

استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على الاتجاهات الاجتماعية لطلبة الجامعات العراقية

أ.م.د. سحر خليفة سالم

كلية الإعلام - الجامعة العراقية

مقدمة

تعد مواقع التواصل الاجتماعي احدى الوسائل التي اطلقتها ثورة التكنولوجيا والمعلومات في مجال الاتصال والإعلام والتي كان لها الأثر الكبير في استقطاب جمهور واسع من كل أنحاء العالم، وهذا الجمهور في حالة توسع كلما قدمت هذه المواقع خدمات ووظائف جديدة، فالمتابع الجيد لتأثير هذه الوسائل يلاحظ محدودية استخدام وسائل الإعلام التقليدية (المقروءة والمسموعة والمرئية) قياسا الى وسائل الإعلام الرقمي الذي يضم مختلف المواقع الالكترونية التي تقدم مختلف المضامين وهذا الاستخدام انعكس على كثير من القيم والعادات والاتجاهات والسلوكيات التي بدأ يتبناها الجمهور نتيجة استخدامه لهذه المواقع.

العراقية وانعكاسها على اتجاهاتهم» والتي تفرعت عنه التساؤلات الآتية:

1. ما معدل استخدامات المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي؟
2. ما أسباب استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي بوجه عام؟
3. ما طبيعة اتجاهات المبحوثين الناجمة من استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي؟
4. ماهي أثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية الخاصة بالمبحوثين؟

ثالثاً: أهداف البحث:

يسعى البحث إلى رصد وتحليل اتجاهات الطلبة الجامعيين الناجمة من استخداماتهم لمواقع التواصل الاجتماعي وعبر الأهداف الآتية:

1. التعرف على معدلات استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي.
2. تحديد أسباب استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي.
3. الكشف عن طبيعة اتجاهات المبحوثين الناجمة من استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.
4. الكشف عن أثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية الخاصة بالمبحوثين.

رابعاً: منهج البحث:

اعتمد البحث على المنهج المسحي الذي يتيح وصف سبب وجود مواقف محددة وشرحها وفحص متغيرين أو أكثر وذلك لاختبار الأسئلة البحثية⁽¹⁾. فضلاً عن كونه «يرمي لجمع المعلومات وبيانات لعدد كبير من الناس لغرض تشخيص أو كشف واقعها أو جانب من ذلك الواقع على أن يتم جمع تلك البيانات في منطقة جغرافية محددة»⁽²⁾. فهو المنهج الأنسب لتحقيق أهداف البحث والوصول إلى النتائج.

خامساً: مجتمع البحث وعينه:

فالإتاحة والاستخدام اليومي لمواقع التواصل الاجتماعي أحدث تأثيرات عديدة على جمهور المستخدمين ومنهم جمهور الشباب الذي يعد جمهور فاعل ومتفاعل مع هذه الوسائل الجديدة لاسيما بعد أن أصدرت شركات الاتصالات الهاتفية العديد من التطبيقات التي تسهل من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عبر أجهزتها عند توفر الاتصال بالانترنت. ولا يخفى أن الإعلام بكافة وسائله التقليدية والحديثة أداة فاعلة في تشكيل اتجاهات الأفراد وتوجهاتهم وتكوين وجهات نظرهم حول القضايا والأحداث، مما جعل لها القدرة على المساهمة في تغيير اتجاهات وتبني اتجاهات عند الجمهور عامة والشباب خاصة ويلقى هذا البحث الضوء على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل وتغيير بعض الاتجاهات عند جمهور الطلبة الجامعيين باعتبارهم أحد شرائح الشباب.

المبحث الأول: الاطار المنهجي

أولاً: أهمية البحث:

للبحث أهميته ومبرراته كونه بحثاً جديداً في ميدانه، لانه يتناول الاتجاهات الاجتماعية لطلبة الجامعات العراقية والذي يشكل إضافة علمية يمكن أن تعين على التحقق من العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الاتجاهات الاجتماعية لطلبة الجامعات من خلال التنبؤ بالسلوك الفعلي لهم وباتجاهاتهم التي تتغير وتتبدل بفعل استخدامهم لهذه المواقع.

كما تكمن أهمية هذا البحث في لفت انتباه الباحثين في مجال علم النفس والاجتماع لهذه الظاهرة بعدها ظاهرة نفسية اجتماعية بدأت تتسع داخل مجتمعاتنا العربية وتلقي بظلالها على كثير من السلوكيات لاسيما لفئة الطلبة الجامعيين، التي لها أهمية بالغة في المجتمع لاسيما أنها تمثل الطبقة المتعلمة في المجتمع.

ثانياً: مشكلة البحث:

تدور مشكلة هذا البحث حول تساؤل رئيس وهو «اسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل طلبة الجامعات

المحور الرابع: وهي الفقرات التي تقيس الاتجاهات الاجتماعية الناجمة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وقد اشتمل على (14) عبارات.

ثامناً: اختبارات الصدق والثبات:

بغية التأكد من الصدق الظاهري للمقياس، تم عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين^(**) من المتخصصين في الإعلام لتحديد مدى صلاحية العبارات لقياس ما وضعت لاجله وكفايتها، ودرجة موافقة الفقرات لأهداف الدراسة ومدى وضوح الصياغة لغوياً، وفي ضوء ذلك تم تعديل بعض الفقرات، بعد ذلك طبقت الاستمارة المعدلة على (200) طالب وطالبة من مجتمع البحث.

ولقياس ثبات البيانات استخدمت الباحثة أسلوب إعادة الاختبار على عينة بنسبة 10% بعد فترة أسبوعين التي تم جمعها من التطبيق الأصلي والتطبيق الثاني وأجرت الباحثة اختبار الثبات على جميع أسئلة الاستمارة.

تاسعاً: حدود ومجال البحث:

الحدود المكانية: تم تطبيق الدراسة الميدانية في مقر الجامعة العراقية لأن ذلك يتيح فرصة التواجد في مجتمع البحث والالتقاء بالمبحوثين طوال فترة إجراء البحث.

الحدود البشرية: طلاب الجامعة العراقية من الكليات الأتية: (الإعلام، الإدارة والاقتصاد) ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي.

الحدود الزمنية: تم رصد اتجاهات الطلبة وتحليل بياناتهم نحو موضوع البحث خلال الفصل الدراسي الثاني من السنة الدراسية 2016-2017.

