئة (من ثلاث ساعات فأكثر) بالمرتبة الثالثة وحصلت على (٦٤) تكراراً وبنسبة مئوية قدرها (١٦.٣%)، وأخيراً جاءت فئة (أقل من ساعة) بالمرتبة الأخيرة وحصلت على (٣٨) تكراراً وبنسبة مئوية قدرها (٩.٧%).

(*) يتضح ان عدد التكرارات يبلغ (٣٩٢)، بينما حجم عينة البحث هي (٤٠٠)، ويرجع سبب انخفاض عدد التكرارات كون الإجابة على هذا السؤال كانت تسمح بالإجابة عليه لكل من أجاب بـ(بنعم) في الجدول السابق جدول رقم (٥).

٧- هل ترى في موقع الفيس بوك بأنه بالمستوى المطلوب في نشره لأحداث الأزمة الروسية الأوكرانية؟

جدول (٨) يبين التوزيع النسبي لرؤية الباحثين عن مستوى موقع الفيس بوك في نشره لأحداث الأزمة الروسية الأوكرانية.

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	هل ترى في موقع الفيس بوك بأنه بالمستوى المطلوب في نشره لأحداث الأزمة الروسية الأوكرانية
الأولى	٥٤.٥%	٢١٤	نعم
الثانية	٣٦%	١٤١	إلى حد ما
الثالثة	١١.٥%	٤٥	كلا
-	١٠٠%	٣٩٢	المجموع

تبين الأرقام في الجدول السابق والخاصة بالتوزيع النسبي لرؤية الباحثين عن مستوى موقع الفيس بوك في نشره لأحداث الأزمة الروسية الأوكرانية، أظهرت النتائج أن فئة (نعم) جاءت في المرتبة الأولى وحصلت على (٢١٤) تكراراً وبنسبة مئوية قدرها (٥٤.٥%)، تلتها فئة (إلى حد ما) بالمرتبة الثانية وحصلت على (١٤١) تكراراً وبنسبة مئوية قدرها (٣٦%)، وأخيراً جاءت فئة (كلا) بالمرتبة الأخيرة وحصلت على (٤٥) تكراراً وبنسبة مئوية قدرها (١١.٥%). وتعكس هذه النتيجة حصول موقع الفيس بوك على مستوى متقدم عن باقي مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى في نشره لأحداث الأزمة الروسية الأوكرانية.

٨- على أي أساس تستخدم موقع الفيس بوك في متابعة أخبار الأزمة الروسية الأوكرانية؟

جدول (٩) يبين توزيع الباحثين حسب الأسس المستخدمة لموقع فيس بوك في متابعة أخبار الأزمة الروسية الأوكرانية.

مستوى الدلالة	قيمة كا ٢		درجة الحرية	النسبة المئوية	التكرار	على أي أساس تستخدم مواقع الفيس بوك في متابعة أخبار الأزمة الروسية الأوكرانية	ت
	الجدولية	المحسوبة					
٠.٠٠١	٥.٩٩	٢٥.١١	٢	٢٩.١%	١١٤	المصداقية	١
				٣٧.٧%	١٤٨	الموضوعية	٢
				٣٣.٢%	١٣٠	الآنية	٣
				١٠٠%	٣٩٢	المجموع	

تبين من تحليل الجدول (٩) أن فئة (الموضوعية) جاءت في مقدمة الأسس المستخدمة لموقع فيس بوك في متابعة أخبار الأزمة الروسية الأوكرانية، بنسبة مئوية قدرها (٣٧.٧%)، تلتها فئة (الآنية) بالمرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرها (٣٣.٢%)، في حين جاءت فئة (المصداقية) بالمرتبة الأخيرة بنسبة مئوية قدرها (٢٩.١%).

وتشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين أفراد عينة الدراسة في الأسس المستخدمة لموقع فيس بوك في متابعة أخبار الأزمة الروسية الأوكرانية، حيث كانت قيمة كا ٢١ المحسوبة (٢٥.١١) أكبر من القيمة الجدولية (٥.٩٩) وعند مستوى دلالة (٠.٠٠١) ودرجة حرية (٢)، ولصالح فئة الموضوعية. مما يعكس ثقة المستخدمين بالمنشورات الموجودة على موقع فيس بوك، ومن روافدها المصادقية والآنية التي تتسم بها المواضيع المنشورة حسب ظروف المتابعة.

٩- ما مدى تفاعلك مع الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع الفيس بوك؟

جدول (١٠) يبين توزيع المبحوثين حسب تفاعلهم مع الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع الفيس بوك.

مستوى الدلالة	قيمة كا ٢		درجة الحرية	النسبة المئوية	التكرار	ما مدى تفاعلك مع الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع الفيس بوك	ت
	الجدولية	المحسوبة					
٠.٠٠١	٥.٩٩	٤١.٣٢	٢	٥١.٥%	٢٠٢	تفاعل كبير	١
				٣٠.٦%	١٢٠	تفاعل متوسط	٢
				١٧.٩%	٧٠	تفاعل قليل	٣
				١٠٠%	٣٩٢	المجموع	

تبين من تحليل الجدول (١٠) أن فئة (تفاعل كبير) جاءت في صدارة تفاعل المبحوثين مع الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع الفيس بوك، بنسبة مئوية قدرها (٥١.٥%)، تلتها فئة (تفاعل متوسط) بالمرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرها (٣٠.٦%)، في حين جاءت فئة (تفاعل قليل) بالمرتبة الأخيرة بنسبة مئوية قدرها (١٧.٩%).

وتشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين أفراد عينة الدراسة في تفاعل المبحوثين مع الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع الفيس بوك، حيث كانت قيمة كا ٢١ المحسوبة (٤١.٣٢) أكبر من القيمة الجدولية (٥.٩٩) وعند مستوى دلالة (٠.٠٠١) ودرجة حرية (٢)، ولصالح فئة تفاعل كبير. مما يعكس أن هناك تفاعل كبير من قبل المبحوثين مع المنشورات الخاصة بالأزمة الروسية الأوكرانية من خلال التعليقات على المنشورات ومشاركتها مع الأصدقاء والأقارب.

١٠- كيف تتفاعل مع المواضيع المنشورة عبر موقع فيس بوك حول الأزمة الروسية الأوكرانية؟

جدول (١١) يبين توزيع المبحوثين حسب كيفية تفاعلهم مع الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع الفيس بوك.

مستوى الدلالة	قيمة كا ٢		درجة الحرية	النسبة المئوية	التكرار	كيف تتفاعل مع المواضيع المنشورة عبر موقع فيس بوك حول الأزمة الروسية الأوكرانية	ت
	الجدولية	المحسوبة					
٠.٠٠١	٧.٨٢	٣٣.٠٥	٣	٣٥.٢%	١٣٨	الاعجابات	١
				٢٧.٦%	١٠٨	التعليقات	٢
				٢٤.٢%	٩٥	نشر	٣
				١٣%	٥١	اعادة نشر	٤
				١٠٠%	٣٩٢	المجموع	

تبين من تحليل الجدول (١١) أن فئة (الاعجابات) جاءت في مقدمة كيفية تفاعل المبحوثين مع الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع الفيس بوك، بنسبة مئوية قدرها (٣٥.٢%)، تلتها فئة (التعليقات) بالمرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرها (٢٧.٦%)، ثم فئة (نشر) بالمرتبة الثالثة بنسبة مئوية قدرها (٢٤.٢%)، في حين جاءت فئة (اعادة نشر) بالمرتبة الأخيرة بنسبة مئوية قدرها (١٣%).

وتشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين أفراد عينة الدراسة في كيفية تفاعل المبحوثين مع الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع الفيس بوك، حيث كانت قيمة كا ٢ المحسوبة (٣٣.٠٥) أكبر من القيمة الجدولية (٧.٨٢) وعند مستوى دلالة (٠.٠٠١) ودرجة حرية (٢)، ولصالح فئة التعليقات.

