

**دور مواقع التواصل الاجتماعي
بتوعية طلبة الجامعة المستنصرية:
الفيس بوك أنموذجاً**

**The Role of Social Networking Sites in
Educating Students at Al-Mustansiriya University:
Facebook as an Example**

م.م مروة ستار نصيف
Asst.Inst. Marwa Sattar Nassif

قسم الإعلام / كلية الآداب / الجامعة المستنصرية
Media Dept./College of Arts/
Al-Mustansiriya University

marwasattar@uomustansiriyh.edu.iq

الملخص

تعد مواقع التواصل الاجتماعي في الوقت الحاضر من أهم أدوات التنشئة الاجتماعية لما تشهد من قبول واسع لدى مختلف فئات المجتمع حيث بات تمارس دورا في تشكيل وعي الإنسان، وأيضاً أهميتها في عملية البناء الاجتماعي، لذلك حتم على الجميع توظيف هذه المواقع لتحقيق أهداف تواصلية كثيرة، كذلك المعرفة تعددت مصادرها لم تعد متوقفة على وسائل معينة للحصول على المعلومات، بل هناك أكثر من وسيلة نتيجة التطور الذي يشهده العالم، وهذه عاد بالفائدة على طالب العلم حيث أصبح بقدره دراسة الموضوعات من مصادر متشعبة وذات الوقت تكون هذه المعلومات صحيحة ودقيقة، ومن أكثر الجوانب التي تم تعزيزها الجانب التوعوي وبمختلف أنواعها وأشكالها، وهذا التقارب جعل العالم عبارة عن قرية صغيرة مترابطة فيما بينها رغم التباعد الجغرافي، وأن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي برز بشكل كبير ومتزايد ولاسيما من قبل شباب الجامعي حيث دور هذا الموقع مهم في التأثير على قيم واتجاهات وسلوك الشباب يوم بعد يوم.

وقد أصبحت هذه المواقع تمتلك القدرة على البناء وترسيخ القيم، كقدرته على الهدم وإبدال القيم؛ فهي تقوم بدور حيوي في نشر ثقافة عامة موحدة بين فئات وشرائح المجتمع الواحد من ناحية، وكذلك تعمل على التقريب بين الثقافات المختلفة. وقد جاءت هذه الدراسة لتسليط الضوء على جانب مهم من مواقع التواصل الاجتماعي والتي تكونت من الفصول الآتية: حيث احتوى الفصل الأول على الإطار المنهجي للدراسة وضم مشكلة البحث، والأهمية والأهداف، مجتمع البحث وعيتمته، ومنهج البحث وحدوده، كما احتوى على الدراسات السابقة وتحديد المصطلحات. أما الإطار النظري فشمّل: المبحث الأول: مواقع التواصل الاجتماعي وتناول النشأة والايجابيات والسلبيات وتسليط الضوء على ماهية الفيس بوك.

أما بالنسبة للمبحث الثاني تضمن نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام من حيث الاثار والفروض والانتقادات. وأما الفصل الثالث وهو أهم فصل لأن فيه نستعرض تحليل النتائج الميدانية التي قمنا بتفريغها من استمارات التحليل، لتنتهي الدراسة بمجموعة من النتائج.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، الفيس بوك، التوعية، طلبة الجامعات

Abstract

Social media sites in the present time are among the most important social communication tools due to their wide prevalence and because they play a significant role in shaping the human self and identity. They are also influential in the social process; therefore, it is imperative for everyone to develop clear goals for using these sites, as well as to determine their sources to get specific information. It is no longer hidden from anyone that there is a major transformation that the world is witnessing. This transformation has returned to social media due to their rapid spread and increased ability to form huge information banks that serve both aspects of awareness and knowledge and create a state of approximation among members of the same society.

This approximation makes the world seem like a small village connected by roads and means of communication. This geographic and temporal convergence has made social media platforms influential in directing behaviors and societal trends where they perform a fundamental role in transferring and promoting the contents and principles of prevailing cultures. This study sheds light on an important aspect of social media sites, which consists of the following chapters: the first chapter includes the methodological framework of the study, containing the research problem, importance, objectives, and research methodology, its population and sample, as well as the limitations and previous studies .

Theoretical Framework: Chapter One: Social media sites and addresses the positive and negative aspects of these sites, while the second chapter's research includes the theory of dependency on mass media in terms of its roots, assumptions, and criticisms. The third chapter, which is the most important, as it reviews the analysis of the quantitative results we derived from the questionnaires, concludes the study with a set of results.

Keyword: Social Media Sites, Awareness, Facebook, University Students

المقدمة

التوعية وزيادة المستوى الثقافي أصبحت سمة للعصر الحالي لما يتسم به من غزارة المعلومات بسبب القفزات الهائلة في مجال التكنولوجيا، لذلك الشباب الجامعي بحاجة ماسة إلى أن يكون على تواصل دائم مع مجريات الاحداث ولا سيما في الجامعة التي يدرس فيها، لذلك مواقع التواصل الاجتماعي تكون بمثابة نافذة يطل من خلالها على كل ما هو جديد في بيئته التعليمية، فهذه المواقع لتي صارت جزءا من الحيات اليومية للفرد فهي أشبه بالكتاب المتنقل ويستطيع أي طالب تصفحه وقت ما يشاء.

لذلك وظفت الجامعات هذه المواقع في المجال التعليمي ولمختلف الجوانب وأبرزها الجانب التوعوي، فأصبحت مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالجامعات تلعب دورا بارزا في نقل مختلف المعلومات للطلبة لأجل جعلهم في الصورة لكا ما يتعلق في جامعتهم من أخبار الانشطة الطلابية وموادهم الدراسية، إضافة إلى المبادرات ثقافية التي تكسبهم معلومات عامة من أجل توسيع مداركهم وزيادة رصيدهم المعرفي.

ومن هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة لتبحث دور هذه المواقع في زيادة الرصيد المعرفي للطلبة، فلم تعد هذه المواقع للتعارف والدردشة في موضوعات ترفيهية، أنها أصبحت جزءا من مسيرتهم التعليمية.

«المبحث الأول»

الفصل المنهجي

اولاً: مشكلة البحث

"تتمثل نقطة البداية في اي بحث علمي بالإحساس بمشكلة ما، فمن دون مشكلة تتطلب الدراسة لا يكون هناك بحث علمي" (الهييتي، ١٩٩٨). وتعرف بانها " عبارة عن موقف او قضية او فكرة تحتاج الى بحث والدراسة والوقوف على مقدماتها وبناء العلاقات بين عناصرها ونتائجها الحالية ووضعها في اطار علمي سليم" (الحميد، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية، ٢٠٠٠).

