

اتجاهات الجمهور العراقي إزاء القضايا الاجتماعية المنشورة في مواقع

التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لتعليقات الجمهور

أ. م. د. ریا قحطان احمد الحمداني

كلية الإعلام / جامعة بغداد

dr.rayaq.ahmed@comc.uobaghdad.edu.iq

٠٧٧٠٥٧١٣٨٧٠

مستخلص:

تهدف الدراسة إلى فهم اتجاهات الجمهور العراقي نحو القضايا الاجتماعية المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي، وتحديدًا فيسبوك. وتطرح الدراسة تساؤلات حول محتوى التعليقات، سواءً أكانت سلبية أم إيجابية، وهل تُعبر عن احترام الرأي الآخر أم لا، وهل يُشارك الجمهور في الحوار من خلال التعليقات، أم أنها تُقدم حلولًا للقضايا المنشورة، أم أنها تُشاهدها فقط. اختار الباحث خمس قضايا اجتماعية، تمحورت حول ممارسة السحر في المقابر، وبر الوالدين، وجريمة قتل، وامرأة مُسنة تعمل لإعالة نفسها، وإدارة شؤون المنزل.

بلغ إجمالي التعليقات على هذه المنشورات ١٠٤٧ تعليقًا، اختار الباحث منها ١٥٦ تعليقًا، بناءً على عينة عشوائية منتظمة، تُمثل ١٤% من عينة البحث. اتبع الباحث منهج تحليل المحتوى، كاشفًا عن ٥٩ فئة رئيسية، بتكرار ٥١٦ مرة. ومن أهم النتائج التي توصل إليها، أن الجمهور تعامل مع القضايا باللجوء إلى الله تعالى، والدعاء على الظالم، ونصرة المظلوم. كما لاموا أنفسهم على تصويتهم لمرشحين غير جديرين بالثقة في الانتخابات، واتهموا الحكومة بالفشل والفساد. ووجهت بعض التعليقات إهانات وشتائم، محملةً إياها مسؤولية جرائم قتل وحوادث أخرى. علاوة على ذلك، تطوّر الجمهور لتقديم معلومات عن حوادث خطيرة دون أي شعور بالمسؤولية تجاه جدية الكشف عنها علنًا. كما كان الجمهور متلهفًا لمعرفة أسباب الجرائم أو الحوادث.

الكلمات المفتاحية: الاتجاهات، دراسات الجمهور، ردود فعل الجمهور، القضايا الاجتماعية، وسائل التواصل الاجتماعي.

Abstract:

The study aims to understand the Iraqi public's attitudes toward social issues posted on social media, specifically Facebook. It raises questions about the content of comments, whether they are negative or positive, whether they indicate respect for other opinions, or the opposite, whether the public engages in dialogue through comments, whether they offer solutions to posted issues, or whether they simply view them. The researcher selected five social issues, which revolved around magic practiced in cemeteries, honoring parents, a murder, an elderly woman working to support herself, and managing household affairs.

The total number of comments on these posts reached 1,047, from which the researcher selected 156 comments, based on a systematic random sample, representing 14% of the research sample.

The researcher followed a content analysis approach, revealing 59 main categories, with 516 repetitions. One of the most important findings was that the public dealt with issues by resorting to God Almighty, praying against the oppressors and supporting the oppressed. They also blamed themselves for voting for untrustworthy candidates in elections. They also

accused the government of failure and corruption. Some comments directed insults and curses, holding it responsible for murders and other incidents. Furthermore, the public volunteered to provide information about serious incidents without any sense of responsibility for the seriousness of revealing this information publicly. The public was also eager to know the causes of crimes or incidents.

Keywords: Audience feedback, social issues, Audience studies, Trends, social media.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للبحث

أولاً: مشكلة البحث:

يتناول البحث معرفة اتجاهات الجمهور العراقي إزاء القضايا الاجتماعية في المجتمع، عبر مواقع التواصل الاجتماعي وموقع (الفيسبوك) تحديداً. والقضايا الاجتماعية هي (أي موقف أو سلوك ذو تأثير سلبي على شريحة واسعة من المجتمع، وتصنف ضمن الحالات التي لا بد من معالجتها).

وقد أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي ومنها (الفيسبوك) facebook معرفة اتجاهات الجمهور إزاء القضايا والمواضيع المختلفة، كونه يتيح لجمهور موقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) كتابة آراءهم وأفكارهم ونشرها أمام الجمهور عبر ميزة التعليقات المتوفرة في الموقع. على كل ما ينشر في (الفيسبوك). وجمهور الفيسبوك غير ملزم بأبداء رايه إزاء أي قضية تنشرها صفحات الفيسبوك الشخصية والعامّة. وله حرية التفاعل مع المنشورات، أو ابداء الاعجاب بالمنشور فقط، أو مشاركته في صفحته الشخصية أو الصفحات العامة، لكن الاعجاب والمشاركة والتعليق على المنشورات تعتبر تفاعلاً من قبل الجمهور مع القضية، أو التعليق رداً على تعليق فرد من الجمهور على المنشور. وهذه الآراء والتعليقات التي يعبر فيها

الجمهور عن مكونات عقله وتفكيره ووجدانه إزاء القضايا المطروحة، توفر فرصة كبيرة للباحثين لمعرفة اتجاهات الجمهور إزاء هذه القضايا.

ويطرح البحث التساؤلات الآتية:

١. ما هي اتجاهات الجمهور العراقي إزاء القضايا الاجتماعية في المجتمع؟
٢. ما طبيعة اتجاهات الجمهور العراقي إزاء هذه القضايا او المواضيع؟
٣. ما هي مضامين هذه التعليقات؟
٤. هل تتضمن التعليقات مؤشرات طائفية؟
٥. هل تتضمن التعليقات السباب والشتم؟
٦. هل تحترم التعليقات الرأي الاخر؟
٧. هل يؤمن جمهور (الفيسبوك) بالحوار؟
٨. هل يقدم الجمهور حلولاً للقضايا الاجتماعية المطروحة؟

ثانياً: أهمية البحث:

تطلق أهمية البحث من معرفة اتجاهات الجمهور العراقي إزاء قضايا اجتماعية معينة في المجتمع. و من المهم معرفة اتجاهات الجمهور، لأنها تتيح فرص كبيرة للمؤسسات الحكومية وغير الحكومية بوضع السياسات والخطط والبرامج الصائبة بما يتناسب مع المستوى المعرفي والوجداني والسلوكي للجمهور، بالإضافة إلى معرفة أي القضايا والمواضيع تحتاج إلى بناء معلومات ومعارف عنها لدى الجمهور، وأيهما تحتاج إلى ترسيخ لها في اذهان الجمهور، وأيهما تحتاج إلى تطوير وتجديد للمعلومات والمعارف والأفكار والآراء حولها، وإيهما تحتاج إلى تغيير الأفكار والآراء والمعارف عنها، إذ ان من المحال ان تتبنى المؤسسات الحكومية وغير الحكومية سياسات و خطط و برامج دون ان تكون جزءاً أساسياً تساهم في تنمية و تطوير المجتمع عبر تطوير آراء وأفكار ومعارف ومعلومات الجمهور، خاصة ان بناء الانسان الركيزة الأساسية لبناء الدولة.