١١- ما هي طريقة العرض التي تفضل أن تتفاعل بها مع الأزمة الروسية الأوكرانية.

جدول (١٢) يبين توزيع المبحوثين حسب طريقة العرض التي يفضلون أن يتفاعلوا بها مع الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع فيس بوك.

مستوى الدلالة	قيمة كا ٢		درجة الحرية	النسبة المئوية	التكرار	ما هي طريقة العرض التي تفضل أن تتفاعل بها مع الأزمة الروسية الأوكرانية	ت
	الجدولية	المحسوبة					
٠.٠٠١	٩.٤٩	٥١.١٨	٤	٣٢.١%	١٢٦	صور	١
				٢٠.٩%	٨٢	فيديوهات	٢
				٣٩.٣%	١٥٤	أخبار	٣
				٤.٦%	١٨	تقارير	٤
				٣.٦%	١٤	مقالات	٥
				١٠٠%	٣٩٢	المجموع	

تبين من تحليل الجدول (١٢) أن فئة (أخبار) جاءت في مقدمة طريقة العرض التي يفضل المبحوثين أن يتفاعلون بها مع الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع الفيس بوك، بنسبة مئوية قدرها (٣٩.٣%)، تلتها فئة (صور) بالمرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرها (٣٢.١%)، ثم فئة (فيديوهات) بالمرتبة الثالثة بنسبة مئوية قدرها (٢٠.٩%)، تلتها فئة (تقارير) بالمرتبة الرابعة بنسبة مئوية قدرها (٤.٦%)، في حين جاءت فئة (مقالات) بالمرتبة الأخيرة بنسبة مئوية قدرها (٣.٦%).

وتشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين أفراد عينة الدراسة في طريقة العرض التي يفضل المبحوثين أن يتفاعلون بها مع الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع الفيس بوك، حيث كانت قيمة كا ٢١ المحسوبة (٥١.١٨) أكبر من القيمة الجدولية (٩.٤٩) وعند مستوى دلالة (٠.٠٠١) ودرجة حرية (٤)، ولصالح فئة أخبار. وهذه النتيجة تعكس اهتمام عينة المبحوثين بالأخبار والصور والفيديوهات الخاصة بالأزمة الروسية الأوكرانية.

١٢-ترتيب المصادر التي يعتمد عليها المبحوثين في الحصول على المعلومات عن الأزمة الروسية الأوكرانية:

جدول (١٣) يبين توزيع المبحوثين حسب المصادر التي يعتمدون عليها في الحصول على المعلومات عن الأزمة الروسية الأوكرانية.

ت	ترتيب المصادر التي يعتمد عليها المبحوثين في الحصول على المعلومات عن الأزمة الروسية الأوكرانية	التكرار	النسبة المئوية	درجة الحرية	قيمة كا ٢		مستوى الدلالة
					المحسوبة	الجدولية	
١	مواقع التواصل الاجتماعي	١٩٢	٤٩%	٣	٣١.٢٧	٧.٨٢	٠.٠٠١
٢	المواقع الاخبارية الإلكترونية	٩٨	٢٥%				
٣	المواقع الإلكترونية الصحفية	٦٢	١٥.٨%				
٤	المحيطون بي	٤٠	١٠.٢%				
	المجموع	٣٩٢	١٠٠%				

تبين من تحليل الجدول (١٣) أن فئة (مواقع التواصل الاجتماعي) جاءت في مقدمة المصادر التي يعتمد عليها المبحوثين في الحصول على المعلومات عن الأزمة الروسية الأوكرانية، بنسبة مئوية قدرها (٤٩%)، تلتها فئة (المواقع الاخبارية الإلكترونية) بالمرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرها (٢٥%)، ثم فئة (المواقع الإلكترونية الصحفية) بالمرتبة الثالثة بنسبة مئوية قدرها (١٥.٨%)، في حين جاءت فئة (المحيطون بي) بالمرتبة الأخيرة بنسبة مئوية قدرها (١٠.٢%).

وتشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين أفراد عينة الدراسة في المصادر التي يعتمد عليها المبحوثين في الحصول على المعلومات عن الأزمة الروسية الأوكرانية، حيث كانت قيمة كا ٢١.٢٧ المحسوبة (٣١.٢٧) أكبر من القيمة الجدولية (٧.٨٢) وعند مستوى دلالة (٠.٠٠١) ودرجة حرية (٣)، ولصالح فئة مواقع التواصل الاجتماعي. وهذه النتيجة تعكس مدى اهتمام المبحوثين بالأزمة الروسية الأوكرانية من خلال تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإخبارية والإلكترونية لما لهذه الأزمة من تأثير على الواقع المحلي والإقليمي والدولي.

١٣- هل تشارك اهتمامك لمنشورات الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع الفيس بوك مع:
جدول (١٤) يبين توزيع المبحوثين حسب مشاركتهم لمنشورات الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع فيس بوك مع.

ت	هل تشارك اهتمامك بالأزمة الروسية الأوكرانية مع	التكرار	النسبة المئوية	درجة الحرية	قيمة كا ٢١		مستوى الدلالة
					المحسوبة	الجدولية	
١	العائلة	٧٤	١٨.٩%	٢	٦١.١٠	٥.٩٩	٠.٠٠١
٢	الأصدقاء	٢٣٨	٦٠.٧%				
٣	لا تشارك	٨٠	٢٠.٤%				
	المجموع	٣٩٢	١٠٠%				

تبين من تحليل الجدول (١٤) أن فئة (الأصدقاء) جاءت في مقدمة مشاركة المبحوثين لمنشورات الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع فيس بوك، بنسبة مئوية قدرها (٦٠.٧%)، تلتها فئة (لا تشارك) بالمرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرها (٢٠.٤%)، في حين جاءت فئة (العائلة) بالمرتبة الأخيرة بنسبة مئوية قدرها (١٨.٩%).

وتشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين أفراد عينة الدراسة في مشاركة المبحوثين لمنشورات الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع فيس بوك مع، حيث كانت قيمة كا ٢١ المحسوبة (٦١.١٠) أكبر من القيمة الجدولية (٥.٩٩) وعند مستوى دلالة (٠.٠٠١) ودرجة حرية (٢)، ولصالح فئة الأصدقاء. وهذه النتيجة تعكس اهتمام المبحوثين بمشاركة المنشورات الخاصة بالأزمة الروسية الأوكرانية مع أصدقائهم أكثر من عوائلهم لإعطاء زخم ومساحة أكبر للأزمة عبر موقع الفيس بوك .

١٤- كيف تنظر لمصادقية الموضوعات المنشورة عن الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع الفيس بوك؟

جدول (١٥) يبين توزيع المبحوثين حسب نظرهم لمصادقية الموضوعات المنشورة عن الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع الفيس بوك.

ت	كيف تنظر لمصادقية الموضوعات المنشورة عن الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع الفيس بوك	التكرار	النسبة المئوية	درجة الحرية	قيمة كا ٢		مستوى الدلالة
					المحسوبة	الجدولية	
١	تهتم بجدية	٢٥٤	٦٤.٨%	٢	٦٨.٢٠	٥.٩٩	٠.٠٠١
٢	تتحفظ	٨٦	٢١.٩%				
٣	لا تهتم	٥٢	١٣.٣%				
	المجموع	٣٩٢	١٠٠%				

تبين من تحليل الجدول (١٥) أن فئة (تهتم بجدية) جاءت في مقدمة نظرة المبحوثين لمصادقية الموضوعات المنشورة عن الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع الفيس بوك، بنسبة مئوية قدرها (٦٤.٨%)، تلتها فئة (تتحفظ) بالمرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرها (٢١.٩%)، في حين جاءت فئة (لا تهتم) بالمرتبة الأخيرة بنسبة مئوية قدرها (١٣.٣%).

وتشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين أفراد عينة الدراسة في نظرة المبحوثين لمصادقية الموضوعات المنشورة عن الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع الفيس بوك، حيث كانت قيمة كا ٢ المحسوبة (٦٨.٢٠) أكبر من القيمة الجدولية (٥.٩٩) وعند مستوى دلالة (٠.٠٠١) ودرجة حرية (٢)، ولصالح فئة تهتم بجدية. وهذه النتيجة تعكس ثقة المبحوثين بالمشورات الخاصة بالأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع الفيس بوك .

١٥- طرق تجاوب المبحوثين مع الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع الفيس بوك.

جدول (١٦) يبين طرق تجاوب المبحوثين مع الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع فيس بوك. :

ن=٣٩٢

ت	العبارات	دائماً	أحياناً	أبداً	الوسط المرجح	الوزن المئوي	المرتبة	الاتجاه
١	اسجل إعجابي بالمحتوى الخاص بالأزمة الروسية الأوكرانية	ك	١٩٦	١١٢	٨٤	٧٦.٢	الثالثة	دائماً
		%	٥٠	٢٨.٦	٢١.٤			
٢	أقرأ التعليقات التي يطرحها القراء على الأزمة الروسية الأوكرانية	ك	١٦٤	١٤٨	٨٠	٧٣.٨	الخامسة	دائماً
		%	٤١.٨	٣٧.٨	٢٠.٤			
٣	أبتادل الرأي مع زملائي وأسرتي ومعارفي عن الأحداث الخاصة بالأزمة الروسية الأوكرانية	ك	١٣٨	١٦٠	٩٤	٧٠.٤	السادسة	أحياناً
		%	٣٥.٢	٤٠.٨	٢٤			
٤	أبحث عن مصادر إعلامية أخرى للمزيد من التفاصيل حول الأزمة الروسية الأوكرانية	ك	١٦٦	١٩٠	٣٦	٧٧.٧	الثانية	أحياناً
		%	٤٢.٣	٤٨.٥	٩.٢			
٥	أقوم بمشاركة المحتوى مع أصدقائي على مواقع التواصل الاجتماعي	ك	١٤٢	٢٠٤	٤٦	٧٤.٨	الرابعة	أحياناً
		%	٣٦.٢	٥٢	١١.٧			
٦	أشارك بالتعليق على المحتوى الخاص بالأزمة الروسية الأوكرانية	ك	٢١٨	١٢٢	٥٢	٨٠.٨	الأولى	دائماً
		%	٥٥.٦	٣١.١	١٣.٣			

يتضح من بيانات الجدول السابق طرق تجاوب المبحوثين مع الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع الفيس بوك حسب اتجاهات أفراد عينة الدراسة، والتي تشير في مجملها إلى موافقة عينة الدراسة على هذه الطرق والتي جاءت كما يلي:

جاءت طريقة " أشارك بالتعليق على المحتوى الخاص بالأزمة الروسية الأوكرانية " في مقدمة طرق تجاوب المبحوثين مع الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع الفيس بوك بمتوسط حسابي (٢.٤٢٣) وبوزن مئوي قدره (٨٠.٨%)، تلتها طريقة " أبحث عن مصادر إعلامية أخرى للمزيد من التفاصيل حول الأزمة الروسية الأوكرانية" بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٢.٣٣١) وبوزن مئوي قدره (٧٧.٧%)، وجاءت طريقة " اسجل إعجابي بالمحتوى الخاص بالأزمة الروسية الأوكرانية" بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (٢.٢٨٥) وبوزن مئوي قدره (٧٦.٢%)، ثم طريقة " أقوم بمشاركة المحتوى مع أصدقائي على مواقع التواصل الاجتماعي" بالمرتبة الرابعة بمتوسط

حسابي (٢٠٢٤٤) وبوزن مئوي قدره (٧٤.٨%)، تلتها طريقة " أقرأ التعليقات التي يطرحها القراء على الأزمة الروسية الأوكرانية" بالمرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (٢٠٢١٤) وبوزن مئوي قدره (٧٣.٨%)، وأخيراً طريقة " أتبادل الرأي مع زملائي وأسرتي ومعارفي عن الأحداث الخاصة بالأزمة الروسية الأوكرانية" بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (٢٠١١٢) وبوزن مئوي قدره (٧٠.٤%). وتعكس هذه النتيجة أن هناك تجاوب كبير من قبل المبحوثين مع الأزمة الروسية الأوكرانية من خلال الإعجابات والتعليقات والمشاركات.