عاشراً: الدراسات السابقة:

1. بو عمر سهيلة⁽³⁾:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على طبيعة الاتجاهات النفسية الاجتماعية لطلبة جامعة محمد خيضر نحو شبكة التواصل الاجتماعي «فيسبوك»، وإلى الكشف عن أية فروق ذات دلالة إحصائية في ذلك تبعاً لمتغيرات (الجنس، سنوات

اعتمد البحث على مجتمع يتكون من طلبة الجامعة العراقية^(*) ليكون مجتمع البحث واختارت الباحثة كليتين مختلفتين من كليات الجامعة أحدهما كلية إنسانية وهي كلية الإعلام والثانية علمية وهي كلية الإدارة والاقتصاد، وتم اختيار عينة عمدية قوامها (200) مبحوث (100) مبحوث من كلية الإعلام و(100) مبحوث من كلية الاقتصاد والإدارة، وتم اختيارهم من كل المستويات الدراسية في هذه الكليات شرط أن يكون المبحوث يستخدم أحد أو أكثر من مواقع التواصل الاجتماعي وعلى وعي تام بالتعامل مع هذه المواقع، وقد تم تحقيق هذا الشرط عن طريق سؤال المبحوثين عن ذلك قبل توزيع الاستمارات عليهم وتم استبعاد من لا يتعامل مع هذه المواقع من الدخول في العينة.

سادساً: متغيرات البحث:

المتغير المستقل: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومحدداته: (الجنس، العمر، التخصص، عدد ساعات الاستخدام وأوقاته).

المتغير التابع: الاتجاهات الاجتماعية وأبعادها: (التقليد، مشاعر الكره والعنف، سلطة الأهل، نمو نزعات العنف، اختيار الأصدقاء).

سابعاً: الأساليب والأدوات البحثية:

اعتمدت الباحثة في جمع البيانات على مقياس تم بناءه في استمارة في ضوء أهداف البحث وتساؤلاته للتعرف على استخدامات واتجاهات المبحوثين تجاه الظاهرة المدروسة على نمط مقياس ليكرت الخماسي (موافق بشدة، موافق، لا رأي لي، غير موافق، غير موافق اطلاقاً) حيث تضمنت الاستمارة عدداً من الأسئلة المغلقة تعالج ثلاث محاور رئيسية كما يلي: المحور الأول: البيانات الأولية وتبحث في خصائص أفراد العينة وقد اشتمل على (3) عبارات.

المحور الثاني: تتعلق بطبيعة استخدامات جمهور الطلبة مواقع التواصل الاجتماعي وقد اشتمل على (3) عبارات.

المحور الثالث: وهي الفقرات التي تقيس أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وقد اشتمل على (10) عبارات.

عدد الساعات وبين أسباب الاستخدام ومعظم أبعاد طبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات في حين أثبتت النتائج وجود علاقة ارتباطية بين متغير طريقة الاستخدام وبين أسبابه وطبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات والسلبيات. 3. دراسة ليلي حسين⁽⁵⁾:

تتمثل أهمية هذه الدراسة في معرفة اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو شبكات التواصل الاجتماعي ومعرفة مدى تلبية هذه الشبكات لاحتياجات ورغبات الطالب الجامعي وبيان التفاوت في اثر هذه الشبكات على الطالب سلبي أو إيجابيا ومن أهداف الدراسة التعرف على اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي. والتعرف على ما اذا كان هناك اتجاه إيجابي للطلبة الجامعيين نحو شبكات التواصل الاجتماعي لسهولة تبادل المعارف عبرها. وايضا التعرف على ما اذا كان هناك اتجاه إيجابي للطلبة الجامعيين نحو شبكات التواصل الاجتماعي لسهولة بناء علاقات اجتماعية عبرها.

وكانت أهم نتائج الدراسة هي شهرة وانتشار مواقع شبكات التواصل الاجتماعي بشكل فعال في أوساط الطلبة، حيث أصبحت من أكثر المواقع التي يرتادها المستقيدين من الطلبة من خدمات الشبكات العنكبوتية. ونسبة استخدام الشبكات الاجتماعية عند الإناث أكثر منها عند الذكور بنسبة 80%. فضلا عن الغرض الأول من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي هو التواصل مع الأصدقاء والتسلية والترفيه. وضعف الوعي لدى مجتمع الدراسة عن خصائص وإمكانيات الشبكات الاجتماعية.

المبحث الثاني: الاتجاهات الاجتماعية ومواقع التواصل الاجتماعي:

أولاً: الاتجاهات.. الوظائف، المكونات:

1. مفهوم الاتجاه: يعرف الاتجاه بأنه «حالة من التهيؤ العقلي والعصبي يكون من خلال الخبرة ويمارس تأثيراً دينامياً وموجهاً لاستجابة الفرد تجاه كل الموضوعات والمواقف التي ترتبط بها هذه الاستجابة»⁽⁶⁾. كما يعبر الاتجاه عن شعور إيجابي أو سلبي تجاه موضوع أو قضية معينة والاتجاه يمكن

الاستخدام، وساعات الاستخدام). ولتحقيق أهداف الدراسة استخدم المنهج الوصفي بأسلوبه المقارن، كما تم بناء مقياس على طريقة ليكرت الخماسية لقياس الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة نحو الفيس بوك، وقد تكونت عينة الدراسة من (379) طالبا.

توصلت الدراسة إلى أهم النتائج الأتية: أن أغلب أفراد العينة تراوحت اتجاهاتهم النفسية الاجتماعية بين الإيجابية والمحايدة نحو الفيس بوك. وتوجد فروق دالة إحصائية في الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة تعزى لمتغير (الجنس) نحو الفيس بوك ولصالح الإناث. ولا توجد فروق دالة إحصائية في الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة تعزى لمتغير (سنوات الاستخدام) نحو الفيس بوك.

2. حنان بن شعشوع الشهري⁽⁴⁾:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الأسباب التي تدفع إلى الاشتراك في موقعي الفيس بوك وتويتر التعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر هذه المواقع، والكشف عن الآثار الإيجابية والسلبية الناتجة عن استخدام تلك المواقع، ومن أجل تحقيق هذه الأهداف اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات حيث تم تطبيق البحث في جامعة الملك عبد العزيز على عينة مكونة من (١٥٠) طالبة تم اختيارهن بطريقة قصدية. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن من أقوى الأسباب التي تدفع الطالبات لاستخدام الفيس بوك وتويتر هي سهولة التعبير عن آرائهن واتجاهاتهن الفكرية التي لا يستطعن التعبير عنها صراحة في المجتمع وأشارت النتائج كذلك أن الطالبات استفدن من هذين الموقعين في تعزيز صداقاتهن القديمة والبحث عن صداقات جديدة. والتواصل مع أقاربهن البعيدين مكانيا كما تبين ايضا أن لاستخدام الفيس بوك وتويتر العديد من الآثار الإيجابية أهمها الانفتاح الفكري والتبادل الثقافي فيما جاء قلة التفاعل الأسري أحد أهم الآثار السلبية. وتشير النتائج ايضا إلى وجود علاقة ارتباطية عكسية بين متغيري العمر والمستوى الدراسي وبين أسباب الاستخدام وطبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات والسلبيات كما توجد علاقة ارتباطية موجبة بين متغير

بين فرد وموضوع من موضوعات البيئة.
- الاتجاهات توضح وجود علاقة بين الفرد وموضوع الاتجاه.

- الاتجاهات لها صفة الثبات والاستمرار النسبي ولكن من الممكن تعديلها وتغييرها تحت ظروف معينة.

