

دوافع وأنماط استخدام الشباب العراقي لشبكات التواصل الاجتماعي (دراسة مسحية على طلبة جامعتي بغداد والتكنولوجية)

الكلمات المفتاحية : شبكات التواصل الاجتماعي الفيس بوك، تويتر، يوتيوب ، أنماط ، دوافع ، طلبة
الجامعات العراقية

الأستاذ المساعد الدكتور

عمار ظاهر محمد

قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية

كلية الإعلام/ جامعة بغداد

البريد الإلكتروني: ammar_alamirri@yahoo.com

Patterns and Motives of the Use of Iraqi University Students to Social Networks

Keywords: Social networks, Face book, Twitter, YouTube, Patterns, Motives, Iraqi University Students.

Prof.Asst. Dr.

Ammar Tahir Mohammed

TV and Radio Department

Mass Media College

Baghdad University

البريد الالكتروني: ammirri@yahoo.com

المستخلص

يهتم البحث بالاطار العملي لانماط ودوافع تعرض طلبة الجامعات العراقية لمواقع التواصل الاجتماعي بعد الحضور الكبير لوسائل الاعلام الجديد ، لاسيما لدى الشباب ، حيث بدأت تحل تدريجيا محل وسائل الاعلام التقليدية في ضوء التطور التقني اللافت في الاعوام الاخيرة ، والذي يلقي بضلاله على وسائل الاتصال بشكل عام.

وقد سعى البحث من خلال اطره النظرية والمنهجية والميدانية الى استشراف رؤى الشباب وافكارهم بشأن شبكات التواصل الاجتماعي كنمط جديد حديث الانتشار في العراق، ومعرفة جوانبه الايجابية والسلبية ، فضلا عن عادات الاستخدام ، ومدى واسباب التفاعل في هذه الشبكات التي تشهد اقبالا كبيرا من قبل طلبة الجامعات العراقية.

ولان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي اصبح طقسا من الطقوس التي يمارسها طلبة الجامعات بشكل يومي ، فقد تطرق البحث الى كثافة وشدة وقصدية واوقات وتوقيتات هذا الاستخدام، بالاضافة الى ابرز الدوافع، وطرق المشاركة ، واهم مسبباتها ونتائجها.

وقد توصل البحث الى نتائج عدة ابرزها الاقبال الواسع في استخدام شبكات التواصل من خلال مساحة الزمن، والتنوع في المكان ، وطبيعة الاجهزة الالكترونية المستخدمة، ودوافع الاستخدام المختلفة، وطريقة المشاركة المتعددة، والتفاعل الايجابي مع بقية المشتركين في هذه الشبكات.

واستند البحث الى المصادر الحديثة العربية والاجنبية والمترجمة فضلا عن المواقع الالكترونية من اجل التأصيل النظري لموضوع البحث بطريقة تمهد الى ادراك اوسع ، لاسيما ان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عموما يعد حديث نسبيا في العراق والوطن العربي.

Abstract

The search cares about frame work practical patterns and motives subjected Iraqi university students to social networking sites after the large attendance to the new media especially. Among young people. Which it began gradually replace traditional media in light of the technical development is striking in recent is striking in recent yours and which effects on the means of communication in general.

Search seeks through the frame works of theory and methodology and field to explore the visions of young people and their thoughts on the social networking style new modern deployment in Iraq and knowledge of aspects of positive and negative as well as usage habits and the extent and causes of interaction in these networks that are experiencing huge demand by Iraq university students.

Because of the use of social networking has become a ritual practiced by college students on a daily basis it has touched your search intensity and severity and deliberate and times and the timing of such use in addition to the main motivations and ways to participate and the most important causes and consequences the research has come to the results of the most prominent of several board turmoil in the use of net working through space time and diversity in place, and the nature of electronic device used, and the use of the different motives and the method of multiple participation and positive interaction with the rest of the participants in these network.

The research was based on the soirée of modern araband foreign as well as localized websites in order to rooting theoretical research topic pave the way to abrader perception especially as the use of social networking in general is relatively recent in Iraq and the Arab world.

المقدمة

يكاد ينفرد علم الاعلام عن بقية العلوم الأخرى بتأثره الشديد ومسايرته للتطورات التقنية المتسارعة التي يشهدها العالم منذ ظهور وسائل الاعلام التقليدية الى الوقت الحاضر بعد ان ارتفعت وتيرتها بشكل لافت مطلع القرن الحادي والعشرين، ولاسيما في مجال الاتصالات، اذ الفت التكنولوجيا الحديثة اثارها على عملية الاتصال ونماذجه ووسائله ورسائله المختلفة من حيث الشكل والمضمون والفاعلية.

وتعد شبكة الانترنت التي عرفها العالم على نطاق واسع في العقد الاخير بالقرن الماضي من أبرز نظم وسائل الاعلام والاتصال الجديدة، حيث تعتمد في بثها الاعلامي على وسائل تعبير متعددة كالصوت والنص والصورة واللون والتأثيرات الصوتية وغيرها، لتتحول الى قناة معلومات عالمية تحقق التكامل والاندماج التقني بين العديد من وسائل الاتصال."١"

وقد أدى هذا التطور في تكنولوجيا الاتصال إلى عدد من التأثيرات بالاعادات اليومية في حياة المجتمعات، ومن هذه التأثيرات ظهور شبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت (**Social Networks Sites** - **sns**)، التي أتاحت عصرًا جديدًا من الاتصالات التفاعلية بين الأفراد لكي يتصلوا ببعضهم البعض في أي مكان من العالم .

اظهرت دراسة أعدها معهد "ايماركتز" الاميركي عام ٢٠١٣ ان حوالي خمس سكان الارض، اي نحو ١.٦ مليار شخص، استخدموا احدث شبكات التواصل الاجتماعي مرة واحدة شهريا على الاقل، خلال عام ٢٠١٣، اي ما يمثل ارتفاعا بنسبة ١٤ % عن العام الماضي.

وأكدت الدراسة انه في حال استمرار هذه الوتيرة ذاتها، فان مستخدمي شبكات التواصل مثل فيسبوك وتويتروانستاغراموريديتوتامبلر سيناهازون عتبة ٢.٣٣ مليار شخص بحلول العام ٢٠١٧، وان نسب مستخدمي شبكات التواصل تزداد في دول شمال اوروبا حيث تاتي هولندا في المقدمة بمعدل استخدام ٦٣.٥ % من سكانها ، تليها النروج (٦٣.٣ %)، فالسويد (٥٦.٤ %)، ثم كوريا الجنوبية (٥٣.٣ %)، والولايات المتحدة (٥١.٧ %)، وفنلندا (١٥.٣ %)، اما في كندا فتبلغ النسبة ٥١.٢ %، و ٥٠.٢ % في بريطانيا، بحسب هذه الدراسة التي ارتكزت على معطيات نشرتها مراكز ابحاث وجهات رسمية في كل دولة. وتقع فرنسا في المرتبة الرابعة عشرة عالميا، اذ تبلغ نسبة مستخدمي مواقع التواصل فيها ٣٨.٥ % من سكانها.

وسجل النمو الاكبر في نسبة مستخدمي شبكات التواصل في الهند (٣٧.٤ %) مع ان عدد المستخدمين لا يتجاوز نسبة ٧.٧ % من السكان، وفي اندونيسيا قفز عدد مستخدمي شبكات التواصل بنسبة ٢٨.٧ % وفي المكسيك بنسبة ٢١.١ %، وهذه الدول تقع في المنطقة التي تسجل أكبر نمو في استخدام فيسبوك، الذي يربو عدد مستخدميه في العالم عن مليون، بحسب أرقامه.

اما الدولة التي تضم أكبر عدد من مستخدمي فيسبوك في العالم فهي الولايات المتحدة مع ١٤٦,٨ مليون مستخدم. "٢"، فقد أظهرت دراسة حديثة اخرى اجراها مركز دراسات بيو (BIO RESEARCH CENTER) أن ثلثي الأميركيين فوق سن الـ ١٨ يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، ولاسيما فيسبوك وتويتر. ويمتلك ٧٣% من الأميركيين فوق سن الـ ١٨ الذين يستخدمون الإنترنت، حسابات في شبكة تواصل اجتماعي واحدة، وحظيت شبكة فيسبوك بالنصيب الأكبر حيث بلغت نسبتها ٧١%، فضلا عن شبكات أخرى مثل إنستغرام ولينكد إن وهي معنية بالتعارف وفرص التوظيف. في حين يستعمل ٤٢% من مستخدمي الإنترنت شبكتين على الأقل وقد ظهر ان مستخدمي فيسبوك وإنستغرام هم الأكثر التزاما حيث يطلعون على حساباتهم يوميا. "٣"

الإطار النظري:

شهدت شبكات التواصل الاجتماعي على الانترنت انتشارا واسعا خلال السنوات الأخيرة وتعددت، وتتنوع محاولة تقديم العديد من الخدمات وتحقيق مختلف الإشباعات، ويأتي في مقدمتها موقع Myspace، YouTube، LinkedIn، Twitter، Facebook وغيرها.

وتحظى شبكات التواصل الاجتماعي باهتمام كبير من مستخدمي الانترنت في مختلف أنحاء العالم، حيث أصبحت مكاناً لتداول القضايا السياسية، والاجتماعية، ومناقشة الأفكار والآراء، وإنشاء الصداقات بأنواعها، كذلك مجالاً لتحقيق المصالح الشخصية. "٤"

وتتنوع تعريفات شبكات التواصل الاجتماعي وتختلف من باحث إلى آخر اذ تعرف بانها: "برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الانترنت اين يمكن للإفراد ان يتصلوا ببعض البعض لعدد من الأسباب المتنوعة"٥

وتعرف شبكات التواصل الاجتماعي على انها: "مواقع الكترونية تسمح للإفراد بالتعريف بأنفسهم والمشاركة في شبكات اجتماعية من خلالها يقومون بإنشاء علاقات اجتماعية وتتكون هذه الشبكات من مجموعة من الفاعلين الذين يتواصلون مع بعضهم ضمن علاقات محددة مثل صداقات، أعمال مشتركة أو تبادل معلومات وغيرها، وتتم المحافظة على وجود هذه الشبكات من خلال استمرار تفاعل الأعضاء فيما بينهم " ٦ "

كما تعرف شبكات التواصل الاجتماعي على أنها " مجموعة من المواقع علي شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب 2 web تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك أو شبة انتماء (بلد - مدرسة - جامعة - شركة ...الخ) يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل أو الاطلاع علي الملفات الشخصية ،ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض . وهي وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي بين الأفراد سواء كانوا أصدقاء نعرفهم في الواقع أو أصدقاء عرفتهم من خلال السياقات الافتراضية "٧"

وتعد شبكات التواصل الاجتماعي (Social Network Sites) (sns) من وسائل الاتصال الحديثة التي يتواصل عبرها الملايين من مستخدمي شبكة الإنترنت ، لا يفصل بينهم أية عوامل مثل السن أو النوع أو المهنة أو الجنسية ، فهؤلاء تجمعهم ميول واهتمامات مشتركة، وهو ما يجعل الشباب أكثر تعرضاً لهذه المواقع ، نظراً لإقبالهم المتزايد على استخدام التكنولوجيا الحديثة المتمثلة في هذه الشبكات أكثر من أي فئة أخرى ، وذلك بسبب بعض العوامل النفسية والاجتماعية المتمثلة في رغبة الشباب في إقامة علاقات وصادقات مع الآخرين في مختلف دول العالم".^٨

لقد اثبتت احدى الدراسات إلى أن الشباب والمراهقون من أكثر الفئات التي تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي حيث أشارت ان الفئات العمرية من (١٢-١٧) سنة لديهم ملف شخصي في هذه الشبكات كما اشارت دراسة اخرى إلى تغلغل هذه الشبكات في أوساط الشباب الجامعي، حيث وصلت نسبتهم ٧٩%، ويقضي هؤلاء 20 دقيقة في المتوسط يومياً على هذه الشبكات، ويدخل نصف هؤلاء على هذه الشبكات أكثر من مرة يومياً ،بما يعادل 80 مليون عضو في هذه الشبكات في الولايات المتحدة الأمريكية وحدها، وطبقاً للإحصائيات التي قامت بها الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان بشأن واقع الإنترنت في العالم العربي لعام 2009 ، فقد بلغ مستخدمو Face book قرابة 12 مليون مستخدم، حتى إن مجلة (Business Week Magazine) قد وصفت الجيل الجديد من شباب الولايات المتحدة الأمريكية بأنه جيل My Space ،وهي إحدى شبكات التواصل الاجتماعي المعروفة.^٩

وتقسم دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي الى:^{١٠}

١-الدوافع الاجتماعية:

وتتمثل في السعي إلى إقامة علاقات جيدة، والحرص على التفاعل الاجتماعي والمشاركة الاجتماعية مع أفراد الأسرة والأصدقاء، فضلاً عن حرية التعبير عن الرأي في الموضوعات والقضايا المختلفة.

٢-دوافع استخدام وسائل الإعلام الجديدة:

وتتمثل في الرغبة بالاختيار والسيطرة على المضمون التي ترجع إلى خاصية التفاعلية التي تتميز بها هذه الوسائل ، ويصنف بعض الباحثين شبكات التواصل الاجتماعي إلى شبكات ضمنية وصریحة حيث تضم مواقع التواصل الاجتماعية الضمنية المواقع المجتمعية المهمة بالمضمون مثل قاعدة لتبادل الفيديو، أما الشبكات الاجتماعية الصريحة فهي التي أنشئت من أجل تقديم خدمات للمستخدمين مثل المواقع المهنية، كما يمكن للشبكات الاجتماعية أن تتكيف مع كل المواضيع الممكنة مثل البحث عن عمل أو تطوير أعمال التعارف بين الأشخاص او تبادل المعلومات حول موضوع ذي اهتمام مشترك "^{١١}

وتقدم الشبكات الاجتماعية خدمات مختلفة،ويعد عدد الشبكات أو حجم المستخدمين على أنها تقدم خدمات تستدعي الاهتمام ومن أبرز الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية: "^{١٢}

١- الملفات الشخصية أو صفحات الويب:

وهي ملفات تمكن من خلالها الفرد من كتابة بياناته الأساسية مثل الاسم والسن وتاريخ الميلاد والبلد والاهتمامات والصور الشخصية، ويعد الملف الشخصي هو بوابة الوصول إلى عالم الشخص.