ثالثاً: اهداف البحث:

يهدف البحث إلى تحقيق الأهداف الآتية:

١. معرفة اتجاهات الجمهور العراقي إزاء القضايا الاجتماعية في المجتمع.
٢. معرفة طبيعة هذه الاتجاهات.
٣. معرفة وفهم مضامين اتجاهات الجمهور.
٤. معرفة مدى احتواء تعليقات الجمهور على مؤشرات طائفية.
٥. معرفة وفهم مدى احترام الجمهور للرأي الآخر.
٦. معرفة مدى ايمان الجمهور بالحوار كأسلوب لفهم الآخر.
٧. معرفة مدى لجوء الجمهور للشكاوى والسباب كأسلوب للتعاطي مع الآخر.
٨. معرفة مستوى تفكير الجمهور مع القضايا الاجتماعية المطروحة.

رابعاً: منهج البحث:

اختارت الباحثة موقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) وذلك كون الاحصائيات تشير إلى ان الغالبية من الجمهور العراقي لديه صفحة شخصية على هذا الموقع أكثر من مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، كالإنستغرام واليوتيوب، والتويتتر.

كذلك تم اختيار صفحة (بيت العراق) من بين صفحات الفيسبوك العامة الأخرى، كون ان اعداد متابعي هذه الصفحة تصل إلى أكثر من ٦٠٠٠٠٠ ألف متابع، وسجل كذلك أكثر من ٦٠٠٠٠٠٠ اعجاب.

وتم تحديد المدة من ٢٠ لغاية ٢٥ من شهر اب ٢٠١٧ لاختيار القضايا الاجتماعية المطروحة خلال هذه المدة، وذلك لحداتها.

وشملت هذه المدة ٥ قضايا هي موضوعات السحر المعمول على المقابر، والمرأة المسنة التي تعمل لتوفير قوت يومها، ومن يفترض يتحمل مسؤولية إدارة شؤون المنزل، وبر الوالدين، وجريمة قتل عائلة.

ووصل اعداد التعليقات إلى ١٠٤٧ تعليقا على هذه القضايا، عدا الردود على هذه التعليقات، واختارت الباحثة بطريقة العينة العشوائية المنتظمة ١٥٦ تعليقا لإجراء تحليل لمضامينها. وتمثل ١٤،٨٩ % من مجتمع البحث.

وقد وجدت الباحثة ٥٩ فكرة (فئة فرعية) تضمنتها هذه التعليقات للقضايا الخمسة المشار إليها. وبتكرارات بلغت ٥١٦ تكرارا.

وتم اختيار منهج تحليل المضمون لدراسة اتجاهات الجمهور إزاء هذه القضايا الاجتماعية الخمسة.

الفصل الثاني:

أولاً: مواقع التواصل الاجتماعي

تعددت تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي، وتختلف من باحث لآخر، حيث يعرفها "بالاس" BALAS ٢٠٠٦ على "انها برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الانترنت اين يمكن للأفراد ان يتصلوا ببعض البعض لعدد من الأسباب المتنوعة".

وتعرف على انها المواقع الالكترونية التي توفر فيها تطبيقات الانترنت خدمات لمستخدميها تتيح لهم انشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن موقع او نظام معين، وتوفر وسيلة اتصال مع معارف منشئ الصفحة او مع غيره من مستخدمي النظام، وتوفر خدمات لتبادل المعلومات بني مستخدمي ذلك الموقع او النظام عبر الانترنت.

تقوم الفكرة الرئيسية للشبكات الاجتماعية على جمع بيانات الأعضاء المشتركين في الموقع ويتم نشر هذه البيانات بشكل علني حتى يجتمع الأعضاء ذوي المصالح المشتركة والذين يبحثون عن ملفات عن صور... الخ، أي انها شبكة مواقع فعالة تعمل على تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض وبعد طول سنوات تمكنهم

ايضا التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم.

ومع بداية عام (٢٠٠٢) انطلق موقع التواصل الاجتماعي Friendster.com، وقد تم تصميمه ليكون وسيلة للتعارف والصدقات المتعددة بين مختلف فئات المجتمع العالمي، وقد نال هذا الموقع شهرة كبيرة في تلك الفترة، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع skyrock.com كمنصة للتدوين، ثم تحول بعد ذلك إلى شبكة تواصل اجتماعي مع ظهور تقنيات الجيل الثاني للويب.

ثم كانت النقلة الكبيرة إلى شبكات التواصل الاجتماعي بانطلاق موقع التواصل الاجتماعي الشهير الفيسبوك Facebook.com حيث انطلق رسميا في الرابع من فبراير عام (٢٠٠٤) ؛ وقد بدأ هذا الموقع أيضا في الانتشار الموازي مع شبكات التواصل الأخرى على الساحة حتى تطور الفيسبوك من المحلية إلى الدولية عام (٢٠٠٦)، وكذلك قيام الفيسبوك في عام (٢٠٠٧) بإتاحة تكوين التطبيقات، وهو ما أدى إلى زيادة اعداد مستخدمي الفيسبوك بشكل كبير، حتى ترعب الفيسبوك على عرش مواقع التواصل الاجتماعي من حيث عدد المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي بل ومواقع الانترنت بصفة عامة على مستوى العالم. وانتشرت فكرة مواقع التواصل الاجتماعي للمدونات الصغيرة بظهور موقع التواصل الاجتماعي تويتر Twitter ؛ حيث ظهر هذا الموقع في أوائل عام (٢٠٠٦) كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة Odeo الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو، وبعد ذلك أطلقتها الشركة رسميا للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر (٢٠٠٦)، وقد بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة للتواصل الاجتماعي على الساحة في عام (٢٠٠٧) لتقديم التدوينات المصغرة، وقامت شركة Odeo بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم Twitter بدءاً من ديسمبر ٢٠٠٩.

