استخدامات طلاب الجامعات العراقية لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية

أم د. محمد حسين علوان
كلية الأعلام / جامعة واسط

الكلمات المفتاحية:
طلاب الجامعات العراقية, مواقع التواصل الاجتماعي, الأزمات السياسية

Keywords
Iraqi universities students' social networking, Political Crises

المستخلص:
تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تهتم بدراسة واقع الأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها وتفسيرها، بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة، إما لتصحيح هذا الواقع أو تحديثه أو استكماله أو تطويره ، ولا تقف الدراسات الوصفية عند حدود الوصف والتشخيص بل تتجاوز ذلك إلى وصف العلاقات السببية لأغراض اكتشاف الحقائق المرتبطة بها وتعميمها
يعد هذا البحث من الدراسات الوصفية المسحية والتي تستخدم المسح للحصول على المعلومات وحيث أن هذا البحث يتناول اعتماد الشباب العراقي على شبكات التواصل الاجتماعي وذلك للتعرف على هذا التعرض و أنماطه، وكذلك الوصول إلى استخداماتهم والأشباعات المتحققة لهم جراء ذلك الاستخدام والعوامل المؤثرة على هذا الاستخدام .ولقد تم اختيار عينة طبقية مكونة من مائتا مفردة من الشباب العراقي بعدد متساوي من الجنسين من طلاب المرحلة الجامعية ومن بين هؤلاء الطلبة قام الباحث باختيار عينة من طلبة جامعتي بغداد وجامعة النهرين حيث يفترض بأن سائر مدن العراق تتشابه ثقافيا وفكريا لكون بغداد هي العاصمة التي تضم أفراد من المناطق المختلفة فإنها تعد ممثلة لجميع مدن العراق . وتمكنت مواقع التواصل الاجتماعي مثل "الفيسبوك" وغيرها "توتير" و "لينكد ان" في العالم وفي منطقة الشرق الأوسط على وجه التحديد ان تستقطب اهتماماً وإقبالاً متزايداً في الاشتراك والاستخدام منذ بداية العام الماضي، مع تواصل الأحداث السياسية والشعبية التي اندلعت في تونس، وامتدت بعد ذلك في كل من مصر، اليمن، البحرين، سورية، لما توفره هذه الشبكات من مساحات واسعة للتواصل والتعبير عن الرأي, شملت عينة هذا البحث على عينة عشوائية طبيعية بلغ تعدادها200 مبحوثا من الشباب من (طلبة جامعتي بغداد والنهرين) ومن الجنسين وممن تتراوح أعمارهم ما بين (18-35) سنة وذلك لإمكانية الأعمار الأكبر على إعطاء معلومات و بيانات ،وآراء صائبة.

Abstract
Iraqi universities students' uses of social networking sites
In Awareness of Political Crises - a field study
By
Assistant prof. dr. Mohammed Hussein Alwan
College of Media / University Of Wasit
:Research problem
The problem of the study is determined in identifying the Iraqi universities students' use of social networking sites in raising awareness of political crises, and the extent of their success .in using these sites to convey facts and sound information about political crises
:research aims

The research aims to find out the extent to which Iraqi universities students use social media to raise awareness of political crises, the most important of these sites they used, and the extent of their success in using these sites to convey facts and sound information about political crises to the public, in addition to identifying the problems they faced in using these . .sites

These objectives were formulated in a set of questions, the answers of which achieve the :objectives of the study

What are the most important social networking sites used by Iraqi university students to ?raise awareness and introduce the political crises

?How do Iraqi university students use social media to raise awareness of political crises

How successful are Iraqi university students in using social media to raise awareness of the political crises?

What are the most important problems and obstacles that Iraqi university students have ?faced while using social networking sites to raise awareness of the political crises

What do Iraqi university students suggest to develop their use of social networking sites in ?raising awareness of the various aspects of political crises

Research and sample community

The research community is Iraqi universities students, and the researcher chose the university student community as they represent the group of young people, most of whom depend on social media networks, and they are the group most able to use these networks and who can contribute to the exploitation of these means in the service of awareness of political crises by disseminating honest information about This issue individually and .collectively

The research sample

The sample of this research included a normal random sample of 200 respondents from (students of Baghdad and Nahrain universities), both genders, and those whose ages ranged between (18-35) years, due to the possibility of older ages to give information, data, and correct opinions

مقدمة :

برزت في الآونة الأخيرة مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت وحظيت بانتشار كبير على الصعيد العالمي، بل وقد بات بعضـها من أكثر المواقع زيارة في العالم، حتى إنها أصـبحت تطغى على ما كان يعرف في علم الاجتماع بـــ (المكان الثالث) أي المكان الذي يلجأ إليه الإنسان بعد مكانه الأول (البيت) ومكانه الثاني (العمل أو المدرسة او الجامعة) .. لقد أصبح واضحاً أن المكان الثالث أصبح مكاناً إليكترونياً بامتياز(1) . وتعرف مواقع التواصل الاجتماعي، بأنها خدمات يتم إنشاؤها وبرمجتها من قبل شركات كبرى لجمع اكبر عدد من المستخدمين والأصدقاء ومشاركة الأنشطة والاهتمامات، وللبحث عن تكوين صـداقات والبحث عن اهتمامات وأنشـطة لدى أشـخاص آخرين يتشـاركون معهم بإحدى الاشـتراكات الفكرية أو غيرها , وتوفر هذه الخدمات ميزات مثل المحادثة الفورية والتراسل العام والخاص ومشاركة الوسائط المتعددة من صـوت وصـورة وفيديو والملفات، وقد اسـتقطبت هذه الخدمات ملايين المسـتخدمين من شـتى بلاد العالم (2). ويرى بعض الباحثين أن ظهور مواقع التواصل الاجتماعي يعد واحداً من أهم أحد عشر تقنية ظهرت خلال العقد الأول من القرن الواحد و العشرين و التي تشمل[3] : الهواتف الذكية ,وتقنيات نقل الصوت عبر الإنترنت باستخدام برامج الاتصال ، ونظم الإنارة المعتمدة على الصمامات الثنائية التي يمكن ضبطها لإصدار أنواع مختلفة من الألوان الضوئية ، وأجهزة الحاسب ذات أسس التشغيل المتعددة ، وتقنيات نقل إعدادات الحواسب لاسلكيا أو ما يعرف بالـــ Cloud Computing ، و نظام الطائرات التي تعمل بدون طيار ، و المركبات التي صممت لاستكشاف الكواكب في الفضاء الخارجي ,وتقنية الموصلات الكهربية المرنة وتقنية التصـوير الرقمي ، والتقنية الرقمية لتكبير الصـوت إلكترونيا.وبصـفة عامة هناك تزايد ملحوظ في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وخصوصاً في السنتين الأخيرتين. وقد بدأت مواقع التواصل الاجتماعية في الظهور