٢- الأصدقاء أو العلاقات:

وهي خدمة تمكن الفرد من الاتصال بالأصدقاء الذي يعرفهم في الواقع، أو الذين يشاركونه نفس الاهتمام في المجتمع الافتراضي، وتمتد علاقة الشخص ليس فقط بأصدقائه ولكن تفتح الشبكات الاجتماعية فرصة للتعرف مع أصدقاء الأصدقاء بعد موافقة الطرفين.

٣- الرسائل:

تسمح هذه الخدمة بإرسال الرسائل سواء إلى الأصدقاء الذين في قائمة الشخص، أو غير الموجودين في القائمة.

٤- مجموعات الصور:

تتيح هذه الخدمة للمستخدمين إنشاء عدد لا نهائي من المجموعات ورفع مئات الصور، وإتاحة المشاركات لهذه الصور للاطلاع عليها وتحويلها أيضا.

٥- المجموعات:

تتيح الشبكات الاجتماعية فرص تكوين مجموعات الاهتمام ، حيث يمكن إنشاء مجموعة بهدف معين أو أهداف محددة ، ويوفر موقع الشبكات لمؤسس المجموعة أو المنتسبين والمهتمين بها مساحة من الحرية أشبه بمنتهى حوار مصغر ، كما تتيح فرصة التنسيق بين الأعضاء في الاجتماعات من خلال ما يعرف باسم Events ودعوة الأعضاء لتلك المجموعات ، ومعرفة عدد الحاضرين وأعداد غير الحاضرين.

٦- الصفحات:

ابتدع هذه الفكرة موقع Facebook وتم استخدامها علي المستوى التجاري بشكل فعال، حيث تسمح هذه الخدمة بإنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية فرصة عرض السلع أو المنتجات للفئات الذي يحددونها، ويقوم موقع الفيس بوك باستقطاع مبلغ مع كل نقرة يتم التوصل إليها من قبل المستخدم.

ويشكل الإدمان على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أثارا سلبية على الشباب فقضاء اوقات طويلة في تصفح المواقع يؤدي إلى عزلهم عن واقعهم الأسري ومشاركتهم في الفعاليات التي يقيمها المجتمع، وبالتالي فقدان مهارة التواصل المباشر مع الناس حيث يعاني الكثير من الشباب من صعوبة في تغيير طريقة حياته بعد اشتراكه في هذه المواقع وعدم قدرته على الاستغناء عنها بسهولة."١٣"

أكد متخصصون بجامعة أكسفورد البريطانية أن عقول الشباب تفشل في تحقيق التطور العصبي اللازم بسبب إدمان عالم الانترنت في سن مبكرة، وانهم يتعرضون لمخاطر متزايدة مثل الإصابة بالوسواس وسوء ضبط

النفس وقلّة الاهتمام والبرود العاطفي بسبب الإدمان على مواقع الشبكات الاجتماعية، مثل تويتر والفيس بوك وفقاً لخبراء علم الأعصاب.

وقالت الباحثة في الجامعة بارونس جرينفيلد إن انخفاض الاتصال البشري المادي يجعل الشباب يعانون من صعوبة في صياغة ردود الفعل العاطفية، وانتقدت الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي بين بعض المستخدمين الذين يلجؤون إلى الانفعالات العصبية غير الصحية متخفين وراء ستار من الشخصية الوهمية التي تخلقها هذه المواقع على شبكة الإنترنت.

وذهبت الى أن استخدام مواقع الانترنت بشكل مفرط من قبل الشباب، يجعلهم يعانون من انعدام الموازنة التي تؤثر على قدرة المخ على التطور، وذلك لان مواقع الشبكات الاجتماعية تؤدي إلى نوع من السلوك الوهمي غير السوي، وهذا أمر تسهله شبكة الإنترنت لأنها تزيل القيود التي تنطبق عادة على ما يمكن للمرء أن يعتبره الطبيعة البشرية. "١٤"

الإطار المنهجي:

أولاً: مشكلة البحث:

إن تحديد مشكلة البحث بشكل دقيق أصعب بكثير من إيجاد الحل لذلك لان التحديد الدقيق يعني وضوحاً في رؤية الباحث أو الغرض من مشروع البحث الذي ينبغي عليه أن يقوم به والنتائج المتوقعة من البحث. "١٥"

وفي ضوء الإقبال الكبير من قبل طلبة الجامعات العراقية على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وحدثة التجربة وتعدد الأدوات المستخدمة، ثمة غموض في انماط استخدام هذه الشبكات والدوافع الذي تقف وراءها لذا ممكن ان يلخص الباحث مشكلة البحث بالسؤال الآتي:

ما هي انماط ودوافع استخدام طلبة الجامعات العراقية لشبكات التواصل الاجتماعي؟

ثانياً: أهمية البحث:

وتكمن أهمية البحث من حيث:

أ-تتبع أهمية البحث من أهمية الموضوع ذاته إذ تعد دراسة شبكات التواصل الاجتماعي واستخدامها من قبل شرائح المجتمع العراقي المختلفة ارضاً بكر، فإتساع التجربة والإقبال المتزايد على استخدامها واختلاف الاغراض من جراء الاستخدام بحاجة الى دراسات لمعرفة الانماط والدوافع، تمهيدا للشروع ببحوث معمقة في هذا المجال.

ب-كما تبرز أهمية البحث في تحديد مجالات الاستخدام وكثافته وشدته وأوقاته، وبالتالي مدى تركيز طلبة الجامعات العراقية على بعض المواقع وصولاً الى تحديد مفاتيح وتقنيات العرض الأكثر استخداماً، الامر الذي يجعلنا نصل الى خيارات الطلبة ودوافعهم الحقيقية، ويساعد القائمين على شبكات التواصل الاجتماعي في إعادة بناء خياراتها وفقاً لتفضيلات المستخدمين.

ثالثا: اهداف البحث:

ويمكن ايجاز اهداف البحث بما يأتي:

- ١- التعرف على شدة وكثافة واقت استخدام طلبة الجامعات العراقية لشبكات التواصل الاجتماعي.
- ٢- تحديد دوافع استخدام طلبة الجامعات العراقية لشبكات التواصل الاجتماعي.
- ٣- التفصي عن مدى تفاعل طلبة الجامعات العراقية اثناء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

رابعا: منهج البحث ونوعه:

يمثل المنهج "نسقا من القواعد الواضحة والإجراءات التي يستند إليها البحث في سبيل الوصول إلى نتائج علمية." ١٦ وقد استخدم المنهج المسحي (Survey method) بوصفه " انسب المناهج العلمية لجمع البيانات الميدانية عن ظاهرة معينة وتوضيحها". ١٧ ، ولاسيما أنّ الباحث أعتمد على المسح لعينة عمدية من طلبة الجامعات العراقية باختصاصها العلمي والإنساني، وهذا ما يتطابق مع أهداف وأغراض الدراسة المسحية في الخروج بمؤشرات ودلالات يمكن الاستناد عليها في تسويغ اسباب الظاهرة في مجتمع البحث.

خامسا: مجالات البحث وحدوده:

أ-المجال المكاني:

ويقصد بالمجال المكاني هي المنطقة الجغرافية التي يجري فيها البحث، وقد اختار الباحث مدينة بغداد كونها العاصمة التي تضم أعرق الجامعات العراقية فضلا عن المستوى المعيشي للسكان والتطور الحضاري بما يمثله من التحرر النسبي في العادات والتقاليد التي تقيد المحافظات من حيث السماح باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي والانفتاح على الاخر، ولاسيما للطلبات كذلك التنوع الديموغرافي والتلون العرقي والطائفي لسكان المدينة وقد اشتمل هذا البحث على جامعتين هما: جامعة بغداد، والجامعة التكنولوجية.

ب-المجال البشري:

وضم المجال البشري طلبة الجامعات التي تتكون في اغلبها من فئة الشباب، وقد اختار طلبة كلية الاعلام في الدراسات الإنسانية، واقسام الهندسة في الجامعة التكنولوجية للحصول على مؤشرات دقيقة تحقق اهداف البحث كون اهتمامات طلبة الكليات الانسانية تختلف عن طلبات الكليات العلمية من حيث الدوافع والحاجات والهوايات وأوقات الفراغ، كما قسم عينة البحث بالتساوي بين الذكور والاناث للغرض ذاته .

ت-المجال الزمني:

تضمن المجال الزمني للدراسة المدة التي تم فيها بناء الاستمارة وتوزيعها بين عينة البحث، وقد استغرقت هذه العملية خلال المدة من ٢٠١٣/١١/١ إلى ٢٠١٣/١٢/١.

سادسا: اجراءات البحث:

أ-مجتمع البحث:

يتمثل مجتمع البحث في هذا البحث بجميع طلبة الجامعات العراقية وعددها (١٩) جامعة موزعة على مناطق العراق أربع منها تم تأسيسها بعد العام (٢٠٠٣)، وتعد جامعة بغداد هي الأقدم، إذ تأسست في عام ١٩٥٨، والجامعات هي المستنصرية والبصرة والموصل والتكنلوجيا والكوفة وتكريت والقادسية والأنبار والنهرين وبابل وكربلاء وذي قار وكركوك وميسان والمنتى والجامعة العراقية وديالى وواسط، باستثناء اقليم كردستان، ويبلغ العدد الإجمالي لطلبة الدراسات الصباحية في الجامعات العراقية الحكومية والأهلية وهيئة التعليم التقني في العام الدراسي ٢٠١١-٢٠١٣ حسب إحصائية الجهاز المركزي للإحصاء التابع لوزارة التخطيط (١١٠٩٠٩) بواقع (٥٨٢٢٥) للذكور و(٥٢٦٨٤) للإناث "١٨" وقد اختار الباحث طلبة الجامعات العراقية للأسباب الآتية:

- ١- يتطلب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي مهارات معينة يجدها طلبة الجامعات العراقية بحكم دراستها ضمن المناهج الدراسية في التعليم الاولي والعالى.
- ٢- تعد شريحة طلبة الجامعات الأكثر وعياً بحكم التحصيل المعرفي والتفاعل المتواصل مع ما يجري من حولها.
- ٣- الاقبال المكثف عموماً في العراق ولاسيما طلبة الجامعات العراقية على استخدام الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي للتواصل مع بعضهم بسبب الاوضاع الامنية غير المستقرة وقلة وجود الاماكن العامة والعادات والتقاليد والأعراف التي تحد من الاختلاط بين الجنسين خارج محيط الجامعة، انظر الجدول الاتي "١٩":

جدول رقم (١) يوضح عدد مستخدمي الانترنت وموقع الفيسبوك في العراق

MIDDLE EAST	Population (2011 Est.)	Users, in Dec/2000	Internet Usage, 31-Dec-11	% Population (Penetration)	Users % Region	Facebook 31-Dec-11
Iraq	30,399,572	12,500	1,303,760	4.3 %	1.7 %	1,303,760

ب- ادوات البحث:

واستخدم الباحث أداتين لتحقيق أهداف البحث بصورة دقيقة، وهي:

١- الملاحظة:

استعان الباحث بالملاحظة في جمع المعلومات اعتماداً على الملاحظة الشخصية، وذلك لجمع أكبر قدر من المعلومات عن شبكات التواصل الاجتماعي عبر الاطلاع على تقنيات العرض وتفاصيل المواقع المختلفة.

٢ - الاستمارة:

قام الباحث بتصميم صحيفة استقصاء مقننة من (٢٤) سؤالاً تضم المتغيرات في إطار سعيه لتحقيق اهداف البحث بطريقة منهجية لتقديم حقائق وأراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة، وذلك بعد الاطلاع على المصادر والدراسات السابقة.

ت-الصدق والثبات:

1 - الصدق

ويراد بصدق التحليل التحقق من مدى صلاحية أسلوب القياس أو أدائه في الموضوعات والظواهر التي يريد الباحث الخروج بمؤشرات عنها واستخلاص نتائج يعول عليها "٢٠". ولغرض تحقيق درجة الصدق عرض الباحث الاستمارة على عدد من المحكمين * واخذ بملاحظاتهم وأجرى تعديلات طفيفة لبعض الفئات الواردة فيها كي تكون مستوفية علمياً وجاهزة للتطبيق الميداني.

2- الثبات

والثبات هو الاتساق في نتائج المقياس إذ يعطي النتائج نفسها بعد تطبيقه مرتين في زمنين مختلفين على الأفراد أنفسهم، وقد وقام الباحث بقياس الثبات عن طريق إعادة الاختبار (test-retest) على المبحوثين الذين وزعت عليهم الاستمارة في مدة زمنية أمدها شهر من إجراء الاختبار الأول، وبعد تطبيق معادلة هولستي * تبين ان قيمة معامل الثبات للبيانات (٩١,٦%) وهي قيمة عالية تشير إلى ثبات المقياس ودقته إذ كانت نسبة الاتفاق في إعادة الاختبار للمرة الثانية (٢٢) ترميز من مجموع (٢٤) ترميز

ث - معالجة البيانات

توفر لدى الباحث عدد كبير من البيانات بفضل استخدام منهج البحث وادواته وقد أستعان بحساب التكرارات، حيث كمن عدد من المؤشرات والظواهر كلما اقتضت الحاجة لتحقيق اهداف البحث وذلك باللجوء إلى المعالجات الإحصائية الآتية:

١-الأساليب الإحصائية المتمثلة بالتكرارات والنسب المئوية.

٢-الجداول ذات البعد الواحد والجداول المركبة.