- الاتجاهات تتعدد وتختلف حسب المثيرات التي ترتبط بها.

- الاتجاهات قابلة للقياس ، ويمكن التنبؤ بها.

- قد يكون الاتجاه سلبيا أو محايداً، وقد يكون قويا أو ضعيفاً نحو شيء أو موضوع معين.

- تتفاوت الاتجاهات في وضوحها وجلائها ، فمنها ما هو واضح المعالم ومنها ما هو غامض ويغلب على محتوى الاتجاهات الذاتية أكثر من الموضوعية.

2. وظائف الاتجاهات: هناك وظائف عديدة للاتجاهات يتجلى أبرزها بالآتي⁽¹²⁾:

أ. وظيفة توافقية نفسية: وهو ما تؤكد نظريات التعلم حيث تتكون الاتجاهات وفقا لارتباطها بما يترتب عليها من ثواب أو عقاب أو ما يرتبط بها من مشاعر ضيق أو ارتياح أو حب أو كره.

ب. وظيفة دفاعية عن الذات: إذ يحاول الفرد حماية ذاته من مواجهه حقائق أساسية تتعلق بها أو حقائق قاسية تتعلق بالعالم الخارجي وهو ما يؤكد الفكر الفرويدي والمجديين للتحليل النفسي.

ج. وظيفة التعبير عن القيم الذاتية ومفهوم الذات: وهنا فإن الفرد يحصل على الرضا من التعبير عن الاتجاهات التي تتفق وقيمة الشخصية ومفهوم لذاته وهذه الوظيفة أساسية بالنسبة للتوجهات التي تؤكد النمو وتحقيق الذات.

3. مكونات الاتجاه: هناك ثلاث مكونات للاتجاه يعتمد عليها⁽¹³⁾:

أ. **المكون العاطفي** ويعبر هذا المكون عن مشاعر الفرد ورغباته فكل انسان له جانب عاطفي وقد ينتج عنه مشاعر اتجاه القضايا الاجتماعية او قيم معينة أو أي موضوع قبول

أن يؤثر ويتأثر بالمعلومات والمعارف التي يمتلكها الفرد ولكنه في الوقت ذاته أكبر من مجرد كونه ملخصاً بسيطاً للاستجابات المعرفية⁽⁷⁾.

وتعرف الاتجاهات بأنها مركبات بمثابة ميول عامة لأساليب من الاستجابات والاتجاهات المتكاملة معقدة جداً وهي ليست وحدات مستقلة وإنما قد تتداخل فيما بينها فالاستجابات غير محددة فحينما نرجح اتجاهاً معيناً لشخص معين كالحب أو الرعب أو الشفقة فأننا لا نعبر تماماً عن الحالة الانفعالية أو الشعورية التي نحاول وصفها وإنما قد نصف أكثر من حالة في اتجاه واحد⁽⁸⁾.

والاتجاهات عادة تتغير مع الوقت نحو أي موضوع بعد أن تتولد معرفة بمعلومات جديدة تخص هذا الموضوع وبناءً على القيم والأوزان التي نعطيها لهذه المعلومات الجديدة فتبعاً لهذه القيم والأوزان فإن اتجاهاتنا تختلف في شدتها وفي درجة تأييدها لموضوع الاتجاه مثال ذلك استفتاءات الرأي أو الانتخابات فاتجاهاتنا نحو القضايا العامة والمسؤولين تتغير بدرجة كبيرة بعد التعرض لمعلومات جديدة لان هناك ارتباطاً واعتماداً متبادلين بين جميع المعلومات لذلك فإن القيمة والوزن النسبي لأي معلومات تتأثر بقيمة والوزن النسبي للمعلومات الأخرى⁽⁹⁾.

وهناك طريقتين للتغيير ، الاتجاه المركزي والهامشي والأفراد الذين يختارون الأول أي الطريق المركزي يدققون في الأفكار التي يتعرضون لها بطريقة عقلانية بعيد عن الانفعالات ويحاولون معرفة مزاياها الحقيقية ودلالاتها فتتم معالجة المعلومات بطريقة دقيقة خاضعة للعقل، أما الأفراد الذين يتبعون الطريق الهامشي فانهم يختارون الطريق الأسهل والمختصر في قبول أو رفض الأفكار التي يتعرضون له دون بذل مجهود عقلي⁽¹⁰⁾.

وتتميز الاتجاهات عن غيرها بعدة خصائص عددها علماء الاجتماع والاتصال كما يلي⁽¹¹⁾:

- الاتجاهات مكتسبة ومتعلمة، وليست وراثية ولادية.
- الاتجاهات تتكون وترتبط بمثيرات ومواقف اجتماعية، ويشترك عدد من الأفراد والجماعات فيها.
- الاتجاهات لا تتكون من فراغ ولكنها تتضمن دائماً علاقة

سلطة مجموع الأفكار والتقاليد والمعتقدات التي تحدد أفعاله وردود أفعاله تجاه الآخرين سواء تعلق الأمر بموضوعات أو أشخاص أو قوميات معينة⁽¹⁵⁾.

وعملية تغيير الاتجاهات تتخذ مظهرين أساسيين⁽¹⁶⁾:

1. تغيير الاتجاه حيال موضوع من موافق إلى غير موافق، وبالعكس، أي إن التغيير هنا يكون في درجة إيجابية أو سلبية الاتجاه.
2. أن يتم التغيير في الاتجاه، بمعنى تأكيد إيجابية أو سلبية حيال موضوع معين.

ثالثاً: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في الاتجاهات:

تعد وسائل التواصل الاجتماعي من المصادر الهامة للفرد من ناحية تزويده بالمعلومات ففي احدى الإحصائيات التي تشير إلى أن عدد سكان الكرة الأرضية يناهز (7.3) مليارات نسمة منهم (3.17) مليارات مرتبطون بشبكة الانترنت أي ما يقارب النصف وان لكل فرد منهم (5.54) حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي اكثر من ذلك فيسجل يوميا مليون مستخدم جديد لشبكات التواصل الاجتماعي على الهاتف الجوال أي ما يعادل 12 مستخدماً جديداً في كل ثانية ويتفوق موقع فيسبوك في سلم الترتيب إلى (1.7) مليار حساب واليوتيوب بمليار⁽¹⁷⁾.

لذلك نجد أن حجم المشاركة والتفاعل مع هذه المواقع يعكس قدر التبعية والتأثر والتفاعل مع الآخرين ليس داخل المجتمع المحلي فقط بل مع العالم الخارجي.

وهناك مجالات عديدة ركزت عليها البحوث الإعلامية فيما يخص تأثير وسائل الاتصال والإعلام وهي⁽¹⁸⁾:

- تغيير الموقف أو الاتجاه.
- التغيير المعرفي
- تغيير القيم عبر التنشئة الاجتماعية
- تغيير السلوك سواء كان السلوك مفيداً أو ضاراً
- فبالإضافة إلى أن وسائل الاتصال والإعلام من أهم المصادر في نقل المعلومات وتبادلها فانها ايضا تعمل على تشكيل نقل المعلومات وتبادلها فان فضلاً عن كون هذه الوسائل من أهم المصادر في نقل

أو نفور وقد تكون الاستجابة سلبية أو إيجابية فالقبول والحب والكره قد يكون دون مسوغ واضح أحياناً.

