



يا صاحب القبة البيضاء

يا صاحب القبة البيضاء في النجف
من زار قبرك واستشفى لديك شفي
زوروا أبا الحسن الهادي لعلكم
تخطون بالأجر والإقبال والرلف
زوروا لمن تسمع التجوى لديه فمن
يزره بالقبر ملهوفاً لديه كفي
إذا وصل فأحرم قبل تدخله
ملياً واسع سعياً حوله وطف
حتى إذا طفت سبعا حول قبره
نأمل الباب تلقى وجهه فقف
وقل سلام من الله السلام على
أهل السلام وأهل العلم والشرف

وَالْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ
وَالَّذِي جَعَلَ الْقُرْآنَ
عِلْمًا وَنُورًا وَهُدًى
وَالَّذِي جَعَلَ فِي الْقُرْآنِ
حِكْمًا وَتَحْذِيرًا

وَالْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
جَعَلَ الْقُرْآنَ عِلْمًا وَنُورًا
وَالَّذِي جَعَلَ فِي الْقُرْآنِ
حِكْمًا وَتَحْذِيرًا



مَجَلَّةُ أَنْسَانِيَّةٍ أَجْتِمَاعِيَّةٍ فَصْلِيَّةٌ تَصَدَّرُ عَنْ
دَائِرَةِ الْبُحُوثِ وَالدرَّاسَاتِ فِي دِيَوَانِ الْوَقْفِ الشَّيْخِيِّ



الْقِبْلَةُ الْبَيْضَاءُ

المجلد الثاني

فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (٤)
السنة الثانية محرم الحرام ١٤٤٦ هـ آب ٢٠٢٤ م

فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (٤) السنة الثانية محرم الحرام ١٤٤٦ هـ آب ٢٠٢٤ م

المشرف العام

علاء عبد الحسين جواد القسّام
مدير عام دائرة البحوث والدراسات

رئيس التحرير

أ. د. سامي حمود الحاج جاسم
التخصص/ تاريخ إسلامي
الجامعة المستنصرية/ كلية التربية

مدير التحرير

حسين علي معتمد حسن
التخصص/ لغة عربية وآدابها
دائرة البحوث والدراسات/ ديوان الوقف الشيعي

هيئة التحرير

أ. د. علي عبد كنو
التخصص / علوم قرآن / تفسير
جامعة ديالى / كلية العلوم الإسلامية
أ. د. علي عطية شرقي
التخصص/ تاريخ إسلامي
جامعة بغداد/ كلية التربية ابن رشد
أ. م. د. عقيل عباس الريكان
التخصص/ علوم قرآن تفسير
الجامعة المستنصرية/ كلية التربية الأساسية
أ. م. د. أحمد عبد خضير
التخصص/ فلسفة
الجامعة المستنصرية / كلية الآداب

م. د. نوزاد صفر بغش
التخصص/ أصول الدين
جامعة بغداد/ كلية العلوم الإسلامية
أ. م. د. طارق عودة مري
التخصص/ تاريخ إسلامي
جامعة بغداد/ كلية العلوم الإسلامية

هيئة التحرير من خارج العراق

أ. د. مها خير بك ناصر
الجامعة اللبنانية / لبنان/ اللغة العربية.. لغة
أ. د. محمد خالقي

جامعة اصفهان / إيران / لغة عربية.. لغة
أ. د. حولة خمري

جامعة محمد الشريف / الجزائر / حضارة وآديان.. أديان

أ. د. نور الدين أبو لحية

جامعة باتنة / كلية العلوم الإسلامية / الجزائر

علوم قرآن/ تفسير

التدقيق اللغوي

أ. م. د. علي عبد الوهاب عباس
التخصص / اللغة والنحو
الجامعة المستنصرية/ كلية التربية الأساسية

الترجمة

أ. م. د. رافد سامي مجيد
التخصص/ لغة إنكليزية
جامعة الإمام الصادق(عليه السلام) كلية الآداب

فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (٤)
السنة الثانية محرم الحرام ١٤٤٦ هـ آب ٢٠٢٤ م



العنوان الموقعي

مجلة القبة البيضاء

جمهورية العراق

بغداد / باب المعظم

مقابل وزارة الصحة

دائرة البحوث والدراسات

الاتصالات

مدير التحرير

٠٧٧٣٩١٨٣٧٦١

صندوق البريد / ٣٣٠٠١

الرقم المعياري الدولي

ISSN3005_5830

رقم الإيداع

في دار الكتب والوثائق (١١٢٧)

لسنة ٢٠٢٣

البريد الالكتروني

إيميل

off reserch@sed.gov.iq

hus65in@gmail.com

IRAQI

Academic Scientific Journals

الرقم المعياري الدولي

(3005-5830)

دليل المؤلف

- ١- إن يتسم البحث بالأصالة والجدة والقيمة العلمية والمعرفية الكبيرة وسلامة اللغة ودقة التوثيق.
- ٢- إن تحتوي الصفحة الأولى من البحث على:
أ. عنوان البحث باللغة العربية .
ب. اسم الباحث باللغة العربية . ودرجته العلمية وشهادته.
ت. بريد الباحث الإلكتروني.
ث. ملخصان أحدهما باللغة العربية والآخر باللغة الإنكليزية.
ج. تدرج مفاتيح الكلمات باللغة العربية بعد الملخص العربي.
- ٣- أن يكون مطبوعاً على الحاسوب بنظام (office Word ٢٠٠٧ أو ٢٠١٠) وعلى قرص ليزري مدمج (CD) على شكل ملف واحد فقط (أي لا يُجزأ البحث بأكثر من ملف على القرص) وتُرَوَّد هيئة التحرير بثلاث نسخ ورقية وتوضع الرسوم أو الأشكال، إن وجدت، في مكانها من البحث، على أن تكون صالحة من الناحية الفنية للطباعة.
- ٤- أن لا يزيد عدد صفحات البحث على (٢٥) خمس وعشرين صفحة من الحجم (A٤) .
٥. يلتزم الباحث في ترتيب وتنسيق المصادر على الصيغة APA
- ٦- أن يلتزم الباحث بدفع أجور النشر المحددة البالغة (٧٥,٠٠٠) خمسة وسبعين ألف دينار عراقي، أو ما يعادلها بالعملة الأجنبية.
- ٧- أن يكون البحث خالياً من الأخطاء اللغوية والنحوية والإملائية.
- ٨- أن يلتزم الباحث بالخطوط وأحجامها على النحو الآتي:
أ. اللغة العربية: نوع الخط (Arabic Simplified) وحجم الخط (١٤) للمتن.
ب. اللغة الإنكليزية: نوع الخط (Times New Roman) عناوين البحث (١٦). والملخصات (١٢).
أما فقرات البحث الأخرى؛ فبحجم (١٤) .
- ٩- أن تكون هوامش البحث بالنظام التلقائي (تعليقات ختامية) في نهاية البحث. بحجم ١٢.
- ١٠- تكون مسافة الحواشي الجانبية (٢,٥٤) سم والمسافة بين الأسطر (١) .
- ١١- في حال استعمال برنامج مصحف المدينة للآيات القرآنية يتحمل الباحث ظهور هذه الآيات المباركة بالشكل الصحيح من عدمه، لذا يفضل النسخ من المصحف الإلكتروني المتوافر على شبكة الانترنت.
- ١٢- يبلغ الباحث بقرار صلاحية النشر أو عدمها في مدة لا تتجاوز شهرين من تاريخ وصوله إلى هيئة التحرير.
- ١٣- يلتزم الباحث بإجراء تعديلات المحكمين على بحثه وفق التقارير المرسلة إليه وموافاة المجلة بنسخة مُعدّلة في مدة لا تتجاوز (١٥) خمسة عشر يوماً.
- ١٤- لا يحق للباحث المطالبة بمطالبات البحث كافة بعد مرور سنة من تاريخ النشر.
- ١٥- لا تعاد البحوث الى أصحابها سواء قبلت أم لم تقبل.
- ١٦- دمج مصادر البحث وهوامشه في عنوان واحد يكون في نهاية البحث، مع كتابة معلومات المصدر عندما يرد لأول مرة.
- ١٧- يخضع البحث للتقويم السري من ثلاثة خبراء ليان صلاحيته للنشر.
- ١٨- يشترط على طلبة الدراسات العليا فضلاً عن الشروط السابقة جلب ما يثبت موافقة الاستاذ المشرف على البحث وفق النموذج المعتمد في المجلة.
- ١٩- يحصل الباحث على مستل واحد لبحثه، ونسخة من المجلة، وإذا رغب في الحصول على نسخة أخرى فعليه شراؤها بسعر (١٥) ألف دينار.
- ٢٠- تعبر الأبحاث المنشورة في المجلة عن آراء أصحابها لا عن رأي المجلة.
- ٢١- ترسل البحوث على العنوان الآتي: (بغداد - شارع فلسطين المركز الوطني لعلوم القرآن)
أو البريد الإلكتروني: (hussein@gmail.com) بعد دفع الأجور في الحساب المصرفي العائد إلى الدائرة.
- ٢٢- لا تلزم المجلة بنشر البحوث التي تُخلّ بشرط من هذه الشروط .



