

Artical History

Received/ Geliş
27.05.2019

Accepted/ Kabul
13.06.2019

Available Online/yayınlanma
15.06.2019.

دور وسائل التواصل الاجتماعي في حرية التعبير عن القضايا السياسية لدى النخبة
الثقافية

دراسة ميدانية على عينة من النخبة الثقافية في محافظة السلیمانية

أ.م.د. ريبه ركوران مصطفى

رئيس قسم التقنية الإعلامية- كلية التقنية الإدارية- جامعة السلیمانية التقنية

الملخص

يهدف هذا البحث إلى الدور التي تقوم بها وسائل التواصل الاجتماعي في توفير مساحة الحرية للمثقفين في تعبير عن آرائهم حول القضايا السياسية عامةً والداخلية خاصةً، هذا البحث من النوع البحوث الوصفية الذي يعتمد على منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني لعينة من النخبة الثقافية في محافظة السلیمانية، كما يستخدم الباحث أداة الاستبيان لوصول إلى نتائج محددة تتعلق بتساؤلات وفروض البحث، وتوصل الباحث إلى عدة نتائج من أهمها: ثبوت صحة الفرض الرئيسي الأول القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وحرية التعبير عن القضايا السياسية لدى النخبة الثقافية، وثبوت صحة الفرض الرئيسي الثاني بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في التعبير عن آرائهم حول القضايا السياسية حسب المتغيرات الديموغرافية.

*مصطلحات البحث: (وسائل التواصل الاجتماعي - حرية التعبير - القضايا السياسية - النخبة الثقافية).

Abstract

This research aims at the role of social media in providing the freedom of intellectuals to express their views on political issues in general and the interior in particular. This research is descriptive research based on the analytical and field survey methodology of a sample of the cultural elite in Sulaimania governorate. The researcher uses the questionnaire tool to arrive at specific results related to the questions and hypotheses of the research. The researcher reached several results, the most important of which are: The validity of the first main hypothesis that there is a significant statistical correlation between the extent of the use of social media and freedom of expression Whatever the political and cultural elite, and prove the health of the second main hypothesis that there are statistically significant differences among the respondents to express their views on political issues, according to demographic variables.

Keywords: Social Networks, Freedom of Expression, Political Issues, Cultural Elite.

المقدمة:

ساعدت التطورات الحديثة في مجال تكنولوجيا الاتصال على التنافس بين وسائل الاتصال الحديثة من خلال توفير الخدمات الاتصالية لأفراد المجتمع؛ من أجل التفاعل والتواصل، وتبادل المعلومات، ومعرفة أحدث وأهم القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية .

ومن تلك الوسائل المؤثرة وسائل التواصل الاجتماعي لما لها من دور مهم في النشاط السياسي داخل المجتمع، لأن أفراد المجتمع يتعرضون للمعلومات والمهارات التي تيسر النشاط السياسي من خلال هذه الوسيلة الحديثة، ولا يغيب عنا أن تلك المصادر والمعلومات ذات فاعلية وسرعة في تركيز الانتباه وخفض التكاليف، كما أنها أكثر فعالية وأهمية في نشر المعارف والمعلومات حول القضايا السياسية (Rainie and Smith, 2012).

تمثلت وسائل التواصل الاجتماعي مجموعة من الشبكات أو التطبيقات التي منحت للمستخدم مجموعة من الخدمات مثل: الصفحات الشخصية والأصدقاء والعلاقات وإرسال الرسائل المكتوبة والصوتية والمرئية وألبومات الصور والتعليقات وإنشاء الصفحات وإنضمام المجموعات والدعاية والإعلان وألعاب وهدايا، من أجل التواصل والتعارف ومعرفة المعلومات ومتابعة القضايا المختلفة وتبادل الآراء والأفكار حول ما يدور به بهدف تحقيق متطلباتي أو احتياجاتي الخاصة به (المطيري، 2013، ص: 25).

أثرت وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كبير في حياة الأفراد والجماعات المستخدمة لها على المستوى الشخصي، والاجتماعي، والسياسي، والتي تشكل عالماً افتراضياً يفتح المجال على مصراعيه للأفراد، والتجمعات، والتنظيمات بمختلف أنواعها، لإبداء آرائهم ومواقفهم في القضايا والموضوعات التي تهمهم بحرية غير مسبوقه (حسن، 2009، ص: 478-479).

تساهم وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز حرية التعبير عن الرأي لدى كافة الافراد والجماعات داخل المجتمعات المختلفة، وخاصة النخب هي الشريحة الحية والمتفاعلة مع تلك الوسائل للتعبير عن القضايا المختلفة، ولذلك يختار الباحث ضمن تلك الوسائل شبكة (الفييس بوك) بسبب بيئتها الواسعة لحرية التعبير عن الرأي، وتوفير مساحة كبيرة للواقع الافتراضي، لكي تطرح وتساءل وتتابع وتناقش النخبة الثقافية قضايا سياسية مختلفة إذا كان داخلية أم إقليمية أم دولية.

- المطلب الأول: الإطار المنهجي للبحث -

* مشكلة البحث:

تمثل مشكلة البحث في طرح التساؤل الرئيسي التالي: ما طبيعة الدور التي تقوم بها وسائل التواصل الاجتماعي في حرية التعبير عن القضايا السياسية لدى النخبة الثقافية؟ كما يتفرغ الباحث من التساؤل الرئيسي مجموعة التساؤلات الفرعية التالية:

1. ما مدى وحجم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى النخبة الثقافية؟

2. ما أهم الموضوعات التي يحرص عينة البحث على متابعتها في وسائل التواصل الاجتماعي؟
3. ما الموضوعات السياسية التي تناقشها وتعبر عنها المبحوثين في وسائل التواصل الاجتماعي؟
4. ما موقف النخبة الأكاديمية حول العبارات التي تقيس دور وسائل التواصل الاجتماعي في حرية التعبير عن القضايا السياسية).

* أهمية البحث:

1. يعني ببحث آراء النخبة الثقافية في كردستان/العراق نحو القضايا السياسية، من خلال إستخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي.
2. إتاحة الفرصة للمبحوثين لكي تعبر عن آرائهم ومقترحاتهم وطموحاتهم حول القضايا السياسية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

* أهداف البحث:

1. معرفة مدى إستخدام وسائل التواصل الاجتماعي من قبل عينة الدراسة.
2. معرفة الموضوعات المنشورة على وسائل التواصل الاجتماعي التي تتابعها النخبة الثقافية.
3. معرفة مظاهر التعبير عن الرأي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين.
4. معرفة أهم الايجابيات والسلبيات لدى عينة الدراسة حول استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي والتعبير عن آرائهم حول القضايا السياسية.