دور مواقع التواصل الاجتماعي مؤثر في توعية جميع فئات المجتمع، وذلك يعزى لما تتمتع به هذه المواقع من مميزات جعلت كفة الميزان تميل لها عن باقي الوسائل الإعلامية مثل التفاعلية القائمة على تبادل الآراء والأفكار والمعلومات، وكذلك تسمح بنقل البيانات من الصور والنصوص والفيديو مما يسهم في تعزيز التبادل الثقافي بين مستخدمين هذه المواقع، ولذلك قامت الجامعات بتسخير هذه المواقع لجعلها جسراً يمتد بينها وبين طلابها، لإدامة التواصل العلمي الذي يصب في مصلحة الطرفين، ومن هنا كان لابد من معرفة أثر مواقع التواصل الاجتماعي على التوعية بين الطلبة ونشرها، وفي ضوء ذلك نرى أنه يمكن تحديد مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي الآتي:

ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في الجامعة المستنصرية بتوعية الطلبة؟

ومن هذه المشكلة تفرع عدد من التساؤلات:

(١) كيف يتفاعل الطلبة مع محتوى مواقع التواصل الاجتماعي للجامعة المستنصرية؟

- (٢) ما مدى اعتماد الطلبة في الجامعة على مواقع التواصل الاجتماعي؟
 - (٣) ما درجة ثقة الطلبة في المعلومات الموجودة على مواقع التواصل الاجتماعي؟
 - (٤) ما كثافة متابعة مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للجامعة المستنصرية؟
- ثانياً: أهمية البحث.

"تكتسب البحوث العلمية أهميتها من جملة عناصر ترتبط بطبيعة المشكلة البحثية أو الموضوع البحثي الذي تتصدى له، ومنها ما يرتبط بالمجتمع الذي يفترض أن تسهم في حل مشكلاته، أيضاً ما يمكن تمثله من إضافة مهمة إلى المعرفة في المجال التخصصي الذي ينتمي إليه وفي ميادين العلم عامة" (العبد، ٢٠٠٠)، تكمن أهمية هذه الدراسة في تسليط الضوء على دور المواقع التواصل الاجتماعي في الربط بين الكلية وطلبتها إذ هذه المواقع تمثل الشريان الحيوي الذي يجعل الطلبة على تواصل تام مع جامعتهم الأم ويواكبوا كل يتعلق بأخبارها، أيضاً هذه الدراسة سوف تساعد في الوقوف على نقاط القوة في هذه المواقع وتعزيزها من خلال الاستفادة من نتائج هذه الدراسة.

ثالثاً: أهداف البحث.

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق أهداف رئيسية عدة يمكن تلخيصها بما يأتي:

- (١) معرفة كيفية تفاعل الطلبة مع محتوى مواقع التواصل الاجتماعي للجامعة المستنصرية.
- (٢) معرفة مدى اعتماد الطلبة في الجامعة على مواقع التواصل الاجتماعي.
- (٣) معرفة درجة ثقة الطلبة في المعلومات الموجودة على مواقع التواصل الاجتماعي.
- (٤) معرف كثافة متابعة مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للجامعة المستنصرية.

..... دور مواقع التواصل الاجتماعي بتوعية طلبة الجامعة المستنصرية

رابعاً: مجتمع البحث وعينته.

مجتمع البحث هو المجتمع الأكبر أو مجموع مفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر للمجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث دراسته ويتم تجميع نتائج الدراسة على كافة مفرداته (الحميد، ٢٠٠٤).

أما العينة فتعرف بأنها (نموذجاً يشمل ويعكس جانباً أو جزءاً من وحدات المجتمع الأصل المعني بالبحث، وتكون ممثلة له، بحيث تحمل صفاته المشتركة) (القندلجي، ٢٠١٣)، وأيضاً تعرف العينة (بأنها مجموعة المفردات المختارة من المجتمع لا جراء الدراسة عليها) (المقصود، ٢٠٠٨).

ولقد تم اعتماد العينة العشوائية البسيطة في كعينة للبحث، وعرفت بأنها: (لا يتدخل الباحث في اختيار مفردات هذه العينة، بل تؤخذ بطريقة إعطاء جميع وحدات المجتمع فرصاً متساوية في الاختيار) (حسن، ٢٠١١). وتم توزيع استمارة الاستبيان على ٧٠ طالباً من كلية التربية الاساسية/ الجامعة المستنصرية، الدراسة الصباحية لمختلف المراحل الدراسية، وحصلنا من خلال توزيع الاستمارة على ٦١ استمارة تم اجابة المبحوثين عليها بشكل كامل واخضاعها للتحليل والتفسير، وتم استبعاد ٩ بسبب نقص البيانات وعدم تلبيتها لشروط البحث العلمي.

خامساً: منهج البحث.

يعرف بأنه: " هو مجموعة من القواعد التي يتم وضعها بغرض الوصول إلى الحقيقة العلمية، بمعنى أنه الطريقة أو الخطة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة لاكتشاف الحقيقة المتعلقة بموضوع أو مشكلة الدراسة"، كذلك "هو اسلوب فني يتبع في تقصي الحقائق وتبيانها ويحتوي على عناصر التشويق التي تحفز القراء على البحث وتمكنهم من التعرف على اسراره" (بدوي، ١٩٨٤).

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية حيث تعرف البحوث الوصفية: " بأنها احد اشكال التحليل والتفسير العلمي المنظم لوصف ظاهرة او مشكلة محددة وتصويرها كمياً عن طريق جمع البيانات والمعلومات مقننة عن الظاهرة او المشكلة وتصنيفها وتحليلها واخضاعها للدراسة الدقيقة" (الخياط، ٢٠١١).

وتم اعتماد الاستبيان كأداة للدراسة وهو "عبارة عن أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد عن طريق استمارة يجري تعبئتها من قبل المستجيب" (وآخرون ف، ٢٠٠٢).

سادساً: حدود البحث.

- (١) الحدود المكانية: الجامعة المستنصرية/ كلية التربية الاساسية
- (٢) الحدود الزمانية: تم تحديد المدة الزمنية من (١/١/٢٠٢٤ - ٣/١/٢٠٢٤) لتوزيع استمارة الاستبيان وجمعها وتحليل بياناتها.
- (٣) الحدود الموضوعية: اقتصرت الدراسة على دراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي في الجامعة المستنصرية بتوعية الطلبة - الفيس بوك انموذجا -

سابعاً: الدراسات السابقة.

- ويمكن تناول ما تم التوصل إليه من دراسات قريبة من الموضوع كما يلي:
- (١) دراسة أمال جدي والهام زمال (٢٠٢٠)، عن "دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر التوعية".

استهدفت الدراسة التعرف على مدى استخدام موقع الفيس بوك من طرف القطاع الصحي وأهم القضايا المشاركة عبر هذا الموقع، هذه الدراسة تصنف ضمن البحوث الوصفية التي تهتم بشرح وتوضيح الأحداث والمواقف المختلفة المعبرة، وفيما يخص حجم العينة فقد تم إرسال ١٠٠ استمارة إلكترونية إلى متابعي الصفحة، من تاريخ ٢١ ماي ٢٠٢٠ إلى ٢٣ ماي ٢٠٢٠ وبعد الفرز والتنظيم، تم استبعاد ٣٥ استمارة

..... دور مواقع التواصل الاجتماعي بتوعية طلبة الجامعة المستنصرية

يمثل حجم عينة هذه الدراسة (٣٦ متابعاً من الذكور، و٢٩ متابعاً من الإناث)، وتوصلت إلى أن التفاعل أمر ضروري وبالأخص حين الإطلاع على التعليقات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

فحسب رأي أفراد العينة فيكتفون بتفاعلهم بالإعجاب أكثر دون التعمق في التعليقات وفهمها وهذا يدل على اللامبالاة. إن هدف زيادة الوعي لدى جميع مهمة وهذا دافع إلى مشاركة المنشورات الخاصة بالصحة والتوعية عبر صفحات متنوعة بصفة جيدة.

