

دور شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية في تشكيل الرأي العام لطلبة

جامعات محافظة كربلاء

The role of the digital social media in forming the public opinion of the students of Kerbala University

Dr. Nusaif Jassim

م.د. نصيف جاسم^(١)

الخلاصة

اتاح التطور التقني في اساليب الاتصال فرصة كبيرة لان يكون الاعلام متاحاً وعند متناول اليد ليصبح العالم بين يديك. من خلال شبكات التواصل الاجتماعي التي حققت ثورة اعلامية على مستوى العالم.

واصبح استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بنطاق جماهيري واسع لكل الشرائح. المثقفة وغير المثقفة الذي يقرأ او لا يقرأ.

وهذا ادى الى اسهام تلك الشبكات في اضافة او تغير اتجاهات وعادات وسلوكيات الى المتلقي دون رقابة، واصبح هناك حركة ديناميكية بين صفوف الشباب بالمشاركة الفعالة من خلال تطبيقات (الفيس بوك، تويتر....).

أكدت دراستنا ان الطلبة هم الشريحة الاوسع في المجتمع التي تاثرت باستخدام المواقع الاجتماعية لحد كبير، حيث اظهرت نتائج الدراسة ان نسبة ٩٧% من طلبة الجامعات في محافظة كربلاء المقدسة يستخدمون شبكة الانترنت، واحتل موقع (الفيس بوك) المرتبة الاولى بنسبة ٨٣%، يليه موقع (الفاير) في المرتبة الثانية نسبة ٤٢%، و(اليوتيوب) في المرتبة الثالثة نسبة ٢٥%، واوضحت الدراسة ان الطالب الذي يستخدم شبكة الانترنت يكون اكثر متعة وتواصلاً مع الآخرين عبر جهاز الحاسوب لاسباب عديدة، وان موقع (الفيس بوك) اصبح ينافس المواقع الاعلامية الاخرى في حصول الطلبة على الاخبار

١ - جامعة اهل البيت - كربلاء / كلية الاداب / قسم الصحافة.

والمعلومات بشكل مباشر بالصوت والصورة والتفاعل السريع والمباشر دون رقيب وابداء الراي بكل حرية، وجاء موقع (واتساب) في المرتبة الرابعة بنسبة ١٠%، وحازت المواقع الاخرى على شبكة الانترنت بنسبة ٩%.

وللخصوصية الدينية لمحافظة كربلاء المقدسة، اصبح موقع (فيس بوك) عاملاً مساعداً في نشر التعليم والتوجيهات الدينية التي في شأنها نشر الوعي الديني والثقافة العامة للمجتمع والطلبة خصوصاً..

Abstract

The technical development in communication means has afforded a grand opportunity for enabling the media to be available under hand and to have become the world between your hands. This could be done through the social medias that have fulfilled a big informational revolution in the world. The social medias means have become used hugely by all the society sectors, the cultured and uncultured. This actually lead to these medias ' contribution into adding and changing habits, trends and behaviors to the receivers without censorship and it has become dynamic movement among the youths as to participate into applications just like (Facebook and twitter)

Our study has confirmed that the students who are the huge sector in the society have been effected by the social medias largely, where results have indicated that about 97% OF the university students in karbala use Internet, where they remain mainly focus on Facebook that occupied first rank, with ratio 83%, followed by Viber with ratio 42% then YouTube that occupied 3rd rank with ratio 25%. The study has explained that the student using internet enjoys to communicate others via computer for many reasons ; besides, Facebook competes other informational means as to get news and information directly (in visual and audio), along with quick interaction without censorship and to adduce his opinion freely. What's up site comes in 4th rank with ratio 10% and other webs sites have been with ratio 9%.

For the religious aspect of Karbala, Facebook site has become as an assistant factor in publishing instructions and religious directions that undertake responsibility to publish the culture and religious awareness for the society and the students.

المقدمة

أضحت شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية مثل (الفيس بوك، تويتر،...) تعرف بالإعلام الاجتماعي الجديد، أو الإعلام الجديد، أو البديل، الذي يشهد حركة ديناميكية من التطور والانتشار والمشاركة والتواصل.

حيث كان في بدايته يستخدم على نطاق ضيق ومحدود، ثم ما لبث أن ازداد مع الوقت ليتحول من أداة إعلامية نصية مكتوبة إلى أداة إعلامية سمعية وبصرية تؤثر في قرارات المتأثرين واستجاباتهم، أسهمت تلك الشبكات في تفعيل المشاركة لتحقيق رغبة كل فئة مشتركة في الاهتمامات والأنشطة نفسها، أصبح لها تأثير في التفاعل وتشكيل الرأي العام، والضغط على أصحاب القرار، والجماعات الضاغطة.

تعد شبكات التواصل الاجتماعي اليوم من المؤسسات المهمة التي تقوم بدور مهم في تربية النشئ وإكسابهم عادات وسلوكيات مختلفة، وأداة من أدوات التغيير الاجتماعي، فالشباب من خلالها يستفيد من الأنشطة والبرامج المتاحة له، ويتفاعل مع غيره من الناس من خلال هذه الأنشطة المتاحة، وبذلك يتبادل أنواعاً من السلوك الإنساني مع غيره ليفيد ويستفيد من غيره، وبالتالي ينعكس على تشكيل رأي عام تجاه حادثة أو ظاهره اجتماعية، ثم المجتمع.

تناولنا في هذه الدراسة، خطوات البحث العلمي، لترقي بدراستنا إلى مستوى علمي جيد، تناولنا فيها ثلاثة فصول الفصل الأول، شرحنا فيه منهجية الدراسة بكل تفاصيلها المتبعة في أسلوب البحث العلمي، وجاء الفصل الثاني بإطار نظري للدراسة، ركزنا فيه على النقاط المهمة التي ركزت عليها الدراسة، دون إطالة أو إسهاب في الإطار النظري، وجاء الفصل الثالث ليغطي الفصل الميداني للدراسة مع الملاحق.

الفصل الاول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة الدراسة.

لا تمثل شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية العامل الأساسي للتغيير في المجتمع، لكنها أصبحت عاملاً مهماً في هيئة متطلبات التغيير عن طريق تكوين الوعي والرأي العام، فالمضمون الذي تتوجه به عبر رسائل إخبارية أو ثقافية أو ترفيهية أو غيرها، لا يؤدي بالضرورة إلى إدراك الحقيقة فقط، بل أنه يسهم في تكوين الحقيقة وتشكيل الرأي ازاءها.

يشكل الشباب فئة متميزة في أي مجتمع ومنهم الطلبة، الأكثر فئة في المجتمع حركة ونشاطاً ومصدراً من مصادر التغيير الاجتماعي، كما أن فئة الطلبة تمتاز بالعطاء والإبداع وقادة للمستقبل في أي مجتمع، وبما أن شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية أصبحت تشكل رافداً أساسياً للطلبة والشباب بوجه عام في تعزيز الديمقراطية، أو زعزعة الأمن والاستقرار نتيجة قدرتها على التأثير في تشكيل الرأي العام، وهذا مافتح المجال أمام الباحثين لدراسة ظاهرة شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية ومدى تأثيرها في تشكيل الآراء في الجامعات بين صفوف الطلبة.

ثانياً: أهمية الدراسة.

تكمن أهمية الدراسة في ضوء الاعتبارات التالية:

١. يستمد هذا الموضوع أهميته من طبيعة فئة الطلبة داخل المجتمع ودورهم الحيوي فيه، باعتبارهم طاقة بشرية مهمة ومؤثرة في كيان المجتمع.
٢. أنها وتعنى بدراسة شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الكليات بمحافظة كربلاء.

