

مجلة

كلية التراث الجامعة

مجلة علمية محكمة

متعددة التخصصات نصف سنوية

العدد الثالث والثلاثون

عدد خاص بوقائع المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر (الدولي الثالث)

27 آذار 2022

ISSN 2074-5621

رئيس هيئة التحرير

أ. د. جعفر جابر جواد

نائب رئيس هيئة التحرير

أ. م. د. نذير عباس ابراهيم

مدير التحرير

أ. م. د. حيدر محمود سلمان

رقم الايداع في دار الكتب والوثائق 719 لسنة 2011

مجلة كلية التراث الجامعة معترف بها من قبل وزارة التعليم العالي والبحث العلمي بكتابها المرقم
(ب 3059/4) والمؤرخ في (2014/ 4/7)

دور الاعلام الجديد في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي (مواقع التواصل الاجتماعي نموذجا)

م.م. إيلاف راند اسماعيل

كلية التراث الجامعة - قسم الاعلام

المستخلص

شكل ظهور وسائل الاتصال الجديدة والرقمية طفرة كبيرة في حياة الافراد حيث سهلت هذه الوسائل عملية الاتصال والتواصل بين الافراد والمجتمعات وبين الثقافات والامم جاعلة من العالم قرية كونية واحدة يتلاشى فيها البعد الزمني والمكاني ، يهدف البحث الى معرفة مدى ازدياد الوعي السياسي للشباب الجامعي من خلال وسائل الاعلام الجديد متمثلة بمواقع التواصل الاجتماعي، ومعرفة مدى اهتمام الشباب الجامعي بالمواضيع السياسية التي يقدمها الاعلام الجديد ، و معرفة مدى تفاعل الجمهور مع المواضيع السياسية التي يقدمها الاعلام الجديد ، وتم الاعتماد على بعض الاجراءات العملية للوصول الى النتائج المطلوبة بدأ من الملاحظة لمواقع التواصل الاجتماعي واستخدامها من قبل فئة الشباب ، وتم اختيار مجموعة من طلبة الجامعات الحكومية والاهلية (العلمية والانسانية) لمدينة بغداد كمجتمع للبحث والذين يبلغ عددهم ١٠٠ مفردة ، وتوصلت الدراسة الى عدد من النتائج منها : اسهمت وسائل الاعلام الجديد المتمثلة بمواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي لان مواقع التواصل الاجتماعي تمثل مواقع هامة لدى مختلف فئات المجتمع لانهم يستقون منها معلوماتهم السياسية وايضا مناقشة ومشاركة المضمون السياسي مع الافراد من خلال العالم الافتراضي ، ان هناك فروق ذات دلالة احصائية اثبتت ان مواقع التواصل الاجتماعي استطاعت ان تحدث تأثيرا على اراء الافراد اتجاه المواضيع السياسية بدرجة محايدة من خلال حثهم على تبني اراء ومفاهيم معينة وهو يمثل دور التحفيز في التعبير عن قضية من قضايا الرأي العام .

المقدمة

ان العلاقة بين الاتصال والسياسة في مختلف دول العالم بصرف النظر عن طبيعة وشكل النظام السياسي والنظام الاتصالي الذي يمارس هي علاقة جوهرية لدرجة يصعب تصور احدهما دون الاخر او قيامه بوظائفه بمعزل عنه ورغم التطور الذي شهدته تكنولوجيا الاعلام الجديد الا انها لم تلغي وسائل الاتصال القديمة ولكن طورتها بل غيرتها بشكل كبير وادت الى اندماج وسائل الاعلام المختلفة والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لها بالآخرى ، ساعد الإعلام الرقمي على سرعة معرفة المعلومات السياسية التي قد تساهم في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الأفراد بناء على وعيهم بالأوضاع السياسي التي تمر بها البلاد وما يميز وسائل الإعلام الرقمية من وسائل الإعلام التقليدية أنها ليست رقمية المحتوى فقط ولكن علاقتها التفاعلية مع المتلقي ومن أكثر الفئات التي تأثرت بالإعلام الرقمي فئة الشباب تلك الفئة التي من خلالها تفجرت الثورات العربية ولم يقف هذا التأثير عند الثورات فقط بل امتد ليشمل كافة الأوضاع السياسية من متابعة الثورة ونفض الشخصيات السياسية والتفاعل السياسي وقد توزعت مباحث البحث على ثلاثة مباحث تناول المبحث الاول الاطار المنهجي للبحث وتضمن (مشكلة البحث ، واهمية البحث ، واهداف البحث ، ومنهج البحث ، ومجتمع البحث وعينته ، وحدود البحث ، والدراسات السابقة) ، اما المبحث الثاني فتناول (مفهوم الاعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالتنمية السياسية)

وتناول المبحث الثالث الدراسة العملية التي تهدف التعرف على دور الاعلام الجديد في بناء وتنمية الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي .

المبحث الاول الاطار المنهجي

اولا : مشكلة البحث

تتمثل مشكلة الدراسة نظرا لما جاءت به تكنولوجيا الاتصال والمعلومات فيما يسمى (بالأعلام الجديد) الذي استطاع ان يستقطب فئة كبيرة من الشباب وتحديدًا طلاب الجامعات نحو القضايا السياسية وتتجسد المشكلة في التساؤل الاتي (ما مدى فاعلية دور وسائل الاعلام الجديد في تشكيل الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات العراقية ؟) .

فرضية البحث

تسعى الدراسة الحالية الى اثبات الفرضيات الاتية :

- هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين نوع التفاعل مع القضايا السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي وبين محاولة تلك المواقع التأجيج والتحريض على بعض التغييرات الخاصة بالشأن السياسي العراقي .
- هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين نوع التفاعل مع القضايا السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي وبين الاعتقاد بأن مواقع التواصل الاجتماعي بإمكانها احداث تأثير على اراء الافراد اتجاه المواضيع السياسية العراقية .
- هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين قيام الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي بنشر المواضيع السياسية والتي تكون على درجة من الثقة والمصادقية والحيادية وبين زيادة مستوى الوعي السياسي لدى الطلبة .

ثانيا : اهمية البحث

تعد اهمية هذا البحث في انه يتناول مواضيع هامة بالنسبة للمجتمع والتي تركز على مدى اعتماد الشباب الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي في مشاركة وتفعيل القضايا السياسية والكشف عن مدى استخدام الجمهور لأدوات الاعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمشاركة السياسية بالإضافة الى زيادة تعرض فئة الشباب الجامعي لوسائل الاعلام الجديد التي تتجسد في نشر ومشاركة ومناقشة المواضيع والقضايا السياسية .

ثالثا : اهداف البحث

١- معرفة مدى ازدياد الوعي السياسي للشباب الجامعي من خلال وسائل الاعلام الجديد متمثلة بمواقع التواصل الاجتماعي.

٢- معرفة مدى اهتمام الشباب الجامعي بالمواضيع السياسية التي يقدمها الاعلام الجديد .

٣- معرفة مدى تفاعل الجمهور مع المواضيع السياسية التي يقدمها الاعلام الجديد .

رابعا : منهج البحث

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تسعى الى وصف الظاهرة للوصول الى نتائج مناسبة كما يهدف هذا النوع من البحوث الى جمع المعلومات اللازمة لإعطاء وصف لأبعاد او متغيرات الظاهرة المدروسة ويعرف المنهج الوصفي بأنه : (اسلوب من اساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة او موضوع محدد وعن طريق مدة او اوقات معينة زمنية معلومة وذلك من اجل الحصول على نتائج عملية تم تفسيرها بطريقة موضوعية وبما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة) . (اللبان، ٢٠٠٨، صفحة ص٦٤)

تم الاعتماد على الدراسة المسحية لتحليل الظاهرة قيد البحث والوصول الى نتائج تساهم في تحديد ابعاد المشكلة وايجاد الحلول التي تضمن كفاءة الاستخدام والمنهج المسحي هو عبارة عن (الطريقة او الاسلوب الامثل لجمع المعلومات من مصادرها الاولية وعرض هذه البيانات في صورة يمكن الاستفادة منها في بناء قاعدة معرفية لتحقيق فروض الدراسة وتساؤلاتها) (عوض، ١٩٩٤، صفحة ص٧٨)

خامسا : ادوات البحث

استعاننت الباحثة بأداتين من اجل البحث وتحليل ابعاده ومن ابرز تلك الادوات ما يأتي :

١ - الملاحظة

(هي اداة من ادوات البحث العلمي تجمع بواسطتها المعلومات التي تمكن الباحث من الاجابة عن اسئلة و اختيار فروضه فهي تعني الانتباه المقصود والموجه نحو سلوك فردي او جماعي معين بقصد متابعته ورصد تغيراته ليتمكن الباحث بذلك من وصف السلوك فقط او وصفه وتحليله او وصفه وتقويمه) . (الحمداني م، ٢٠٠٧، صفحة ص٩١)



فقد لاحظت الباحثة مدى اهتمام الشباب الجامعي واستخدامهم لوسائل الاعلام الجديد ولاسيما انهم يمثلون شريحة واسعة من المجتمع .