ب. المكون المعرفي: ويشير إلى المعلومات والحقائق والآراء التي ترتبط بموضوع الاتجاه أي مقدار ما يعلمه الفرد من معلومات حول موضوع الاتجاه وكلما كانت المعلومات اكثر كلما كان الاتجاه واضحاً وصعب تغييره فمثلاً استجابة الطالب للعلاقات الأسرية وقبوله بها دليل على امتلاك هذا الطالب معلومات واضحة وكثيرة عن هذا الموضوع ودورها في حياته الاجتماعية.

ج. المكون السلوكي: يتمثل في استجابة الفرد اتجاه موضوع الاتجاه بطريقة ما قد تكون سلبية او ايجابية وهذا يعود إلى ضوابط التنشئة الاجتماعية التي مر بها الفرد. وتتباين هذه المكونات الثلاث من حيث درجة قوتها وشدة شيوعها واستقلاليتها فقد يمتلك الفرد معلومات وحقائق عن موضوع ما دون أن يكون له مشاعر اتجاه هذا الموضوع مما يحقق المكون المعرفي ولا يحقق المكون العاطفي فيؤدي به إلى عدم اتخاذ أي عمل اتجاه هذا الموضوع فلا يحقق بذلك المكون السلوكي وهكذا.

ثانياً: خصائص الاتجاهات الاجتماعية وأهميتها:

تعرف الاتجاهات الاجتماعية بانها «حالة نفسية لدى الفرد يتم اكتسابها نتيجة، الخبرات، وهذه الاتجاهات تؤثر على تصرفات الفرد بطريقة معينة»⁽¹⁴⁾.

وتفرض الاتجاهات وجودها علينا بشكل كبير سواء للرجال أو النساء أو الشباب أو الاطفال دون استثناء، و حالما تتشكل اتجاهاتنا نحو الأشياء والأشخاص تتحول تلك الاتجاهات إلى التأثير في سلوكنا والى دفعه في وجهات تتناسق مع محتوى تلك الاتجاهات، وهذا التحول الذي ينتقل فيه الاتجاه باعتباره شعوراً في عقل الفرد الى سلوك على أرض الواقع يعبر عن موقف ذلك الشخص تجاه قضية أو موضوع أو حدث وهذا الاتجاه إنما يتشكل كسلوك بفعل القوة المسيطرة للفكرة التي تشبع بها الفرد عن طريق تأثير المجتمع والمؤسسات المتعددة التي تمارس تأثيرها على الإنسان، فتقدم المرء في السن وتعرضه لمختلف عمليات التنشئة والتربية يجعل منه تحت

جدول (1) يوضح توزيع مفردات العينة وفقاً للنوع

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
55.5	111	ذكر
44.5	89	انثى
%100	200	المجموع

يشير جدول (1) إلى نسبة الذكور والإناث في البحث، إذ سعت الباحثة أن تكون نسبة الذكور في العينة أكبر من الإناث لأن عدد الذكور في المجتمع الأصلي أعلى من الإناث هذا فضلاً عن ملاحظة الباحثة أثناء الدراسة الاستطلاعية أن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الذكور أعلى من الإناث. فكانت نسبة الذكور (55.5%) بواقع (111) مفردة من العينة بينما كانت في الإناث (44.5%) بواقع (89) مفردة.

جدول (2) يوضح نوع التخصص للمبشرين

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
50	100	إنساني
50	100	علمي
%100	200	المجموع

يشير جدول (2) إلى نسبة التخصصات التي ينتمي إليها الطلبة حيث توزعت ما بين الإنساني والعلمي بواقع 100 طالب لكل تخصص وبنسبة متساوية (50%) لكل منهما وذلك لبيان التأثيرات المختلفة لمواقع التواصل الاجتماعي.

المعلومات وتبادلها وكثيراً ما تعمل وسائل الإعلام بصورة عامة على تشكيل اتجاهاتنا نحو العديد من القضايا أو تقويتها أو أضعافها نتيجة هذه المعلومات فمثلاً لنفرض أن اتجاهات بعض الأفراد نحو العنف سلبية فإن التكيف الإعلامي من قبل الوسائل المتعددة يقوي هذا الاتجاه السلبي. فوسائل الإعلام بما تتبناه وتوفره من معلومات تؤثر في تكوين معتقداتنا وأفكارنا نحو القضايا أو الموضوعات أو الأشياء أو الآخرين وإن كنا كذلك لا يعني بالطبع أن الفرد كائن ألي أو مستقيل سلبي لما تقدمه وسائل الإعلام من معلومات كما أن هناك متغيرات معدلة لتأثير المعلومات في نقل الثقافة المجتمعية وتعرض ثقافات مختلفة حيث الانفتاح الثقافي بما يثور حوله من انتقادات. فمعلومات الفرد حول قضية معينة تتحكم في اتجاهاتنا فعندما نتزود أو نتوافر لدينا المعلومات الكافية فإن اتجاهاتنا عن هذه القضية يمكن أن تتعدل وهنا تبرز أهمية دور وسائل الإعلام في اكمال القصور القائم في معلوماتنا بما توفره من معلومات وحقائق تملأ ثغراتنا المعرفية.

فنتج عنها ضعف في علاقاتهم الاجتماعية في الحياة الواقعية فقد أكد طبيب الأمراض النفسية البريطاني «هيمناشو تياجي» ان الشباب والذين ولدوا بدءاً من عام 1990 لا يعرفون عالماً آخر غير الإبحار في شبكة الانترنت وبالتالي فقد يكون لديهم رؤية مشوهة للواقع وعن علاقاتهم الاجتماعية فمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي غير قادرين على أقامه علاقات صداقة دائمة كما انهم يعانون من خطر السلوك غير السوي⁽¹⁹⁾.

المبحث الثالث: الدراسة الميدانية**تمهيد:**

يتناول هذا المبحث عرض لنتائج البحث الميداني وإجابات الأسئلة التي وضعت لتحقيق الأهداف وتم حساب التكرارات والنسب المئوية فضلاً عن المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي.

تشير بيانات جدول (4) أن أغلب أفراد العينة يستخدمون موقع الفيس بوك بنسبة (59.38%) فحصل على المرتبة الأولى وجاء استخدام موقع اليوتيوب بالمرتبة الثانية بنسبة (17.74%) والثالث موقع الانستغرام بفارق بسيط بنسبة (16.38) ثم بقية المواقع الأخرى وهذا يدل على أن الفيس بوك أصبح من المواقع التي لا يستهان بها والتي أصبح لها انتشار واستخدام واسع فضلاً عن تأثيره الملموس لدى شريحة الطلبة الجامعيين.