مَجَلَّةُ اِنْسَانِيَّةِ اجْتِمَاعِيَّةٍ فَصْلِيَّةٌ تَصَدُّرُ عَنْ دَائِرَةِ الْبَحْثِ وَالذَّرَاسَاتِ فِي دِيَوَانِ الْوَقْتِ الشَّيْخِ محتوى العدد (٤) المجلد الثاني

ت	عنوانات البحوث	اسم الباحث	ص
١	أحكام البنوك في الفقه الإسلامي دراسة في المفهوم والوظائف	أ.م.د. هدى عباس محسن	٨
٢	المهارات الإدارية والفنية للمدير الناجح	أ.م.د. بشائر مولود توفيق	٢٦
٣	دور تعليقات مستخدفي فيس بوك في تشكيل اتجاهات الجمهور إزاء القضايا السياسية دراسة مسحية على عينة من جمهور بغداد	أ.م.د. إسماء شاكر حسن م.د. مرتضى حسن علي	٤٤
٤	الشيب والشباب في القرآن الكريم والشعر دراسة بلاغية	أ.م.د. بيداء عبد نجم عزام	٥٨
٥	تأثير الأزمة الأوكرانية الروسية على الساحة الدولية	احسان محسن عطيه الحفيري أ.د. جورج لبكي	٦٨
٦	الحمس في أرباح الحكاسب بين النفي والاثبات دراسة فقهية	م.د. جاسم عبد الأمير جاسم	٧٨
٧	أهمية الإيقاع في بناء بلاغة الشعراء القدماء والمحدثين	م.د. نعمة حسين مفتاح	٨٨
٨	الهوية الأركولوجية في النحت العراقي القديم	م.د. حسام عبد الحالق عثمان	١٠٢
٩	النظرية التحليلية (التكوينية) وأثرها في القرآن الكريم	م.د. عصام راضي حسون	١١٦
١٠	فقه النوازل في الأدوات الصحية وحكم التطهر باستعمال المياه فيها	م.د. أروى محاد إسماعيل	١٢٦
١١	اختلاف المتكلمين في فعل العبد	حسين محمد خليل أ.د. محسن قحطان حمدان	١٣٨
١٢	بنية المحكم والمتشابه في القرآن الكريم واختلاف العلماء فيه	م.د. إيمان حميد هدرس	١٥٠
١٣	الأسس الشرعية لفقه التعايش السلمي مع الآخر في ضوء مدرسة أهل البيت (عليهم السلام)	م.د. أركان حسين زيدان التميمي	١٦٠
١٤	الأحداث الواردة في عمارة الأرض في الكتب الستة دراسة تحليلية	نور جاسم سعدون فهد أ.د. عبد الرحمن مركب	١٧٤
١٥	دراسة تحليلية لصفحة الناطق الرسمي بأسم جيش الاحتلال الاسرائيلي افيخاي ادعري على الفيس بوك لنشر ثقافة التطبيع لدى الجمهور العراقي لسنة ٢٠٢١	علاء عبيد عناد م.د. عباس إبراهيم	١٨٨
١٦	واقع تطبيق نظم الحوكمة في كليات التربية من وجهة نظر أعضاء الهيئة التدريسية في اقسام رياض الأطفال	م. طياء سليم رسول	٢٠٤
١٧	الظواهر الأسلوبية عند سيبويه في كتابه دراسة نحوية لسانية	م.م. عماد علي عباس	٢٢٠
١٨	دلالة فعل النبي (صلى الله عليه وآله) عند مدرسة أهل البيت (عليهم السلام) ومدرسة الصحابة	محمد كريم هاني م.د. رضا اسلاوي	٢٤٤
١٩	التأثير القانوني للشخصية الرقمية في التعاقد	م.م. غفران فيصل كريم	٢٦٠
٢٠	الخصائص الكمية لتصاريف نحر دجلة في مدينة بغداد للمدة (٢٠٢٠-٢٠٢٠)	م.م. رقية حسن عبدالأمير	٢٧٢
٢١	الدولة ومشروعيتها في الفقه الإسلامي (دراسة مقارنة)	م.م. سحر فرحان كاظم أ.د. بتول فاروق	٣٢٠
٢٢	منهج القاضي النعمان (٣٦٣هـ/٦٧٤م) في عرض المادة التاريخية في كتاب المجالس والمسابرات	م.م. حنان إبراهيم خليل	٣٠٨
٢٣	التأصيل اللغوي في كتاب المقاصد النحوية في شرح شواهد شرح الألفية لبدر الدين العيني (٨٥٥هـ)	م.م. فرقان مهدي صاحب	٣٢٢
٢٤	الحدالة: من وجهة نظر كائطيه	م.م. آيات محمد خلف محمد	٣٤٢
٢٥	الإعجاز الإلهي في المخلوقات الحركية	م.م. زينب كاظم حميد	٣٥٤
٢٦	التداوي في كتاب الزاهر في معاني كلمات الناس لابن الأثيري «ت٣٢٨هـ»	م.م. ياسمين عدنان نعمه حسن	٣٧٢

فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (٤)
السنة الثانية محرم الحرام ١٤٤٦ هـ آب ٢٠٢٤ م



دور تعليقات مستخدمي فيس بوك في تشكيل اتجاهات
الجمهور إزاء القضايا السياسية
دراسة مسحية على عينة من جمهور بغداد

أ.م.د. إسراء شاكر حسن الجوعاني
جامعة الاسراء الأهلية/ كلية الآداب
م.د. مرتضى حسن علي الشمري
جامعة واسط/ كلية الآداب



المستخلص :

يعتبر «الفيس بوك» عبر الانترنت، من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات وأكثرها شهرة، ورغم أن هذا الموقع أنشئ في الأساس للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، فإن استخدامه امتد ليشمل النشاط السياسي والاجتماعي والثقافي من خلال تداول المعلومات عبر مختلف الوسائط وقد أصبح من المواقع المهمة التي تقوم بدور مهم في إكساب عادات وسلوكيات صحيحة وأداة مهمة من أدوات الوعي السياسي والاجتماعي والثقافي، من أجل ذلك جاء بحثنا الموسوم (دور تعليقات مستخدمي فيس بوك في تشكيل اتجاهات الجمهور إزاء القضايا السياسية) - دراسة مسحية على عينة من جمهور بغداد - ، والذي وقع في ثلاثة مباحث ، الأول : الإطار المنهجي والذي شمل على مشكلة البحث وأهدافه وأهميته ومجتمع البحث ومنهج البحث وعينته ، أما المبحث الثاني (الجانب النظري) ، فأشتمل على تقديم مفهوم عن موقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك) ، ونبذة عن تطبيقاته الحديثة ، كما تطرق الى بيان إيجابياته وسلبياته ومنها استخدامه من قبل الجماعات الإرهابية و شبكات الإجرام المنظم وتهديده أحياناً للأمن المجتمعي ، أما المبحث الثالث والأخير : ركز على بيان حساب تكرارات الفئات التي تصممها استبانة البحث والتي كانت في محورين أساسيين وهما ، الأول : خصائص المبحوثين (العناصر الديموغرافية) ، أما المحور الثاني : أسئلة الجمهور فيما يتعلق بمتابعة التعليقات على فيس بوك وبيان أبرز النتائج التي توصل اليها الباحثان من خلال مجموع الإجابات التي حصلت عليها من المبحوثين.

هذا وركز البحث بيان الاستنتاجات التي توصل لها الباحثان من خلال النتائج المتحققة عن الاستبانة الخاصة بالبحث والتي تم توزيعها إلكترونياً ، ووضع التوصيات في نهاية البحث .

الكلمات المفتاحية: الفيس بوك، اتجاهات الرأي العام، القضايا السياسية.

Abstract:

Facebook is a social networking site, It is one of the latest and most famous communications technology products, and although this site was established primarily for social communication between individuals, its use extended to include political, social and cultural activity through the exchange of information through various media, and it has become one of the sites The task that plays an important role in acquiring correct habits and behaviors and an important tool of political, social and cultural awareness, for this reason came our tagged research (the role of Facebook users' comments in shaping public attitudes towards political issues) - a survey study on a sample of the Baghdad public - Which took place in three sections, the first: the methodological framework, which included the research problem, its objectives, its importance, the research community, the research methodology and its sample. He also touched on the statement of its pros and cons, including its use by terrorist groups and organized crime networks and its sometimes threat to societal security. As for the third and final topic: it focused on the statement of calculating the recurrences of the categories included





in the research questionnaire, which were in two main axes, namely, the first: characteristics of the respondents (demographic elements) The second axis: the audience's questions regarding follow-up comments on Facebook and a statement of the most prominent results reached by the researchers through the total answers obtained from the respondents.

This research focused on a statement of the conclusions reached by researchers through the results obtained from the questionnaire for the research, which was distributed electronically, and put recommendations at the end of the research.

Key Words: face book, public opinion trends, political issues.

المقدمة :

أتاح تطبيق الفيس بوك الفرصة أمام شرائح المجتمع كافة وعلى اختلاف مستوياتهم وأجناسهم واتجاهاتهم نقل أفكارهم والتعبير عنها وإشباع حاجاتهم ورغباتهم ودوافعهم المعرفية كما فتحت مجالاً واسعاً أمام الأفراد للاطلاع والإلمام بمستجدات مختلف القضايا المثارة، بل ومنحهم الفرصة الكاملة لطرح أي قضية أو فكرة يرغبون في تشكيل رأي عام اتجاهها، وبالتالي فإن الفيس بوك يعمل على عرض الآراء المختلفة عن قضية ما وإيصال المعلومات المتعلقة بها إلى الفئات الجماهيرية المهتمة بها (١) بن أمهاني مراد، ٢٠١٩، ص ٥، من أجل ذلك جاء بحثنا الموسوم (دور تعليقات مستخدمي فيس بوك في تشكيل اتجاهات الجمهور إزاء القضايا السياسية) - دراسة مسحية على عينة من جمهور بغداد-، والذي وقع في ثلاثة مباحث، الأول: الإطار المنهجي والذي شمل على مشكلة البحث وأهدافه وأهميته ويجمع البحث ومنهج البحث وعينته، أما المبحث الثاني (الجانب النظري)، فأشتمل على تقديم مفهوم عن موقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك)، ونبذة عن تطبيقاته الحديثة، كما تطرق إلى بيان إيجابياته وسلبياته ومنها استخدامه من قبل الجماعات الإرهابية وشبكات الإجرام المنظم وتهدده أحياناً للأمن المجتمعي، أما المبحث الثالث والأخير: ركز على بيان حساب تكرارات الفئات التي تصممها استبانة البحث والتي كانت في محورين أساسيين وهما، الأول: خصائص المبحوثين (العناصر الديموغرافية)، أما محور الثاني: أسئلة الجمهور فيما يتعلق بمتابعة التعليقات على فيس بوك وبيان أبرز النتائج التي توصل إليها الباحثان من خلال مجموع الإجابات التي حصلت عليها من المبحوثين. هذا وركز البحث على بيان الاستنتاجات التي توصل لها الباحثان من خلال النتائج المتحققة من الاستبانة الخاصة بالبحث والتي تم توزيعها إلكترونياً، ووضع التوصيات في نهاية البحث.