٢ - استمارة الاستبيان

استخدمت الباحثة اداة الاستبيان وهي واحدة من اهم الادوات المنهجية التي يستخدمها الباحثون عند دراستهم لظاهرة معينة وتعرف بأنها : (عبارة عن استمارة يتم اعدادها عن طريق الباحث تحتوي على مجموعة من الاسئلة وتسلم الى المبحوثين باليد او ترسل بالبريد لغرض الاجابة عن الاسئلة الموجودة فيها) . حيث تم جمع البيانات الميدانية من خلال استمارة استبيان اشتملت على (١٣) سؤال تضمنت البيانات الديموغرافية واسئلة مغلقة . (زلطة، ٢٠٠٩، صفحة ص١٠٨)

سادسا : مجتمع الدراسة وعينته

يقصد بمجتمع الدراسة : (جميع افراد الظاهرة المقصود دراستها , في حين يقصد بالعينة الجزء الذي تم اختياره لتطبيق الدراسة عليه والعينة هي جزء من المجتمع الاصل يتم اختيارها وفق قواعد خاصة بحيث تكون العينة المسحوبة ممثلة قدر الامكان) . (الحيزان، ٢٠٠٤، صفحة ص٦٧)
ومجتمع البحث في هذه الدراسة مجموعة من طلبة الجامعات الحكومية والاهلية الانسانية والعلمية لمدينة بغداد والذين يبلغ عددهم ١٠٠ مفردة .

عينة الدراسة

وتعرف العينة بأنها : (عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع البحث يتم اختيارها بطريقة معينة واجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الاصيلي . (عبيدات، ١٩٨٤، صفحة ص٨٦)
ولقد اعتمدنا في هذه الدراسة على اسلوب العينة العمدية وزعتها الباحثة بشكل متساوي بين الجامعات الحكومية والاهلية

سابعا : حدود البحث ومجالاته

- ١-المجال الزماني : استغرقت الباحثة في بناء استمارة المقياس وتوزيعها على مجتمع البحث وجمعها وتفرغها خلال شهر واحد بدءا من ٢٠٢١/١٢/٢٢ الى ٢٠٢٢/١/٢٢ .
- ٢-المجال المكاني :قامت الباحثة باختيار مدينة بغداد مجالا مكانيا لغرض الدراسة كونها المركز وتحتضن العديد من طبقات المجتمع السياسية والاقتصادية والاجتماعية .
- ٣-المجال البشري : قامت الباحثة باختيار شريحة الشباب الجامعي لانهم على دراية تامة بما يتعرضون له من مضامين مختلفة على وسائل التواصل الاجتماعي لاسيما المواضيع السياسية .

ثامنا : مصطلحات الدراسة

الاعلام الجديد : (يعرف بأنه تلك الوسائل الحديثة للاتصال متمثلة بالفيديو وتويتر ويوتيوب يمكن ان تكون مكملة لوسائل الاعلام التقليدية لينتج اعلام يزواج بين المهنية وصرامة التقاليد التي نشأت عليها السلطة الرابعة وبين التقنية الحديثة التي تتيح للإعلام التقليدي الفرصة ليكون أكثر قربا ليس من الحدث فحسب وانما من الناس ايضا وهذا هو جوهر الموضوع) . (شفيق، ٢٠١٤، صفحة ص٩٣)

مواقع التواصل الاجتماعي : (هي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع اعضاء اخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها) . (الراوي، ٢٠١٨)
الوعي السياسي : (معرفة المواطن بحقوقه السياسية وواجباته وما يجري حوله من احداث ووقائع وكذلك قدرة هذا المواطن على التصور الكلي للواقع المحيط به كحقيقة كلية مترابطة العناصر وليس كوقائع منفصلة او احداث متباعدة) . (اسعد، ١٩٩١، صفحة ص٦٨)

الشباب الجامعي : (في هذا البحث سوف تتناول الباحثة شريحة الشباب الجامعي في المرحلة العمرية من (١٨ - ٢٥) سنة ويعرفهم كعنان بأنهم تلك الفئة من المجتمع الذين يتابعون تحصيلهم العلمي بعد حصولهم على الشهادة الثانوية او الاعدادية) . (علي، ٢٠٠٨، الصفحات ص٤٠٩-٤٣٩)

تاسعا : الدراسات السابقة

١-دراسة عامر (عامر، ٢٠١٧)



هدفت هذه الدراسة الى رصد مدى تعرض طلاب الجامعات لوسائل الاعلام الجديد في استقاء المعلومات السياسية وتحليل اعتماد طلاب الجامعات على وسائل الاعلام الجديد في تفعيل المشاركة السياسية وما يترتب على هذا الاعتماد من تأثيرات معرفية وسلوكية لمعرفة الازواض السياسية واتجاهاتهم وتشكلت مشكلة البحث بالتساؤل الاتي وهو (ما اكثر الموضوعات والقضايا السياسية التي يتعرض لها طلاب الجامعة عبر وسائل الاعلام الجديد) وتم اختيار عينة عمدية موزعة بأسلوب حصصي (٤٠٠) مبحوث من طلاب الجامعات الخاصة والحكومية ومن اهم النتائج التي توصلت اليها هذه الدراسة هي :

١- تبين وجود اختلاف بين طلاب الجامعة وجود فروق ذات دلالة احصائية بين طلاب الجامعات الخاصة والحكومية في استخدام وسائل الاعلام الجديد مما يعكس على مستوى المشاركة السياسية لدى كلا منهما .

٢- تبين وجود علاقة بين اعتماد طلاب الجامعة على وسائل الاعلام الجديد والمعرفة السياسية لديهم جاءت تلك العلاقة متوسطة الدلالة كما اظهرت وجود فروق بين طلاب الجامعة والمعرفة السياسية لديهم وجاءت النتيجة لصالح طلاب الجامعات الحكومية من حيث ارتفاع نسبة المعرفة السياسية لديهم .

٢- دراسة سلام خطاب (الناصري، ٢٠١٥)

سعت هذه الدراسة للإجابة عن اسئلة ملحة حول دور وسائل الاعلام الجديد التي برزت مؤخراً مثل شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي والخدمات الاعلامية عبر المحمول وغيرها في زيادة الوعي لدى الشباب وبخاصة طلبه الجامعات من خلال دراسة ميدانية جرت على عينة من طلبه قسم الاعلام في جامعة البترا بالمملكة الاردنية الهاشمية خلال الفصل الدراسي الثاني في عام ٢٠١٣، وقد توصلت الدراسة الى

١- زيادة الاهتمام والمتابعة من قبل الشباب للعديد من الاحداث العالمية والاقليمية والمحلية من خلال التعرض الى عدد من وسائل الاعلام الجديد؛ في مقدمتها شبكة الانترنت وان زيادة مستوى الوعي والاهتمام افرز قيام الشباب بالعديد من الفعاليات على صعيد مواقع التواصل الاجتماعي او في تبادل المعلومات والحوار مع الآخرين في اطار تقني واتصالي جديد يفتح ابواب جديدة على صعيد وسائل الاعلام والاتصال ودورها على صعيد الفرد والمجتمع واهميتها في التأثير على الرأي العام .

٢- ان ٥٠٪ من العينة المختارة اجمعت على ان هذه الوسائل زادت من مستوى الوعي السياسي بالاحداث الجارية .
٣- فيما يتعلق بالاحداث العالمية كان التركيز على مناطق التثر والنزاع في العالم وعلى الازمة الاقتصادية العالمية ، اما فيما يتعلق بالاحداث الاقليمية كان الاهتمام بما يسمى باحداث الربيع العربي ومن ثم الاحداث الجارية في سوريا .