في أواخر التسعينات عام 1995، بيد أنها شهدت نقلة نوعية مع افتتاح الفيسبوك في عام 2003، حيث برز عن غيره من الشبكات بما يوفر من خدمات لا توفرها غيره، من بينها مساعدتهم على الالتقاء بالأصدقاء القدامى، وصناعة كيان عام من خلال الإدلاء والمشاركة بما يريدون من معلومات حول أنفسهم واهتماماتهم ومشاعرهم ، إلى جانب نجاحه في تحقيق الكثير من الاشباعات النفسية والاجتماعية والسياسية(4). "واستطاعت مواقع التواصل الاجتماعي مثل "الفيسبوك" وغيرها "توتير" و "لينكد ان" في العالم وفي منطقة الشرق الأوسط على وجه التحديد ان تستقطب اهتماماً وإقبالاً متزايداً في الاشتراك والاستخدام منذ بداية العام الماضي، مع تواصل الأحداث السياسية والشعبية التي اندلعت في تونس، وامتدت بعد ذلك في كل من مصر، اليمن، البحرين، سورية، لما توفره هذه الشبكات من مساحات واسعة للتواصل والتعبير عن الرأي".(5)

مشكلة البحث:

تتحدد مشكلة الدراسة في التعرف على استخدام طلبة الجامعات العراقية لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية، ومدى نجاحهم في استغلال هذه المواقع في إيصال الحقائق والمعلومات السليمة عن الأزمات السياسية

.

أهداف البحث:

يهدف البحث إلى معرفة مدى استخدام طلاب الجامعات العراقية لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية، وأهم هذه المواقع التي استخدموها، ومدى نجاحهم في استغلال هذه المواقع في إيصال الحقائق والمعلومات السليمة عن الأزمات السياسية إلى الجمهور، بالإضافة للتعرف على المشاكل التي واجهتهم في استخدام هذه المواقع.

وقد تمت صياغة هذه الأهداف في مجموعة من التساؤلات التي تحقق الإجابة عنها أهداف الدراسة:

1. ما أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها طلاب الجامعات العراقية في التوعية والتعريف بالأزمات السياسية ؟
2. كيف يستخدم طلاب الجامعات العراقية مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية ؟
3. ما مدى نجاح طلاب الجامعات العراقية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية ؟
4. ما أهم المشاكل والمعوقات التي واجهت طلاب الجامعات العراقية خلال استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في التوعية بالأزمات السياسية ؟
5. ما الذي يقترحه طلاب الجامعات العراقية لتطوير استخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بمختلف جوانب الأزمات السياسية ؟

الدراسات السابقة :

1- "دراسة نرمين خضرحول الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية:دراسة على مستخدمي الفيسبوك(2009) تسعى الى التعرف على دوافع استخدام الشباب المصري لموقع الفيسبوك، والكشف عن طبيعة العلاقات الاجتماعية والصداقات التي يكونها الشباب المصري وأولوية تفضيلهم لها عند التعامل مع أصحابها، والتعرف على طريقة تعبير عينة الدراسة عن حالتهم النفسية والاجتماعية من خلال استخدامهم موقع الفيسبوك.وكان من أهم نتائجها:أن أبرز مصادر معرفة طلبة جامعة القاهرة والجامعة البريطانية بموقع الفيسبوك هم الأصدقاء والمعارف بنسبة 36%,أن دافع التسلية والترفيه يأتي على رأس قائمة دوافع استخدام طلاب الجامعة لموقع الفيسبوك, لا توجد علاقة بين الطريقة التي يقدم بها طلاب الجامعات أنفسهم للآخرين على موقع الفيسبوك والجامعة التي يدرسون بها, وأن مشاهدة ألبومات الصور الخاصة بالأصدقاء تأتى على رأس قائمة الأنشطة التى يمارسها المبحوثون على موقع الفيسبوك بنسبة 76.5%.اتفقت مجموعة طلاب جامعة القاهرة والجامعة البريطانية(ذكور وإناث)على أن التفاعل الاجتماعي بين الأشخاص عبر موقع الفيسبوك يؤدى إلى تنمية المهارات الشخصية والخبرات الحياتية والتعامل مع الآخرين، من أهم مزايا الفيسبوك التواصل مع الأصدقاء ومواكبة ما يجرى والتعرف على مزاج الأصدقاء ويجدد العلاقات بأصدقاء الماضي وإبداء الرأي الحر".(6)

2- "دراسة بعنوان الطـــلاب والشبكـــات الاجتماعية مع التطبيق على عينة من طلبة كلية الفنون والإعلام بجامعة الفاتح في ليبيا لمستخدمين للفيسبوك كشبكة بهدف البحث في الاشباعات المتحققة من جراء استخدامه. وتوصلت الدراسة الى إن الفيسبوك كشبكة اجتماعية يستخدم من معظم الطلبة وهم من يخبرون بعض عنه ،وان السبب الرئيسي لاستخدامه هو اكتساب معارف وتعمق أكثر بالعالم والتواصل مع أناس ذا اهتمام مشترك .كما اجمع كل الطلبة ان الاستخدام المفرط للفيسبوك يؤدي إلى الانشغال عن القراءة ويؤدى إلى الكسل والتراخي .إما عن النتائج من حيث الاشباعات فكانت:إن الفيسبوك كشبكة اجتماعية يشبع الطلبة معرفيا ويزود الطلبة بمعرفة متعمقة بالعالم, وأيضا للفيسبوك إشباع اجتماعي حيث انه يخلق جو

اجتماعي وتواصل بين الزملاء حتى في أوقات العطلات,للفيسبوك إشباع فكري حيث انه طرح أفكار جديدة للتواصل بين الطلبة ويناقشون مع بعض مناهج الدراسة والمحاضرات واكتشافهم طرق أفضل لمراجعة الدروس"(7) .

3- "استطلاع **للرأي العام أجراه مركز شؤون المرأة في غزة بفلسطين،** وتبين منه ان 84% من المبحوثين لديهم حساب في إحدى شبكات التواصل الاجتماعي حيث بلغت نسبة الذكور 52% إما نسبة الإناث فكانت 48%. واحتل موقع الفيس بوك المرتبة الأولى في الاستخدام بنسبة 81.2% ،وأوضح 17.4% أن من العينة ان لديهم حساب على اليوتيوب (You Tube),كذلك صرح 7.9% من عينة الاستطلاع وجود حساب لديهم على موقع توتير و شملت الدراسة الاستكشافية ما يقارب 180 مشارك من مختلف فئات المجتمع شملت الذكور والإناث وتضمنت جهات مختلفة مثل القطاع الخاص والمنظمات الأهلية والمنظمات الحقوقية والنسوية، النقابات المهنية، وفئة الموظفين والطلاب والأكاديميين**".(8)**

فرضيات البحث:

1- توجد علاقة أرتباطية ذات دلالة إحصائية في مستوى استخدام طلبة الجامعات العراقية لشبكات التواصل الاجتماعية في التوعية بالأزمات السياسية بين كلٍ من الذكور والإناث.

2- توجد علاقة أرتباطية ذات دلالة إحصائية في معدل النجاح في التوعية بالأزمات السياسية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بين طلاب الجامعات العراقية .