ثالثاً: أهداف الدراسة

- يتحدد الهدف الرئيسي للدراسة في التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية في تشكيل الرأي العام لدى طلبة كليات محافظة كربلاء، وينبثق من الهدف الرئيسي الأهداف الفرعية التالية:
١. رصد وتحليل طبيعة علاقة الطلبة بشبكات التواصل الاجتماعي الرقمية من خلال تحديد (كثافة الاستخدام للشبكة، نوع المشاركة، دوافع المشاركة، نوع المضامين التي تحظى باهتمام الطلبة).
 ٢. الكشف عن مدى منافسة شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية لوسائل الإعلام التقليدية باعتمادها مصادر الأخبار والمعلومات وفي متابعة مجريات الأحداث الوطنية والعربية والدولية.
 ٣. معرفة مدى ثقة الطلبة بما تنشره شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية.

رابعاً: منهج الدراسة وأداتها:

استخدم الباحث الخطوات التالية:

١. اعتمد الباحث المنهج الوصفي عن طريق القيام بمسح الرأي العام في الكليات بمحافظة كربلاء، بهدف الوقوف على الآراء والافكار لدى الطلبة.
 ٢. سعى الباحث من خلال المنهج الوصفي، إلى جمع حقائق ومعلومات عن موضوع الدراسة، وثم تحليلها للوصول إلى تعميمات، وهذا المنهج يصور الظروف والاتجاهات الراهنة، وهو ملائم لطبيعة مشكلة الدراسة، فضلاً عن أنه من أكثر المناهج المستخدمة في البحوث الاعلامية.
 ٣. استخدم الباحث الاستبانة كأداة للحصول على المعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة، واشتملت على محاور رئيسية تتناول الجوانب المتعلقة بدور شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية في تشكيل الرأي العام وهي:
- أ. طبيعة الاستخدام.
 - ب. حرية الاستخدام.
 - ت. نسبة الاهتمام.
 - ث. المصادقية.
 - ج. العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام.

خامساً: عينة الدراسة

أ- المجال المكاني:

أعتمد الباحث الجامعات والكليات بمحافظة كربلاء مجالاً مكانياً لتنفيذ الدراسة، وقد اختارنا ثلاث جامعات وكليات حكومية وخاصة مسجلة لدى وزارة التعليم العالي والبحث العلمي العراقية، مستخدماً

دور شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية في تشكيل الرأي العام لطلبة جامعات محافظة كربلاء
العينة العشوائية البسيطة (أسلوب القرعة) في اختيار عينة الدراسة، لإفساح المجال لكل الجامعات
والكليات الكبريائية أن يكون لها فرص الظهور في العينة التي تتكون من الجامعات والكليات الآتية: جامعة
كربلاء، جامعة أهل البيت -عليه السلام-، كلية الصفوة وتم اختيار جامعة أهل البيت -عليه السلام- - نموذجاً لدراستنا.

ب- المجال البشري:

اختار الباحث عينة مجتمع الدراسة عددها ٣٠٠ طالب وطالبة من جامعات وكليات محافظة كربلاء،
تم اختبارهم باستخدام أسلوب التوزيع المتساوي، أي تم سحب عينة مقدارها ١٠٠ طالب وطالبة من كل
جامعة وكلية، والتي تتوزع على محافظة كربلاء، وأستبعد الباحث (٩) استمارات لأنها غير مستوفية
لشروط البحث، وبذلك يكون حجم العينة ٢٩١ مبحوث وبناءً على نتائج الاستبانة تم تقدير خطأ
المعينة بنسبة تساوي ٥% وبالتالي كانت درجة الثقة بالعينة تساوي ٩٠%.

ج- المجال الزمني:

اجريت الدراسة من قبل الباحث خلال شهر كانون الأول من عام ٢٠١٤ وكانون الثاني عام
٢٠١٥.

سادساً: صدق وثبات الأداة

لتحقيق أكبر قدر ممكن من الصدق، عرض الباحث استبانة الدراسة على ثلاثة من الاساتذة
المتخصصين في مجال الإعلام وعلم النفس^(٢)، لتكون الاستبانة^(٣) أكثر شمولية وواقعية، واختبار عبارات
وكلمات

أكثر دلالة، وبعد الأخذ بملاحظاتهم تم إعداد الاستبانة بشكلها النهائي. وحدد ثبات الأداة بأسلوب
اعادة الاختبار، حيث تم توزيع الاستبانة على عينة عشوائية مكونه من (٢٠) طالب وطالبة، وبعد تدقيق
الاجابات، ولتحقيق الثبات في الاستبانة.

تم اختيار عينة عشوائية أخرى مكونه من (٢٠) طالب وطالبة للمقارنة بين العينتين والإجابة فكانت
النتائج إيجابية حيث سهولة فهم معنى العبارات والكلمات الواردة في أسئلة الاستبانة وكانت الإجابات
جيدة، لتكون بذلك قد حققنا صدق وثبات الاستبانة، لتكون بعدها جاهزة للتوزيع على العينة الأكبر.

سابعاً: تحديد المصطلحات والتعريف الإجرائي

يقصد الباحث بالمصطلحات الواردة في دراسته ما يلي:

١. شبكة التواصل الاجتماعي الرقمية:

هي المواقع الالكترونية على شبكة الانترنت والتي توفر فرص الحوار وتبادل المعلومات والآراء
والافكار، ومن الأمثلة على هذه الشبكات مواقع (Facebook, whatsApp, viber, You Tube).

٢- وأ.د. عبد اللطيف العاني أستاذ علم النفس الاجتماعي جامعة بغداد، و أ.د. كمال الخيكاني قسم علم النفس جامعة
بغداد، وأ.م.د. قيس الياسري جامعة أهل البيت (ع) قسم الصحافة.

٣- انظر: صورة الاستبانة في الملحق

٢. الرأي العام:

الرأي الغالب، أو الاعتقاد السائد، أو أجماع الآراء، أو الاتفاق الجماعي لدى غالبية فئات الشعب، تجاه أمر ما أو ظاهرة أو موضوع أو قضية من القضايا الجدلية الخلافية وقد تكون سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية أو تربوية أو أية قضية أخرى تهم المجتمع بشكل عام. وقد يكون هذا الرأي ذات طابع محلي أو عربي أو دولي.

٣. جامعات محافظة كربلاء:

هي الجامعات والكليات الحكومية والخاصة ضمن الحدود الإدارية لمحافظة كربلاء والمُعترف بها رسميًا من قبل وزارة التعليم العالي والبحث العلمي.

ثامناً: الدراسات السابقة:

نستطيع القول إنَّ الدراسات التي تناولت دور شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية في تشكيل الرأي العام بمحافظة كربلاء تحديداً كانت قليلة وما تزال محدودة، ولم ترتقِ إلى مستوى الدراسات التي يمكن تعميمها واعتمادها على مستوى القطر، وذلك لعدت أسباب منها: قلة المراكز البحثية التي تتناول هذه الظاهرة، حداثة شبكات التواصل الاجتماعي مقارنة بالإعلام القديم التقليدي.

تاسعاً: صعوبة الدراسة:

- واجهت الباحث صعوبات عدة، لإجراء دراسته، ويمكن أجمال تلك الصعوبات بالآتي:
١. عدم وجود مركز بحثي متخصص في الرأي العام ليس على مستوى محافظة كربلاء بل على مستوى العراق.
٢. حداثة ظاهرة شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية قياساً بالإعلام التقليدي.
٣. لم يعثر الباحث على أي بحث أو دراسة تهتم بتشكيل الرأي العام في محافظة كربلاء.
٤. ابتعاد المؤسسات الأكاديمية في المحافظة عن أسلوب الدراسات الميدانية لدراسة الظواهر التي تظهر في المجتمع الكربلائي.
٥. تردد بعض الطلبة والطالبات من الاطلاع على الاستبانة، لكن عند التوضيح لهم بأنها لا تحمل أسم أو توقيع أو أي ملاحظة شخصية، يبدأ بملئ محتوى الاستبانة.