١٦-مقترحات المبحوثين لتطوير المضامين الخاصة بالأزمة الروسية الأوكرانية والمقدمة عبر موقع الفيس بوك:

جدول (١٧) يبين توزيع المبحوثين حسب مقترحاتهم لتطوير المضامين الخاصة بالأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع فيس بوك.

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	المقترحات	ت
الثالثة	١٦.٣%	٦٤	الصدق والموضوعية في عرض المضامين الخاصة بالأزمة	١
الأولى	٣٦.٢%	١٤٢	تبسيط المضامين المنشورة الخاصة بالأزمة على موقع فيس بوك بحيث تخاطب كل شرائح المجتمع	٢
الرابعة	١٣.٣%	٥٢	الاعتماد على مصادر إعلامية موثوقة	٣
الثانية	٣٤.٢%	١٣٤	التحديث المستمر في المحتوى المنشور	٤
-	١٠٠%	٣٩٢	المجموع	

يتضح من بيانات الجدول السابق ترتيب مقترحات المبحوثين لتطوير المضامين الخاصة بالأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع فيس بوك حسب اتجاهات أفراد عينة الدراسة، والتي تشير في مجملها إلى موافقة عينة الدراسة على هذه المقترحات، والتي جاءت كما يلي:

جاء مقترح (تبسيط المضامين المنشورة الخاصة بالأزمة على موقع فيس بوك بحيث تخاطب كل شرائح المجتمع) في مقدمة مقترحات المبحوثين لتطوير المضامين الخاصة بالأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع فيس بوك، بنسبة مئوية قدرها (٣٦.٢%) وتكرار (١٤٢) من مجموع (٣٩٢) تكرار. تلاها مقترح (التحديث المستمر في المحتوى المنشور) بالمرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرها (٣٤.٢%)، ثم مقترح (الصدق والموضوعية في عرض المضامين الخاصة بالأزمة) بالمرتبة الثالثة بنسبة مئوية قدرها (١٦.٣%)، وأخيراً جاء مقترح (الاعتماد على مصادر إعلامية موثوقة) بالمرتبة الأخيرة بنسبة مئوية قدرها (١٣.٣%).

❖ فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص طرق تجاوب المبحوثين مع الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع فيس بوك وفقاً للنوع الاجتماعي.

و لمعرفة دلالة الفرق في متوسطات طرق تجاوب المبحوثين مع الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع فيس بوك وفقاً للنوع الاجتماعي لعينة المبحوثين من الذكور والإناث، استعمل الباحث

الاختبار التائي (T- test) لعينتين مستقلتين فاتضح له أن متوسط الذكور (28.1956) و بانحراف معياري (7.41718)، و متوسط الإناث (24.2803) و بانحراف معياري (6.42543) و بدرجة حرية (390)، و أن القيمة التائية المحسوبة (14.213) أكبر من القيمة الجدولية (1.96). و تشير هذه النتيجة إلى أن الفرق دال إحصائياً عند مستوى (0.05) و جدول (١٨) يوضح ذلك.

جدول (١٨) القيمة التائية لدلالة الفرق بين الذكور والإناث في متوسط درجات طرق تجاوب المبحوثين مع الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع فيس بوك وفقاً للنوع الاجتماعي.

مستوى الدلالة	القيمة التائية		درجة الحرية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العدد	الجنس
	الجدولية	المحسوبة					
دالة	1.96	14.213	390	7.41718	28.1956	228	ذكور
				6.42543	24.2803	164	إناث

وهذه النتيجة تشير إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بمتوسط درجات طرق تجاوب المبحوثين مع الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع فيس بوك وفقاً للنوع الاجتماعي عند مستوى دلالة (0.05) ولصالح الذكور بمتوسط حسابي قدره (28.1956).