* فروض البحث:

1. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مدى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وحرية التعبير عن القضايا السياسية لدى النخبة الثقافية.
2. توجد فروق ذو دلالة إحصائية بين المبحوثين في حرية التعبير عن آرائهم حول القضايا السياسية حسب المتغيرات الديموغرافية.

* الدراسات السابقة:

1. – Almutarie, Aljawhara. 2018, (Citizen Journalism and Twitter in Saudi Arabia Dissemination, Democratisation, Disinformation)، تهدف هذه الدراسة إلى أثر صحافة المواطن وتويتر على إنتاج الأخبار واستقبالها في المملكة العربية السعودية، وهذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح الميداني لعينة من الصحفيين والشخصيات العامة عددها (920) فرد، واستخدم الباحثين في هذه الدراسة أداة استبيان لجمع بيانات من المبحوثين تتعلق بفرضيات الدراسة، وتوصل الباحث إلى مجموعة نتائج من أهمها: لعبت شبكات التواصل الاجتماعي دورًا رئيسيًا في تنامي حرية الرأي والتعبير داخل المجتمع السعودي وتعزيز المشاركة الشعبية في الحركة من أجل الإصلاح الاقتصادي (Almutarie, 2018,p:1-33).

2. – Kwak, Nojin., Lane, Daniel., Weeks, Brian., Kim, Dam Hee., Lee, Slgi. and Bachleda, Sarah.2017, (Does Social Media Matter?: How perceptions of political participation on social media can facilitate political expression and foster offline political participation)، تهدف هذه الدراسة إلى تقديم نموذج نظري حيث تُعتبر وسائل الإعلام الاجتماعية كسياق للسياسة تشجع الأفراد على التعبير عن أنفسهم على وسائل التواصل الاجتماعي، وهذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح الميداني لعينة من الجمهور عددها (2.856) فرد، واستخدموا الباحثون في هذه الدراسة أداة استبيان لجمع بيانات من المبحوثين تتعلق بفرضيات الدراسة، وتوصلوا الباحثون إلى مجموعة نتائج من أهمها: بأن تأثير التعبير السياسي على وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن يؤدي بشكل غير مباشر إلى زيادة المشاركة السياسية (Kwak, and etc, 2017, p: 1-38).

3. – Gil de Zuniga, Homero. Molyneux, Logan. and ZHENG, PEI. 2013, (A Longitudinal Data Analysis of Social Media Use, Political Expression

وسائل الإعلام الاجتماعية كأداة للتعبير السياسي وتأثيرها على المشاركة السياسية عبر الإنترنت، وهذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح الميداني لعينة من الجمهور عددها (1.159) فرد، واستخدم الباحثين في هذه الدراسة أداة استبيان لجمع بيانات من المبحوثين تتعلق بفرضيات الدراسة، وتوصل الباحثين إلى مجموعة نتائج من أهمها: توجد أثر غير مباشرة على المشاركة السياسية عبر الإنترنت عن طريق التعبير السياسي على وسائل الإعلام الاجتماعية، ولا يؤثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي تأثيراً مباشراً في المشاركة السياسية للناس، بل هو تأثير غير مباشر بواسطة المواطنين الذين يعبرون عن أنفسهم سياسياً عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والتي بدورها تتنبأ بالمشاركة السياسية (Gil de Zuniga, and etc, 2013, p: 1-33).

*الإجراءات المنهجية:

1. نوع ومنهج البحث: هذا البحث من نوع البحوث الوصفي الذي اعتمد على منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني.
2. مجتمع وعينة البحث: تمثل مجتمع البحث النخبة الثقافية في محافظة السلبيانية، والتي أختار الباحث منها عينة غير عشوائية حصرية عددها (50) مثقفاً وفق المتغيرات الديموغرافية: (الجنس - الفئة العمرية - المستوى التعليمي - المصروفات الشهرية).
3. أداة البحث: استخدم الباحث استمارة استبيان من أجل الوصول إلى نتائج علمية دقيقة تتعلق بتساؤلات وفروض البحث.
4. متغيرات الدراسة: (المتغير المستقل: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي)، (المتغيرات الوسيطة: المتغيرات الديموغرافية)، (المتغير التابع: حرية التعبير عن القضايا السياسية).
5. مقياس البحث: اعتمد هذا البحث على مقياس خماسي التقدير بأسلوب مقياس ليكرت (Likert Scale) الذي يقيس شدة الاتجاه حول القضية المدروسة، وتم قياس اتجاهات المبحوثين من خلال (7) جملة تم رصدها مما تناولته وسائل التواصل الاجتماعي خلال فترة تطبيق البحث لتحديد اتجاهاتهم نحو حرية التعبير عن القضايا السياسية. وقد وضعت خمس درجات تفضيل أمام كل عبارة من عبارات المقياس لقياس الاتجاه وتحديد نوعه ب

(موافق بشدة - موافق - محايد - غير موافق - غير موافق بشدة) وتم إعطاء وزن لكل إجابة (1 غير موافق بشدة - 2 غير موافق - 3 محايد - 4 موافق - 5 موافق بشدة).

6. صدق وثبات البحث: يعتمد الباحث على الصدق الظاهري لبيانات البحث، وذلك من خلال الرجوع إلى مجموعة من المحكمين ذو الاختصاص*، لتقييم الاستبيان بناءً على قانون الصدق الظاهري: الفقرات الصالحة/مجموع الفقرات 100×100 كالاتي: $92.15 = 100 \times 51/47$ ، وطلع الباحث ثبات البيانات باستخدام معامل (ألفا كرونباخ) حسب الجدول التالي:

جدول (1)

يوضح نتائج اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبيان

الفقرة	عدد الفقرات	قياس الثبات
استخدام	5	0.745
اتجاه	7	0.988

تشير نتائج جدول (1) إلى أن قيمة معامل ألفا كرونباخ كانت مرتفعة للأسئلة الترتيبية حيث تتراوح ما بين (0.745 - 0.988) بالنسبة لقياس ثبات استمارة الاستبيان.