جدول (5) يبين عدد الساعات التي يقضيها الطلبة يوميا في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	الوقت
23.5	47	نصف ساعة
33.5	67	من 2-4 ساعة
22.5	45	من 5-6 ساعة
20.5	41	اكثر من 7 ساعات
%100	200	المجموع

ويظهر جدول (5) عدد ساعات الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي من قبل الطلبة الجامعيين، وحاز الوقت من 2-4 ساعة الأكثر بنسبة (33.5%) على المرتبة الأولى ونصف ساعة على نسبة (23.5%) على المرتبة الثانية وبفارق بسيط عدد ساعات من 5-6 ساعة بنسبة (22.5%) وعلى المرتبة الأخيرة عدد الساعات اكثر من 7 ساعات على نسبة (20.5%).

جدول (3) يوضح توزيع مفردات العينة وفقا للفئة العمرية

النسبة المئوية	التكرار	فئات العمر
23.5	47	20 سنة
33.5	67	أكثر من 20-23 سنة
22.5	45	24-27 سنة

يتضح من خلال الجدول (3) أن الفئة العمرية أكثر من 20-23 سنة جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (33.5%) وفي المرتبة الثانية جاءت الفئة العمرية 20 سنة بنسبة (23.5%)، وبفارق بسيط جاءت الفئة العمرية 24-27 سنة في المرتبة الثالثة وبنسبة (22.5%) ، في حين جاءت الفئة العمرية أكثر من 27 سنة في المرتبة الرابعة والأخيرة بنسبة (20.5%).

جدول (4) يوضح الموقع الإلكتروني الذي يستخدمونه الطلبة

النسبة المئوية	التكرار	مواقع التواصل
59.38	174	الفيسبوك
4.77	14	تويتر
17.74	52	يوتيوب
16.38	48	انستغرام
1.70	5	اخرى
%100	293 (***)	المجموع

جدول (7) يوضح اسباب الاستخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي

الفرق	موافق جدا		موافق		لا رأي له		غير موافق		غير موافق إطلاقا		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
1	72	36	116	58	9	4.5	3	1.5	-	-	4.29	0.619	85.7
5	73	36.5	88	44	13	6.5	22	11	4	2	4.02	1.025	80.4
2	68	34	92	46	16	8	17	8.5	7	3.5	3.99	1.037	79.7
3	63	31.5	83	41.5	27	13.5	21	10.5	6	3	3.88	1.061	77.6
4	41	20.5	70	35	43	21.5	39	19.5	7	3.5	3.50	1.123	69.9
10	30	15	50	25	65	32.5	51	25.5	4	2	3.26	1.058	65.1
7	31	15.5	67	33.5	29	14.5	57	28.5	16	8	3.20	1.233	64.0
6	36	18	61	30.5	25	12.5	52	26	26	13	3.15	1.336	62.9
8	27	13.5	46	23	32	16	60	30	35	17.5	2.85	1.322	57.0
9	15	7.5	38	19	21	10.5	74	37	52	26	2.45	1.264	49.0

جدول (6) يوضح الوقت المفضل للاستخدام

الوقت	التكرار	النسبة المئوية
الصباح	11	5.5
الظهر	41	20.5
العصر	51	25.5
المساء	75	37.5
بعد منتصف الليل	22	11
المجموع	200	%100

يتضح من جدول (6) أن وقت استخدام افراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي (مساء) في المرتبة الأولى بنسبة (37.5%) وجاءت في المرتبة الثانية وقت الاستخدام عصر بنسبة (25.5%) وفي المرتبة الثالثة وقت الاستخدام الظهر بنسبة (20.5%) وفي المرتبة الرابعة فترة بعد منتصف الليل بنسبة (11%) والأخيرة فترة الصباح بنسبة (5.5%).

فقد كانت جاءت إجابات الطلبة بموافق وموافق جدا بنسب (25%) و(15%) اعلى من غير الموافق بنسبة (25.5%) وغير الموافق اطلاقا بنسبة (2%) وبمتوسط حسابي 3.26 وهذا يدل على أن الطلبة مقتنعين كون هذه المواقع تحوي على منشورات تتنافى مع قيم مجتمعهم وتقاليدهم وان بعض مضامينها تساهم في هدم الأخلاق العامة.

وتشير النتائج ايضا إلى أن **(استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يعد هدرا للوقت)** كانت النتائج تميل إلى الموافق والموافق جدا بنسب (33.5%) و(15.5%) وبمتوسط حسابي 3.20 متقدمة على عدم الموافقة التي جاءت بنسبة (28.5%) وغير موافق اطلاقا بنسبة (8%) وهذا ما يؤكد أن الاستخدام المستمر لمواقع التواصل الاجتماعي يعد هدرا للوقت لاسيما أن ليس كل ما ينشر على هذه المواقع يحقق فائدة لمستخدميها.

كما تشير النتائج إلى تأرجح الإجابة بين فيما يخص **(استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي يثير شكوى وتذمر الأسرة في الغالب)** بين موافق جدا وموافق بنسب (18%) و(30.5%) وبمتوسط حسابي مقداره 3.15 وغير موافق بنسبة (26%) وغير موافق اطلاقا بنسبة (13%) مع ارجحية كفة الموافق مما يدل على أن هناك استخدام مكثف لهذه المواقع من قبل الطلبة لدرجة أثارت تذمر الأسرة لان فيها انعزال الطالب عن أسرته وانغماسه في استخدام هذه المواقع وهدر لوقته.

كما تشير النتائج الإحصائية إلى أن **(استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي يولد لديك شعور بالغزلة)** لشريحة الطلبة حيث لم يؤيد هذا الموضوع نسبة (30%) غير موافق و(17.5%) غير موافق اطلاقا وبمتوسط حسابي 2.85 في حين أيد ذلك بموافق وموافق جدا (23%) و(13.5%). وهذا يخالف بعض الآراء التي تؤكد على تولد انعزالية عند مستخدم الانترنت بصورة عامة ومواقع التواصل الاجتماعي بصورة خاصة والتي لم يؤكدوا الطلبة بل عكس ذلك كانت آرائهم أن المواقع تساهم في توسيع علاقاتهم بالآخرين.

وعن تدني في المستوى الدراسي وربط ذلك **(استخدامك مواقع التواصل الاجتماعي سبب في تدني مستواك الدراسي)** فقد كانت إجابات الطلبة تتجه نحو عدم الموافقة بنسبة (37%) وغير موافق اطلاقا بنسبة (26%) وبمتوسط حسابي 2.45 في حين أيد ذلك نسبة موافق (19%) وموافق جدا (7.5%) مما يدل على أن الطلبة لا يعدون استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي سبب في تدني مستواهم وإنما قد يكون دافع من اجل التواصل مع الآخرين.

يتضح من الجدول (7) أن الاتجاه العام للمبجوثين موافق جدا وموافق **(حول استخدام مواقع التواصل لسهولةها وإتاحتها)** بمتوسط حسابي (4.29) حيث جاءت نسبة من أيدوا ذلك (موافق) بنسبة (58%) و(موافق جدا) بنسبة (36%). في حين كانت نسبة غير الموافقين (1.5%) وهذا بالتأكيد يعزز السمات التي تمتاز بها مواقع التواصل الاجتماعي من حيث السهولة والإتاحة.