الفصل الثاني: الإطار النظري: شبكات التواصل الاجتماعي والعملية الاتصالية لتشكيل الرأي العام.

أدى التطور المتسارع والهائل في تكنولوجيا الاتصال في نهاية القرن الآفل، إلى إنتاج وسائل حديثة في التواصل الاجتماعي، عملت على تغيير أنماط حياة الأفراد اليومية، وعلاقاتهم الاجتماعية، وطرق تفاعلاتهم التقليدية المألوفة، حتى تمكنت شبكات التواصل الاجتماعي من أن ترسم لها مجاًلاً واسعاً في خريطة اهتمام الجمهور من المستويات والتخصصات كافة لما وفّرت، وتوفّره من برامج مختلفة في مجالات المعرفة المتعددة.

دور شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية في تشكيل الرأي العام لطلبة جامعات محافظة كربلاء

وسارعت شبكات التواصل الاجتماعي على ربط التواصل والتقارب بين الشعوب بمختلف توجهاتها متجاوزة كل الحدود السياسية والجغرافية، والعزلة الحضارية التي كانت تعيشها معظم المجتمعات البشرية، مما أثر في العلاقات الدولية السياسية والثقافية والاقتصادية بشكل بالغ، حتى شكل الفضاء الافتراضي أهم إنجازات ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي شهدتها العالم، ومع تنامي وازدياد الأفراد على شبكات التواصل الاجتماعي واستقطاب العديد من الفئات العمرية وخاصة الشباب دونما اعتبار للفوارق الجغرافية والدينية والعرقية والسياسية والاقتصادية، ليمتزج الاتصال الذاتي والشخصي والجمعي والجهامي في بيئة واحدة أعادت تشكيل الحياة الاجتماعية والاتصالية للأفراد وساهمت في تشكيل الرأي العام.

المبحث الأول: نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي

شهد القرن التاسع عشر معالم ثورة الاتصالات الجماهيري والتي اكتمل نموها في القرن العشرين، وكان من أسبابه الثورة الصناعية في العالم المتقدم والتي صاحبها التوسع في فتح أسواق جديدة، كانت الحاجة إلى الاتصال غير المباشر خارج الحدود ما بين المنتجين والموزعين والمستهلكين، وواكب ذلك ظهور الاختراعات الحديثة مثل التلغراف عام ١٨١٠م، وهو أن لم يكن وسيلة اتصال جماهيرية، لكنه كان عنصراً أساسياً في تكنولوجيا الاتصال، و اكتشف المخترع الإيطالي (ماركوني) اللاسلكي وكانت المرة الأولى التي يتم فيها انتقال الصوت إلى مسافات بعيدة دون الحاجة إلى أسلاك أدت إلى ظهور الخدمة الإذاعية الصوتية لأول مرة في كندا وألمانيا عام ١٩١٩م ثم في أمريكا عام ١٩٢٠، ثم ظهر أول بث تلفزيوني أمريكي ١٩٤١م وفي عام ١٩٢٧م ولدت السينما الناطقة، وبذلك دخل العالم معادلة الاتصال الجماهيري.

كان القرن العشرين بحق هو قرن المعجزات الإعلامية الجماهيرية، وكان أول ظهور لعملية بناء المواقع الالكترونية في سبعينات القرن في الولايات المتحدة الأمريكية، وكانت في بداية النشوء والتطور مقتصرًا على بعض المؤسسات كالجامعات ووزارة الدفاع، حيث كلفت الإدارة الأمريكية مؤسسة (رائد) للأبحاث بدراسة وسائل لضمان استمرار الاتصال بين السلطات الأمريكية في حال نشوب حرب نووية، وانتهت الدراسات إلى ضرورة وجود شبكة غير مركزية للقوات الأمريكية، ونفذ المشروع تحت مسمى (أربانت) عام ١٩٦٩م، ويعتمد هذا المشروع على الربط بين جهات بحثية تابعة لوزارة الدفاع الأمريكية. بما فيها الجامعات وبين وزارة الدفاع لتبادل المعلومات، ومع بداية عام ١٩٩٣ انتشر الانترنت ليغطي رقعة واسعة من العالم وانضمت إليه آلاف الشبكات في أكثر من ٣٦ دولة وتم وضع مقاييس رسمية لقواعد استخدام الانترنت، وتحديد رموز للدول المضيفة للشبكة مثل العراق (IQ)، ليبيا (LY) ... الخ^(٤).

كان أول ظهور لمواقع التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة على شبكة الانترنت في شكل تجمعات هو موقع (Theglobe.com) عام ١٩٤٤م تلاه موقع (Geocities) في العام نفسه، وتلاهها موقع (Tripod) بعام بعد ذلك، حيث ركزت هذه التجمعات على ربط لقاءات بين الأفراد للسماح لهم بالتفاعل من خلال غرف الدردشة، وتشارك المعلومات والأفكار الشخصية حول مواضيع مختلفة باستخدام وسائل شخصية للنشر عبر صفحاتها، وهو الأساس الذي قامت عليه المدونات، في حين

٤- د. كاظم المقدادي، تصدع السلطة الرابع، مطبعة البحر الأبيض، ٢٠٠٩، ص ١٨٨.

قامت بعض التجمعات بربط الأفراد من خلال بريدهم الإلكتروني، وأهمها موقع (classmates.com) عام ١٩٩٥، الذي يهتم بربط الاتصال بين زملاء الدراسة السابقين وموقع ((sixDegress.com)) عام ١٩٩٧، كما ظهرت عام ١٩٩٩، نماذج مختلفة من شبكات التواصل الاجتماعي تقوم أساساً على الثقة والصدقة، حيث شملت التحديثات منح المستخدمين سلطة التحكم في المضمون والاتصال^(٥).

وخلال الفترة ما بين ٢٠٠٢ و ٢٠٠٤ بلغت شعبية شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية عبر العالم ذروتها من خلال ظهور ثلاثة مواقع اجتماعية تواصلية، فكان أولها موقع (Friendster) عام ٢٠٠٣، ثم تلاه موقع (My space) وموقع (Bebo) عام ٢٠٠٥، حيث برز موقع (Face book) عام ٢٠٠٤، ليجمع الأصدقاء في جامعة هارفارد الأمريكية، وأصبح بسرعة أهم هذه المواقع الاجتماعية لاسيما بعد انفتاحه على الأفراد خارج الولايات المتحدة، ليشهد بذلك قطاع الاتصالات وتقنية المعلومات تطوراً كبيراً، ولتحويل أعداد من الناس إلى البيئة الإلكترونية للحصول على المعلومات والاتصال، وليكون القرن العشرين عصر المعلومات والانفتاح، وأصبح الانترنت يقف على قمة الهرم بالنسبة لوسائل الاتصال الأخرى، أن هذه الثورة أدت إلى تحويله من حقل للمعلومات يتيح حرية التعبير عن الرأي إلى وسيلة للتفاعل والتواصل والمشاركة^(٦).