7. أسلوب تحليل بيانات البحث: بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم إدخالها إلى الحاسوب، ثم جرت معالجتها، وتحليلها، واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج " الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية " والمعروف باسم (spss) اختصاراً "statistical package for the social sciences"، وذلك باللجوء إلى المعاملات، والاختبارات، والمعالجات الإحصائية الآتية: (التكرارات والنسب المئوية - المتوسط الحسابي والانحراف المعياري - المستوى المعنوية - معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio) - اختبار ويلكوكسن (Wilcoxon Signed Ranks) لدراسة الدلالة الإحصائية للفرق بين بيانات رتبية مجموعتين مستقلين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio).

8. حدود البحث: يتمثل وسائل التواصل الاجتماعي وحرية التعبير عن القضايا السياسية الحدود الموضوعي للبحث، ومحافظه السلیمانیة الحدود المكاني للبحث، شهر مارس 2019 الحدود الزماني للبحث.

9. تحديد مصطلحات البحث:

- وسائل التواصل الاجتماعي: هي مجموعة من الشبكات والتطبيقات الحديثة تتيح للمستخدم بفتح صفحات أو عناوين الكترونية أو انضمام للمجموعات أو ارسال الرسائل أو اليوم الصور أو نشر مقاطع فيديو أو الاعلان أو الهدايا والالعاب وأخرى عليها من أجل التواصل والتفاعل وتبادل المعلومات ومعرفة آخر وأهم الأخبار سواء كان داخلية أم اقليمية أم دولية.

- حرية التعبير: هي من إحدى المبادئ الرئيسية لحقوق الانسان، التي تمنح الإنسان الحق والحرية في التعبير عن أفكاره أو آرائه أو وجهة نظره، وتنطق كافة تعبيره من أفكار بمختلف الوسائل الشفهية أو الكتابية، ويمكن إفصاح عن رأيه أو وجهة نظره في قضية معينة سواءً كانت داخلية أو إقليمية أو دولية بهدف تحقيق مصلحة فرد أو جماعة ما بشكل إيجابي.

- القضايا السياسية: هي مجمل القضايا السياسية المحلية والاقليمية والدولية التي تحدث في المجتمعات المتقدمة والنامية.
- النخبة الثقافية: هي مجموعة من الأشخاص ذات المستويات الثقافية العالية التي مسيطرين على قوة اجتماعية وسياسية واقتصادية وعلمية كبيرة.

10. هيكلية البحث: تمثل هيكلية البحث ثلاث مطالب أساسية هما **المطلب الأول**؛ الإطار المنهجي وخصص للمشكلة والأهمية والأهداف والإجراءات المنهجية، و**المطلب الثاني**؛ الإطار النظري وخصص لبحث وسائل التواصل الاجتماعي وحرية التعبير عن القضايا السياسية، و**المطلب الثالث**؛ فقد خصص لبحث نتائج البحث الميداني واختبار الفروض، ثم يتوصل البحث إلى مجموعة من النتائج والتوصيات يتم عرضها في الخاتمة وفي نهاية يتم وضع ثبوت للمراجع والمصادر المستخدمة في البحث.

- **المطلب الثاني: الإطار النظري للبحث** -

* أولاً: وسائل التواصل الاجتماعي:

1. مفهوم وتعريف وسائل التواصل الاجتماعي.

وسائل التواصل الاجتماعي من الوسائل الاتصالية الحديثة التي يتواصل من خلالها الملايين من مستخدمي شبكة الإنترنت، لا تفصل بينهم أية عوامل مثل: (السن أو النوع أو المهنة أو الجنسية)، فهؤلاء تجمعهم ميول واهتمامات مشتركة (Brandtzaeg, 2012, p:467- 488).

تقدم وسائل التواصل الاجتماعي طريقة فريدة للتواصل بين مستخدمي مواقعها عبر صفحة ملفاتهم الشخصي (Boyd and Ellison, 2007, p:210-230)، وتعمل تلك الوسائل على تسهيل التفاعل الاجتماعي من خلال توفير أدوات للعرض الذاتي، وإدارة الاتصالات، وللتحديث مع معارفك، وللبدء باتصالات جديدة، وتجمع الناس للتحدث، وتبادل الأفكار، ومشاركة المصالح (Rau, Gao, & Ding, 2008, p.2759).

2. نشأة وسائل التواصل الاجتماعي.

بدأ موقع (Classmates) كأول شبكة اجتماعية تفاعلية أنشئت عام (1995م) من قبل راندي كونرادس، وأطلق موقع (Six Degrees) عام (1997م) من قبل أندرو واينريتش، وظهر موقع (Cy world) عام (1999م) من قبل شركة (SKY Telecom)، وتأسست موقع (Lunar storm) عام (2000م) من قبل ريكارد أريكسون، وموقع (Ryze) عام (2001م) من قبل أدريان سكوت، وموقع (Friendster) عام (2002م) من قبل جوناثان أبرامس، وأنشئت موقع ماي سبيس (Myspace) في سنة (2003م) من قبل براد جرينسبان، وشبكة الفيس بوك (Facebook) في (2004م) من قبل مارك وزكربيرج، وموقع تويتر (Twitter) عام (2006م) من قبل جاك دورسي (مريم وهدي، 2014، ص:17-18).

3. خدمات وسائل التواصل الاجتماعي.

يطرح الباحث مجموعة من الخدمات الرئيسية التي تقدمها تلك الوسائل لمستخدميها:

1 الصفحات الشخصية (Profile Page): يمكن من خلال الصفحات الشخصية التعرف على شخص آخر ومعرفة المعلومات الأساسية عنه مثل: (الجنس، تاريخ الميلاد، البلد، الاهتمامات والصورة الشخصية (طارق ونهلة ومروة، 2017، ص:39).

2 الأصدقاء أو العلاقات (Friends or Connections): مواقع التواصل الاجتماعي تطلق مسمى "صديق" على هذا الشخص المضاف لقائمة الأصدقاء، بينما تطلق بعض مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالمحترفين مسمى "اتصال أو علاقة" على هذا الشخص المضاف لقائمتها (فضل الله، 2010، ص:16).

3 إرسال الرسائل (Send Message): تتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسالة مباشرة للشخص، سواء كان في قائمة الأصدقاء لديك أو لم يكن (ريان، 2011، ص:66).

4 ألبومات الصور (Book Picture): تتيح مواقع التواصل الاجتماعي لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور فيها وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلاع والتعليق حولها (Lin & Lu, 2011, p: 1152-1161).