(٢) دراسة شيرين عبد الحفيظ البحيري (٢٠١٧)، عن "مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالقيم الاجتماعية لدى طلاب مرحلة التعليم ما قبل الجامعي".

استهدفت الدراسة التعرف على طبيعة العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والقيم الاجتماعية لدى طلاب مرحلة التعليم قبل الجامعي، لمعرفة التأثيرات الإيجابية والسلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأخلاقية والتربوي لدى طلاب مرحلة التعليم قبل الجامعي، اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي لكونه مناسباً لطبيعة الدراسة فهي دراسة مسحية للكشف طبيعة العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والقيم الاجتماعية ومدى تأثيرها على طلاب مرحلة التعليم قبل الجامعي، تم تطبيق عينة الدراسة البالغ قوامها (٣٠٠) مفردة وبعد جمع الاستمارات، توصلت الدراسة إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلاب مرحلة التعليم قبل الجامعي تباين ويختلف من موقع لآخر حسب الاهتمامات والامزجة المختلفة لدى الطلاب، وأن أكثر المواقع استخداماً هو موقع الفيسبوك وقد بلغت نسبة استخدامه من عينة الدراسة.

تحديد المصطلحات:

(١) مواقع التواصل الاجتماعي:

"هي الأداة الأهم في أدوات الإعلام الجديد الذي نشأ في ظل البيئة الرقمية وتتميز بالتفاعلية والتنوع، وتعد شكل من اشكال الاتصال الالكتروني والتي ينشئ من خلالها مجتمعات عبر الانترنت لمشاركة المعلومات والافكار" (المدني، ٢٠٢١).

(٢) التوعية:

هي إرشادات وبرامج ومعلومات وحملات إعلامية يتم وضعها ضمن مخطط مدروس من أجل تثقيف المجتمع، أو فئة محددة مثل فئة الشباب من أجل دفع عجلة التنمية وبناء مجتمعات تقوم على العلم ومعرفة.

(الفصل الثاني)

الاطار النظري

«المبحث الأول»

مواقع التواصل الاجتماعي:

أولاً: النشأة:

يعود ظهور مفهوم مواقع التواصل إلى عالم الاجتماع "جون بارنز" في عام ١٩٥٤م، حيث أطلق هذا المفهوم على "نوادي المراسلة العالمية" بشكلها التقليدي التي كانت تتبعه في خلق تواصل بين الأفراد من مختلف دول العالم وذلك من خلال استخدام الرسائل المكتوبة، ويرجع تاريخ هذا التواصل الإنساني من خلال الإنترنت إلى عام ١٩٨٩م، عندما اخترع شبكة الويب، وانشاء أول متصفح ضمن شبكة الإنترنت المعروف باسم (World Wid Web) ليفتح الأبواب أمام عهد جديد من التواصل بين أفراد المجتمع إلكترونياً (العتيبي، ٢٠٢٠).

وتقوم فكرة مواقع التواصل الاجتماعي على بناء وتفعيل المجتمعات الحية على الإنترنت، حيث يشارك الناس اهتماماتهم وأنشطتهم من خلال برمجيات تحقق صفة الاجتماعية، وهي تحقق اتصالات تفاعلية باتجاهين، أنها عبارة عن تطبيقات تكنولوجية مستندة إلى الويب، وتتيح التفاعل بين الناس، وتسمح بنقل البيانات الإلكترونية وتبادلها بسهولة، وتوفر للمستخدمين إمكانية العثور على آخرين يشتركون في نفس المصالح، وبناء عليه ينتج عن ذلك ما يسمى بالمجتمعات الافتراضية، حيث يستطيع المستخدمون التجمع في كيانات اجتماعية تشبه الكيانات الواقعية (محمد، ٢٠٢٠).

كذلك تعرف (بأنها شبكة مواقع فعالة في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من تواصل بعضهم ببعض بعد طول سنوات، وتمكنهم أيضاً من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطن العلاقة الاجتماعية بينهم) (القميزي، ٢٠١٢).

المجتمعات الافتراضية مسمى يعرف به الافراد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وأيضاً يطلق عليها المجتمعات الإلكترونية، وعرفت هذه المجتمعات الافتراضية بأنها: (مجتمعات مكونة من مجموعة من الناس يتفاعلون معاً إلكترونياً وبنسبة كبيرة مقارنة مع تفاعلهم وجها لوجه، لأسباب اجتماعية أو تعليمية وغيرها، وبسبب انتشار هذه المجتمعات الافتراضية، وكيف يتم نقل المعلومات عنها أصبح يمكن استخدامها في التسويق والترويج)، وكذلك عرفت هذه المجتمعات بأنها: (مكونة من اشخاص يتواصلون مع بعضهم البعض إلكترونياً وفي اتجاهين متعاكسين، ويكون هذا الاستخدام بشكل اختياري من حيث الاستخدام أو عدم الاستخدام، ويتميز هؤلاء الافراد أنه لا يوجد بينهم أي ارتباط جغرافي من حيث المكان فهم منتشرين في مختلف أنحاء العالم، وأن هذا التواصل الذي يتم بينهم يكون فرصة لتبادل المعلومات والخبرات والصور والآراء، وأيضاً كل ما يعود بالنفع عليهم، وأن الرابط المشترك الذي يجمعهم والاهتمامات المشتركة والرغبة في التواصل مع الآخرين) (النصر، ٢٠١٩).

ثانياً: مراحل تطور مواقع التواصل الاجتماعي:

"المرحلة الأولى: وتعد هذه المرحلة تأسيسية لمواقع التواصل الاجتماعي، وهي المرحلة التي ظهرت مع الجيل الأول للويب وشهدت خطوات التأسيس الأولى للمواقع، ومن أبرز المواقع التي تكونت وهو موقع يوفر للأفراد المتفاعلين في إطاره فرصة لتكوين الصداقات وعرض يومياتهم وكسب الأصدقاء، وفي عام ١٩٩٨م بدأت فكرة قوائم الأصدقاء.

..... دور مواقع التواصل الاجتماعي بتوعية طلبة الجامعة المستنصرية

وكذلك موقع ظهر منتصف التسعينات وصممه راندي كونرادز، وكان الغرض منه الربط بين زملاء الدراسة، وايضا موقع وهدفه تكوين مواقع تواصل اجتماعي لرجال الاعمال لتسهيل تعاملاتهم التجارية" (الغفار، شبكات التواصل الاجتماعي، ٢٠١٥).

"المرحلة الثانية: ويمكن وصف هذه المرحلة بأنها مرحلة اكتمال مواقع التواصل الاجتماعي، وتبدأ مع المرحلة الثانية للويب وتؤرخ هذه المرحلة بانطلاق موقع وهو الموقع الامريكي الشهير، وثم موقع الفيس بوك، حيث تزايد عدد المستخدمين في هذه المرحلة على مستوى العالم" (الغفار، شبكات التواصل الاجتماعي، ٢٠١٥).