المبحث الثاني

مفهوم الاعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالانتمية السياسية

افرزت التطورات التكنولوجية الحديثة التي يشهدها العالم منذ أواخر القرن العشرين تغييرات علمية وتقنية في مختلف المجالات، ومنها الإعلام . فقد ازدادت الحاجة الى وسائل اعلامية حديثة ومختلفة لتلبية حاجة الجمهور للحصول على المعلومات ومتابعة الأحداث التي تقع في أنحاء العالم، ولقد استطاع التطور المذهل لتكنولوجيا الاتصال أن يتيح لها الارتباط بمناحي الحياة الانسانية كافة، وذلك بفضل السمات الجوهرية التي تتمتع بها والتي أتاحتها للجمهور دون قيد أو حدود . (المعطي، صحافة المواطن نحو نمط اتصالي جديد، ٢٠١٥، صفحة ١٥)

وعلى رغم من التطور الذي شهدته تكنولوجيا الإعلام الجديد إلا إنها لم تلغ وسائل الاتصال القديمة ، بل طورتها و غيرت من أنماط وأساليب عرضها وبثها للمضامين الإعلامية ، كما أدت الى اندماج وسائل الإعلام المختلفة ، والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخرى ، بشكل ألغيت معه الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل ، إذ أصبحت وسائل الاتصال الجماهيري تتسم بالطابع العالمي أو الكوني . (المشاقبة، ٢٠١١، صفحة ٢١)

وحصر نيكولاس نيغروبونتي مؤسس معمل الإعلام الجديد في ماساشوستس الفارق بين الإعلام الجديد والتقليدي في أن الإعلام الجديد قام على استبدال الوحدات المادية بالرقمية ، وهو ما أيده فين كروسيبي بأن الإعلام الجديد يضم مزايا الاتصالين الشخصي والجماهيري، ويتجاوز سلبياتهما . (صادق، ٢٠٠٨، الصفحات ٣٧-٣٥)

مفهوم الاعلام الجديد



مهما تعددت واختلقت التعريفات حول مفهوم الإعلام الجديد فهي تشير الى الإعلام الذي يعتمد على الوسائط المتعددة (النص ، الصورة ، صوت ، إلخ ...) ، والمتمثلة في المواقع الالكترونية والمواقع الاجتماعية والمدونات ومواقع المحادثة أو الدردشة وغيرها في نشر الاخبار والمعلومات للجمهور ، والذي يتم عن طريق إحدى تطبيقات الاتصال الحديثة عن طريق استخدام الجمهور للأجهزة الالكترونية المتصلة بالإنترنت مثل الحاسوب والموبايل التي تتيح لمستخدميها حرية انتقاء المعلومات بسهولة دون قيود أو حدود زمانية أو مكانية كما هو الحال بالنسبة لوسائل الاعلام .

فيعرفه قاموس الكمبيوتر (جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي وتطبيقات النشر الالكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة والتلفزيون الرقمي والآنترنت وهو يدل كذلك على استخدام الكمبيوترات الشخصية والنقالة فضلاً عن التطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة المحمولة في هذا السياق) . (عيساني، ٢٠١٣، الصفحات ١٠-٧)

ويعرف دينيس مكسويل الإعلام الجديد بأنه (أسم جامع لعدة ظواهر تقنية حديثة ، ما يميزها هو اعتماده على التقنية الرقمية والتي يتم عن طريقها تحويل جميع النصوص والمضامين الإعلامية الى شكل موحد يمكن معالجته بالحواسيب الالية ويؤدي ذلك في نفس الوقت الى ظاهرة الاندماج بين المحتويات الاعلامية ومعالجتها وتوزيعها وتخزينها بطرق الية موحدة) . (الحلوة، ٢٠١٢، صفحة ٢)

شبكات التواصل الاجتماعي

لقد خلقت مواقع التواصل الاجتماعي فضاء إلكترونيًا بين البشر عمل على تقريب المسافات بين الشعوب ، والغى الحدود وزاوج بين الثقافات ، وكان للأحداث السياسية والطبيعية في العالم دوراً بارزاً في التعريف بهذه الشبكات وبالمقابل كان الفضل أيضاً لهذه الشبكات في إيصال الأخبار السريعة والرسائل النصية ومقاطع الفيديو عن تلك الأحداث وكان أهم أنواع هذه المواقع الفيس بوك وتويتر واليوتيوب . (العلي، ٢٠١٥، صفحة ١٢٢)

وقد رسخت مواقع التواصل الاجتماعي مفاهيم الممارسة السياسية لما لها من أدوار تأثيريه تؤذيها سياسية أو اجتماعية أو أمنية ،لذلك تعد من أهم أدوات صناعة الأعلام ، إذ اتجهت العديد من وسائل الإعلام التقليدية لهذه المواقع لعرض ما بها من أخبار وتفاعلات وتصريحات وبيانات لأنها أصبحت بمثابة نافذة لعرض المحتوى الإعلامي الخاص بها . (خليفة، ٢٠١٦، صفحة ٣٧)

مواقع التواصل الاجتماعي

شهد العالم خلال العقدين الأخيرين حقائق جديدة خاصة مع أنتشار الأنترنت ،وبفعل التطور التقني الهائل لتكنولوجيا المعلومات والاتصال ، إذ جعل الناس يتلاحمون في عالم افتراضي سرعان ما أصبحت افرازاته تتحكم شيئاً فشيئاً في الواقع الانساني والسياسي والاجتماعي لسكان الكرة الأرضية ، ولعل من أهم افرازات هذا العالم الذي لا يكاد يستقر على حال ، ما يعرف بالمواقع الاجتماعية التي يشترك عبرها الملايين من الناس كل بحسب اهتماماته وميوله ، ويمكن أن تضم مواقع التواصل الملايين من المستخدمين في موقع واحد، وهناك العديد من مواقع الشبكات الاجتماعية على الأنترنت، كل منها تقدم الخدمات والمزايا المختلفة لأعضائها . (morris, 2009, p. 13)

قد عرفت مواقع التواصل الاجتماعي عبر الأنترنت بالإعلام الجديد، الذي يشهد حركة ديناميكية من التطور والانتشار بعد أن كانت في بدايتها مجتمعاً افتراضياً يكون على نطاق ضيق ومحدود مع الوقت تحولت هذه المواقع من أداة إعلامية نصية مكتوبة الى أداة إعلامية سمعية وبصرية تؤثر في قرارات المستخدمين واستجاباتهم . (عبدالرحمن، ٢٠١٥، صفحة ١٩)

وتعرف الشبكات الاجتماعية بأنها (شبكة مواقع فعالة جداً في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والاصدقاء ، كما تمكن الاصدقاء القدامى من الاتصال بعضهم البعض ، وتمكنهم من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الامكانيات التي توحد العلاقة الاجتماعية بينهم) . (الربيعي ب، ٢٠١٥، صفحة ١٥٧)

انواع مواقع التواصل الاجتماعي

اولا : الفيس بوك

استطاع الفيس بوك ان يعبر عن ثقافة نوعية في مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي ، فهو الوليد الذي ما زال يافعا ، اذ تطور كثيرا ، ليفرض واقعا اعلاميا جديدا بكل المقاييس لينقل الاعلام الى مستوى السيادة المطلقة من حيث الانتشار واختراق كافة الحواجز المكانية والزمانية والتنوع اللامتناهي في الرسائل الاعلامية والمحتوى المتمثل بالصور، الاشكال والرسومات بطريقة تجعل المستخدم يتفاعل مع الموضوع ، المطلقة، من حيث الانتشار واختراق كافة الحواجز المكانية



والزمانية والتنوع اللامتناهي في الرسائل مازال يافعا، إذ تطور كثيراً، ليفرض واقعاً إعلامياً جديداً بكل المقاييس لينقل الإعلام الى مستوى السيادة استطاع الفيس بوك أن يعبر عن نقلة نوعية في مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي، فهو الوليد الذي لما يملكه من قدرات ومقومات للوصول والنفوذ للجميع ليستحوذ على اهتمام المستخدمين بمختلف فئاتهم العمرية . (كنعان، ٢٠١٠، صفحة ٣١)

ثانياً : اليوتيوب

أحد أشهر المواقع الالكترونية المتاحة للعموم على شبكة الانترنت لمشاركة ملفات الفيديو، والذي يمكن المستخدمين من تحميل ومشاهدة اللقطات المصورة والتعليق عليها، ويمكن المستخدمين من اعضاء آرائهم بشأن تلك المشاهد أو اللقطات، وكذلك إمكانية مشاركة تلك اللقطات في مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى أو المشاركة في قرار إزالة المقاطع أو المشاهد غير مرغوب فيها، ولا يقتصر موقع اليوتيوب على أرفاق الملفات المرئية بل يمكن وبسهولة إنشاء قنوات خاصة تبتث من خلالها مئات الملفات بشكل يومي . (المحارب، ٢٠١١، صفحة ١١٣)

ثالثاً : تويتر

هو أحد مواقع شبكات التواصل الاجتماعية التي ظهرت في آذار عام ٢٠٠٦ كمشروع بحثي أجرته شركة اميركية في مدينة سان فرانسيسكو، ثم أتاحت الشركة المعنية ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في أكتوبر من العام نفسه، ومن ثم أخذ الموقع بالانتشار كخدمة حديثة في مجال التدوينات المصغرة، وبعد ذلك قامت الشركة نفسها بفصل هذه الخدمة عن الشركة الأم، واستحدثت لها اسماً خاصاً هو (تويتز) وذلك في أبريل عام ٢٠٠٧ . (المعطي، صحافة المواطن نحو نمط اتصالي جديد، ٢٠١٥، صفحة ١٦)

وأخذ تويتز اسمه من مصطلح (تويت) والذي يعني (التغريد) واتخذ من العصفورة رمزاً له، وهو خدمة تدوين مصغرة تسمح لمستخدميه بأرسال تحديثات (تويتز) عن حالتهم بحد أقصى ١٤٠ حرف للرسالة الواحدة، ويتم ذلك بصورة مباشرة عن طريق تويتز او عن طريق ارسال رسالة نصية قصيرة و برامج المحادثة الفورية أو التطبيقات الأخرى التي قدمها المطورين . (الحمادي ب، ٢٠١٤، صفحة ١٤٢)

دور الاعلام الجديد في التنمية السياسية

إن رسالة الاعلام الجديد تنطلق دائماً من معطيات البيئة المحيطة بالفرد فالإعلام لا يمكن أن يخرج عن تقاليد وعادات وقوانين وموروثات المجتمع إلا انه يستمد قوته من مدى تفاعله مع قضايا المجتمع، وعليه فيجد على الاعلام بكافة آلياته أن يتسم بالموضوعية والصدق والشفافية، وان ستجيب لحركة التغيير والتطور وذلك وفق منظومة عمل متكاملة ومنسجمة .

