

## RESEARCH ARTICLE

# Motives for The Public to Use Social Media Networks And Their Impact on The Culture of Society - A Field Study

**Kadhim Kareem Mohsin Alhasani \***

Mazaya University College / Department of Media, Dhi Qar, Iraq

**ABSTRACT**

This research paper aims to shed light on the most prominent phenomenon in electronic media represented by social networking sites, to identify the concept of social networking sites and to know the most important reasons that prompt the public to use social networking media and applications, and to identify the psychological, logical, mental and emotional motives, needs and satisfactions achieved from using social networking sites. The study relied on the descriptive analytical approach to describe, analyze and interpret the media phenomenon through the chapters of the study, the methodological framework, the theoretical framework and the field study, which was applied to the public of Dhi Qar Governorate, Nasiriyah City, and to select samples within the community. They were chosen carefully and accurately and varied according to demographic variables and factors (gender, age and educational level variables). The study reached a set of results, the most important of which are the most important reasons that prompted the public to use social networking sites, which are participation, interaction, and expressing their opinions and intellectual trends and exercising the rights guaranteed by the constitution by following up on important issues and their role in shaping public opinion and the process of democratic reform. The study showed that there are cultural influences on the public using social networking sites. And its positive and negative repercussions. The study concluded with a set of proposals to organize awareness seminars on the use of social networking sites and to call on the Communications and Media Commission and the Publication Court to confront the serious challenges.

**Keywords:** Motives - Use - Social Networks - Media Influence - Community Culture.

مقالة بحثية

## دوافع استخدام الجمهور لشبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على ثقافة المجتمع - دراسة ميدانية

كاظم كريم محسن \*

كلية مزايا الجامعة / قسم الاعلام

**الملخص:**

تهدف الدراسة الى تسليط الضوء حول ظاهرة الاعلام الالكتروني ، التعرف على مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي ومعرفة اهم الاسباب التي تدعو استخدام الجمهور لوسائط وتطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي والوقوف على الدوافع النفسية والمنطقية والعقلية والعاطفية والحاجات والاشباع المتحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ، واعتمدت الدراسة على منهج الوصفي لوصف و كشف وتفسير الظاهرة الاعلامية من خلال فصول الدراسة الاطار المنهجي ، والاطار النظري والدراسة الميدانية والتي طبقت على جمهور محافظة ذي قار مدينة الناصرية واختيار عينات ضمن المجتمع وتم اختيارها بعناية ودقة وتنوعت طبقا للمتغيرات والعوامل الديموغرافية ( متغير الجنس والعمر والمستوى العلمي ) ، وتوصلت الدراسة الى مجموعة نتائج اهمها من اهم الاسباب التي دعت الجمهور استخدام شبكات التواصل الاجتماعية هي المشاركة والتفاعل والتعبير عن آرائهم واتجاهاتهم الفكرية من خلال متابعة القضايا المهمة ودورها في تشكيل الرأي العام وعملية الاصلاح الديمقراطي وتبين من الدراسة وجود تأثيرات ثقافية على الجمهور المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي وانعكاساتها الايجابية والسلبية ، وخلصت الدراسة الى وضع مجموعة مقترحات تنظيم ندوات توعية استخدام شبكات التواصل الاجتماعية ودعوة هيئة الاعلام والاتصالات ومحكمة النشر بمواجهة التحديات .

**الكلمات المفتاحية :** الدوافع ، الاستخدام ، شبكات التواصل الاجتماعي ، التأثير الاعلامي ، ثقافة المجتمع.

Received 12-12- 2024; revised 23-12-2025; accepted 31-12- 2025. Available online 25-03- 2025

\* Corresponding author.

E-mail addresses: kadhimkareem0@mpu.edu.iq (k. k. Mohsen).

<https://doi.org/xx.xxxxx/2572-5440.1000>

2572-5440/© 2025 The Author(s). Published by Al-Muthanna University. This is an open-access article under the CC BY-NC-SA license

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>.

## المقدمة

تساؤلات البحث : تطرح الورقة البحثية السؤال الرئيسي للوصول الى وصف وتحليل ظاهرة المواقع التواصل الاجتماعي , لرصد الاجابة على حيثيات الموضوع. ماهي الدوافع والاستخدامات الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على ثقافة المجتمع العراقي ؟

وتنبثق من السؤال الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية .

- 1 - ماهي الاشكال والتطبيقات والوسائط المرتبطة بمواقع التواصل الاجتماعي ؟
- 2 - ماهي خصائص مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر معلومات تفاعلية ؟
- 3 - ماهي الدوافع الاساسية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ؟
- 4 - ماهي اسباب قيام الجمهور بالمشاركة والنشر في مواقع التواصل الاجتماعي ؟
- 5 - ماهي التأثيرات الايجابية والسلبية لشبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على ثقافة المجتمع ؟

### أهمية البحث :

- 1 - الاعلام يمارس دوره داخل المجتمع والتنبؤ بأفاق تطوره في ظل الامتزاج بين تكنولوجيا الاعلام مع تكنولوجيا الاتصال تولدت اعلام شبكات التواصل الاجتماعي وظهور مضامين اعلامية وممارسات واتجاهات جديدة .
- 2 - تسهم الدراسة المنهجية العلمية للظاهرة الاعلامية الجديدة مواقع التواصل الاجتماعي بوصفها ظاهرة مستقلة ومتميزة تمتلك خصائص وسمات محددة , تكمن اهمية هذه الدراسة على معرفة التطورات الاعلام الالكتروني وانعكاساته على ثقافة المجتمع العراقي .

- 3 - اثراء المكتبة الاعلامية بظاهرة شبكات التواصل الاجتماعي وتنوع الدوافع والاستخدام والحاجات .

### أهداف البحث :

تهدف الدراسة بشكل رئيسي محاولة الكشف عن الدوافع جراء استخدام الجمهور لشبكات التواصل الاجتماعي واثرها على ثقافة المجتمع العراقي . وهناك اهداف فرعية لها الاهمية القصوى للوقوف على تفاصيل موضوع مواقع التواصل الاجتماعي في العراق .

- 1 - التعرف على مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي والاشكال والوسائط والتطبيقات المرتبطة بها .
- 2 - التعرف على خصائص مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات والاعلام الالكتروني .
- 3 - التعرف على الدوافع الاساسية لأستخدام مواقع التواصل الاجتماعي .
- 4 - التعرف على اسباب قيام الجمهور بالمشاركة والنشر في مواقع التواصل الاجتماعي .
- 6 - التعرف على أهم الاشكاليات الايجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على ثقافة المجتمع .

### حدود البحث :

المكانية : تم اختيار مجتمع البحث والعينات التي اختارها من جمهور متنوع من محافظة ذي قار

الزمانية : تم تطبيق الدراسة الميدانية على مجتمع البحث للفترة من 2023 / 9 / 1 – 2023 / 12 / 15

الموضوعية : استخدام ودوافع الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على ثقافة المجتمع .

يشهد العصر الذي نعيشه تطورًا غير مسبوق على مستوى الإتصالات، والإنترنت بأشكاله المختلفة، وعالم الإنترنت هو عالم كبير جدًا، يتيح جميع المعلومات في جميع المجالات الموجودة بالحياة، ومن أهم المواقع الموجودة على الإنترنت، هي المواقع التي تعرف باسم شبكات التواصل الاجتماعي وهي عبارة عن منصات رقمية تتيح للفرد القدرة على التواصل مع الآخرين .