5 المجموعات (Group): تتيح كثير من مواقع التواصل الاجتماعي خاصية إنشاء مجموعة اهتمام، حيث يمكنك إنشاء مجموعة مسمى معين وأهداف محددة، ويوفر مواقع التواصل الاجتماعي لمالك المجموعة والمنظمين إليها مساحة أشبه ما تكون بمنتدى حوار مصغر، وألبوم صور مصغر. كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف بـ (Events) أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له ومعرفة عدد الحاضرين من عدد غير الحاضرين (Lin & Lu, 2011, p: 1152-1161).

6 الصفحات (Pages): تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة أو أكثر، يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث، ويقوم المستخدمون بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة، فإن وجدوا اهتماماً بتلك الصفحة قاموا بإضافتها إلى ملفهم الشخصي (Lin & Lu, 2011, p: 1152-1161).

7 الدعاية والإعلان: يتوفر بفضل مواقع التواصل الاجتماعي فرص وإمكانية الدعاية والإعلان السياسي والاقتصادي والثقافي والديني، وتأسيس مجموعة كبيرة من الأشخاص والشركات والأحزاب والمنظمات في مجموعات لهم كنوع من أنواع الترويج، وعمل إعلانات مجانية أو مدفوعة الأجر (مصطفى، 2016، ص:24).

8 ألعاب وهدايا: تضم مواقع التواصل الاجتماعي العديد من الألعاب الترفيهية حيث يتنافس الأصدقاء في اللعبة الواحدة (كوران وجميل، 2016، ص:561).

4. مجالات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.
قدم (كاتب، 2011، ص:16) المجالات الأساسية والرئيسية التي يعتمدون عليها المستخدمون عبر وسائل التواصل الاجتماعي:

1 استخدم هذه التكنولوجيا الجديدة بين الشركات: وقد وجدت الشركات أن مواقع الشبكات الاجتماعية مثل: (الفيسبوك وتويتر) وسيلة مهمة لبناء صورتها التجارية.

- 2 استخدام هذه الشبكات الاجتماعية في المجتمعات العلوم: تستخدم مواقع الشبكات الاجتماعية للمشاركة في تبادل المعرفة العلمية.
- 3 استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المعلمين والطلاب كأداة اتصال: لأن الكثير من الطلبة تستخدم بالفعل مجموعة واسعة من مواقع الشبكات الاجتماعية، وقد بدأت المعلمون يطلعون على هذا الاتجاه، وتستخدم الآن لصالحها.
- 4 استخدام هذه الشبكات الاجتماعية من جانب نشطاء كوسيلة منخفضة التكلفة لتنظيم شعبية: استغل النشطاء السياسي والنخبة الدينية ونشطاء منظمات المجتمع المدني الشبكات الاجتماعية لتحريك الشارع حول القضايا السياسية والادارية، لمكافحة الفساد والظلم وعدم المساواة والحريات العامة والعدالة الاجتماعية.
- 5 استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المكتبات: يتم استخدامه للاتصال مع عدد أكبر من المستخدمين المحتملين للمكتبة، فضلاً عن توسيع نطاق الخدمات التي تقدمها المكتبات الفردية.
- 6 استخدام شبكة اجتماعية لطلاب كلية باستخدام خدمات الشبكة مع المهنيين لفرص التدريب والعمل: وقد تم استغلال هذه التكنولوجيا من قبل الطلاب من أجل التواصل عبر الإنترنت في إطار الكلية.
5. شبكة الفيس بوك كنموذج لوسائل التواصل الاجتماعي.
- أولاً/الفيس بوك: يعتبر هذا الموقع من أهم مواقع التواصل الاجتماعي، وهو لا يمثل منتدى إجتماعياً قط، وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء (صادق، 2008، ص:21). تم إنشاء وتصميم شبكة الفيسبوك على يد طالب في جامعة هارفرد الأمريكية يبلغ من العمر 23 عاماً يدعى مارك زكربيج (Mark Zuckerberg) كان هدف إنشاء هذه الشبكة من قبل مارك هو في التواصل بين طلاب جامعة هارفرد في البداية، حيث يعد هذه الشبكة إحدى المشاريع التي أنشأها خلال دراسته وسرعان ما انتشر بين طلاب الجامعة وأصبح متاحاً للاشتراك فيها في كل أنحاء العالم من تاريخ (2006) لكل من لدية بريد الكتروني (الدليمي، 2011، 182).
6. إيجابيات وسلبيات وسائل التواصل الاجتماعي.
- من المعروف أن أي وسيلة اتصال لديها بعض المميزات المعينة وكذلك مجموعة من العيوب المحددة كما يلي:
- مزايا الشبكات الاجتماعية (Flavin, 2009):

- تواصل أكبر شريحة من الأفراد لتبادل المعارف والتفاعل في الموضوعات ذات الاهتمامات المشتركة.
- نشر الموضوعات والحوارات الجماعية المختلفة.
- إعطاء الأعضاء الفرصة للتعبير عن آرائهم بحرية.
- جمع المعلومات والخبرات من خلال الموضوعات والحوارات.
- التواصل مع الأصدقاء وتكوين صداقات جديدة من مختلف أقطار العالم."

– عيوب الشبكات الاجتماعية (Axel and mark, 2009):

- إهدار الوقت وقضاء أوقات طويلة في استخدام الشبكات الاجتماعية مما قد يشغل المستخدم عن أمور أساسية أخرى في حياته مثل: (الجلوس مع أفراد العائلة، ومذاكرة الدروس وممارسة الأنشطة الاجتماعية والمعيشية).
- تغير السلوكيات واكتساب صفات غير حميدة من خلال التواصل وربط العلاقات مع ناس مجهولين يتسمون بالأخلاق السيئة ويتصرفون بطريقة مخالفة لعادات وتقاليد المجتمع.
- فقدان الخصوصية وعدم المحافظة على أمن المعلومات الشخصية، خاصة الشباب وقد لا يستشعر سلبيات إتاحة معلوماته الخاصة على شبكة الإنترنت.
- الأضرار الصحية الناتجة عن الجلوس لفترات طويلة أمام جهاز الحاسب الآلي، مما يؤدي إلى أضرار جسدية متعددة مثل: (الإجهاد للعين، وآلام العمود الفقري والمفاصل، وقلة الحركة).
- تشجيع المستخدم على العزلة وغرس عادة الانطواء لديه منذ الصغر، وبذلك يتفكك المجتمع بداية من الأسري ثم الوطني.