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية بين تفاعل المبحوثين مع الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع فيس بومك وبين مصداقية الموضوعات المنشورة عن الأزمة.

جدول رقم (١٩) يبين العلاقة بين تفاعل المبحوثين مع الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع فيس بوك وبين مصداقية الموضوعات المنشورة عن الأزمة.

مصداقية الموضوعات المنشورة عن الأزمة		المتغير
مستوى الدلالة	معامل ارتباط بيرسون	تفاعل المبحوثين مع الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع فيس بوك
.001	.982**	

توضح بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية موجبة بين تفاعل المبحوثين مع الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع فيس بومك وبين مصداقية الموضوعات المنشورة عن الأزمة، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 0.982^{**} عند مستوى دلالة 0.001. وبذلك ثبت صحة الفرضية الثانية.

❖ نتائج الدراسة:

- ١- أظهرت نتائج الدراسة أن غالبية عينة البحث يستخدمون موقع الفيس بوك وهذا يشير على مدى اهتمامهم بهذا الموقع.
- ٢- أوضحت نتائج البحث أن عينة المبحوثين يستخدمون موقع فيس بوك من عام إلى أقل من ٣ اعوام وهذا ما يؤكد اهتمامهم بكل ما يرد بهذا الموقع.
- ٣- أشارت نتائج البحث أن عينة المبحوثين يقضون وقتهم في متابعة موقع فيس بوك من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات يومياً وبنسبة مئوية بلغت (٤٣.٤%).
- ٤- بينت نتائج الدراسة حصول موقع الفيس بوك على مستوى متقدم عن باقي مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى في نشره لأحداث الأزمة الروسية الأوكرانية وبنسبة مئوية قدرها (٥٤.٥%).
- ٥- كشفت نتائج الدراسة أن الموضوعية هي من أهم الأسس المستخدمة لموقع فيس بوك في متابعة أخبار الأزمة الروسية الأوكرانية وبنسبة مئوية قدرها (٣٧.٧%).
- ٦- أظهرت نتائج الدراسة أن هناك تفاعل كبير من قبل عينة المبحوثين مع الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع الفيس بوك من خلال الاعجابات والتعليقات والمشاركات وبنسبة مئوية قدرها (٥١.٥%).
- ٧- أظهرت نتائج الدراسة أن غالبية المبحوثين يتفاعلون مع المنشورات الخاصة بالأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع فيس بوك من خلال الاعجابات والتعليقات.
- ٨- أشارت نتائج الدراسة أن غالبية المبحوثين يفضلون طريقة عرض الأخبار والصور في التفاعل مع الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع فيس بوك.
- ٩- بينت نتائج الدراسة أن غالبية المبحوثين يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن الأزمة الروسية الأوكرانية.
- ١٠- أكدت نتائج الدراسة أن غالبية المبحوثين يشاركون المنشورات الخاصة بالأزمة الروسية الأوكرانية مع الأصدقاء وبنسبة مئوية قدرها (٦٠.٧%).
- ١١- كشفت نتائج الدراسة أن غالبية المبحوثين يهتمون بجدية في نظرهم لمصادقية الموضوعات المنشورة عن الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع الفيس بوك.
- ١٢- أظهرت نتائج الدراسة أن مشاركة المبحوثين بالتعليق على المحتوى الخاص بالأزمة الروسية الأوكرانية هي من أفضل الطرق في تجاوبهم مع الأزمة عبر موقع فيس بوك.
- ١٣- بينت نتائج الدراسة أن مقترح تبسيط المضامين المنشورة الخاصة بالأزمة على موقع فيس بوك بحيث تخاطب كل شرائح المجتمع هو من أهم المقترحات التي تسهم في تطوير المضامين الخاصة بالأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع فيس بوك.
- ١٤- أظهرت نتائج الدراسة ثبوت صحة الفرضية الأولى والتي مؤداها " توجد فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص طرق تجاوب المبحوثين مع الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع فيس بوك وفقاً للنوع الاجتماعي".
- ١٥- كشفت نتائج الدراسة ثبوت صحة الفرضية الثانية والتي مؤداها " توجد علاقة ارتباطية بين تفاعل المبحوثين مع الأزمة الروسية الأوكرانية عبر موقع فيس بوك وبين مصداقية الموضوعات المنشورة عن الأزمة".