وقد انتشرت هذه المنصات بشكل كبير في العقود المنصرمة، وتنوعت الأشكال والألوان من التواصل التي تقدمها، فمنها ما يقوم على فكرة التواصل الفردي، وإمكانية الدردشة والتواصل مع الآخرين عبر مكالمات الصوت والفيديو، أو التواصل بشكل جماعي، حيث يقوم الشخص بتكوين شبكة من الأصدقاء والعائلة، والأشخاص الذين يتشاركون بالاهتمامات وتبادل الرسائل والمعلومات والأفكار فيما بينهم. يتضمن البحث الفصول الأتية :

الفصل الاول : الأطار النظري

الفصل الثاني : الأطار النظري

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

الفصل الرابع : المناقشة والاستنتاجات والتوصيات والمقترحات والمراجع والمصادر

## الفصل الاول – الأطار المنهجي

**مشكلة البحث :** مواقع التواصل الاجتماعي الظاهرة الابرز في التطور التقني في الاعلام الجديد وأحدثت ثورة في كل مايتصل من مفاهيم على المستويات الثقافية والعلاقات الاجتماعية والاتجاهات المتنوعة من خلال النص والتفاعل والتواصل والمشاركة , من قبل الجمهور في استخدام الاشكال المتنوعة من وسائط وتطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي والدوافع والرغبات والحاجات المختلفة التي تجعل من المتلقي يستقبل ويرسل اخباره ومعلوماته والصور اكثر مصداقية واهتماما واحتراما للجمهور ويثري الحوار والرأي معا لتحقيق مبدا تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على ثقافة المجتمع , مواقع التواصل الاجتماعي في العراق تشهد مزيدا الاهتمام والتطور المتسارع ومشاركة فعالة من قبل الجمهور وتقوم بدور اساسي في تسليط الضوء على الاحداث المحلية والاقليمية والدولية , وتتميز في حالة اللامركزية الاعلامية التي فرضتها تكنولوجيا الاعلام الالكتروني , يعني المشاركة الفعالة في البناء الاساس المعرفي المعلوماتي وتحيل الى تفعيل الجمهور النشط وتقوية العلاقات في المشاركة المجتمعية كحق من حقوق الانسان في التواصل وثقفي يساهم في احداث تحولات بيئة اعلامية جديدة , ارتبطت بالتطورات الحاصلة في مواقع التواصل الاجتماعي بظهور اشكاليات كثيرة قائمة على مجموعة من الثقافات والاخلاقيات والاتجاهات التي يتحلى بها الجمهور المستخدم لتلك المواقع والتطبيقات وانعكاساتها الايجابية والسلبية والتي تؤثر على ثقافة المجتمع العراقي .

وامام هذه الاشكاليات وتعدد المصادر الاعلامية واستخدمات ودوافع الجمهور , تظهر مواقع التواصل الاجتماعي في العراق قد أسست لعصر اعلامي يتسم بالحرية وعدم السيطرة بعيدا عن الرقابة الحكومية يجعل من هذه الوسيلة الاعلامية الجديدة امام خيارات الحرية والفضوى وعدم الانضباط في اتجاهات ايجابية وسلبية تخدم مصالح وجهات وجماعات وافراد معينة على حساب الاخرين تنعكس على العلاقات الثقافية في بيئة المجتمع .

للتطوير الاجتماعي للاسهام بجدية التحول الثقافي في المجالات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والفكرية لمجتمع اليوم. [6]

### خصائص شبكات التواصل الاجتماعي

شبكات التواصل الاجتماعي التي افرزتها تكنولوجيا الاعلام الالكتروني لها خصائص تتصف بها منها:-

1 – المشاركة التفاعلية : التفاعل هو قدرة شبكات التواصل الاجتماعي على الاستجابة لتحديث المستخدم كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين هذه الخاصية التفاعلية اضافت بعدا جديدا هاما حيث يكون التفاعل باتجاهين بين المرسل والمستقبل مع امكانية تنوع مصادر الاخبار والمعلومات والتي يريدها المستخدم وبالشكل الذي يريده .

2 – الغير جماهيرية: وتعني ان الرسالة الصحفية تتوجه الى فرد او جماعة معينة وليس الى جماهير ضخمة كما في وسائل الاعلام التقليدية وتعني ايضا درجة التحكم في الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من المرسل الى المستقبل .

3 – التنوع الاعلامي : التنوع في العملية الاتصالية التي وفرت للجمهور اختيارات اكبر وتطبيقات متعددة مما ادى الى تنوع حاجاته ودوافعه واستخداماته في شبكة التواصل الاجتماعي .

4 – التكامل الاعلامي : مفهوم اعلامي , ان الجمهور يمكن ان يختار مايراه مطلوبا لان شبكات التواصل الاجتماعي توفر اساليب العرض والاتاحة ووسائل التخزين في اسلوب متكامل .

5 – تجاوز الحدود الثقافية : قدررة شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت على جمع وتوحيد الشبكات فيها آلاف الشبكات الدولية والاقليمية والتي تتزايد كل عام بنسبة كبيرة يصعب الان بناء توقعات اعدادها وتأثيرها وتطوراتها , لها القدرة على تجاوز الحدود الدولية للتأثير على الثقافة .

6 – قابلية التحريك او الحركية : تتصف شبكات التواصل الاجتماعي بامكانية الاستفادة منها في تغطية الاحداث الانتقال الى اي مكان اثناء الحركة بسبب ان اجهزة الموبايل مزودة بأدوات تصوير وكاميرات صغيرة ودقيقة .

7 – تجاوز وحدة المكان والزمان : عملية الارسال والاستقبال حرا لدى الجمهور لنشر الاخبار والموضوعات في مكان وزمان اطلاق الرسائل الاعلامية واصبح الجميع يستخدم الهاتف الخليوي وفي كافة المجالات .

8 – الاستغراق في عملية الاتصال : من الخصائص المهمة لشبكات التواصل الاجتماعي وسبل المشاركة والتفاعل انخفاض تكلفة الاتصال وتطور بتطور برامج المعلومات والتطبيقات ساعد على الاستغراق في عملية الاتصال بحرية ودون قيود بمختلف الموضوعات والقضايا ذات الاهتمام بالنسبة للقائم في الاتصال . [7]

### أشكال وانواع شبكات التواصل الاجتماعي

تعددت الاشكال والاستخدامات في شبكات التواصل الاجتماعي نتيجة التطور الهائل وهي الاتي :-

1 – فيس بوك: Facebook: هي شبكة اجتماعية استأثرت بقبول واهتمام واسع من الجمهور في جميع انحاء العالم شخصية في بداية نشأتها في جامعة هارفارد الامريكية في الولايات المتحدة الامريكية من قبل طالب متعثر مارك زوكربيرج وكانت مدونته محصورة في بدايتها في نطاق الجامعة وبحدود اصدقاءه وبعد فترة زمنية قصيرة لقد أضى كل منا يتحدث عن صفحته الشخصية في

البشرية : مجتمع البحث جمهور المستخدم للشبكات التواصل مدينة الناصرية . فرضيات البحث : علاقة شبكات التواصل الاجتماعي مع المستخدم وفق المتغير (النوع , العمر , المستوى العلمي )

منهجية البحث : استخدم الباحث المنهج التجريبي الميداني .

### مصطلحات البحث :

الاستخدامات في الاعلام : بيئة الميديا الجديدة ( الاعلام الالكتروني ) تفرض تفاعلاً نشطاً ومستمرّاً من مستخدميها حيث تتيح لهم ممارسة خيار التحكم في اختيار المواقع والمحتوى , وإعادة زيارة الموقع وحفظ وتنزيل المحتوى وغير ذلك من خيارات التحكم, وبذلك تعتبر نظرية الاستخدامات والإشباع هي المدخل الأكثر ملائمة لدراسة استخدام الأفراد للبيئة الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي . [1]

الدافع الاعلامي : حاجة فسيولوجية أو نفسية توجه وتحرك الفرد للقيام بسلوك معين يقوي استجابته الى مثير ما ويشبع الحاجات لدى الفرد لتلقي محتوى او مضمون اعلامي من قبل وسائل الاعلام الالكتروني . [2]

شبكات التواصل الاجتماعي : وهي مواقع اعلامية الكترونية ضمن بيئة الاعلام الجديد تستخدم للتواصل والتشبيك الاجتماعي وتتميز بسرعة نقل الاخبار والمعلومات وتدعيمها بالصورة الحية والمعبرة والنص وسرعة مواكب الاحداث على مدار الساعة , ونقلها مباشرة من مكان حدوثها وهذه المواقع مكنت الناس من التعبير عن طموحاتهم ومطالبهم في حياة حرة من خلال مشاركتهم في تغذية هذه المواقع بالآخبار والمعلومات والمساهمة بشكل فعال في صناعة وادارة المضامين الاعلامية في مختلف القضايا [3]