"أن مواقع التواصل الاجتماعي تمثل نبعا فياضا يستمد منه المتعامل معها العديد من المعلومات، والمعارف، التي تسهم في إشباع النهم المعرفي، كذلك تحدث نوعاً من التبادل المعرفي عن طريق تبادل المعلومات، الأمر الذي يثري ثقافة الشباب، ويزيد من حصيلتهم المعرفية في أوقات قصيرة، وبطريقة سهلة ميسرة، أيضاً تخلق التواصل بين جميع الأشخاص، ومن كل الأعمار على مستوى العالم، ما يفتح المجال للاستفادة من خبرات الآخرين، والتطلع إلى أفكارهم" (اسماعيل، ٢٠٢٠).

ثانياً: إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:

لمواقع التواصل الاجتماعي إيجابيات عديدة ومنها (العتيبي، المعلوماتية وأثرها على النظم العربية، ٢٠٢٠):

- ١) احياء التواصل مع اصدقائه القدماء وتكوين علاقات جديدة
- ٢) متابعة أخبار الاصدقاء لمعرفة ما يفعلون ويفكرون به.
- ٣) التفاعل مع الاصدقاء من خلال نشر الصور ومقاطع الفيديو وتبادل المعلومات.
- ٤) الاجتماع بالأصدقاء القدماء ودعوتهم إلى اللقاءات بهدف التواصل معهم.

٥) التواصل مع الآخرين الذين يشتركون معهم بالاهتمامات من خلال إنشاء صفحات على هذه المواقع.

٦) تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على تطوير الرصيد اللغوي للفرد من خلال تواصل مع أفراد تكون ثقافتهم مغايرة لثقافته، والاطلاع على مجتمع عاداته تكون مختلفة.

ثالثاً: سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

وهناك عدد من السلبيات التي تنعكس كمظاهر سلوكية واجتماعية على مرتادي مواقع التواصل الاجتماعي:

١) "أن التواصل والتفاعل مع الآخرين يخلق الكذب، كذلك العجز عن التحكم في عدد ساعات الجلوس أمام الإنترنت، وإدمان عملية التواصل الاجتماعي بشكل دائم وهذا ما يعرف بالوسواس القهري للإنترنت.

٢) نمط التفكير السائد هو غير المنطقي حيث تتداخل أفكار متنوعة تركز على مفاهيم مختلفة، ليس لها أي التزام ديني أو قانوني.

٣) اللامبالاة عامة، والتي تؤدي إلى إهمال العلاقات الاجتماعية مع الأسرة والأصدقاء، كالاشتراك في الأنشطة الاجتماعية والأحداث الجارية.

٤) تراجع المستوى الدراسي وارتفاع معدلات الغياب من المدرسة وعدم متابعة الدروس وتجاهلها.

٥) مشاعر سلبية تظهر عند التوقف من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ومنها التوتر وعدم الرضا، والشعور بالوحدة.

٦) تساعد هذه المواقع في الهروب من الواقع إلى مجتمع افتراضي مثالي يكون سببا في عدم تعزيز ذاته وثقته بنفسه" (اسماعيل، مواقع التواصل الاجتماعي بين التصرفات المرفوضة- والأخلاقيات المفروضة، ٢٠٢٠).

..... دور مواقع التواصل الاجتماعي بتوعية طلبة الجامعة المستنصرية

رابعاً: موقع الفيس بوك:

يعد الفيس بوك من أهم وأشهر مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى العالم، هذا الموقع على مبدأ أن يستعمل أعضاؤه هوياتهم الحقيقية، فالأسماء المستعارة والوهمية مرفوضة تماماً، كذلك قاموس الإعلام والاتصال يعرف موقع الفيس بوك بأنه: (موقع خاص بالتواصل الاجتماعي، تم تأسيسه عام ٢٠٠٤م، ويوفر هذا الموقع نشر صفحات خاصة، وفي بداياتها استخدم هذا الموقع لخدمة طلاب الجامعات، وهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص) (فاضل، ٢٠١٩).

بدأ الفيس بوك في عام ٢٠٠٤م إذ كان هناك طالب في جامعة هارفارد إذ يدعى مارك زوكربيرج، وكان مشهور عنه ولعه وشغفه الشديد بالإنترنت وكان له وقتها هدف واضح يريد أن يحققه وهو انشاء موقع ويب على الإنترنت يقوم بجمع زملائه في الجامعة بحيث يمكنهم من طريق هذا الموقع تبادل الآراء ووجهات النظر والأخبار والصور بين بعضهم بعض وسرعان ما حقق الموقع نجاحاً كبيراً الأمر الذي شجعه على جعل الاشتراك بالموقع مفتوحاً لطلاب الجامعات الأخرى ثم لطلاب المدارس الثانوية بعد ذلك وأستمر الموقع على ذلك الحال قاصراً على فئة الطلاب دون غيرهم من عام ٢٠٠٤م حتى عام ٢٠٠٦م الى أن قام مارك بعد ذلك بفتح أبواب الموقع للجميع من مستخدمي شبكة الإنترنت (العتيبي، المعلوماتية واثرها على النظم العربية، ٢٠٢٠).

يتميز الفيس بوك بتقديم خدمات كثيرة ابرزها (الدليمي ع.، ٢٠٢٠):

- (١) مجانية الاشتراك في الموقع.
- (٢) البحث عن الاصدقاء القدامى والتعرف عليهم ومراسلتهم.
- (٣) تمتع الشخص بوجود حساب شخصي على الموقع يمكن للمستخدم وضع ما يريد فيه وكتابة ما يشاء، وتحديد بعض الاشخاص الذين يسمح لهم بمشاهدتها او السماح للجميع مشاهدتها.

- ٤) وضع الصور الخاصة بالشخص على حسابه، وتكوين البوم صور خاص به.
- ٥) وضع الفيديوهات المفضلة على الحساب الشخصي، وتحديد من يمكنهم رؤيته.
- ٦) المحادثة المباشرة مع الاصدقاء.
- ٧) ارسال واستلام الرسائل من الاصدقاء.
- ٨) تكوين مجموعات او الاشتراك في مجموعات تتناسب مع الشخص وبدون ادنى شروط.

«المبحث الثاني»

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

أولاً: نشأة النظرية:

"تعود نشأة نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام الى حقبة السبعينات وهي قائمة على اساس وجود علاقة قوية بين المجهور ووسائل الاعلام والنظام الاجتماعي، حيث قدم كل من مبلفن ديفلر وساندرا بول روكيتش نموذج الاعتماد على وسائل الاعلام لأول مرة عام ١٩٧٦، وقد اتضح من خلال هذه النظرية أن وسائل الإعلام أصبحت تصنف باعتبارها أحد مصادر القوة في المجتمعات على الأفراد، فهي تزودهم بالمعلومات المختلفة حول موضوعات متنوعة" (الحميد ع.، ٢٠١٦).