وبعد هذا المجال من الاهتمام الذي منح لحرية الاعلام أصبحت لوسائل الاعلام دور كبيراً في تنمية المجتمعات وإحداث التغييرات في السلوك والانشطة، وقد قامت كثيراً من الدراسات والبحوث التي تبحث في العلاقة بين الاعلام والتنمية السياسية، إذ أن العلاقة بينها أزلية وقديمة، وقد أعدت اليونسكو دراسات حاولت من خلالها طرح المشكلة وتبنت الجمعية العامة للأمم المتحدة مطلع ١٩٦٢ قراراً دعت فيه لتطوير وسائل الاعلام في التنمية، وقد أشار ولبور شرام في كتابه (وسائل الاتصال والتنمية المحلية) الى ان الادوار بين الاعلام والتنمية تتمحور في دور الاعلام في توسيع افاق الناس ويمكنها ان تلعب دور الرقيب، ويمكنها أن تشد الانتباه الى قضايا محددة، وكذلك يمكن أن ترفع طموحات الناس، وان تصنع مناخاً ملائماً للتنمية إضافة لما لوسائل الاعلام من وظائف ومهام تعليمية ودور في صناعة القرار. (مهنا، ٢٠٠٩، صفحة ٤٦)

إن الاعلام الجديد بمختلف وسائله يلعب دوراً فعالاً في عملية التنمية السياسية، هذه الاخيرة التي تعرف على انها "الزيادة في مستوى التمايز البنوي والتخصص الوظيفي في النظام السياسي، والذي يمكنه من الاستجابة لمختلف الحاجات الاجتماعية والاقتصادية للمجتمع، إن المسؤوليات التي تقع على عاتق الاعلام في النهوض بالمجتمع تجعل من العلاقة بين الاعلام والتنمية السياسية أكثر تقارباً خاصة في دول العالم الثالث، بحيث أن الجهة المسؤولة عن الاعلام وعن التنمية السياسية هي الحكومات، فالحكومات هي التي تسيطر على وسائل الاعلام وفي الوقت ذاته هي التي تقترح خطط التنمية وتنفذها في مختلف الميادين الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، وأيضا لا يعقل إمكانية حدوث تنمية دون مشاركة جماهيرية، وحينها يصبح دور وسائل الاعلام حيويًا في توعية الجماهير وتعبئتها من أجل بذل الجهود من أجل التنمية إن دور الاعلام في المجال السياسي أو بالأحرى في العملية الانتخابية مربوط أو مقيد بمبدأين قانون حقوق الانسان، أو لا مبدأ



الانتخاب الحر والمشاركة السياسية، المبدأ الثاني حرية الرأي والتعبير، وهذا يعني ضمان الحرية والتعددية الاعلامية والتي تعني حماية الاعلام من تدخل وتعسف السلطة، وكافة الحق في اصدار وتملك وإدارة المؤسسات الاعلامية المرئية والمسموعة والمقروءة كما أن الدور الذي يقوم به الاعلام أثناء الانتخابات يتوقف على نوعية التغطية الاعلامية ونوع الوسيلة الاعلامية التي تقوم ببث ذلك للجمهور المتلقي، وكذا على طبيعة العلاقة بين النظام الاجتماعي والنظام السياسي في أي بلد كان، فالإعلام يعبر بوضوح عن الاقتصاد والسياسة والربط بينهما باعتبارهما وجهي لعملة واحدة. (طلعت، ١٩٨٠، صفحة ٣٣)

المبحث الثالث : عرض النتائج

يتضمن هذا المبحث عرضاً احصائياً لنتائج الدراسة العلمية مع تحليل النتائج وتفسيرها وقد حددت الدراسة مستوى الاجابات على وفق المقاييس الاحصائية حيث استخدمت الباحثة طريقة " ليكرت " في بناء المقياس الذي هو اسلوب متخصص لقياس السلوكيات والتفضيلات والذي يعد من المقاييس البسيطة في الاعداد والتطبيق .
اولاً : البيانات الشخصية (الديموغرافية)

١- يوضح الجدول الاتي جنس المبحوثين (ذكور – اناث)

جدول رقم (١) يوضح تكرارات النوع لأفراد العينة ونسبها المئوية وقيمة اختبار كاي لمتغير الجنس

| النوع | التكرار | النسبة المئوية | التكرار الملاحظ | التكرار المتوقع | قيمة مربع كاي | النتيجة |
|--------|---------|----------------|-----------------|-----------------|--------------------|----------|
| الذكور | 56 | 56.0 | 56 | 50.0 | 1.440 ^a | غير دالة |
| الاناث | 44 | 44.0 | 44 | 50.0 | | |
| | 100 | 100.0 | 100 | | | |

من الجدول اعلاه يتبين ان تكرارات الجنس لأفراد العينة ونسبها المئوية والتكرارات المتوقعة والتكرارات الملاحظة وقيمة اختبار كاي . حيث كانت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة تبلغ ١,٤٤٠ a

وهي غير دالة عند درجة حرية ١ ومستوى دلالة ٠,٠٥ وهذا يعني قبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة اي انه ليس هناك فروق ذات دلالة احصائية بين تكرارات الجنس لدى الشباب الجامعي في دور الاعلام الجديد في تنمية الوعي السياسي علما ان القيمة الجدولية لاختبار مربع كاي الجدولية عند درجة حرية ١ ومستوى دلالة ٠,٠٥ تبلغ ٣,٨٤ ٢- والجدول الاتي يوضح تكرارات العمر لأفراد العينة ونسبها المئوية والتكرارات المتوقعة والتكرارات الملاحظة وقيمة

اختبار كاي . حيث كانت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة تبلغ 76.220^a وهي دالة عند درجة حرية ٢ ومستوى دلالة ٠,٠٥ وهذا يعني رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة اي ان هناك فروق ذات دلالة احصائية بين تكرارات العمر لدى الشباب الجامعي في دور الاعلام الجديد في تنمية الوعي السياسي ولصالح العمر من ١٨-٢٢ سنة علما ان

القيمة الجدولية لاختبار مربع كاي الجدولية عند درجة حرية ٢ ومستوى دلالة ٠,٠٥ تبلغ ٥,٩٩

جدول رقم (٢) يوضح تكرارات افراد العينة ونسبها المئوية وقيمة اختبار كاي لمتغير العمر

| العمر | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | قيمة مربع كاي | النتيجة |
|-------|---------|----------------|---------|---------------|---------|
|-------|---------|----------------|---------|---------------|---------|



| | كاي | المتوقع | الملاحظ | | | |
|------|---------------------|---------|---------|-------|-----|----------------|
| دالة | 76.220 ^a | 33.3 | 73 | 73.0 | 73 | من ٢٢-١٨ سنة |
| | | 33.3 | 23 | 23.0 | 23 | من ٢٧-٢٣ سنة |
| | | 33.3 | 4 | 4.0 | 4 | 30 سنة فما فوق |
| | | | 100 | 100.0 | 100 | Total |

٣- والجدول الاتي يوضح تكرارات التخصص الدراسي لافراد العينة ونسبها المئوية والتكرارات المتوقعة والتكرارات الملاحظة وقيمة اختبار كاي . حيث كانت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة تبلغ ^a11.560 وهي دالة عند درجة حرية ١ ومستوى دلالة ٠,٠٥ وهذا يعني رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة اي ان هناك فروق ذات دلالة احصائية بين تكرارات التخصص الدراسي لدى الشباب الجامعي في دور الاعلام الجديد في تنمية الوعي السياسي ولصالح التخصص الانساني علما ان القيمة الجدولية لاختبار مربع كاي الجدولية عند درجة حرية ١ ومستوى دلالة ٠,٠٥ تبلغ ٣,٨٤ .