التأثير الاعلامي : يقصد به القوة الفعلية التي تمارسها الرسالة الاعلامية , وينتج عنها تغيير او تعزيز في معتقدات الجمهور او الفرد , ويقصد به التأثير الذي يلعب دور في إحداث التغيير في سلوكيات الانسان وذلك عن طريق المعلومات الواردة والتي تساهم في التأثير على المخزون المعرفي لديه. وبالتالي تدفعه للقيام بتصرفات مطابقة للعمل , ويمر التأثير عبر مراحل منها تأثيرات معرفية وهي المعلومات التي يستقبلها من وسائل الاعلام , ومرحلة التأثير في الاتجاه او الصورة العقلية لتقييم الرسائل او المعلومات بالموافقة او الرفض والتي تتفق مع مخزونه المعرفي . [4]

الثقافة : مجموعة الافكار والقيم والمتقدات والتقاليد والعادات والافكار والقانون والنظم والمهارات , وطرق التفكير , واسلوب الحياة , والعرف , والفنون والاداب و وسائل الاتصال والانتقال وكل ما يصنعه الانسان وأنتجه عقله من نتاج مادي وفكري في مجتمع معين [5]

### الفصل الثاني : الاطار النظري للدراسة

#### مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي

شبكات تستخدم للتواصل والتشبيك الاجتماعي انتشرت بشكل واسع نهاية 2007 م واشهرها الفيس بوك وماي سبيس وتويتر وتطورت واتسعت كثيرا فيما بعد وتميزت بسرعة نقل الخبر وتدعيمه بالصورة الحية والمعبرة , وسرعة مواكبة الاحداث على مدار الساعة ونقلها مباشرة من مكان حدوثها وهذه الشبكات مكنت الناس من التعبير عن طموحاتهم ومطالبهم في حياة حرة من خلال مشاركتهم في تغذية هذه الشبكات بالآخبار والمعلومات والمساهمة بشكل فعال في صناعة وادارة المضامين الاعلامية وجعلتهم يتفاعلون اكثر في مختلف القضايا , واصبحت الشبكات الاجتماعية هي البديل الامثل للاعلام التقليدي, وعدت اداة

كل هذه الاشكال والانواع لشبكات التواصل الاجتماعي ترتبط فيما بينها لتقديم مضامين ومحتوى اعلامي متنوع في استخدام الجمهور بدوافع مختلفة في التفاعل والمشاركة في وظائف شبكات التواصل الاجتماعي لخلق بيئة اعلامية جديدة لها القدرة على التأثير والتأثير في مكونات المجتمع سلبا او ايجابا بتعدد وتنوع الثقافات حسب المنظور الثقافي والاجتماعي لأبناء المجتمع . [8]

الخدمات الاعلامية لشبكات التواصل الاجتماعي

نتيجة التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصال والاعلام ظهرت مجموعة من الخدمات الاعلامية المتنوعة التي تتسابق شبكات التواصل الاجتماعي في تنوع المضامين والمحتوى الاعلامي ضمن البيئة الاعلامية الجديدة ضمن المتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والتحول الثقافي يمكن ايضاحها الاتي:-

1 - تجاوز قيود الدولية التي يفرضها الاعلام الالكتروني حيث يتعامل الفرد لساعات طويلة مع هاتفه الشخصي وتجاوز العزلة يتم بالاتصال مع الآخرين في اطار واقعي وهي او افتراضي يرسم اطراف التفاعل والمشارك من خلال الحوارات والمدونات والاعلام والرؤى في القضايا المهمة .

2 - القدرة على الانجاز بتوافق وتجمع لتأييد الافكار التي تنادي بها الديمقراطية ومناهضة العنصرية و غيرها من الافكار بحيث تسهم في تكوين رأي عام محلي , اقليمي , دولي باتجاه المواقف والقضايا المطروحة للنقاش .

3 - سهولة الاتصال والتعرض الاخباري والمعلومات الاعلامي بتنوع محتواها لحظة وقوعها .

4 - المصادر الاعلامية وتحري المصادقية في تدعيم وظيفة الدعاية والحرب النفسية واساليبها بالتضليل والخداع التي تسهم في جانبها السليبي تحقيق الفرقه والاحقاد والاختلاف والغزو الثقافي والهيمنة الثقافية والتبعية الثقافية وهذه من الخدمات التي تركز عليها شبكات التواصل الاجتماعي .

5 - تهيئة المعلومات المتعددة والمتنوعة بشكل متسارع وكثيف وفي بعض الاحيان تسبق وسائل الاعلام التقليدية بالنشر نتيجة الخصائص التي تميزت بها تكنولوجيا الاعلام عبر هاتف الخليوي بوجود سعة التخزين وسهولة الاتاحة .

6 - تزايد ونمو في خدمات الاعلامية في كل المجالات ومنها مجال التعليم الالكتروني للمستويات التعليمية المختلفة , وانتشرت المفاهيم والاستراتيجيات الخاصة بالتعليم عن بعد والتحكم من خلال الشبكات التواصل الاجتماعي والمشاركة الفاعلة في التربية والتعليم ومراكز الجامعات والبحوث .

7 - وظيفة التسويق عبر الهاتف الخليوي وتطور اساليب الاعلان وزيادة في سلوك جذب المستهلك بنشر للسلع والبضائع تجد لها صدى واسع في قرار السلوك البشري .

8 - خدمات التسلية والترفيه في شبكات التواصل الاجتماعي والتي اصبحت تجذب مستويات لأعمار الجمهور العام ومستويات ثقافية مختلفة تسهم في تحقيق تنوع تلك الخدمات الاعلامية في مجال التسلية والترفيه . [9]

السمات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي

يوجد العديد من الميزات والسمات التي تميز موقع التواصل الاجتماعي عن المواقع الأخرى، وهي

1- إمكانية إنشاء حسابات شخصية للمستخدمين: حيث يسمح الموقع الاجتماعي للزائرين بالدخول.

2 - صفحات ملف شخصي: وهي تلك الصفحات التي يتمكن المستخدم خلالها

الفيديو بوك يدون نصوصه وصوره ليظهر عما يدور في ذهنه من اخبار ومعلومات واحداث وتفاعلات في المجتمع الذي حوله المحلي والاقليمي والدولي .

2 - تويتر: Twitter : واحدة من شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت بشكل ملفت الى النظر عبر تغريدات بكل مستويات الجمهور من رؤساء الدول والشخصيات السياسية والمشاهير والناس العاديين تعبر عن اهم الاخبار والاحداث وبمضامين متنوعة . ميلاد هذه الخدمة 2006 واخذ اسمه من مصطلح تويت الذي يعني التغريد والعصفور رمز له , وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين ارسال رسائل قصيرة لا تتعدى عبارات ايضاح لمضمون المحتوى وتتيح للمستخدمين متابعة كل الاحداث العالمية الهامة فور وقوعها .

3 - ماي سبيس My space : هي اكبر شبكة ممول في شبكة الانترنت للتشبيك الاجتماعي للتفاعل والمشاركة في المحتوى الاعلامي بين الجمهور ويقدم لهم اركان خاصة لتقديم لمحات عن حياتهم الشخصية ومدوناتهم ومجموعاتهم وصورهم وموسيقاهم ومقاطع الفيديو التي يعرضونها في الموقع ويحتوي ماي سبيس على محرك بحث خاص بعرض نظام بريد الكتروني ويستطيع الناس في جميع العالم بالتواصل والتفاعل والتشبيك والترويج ومشاركة الاهتمامات والعثور على الاصدقاء كما يمد الموقع مستخدميه بمساحة للخصوصية والاندماج.

4 - البودكاست الملفات المحمولة: هي خدمة تتيح الحصول على ملفات الصوت والفيديو من موقع معين بمجرد ان تدرج فيه دون الحاجة الى زيارته في كل مرة وتحمل المحتوى او يدويا , فالمستخدم يمكنه الاشتراك في خدمة البودكاست بتحميل الملفات الجديدة او توماتيكيا في حال توفرها .

5 - المنتديات وغرف الدردشة والحوار : هي عبارة عن برامج خاصة تعمل على الموقع الاعلامي او اي موقع ذات طابع خاص او عام على شبكة الانترنت مثل المواقع المتخصصة وتسمح بعرض الافكار والرؤى في القضايا والموضوعات المطروحة للمناقشة واتاحة الفرصة للمستخدمين للمشاركة والتفاعل والتواصل.

6 - مجتمعات المحتوى الاعلامي: هي مجتمعات على الشبكة المعلوماتية تسمح بتنظيم ومشاركة انواع معينة من المحتويات تهتم بالصور والفيديو والنصوص.