وتقوم النظرية بتحديد العلاقة بين الفرد ووسائل الاعلام، فكلما اعتمد الفرد على هذه الوسائل لإشباع حاجاته المعرفية، قامت هذه الوسائل بدور مؤثر في حياة الفرد النفسية والاجتماعية وبالتالي يزداد تأثيرها، وتعد هذه النظرية شاملة وكاملة ويرجع هذا لاحتوائها على مصطلحات ومفردات من علم النفس الاجتماعي، وعلم الاجتماع، وأن هذا التفاعل الناتج من النظرية يكون على ارتباط الحاصل بين المتغيرات الفردية المتأثرة بالوسيلة الإعلامية ومرتبطة بها (الحميد م.، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ٢٠٠٤).

إن التفاعل بين الأفراد والوسائل الإعلامية يعتمد على الخبرات السابقة التي يمتلكونها وظروفهم الاجتماعية، ولأن الوسائل الإعلامية تعد مصدر مهم للمعلومات ومعرفة بيئتهم المحيطة والوصول لأهدافهم يكون يعتمد الأفراد عليها بشكل كبير، وأن الاحتياج للوسيلة الإعلامية من أجل استقاء المعلومات يؤدي إلى حدوث تغير في المشاعر وحتى السلوكيات.

كذلك أن الوسائل الإعلامية في تطور مستمر ونمو، وفي كفة أخرى المجتمعات في تطور يوم بعد يوم وهذا يجعل على عاتق الوسائل الاعلامية مسؤولية مهمة في تزويد الأفراد بالمعلومات الضرورية لمواكبة هذا التقدم (حدادي، ٢٠١٩).

ثانياً: آثار الاعتماد على وسائل الإعلام (حسن عماد مكاوي، ١٩٩٨):

هناك عدد من الآثار التي تنتج عن اعتماد الاشخاص على الوسائل الإعلامية وهذه الآثار تتمثل في ثلاث فئات رئيسة وهي:

١) الآثار المعرفية:

وتتضمن هذه الآثار المعرفية المترتبة على الاعتماد على الوسائل الإعلامية: تكوين اتجاهات جديدة لدى الافراد من قيم ومعتقدات، وترتيب أولوياتهم، وكشف الغموض.

٢) الآثار الوجدانية:

أن اعتماد الافراد على وسائل الإعلام تترتب عليه تأثيرات وجدانية ومنها: الشعور بالخوف، والقلق الدائم والاغتراب بالبيئة المحيطة، وأيضا الفتور العاطفي.

٣) الآثار السلوكية:

أن الآثار السلوكية التي تترتب نتيجة الاعتماد على الوسائل الإعلامية تتمثل في سلوكين هما: الخمول، والتنشيط

ثالثاً: فروض النظرية:

وتستند هذه النظرية إلى مجموعة من الفروض وهي (نوري، ٢٠٢٠):

١) "أن المعلومات عندما تكون ذات أهمية بالنسبة للأشخاص وتبث عبر وسائل الاعلام، سوف يعتمد الاشخاص على هذه الوسائل الاعلامية لمعرفة المعلومات وتطور الاحداث.

..... دور مواقع التواصل الاجتماعي بتوعية طلبة الجامعة المستنصرية

(٢) أن أعتد الاشخاص على الوسائل الإعلامية في الحصول على معلوماتهم، سوف تزداد التأثيرات المعرفية عليهم وانعكاساتها، إضافة إلى التأثيرات السلوكية والوجدانية.

(٣) أن عدم استقرار الأوضاع على كافة الأصعدة في المجتمع يؤدي هذا إلى أن الاشخاص في المجتمع يعتمدون على مختلف الوسائل الاعلامية.

(٤) أن توفير مصادر متنوعة للحصول على المعلومات يؤثر على درجة اعتماد الأشخاص في المجتمع على الوسائل الإعلامية".

رابعاً: الانتقادات التي تعرضت لها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

(١) " جزم النظرية المسبق بتأثر الجماهير بمضامين وسائل الإعلام وإهمالها للقدرة الانتقائية للأفراد وتأثرهم بوسائط اجتماعية أخرى كالأصدقاء والجماعات المرجعية وغيرها.

(٢) إن معظم البحوث والدراسات التي تدرس مدخل الاعتماد على المستوى الفردي، تدرس أبعاد واثار الاعتماد الناجمة عن اعتماد الأفراد على الوسائط المختلفة دون التركيز على النظام والجماعات.

(٣) إن النظرية لم توضح ما إذا كان يوجد مستوى مثلاً من الاعتماد على وسائل الإعلام وهل تزيد وسائل الإعلام الجديد من اعتماد الجمهور ام تقلل من هذا الاعتماد وتجعلهم اكثر استقلالية". (مهدي، ٢٠١٨)

(الفصل الثالث)

نتائج الدراسة التحليلية

وفي هذا الفصل سوف يتم تبويب البيانات التي تم تفريغها من استمارات الاستبيان والبالغ عددها (٦١) استمارة وتحليلها.

جاءت نتائج التحليل كالآتي:

الجدول (١)

توزيع عينة البحث وفق النوع

ت	النوع	تكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	ذكر	٣٣	٥٤,١٠ %	الأولى
٢	انثى	٢٨	٤٥,٩٠ %	الثانية
	المجموع	٦١	١٠٠	

يوضح الجدول اعلاه أن عينة البحث وفق النوع كانت بنسب متقاربة، إذ كانت النسبة الأعلى "للذكور" حصلت على المرتبة الأولى بمجموع تكرار بلغ (٣٣) ونسبة مئوية (٥٤,١٠ %) من عينة البحث، فيما جاءت في المرتبة الثانية فئة "الإناث" وحصلت على مجموع تكرار بلغ (٢٨) ونسبة مئوية (٤٥,٩٠ %) من عينة البحث، وهذه النتيجة المتقاربة تبين أن كلا النوعين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي للاطلاع على الاخبار التي تكون ضمن صفحاتها.

الجدول (٢)

توزيع عينة البحث وفق المرحلة الدراسية

ت	المرحلة	تكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	المرحلة الاولى	٢٤	٣٩,٣٥٪	الاولى
٢	المرحلة الثانية	٩	١٤,٧٥٪	الرابعة
٣	المرحلة الثالثة	١٦	٢٦,٢٠٪	الثانية
٤	المرحلة الرابعة	١٢	١٩,٧٠٪	الثالثة
	المجموع	٦١	١٠٠٪	

يوضح الجدول اعلاه أن المرحلة الدراسية الاولى جاءت بالمرتبة الاولى وبأعلى مجموع تكرارات بلغ (٢٤) ونسبة مئوية (٣٩,٣٥٪) من عينة البحث، ويليهما بالمرتبة الثانية المرحلة الثالثة جاءت بمجموع تكرار (١٦) ونسبة مئوية (٢٦,٢٠٪) من عينة البحث، اما المرحلة الرابعة جاءت بالمرتبة الثالثة بمجموع تكرار (١٢) ونسبة مئوية (١٩,٧٠٪) من عينة البحث، في حين جاءت في المرتبة الاخيرة المرحلة الثانية بمجموع تكرار (٩) ونسبة مئوية (١٤,٧٥٪) من عينة البحث، ونستنتج من هذه البيانات أن طلبة المرحلة الأولى هم أكثر فئة تتصفح مواقع الجامعة من أجل الاطلاع على جامعتهم.