جدول رقم (٣) يوضح تكرارات افراد العينة ونسبها المئوية وقيمة اختبار كاي لمتغير التخصص الدراسي

| النتيجة | قيمة مربع كاي | التكرار المتوقع | التكرار الملاحظ | النسبة المئوية | التكرار | التخصص الدراسي |
|---------|---------------------|-----------------|-----------------|----------------|---------|----------------|
| دالة | 11.560 ^a | 50.0 | 33.0 | 33.0 | 33 | العلمي |
| | | 50.0 | 67.0 | 67.0 | 67 | الإنساني |
| | | | 100.0 | 100.0 | 100 | Total |

ثانيا : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

١-الجدول الاتي يوضح تكرارات الوقت الذي يقضى في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لافراد العينة ونسبها المئوية والتكرارات المتوقعة والتكرارات الملاحظة وقيمة اختبار كاي . حيث كانت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة تبلغ ^a17.640 وهي دالة عند درجة حرية ١ ومستوى دلالة ٠,٠٥ وهذا يعني رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة اي ان هناك فروق ذات دلالة احصائية بين تكرارات الوقت الذي يقضى في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى



الشباب الجامعي في تنمية الوعي السياسي ولصالح الوقت ذي الثلاث ساعات فاكثر. علما ان القيمة الجدولية لاختبار مربع كاي الجدولية عند درجة حرية ١ ومستوى دلالة ٠,٠٥ تبلغ ٣,٨٤ .
جدول رقم (٤) يوضح تكرارات افراد العينة ونسبها المئوية وقيمة اختبار كاي لمتغير الوقت الذي يقضيها الشباب في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

| النتيجة | قيمة مربع كاي | التكرار المتوقع | التكرار الملاحظ | النسبة المئوية | التكرار | الوقت المستغرق في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي |
|---------|---------------------|-----------------|-----------------|----------------|---------|---|
| دالة | 17.640 ^a | 50.0 | 29.0 | 29.0 | 29 | ساعة الى ساعتين |
| | | 50.0 | 71.0 | 71.0 | 71 | ثلاث ساعات فأكثر |
| | | | 100.0 | 100.0 | 100 | Total |

٢- والجدول الاتي يوضح تكرارات التفاعل مع النشاطات الخاصة بالشأن السياسي العراقي ضمن شبكات التواصل الاجتماعي لافراد العينة ونسبها المئوية والتكرارات المتوقعة والتكرارات الملاحظة وقيمة اختبار كاي . حيث كانت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة تبلغ 1.000^a وهي غير دالة عند درجة حرية ١ ومستوى دلالة ٠,٠٥ وهذا يعني قبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة اي انه ليس هناك فروق ذات دلالة احصائية بين تكرارات التفاعل مع النشاطات الخاصة بالشأن السياسي العراقي ضمن شبكات التواصل الاجتماعي . علما ان القيمة الجدولية لاختبار مربع كاي الجدولية عند درجة حرية ١ ومستوى دلالة ٠,٠٥ تبلغ ٣,٨٤ .
جدول رقم (٥) يوضح تكرارات افراد العينة ونسبها المئوية وقيمة اختبار كاي لمتغير التفاعل مع النشاطات الخاصة بالشأن السياسي

| النتيجة | قيمة مربع كاي | التكرار المتوقع | التكرار الملاحظ | النسبة المئوية | التكرار | التفاعل مع النشاطات الخاصة بالشأن السياسي العراقي ضمن شبكات التواصل الاجتماعي |
|----------|--------------------|-----------------|-----------------|----------------|---------|---|
| غير دالة | 1.000 ^a | 50.0 | 55.0 | 55.0 | 55 | نعم |
| | | 50.0 | 45.0 | 45.0 | 45 | كلا |
| | | | 100.0 | 100.0 | 100 | Total |

٣- والجدول الاتي يوضح تكرارات نوع التفاعل مع القضايا السياسية على مواقع التواصل الاجتماعية لافراد العينة ونسبها المئوية والتكرارات المتوقعة والتكرارات الملاحظة وقيمة اختبار كاي . حيث كانت قيمة اختبار مربع كاي



المحسوبة تبلغ^a 57.620 وهي دالة عند درجة حرية ٢ ومستوى دلالة ٠,٠٥ وهذا يعني رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة اي ان هناك فروق ذات دلالة احصائية بين تكرارات نوع التفاعل مع القضايا السياسية على مواقع التواصل الاجتماعية ولصالح تكرارات تسجيل الاعجاب . علما ان القيمة الجدولية لاختبار مربع كاي الجدولية عند درجة حرية ٢ ومستوى دلالة ٠,٠٥ تبلغ ٥,٩٩

جدول رقم (٦) يوضح تكرارات افراد العينة ونسبها المئوية وقيمة اختبار كاي لمتغير نوع التفاعل مع القضايا السياسية

| نوع التفاعل مع القضايا السياسية على مواقع التواصل الاجتماعية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار الملاحظ | التكرار المتوقع | قيمة مربع كاي | النتيجة |
|--|---------|----------------|-----------------|-----------------|---------------------|---------|
| تسجيل الاعجاب | 67 | 67.0 | 67.0 | 33.3 | 57.620 ^a | دالة |
| اضافة تعليق | 27 | 27.0 | 27.0 | 33.3 | | |
| مشاركة المنصور على صفحتك الشخصية | 6 | 6.0 | 6.0 | 33.3 | | |
| Total | 100 | 100.0 | 100.0 | | | |

٤- والجدول الاتي يوضح تكرارات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يزيد من مستوى الوعي السياسي لافراد العينة ونسبها المئوية والتكرارات المتوقعة والتكرارات الملاحظة وقيمة اختبار كاي . حيث كانت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة تبلغ^a 19.360 وهي دالة عند درجة حرية ١ ومستوى دلالة ٠,٠٥ وهذا يعني قبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة اي ان ليس هناك فروق ذات دلالة احصائية بين تكرارات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة مستوى الوعي السياسي. ولصالح تكرارات زيادة الوعي السياسي. علما ان القيمة الجدولية لاختبار مربع كاي الجدولية عند درجة حرية ١ ومستوى دلالة ٠,٠٥ تبلغ ٣,٨٤ .

جدول رقم (٧) يوضح تكرارات افراد العينة ونسبها المئوية وقيمة اختبار كاي لمتغير زيادة مستوى الوعي السياسي

| استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يزيد من مستوى الوعي السياسي | التكرار | النسبة المئوية | التكرار الملاحظ | التكرار المتوقع | قيمة مربع كاي | النتيجة |
|---|---------|----------------|-----------------|-----------------|---------------------|---------|
| نعم | 72 | 72.0 | 72.0 | 50.0 | 19.360 ^a | دالة |
| كلا | 28 | 28.0 | 28.0 | 50.0 | | |



| | | | | | | |
|--|--|--|-------|-------|-----|--|
| | | | 100.0 | 100.0 | 100 | |
|--|--|--|-------|-------|-----|--|

٥- والجدول الاتي يوضح تكرارات مواقع التواصل الاجتماعي يتابع من خلاله الشأن السياسي العراقي لافراد العينة ونسبها المئوية والتكرارات المتوقعة والتكرارات الملاحظة وقيمة اختبار كاي . حيث كانت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة تبلغ 20.240^a وهي دالة عند درجة حرية ٣ ومستوى دلالة ٠,٠٥ وهذا يعني قبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة اي ان هناك فروق ذات دلالة احصائية بين تكرارات مواقع التواصل الاجتماعي يتابع من خلاله الشأن السياسي العراقي. ولصالح تكرارات الانستغرام. علما ان القيمة الجدولية لاختبار مربع كاي الجدولية عند درجة حرية ٣ ومستوى دلالة ٠,٠٥ تبلغ ٧,٨١ .

جدول رقم (٨) يوضح تكرارات افراد العينة ونسبها المئوية وقيمة اختبار كاي لمتغير اي من مواقع التواصل الاجتماعي يتابع الطلبة من خلاله الشأن السياسي

| مواقع التواصل الاجتماعي يتابع من خلاله الشأن السياسي العراقي | التكرار | النسبة المئوية | التكرار الملاحظ | التكرار المتوقع | قيمة مربع كاي | النتيجة |
|--|---------|----------------|-----------------|-----------------|---------------|---------|
| فيسبوك | 28 | 28.0 | 28.0 | 25.0 | 20.240^a | دالة |
| تويتر | 21 | 21.0 | 21.0 | 25.0 | | |
| انستغرام | 41 | 41.0 | 41.0 | 25.0 | | |
| يوتيوب | 10 | 10.0 | 10.0 | 25.0 | | |
| Total | 100 | 100.0 | 100.0 | | | |

٦- والجدول الاتي يوضح تكرارات دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأجيج والتحريض على بعض التغييرات الخاصة بالشأن السياسي لافراد العينة ونسبها المئوية والتكرارات المتوقعة والتكرارات الملاحظة وقيمة اختبار كاي . حيث كانت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة تبلغ 17.660^a وهي دالة عند درجة حرية ٢ ومستوى دلالة ٠,٠٥ وهذا يعني رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة اي ان هناك فروق ذات دلالة احصائية بين تكرارات دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأجيج والتحريض على بعض التغييرات الخاصة بالشأن السياسي ولصالح الموافقة. علما ان القيمة الجدولية لاختبار مربع كاي الجدولية عند درجة حرية ٢ ومستوى دلالة ٠,٠٥ تبلغ ٥,٩٩ .