هذه المواقع هي عبارة عن صفحات ويب على شبكة الانترنت، يخصص بعضها للإعلان عن السلع والخدمات أو لبيع المنتجات، والبعض الآخر عبارة عن صحيفة الكترونية تتوفر فيها لكتاب إمكانية للنشر، وللزوار كتابة الردود على المواضيع المنشورة فيها، وفرص للنقاش بين المتصفحين، وكذلك مواقع للمحادثة (الدردشة) وهناك المدونات الشخصية التي يجعلها أصحابها كمحفظة خاصة يدونون فيها يومياتهم ويضعون صورهم ويسجلون فيها خواطرهم واهتماماتهم. ومن هذه المواقع محركات البحث وبوابات ويب ومراجع حرة والمدونات ومواقع الصحف والمجلات ومواقع الصحف الإلكترونية ومواقع القنوات الفضائية ومواقع اليوتوب.

المبحث الثاني: خصائص شبكات التواصل الاجتماعي

إنَّ التطورات المتسارعة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال والتغيرات الجذرية التي صاحبت البنية التحتية لهذه التكنولوجيا تفرض علينا تقسيم هذه الوسائل إلى نوعين هما^(٧):

الأول: وسائل الاتصال الكترونية تقليدية مثل (التلفزيون والصحافة والإذاعة والهاتف).
الثاني: وسائل اتصال الكترونية غير تقليدية وهي التي جاءت بعد الثورة المعلوماتية التي شهدتها العالم باختراع الحاسوب، والذي كان سبباً في ظهور الانترنت وملحقاته، ومن جانب آخر كان لتطور التقنية الرقمية، الانترنت وملحقاته، ومن جانب آخر كان التطور التقني الرقمية والتي أفرزت بدورها الاتصال التفاعلي في دمج التلفزيون بالانترنت والهاتف الخليوي.

٥- مرسي مشري، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي، العدد ٣٩٥ السنة الرابعة والثلاثون، ٢٠١٢، ص ١٥٠-١٥٧.

٦- د. فيصل أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني، الاردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٠، ص ٤٨-٤٩.

٧- حسين محمد نصر، مقدمة في الاتصال الجماهيري، الكويت، مطبعة دار الفلاح، ٢٠٠٨، ص ١٦٥.

دور شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية في تشكيل الرأي العام لطلبة جامعات محافظة كربلاء

حيث أن هناك علاقة ترابطية بين الانترنت والهاتف الخليوي، فكلاهما يحضر المستخدم من ضرورة التنقل، فبواسطة الانترنت يمكننا أن نجوب العالم ونحن في غرفنا الصغيرة، وكذلك الحال بالنسبة للهاتف الخليوي^(٨).

إن هذه التغييرات أحدثتها تطور الاتصال الالكتروني وخصائصه، التي تميز بها والتي أصبحت أداة الربط الفكري والذهني والمعنوي بين مستخدمي هذه الشبكة والمواقع الالكترونية، لتحقيق أهداف متعددة على المستويات الفكرية والعلمية والاجتماعية.

خصائص تكنولوجيا الاتصال الحديثة

على الرغم من أن الوسائل الاتصالية التي أفرزتها التكنولوجيا الاتصالية الراهنة تكاد تتشابه في العديد من الخصائص مع الوسائل التقليدية، إلا أن هناك سمات للتكنولوجيا الاتصالية بأشكالها المختلفة مما تلقي بظلالها وتفرض تأثيراتها على الاتصال الإنساني وبوسائلها الحديثة مثل (الفيس بوك، تويتر، الخ). ومن بين تلك الخصائص هي:

١. التفاعلية:

وتطلق على درجة المشاركة في عملية الاتصال وتأثيرها على أدوار الآخرين حيث باستطاعتهم تبادل الآراء والأفكار، ويطلق على ممارستها الممارسة المتبادلة أو التفاعلية حيث يستطيع المرسل استقبال وإرسال الرسائل في الوقت نفسه، وتدخل في هذه العملية مصطلحات جديدة مثل تبادل وتحكم ومشاركين^(٩).

٢. اللامجاهيرية:-

وتعني أن الرسالة يمكن أن تتوجه إلى فرد أو إلى جماعة معينة وليس إلى جماهير ضخمة، ويعني كذلك درجة التحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة من المصدر إلى المتلقي مباشرة^(١٠).

٣. اللاتزامنية:-

وهي إمكانية إرسال الرسالة واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه، مثل البريد الالكتروني عندما ترسل الرسالة مباشرة من نتج الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت دونما حاجة لتواجد المستقبل للرسالة^(١١).

٤. قابلية التحرك أو الحركة:

مثل التلفزيون النقال وتليفون السيارة، والهاتف الخليوي، وفيديو الجيب والحاسب الشخصي.

٥. قابلية التحويل:-

وهي قدرة الفرد على نقل المعلومات من وسط لآخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى مطبوعة وبالعكس.

٨- د. نبيل علي، د. نادية حجازي، الفجوة الرقمية، الكويت، سلسلة علوم المعرفة ت ٣١٨، ٢٠١١، ص ١٨١.
٩- أ.د. حسن عماد مكاوي، محمود سليمان، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، التعليم المفتوح، القاهرة ٢٠٠٩، ص ٣٢٠-٣٢١.
١٠- المصدر نفسه.
١١- د. عبد الأمير الفيصل، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، الاردن، دار الشرق الأوسط، ٢٠٠٦، ص ٢٥.

٦. قابلية التوصيل:

وتعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بتنويعه كبرى من أجهزة أخرى بغض النظر عن الشركة المصنعة لها أو البلد الذي تم فيه الصنع.

٧. الشبوع والانتشار:-

ونقصد به الانتشار المنهجي لنظام وسائل الإعلام والاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع، وكل وسيلة تظهر تبدو على أنها ترف ثم تتحول إلى ضرورة مثل التلفزيون، وأن من مصلحة أصحاب السلطة أن يجدوا طرقاً لتوسيع النظام الجديد للاتصال ليشمل من هم أقل شراء ودعمهم بصورة غير مباشرة.

٨. الكونية:-

البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال أن تتبع المسارات المعقدة والتي يتدفق إليها رأس المال الإلكتروني عبر الحدود الدولية في أي مكان في العالم^(١٢).

ومن الخصائص العامة المميزة لهذه الوسائل الجديدة من وسائل الإعلام أن المتلقي لن يكتفي بدور المشاهد السلبي، بل سيتفاعل مع هذه الوسائل تفاعلاً إيجابياً ويصبح قادراً على تحديد محتوى الرسالة الإعلامية، وتوقيت تلقيها، كما أن تكنولوجيا الاتصالات الحديثة قضت على مركزية وسائل الإعلام والاتصال، إذ تعمل الأقمار الاصطناعية على لا مركزية محطات البث التلفزيوني، ويتم أعداد بيعة وسائل إعلام المستقبل وفقاً لاهتمامات الجماهير ورغباتهم، ولن يرتبط الناس بوسائل الإعلام من خلال المساهمات الجغرافية فقط إذ دائماً ما سيرتبطون معاً من خلال اهتماماتهم المشتركة وما يحتاجونه من معلومات^(١٣).

بالإضافة إلى انتشار شبكات التوصل الاجتماعي بين الناس دون استثناء وخصوصاً فئة الشباب التي تعتبر هي الفئة الأهم بالمجتمع، ووجود الإعلام الحر وتعدد وجهات النظر مما يجعل المتابع للإعلام الإلكتروني يبحث عن وجهات نظر مختلفة ويختار أقربها إلى ذهنه ويقوم باعتمادها مباشرة بعد أن يطلع على مصادر الأخبار المختلفة في التوجهات والرؤى، وسهولة تلقي المعلومات من مختلف أنحاء العالم بالصوت والصورة والكتابة إلى أنحاء العالم فهي تختصر الزمن والمكان ولا تعرف الحدود الجغرافية، إمكانية توظيف المعلومات القديمة وبثها مرة ثانية عبر الشبكة، إمكانية التواصل مع الآخرين بسهولة وبساطة، وإمكانية إيصال الرسالة لأي مكان في العالم دون رقابة ومباشرة^(١٤). وتتميز شبكات التواصل الاجتماعي أيضاً، بأن إعلامها إعلام متعدد الوسائط فالمعلومات يتم عرضها في شكل مزيج من النص والصورة والفيديو، مما جعل المعلومة أكثر قوة وتأثيراً، هذه المعلومات هي معلومات رقمية يتم أعدادها وتخزينها وتعديلها ونقلها بشكل إلكتروني، كما وتتميز أيضاً بتنوع وسائلها وسهولة استخدامها^(١٥).