..... دور مواقع التواصل الاجتماعي بتوعية طلبة الجامعة المستنصرية

جدول (٣)

ما الموقع الذي تفضله من مواقع
التواصل الاجتماعي التابعة للجامعة المستنصرية

ت	فئات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	الفيس بوك	٤٦	٧٥,٤٠٪	الأولى
٢	موقع الجامعة	٧	١١,٥٠٪	الثانية
٣	يوتيوب	٤	٦,٥٥٪	الثالثة
٤	إنستغرام	٤	٦,٥٥٪	الرابعة
٥	تيليجرام	-	-	الخامسة
	المجموع	٦١	١٠٠٪	

يوضح الجدول اعلاه أن فئة "الفيس بوك" جاءت بالمرتبة الاولى وبأعلى مجموع تكرارات بلغ (٣١) ونسبة مئوية (٨٠٪, ٥٠)، وجاءت بالمرتبة الثانية فئة "موقع الجامعة" إذ حصلت على تكرار (١٠) ونسبة مئوية (١٦,٣٩ ٪)، جاءت بالمرتبة الثالثة فئة "يوتيوب" إذ حصلت على تكرار (٧) ونسبة مئوية (٤٧٪, ١١)، جاءت في المرتبة الرابعة والاحيرة فئة "إنستغرام" بمجموع تكرار (٤) ونسبة مئوية (٦,٥٥٪)، أما فئة "تيليجرام" جاءت بتكرار (-)، ونستنتج من هذه البيانات أن الفيس بوك أكثر المواقع شعبية بين الطلبة.

جدول (٤)

كم تقضي من الوقت في تصفح موقع الفيس بوك

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئات	ت
الأولى	٣٦,٠٥ %	٢٢	أقل من نصف ساعة	١
الثانية	٤١,٠٠ %	٢٥	أكثر من نصف ساعة	٢
الثالثة	٢٢,٩٥ %	١٤	أكثر من ساعة	٣
		١٠٠ %	المجموع	

يوضح الجدول اعلاه أن فئة " أقل من نصف ساعة" جاءت بالمرتبة الاولى إذ حصلت على مجموع تكرار بلغ (٢٢) ونسبة مئوية (٣٦,٠٥ %)، وجاءت بالمرتبة الثانية فئة " أكثر من نصف ساعة" إذ حصلت على مجموع تكرار بلغ (٢٥) ونسبة مئوية (٤١,٠٠ %)، جاءت بالمرتبة الثالثة والأخيرة فئة " أكثر من ساعة" إذ حصلت على تكرار بلغ (١٤) ونسبة مئوية (٢٢,٩٥ %)، ونستنتج من هذه البيانات أن الوقت لتصفح جيد كونه موقع تعليمي هادف يسعى إلى تعزيز وعي الطلبة بالموضوعات الجامعية كافة.

جدول (٥)

هل قمت بتبادل المعلومات مع زملاء

بعد معرفتها من موقع التواصل الاجتماعي -الفيس بوك

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئات	ت
الأولى	٤٩,٢٠ %	٣٠	دائما	١
الثانية	٣٦,٠٥ %	٢٢	احيانا	٢
الثالثة	١٤,٧٥ %	٩	نادرا	٣
	١٠٠ %	٦١	المجموع	

..... دور مواقع التواصل الاجتماعي بتوعية طلبة الجامعة المستنصرية

- يوضح الجدول اعلاه أن فئة " دائما" جاءت بالمرتبة الاولى إذ حصلت على مجموع تكرار بلغ (٣٠) ونسبة مئوية (٤٩,٢٠ %)، وجاءت بالمرتبة الثانية فئة " احيانا" إذ حصلت على مجموع تكرار بلغ (٢٢) ونسبة مئوية (٣٦,٠٥ %)، جاءت بالمرتبة الثالثة فئة " نادرا" إذ حصلت على مجموع تكرار بلغ (٩) ونسبة مئوية (١٤,٧٥ %)، ونستنتج من هذه البيانات أن طلبة تقوم بتبادل المعلومات التي تزود بها من موقع الجامعة مع زملاءها لأهمية الاخبار بالنسبة لهم.

جدول (٦)

ما نمط تفاعلك مع الاخبار المنشورة على موقع الفيس بوك

ت	الفئات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	مشاركة	٢٢	٣٦,٠٥ %	الأولى
٢	اعجابات	١٨	٢٩,٥٠ %	الثانية
٣	كتابة تعليق	١٥	٢٤,٦٠ %	الثالثة
٤	مشاهدة فقط	٦	٩,٨٥ %	الرابعة
	المجموع	٦١	١٠٠	

يوضح الجدول اعلاه أن "مشاركة الأخبار" جاءت بالمرتبة الاولى وبأعلى مجموع تكرارات بلغ (٢٢) ونسبة مئوية (٣٦,٠٥ %) من عينة البحث، ويلها بالمرتبة الثانية "الاعجابات" جاءت بمجموع تكرار (١٨) ونسبة مئوية (٢٩,٥٠ %) من عينة البحث، اما "كتابة تعليق" جاءت بالمرتبة الثالثة بمجموع تكرار (١٥) ونسبة مئوية (٢٤,٦٠ %) من عينة البحث، في حين جاءت في المرتبة الاخيرة "المشاهدة فقط" بمجموع تكرار (٦) ونسبة مئوية (٩,٨٥ %) من عينة البحث أن الطلبة تتفاعل مع موقع الجامعة ولا تكتفي فقط بم مشاهدة الاخبار المعروضة.

جدول (٧)

ما تفضل من المحتوى في مواقع التواصل
الاجتماعي-الفيس بوك- التابعة للجامعة المستنصرية

ت	فئات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	مقاطع الفيديو	٤٤	١٣, ٧٢٪	الأولى
٢	ريلز	١٠	٣٩, ١٦٪	الثانية
٣	صور	٧	٤٧, ١١٪	الثالثة
	المجموع	٦١	١٠٠	

يوضح الجدول اعلاه أن فئة "مقاطع الفيديو" جاءت بالمرتبة الاولى وبأعلى مجموع تكرارات بلغ (٤٤) ونسبة مئوية (١٣٪, ٧٢)، وجاءت بالمرتبة الثانية فئة "ريلز" إذ حصلت على تكرار (١٠) ونسبة مئوية (٣٩, ١٦ ٪)، جاءت بالمرتبة الثالثة والأخيرة فئة "صور" إذ حصلت على تكرار (٧) ونسبة مئوية (٤٧٪, ١١)، وقد ونستنتج من هذه البيانات أن أكثر ما يفضل هو مقاطع الفيديو وذلك يعزى لأنها تتضمن الصوت والصور وهذه المقاطع تكون مرفقة بمؤثرات تجذب الطلبة للمعلومات المتضمنة بها عن كل ما يتعلق بالجامعة.

..... دور مواقع التواصل الاجتماعي بتوعية طلبة الجامعة المستنصرية

جدول (٨)

هل تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي
- الفيس بوك - لاستقاء المعلومات عن الجامعة.