3- توجد علاقة أرتباطية بين معدل استخدام طلاب الجامعات العراقية لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية ، ومعدل نجاحهم في زيادة الوعي بهذه القضية.

الإطار النظري للبحث :

تعتمد هذه الدراسة على مدخل الاستخدامات والأشباعات الذي تبلور في بداية السبعينيات من القرن الماضي ، ويعد هذا المدخل محاولة لتفسير طريقة استخدام الإفراد لوسائل الإعلام بوصفها مصدرا مهما وحيويا لإشباع حاجاتهم ومتطلباتهم(9), ووفقا لهذا المدخل الذي ينظر إلى الجمهور عل أساس انه نشط وليس سلبيا يستخدم الجمهور وسائل الإعلام وليس العكس، إي إن الإفراد هم الذين يتحكمون في تعرضهم لوسائل الإعلام(10), وهنا تتنافس وسائل الإعلام مع المصادر الأخرى التي تسعى لإشباع حاجات الإفراد وأهدافهم من التعرض لوسائل الإعلام لحل مشاكلهم ولإشباع حاجاتهم مثل البحث عن المعلومات والاتصال الاجتماعي والترفيه والتعليم..الخ(11) ,ومن هنا يختار الإفراد من مضامين وسائل الإعلام ما يتناسب مع رغباتهم، وما يشبع حاجاتهم إلى الإعلام والتسلية والتعليم الاجتماعي.

وقد شهد مدخل الاستخدامات والأشباعات العديد من التطورات والتغيرات، ولم يعد يركز عليها فقط بل على الأمور النفسية والاجتماعية لإفراد الجمهور في تحديد ما يحصل عليه الإفراد من وسائل الإعلام .اي ان هذا المدخل يعطي أهمية خاصة للجوانب الاجتماعية(12) ويتمثل تطوير المدخل في دراسة الإعلام الجديد التي تعد شبكات التواصل الاجتماعي إحدى صوره منها تحديد دوافع اشباعات خاصة بالإعلام الجديد، مثل استكشاف كل ما هو جديد في العالم الخارجي والتفاعل والحضور الافتراضي.

وقد طور "اليكس تان" قائمة أكثر عمومية وشمولية لحاجات الناس بالنسبة للرسائل الإعلامية وهي:حاجات معرفية، وجدانية، شخصية، اجتماعية وهروب من الواقع(13), وأكدت هذه الحاجات نجوى عبد السلام في دراستها حول أنماط ودوافع استخدام الشباب المصري لشبكة الانترنت**(14) .**

وسيصبح هذا المدخل منطلقا لبحثنا الحالي ، وسيتم الأخذ به للوقوف على استخدامات / اشباعات الشباب العراقي لاحتياجاتهم.

نوع البحث:

"تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تهتم بدراسة واقع الأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها وتفسيرها، بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة، إما لتصحيح هذا الواقع أو تحديثه أو استكماله أو تطويره ، ولا تقف الدراسات الوصفية عند حدود الوصف والتشخيص بل تتجاوز ذلك إلى وصف العلاقات السببية لأغراض اكتشاف الحقائق المرتبطة بها وتعميمها"(15) .

منهج البحث:

يعد هذا البحث من الدراسات الوصفية المسحية والتي تستخدم المسح للحصول على المعلومات وحيث أن هذا البحث يتناول اعتماد الشباب العراقي على شبكات التواصل الاجتماعي وذلك للتعرف على هذا التعرض و أنماطه، وكذلك الوصول إلى

استخداماتهم والأشباعات المتحققة لهم جراء ذلك الاستخدام والعوامل المؤثرة على هذا الاستخدام .ولقد تم اختيار عينة طبقية مكونة من مائتا مفردة من الشباب العراقي بعدد متساوي من الجنسين من طلاب المرحلة الجامعية ومن بين هؤلاء الطلبة قام الباحث باختيار عينة من طلبة جامعتي بغداد وجامعة النهرين حيث يفترض بأن سائر مدن العراق تتشابه ثقافيا وفكريا لكون بغداد هي العاصمة التي تضم أفراد من المناطق المختلفة فإنها تعد ممثلة لجميع مدن العراق .

أداة البحث:

استخدمت هذه الدراسة أداة واحدة هي أداة الاستبيان: "وهو أحد الأساليب المستخدمة في جمع بيانات أولية من العينة المختارة عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المعدة سلفاً للتعرف على حقائق معينة أو وجهات نظر المبحوثين أو الدوافع والعوامل المؤثرة فيهم"(16) واعتمد الباحث أداة الاستبيان المقنن التي تضم أسئلة منغلقة فقط.

مجتمع البحث والعينة:

مجتمع البحث هو طلاب الجامعات العراقية واختار الباحث مجتمع طلاب الجامعات بصفتهم يمثلون فئة الشباب الذين يعتمد معظمهم على شبكات التواصل الاجتماعي، وهم الفئة الأكثر قدرة على استخدام هذه الشبكات والذين يمكن أن يسهموا في استغلال هذه الوسائل في خدمة التوعية بالأزمات السياسية من خلال نشر المعلومات الصادقة عن هذه القضية بشكل فردي وجماعي.

عينة البحث :

شملت عينة هذا البحث على عينة عشوائية طبيعية بلغ تعدادها200 مبحوثا من الشباب من (طلبة جامعتي بغداد والنهرين) ومن الجنسين وممن تتراوح أعمارهم ما بين (18-35) سنة وذلك لإمكانية الأعمار الأكبر على أعطاء معلومات و بيانات ،وآراء صائبة.

أداة جمع المعلومات :

استخدام الباحث أداة الاستبيان بالمقابلة لتحقيق أهداف البحث و فروضه و التي اشتملت على محاور عديدة لمعرفة على مدى مصداقية المضامين الخبرية لشبكات التواصل الاجتماعي.

الصدق والثبات :

أ- الصدق :

استعمل الباحث طريقة الصدق الظاهري من أجل الوصول الى صدق استمارة الأستبانة وذلك بعرضها على مجموعة من المحكمين(*) لاختبار مدى صلاحيتها لأجراء الدراسة الميدانية وتحقيق أهدافها ومدى ملائمتها لقياس متغيرات الدراسة, وقد أجرى الباحث التعديلات التي أوصى بها المحكمين على بعض الأسئلة وإضافة أسئلة أخرى على أصل الاستمارة وفق ما رأوه مناسبا.