١٢- أ.د. حسن عماد مكاي، مصدر سابق، ص ٣٢١.

١٣- د. عبد الأمير فيصل، مصدر سابق، ص ٢٩.

١٤- د. فيصل أبو عيشة، مصدر سابق، ص ١٣٦-١٣٧.

١٥- سميرة شبيخاني، الاعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة دمشق، المجلد (٢٦) العدد الأول، ٢٠١٠، ص ٤٤٣.

المبحث الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية وتشكيل الرأي العام

في ظل الدور الذي لعبته شبكات التواصل الاجتماعي في حشد الرأي العام وتأجيج الجماهير خلال ثورات الربيع العربي، وبالتالي إشعال الشارع بالاحتجاجات والاضطرابات والعصيان، ازدادت الأهمية بدراسة دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير السياسي وتشكيل الرأي العام. وقد أثبتت شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية خلال السنوات القليلة الماضية على أنها ليست بمعزل عن الواقع، كما كان يعتقد كونها عالمك الافتراضي تحكمه أطر وقوانين بعيدة عن الواقع المعاش، فعملت بشكل فاعل في تشكيل وتكوين الرأي العام وتحريك الشارع من خلال عملها على كسر حاجز الخوف والتركيز على أخطاء وإخفاقات النظم السياسية.

يمثل الرأي العام غالبية آراء أفراد أو جمهور ما، ويتأثر الرأي العام بمجموعة من العناصر والعوامل والمحددات التي تسهم في تكوينه، ويؤكد العديد من الباحثين أن هذه العوامل كثيرة ومتشابهة، كما أنها تتفاعل مع بعضها بعضاً ديناميكياً، بمعنى أن كل عنصر منها يؤثر في الآخر فالإنسان في المجتمع يتأثر بالأسرة، والدين، والعادات، والتقاليد، والقيم، والمؤسسات التعليمية، والنظام السياسي السائد في الدولة، والأصدقاء، والأقران، ووسائل الاتصال، والجماعات كالنقابات والأحزاب والهيئات، فمن خلال هذه القنوات المتشعبة تمر التأثيرات المختلفة كل يوم، لكي تتكون اتجاهات الرأي العام ومن الصعب فهم الرأي العام في أمة من الأمم، ما لم ندخل في اعتبارنا تلك القوى المادية والاجتماعية التي تشكل شخصية الأمة وتسهم في تكوين الفرد لمعتقداته وتشكيل اتجاهاته^(١٦). فكانت شبكات التواصل الاجتماعي أداة تغيير وتأثير في الوعي السياسي وتشكيل الرأي العام للأفراد، فقد أسهمت في خلق بيئة أكثر ثراء من المعلومات بشكل فاق بكثير تلك التي تقدمها وسائل الإعلام التقليدية، بل على العكس فقد باتت الأخيرة تعتمد في تحديث أخبارها على وفق ما تقدمه شبكات التواصل الاجتماعي من محتوى خبري.

فما المجتمع إلا عدد من الجماعات مهما اختلفت مسمياتها، فالأسرة وهي الخلية الأولى للمجتمع وما هي إلا جماعة أولية والمدارس ودور العبادة والمؤسسات المختلفة، أما هي نتاج لجهود الجماعات والحركات الاجتماعية التي تسعى نحو تحقيق التعبير الاجتماعي حتى تبرز قضية مهمة أو كارثة أو حرب ذات أهمية بالنسبة لها حينذاك تبدأ مرحلة تشكيل الرأي للجماعة^(١٧). وتتداخل العديد من العوامل فيما بينها لتكوين أو تشكيل الرأي العام منها عوامل مجتمعة مثل: الحرية والديمقراطية، أساليب الاتصال المعتمدة في المجتمع، جماعات الضغط والأحزاب، الموروث الفكري والعقائدي، إضافة إلى العوامل الخارجية أو الدولية والإقليمية وعوامل شخصية مثل: مستوى الفرد التعليمي والثقافي والاقتصادي وطريقة التنشئة الاجتماعية، وتشير الدراسات إلى أن هناك عدة نظريات أو مناهج لتكوين الرأي العام منها، الأول: منهج العامل الواحد، الذي يعتبر أحد العوامل محتملاً مكانة بارزة في عملية تكوين الرأي، فيرى البعض مثلاً أهمية العامل الاقتصادي في تكوين الرأي العام، بينما ركز (فرويد) على الدوافع الجنسية وأهتم آخرون بدور العرق أو الغرائز أو غيرها من العوامل. والثاني منهج المراحل المحدودة، إذ يحاول بعض الباحثين بين حين وآخر، أن يقدموا عملية تشكيل الرأي العام بصفة كلية شاملة، دون التركيز على بعض العوامل المحدودة،

١٦- د. عبد الكريم الدبيس، الرأي العام عوامل تكوينه وطرق قياسه، عمان، دار المسيرة، ٢٠١١، ص ١٢٧.

١٧- جيلندر اتوني، مقدمة نقدية في علم الاجتماع، ترجمة أحمد زيد وآخرين، القاهرة، ٢٠٠٢، ص ٢٣.

وبيان دورها مجتمعة أو منفردة، وهؤلاء الباحثون أبرزوا عملية تكوين الرأي العام بالنسبة لقضية معينة كالحقوق المدنية أو التأمين الاجتماعي، تمر خلال مراحل متعددة عادة، وهذه يمكن أن نطلق عليها منهج المراحل المحدودة، ويرى العالم (كلايد) أن هناك أربع مراحل في تكوين الرأي العام، وتتمثل المرحلة الأولى في الاستياء الذي تشعر به الجماعة حيال إحدى القضايا، وحيث يعتقد أن بالإمكان علاج المشكلة الناجمة عن طريق الجماعة، أما في المرحلة الثانية فيعم الاستياء ويظهر وعي لدى الجماهير وحاجة عامة للعلاج والعمل، والمرحلة الثالثة تتميز ببلورة القضايا وذلك بناءً على المناقشة وعرض أوجه النظر المختلفة في الإعلام، وأخيراً مرحلة الحكم واتخاذ القرار. ومن شروط تكوين الرأي العام، بروز قضية أخلاقية عامة تهم الجمهور والمناقشة والحوار حول القضية، وبعدها يتم تبني وجهة نظر الأغلبية والتعبير عن الرأي العام الذي يمارس تأثيراً أما على سلوك الأفراد والجماعات، وأما على السياسة العامة للدولة، وصانعي القرار للانسجام جميعاً أو التوافق إلى أكبر الحدود^(١٨). والمنهج الثالث هو العوامل المتعددة، الذي يركز على أن هناك عوامل متعددة تساهم في تشكيل الرأي العام وليس عامل واحد فقط، ويعتبر منهج العوامل المتعددة من أكثر المناهج استخداماً في دراسات عملية تكوين الرأي العام^(١٩). وهذا يفسر لنا الإقبال وانتشار واتساع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية في المجتمع رغم حداثة هذه الوسيلة في الوطن العربي، حتى أصبحت أداة للتعبئة الاجتماعية والسياسية في عدد من بلدان الدول العربية، فأصبحت شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية من ضرورات الحياة اليومية، وهي بمثابة حلقة وصل بين كل مؤسسات ومقومات ومكونات البناء الاجتماعي، وعلى عاتقها تقوم بشرح وتقديم ما لدى كل مؤسسة اجتماعية للآخرى، إذ تؤدي وسائل التواصل الاجتماعي دوراً بالغاً في تشكيل الرأي العام، وفي تعبئة الجماعات وحشدها حول أفكار واتجاهات معينة، مهما كانت هذه الجماهير متباعدة جغرافياً، أو غير متجانسة ديموغرافياً، بل زادت من أهميتها تلك الشبكات في تحقيق المزيد من التأثير على الجماهير من خلال توجيهها نحو آراء وأفكار معينة. حتى أصبح (الفييس بوك) بطل الثورات في الربيع العربي في مرحلته الأولى، في تونس وليبيا، وربما يكون (التويتر) بطل الربيع العربي في مرحلته الثانية، واليوتوب بطل الربيع الآسيوي مستقبلاً، وكنتيجة مباشرة وطبيعية لانتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ظهر مصطلح جديد باسم ((أعلام المواطن)) أو (صحافة المواطن) أو (الأعلام الجديد)، والذي يعني وجود أعلام منافس وقوة (من المواطن مباشرة) لهذا يمكننا القول أن أعلام المواطن قد يسرع أي محاولة لتهديد الاستقرار أو نشر الفوضى والغوغائية في بلد ما^(٢٠). وبذلك أصبح (الفييس بوك) مؤسسة إعلامية تجمع النص والصورة والفيديو وبدون دفع أي أموال كبيرة للحصول على المعلومة ولا حاجة لمقر ولا أدوات ومعدات كبيرة هائلة ولا موظفين وأدوات واسعة، بل أصبحت مؤسسة كبيرة في ربيع الثورات العربية، وتنقل منها المؤسسات الكبيرة وهو منعرج في أسلوب التعاطي الإعلامي^(٢١).