* ثانياً: التعبير عن القضايا السياسية وعلاقته بوسائل التواصل الاجتماعي:

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي مصدرًا سريعًا للاطلاع على مستجدات العالم، ومعرفة الأوضاع من قلب الحدث، فهي تتيح لمن في قلب الأحداث أن يشاركوا العالم مستجدات الأخبار، والصور، والفيديوهات ونشرها من

أي بقعة في الأرض؛ لتصل إلى باقي المستخدمين في العالم مباشرة دون أي عائق، ودون التعرض للرقابة على وسائل الإعلام الأخرى.

ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في الآونة الأخيرة في جذب الأنظار، بعد تفجيرها العديد من القضايا التي أثارها الرأي العام، واستطاعت تلك الشبكات أن تمد المواطنين بقنوات جديدة للمشاركة في الأنشطة السياسية، الأمر الذي يجعل من السياسة شأنًا عامًا يمارسه معظم أفراد الشعب، دون أن يكون مقتصرًا على فئات دون أخرى، وذلك لأن هذه المواقع تشجع الأفراد غير الناشطين أو الفاعلين سياسياً على المشاركة في الفعاليات السياسية.

أحدثت وسائل التواصل الاجتماعي انعكاسات كبيرة على قواعد حرية النشر والتعبير، وتدعيم الفكر الديمقراطي وحقوق الإنسان وغيرها من مفاهيم سياسية وتجارية وأكاديمية واجتماعية؛ انتشرت وتكونت حولها الجماعات مستفيدة من سهولة استخدامها والمشاركة فيها دون حاجة إلى خبرات تقنية أو تكاليف مادية، لدرجة أن البعض يرى أنها سوف تؤدي إلى بزوغ (فكر كوكبي) يعمل على تغيير العالم.

تشارك وسائل التواصل الاجتماعي في تكوين الحقيقة السياسية في المجتمعات المتقدمة، التي تمنح حرية التعبير عن القضايا السياسية الهامة التي تشغل جماهير المجتمع، وتعتبر تلك الوسائل مرآة المجتمع العاكسة لأهم القضايا التي تثير السياسة وصناع القرار.

تتناول وسائل التواصل الاجتماعي في طرح القضايا السياسية لنوعين من الجمهور، "جمهور نخوي" تتأثر به وبطبيعة القضايا المهمة التي تشغله من جهة، "جمهور عام" يسهل التأثير عليه وأغلب تلك الجماهير ليست لها ولاءات سياسية وغير مهتمة بمواضيع السياسة ولا بالمشاركة السياسية من جهة أخرى.

أعطى المجتمع الافتراضي المنبثق عن وسائل التواصل الاجتماعي للفرد حرية التحدث ومشاركة الرأي، حيث أصبح تلك الوسائل بشكل تدريجي منبراً سياسياً ومعرفياً مهماً، يعتمد عليها العديد من الافراد وتستهملها الكثير من التوجهات التي تعنى بالتغيير وحتميتها (العربي بو عمامة، 2014، ص242).

– المطلب الثالث: الإطار الهيداني للبحث –

جدول (2)

المتغيرات الديموغرافية للنخبة الثقافية

النسبة المئوية	التكرارات	الفقرات	المتغيرات الديموغرافية
72	36	ذكر	الجنس
28	14	أنثى	
12	5	أقل من 30 سنة	الفئة العمرية
54	29	من 30 سنة إلى أقل من 40 سنة	
16	9	من 40 سنة إلى أقل من 50 سنة	
14	7	من 50 سنة فما فوق	
19	9	مؤهل إعدادي	المستوى التعليمي
24	12	مؤهل دبلوم	
48	24	مؤهل جامعي	
10	5	مؤهل الدراسات العليا	
30	15	أقل من 500 ألف دينار عراقي	المصروفات الشهرية
20	10	من 500 ألف دينار عراقي إلى أقل من 750 ألف دينار عراقي	
34	17	من 750 ألف دينار عراقي إلى أقل من 1 مليون دينار عراقي	
16	8	من 1 مليون دينار عراقي فما أكثر	
100	50	المجموع	

- حسب نتائج الجدول الثاني بأن الذكور والفئة العمرية من 30 سنة إلى أقل من 40 سنة ومؤهل جامعي والمصروفات الشهرية من 750 ألف دينار عراقي إلى أقل من 1 مليون دينار عراقي حصلوا على المرتبة الأولى من ضمن المتغيرات الديموغرافية المحددة في البحث.

* إجابات المبحوثين حول تساؤلات البحث:

جدول (3)

استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من قبل عينة البحث

النسبة المئوية	التكرارات	العبارات المطروحة للإجابة
100	50	نعم
0	0	لا
100	50	المجموع

- حسب نتائج الجدول الثالث جميع العينة المختارة من قبل الباحث يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي، وهذه النتيجة تدل على أنه النخبة الثقافية يستخدمون تلك الوسائل للتعبير عن آرائهم وطرح معتقداتهم وميولهم السياسية.

جدول (4)

مدى الاستخدام لوسائل التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين

نادراً		أحياناً		دائماً		مدى الاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي
النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	
10.8	4	26.8	19	29.4	27	الفيس بوك
27.1	10	22.5	16	26.1	24	اليوتيوب
29.7	11	25.4	18	22.8	21	انستاغرام
32.4	12	25.3	18	21.7	20	سناب جات
100	37	100	71	100	92	المجموع*

- حسب نتائج الجدول الرابع بأن المبحوثين يستخدمون الفيس بوك بالمرتبة الأولى بمقارنة وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى، وهذه النتيجة دلالة على حرص عينة البحث وثقتهم بهذه الوسيلة الفعالة.

جدول (5)

أسباب الاستخدام لوسائل التواصل الاجتماعي من قبل النخبة الثقافية

الترتيب	النسبة المئوية	التكرارات	أسباب الاستخدام
4	12.3	16	تواصل مع الأقارب والأصدقاء
3	16.2	21	معرفة الأخبار
5	11.5	15	نشر الصور والفيديوهات
6	10	13	تبادل الآراء والمعتقدات
1	28.5	37	التعبير عن الرأي
2	21.5	28	تجمع الخبرات والمعلومات الثقافية
	100	130	المجموع*

- حسب نتائج الجدول الخامس بأن النخبة الثقافية يهتمون بالتعبير عن الرأي بنسبة أعلى مقارنة بالأسباب الأخرى لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وهذه النتيجة تدل على أن التعبير عن الرأي على تلك الوسائل من أولويات المبحوثين لطرح آرائهم ومقترحاتهم وميولهم السياسية.