7 - موقع اليوتيوب you tube : هو احد اشهر المواقع الالكترونية وتقوم فكرة الموقع على امكانية ارفاق اي ملفات تتكون من تطبيقات مقاطع الفيديو على شبكة الانترنت دون اي تكلفة مالية فبمجرد ان يقوم المستخدم بالتسجيل من ارفاق اي عدد من الملفات ليراها ملايين الاشخاص حول العالم كما يتمكن المشاهدون من ادارة الحوار حول المقاطع الفيديو من خلال اضافة التعليقات المصاحبة والتقييم لها. المستخدم بالتسجيل من ارفاق اي عدد من الملفات ليراها ملايين الاشخاص حول .

8 - موقع Flickr الاعلامي: من اهم التطبيقات في بعدها المتمثل في توزيع الصور وقد اسهم الموقع في مناسبات مختلفة في ان يكون بديلا حيا لوكالات الانباء . مهمة الموقع مشاركة الصور وحفظها وتنظيمها وهو ايضا جمعية لهواة التصوير اضافة الى كونه موقعا مشهورا للتشارك في الصور الشخصية ويتم استخدام الموقع من قبل المدونين والصحفيين العاملين في وسائل الاعلام .

9 - التدوين المصغر: هو عبارة عن خدمات تقدمها شبكات اجتماعية في انشاء حسابات وصفحات شخصية تعتبر بمثابة مدونات لعرضها ومشاركتها على الويب.

1 - النظر الى الدافع باعتباره حالة داخلية، يمكن ادراكها وفهمها مباشرة من قبل الجمهور، وان المتلقي لديه الوعي والقدرة على الاختيار، والتعبير عن اتجاهاته، يسعى الى تليتها بشكل مباشر.

2 - النظر الى ان دوافع الجمهور لا يمكن ادراكها وفهمها بشكل مباشر، بل يتم معرفتها من قبل الجمهور بشكل غير مباشر من خلال انماط السلوك والتفكير.

3 - النظر الى ان دوافع التعرض لا يمكن الوصول اليها عن طريق ما يقرره الجمهور بصورة واضحة. فالحاجات الاساس مثلا قد تؤثر في تعرض الجمهور لوسائل الاعلام بشكل مباشر،

4 - النظر الى ان سلوك الجمهور للتعرض ليس له اي دافع، وانه مرتبط بالعادة على التعرض وهناك علاقة بين اشباع الحاجات، والدافع اليها، وبين توقع سلوك الفرد الذي يقوم به لاشباع حاجته، وهناك الفرق بين الحاجات والدوافع، فالحاجات هي كل ما يحتاج اليه الفرد سواء كان عضوا او ماديا، بينما الدوافع هي حالة مؤقتة من التوتر النفسي او الجسدي تنشأ اثر استثارة حاجة معينة وتوجه لتحقيق هدف معين، ويوضح الباحث الفرق بينهما في مثال: الحاجة الى الاكل ثابتة لا تنتهي عند الانسان؛ لان تركها يؤدي الى الموت، لكن الدافع الى الاكل هو الجوع، فالدافع هو الامر المباشر لتلبية الحاجة، ومثل ذلك في الشرب والعطش والحاجة الى الماء، فالحاجة ثابتة لا تنتهي، والدافع امر عارض ينتهي باشباع مؤقت، وقد يعاود النشاط مرة اخرى. [1، ص96]

ويمكن تقسيم الحاجات وفق مرتكزات نظرية الاستخدامات والاشباع

1- الحاجات الاساسية: وذلك مثل الحاجة الى الانتماء، والتواصل مع الآخرين، ورغبة الفرد في تقدير الآخرين له.

2- الحاجات الثانوية: مثل الحاجات المعرفية، كحب الاستطلاع والرغبة في الفهم واما تصنيف الدوافع فقد قام الباحثون بتصنيفها،

أ- دوافع فردية داخلية: وهي التي تتمثل في رغبة الفرد في القيام بشيء معين لذاته، وهذه الدوافع تحقق للفرد اشباعا فردية، مثل دوافع الفضول والانجاز.

ب- دوافع اجتماعية خارجية: وهي الدوافع التي تنشأ نتيجة العلاقة بين الفرد، والمجتمع المحيط به، في قوم الفرد بافعال معينة لارضاء المحيطين به او للحصول على تقديرهم او اثباتا لذاته.

3 - يحدد الاصول النفسية للحاجات اولا، ثم يتعرف على الدوافع المرتبطة بتلك الحاجات، وينبغي ربط هذه الدوافع بتوقعات الجمهور من الاعلام،

4 - ان دوافع الافراد تؤدي الى توقعات عامة تختلف باختلاف الثقافة التي يتم التعبير عنها حسب الذوق الفردي، ومن ثم يتم اختيار الرسائل الاعلامية المطلوبة من بين بدائل عديدة تتيحها وسائل الاعلام، مما يؤدي الى الشعور بالرضا، واشباع الحاجات ويشير النموذج الى ان الدافع هو الذي يؤدي الى اهتمامات عامة تختلف من فرد الى اخر حسب الاهتمامات الشخصية التي تحكمها الفروق الفردية.

5 - الجمهور لديهم عدد من العوامل النفسية، والاجتماعية التي تولد حاجات معينة للفرد، وبعدها يبدأ الفرد برسم توقعاته لتلبية هذه الحاجات من الرسائل الاعلامية، ومن المصادر الاخرى؛ مما يترتب عليه اتخاذ القرار بشأن التعرض الى الرسائل الاعلامية، ، محاولة الفرد لتلبية هذه الدوافع، واشباع هذه الحاجات.

6 - ظهور مشكلات لدى الفرد، ويبدأ بالبحث عن حلول لها من بين البدائل

بالتعريف عن نفسه، حيث يتضمن الملف الشخصي معلومات شخصية عن المستخدم، مثل صورة الملف الشخصي، والسيرة الذاتية،

3 - الأصدقاء، والمتابعون، والمجموعات، والهاشتاج: حيث يستخدم الأفراد حساباتهم للتواصل مع المستخدمين الآخرين، كما يمكنهم أيضاً استخدامهم في الحصول على بعض أنواع المعلومات.

4 - أضرار الإعجاب وقسم التعليقات: وهي أكثر الطرق شيوعاً للتفاعل على المواقع الاجتماعية.

5 - الاشعارات: يرسل الموقع الاجتماعي إشعارات للمستخدمين حول معلومات محددة، كما يستطيع المستخدمين التحكم بالاشعارات. [10]

استخدامات و دوافع واشباعات الجمهور لشبكات التواصل الاجتماعي: توظيف نظرية الاستخدامات والإشباع لتبيان دور شبكات التواصل الاجتماعي وذلك بالنظر إلى الاستخدامات والدوافع والإشباع، وتعتبر الشبكات الاجتماعية أيضاً وسائل اتصال ثرية، لأنها استناداً إلى نظريات الاتصال وسائل الإعلام تمتلك الكثير من المعلومات، فضلاً عن تنوع المضمون المقدم من خلالها، ومن ثم تستطيع هذه الوسائط التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها. الاستخدام من خلال ثلاثة مستويات مترابطة، تتمثل في المستوى العاطفي؛ حيث إن تزايد المجموعات عبر الشبكات يؤدي إلى إعادة صياغة العواطف والتأثير في المستخدم، ثم هناك المستوى المعرفي وهو مرتبط بالبعد السابق، و مصادر إنتاج القيم وتلقين المعارف (الأيدولوجيا) وتشكيل الوعي بالقضايا المختلفة. والمستوى الثالث هو البعد السلوكي لمتلقين استخدامات و دوافع الجمهور في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي. [11]

أهداف نظرية الاستخدامات والإشباع التعرف على استخدام الأفراد لوسائل الاتصال على اعتبار أن الجمهور نشيط ويستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل والشبكات الاعلامية التي تشبع حاجاته وتوقعاته في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وتبين اشباعات الجمهور المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي.

1 -سمح للشباب بحرية التعبير عن آرائهم وقضاياهم.

2 - التركيز على مفهوم المشاركة والتفاعل والتواصل مع الآخرين وتعلم أساليب التواصل الفعال وقبول القضايا الخلافية ومشاركة الرأي والرأي الآخر.

3- تساعد على التغلب على مايسمى بظاهرة برود العلاقات الاجتماعية العزلة الاجتماعية.

