



إعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية
محمد نعمة دخيل البطاط

kasmalsaeed58@gmail.com

جهة الانتساب: جهاز الأمن الوطني العراقي

هدف البحث التعرف الى اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية ،أستخدم الباحث المنهج الوصفي بشقه الميداني وطبق نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام وقام بإجراء استبيان على عينة بلغت (200) مفردة، وأظهرت النتائج أن الفيس بوك يسهم في تشكيل الآراء والمواقف تجاه القضية الفلسطينية واللبنانية. ومدى التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية عبر الفيس بوك أن من أجاب (اتفاعل جداً) هي النسبة الأعلى بنسبة (56%) وأن معظم عينة الدراسة وافقت على مستوى اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية بوزن نسبي مؤوي (82.0%). وان هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين مستوى اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك ومستوى تفاعلهم مع القضية الفلسطينية واللبنانية.
الكلمات المفتاحية. جمهور ذي قار، الفيس بوك، القضية الفلسطينية واللبنانية.

Thi Qar fans' reliance on Facebook to interact with the Palestinian and Lebanese issue

Muhammad Nima Dakhil Al-Battat.

Abstract

The research aimed to identify the Dhi Qar public's reliance on Facebook in interacting with the Palestinian and Lebanese issue. The researcher used the descriptive approach in his field section and applied the theory of reliance on the media. He conducted a questionnaire on a sample of (200) individuals, and the results showed that Facebook contributes to forming opinions. And positions towards the Palestinian and Lebanese issue. And the extent of interaction with the Palestinian and Lebanese issue. The results of the study showed the extent of interaction with the Palestinian and Lebanese issue via Facebook, and that those who answered (I interact very much) were the highest percentage (56%), and that most of the study sample agreed with the level of Dhi Qar audience's reliance on Facebook in interacting with the Palestinian and Lebanese issue, with a relative weight in percentages. (82.0%). There is a statistically significant correlation between the level of Dhi Qar public's reliance on Facebook and their level of interaction with the Palestinian and Lebanese issue.

Keywords. Thi Qar fans, Facebook, the Palestinian and Lebanese issue.

مقدمة البحث

ظهرت أهمية الدور الذي تؤديه الوسائل الإعلامية في التأثير على الحياة السياسية في الآونة الأخيرة ، في المجتمعات العربية ، وساعدت في بناء أفراد يمتلكون مستويات عالية من الوعي الاجتماعي والسياسي (الساموك، 2011، صفحة 57) ، وبدأت تتجاوز النماذج التقليدية من البرامج بشكل تدريجي ، دون أن يؤدي ذلك إلى اهتزاز البنية الاجتماعية والسياسية (زكريا، 2009، صفحة 935) وبظهور مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تلك المواقع منصات اعلامية مهمة يتعرض لها الجمهور ، ومن بين هذه المواقع منصة الفيس بوك الذي يعدّ من أبرز المنصات متباعدة وأكثرها تأثيراً ، ما دفع الباحث لقياس ذلك التأثير على تفاعل الجمهور العراقي في محافظة ذي قار مع القضية الفلسطينية واللبنانية ، وذلك عن طريق قياس آراء الجمهور عن طريق استبيان الكتروني يحتوي على مجموعة من الاسئلة والعبارات التي وضعت في مقاييس للوصول الى معلومات علمية دقيقة .



مشكلة البحث: تتبلور مشكلة البحث في التعرف الى العلاقة بين اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك وبين آثار هذا الاعتماد في تفاعلهم مع القضية الفلسطينية واللبنانية، ومستوى كثافة تعرضهم للفيس بوك وتأثيره على دوافع التعرض.

أهمية البحث: يؤدي الإستخدام الواعي المنتظم للبحوث الإعلامية إلى تحقيق العديد من الأهداف التي تسهم في دعم المعرفة الإعلامية وإثرائها، وترشيد السياسات الإعلامية، وتأسيس عملية اتخاذ القرارات ورسم الاستراتيجيات الإعلامية على أسس موضوعية سليمة (حسين، 2006، صفحة 20)، وتأسيساً على ذلك فإن أهمية البحث تكمن في كونه من الدراسات المعاصرة، التي تركز على اعتماد الجمهور على الفيس بوك وتفاعله مع القضية الفلسطينية واللبنانية، وهذا البحث يرفد المكتبة العلمية والإعلامية بحقائق بحثية دقيقة تتعلق باعتماد الجمهور على الفيس بوك في تفاعلهم الانساني مع القضية الفلسطينية واللبنانية، والتي يتوصل لها البحث عن طريق التحليل الكامن لإجابات المبحوثين على الأسئلة التي وضعت في صحيفة الاستبيان، والتي نأمل أن تقيد الباحثين بالاعتماد عليها والرجوع إليها في الدراسات المستقبلية. أهداف البحث: يمكن تحديد اهداف هذا البحث بما يأتي:

1. التعرف الى مدى كثافة تعرض جمهور ذي قار للفيس بوك وانماط التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية؟
2. بيان مستوى اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية؟
3. الكشف عن أسباب اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية؟

4. معرفة مستوى تفاعل جمهور ذي قار مع القضية الفلسطينية واللبنانية؟ النظريات المستخدمة في البحث

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

إنّ البدايات الأولى لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على يد ساندر بول روكينتش، وزملائها عام 1974م (مزهرة، 2012، ص207). وترتكز هذه النظرية على العلاقات بين نظم المعلومات الصغرى والمتوسطة والكبيرة ومكوناتها (اصبع، 2006، ص162) وفيها يكون الاعتماد على وسائل الاتصال يعتمد على العلاقات المتداخلة بين الوسائل والجمهور والمجتمع، وإنّ هذا الاعتماد يقوى عندما يرى الفرد اهدافه تتحقق عن طريق المعلومات التي يحصل عليها (الهادي، 2014، ص68-69)، وإنّ أهمية الوسائل الإعلامية تجعل تحقيق الفهم والتوجيه وأهداف التسلية أكثر سهولة ولأن الأفراد يتصلون في نهاية الأمر بشبكات داخلية من الأصدقاء والاسرة ونظم تربوية ودينية وسياسية وغيرها تساعدهم على بلوغ أهدافهم (الله م.، 2010، ص243) ويرى بالم جرين Palme green إنّ مفهوم الاعتماد على الميديا ينتج السلوك الإتصالي للأفراد ويزداد اعتماد الفرد على وسيلة معينه لاستقاء معلوماته كلما نجحت هذه الوسيلة في تلبية حاجاته واشباع رغباته (يوسف، 2006، ص52)

وتعد درجة اعتماد الأفراد على معلومات وسائل الإعلام هي الأساس لفهم المتغيرات الخاصة بزمان ومكان تأثير المحتوى الاعلامي في المعتقدات والمشاعر والسلوك وإنّ الآثار المحتملة نتيجة اعتماد الفرد على وسائل الإعلام عن طريق ثلاث فئات وهي الآثار المعرفية والآثار الوجدانية والآثار السلوكية (حجاب، 2010، ص304). ويعود استخدام الباحث هذه النظرية إلى الاعتبارات التالية:

- 1- تعتمد فكرة هذه النظرية على أن استخدام وسائل الإعلام والاعتماد عليها، لا يتم بمعزل عن تأثير المجتمع الذي نعيش داخله، وان قدرة وسائل الإعلام على التأثير تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظيفة نقل المعلومات للجمهور.
- 2- تبحث هذه النظرية العلاقة بين الاعتماد على الفيس بوك في (التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية) ومستوى تأثيره على الجمهور العراقي.
- 3- تقيد نظرية الاعتماد في التعرف على مستوى تأثير الفيس بوك على الجمهور العراقي عن طريق تناوله للقضايا والموضوعات الانسانية الراهنة في لبنان وفلسطين.



4- تساعد هذه النظرية في بناء الفروض وتشخيص وشرح مستوى كثافة تعرض الجمهور العراقي للفيس بوك كمصدر للمعرفة وتحديد مستوى هذه العلاقة وما يمكن أن ينتج عنها من تأثير على سلوكهم وتفاعلهم مع القضية الفلسطينية واللبنانية.