ت	الفئات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	دائما	٤٢	٦٨, ٨٥٪	الأولى
٢	احيانا	١٣	٢١, ٣٠٪	الثانية
٣	نادرا	٦	٩, ٨٥٪	الثالثة
	المجموع	٦١	١٠٠	

يوضح الجدول اعلاه أن الفئة "دائما" جاءت بالمرتبة الاولى إذ حصلت على تكرار (٤٢) ونسبة مئوية (٦٨, ٨٥٪)، وجاءت بالمرتبة الثانية الفئة "احيانا" إذ حصلت على تكرار (١٣) ونسبة مئوية (٢١, ٣٠٪)، جاءت بالمرتبة الثالثة والأخيرة فئة "نادرا" إذ حصلت على تكرار (٦) ونسبة مئوية (٩, ٨٥٪)، ونستنتج من هذه البيانات أن الطلبة تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي في معرفة كافة الاخبار المتعلقة بالجامعة ومتابعة مجريات الاحداث.

جدول (٩)

هل تثق بالمعلومات والاخبار التي يتم نشرها على موقع الفيس بوك

ت	الفئات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	دائما	٤٩	٨٠, ٣٥٪	الأولى
٢	احيانا	٩	١٤, ٧٥٪	الثانية
٣	نادرا	٣	٤, ٩٠٪	الثالثة
	المجموع	٦١	١٠٠٪	

يوضح الجدول اعلاه أن فئة " دائما" جاءت بالمرتبة الاولى إذ حصلت على تكرار بلغ (٤٩) وبنسبة مئوية (٢٠٪، ٤٩)، وجاءت بالمرتبة الثانية فئة " احيانا" إذ حصلت على مجموع تكرار بلغ (٩) وبنسبة مئوية (٧٥٪، ١٤)، جاءت بالمرتبة الثالثة فئة " نادرا" إذ حصلت على مجموع تكرار بلغ (٩) وبنسبة مئوية (٩٠٪، ٤)، ونستنتج من هذه البيانات أن الطلبة تثق بالمعلومات التي يقدمها الموقع كونه موقع جامعي يسير وفق منهج مدروس في ما يعرضه من محتوى.

الجدول (١٠)

هل تواكب مواقع التواصل الاجتماعي

-الفيس بوك- مستجدات الاخبار التابعة للجامعة المستنصرية

ت	الفئات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	دائما	٣٩	٦٣،٩٥٪	الأولى
٢	احيانا	١٣	٢١،٣٠٪	الثانية
٣	نادرا	٩	١٤،٧٥٪	الثالثة
	المجموع	٦١	١٠٠	

يوضح الجدول اعلاه أن فئة "دائما" جاءت بالمرتبة الاولى إذ حصلت على مجموع تكرار بلغ (٣٩) وبنسبة مئوية (٦٣،٩٥٪)، وجاءت بالمرتبة الثانية فئة "احيانا" إذ حصلت على مجموع تكرار بلغ (١٥) وبنسبة مئوية (٢١،٣٠٪)، جاءت بالمرتبة الثالثة والأخيرة فئة "نادرا" إذ حصلت على مجموع تكرار بلغ (٩) وبنسبة مئوية (١٤،٧٥٪)، ونستنتج من هذه البيانات أن مواقع التواصل الاجتماعي دائماً متبعة لمجريات الاحداث في الجامعة وتضمينها في مواقعها.

..... دور مواقع التواصل الاجتماعي بتوعية طلبة الجامعة المستنصرية

جدول (١١)

هل تسهم مواقع التواصل الاجتماعي

-الفيس بوك- في التوعية البيئية وأهمية المساحات الخضراء

ت	الفئات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	دائما	٤٨	٧٨,٧٠ %	الأولى
٢	احيانا	٩	١٤,٧٥ %	الثانية
٣	نادرا	٤	٦,٥٥ %	الثالثة
	المجموع	٦١	١٠٠ %	

يوضح الجدول اعلاه أن فئة "دائما" جاءت بالمرتبة الاولى إذ حصلت على مجموع تكرار بلغ (٤٨) نسبة مئوية (٧٨,٧٠ %)، وجاءت بالمرتبة الثانية فئة "احيانا" إذ حصلت على مجموع تكرار بلغ (٩) ونسبة مئوية (١٤,٧٥ %)، جاءت بالمرتبة الثالثة والأخيرة فئة "نادرا" إذ حصلت على مجموع تكرار بلغ (٤) ونسبة مئوية (٦,٥٥ %)، ونستنتج من هذه البيانات أن الموقع لا يعرض فقط في أخبار الجامعة أنها يقوم بمواكبة أهم الموضوعات التي تكون على الساحة الجامعية والتي تصب في مصلحة المجتمع من أجل توسيع مدارك الطلبة.

جدول (١٢)

هل مواقع التواصل الاجتماعي - الفيس بوك-

التابعة للجامعة المستنصرية تسهم في زيادة رصيدك الثقافي؟

ت	فئات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	دائما	٥١	٨٣,٦٠ %	الأولى
٢	احيانا	٧	١١,٥٠ %	الثانية
٣	نادرا	٣	٤,٩٠ %	الثالثة
	المجموع	٦١	١٠٠	

يوضح الجدول اعلاه أن الفئة "دائما" جاءت بالمرتبة الاولى وبأعلى مجموع تكرارات بلغ (٥١) ونسبة مئوية (%٨٣, ٦٠)، يليها بالمرتبة الثانية الفئة "احيانا" إذ جاءت بمجموع تكرار بلغ (٧) ونسبة مئوية (%١١, ٥٠)، وبعدها بالمرتبة الأخيرة فئة "نادرا" بمجموع تكرار بلغ (٣) ونسبة مئوية (%٤, ٩٠)، ونستنتج من هذه البيانات أن الاخبار تزيد من المستوى الثقافي لدى الطلبة إذ كل مدة تبث معلومات ثقافية وعلمية يكون لها دور في زيادة الوعي.

جدول (١٣)

هل تتسم الاخبار في مواقع
التواصل الاجتماعي - الفيس بوك - بالتنوع.

ت	فئات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	دائما	٤٦	%٧٥, ٤٠	الأولى
٢	احيانا	١٠	%١٦, ٤٠	الثانية
٣	نادرا	٥	%٨, ٢٠	الثالثة
	المجموع	٦١	١٠٠	

يوضح الجدول اعلاه أن فئة "دائما" جاءت بالمرتبة الاولى وبأعلى مجموع تكرارات بلغ (٤٦) ونسبة مئوية (%٧٥, ٤٠) من عينة البحث، ويليه بالمرتبة الثانية فئة "احيانا" جاءت بمجموع تكرار (١٠) ونسبة مئوية (%١٦, ٤٠) من عينة البحث، اما فئة "نادرا" جاءت بالمرتبة الثالثة والأخيرة بمجموع تكرار (٥) ونسبة مئوية (%٨, ٢٠) من عينة البحث أن اخبار جامعة متنوعة في معلوماته وتغطي كافة المجالات والتخصصات.