كما تظهر النتائج أن **(زيادة استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي يعمق التواصل مع زملاء الدراسة)** التي يكونها الطلبة مع بعضهم البعض ويجعل عملية التواصل وتبادل المعلومات سهلة اذ ارتفعت نسبة الموافق والموافق جدا إلى (44%) و(36.5%) وبمتوسط حسابي 4.02 في حين انخفضت النسب الأخرى التي لا تؤيد هذا الأمر.

أما السبب الأخر **(لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لقتل الوقت والتخلص من الملل والتسلية)**، حيث نجد ارتفاع نسبة موافقة الطلبة إلى (46%) وموافق جدا بنسبة (34%) وبمتوسط حسابي 3.99 وانخفاض بقية المستويات مما يدل على أن مواقع التواصل الاجتماعي تساعد على شغل وقت الفراغ فضلا عن التسلية لما تحمله من مضامين ترفيهية وساخرة فضلا عن وجود العاب عبر تطبيقاتها العديدة. وبالنسبة للطلبة الجامعيين فاستخدامهم لهذه المواقع لهذا السبب قد يعد مؤشر سلبي لان وقتهم لاسيما أثناء السنة الدراسية يكون مخصص للدراسة.

كما تظهر النتائج الإحصائية أن **(استخدامك مواقع التواصل الاجتماعي تمكنك من التعبير بحرية وتخطي حاجز الخجل)** حيث ارتفعت نسبة الموافق والموافق جدا لهذا الأمر بين الطلبة وبنسب (41.5%) و(31.5%) وبمتوسط حسابي 3.88 وهذا ما يؤكد الدراسات التي توضح ان مواقع التواصل الاجتماعي منصات لحرية التعبير وتبادل الآراء الحرة تساعد مستخدميها على التفاعل بكل سهولة ويسر.

كما أوضحت النتائج الإحصائية بان **(استخدامك مواقع التواصل الاجتماعي تعزز قدرتك على مخاطبة الجنس الآخر بجرأة)** حيث ارتفعت نسب الموافق والموافق جدا إلى (35%) و(20.5%) أو بمتوسط حسابي 3.50 ويعود ذلك إلى التفاعلية التي تمتاز بها هذه المواقع وسهولة التعبير عن ما ينشر والردشة عبر خدماتها المتاحة.

فيما يخص عبارة **(استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي جعلك تتعرف على منشورات تتنافى مع أخلاقيات المجتمع)**

جدول (٨) يوضح الاتجاهات الاجتماعية للطلبة

الرقم	الفرق	موافق جدا		موافق		لا رأي لي		غير موافق		غير موافق إطلاقاً		المتوسط الحسابي	الاحراف المعياري	الوزن النسبي%
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك			
9	متابعك مواقع التواصل الاجتماعي زد من تعرفك على اشخاص لهم فكر وتفاحة مختلفة	72	36	82	41	19	9.5	22	11	5	2.5	3.97	1.058	79.4
11	اتاحت مواقع التواصل الاجتماعي مشاركتك في الاصل التوعوية والمجتمعية والمدنية	56	28	63	31.5	40	20	32	16	9	4.5	3.63	1.177	72.5
2	ما ينشره الأصدقاء على مواقع التواصل الاجتماعي من صور يؤثر اهتمامك	21	10.5	103	51.5	40	20	28	14	8	4	3.51	0.999	70.1
4	مواقع التواصل الاجتماعي لها دور في الترويج بالأغاني والموسيقى وتقليدها	35	17.5	77	38.5	37	18.5	38	19	13	6.5	3.42	1.167	68.3
8	متابعة مواقع التواصل الاجتماعي يؤدي إلى هدر الوقت في كتابة وقراءة التعليقات	29	14.5	87	43.5	31	15.5	40	20	13	6.5	3.40	1.148	67.9
14	ما ينشره الآخرون في صفحات الأصدقاء على مواقع التواصل يؤثر في اختيارك لا صدقاتك	27	13.5	73	36.5	39	19.5	42	21	19	9.5	3.24	1.120	64.7
13	تسبب بعض المنشورات على مواقع التواصل في حدوث خلافات مع أصدقائك	34	17	64	32	30	15	41	20.5	31	15.5	3.15	1.343	62.9
7	استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يؤدي إلى تنمية نزعات العنف والتطرف	30	15	50	25	43	21.5	59	29.5	18	9	3.08	1.225	61.5
6	إن استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي ساهم بتحريك من السلطة الاجتماعية داخل المنزل	24	12	50	25	57	28.5	48	24	21	10.5	3.04	1.178	60.8
5	إن الايمان على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يزيد من الشعور بالأمان والاضطرابات النفسية والعدوانية	30	15	54	27	33	16.5	57	28.5	26	13	3.03	1.294	60.5
3	مواقع التواصل الاجتماعي تسهم بالتنجيع على تقليد حياة وسلوك وافد	33	16.5	46	23	36	18	58	29	27	13.5	3.00	1.312	60.0
15	أن متابعك المستمرة لما ينشر في مواقع التواصل الاجتماعية تسبب بالعدوانية تجاه الآخرين	18	9	22	11	35	17.5	64	32	61	30.5	2.36	1.265	47.2
12	بعض ما ينشر في مواقع التواصل الاجتماعي يزيد من شعورك بعدم الرجية في مساعدة الآخرين	12	6	18	9	31	15.5	74	37	65	32.5	2.19	1.159	43.8
10	مشاهدتك صور المشاهير المدخنين في مواقع التواصل الاجتماعي شجعتك على تقليدهم	13	6.5	16	8	24	12	73	36.5	74	37	2.11	1.176	42.1

ويتضح ايضا موافقة الطلبة على عبارة (ما ينشره الآخرون في صفحات الأصدقاء على مواقع التواصل يؤثر في اختيارك لاصدقائك) فحصلت موافق جدا على نسبة (13.5%) وموافق على نسبة (36.5%). ومتوسط حسابي 3.24 مما يدل على تأثير هذه المواقع في اختيارات الطلبة لاسيما في اختيارهم للاصدقاء وهذا مؤشر سلبي فاختيار الفرد لاصدقائه يخضع لاعتبارات معينة لا يحددها ما ينشر في مواقع التواصل الاجتماعي.

كما حصلت موافقة وتأييد الطلبة على العبارة (تسبب بعض المنشورات على مواقع التواصل في حدوث خلافات مع اصدقائك) حيث جاءت موافق جدا بنسبة (17%) وموافق (32%). وبمتوسط حسابي 3.15 وهذا يؤكد النتيجة السابقة التي تدل على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على اختيار الطالب لاصدقائه وعلى تحديد نوع العلاقة معهم نتيجة لما ينشرونه في صفحاتهم.