يساعد تطبيق هذه النظرية في هذا البحث في التعرف على أسباب ودوافع تعرض الجمهور العراقي للفيس بوك ، وكيف يمكن الاعتماد عليه كمصدر للمعرفة وكيف يمكن له أن يؤثر على سلوك الجمهور وتفاعله مع القضايا الانسانية.

تساؤلات البحث

1. ما مدى كثافة تعرض جمهور ذي قار للفيس بوك وانماط التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية ؟
2. ما مستوى اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية ؟
3. ما أسباب اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية؟
4. ما مستوى تفاعل جمهور ذي قار مع القضية الفلسطينية واللبنانية؟
5. ما المتغيرات الديموغرافية لعينة البحث؟

فروض البحث : يشتمل البحث على فروض رئيسة وكما يلي:

1. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين مستوى كثافة تعرض جمهور ذي قار للفيس بوك ومستوى تفاعلهم مع القضية الفلسطينية واللبنانية .
2. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين مستوى اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك ومستوى تفاعلهم مع القضية الفلسطينية واللبنانية .
3. تتأثر العلاقة بين كثافة مشاهدة جمهور ذي قار على الفيس بوك ومستوى تفاعلهم مع القضية الفلسطينية واللبنانية بالمتغيرات الآتية:

• دوافع تعرض ذي قار على الفيس بوك ومستوى تفاعلهم مع القضية الفلسطينية واللبنانية عبر الفيس بوك.

• مستوى اعتماد الجمهور العراقي على برامج السخرية السياسية في القنوات الفضائية الدولية الناطقة باللغة العربية.

• المتغيرات الديموغرافية: (كالجنس والعمر والمستوى التعليمي و متوسط الدخل الشهري).

الإجراءات المنهجية للبحث

تتضمن الإجراءات المنهجية للبحث بتحديد الخطوات المنهجية التي تم اتباعها في اجرائه متضمنة : منهج البحث ، أسلوب اختيار العينة ، أسلوب جمع البيانات ، الأساليب الاحصائية المستخدمة في تحليلها. نوع البحث ومنهجه: يعدّ هذه البحث من البحوث الوصفية، والذي يستهدف الاهتمام بظاهرة محددة؛ تتمثل هذه الظاهرة في البحث عن أثر اعتماد الجمهور العراقي على الفيس بوك وتفاعلهم مع القضية الفلسطينية واللبنانية ، وتم استخدام منهج المسح بشقه الميداني، بإجراء استبيان على عينة من جمهور محافظة ذي قار.

مجتمع البحث : يتمثل مجتمع البحث بجمهور محافظة ذي قار الذي يتفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية عبر الفيس بوك.

عينة البحث : تم إجراء الاستبيان على عينة من جمهور ذي قار بعد عرض الاستمارة على مجموعة من خبراء الاعلام من داخل وخارج العراق وتم تحكيمها وتعديلها بالصورة النهائية التي تساعد الباحث بإجراء دراسته على وفق أساس علمي متميز* ، واعتمد الباحث على العينة العمدية المتاحة بحيث تكون هناك فرصة أو احتمال أمام كل فرد من المجتمع مساوية لغيره لان يكون ضمن عينة البحث فضلا عن أنها تمكن الباحث من حساب أخطاء المعاينة (الخطا، 2010، ص187) وتم اختيار (200) مفردة من الجمهور وجاءت خصائص العينة المرتبطة بمتغيرات الدراسة كما يلي:

جدول (1)

يبين خصائص العينة المرتبطة بمتغيرات الدراسة



%	ك	خصائص العينة المرتبطة بمتغيرات الدراسة	
75%	150	أنثى	الجنس
25%	50	ذكر	
100%	200	الإجمالي	
69.5	139	مدينة	السكن
30.5	61	ريف	
100%	200	الإجمالي	
33	66	أقل من 30 سنة	العمر
62	124	من 30 إلى أقل من 50 سنة	
5	10	من 50 سنة فأكثر	
100%	200	الإجمالي	
6.5	13	يقرأ ويكتب	المستوى التعليمي
18	36	ثانوية	
45	90	دراسة جامعية	
30.5	61	شهادات عليا	
100%	200	الإجمالي	
33	66	أقل من 500 ألف دينار	متوسط الدخل الشهري
28	56	من 500 ألف الى أقل من مليون دينار	
39	78	أكثر من مليون دينار	
100%	200	الإجمالي	

ثبات وصدق الاستبيان:
يبين الجدول التالي صدق وثبات الاستبيان نتائج معامل الثبات الداخلي (Cronbach's Alpha) لمحاور الاستبيان وكذلك نتائج التجزئة النصفية (Split-Half) كما يلي:

جدول (2) يوضح ثبات وصدق الاستبيان

الثبات		الصدق		محاور الاستبيان
التجزئة النصفية (Split-Half)	قيمة ألفا	الاتساق الداخلي	الصدق الذاتي	
0.877	0.547	0.650	0.740	كثافة تعرض جمهور ذي قار للفتن بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية
0.911	0.906	0.752	0.952	مستوى اعتماد جمهور ذي قار على الفيس



					بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية
0.601	الارتباط بين الجزئين	0.897	0.796	0.947	أسباب اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية
0.743	معامل جتمان	0.870	0.797	0.933	مقياس مستوى تفاعل جمهور ذي قار على الفيس بوك مع القضية الفلسطينية واللبنانية؟
		0.930	--	0.964	إجمالي الاستبيان

للتحقق من ثبات الاستبيان استخدم الباحث معادلة ألفا كرونباخ (Alpha Cronbach)، وتبين من الجدول السابق ثبات فقرات الاستبيان حيث كانت قيم معامل ألفا جميعها أكبر من (0.500) تراوحت القيم (0.547 - 0.906) وكانت قيمة ألفا لإجمالي الاستبيان (0.930) وهي قيم مرتفعة تؤكد على ثبات الاستبيان والاعتماد على نتائجه، ومن خلال نتائج ثبات التجزئة النصفية كان معامل الارتباط بين الجزئين (0.601) ومعامل جتمان (0.743) وجميعها قيم تشير لثبات الاستبيان.

كما تبين من الجدول السابق أيضاً لنتائج صدق الاستبيان أن قيم الصدق الذاتي مرتفعة تراوحت القيم (0.740 - 0.952) وكانت قيمة الصدق الذاتي لإجمالي الاستبيان (0.964)، كما تبين من الجدول السابق أيضاً لنتائج صدق الاتساق الداخلي للاستبيان أن قيم معامل الارتباط جميعها دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من (0.01) وتراوحت القيم (0.650، 0.797) مما يؤكد على صدق الاتساق الداخلي للاستبيان.

الدراسات السابقة

شُهِمَت الدراسات السابقة في التوجيه الصحيح لمسار البحوث الجديدة في العديد من خطوات البحث المهمة، فضلاً عن ذلك إن المراجعة المعمقة والمستفيضة لتلك الدراسات السابقة التي يقوم بها الباحث للاطار النظري لبحثه قد تؤدي إلى جملة من الاستنتاجات التي تعزز قيامه بالدراسة والبحث (عباس، 2019، صفحة 101) وطبقاً لطبيعة البحث فقد قُسمَت الدراسات السابقة على النحو الآتي:

هدفت دراسة (صالح، 2023) إلى استكشاف كيفية تفاعل الجمهور العربي مع القضايا الإقليمية الحساسة، بما فيها القضيتين الفلسطينية واللبنانية، عبر الفيس بوك، وطبقت نظرية التأثير الاجتماعي في تحليل النتائج. وتمت دراسة عينة متنوعة من المستخدمين العرب الذين يتفاعلون مع المحتويات الدينية. وأظهرت النتائج أن الجمهور يتفاعل بشكل أكبر مع المحتوى الديني المتعلق بهذه القضايا، حيث يؤدي الخطاب الديني دوراً فعالاً في توجيه هذا التفاعل وتشكيل الرأي العام. وهدفت دراسة (الموسوي، 2022) إلى فهم كيفية استخدام فيسبوك في توجيه الرأي العام العراقي تجاه القضايا الإقليمية، وخاصة القضية اللبنانية. اعتمدت الدراسة المنهج المسحي، وارتكزت على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام. وبيّنت النتائج أن الخطاب الديني عبر فيسبوك يلعب دوراً كبيراً في تشكيل مواقف الجمهور العراقي، خاصة فيما يتعلق بتوجهاتهم تجاه الأطراف المتورطة في هذا الصراع.