ثانياً: مميزات شبكات التواصل الاجتماعي:

تتميز شبكات التواصل الاجتماعي عن غيرها من المواقع في الشبكة العنكبوتية بعدة ميزات، من أبرزها:

١. ان هدف المواقع الاجتماعية خلق جو من التواصل في مجتمع افتراضي تقني يجمع مجموعة من الأشخاص من مناطق ودول مختلفة على موقع واحد تختلف وجهاتهم ومستوياتهم وتتفق لغتهم التقنية.
 ٢. ان الاجتماع على وحدة الهدف سواء التعاون او التعارف لو لمجرد الترفيه وتكوين علاقات جديدة او حب الاستطلاع.
 ٣. ان الشخص في هذا المجتمع عضو فاعل، أي انه يرسل ويستقبل ويشترك ويسمع ويتحدث فدوره هنا تجاوز الدور السلبي من الاستماع فقط إلى الاطلاع ومحاولة توجيه الموقع للتواصل الإيجابي.
- وكذلك تتميز الشبكات الاجتماعية عن غيرها بعدة ميزات: -

١. العالمية، حيث تلغي الحواجز الجغرافية اذ يستطيع الفرد التواصل مع أي فرد اخر في اصقاع الأرض بكل بساطة
٢. التفاعلية، والفرد هنا هو قارئ ومستقبل، هو كاتب ومشارك.
٣. التنوع وتنوع الاستعمالات، يستخدم مواقع الشبكات الاجتماعية الطبيب والمهندس والطالب والأستاذ الجامعي والعامل وسائق سيارة الاجرة وربة البيت وطلاب في عمر المراهقة.
٤. سهولة الاستخدام، تتميز الشبكات بأنها تتطلب فقط معرفة القراءة والكتابة.
٥. الجانب الاقتصادي، لا تتطلب أموالاً كثيرة، بل يتطلب فقط الاشتراك الشهري بشبكة المعلومات العالمية، وكذلك لا يتطلب جهداً كبيراً سوى الجلوس والضغط على الازرار، اما الوقت فإنه يستغرق ساعات طويلة، ولكن المتلقي لا يشعر بالملل ابداً فيه.

ثالثاً: أشهر مواقع التواصل الاجتماعي

الفييسبوك Facebook

يعد الفييسبوك من اشهر مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت تأسس في عام ٢٠٠٤ من قبل مارك زوكربيرغ وكريس هوجس ويقدم الموقع جميع خدماته مجاناً ويتم بانضمام المستخدم إلى الشبكة عبر التسجيل في الموقع ومن ثم يتمكن من التواصل مع قائمة اصدقاءه وارسال رسائل نصيه وانشاء ملف خاص لكل مستخدم يحتوي على معلومات الشخصية وصوره ويمكنه تبادل الرسائل والصور ونشرها على صفحته الشخصية ليتمكن الأصدقاء من رؤيتها، ويتخطى عدد المستخدمين للفييسبوك لغاية ٢٠١٤ ثمانمائة مليون مستخدم نشط يستخدم نصفهم الموقع يوميا، ويتم تحميل ٢٥٠ مليون صورة يوميا، ويتم مشاهدة ما يعادل ١٥٠ سنة من الفيديو المتضمن من اليوتيوب فقط داخل الموقع، ويتوفر الفييسبوك بأكثر من ٧٠ لغة، و ٣٥٠ مليون مستخدم يستخدمون الهواتف الذكية للدخول على حساباتهم في الفييسبوك.

مميزات الفييسبوك:

يتميز الفييسبوك كشبكة اجتماعية بعدة خصائص أبرزها:

١. خاصية Wall او لوحة الحائط، وهي عبارة عن ساحة متخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تنبيه للأصدقاء ارسال الرسائل إلى هذا المستخدم او الكتابة على حائطه.
٢. خاصية التعليقات، وهي سمه متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها، وقد يمكن المستخدمين من جلب او ربط المدونات.
٣. خاصية Status او الحالة، التي تتيح إمكانية ابلاغ اصدقاءهم بأماكنهم وما يقومون به من اعمال وما يشعرون به من احساس ومشاعر في تلك اللحظة.
٤. خاصية Pokes او نكز، تتيح ارسال نكزة افتراضية، لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

كذلك يتميز الفيسبوك بتقديم خدمات كثيرة أهمها:

١. مجانية الاشتراك في الفيسبوك.
٢. البحث عن الأصدقاء القدامى والتعرف عليهم ومراسلتهم.
٣. يتمتع المستخدم بوجود صفحة شخصية له على الفيسبوك ويمكن له ان يضع فيها ما يشاء من صور او فيديوهات وكذلك كتابة ما يشاء وتحديد بعض الأشخاص الذين يسمح لهم بمشاهدتها او السماح للجميع بمشاهدتها
٤. وضع الصور الخاصة به على صفحته الشخصية وتكوين اليوم صور خاص به وتحديد من يمكنه رؤيته.
٥. تكوين مجموعات او الاشتراك في مجموعات تتحدد عن امر معين وبدون أدنى شروط.
٦. المحادثة المباشرة مع الأصدقاء.
٧. ارسال واستلام الرسائل من الأصدقاء.
٨. تم تقديم سمة تعليقات الفيسبوك في ٢٢ اب ٢٠٠٦، وهي سمة تتعلق بالتدوين وتسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها.
٩. أصدر الفيسبوك تطبيق ارسال رسائل فورية إلى شبكات الاتصال باستخدام برنامج comet وأطلق عليه اسم chat، ويوفر هذا التطبيق للمستخدمين إمكانية التواصل مع اصدقائهم.
١٠. أطلق الفيسبوك سمة الهدايا. التي تتيح للمستخدمين ارسال هدايا افتراضية إلى اصدقائهم، تظهر على الملف الشخصي للمستخدم، الذي يقوم باستقبال الهدية.
١١. في ١١ من كانون الأول ٢٠٠٨ تم الإعلان عن اختبار الفيسبوك لطريقة جديدة في تسجيل الدخول بشكل مبسط.

ان محتوى الفيسبوك اليوم لم يعد مجرد يوميات او اخبار شخصية، يتداولها فيما بينهم، بل دخل في مجالات عدة لم يكن متوقعا انه يمكن استخدامه لصالحه، ومن هذه الاستخدامات:

١. ان بعض وسائل الإعلام أصبحت تستخدم الموقع كمصدر للاخبار، وكذلك يتم استخدامه من قبل الصحف والمجلات والقنوات الفضائية، واخذت بعض الصحف تنشى لها صفحات خاصة على الموقع.

٢. استخدام الادباء والكتاب من خدمات الموقع، اذ ان الكتاب والادباء يشيرون إلى اصداراتهم الجديدة عبرها، كما انهم ينشرون الصفحة الأولى للإصدار، مما أدى إلى سرعة الاقبال عليها من الجمهور القارئ، كونه عرف بها من المصدر مباشرة، وأين تتوفر هذه النسخة في الأسواق والمكتبات.

٣. كذلك اتجهت الشركات إلى الترويج لخدماتها، والتسويق لمنتجاتها، بالإضافة إلى معرفة اراء الجمهور بالخدمة المقدمة لهم، او المنتج، لإجراء التعديلات عليها قبل طرحها في الأسواق.

٤. كذلك دخلت السياسة في الفيسبوك، حيث يتم استخدامه من قبل المرشحين للانتخابات البرلمانية، او الانتخابات الفرعية، للترويج لبرامجهم الانتخابية، ومحاولة كسب الجمهور، كذلك المرشحين إلى الانتخابات الرئاسية.