المبحث الأول: الإطار المنهجي (منهجية البحث)

أولاً: مشكلة البحث :- يمكن تلخيص مشكلة بحثنا بالسؤال الرئيسي التالي :

(ما دور تعليقات مستخدمي فيس بوك في تشكيل اتجاهات الجمهور إزاء القضايا السياسية؟)

من هذا السؤال الرئيس تنفرع جملة من الأسئلة الفرعية وهي كالتالي :

أ- ما نسبة تأثير تعليقات الفيس بوك في تشكيل اتجاهات الجمهور؟

ب- أي الفئات العمرية تأثرت بالآراء الواردة في تعليقات فيس بوك؟

ت- ما أبرز القضايا السياسية التي تأثر بها الخاضعين للاستبانة من خلال متابعتهم للتعليقات الواردة عليها؟

ث- كيف يتعامل الخاضعين للاستبانة مع الآراء والتعليقات التي تتنافى مع اتجاهاتهم؟

ج- هل استطاعت التعليقات على فيس بوك من تغيير اتجاهات الخاضعين للاستبانة، وكيف؟





ثانياً : أهداف البحث :- تملخص أهداف بحثنا بالتالي :

- أ- التعرف على نسبة تأثير القيس بوك في تشكيل اتجاهات الجمهور.
- ب- بيان الفئات العمرية تأثراً بالأراء الواردة في تعليقات فيس بوك.
- ت- التعرف على أبرز القضايا السياسية التي تأثر بها الحاضرين للاستبانة من خلال متابعتهم للتعليقات الواردة عليها.
- ث- بيان الكيفية التي يتعامل بها الحاضرين للاستبانة مع الآراء والتعليقات التي تتنافى مع اتجاهاتهم.
- ج- تحديد الاتجاهات السلبية والايجابية التي استطاعت التعليقات على فيس بوك من غرسها في ميول الحاضرين للاستبانة.

ثالثاً: أهمية البحث: تكمن أهمية بحثنا في التالي:

- ١- الناحية العلمية: تكمن أهمية بحثنا هذا إنه سيسهم في توسيع أفق البحث الإعلامي ليشمل العناصر التقنية الحديثة والتي أحدثت تغير مهما وملحوظ في عملية الاتصال والتفاعل الاجتماعي. وتأثير بعض الجوانب السلبية والايجابية لهذه الظاهرة وبما يسهم في التنبؤ بتأثيراتها المستقبلية وتأثيرها في تغيير اتجاهات الجمهور.
- ٢- أهمية البحث للمجتمع: التعرف على دور القيس بوك - التعليقات الواردة في المنشورات السياسية تحديداً- في تغيير اتجاهات الجمهور إزاء القضايا السياسية ومعرفة مدى تلبية القيس بوك لاحتياجات ورغبات واهتمامات الجمهور ودوره في التثقيف والتوعية السياسية.
- ٣- **رشد المكتبات:** يرى الباحثون إن أهمية هذا البحث تكمن في افتقار المكتبات لمثل هذه الدراسات الأكاديمية، ولحدثة موضوع البحث.

رابعاً : مجتمع البحث وعينه :- يتضح من عنوان البحث أن مجتمع البحث هو الجمهور العراقي، لكن يتم عادة في البحوث الاجتماعية ومنها بحوث الاتصال حصر مجتمع البحث والذي يعد أمراً ضرورياً وذلك لتسوية الاختصار على العينة بدلاً من تطبيق البحث على الأصل كله، وهذا عندما يكون مجتمع البحث كبيراً كما هو الحال في عينة هذا البحث، وأن إمكانية تطبيقه على كل مفردة من المجتمع الأصل يتطلب مالا ووقتاً وجهداً كبيراً؛ إضافة إلى معرفة مدى قابلية تعميم نتائج البحث، فتعميم النتائج يقتضي معرفة الإطار العام لمجتمع البحث الذي لا يتجاوز تعميم النتائج عليه لتحديد مجتمع البحث بمستخدمي موقع القيس بوك وهو من المجتمعات غير المتجانسة ولصعوبة تطبيق الدراسة على جميع مستخدمي الموقع لكثرة عددهم، لذا تم اختيار عينة منهم بأسلوب العينة العشوائية، من خلال توزيع الاستبانة على أصدقاء الباحثان على صفحاتهم الشخصية في تطبيق القيس بوك و طلبتهم زملاءهم في العمل للحصول على نتائج تسهم في رشد البحث بنتائج وفق ما تم تحديدها في الأهداف.

خامساً : نوع البحث ومنهجه:- استخدم الباحثان منهج المسح الوصفي: الذي يعرف بأنه « مجموعة الإجراءات البحثية التي تتكامل لوصف الظاهرة أو الموضوع اعتماداً على جمع الحقائق والبيانات وتصنيفها ومعالجتها وتحليلها تحليلًا كافيًا ودقيقاً؛ لاستخلاص دلالتها والوصول إلى نتائج أو تعميمات عن الظاهرة أو الموضوع محل البحث» (٢)(الزويبي، ابتسام صاحب، ٢٠١٨، ص ١٥)، أما أداة البحث فكانت (الاستبانة) بوصفها إحدى أدوات المنهج المسحي وكأداة لجمع البيانات ف (الاستبانة) هي أداة «تستخدم عادة في معرفة اتجاهات الأشخاص ومشاعرهم ودوافعهم وسلوكهم، كما تفيدنا في الحصول على إحصائيات تصور الواقع الحالي وترشدنا إلى وضع خطط المستقبل» (٣)(محبوب، وجيه، ١٩٩٨، ص ٢١١)، وعلى هذا الأساس قام الباحثون بتوزيع استبانة تضمنت خصائص المبحوثين (العناصر الديموغرافية) واسئلة الجمهور فيما يتعلق بمتابعة التعليقات على فيس بوك، كما اعتمد الباحثان المسح بالعينة الالكترونية وذلك عن طريق مسح عينة من مستخدمي فيس بوك.

سادساً : مجالات البحث :

- ١- **الجال الزمني:** استغرق العمل الميداني مدة (٣٠) يوم للوصول الى النتائج وبالتحديد من (٢٠٢٤/٣/١٥)

فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (٤)

السنة الثانية محرم الحرام ١٤٤٦ هـ آب ٢٠٢٤ م



ولغاية ٢٠٢٤/٤/١٥) وهي المدة التي صممت فيها الاستمارة وعرضت على الخبراء وتم توزيعها على العينة الإلكترونية.

٢- **المجال البشري:** تم اجراء البحث على عينة من مستخدمي الفيس بوك وعددهم (٤٠٠) مبحوث.

سابعاً: **ادوات البحث:** اعتمد الباحثون على الأدوات التالية:

١- **الوثائق:** ونقصد بها الكتب والدوريات وشبكة الانترنت.

٢- **الاستبيان:** اعتمد الباحثون على مؤشرات الإطار النظري في تصميم الاستبانة لتتماشى مع مشكلة واهداف البحث، وتم عرض الاستبانة على محكمين (٤) لبيان صلاحيتها اذ تم اجراء التعديلات عليها وفقاً لملاحظاتهم.

٣- **GOOGLE DRIVE:** اعتماد النتائج المتعلقة بجدول الاستبانة على محرك البحث جوجل.

المبحث الثاني: الإطار النظري - الفيس بوك ودوره في تشكيل الرأي العام السياسي

أولاً: مفهوم الفيس بوك:

يعرف **الفيس بوك بأنه:** أحد مواقع التواصل الاجتماعي والتي يمكن الوصول إليها على الشبكة العنكبوتية من خلال الرابط (Facebook.com)، وتتيح الشبكة لمستخدميها التعارف والتواصل ومشاركة المعلومات وتبادل الخبرات من خلال أدوات تقنية تفاعلية. كما يشير مصطلح فيس بوك أو كتاب الوجوه إلى دفتر ورقي يحمل صوراً ومعلومات الأفراد في جامعة معينة أو مجموعة (٥) (الدحوي، علاء أحمد، ٢٠١٢، ص ٣٤) وهو موقع الكتروني للتواصل الاجتماعي، أي أنه يتيح عبره للأشخاص العاديين والاعتباريين (كالشركات) أن يبرز نفسه وأن يعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى، وإنشاء روابط تواصل مع الآخرين (٦) (ابراهيم، علي حجازي، ٢٠١٧، ص ٧٣).