ب- الثبات :

قام الباحث باختبار الثبات عن طريق أعادة الاختبار (Re- Test) على عينة بلغت 10% من المجموع الكلي لأفراد عينة الدراسة (20) مبحوثا, وذلك بعد مرور أسبوعين على انتهاء التطبيق الأول, باستعمال المعادلة الآتية :

$$\text{نسبة الثبات} = \frac{\text{عدد الإجابات المطابقة لأسئلة الاستمارة}}{\text{مجموع الأسئلة}}$$

وقد بلغت نسبة الثبات 0,88 وهي نسبة مرتفعة مما يعني ثبات استمارة الأستبانة

التخطيط الإعلامي في مواجهة الأزمات:

إن المهتمين بدراسة الأزمات قد التقوا عند نقطة مهمة مفادها ضرورة الاستعداد والتخطيط للبرامج الخاصة بالتصدي للأزمات كون ذلك يحقق الفائدة المرجوة(17). اذ يرى احد الباحثين انه لا يمكن التعامل مع الأزمة في إطار من العشوائية والارتجالية ، بل يجب ان يخضع التعامل مع الأزمة للمنهج الإداري السليم وحماية الكيان من أي تطورات غير محسوبة يصعب عليه احتمال ضغطها، وهو يرى أن التخطيط يعد بمنزلة الإطار العام الذي يتم في نطاق التعامل مع الأزمات وهو ما يعني التحديد المسبق لما يجب عمله، وكيفية القيام به ؟ ومتى ؟ ومن الذي سيقوم به؟(18).

الإعلام في الأزمات :

للإعلام دور مهم وكبير وهو أحد أسلحة العصر الحديث وأداة لصنع الأحداث والتأثير في مجرياتها وكوسيلة لنقل الأخبار لما يتمتع من قدرات هائلة تساعده على الانتقال بسرعة فائقة واجتيازه الحدود، يمكن استخدام الإعلام كأداة فعالة في إدارة الأزمات(19). إذ يمكننا ان نؤشر بعض النقاط التي تبين لنا أهمية الإعلام في الأزمات ومنها(20):

- يشكل الإعلام المعاصر خط التماس الأول للتعامل مع الأزمة. ان آنية الإعلام وموضوعية رؤيته ومرونته وتنوعه أمور تجعله الفعالية الأكثر تأصيلا للتعاطي مع الأزمة منذ مراحلها المبكرة .
- أصبح الإعلام المعاصر الشاشة العريضة التي تظهر عليها وتوضح وتكشف مختلف الصراعات والأزمات في المجالات كافة وهذا ما يفسر تعدد وتعمق الروابط والهوامش المشتركة بين الإعلام والعلوم والمجالات المختلفة
- يقوم الإعلام بدور مؤثر عند مواجهته للازمات وباتجاهين .

الأول : يساعد في إدارة الأزمة بفعالية ونجاح .

الثاني : يحاول الحفاظ على الصـــورة الايجابية للمنظمة تجاه جماهيرها الداخلية والخارجية كما تعكس أهمية وســـائل الإعلام عند مواجهة الأزمة عن طريق زيادة اعتماد الجمهور عليها في معرفة تفاصيل تلك الأزمات ، فهي تمثل المصدر الرئيس للمعلومات عن الأزمة لدى الجمهور ، وأيضـا في تشـكيل اتجاهاته نحو الأزمة وكيفية إدارتها ، وقد أكدت الكثير من الدراسـات ان الجمهور بكل فئاته يعتمد على وسـائل الإعلام كمصـدر رئيس لمعرفة تفاصـيل الأزمات و تظهر أهمية وسـائل الإعلام أيضـا في مجال السيطرة على الشـائعات التي تنتشر بسـرعة بالغة وقت الأزمة ، والتي تكون لها تداعيات ســلبية على إدارة الأزمة ، فهي غامضـــة لطبيعتها ومن الصـــعب معرفة مصـــادرها لعدم توفر المعلومات الكافية عن الأزمة(21).

نتائج البحث الميدانية :

مقدمة :

يتناول هذا المبحث نتائج الدراسة الميدانية والتي تم أجراؤها على (200) مبحوث من الذين يتعرضون لمواقع التواصل الاجتماعي وممن يتعرضون لقضايا الأزمات السياسية والتي أجريت للمدة من 2018/10/1ولغاية 2018/10/31, وكانت النتائج كالآتي :

أولا :سمات عينة البحث :

جدول (1) يوضح جنس المبحوثين

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	109	54,5
أنثى	91	45,5
المجموع الكلي	200	**% 100**

"جدول رقم (2) يمثل الجامعة التي يدرس فيها المبحوثون"

جامعة بغداد		جامعة النهرين		المجموع	
ك	**%**	**ك**	**%**	**ك**	**%**
113	56,5	87	43,5	200	100

"جدول رقم (3) يمثل المستوى الدراسي للمبحوثين"

الأول		الثاني		الثالث		الرابع		المجموع	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	**ك**	**%**
67	33,5	58	29,0	44	22,0	31	15,5	200	100

"جدول رقم (4) يمثل نوع الكلية التي يدرس فيها المبحوثون"

علمية		إنسانية		المجموع	
ك	**%**	**ك**	**%**	**ك**	**%**
83	41,5	117	58,5	200	100

ثانيا : نتائج البحث :

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

"جدول رقم (5) يمثل أهم مواقع الشبكات الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثون"

الموقع	الاستخدام	ك	%
الفيسبوك		200	51,28
التوتير		81	20,76
ما سبيس		52	13,33
لينكد ان		36	9,23
هاي فايف		21	5,38
المجموع		390	100

ن = 200

ملحوظة: أتيح للمبحوثين اختيار أكثر من بديل

توضـــح نتائج الجدول أعلاه أن الفيســبوك كان أكثر مواقع الشــبكات الاجتماعية اســتخداماً بشــكل عام من قبل المبحوثين وذلك بمرتبة تقترب من العدد الإجمالي للمبحوثين، يليه بفارق كبير بقية الوســائل وعلى رأســها توتير، ثم ماي سبيس ثم بقية المواقع.

وتتشـابه هذه النتيجة مع نتائج عدد كبير من البحوث العربية والأجنبية التي أشـارت إلى تفوق الفيسـبوك على بقية مواقع الشبكات الاجتماعي بنسبة واضحة، حيث تبين نتائج دراسة هينريش,إلى استخدام عالي لكل شرائح المبحوثين لهذا الموقع بشكل يفوق بقية مواقع الشبكات الاجتماعية.

"كما تؤكد الإحصائيات أن الفيسبوك ينتشر استخدامه بصورة متسارعة حيث تشير أرقام الموقع إلى أن أكثر من 845 مليون شـخص يسـتخدمون الفيسـبوك في أرجاء العالم حتى نهاية عام 2011م ، بل إن الفيسـبوك يحتل الآن المركز الثاني على صعيد أكثر المواقع تعرضاً في أنحاء المعمورة بعد موقع جوجل".

"ويأتي التوتير بعد الفيسبوك بمسافة كبيرة، حيث أن هذا الموقع بدأ ينتشر في المنطقة العربية وبالذات نتيجة سهولة الوصول إليه وإرسال التعليقات من خلال الهواتف الذكية، وهذا الأمر زاد من متابعي التوتير في العالم، حيث وصل عددهم إلى أكثر من 100 مليون مستخدم مع نهاية عام 2011م".