وفي المدة الأخيرة، تحولت مواقع التواصل الاجتماعي إلى مصدر أساسي للمعلومات والاخبار ولبث اشربة الفيديو وشهادات الشهود على الاحداث، فلجا (المواطن الإعلامي) إلى تصوير الاحداث على جواله وكاميرته ومن ثم نشرها على صفحته الشخصية، او ارسالها إلى المؤسسات الإعلامية الكبرى، التي تطلب من المشاهدين ارسال ما يقومون بتصويره إلى المؤسسة في إعلانات خاصة للقناة، ويتم بثها.

الجمهور العراقي و(الفيسبوك)

هناك عدة ملاحظات حول استخدام الجمهور العراقي لموقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) وهي:

١. تشير الدراسات إلى ان نسبة عالية من الجمهور العراقي لديه صفحة شخصية على الفيسبوك، ويشارك في الانترنت اما عبر حاسوبه الشخصي في المنزل او مكان العمل، او أماكن أخرى يتواجد فيها، او عبر هاتفه النقال عن طريق الاشتراك المنزلي في شبكة الانترنت، او الاشتراك عبر شبكات الاتصال النقال (بيانات الهاتف).

٢. بعض الافراد لديه أكثر من صفحة شخصية، سواء باسمه الصريح او باسم وهمي، وبعضهم لديه أكثر من صفحتين بأسماء وكنى متعددة، وتستخدم جمهور النساء الأسماء الوهمية في بعض الأحيان أيضا لأسباب كثيرة.

٣. يتفاعل الجمهور العراقي مع مجموعات الفيسبوك سواء المتخصصة او العامة، وينضم لها، بما فيها مجموعات زملاء الدراسة، وزملاء العمل، ومجموعات المنطقة السكنية، والعشيرة، ومجموعات الهويات المتعددة، والتيارات السياسية، وتشمل مجموعات الفيسبوك مواضيع لا حصر لها من الاهتمامات والهويات والمشاركات بين أعضائها.

٤. يصل اعداد المتابعين والمعجبين لبعض مجموعات الفيسبوك إلى أكثر من ١٦٠٠٠٠ الف متابعة واعجاب، فضلا عن بعض المشاركات للمنشورات قد تصل إلى أكثر من ١٠٠ مشاركة، بينما تصل اعداد المشاهدات إلى أكثر من ٢٠٠٠٠٠ مشاهدة لبعض المنشورات ومقاطع الفيديو.

٥. ان بعض الافراد قد اخذ يعتمد على الفيسبوك في معرفة الاخبار اليومية، ومشاهدة البرامج والافلام والاغاني، خاصة ان هذه المجموعات قد تنتشر مقطعا لا يتجاوز الثواني من برنامج مدته ٦٠ دقيقة، وتركز فيه على معلومات مميزة او مهمة او تثير الضحك او معلومات تثير اهتمام الجمهور

لسبب أو لأخر، وهو ما يوفر الوقت والجهد للأفراد بدلا من البحث في القنوات الفضائية عن الاخبار او المعلومات او المعارف التي تهمة او تجذب انتباهه.

٦. يتيح الفيسبوك للجمهور العراقي للتعبير عن مكونات عقله وتفكيره ووجدانه عبر ميزة التعليقات المتاحة له، خاصة للأفراد الذين لا يستطيعون التعبير عن آراءهم وأفكارهم بحرية، ولديهم صفحات بأسماء وهمية، فيعبرون عن غضبهم وانفعالاتهم عبرها. وهو ما قد يولد لديهم شعورا من الراحة النفسية وتقلل من توترهم، خاصة إذا كانت ردود الجمهور إيجابيا مع آراءه وأفكاره، وقد يولد أو يعزز لديه الثقة بنفسه، وإذا كانت ردود الجمهور سلبية إزاء رايه فلديه إمكانية حذف تعليقه.

٧. ونفس الحال بالنسبة لجمهور النساء، إذ يوفر الفيسبوك عبر المجموعات العامة فرص كبيرة لهن للتعبير عن آراءهن وأفكارهن ومشاركة الآخرين لهن في المناقشات والحوارات مع افكارهن وآراءهن، ما قد يولد لديهن الثقة بالنفس او تطوير ذواتهن.

الفصل الثالث: اتجاهات الجمهور العراقي إزاء القضايا الاجتماعية في صفحة (بيت العراق)

بعد اجراء تحليل المضمون للقضايا الاجتماعية الخمسة المحددة في الدراسة، تبين ما يأتي:

١. تبين ان اعداد المشاهدات لهذه القضايا الخمسة قد بلغ ١٧٨٠٠٠ الف مشاهدة، وكما مبين في الجدول رقم (١)

جدول رقم (١): يبين اعداد المشاهدات لكل قضية اجتماعية.

ت	اسم القضية	عدد المشاهدات
1	السحر المعمول في المقابر	163000
2	جريمة قتل عائلة	6900

3	من يتحمل مسؤولية إدارة شؤون المنزل	4600
4	بر الوالدين	2000
5	امراة مسنة تعمل لتوفير قوت يومها	1500
	المجموع	178000

ويتضح من الجدول أعلاه، ان قضية السحر قد شغلت أكبر عدد من المشاهدات، تليها قضية جريمة القتل، ثم قضية من يتولى إدارة شؤون المنزل، هل يفترض المرأة ام الرجل. ثم بر الوالدين، وجاءت قضية عمل المرأة المسنة في اخر مرتبة. وقد يكون قضية السحر تثير مخاوف الكثيرين، لذلك حصلت على نسب مشاهدة عالية، لان كل انسان معرض للسحر، ويبحث الجمهور عن معلومات عنها ليتعلم ويحمي نفسه وعائلته، او بالعكس، فقد يبحث الجمهور عن معلومات عنها لمعرفة قوة مفعولها، كلا الاحتمالين وارد في تفسير أسباب النسب العالية. ونفس التفسير بالنسبة لجريمة القتل، فالجمهور يحاول ان يتعرف على تفاصيل جرائم القتل لأنها تثير مخاوفه حول حماية نفسه وعائلته، وضرورة معرفة دوافع القتل ليتجنبها.

اما قضية الصراع بين المرأة والرجل حول إدارة شؤون المنزل فهي قضية ازلية تدور حول السلطة والهيمنة داخل المنزل، لذلك تجذب المتزوجين والمقبلين على الزواج لمعرفة الآراء حولها، واخذت قضية بر الوالدين المرتبة الرابعة، لان اغلب التعليقات متفقة على ضرورة البر بالوالدين، اما المرأة الكبيرة في السن والتي تعيل نفسها بنفسها فقد حصلت على اقل اعداد المشاهدات، ربما لأنها قضية فردية خاصة بالمرأة فقط، خاصة ان المرأة هي ارملة وام قتل ولدها في الحوادث الإرهابية.