جدول (6)

مرات الاستخدام لوسائل التواصل الاجتماعي من قبل عينة البحث

النسبة المئوية	التكرارات	مرات الاستخدام
36	18	مرة إلى مرتين
46	23	ثلاث مرات إلى أربع مرات
18	9	خمس مرات فأكثر
100	50	المجموع

- حسب نتائج الجدول السادس بأن عينة البحث يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي ثلاث مرات إلى أربع مرات يومياً بنسبة أعلى بمقارنة مرات الاستخدام الأخرى، وهذه النتيجة تدل على أن كثرة مرات الاستخدام عبارة عن تفاعلية المبحوثين مع تلك الوسائل.

جدول (7)

استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لمناقشة آراء ومعتقدات المبحوثين حول القضايا السياسية

النسبة المئوية	التكرارات	العبارات المطروحة للإجابة
82	41	نعم
18	9	لا
100	50	المجموع

- حسب نتائج الجدول السابع بأن نسبة كبيرة من الباحثين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لمناقشة آرائهم ومعتقداتهم حول القضايا السياسية، وهذه النتيجة تدل على أن تلك الوسائل من أولوية النخبة الثقافية بمقارنة وسائل الإعلام الأخرى من حيث الاعتماد.

جدول (8)

رؤية النخبة الثقافية حول وسائل التواصل الاجتماعي كمنبر حقيقي للتعبير عن الرأي حول القضايا السياسية

النسبة المئوية	التكرارات	العبارات المطروحة للإجابة
48	24	دائماً
38	19	أحياناً
14	7	نادراً
100	50	المجموع

- حسب نتائج الجدول الثامن بأن نسبة كبيرة من الباحثين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي كمنبر حقيقي للتعبير عن الرأي حول القضايا السياسية، وهذه النتيجة تدل على أن تلك الوسائل وفرت لعينة البحث لكي تناقش وتعبر وتطرح وتبادل معلومات حول القضايا السياسية.

جدول (9)

متابعة عينة البحث للحوارات والمناقشات المطروحة حول القضايا السياسية في وسائل التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرارات	العبارات المطروحة للإجابة
----------------	-----------	---------------------------

42	21	دائماً
34	17	أحياناً
24	12	نادراً
100	50	المجموع

- حسب نتائج الجدول التاسع بأن نسبة كبيرة من عينة البحث يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لمتابعة الحوارات والمناقشات المطروحة حول القضايا السياسية، وهذه النتيجة تدل على أن تلك الوسائل خلقت أرضية فعالة ومؤثرة للنخبة الثقافية لكي تتابع القضايا السياسية المطروحة فيها.

جدول (10)

اهتمام الباحثين بمناقشة القضايا السياسية في وسائل التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرارات	العبارات المطروحة للإجابة
74	37	نعم
26	13	لا
100	50	المجموع

- حسب نتائج الجدول العاشر بأن نسبة كبيرة من الباحثين يهتمون بوسائل التواصل الاجتماعي لكي تناقش القضايا السياسية المطروحة فيها، وهذه النتيجة تدل على أن تلك الوسائل مصدر رئيسي من مصادر الاعلام لعينة البحث.

جدول (11)

تعبير النخبة الثقافية عن رأيهم السياسي عبر وسائل التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرارات	العبارات المطروحة للإجابة
68	34	نعم
32	16	لا
100	50	المجموع

- حسب نتائج الجدول الحادي عشر بأن نسبة كبيرة من النخبة الثقافية يعبرون عن رأيهم السياسي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وهذه النتيجة تدل على أن تلك الوسائل منبر حقيقي لعينة البحث لكي يعبر عن رأيهم السياسي.

جدول (12)

تقوم عينة البحث بإعادة نشر الأخبار والمواضيع السياسية في صفحاتهم الشخصية

النسبة المئوية	التكرارات	العبارات المطروحة للإجابة
82	41	نعم
18	9	لا
100	50	المجموع

- حسب نتائج الجدول الثاني عشر بأن نسبة كبيرة من عينة البحث يقومون بإعادة نشر الأخبار والمواضيع السياسية عبر صفحاتهم في وسائل التواصل الاجتماعي، وهذه النتيجة تدل على أن تلك الوسائل من أهم المصادر الإعلامية لكي تعيد القضايا السياسية لدى المبحوثين.

جدول (13)

دور وسائل التواصل الاجتماعي في حرية التعبير عن القضايا السياسية لدى النخبة الثقافية

غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		اتجاه المبحوثين الفقرات المطروحة	
النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات		
2.9	1	8.5	4	14.3	9	17.5	16	17.4	20	تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في تداول المعلومات السياسية بين المستخدمين.	1
38.3	13	25.5	12	15.8	10	9.9	9	5.3	6	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في طرح مشروعات وبرامج معينة لكي تتواءم التطورات السياسية.	2
8.8	3	14.9	7	14.3	9	13.2	12	16.5	19	توفر مواقع التواصل الاجتماعي الفرصة لممارسة النقد السياسي.	3
5.9	2	6.4	3	11.1	7	16.5	15	20	23	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في التعبير عن الرأي حول القضايا السياسية.	4
11.8	4	12.8	6	12.7	8	15.4	14	15.7	18	مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تشكيل الثقافة السياسية.	5

17.6	6	14.9	7	14.3	9	14.3	13	13	15	أُتاحت مواقع التواصل الاجتماعي الفرصة أمام الجميع لطرح أي قضية سياسية أمام الرأي العام.	6
14.7	5	17	8	17.5	11	13.2	12	12.1	14	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في عرض آراء متعددة ومتباينة حيال القضايا السياسية المطروحة.	7
100	34	100	47	100	63	100	91	100	115	المجموع*	

- حسب نتائج الجدول الثالث عشر جاء فقرة تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في التعبير عن الرأي حول القضايا السياسية بالترتيب الأول لدى النخبة الثقافية بمقارنة باقي الفقرات المطروحة، وهذه النتيجة دلالة على حرص الباحثين في اهتمامهم بتلك الوسائل.

* ثانياً: نتائج اختبار فروض البحث ومناقشته:

- الفرض الرئيسي الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مدى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وحرية التعبير عن القضايا السياسية لدى النخبة الثقافية.