كما تراوحت إجابات الطلبة بين موافق وغير موافق على أن (استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يؤدي الى تنمية نزعات العنف والتطرف) في زيادة بسيطة لموافق جدا وموافق بنسب (15%) و(25%) في حين نالت غير موافق وغير موافق اطلاقا بنسب (29.5%) و(18%). وبمتوسط حسابي 3.08، وهذا يدل على التأثير السلبي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب الجامعي العراقي الذي ينمي نزعات العنف والتطرف لديهم لتراجع المهارات الاجتماعية فيكونون عرضة للاضطرابات النفسية.

وتشير النتائج إلى موافقة غالبية الطلبة على إن (استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي ساهم بتحريك من السلطة الاجتماعية داخل المنزل) موافق جدا بنسبة (25%) وموافق جدا بنسبة (12%) وبفارق بسيط عن نسبة الطلبة الراضين لهذا الأمر حيث جاءت غير موافق بنسبة (24%) وغير موافق اطلاقا (10.5%) وبمتوسط حسابي 3.04 وهذا يدل على أن مواقع التواصل الاجتماعي لها دور في تغيير سلوكيات الطلبة وتبنيهم لسلوكيات وأفكار جديدة قد تكون بعيدة عن أخلاقيات المجتمع العراقي والعربي من كون للأسرة سلطة اجتماعية تمارسها على أفرادها لغرض تنظيم حياتهم.

تشير النتائج الإحصائية في جدول (8) أن نتائج العبارة (متابعتك لمواقع التواصل الاجتماعي زاد من تعرفك على أشخاص لهم فكر وثقافة مختلفة) بموافقة غالبية الطلبة على هذا الأمر إذ نال موافق جدا نسبة (36%) وموافق جدا (41%) وبمتوسط حسابي (3.97) وهذا يدل على الانفتاح الذي يؤديه الطلبة في التعرف على ثقافات وأشخاص آخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

كما نالت عبارة (أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي مشاركتك في الأعمال التطوعية والمجتمعية والمدنية) على تأييد الطلبة حيث تولدت اتجاهات نحو المشاركة في الأعمال التطوعية والمجتمعية والتي تعد ممارسات جديدة على مجتمعنا بعد سنيين الحروب والعنف التي شهدتها البلد حيث حصل موافق جدا على نسبة (28%) وموافق جدا (31.5%). وبمتوسط حسابي 3.63.

وفيما يخص (ما ينشره الأصدقاء على مواقع التواصل الاجتماعي من صور يثير اهتمامك) فان الطلبة اجمعوا غالبيتهم بان تلك الصور تثير اهتمامهم بموافق وموافق جدا حسب النسب (51.5%) و(10.5%) وهذا يؤكد ما للصور من أهمية كبيرة ليس على مواقع التواصل الاجتماعي فقط وإنما في جميع وسائل الاتصال والإعلام.

كما كانت إجابات الفقرة (مواقع التواصل الاجتماعي لها دور في الترغيب بالأغاني والموسيقى وتقليدها) حيث جاءت إجابات اغلبيه الطلبة موافق جدا بنسبة (17.5) وموافق بنسبة (38.5%) وبمتوسط حسابي 3.42 وهذا يؤكد ويرسخ حالة التقليد التي يتبناها الطلبة لكل ما يتعرضون له في مواقع التواصل الاجتماعي. وهو مؤشر سلبي يؤثر على قناعات واختيارات الطلبة التي ستكون محكومة بما يتعرضون له في هذه المواقع.

(متابعة مواقع التواصل الاجتماعي يؤدي إلى هدر الوقت في كتابة وقراءة التعليقات) حصلت على نسبة (14.5%) موافق جدا ونسبة (43.5%) على موافق وبمتوسط حسابي 3.40 وهذا يؤكد ما جاء في نتيجة جدول (7) من أن الاستخدام المتكرر لمواقع التواصل الاجتماعي يهدر الكثير من الوقت لاسيما عندما يتم استخدامها بساعات طويلة.

2. بينت الدراسة الميدانية أن موقع فيسبوك هو أكثر المواقع استخداماً من قبل الطلبة الجامعيين لكونه الأكثر انتشاراً في المجتمع العراقي قياساً إلى بقية المواقع الأخرى ويليه موقع اليوتيوب.

3. أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تغيير واكساب اتجاهات للطلبة الجامعيين حيث اشارت النتائج إلى وجود تقليد واهتمام لما ينشر عبر هذه المواقع.

4. تباينت آراء الباحثين فيما يخص علاقاتهم الاجتماعية بالأسرة والأصدقاء فقد مكنت هذه المواقع من إيجاد دائرة علاقات أوسع فسجل الباحثين درجات مرتفعة في مقياس التكيف الاجتماعي ومهارات الاتصال.

5. هناك تأثيرات سلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على التكوين المعرفي والإدراكي للشباب بداية من أهدار الوقت في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في كتابة وقراءة التعليقات بدلا من قراءة الكتب وممارسة الرياضة ومراجعة دروسهم وحوادث خلافات مع الآخرين.

6. تولدت لدى الباحثين تطلعات اجتماعية إيجابية من ناحية التعرف على أشخاص لهم ثقافات مختلفة فضلا عن الحث على المشاركة في الأعمال التطوعية والمجتمعية.

7. هناك استخدامات سلبية لمواقع التواصل الاجتماعي لاسيما حالة التقليد التي أيدها بعض الطلبة للحياة والسلوك الوافد، فضلا عن تدمرهم من سلطة الأهل والمجتمع.

التوصيات:

لقد توصلت الباحثة إلى جملة من التوصيات التي برزت على إثر إجراء الدراسة الميدانية:

1. إجراء المزيد من الدراسات المعمقة حول الاتجاهات التي تعكسها استخدام وسائل الإعلام الجديد وحول تأثيرات هذه الوسائل على شرائح الشباب الجامعي في العراق.

2. تبني استراتيجية إعلامية تتوجه إلى الشباب لتوعيتهم وترسيخ القيم الاجتماعية الأصيلة بما يصح من اتجاهاتهم الاجتماعية.

3. تفعيل منهج التربية الإعلامية الرقمية الذي يتيح التفكير النقدي والمتابعة الواعية لما ينشر في وسائل الاتصال

كما تفاوتت الإجابات على فقرة إن (الإدمان على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يزيد من الشعور بالأنانية والاضطرابات النفسية والعدوانية) بين غير موافق التي تفوقنا بنسبة قليلة عن الموافق اذا حصلت غير موافق على نسبة (28.5%) وغير موافق اطلاقاً بنسبة (13%) بينما نجد موافق حصلت على (27%) وموافق جداً على (15%) وبمتوسط حسابي 3.03.