جدول رقم (٩) يوضح تكرارات افراد العينة ونسبها المئوية وقيمة اختبار كاي لمتغير دور مواقع التواصل الاجتماعي في تأجيج وتحريض القضايا السياسية

| دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأجيج | التكرار | النسبة | التكرار الملاحظ | التكرار | قيمة مربع | النتيجة |
|--|---------|--------|-----------------|---------|-----------|---------|
|--|---------|--------|-----------------|---------|-----------|---------|



| والتحريض على بعض التغييرات الخاصة بالشأن السياسي | المئوية | المتوقع | كاي | دالة |
|---|---------|---------|-------|------|
| أوافق | 49 | 49.0 | 49.0 | 33.3 |
| محايد | 36 | 36.0 | 36.0 | 33.3 |
| لا أوافق | 15 | 15.0 | 15.0 | 33.3 |
| Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

٧- والجدول الاتي يوضح تكرارات استطاعة مواقع التواصل الاجتماعي ان تحدث التأثير على اراء الافراد اتجاه المواضيع السياسية العراقية لافراد العينة ونسبها المئوية والتكرارات المتوقعة والتكرارات الملاحظة وقيمة اختبار كاي . حيث كانت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة تبلغ 47.360^a وهي دالة عند درجة حرية ٢ ومستوى دلالة $0,05$ وهذا يعني رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة اي ان هناك فروق ذات دلالة احصائية بين تكرارات استطاعة مواقع التواصل الاجتماعي ان تحدث التأثير على اراء الافراد اتجاه المواضيع السياسية العراقية ولصالح الحياد . علما ان القيمة الجدولية لاختبار مربع كاي الجدولية عند درجة حرية ٢ ومستوى دلالة $0,05$ تبلغ $5,99$.

جدول رقم (١٠) يوضح تكرارات افراد العينة ونسبها المئوية وقيمة اختبار كاي لمتغير استطاعة مواقع التواصل الاجتماعي في احداث التأثير على اراء الشباب الجامعي

| استطاعة مواقع التواصل الاجتماعي ان تحدث التأثير على اراء الافراد اتجاه المواضيع السياسية العراقية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار الملاحظ | التكرار المتوقع | قيمة مربع كاي | النتيجة |
|---|---------|-------------------|--------------------|--------------------|------------------|---------|
| أوافق | 36 | 36.0 | 36.0 | 33.3 | 47.360^a | دالة |
| محايد | 60 | 60.0 | 60.0 | 33.3 | | |
| لا أوافق | 4 | 4.0 | 4.0 | 33.3 | | |
| Total | 100 | 100.0 | 100.0 | | | |

٨- والجدول الاتي يوضح تكرارات قيام صفحات مواقع التواصل الاجتماعي بنشر المواضيع السياسية تكون على درجة من الثقة والمصادقية والحيادية لافراد العينة ونسبها المئوية والتكرارات المتوقعة والتكرارات الملاحظة وقيمة اختبار كاي . حيث كانت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة تبلغ 36.620^a وهي دالة عند درجة حرية ٢ ومستوى دلالة $0,05$ وهذا



يعني رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة اي ان هناك فروق ذات دلالة احصائية بين تكرارات قيام صفحات مواقع التواصل الاجتماعي بنشر المواضيع السياسية تكون على درجة من الثقة والمصادقية والحيادية ولصالح الموافقة. علما ان القيمة الجدولية لاختبار مربع كاي الجدولية عند درجة حرية ٢ ومستوى دلالة ٠,٠٥ تبلغ ٥,٩٩ . جدول رقم (١١) يوضح تكرارات افراد العينة ونسبها المئوية وقيمة اختبار كاي لمتغير قيام صفحات المواقع بنشر المواضيع السياسية التي تكون على درجة من الثقة والمصادقية

| النتيجة | قيمة مربع كاي | التكرار المتوقع | التكرار الملاحظ | النسبة المئوية | التكرار | قيام صفحات مواقع التواصل الاجتماعي بنشر المواضيع السياسية تكون على درجة من الثقة والمصادقية والحيادية |
|---------|---------------------|-----------------|-----------------|----------------|---------|---|
| دالة | 36.620 ^a | 33.3 | 56.0 | 56.0 | 56 | أوافق |
| | | 33.3 | 37.0 | 37.0 | 37 | محايد |
| | | 33.3 | 7.0 | 7.0 | 7 | لا أوافق |
| | | | 100.0 | 100.0 | 100 | Total |

٩- والجدول الاتي يوضح تكرارات قيام مواقع التواصل الاجتماعي بإتاحة الفرصة لكل المهتمين بالشأن السياسي للتعبير عن وجهة نظرهم حول المواضيع السياسية لافراد العينة ونسبها المئوية والتكرارات المتوقعة والتكرارات الملاحظة وقيمة اختبار كاي . حيث كانت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة تبلغ 8.780^a وهي دالة عند درجة حرية ٢ ومستوى دلالة ٠,٠٥ وهذا يعني رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة اي ان قيام مواقع التواصل الاجتماعي بإتاحة الفرصة لكل المهتمين بالشأن السياسي للتعبير عن وجهة نظرهم حول المواضيع السياسية ولصالح الحياد . علما ان القيمة الجدولية لاختبار مربع كاي الجدولية عند درجة حرية ٢ ومستوى دلالة ٠,٠٥ تبلغ ٥,٩٩ . جدول رقم (١٢) يوضح تكرارات افراد العينة ونسبها المئوية وقيمة اختبار كاي لمتغير قيام مواقع التواصل الاجتماعي بإتاحة الفرصة للتعبير عن وجهة نظرهم

| النتيجة | قيمة مربع كاي | التكرار المتوقع | التكرار الملاحظ | النسبة المئوية | التكرار | قيام مواقع التواصل الاجتماعي بإتاحة الفرصة لكل المهتمين بالشأن السياسي للتعبير عن وجهة نظرهم حول المواضيع السياسية |
|---------|---------------|-----------------|-----------------|----------------|---------|--|
| | | | | | | |



| | | | | | | |
|------|--------------------|------|-----|-------|-----|----------|
| دالة | 8.780 ^a | 33.3 | 24 | 24.0 | 24 | اوافق |
| | | 33.3 | 47 | 47.0 | 47 | محايد |
| | | 33.3 | 29 | 29.0 | 29 | لا اوافق |
| | | | 100 | 100.0 | 100 | Total |

فرضيات البحث

تم استخدام معادلة معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة الخطية بين المتغيرات .

١- تنص الفرضية على انه : هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين نوع التفاعل مع القضايا السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي وبين محاولة تلك المواقع التأجيج والتحريض على بعض التغييرات الخاصة بالشأن السياسي العراقي. لتحقيق هذا الفرض تم تحدي الفرضية الصفرية والبديلة وكالاتي

الفرضية الصفرية: ليس هناك علاقة بين نوع التفاعل مع القضايا السياسية على مواقع التواصل الاجتماعية وبين محاولة تلك المواقع التأجيج والتحريض على بعض التغييرات الخاصة بالشأن السياسي

الفرضية البديلة: هناك علاقة بين نوع التفاعل مع القضايا السياسية على مواقع التواصل الاجتماعية وبين محاولة تلك المواقع التأجيج والتحريض على بعض التغييرات الخاصة بالشأن السياسي

لتحقيق هذا الهدف تم استعمال معادلة معامل ارتباط بيرسون Person لقياس العلاقة الخطية بين نوع التفاعل مع القضايا السياسية على مواقع التواصل الاجتماعية وبين محاولة تلك المواقع التأجيج والتحريض على بعض التغييرات الخاصة بالشأن السياسي . وقد بلغ معامل الارتباط بينهما ٠,٢٠- وهو معامل ثبات دال عند مستوى دلالة ٠,٠٥ ويشير الى وجود علاقة طردية بينهما مما يعني رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة هناك علاقة بين نوع التفاعل مع القضايا السياسية على مواقع التواصل الاجتماعية وبين محاولة تلك المواقع التأجيج والتحريض على بعض التغييرات الخاصة بالشأن السياسي . وعند تحويل درجة العلاقة الى قيمة تائية ظهر انها تساوي ٢,٠٢١ وهي دالة احصائية عند درجة حرية ٠,٠٥ مما يشير الى ان العلاقة بين المتغيرين حقيقية وغير خاضعة للصدفة.