4 - تساعد على الفهم والتعلم وذلك عن طريق تبادل المعلومات مع الآخرين

5 - تساعد في تنشيط المهارات لدى مستخدم شبكات التواصل الاجتماعي،

6 - ترتكز على دعائم النظرية القائلة بأن عمل الأفراد بشكل جماعي وفقاً لشروط معينة يمكن أن يساعد على حل المشكلات بشكل أكثر فاعلية مقارنة بعمل أكثر أفراد المجموعة ذكاءاً وتفوقاً.

7 - تساعد علي العمل وفق معايير مفتوحة، وباستخدام برمجيات مفتوحة المصدر، واستخدام البيانات المجانية، وإعادة استخدام البيانات، والعمل في بيئة تتضمن قدر كبير من الابتكار. [12]

دوافع استخدام واشباعات الجمهور لشبكات التواصل الاجتماعي تختلف وجهات النظر عند دراسة دوافع تعرض الجمهور لوسائل الاعلام ومنها شبكات التواصل الاجتماعي ويمكن عرض وجهات النظر في نظرية الاستخدام والاشباع على النحو الاتي :-



الرسائل الإعلامية بالاتصالات الشخصية، الجمهور وتطلعاته. [16]

4 - الغزو الفكري واثاره على المجتمع : تنوع الرسائل الاعلامية ومحتواها في شبكات التواصل الاجتماعي تحاول ترسيخ العادات والتقاليد الغير اسلامية تنتهي الى فكر وثقافة معينة لها قيم وعادات وتقاليد خاصة , وانها في الغالب تخالف فكر وثقافة وتقاليد الامة الاسلامية وتخالف قيم ومصالح المجتمع وتعمل على تشويه العادات والقيم ويصورونها انها علامات تخلف ودليل على الرجعية , وان الانفتاح والتقدم لا يكون الا بنبذ وتغيير القيم والعادات وبهذه الوسائل يحاولون ترسيخ العادات والتقاليد الغربية وما اكثرها من مواقع وغرف دردشة ومدونات ومواقع ترفيهية في صحافة الموبايل . [17].

تنوع الرسائل الاعلامية ومحتواها في شبكات التواصل الاجتماعي تحاول ترسيخ العادات والتقاليد الغير اسلامية تنتهي الى فكر وثقافة معينة لها قيم وعادات وتقاليد خاصة , وانها في الغالب تخالف فكر وثقافة وتقاليد الامة الاسلامية وتخالف قيم ومصالح المجتمع وتعمل على تشويه العادات والقيم ويصورونها انها علامات تخلف ودليل على الرجعية , وان الانفتاح والتقدم لا يكون الا بنبذ وتغيير القيم والعادات وبهذه الوسائل يحاولون ترسيخ العادات والتقاليد الغربية وما اكثرها من مواقع وغرف دردشة ومدونات ومواقع ترفيهية في صحافة الموبايل . [17, ص 387].

5- ممارسة الديمقراطية والإصلاح : المتغيرات السياسية والاقتصادية والتكنولوجية والاعلامية الدولية المعاصرة , والتي امتاز بها المجال الاعلامي الجديد وضعت الضرورة للقيام بالممارسات الديمقراطية من خلال الحياة السياسية والتعبئة والمشاركة وتشكيل الوعي السياسي والإصلاح والضغط على السلطات, التدوين والنشر الالكتروني لفئات وجماعات خارج النخب الحاكمة ,ايصال صوتها للأخريين عبر مواقع الصحف الافتراضية الجديدة والمواقع الاخبارية والمنديات والمواقع السياسية لبعض النخب والسياسيين والجمهور النخب في انتاج المعلومات في المسار الديمقراطي .. [18]

6- عولمة الرسائل الاعلامية في شبكات التواصل الاجتماعي : ظاهرة العولمة في الاعلام الالكتروني تعد الابرز في المحتوى والمضامين الاعلامية في شبكات التواصل الاجتماعي وتعني الفضاء الواسع وهو وطن جديد لا ينتهي الى الجغرافية ولا التاريخ بدون حدود ذاكرة وبدون تراث انه الوطن التي تبنيه شبكات الاتصال والمعلوماتية الالكترونية التي يمكن من خلاله تصدير الافكار والبرامج الاخبارية والثقافية والدرامية وغيرها في اطار عملية الاختزال الاعلامي والثقافي. [19]

التأثير الاعلامي وشبكات التواصل الاجتماعي : الخصائص الفريدة التي يتميز بها الإعلام الرقمي عبر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي, بأشكاله المختلف تجعله تأثيرا في الأفراد والجماعات والكيانات المختلفة, وتمس التأثيرات جوانب بالغة الأهمية كالعلاقات الاجتماعية, والمعرفة والصحة النفسية, والهوية, والقيم والعادات والتقاليد, والسياسة والعلاقات الدولية مع تحديات أخلاقية وقانونية ودينية وثقافية .

الاثار الإيجابية لشبكات التواصل الاجتماعي على المجتمع : نتيجة ثورة تكنولوجيا الاتصالات السبب الرئيسي في ظهور مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة, اذ تؤثر وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كبير على ثقافة المجتمع بالاتجاه الايجابي ومن ايجابيات شبكات التواصل الاجتماعي .

1 - تعزيز الإنتاجية العلمية : تعزز شبكات التواصل الاجتماعي الإنتاجية العلمية

المختلفة في يؤدي ذلك الى اشباع او عدم اشباع, والفرد من الممكن ان يتاثر بالخصائص العامة والنفسية للفرد وعوامل البيئة المحيطة به. [13]

اجمالا يمكن تحديد اهم الدوافع لاشباع الحاجات النفسية والاجتماعية والثقافية لأستخدام الجمهور لشبكات التواصل الاجتماعية وهي :-

1- بعد المسافات بين الأهل والأقارب : أدى بعد المسافة بين الأهل والأقارب واضطرار بعض الأشخاص المقربين للسفر لدواعي العمل أو العلاج إلى محاولة البحث على طريقة ووسيلة للتواصل مع هؤلاء الأشخاص,

2- المشكلات الأسرية : يلجأ الكثير من الأفراد إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كهروب من المشكلات الأسرية التي تحدث داخل المنزل, فيلجأ الفرد إلى البحث عن أصدقاء جدد كمحاولة للبعد عن ذلك التوتر.

3- عدم وجود فرص للعمل : يلجأ الكثير من الشباب إلى مواقع التواصل الاجتماعي كنتيجة للبطالة وعدم توافر فرص عمل يفرغ فيها الشباب طاقته وقدرته على العطاء والإنجاز, فيتجه إلى مواقع التواصل الاجتماعي للهروب من ذلك الواقع المرير.

4- أوقات الفراغ : يقوم البعض بملء وقت الفراغ عن طريق التهاور مع بعض الأصدقاء وتكوين صداقات جديدة في محاولة منهم للقضاء على الشعور بالملل والرغبة في التجديد وخلق جو اجتماعي خلف مواقع التواصل الاجتماعي . [14] الافكار والمتغيرات المجتمعية في شبكات التواصل الاجتماعية وأثرها على ثقافة المجتمع

1 - وجود شبكات التواصل الاجتماعي والتطرف والارهاب :دفع بعض الجماعات المسلحة والتنظيمات الارهابية لأن تجعل من شبكات التواصل الاجتماعي عنوان هويتها الإلكترونية, بل سعت إلى إنشاء شبكات خاصة ارهابية وهو موقع للتواصل الاجتماعي أطلقه أنصار تنظيم الدولة الإسلامية لتكون عنواناً دالاً على كينونتها تنشر عبرها دعايتها ونسقها الفكري والقيمي, فتغدو المنصة أو الوسيلة هنا ليس فقط حاملة للخطاب أو الرسالة الإعلامية المؤدّجة لهذه الجماعة أو ذاك التنظيم, وإنما تصبح المنصة الوسيلة هي الرسالة والخطاب الاعلامي الموجه الى الجمهور والتأثير بهم .