وهدفت دراسة (محمود، 2021) إلى تحليل دور الخطاب الديني في وسائل الإعلام الرقمية في التأثير على مواقف الجماهير تجاه القضية الفلسطينية. اتبعت الدراسة منهج التحليل الإعلامي واستعانت بنظرية التلقي الإعلامي، واشتملت على عينة من المستخدمين في فلسطين وبعض الدول العربية. وتوصلت الدراسة إلى أن الخطاب الديني عبر فيسبوك يساهم بشكل كبير في تعزيز الدعم الجماهيري للقضية الفلسطينية، حيث يؤدي دوراً مؤثراً في تجسيد الرمزية الدينية والسياسية لهذه القضية في ذهن الجمهور.

أما دراسة (علي، 2020) فقد سعت إلى استكشاف تأثير الخطاب الديني الرقمي على مواقف الشباب العربي تجاه القضايا الإقليمية، إزاء القضية الفلسطينية. وطبقت نظرية الاعتماد الإعلامي لتحليل تأثير الفيس بوك على وعي الشباب. وتمت دراسة عينة من الشباب العربي النشط على فيسبوك، وخلصت الدراسة إلى أن الخطاب الديني عبر فيسبوك يزيد من وعي الشباب بالقضايا السياسية والدينية ويوجه



مواقفهم بشكل إيجابي تجاه القضايا الأساسية في المنطقة. دراسة (مرزوق، 2020) هدفت هذه الدراسة في واجهتها النظرية والتطبيقية الى التعرف على استخدامات الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المشاركة في الحراك السياسي، واعتمد الباحث على المنهج الوصفي واعتمد على الاستبانة لجمع المعلومات وتوصلت الدراسة الى ان نسبة 63% من عينة البحث شارك في الحراك الشعبي، وبينت النتائج ان المشاركين بالحراك الشعبي استخدموا مواقع التواصل الاجتماعي في الدعوة الى الحراك السياسي بعدد ما تقدم معلومات عنه وشغلت حيزاً في تحفيزهم على المشاركة السياسية عن طريق زيادة اهتمامهم بالمظاهرات والاحتجاجات وبنسبة 94%.

هدفت دراسة (احمد عبدالله، 2019) الى تحليل دور منصة فيسبوك، في تشكيل الرأي العام العربي تجاه القضية الفلسطينية. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لتقديم صورة شاملة عن تأثيرات فيسبوك، واستندت إلى نظرية التأثير الإعلامي في تحليل البيانات. شملت عينة الدراسة مجموعة من مستخدمي فيسبوك من دول عربية مختلفة. وأظهرت النتائج أن فيسبوك يعد أداة قوية لتوجيه الرأي العام، حيث يسهم الخطاب الديني في توجيه مواقف الأفراد تجاه القضايا الإقليمية بشكل كبير.

دراسة (الساعدي، 2019) هدفت دراسته الى معرفة تأثير مواقع القنوات الفضائية على سكان الاهوار ومعرفة السلوكيات الجديدة لهم من استخدامهم للمواقع الالكترونية للقنوات الفضائية، واستخدم الباحث المنهج الوصفي بشقه الميداني، وطبق الاستبيان على 458 مفردة، وكانت النتائج ان العينة يفضلون الهاتف المحمول قياساً بالاجهزة الاخرى عند دخولهم للمواقع الالكترونية للقنوات الفضائية. وايضا يفضلون الدخول للمواقع الالكترونية للقنوات الفضائية العراقية على اعتبار قربهم منها سواءً على مستوى اللهجة او المضمون المقدم فيها. وان غالبية افراد العينة من المحافظات الثلاث يتشابهون في تحقيق الحاجات والاشباع.

ودراسة (الله ر، 2018) هدفت إلى تحديد عادات وانماط استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي للفضائيات العراقية، واستخدمت الباحثة المنهج المسحي واعتمدت على الإستبانة في جمع البيانات، وطُبقت على (400) مفردة من جمهور محافظة ذي قار. ومن نتائجها: إن النسبة الكبرى من العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي للفضائيات العراقية عن طريق جهاز الهاتف المحمول. وتسهم تلك المواقع في رسم الصورة الذهنية للمبشرين عن القضايا المهمة، لكونها مصدراً مهماً لمعلومات المبشرين عن القضايا السياسية والاجتماعية والتي يمكن ان يوظفوها في حياتهم بصورة عامة. وبحثت دراسة (الشامي، 2017) دور وسائل الإعلام الجديد في المشاركة السياسية بعد 2003م واستخدمت الباحثة المنهج المسحي الميداني واتبعت نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام في دراستها التي جرت على عينة عشوائية بلغت 400 مفردة. وتوصلت الى ان اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام الجديد في زيادة معرفتهم ومشاركتهم السياسية إذ حصل اختيار (نعم) على المعدل الأعلى بنسبة (72.2%) . اما دراسة (kim, 2015) فقد هدفت الى التحقق من دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز المشاركة في الحركات الاجتماعية وكان القصد مشاركته اعلى بين اولئك الذين كانوا اكثر انخراطاً في وسائل الاعلام الاجتماعي واطهرت الدراسة ان مواقع التواصل الاجتماعي وفرت بيئة للمشاركة على اساس تفاعلية الويب 2.0 وهذه الميزة جعلت وسائل الاعلام الاجتماعية اداة فعالة لحث الناس على المشاركة في الحركات الاجتماعية وتبين ان راس المال الاجتماعي له تأثير كبير على نية المشاركة في التنمية الاجتماعية وعلاوة على ذلك الانخراط في المشاركة الاجتماعية بدرجة اعلى بين الفئات التي تمتلك وسائل متطورة من استخدام وسائل الاعلام الاجتماعي. هدفت دراسة (Smith, 2015) إلى استكشاف تأثير الوسائط الرقمية على الممارسات الدينية. اعتمدت الدراسة على منهج استكشافي وتحليل نوعي لمجموعة من المواقع الدينية ووسائل التواصل الاجتماعي. وجد الباحثون أن الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي توفر منصات جديدة للخطاب الديني، مما يتيح للأفراد التعبير عن معتقداتهم والتفاعل مع قضايا دينية معاصرة، مما يؤثر في تشكيل وعيهم ومواقفهم.

التعريفات الاجرائية



1. الاعتماد: ويقصد به في هذا البحث اعتماد الجمهور على الوسائل الاعلامية في تلقي الاخبار والمعلومات عن القضية الفلسطينية واللبنانية.
2. جمهور ذي قار: هم عينة البحث الذين تم قصدهم بالاستبيان وأجابوا على أسئلته ومقاييسه وكان عددهم 200 شخص من كلا الجنسين.
3. الفيس بوك: هو منصة الكترونية ضمن مواقع التواصل الاجتماعي يعدّ من ابرز تلك المنصات الالكترونية حيث يتعرض لها الجمهور بنسبة كبيرة تتجاوز 90%.
4. القضية الفلسطينية واللبنانية: يقصد بها في هذا البحث ما يمر به الشعبين الشقيقين الفلسطيني واللبناني من اعتداءات وجرائم بحق الانسانية يقوم بها الكيان الصهيوني ومدى تفاعل الجمهور العراقي معهم والمشاركة في دعمهم مادياً ومعنوياً.