أما التعليقات «face book notes» فهي سمة متعلقة بالتدوين، تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تصنيفها، وتمكن المستخدمين من جلب المدونات من المواقع الأخرى التي تقدم خدمات التدوين (٧) (ابراهيم، علي حجازي، ٢٠١٧، ص ٧٤-٧٦)، والتعليقات متاحة بين الأصدقاء وفي المجموعات والصفحات المنتصمين لها، ذلك يعتمد أيضاً على الصلاحيات الممنوحة، يمكن للمستخدم أن يكتب تعليقاً في مساحة التعليقات ويمكنك الضغط على زر comment إضافة تعليق وفي نفس المساحة يمكنك أن تصنف رابط موقع أو صورة. أما أهم آليات الأخرى للتواصل في موقع الفيس بوك هي (٨) (بوقلول، صفاء، و بوحلمة، مريم، ٢٠١٦، ص ٤٢-٤٣):

١- **الإشارة tags:** خاصية الإشارة متاحة في الصور والفيديو والنوت بحيث يمكنك أن تلتفت انتباه أصدقائك عبر الإشارة لهم في صورتك أو في مقطع الفيديو المحمل عبر الفيس بوك وبالتالي سترسل لهم تنبيهات أي تحديث جديد في الصورة.

٢- **الإعجاب like:** خاصية معجب أيضاً متاحة بنفس آلية التعليقات بين الأصدقاء والمجموعات والصفحات المنتصمين Like لها، ذلك يعتمد أيضاً على الصلاحيات الممنوحة حيث يمكن للمستخدم أن يقوم بعمل إعجاب أي نص أو صورة أو فيديو أصدقائك.

٣- **النكرة pokes:** خاصية نكرة «غبرة» تتيح إرسال نكرة افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض، وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالتحجب به.

هذا ولا بد من التأكيد على إن الفيس بوك له مساوئ؛ وهذا يعتمد على حكمة وعي المستخدم؛ فإما أن يكون حاملاً لكل خير أو جالباً لكل شر؛ وربما تجد البعض يتردد بين الخير والشر، على هذا الأساس يمكن تحديد أبرز مساوئ الفيس بوك بالتالي (٩) حسان أحمد قمتحية، ٢٠١٧، ص ١٥-١٦:

١- الفيس بوك يمكن أن يكون مجالاً للبحث يستفاد من تقنياته ومن العدد الهائل من الناس المقبلين عليه في فهم



فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (٤)

السنة الثانية محرم الحرام ١٤٤٦ هـ آب ٢٠٢٤ م

سلوكيات الناس وطباعهم وأفكارهم وميولهم الدينية والسياسية والفكرية والثقافية؛ كما يمكن أن يستفاد من ذلك في التعرف على الآخرين. ولذلك، قد تستفيد منه بعض أجهزة الاستخبارات والأمن في رصد من تشبه بهم. ويستعمله بعضهم الآخر في الترويج للشائعات أو إثارة التبللة والفضوى أو الدعوة إلى التجمعات، وسرّب ردود أفعال الناس على بعض المقترحات أو الأشياء المراد الاستعلام عنها، وما إلى ذلك.

٢- الفيس بوك قد يكون سبباً في إثارة المشاكل والتناحر من خلال الجدالات التي لا تنتهي؛ فهو يجعل حتى أصحاب الشخصيات الضعيفة يجرؤون على الدخول في الجدل ما دام أن هناك حاجزاً بين المتجادلين.

٣- قد يتسبب الفيس بوك بالابتئاب، ولا سيما عند النساء؛ وقد نشرت عدة دراسات في هذا الموضوع، وذلك عند مقارنة الصور الشخصية للمستخدمين (والمستخدمات) مع زملائهم وأصدقائهم ورفاقهم وأقاربهم وملاحظة تفاوت العمر أو المستوى الاجتماعي والاقتصادي؛ فهذه المقارنة تثير بعض الأشياء في النفس.

٤- يؤدي الفيس بوك إلى الإدمان؛ والإدمان على الانترنت أقدم من الإدمان على الفيس بوك؛ وقد تحدث العلماء والباحثون عن ذلك في دراسات كثيرة، لكن ربما يكون الإدمان على الفيس بوك أكثر شدة، حيث وجد بعض الناس لا ينفكون عن الإفراط في متابعة منشورات ومنشورات الآخرين على الفيس بوك، ويسبب هذا لهم كم من المشاكل مثل القلق والتفريط في النشاط المهني والوظيفي واضطراب في النوم وأشياء أخرى.

ثانياً : تأثير استخدام الفيس بوك على الجمهور

إن وسائل الإعلام الجديد تتضمن العديد من الإشكاليات والتي إن كانت موجودة من قبل لكن هذه الوسائل حفزت من ظهورها بشكل واضح وزادت من اختناقها وتآمرها وتعدد هذه الإشكاليات لكن سوف تركز هذه الورقة البحثية على بعض منها كالثقافة والأمن القومي والمعلوماتي إضافة للثقافة السياسية، تتنوع تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في الأمن الوطني لمعظم الدول العربية، ويمكن إبراز هذه التأثيرات فيما يلي (١٠) (أحمد، أسماء عاصم، ٢٠٢٠):

١- استخدام الجماعات الإرهابية

يعد هذا الجانب أبرز مهددات الأمن الوطني وأكثرها خطراً، إذ يعتمد الجيل الجديد من التنظيمات الإرهابية على وسائل التواصل الاجتماعي في التجنيد وفي التواصل بين قيادات هذه التنظيمات، وبينها وبين عناصرها، بنسبة قدرها بعض المتخصصين بـ ٩٠٪ من وسائل التواصل المستخدمة، لا سيما في ظل الانتشار الجغرافي الواسع لهذه التنظيمات، وتوزع الأفراد المستهدفين بالتجنيد عبر أنحاء العالم.

٢- انتشار أشكال جديدة من الجرائم الجنائية

برزت أشكال جديدة من الجرائم المرتبطة بوسائل التواصل الاجتماعي بشكل عام والفيس بوك بخاصة منها: الابتزاز الإلكتروني والتهديد والتشهير بالآخرين والقرصنة المالية، وذلك بفعل تخلي بعض مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي عن الحذر اللازم وسهولة الحصول على بياناتهم الشخصية، وتفرض هذه الجرائم التي يلعب الضحايا دوراً في تسهيل وقوعها تحديات على الأجهزة الأمنية المعنية، وتزيد من مخاوف المجتمع وشعوره بافتقار الأمن والأمان، حيث تواصل الضحايا مع الجناة على الفيس بوك بالدرجة الأولى.

٣- تهديد الأمن الاجتماعي

يمكن عبر وسائل التواصل الاجتماعي نشر ثقافات وتوجهات وأفكار لا تتسجم مع قيم المجتمع، وربما تعارضها كلية، خصوصاً بالنسبة لفئات الشباب وصغار السن الذين قد لا يملكون حصانة كافية ضد التأثير بمجده الأفكار، ما قد ينتج عنه اغترابهم عن المجتمع وتباعد المسافات بينهم وبينه إلى درجة قد تصل حد العداء أو القطيعة، بحكم قدرة مواقع التواصل الاجتماعي على إقامة عالم افتراضي بديل، ولا ينفصل عما سبق إكسكانية زرع الشقاق بين مكونات المجتمع.

٤- التشريعات والاختلاف الفكري

تجد دول كثيرة نفسها في مأزق تتسبب فيه مواقع التواصل الاجتماعي، فطبيعة هذه المواقع تجعل كثيراً من روادها

فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (٤)

السنة الثانية محرم الحرام ١٤٤٦ هـ آب ٢٠٢٤ م



ومستخدميهما غير مباينين بما يترتب على نشاطهم فيها، أو تأثيراته التي يمكن أن تكون هائلة، وما يستلزمه احتواء هذه التأثيرات من جهود وتكاليف وطاقت بشرية.

رابعاً: مفهوم إتجاهات الرأي العام

لا يمكن للوصول إلى تعريف محدد لإتجاهات الرأي العام؛ فهناك من يرى أنها التصميم على إبداء رأي معبر عن اتجاه ما يشعر به أفراد المجموعة المنتمية لجماعة محددة. وهناك من يتحسس لإتجاهات الرأي العام فلا يجدها إلا الحقيقة ولا شيء سواها؛ وهناك من يرى إنها وجهة نظر عقلية حيال قضية ما وفق معلومات معينة متاحة في وقت معين، وإتجاهات الرأي العام بحسب علماء آخرين ما هي إلا مرآة تعكس غالبية آراء الجماعة كما وكيفاً إزاء مسألة مشتركة، حيث عرفها (بسمارك) : بأنها الأصوات المأثرة في قوتها الغالبة على ما عداها من أصوات خاصة في الإعلام المقروء، كما وعرفها (رادك) بأنها أسلوب التعبير بالكلمات أو الحركات عن أحاسيس الفرد بموضوع معين. (١١) (عبد الرزاق، رأفت مهند، ٢٠١٣ ص ١-٤)، وهذا ويعرف الباحث الأمريكي (دوب) في كتابه الرأي العام والدعاية الإتجاهات : بأنها ميول الناس تجاه قضية معينة عندما يكونون أعضاء في المجموعة الاجتماعية نفسها وقد يصل المجموع إلى تكوين رأي عام عن طريق النقاش أي أن الرأي العام عنده هو حاصل ضرب الآراء الفردية ببعضها وهو رأي الجماعة ويعتقد (كلاريد جينج) أن إتجاهات الرأي العام هي الحكم الذي تتوصل إليه الجماعة في قضية ما بعد مناقشات مستفيضة ويعرفها (جولت) : بأنها فهم معين للمصالح العامة الأساسية يتكون لدى أعضاء الجماعة، وإن مجموع الآراء الفردية هو الرأي العام طبقاً للعالم (هارولد تشيلرز) ، (١٢) (مراد، بن أمهاني، ٢٠١٩، ص ٣٩-٤١).