2 - الحروب الإلكترونية التي يقودها الأفراد, أو الجماعات, أو الدول, مستهدفة مواقع شبكات التواصل الاجتماعي تكشف الطابع الأيديولوجي لهذه الحروب, وتؤكد من جانب آخر الصراع حول المعاني والأفكار والتصورات والرؤى (صراع أيديولوجي) التي تحملها المضامين الإعلامية لتلك المواقع. فتكون بذلك الشبكات منصبات لصراع أيديولوجي فكري أو عقائدي أو مذهبي أو سياسي أو صراع حول النفوذ والمصالح, بل تتحول إلى وسائط حرب أيديولوجية وفكرية بالموازاة مع الحرب التقليدية. [15]

3 - شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام : دور شبكات التواصل الاجتماعي واستراتيجياتها في تشكيل الرأي العام من أبنية نظرية إعلامية متعددة ومداخل مختلفة لتحديد التأثير الذي تُحدثه الشبكات الاجتماعية في المستخدمين, وتشمل هذه المداخل نظرية التسويق الاجتماعي التي تتناول كيفية ترويج الأفكار التي تعتنقها النخبة في المجتمع لتصبح ذات قيمة اجتماعية معترف بها. وتقوم وسائل الإعلام وفق هذه النظرية بإثارة وعي المستخدمين عن طريق الحملات الإعلامية التي تستهدف تكييف المعرفة لتعديل السلوك بزيادة المعلومات المرسله للتأثير على القطاعات المستهدفة من الجمهور, وتدعم

ومقابلتهم بشكل شخصي على سبيل المثال ، الأمر الذي يخلق نوعاً من الخمول والكسل .

4 - التأثير على العلاقات الأسرية : يظهر أثر وسائل التواصل الاجتماعي في تفكك الأسرة والمجتمع، فوسائل التواصل الاجتماعي دور في انشغال أفراد العائلة الواحدة عن بعضهم؛ وذلك لأن كل واحد منهم يقضي ساعاتٍ طويلة في استخدام تلك المواقع بدلاً من التواصل مع باقي أفراد عائلته وتعزيز علاقاته معهم.

5 - نشر الإشاعات والأخبار الكاذبة : استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل بعض الأشخاص بهدف نشر الإشاعات بين أفراد المجتمع وتضليلهم بالأخبار الكاذبة.

6 - انتهاك الخصوصية : شبكات التواصل الاجتماعي أحياناً سبباً في العديد من المشكلات التي يواجهها المستخدم نتيجة انتهاك خصوصيته عبر تلك المواقع، سواء من خلال الوصول إلى المحتوى الشخصي الخاص به عبر تلك الوسائل، أو من خلال معرفة الموقع الجغرافي الحالي له.

7 - التأثير سلباً على صحة أفراد المجتمع : شبكات التواصل الاجتماعي دور كبير في التأثير سلباً على صحة مستخدميها ، وخاصةً فيما يتعلق بعدم حصولهم على الوقت الكافي من النوم.

8 - التمر الإلكتروني : شبكات التواصل الاجتماعي أحياناً أداة يُساء استخدامها ضد أطفال المجتمع حيث تُعرضهم للتنمر الإلكتروني، ومن شأن هذا الأمر التأثير على الأطفال وصحتهم النفسية؛ حيث يُمكن أن يتسبب بإصابتهم بالاكتئاب والقلق.

9 - تنمية بعض العادات السيئة : تسبب شبكات التواصل الاجتماعي أحياناً بخلق عادات سيئة لأفراد المجتمع كإهمال بعضهم البعض أثناء التحدث، أو التشتت أثناء القيادة، فضلاً عن أن الاستخدام المستمر لتلك المواقع قد يدفع الأفراد إلى تأجيل مهامهم .

10 - زيادة الرهاب الاجتماعي : يؤدي الاستخدام المفرط لشبكات التواصل الاجتماعي إلى زيادة الشعور بالوحدة والعزلة وبالتالي الإصابة بالرهاب الاجتماعي، فمن الممكن أن يفقد الإنسان ثقته في نفسه، ومظهره، وما يملك، وتمنعه من المشاركة في المناسبات الاجتماعية، والتعامل مع الأشخاص من حوله بشكل مباشر، الأمر الذي يسبب له العديد من المشاكل النفسية والصحية عند تعرضه لمثل تلك المواقف. [21]

### الفصل الثالث – الدراسة الميدانية التطبيقية

تلحق هذه الدراسة ضمن الدراسات المنهجية الكمية وهي الدراسات التي يتوصل الى نتائجها من خلال الاجراءات الاحصائية اي انها تكشف الدوافع و استخدام الجمهور لشبكات التواصل الاجتماعي والظاهرة في بعدها الاجتماعي والثقافي وتحديد خصائصها وفحص طبيعتها ومتغيراتها .

مجتمع البحث : مجتمع البحث بأنه مجموعة من الجمهور المستخدم شبكات التواصل الاجتماعي والذي يسعى الباحث الى اجراء الدراسة عليه , بمعنى ان كل فرد او وحدة او عنصر يقع ضمن مكونات ذلك المجتمع. وفي ضوء ذلك , فقد تكون مجتمع الدراسة مدينة الناصرية – محافظة ذي قار – العراق. وتم اختيار المجتمع بعناية مجموعة من العينات المتنوعة العشوائية التي تمثل جمهور المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعية .

للمجتمعات، حيث تسمح لمجموعاتٍ من المستخدمين الذين يشتركون في نفس الاهتمامات العلمية في مجالات كثيرة .

2 - منصة إعلامية حرة : تعد شبكات التواصل الاجتماعي بمثابة منصة إعلامية تمكن الأشخاص من التعبير عن آرائهم عبرها بحرية دون التقيد بأي قوانين قمعية تمنع حرية التعبير.

3 - تسهيل التواصل مع الآخرين : لشبكات التواصل الاجتماعي أهمية بالغة وكبيرة فيما يخص موضوع تواصل المستخدمين مع بعضهم البعض، إذ تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي طريقةً سهلةً للتواصل مع المستخدمين الآخرين، الذي من شأنه كسر الحواجز الثقافية بين المجتمعات المختلفة.

4 - زيادة الوعي بالقضايا المجتمعية : تسمح شبكات التواصل الاجتماعي لأفراد المجتمعات مناقشة قضايا مهمة بالنسبة لتلك المجتمعات سواء كانت قضايا بيئية، أو أخلاقية، أو غيرها، مما يزيد من وعي الناس بتلك القضايا، فضلاً عن أن التطرق لتلك القضايا والتوعية بها جعل كفة ميزان القوة الإعلامية تميل لصالح الجمهور، وهو ما يصعب على منصات الإعلام التقليدية تحقيقه.

5 - تعزيز القوة الاقتصادية : تستخدم العديد من شركات الأعمال والتجارة شبكات التواصل الاجتماعي بهدف التواصل مع زبائنهم والتسويق لمنتجاتهم، كما تتميز وسائل التواصل الاجتماعي اقتصادياً نظراً لقلّة الكلفة المالية اللازمة لعمل إجراءات اقتصادية بحثية في سوق معين .

6 - تقليل نسبة البطالة : تركز شبكات التواصل الاجتماعي نشر العديد من فرص العمل عبر منصاتهما، أصحاب العمل يلجأون إلى مواقع التواصل الاجتماعي للبحث عن الموظفين، يختارون شخصاً ما لشغل وظيفة معينة تبعاً للمعلومات التي تتوافر عن هذا الشخص عبر حسابات منصات التواصل الاجتماعي الخاصة بهم.

7 - شبكات التواصل الاجتماعي بأنها مجموعة التطبيقات والمواقع الإلكترونية التي تستخدم للتواصل مع الآخرين، ونشر المعلومات، ومشاركة المحتويات، وغيرها، ولهذه الوسائل العديد من الإيجابيات والسلبيات، فمن الآثار الإيجابية التي تسببها؛ العمل على تعزيز الإنتاج، والمساهمة في التواصل مع الآخرين، والعمل على زيادة الوعي في العديد من القضايا [120] .

أهم الآثار السلبية التي تعود على المجتمع نتيجة لسوء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

1 - الحد من التواصل المباشر : تعمل شبكات التواصل الاجتماعي من التواصل وجهاً لوجه بين أفراد المجتمع، حيث تتم العديد من الاتصالات عبر هذه الوسائل من خلال رسائل كتابية عبر لوحة مفاتيح الكمبيوتر أو الهاتف المحمول، وهذا الأمر من شأنه التأثير على مهارات التواصل الحقيقي مع الآخرين سلباً والحد منها.