سابعاً: عينة البحث:

والعينة هي عبارة عن (عدد محدد من المفردات التي سوف يتعامل معها الباحث منهجياً ويسجل في ضوءها التفاصيل والبيانات الاولية المطلوبة، ويشترط في ذلك العدد ان يكون ممثلاً لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف عن طريقها مجتمع البحث) "٢١"
واختار الباحث أسلوب العينة العمدية في إطار العينات غير الاحتمالية وذلك بسبب انخفاض تمثيل تلك العينات لمجتمع البحث الأصلي، ويتم اللجوء إليها بسبب كبر حجم المجتمع مدار البحث ولضغط عامل الوقت والتكلفة.

وبلغ حجم عينة البحث الخاصة بطلبة الجامعات العراقية (١٠٠) مبحوث من جامعتي بغداد والتكنولوجية، وقد اعتمد الباحث توزيع (٥٠) استمارة على طلبة الدراسات الانسانية في جامعة بغداد بواقع (٢٥) استمارة للذكور و(٢٥) استمارة للإناث كما وزع (٥٠) استمارة على طلبة الدراسات العلمية في الجامعة التكنولوجية بواقع (٢٥) استمارة للذكور و(٢٥) استمارة للإناث وذلك بشكل عمدي، حيث كان الباحث يقدم الاستمارة فقط للطلبة الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي.

وشمل توزيع الاستمارات في جامعة بغداد على طلبة كلية الاعلام قسم الإذاعة والتلفزيون، في حين وزعت الاستمارات فيالجامعة التكنولوجية على طلبة قسم (الهندسة المعمارية)

تاسعا: تعريف او تحديد المصطلحات:

النمط: وهو طريقة وأسلوبجمعه (انماط، نماط) كما جاء في المعجم العربي الأساسي" لاروس" ويعرفه علماء الاجتماع بأنه (جزء من السلوك التفاعلي يتكرر بشكل غالب)"٢٢" كما يمكن تعريفه اجرائيا بأنه(السلوك المتكرر الخاص بالفرد اثناء استخدامه شبكات التواصل الاجتماعي).

الدوافع:"وهي كل ما يكتسبه الإنسان عن طريق خبراته اليومية وتفاعله الاجتماعي،وتتمثل في ميل الإنسان إلى العيش في جماعات،والى الاجتماع مع الاخرين والاشترك في نشاطهم الاجتماعي".

طلبة الجامعات العراقية:ويقصد بهم "جميع الطلبة المقبولين في الجامعات العراقية لمرحلة الدراسات الأولية (البكالوريوس) بشقيها العلمي والإنساني باستثناء جامعات إقليم كردستان".

شبكات التواصل الاجتماعي:"عبارة عن مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني والفيديو والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات، ومن أشهر الشبكات الاجتماعية Facebook و Myspace و twitter و YouTube وغيرها".

عاشرا: الدراسات السابقة:

١-دراسة عبد الكريم علي الدبيسي وزهير ياسين الطاهات:"٢٣"

تناولت هذه الدراسة (دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية) معدلات استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي الرقمية،والكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الراي العام لدى الطلبة،ومستوى منافسة شبكات التواصل الاجتماعي لوسائل الإعلام التقليدية باعتمادها مصادر للأخبار والمعلومات. واستخدم الباحثان المنهج الوصفي عن طريق تصميم استبانة لمسح اراء الطلبة، وجمع الحقائق والمعلومات، ثم تحليلها.

وخلصت الدراسة إلى نتائج عدة أبرزها انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الطلبة، وأن تلك الشبكات أصبحت تشكل مصدرا من مصادر حصولهم على الأخبار والمعلومات التي من شأنها التأثير في تشكيل الراي العام، ومنافسة لوسائل الإعلام التقليدية والصحافة الإلكترونية في ذلك، وكان بعض معلوماتها إيجابيا مثل تعزيز الروح الوطنية والولاء والانتماء، والبعض الآخر سلبيا مثل محاولة ربط الأحداث الجارية في

الدول المجاورة بالوضع الداخلي، والتشكيك في مصداقية ما تبثه وسائل الإعلام الوطنية الرسمية وشبه الرسمية، والتحريض على التظاهر أو الاعتصام أو الإضراب، واستخدام العامل الديني لإثارة سلوك أفراد المجتمع، أو الدعوة لمقاطعة الأنشطة والفعاليات التي تدعو إليها الحكومة.

٢-دراسة عبد الصادق حسن"٢٤":

وتناولت هذه الدراسة(تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت وعلاقته بوسائل الاتصال التقليدية) بالتطبيق على عينة قوامها ٣٥٢ مفردة من الشباب الجامعي في الجامعة الأهلية وجامعة دلمون في مملكة البحرين ، وقد استخدم الباحث البرنامج الإحصائي SPSS لمعالجة البيانات الإحصائية بالاعتماد على العديد من الاختبارات الإحصائية مثل ، F-test، T-test، ومعامل ارتباط بيرسون، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، منها:

١- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي-عينة الدراسة-طبقاً للمتغيرات الديموغرافية المختلفة في دوافع تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت.

٢- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدلات تعرض الشباب الجامعي عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي ودوافع تعرضهم لهذه المواقع.

٣- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدلات تعرض الشباب الجامعي عينة الدراسة لوسائل الاتصال التقليدية ودوافع تعرضهم لهذه الوسائل.

٤- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدلات تعرض الشباب الجامعي عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي وبين تعرضهم لوسائل الاتصال التقليدية.

٣-حمود محمد العليمات وزياد خميس التح"٢٥":

تهدف هذه الدراسة (أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الشبكة العنكبوتية في بناء الاتجاهات الفكرية لدى طلبة جامعة آل البيت) إلى التعرف على مدى تأثير استخدام وسائط التفاعل الاجتماعي في بناء الاتجاهات الفكرية(الاجتماعية،الاقتصادية والسياسية) لدى طلبة جامعة آل البيت، وتكونت عينة الدراسة العشوائية من (٣٧١) طالبا وطالبة ممن يستخدمون مواقع التفاعل الاجتماعي من طلبة جامعة آل البيت، وقد بينت المتوسطات والانحرافات المعيارية للعلامة الكلية على المقياس ولكل مجال من مجالات المقياس وجود تأثير لاستخدام هذه الوسائط في بناء الاتجاهات الفكرية لدى الطلبة ،كذلك بين تحليل التباين الاحادي وجود فروق ذات دلالة احصائية في تأثير هذه المواقع في بناء الاتجاهات الفكرية تعزى لنوعية المواقع المستخدمة، كذلك بين تحليل التباين الاحادي وجود فروق ذات دلالة احصائية في استخدام هذه الوسائط ،تعزى للمؤهل العلمي لكنه لم يكشف عن فروق ذات دلالة احصائية في بناء الاتجاهات الفكرية تعزى لعامل الجنس، وقد تم تفسير النتائج في ضوء الأدلة والدراسات التي تم جمعها حول الموضوع. (١٣٤) كلمة.

الدراسة الميدانية:

يسعى البحث الى التعرف على نمط استخدام طلبة الجامعات العراقية لشبكات التواصل الاجتماعي من حيث الشدة والكثافة والقصدية، كما يحاول اكتشاف دوافع هؤلاء الطلبة ومدى تفاعلهم عبر هذا النوع من الاعلام الجديد، ومن اجل الوصول الى النتائج استخدم الباحث المنهج المسحي، واتخذ من صحيفة الاستقصاء كمقياس يفضي الى الخروج بدلالات رقمية لعرضها وتفسيرها وبناء استنتاجات تكون بمثابة نقاط مضيئة يمكن ان تقود باحثين اخرين الى اجراء دراسات مختلفة حول العلاقة بين طلبة الجامعات العراقية وشبكات التواصل الاجتماعي.

ولجأ الباحث الى العينة العمدية بسبب العدد الكبير لطلبة الجامعات العراقية للدراسات الصباحية (١١٠٩٠٩) طالب وطالبة، وقد اختار (١٠٠) مبحثاً من طلبة الدراسات الأولية الصباحية (البكالوريوس) موزعين بالتساوي بواقع (٥٠) مبحثاً للدراسات العلمية، وهم من طلبة الجامعة التكنولوجية الذي يبلغ عدد طلبتها (٦٢٢٨) بواقع (٣١٤٣) ذكور و(٢٤٦٧٨) اناث، وقد اختار قسم الهندسة المعمارية الذي يبلغ عدد طلبته (٣٠٩) بواقع (١٢٩) ذكور و(١٨٠) اناث.

واختار الباحث أيضا (٥٠) مبحثاً للدراسات والإنسانية من طلبة جامعة بغداد التي يبلغ اجمالي عدد طلبتها للعام الدراسي ٢٠١١-٢٠١٢ (٤١٧٦٧) طالب وطالبة، ووزع استمارة الاستقصاء بشكل عمدي على طلبة كلية الاعلام التي يبلغ عدد طلبتها (١٣٦٦) بواقع (٩١٢) طالب و (٤٥٤) طالبة، قسم الإذاعة والتلفزيون بالتحديد التي يبلغ عدد طلبته (٣٠٩) بواقع (١٢٩) ذكور و(١٨٠) اناث "٢٦"، وقد قسم (٥٠) مبحثاً الى الذكور بواقع (٢٥) مبحثاً بنسبة (٥٠%) للدراسات العلمية و(٢٥) بنسبة (٥٠%) للدراسات الانسانية وقسم عدد الاناث (٥٠) بواقع (٢٥) بنسبة (٥٠%) للدراسات العلمية و(٢٥) بنسبة (٥٠%) للدراسات الانسانية، انظر الجدول رقم (٢):

جدول رقم (٢) يوضح التخصص الأكاديمي وعدد الذكور والاناث لأفراد العينة

ت	التخصص الأكاديمي	ذكور		اناث	
		ت	%	ت	%
١	علمي	٢٥	٥٠	٢٥	٥٠
٢	انساني	٢٥	٥٠	٢٥	٥٠
المجموع		٥٠	١٠٠	٥٠	١٠٠

وقسم الباحث عينة البحث بين الذكور والاناث ودرس خصائص المبحثين وعرضها في جداول لإيضاح الفروق الفردية وإمكانية الاستفادة منها من قبل الباحثين لإيجاد علاقات ارتباطية فيما بينها، وقد تباينت اعمار الطلبة الذكور والاناث في الدراسات العلمية والإنسانية حيث بلغ عدد الطلبة في العمرية (١٨-٢٠) سنة (٤٦) طالبا بواقع (١٥) ذكور علمي بنسبة (٦٠%) و(٢٣) اناث علمي بنسبة (٩٢%) و(صفر) ذكور

انساني و(٨) اناث انساني بنسبة (٣٢%)، فيما بلغ عدد الطلبة في الفئة العمرية (٢١-٢٢) سنة (٣٢) طالبا توزعوا بواقع (٣) ذكور علمي بنسبة (١٢%) و(٣) اناث علمي بنسبة (٨%) و(١٢) ذكور انساني بنسبة (٤٨%) و (١٤) اناث انساني بنسبة (٥٦%)، في حين بلغ عدد الطلبة في الفئة العمرية (٢٣-٢٤) سنة (١٥) بواقع (٢) ذكور علمي بنسبة (٨%) و(صفر) اناث انساني و(١٠) ذكور انساني بنسبة (٤٠%) و(٣) اناث انساني بنسبة (١٣%)، اما الفئة العمرية (٢٤ فأكثر) فبلغ عدد الطلبة في العينة (٨) فقط بواقع (٥) ذكور علمي بنسبة (٢٠%) و(٣) ذكور انساني بنسبة (١٢%)، انظر الجدول رقم (٣) :

جدول رقم (٣) يوضح الفئات العمرية لأفراد العينة

ت	العمر	ذكور علمي		اناث علمي		ذكور انساني		اناث انساني	
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
١	(٢٠-١٨)	٦٠	١٥	٩٢	٢٣	-	-	٣٢	٨
٢	(٢٢-٢١)	١٢	٣	٨	٣	٤٨	١٢	٥٦	١٤
٣	(٢٤-٢٣)	٨	٢	-	-	٤٠	١٠	١٢	٣
٤	(٢٤ - فأكثر)	٢٠	٥	-	-	١٢	٣	-	-
المجموع		١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥

يتضح مما سبق ان اعمار الطلبة من مستخدمي شبكات قد توزعت على جميع الفئات العمرية الا انها تركزت بشكل كبير في فئتي (٢٠-١٨) و(٢٢-٢١) كون الباحث قد وزع الاستمارة بدون تحديد لفئة عمرية معينة، كما يلاحظ قلة اعداد المبحوثين في الفئة (٢٤ - فأكثر) كون البحث اقتصر على الدراسات الصباحية فقط. وتوزع عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي حسب الحالة الاجتماعية الى فئتين رئيسيتين، وهما أعزب ومتزوج، فيما لم تؤثر بقية الفئات (مطلق، أرمل، منفصل) حضورا يذكر، حيث بلغ عدد المستخدمين من فئة (أعزب) (٨٩) مبحوثا بواقع (٢٢) مستخدما بنسبة (٨٨%) للذكور علمي و(٢٤) مستخدما بنسبة (٩٦%) اناث علمي و(٢١) مستخدما بنسبة (٨٤%) ذكور انساني و(٢٢) مستخدما بنسبة (٨٨%) اناث انساني. اما فئة مطلق فقد بلغت (١١) مبحوثا توزعت بواقع (٣) مستخدما بنسبة (١٢%) ذكور علمي و(١) مستخدما واحدة بنسبة (٤%) اناث علمي و(٤) مستخدما بنسبة (١٦%) ذكور انساني و(٣) مستخدما بنسبة (١٢%) اناث انساني، انظر جدول رقم (٤):

جدول رقم (٤) يوضح الحالة الاجتماعية لأفراد العينة

ت	الحالة الاجتماعية	ذكور علمي		اناث علمي		ذكور انساني		اناث انساني	
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
١	أعزب	٨٨	٢٢	٩٦	٢٤	٨٤	٢١	٨٨	٢٢

٢	متزوج	٣	١٢	١	٤	٤	١٦	٣	١٢
٣	مطلق	-	-	-	-	-	-	-	-
٤	أرمل	-	-	-	-	-	-	-	-
٥	منفصل	-	-	-	-	-	-	-	-
	المجموع	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠

يتبين من الاحصائيات السابقة ان فئة (أعزب) قد نالت المرتبة الأولى وهي حالة طبيعية كون المبحوثين هم من طلبة الجامعات أي لا يكونوا مؤهلين من الناحية المادية على تكوين اسرة في هذه المرحلة، كما انهم في مقتبل العمر ومنشغلين بالتحصيل الأكاديمي مع وجود حالات معينة لفئة (متزوج)، وهي ليست حالات شاذة لاسيما في مجتمع المحافظات.