هذا ويقول جيمس برايس في كتابه (الديمقراطيات الحديثة) : أن إتجاهات الرأي العام اصطلاح يستخدم للتعبير عن مجموع الآراء التي يدين بها الناس إزاء المسائل التي تؤثر في مصالحهم العامة والخاصة ، ويقول البورت «Alport» : إتجاهات الرأي العام تعبير صدر عن مجموعة كبيرة من الناس عما يرونه في مسألة من المسائل أو مقترح من المقترحات الواسعة النطاق، بحيث يمكن استدعاؤهم لهذا التعبير - سواء كانوا مؤيدين للفكرة أم معارضين لها، وبحيث تكون نسبتهم العددية كافية لإحداث تأثير ما بطريق مباشر أو غير مباشر، وهذا ما أكدته البيغ «Albig» في كتابه الرأي العام الحديث : «إنه - أي الرأي العام - تعبير عن موضوع معين يكون موضع مناقشة من جماعة ما (١٣) (حمود، حمود عبد الحليم ٢٠٠٨، ص ١٠).

المبحث الثالث: (الجانب العملي) - تحليل البيانات -

أولاً: النتائج: قدم الباحثان (٣٢) سؤالاً بهدف الوصول إلى النتيجة المرجوة، وحصلوا على عدد من الإجابات كان بعضها منسجماً مع البعض الآخر. تملخص هذه الإجابات في الآتي:

أ- الحقائق الديموغرافية (خصائص المبحوثين)

١- فئة الجنس (النوع): أظهرت النتائج في الجدول (١) إن معظم الإجابات لفئة الذكور، إذ جاءت في المرتبة الأولى بعدد تكرار (٢٦٦) ونسبة (٦٦,٥٪)، أما فئة (أنثى) قد حلت في المرتبة الثانية بعدد تكرار (١٣٤) ونسبة (٣٣,٥٪).

٢- فئة العمر: تبين من الجدول (٢) إن أفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم ضمن فئة (١٩-٢٨) الحصة الأكبر من حجم العينة فقد حلت في المرتبة الأولى بعدد تكرار (١٩٢) ونسبة (٤٨٪)، وجاءت بعدها فئة (٢٩-٣٨) في المرتبة الثانية بعدد تكرار (١٠٨) ونسبة (٢٧٪)، ثم جاءت فئة (٣٩-٤٨) في المرتبة الثالثة بعدد تكرار (٧٨) وشكلت نسبة (١٩,٥٪)، وأخيراً حلت فئة (٤٩ فما فوق) في المرتبة الرابعة بعدد تكرار (٢٢) ونسبة (٥,٥٪).

٣- الحالة الاجتماعية: أظهرت النتائج في الجدول (٣) إن فئة (أعزب) قد جاءت في المرتبة الأولى بعدد تكرار (١٩٦) ونسبة (٤٩٪)، أما فئة (متزوج) قد حلت في المرتبة الثانية بعدد تكرار (١٩٤) ونسبة (٤٨,٥٪)،



فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (٤)

السنة الثانية محرم الحرام ١٤٤٦ هـ آب ٢٠٢٤ م



وحلت أخيراً فئة (منفصل) بعدد تكرار (١٠) ونسبة (٢,٥٪).

٤- **المرحلة الدراسية:** تبين من الجدول (٤) أن فئة حملة البكالوريوس تفوقت على الفئات الأخرى فقد حلت في المرتبة الأولى بعدد تكرار (١٦٠) ونسبة (٤٠٪)، وجاءت بعدها فئة (الإعدادية فما دون) في المرتبة الثانية بعدد تكرار (١٢٦) ونسبة (٣١,٥٪)، ثم جاءت فئة (دراسات عليا) في المرتبة الثالثة بعدد تكرار (١١٤) وشكلت نسبة (٢٨,٥٪).

ب- **استلة الجمهور فيما يتعلق بمتابعة التعليقات على فيس بوك**

١- أظهرت النتائج في جدول (٥) المتضمن فئة (كيف تنصرف عندما تقرأ منشوراً سياسياً؟)، إن فئة (أقرأ المنشور واغادر الصفحة) قد جاءت في المرتبة الأولى بعدد تكرار (١٩٤) ونسبة (٤٨,٥٪)، ثم جاءت في المرتبة الثانية فئة (أقرأ التعليقات) بعدد تكرار (١٠٨) ونسبة (٢٧٪)، لتأتي بعدها فئة (أكتب تعليق) في المرتبة الثالثة بعدد تكرار (٦٨) ونسبة (١٧٪)، وحلت أخيراً فئة (أفاعل مع المنشور بـ like) بعدد تكرار (٣٠) ونسبة (٧,٥٪).

٢- بينت النتائج في الجدول (٦) المتضمن فئة (أي الفئات من حيث النوع (الجنس) برأيك؛ هي الأكثر تأثيراً في الآراء السياسية الواردة في تعليقات فيس بوك؟)، إن فئة (ذكر) قد جاءت في المرتبة الأولى بعدد تكرار (٣٤٨) ونسبة (٨٧٪)، أما فئة (أنثى) قد حلت في المرتبة الثانية بعدد تكرار (٥٢) ونسبة (١٣٪).

٣- أظهرت النتائج في جدول (٧) المتضمن فئة (إلى أي مدى تعتمد على التعليقات الواردة في مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن القضايا السياسية العراقية؟)، إن فئة (محدودة) قد جاءت في المرتبة الأولى بعدد تكرار (١٥٦) ونسبة (٣٩٪)، ثم جاءت في المرتبة الثانية فئة (لا أتعتمد) بعدد تكرار (١١٢) ونسبة (٢٨٪)، لتأتي بعدها فئة (متوسطة) في المرتبة الثالثة بعدد تكرار (١٠٢) ونسبة (٢٥,٥٪)، وحلت أخيراً وفي المرتبة الرابعة فئة (كبيرة) بعدد تكرار (٣٠) ونسبة (٧,٥٪).

٤- بينت النتائج في الجدول (٨) والمتضمن فئة (ما هو الوقت الذي تقضيه في متابعة منشورات وتعليقات فيس بوك يومياً؟)، إن فئة (ساعة) قد جاءت في المرتبة الأولى بعدد تكرار (٢٦٦) ونسبة (٥٦,٥٪)، أما فئة (ساعتان) قد حلت في المرتبة الثانية بعدد تكرار (١٠٤) ونسبة (٢٦٪)، لتأتي بعدها فئة (ثلاث ساعات وأكثر) في المرتبة الثالثة بعدد تكرار (٧٠) ونسبة (١٧,٥٪).

٥- أظهرت النتائج في جدول (٩) المتضمن فئة (أي الفئات من حيث مستوى التعليم برأيك؛ تهتم بمشاركة رأيها ضمن تعليقات فيس بوك إزاء القضايا السياسية؟)، إن فئة (المهتمين بشكل عام بالموضوعات السياسية) قد جاءت في المرتبة الأولى بعدد تكرار (١٦٢) ونسبة (٤٠,٥٪)، ثم جاءت في المرتبة الثانية فئة (أي شخص يظهر أمامه المنشور ويمكنه التعليق) بعدد تكرار (١٠٤) ونسبة (٢٦٪)، لتأتي بعدها فئة (المتخصصون) في المرتبة الثالثة بعدد تكرار (٧٦) ونسبة (١٩٪)، وحلت أخيراً وفي المرتبة الرابعة فئة (من لهم علاقة مباشرة بالموضوعات المنشورة) بعدد تكرار (٥٨) ونسبة (١٤,٥٪).

٦- بينت النتائج في جدول (١٠) المتضمن فئة (ما حدود الاهتمام لديك بمتابعة التعليقات الواردة في المنشورات السياسية في فيس بوك؟)، إن فئة (متوسط) قد جاءت في المرتبة الأولى بعدد تكرار (١٤٢) ونسبة (٣٥,٥٪)، ثم جاءت في المرتبة الثانية فئة (قليل) بعدد تكرار (١٣٦) ونسبة (٣٤٪)، لتأتي بعدها فئة (غير مهتم) في المرتبة الثالثة بعدد تكرار (٨٢) ونسبة (٢٠,٥٪)، وحلت أخيراً وفي المرتبة الرابعة فئة (كبير) بعدد تكرار (٤٠) ونسبة (١٠٪).

٧- أظهرت النتائج في جدول (١١) المتضمن فئة (ما موقفك من التعليقات الواردة في المنشورات على فيس بوك والتي تتعلق بالقضايا السياسية؟)، إن فئة (محايد) قد جاءت في المرتبة الأولى بعدد تكرار (٣٠٦) ونسبة (٧٦,٥٪)، ثم جاءت في المرتبة الثانية فئة (سلبي) بعدد تكرار (٥٦) ونسبة (١٤٪)، لتأتي بعدها فئة (إيجابي) أخيراً وفي المرتبة الثالثة بعدد تكرار (٣٨) ونسبة (٩,٥٪).

فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (٤)

السنة الثانية محرم الحرام ١٤٤٦ هـ آب ٢٠٢٤ م



٨- أظهرت النتائج في جدول (١٣) المتضمن فئة (هل تعتقد إن هناك انتقائية وتحيّز في التعليقات الواردة في المنشورات السياسية التي تنشر في صفحات فيس بوك؟)، إن فئة (أعتقد ذلك) قد جاءت في المرتبة الأولى بعدد تكرار (٢٤٤) ونسبة (٦١٪)، ثم جاءت في المرتبة الثانية فئة (لا أعلم) بعدد تكرار (١١٠) ونسبة (٢٧,٥٪)، لتأتي بعدها فئة (لا أعتقد ذلك) أخيراً وفي المرتبة الثالثة بعدد تكرار (٤٦) ونسبة (١١,٥٪).