نتائج الدراسة الميدانية

نتائج التساؤل الأول: ما كثافة تعرض جمهور ذي قار للفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية؟

جدول (3) توزيع عينة الدراسة تبعاً لمدى التعرض للفيس بوك

مدى التعرض	العدد	النسبة
نادرًا	11	5.5
أحيانًا	70	35
دائمًا	119	59.5
الإجمالي	200	100%

يشير الجدول السابق لتوزيع عينة الدراسة تبعاً لمدى التعرض للفيس بوك أن عدد من أجاب (دائمًا) (119) مفردة بنسبة (59.5%) وهي النسبة الأعلى، ويليهما عدد من أجاب (أحيانًا) (70) مفردة بنسبة (35%)، وأخيراً عدد من هم (نادرًا) (11) مفردة بنسبة (5.5%) من إجمالي عينة الدراسة بوزن نسبي مؤوي (84.3%).

وهذا يؤكد ان النسبة الأعلى من الجمهور العراقي يتعرض للفيس بوك ، ويعتمد عليه كوسيط اتصالي في الأخبار ومعرفة الأحداث المهمة.

جدول (4) توزيع عينة الدراسة تبعاً لتوقيت التعرض للفيس بوك

توقيت التعرض	العدد	النسبة
اثناء الفترة الصباحية	10	5
اثناء فترة الظهر	10	5
اثناء الفترة المسائية	89	44.5
جميع الأوقات	91	45.5
الإجمالي	200	100%

يشير الجدول السابق لتوزيع عينة الدراسة تبعاً لتوقيت التعرض للفيس بوك أن عدد من أجاب (جميع الأوقات) (91) مفردة بنسبة (45.5%) وهي النسبة الأعلى، ويليهما عدد من أجاب (اثناء الفترة المسائية) (89) مفردة بنسبة (44.5%)، وأخيراً تساوى كل من اجاب (اثناء فترة الظهر) و(اثناء فترة الصباحية) بعدد (10) مفردة بنسبة (5%) من إجمالي عينة الدراسة ، وهذه النتيجة منطقية لأن الفترات الصباحية تكون هي أوقات العمل .

جدول (5) توزيع عينة الدراسة تبعاً لعدد الساعات التي تتعرض للفيس بوك من أجل التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية



الترتيب	النسبة	العدد	عدد الساعات
2	28.5	57	أقل من ساعة
1	43	86	من ساعة: الى اقل من 3 ساعات
3	15.5	31	من 3 ساعات: اقل من 5 ساعات
4	13	26	أكثر من 5 ساعات
	%100	200	الإجمالي

تبين من الجدول السابق لتوزيع عينة الدراسة تبعاً لعدد الساعات التي تتعرض للفييس بوك من أجل التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية أن عدد من أجاب (من ساعة: الى اقل من 3 ساعات) (86) مفردة بنسبة (43%) وهي النسبة الأعلى، ويليهما عدد من أجاب (أقل من ساعة) (57) مفردة بنسبة (28.5%)، ثم عدد من أجاب (من 3 ساعات: اقل من 5 ساعات) (31) مفردة بنسبة (15.5%)، وأخيراً عدد من أجاب (أكثر من 5 ساعات) (26) مفردات بنسبة (13%) من إجمالي عينة الدراسة.

جدول (6) توزيع عينة الدراسة تبعاً لمدى التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية عبر الفيس بوك

الترتيب	النسبة	العدد	مدى التفاعل
1	56	112	اتفاعل جداً
2	28.5	59	اتفاعل الى حد ما
3	7	14	اتفاعل قليلاً
4	6	12	محايد
5	1.5	3	لا اتفاعل نهائياً
	%100	200	الإجمالي

تبين من الجدول السابق لتوزيع عينة الدراسة تبعاً لمدى التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية عبر الفيس بوك أن عدد من أجاب (اتفاعل جداً) (112) مفردة بنسبة (56%) وهي النسبة الأعلى، ويليهما عدد من أجاب (اتفاعل الى حد ما) (59) مفردة بنسبة (28.5%)، ثم عدد من أجاب (اتفاعل قليلاً) (14) مفردة بنسبة (7%)، وعدد من أجاب (محايد) (12) مفردة بنسبة (6%)، وأخيراً عدد من أجاب (لا اتفاعل نهائياً) (3) مفردة بنسبة (1.5%) من إجمالي عينة الدراسة.

وهذه النتائج هي تأكيداً على ان الجمهور العراقي كان متابع نشط للقضايا الإقليمية ، ويتفاعل بصورة كبيرة مع القضية الفلسطينية واللبنانية وهو ما يمليه عليه القومية العربية او ارتباطه التاريخي والمشاركات الانسانية والدين الإسلامي الحنيف. وتتفق مع دراسة (محمود 2021) حيث توصلت إلى أن الخطاب الديني عبر فيسبوك يساهم بشكل كبير في تعزيز الدعم الجماهيري للقضية الفلسطينية، حيث يؤدي دوراً مؤثراً في تجسيد الرمزية الدينية والسياسية لهذه القضية في ذهن الجمهور. نتائج التساؤل الثاني: ما مستوى اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية؟

جدول (7) التكرارات وقيم المتوسط الحسابي لإجابات أفراد مجتمع الدراسة على عبارات مستوى اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية

الترتيب	الوزن النسبي المئوي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا تنطبق		أحياناً		تنطبق		العبرة
				العدد	%	العدد	%	العدد	%	



5	84.32	0.57	2.53	3.5	7	40	80	56.5	113	للفيس بوك دور في زيادة معرفتي بالإعلام الحر وغير الحر
11	81.85	0.60	2.46	5.5	11	44	88	50.5	101	للفيس بوك دور في زيادة معرفتي السياسية أكثر من غيره من التطبيقات والمواقع الالكترونية الأخرى
12	80.53	0.67	2.42	10.5	21	38	76	51.5	103	يمدني الفيس بوك بالمعرفة بالقضايا الإقليمية أكثر من باقي الوسائل الاعلامية (الوسائط الاتصالية)
8	82.18	0.62	2.47	7	14	39.5	79	53.5	107	زاد من معلوماتي عن الشخصيات السياسية والقيادية في لبنان وفلسطين.
4	84.65	0.62	2.54	7	14	32.5	65	60.5	121	زاد من معرفتي بالمطالب العادلة للشعبين الفلسطيني واللبناني.



3	85.97	0.58	2.58	4.5	9	33.5	67	62	124	زادني معرفة بتطبيع بعض الحكومات والرؤساء العرب مع الكيان الصهيوني
9	82.01	0.62	2.46	6.5	13	41.5	83	52	104	زاد من حسني النقدي والتحليلي للقضايا السياسية
14	77.89	0.67	2.34	11.5	23	44	88	44.5	89	أمدني بكثير من المعلومات السياسية الصحيحة.
15	76.90	0.72	2.31	14.5	29	39.5	79	46	92	ساعدني على تشكيل اتجاهات سياسية وفكرية جديدة
7	83.17	0.62	2.50	6.5	13	37.5	75	56	112	زاد من فهمي للواقع السياسي العربي والاسلامي.
10	81.85	0.68	2.46	10.5	21	33	66	56.5	113	تتميز منشوراته بالجرأة والصراحة في طرح الموضوعات التي تبين مظلومية الشعبين الفلسطيني واللبناني



6	83.99	0.59	2.52	5	10	38.5	77	56.5	113	يطرح الموضوعات بشكل مبسط وأقل تعقيد قياساً بالوسائل الاعلامية الاخرى.
2	90.26	0.51	2.71	2.5	5	24.5	49	73	146	ان المعلومات والاذخار المقدمة عبر الفيس بوك عن الشجعين الفلسطينيين واللبناني تشعري بالحزن لما يتعرضون له من انتهاكات
1	91.09	0.49	2.73	2	4	23	46	75	150	تغمرني السعادة عند نشر اخبار تخص انتصار المقاومة بالمعارك وتقدمهم على جيش الاحتلال
13	78.55	0.72	2.36	14.5	29	36	72	49.5	99	اقوم بنشر الاخبار التي تخص المقاومة الفلسطينية واللبنانية على صفحتي الشخصية في الفيس بوك
	83.0	0.41	2.49	إجمالي مستوى اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية						