جدول (14)

مستوى الدلالة	القيمة المعنوية	بيرسون	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	حرية التعبير
دالة	0.000	0.893	1.75	3.46	مدى استخدام

يشير جدول (14) إلى أنه كلما زاد مدى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من قبل النخبة الثقافية زاد حرية التعبير عن رأيهم حول القضايا السياسية. وهي ثبوت صحة الفرض الرئيسي الأول القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وحرية التعبير عن القضايا السياسية لدى النخبة الثقافية.

- الفرض الرئيسي الثاني: توجد فروق ذو دلالة إحصائية بين الباحثين في حرية التعبير عن آرائهم حول القضايا السياسية حسب المتغيرات الديموغرافية.

جدول (15)

نتائج اختبار (Z) لفروق ذو دلالة إحصائية بين الباحثين في التعبير عن آرائهم حول القضايا السياسية حسب المتغيرات الديموغرافية

مستوى الدلالة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قيمة إختبار (Z)	مجموع الرتب	متوسط الرتب	التكرارات	حرية التعبير
0.000	11.5	25.3	- 6.161	1275.00	25.50	50	المتغيرات الديموغرافية

- يشير جدول (15) إلى ثبوت صحة الفرض الرئيسي الثاني بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في التعبير عن آرائهم حول القضايا السياسية حسب المتغيرات الديموغرافية.

*** استنتاجات وتوصيات ومقترحات البحث:**

استنتاجات

1. أُستُخدمت النخبة الثقافية وسائل التواصل الاجتماعي للتعبير عن القضايا السياسية، وهذا دليل على أنه المبحوثين يعتمدون بتلك الوسائل لطرح آرائهم ومعتقداتهم وميولهم تجاه القضايا السياسية.
2. أُهتمت عينة البحث بوسائل التواصل الاجتماعي لكي تعبر عن وجهات نظرهم حول القضايا السياسية، ولكن باختلاف خصائصهم الديموغرافية.

التوصيات

1. يوصي الباحث المؤسسات المعنية بالقضايا السياسية بالتركيز التام على وسائل التواصل الاجتماعي لجذب انتباه فئات اجتماعية مختلفة حول أحدث وأهم التطورات السياسية.
2. كما يوصي الباحث النخبة الثقافية لتفعيل دورهم بشكل أكثر وأفضل على مجمل المؤسسات الدستورية والقانونية لكي يخلقوا بيئة سياسية ملائمة حول القضايا السياسية من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.

المقترحات

أ. مقترحات ببحوث علمية

1. تعرض النخبة الأكاديمية لوسائل التواصل الاجتماعي وتشكيل اتجاهاتهم نحو تحسين العلاقات بين الحكومة الاتحادية وحكومة إقليم كردستان.
2. تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى المعرفي بقضية الإصلاح السياسي لدى النخبة السياسية.

ب. مقترحات ببحوث تطبيقية

1. اهتمام الباحث بالدور الذي تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية لدى النخبة الثقافية.

2 اهتمام السياسين بوسائل التواصل الاجتماعي كمصدر أساسي لنشر خطاباتهم ومواقفهم السياسية، لكي يتواصلوا مع شرائح واسعة من المجتمع الكوردي.

* مصادر ومراجع البحث:

- الدليمي، عبدالرزاق (2010) الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية. دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- الرعود، عبدالله (2011) دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين. (رسالة ماجستير منشورة) كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.
- المطيري، حسن (2013) الاستخدامات السياسية لموقع التواصل الاجتماعي "تويتر" من قبل الشباب الكويتي. (رسالة ماجستير منشورة) كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.
- حسن، أشرف (2009) أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالإنترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية. المؤتمر العلمي الأول " الأسرة والإعلام وتحديات العصر"، الجزء الثاني، فبراير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
- ريان، محمد (2011) كيف تفجرت الثورة في 25 يناير .. الفيس بوك وأدوات التكنولوجيا الثورية. الطبعة الأولى، دار الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
- كوران، ريه ر وجميل، بافي (2016) علاقة المرأة الكردية بالصورة الذاتية على مواقع التواصل الاجتماعي. مجلة جامعة ابرين، المجلد الثالث، العدد السادس، السلیمانية، العراق.
- زاهر، راضي (2003) استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، عدد(15)، جامعة عمان الاهلية، عمان، الاردن.
- صادق، عباس مصطفى (2008) الإعلام الجديد .. المفاهيم والوسائل والتطبيقات. مكتبة الشروق، القاهرة، مصر.

- طارق، شرابية ونهلة، برقي ومروة، هقاشي (2017) دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى المستخدم الجزائري-الفييس بوك امودجا-. (رسالة ماجستير منشورة) قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، الجزائر.
- فضل الله، وائل (2010) أثر الفيس بوك على المجتمع. (بحث منشور) مدونة شمس النهضة، المتاحة على موقع: (kenanaonline.com/users/asmaa-et/downloads)، تاريخ دخول الموقع: (2019-3-24).
- كاتب، سعود (2011) الإعلام الجديد وقضايا المجتمع .. التحديات والفرص. المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الملك عبدالعزيز، جدة، سعودية.
- مريم، غزال والهدى، شعوبي (2014) تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي السياسي لدى الطالبة الجامعين. (بحث منشور) قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر.
- مصطفى، ريبه ر كوران (2016) التسويق السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي. المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد السادس، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، الرياض، السعودية.
- Almutarie, Aljawhara (2018) **Citizen Journalism and Twitter in Saudi Arabia: Dissemination, Democratization, Disinformation.** Paper presented at the annual meeting of the ICA's 68th Annual Conference, Hilton Prague, Prague, Czech Republic, May 22, 2018 *Online* <APPLICATION/PDF>. 2019-02-09<http://citation.allacademic.com/meta/p1364995_index.html>.
- Boyd, D., & Ellison, N. B (2007) Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>.