وبلغ عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من سكنة العاصمة بغداد (٧٨) من العدد الكلي للعيينة البالغ (١٠٠) مبحوث توزعوا بواقع (١٨) بنسبة (٧٢%) ذكور علمي و(٢٢) بنسبة (٨٨%) اناث علمي و(١٧) بنسبة (٦٨%) ذكور انساني و(٢١) بنسبة (٨٤%) اناث انساني، في حين بلغ عدد المستخدمين من المحافظات (٢٢) مبحوثا بواقع (٧) بنسبة (٢٨%) ذكور علمي و(٣) بنسبة (١٢%) اناث علمي و(٨) بنسبة (٣٢%) ذكور انساني و(٤) بنسبة (١٦%) اناث انساني، انظر الجدول رقم (٥):

جدول رقم (٥) يوضح محل السكن لأفراد العينة

ت	محل السكن	ذكور علمي		اناث علمي		ذكور انساني		اناث انساني	
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
١	بغداد	٧٢	١٨	٨٨	٢٢	٦٨	١٧	٢١	٨٤
٢	المحافظات	٢٨	٧	١٢	٣	٣٢	٨	٤	١٦
	المجموع	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	٢٥	١٠٠

ويتضح من ذلك ان اغلب الطلبة هم من سكنة العاصمة كون الباحث قد اختار جامعتي بغداد والتكنولوجية، وهما يقعان في مركز بغداد تقريبا، كما ان هنالك نسبة من طلبة المحافظات كون هاتين الجامعتين عريقتين وتتمتعان بشهرة كبيرة مما يجعلهما مركز جذب لطلبة المحافظات.

واختلفت فترة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من المبحوثين، حيث شملت (اقل من سنة) (٨) مبحوثين توزعوا بواقع (٥) بنسبة (٢٠%) ذكور علمي و(٥) بنسبة (٢٠%) اناث علمي و(٣) بنسبة (١٢%) اناث انساني، فيما لم تظهر احصائيات في هذه الفئة للذكور انساني.

ونالت فئة من (٢-١) سنة (٣٤) مبحوثا بواقع (٦) بنسبة (٢٤%) ذكور علمي و(٦) بنسبة (٢٤%) اناث علمي و(١٠) بنسبة (٤٠%) ذكور انساني و(١٢) بنسبة (٤٨%) اناث انساني، اما فئة (أكثر من ٣

سنوات) فبلغت (١٤) بنسبة (٥٦%) ذكور علمي و(١٤) بنسبة (٥٦%) اناث علمي و(١٥) بنسبة (٦٠٦%) ذكور انساني و(١٠) بنسبة (٤٠%) اناث انساني، انظر الجدول رقم (٦):

جدول رقم (٦) يوضح فترة استخدام افراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي

ت	فترة الاستخدام	ذكور علمي		اناث علمي		ذكور انساني		اناث انساني	
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
١	اقل من سنة	٥	٢٠	٥	٢٠	-	-	٣	١٢
٢	(٢-١) سنة	٦	٢٤	٦	٢٤	١٠	٤٠	١٢	٤٨
٣	أكثر من ٣ سنوات	١٤	٥٦	١٤	٥٦	١٥	٦٠	١٠	٤٠
المجموع		٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠

نستشف مما سبق ان اغلب المبحوثين استخدموا شبكات التواصل الاجتماعي لأكثر من ثلاث سنوات، الامر الذي يدل على مواكبة طلبة الجامعات العراقية لهذه الشبكات إذا ما قارنا بوقت ومدى انتشار الانترنت، وظهور تداول استخدام هذه الشبكات في العراق والعالم، إذا احتقى أقدمها تقريبا (الفيس بوك) في عام ٢٠١٤ بالسنة العاشرة لانطلاقها.

واستعمل المبحوثون (الهاتف النقال) كوسيلة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي حيث بلغ عددهم (٤٤) من مجموع العينة البالغ (١٠٠) بواقع (٨) بنسبة (٣٢%) ذكور علمي و(١٢) بنسبة (٤٨%) اناث علمي و(١١) بنسبة (٤٤%) ذكور انساني و(١٣) بنسبة (٥٢%) اناث انساني، في حين لم يستخدم المبحوثين جهاز الحاسوب اللوحي (الاي باد)، بينما استخدم الحاسوب المحمول (اللاب توب) (٥٢) مبحوثا بواقع (١٧) بنسبة (٦٨%) ذكور علمي و(١٠) بنسبة (٤٠%) اناث علمي و(١٣) بنسبة (٥٢%) ذكور انساني و(١٢) بنسبة (٤٨%) اناث انساني، اما جهاز الحاسوب المكتبي فاستخدمته (٣) بنسبة (١٢%) اناث علمي و(١) بنسبة (٤%) ذكور انساني، انظر الجدول رقم (٧) :

جدول رقم (٧) يوضح الوسيلة المستخدمة للدخول الى شبكات التواصل الاجتماعي

ت	وسيلة الاستخدام	ذكور علمي		اناث علمي		ذكور انساني		اناث انساني	
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
١	الهاتف النقال	٨	٣٢	١٢	٤٨	١١	٤٤	١٣	٥٢
٢	الحاسوب اللوحي (اي باد)	-	-	-	-	-	-	-	-
٣	الحاسوب المحمول	١٧	٦٨	١٠	٤٠	١٣	٥٢	١٢	٤٨
٤	الحاسوب المكتبي	-	-	٣	١٢	١	٤	-	-
٥	اخرى تذكر	-	-	-	-	-	-	-	-
المجموع		٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠

يلاحظ مما سبق ان افراد العينة يستخدمون جهاز الحاسوب المحمول بشكل كبير للدخول الى شبكات التواصل الاجتماعي، كما يستخدمون الهواتف الذكية للغرض نفسه، وذلك يعود الى انتشار هذه الأجهزة ورخص ثمنها وإمكانية استخدامها في أي مكان، فيما لم يسجل جهاز الحاسوب اللوحي أي دلالة إحصائية لحدائته استخدامه في العراق وغلاء ثمنه.

وتوزعت فئة (المدة المفضلة للاستخدام) الى فئات عدة حيث بلغت (الفترة الصباحية (٧-١٢)) (٤) فقط توزعت بواقع (٢) بنسبة (٨%) اناث علمي و(٢) بنسبة (٨%) ذكور انساني، وبلغت فئة (الظهيرة(١-٤) بواقع (١) بنسبة (٤%) ذكور علمي و(٥) بنسبة (٢٠%) اناث علمي و(١) بنسبة (٤%) ذكور انساني، وتباينت فئة(المسائية (٥-١٢) بواقع (٢٠) بنسبة (٨٠%) ذكور علمي و(١٢) بنسبة (٤٨%) اناث علمي و(١٢) بنسبة (٤٨%) ذكور انساني و(١٤) بنسبة (٥٦%) اناث انساني، وحصلت فئة (الليل(١-٧) على تفضيل (٤) بنسبة (١٦%) ذكور علمي و(٦) بنسبة (٢٤%) اناث علمي و(١٠) بنسبة (٤٠%) ذكور انساني و(١١) بنسبة (٤٤%) اناث انساني، انظر الجدول رقم (٨):

جدول رقم (٨) يوضح المدة المفضلة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين

ت	المدة المفضلة للاستخدام		ذكور علمي		اناث علمي		ذكور انساني		اناث انساني	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
١	-	-	٨	٢	٨	٢	-	-	-	-
٢	٤	١	٢٠	٥	٤	١	-	-	-	-
٣	٢٠	٨٠	٢٠	٨٠	٤٨	١٢	٤٨	١٢	٥٦	١٤
٤	٤	١٦	٦	٢٤	٤٠	١٠	٤٤	١١	٤٤	١١
المجموع	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠

ونستنتج من ذلك ان المبحوثين يفضلون المدة المسائية (٥-١٢) لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي كون طبيعة حياتهم كطلبة تتطلب التواجد على مقاعد الدراسة في المدة الصباحية ومدة الظهيرة، فيما سجلت مدة الليل (٧-١) حضوراً لعدد قليل منهم.

وتباينت شدة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في اليوم الواحد من قبل المبحوثين حيث بلغت فئة (اقل من ساعة واحدة) (١) بنسبة (٤%) ذكور علمي و(٥) بنسبة (٢٠%) اناث علمي و(١) بنسبة (٤%) اناث انساني، وحصلت فئة (ساعة واحدة) على (٤) بنسبة (١٦%) ذكور علمي و(٣) بنسبة (١٢%) اناث علمي و(٦) بنسبة (٢٤%) ذكور انساني و(٥) بنسبة (٢٠%) اناث انساني، وبلغت فئة (ساعتان) (٦) بنسبة (٢٤%) ذكور علمي و(٨) بنسبة (٣٢%) اناث علمي و(٩) بنسبة (٣٦%) ذكور انساني و(١٠) بنسبة (٤٠%) اناث انساني، ونالت فئة (٣ ساعات فاكثر) على (١٤) بنسبة (٥٦%) ذكور علمي و(٩)

بنسبة (٣٦%) اناث علمي و(١٠) بنسبة (٤٠%) ذكور انساني و(٩) بنسبة (٣٦%) اناث انساني ، انظر الجدول رقم (٩):

جدول رقم (٩) يوضح شدة استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي في اليوم الواحد

ت	مدة الاستخدام باليوم الواحد		ذكور علمي		اناث علمي		ذكور انساني		اناث انساني	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
١	١	٤	٥	٢٠	-	-	١	٤		
٢	٤	١٦	٣	١٢	٦	٢٤	٥	٢٠		
٣	٦	٢٤	٨	٣٢	٩	٣٦	١٠	٤٠		
٤	١٤	٥٦	٩	٣٦	١٠	٤٠	٩	٣٦		
المجموع	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠		

ويتبين مما سبق ان عدد كبير من افراد العينة لديهم شغف في شبكات التواصل الاجتماعي، حيث يستخدمونها ثلاث ساعات واكثر يوميا، كما ان نسبة كبيرة منهم يستخدمونها ساعتين الامر الذي يجعل وسائل الاعلام الجديد تحل تدريجيا محل وسائل الاعلام التقليدية من حيث مدة الاستخدام، مما يعطي مؤشرات ذات دلالة الى الباحثين في اجراء العديد من الدراسات المقارنة بينهما، كما ان غياب وسائل الترفيه والأوضاع الأمنية وعدم الحاجة الى استخدام التيار الكهربائي يجعل استخدام هذه الشبكات من الأمور المفضلة، لاسيما انها تتيح العديد من وسائل التواصل والتسلية.

وتباين كثافة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من المبحوثين (٤) فئات حيث حصلت فئة (بشكل يومي) (١٤) بنسبة (٦٦%) ذكور علمي و(٨) بنسبة (٣٢%) اناث علمي و(١١) بنسبة (٤٤%) ذكور انساني و(١٣) بنسبة (٥٢%) اناث انساني، وبلغت فئة (حسب أوقات الفراغ) (١٠) بنسبة (٤٠%) ذكور علمي و(٩) بنسبة (٣٦%) اناث علمي و(١١) بنسبة (٤٤%) ذكور انساني و(١٣) بنسبة (٥٢%) اناث انساني ، ونالت فئة (أسبوعيا) و(١) بنسبة (٤%) ذكور علمي و(٣) بنسبة (١٢%) ذكور انساني، في حين بلغت فئة (أوقات الحاجة فقط) و(٨) بنسبة (٣٢%) اناث علمي ، انظر الجدول رقم (١٠):

جدول رقم (١٠) يوضح كثافة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل العينة

ت	كثافة الاستخدام		ذكور علمي		اناث علمي		ذكور انساني		اناث انساني	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
١	١٤	٦٦	٨	٣٢	١١	٤٤	١٢	٤٨		
٢	١٠	٤٠	٩	٣٦	١١	٤٤	١٣	٥٢		
٣	١	٤	-	-	٣	١٢	-	-		

٤	اوقات الحاجة فقط	-	-	٨	٣٢	-	-
٥	اخرى تذكر	-	-	-	-	-	-
المجموع		٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠

توضح الاحصائيات السابقة ان وجود كثافة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل طلبة الجامعات من خلال الاستخدام اليومي وحسب وقت الفراغ، حيث تركزت خيارات العينة على هاتين الفئتين، ولم تسجل ارقام تذكر لبقية الفئات الأخرى.