❖ المصادر:

- ١- آلاء ماهر خفاجة، أدوات الاتصال والتفاعل بالشبكات الاجتماعية كمنتج وعملية، مجلة الملك عبد العزيز، كلية الآداب والعلوم الانسانية، المجلد ٢٨، العدد ٩، ٢٠٢٠.
- ٢- بلال بو ترعة، التفاعل الإلكتروني وأثره على الوظيفة التربوية للأسرة الجزائرية: دراسة على عينة من الشباب مستخدمي الفيس بوك، مجلة البحوث والدراسات، العدد ٢٢، السنة ١٣، ٢٠١٦.
- ٣- بن نعيمة عبد الحميد، وبن عبو وليد، الأشكال التفاعلية واللغوية في الوسائط الإعلامية الإلكترونية، المجلة الجزائرية للمخطوطات، العدد ٢، المجلد ١٣، ديسمبر ٢٠١٨.
- ٤- حسينة بن رقية، التفاعلية في مواقع الصحف الجزائرية على الأنترنت، مجلة آفاق للعلوم، العدد الخامس، جامعة الجلفة، الجزائر، ٢٠١٦.
- ٥- حمد سرور الحريري، إدارة الأزمات السياسية واستراتيجيات القضاء على الأزمات السياسية الدولية، (عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، ٢٠١٢).
- ٦- رحيمة الطيب عيساني، أشكال التفاعلية لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد ١٥ - مايو، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، ٢٠١٦.
- ٧- سامية جفال وآخرون، التفاعلية في المواقع التعليمية الإلكترونية، المجلة العربية للإعلام وثقافة الطفل، العدد ٦، فبراير ٢٠١٩.
- ٨- سامي محمد ملحم، مناهج البحث في التربية وعلم النفس، (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧).
- ٩- صباح عواد محمد، اتجاهات طلبة الجامعة العراقية نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك واليوتيوب والإشباع المتحققة منها، مجلة آداب الفراهيدي، كلية الآداب، جامعة تكريت، المجلد ١٤، العدد ٤٨، كانون الثاني ٢٠٢٢.
- ١٠- فاطمة الزهراء عماري، استخدام القنوات التلفزيونية الإخبارية لتفاعلية شبكات التواصل الاجتماعي -حالة الفيس بوك، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر ٣، ٢٠١٢.

١١- فؤاد البهي السيد، علم النفس الإحصائي وقياس العقل البشري، (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٧٩).

١٢- محمود حمدي عبد القوي، دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ورقة بحثية منشورة في المؤتمر العلمي الدولي الخامس، الإعلام والإصلاح- الواقع وتحديات العصر، الجزء الثالث، ٧-٩ يوليو ٢٠٠٩.

١٣- هنيذة قنديل أبو بكر، توظيف البرامج التفاعلية في مواجهة الأزمات، المجلة العربية لإعلام وثقافة الطفل، المجلد الرابع، العدد ١٦، المؤسسة العربية للتربية والعلوم والآداب، مايو ٢٠٢١.

١٤- وهيب مجيد الكبيسي، القياس النفسي بين النظرية والتطبيق. (بيروت: مؤسسة مصر مرتضى للكتاب العراقي، ٢٠١٠).

المقابلات:

-مقابلة مع الأستاذ غازي أحمد، مدير إحصاء بغداد، في يوم الثلاثاء الموافق ٢٢/٢/٢٠٢٢.