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية :

"جدول رقم (6) يمثل استخدام المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية"

الاستخدام	ك	%
نعم	73	36,5
لا	127	63,5
المجموع	200	100

تؤكد النتائج أعلاه إلى أن نسـبة المهتمين باسـتخدام مواقع الشـبكات الاجتماعية في التوعية بالأزمات السـياسـية كانت إلى حدٍ ما جيدة، حيث أن (73) مبحوثا وبنســبة 36,5% يقومون بهذه التوعية أثناء اعتمادهم على هذه المواقع التي تسـتخدم أسـاسـاً لأغراض اجتماعية، وربما كان هذا الأمر يرجع أسـاسـا إلى أن الشـباب العراقي والعربي تنبه لأهمية هذه الوسائل في القضايا الوطنية خصوصاً بعد الدور الكبير الذي أدته في الثورات العربية, في حين أكد (127) مبحوثا وبنسبة 63,5% أنهم لا يقومون في التوعية بالأزمات السياسية أثناء تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي .

أسباب عدم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية :

"جدول رقم (7) يمثل أسباب عدم استخدام بعض المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية"

أسباب عدم الاستخدام	ك	%
أستخدمها في التواصل مع أصدقاء في موضوعات اجتماعية فقط	146	43,45
لا أعرف كيف استخدمها في التوعية بالأزمات السياسية	84	25,00
لا أعتقد بوجود فائدة من استخدامها في التوعية بالأزمات السياسية	77	22,91

ليس لدي اهتمام بهذا الأمر	29	8,63
المجموع	336	100

ن = 127

ملحوظة: أتيح للمبحوثين اختيار أكثر من بديل

يتضح من الجدول السابق أن نسبة كبيرة من المبحوثين الذين لم يسبق لهم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية , أكدوا أنهم يستخدمونها في التواصل مع أصدقاء في موضوعات اجتماعية فقط، وربما كان ذلك عائداً إلى عدم إدراكهم لإمكانية استغلالها في خدمة قضايا وطنهم وأمتهم، ومما يؤكد ذلك أن نسبة تقترب من النصف أشارت إلى أنها لا تعرف كيف تستخدم هذه المواقع في التوعية بالأزمات السياسية ، وقالت نسبة مقاربة أنها لا تعتقد بوجود فائدة من استخدامها.

درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية:

جدول رقم (8) يمثل درجة استخدام المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية

قوية جداً		قوية		متوسطة		ضعيفة		ضعيفة جداً		المتوسط الحسابي
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
12	16,43	27	36,98	21	28,76	8	10,95	5	6,84	2,94

ن=73

"توضح بيانات الجدول أعلاه إلى أن متوسط استخدام المبحوثين لمواقع الشبكات الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية بلغ 2,94وهو متوسط جيد يؤكد أن اتجاه المبحوثين نحو ممارسة أنشطة التوعية بالأزمات السياسية هو اتجاه عالي، حيث كان أغلب هؤلاء المبحوثين يستخدمون هذه المواقع بدرجة قوية أو متوسطة".

مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة في التوعية بالأزمات السياسية

جدول رقم (9) يمثل "أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي استخدمها المبحوثون في التوعية بالأزمات السياسية"

الموقع	ك	%
الفيسبوك	72	70,58
التوتير	23	22,54
لينكد ان	7	6,86
المجموع	102	100

ن =73

ملحوظة: أتيح للمبحوثين اختيار أكثر من بديل

يأتي الفيسبوك في مقدمة المواقع التي يعتمدها المبحوثون في التوعية بالأزمات السياسية ويأتي بعده بفارق عالي التوتير ثم ولينكد إن، فيما لم يعتمد أحد من المبحوثين على بقية مواقع الشبكات الاجتماعي، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج استخدام هذه المواقع بشكل عام.

الأساليب المستخدمة في مواقع التواصل الاجتماعي للتوعية بالأزمات السياسية

جدول رقم (10) يمثل "الأساليب التي استخدمها المبحوثون في مواقع التواصل الاجتماعي للتوعية بالأزمات السياسية"

الأساليب	ك	%
الصور	69	34,15
النقاشات والتعليقات	41	20,29
الفيديوهات	33	16,33
استطلاعات الرأي	28	13,86
روابط المقالات	17	8,41
روابط المواقع	11	5,44
أخرى	3	1,48
المجموع	202	100

ن=73

ملحوظة: أتيح للمبحوثين اختيار أكثر من بديل

"تبين نتائج الجدول السابق إلى أن الصور كانت أكثر الوسائل التي اعتمدها المبحوثون في التعبير عن الأزمات السياسية ، والتوعية بالأزمات السياسية وذلك بنسبة عالية جداً، ومن المتعارف عليه ان الصورة هي أحد أهم الأساليب في التعبير عن الفكرة وبالذات في حالة قضية معقدة وتعاني من الأفكار الخاطئة ، وهي من أبسط وأقوى الوسائل للتعبير عن معاناة الشعب العراقي وتصحيح الأفكار الخاطئة عنه.تلا الصورة وبفارق كبير النقاشات والتعليقات، وبنسبة قريبة الفيديوهات، وجاءت مقاطع الفيديو في مرتبة متقدمة لأنها تستطيع تقديم صورة حية عن قضايا الشعب العراقي ، وتبرز هنا أهمية مقاطع الفيديو بعد تطور استخدام أجهزة الهواتف المحمولة على يد المواطنين العاديين في التقاط هذه المقاطع والأثر الكبير الذي أحدثته المقاطع التي تم تحميلها على مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الجديد خلال الثورات العربية والتي وصلت لحد استعانة الفضائيات بهذه المقاطع المصورة التي عبرت عن لقطات حاسمة في هذه الثورات.جاء بعد ذلك استطلاعات الرأي ثم روابط المقالات وروابط المواقع، ثم أخرى بنسبة بسيطة، ومن أمثلة أخرى المناسبات ومقاطع الصوت".

الأزمات السياسية التي استخدمت مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بها:

جدول رقم (11) يمثل "أهم الأزمات السياسية التي استخدم المبحوثون مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بها"

القضايا	ك	%
الحرب على الإرهاب	66	29,72
أزمة إقليم كردستان	51	22,97
المهجرين وحق العودة	47	21,17
السجناء والمعتقلين	32	14,41
حقوق الإنسان	17	7,65
الشهداء والجرحى	9	4,05
المجموع	222	100

ن=73

ملحوظة: أتيح للمبحوثين اختيار أكثر من بديل

احتل الحرب على الإرهاب مقدمة القضايا التي حاول المبحوثون توعية الجمهور بها من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية، وذلك بنسبة تزيد عن 29,72% من المبحوثين، وتفوقت في ذلك على قضية أزمة إقليم كردستان التي جاءت في المرتبة الثانية، تلاها بنسبة متقاربة قضية المهجرين وحق العودة وقضية السجناء والمعتقلين، وتلاها قضايا حقوق الإنسان, وفي مرتبة متأخرة قضايا الشهداء والجرحى .

ويعتقد الباحث أنه من الطبيعي أن تتصدر قضية الحرب على الإرهاب القضايا التي يحاول المبحوثون توعية الجمهور بها، حيث أن المبحوثين من جيل الشباب في العراق والذي عانى كثيراً من الإرهاب ، وامتدت آثاره لتشمل جميع مناحي الحياة في العراق.

أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية

جدول رقم (12) يمثل "أسباب استخدام المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية"

الأسباب	ك	%
الوصول إلى مناطق عديدة في إنحاء العالم	61	36,30
الوصول إلى اشمل عدد ممكن من أفراد الجمهور	48	28,57
التعديل المتواصل وزيادة حجم المعلومات وتطويرها	39	23,21
السيطرة على معوقات ضيق الزمان والمكان وتشتت الجمهور	16	9,52
أخرى	4	2,38
المجموع	168	100

ن=73

ملحوظة: أتيح للمبحوثين اختيار أكثر من بديل

"يرى أغلب المبحوثين أن السبب الأساسي في استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية يرجع إلى أنها تتيح لهم الوصول إلى أماكن مختلفة في أرجاء العالم، وإلى الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور.وهذا يوضح الإمكانيات الهائلة لهذه المواقع والتي جعلت من السهل على الأفراد استخدامها للتواصل مع أفراد آخرين في أنحاء المعمورة، والتواصل مع أعداد كبيرة من الجماهير، فعلى سبيل المثال يقترب عدد مشتركي صفحة (كلنا خالد سعيد) على الفيسبوك - والتي يعتقد أنها هي التي دعت إلى ثورة 25 يناير في مصر- من مليوني مشترك".

درجة نجاح مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية

جدول رقم (13) "يمثل درجة نجاح المبحوثين في التوعية بالأزمات السياسية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي"

قوية جداً		قوية		متوسطة		ضعيفة		ضعيفة جداً		المتوسط الحسابي
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
4	5,47	12	16,43	25	34,24	19	26,02	13	17,80	2,17

ن=73

"تبين نتائج الجدول أعلاه أن المبحوثين يجدون أنه رغم جهودهم في التوعية بالأزمات السياسية ، ورغم الإمكانيات الكبيرة لمواقع التواصل الاجتماعي إلا أن نجاح هذه الجهود كان متوسطاً، حيث كان المتوسط الحسابي للنجاح حسب المبحوثين 2,17، وربما كان هذا الأمر عائداً إلى أن تغيير صورة ذهنية عن قضية مركزية وطويلة ومعقدة مثل الأزمات السياسية ، ربما يحتاج إلى وقت أطول وجهد أكبر ووسائل متنوعة أكثر، إلا أن وجود هذا النجاح المتوسط يعد في حد ذاته إنجازاً لهؤلاء الشباب بالنظر إلى أن هذا هو جهد فردي غير منسق ويستخدم وسائل غير تقليدية ويصل لأنحاء متباعدة في العالم".

طبيعة نجاح مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية

جدول رقم (14) "يمثل طبيعة نجاح المبحوثين في التوعية بالأزمات السياسية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي"

طبيعة النجاح	ك	%
تغيير وجهة نظر الجمهور حول الأزمات السياسية	63	50,80
زيادة المعرفة بالأزمات السياسية	41	33,06
انضمام الجمهور لجهود التعريف بالأزمات السياسية	14	11,29
مشاركة الجمهور في فعاليات تطالب بحل الأزمات السياسية	6	4,83
المجموع	124	100

ن=73

ملحوظة: أتيح للمبحوثين اختيار أكثر من بديل

"تمثلت طبيعة النجاح التي تحققت من جهود المبحوثين في التوعية بالأزمات السياسية ، من خلال مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير وجهة نظر الجمهور حول الأزمات السياسية ، ثم زيادة المعرفة بالأزمات السياسية ، وهو نجاح سلبي، حيث تمثل في اتجاهات الجمهور فقط من تغيير الأفكار أو اتجاهها، تلا ذلك نجاح إيجابي قليل تمثل في انضمام الجمهور لجهود التعريف بالأزمات السياسية ، ثم مشاركتهم في فعاليات، وهذا يعني أن المشاركة الإيجابية للجمهور ليست سهلة ولا يمكن تحقيقها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي لوحدها، وإن كان وجود بعض المشاركة الإيجابية من الجمهور هو نجاح جيد للمبحوثين".

معوقات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية

جدول رقم (15) "يمثل معوقات استخدام المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية"

المشاكل والمعوقات	ك	%
قلة في التنظيم وعدم توحيد الجهد الفردي	66	46,80
قلة ثقة الجمهور بالمعلومات المعروضة في هذه الوسائل	43	30,49
عدم مبالاة الآخرين بالتعرف على الأزمات السياسية	27	19,14
ضعف مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي نسبةً إلى الجمهور	5	3,54

المجموع	141	100

ن=73

ملحوظة: أتيح للمبحوثين اختيار أكثر من بديل

"يعتقد معظم المبحوثين أن ضعف التنظيم وعدم توحيد الجهد الفردي كان في مقدمة المشاكل والمعوقات التي واجهتهم خلال استخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية ، تلاها وبنسبة كبيرة ضعف ثقة الجمهور بالمعلومات المنشورة في هذه الوسائل، وهو ما يمكن تفسيره بأن وسائل الإعلام الجديدة لم تحز بثقة الجمهور بعد نتيجة أنها تأخذ معلوماتها من الجمهور العادي وليس من مؤسسات إعلامية تحظى بثقة الجمهور، ثم عدم اهتمام الآخرين بالتعرف على الأزمات السياسية ، وأخيراً قلة مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي نسبةً إلى الجمهور".

اقتراحات تطوير دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية

جدول رقم (16) "يمثل اقتراحات المبحوثين لتطوير دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية"

اقتراحات التطوير	ك	%
تنظيم الجهد الفردي والتنسيق ورفع التواصل مع الشباب الآخرين	61	48,03
تهيئة خطة إستراتيجية من الجهات الرسمية	32	25,19
الاهتمام بشبكات التواصل الاجتماعي باللغة الإنجليزية	21	16,53
رفع الدورات التدريبية والتعليمية للشباب على هذه الوسائل	11	8,66
زيادة كفاءة الإنترنت وخدماتها المختلفة في الوطن	2	1,57
المجموع	127	100

ن=73

ملحوظة: أتيح للمبحوثين اختيار أكثر من بديل

"جاء توحيد الجهد الفردي والتنسيق ورفع التواصل مع الشباب الآخرين على رأس قائمة اقتراحات المبحوثين لتطوير الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية ، وذلك بنسبة (48,03)، وتؤكد هذه النتيجة أن المبحوثين يجدون أن جهدهم يحتاج إلى توجيه وتنسيق ومتابعة، ويتضح ذلك من اختلال ضعف التنظيم وعدم توحيد الجهد الفردي لقمة المشاكل التي يعاني منها المبحوثون ، وتتوافق مع الاقتراح الذي حصل على المرتبة الثانية وهو إعداد خطة إستراتيجية من الجهات الرسمية وهو ما يؤكد الحاجة إلى تبني الجهات الرسمية للجهد الفردي".