واختلف المبحوثين في مدى صعوبة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي حيث أجاب (نعم) و(٢) بنسبة (٨%) ذكور علمي و(٣) بنسبة (١٢%) اناث علمي وأجاب ب(أحيانا) و(٩) بنسبة (٣٦%) ذكور علمي و(٧) بنسبة (٢٨%) اناث علمي و(٩) بنسبة (٣٦%) ذكور انساني و(١٠) بنسبة (٤٠%) اناث انساني، في حين أجاب (لا) و(١٤) بنسبة (٥٦%) ذكور علمي و(١٥) بنسبة (٦٠%) اناث علمي و(١٦) بنسبة (٦٤%) ذكور انساني و(١٥) بنسبة (٦٠%) اناث انساني، انظر الجدول رقم (١١):

جدول رقم (١١) يوضح صعوبات استخدام شبكة التواصل الاجتماعي من قبل العينة

ت	صعوبة الاستخدام	ذكور علمي		اناث علمي		ذكور انساني		اناث انساني	
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
١	نعم	٨	٢	١٢	٣	-	-	-	-
٢	احيانا	٣٦	٩	٢٨	٧	٤٠	١٠	٣٦	٩
٣	لا	٥٦	١٤	٦٠	١٥	٦٠	١٥	٦٤	١٦
المجموع		١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥

يوضح الجدول السابق ان افراد العينة في معظمهم لا يوجدون صعوبات تذكر في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وذلك لاملاكهم مهارة الاستخدام بفعل تحصيلهم الأكاديمي، ولسهولة مفاتيح هذه الشبكات، لاسيما ان معظمها تستخدم اللغة العربية فيما ذكر عدد من افراد العينة وجود صعوبات معينة في الاستخدام. وحدد المبحوثين ممن اجابوا (نعم) و (أحيانا) نوع الصعوبات التي تواجههم عندما يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي ، حيث أشاروا الى فئة (عدم توفر خدمة الانترنت بشكل مستمر) (٢) بنسبة (١٨.١٨%) ذكور علمي و(٣) بنسبة (٢٣.٠٧%) اناث علمي و(٧) بنسبة (٧٧.٧٧%) ذكور انساني و(٧) بنسبة (٧٠%) اناث انساني ، وبلغت فئة (ارتفاع تكاليف الاشتراك بخدمة الانترنت) (٣) بنسبة (٢٧.٢٧%) ذكور علمي و(٣) بنسبة (٢٣.٠٧%) اناث علمي و(٢) بنسبة (٢٢.٢٢%) ذكور انساني و(١) بنسبة (١٠%) اناث انساني، ونالت فئة (عدم المعرفة باستخدام مكونات الموقع) (٢) بنسبة (١٨.١٨%) ذكور علمي و(٣) بنسبة (٢٣.٠٧%) اناث علمي و(١) بنسبة (١٠%) اناث انساني وحصلت فئة (عدم

المعرفة بالطريقة المناسبة لكسب الأصدقاء) (٢) بنسبة (١٨.١٨%) ذكور علمي و(١) بنسبة (٧,٦٩%)
 اناث علمي، فيما بلغت فئة (عدم الثقة بنشر المعلومات او تصديق ما منشور بالموقع) (٢) بنسبة
 (١٨.١٨%) ذكور علمي و(٣) بنسبة (٢٣,٠٧%) اناث علمي و(١) بنسبة (١٠%) اناث انساني ، انظر
 الجدول رقم (١٢):

جدول رقم (١٢) الصعوبات التي تواجه المبحوثون

ت	نوع الصعوبة	ذكور علمي		اناث علمي		ذكور انساني		اناث انساني	
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
١	عدم توفر خدمة الانترنت بشكل مستمر	١٨.١٨	٢	٢٣,٠٧	٣	٧٧,٧٧	٧	٧٠	٧
٢	ارتفاع تكاليف الاشتراك بخدمة الانترنت	٢٧.٢٧	٣	٢٣,٠٧	٣	٢٢.٢٢	٢	١٠	١
٣	عدم المعرفة باستخدام مكونات الموقع	١٨.١٨	٢	٢٣,٠٧	٣	-	-	١٠	١
٤	عدم المعرفة بالطريقة المناسبة لكسب الاصدقاء	١٨.١٨	٢	٧,٦٩	١	-	-	-	-
	عدم الثقة بنشر المعلومات او تصديق ما منشور بالموقع	١٨.١٨	٢	٢٣,٠٧	٣	-	-	١٠	١
٥	اخرى تذكر	-	-	-	-	-	-	-	-
	المجموع	١٠٠	١١	١٠٠	١٣	١٠٠	٩	١٠٠	١٠

وشخص مستخدموا شبكات التواصل الاجتماعي من طلبة الجامعات العراقية ان صعوبات الاستخدام تتمثل
 بالناحيين التقنية والمادية، وذلك لضعف قوة الإشارة المستلمة، وارتفاع تكاليف خدمات البث، وتلك عقبتين
 تحاول الجهات الحكومية المعنية تذليلها من خلال ربط العراق بالكابل الضوئي، وانذار الشركات الاهلية
 بتقليل مبلغ الاشتراكات الشهرية."٢٧"

وحدد المبحوثون الأوقات التي يفضلون اللجوء فيها الى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وقد بلغت فئة
 (أيام الاجازة) (٩) بنسبة (٢١,٤٢%) ذكور علمي، و(١٠) بنسبة (٢٩,٤١%) اناث علمي و(٩) بنسبة
 (٢٨,١٢%) ذكور انساني و(١٣) بنسبة (٢٨,٢٦%) اناث انساني ، ونالت فئة (أوقات الامتحانات و(٨)

بنسبة (١٩,٠٤%) ذكور علمي و(٥) بنسبة (١٤,٧٠%) اناث علمي و(١) بنسبة (٣,١٢٥%) ذكور انساني و(١) بنسبة (٢,١٧٣%) اناث علمي، وحصلت فئة (أوقات الحاجة) (٧) بنسبة (١٦,٦٦%) ذكور علمي و(٦) بنسبة (١٧,٦٤%) اناث علمي و(٣) بنسبة (٩,٣٧٥%) ذكور انساني و(٧) بنسبة (١٥,٢١%) اناث انساني ، وبلغت فئة (أوقات الحاجة للحصول على معلومات معينة) و(٨) بنسبة (١٩,٠٤%) ذكور علمي و(٨) بنسبة (٢٣,٥٢%) اناث علمي و(٧) بنسبة (٢١,٧٨%) ذكور انساني و(٨) بنسبة (١٧,٣٩%) اناث انساني فيما نالت فئة (أوقات الفراغ) على و(١٠) بنسبة (٢٣,٨٠%) ذكور علمي و(٥) بنسبة (١٤,٧٠%) اناث علمي و(١٢) بنسبة (٣٧,٥%) ذكور انساني و(١٧) بنسبة (٣٦,٩٥%) اناث انساني ، انظر الجدول رقم (١٣):

جدول رقم (١٣) يوضح أوقات زيادة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل افراد العينة

ت	اوقات زيادة الاستخدام		ذكور علمي		اناث علمي		ذكور انساني		اناث انساني	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
١	٢١,٤٢	٩	٢٩,٤١	١٠	٢٨,١٢	٩	٢٨,٢٦	١٣		
٢	١٩,٠٤	٨	١٤,٧٠	٥	٣,١٢٥	١	٢,١٧٣	١		
٣	١٦,٦٦	٧	١٧,٦٤	٦	٩,٣٧٥	٣	١٥,٢١	٧		
٤	١٩,٠٤	٨	٢٣,٥٢	٨	٢١,٧٨	٧	١٧,٣٩	٨		
٥	٢٣,٨٠	١٠	١٤,٧٠	٥	٣٧,٥	١٢	٣٦,٩٥	١٧		
٦	-	-	-	-	-	-	-	-		
المجموع	١٠٠	٤٢	١٠٠	٣٤	١٠٠	٣٢	١٠٠	٤٦		

وتدل الأرقام ان أوقات زيادة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل طلبة الجامعات العراقية توزعت على فئات عدة الامر الذي يدل على اقبال افراد العينة على هذه الشبكات في كل الأوقات ولأسباب مختلفة كما ان هذه النتيجة تتوافق مع كثافة وشدة الاستخدام مثلما اكدت الجداول السابقة.

واختلف المبحوثون بعدد المواقع المستخدمة يوميا في شبكات التواصل الاجتماعي حيث نالت فئة (موقع واحد) (٩) بنسبة (٣٦%) ذكور علمي و(١٦) بنسبة (٦٤%) اناث علمي و(٥) بنسبة (٢٠%) ذكور انساني و(٨) بنسبة (٣٢%) اناث انساني ، فيما استخدم موقعان في اليوم الواحد (٨) بنسبة (٣٢%) ذكور علمي و(٧) بنسبة (٢٨%) اناث علمي و(١٣) بنسبة (٥٢%) ذكور انساني و(١٠) بنسبة (٤٠%) اناث انساني في حين استخدم ثلاثة مواقع (١) بنسبة (٤%) ذكور علمي و(٢) بنسبة (٨%) اناث علمي و(٥) بنسبة (٢٠%) ذكور انساني و(٣) بنسبة (١٢%) اناث انساني ، واستخدم اكثر من ثلاثة مواقع (٧) بنسبة

(٢٨%) ذكور علمي و (٢) بنسبة (٨%) ذكور انساني و (٤) بنسبة (١٦%) اناث انساني، انظر الجدول رقم (١٤) :

جدول رقم (١٤) يوضح عدد المواقع المستخدمة باليوم الواحد من قبل افراد العينة

ت	عدد المواقع المستخدمة باليوم الواحد	ذكور علمي		اناث علمي		ذكور انساني		اناث انساني	
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
١	موقع واحد	٣٦	٩	١٦	٦٤	٥	٢٠	٨	٣٢
٢	موقعان	٣٢	٨	٧	٢٨	١٣	٥٢	١٠	٤٠
٣	ثلاثة مواقع	٤	١	٢	٨	٥	٢٠	٣	١٢
٤	أكثر من ثلاثة مواقع	٢٨	٧	-	-	٢	٨	٤	١٦
المجموع		١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥

ويتضح من ذلك ان اغلب افراد العينة يستخدمون موقع واحد او اثنين ويتصفحونها بشكل يومي فيما ذكر بعضهم استخدام ثلاث مواقع وأكثر وذلك لوجود عدد من الشبكات الشائعة في العراق يتصفحها معظم المستخدمين كما جاء ذلك في الجدول رقم (١٨).

وتوزعت عدد أيام الاستخدام من قبل المبحوثين حيث يستخدم يوميا شبكات التواصل الاجتماعي (١٥) بنسبة (٦٠%) ذكور علمي و (١٧) بنسبة (٦٨%) اناث علمي و (٨) بنسبة (٣٢%) ذكور انساني و (١٧) بنسبة (٦٨%) اناث انساني ، بينما يستخدمها من (٣-٥) يوم (٥) بنسبة (٢٠%) ذكور علمي و (٤) بنسبة (١٦%) اناث علمي و (١٦) بنسبة (٥٤%) ذكور انساني و (٦) بنسبة (٢٤%) اناث انساني ، واستخدم شبكات التواصل الاجتماعي لمدة (يومان فاقل) (٥) بنسبة (٢٠%) ذكور علمي و (٤) بنسبة (١٦%) اناث علمي و (١) بنسبة (٤%) ذكور انساني و (٢) بنسبة (٨%) اناث انساني ، انظر الجدول رقم (١٥):

جدول رقم (١٥) يوضح عدد أيام استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

ت	عدد ايام الاستخدام	ذكور علمي		اناث علمي		ذكور انساني		اناث انساني	
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
١	يومية	٦٠	١٥	١٧	٦٨	٨	٣٢	١٧	٦٨
٢	(٣-٥) يوم	٢٠	٥	٤	١٦	١٦	٥٤	٦	٢٤
٣	يومان فاقل	٢٠	٥	٤	١٦	١	٤	٢	٨
المجموع		١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥

ونستنتج مما سبق ان معظم المبحوثين من طلبة الجامعات العراقية يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بشكل يومي او معظم أيام الأسبوع بالمقارنة مع مستخدمي هذه الشبكات خلال يومين فاقل الامر الذي يؤكد

اقبال طلبة الجامعات العراقية على شبكات التواصل الاجتماعي بعدها تقدم مجموعة من الأشياء في ان واحد كالمعلومات والاخبار والتسلية والتواصل والخ.

واختلف المبحوثون في أماكن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي حيث استخدمها (في المنزل) (٨) بنسبة (٣٢%) ذكور علمي و(٢٠) بنسبة (٨٠%) اناث علمي و(٦) بنسبة (٢٤%) ذكور انساني و(٢٢) بنسبة (٨٨%) اناث انساني ، فيما استخدمها في (منزل الأقارب) (٤) بنسبة (١٦%) ذكور علمي و(٣) بنسبة (١٢%) اناث علمي و(٣) بنسبة (١٢%) ذكور انساني ، واستخدم المبحوثون شبكات التواصل الاجتماعي في (منزل الأصدقاء) (٣) بنسبة (١٢%) ذكور علمي و(٢) بنسبة (٨%) ذكور انساني واستخدمها في (الأماكن العامة) (٣) بنسبة (١٢%) ذكور علمي و(٧) بنسبة (٢٨%) ذكور انساني ، اما في الجامعة فقد استخدمها (٣) بنسبة (١٢%) ذكور علمي و(٢) بنسبة (٨%) اناث علمي و(٤) بنسبة (١٦%) ذكور انساني و(٣) بنسبة (١٢%) اناث انساني ، واستخدمها في (أماكن العمل) (٤) بنسبة (١٦%) ذكور علمي و(٣) بنسبة (١٢%) ذكور انساني ، انظر الجدول رقم (١٦):

جدول رقم (١٦) يوضح أماكن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين

ت	اماكن الاستخدام		ذكور علمي		اناث علمي		ذكور انساني		اناث انساني	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
١	٨	٣٢	٢٠	٨٠	٦	٢٤	٢٢	٨٨		
٢	٤	١٦	٣	١٢	٣	١٢	-	-		
٣	٣	١٢	-	-	٢	٨	-	-		
٤	٣	١٢	-	-	٧	٢٨	-	-		
٥	٣	١٢	٢	٨	٤	١٦	٣	١٢		
٦	٤	١٦	-	-	٣	١٢	-	-		
٧	-	-	-	-	-	-	-	-		
	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠		

ويدل الجدول السابق ان معظم عينة البحث من طلبة الجامعات العراقية يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في المنازل وبعضهم يستخدمونها في الجامعة وذلك يتناسب مع طبيعة البيئة الطلابية في التواجد ضمن أماكن محددة بما تسمح به فئاتهم العمرية واولقات فراغهم فضلا عن الأوضاع الأمنية التي تحد كثيرا من خروج هؤلاء الطلبة الى الأماكن العامة.