٢. تبين ان اعداد الاعجابات للقضايا الخمسة قد بلغ ٨٥٧٠ اعجاب. وكما مبين

في جدول رقم (٢).

جدول رقم (٢): يبين اعداد الاعجابات لكل قضية اجتماعية.

ت	اسم القضية	عدد الاعجابات
1	السحر المعمول في المقابر	4500

1400	إدارة شؤون المنزل	2
1200	جريمة قتل عائلة	3
858	بر الوالدين	4
612	امرأة مسنة تعيل نفسها	5
8570	المجموع	

٣. تبين ان عدد المشاركات للقضايا الخمسة قد بلغ ٤٣٧ مشاركة، مع الاخذ بالاعتبار ان المشاركة شملت القضايا في صفحة (بيت العراق) فقط، اذ من الممكن قيام افراد اخرين بنشرها في مجموعات أخرى، او في صفحاتهم الشخصية، لكن هذا العدد الكبير من المشاركات في المجموعات الأخرى، من المنطقي انه تم التعليق على القضايا او ابداء الاعجاب بها أيضا او مشاهدتها، او إعادة المشاركة لها. وكما مبين في الجدول رقم (٣).

جدول رقم (٣): ويبين اعداد المشاركات لكل قضية اجتماعية.

ت	اسم القضية	عدد المشاركات
1	السحر المعمول في المقابر	172
2	جريمة قتل عائلة	122
3	بر الوالدين	80
4	إدارة شؤون المنزل	35
5	امرأة مسنة تعيل نفسها	28
	المجموع	437

٤. تبين ان اعداد الذكور الذين علقوا على القضايا الاجتماعية وفق العينة العشوائية هو ٨٧ رجلا، مقابل ٦٩ أمراه علقن على القضايا ذاتها. وكما مبين في جدول رقم (٤).

جدول رقم (٤): يبين عدد أفراد العينة وتصنيفاتها

النوع	العدد
ذكور	87
إناث	69
المجموع	156

٥. تبين ان اعداد التعليقات على القضايا الاجتماعية قد بلغ ١٠٤٧ تعليقا، وكما مبين في الجدول رقم (٥)

جدول رقم (٥): يبين اعداد التعليقات لكل قضية اجتماعية.

اسم القضية	اعداد التعليقات
1 السحر المعمول في المقابر	562
2 إدارة شؤون المنزل	201
3 بر الوالدين	156
4 جريمة قتل عائلة	99
5 أمراه مسنة تعيل نفسها	29
المجموع	1047

٦. تبين ان عدد الفئات الفرعية لكل القضايا الاجتماعية قد بلغ ٥٩ فئة فرعية، وكما هو موضح في جدول رقم (٦).

جدول رقم (٦): يبين عدد الفئات الفرعية لكل قضية اجتماعية.

اسم القضية	عدد الفئات	النسبة المئوية
1 السحر المعمول في المقابر	18	30 %، 50
2 جريمة قتل عائلة	17	28 %، 81
3 إدارة شؤون المنزل	10	16 %، 94
4 ير الوالدين	8	13 %، 55

5	أمراه مسنة تعيل نفسها	6	10، 16 %
	المجموع	59	100%

٧. تبين ان عدد الفئات للقضايا الاجتماعية بلغ ٥١٦ فئة، وكما مبين في جدول رقم (٧)

جدول رقم (٧): يبين اعداد الفئات للقضايا الاجتماعية.

اسم القضية	عدد الفئات	النسبة المئوية
السحر المعمول في المقابر	208	40، 31%
بر الوالدين	104	20، 15 %
جريمة قتل عائلة	94	18، 21 %
إدارة شؤون المنزل	71	13، 75 %
أمرأة مسنة تعيل نفسها	39	7، 55 %

٨. تبين ان عدد التكرارات للفئات التي تضمنتها قضية السحر المعمول في المقابر بلغ ٢٠٨ تكرارا، وكما مبين في جدول رقم (٨).

جدول رقم (٨): ويبين عدد التكرارات للفئات في قضية السحر المعمول في المقابر.

1	الدعاء على السحرة	72
2	قوانين الدول الأخرى الحاسمة هي التي تمنع السحرة من مزاولتها	40
3	النساء هن من يلجان للسحرة	36
4	ممارسة السحر يزداد في المجتمع	24
5	الحكومة هي التي تمارس السحر والدجل	16
6	التقرير يتعمد تشويه صورة المدينة المقدسة	16
7	توجيه شتائم للسحرة	14

8	مطالبة الحكومة بتشريع قوانين رادعة للسحرة	12
9	ضعف الايمان بالله تعالى يشجع الناس للجوء إلى السحرة	12
10	الرجال لا يلجئون إلى السحرة	12
11	الإسلام هو السبب في انتشار السحرة	10
12	الحكومة تتحمل ظاهرة انتشار السحرة	10
13	ينبغي حث الناس على الصلاة	10
14	ذكر الايات القرآنية الكريمة عن السحر	8
15	من يمارس السحر لا ايمان له بالله تعالى	4
16	السحر يدمر الاسر	4
17	المجتمع يخضع للخرافات	4
18	كيفية ابطال السحر	2
	المجموع	208

تضمن هذا المنشور عرض تقرير مصور من قبل أحد الهواة، وهو معروض في موقع اليوتيوب، حول شاب يصور بكاميرته الخاصة مناطق المقابر الموجودة في مدينة النجف الاشرف، ويسير وسط السراييب المظلمة، ويركز على بعض الزوايا من المقابر التي قد تكون أماكن لوضع السحر فيه، ويتحدث عنها، وأسباب لجوء السحرة لوضع أعمالهم في هذه السراييب. وفي نفس الوقت كان المراسل يقوم باستخراج بعض اعمال السحر المدفونة، ويقوم بتمزيقها وتلفها. وقد نشر الموقع هذا التقرير المصور، وطلب من جمهوره المتابعين للموقع ابداء اراءهم وأفكارهم حول هذه الظاهرة.

ويتبين لنا من الفئات واعداد تكراراتها، ان الرجال والنساء على حد سواء تعاملوا مع الظاهرة بالدعاء على السحرة، بان ينتقم الله عز وجل من السحرة الذين يسعون إلى خراب البيوت وتفكيك الاسر. على اعتبار انهم لا يمتلكون سلطة عليهم،

وليسوا في منصب او عمل يساعدهم على إيقاف هذه الظاهرة، وجل ما يمتلكونه هو الدعاء عليهم.

كذلك ذكروا ان ظاهرة ممارسة السحر موجودة في كل المجتمعات، لكن بسبب قوة التشريعات وقوة القانون في تلك الدول، فإنها نادرة، بالإضافة إلى ضعف إجراءات الحكومة إزاء الظاهرة هي التي تشجع السحرة على الاستمرار بعملهم، وتشجع آخرين على مزاولتها، فهم يحملون مسؤولية انتشار الظاهرة في المجتمع العراقي على عاتق الحكومة العراقية.