١٨- د. حميدة سميسم، نظرية الرأي العام مدخل، بغداد، دار الشؤون الثقافية، ١٩٩٢، ص ٢٢٢.

١٩- أحمد بدر، الرأي العام طبيعته وتكوينه وقياسه، مصر، دار قباء، ١٩٩٧، ص ٩٥.

٢٠- سفران المقاطي، اعلام المواطن وتداعيات الربيع العربي، موقع يونيم، رابط الموضوع:

<http://www.uniem.org/index.php?action=show-pageID=7098lang=ar>.

٢١- عصام محمد الزبير، الاعلام في ربيع الثورات العربية، الملتقى الدولي للصحفيين، رابط الموضوع:

دور شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية في تشكيل الرأي العام لطلبة جامعات محافظة كربلاء

لذا تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية ساحة لممارسة نوع جديد من التنشئة السياسية وتكوين الرأي العام، باعتبارها تنشئة ذاتية وتشكيل رأي غير موجه، إذ لا تقود هذه العملية جهة أو مؤسسة ما سواء رسمية أو غير رسمية، فعلى الرغم من وجود مواقع للمؤسسات الرسمية والأحزاب السياسية بأنواعها على شبكة الانترنت ووجود صفحات لها على الشبكات الاجتماعية، إلا أن تأثيرها يبدو محدودًا لاسيما في ضوء حقيقة أن مستخدم الانترنت يملك في هذه الحالة مطلق الحرية في التعويض للمحتوى الذي تعرضه هذه الصفحات والمواقع.

يختلف تأثير وسائل الإعلام التقليدية في تشكيل الرأي العام، تبعًا للبيئات الاتصالية التي تتم من خلالها عمليات التلقي، إذ تختلف باختلاف وسائل الاتصال المقروءة والمسموعة والمرئية، فكل وسيلة إعلامية عدد من المزايا التي تجعلها تختلف من حيث التأثير عن الوسيلة الأخرى، تكرار التعرض لوسائل الاتصال يزيد من قوة تأثيرها في تشكيل اتجاهات الرأي العام، وقد تميزت شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية بقوة التأثير لأنها جمعت كل مزايا الاتصال التقليدية (المقروءة والمسموعة والمرئية) في الرسالة التي تقدمها.

الفصل الثالث: الدراسة الميدانية

بعد أن استكمل الباحث الإجراءات النظرية وتفرغ المعلومات التي احتوتها الاستبانة، استخراج النتائج التي أظهرت ما يلي:

١. خصائص عينة الدراسة:

تظهر نتائج الدراسة بشأن بعض خصائص العينة ما يأتي:

بالنسبة لمتغير الجنس فقد بلغ عدد الذكور ١٢٧ ونسبة ٤٢,٣٤% من مجموع العينة الكلية، وبلغ عدد الإناث ١٧٣ ونسبة ٥٧,٦٦%.

أما بالنسبة لمتغير العمر فقد أظهرت النتائج بأن الفئة العمرية من ١٧ - ٢٠ سنة احتلت المرتبة الثانية، إذ بلغ عددها ٨٩ وشكلت نسبة ٢٩,٦٦%، وجاءت الفئة العمرية من ٢١ - ٢٥ سنة بالمرتبة الأولى إذ بلغ عددها ١٧٠ ونسبة ٥٦,٦٠%، بينما احتلت الفئة العمرية ٢٦ سنة فأكثر المرتبة الثالثة، وبلغ عددهم ٤١ ونسبة ١٣,٣٨%. أما بالنسبة لمتغير استخدام الانترنت فقد بلغ عدد الذين يستخدمون الانترنت ٢٩١ بنسبة ٩٧% من مجموع العينة، واحتلوا المرتبة الأولى، بلغ عدد الذين لا يستخدمون الانترنت ٩ واحتلوا المرتبة الثانية بنسبة ٣% (٢٢).

الجدول رقم (١) الخصائص الأساسية للعينة

الخصائص الأساسية العمر	ذكور		إناث		المجموع
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	
	١٢٧	٤٢,٣٤	١٧٣	٥٧,٦٦	٣٠٠

المرتبة					
المرتبة الثالثة	٨٩	١٨	٥٤	١١,٦٦	٣٥
المرتبة الأولى	١٧٠	٣٠,٣٣	٩١	٢٦,٣٤	٧٩
المرتبة الثانية	٤١	٩,٣٣	٢٨	٤,٣٤	١٣
المجموع	٣٠٠	٥٧,٦٦	١٧٣	٤٢,٣٤	١٢٧

٢. محور طبيعة الاستخدام:-

أظهرت نتائج الدراسة أن ٦٤,٩٥%، من طلبة الجامعات في محافظة كربلاء يستخدمون الحاسوب وسيلة اتصال بشبكات التواصل الاجتماعي، ونسبة ٣١,٢٧%، منهم يستخدمون جهاز الموبايل، ونسبة ٣,٧٨%، يستخدمون وسائل أخرى وأظهرت النتائج أن المتوسط اليومي لساعات استخدام طلبة الجامعات بمحافظة كربلاء لشبكات التواصل الاجتماعي، على النحو الآتي:

نسبة الاستخدام من ١ - ٢ ساعتين ٣٦,٠٨%، ونسبة الاستخدام من ٣ - ٥ ساعات ٢٧,١٤%، ونسبة الاستخدام أقل من ساعة ٢٣,٧١%، ونسبة الاستخدام أكثر من ساعتين ١٣,٠٧% (٢٣).