جدول رقم (١٣) نتيجة القيمة التائية الجدولية والقيمة التائية المحسوبة ومعامل ارتباط بيرسون للتفاعل مع القضايا السياسية وبين محاولة تلك المواقع التأجيج والتحريض على القضايا السياسية

| ت | معامل الارتباط بين المتغيرين | القيمة التائية المحسوبة | القيمة التائية الجدولية | النتيجة |
|---|------------------------------|-------------------------|-------------------------|---------|
| | ٠,٢٠ | ٢,٠٢١ | ١,٩٦٠ | دالة |

ومن كل ما سبق نستنتج انه كلما زاد نوع التفاعل مع القضايا السياسية على مواقع التواصل الاجتماعية زاد تأثير تلك المواقع في التآجيج والتحريض على بعض التغييرات الخاصة بالشأن السياسي .

٢- هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين نوع التفاعل مع القضايا السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي وبين الاعتقاد بأن مواقع التواصل الاجتماعي بإمكانها احداث تأثير على اراء الافراد اتجاه المواضيع السياسية العراقية . ولتحقيق هذا الهدف تم تحدي الفرضية الصفرية والبديلة وكالاتي:

الفرضية الصفرية: ليس هناك علاقة بين نوع التفاعل مع القضايا السياسية على مواقع التواصل الاجتماعية وبين الاعتقاد بان مواقع التواصل الاجتماعي استطاعت ان تحدث التأثير على اراء الافراد اتجاه المواضيع السياسية العراقية



الفرضية البديلة: هناك علاقة بين نوع التفاعل مع القضايا السياسية على مواقع التواصل الاجتماعية وبين الاعتقاد بان مواقع التواصل الاجتماعي استطاعت ان تحدث التأثير على اراء الافراد اتجاه المواضيع السياسية العراقية لتحقيق هذا الهدف تم استعمال معادلة معامل ارتباط بيرسون Person لقياس العلاقة الخطية بين نوع التفاعل مع القضايا السياسية على مواقع التواصل الاجتماعية وبين الاعتقاد بان مواقع التواصل الاجتماعي استطاعت ان تحدث التأثير على اراء الافراد اتجاه المواضيع السياسية العراقية وقد بلغ معامل الارتباط بينهما ٠,٢٩٠ وهو معامل ثبات دال عند مستوى دلالة ٠,٠٥ ويشير الى وجود علاقة طردية بينهما مما يعني رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة هناك علاقة بين نوع التفاعل مع القضايا السياسية على مواقع التواصل الاجتماعية وبين الاعتقاد بان مواقع التواصل الاجتماعي استطاعت ان تحدث التأثير على اراء الافراد اتجاه المواضيع السياسية العراقية . وعند تحويل درجة العلاقة الى قيمة تائية ظهر انها تساوي ٢,٩٩٩ وهي دالة إحصائية عند درجة حرية ٠,٠٥ مما يشير الى ان العلاقة بين المتغيرين حقيقية وغير خاضعة للصدفة .

جدول رقم (١٤) نتيجة القيمة التائية الجدولية والقيمة التائية المحسوبة ومعامل ارتباط بيرسون بين التفاعل مع القضايا السياسية وبين الاعتقاد بأن هذه المواقع استطاعت احداث التأثير على اراء الافراد

| ت | معامل الارتباط بين المتغيرين | القيمة التائية المحسوبة | القيمة التائية الجدولية | النتيجة |
|---|------------------------------|-------------------------|-------------------------|---------|
| | ٠,٢٩٠ | ٢,٩٩٩ | ١,٩٦٠ | دالة |

ومن كل ما سبق نستنتج انه كلما زاد نوع التفاعل مع القضايا السياسية على مواقع التواصل الاجتماعية زاد الاعتقاد بان مواقع التواصل الاجتماعي استطاعت ان تحدث التأثير على اراء الافراد اتجاه المواضيع السياسية العراقية .
٣- هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين قيام الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي بنشر المواضيع السياسية والتي تكون على درجة من الثقة والمصادقية والحيادية وبين زيادة مستوى الوعي السياسي لدى الطلبة .
ولتحقيق هذا الهدف تم تحدي الفرضية الصفرية والبديلة وكالاتي:

الفرضية الصفرية: ليس هناك علاقة بين قيام صفحات مواقع التواصل الاجتماعي بنشر المواضيع السياسية تكون على درجة من الثقة والمصادقية والحيادية وبين زيادة مستوى الوعي السياسي

الفرضية البديلة: هناك علاقة بين قيام صفحات مواقع التواصل الاجتماعي بنشر المواضيع السياسية تكون على درجة من الثقة والمصادقية والحيادية وبين زيادة مستوى الوعي السياسي

لتحقيق هذا الهدف تم استعمال معادلة معامل ارتباط بيرسون Person لقياس العلاقة الخطية بين قيام صفحات مواقع التواصل الاجتماعي بنشر المواضيع السياسية تكون على درجة من الثقة والمصادقية والحيادية وبين زيادة مستوى الوعي السياسي وقد بلغ معامل الارتباط بينهما ٠,٢٠٤ وهو معامل ثبات دال عند مستوى دلالة ٠,٠٥ ويشير الى وجود علاقة طردية بينهما مما يعني رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة أي ان هناك علاقة بين قيام صفحات مواقع التواصل الاجتماعي بنشر المواضيع السياسية تكون على درجة من الثقة والمصادقية والحيادية وبين زيادة مستوى الوعي



السياسي. وعند تحويل درجة العلاقة الى قيمة تائية ظهر انها تساوي ٢,٠٦ وهي دالة إحصائية عند درجة حرية ٠,٠٥، مما يشير الى ان العلاقة بين المتغيرين حقيقية وغير خاضعة للصدفة. جدول رقم (١٥) نتيجة القيمة التائية الجدولية والقيمة التائية المحسوبة ومعامل ارتباط بيرسون بين قيام صفحات مواقع التواصل بنشر المواضيع السياسية التي تكون على درجة من الثقة والمصداقية وبين زيادة مستوز الوعي السياسي

| ت | معامل الارتباط بين المتغيرين | القيمة التائية المحسوبة | القيمة التائية الجدولية | النتيجة |
|---|------------------------------|-------------------------|-------------------------|---------|
| | ٠,٢٠٤ | ٢,٠٦ | ١,٩٦٠ | دالة |

ومن كل ما سبق نستنتج انه كلما زادت قيام صفحات مواقع التواصل الاجتماعي بنشر المواضيع السياسية تكون على درجة من الثقة والمصداقية والحيادية زادت زيادة مستوى الوعي السياسي .

النتائج

يمكننا ايجاز النتائج التي توصل اليها البحث في النقاط الاتية :

- ١- توصلت نتائج الدراسة ان الدور الذي يقوم به الاعلام الجديد في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي الى ان نسبة كبيرة من الطلاب الذين تتراوح اعمارهم من (١٨ - ٢٢) يقضون ثلاث ساعات فأكثر في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لكنهم لا يتفاعلون كثيرا مع الانشطة الخاصة بالشأن السياسي بل يكتفون فقط بتسجيل الاعجاب على المنشورات .
- ٢- اسهمت وسائل الاعلام الجديد المتمثلة بمواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي لان مواقع التواصل الاجتماعي تمثل مواقع هامة لدى مختلف فئات المجتمع لانهم يستقون منها معلوماتهم السياسية وايضا مناقشة ومشاركة المضمون السياسي مع الافراد من خلال العالم الافتراضي .
- ٣- استحوذ تطبيق (الانستغرام) اعلى عدد من التكرارات بنسبة مئوية بلغت (٤١ %) هذا بدوره أدى الى تكوين المجموعات والصدقات بين الشباب أي أنها أصبحت وسيلة اتصال اجتماعي وسياسي جديدة ، لها دورها الفاعل في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب، وهي مصدر من مصادر الحصول على الاخبار والمعلومات ويحظى بثقة الافراد ما أدى إلى اقامة الحوارات الايجابية وسهولة تداول المعلومات وخصوصا المعلومات والمواضيع السياسية بين الشباب .
- ٤- اظهرت النتائج ان هناك فروق ذات دلالة احصائية اثبتت ان مواقع التواصل الاجتماعي استطاعت ان تحدث تأثيرا على اراء الافراد اتجاه المواضيع السياسية بدرجة محايدة من خلال حثهم على تبني اراء ومفاهيم معينة وهو يمثل دور التحفيز في التعبير عن قضية من قضايا الرأي العام .
- ٥- اثبتت النتائج ان مواقع التواصل الاجتماعي تساعد على التحريض والتأجيج على بعض التغييرات الخاصة بالشأن السياسي عن طريق نشر خطابات العنصرية والكراهية والتحريض على العنف وتفتيت المنظومة الاجتماعية .
- ٦- اظهرت النتائج ان هناك فروقا ذات دلالة احصائية عندما تقوم مواقع التواصل الاجتماعي بنشر المواضيع السياسية تكون على درجة من الثقة والمصداقية والحيادية وذلك من خلال نشر معلومات دقيقة وحيادية حول القضايا السياسية وزيادة الثقة بين افراد الجمهور و وسائل الاعلام الجديد .
- ٧- اتاحت مواقع التواصل الاجتماعي لكل المهتمين بالشأن السياسي التعبير عن وجهة نظرهم حول المواضيع السياسية بصورة محايدة وهذا يعني انها ساعدتهم على تكوين رأي عام حول القضايا السياسية وابداء ارائهم ومناقشتها .