كذلك ذكروا بان الظاهرة منتشرة، وهي في ازدياد مستمر، وايدوا ما ذكره مراسل التقرير من معلومات حول السحر المعمول في المقابر.

واتفق أصحاب التعليقات من الرجال والنساء، على ان النساء هن يلجأن إلى السحرة دون الرجال، طلبا لايجاد الحلول للمشاكل التي تعصف بحياتهن، في مسائل الزواج والانجاب وارجاع المطلقة وحب الزوج لها.

واتهم جمهور المتابعين الساسة في البلد بأنهم هم من يمارسون السحر والدجل والشعوذة، كونهم لا يهتمون بالمصالح العليا للناس والبلاد، وهم ينفسون عن مشاعرهم السلبية إزاء الحكومة والبرلمان عبر هذه التعليقات على هذه المنشورات، ويحملونها المسؤولية عن وجود الظواهر السلبية في المجتمع وازديادها.

فيما اتهم بعض المتابعين المراسل بأنه يتعمد تشويه صورة المدينة المقدسة، بالتركيز على هذه الظاهرة السلبية، أي أنهم يفكرون بعقلية (نظرية المؤامرة).

٩. تبين ان عدد التكرارات للفئات في قضية المرأة المسنة التي تعيل نفسها قد بلغ

٣٩ تكراراً. وكما مبين في جدول رقم (٩)

جدول رقم (٩): يبين عدد التكرارات للفئات في قضية المرأة المسنة التي تعيل نفسها.

16	الدعاء لله تعالى ان يحفظها ويرحمها برحمته الواسعة	1
9	توجيه الشتائم للقادة والأحزاب السياسية في البلد	2
6	الدعاء لله تعالى بان ينتقم من الظالمين	3
3	توجيه الشتائم للجمهور الذي يصوت للظالمين في الانتخابات	4
3	توجيه الاتهامات للساسة كونهم منافقين	5
2	ذكر ان الغيرة انعدمت من الناس و ليسوا كالسابق	6
39	المجموع	

نشر الموقع تقريراً بثته فضائية (هنا بغداد) حول امرأة طاعنة في السن من بغداد تباع المناديل الورقية في الشارع، ويسالها مراسل التقرير حول أسباب عملها وهي بهذا العمر الكبير، فتجيب ان زوجها وولدها قد استشهدوا في حوادث إرهابية سابقاً، وانها مضطرة للعمل كي تكسب قوت يومها.

ونشر الموقع التقرير وطلب معرفة اراء المتابعين حول قصة هذه المرأة. وقد لجأ الجمهور إلى الدعاء لله تعالى أيضا بان يرحمها ويحفظها، لأنهم لا يمتلكون الاسلح الدعاء لها، وهم ليسوا أصحاب القرار في ايواءها او تقديم المعونة لها في تخصيص راتب شهري يغنيها عن العمل بهذا العمر الكبير.

١٠. تبين ان عدد التكرارات للفئات في قضية من يتولى إدارة شؤون المنزل بلغ ٧١ تكراراً، كما مبين في جدول رقم (١٠)

جدول رقم (١٠): يبين عدد التكرارات للفئات في قضية إدارة شؤون المنزل

24	ابداء الاستياء من قبل النساء اللواتي لا يملكن القرار في إدارة شؤون المنزل	1
23	ابداء الاستهزاء من قبل الرجال حول الرجال الذين يسلمون زمام أمور المنزل للنساء	2

7	بعض الرجال فسروا تسليم الرجال للنساء إدارة شؤون المنزل كونها صورة من صور الاحتيال عليهن من قبلهم	3
5	لا باس بإدارة النساء لشؤون المنزل	4
3	إبداء الامتناع من المرأة المتسلطة	5
3	بعض المتابعين وجهوا الشتائم للرجال الذين يسلمون إدارة المنزل للنساء	6
2	المرأة هي من تدبر شؤون المنزل	7
2	الرجال الذين يسلمون إدارة المنزل للنساء ليسوا ضعفاء الشخصية وانما يحترمون النساء	8
1	المنطق يتطلب إدارة المنزل بقيادة واحد وليس اثنين	9
1	عدم التدخل في شؤون الآخرين	10
71	المجموع	

نشر الموقع تقريراً منقولاً من قناة (الشرقية) ويتضمن قيام المراسل بتوجيه سؤال محدد إلى جمهور في إحدى المتاجر الكبيرة ببغداد، إذ يسألهم من يتولى إدارة شؤون المنزل وله القيادة في اتخاذ القرارات وكل ما يتعلق بأمر المنزل، والتقى بفتيات غير متزوجات، والتقى بعوائل أيضاً متكونة من زوج وزوجته، وطلب من متابعيه معرفة آراءهم حول القضية.

١١. تبين أن عدد التكرارات للفئات في قضية بر الوالدين بلغ ١٠٤ تكراراً، وكما مبين في جدول رقم (١١)

جدول رقم (١١): يبين عدد تكرارات الفئات لقضية بر الوالدين

30	إبداء التعاطف مع الام	1
18	الإيمان بأن الأمور ستقلب ضد البنت العاقلة لوالدتها	2
16	توجيه الشتائم للبنت العاقلة	3

4	الدعاء على البنت العاقبة بان ينتقم الله تعالى منها	13
5	توجيه الشتائم لزوج البنت العاق	10
6	اتهام زوج البنت بالاحتيال و التلاعب بزوجته	7
7	حالة البنت العاقبة شذوذ و لا تمثل المرأة العراقية	6
8	توجيه الشتائم للبنت وزوجها	4
	المجموع	104

نشر الموقع تقريراً منقولاً عن فضائية (هنا بغداد) ويتضمن التقرير مقابلة مع امرأة كبيرة في العمر، وتسكن في دار العجزة، وفيها تتحدث عن ابنتها التي خدعتها واقنعتها ببيع منزلها، للسفر والعيش في خارج البلد، لكن ابنتها باعت المنزل واخذت المبلغ وهاجرت مع زوجها تاركة والدتها في الشارع بمفردها وبلا معيل او مصرف. وقد طلب الموقع من متابعيه ابداء اراءهم حول هذه الحالة.

١٢. تبين ان عدد التكرارات للفئات في قضية جريمة قتل عائلة بلغ ٩٤ تكراراً. وكما مبين في الجدول رقم (١٢)

جدول رقم (١٢) يبين عدد التكرارات للفئات في قضية جريمة قتل عائلة.