الجدول (٢) محور طبيعة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

الجهاز المستخدم	حاسوب	موبايل	وسائل أخرى
	٦٤,٩٥%	٣١,٢٧%	٣,٧٨%
ساعات الاستخدام	أقل من ساعة	١-٢ ساعة	٣-٥ ساعة
	٢٣,٧١%	٣٦,٠٨%	٢٧,١٤%
			١٣,٠٧%

ويبين جدول رقم (٣) نسبة اشتراك طلبة الجامعات في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي حيث احتل face book المرتبة الأولى بنسبة ٨٣,٥٠%، وجاء viber بالمرتبة الثانية بنسبة ٤٢,٦١%، واحتل You Tube المرتبة الثالثة whatsapp والمرتبة الرابعة بنسبة ١٠,٦٥%، واحتلت المواقع الأخرى المرتبة الخامسة بنسبة ٩,٦٢%.

جدول رقم (٣) نسبة الاشتراك في مواقع التواصل الاجتماعي

الاشتراك في شبكات التواصل الاجتماعي	العدد	النسبة %	المرتبة
-------------------------------------	-------	----------	---------

دور شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية في تشكيل الرأي العام لطلبة جامعات محافظة كربلاء

face book	٢٤٣	٨٣,٥٠	الأولى
Viber	١٢٤	٤٢,٦١	الثانية
You Tube	٧٤	٢٥,٤٢	الثالثة
whatsApp	٣١	١٠,٦٥	الرابعة
غير ذلك	٢٨	٩,٦٢	الخامسة

٣. محور المصادقية:

تفيد النتائج حول مدى موثوقية ما تنشره شبكات التواصل الاجتماعي من أخبار ومعلومات وصور وأفلام، بأن نسبة ٤٦,٠٦% يتقنون فيما تنشره الشبكات، وكان رأي ٢٩,٥٥% محايداً، بينما أشار ٢٤,٣٩% إلى أنهم لا يتقنون بها.

وحول تقييم اتجاهات ما نشرته شبكات التواصل الاجتماعي من أخبار ومعلومات كشفت الدراسة عن أن ٤٣,٢٩% يرون أن ما نشرته كان إيجابياً، ويرى ٣٤,٧٢% أن ما نشرته كان سلبياً. أما عن تقييم اتجاهات ما نشرته شبكات التواصل الاجتماعي من أخبار ومعلومات وأنها جعلت الناس أكثر اتصالاً بعضهم البعض الآخر فقد كشفت النتائج أن ٣٩,١٨% يرى أن ما نشرته كان إيجابياً حقق اتصال الناس بعضهم البعض الآخر، ويرى ٣٠,٥٨% أن شبكات التواصل الاجتماعي سلبية في التواصل بين الناس، ونسبة ٣٠,٢٤% كان محايداً. وأظهرت النتائج أيضاً، أن معظم المبحوثين اتفقوا أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت حاجة يومية ملحة لا يمكن للفرد الاستغناء عنها بنسبة ١٠٠%.

٤. محور ايجابيات شبكات التواصل الاجتماعي:

أظهرت نتائج الدراسة أن استخدام شبكة التواصل الاجتماعي من قبل طلاب الجامعات في محافظة كربلاء، له عدة فوائد وإيجابيات، فقد احتلت فائدة التواصل مع الأصدقاء والأقرباء وتبادل الآراء معهم المرتبة الأولى، إذ بلغ عدد تكراراتها ١٨٤ وبنسبة ٦٣,٢٣%، أما فائدة التسلية والترفيه فقد احتلت المرتبة الثانية، إذ بلغ عدد تكراراتها ١٦٠ وبنسبة ٥٤,٩٨، بينما احتلت متابعة الأحداث الجارية والحصول على المعلومات المرتبة الثالثة، إذ بلغ عدد تكراراتها ١٣٥ وبنسبة ٤٦,٣٩%، ويبين الجدول رقم (٤) ايجابيات وفوائد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (٤)

المرتبة	الايجابيات	التكرار	النسبة
١	التواصل مع الأصدقاء والأقرباء وتبادل الآراء معهم	١٨٤	٦٣,٢٣%
٢	التسلية والترفيه	١٦٠	٥٤,٩٨%
٣	متابعة الأحداث الجارية والحصول على المعلومات	١٣٥	٤٦,٣٩%
٤	الإطلاع على ما يدور من حولنا	١٢٨	٤٣,٩٨%
٥	نشر ما نرغب بنشره دون أية رقابة	١٠٥	٣٦,٠٨%
٦	التعرف على أشخاص جدد بكل حرية	٩٧	٣٣,٣٣%

٧	حرية التعبير عن الرأي بدون رقابة	٤٥	١٥,٤٦%
٨	غير ذلك	٩	٣,٠٩%

تفسير ومناقشة النتائج بين نتائج الدراسة الميدانية ما يلي:-

أ- أظهرت النتائج أن نسبة ٩٧% من طلبة الجامعات في محافظة كربلاء المقدسة يستخدمون شبكة الانترنت، وهي نسبة عالية واحتل (الفييس بوك) المرتبة الأولى بنسبة ٨٣% يليه موقع (الفاير) في المرتبة الثانية بنسبة ٤٢%، ثم في المرتبة الثالثة (يوتوب) بنسبة ٢٥%، وجاء موقع (واتساب) في المرتبة الرابعة بنسبة ١٠%، وجاءت المواقع الأخرى على شبكة الانترنت بنسبة ٩%.

نستنتج منه أن استخدام شبكة الانترنت أصبح ضرورة حياتية يومية للطلبة، وخاصة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل طلبة الجامعات في محافظة كربلاء المقدسة.

ب- أشارت نتائج الدراسة إلى استخدام جهاز الحاسوب جاء في المرتبة الأولى بنسبة ٦٤%، بينما جاء استخدام جهاز الموبايل بنسبة ٣١% في المرتبة الثانية.

وهذا يفسر لنا أن الطالب الذي يستخدم شبكة الانترنت يكون أكثر متعة وتوصلاً مع الآخرين عبر جهاز الحاسوب، لأسباب عديدة، منها حسب ما نعتقد، وجود وقت فراغ للطالب مما يؤدي إلى التوجه لاستخدام جهاز الحاسوب، سرعة تصفح المواقع الإلكترونية والإطلاع عليها، وجود شبكة انترنت (اتصال) قوية في شبكته أو في المواقع الإلكترونية الخاصة، وهذا ما يسهل على الطالب استخدام الحاسوب، بينما جاء استخدام جهاز الموبايل بالمرتبة الثانية، يرى الباحث أن سبب ذلك يعود إلى عدة أسباب منها: عدم توفر الاتصال بشبكة الانترنت بشكل جيد، قلة الوقت المخصص للتصفح داخل شبكة الانترنت داخل الحرم الجامعي بسبب الالتزام بمواعيد المحاضرات، عدم توفر الخصوصية الكافية في عملية التصفح.

ج- أوضحت الدراسة، أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت تشكل بالنسبة لطلبة الجامعات في محافظة كربلاء المقدسة مصدرًا من مصادر الحصول على الأخبار والمعلومات تنافس وسائل الاتصال التقليدية والصحافة الإلكترونية وخلال مدة زمنية قصيرة، نرى أنها أصبحت وسيلة أعلام اجتماعي جديدة تسهم في تكوين الرأي العام لطلبة المحافظة وبشكل كبير.