٩- بينت النتائج في جدول (١٣) المتضمن فئة (ما دوافع التعليقات الواردة في منشورات فيس بوك ازاء القضايا السياسية؟)، إن فئة (تقديم وجهات النظر المختلفة ازاء موضوع يشغل الرأي العام) قد جاءت في المرتبة الأولى بعدد تكرار (٢٣٤) ونسبة (٥٨,٥٪)، ثم جاءت في المرتبة الثانية فئة (متابعة الأحداث والقضايا السياسية المهمة) بعدد تكرار (١٨٨) ونسبة (٤٧٪)، لتأتي بعدها فئة (الحرية في إبداء الرأي في الموضوعات والأحداث الواردة في المنشورات بصراحة وجرأة كبيرة) في المرتبة الثالثة بعدد تكرار (١٨٤) ونسبة (٤٦٪)، وحلت في المرتبة الرابعة فئة (تصحيح المعلومات الخاطئة الواردة في المنشورات) بعدد تكرار (٨٤) ونسبة (٢١٪)، وجاءت فئة (الحرص على متابعة الأحداث الحية من خلال من المنشورات وتحليلات ورؤى محللين ومتخصصين) في المرتبة الخامسة بعدد تكرار (٧٤) ونسبة (١٨,٥٪)، ثم جاءت فئة (رفض المعلومات الواردة في المنشورات)، بعدد تكرار (٥٤) ونسبة (١٣,٥٪)، لتأتي أخيراً فئة (الموافقة على الآراء الواردة في المنشورات) في المرتبة السابعة والأخيرة بعدد تكرار (٤٠) ونسبة (١٠٪).

١٠- أظهرت النتائج في جدول (١٤) والذي تتضمن الفئة (ما هو برأيك تأثير التعليقات الواردة في المنشورات على اتجاهات الجمهور العراقي تجاه القضايا السياسية؟)، إن فئة (تقديم وجهات النظر المختلفة ازاء موضوع يشغل الرأي العام) قد جاءت في المرتبة الأولى بعدد تكرار (١٨٤) ونسبة (٤٦٪)، ثم جاءت في المرتبة الثانية فئة (غيرت التعليقات في فيس بوك موقع من مواقف الجمهور في المشاركة في الانتخابات) بعدد تكرار (١٤٦) ونسبة (٣٦,٥٪)، لتأتي بعدها فئة (شكلت التعليقات في موقع فيس بوك رأي عام ضاغط على الحكومة لحاسبة الطبقة السياسية الفاسدة على اختلاف مناصبهم) في المرتبة الثالثة بعدد تكرار (١٤٢) ونسبة (٣٥,٥٪)، وحلت في المرتبة الرابعة فئة (غيرت التعليقات على منشورات فيس بوك من آراء الجمهور ازاء النخب العراقية لاكتشاف تورطهم بقضايا فساد) بعدد تكرار (١٣٢) ونسبة (٣٣٪)، وجاءت فئة (دعمت التعليقات في منشورات فيس بوك مواقف الجمهور في مساندة الحكومة العراقية لتفويت الفرصة للفرص على الاجندات الخارجية لعودة الاستقرار للعراق) في المرتبة الخامسة بعدد تكرار (٥٢) ونسبة (١٣٪).

١١- بينت النتائج في جدول (١٥) والذي تتضمن الفئة (ما أبرز القضايا السياسية برأيك التي أثرت أو يمكن أن يتأثر بها متابعي التعليقات على موقع فيس بوك؟)، إن فئة (تأخر تشكيل الحكومة العراقية) قد حلت في المرتبة الأولى بعدد تكرار (١١٠) ونسبة (٢٧,٥٪)، وجاءت بعدها وفي المرتبة الثانية فئة (الازمات المتكررة في البلد) بعدد تكرار (١٠٢) ونسبة (٢٥,٥٪)، لتأتي بعدها فئة (الممارسات الخاطئة والفساد الإداري للطبقة السياسية) في المرتبة الثالثة بعدد تكرار (٧٦) ونسبة (١٩٪)، وحلت في المرتبة الرابعة فئة (التظاهرات التي ترفض الواقع السياسي في البلد) بعدد تكرار (٥٢) ونسبة (١٣٪)، ثم جاءت فئة (علاقة العراق بدول الجوار) في المرتبة الخامسة بعدد تكرار (٤٢) ونسبة (١٠,٥٪)، لتأتي بعدها في المرتبة السادسة فئة أخرى بعدد تكرار (٨) ونسبة (٢٪)، إذ تضمنت فئة (أخرى) مجموعة من الموضوعات وهي: عمالة السياسيين لدول الجوار وذلك لمصلحة الأخيرة بالهيمنة على اقتصاد البلاد وحتى على علاقاتها السياسية وطبعا السياسيين العملاء يتبعون مبدأ المصلحة الشخصية على مصلحة البلاد بعدد تكرار، كما تضمنت ارتفاع الاسعار وتبعاتها على المواطنين. هذا وحلت أخيراً فئة (موقف العراق من القضايا السياسية العربية والعالمية) بعدد تكرار (٦) ونسبة (١,٥٪) في المرتبة السابعة.

فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (٤)

السنة الثانية محرم الحرام ١٤٤٦ هـ آب ٢٠٢٤ م

١٢- أظهرت النتائج في جدول (١٦) والذي تتضمن الفئة (كيف يتعامل البعض برأيك : مع الآراء والتعليقات التي تتنافى مع اتجاههم؟)، إن فئة (يهمهم ويرد) قد حلت في المرتبة الأولى بعدد تكرار (٢١٦) ونسبة (٥٤٪)، ثم جاءت فئة (يكتفى بمتابعة التعليقات) في المرتبة الثانية بعدد تكرار (١٤٦) ونسبة (٣٦,٥٪)، لتحل أخيراً فئة (يهمهم فقط) في المرتبة الثالثة والأخيرة بعدد تكرار (٣٨) ونسبة (٩,٥٪).

١٣- بينت النتائج في جدول (١٧) والمتضمن فئة (ما طبيعة التعليقات التي يكتبها المتابعون للمنشورات على فيس بوك إزاء القضايا السياسية؟)، إن فئة (تعليق يتعلق بالمنشور ويعطي رأي مقبول) قد حلت في المرتبة الأولى بعدد تكرار (١٥٨) ونسبة (٣٩,٥٪)، ثم جاءت فئة (تعليق مضحك أو نكتة) في المرتبة الثانية بعدد تكرار (١٠٨) ونسبة (٢٧٪)، لتحل أخيراً فئة (تعليق مسيء) في المرتبة الثالثة بعدد تكرار (٨٦) ونسبة (٢١,٥٪)، وجاءت فئة (تعليق لا يتعلق بموضوع المنشور) في المرتبة الرابعة والأخيرة بعدد تكرار (٤٨) ونسبة (١٢٪).

١٤- التصح من نتائج الجدول (١٨) والمتعلق بفئة (هل استطاعت التعليقات الواردة في منشورات فيس بوك من تغيير اتجاهاتك إزاء قضية معينة؟)، إن فئة (كلا) قد حلت في المرتبة الأولى بعدد تكرار (١٩٦) ونسبة (٤٩٪)، لتأتي بعدها فئة (أحياناً) في المرتبة الثانية وبعدد تكرار (١٥٤) ونسبة (٣٨,٥٪)، وأخيراً جاءت فئة (نعم) بعدد تكرار (٥٠) ونسبة (١٢,٥٪).

١٥- تبين من نتائج الجدول (١٩) والذي تتضمن فئة (ما نوع التأثير الذي استطاعت تعليقات فيس بوك من بثه في داخلك، وساهم في تغيير اتجاهاتك؟)، إن فئة (محايد) قد حلت في المرتبة الأولى بعدد تكرار (٣١٠) ونسبة (٧٧,٥٪)، لتأتي بعدها فئة (إيجابي) في المرتبة الثانية وبعدد تكرار (٥٢) ونسبة (١٣٪)، وأخيراً جاءت فئة (نعم) بعدد تكرار (٣٨) ونسبة (٩,٥٪).

١٦- التصح من نتائج الجدول (٢٠) والذي تتضمن فئة (هل منعك الخوف من إبداء رأيك في التعليقات على منشور متعلق بقضايا سياسية؟)، إن فئة (أحياناً) قد حلت في المرتبة الأولى بعدد تكرار (١٤٨) ونسبة (٣٧٪)، لتأتي بعدها فئة (كلا) في المرتبة الثانية وبعدد تكرار (١٣٦) ونسبة (٣٤٪)، وأخيراً جاءت فئة (نعم) بعدد تكرار (١١٦) ونسبة (٢٩٪).