كما تشير النتائج ان (مواقع التواصل الاجتماعي تسهم بالتحشيع على تقليدك حياة وسلوك وافد) فقد اجمع الطلبة على عدم موافقتهم لهذا الأمر ولكن بنسبة اعلى بقليل عن موافقة بقية الطلبة الآخرين. حيث جاءت النتائج غير موافق بنسبة (29%) وغير موافق اطلاقاً بنسبة (13.5%) وهي اعلى قليلاً من موافق (23%) وموافق جداً (16.5%). وبمتوسط حسابي 3.00 وهذا يدل على وجود تقليد لأساليب الحياة الوافدة والتي قد تكون غريبة على أسلوب الحياة العربية.

حصلت عبارة (متابعتك المستمرة لما ينشر في مواقع التواصل الاجتماعية تسبب بالعدوانية تجاه الآخرين) رفضها الطلبة بغير موافق بنسبة (32%) وغير موافق اطلاقاً بنسبة (30.5%)، وبمتوسط حسابي 2.36.

(بعض ما ينشر في مواقع التواصل الاجتماعي يزيد من شعورك بعدم الرغبة في مساعدة الآخرين) رفضها الطلبة بغير موافق وغير موافق اطلاقاً بنسب (37%) و(32.5%)، وبمتوسط حسابي 2.19 وهذا مؤشر إيجابي لانعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

(مشاهدتك صور المشاهير المدخنين في مواقع التواصل الاجتماعي شجعك على تقليدهم) رفضها الطلبة بنسب (36.5%) و(37%)، وبمتوسط حسابي 2.11.

الاستنتاجات:

من خلال البحث تم الوصول الى عدة استنتاجات أهمها:

1. أن معدلات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عالية جداً بين طلبة الجامعات اذ أن أكثر من نصف العينة يستخدمونها بواقع من 2 إلى 7 ساعات يومياً.

- والإعلام لفهم المضمون بشكله الصحيح وعدم الاكتفاء بالمتابعة السلبية.
4. أن تقوم المؤسسات الإعلامية المقروءة والمرئية بدورها في تقديم مضمون برامجي موجه للشباب يزيد من وعيهم اتجاه مخاطر استخدام المواقع الالكترونية بشكل غير صحيح.
5. العمل على تقديم برامج هادفة في وسائل الإعلام التقليدية والالكترونية لتحقيق حاجات واشباعات الشباب العراقي بصورة عامة والشباب الجامعي بصورة خاصة ويتم ذلك من خلال إجراء بحوث لتحديد حاجاتهم واشباعاتهم.
6. تعزيز وعي الجمهور بصورة عامة والشباب بصورة خاص بمضامين الغزو الإعلامي وسلبياته على الفرد والعمل على إبراز القيم الاجتماعية والأخلاقية من خلال التنسيق المتكامل بين الأجهزة المجتمعية المختلفة.
7. تفعيل دور الجامعات، والمؤسسات غير الحكومية في الإسهام بإيجاد وسائل ترفيهية وتعليمية مناسبة وأعداد برامج مناسبة لتعزيز الانتماء الاجتماعي عند الطالب الجامعي.
- الهوامش:**
- 22 (***) نظرا لامكانية استخدام اكثر من موقع الكتروني من قبل الطلبة ، فقد تم السماح بتأشير اكثر من موقع.
- 1 روجر ويمر وجوزيف دومنيك، ترجمة: صالح ابو اصبع وفاروق منصور، مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2013، ص328.
- 2 د. كامل القيم، مناهج وأساليب كتابة البحث العلمي في الدراسات الإنسانية، مركز حمورابي، 2012، ص102.
- 3 وهي إحدى الجامعات العراقية الحكومية التابعة لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي العراقية تحتوي على (11) كلية وتأسست سنة 1989م.
- 4 (***) **المحكمين هم:**
1. أ.د. جليل وادي حمود، تخصص صحافة اذاعية وتلفزيونية، كلية الفنون الجميلة-جامعة ديالى
2. أ.د. سعد سلمان المشهداني، تخصص صحافة، كلية الاداب-جامعة تكريت.
3. أ.د. كامل حسون القيم، تخصص صحافة، كلية الفنون الجميلة-جامعة بابل.
4. أ.م.د. عبد الامير فيصل، تخصص صحافة، كلية الاعلام-جامعة بغداد.
5. أ.م.د. محسن عيود كشكول، تخصص صحافة، كلية الاعلام- الجامعة العراقية.
- 5 بو عمر سهيلة، الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة الجامعيين نحو شبكة التواصل الاجتماعي(فيسبوك)، الجزائر، جامعة محمد خيضر بسكرة ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 3013-2014.
- 6 حنان بن شعشوع الشهري، أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية «الفيس بوك وتويتر نموذجا»، رسالة ماجستير غير منشورة، السعودية، جامعة الملك عبد العزيز، كلية الاداب والعلوم الإنسانية، 2013.
- 7 اتجاهات الطلبة نحو استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي (الفيس بوك، تويتر)، الجزائر، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2015.
- 8 د.هاني الجزار، علم النفس الإعلامي والثقافي، القاهرة، صرح للنشر والتوزيع، 2015، ص 11-12.
- 9 د.شيماء ذو الفقار زغيب، نظريات في تشكيل اتجاهات الرأي العام، ط2، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2009، ص34.
- 10 د.محمود عودة، أساليب الاتصال والتغيير الاجتماعي ، مصر، ذات السلاسل للطباعة والنشر، 1989، ص 160
- 11 د.شيماء ذو الفقار زغيب، م.س.ذ، ص72.
- 12 د.شيماء ذو الفقار زغيب، م.س.ذ، ص151.
- 13 سهام ابراهيم كامل، مفهوم الاتجاه، مركز البحوث والدراسات الاعاقية، ص13-14. على الموقع الالكتروني الاتي:
<http://www.gulfkids.com/ar/book14-2126.htm>.
- 14 د.هاني الجزار، علم النفس الإعلامي والثقافي، القاهرة، صرح للنشر والتوزيع، 2015، ص 11-12.

- 15 د.حسين صديق، الاتجاهات من منظور علم الاجتماع، مجلة جامعة دمشق، المجلد 28، العدد 3 و4، 2012، ص 305-306.
- 16 بوعمر سهيلة، الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة الجامعيين نحو شبكة التواصل الاجتماعي «فيسبوك»، رسالة ماجستير غير منشورة، الجزائر، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2013، ص9.
- 17 خليل العوني، الاتجاهات الاجتماعية، السوسيولوجيا للجميع، على الموقع الالكتروني:
<http://socio-logie.blogspot.com/2013/12/blog-post.html>
- 18 د.حسين صديق، الاتجاهات من منظور علم الاجتماع، مجلة جامعة دمشق، المجلد 28، العدد 3-4 ، 2012، ص 13-14.
- 19 د.جمال زرن، الإعلام التقليدي والجديد في سياق تمدد الإعلام الاجتماعي وشبكاته، مركز الجزيرة للدراسات، اذار/2017، ص7.
- 20 د.فهد بن عبد الرحمن الشميري، التربية الإعلامية، الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية، 2010، ص56.
- 21 د.نديم منصور، سوسيولوجيا الانترنت، بيروت، منتدى المعارف، 2014، ص37.

ر