تبين من الجدول ان إجمالي المقياس: وافقت عينة الدراسة على إجمالي مستوى اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية بوزن نسبي مثوي (82.0%)، وكانت قيمة المتوسط الحسابي لإجمالي اتجاهات الجمهور السلبية (2.49) وانحراف معياري (0.41). وهذه تعطي مؤشراً الى ان الجمهور العراقي كان يتأثر بالمحتوى الاعلامي عبر الفيس بوك لما يحصل في لبنان وفلسطين من أحداث صعبة وفقاً لدراسة ريم صالح (2023)، الجمهور العراقي يتفاعل بشكل كبير مع المحتوى الديني على فيسبوك، خصوصاً عندما يتعلق بالقضايا ذات الطابع الديني والسياسي



الحساس ودراسة (رؤى عبد الله 2018) التي بينت اسهام تلك المواقع في رسم الصورة الذهنية للمبجوثين عن القضايا المهمة، لكونها مصدراً مهماً لمعلومات ويرى الباحث ان المرونة بالتعرض للمواقع التواصل الاجتماعي جعلها وسيط اتصالي مهم كما بينتها دراسة (الساعدي 2019).
نتائج التساؤل الثالث: ما أسباب اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية؟

جدول (8) التكرارات وقيم المتوسط الحسابي لإجابات أفراد مجتمع الدراسة على عبارات أسباب اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية

الترتيب	الوزن النسبي المئوي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق		محايد		موافق		الأسباب
				العدد	%	العدد	%	العدد	%	
5	83.50	0.66	2.51	7	3.5	80	40	113	56.5	الاتطلاع على الأخبار والمستجدات بطريقة لا أجدها في الوسائل الأخرى
4	84.16	0.62	2.52	11	5.5	88	44	101	50.5	لزيادة المعرفة عن الموضوعات التي يطرحها قادة الرأي عبر الفيس بوك
1	85.97	0.62	2.58	21	10.5	76	38	103	51.5	للإحاطة بأخبار الحرب على فلسطين ولبنان
6	82.18	0.66	2.47	14	7	79	39.5	107	53.5	لتشكيل آرائي حول الموضوعات التي يطرحها المحللون عبر الفيس بوك عن القضية الفلسطينية واللبنانية
7	79.04	0.74	2.37	14	7	65	32.5	121	60.5	لقيام بالتفاعل مع المداخلات ومشاركتها على صفحتي الشخصية



9	76.90	0.72	2.31	4.5	9	33.5	67	62	124	للرد على التعليقات التي توضع أسفل المنشورات
3	84.98	0.64	2.55	6.5	13	41.5	83	52	104	لغرض المساهمة في حث الجمهور للتفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية
2	85.48	0.64	2.56	11.5	23	44	88	44.5	89	للاشارة الى الاشخاص الذين اعتقد بأنهم يهتمون بالقضية الفلسطينية واللبنانية
8	77.89	0.74	2.34	14.5	29	39.5	79	46	92	للاطلاع وقضاء وقت الفراغ
	82.33	0.50	2.47	إجمالي أسباب اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية						

تبين من الجدول السابق ان إجمالي المقياس وافقت عينة الدراسة على إجمالي أسباب اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية بوزن نسبي مؤوي (82.33%)، وكانت قيمة المتوسط الحسابي لإجمالي اتجاهات الجمهور السلبية (2.47) وانحراف معياري (0.50). وتتفق هذه النتائج مع دراسة (صالح 2023) حيث أظهرت أن الجمهور يتفاعل بشكل أكبر مع المحتوى الديني المتعلق بهذه القضايا، حيث يؤدي الخطاب الديني دوراً فعالاً في توجيه هذا التفاعل وتشكيل الرأي العام. ودراسة (الموسوي 2022) التي بينت أن الخطاب الديني عبر فيسبوك يلعب دوراً كبيراً في تشكيل مواقف الجمهور العراقي، خاصة فيما يتعلق بتوجهاتهم تجاه الأطراف المتورطة في هذا الصراع.

نتائج التساؤل الرابع: مقياس مستوى تفاعل جمهور ذي قار على الفيس بوك مع القضية الفلسطينية واللبنانية.

جدول (9) التكرارات وقيم المتوسط الحسابي لإجابات أفراد مجتمع الدراسة على عبارات مستوى تأثير الفيس بوك على تفاعل جمهور ذي قار مع القضية الفلسطينية واللبنانية

الترتيب	الوزن النسبي المؤوي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	نادراً		أحياناً		دائماً		العبارات
				%	العدد	%	العدد	%	العدد	
4	77.39	0.80	2.32	21.5	43	25	50	53.5	107	جعلني افهم الواقع السياسي وما يدور في



										السياسة الخارجية من الحرب على فلسطين ولبنان.
8	68.65	0.90	2.06	37	74	20	40	43	86	جعلني أكثر جرأة في طرح الموضوعات السياسية ومناقشتها عبر صفحتي الشخصية على الفيس بوك
5	75.41	0.86	2.26	27	54	20	40	53	106	دفعني إلى زيادة نشاطي في البحث عن حملات الاغاثة للشعبين الفلسطيني واللبناني
7	73.93	0.88	2.22	30	60	18.5	37	51.5	103	ساعدني في تشكيل آرائي حول موضوعات القضية الفلسطينية واللبنانية
2	84.49	0.78	2.53	17.5	35	11	22	71.5	143	جعلني مؤيداً لمطالب الحكومة العراقية والمرجعيات الدينية لوقف إطلاق النار وانهاء الحرب على فلسطين ولبنان
3	78.71	0.85	2.36	24.5	49	15	30	60.5	121	دفعني إلى



										الانضمام والمشاركة لحملات الإغاثة الإنسانية للشعبين الفلسطيني واللبناني
1	85.64	0.78	2.57	17.5	35	7.5	15	75	150	جعلني رافضاً لسياسة العنف التي تقوم لها الكيان الصهيوني
2	84.49	0.79	2.53	18	36	10	20	72	144	جعلني مؤيداً لاستمرار التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية حتى تحقيق مطالبهم العادلة المشروعة
6	75.25	0.88	2.26	29.5	59	16	32	54.5	109	دفعني الى نشر مشاركة الصور والمشاهد التي يتعرض لها الشعبين الفلسطيني واللبناني من قبل الكيان الصهيوني
	78.33	0.59	2.35	إجمالي تفاعل جمهور ذي قار على الفيس بوك مع القضية الفلسطينية واللبنانية						

تبين من الجدول السابق لوصف إجابة عينة الدراسة ان إجمالي المقياس: وافقت عينة الدراسة على إجمالي مستوى تفاعل جمهور ذي قار مع القضية الفلسطينية واللبنانية بوزن نسبي مؤوي (78.33%)، وكانت قيمة المتوسط الحسابي لإجمالي كشف الغموض (2.35) وانحراف معياري (0.59) ومما سبق فإن النتائج تشير الى ان جمهور محافظة ذي قار كان متفاعلاً مع القضية الفلسطينية واللبنانية وهذه النتائج تتفق مع دراسة الشامي التي كشفت ان نسبة (93%) من الجمهور يعتمدون على الفيس بوك بالمشاركة



السياسية.

التحقق من فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين مستوى كثافة تعرض جمهور ذي قار للفييس بوك ومستوى تفاعلهم مع القضية الفلسطينية واللبنانية.

جدول (10) يوضح العلاقة الارتباطية بين مستوى كثافة تعرض جمهور ذي قار للفييس بوك ومستوى تفاعلهم مع القضية الفلسطينية واللبنانية

مستوى كثافة تعرض جمهور ذي قار للفييس بوك			المتغيرات
معامل الارتباط	الدلالة المعنوية	اتجاه العلاقة	
0.328	$0.001 >$	قوية موجبة	مستوى تفاعلهم مع القضية الفلسطينية واللبنانية

يوضح الجدول السابق العلاقة الارتباطية بين مستوى تفاعلهم مع القضية الفلسطينية واللبنانية وقد تبين وجود علاقة قوية موجبة ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية أقل من (0.01) بين مستوى تفاعلهم مع القضية الفلسطينية واللبنانية حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.328) وهي قيمة دالة احصائياً. مما سبق ثبت صحة الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين مستوى تفاعلهم مع القضية الفلسطينية واللبنانية.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين مستوى اعتماد جمهور ذي قار على الفييس بوك ومستوى تفاعلهم مع القضية الفلسطينية واللبنانية.