2 - صعوبة إيصال المشاعر : تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي من القدرة على التواصل العاطفي بين أفراد المجتمع، حيث يقتصر الأمر خلالها بإرسال الرموز التعبيرية للتعبير عن الحزن أو السعادة، ولكن هذه الرموز التي يتم استخدامها لا تكشف بالضرورة حقيقة مشاعر صاحبها، وتؤثر هذا الأمر على العلاقات بين الأفراد.

3 - شبكات التواصل الاجتماعي تسبب الكسل : شبكات التواصل الاجتماعي أحياناً سبباً في شعور أفراد المجتمع بالكسل، حيث يتم الاستخدام المريح الذي توفره هذه الوسائل في سبيل التواصل مع الآخرين أسهل من عناء الذهاب إليهم

جدول رقم 4 يوضح استخدام العينات لشبكات التواصل الاجتماعي الابرز في الاعلام الالكتروني , فكانت الفيس بوك 375 بنسبة 97% - تويتر 130 بنسبة 33% - يوتيوب 300 بنسبة 78% - ماي سبيس 55 بنسبة 14% - المدونات 105 بنسبة 27% - المنتديات 155 بنسبة 40% - مجتمع المحتوى 92 بنسبة 23% - غرف الدردشة 35 بنسبة 9% .

**جدول رقم 5 -** يوضح ساعات استخدام الجمهور لشبكات التواصل الاجتماعي

عدد الساعات	التكرار	النسبة المئوية
اقل من ساعتين	46	11%
من 2 - 4 ساعة	127	33%
من 5 - 7 ساعة	135	35%
اكثر من 7 ساعة	64	16%
لا استخدم شبكات التواصل	12	3%

جدول رقم 5 - يوضح عدد الساعات استخدام الجمهور لشبكات التواصل الاجتماعي , فكان عدد المستخدمين قل من ساعتين 46 بنسبة 11% - من 2 - 4 ساعة كان 127 بنسبة 33% - من 5 - 7 ساعة كان عددهم 135 بنسبة 35% , وكان الاكثر من 7 ساعة فكان عدد المستخدمين 64 بنسبة 16% - بينما عدد المستخدمين الذين لم يستخدموا شبكات التواصل الاجتماعي كان عددهم 12 بنسبة 3% .

**جدول رقم 6 -** دوافع استخدامات الجمهور لشبكات التواصل الاجتماعي .

الدافع	التكرار	النسبة المئوية
البحث عن الاخبار والرسائل	175	45%
الحصول على الاخبار من مصادر مختلفة	132	34%
التفاعل والتعليق وابداء الرأي والمشاركة	146	38%
تبادل الصور والمقاطع الفيديوية الاخبارية	182	47%
متابعة الاستطلاعات وبناء الرأي العام	95	24%
ابرار المواهب الشخصية في الاعلام	68	17%
الفراغ والاشباع العاطفي	48	12%
الممارسة الديمقراطية والاصلاح	132	34%
العزلة وقضاء وقت الفراغ	108	28%

جدول رقم 6 يوضح اهم دوافع استخدام الجمهور لشبكات التواصل الاجتماعي - كانت البحث من الاخبار والمعلومات عددهم 175 بنسبة 45% - الحصول على الاخبار من مصادر مختلفة كان العدد 132 بنسبة 34% - التفاعل والتعليق وابداء الرأي والمشاركة كان العدد 146 بنسبة 38% - تبادل الصور والمقاطع الفيديوية الاخبارية كان عدد المستخدمين 182 بنسبة 47% - متابعة الاستطلاعات وبناء الرأي العام كان العدد 95 بنسبة 24% - ابرار المواهب الشخصية في الاعلام كان عدد المستخدمين 68 بنسبة 17% , الفراغ والاشباع العاطفي كان عدد المستخدمين 48 بنسبة 12% - الممارسة الديمقراطية والاصلاح

العينات : هي الجزء الذي تم اختياره من المجتمع لتطبيق الاجراءات عليه ومن ثم يتم تعميم النتائج على بقية افراد المجتمع البحثي وتم التوصل على معلومات تم الحصول عليها من العينات والتي اختيرت بعناية فائقة ووفق معايير تحقق الاختلاف في الخصائص والتعرض والاتجاهات والاستخدامات والدوافع الجمهور للمشاركة والتفاعل في شبكات التواصل الاجتماعي وكان عدد العينات المختارة (384) عينة من الجنسين باختلاف الخصائص الديمغرافية وتم توزيع استمارات الاستبيان لأجابة على محاور الدراسة .

**جدول رقم 1 :** متغير الجنس (النوع)

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	234	61%
انثى	150	39%

جدول 1, يوضح عدد المشاركين في اداة الاستبيان الذكور 234 بنسبة 61% , وعدد الاناث 150 بنسبة 39% .

**جدول رقم 2 :** متغير العمر .

العمر	التكرار	النسبة المئوية
اقل من 25 سنة	71	18%
من 26 - 35 سنة	128	33%
من 36 - 45 سنة	125	32%
اكثر من 45 سنة	60	17%

جدول 2. يوضح متغير العمر للعينات المشاركة , اقل من 25 سنة كان 71 بنسبة 18% - من 26 - 35 سنة كان 128 بنسبة مئوية 33% - من 36 - 45 كان 125 بنسبة 32% - اكثر من 45 سنة كان عددهم 60 بنسبة 17%

**جدول رقم 3** متغير المستوى العلمي ,

المستوى العلمي	التكرار	النسبة المئوية
الدراسة المتوسطة	22	5%
الدراسة الاعدادية	94	24%
الدراسة الجامعية	223	58%
الدراسة الماجستير والدكتوراه	45	13%

جدول رقم 3 يوضح كان العينات - حاملو الدراسة المتوسطة 22 بنسبة 5% - حاملو شهادة الاعدادية 94 بنسبة 24% - حاملو الشهادة الجامعية 223 بنسبة 58% - حاملو الشهادة العليا من الماجستير والدكتوراه 45 بنسبة 13% .

**جدول رقم 4 -** يوضح استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ( الاكثر استخداما )

شبكات التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية
الفيس بوك	375	97%
تويتر	130	33%
يوتيوب	300	78%
ماي سبيس	55	14%
المدونات	105	27%
المنتديات	155	40%
مجتمع المحتوى	92	23%
غرف الدردشة	35	9%



العقول محاولة لأفراغها من كل ما يتصل بالحفاظ على تقاليد المجتمع وتحسينه من مخاطر العولمة الاعلامية .

3 – كشفت شبكات التواصل الاجتماعي اسباب الاستخدام وتحقيق الحاجات والاشباع التي يطلبها الجمهور وتباينت الاستخدامات والاشباع والحاجات المتحققة من جراء استخدام الوسائط والتطبيقات الاعلامية .

4 – كشفت الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي سلاح ذو حدين من حيث التأثير الاعلامي بوجود التأثيرات الايجابية التي ترافق المستخدم في طبيعة تعامله مع المجتمع ومن جانب اخر هناك تأثيرات سلبية تشكل مصاعب ومخاطر كبيرة وبروز ظواهر اعلامية خطيرة منها الغزو الثقافي وظاهرة التعاطي ونمو الارهاب وظاهرة العولمة بالاضافة الى الانتهاكات الاخلاقية والجرائم الالكترونية .

5 – كشفت الدراسة ان التأثير الاعلامي لشبكات التواصل الاجتماعي يكون مرتبط بالمستخدمين حسب المتغيرات النوع (الجنس) والعمر والمستوى العلمي والشرائح الاكثر تضررا هي شريحة الشباب من كلا الجنسين والاقل مستوى علمي نظرا لعدم القدرة على مواجهة خطر شبكات التواصل الاجتماعي .

6 – كشفت الدراسة بأن عدد المستخدمين الذين تتأثر ثقافتهم جراء دوافعهم من جراء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي سلبا أو ايجابا بزيادة ونقصان حجم استخدام اليوم لشبكات التواصل الاجتماعي وحسب نظريات الاتصال في التأثير الاعلامي يزداد حجم التأثير ونقصانه بعدد ساعات الاستخدام اليومي لشبكات التواصل .

#### المقترحات

1 – عقد ندوات تثقيفية من قبل الكوادر الاعلامية الاكاديمية والمهنية وتوجيه الجمهور بالاستخدام الامثل لشبكات التواصل الاجتماعي وتحسينهم من مخاطر وسلبات وسائط وتطبيقات التواصل الاجتماعي .