نتائج اختبار فروض البحث :

الفرض الأول : توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى استخدام طلبة الجامعات العراقية لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية بين كلٍ من الذكور والإناث:ثبت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى استخدام طلبة الجامعات العراقية لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية بين كلٍ من الذكور والإناث، وتم التحقق من ذلك باستخدام اختبار معامل T. Test، كما نلاحظ في الجدول الآتي:

جدول رقم (18) "اختبار (T) لبيان معنوية الفروق في مستوى استخدام طلبة الجامعات العراقية لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية بين الذكور والإناث"

المجموعات	العدد	معدل الاستخدام	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة (ت)	مستوى المعنوية
الذكور	41	3,13	1,024	71	3,44	0,001
الإناث	32	3,82	0,651			

مستوى المعنوية دال إحصائياً عند مستوى 0.01

تشير النتائج السابقة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى استخدام طلبة الجامعات العراقية لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية بين الذكور والإناث، والفروق لصالح الإناث، حيث وصلت قيمة (ت) إلى(3,44)، وهي قيمة دالة إحصـــائياً عند مســـتوى معنوية (0.001)، ودرجة حرية (71)، مما يؤكد على أن الطالبات يستخدمن مواقع التواصـل الاجتماعي أكثر من الطلاب في التوعية بالأزمات السـياسـية.ورغم أن عدد المشـاركين في نشـاطات التوعية بالأزمات السـياسـية على مواقع التواصـل الاجتماعي من الذكور أكبر من الإناث، إلا أن نتيجة اختبار الفرض تؤكد أن العدد لا يعني درجة أعلى من النشـاط، وتتوافق هذه النتيجة مع اختلاف معدل اسـتخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية عن معدل نجاحهم في هذه التوعية.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في معدل النجاح في التوعية بالأزمات السياسية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بين طلاب الجامعات العراقية :

ثبت عدم صحة الفرض، وتم التحقق من ذلك باستخدام معامل تحليل التباين (ANOVA)، كما نلاحظ في الجدول الآتي:

جدول رقم (19) "معامل تحليل التباين (ANOVA) لبيان معنوية الفروق في معدل النجاح في التوعية بالأزمات السياسية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بين طلاب الجامعات العراقية"

الجامعات	العدد	متوسط معدل النجاح	الانحراف المعياري	درجتي الحرية	قيمة (ف)	مستوى المعنوية
بغداد	42	2,64	1,081	71	1,723	0,155
النهرين	31	2,21	1,209			
المجموع	73	2,32	1,124	71	1,723	0,155

مستوى المعنوية دال إحصائياً عند مستوى 0.05

تؤكد هذه النتيجة أنه لا اختلاف بين الطلاب في الجامعات العراقية حول استخدامهم لمواقع التواصـل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السـياسـية ، وهو أمر طبيعي لأن الحس الوطني الذي يدفعهم لهذا الأمر لا يختلف بين أبناء الشـعب العراقي .

الفرض الثالث : توجد علاقة أرتباطية بين معدل استخدام طلاب الجامعات العراقية لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية ، ومعدل نجاحهم في زيادة الوعي بهذه القضية:ثبت عدم صحة الفرض القائل بوجود علاقة أرتباطية بين معدل استخدام طلاب الجامعات العراقية لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية ، ومعدل نجاحهم في زيادة الوعي بهذه القضية، وتم التحقق من ذلك من خلال الجدول الآتي:

جدول رقم (20) العلاقة بين معدل استخدام طلاب الجامعات العراقية لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية ، ومعدل نجاحهم في زيادة الوعي بهذه القضية

المتغير	معدل النجاح	
	قيمة معامل بيرسون	مستوى المعنوية
معدل استخدام طلاب الجامعات العراقية لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية	0,027	0,714

* مستوى المعنوية دال إحصائياً عند مستوى 0.01

تشير نتائج المعاملات الإحصـائية في الجدول السـابق إلى عدم وجود علاقة أرتباطية بين معدل اسـتخدام طلاب الجامعات العراقية لمواقع التواصـل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السـياسـية ، ومعدل نجاحهم في زيادة الوعي بهذه القضـية، وقد بلغت قيمة معامل بيرسـون للارتباط 0.027 وهي قيم غير دالة إحصـائياً عند مسـتوى معنوية (0,714) مما يدل على عدم وجود علاقة أرتباطية.

حيث أن هذا الأمر نابع من كون مستوى الجهود المبذولة الكبير لا يعني بأي حال من الأحوال نفس المستوى من النجاح والذي يتطلب جهوداً أكثر، وإمكانيات أوسـع، وتنسـيق أكبر، وإن كان هذا لا يلغي النجاح المتحقق من هذه الجهود الفردية.

نتائج البحث:

1- جاء الفيسبوك بالمرتبة الأولى كأكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً بشكل عام من قبل المبحوثين، يليه بفارق كبير بقية الوسائل وعلى رأسها توتير، ثم ماي سبيس ثم بقية المواقع، أما في مجال التوعية بالأزمات السياسية فجاء الفيسبوك أيضاً في المقدمة، وجاء بعده بفارق كبير التوتير ثم ولينكد إن.

2- وصلت نسبة المهتمين باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية إلى 36,5% من إجمالي المبحوثين.

3- تمثلت أهم أسباب عدم استخدام نسبة من المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية ، في أنهم يستخدمونها في التواصل مع أصدقاء في موضوعات اجتماعية فقط، وعدم معرفتهم بكيفية استخدامها في التوعية بالأزمات السياسية ، ثم عدم الاعتقاد بوجود فائدة من استخدامها في ذلك.

4- كان متوسط استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية بلغ 2,94 وهو متوسط جيد.

5- كانت أكثر الوسائل التي استخدمها المبحوثون في التعبير عن المعاناة التي يعيشها الشعب العراقي ، هي الصور بنسبة عالية جداً، تلاها بفارق كبير النقاشات والتعليقات، وبنسبة قريبة الفيديوهات، وجاء بعد ذلك استطلاعات الرأي ثم روابط المقالات وروابط المواقع.

6- احتل الحرب على الإرهاب مقدمة القضايا التي حاول المبحوثون توعية الجمهور بها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بنسبة تزيد عن من المبحوثين29,72، وتفوقت في ذلك على قضية أزمة إقليم كردستان التي جاءت في المرتبة الثانية، تلاها بنسبة متقاربة قضية المهجرين وحق العودة وقضية السجناء والمعتقلين، وجاءت قضايا الشهداء والجرحى في مرتبة متأخرة.

7- يعتقد أغلب المبحوثين أن السبب الأساسي في استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية يرجع إلى أنها تتيح لهم الوصول إلى أماكن مختلفة في أرجاء العالم، وإلى الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور.

8- يعتقد المبحوثون أن نجاح جهودهم في التوعية بالأزمات السياسية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي كان متوسطاً، حيث كان المتوسط الحسابي للنجاح حسب المبحوثين2,17.