جدول (11) العلاقة الارتباطية بين مستوى اعتماد جمهور ذي قار على الفييس بوك ومستوى تفاعلهم مع القضية الفلسطينية واللبنانية

مستوى اعتماد جمهور ذي قار على الفييس بوك			المتغيرات
معامل الارتباط	الدلالة المعنوية	اتجاه العلاقة	
0.495	$0.001 >$	قوية موجبة	مستوى تفاعلهم مع القضية الفلسطينية واللبنانية

يوضح الجدول السابق العلاقة الارتباطية بين مستوى اعتماد جمهور ذي قار على الفييس بوك ومستوى تفاعلهم مع القضية الفلسطينية واللبنانية وقد تبين وجود علاقة قوية موجبة ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية أقل من (0.01) بين مستوى اعتماد جمهور ذي قار على الفييس بوك ومستوى تفاعلهم مع القضية الفلسطينية واللبنانية حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.495) وهي قيمة دالة احصائياً.

مما سبق ثبت صحة الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين مستوى اعتماد جمهور ذي قار على الفييس بوك ومستوى تفاعلهم مع القضية الفلسطينية واللبنانية.

الفرض الرابع: تتأثر العلاقة بين كثافة مشاهدة جمهور ذي قار على الفييس بوك ومستوى تفاعلهم مع القضية الفلسطينية واللبنانية بالمتغيرات الآتية:

• دوافع تعرض ذي قار على الفييس بوك ومستوى تفاعلهم مع القضية الفلسطينية واللبنانية عبر الفييس بوك.

• مستوى اعتماد الجمهور العراقي على برامج السخرية السياسية في القنوات الفضائية الدولية الناطقة باللغة العربية.

• المتغيرات الديموغرافية: (كالجنس والعمر والمستوى التعليمي ومتوسط الدخل الشهري).

جدول (12) اختبار التباين الثنائي لتوضيح تأثير دوافع تعرض ذي قار على الفييس بوك ومستوى تفاعلهم مع القضية الفلسطينية واللبنانية عبر الفييس بوك على العلاقة بين كثافة مشاهدة جمهور ذي قار على الفييس بوك ومستوى تفاعلهم مع القضية الفلسطينية واللبنانية



الدلالة المعنوية	قيمة اختبار (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
0.001 >	2.619	0.523	91	47.582	لنموذج المصحح
0.001 >	1335.708	266.669	1	266.669	لثابت
0.4	1.104	0.22	11	2.425	كثافة مشاهدة جمهور ذي قار على الفيس بوك
0.001 >	6.568	1.311	17	22.29	لذواضع تعرض ذي قار على الفيس بوك ومستوى تفاعلهم مع القضية الفلسطينية اللبنانية
0.2	1.185	0.237	63	14.908	لتفاعل بين المتغيرين
		0.2	110	21.961	لخطأ
			202	1182.27	لإجمالي

a. R Squared = 0.198 (Adjusted R Squared = 0.155)

تبين من نتائج الجدول السابق لاختبار التباين الثنائي يوجد تأثير إحصائي عند مستوى معنوية (0.05) لذواضع تعرض ذي قار على الفيس بوك ومستوى تفاعلهم مع القضية الفلسطينية واللبنانية على العلاقة بين كثافة مشاهدة جمهور ذي قار على الفيس بوك ومستوى تفاعلهم مع القضية الفلسطينية واللبنانية حيث بلغت قيمة (ف) (6.568) وهي قيمة دالة إحصائياً.

جدول (13) اختبار التباين الثنائي لتوضيح تأثير مستوى اعتماد الجمهور العراقي على الفيس بوك على العلاقة بين كثافة مشاهدة جمهور ذي قار على الفيس بوك ومستوى تفاعلهم مع القضية الفلسطينية واللبنانية

الدلالة المعنوية	اختبار	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
0.002	1.806	0.453	95	42.989	لنموذج المصحح	
0.001 >	1218.808	305.331	1	305.331	لثابت	
0.1	1.588	0.398	11	4.377	كثافة مشاهدة جمهور ذي قار على الفيس بوك	
0.001 >	4.36	1.092	15	16.385	مستوى اعتماد الجمهور العراقي على الفيس بوك	
0.4	1.084	0.272	69	18.736	لتفاعل بين المتغيرين	
		0.251	106	26.555	لخطأ	
			202	1182.27	لإجمالي	

a. R Squared = 0.198 (Adjusted R Squared = 0.155)

تبين من نتائج الجدول السابق لاختبار التباين الثنائي يوجد تأثير إحصائي عند مستوى معنوية (0.05) لمستوى اعتماد الجمهور العراقي على برامج السخرية السياسية في القنوات الفضائية الدولية الناطقة باللغة العربية على العلاقة بين كثافة مشاهدة جمهور ذي قار على الفيس بوك ومستوى تفاعلهم مع القضية الفلسطينية واللبنانية حيث بلغت قيمة (ف) (4.360) وهي قيمة دالة إحصائياً.

جدول (14) يوضح اختبار ت T-test لبيان الفروق بين عينة الدراسة وفقاً لمتغير النوع لكل من مستوى وأسباب اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية



ومستوى تفاعل جمهور ذي قار على الفيس بوك مع القضية الفلسطينية واللبنانية

المتغيرات	النوع	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	الدلالة المعنوية
مستوى اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية	ذكور	2.46	0.43	1.550	0.1
	إناث	2.56	0.33		
سباب اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية	ذكور	2.38	0.52	3.914	0.001 >
	إناث	2.69	0.36		
مقياس مستوى تفاعل جمهور ذي قار على الفيس بوك مع القضية الفلسطينية واللبنانية	ذكور	2.31	0.59	1.190	0.2
	إناث	2.43	0.56		

تبين من الجدول السابق لنتائج اختبار ت T-test لبيان الفروق بين عينة الدراسة وفقاً لمتغير النوع لكل من مستوى وأسباب اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية ومستوى تفاعل جمهور ذي قار على الفيس بوك مع القضية الفلسطينية واللبنانية ما يلي:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين متوسطات درجات عينة الدراسة وفقاً لمتغير النوع لأسباب اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية حيث بلغت قيمة ت (3.914) وهي قيمة أكبر من ت الجدولية (1.98) وذلك في اتجاه عينة الإناث بمتوسط (2.69) مقابل (2.38) لعينة الذكور.

بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين متوسطات درجات عينة الدراسة وفقاً لمتغير النوع لكل من مستوى اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية ومستوى تفاعل جمهور ذي قار على الفيس بوك مع القضية الفلسطينية واللبنانية حيث بلغت قيمتي ت (1.550، 1.190) وهي قيم أقل من ت الجدولية (1.98).

جدول (15) يوضح اختبار ت T-test لبيان الفروق بين عينة الدراسة وفقاً لمتغير محل الإقامة لكل من مستوى وأسباب اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية ومستوى تفاعل جمهور ذي قار على الفيس بوك مع القضية الفلسطينية واللبنانية

المتغيرات	محل الإقامة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	الدلالة المعنوية
مستوى اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية	مدينة	2.47	0.41	0.768	0.4
	ريف	2.52	0.39		
سباب اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية	مدينة	2.45	0.52	0.464	0.6
	ريف	2.49	0.45		
مقياس مستوى تفاعل جمهور ذي قار على الفيس بوك مع القضية الفلسطينية واللبنانية	مدينة	2.31	0.59	1.001	0.3
	ريف	2.40	0.58		

تبين من الجدول السابق لنتائج اختبار ت T-test لبيان الفروق بين عينة الدراسة وفقاً لمتغير محل الإقامة لكل من مستوى وأسباب اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية ومستوى تفاعل جمهور ذي قار على الفيس بوك مع القضية الفلسطينية واللبنانية وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين متوسطات درجات عينة الدراسة وفقاً لمتغير محل الإقامة لكل من مستوى وأسباب اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية ومستوى تفاعل جمهور ذي قار على الفيس بوك مع القضية الفلسطينية واللبنانية حيث بلغت قيم ت (0.768، 0.464، 1.001) وهي قيم أقل من ت الجدولية (1.98).