2 – عقد ندوات اعلامية متخصصة من قبل اساتذة كليات واقسام الاعلام في مقرات المدارس المتوسطة والثانوية والجامعات بخصيص تفعيل التربية الاعلامية الرقمية ودورها في تعزيز القيم الاخلاقية والتربوية لدى الطلبة لتحسينهم من مخاطر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وتوجيه الطلبة باستثمار شبكات التواصل الاجتماعي بشكل ايجابي في مجال التعليم الالكتروني. 3 - تأسيس مرصد اعلامي يتشكل من لجان اعلامية وتربوية وقانونية تمنح لها الصلاحيات الواسعة بمراقبة الوسائط والتطبيقات ومحتوى ومضامين الرسائل الاعلامية الصادرة ورفع تقارير بخصوص تحديد المحتوى الاعلامي الهابط .

4 - تشريع قانون هيئة الاعلام والاتصال يتضمن فقرات قانونية تنظم عمل شبكات التواصل الاجتماعي الاجتماعي في العراق وتحديد السلبات في نشر المحتوى الاعلامي التي ينص على معاقبة المخالفين بما يكفل حماية حقوق الانسان العراقي من الانتهاكات المتكررة في الفضاء الالكتروني الواسع .

#### المصادر والمراجع

1. د. الحاج , كمال , نظريات الاعلام والتواصل , منشورات الجامعة الافتراضية السورية , 2020 , ص94
2. د.عبد الجواد , محمد , نظريات الاعلام والتواصل , عمان , الاردن , 2015 , ص86.
3. حسونه , نسرين , الاعلام الجديد المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف

كان عدد المستخدمين 132 بنسبة 34% , العزلة وقضاء وقت الفراغ كان عدد المستخدمين 108 بنسبة مئوية 28%.

**جدول رقم 7 –** الصعوبات والتحديات والسلبات التي تواجه المستخدم في شبكات التواصل الاجتماعي

سلبات شبكات التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية
انتهاك الخصوصية والملكية العامة	98	25%
تساهم بنشر الثقافة الغربية	156	40%
ترويج الفكر الارهابي ونشر العمليات الارهابية	225	58%
تزايد الانتهاكات الاخلاقية المختلفة	128	33%
خلق الفتنة والتفكك بين ابناء البلد الواحد	92	23%
نشر المعلومات مجهولة المصدر	74	19%
عدم وجود قواعد ومواثيق اعلامية تنظم العمل	183	47%
نشر الشائعات والتضليل الاعلامي	156	40%
تساهم بنشر الجرائم الالكترونية	97	25%

جدول رقم 7 يوضح الصعوبات والتحديات والسلبات التي تواجه المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي فكانت انتهاك الخصوصية والملكية الخاصة كان العدد المستخدمين المصوتين 98 بنسبة 25% - تساهم الشبكات بنشر الثقافة الغربية كان عدد المشاركين المصوتين 156 بنسبة 40% - ترويج الفكر الارهابي ونشر العمليات الارهابية كان عدد المشاركين المصوتين 225 بنسبة 58% - تزايد الانتهاكات الاخلاقية الاجتماعية كان عدد المستخدمين المصوتين 128 بنسبة 33% - خلق الفتنة والتفكك بين ابناء البلد الواحد كان عدد المستخدمين المصوتين 92 بنسبة 23% - نشر معلومات مجهولة المصدر كان عدد المستخدمين المصوتين 74 بنسبة 19% - عدم وجود قواعد ومواثيق اعلامية تنظم العمل كان عدد المستخدمين المصوتين 183 بنسبة 47% - نشر الشائعات والتضليل الاعلامي كان عدد المستخدمين المصوتين 156 بنسبة 40% - تساهم شبكات التواصل بنشر الجريمة كان عدد المستخدمين المصوتين 97 بنسبة 25%.

**الفصل الرابع النتائج المتحققة من الدراسة :** كشفت نتائج الدراسة لموضوع دوافع استخدام الجمهور لشبكات التواصل الاجتماعي, العديد من النتائج التي تمحورت عنها الدراسة باختلاف الجنس والعمر والمستوى العلمي للمستخدمين , ومنها الكشف عن اهم المواقع في شبكات التواصل الاجتماعي والتعرف على طبيعتها واهم خصائصها ومعرفة اسباب استخدامها والدوافع التي يبحث عنها المستخدم لاشباع حاجاته ورغباته والوقوف على المتغيرات والتحولت الثقافية والسياسية والاقتصادية والفكرية والدينية والقضايا ذات الاهتمام المحلي والاقليمي والدولي والتي تؤثر على ثقافة المستخدم من جراء استخدامه النشاط لشبكات التواصل الاجتماعي المتنوعة يمكن ادراجها بالنقاط التالية :-

1- شبكات التواصل الاجتماعي توفر افضل الظروف للتفاعل والحوار ونشر المعلومات والاخبار ومعرفة اهم القضايا الجوهرية وتعبئة الرأي العام تجاهها وممارسة عملية الاصلاح والديمقراطية ومراقبة عمل الحكومة .

2 - وفرت شبكات التواصل الاجتماعي فرصة ايداء الحرية الافتراضية وحرية التعبير لدى الجمهور في الكثير من الممارسات السلوكية يقابلها سيطرة مطلقة وهيمنة الدول الغربية على ابراز ثقافات الدخيلة على مجتمعا , من خلال الغزو الثقافي والعولمة الغربية من خلال التقليد الممارسات السلبية والسيطرة على

- 11, 2014, ص 11,
4. البشر , محمد بن سعود , نظريات التأثير الاعلامي , ط 1 , مكتبة الملك فهد الوطنية , الرياض , 2014 , ص 32 .
  5. ابو شعيرة , خالد محمد , الثقافة وعناصرها , ط 1 , دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع , عمان , الاردن , 2015 , ص 15 .
  6. شيخاني , سميرة , الاعلام الجديد في عصر المعلومات , مجلد دمشق مجلد 26 , العدد 1 , 2010 , ص 21
  7. مصطفى , صادق عباس , الاعلام الجديد – المفاهيم والوسائط والتطبيقات , ط 1 , دار الشروق , عمان , الاردن , 2009 , ص 36 .
  8. مصطفى , صادق عباس , الاعلام الجديد , دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة , البوابة العربية لعلوم الاعلام والاتصال , 2011 , ص 35-36 .
  9. محارب , بن سعد , الاعلام الجديد , ط 1 , جداول للنشر والتوزيع , لبنان , 2011 , ص 54 .
  10. Daniel Nations (17-12-2018), ["What Is Social Media?"](#)
  11. مكايي , عماد حسن , نظريات الإعلام , الدار العربية , القاهرة , 2009 , ص 109
  12. تأليف هوف بروكس , ترجمة عاصم سيد عبد الفتاح , ط 1 , وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع , المجموعة العربية للنشر , القاهرة , 2017 , ص 55 .
  13. رايس , ابتسام علي , المجلة العربية للابحاث في العلوم الانسانية , جامعة زيان عاشور , السنة الثامنة العدد 25 , الجزائر , 2016 , ص 501 .
  14. راضي , زاهر , استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي , مجلة التربية العدد 15 , جامعة عمان الاهلية , عمان , 2003 .
  15. الحمامي , الصادق , الميديا الاجتماعية والارهاب , اتحاد الدول العربية , تونس , 2015 , ص
  16. بابكر مصطفى معتمد , أيديولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام , مركز التنوير , الخرطوم , 2014 , ط 1 , ص 191-192 .
  17. العجمي عبد الله معوض راشد , , الاعلام الجديد ووسائله , عمان , 2009 , ص 387
  18. الموسوي جواد وأخرون , الاعلام الجديد , جامعة بغداد , العراق . 2011 , ص 56 .
  19. عبد الرحمن , عواطف , حرية الاعلام وتحديات العولمة , مجلة الدراسات الاعلامية , المركز العربي الاقليمي , القاهرة , العدد 93 , , 2016 , ص 73
  20. الشاعر , عبد الرحمن بن ابراهيم , مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني , ط 1 , دار الصفاء للنشر والتوزيع , عمان , الاردن , 2015 , ص 68 .
  21. الدليبي , عثمان محمد , مواقع التواصل الاجتماعي عن قرب , ط 1 , دار غيداء للنشر , عمان , الاردن , 2020 , ص 21 .