النتائج

- (١) إن مواقع التواصل الاجتماعي لا سيما موقع الفيس بوك تكون ذات تأثير على الشباب الجامعي من ناحية التوعية بالاخبار الجامعية لمواكبة المجريات كافة.
- (٢) إن لمواقع التواصل الاجتماعي بعدا إيجابية على طلبة الجامعة المستنصرية في حياتهم الجامعية.
- (٣) إن الطلبة تتفاعل مع مضامين هذه المواقع وأبرز هذه التفاعل هو المشاركة واعطاء الاعجابات، كذلك تفضيلهم لمقاطع الفيديو والصور لأكثر ما يتابعونه على هذه الصفحة.
- (٤) إن مواقع التواصل الاجتماعي بداية لتعرف الطلبة على عالمهم الجامعي من خلال المعلومات التي تقدمها المواقع ضمن اخبارها التي تكون متنوعة ومواكبة لمجريات الاحداث في الجامعة، حيث لها دور في زيادة مستوى الوعي الثقافي.
- (٥) تتسم أخبار الجامعة بالتنوع والشمولية فهي لا تقتصر على جانب واحد وانما تغطي الموضوعات كافة.

قائمة المراجع

- ١) اسامة غازي المدني (٢٠٢١). ذكاء إعلام. دار اليازوري للنشر والتوزيع، ١٠٩.
- ٢) الكنانى الدجيلي وأحمد مهدي. (٢٠١٨). التلفزيون والوعي الصحي. عمان: دار أجمد للنشر.
- ٣) حمد عبد الله القمزي. (٢٠١٢). تقنيات التعليم ومهارات الاتصال. السعودية: دار الشقري للنشر.
- ٤) شريف درويش اللبان وهشام عطيه عبد المقصود. (٢٠٠٨). مقدمة في مناهج البحث العلمي. القاهرة: دار العربية للنشر والتوزيع.
- ٥) عاطف عدلي العبد. (٢٠٠٠). الرأي العام وطرق قياسه- الأسس النظرية المنهجية. دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، ١٦٧.
- ٦) عاطف عدلي العبد. (٢٠٠٠). الرأي العام وطرق قياسه- الأسس النظرية المنهجية. دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، ١٦٧.
- ٧) عامر القندلجي. (٢٠١٣). منهجية البحث العلمي. عمان: اليازوري للنشر والتوزيع.
- ٨) عبد الباسط حسن. (٢٠١١). أصول البحث العلمي. القاهرة: مكتبة وهبة للنشر والتوزيع.
- ٩) عبد الرزاق الدليمي. (٢٠١٦). نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين. الاردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- ١٠) عبد الرضا بدوي. (١٩٨٤). موسوعة الفلسفة. بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر.
- ١١) عثمان محمد الدليمي. (٢٠٢٠). مواقع التواصل الاجتماعي: نظرة عن قرب. دار غيداء للنشر والتوزيع، ١٥٦.

- (١٢) عصام انيس عبد الحميد. (٢٠١٦). نظريات الاتصال والإعلام. جدة: دار خوارزم العلمية للنشر والتوزيع.
- (١٣) علاء نجاح نوري. (٢٠٢٠). المعرفة السياسية في الاذاعات الدولية الموجهة. عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع.
- (١٤) علي سعيد اسماعيل. (٢٠٢٠). مواقع التواصل الاجتماعي بين التصرف المرفوض-والأخلاقيات المفروضة. الاسكندرية: دار التعليم الجامعي للنشر والتوزيع.
- (١٥) علي سعيد اسماعيل. (٢٠٢٠). مواقع التواصل الاجتماعي بين التصرفات المرفوضة- والأخلاقيات المفروضة. الاسكندرية: دار التعليم الجامعي.
- (١٦) علي سعيد اسماعيل. (٢٠٢٠). مواقع التواصل الاجتماعي بين التصرفات المرفوضة- والأخلاقيات المفروضة. الاسكندرية: دار التعليم الجامعي.
- (١٧) فايز جمعة النجار وآخرون. (٢٠١٠). أساليب البحث العلمي - منظور تطبيقي. دار حامد للنشر والتوزيع، ٣٢.
- (١٨) فايز جمعة النجار وآخرون. (٢٠١٠). أساليب البحث العلمي -منظور تطبيقي. دار الحامد للنشر والتوزيع، ٣٢.
- (١٩) فايز جمعة النجار وآخرون. (٢٠١٠). اساليب البحث العلمي - منظور تطبيقي (المجلد ٢). عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
- (٢٠) فرحان فرع العتيبي. (٢٠٢٠). المعلوماتية وأثرها على النظم العربية. العربي للنشر والتوزيع، ٥٢.
- (٢١) فرحان فرع العتيبي. (٢٠٢٠). المعلوماتية وأثرها على النظم العربية. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- (٢٢) فرحان فرع العتيبي. (٢٠٢٠). المعلوماتية وأثرها على النظم العربية. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.

..... دور مواقع التواصل الاجتماعي بتوعية طلبة الجامعة المستنصرية

(٢٣) فوزي غرايبة وآخرون. (٢٠٠٢). اساليب البحث العلمي: في العلوم الاجتماعية والانسانية (المجلد ٣). عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.

(٢٤) فيصل محمد عبد الغفار. (٢٠١٥). شبكات التواصل الاجتماعي. الاردن: الجنادرية للنشر والتوزيع.

(٢٥) فيصل محمد عبد الغفار. (٢٠١٥). شبكات التواصل الاجتماعي. الاردن: الجنادرية للنشر والتوزيع.

(٢٦) فيصل محمد عبد الغفار. (٢٠١٥). شبكات التواصل الاجتماعي. الاردن: الجنادرية للنشر والتوزيع.

(٢٧) ليلي حسين السيد حسن عماد مكاوي. (١٩٩٨). الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية للنشر والتوزيع.

(٢٨) ماجد محمد الخياط. (٢٠١١). اساليب البحث العلمي. الاردن: دار الراية للنشر والتوزيع.

(٢٩) محمد العوض محمد. (٢٠٢٠). مواقع التواصل الاجتماعي وقضايا الشباب الجامعي. عمان: دار الخليج للنشر والتوزيع.

(٣٠) محمد عبد الحميد. (٢٠٠٠). البحث العلمي في الدراسات الاعلامية. دار الكتب للنشر والتوزيع، ٧٠.

(٣١) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية، القاهرة. (٢٠٠٠). البحث العلمي في الدراسات الاعلامية. القاهرة: دار الكتب للنشر والتوزيع.

(٣٢) محمد عبد الحميد. (٢٠٠٤). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (المجلد ١). عمان: عالم الكتب للنشر والتوزيع.

(٣٣) محمد عبد الحميد. (٢٠٠٤). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. الاردن: عالم الكتب للنشر والتوزيع.

(٣٤) محمود أحمد درويش. (٢٠١٨). مناهج البحث العلمي في العلوم الإنسانية. مصر: مؤسسة الامة العربية للنشر والتوزيع.

- (٣٥) مدحت محمد أبو النصر. (٢٠١٩). الشباب وصناعة المستقبل. القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والتوزيع.
- (٣٦) مشتاق طلب فاضل. (٢٠١٩). مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات السياسية. عمان: دار الاكاديميون للنشر والتوزيع.
- (٣٧) موفق الحمداني وآخرون. (٢٠٠٦). مناهج البحث العلمي - أساسيات البحث العلمي. عمان: جامعة عمان للدراسات.
- (٣٨) هادي نعمان الهيتي. (١٩٩٨). مقدمة في شروط البحث العلمي. بغداد.
- (٣٩) وليد حدادي. (٢٠١٩). الإعلام والنخبة المثقفة في عصر الميديا. عمان: مركز الكتاب الأكاديمي.