وتباين استخدام افراد العينة من حيث اللغة او اللهجة حيث استخدم (اللهجة العامية الدراجة) (٨) بنسبة (٣٢%) ذكور علمي و(١٠) بنسبة (٤٠%) اناث علمي و(١٤) بنسبة (٥٦%) ذكور انساني و(١١) بنسبة

(٤٤%) اناث انساني، بينما استخدم (اللغة العربية) (١٠) بنسبة (٤٠%) ذكور علمي و(١٠) بنسبة (٤٠%) ذكور انساني و(١١) بنسبة (٨٤%) ذكور انساني و(١٢) بنسبة (٤٨%) اناث انساني، في حين استخدم (اللغة الأجنبية) (٧) بنسبة (٢٨%) ذكور علمي و(٥) بنسبة (٢٠%) اناث علمي و(٢) بنسبة (٨%) اناث انساني، انظر الجدول رقم (١٧):

جدول رقم (١٧) يوضح اللغة او اللهجة المستخدمة من قبل عينة البحث اثناء استخدام مواقع التواصل

الاجتماعي

ت	اللغة او اللهجة المستخدمة		ذكور علمي		اناث علمي		ذكور انساني		اناث انساني	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
١	٣٢	٨	٤٠	١٠	٤٠	١٠	٥٦	١٤	٤٤	١١
٢	٤٠	١٠	٤٠	١٠	٤٠	١٠	٨٤	١١	٤٨	١٢
٣	٢٨	٧	٢٠	٥	٢٠	٥	-	-	٨	٢
المجموع	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥

ونستشف من ذلك ان الطلبة يميلون الى استخدام اللغة العربية اثناء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وذلك لطبيعة المشاركة فيها حيث تجبر اللغة العربية مستخدميها عند الكتابة على التقيد برموزها وعدم الخروج عن قواعدها المعروفة حيث تصبح دلالاتها غير مفهومة بالمقابل نجد هناك نسبة كبيرة تلجأ الى اللهجات الدارجة فيما اختار عدد محدود لاسيما طلبة الدراسات العلمية اللغة الأجنبية اثناء الاستخدام.

وتوزعت تفضيلات المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي حيث فضل (الفيس بوك) (٨٩) مبحوثاً بعد ان ترك لهم خيار اختيار اكثر من تفضيل واحد بواقع (٢٤) بنسبة (٦١.٥٣%) ذكور علمي و(٢٠) بنسبة (٥٤.٠٥%) اناث علمي و(٢١) بنسبة (٦٧.٧٤%) ذكور انساني و(٢٤) بنسبة (٧٢.٧٢%) اناث انساني ، واستخدم (تويتر) (١٥) مبحوثاً بواقع (٤) بنسبة (١٠.٢٥%) اناث علمي و(٤) بنسبة (١٢.٩%) ذكور انساني و(٢) بنسبة (٦.٠٦%) اناث انساني ، في حين استخدم (يوتيوب) (٣٦) مبحوثاً بواقع (١١) بنسبة (٢٨.٢٠%) ذكور علمي و(١٢) بنسبة (٣٢.٤٣%) اناث علمي و(٦) بنسبة (١٩.٣٥%) ذكور انساني و(٧) بنسبة (٢١.٢١%) اناث انساني ، انظر الجدول رقم (١٨):

جدول رقم (١٨) يوضح شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة لدى افراد العينة

ت	الموقع المفضل		ذكور علمي		اناث علمي		ذكور انساني		اناث انساني	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
١	٦١,٥٣	٢٤	٥٤,٠٥	٢١	٦٧,٧٤	٢٤	٧٢,٧٢	٢٤	٧٢,٧٢	٢٤

٢	تويتر Twitter	٤	١٠,٢٥	٥	١٣,٥١	٤	١٢,٩	٢	٦,٠٦
٣	يوتيوب YouTube	١١	٢٨,٢٠	١٢	٣٢,٤٣	٦	١٩,٣٥	٧	٢١,٢١
٤	ماي سبيس My Space	-	-	-	-	-	-	-	-
٥	اكبس lkbis	-	-	-	-	-	-	-	-
٦	لينكدان LinkedIn	-	-	-	-	-	-	-	-
٧	ميتا كافي Meta Cafe	-	-	-	-	-	-	-	-
٨	اخرى تذكر	-	-	-	-	-	-	-	-
	المجموع	٣٩	١٠٠	٣٧	١٠٠	٣١	١٠٠	٣٣	١٠٠

ونستنتج مما سبق ان جميع افراد العينة يستخدمون ثلاث شبكات فقط وهي (الفيس بوك) و(تويتر) و(اليوتيوب) وهي الاشهر لدى الجمهور العراقي مع اسبقية (الفيس بوك) وذلك لمفاتيحه المتعددة التي تتيح للمستخدمين أكثر من خيار للمشاركة والتفاعل فيما لم تسجل بقية الشبكات دلالات احصائية يعتد بها وربما لاقتصار بعضها على اللغات الاجنبية فقط مما يشكل عائقا امام طلبة الجامعات العراقية.

وعن الاشخاص الذين يفضل مستخدم شبكات التواصل الاجتماعي وضعهم في القائمة المفضلة اجاب (٧٥) مبحثا ترك لهم حرية الاختيار انهم يفضلون (زملاء الدراسة) بواقع (١٣) بنسبة (٢٢.٨%) ذكور علمي و(٢٠) بنسبة (٤٠%) اناث علمي و(٩) بنسبة (٢٢.٥%) ذكور انساني و(١٥) بنسبة (٣٠.٦١%) اناث انساني ، واختار (٧٤) مبحثا (الأصدقاء) بواقع و(١٩) بنسبة (٣٣.٣٣%) ذكور علمي و(١٥) بنسبة (٣٠%) اناث علمي و(٢١) بنسبة (٥٢.٥%) ذكور انساني و(١٩) بنسبة (٣٨.٧٧%) اناث انساني، وفضل (الأقارب) (٤٥) مبحثا بواقع و(١٤) بنسبة (٢٤.٥٦%) ذكور علمي و(١٢) بنسبة (٢٤%) اناث علمي و(٧) بنسبة (١٧.٥%) ذكور انساني و(١٢) بنسبة (٢٤.٤٨%) اناث انساني ، واختار (اشخاص عراقيين لا اعرفهم) (٦) مبحثين بواقع (٤) بنسبة (٧.٠١%) ذكور علمي و(١) بنسبة (٢.٥%) ذكور انساني و(١) بنسبة (٢.٠٤%) اناث انساني ، وفضل (٤) مبحثين (اشخاص أجنب لا اعرفهم) بواقع و(٣) بنسبة (٥.٢٦%) ذكور علمي و(١) بنسبة (٢%) اناث علمي، في حين فضل (اشخاص لا نعرفهم يشاركون في نفس الهواية والاهتمامات) (١٠) مبحثين بواقع (٤) بنسبة (٧.٠١%) ذكور علمي و(٢) بنسبة (٤%) اناث علمي و(٢) بنسبة (٥%) ذكور انساني و(٢) بنسبة (٤.٠٨%) اناث انساني ، انظر الجدول رقم (١٩) :

جدول رقم (١٩) يوضح تفضيلات افراد العينة لقائمة الأشخاص في الصفحات الشخصية

ت	القائمة المفضلة		ذكور علمي		اناث علمي		ذكور انساني		اناث انساني	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
١	٢٢.٨	١٣	٤٠	٩	٢٢.٥	١٥	٣٠.٦١			
٢	٣٣.٣٣	١٩	٣٠	٢١	٥٢.٥	١٩	٣٨.٧٧			
٣	٢٤.٥٦	١٤	٢٤	٧	١٧.٥	١٢	٢٤.٤٨			
٤	٧.٠١	٤	-	١	٢.٥	١	٢.٠٤			
٥	-	-	-	-	-	-	-			
٦	٥.٢٦	٣	٢	١	-	-	-			
٧	٧.٠١	٤	٤	٢	٥	٢	٤.٠٨			
٨	-	-	-	-	-	-	-			
المجموع	١٠٠	٥٧	١٠٠	٥٠	١٠٠	٤٠	١٠٠	٤٩	١٠٠	

واختلفت الموضوعات المطروحة تبعا لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي حيث فضل طرح موضوعات تتعلق (الحياة الشخصية) (٣٤) مبحثا بواقع (١٠) بنسبة (٢٠%) ذكور علمي و(٨) بنسبة (٢٠%) اناث علمي و(١٠) بنسبة (٣٠.٣٠%) ذكور انساني و(٦) بنسبة (١٥.٣٨%) اناث انساني، واختار (موضوعات تتعلق بالجامعة) (٣٨) مبحثا بواقع (٩) بنسبة (١٨%) ذكور علمي و(٩) بنسبة (٢٢.٥%) اناث علمي و(١٠) بنسبة (٣٠.٣٠%) ذكور انساني و(١٠) بنسبة (٢٥.٦٤%) اناث انساني، واختار (موضوعات دراسية) (٣٤) مبحثا بواقع (١٧) بنسبة (٣٤%) ذكور علمي و(١٣) بنسبة (٣٢.٥%) اناث علمي و(٣) بنسبة (٩.٠٩%) ذكور انساني و(١٠) بنسبة (٢٥.٦٤%) اناث انساني، وفضل (الموضوعات المحلية) (٣٥) مبحثا بواقع (٩) بنسبة (١٨%) ذكور علمي و(٦) بنسبة (١٥%) اناث علمي و(٩) بنسبة (٢٧.٢٧%) ذكور انساني و(١١) بنسبة (٢٨.٢٠%) اناث انساني، واختار (موضوعات عربية) (٥) مبحثين بواقع (٣) بنسبة (٦%) ذكور علمي و(٢) بنسبة (٥%) اناث علمي ، وفضل (موضوعات دولية) (٦) مبحثين بواقع (٢) بنسبة (٤%) ذكور علمي و(٢) بنسبة (٥%) اناث علمي و(٢) بنسبة (٥.١٢%) اناث انساني ، فيما فضل مبحثا واحدا (موضوعات مختلفة) بواقع (١) بنسبة (٣.٠٣%) ذكور انساني، انظر الجدول رقم (٢٠) :

جدول رقم (٢٠) يوضح الموضوعات التي يفضل طرحها مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي

ت	الموضوعات المطروحة	ذكور علمي		اناث علمي		ذكور انساني		اناث انساني	
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
١	حياتك الشخصية	٢٠	١٠	٢٠	٨	٣٠.٣٠	١٠	٦	١٥.٣٨
٢	موضوعات تتعلق بالجامعة	١٨	٩	٢٢.٥	٩	٣٠.٣٠	١٠	١٠	٢٥.٦٤
٣	موضوعات دراسية	٣٤	١٧	٣٢.٥	١٣	٩.٠٩	٣	١٠	٢٥.٦٤
٤	موضوعات محلية	١٨	٩	١٥	٦	٢٧,٢٧	٩	١١	٢٨.٢٠
٥	موضوعات عربية	٦	٣	٥	٢	-	-	-	-
٦	موضوعات دولية	٤	٢	٥	٢	-	-	٢	٥.١٢
٧	مختلف الموضوعات	-	-	-	-	٣.٠٣	١	-	-
٨	اخرى تذكر	-	-	-	-	-	-	-	-
المجموع		١٠٠	٥٠	١٠٠	٤٠	١٠٠	٣٣	٣٩	١٠٠

ويتبين مما سبق ان الموضوعات التي يفضل طرحها افراد العينة من طلبة الجامعات العراقية متنوعة في مضامينها وتعكس بيئة الطالب وحاجاته الشخصية والدراسية والاجتماعية وهي نتيجة منطقية تتناغم مع وضع الطالب في الظرف الحالي للعراق.

وتوزعت ابرز دوافع الاستخدام من قبل عينة البحث بعد ان ترك لها حرية اختيار اكثر من دافع حيث فضل (٥٤) مبحوثا (التعرف على اراء الاخرين) بواقع (١٤) بنسبة (١١.٠٢%) ذكور علمي و(٩) بنسبة (١١.٦٨%) اناث علمي و(١٧) بنسبة (١٧.٥٢%) ذكور انساني و(١٤) بنسبة (١٠.٩٣%) اناث انساني، واختار دافع (الحصول على معلومات عن موضوعات تهمني) (٥٠) مبحوثا بواقع (١٣) بنسبة (١٠.٣٢%) ذكور علمي و(١١) بنسبة (١٤.٢٨%) اناث علمي و(١١) بنسبة (١١.٣٤%) ذكور انساني و(١٥) بنسبة (١١.٧١%) اناث انساني، واختار (البحث عن علاقات عاطفية) (٤) مبحوثين بواقع (١) بنسبة (٠.٧٨%) ذكور علمي و(٢) بنسبة (٢.٠٦%) ذكور انساني و(١) بنسبة (٠.٧٨%) اناث انساني، واختار (التواصل العاطفي مع الجنس الاخر) (٧) مبحوثين بواقع (٢) بنسبة (١.٥٧%) ذكور علمي و(٥) بنسبة (٥.١٥%) ذكور انساني، وفضل (التعرف على المعلومات الشخصية للمشاركين) (٦) مبحوثين بواقع (٣) بنسبة (٢.٣٦%) ذكور علمي و(١) بنسبة (١.٢٩%) اناث علمي و(٢) بنسبة (٢.٠٦%) ذكور انساني، واختار (التواصل بشكل مباشر مع الاهد والأصدقاء) (٤١) مبحوثا بواقع (١٠) بنسبة (٧.٨٧%) ذكور علمي و(٨) بنسبة (١٠.٣٨%) اناث علمي و(١٠) بنسبة (١٠.٣٠%) ذكور انساني و(١٣) بنسبة (١٠.١٥%) اناث انساني، واختار دافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي (كوسيلة للتسلية والترفيه) (٥١) مبحوثا بواقع