9- تمثلت طبيعة النجاح التي تحققت من جهود المبحوثين في التوعية بالأزمات السياسية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير وجهة نظر الجمهور حول الأزمات السياسية ، ثم زيادة التأييد للأزمات السياسية ، ثم انضمام الجمهور لجهود التعريف بالقضية، ثم مشاركتهم في فعاليات مؤيدة للقضية.

10- يرى أغلب المبحوثين أن ضعف التنظيم وعدم توحيد الجهد الفردي كان في مقدمة المشاكل والمعوقات التي واجهتهم خلال استخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية ، تلاها وبنسبة كبيرة ضعف ثقة الجمهور بالمعلومات المنشورة في هذه الوسائل، ثم عدم اهتمام الآخرين بالتعرف على الأزمات السياسية ، وأخيراً قلة مستخدمي وسائل الإعلام الاجتماعي نسبةً إلى الجمهور.

11- جاء توحيد الجهد الفردي والتنسيق وزيادة التواصل مع الشباب الآخرين في مقدمة اقتراحات المبحوثين لتطوير الدور الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية ، وذلك بنسبة 48,03%، تلاه إعداد خطة إستراتيجية من الجهات الرسمية وهو ما يؤكد الحاجة إلى تبني الجهات الرسمية للجهد الفردي.

12- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى استخدام طلبة الجامعات العراقية لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية بين الذكور والإناث، لصالح الإناث.

13- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات العراقية في معدل النجاح في التوعية بالأزمات السياسية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

14- عدم وجود علاقة أرتباطية بين معدل استخدام طلاب الجامعات العراقية لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالأزمات السياسية ، ومعدل نجاحهم في زيادة الوعي بهذه القضية.

توصيات البحث:

1- إعداد خطة إستراتيجية من المسئولين لكيفية استغلال هذه الوسائل رسمياً وشعبياً لخدمة قضية الأزمات السياسية.

2- توعية الشباب بخطورة وسائل الإعلام الجديد وأهميتها في التعريف بقضية الأزمات السياسية ، وتعليمهم بكيفية استغلالها لمصلحة الشعب العراقي .

3- تركيز النشاط الفردي والمؤسساتي على وسائل الإعلام الجديد لما لها من قدرة وتأثير هائل على الجمهور، وزيادة التنسيق والتعاون بين الأفراد والمؤسسات المختلفة لضمان عدم تشتيت الجهود وضياعها.

4- التنويع في الأساليب المستخدمة في مواقع التواصل الاجتماعي من صور وملفات الفيديو واستطلاعـــــــات الـــرأي والنقاشـات، والروابـــط المختلفة والصوت.
5- الاســتفادة من وســائل الإعلام الجديد التي تســتخدم اللغة الإنجليزية وغيرها من خلال النشــطاء المتحدثين بهذه اللغات للوصول إلى جماهير غير ناطقة بالعربية.
6- تركيز الجهود على التوعية من خلال مواقع التواصـــل الاجتماعي بالقضـــايا المهمة للشـــعب العراقي مثل الإرهاب, والانتخابات ,والهجرة والمهجرين,والفساد الإداري .

مصادر البحث وهوامشه :

1- بن رحومة،علي ميلاد, علم الاجتماع الآلي ، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والآداب والفنون ، الكويت.2002,ص112.
2- الحسيني، عبد الرحمن، خدمات شبكات التواصل الاجتماعي . فتح بتاريخ 2012/2/9 . www.almustagbal.com/node/78110
3- Yu-Chug Chen, "Learning styles and adopting face book technology", IEEE,2011.
4- عباس صادق, الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان.2008,ص15.
5- عبد الله الرعود,"دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين"، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الشرق الأوسط : كلية الإعلام ,2012 , ص74
6- نرمين خضر,الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية:دراسة على مستخدمي الفيسبوك. بحث مقدم للمؤتمر العلمي الأول بعنوان: الأسرة وتحديات العصر15-17 فبراير.جامعة القاهرة، كلية الإعلام,2009.
7- صالحة ألدماري , الطلاب ولشبكات الاجتماعية : دراسة ميدانية في استخدامات اشباعات طلاب كلية الفنون, 2010., alola.maktoobblog.comاسترجع بتاريخ 2012/12/5,
8- مركز شؤون المرأة استطلاع للرأي العام حول شبكات التواصل الاجتماعي, غزة,2011, اجري بتاريخ 2011/7/2 www.wac.org.ps/
9- Katz, et al.," Utilization of Mass Media by dividuals". In Bulmer and Katz (ed.), **The uses of Mass Communication**. London, Faber2 Faber, 1974.
10- McQuail,et al."The Television Audience: A Revised Perspective". In Mc Quai(ed.), **Sociology of Mass Communication**. Harmon worth, Penguin,1972
11- McQuai.D, **Mass Communication Theory**. London, Sage Publication ltd. 1987
12- عصام سليمان الموسى, المدخل في الاتصال الجماهيري، الطبعة السادسة،عمان،إثراء للنشر والتوزيع. 2009,ص23.
13- محمد الموسوي, النظرية الإعلامية، جامعة البحرين، كلية التربية, 2004,ص83.
14- نجوى عبد السلام, أنماط ودوافع استخدام الشباب المصري لشبكة الانترنت، المؤتمر العلمي الرابع: الإعلام وقضايا الشباب، جامعة القاهرة، كلية الإعلام, 1998,ص16.
15- محمد عبد الحميد, البحث العلمي في الدراسات الإعلامية,القاهرة: عالم الكتب, 2000,ص153.
16- سمير محمد حسين, بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ. ط3. القاهرة: عالم الكتب, 2006,ص178.

- وهؤلاء المحكمين هم كل من:

1- أ.د وسام فاضل راضي/ قسم الإذاعة والتلفزيون/ كلية الأعلام/ جامعة بغداد.
2- أ.د علي جبار ألشمري/ قسم العلاقات العامة/ كلية الأعلام/ جامعة بغداد.
3- أ.د وهيب مجيد الكبيسي/ قسم علم النفس/ كلية الآداب/ جامعة بغداد.
4- أ.د جليل وادي حمود/ كلية الفنون الجميلة/ جامعة ديالى .
5- أ.م.د عمار طاهر / قسم الإذاعة والتلفزيون/ كلية الأعلام/ جامعة بغداد.

17- محمود يوسف، دراسة في العلاقات العامة المعاصرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2002، ص93 .
18- أيمن منصور ، الصورة الإعلامية والقرارات السياسية لتكوين العلاقات المتبادلة ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، العدد الثاني ، المجلد الثاني، 2001 ، ص283 .
19- ماجد سلام ألهدمي، باسم محمد، مبادئ إدارة الأزمات الإستراتيجية والحلول، دار زهران للنشر والتوزيع عمان، 2007 . ص136 .

20- عبد الرزاق الدليمي ، إشكاليات الأعلام والأفعال في العالم الثالث ، دار كتب الرائد العلمية للنشر ، عمان ، 2004 ، ص149 .
21- منى صلاح الدين شريف ، إدارة الأزمات الوسيلة للبقاء ، دار البيان للنشر ، القاهرة ، 1988 ، ص197.