الفئات	عدد التكرارات
1 تقديم معلومات بلا مصدر عن الحادثة	21
2 الدعاء لله بالانتقام من القاتل	18
3 توجيه استفسارات حول أسباب الجريمة	12
4 ان جرائم القتل أصبحت ظاهرة لا تلفت نظر الناس لكثرتها	7
5 ان هذه الجرائم بسبب العصابات المنفلتة	5
6 الاعتقاد بان الخير ذهب من نفوس الناس	5
7 الاعتقاد بان التماسك الاسري لم يعد موجوداً	4
8 ان انتشار المخدرات هي السبب في هذه الجرائم	4

9	شيوخ الجفاف العاطفي بين الأقارب هو سبب هذه الجرائم	4
10	عدم التصديق بتقرير المراسل حول الحادثة	3
11	استغراب من كيفية قيام المتهم بقتل اهله	3
12	اتهام العائلة الضحية كونهم من النازحين	2
13	نوجيه الشتائم لكل من يقوم بقتل اهله	2
14	امراة تشتكي ظلم زوجها لها	1
15	فقدان الايمان بالله يؤدي إلى هذه الجرائم	1
16	لا يجوز الحكم على المتهم مسبقا	1
17	انكار ان تكون العائلة الضحية من النازحين	1
	المجموع	94

نشر الموقع تقريرا منقولاً من فضائية (هنا بغداد) ويتضمن التقرير مقابلات مع مواطنين في منطقة الشماعية والتي حدثت فيها جريمة قتل تمثلت بقتل عائلة متمثلة بالأب والام و ٣ من اولادهما، فيما نجت البنت الرابعة التي اختبأت، والاخ الكبير لم يكن موجودا في المنزل اثناء وقوع الجريمة. وكذلك اجرت مقابلة مع خال الأولاد الضحية. وطلب الموقع من متابعيه ابداء اراءهم حول الحادثة.

النتائج:

أولاً: قضية السحر المعمول في المقابر.

١. الدعاء على السحرة بان ينتقم منهم الله عز وجل، جاءت بالمرتبة الأولى.
٢. ان الحكومة غير صارمة في تطبيق القوانين وهي السبب في انتشار ظاهرة السحر والشعوذة على عكس الدول المتقدمة التي تعد تنفيذ قوانينها هي الرادعة في عدم انتشارها في مجتمعاتهم، وجاءت في المرتبة الثانية.
٣. ان النساء هن اللواتي يلجأن إلى السحرة والمشعوذين عكس الرجال، احتلت المرتبة الثالثة.
٤. ان ظاهرة السحر والشعوذة تتزايد في المجتمع العراقي، احتلت المرتبة الرابعة.

٥. ان الساسة والأحزاب السياسية هي تمارس السحر والشعوذة على الشعب العراقي في إدارة البلد.

٦. ان التقرير متعمد لتشويه صورة المدينة المقدسة.

ثانيا: قضية المرأة المسنة التي تعيل نفسها.

١. الدعاء والطلب من الله عز وجل ان يحفظها ويرحمها.

٢. الدعاء على الظالمين الذين اوصلوا كبار السن إلى مستوى ان يعملوا رغم عمرهم الكبير.

٣. توجيه الشتائم للقادة السياسيين والأحزاب السياسية لأنهم السبب في مأساة هذه المرأة.

٤. توجيه الشتائم للناس الذين يصوتون في الانتخابات للفسادين.

٥. وصف الساسة بالنفاق والرياء.

٦. ذهاب الغيرة من الناس.

٧. اتهام الحكومة بانها من تتحمل مسؤولية كبار السن الذين يعملون لتوفير قوت يومهم.

٨. اتهام الناس بأنهم يتحملون جزءا من مأساة هذه المرأة.

ثالثا: قضية من يدير شؤون المنزل.

١. النساء اللواتي لا يقدن شؤون الاسرة مستاءات من مكانتهن داخل اسرهن.

٢. الاستهزاء بالرجال الذين يعطون النساء قيادة وإدارة شؤون المنزل.

٣. قبول فكرة إدارة وقيادة المنزل من قبل المرأة من قبل بعض الرجال.

٤. بعض الرجال يؤمن بان الرجال يحتالون ويخدعون النساء بإعطائهن قيادة وإدارة شؤون المنزل.

٥. ان المرأة المتسلطة هي امرأة مكروهة.

٦. توجيه الشتائم للرجال الذين يسلمون إدارة المنزل للنساء.

رابعاً: قضية بر الوالدين

١. ابداء التعاطف التام مع الام ضحية الاحتيال.
٢. الايمان بان البنات العاقرة وزوجها سيدفعون ثمن فعلتهم مستقبلاً.
٣. توجيه الشتائم للبنات العاقرة وزوجها.
٤. الدعاء لله تعالى بان ينتقم من البنات العاقرة وزوجها.

خامساً: قضية جريمة قتل عائلة.

١. تطوع المتابعين بتقديم معلومات عن الجريمة حسب معرفتهم الشخصية.
٢. الدعاء لله عز وجل بان ينتقم من القاتلة او القاتل.
٣. طرح المتابعين استفساراتهم حول دوافع الجريمة.
٤. اعتقاد الجمهور بذهاب الخير من النفوس في الزمن الحالي.
٥. ان انتشار السلاح بين الناس بدون ضوابط هي سبب هذه الجرائم.

الاستنتاجات:

١. ان الرجال والنساء يتعاملون مع القضايا باللجوء إلى الله عز وجل، عن طريق الدعاء على الظالمين، او الدعاء ليحفظ الطيبين والمكافحين في الحياة.
٢. اتهام الحكومة والقادة السياسيين والأحزاب السياسية مسؤولية الظواهر السلبية في المجتمع وانتشارها واستمرار تزايدها، بتقصيرهم في أداء مهامهم، او كونهم منافقين يخدعون الناس في الانتخابات بوعودهم وعهودهم، ثم ينقلبون عليهم.
٣. اتهام الجمهور بأنهم يتحملون جزءاً من هذه الظواهر السلبية، كونهم يصوتون في الانتخابات للفسادين والمنافقين، ويجعلونهم يقودون البلاد والعباد.
٤. ان الصراع ما زال قائماً بين النساء والرجال حول من يقود ويدير شؤون المنزل.

٥. ان النساء ما زلن يحاولن قيادة وإدارة شؤون المنزل، ويؤمن بان لهن المقدرة على ادارته وقيادته.
٦. ان بعض الرجال ينظرون بعين الاستهزاء للرجال الذين يؤمنون بان قيادة وإدارة المنزل هي مسؤولية مشتركة بين المرأة والرجل، فضلا عن اتهام الرجال بضعف الشخصية الذين يسلمون زمام شؤون المنزل لنسائهم.
٧. ما زال الناس يقصدون منزلة الام في المجتمع، ويؤمنون ان بر الوالدين يجلب البركة والخير لصاحبه.
٨. ان عدم رضا الناس عن الحكومة والقادة والأحزاب السياسية يصل إلى مستوى توجيه الشتائم والسباب لهم، والتنفيس عن مشاعرهم السلبية ازاءها .
٩. ان الناس تقدم معلومات عن الحوادث كالجرائم بلا ادنى مسؤولية بخطورة سرد هذه المعلومات على الملأ، خاصة ان هذه المعلومات لا تستند على مصادر رسمية او مصادر موثوقة.
١٠. حرص الناس على معرفة دوافع الجريمة هو إدراك ووعي منهم بانه لا توجد جريمة بدون أسباب. وتوجيه الاستفسارات هو مؤشر إيجابي للبحث عن المعلومات.
١١. ان توجيه استفسارات عدة حول دوافع الجريمة يؤشر بان التقرير التلفزيوني لم يقدم معلومات كافية حولها، بل انه قدم تقريرا غير كامل عن الحادثة، وأثار أسئلة عديدة لدى الجمهور، في الوقت الذي يفترض ان يقدم معلومات وافية وكافية عنها. لا العكس، لان دور الإعلام هو تنقيف الناس حول القضايا والمواضيع، وليس لإثارتهم للبحث عن المعلومات.
١٢. ان بعض الناس يوجهون الشتائم والسباب للآخرين للتنفيس عن غضبهم وتوترهم.