حتى أصبحت مصدر ثقة للمشاركين في مواقع التواصل الاجتماعي، ويعول عليها في متابعة الأحداث والقضايا الجارية، والإسهام في الفعاليات والأنشطة المختلفة التي تشهدها المحافظة، من خلال التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتحفيز الطلبة باتجاه اتخاذ القرارات تجاه الأحداث الوطنية والمحلية بشكل أوسع، وتشكيل رأي عام تجاه تلك الأحداث عبر التواصل بين المشاركين عن طريق موقع (الفييس بوك) وبذلك شكل ذلك عاملاً لتحفيز الطلبة للتعبير عن آرائهم في التظاهر أو الاعتصام أو تعزيز الروح الوطنية أو الإسهام في بناء محافظتهم أو تشكيل منظمات مختلفة أو جمعيات خيرية تقدم العون والمساعدة

دور شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية في تشكيل الرأي العام لطلبة جامعات محافظة كربلاء للمحتاجين أو الدفاع عن الوطن ومقدساته الدينية من خلال التطوع لجبهات القتال ضد تنظيم داعش الإرهابي.

وللخصوصية الدينية لمحافظة كربلاء المقدسة، أصبح موقع (الفييس بوك) عاملاً مساعداً في نشر التعاليم والتوجيهات الدينية التي يلقيها سماحة الشيخ عبد المهدي الكربلائي في خطبة الجمعة بنشرها فيما بين الطلبة المشتركين في الموقع أعلاه، وأبرز الأحداث الدينية التي تشهدها المحافظة المقدسة، بالصور والفعاليات، والحملات الخيرية لإعانة النازحين والفقراء، وحملات تنظيف شوارع المحافظة بعد كل مناسبة دينية، وبذلك أسهم الطلبة بشكل مباشر في الحياة اليومية بكل صورها، من خلال التواصل عبر موقع الفييس بوك.

مصادر والراجع

١. أحمد بدر، الرأي العام طبيعته وتكوينه وقياسه، مصر، دارقباء، ١٩٩٧.
٢. جیدنزانتوني، مقدمة نقدية في علم الاجتماع، ترجمة أحمد زيد وآخرين، القاهرة، ٢٠٠٢.
٣. حسين محمد نصر، مقدمة في الاتصال الجماهيري، الكويت، مطبعة دارالفلاح، ٢٠٠٨.
٤. د. حميدة سميسم، نظرية الرأي العام مدخل، بغداد، دارالشؤون الثقافية، ١٩٩٢.
٥. أ.د. حسن عماد مكاي، محمود سليمان، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، التعليم المفتوح، القاهرة، ٢٠٠٩.
٦. سميرة شيخاني، الاعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة دمشق، المجلد (٢٦) العدد الأول، ٢٠١٠.
٧. سفران المقاطي، اعلام المواطن وتداعيات الربيع العربي، موقع يونيم، رابط الموضوع: <http://www.uniem.org/index.php?action=show-pageID=7098lang=ar>.
٨. د. عبد الأمير الفيصل، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، الاردن، دارالشرق الأوسط، ٢٠٠٦.
٩. د. عبد الكريم الديس، الرأي العام عوامل تكوينه وطرق قياسه، عمان، دارالمسيرة، ٢٠١١.
١٠. عصام محمد الزبير، الاعلام في ربيع الثورات العربية، الملتقى الدولي للصحفيين، رابط الموضوع: <http://ifja.net/1415.pfp>
١١. د. فيصل أبو عيشة، الاعلام الالكتروني، الأردن، دارأسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٠.
١٢. د. كاظم المقدادي، تصدع السلطة الرابع، بغداد، مطبعة البحر الأبيض، ٢٠٠٩.
١٣. مرسى مشري، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي، العدد ٣٩٥ السنة الرابعة والثلاثون، ٢٠١٢.
١٤. د. نبيل علي، د. نادية حجازي، الفجوة الرقمية، الكويت، سلسلة علوم المعرفة ت ٣١٨، ٢٠١١.

بسم الله الرحمن الرحيم

عزيز المستجيب:

عزيزتي المستجيبة:

يمثل البحث العلمي واحداً من أهم المجالات التي تساعد الأمم والشعوب على الرقي والتقدم، وعليه يروم الباحث القيام بدراسة تتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي الشائعة ودورها في نقل الاخبار والاحداث ومدى اهميتها في تشكيل الرأي العام لطلبة الجامعات في كربلاء لذا أرجو ان تكون اجابتك معبرة عن الصراحة والصدق التي تنسم بها شخصيتك، علماً ان اجابتك لم يطلع احد سوى الباحث ولن يستخدم الا لأغراض البحث العلمي، ولاداعي لذكر الأسم، كما بينه الباحث على انه ليس هناك اجابة صحيحة واخرى خاطئة، ونرجو عدم ترك اي فقرة من غير اجابة.

يرجى التأشير بعلامة () امام الفقرات التي تتطلب ذلك.

وشكراً لتعاونكم

الباحث

د. نصيف جاسم

الجنس	ذكر	انثى	بالسنوات	العمر
التحصيل الدراسي	ابتدائية	اعدادية	بكلوريوس	شهادة عليا

هل تستعمل مواقع التواصل الاجتماعي؟

اذا كانت اجابت بنعم استمر بالاجابة

اي موقع من المواقع الاتية هو الاكثر استعمالاً لك؟ بإمكانك اختيار اكثر من موقع

Facebook	
Twitter	
YoyTube	
weChat	
WhatsApp	
Viber	
Tango	
Skybe	

كم من الوقت تقضيه يومياً في استعمالك للإنترنت؟

دور شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية في تشكيل الرأي العام لطلبة جامعات محافظة كربلاء

نصف ساعة الى ساعة	ساعة الى ساعتين	اكثر من ساعتين
-------------------	-----------------	----------------

هل تستعمل الكمبيوتر او جهاز الموبايل للتواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي

استعمل الكمبيوتر

استعمل جهاز الموبايل

هل تعتقد ان مواقع التواصل الاجتماعي جعلت الناس اكثر اتصالاً ببعضهم البعض الاخر؟

نعم ☐ احياناً ☐ الى حد ما ☐

كم من الوقت تقضيه يومياً في التواصل مع الآخرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

نصف ساعة الى ساعة	ساعة الى ساعتين	اكثر من ساعتين
-------------------	-----------------	----------------

ما هو تقييمك لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة اتصال؟

جيدة	متوسطة	ضعيفة
☐	☐	☐

ما مدى ثقتك بالمعلومات التي تحصل عليها عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي؟

نعم	أحياناً	إلى حد ما	
-----	---------	-----------	--

هل تعتقد ان شبكات التواصل الاجتماعي تعد مصدراً يعتمد عليه في نقل الاخبار والاحداث؟

نعم ☐ احياناً ☐ الى حد ما ☐

هل توافق الرأي القائل ان شبكات التواصل الاجتماعي اصبحت حاجة يومية ملحة ولا يمكن للفرد الاستغناء عنها؟

نعم ☐ احياناً ☐ الى حد ما ☐

هل ترى ان شبكات التواصل الاجتماعي تعد مصدراً تتيح فرصة التعبير بحرية تامة وبدون رقابة؟

نعم ☐ احياناً ☐ الى حد ما ☐

هل توافق الرأي القائل ان شبكات التواصل الاجتماعي اكثر مصداقية بنقل الاخبار من وسائل الاعلام الاخرى؟

نعم ☐ احياناً ☐ الى حد ما ☐

هل تعتقد ان شبكات التواصل الاجتماعي تلبي ما يأتي؟ يمكنك اختيار اكثر من حقل.

للاطلاع على مايدور حولنا

معالجة احداث وقضايا لايعالجها الاعلام.

التسليه والترفيه

معرفة اخبار الاصدقاء والاقارب

نشر ما نرغب بنشره دون اية رقابة

التعرف على السلع والبضائع

المشاركة بالاحداث السياسية بدون رقابة

اكتساب معلومات جديدة

التعرف على اشخاص جدد بكل حرية

حرية التعبير عن الرأي بدون رقابة

التنوع بتناول مختلف المواضيع

هل لديك اية اراء اخرى؟ تذكر