١٧- بينت النتائج في الجدول (٢١) والمتعلقة بجواب الفئة السابقة عن (الأسباب التي دعتك للخوف من إبداء الرأي؟) إن فئة (أن يكون هناك من يراقب تعليقاتك ويرد بطريقة غير متحضرة) قد حلت في المرتبة الأولى بعدد تكرار (١١٨) ونسبة (٢٩,٥٪)، ثم جاءت بعدها فئة (أن يتم فهم تعليقك بصورة خاطئة) في المرتبة الثانية بعدد تكرار (١١٠) ونسبة (٢٧,٥٪)، ثم حلت فئة (عقوبات وظيفية) بعدد تكرار (٥٦) ونسبة (١٤٪)، أما في المرتبة الثالثة فجاءت فئة (أن يكون هناك من يراقب تعليقاتك ويرد بطريقة غير متحضرة) بعدد تكرار (٤٤) ونسبة (١١٪)، لتأتي في المرتبة الخامسة والأخيرة فئة (أخرى) بعدد تكرار (٤٢) ونسبة (١٠,٥٪) وتتضمنت هذه الفئة العديد من المصامين التي حددها المبحوثون يمكن اختصارها بالتالي: (انتماءات لجهة معينة تعارض مع محتوى المنشور، وجود بعض الجهات الخيرية تراقب التعليقات خارجة عن القانون، الخوف من التهديد أو القتل أو التصفية أو الاغتيال، التحفظ على بعض الآراء الواردة في المنشورات، وجود بعض المليشيات المدافعة عن صاحب المنشور).

١٨- تبين من الجدول (٢٢) الذي تتضمن فئة (هل قمت بتفعيل خاصية تشغيل الإشعارات لمنشور بغرض متابعته التعليقات الواردة فيه؟)، إن فئة (كلا) قد حلت في المرتبة الأولى بعدد تكرار (٢١٦) ونسبة (٥٤٪)، لتأتي بعدها فئة (أحياناً) في المرتبة الثانية وبعدد تكرار (٩٤) ونسبة (٢٣,٥٪)، وأخيراً جاءت فئة (نعم) بعدد تكرار (٩٠) ونسبة (٢٢,٥٪).

١٩- التصح من الجدول (٢٣) المتضمن فئة (هل قمت بتفعيل خاصية الإبلاغ عن منشور بسبب التعليقات



فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (٤)

السنة الثانية محرم الحرام ١٤٤٦ هـ آب ٢٠٢٤ م



الواردة فيه؟، إن فئة (كلا) قد حلت في المرتبة الأولى بعدد تكرار (١٨٨) ونسبة (٤٧٪)، لتأتي بعدها فئة (نعم) في المرتبة الثانية وبعدد تكرار (١٦٠) ونسبة (٤٠٪)، وأخيراً جاءت فئة (أحياناً) بعدد تكرار (٥٢) ونسبة (١٣٪).
٢٠- تبين من نتائج الجدول (٢٤) الذي تضمن فئة (هل قمت بحفظ منشور ضمن قائمة المفصلة بعد اطلاعتك على التعليقات الواردة فيه؟)، إن فئة (كلا) قد حلت في المرتبة الأولى بعدد تكرار (١٩٢) ونسبة (٤٨٪)، لتأتي بعدها فئة (نعم) في المرتبة الثانية وبعدد تكرار (١٥٠) ونسبة (٣٧,٥٪)، وأخيراً جاءت فئة (أحياناً) بعدد تكرار (٥٨) ونسبة (١٤,٥٪).

٢١- أظهرت نتائج الجدول (٢٥) الذي تضمن فئة (هل قمت بعمل Tags لأحد الأصدقاء على منشور سياسي بسبب التعليقات الواردة فيه؟)، إن فئة (كلا) قد حلت في المرتبة الأولى بعدد تكرار (١٧٦) ونسبة (٤٤٪)، لتأتي بعدها فئة (نعم) في المرتبة الثانية وبعدد تكرار (١٤٦) ونسبة (٣٦,٥٪)، وأخيراً جاءت فئة (أحياناً) بعدد تكرار (٧٨) ونسبة (١٩,٥٪).

٢٢- بينت نتائج الجدول (٢٦) والذي تضمن فئة (هل تسببت تعليقات منشور معين من الغاء متابعتك لصديق أو صفحة معينة؟)، إن فئة (نعم) قد حلت في المرتبة الأولى بعدد تكرار (١٨٦) ونسبة (٤٦,٥٪)، لتأتي بعدها فئة (كلا) في المرتبة الثانية وبعدد تكرار (١٦٨) ونسبة (٤٢٪)، وأخيراً جاءت فئة (أحياناً) بعدد تكرار (٤٦) ونسبة (١١,٥٪).

٢٣- أظهرت نتائج جدول (٢٧) المتضمن فئة (هل قمت بإخفاء منشورات بصورة مؤقتة أو دائمية لشخص أو صفحة بسبب التعليقات التي تتضمنها؟)، إن فئة (كلا) قد حلت في المرتبة الأولى بعدد تكرار (١٩٦) ونسبة (٤٩٪)، لتأتي بعدها فئة (نعم) في المرتبة الثانية وبعدد تكرار (١٣٨) ونسبة (٣٤,٥٪)، وأخيراً جاءت فئة (أحياناً) بعدد تكرار (٦٦) ونسبة (١٦,٥٪).

٢٤- تبين من نتائج الجدول (٢٨) والمتضمن فئة (هل قمت بمشاركة منشور على الفيس بوك أو بإحدى مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى لإعجابك أو انزعاجك من التعليقات الواردة فيه؟)، إن فئة (كلا) قد حلت في المرتبة الأولى بعدد تكرار (٢١٦) ونسبة (٥٤٪)، لتأتي بعدها فئة (نعم) في المرتبة الثانية وبعدد تكرار (١٢٤) ونسبة (٣١٪)، وأخيراً جاءت فئة (أحياناً) بعدد تكرار (٦٠) ونسبة (١٥٪).

٢٥- أظهرت نتائج الجدول (٢٩) الذي تضمن فئة (هل قمت بإلغاء صداقتك مع صديق أو شخصية تقوم بتابعيتها بسبب تعليقات له على الفيس بوك؟)، إن فئة (نعم) قد حلت في المرتبة الأولى بعدد تكرار (١٩٢) ونسبة (٤٨٪)، لتأتي بعدها فئة (كلا) في المرتبة الثانية وبعدد تكرار (١٧٤) ونسبة (٤٣,٥٪)، وأخيراً جاءت فئة (أحياناً) بعدد تكرار (٣٤) ونسبة (٨,٥٪).

٢٦- تبين من نتائج الجدول (٣٠) والمتضمن فئة (هل تقدمت بطلب صداقة لشخص ما بعد تأثرك بآرائه الواردة في تعليقات على منشورات سياسية؟)، إن فئة (كلا) قد حلت في المرتبة الأولى بعدد تكرار (٢٣٢) ونسبة (٥٨٪)، لتأتي بعدها فئة (نعم) في المرتبة الثانية وبعدد تكرار (١٢٢) ونسبة (٣٠,٥٪)، وأخيراً جاءت فئة (أحياناً) بعدد تكرار (٤٦) ونسبة (١١,٥٪).

٢٧- أظهرت نتائج الجدول (٣١) الذي تضمن فئة (هل تعتقد إن تعليقات فيس بوك لها دور في تشكيل اتجاهات الجمهور إزاء القضايا السياسية؟)، أن فئة (أعتقد ذلك) قد حلت في المرتبة الأولى بعدد تكرار (٢٠٨) ونسبة (٢٧٪)، وجاءت بعدها فئة (لا أعتقد ذلك) بعدد تكرار (١٠٨) ونسبة (٢٧٪)، ثم فئة (لا أعلم) في المرتبة الثالثة والأخيرة بعدد تكرار (٨٤) ونسبة (٢١٪).

٢٨- تبين من نتائج الجدول (٣٢) والمتضمن فئة (ما نسبة تأثير تعليقات الفيس بوك في تشكيل اتجاهات الجمهور إزاء القضايا السياسية؟)، إن فئة (متوسطة) قد جاءت في المرتبة الأولى بعدد تكرار (١٧٠) ونسبة (٤٣,٥٪)،

فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (٤)

السنة الثانية محرم الحرام ١٤٤٦ هـ آب ٢٠٢٤ م

لتأتي بعدها فئة (محدودة) في المرتبة الثانية بعدد تكرار (١٠٤) ونسبة (٢٦٪)، ثم بعدها فئة (كبيرة) في المرتبة الثالثة بعدد تكرار (٨٦) ونسبة (٢١,٥٪)، لتحل أخيراً فئة (لا تؤثر) في المرتبة الأخيرة والرابعة بعدد تكرار (٤٠) ونسبة (١٠٪).

ثانياً: الإستنتاجات

١- اهتمامات الذكور بالقضايا السياسية ومتابعتها أكثر من الإناث، بل وانعكست هذه النسبة على فئة الأكثر تأثيراً من حيث التعليقات على المنشورات، وهذا إن دل على شيء فهو؛ إن الفيس بوك يعد منصة التواصل الاجتماعي للعراقيين للذكور، وإن الإناث ليس لديهم اهتمامات سياسية بالقدر الذي يؤهلهم للتعليق أو المشاركة نتيجة طبيعة المجتمع أو ثقافته، الذي قد لا يعط اهتماماً كافياً لتعليقات الإناث.

٢- إن الحاصلين على درجة البكالوريوس يتابعون التعليقات الواردة في الفيس بوك أكثر من الفئات الأخرى كونهم من فئة الشباب الواعي والذي عاصر معظم الأزمات السياسية للعراق بعد عام ٢٠٠٣.

٣- إن جمهور بغداد يفصل البقاء بشكل محايد من حيث إبداء الرأي بما يتم نشره من موضوعات سياسية أو من حيث نوع التأثير الذي استطاعت تعليقات فيس بوك من بثه وهذا يدل إن معظم من يعلقون على الفيس بوك أو يتابعونه يفصلون البقاء على الحياد في كل ما يتعلق بالموضوعات السياسية، نتيجة الأزمات أو الخوف من أمور لا يريدون الانغماس فيها.