(١٤) بنسبة (١١,٠٢%) ذكور علمي و(١٢) بنسبة (١٥,٥٨%) اناث علمي و(١١) بنسبة (١١,٣٤%) ذكور انساني و(١٤) بنسبة (١٠,٩٣%) اناث انساني، واختار (البحث عن معلومات عامة) (١٨) مبحوثا بواقع (٦) بنسبة (٤,٧٢%) ذكور علمي و(٤) بنسبة (٤,١٢%) ذكور انساني و(٨) بنسبة (٦,٢٥%) اناث انساني، وفضل دافع (بناء صدقات جديدة) (١٦) مبحوثا بواقع (٨) بنسبة (٦,٢٩%) ذكور علمي و(٧) بنسبة (٧,٢١%) ذكور انساني و(١) بنسبة (٠,٧٨%) اناث انساني، واختار (معرفة اراء الناس حول القضايا المهمة) (١٩) مبحوثا بواقع (٧) بنسبة (٥,٥١%) ذكور علمي و(٧) بنسبة (٧,٢١%) ذكور انساني و(٥) بنسبة (٣,٩٩%) اناث انساني، واختار (التواصل مع النجوم والمشاهير) (١٠) مبحوثين بواقع (٥) بنسبة (٣,٩٣%) ذكور علمي و(٢) بنسبة (٢,٥٩%) اناث علمي و(١) بنسبة (١,٠٣%) ذكور انساني و(٢) بنسبة (١,٥٦%) اناث انساني، واختار (تبادل الصور ومقاطع الفيديو) (٢٢) مبحوثا بواقع (٨) بنسبة (٦,٢٩%) ذكور علمي و(٤) بنسبة (٤,١٩%) اناث علمي و(٢) بنسبة (٢,٠٦%) ذكور انساني و(٨) بنسبة (٦,٢٥%) اناث انساني، واختار (تساعدني في الدراسة) (٣٧) مبحوثا بواقع (١٠) بنسبة (٧,٨٧%) ذكور علمي و(١٤) بنسبة (١٨,١٨%) اناث علمي و(٢) بنسبة (٢,٠٦%) ذكور انساني و(١١) بنسبة (٨,٥٩%) اناث انساني، واختار (شغل أوقات الفراغ) (٢٩) مبحوثا بواقع (٧) بنسبة (٥,٥١%) ذكور علمي و(٥) بنسبة (٦,٤٩%) اناث علمي و(٤) بنسبة (٤,١٢%) ذكور انساني و(١٣) بنسبة (١٠,١٥%) اناث انساني، واختار (معرفة معلومات عن هوياتي الشخصية) (١٢) مبحوثا بواقع (٤٨) بنسبة (٣,١٤%) ذكور علمي و(٢) بنسبة (٢,٥٩%) اناث علمي و(١) بنسبة (١,٠٣%) ذكور انساني و(٥) بنسبة (٣,٩%) اناث انساني، واختار دافع (التواصل المستمر (الدرشة)) (٢١) مبحوثا بواقع (٥) بنسبة (٣,٩٣%) ذكور علمي و(٦) بنسبة (٧,٧٩%) اناث علمي و(٤) بنسبة (٤,١٢%) ذكور انساني و(٦) بنسبة (٤,٦٨%) اناث انساني، وفضل دافع (عرض الأفلام الشخصية) (٣) بواقع (٢) بنسبة (٩%) اناث علمي و(١) بنسبة (٠,٧٨%) اناث انساني، واختار (عرض الصور الشخصية) (١٣) بواقع (٥) بنسبة (٣,٩٣%) ذكور علمي و(٣) بنسبة (٣,٠٩%) ذكور انساني و(٥) بنسبة (٩,٣%) اناث انساني، واختار (نشر المساهمات الكتابية) (١٦) مبحوثا بواقع (٥) بنسبة (٣,٩٣%) ذكور علمي و(١) بنسبة (١,٢٩%) اناث علمي و(٤) بنسبة (٤,١٢%) ذكور انساني و(٦) بنسبة (٤,٦٨%) اناث انساني، انظر الجدول رقم (٢١):

جدول رقم (٢١) يوضح أبرز دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل أفراد العينة

ت	أبرز دوافع الاستخدام		ذكور علمي		اناث علمي		ذكور انساني		اناث انساني	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
١	التعرف على اراء الاخرين	١٤	١١.٠٢	٩	١١.٦٨	١٧	١٧.٥٢	١٤	١٠.٩٣	
٢	الحصول على معلومات عن موضوعات تهمني	١٣	١٠.٣٢	١١	١٤.٢٨	١١	١١.٣٤	١٥	١١.٧١	
٣	البحث عن علاقات عاطفية	١	٠.٧٨	-	-	٢	٢.٠٦	١	٠.٧٨	
٤	التواصل العاطفي مع الجنس الاخر	٢	١.٥٧	-	-	٥	٥.١٥	-	-	
٥	التعرف على المعلومات الشخصية للمشاركين	٣	٢.٣٦	١	١.٢٩	٢	٢.٠٦	-	-	
٦	التواصل بشكل مباشر مع الاهل والأصدقاء	١٠	٧.٨٧	٨	١٠.٣٨	١٠	١٠.٣٠	١٣	١٠.١٥	
٧	كوسيلة للتسلية والترفيه	١٤	١١.٠٢	١٢	١٥.٥٨	١١	١١.٣٤	١٤	١٠.٩٣	
٨	البحث عن معلومات عامة	٦	٤.٧٢	-	-	٤	٤.١٢	٨	٦.٢٥	
٩	بناء صداقات جديدة	٨	٦.٢٩	-	-	٧	٧.٢١	١	٠.٧٨	
١٠	معرفة اراء الناس حول القضايا المهمة	٧	٥.٥١	-	-	٧	٧.٢١	٥	٣.٩	
١١	التواصل مع النجوم والمشاهير	٥	٣.٩٣	٢	٢.٥٩	١	١.٠٣	٢	١.٥٦	
١٢	تبادل الصور ومقاطع الفيديو	٨	٦.٢٩	٤	٥.١٩	٢	٢.٠٦	٨	٦.٢٥	
١٣	تساعدني في الدراسة	١٠	٧.٨٧	١٤	١٨.١٨	٢	٢.٠٦	١١	٨.٥٩	
١٤	شغل اوقات الفراغ	٧	٥.٥١	٥	٦.٤٩	٤	٤.١٢	١٣	١٠.١٥	

١٥	معرفة معلومات عن هوياتي الشخصية	٤	٣.١٤	٢	٢.٥٩	١	١.٠٣	٥	٣.٩
١٦	التواصل المستمر (الدرشة)	٥	٣.٩٣	٦	٧.٧٩	٤	٤.١٢	٦	٤.٦٨
١٧	عرض الافلام الشخصية	-	-	٢	٢.٥٩	-	-	١	٠.٧٨
١٨	عرض الصور الشخصية	٥	٣.٩٣	-	-	٣	٣.٠٩	٥	٣.٩
١٩	نشر المساهمات الكتابية	٥	٣.٩٣	١	١.٢٩	٤	٤.١٢	٦	٤.٦٨
٢٠	اخرى تذكر	-	-	-	-	-	-	-	-
المجموع		١٢٧	١٠٠	٧٧	١٠٠	٩٧	١٠٠	١٢٨	١٠٠

ويتضح من ذلك ان طلبة الجامعات العراقية لهم دوافع مختلفة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي مع تركيزهم على بعض الدوافع كالمساعدة في الدراسة واستخدامها كوسيلة للتسلية والتواصل والتعرف على اراء الاخرين بشكل عام ورؤاهم بشأن بعض القضايا المهمة وشغل أوقات الفراغ مع وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين نوع الدراسة العلمية والإنسانية وبين الذكور والاناث من افراد العينة.

واتفق معظم المبحوثين على المبادرة بالمشاركة في شبكات التواصل الاجتماعي حيث أكد (٢٢) مبحوثا على انهم (دائما) يشاركون بواقع (٧) بنسبة (٢٨%) ذكور علمي و(٢) بنسبة (٨%) اناث علمي و(٤) بنسبة (١٦%) ذكور انساني و(٩) بنسبة (٣٦%) اناث انساني، بينما أجاب (٦٢) مبحوثا انهم (أحيانا) يشاركون في شبكات التواصل الاجتماعي بواقع (١٧) بنسبة (٦٨%) ذكور علمي و(١٣) بنسبة (٥٢%) اناث علمي و(٢٠) بنسبة (٨٠%) ذكور انساني و(١٢) بنسبة (٤٨%) اناث انساني، وذكر (١٦) مبحوثا انهم (نادرا) ما يشاركون في ذلك بواقع (١) بنسبة (٤%) ذكور علمي و(١٠) بنسبة (٤٠%) اناث علمي و(١) بنسبة (٤%) ذكور انساني و(٤) بنسبة (١٦%) اناث انساني، انظر الجدول رقم (٢٢):

جدول رقم (٢٢) يوضح مدى مبادرة افراد العينة في المشاركة في شبكات التواصل الاجتماعي

ت	المبادرة بالمشاركة		ذكور علمي		اناث علمي		ذكور انساني		اناث انساني	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
١	دائما	٧	٢٨	٢	٨	٤	١٦	٩	٣٦	
٢	احيانا	١٧	٦٨	١٣	٥٢	٢٠	٨٠	١٢	٤٨	
٣	نادرا	١	٤	١٠	٤٠	١	٤	٤	١٦	
المجموع		٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	

ونستشف من ذلك ان روح المبادرة موجودة لدى طلبة الجامعات العراقية اثناء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي الا انها تتباين في الشدة من كونها تكون (دائماً) و(أحياناً) وذلك ينبع من طبيعة والية هذه الشبكات القائمة على فكرة التواصل والتفاعل بين الجمهور .

وحدد المبحوثين نوع المشاركة في شبكات التواصل الاجتماعي حيث ذكر (١٠) مبحوثين انهم يشاركون في (عرض أفلام بشكل عام) بواقع (٥) بنسبة (٢٠%) ذكور علمي و(٢) بنسبة (٨%) اناث علمي و(٣) بنسبة (١٢%) اناث انساني، وأشار (٤) الى ان مشاركتهم عبر (عرض الأفلام الشخصية) بواقع (٢) بنسبة (٨%) ذكور علمي و(١) بنسبة (٤%) اناث علمي و(١) بنسبة (٤%) اناث انساني، وذكر (٣٣) مبحوثاً انهم يشاركون عن طريق (التواصل المستمر (الدرشة)) بواقع (٧) بنسبة (٢٨%) ذكور علمي و(١٠) بنسبة (٤٠%) اناث علمي و(٩) بنسبة (٣٦%) ذكور انساني و(٧) بنسبة (٢٨%) اناث انساني، وقال (٢٤) مبحوثاً انهم يشاركون من خلال (التواصل عبر الكتابة) بواقع (٥) بنسبة (٢٠%) ذكور علمي و(٧) بنسبة (٢٨%) اناث علمي و(٧) بنسبة (٢٨%) ذكور انساني و(٥) بنسبة (٢٠%) اناث انساني، وذكر (١٧) مبحوثاً انهم يشاركون عن طريق (عرض الصور بشكل عام) (١٧) مبحوثاً بواقع (٢) بنسبة (٨%) ذكور علمي و(٤) بنسبة (١٦%) اناث علمي و(٥) بنسبة (٢٠%) ذكور انساني و(٦) بنسبة (٢٤%) اناث انساني، وأجاب (١٠) مبحوثين انهم يشاركون من خلال (عرض الصور الشخصية) بواقع (٣) بنسبة (١٢%) ذكور علمي و(١) بنسبة (٤%) اناث علمي و(٣) بنسبة (١٢%) ذكور انساني و(٣) بنسبة (١٢%) اناث انساني، في حين ذكر (٢) مبحوثان على انهما يشاركان من خلال استخدام (جميع أنواع المشاركة) بواقع (١) بنسبة (٤%) ذكور علمي و(١) بنسبة (٤%) ذكور انساني ، انظر الجدول رقم (٢٣):

جدول رقم (٢٣) يوضح نوع المشاركة من قبل افراد العينة في شبكات التواصل الاجتماعي

ت	نوع المشاركة		ذكور علمي		اناث علمي		ذكور انساني		اناث انساني	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
١	٥	٢٠	٢	٨	-	-	٣	١٢		
٢	٢	٨	١	٤	-	-	١	٤		
٣	٧	٢٨	١٠	٤٠	٩	٣٦	٧	٢٨		
٤	٥	٢٠	٧	٢٨	٧	٢٨	٥	٢٠		
٥	٢	٨	٤	١٦	٥	٢٠	٦	٢٤		
٦	٣	١٢	١	٤	٣	١٢	٣	١٢		
٧	١	٤	-	-	١	٤	-	-		
٨	-	-	-	-	-	-	-	-		
المجموع	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠		

ويتضح من الجدول السابق ان التواصل المستمر عبر الدردشة او التواصل عبر الكتابة وعرض الصور استحوذ على اهتمام افراد العينة من حيث نوع المشاركة في شبكات التواصل الاجتماعي فيما جاء نوع المشاركة عبر عرض الأفلام بشكل اقل وذلك يجعل هذه الشبكات وسيلة للتواصل المباشر بالدرجة الأساس. وافر معظم المبحوثين على (التفاعل) اثناء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي حيث اكد (٣٢) مبحوثا على انهم يتفاعلون (دائما) بواقع (٨) بنسبة (٣٢%) ذكور علمي و(٤) بنسبة (١٦%) اناث علمي و(١٠) بنسبة (٤٠%) ذكور انساني و(١٠) بنسبة (٤٠%) اناث انساني، وأجاب (٦٢) مبحوثا بانهم يتفاعلون (أحيانا) بواقع (١٦) بنسبة (٦٤%) ذكور علمي و(١٩) بنسبة (٧٦%) اناث علمي و(١٢) بنسبة (٤٨%) ذكور انساني و(١٥) بنسبة (٦٠%) اناث انساني، في حين اكد (٦) مبحوثين على انهم يتفاعلون (نادرا) اثناء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بواقع (١) بنسبة (٤%) ذكور علمي و(٢) بنسبة (٨%) اناث علمي و(٣) بنسبة (١٢%) ذكور انساني ، انظر الجدول رقم (٢٤):