جدول (16) يوضح اختبار التباين أحادي الاتجاه ANOVA لإجابات عينة الدراسة لكل من مستوى وأسباب اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية ومستوى تفاعل جمهور ذي قار على الفيس بوك مع القضية الفلسطينية واللبنانية وفقاً لمتغير العمر

المتغيرات		مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة المعنوية
مستوى اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية	بين المجموعات	0.141	2	0.07	0.422	0.7
	داخل المجموعات	32.841	197	0.167		
	الإجمالي	32.982	199			
سباب اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية	بين المجموعات	0.361	2	0.18	0.717	0.5
	داخل المجموعات	49.61	197	0.252		
	الإجمالي	49.971	199			
مستوى تفاعل جمهور ذي قار على الفيس بوك مع القضية الفلسطينية واللبنانية	بين المجموعات	0.019	2	0.01	0.027	0.97
	داخل المجموعات	68.663	197	0.349		
	الإجمالي	68.682	199			

تبين من الجدول السابق لنتائج التباين لإجابات عينة الدراسة لكل من مستوى وأسباب اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية ومستوى تفاعل جمهور ذي قار على الفيس بوك مع القضية الفلسطينية واللبنانية وفقاً لمتغير العمر عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين متوسطات درجات عينة الدراسة على كل من مستوى وأسباب اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية ومستوى تفاعل جمهور ذي قار على الفيس بوك مع القضية الفلسطينية واللبنانية وفقاً لمتغير العمر حيث بلغت قيم ف (0.422، 0.717، 0.027) وهي قيم غير دالة معنوياً.

جدول (17) يوضح اختبار التباين أحادي الاتجاه ANOVA لإجابات عينة الدراسة لكل من مستوى وأسباب اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية ومستوى تفاعل جمهور ذي قار على الفيس بوك مع القضية الفلسطينية واللبنانية وفقاً لمتغير المستوى التعليمي

المتغيرات		مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة المعنوية
مستوى اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية	بين المجموعات	0.985	3	0.328	2.011	0.1
	داخل المجموعات	31.997	196	0.163		
	الإجمالي	32.982	199			
سباب اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية	بين المجموعات	0.543	3	0.181	0.718	0.5
	داخل المجموعات	49.428	196	0.252		
	الإجمالي	49.971	199			
مستوى تفاعل جمهور ذي قار على الفيس بوك مع القضية الفلسطينية واللبنانية	بين المجموعات	0.472	3	0.157	0.716	0.7
	داخل المجموعات	68.21	196	0.348		
	الإجمالي	68.682	199			

تبين من الجدول السابق لنتائج التباين لإجابات عينة الدراسة لكل من مستوى وأسباب اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية ومستوى تفاعل جمهور ذي قار على الفيس بوك مع القضية الفلسطينية واللبنانية وفقاً لمتغير المستوى التعليمي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين متوسطات درجات عينة الدراسة على كل من مستوى وأسباب



اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية ومستوى تفاعل جمهور ذي قار على الفيس بوك مع القضية الفلسطينية واللبنانية وفقاً لمتغير المستوى التعليمي حيث بلغت قيم ف (2.011، 0.718، 0.716) وهي قيم غير دالة معنوياً.

جدول (18) يوضح اختبار التباين أحادي الاتجاه ANOVA لإجابات عينة الدراسة لكل من مستوى وأسباب اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية ومستوى تفاعل جمهور ذي قار على الفيس بوك مع القضية الفلسطينية واللبنانية وفقاً لمتغير متوسط الدخل الشهري

المتغيرات	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة المعنوية
مستوى اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية	بين المجموعات	2	0.282	1.713	0.2
	داخل المجموعات	197	0.165		
	الإجمالي	199	32.982		
سبب اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية	بين المجموعات	2	0.118	0.469	0.6
	داخل المجموعات	197	0.252		
	الإجمالي	199	49.971		
مستوى تفاعل جمهور ذي قار على الفيس بوك مع القضية الفلسطينية واللبنانية	بين المجموعات	2	0.089	0.525	0.8
	داخل المجموعات	197	0.348		
	الإجمالي	199	68.682		

تبين من الجدول السابق لنتائج التباين لإجابات عينة الدراسة لكل من مستوى وأسباب اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية ومستوى تفاعل جمهور ذي قار على الفيس بوك مع القضية الفلسطينية واللبنانية وفقاً لمتغير متوسط الدخل الشهري عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين متوسطات درجات عينة الدراسة على كل من مستوى وأسباب اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية ومستوى تفاعل جمهور ذي قار على الفيس بوك مع القضية الفلسطينية واللبنانية وفقاً لمتغير متوسط الدخل الشهري حيث بلغت قيم ف (1.713، 0.469، 0.525) وهي قيم غير دالة معنوياً.

مما سبق ثبت صحة الفرض الرابع: تتأثر العلاقة بين كثافة مشاهدة جمهور ذي قار على الفيس بوك ومستوى تفاعلهم مع القضية الفلسطينية واللبنانية بالمتغيرات (دوافع تعرض ذي قار على الفيس بوك ومستوى تفاعلهم مع القضية الفلسطينية واللبنانية عبر الفيس بوك، مستوى اعتماد الجمهور العراقي على برامج السخرية السياسية في القنوات الفضائية الدولية الناطقة باللغة العربية).

وثبت صحة الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية وفقاً لمتغير (الجنس) لأسباب اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية. بينما لم يثبت صحة الفرض جزئياً: توجد فروق ذات دلالة إحصائية وفقاً لمتغير (الجنس والعمر والمستوى التعليمي ومتوسط الدخل الشهري) لمستوى اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية، ولم يثبت صحة الفرض: توجد فروق ذات دلالة إحصائية وفقاً لمتغير (الجنس والعمر والمستوى التعليمي ومتوسط الدخل الشهري) لمستوى تفاعل جمهور ذي قار على الفيس بوك مع القضية الفلسطينية واللبنانية، كما لم يثبت صحة الفرض: توجد فروق ذات دلالة إحصائية وفقاً لمتغير (العمر والمستوى التعليمي ومتوسط الدخل الشهري) لأسباب اعتماد جمهور ذي قار على الفيس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية.

ملخص النتائج:

1- تبين من نتائج الدراسة أن نسبة (59.5%) من الجمهور وهي النسبة الأعلى دائمي التعرض للفيس بوك.