- Brandtzæg, p. b (2012). Social Networking Sites: Their Users and Social Implications — A Longitudinal Study. *Journal of Computer-Mediated Communication* 17(4):467–488.
- Flavin marketing. (**Social Networking Exposed**. 2009, pdf online, available at: <<http://markflavinblog.com/reports/SocialNetworkingExposed.pdf>>. access to the website on 10-5-2011.
- Gil de Zuniga, Homero. Molyneux, Logan. and ZHENG, PEI. (**A Longitudinal Data Analysis of Social Media Use, Political Expression and Their Effects on Political Participation**), *Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Hilton Metropole Hotel, London, England, Jun 17, 2013 Online* <APPLICATION/PDF>. 2019-0206 <http://citation.allacademic.com/meta/p640596_index.html>.
- Kwak, Nojin., Lane, Daniel., Weeks, Brian., Kim, Dam Hee., Lee, Slgi. and Bachleda, Sarah. 2017, (**Does Social Media Matter?: How perceptions of political participation on social media can facilitate political expression and foster offline political participation**), *Paper presented at the annual meeting of the AEJMC, Chicago Marriott Downtown Magnificent Mile, Chicago, IL, Aug 09, 2017 Online* <APPLICATION/PDF>. 2019-02-06 <http://citation.allacademic.com/meta/p1282036_index.html>.
- Lin, K., & Lu, H. 2011, Why people use social networking sites: An empirical study integrating network externalities and motivation theory),

Computers in Human Behavior, 27(3), 2011, 1152–1161. doi:10.1016/j.chb.2010.12.009.

- Rainie L and Smith A (2012) Social networking sites and politics. Report, Pew Internet and American Life Project. Pew Research Center, Washginton D.C. Retrieved from <http://pewinternet.org/Reports/2012/Social-networking-and-politics.aspx>.
- Rau, P. L. P., Gao, Q., & Ding, Y. (2008). Relationship between the level of intimacy and lurking in online social network services. *Computers in Human Behavior*, 24, 2757–2770.
- Axel Bruns, Mark Bahnisch, (**Social Media: Tools for User-Generated Content**), 2009, pdf online, available at: [http://www.smartservicesrc.com.au/PDF/Social_Media_State_of_the% 20Art_ March 2009.pdf](http://www.smartservicesrc.com.au/PDF/Social_Media_State_of_the%20Art_March_2009.pdf) . access to the website on 10-5-2011.

* ملحق (1):

استمارة استبيان حول

دور وسائل التواصل الاجتماعي في حرية التعبير عن القضايا السياسية لدى النخبة الثقافية

دراسة ميدانية على عينة من النخبة الثقافية في محافظة السلبيانية

* أولاً: المتغيرات الديموغرافية للنخبة الثقافية:

1. الجنس: ذكر ()، أنثى ()
2. الفئة العمرية: أقل من 30 سنة ()، من 30 سنة إلى 40 سنة ()، من 40 سنة إلى 50 سنة ()، من 50 سنة فما فوق () .
3. المستوى التعليمي: إعدادي ()، دبلوم ()، جامعي ()، دراسات العليا () .
4. المصروفات الشهرية: أقل من 500 ألف دينار ()، من 500 ألف دينار إلى أقل من 750 ألف دينار ()، من 750 ألف دينار إلى أقل من 1 مليون دينار ()، من 1 مليون دينار فما أكثر () .

* ثانياً: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى عينة البحث:

1. هل تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي؟

- نعم ()، لا () .

2. ما مدى استخدامك لوسائل التواصل الاجتماعي التالية؟

نادراً	أحياناً	دائماً	مدى الاستخدام العبارات المطروحة
--------	---------	--------	------------------------------------

			الفييس بوك
			اليوتيوب
			انستاغرام
			سناب جات

3. ماهو السبب وراء استخدامك لوسائل التواصل الاجتماعي؟ رتبها من 1 و2 و3 وهكذا، أو يمكنك اختيار أكثر من إجابة؟

- تتواصل مع الأقارب والأصدقاء () .
- معرفة الأخبار () .
- نشر الصور والفيديوهات () .
- تبادل الآراء والمعتقدات () .
- التعبير عن الرأي () .
- تجمع الخبرات والمعلومات الثقافية () .
- أخرى تذكر: () .

4. يوماً كم مرة تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي؟

- مرة إلى مرتين () .
- ثلاث مرات إلى أربع مرات () .
- خمس مرات فأكثر () .

*ثالثاً: وسائل التواصل الاجتماعي وحرية التعبير حول القضايا السياسية لدى عينة البحث:

1. هل تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي لمناقشة آرائك ومعتقداتك الشخصية حول القضايا السياسية؟

- نعم () ، لا () .

2. هل تتصور بأن وسائل التواصل الاجتماعي منبر حقيقي للتعبير عن الرأي حول القضايا السياسية؟

- دائماً ()، أحياناً ()، نادراً () .

3. ما مدى متابعتك للحوارات والمناقشات المطروحة حول القضايا السياسية في وسائل التواصل الاجتماعي؟

- دائماً ()، أحياناً ()، نادراً () .

4. هل تهتم بمناقشة القضايا السياسية في وسائل التواصل الاجتماعي؟

- نعم ()، لا () .

5. هل تعبر عن رأيك السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

- نعم ()، لا () .

6. هل تقوم بإعادة نشر الأخبار والمواضيع السياسية الهامة في موقعك الشخصي؟

- نعم ()، لا () .

7. حدد موقفك حول العبارات التالية:

دور وسائل التواصل الاجتماعي في حرية التعبير عن القضايا السياسية					
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	اتجاه المبحوثين
					الفقرات المطروحة
					1 تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في تداول المعلومات السياسية بين المستخدمين.
					2 تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في طرح مشروعات وبرامج معينة لكي تتواءم التطورات السياسية.
					3 توفر مواقع التواصل الاجتماعي الفرصة لممارسة النقد

					السياسي.	
					تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في التعبير عن الرأي حول القضايا السياسية.	4
					مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تشكيل الثقافة السياسية.	5
					أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي الفرصة أمام الجميع لطرح أي قضية سياسية أمام الرأي العام.	6
					تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في عرض آراء متعددة ومتباينة حيال القضايا السياسية المطروحة.	7

* ملحق (2):

- أسماء المحكمين:

- أ.م.د. بهاء الدين احمد مصطفى، تخصص العلاقات العامة، مدرس بقسم التقنية الإعلامية، كلية التقنية الإدارية، جامعة السليمانية التقنية.
- أ.م.د. حكيم عثمان حميد، تخصص الإذاعة والتلفزيون، عميد كلية التقنية الإدارية، جامعة السليمانية التقنية.
- أ.م.د. يحيى عمر فتاح، تخصص الصحافة، مدرس بقسم التقنية الإعلامية، كلية التقنية الإدارية، جامعة السليمانية التقنية.