جدول رقم (٢٤) يوضح مدى التفاعل من قبل المبحوثين في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

ت	مدى التفاعل		ذكور علمي		اناث علمي		ذكور انساني		اناث انساني	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
١	دائما	٨	٣٢	٤	١٦	٤	٤٠	١٠	٤٠	١٠
٢	احيانا	١٦	٦٤	١٩	٧٦	١٢	٤٨	١٥	٦٠	١٥
٣	نادرا	١	٤	٢	٨	٣	١٢	-	-	-
	المجموع	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥

ويدل ذلك ان طلبة الجامعات العراقية يشاركون في شبكات التواصل الاجتماعي من اجل التفاعل اذ (دائما) و(أحيانا) يتفاعلون مع الاخرين وذلك نابع من اهداف هذه الشبكات في خلق اليات معينة تسهم الى حد كبير في تكوين علاقات واسعة مع اشخاص يتشاركون في الاهتمامات او العمل او البيئة الثقافية او المكانية. وبين المبحوثون أسباب التفاعل اثناء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي حيث أجاب (٣٢) مبحوثا انهم يفعلون ذلك (لأبداء الرأي) بواقع (٨) بنسبة (٣٣.٣٣%) ذكور علمي و(٧) بنسبة (٣٠.٤٣%) اناث علمي و(٧) بنسبة (٢٩.١٦%) ذكور انساني و(١٠) بنسبة (٤٠%) اناث انساني، وقال (١٥) مبحوثا ان تفاعلهم (لمجرد التعليق) بواقع (٥) بنسبة (٢٠.٨٣%) ذكور علمي و(٣) بنسبة (١٣.٠٤%) اناث علمي و(٣) بنسبة (١٢.٥%) ذكور انساني و(٤) بنسبة (١٦%) اناث انساني، واكد (٢٧) مبحوثا ان تفاعلهم (لتصحيح معلومات خاطئة) بواقع (٦) بنسبة (٢٥%) ذكور علمي و(٨) بنسبة (٣٤.٧٨%) اناث علمي و(٧) بنسبة (٢٩.١٦%) ذكور انساني و(٦) بنسبة (٢٤%) اناث انساني، فيما أشار (١٥) مبحوثا ان تفاعلهم من اجل (الرد على اراء تتعارض مع توجهاتي) بواقع (٣) بنسبة (١٢.٥%) ذكور علمي و(٤) بنسبة (١٧.٣٩%) اناث علمي و(٥) بنسبة (٢٠.٣٨%) ذكور انساني و(٣) بنسبة (١٢%) اناث انساني، في حين أجاب (٧)

مبحثين ان سبب تفاعلهم هو (لأثبات الوجود) بواقع (٢) بنسبة (٨.٣٣%) ذكور علمي و(١) بنسبة (٤.٤٣%) اناث علمي و(٢) بنسبة (٨.٣٣%) ذكور انساني و(٢) بنسبة (٨%) اناث انساني، انظر الجدول رقم (٢٥) :

جدول رقم (٢٥) يوضح أسباب التفاعل من قبل مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي

ت	اسباب التفاعل		ذكور علمي		اناث علمي		ذكور انساني		اناث انساني	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
١	٨	٣٣.٣٣	٧	٣٠.٤٣	٧	٢٩.١٦	١٠	٤٠		
٢	٥	٢٠.٨٣	٣	١٣.٠٤	٣	١٢.٥	٤	١٦		
٣	٦	٢٥	٨	٣٤.٧٨	٧	٢٩.١٦	٦	٢٤		
٤	٣	١٢.٥	٤	١٧.٣٩	٥	٢٠.٣٨	٣	١٢		
٥	٢	٨.٣٣	١	٤.٤٣	٢	٨.٣٣	٢	٨		
٦	-	-	-	-	-	-	-	-		
المجموع	٢٤	١٠٠	٢٣	١٠٠	٢٤	١٠٠	٢٥	١٠٠		

ويتضح مما سبق ان الراي هو الأساس في عملية التفاعل حيث اجمع معظم افراد العينة ان تفاعلهم اثناء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي قائم على ابداء الراي او التعليق او الرد او تصحيح معلومات الاخرين مما يجعل هذه الشبكات مكان مثالي لتبادل الحوار والافصاح عن توجهات المستخدمين وطرح رؤاهم بشكل يكشف عن حقيقة شخصية كل مشترك ونظرتة تجاه ما يدور من حوله.

الاستنتاجات

وقد توصل الباحث الى عدد من الاستنتاجات في معرض تحقيقه لأهداف البحث وهي:

- ١- ان طلبة الجامعات العراقية يستخدمون مواقع شبكات التواصل الاجتماعي منذ ظهور تداولها في العراق الامر الذي يدل على مواكبتهم لكل ما هو جديد في إطار التواصل وتكنولوجيا الاعلام الجديد.
- ٢- يستعمل طلبة الجامعات العراقية الهاتف النقال وجهاز الحاسوب المحمول في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بالوقت الحاضر وذلك لإمكانية استعماله في كل مكان ولاحتفاظها بالطاقة الكهربائية لمدة زمنية طويلة.
- ٣- يستخدم طلبة الجامعات العراقية شبكات التواصل الاجتماعي خلال الفترة المسائية (٥-١٢) بما يتناسب مع طبيعة أوقاتهم وظروف دراستهم الصباحية كطلاب.

- ٤- يستخدم معظم طلبة الجامعات العراقية شبكات التواصل الاجتماعي بشدة وكثافة كبيرة حيث يستخدمونها يوميا بواقع ثلاث ساعات فأكثر.
- ٥- لا يجد معظم طلبة الجامعات العراقية صعوبة تذكر في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي فيما يعاني بعضهم عدد من الصعوبات أبرزها ضعف خدمة الانترنت وغلاء ثمنها.
- ٦- يزداد استخدام طلبة الجامعات العراقية لشبكات التواصل الاجتماعي أيام الاجازة واطقات الفراغ الامر الذي يشير الى طبيعة الاستخدام بحسب ما يتيح لهم الوقت لانشغالهم بالدوام والدراسة.
- ٧- يستخدم طلبة الجامعات العراقية شبكتان الى ثلاثة من شبكات التواصل الاجتماعي وهي على التوالي (الفيس بوك) و(تويتر) و(اليوتيوب) التي تعد أكثر تداولاً كونها الاقدم ظهوراً واستعمالها اللغة العربية لاسيما ان هؤلاء الطلبة أشاروا الى استخدامهم اللغة العربية واللهجات المحلية الدارجة بنسبة كبيرة جدا.
- ٨- يستخدم طلبة الجامعات العراقية شبكات التواصل الاجتماعي في المنازل وفي الجامعة حيث لا يتيح لهم الوقت والظرف العام التوجه الى أماكن أخرى كما انهم يفضلون إضافة الزملاء والأصدقاء والاقارب الى قائمة الأشخاص المفضلين لديهم ولا يميلون الى إضافة اشخاص لا يعرفونهم.
- ٩- يستخدم طلبة الجامعات العراقية شبكات التواصل الاجتماعي لطرح موضوعات تتناول الدراسة وأخرى تتعلق بحياتهم الشخصية وما يدور في الجامعة وذلك ينسجم مع عنصر القرب في الاعلام.
- ١٠- يستخدم طلبة الجامعات العراقية شبكات التواصل الاجتماعية لدوافع متباينة أبرزها المساعدة في الدراسة وكوسيلة للتسلية والتواصل والتعرف على آراء الآخرين بشكل عام ورؤاهم بشأن بعض القضايا المهمة مع وجود اختلاف في الدوافع بين الذكور والاناث والدراسات العلمية والانسانية.
- ١١- يتفاعل طلبة الجامعات العراقية اثناء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عبر التواصل المستمر (الدرشة) والتواصل بالكتابة وعرض الصور لذا فهم يعتمدون المشاركة الإيجابية وهو ما يتناغم مع طبيعة هذه الشبكات التي تشجع من خلال مفاتيحها على التواصل والتفاعل.
- ١٢- يعد (الرأي) المحور الرئيس لتفاعل طلبة الجامعات العراقية اثناء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي حيث ينصب تفاعلهم على ابداء الرأي او التعليق او تصحيح معلومة.

الهوامش

- ١- عبير الرحباني، الاعلام الرقمي (الالكتروني) عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٢، ص ١٣١-١٣٢.
- ٢- خبر اوردته وكالة انباء المسلة
انظر: <http://www.almasalah.com/ar/NewsDetails.aspx?NewsID=20095>
- ٣- انظر: موقع العربية نت، الساعة ١١: ٢٩ يوم الأربعاء الموافق ١ كانون الثاني ٢٠١٤
<http://www.alarabiya.net/ar/technology/2014/01/01>
- ٤- (تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على طلاب الجامعات - دراسة على عينة من طلبة الجامعات السودانية) في موقع مركز الرؤية لدراسات الرأي العام انظر :
<http://www.visionpolling.org/index.php/2-uncategorised/5-2013-06-03-09-56-18>
- ٥- مريم نريمان نومان، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية-دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيس بوك في الجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر -باتنة، ٢٠١٢، ص ٤٤.
- ٦- المصدر السابق، ص ٤٥.
- ٧- وليد رشاد زكي، نظرية الشبكات الاجتماعية من الايدولوجيا الى الميثولوجيا، سلسلة قضايا استراتيجية القاهرة: المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني، اذار ٢٠١٢، ص ٣.
- 8- Boyd, M.D & Ellison, Social Networks Sites: Definitions, History, And scholarship , Journal of Computer – Mediated Communication , vol.13, Issue .11,2007, p 26
- 9- عبد الصادق حسن ، تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت وعلاقته بوسائل الاتصال التقليدية ، الرياض: مجلس التعاون لدول الخليج العربية ،سلسلة مجلة التعاون،الإصدار الأول ، ٢٠١٣، ص ١٠.
- ١٠- محمود حمدي عبد القوي، دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب: دراسة تطبيقية على مواقع التواصل الاجتماعي الافتراضية، المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر، الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، تموز ٢٠٠٩، ص ١٥٥٥.
- ١١- عبد الكريم علي الدبيسي وزهير ياسين الطاهات، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، مجلة دراسات، العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد ٤٠، العدد ١، عام ٢٠١٣، ص ٧٠.
- ١٢- وليد رشاد زكي، المصدر السابق، ص ٣-٤.

١٣- آية العلي، واقع التواصل الاجتماعي وأثرها على حياة الشباب، مقال منشور على موقع دام برس
بالساعة ٥٧:٤٧:١١ في ٢٦-٥-٢٠١٣، انظر:

http://www.dampress.net/?page=show_det&category_id=40&id=28030

١٤- إيمان مواقع التواصل الاجتماعي يضر عقول الأطفال والشباب، خبر منشور في موقع شبكة الاعلام
العربي (محيط)، الثلاثاء، الساعة ٥٧:٥٥ م في ٢٣ أكتوبر ٢٠١٢

انظر: <http://moheet.com/News/NewDetails/481988/1/>

١٥- خير مجيد حميد العتابي، طرق البحث الاجتماعي، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جامعة
الموصل: دار الكتب للطباعة والنشر، ١٩٩١، ص ٣٣.

١٦- حميد جاعد محسن، أساسيات البحث المنهجي، بغداد: شركة الحضارة للطباعة والنشر، ٢٠٠٤،
ص ٥٨.

١٧- عاطف عدلي العبد، المنهج العلمي في البحوث الإعلامية، القاهرة: دار الهاني، ٢٠٠٠، ص ٤٣.

١٨- تقرير التعليم الجامعي والتقني في العراق للعام الدراسي ٢٠١١-٢٠١٢، جمهورية العراق، وزارة
التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء، بغداد، ص ٣.

١٩- عبد الكريم علي الدبيسي وزهير ياسين الطاهات، مصدر سابق، ص ٧٣.

٢٠- سمير محمد حسين، تحليل المضمون، تعريفاته، ومفاهيمه ومحدداته، ط٣، القاهرة: عالم الكتب،
١٩٩٦، ص ١٢٨.

* المحكمون الذي عرض عليهم الباحث الاستمارة:

١- د. وسام فاضل راضي

٢- د. علي الشمري

٣- د. هاشم حسن التميمي

** معادلة هولستي:

مجموع الترميز المنقح عليه = معامل الارتباط

مجموع الترميز الكلي

٢١- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات العلمية، القاهرة: دار الكتب، ٢٠٠٠، ص ١٣٣.

٢٢- الموسوعة المعرفية الشاملة، حياة، نمط المتغيرات، ص ٣٧٢٧، انظر:

[/http://ency.kacemb.com/page/3727](http://ency.kacemb.com/page/3727)

٢٣- عبد الكريم علي الدبيسي وزهير ياسين الطاهات، مصدر سابق

٢٤- عبد الصادق حسن، مصدر سابق

- ٢٥- حمود محمد العليمات وزياد خميس التبح، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الشبكة العنكبوتية في بناء الاتجاهات الفكرية لدى طلبة جامعة آل البيت، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد التاسع، العدد الثالث، ٢٠١٢، ص ٩٣-١١٨.
- ٢٦- تقرير التعليم الجامعي والتقني في العراق للعام الدراسي ٢٠١١-٢٠١٢، مصدر سابق، ص ٢٢-٤٥.
- ٢٧- (تخفيض اسعار خدمة الانترنت في العراق إلى الثلث ابتداءً من الشهر الحالي) خبر أورده وكالة انباء المسلة العراقية بتاريخ ١٣-١١-٢٠١٣ الساعة ٧:٣١ مساءً انظر : <http://almasalah.com>

Patterns and Motives of the Iraqi youth Uses to Social Networks

(A survey study for Baghdad and Technology students
University)

Keywords: Social networks, Face book, Twitter, YouTube, Patterns, Motives, Iraqi
University Students.

Prof.Asst. Dr.

Ammar Tahir Mohammed

TV and Radio Department

Mass Media College

Baghdad University

البريد الالكتروني: ammar_alamirri@yahoo.com