- 2- كما تبين من نتائج الدراسة لعدد ساعات التعرض للفييس بوك أن نسبة (43%) من العينة أجابت (من ساعة: الى اقل من 3 ساعات) وهي النسبة الأعلى.
 - 3- وأوضحت نتائج الدراسة لمدى التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية عبر الفييس بوك أن من أجاب (تفاعل جداً) هي النسبة الأعلى بنسبة (56%).
 - 4- كما تبين من نتائج الدراسة أن معظم عينة الدراسة وافقت على مستوى اعتماد جمهور ذي قار على الفييس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية بوزن نسبي مؤوي (82.0%).
 - 5- أوضحت نتائج الدراسة لإجابة العينة على أسباب اعتماد جمهور ذي قار على الفييس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية بوزن نسبي مؤوي (82.33%).
 - 6- كما تبين أن مستوى تفاعل جمهور ذي قار على الفييس بوك مع القضية الفلسطينية واللبنانية كان بنسبة (71.63%) من وجهة نظر العينة.
 - 7- تبين من نتائج الدراسة لمحور تفاعل جمهور ذي قار على الفييس بوك مع القضية الفلسطينية واللبنانية بنسبة (78.33%).
- نتائج فروض الدراسة:

1. ثبت صحة الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى كثافة تعرض جمهور ذي قار للفييس بوك ومستوى تفاعلهم مع القضية الفلسطينية واللبنانية.
 2. ثبت صحة الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى اعتماد جمهور ذي قار على الفييس بوك ومستوى تفاعلهم مع القضية الفلسطينية واللبنانية.
 3. ثبت صحة الفرض الرابع: تتأثر العلاقة بين كثافة مشاهدة جمهور ذي قار على الفييس بوك ومستوى تفاعلهم مع القضية الفلسطينية واللبنانية بالمتغيرات (دوافع تعرض ذي قار على الفييس بوك ومستوى تفاعلهم مع القضية الفلسطينية واللبنانية عبر الفييس بوك، مستوى اعتماد الجمهور العراقي على الفييس بوك).
 4. وثبت صحة الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية وفقاً لمتغير (الجنس) لأسباب اعتماد جمهور ذي قار على الفييس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية.
 5. بينما لم يثبت صحة الفرض جزئياً: توجد فروق ذات دلالة إحصائية وفقاً لمتغير (العمر والمستوى التعليمي ومتوسط الدخل الشهري) لمستوى اعتماد جمهور ذي قار على الفييس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية، ولم يثبت صحة الفرض: توجد فروق ذات دلالة إحصائية وفقاً لمتغير (الجنس والعمر والمستوى التعليمي ومتوسط الدخل الشهري) لمستوى تفاعل جمهور ذي قار على الفييس بوك مع القضية الفلسطينية واللبنانية، كما لم يثبت صحة الفرض: توجد فروق ذات دلالة إحصائية وفقاً لمتغير (العمر والمستوى التعليمي ومتوسط الدخل الشهري) لأسباب اعتماد جمهور ذي قار على الفييس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية.
- التوصيات:

- إستكمالاً لمتطلبات البحث العلمي وبعد الحصول على النتائج التي ظهرت في هذا البحث يوصي الباحث بما يأتي :
1. ضرورة الاهتمام باجراء دراسات أخرى للتعرف على تأثيرات الفييس بوك ومواقع التواصل الاجتماعي والتطبيقات الالكترونية الأخرى وقياس مديات تفاعل الجمهور العراقي مع القضية الفلسطينية واللبنانية والحرب عليهما.
 2. وضحت نتائج البحث ان الجمهور العراقي يعتمد بشكل كبير على الفييس بوك في التفاعل مع القضية الفلسطينية واللبنانية وهذا يساهم في امكانية توظيف الفييس بوك بقضايا تهم البلد كقياس رأي الشعب في مسائل اقتصادية او اجتماعية او عمرانية ... الخ.
 3. ضرورة توظيف الفييس بوك من قبل الحكومة كوسيط اتصالي مهم يساهم في توصيل رؤية الحكومة في القضايا المصرية للبلد ، كذلك في نشر الوعي الثقافي في مختلف المجالات الحياتية كالبرامج الاجتماعية والسياحية وبرامج الترفيه والتسلية واعدادها من قبل المختصين.



المراجع

1. احمد عبد احمد عبدالله. (2019). تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الرأي العام العربي. المجلة العربية لعلوم الاتصال، 23(1)، الصفحات 45-67.
2. انتصار عبد الرازق وصفد الساموك. (2011). الإعلام الجديد. بغداد: الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة.
3. حنان يوسف. (2006، ص52). الإعلام والسياسة مقارنة ارتباطية، ط2. القاهرة: اطلس للنشر والانتاج الاعلامي .
4. خالد محمود. (2021). الخطاب الديني وتأثيره على القضية الفلسطينية. مجلة الدراسات الفلسطينية، الصفحات 74-90.
5. دلال عبد الله مكطوف الشامي. (2017). دور وسائل الإعلام الجديد في المشاركة السياسية بعد 2003م دراسة ميدانية على سكان الأهوار. بغداد: رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية، كلية الإعلام، جامعة بغداد.
6. رشا عادل وعلي عبد الهادي. (2014، ص68-69). نظريات الإعلام رؤية جديدة. بغداد: دار الارقم للطباعة.
7. رؤى شريف عبد الله. (2018). دور مواقع التواصل الاجتماعي للفضائيات العراقية في ترتيب أولويات الجمهور دراسة ميدانية على جمهور محافظة ذي قار. بغداد: رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية، كلية الإعلام، جامعة بغداد.
8. ريم صالح. (2023، 8 2). تفاعل الجمهور مع القضايا الإقليمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي. المجلة اللبنانية للعلوم السياسية، الصفحات 110-125.
9. سارة محمد علي. (2020، 2 12). تأثير الخطاب الديني الرقمي على الشباب العربي. دراسات الشرق الأوسط، الصفحات 101-119.
10. سمير محمد حسين. (2006). بحوث الاعلام دراسات في مناهج البحث العلمي. القاهرة: عالم الكتب.
11. صالح خليل أبو اصبع. (2006، ص162). الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، . الاردن: دار المجدلاوي لنشر والتوزيع، ط5.
12. قاسم محمد جابر الساعدي. (2019). استخدام سكان الاهوار للمواقع الالكترونية للفتنات الفضائية والاشباكات المتحققة منها : دراسة مسحية على عينة من سكان الاهوار في المحافظات البصرة وذي قار وميسان . بغداد: كلية الاعلام الجامعة العراقية.
13. ماجد محمد الخياط. (2010، ص187). أساليب البحث العلمي. عمان: دار الراجية للنشر والتوزيع،.
14. محمد الامين احمد عبد مرزوق. (2020). مواقع التواصل الاجتماعي والحراث الشعبي الاعتماد المتبادل. المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية.
15. محمد منير حجاب. (2010، ص304). نظريات الاتصال . القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.



16. محمود حسن اسماعيل. (2003، ص279-281). مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير. القاهرة: الدار العالمية للطباعة والنشر والتوزيع.
17. منال هلال مزا هره. (2012، ص207). نظريات الاتصال، . عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
18. مي العبد الله. (2010، ص243). نظريات الإتصال، . بيروت: دار النهضة العربية، ط2، .
19. نرمين زكريا. (2009). الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية. المؤتمر العلمي الأول " الأسرة والإعلام وتحديات العصر (صفحة 935). القاهرة: كلية الإعلام ، جامعة القاهرة.
20. هاشم علي الموسوي. (15 4، 2022). دور فيسبوك في تشكيل الرأي العام العراقي تجاه القضايا الإقليمية. المجلة العراقية للاتصال، الصفحات 52-66.
21. وأخرون محمد خليل عباس. (2019). مدخل إلى مناهج البحث في التربية وعلم النفس. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
22. Heidi A. Campbell و Amanda M. K. E. C. B. Smith. (2015). Digital Religion: Understanding religious practice in digital media."
23. Hyesun Hwang and kee-ok kim ". (2015). Social media as a tool for social movements the effect of social media use and social capital on intention to participate in social movement ."
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/ijcs..12221>

الاساتذة المحكمين

1. أ.د/ جمعة جاسم خلف السبعواوي، أستاذ علم الاجتماع الاعلامي بقسم الاعلام كلية الآداب بجامعة الموصل العراق.
2. أ.د/ فرج خيرى درويش، أستاذ الصحافة وعميد كلية الاعلام جامعة سينا جمهورية مصر العربية.
3. أ.د/ محسن عبود كشكول ، أستاذ الصحافة كلية الاعلام الجامعة العراقية.
4. أ.د.م/ مروان خشان يسر ، استاذ الاذاعة والتلفزيون المساعد بكلية الاعلام جامعة ذي قار.
5. أ.م.د/ ياسين علوان الطيف، استاذ الاذاعة والتلفزيون المساعد ، كلية التربية للعلوم الانسانية جامعة تكريت.