مصادر:

1. Mary S. and Peter R. What is a social problem ? A history of its Definition، p 211، www.link.springer.com.
٢. إيمان احمد بلال حسون، اتجاهات مواقع التواصل الاجتماعي ازاء موضوعات الشباب العراقي، دراسة تحليلية لمواقع قنواتي العراقية و الحرة على الفيسبوك وتويتر، ٢٠١٤ (رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية، ٢٠١٥) ص ٣.
٣. د. حسن النجار وفاضل عبد علي القرشي، الإعلام الرقمي واتجاهاته الحديثة (العين: دار الكتاب الجامعي: ٢٠١٧). ص ١١٨.
٤. د. ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد (الفجيرة: هيئة الفجيرة للثقافة والإعلام، ٢٠١٤). ص ٣٤١.
٥. د. رضا امين، الإعلام الجديد (القاهر: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٥) ص ١١٣.
٦. حسنين شفيق، الإعلام الجديد، دار فكر فكر وفن للطباعة، ٢٠١٣). ص ١٨٦.
٧. وسام كمال، الإعلام الالكتروني والمحمول (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٤) ص ٥٤.
٨. مصعب حسام الدين، ثورات الفيسبوك مستقبل وسائل التواصل الاجتماعي في التغيير (بيروت: شركة المطبوعات للنشر، ٢٠١٤) ص ١٠٤.
٩. اوليغ عوكي، فيسبوك للجميع (بيروت: الدار العربية للعلوم ٢٠١٠) ص ١٤.
١٠. عبد الامير الفيصل، دراسات في الإعلام الالكتروني (بيروت: دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٤) ص ٦٤.

١١. غزال مريم، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي السياسي لدى الطلاب الجامعيين، جامعة قاصدي مرياح، كلية العلوم الانسانية، قسم العلوم الانسانية، ٢٠١٤، ص ١٠.

١٢. مهند حميد عبيد التميمي، استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتعرض التلفزيوني، دراسة مسحية على طلبة المدارس الاعدادية في محافظة واسط انموذجا (رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية، ٢٠١٥) ص ٦٣.

١٣. عبد الكريم علي الدبيسي وزهير ياسين الطاهات، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الاردنية، عمان: جامعة بنزا، دراسات العلوم الانسانية والاجتماعية، ٢٠١٣، ص ٧٠.

١٤. السحر المعمول في المقابر، ٢٢ / ٨ / ٢٠١٧

١٥. قناة الشرقية، إمرأه كبيرة في السن تعيل نفسها بالعمل في الشارع، ٢٢ / ٨ / ٢٠١٧ /

١٦. <https://youtu.be/IGykIN2Ws9U?si=Rljavfeu36uvAqYe>

١٧. قناة الشرقية، من يدير شؤون المنزل، ٢٣ / ٨ / ٢٠١٧.

١٨. قناة هنا بغداد، بر الوالدين، ٢٤ / ٨ / ٢٠١٧.

١٩. قناة هنا بغداد، مقتل عائلة في بغداد..، ٢٥ / ٨ / ٢٠١٧.

Footnotes and Sources:

1. Mary S. and Peter R., What is a Social Problem? A History of its Definition, p. 211, www.link.springer.com.
2. Iman Ahmed Bilal Hassoun, Trends of Social Media Sites Regarding Iraqi Youth Issues: An Analytical Study of Al-Iraqiya and Al-Hurra Channels' Facebook and Twitter Sites,

- 2014 (Unpublished Master's Thesis, Department of Radio and Television Journalism, 2015), p. 3.
3. Dr. Hassan Al-Najjar and Fadhel Abdul Ali Al-Quraishi, Digital Media and Its Modern Trends (Al Ain: Dar Al-Kitab Al-Jami'i: 2017), p. 118.
 4. Dr. Yass Khadir Al-Bayati, New Media (Fujairah: Fujairah Culture and Media Authority, 2014), p. 341.
 5. Dr. Reda Amin, New Media (Cairo: Dar Al-Fajr for Publishing and Distribution, 2015), p. 113.
 6. Dr. Hassanein Shafiq, New Media (Fekr Fekr wa Fann Printing House, 2013), p. 186.
 7. Wissam Kamal, Electronic and Mobile Media (Cairo: Dar Al-Fajr for Publishing and Distribution, 2014), p. 54.
 8. Musab Hussam Al-Din, Facebook Revolutions: The Future of Social Media in Change (Beirut: Al-Matbouat Publishing Company, 2014), p. 104.
 9. Oleg Awki, Facebook for All (Beirut: Arab Scientific Publishing House, 2010), p. 14.
 10. Abdul Amir Al-Faisal, Studies in Electronic Media (Beirut: Dar Al-Kitab Al-Jami'i, 2014), p. 64.
 11. Ghazal Maryam, The Impact of Social Networking Sites on Developing Political Awareness among University Students, Qasdi Meriah University, College of Humanities, Department of Humanities, 2014, p. 10.

12. Muhannad Hamid Obaid Al-Tamimi, Youth Use of Social Networking Sites and its Relationship to Television Exposure, A Survey Study of Middle School Students in Wasit Governorate as a Model (Unpublished Master's Thesis, Department of Radio and Television Journalism, 2015), p. 63.
13. Abdul Karim Ali Al-Dubaisi and Zuhair Yassin Al-Tahat, The Role of Social Networking Sites in Shaping Public Opinion among Jordanian University Students, Amman: Petra University, Humanities and Social Sciences Studies, 2013, p. 70.
14. Magic Practiced in Graveyards, August 22, 2017
15. Al Sharqiya Channel, An Elderly Woman Supports Herself by Working on the Street, August 22, 2017
16. <https://youtu.be/IGyKIN2Ws9U?si=Rljavfeu36uvAqYe>
17. Al Sharqiya Channel, Who Runs the Household, August 23, 2017
18. Hona Baghdad Channel, Honoring Parents, August 24, 2017
19. Hona Baghdad Channel, Killing of a Family in Baghdad, August 25, 2017.