الاستنتاجات

- ١- نستنتج من ما ذكر انفا ان الاعلام الجديد المتمثل بمواقع التواصل الاجتماعي قد حظي باهتمام كبير في الأونة الاخيرة وذلك لدوره الفاعل في التأثير على صناعة الرأي العام ورسم صورة ذهنية حول القضايا السياسية الهامة باعتبارها مصدر مهم للحصول على المعلومات .



- ٢- يعتمد الشباب الجامعي على منصة انستغرام لمتابعة المواضيع السياسية ، حيث يفضلون استقاء المعلومات عن المواضيع السياسية عن طريق الانستغرام والتي بدورها تسهم في بناء وتشكيل المعارف السياسية لديهم .
- ٣- مكنت وسائل الاعلام الجديد من احداث التأثير على اراء الافراد تجاه القضايا السياسية لان الناشر في مواقع التواصل الاجتماعي هم من قادة الرأي وصناع المحتوى (المؤثرون) حيث اسهم ظهورهم في بيئة الاعلام الجديد خلق جو اتصالي بعيد عن التشويش الذي نراه في وسائل الاعلام التقليدية .
- ٤- اصبحت وسائل الاعلام الجديد المتمثلة بمواقع التواصل الاجتماعي ارضية خصبة للتفاعل المباشر وذلك عن طريق الحوارات والمناقشات وانعقاد المؤتمرات الالكترونية .
- ٥- ان تعزيز العلاقة بين وسائل الاعلام الجديد وتنمية الوعي السياسي امر ضروري وهام وهو حاجة من حاجات المجتمع .

التوصيات

- ١- اعطاء مجالاً للأفراد للتعبير عن آرائهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي بكل حرية وديمقراطية .
- ٢- استثمار مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز ثقافة الوعي السياسي بين الافراد .
- ٣- تصميم برامج توعوية للاستخدام الامثل لمواقع التواصل الاجتماعي من قبل الافراد .
- ٤- العمل على وضع استراتيجيات خاصة لمواجهة المضامين الاعلامية التي تحت على خطابات العنصرية والكرهية .
- ٥- حث قادة الرأي وصناع المحتوى على التواصل الدائم مع الافراد عن طريق نشر المضامين الاعلامية السياسية التي تلامس قضايا المجتمع .

Abstract

The emergence of new and digital means of communication constituted a major leap in the lives of individuals, as these means facilitated the process of communication and communication between individuals and societies and between cultures and nations, making the world a single global village in which the temporal and spatial dimension disappears. The research aims to know the extent to which the political awareness of university youth has increased through the media. The new represented by social networking sites, knowing the extent of interest of university youth in the political topics presented by the new media, and knowing the extent of the public's interaction with the political topics presented by the new media, and some practical measures were relied upon to reach the required results, starting from observation of social networking sites and their use by The youth category, and a group of students from public and private universities (scientific and humanitarian) were selected for the city of Baghdad as a research community, who numbered 100 individuals, and the study reached a number of results, including: Social media are important sites for different groups of society because they benefit from Including their political information, as well as discussing and sharing political content with individuals through the virtual world, that there are statistically significant differences that have proven that social networking sites have been able to influence individuals' opinions towards political topics in a neutral degree by urging them to adopt certain opinions and concepts, and it represents a role Motivation to express an issue of public opinion.

المصادر

المراجع

- . Tee morris (٢٠٠٩). *all twitter: a personal and professional guide to social networking with twitter*. indiana: bronkella publishing
- اسماعيل علي اسعد. (١٩٩١). *التربية والسياسة*. مصر : دار المعارف للنشر والتوزيع.



- اسماعيل محمود حسن. (٢٠٠٣). علم الاتصال ونظريات التأثير . القاهرة : الدار العالمية للنشر والتوزيع .
- ايهاب خليفة. (٢٠١٦). حروب مواقع التواصل الاجتماعي. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- يسام عبدالرحمن المشاقبة. (٢٠١١). نظريات الاعلام. عمان: اسامة للنشر والتوزيع .
- بشرى جميل الراوي. (٢٠١٨). دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير مدخل نظري. العراق : مجلة الباحث الاعلامي .
- بشرى حسين الحمداني. (٢٠١٤). القرصنة الالكترونية اسلحة الحرب الحديثة . عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع.
- بيرق حسين الربيعي. (٢٠١٥). دراسات وبحوث في الاعلام والصحافة. عمان: دار امجد للنشر والتوزيع.
- بيرق حسين جمعة الربيعي. (٢٠١٤). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة السياسية للنخب الاعلامية العراقية (الفيسبوك انموذجا). الاتصال الرقمي في زمن المكاشفة. الاردن: جامعة اليرموك.
- جيريل بن حسن وسلمى بنت عبدالرحمن. (٢٠١٥). الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية . عمان: دار المنهجية للنشر والتوزيع.
- حسنين شفيق. (٢٠١٤). نظريات الاعلام وتطبيقاتها في دراسات الاعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي . عمان : دار فكر و فن للنشر والتوزيع.
- خالد بن عبدالله الحلوة. (٢٠١٢). الاعلام الجديد تأثيراته في تشكيل الرأي العام. الرياض: بحث مقدم في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للاعلام والاتصال .
- ديفيلير روكيتش. (١٩٩٩). نظريات وسائل الاتصال. القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع.
- ذوقان عبيدات. (١٩٨٤). البحث العلمي (مفهومه وادواته واساليبه). القاهرة: دار الفكر المعاصر.
- رحيمة الطيب عيساني. (٢٠١٣). اللغة العربية في وسائل الاعلام الجديد. دبي: المجلس الدولي للغة العربية.
- سعود بن محارب المحارب. (٢٠١١). الاعلام الجديد في السعودية . الكويت: جداول للنشر والتوزيع.
- سلام خطاب الناصري. (٢٠١٥). وسائل الاعلام الجديد والوعي السياسي لدى الشباب . بغداد: مجلة الباحث الاعلامي.
- شاهيناز طلعت. (١٩٨٠). وسائل الاعلام والتنمية السياسية . القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية .
- شريف درويش اللبان. (٢٠٠٨). مناهج البحث الاعلامي. القاهرة: دار العربية.
- صالح العلي. (٢٠١٥). مهارات التواصل الاجتماعي . عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
- عباس مصطفى صادق. (٢٠٠٨). الاعلام الجديد " المفاهيم والوسائل والتطبيقات " . عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع .
- عبدالله زلطة. (٢٠٠٩). مناهج وادوات البحث العلمي . القاهرة: دار المهندس للنشر والتوزيع.
- عدنان عوض. (١٩٩٤). مناهج البحث العلمي . عمان: جامعة القدس المفتوحة.
- عصام سليمان الموسى. (٢٠٠٩). المدخل في الاتصال الجماهيري . عمان: دار اثناء للنشر والتوزيع .
- علا عبد القوي عامر. (٢٠١٧). دور وسائل الاعلام الرقمية في تفعيل المشاركة السياسية للشباب الجامعي. مصر : كلية تكنولوجيا المعلومات جامعة سيناء.
- علي كنعان. (٢٠١٠). الاعلام الالكتروني. عمان: دار الايام للنشر والتوزيع.
- كنعان احمد علي. (٢٠٠٨). الشباب الجامعي الهوية والثقافة في ظل العولمة الجديدة. مؤتمر دمشق عاصمة الثقافة العربية ، (الصفحات ص ٤٠٩- ٤٣٩). دمشق.
- محمد بن عبد العزيز الحيزان. (٢٠٠٤). البحوث الاعلامية أسسها واساليبها ومجالاتها . الرياض: مكتبة فهد الوطنية.
- محمد نصر مهنا. (٢٠٠٩). في تنظيم الاعلام . الاسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة.
- موفق الحمداني. (٢٠٠٧). اساسيات البحث العلمي. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- نها السيد عبد المعطي. (٢٠١٥). صحافة المواطن نحو نمط اتصالي جديد. الامارات : دار الكتاب الجامعي.
- نها السيد عبد المعطي. (٢٠١٥). صحافة المواطن نحو نمط اتصالي جديد . الامارات : دار الكتاب الجامعي .