٤- إن تقديم وجهات النظر المختلفة إزاء موضوع يشغل الرأي العام كان رأي واضح للخاضعين للإستبانة إلا أنه وفي الوقت ذاته لا يعني الموافقة أو الرفض للمعلومات والآراء الواردة في التعليقات.

٥- إن مدى تأثير تعليقات الفيس بوك في تشكيل اتجاهات الجمهور إزاء القضايا السياسية، وحدود الاهتمام بتابعة التعليقات الواردة في المنشورات السياسية كانت بدرجة متوسطة، وهذا يعني قناعة المبحوثين واعتقادهم بعدم حيادية المنشورات السياسية التي تُنشر على الفيس بوك بشكل رئيسي، وإلى قناعتهم بتسييس مواقع التواصل الاجتماعي ومنها فيس بوك لأجندات قد تكون سياسية أو مأجورة.

٦- الممارسات الخاطئة والفساد الإداري للطبقة السياسية والازمات المتكررة في البلد نالت الاهتمام الأكبر للمبحوثين، في حين إن تأخر تشكيل الحكومة العراقية والتظاهرات التي ترفض الواقع السياسي في البلد قد نالت اهتمام متوسط، أما علاقة العراقي بدول الجوار وموقف العراق من القضايا السياسية العربية والعالمية، قد حلت أخيراً من حيث الاهتمام، وهذا يعكس الوضع الحقيقي للبلد ولا سيما إن تلك القضايا تؤثر بشكل فعلي على حياة الجمهور وهي سبب كل ما آل إليه الوضع الراهن.

٧- إن التعليقات التي ترد على منشورات الفيس بوك تكون بصورة عشوائية، مع غياب ذوي التخصص عن التعليق على المنشورات السياسية، وهذه دلالة عدم اهتمام متابعة الموضوعات السياسية أو التعليق عليها وهذا أثر بشكل أو بآخر بأن لا يسهم في تعزيز دور الفيس بوك في مناقشتها أو معالجتها.

٨- إن الخاضعين للإستبانة لا يقومون بتفعيل أي خاصية مرتبطة بالتعليقات إلا إنهم يميلون إلى إلغاء الصداقة مع أي شخص يعارض تعليقه مع توجهاتهم السياسية.

٩- إن جمهور بغداد أكد على إن التعليقات على الفيس بوك ليس لها دور في تشكيل رأيهم إزاء القضايا السياسية.

ثالثاً: التوصيات

تعد التوصيات والمقترحات جزءاً بحثياً مهماً قد يكون على درجة أكبر من حيث الأهمية بالمقارنة بخاتمة البحث، وهذا الجزء هو المعبر عن رغبة الباحث في وضع الأفكار والمقترحات الجديدة؛ ولأجل ذلك يرى الباحثان إن من الضروري التوصية بالتالي:

١- إن الفيس بوك قد أثر بشكل كبير في المجتمعات؛ بل وفي تغيير الحكومات في بعض البلدان العربية ومنها



فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (٤)

السنة الثانية محرم الحرام ١٤٤٦ هـ آب ٢٠٢٤ م



العراق، عليه فمن الضروري التوعية بدوره في تغيير وتشكيل اتجاهات الجمهور من خلال الندوات والمحاضرات، سيما إن البحث أظهر أن أغلبية من قاموا بمشاركة الاستبيان والإجابة عنه كانوا من فئة الشباب الذين نالوا الشهادة الجامعية.

٢- التعريف بالقضايا السياسية المهمة مع بيان الحقائق من خلال طرح الحقائق بالوثائق والصور والإحصائيات للجمهور؛ وهذا سيسهم بشكل كبير في رفع نسبة الثقة بمنشورات فيس بوك وجعل الاعتماد على ما يرد من منشورات والتعليق عليه إلى حد كبير.

٣- ضرورة نشر الموضوعات السياسية الإيجابية وعدم الاكتفاء بنشر الموضوعات السياسية التي تظهر فشل الحكومة أو الفساد الإداري المستشري في البلد، كما وينبغي بتقديم كل ما يظهر الدور الإقليمي للعراق لرفع نسبة اهتمام الجمهور بقضايا العراق مع دول الجوار والتأثيرات السياسية الخارجية لدول العالم على سياسات العراق الداخلية.

٤- العمل على تطوير ثقة الجمهور في ابداء الرأي والتعليق على المنشورات من خلال السماح للرأي والرأي الآخر بالنقاش دون المساس بجهة أو التقليل من قيمة الاطراف السياسية الأخرى، وهذا يستلزم طرح القضايا السياسية للنقاش بين مدةٍ وأخرى من خلال الندوات أو المحاضرات التثقيفية.

المصادر :

أولاً: المصادر العربية

١- أحمد، أسماء عاصم، الإعلام الجديد.. الإشكاليات وأنماط التغير، المركز العربي للبحوث والدراسات ، نشر بتاريخ ٢٠٢٠/٣/٣٠ ، رابط الدراسة : <http://www.acrseg.org> /١٥٥١

٢- الرويني، ابتسام صاحب، مناهج البحث التربوي، جامعة بابل كلية، التربية الاساسية، قسم اللغة العربية، ٢٠١٨.

٣- ابراهيم، علي حجازي، التكامل بين الاعلام التقليدي والجديد، القاهرة: دار معتر للنشر والتوزيع، ٢٠١٧.

٤- ابراهيم، علي حجازي، المصدر السابق ، ص ٧٤ - ٧٦ .

٥- الدحود، علاء أحمد، تصور مقترح لتوظيف الشبكة الاجتماعية فايسبوك في الجامعات الفلسطينية، (رسالة ماجستير منشورة)، كلية التربية، الجامعة الإسلامية، غزة، ٢٠١٢.

٦- بوقلول، صفاء، و بوحلمة، مريم، دور الفاييسبوك في التحصيل الدراسي للطلبة الجامعيين، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة العربي بن مهيدي، ام البواقي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، ٢٠١٦.

٧- حمود، عبد الحليم حمود، فن غسل الأدمغة، بحث في الدعاية والرأي العام، بيروت - لبنان: دار الهادي للنشر والطباعة والتوزيع، ٢٠٠٨.

٨- حسان أحمد قمحية، الفيس بوك تحت المجهر، القاهرة: دار النخبة، حسان أحمد قمحية، ٢٠١٧.

٩- عبد الرزاق، رأفت مهند، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، «دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق على عينة من طلبة جامعات كل من الموصل والانبار وتكريت للفترة من ٢٠١٣-٢٠١٣ ولغاية ٢٠١٣-٢٠١٣»، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة البترا الأردنية - كلية الآداب والعلوم، قسم الصحافة والإعلام.

١٠- مراد، بن أمهان، دور الفاييسبوك في تشكيل الرأي العام حول الحراك الشعبي بالجزائر ٢٠١٩ - دراسة ميدانية على عينة من طلبة الماستر لقسم علوم الاعلام والاتصال بالمسيلة-، (رسالة ماجستير غير منشورة) جامعة محمد بوضياف، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم: علوم الاعلام والاتصال، ٢٠١٩.



فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (٤)

السنة الثانية محرم الحرام ١٤٤٦ هـ آب ٢٠٢٤ م

١١- مراد، بن أمهاني، ٢٠١٩، المصدر السابق.

١٢- محبوب، وجيه، طرائق البحث العلمي ومناهجه، (الموصل: دار الطباعة والكتب العامة، ١٩٨٨)

١٣- اختراء هم كالتالي:

أ- أ. م. د أكرم الربيعي، رئيس قسم الإعلام - كلية المستقبل الجامعة

ب- أ. م. د محمد رافع لايد الراوي، تدريسي في كلية الإدارة والاقتصاد - جامعة الفلوجة

ت- أ. م. د سهاد عادل القيسي تدريسية في قسم الإعلام - الجامعة المستنصرية

ثانياً: المصادر الأجنبية:

1- Assist. Prof. Dr. Akram Al-Rubaie, Head of Media Department, University College of the Future, specialized in Audio and Visual Arts

2- Assist. Prof. Dr. Muhammad Rafi'abed Muhammad Al-Rawi, a teacher at the University of Fallujah / College of Administration and Economics.



فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (٤)
السنة الثانية محرم الحرام ١٤٤٦ هـ آب ٢٠٢٤ م





فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (٤)
السنة الثانية محرم الحرام ١٤٤٦ هـ آب ٢٠٢٤ م

General supervision the professor

Alaa Abdul Hussein Al-Qassam

Director General of the

Research and Studies Department editor

a . Dr . Sami Hammoud Haj Jassim

managing editor

Hussein Ali Muhammad Hassan Al-Hassani

Editorial staff

Mr. Dr. Ali Attia Sharqi Al-Kaabi

Mr. Dr. Ali Abdul Kanno

Mother. Dr . Muslim Hussein Attia

Mother. Dr . Amer Dahi Salman

a. M . Dr. Arkan Rahim Jabr

a. M . Dr . Ahmed Abdel Khudair

a. M . Dr . Aqeel Abbas Al-Raikan

M . Dr . Aqeel Rahim Al-Saadi

M. Dr.. Nawzad Safarbakhsh

M. Dr . Tariq Odeh Mary

Editorial staff from outside Iraq

a . Dr . Maha, good for you Nasser

Lebanese University / Lebanon

a . Dr . Muhammad Khaqani

Isfahan University / Iran

a . Dr . Khawla Khamri

Mohamed Al Sharif University / Algeria

a . Dr . Nour al-Din Abu Lihia

Batna University / Faculty of Islamic Sciences / Algeria

Proofreading

a . M . Dr. Ali Abdel Wahab Abbas

Translation

Ali Kazem Chehayeb