

دور شبكات التواصل الاجتماعي في عملية التغيير
السياسي لإقليم كردستان العراق
دراسة مسحية على عينة من نواب البرلمان

The role of social media on the political
change process in Iraq Kurdistan region

إعداد

د. ابتسام إسماعيل قادر
جامعة السليمانية- كلية العلوم الإنسانية
قسم الإعلام

د. إبراهيم سعيد فتح الله
جامعة السليمانية- كلية العلوم الإنسانية
قسم الإعلام

الملخص :

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام الاجتماعي في عملية التغيير السياسي لإقليم كردستان العراق، ولتحقيق هذا الهدف استخدم المنهج المسحي، وتكونت عينة الدراسة من (١٠٢) نائبا في برلمان كردستان العراق في دورات مختلفة، كخبرة سياسية على دراية بعملية التغيير السياسي. ودلت مؤشرات الدراسة على أن الإعلام الاجتماعي أصبح واقعا على الساحة السياسية في إقليم كردستان، وعاملا في تهيئة متطلبات التغيير السياسي.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات من بينها أن الإعلام الاجتماعي قد ساهم في إكمال نواقص الإعلام التقليدي خاصة في رفد الأفراد بالمعلومات وإعطاء مساحة واسعة لحرية التعبير دون قيود، وفي المقابل يواجه هذا الإعلام أيضا جملة من التحديات التي ينبغي أخذها بنظر الاعتبار، خاصة انتشار ظاهرة التشهير بالشخصيات من خلاله، وعدم التزام مستخدميه في كثير من الأحيان بمبادئ الأخلاقيات الإعلامية. وخرجت الدراسة بتوصيات من أهمها ضرورة اهتمام النخب السياسية بالإعلام الاجتماعي وما يطرح من خلاله بوصفها شديدة الصلة بال جماهير، وتعميق وعي الجمهور حول كيفية الاستفادة من الإعلام الاجتماعي، كي لا يكون الإعلام الاجتماعي إعلاما لإثارة التوترات السياسية.

Abstract :

This paper is (survey research) with the sample of some member of parliaments in Iraqi Kurdistan region Parliament

The objective of this paper is to understand the role of social media on political change process from MPs point of view as political elites.

For the sake of achieve papers objective the researcher has used survey research through preparing a questionnaire which is divided on (102) MPs by using simple random sampling.

The research finds out the social media impacted political change process in general. Therefore it filled the gaps and deficient which are traditional media failed to play in political change process. Social media offers rapid conveying and transmitting information, as well as, devoting more space to freedom of expression.

The research's data also shows that social media has plays important role in political change process in many aspects. It was played its role in directing people such as pressure groups, persuading for political participating and making political objection.

On the other hand the social media has some problems and drawbacks. It faces some issues such as breaching laws and ethic codes, presence unknown and anonymous users who attacks peoples and public figures. Most dangerously social media becomes the part of ideological conflicts and spreads hatreds and discords.

The research gives some recommendations which are: the political authorities should adapt with new information technologies revolution and its changes. Because of they cannot control peoples any more as they did in the past. As well as, the research suggests that the elites to launch a campaign in order to aware people to use social media positively.

المقدمة :

يعد الإعلام الاجتماعي (social media) من أحدث وسائل تكنولوجيا الاتصالات وأكثرها شعبية، وعلى الرغم من أن الهدف الرئيس لوسائل الإعلام الاجتماعي لم يكن سياسياً في بدايته، إلا أن استخدامات هذه الوسائل امتدت لتشمل النشاط السياسي، وخصوصاً في منطقة الشرق الأوسط والدول العربية، عبر تداول المعلومات الخاصة بالأحداث السياسية وكشف الخفايا والمستور وفيركة الاخبار والمعلومات في بعض الأحيان، وكذلك الدعوة إلى حضور الندوات أو التظاهر، الى ان اصبح الإعلام الاجتماعي أداة من ادوات التغيير السياسي والاجتماعي والثقافي واصبح تأثيره ملموساً في الافراد و المجتمعات.

ان الحكومات والاحزاب السياسية على حد سواء بدأت تدرك اهمية الاعلام الاجتماعي في تفعيل الحراك السياسي ودوره في عملية التغيير، ولاسيما بعد ان لعب هذا الاعلام دوراً رئيساً وبارزاً في التغييرات السياسية التي شهدتها دول الربيع العربي، ولا يمكن الحديث عن الانعطافات التي هزت الساحة السياسية في كل من تونس ومصر وبلدان عربية وشرق اوسطية اخرى، بمعزل عن التأثيرات التي أحدثها الاعلام الاجتماعي، الامر الذي حدا بالعديد من السياسيين والجهات الحزبية الى استخدام الاعلام الاجتماعي ومتابعته لجنس نبض الشارع، وخصوصاً الاجيال الصاعدة، وما يدور بين افرادها من اهتمامات وشائعات، وثم لتعضيد تواصلهم الافتراضي مع المواطنين. وقد شهدت السنوات الماضية التحول الكبير فيما يتعلق باستخدام الافراد والجماعات في منطقة الشرق الاوسط لوسائل الإعلام الاجتماعي، اعقبها ادراك السياسيين والحكومات لخطورة تلك الوسائل وتأثيرها في اثاره الرأي العام فحدوا حذو الشباب في الاهتمام بها.

الدراسات السابقة:

لم يجد الباحثان دراسات مباشرة حول دور الاعلام الاجتماعي في عملية التغيير السياسي لإقليم كوردستان العراق، في حين هناك دراسات عن الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الاجتماعي في عملية التغيير السياسي في دول اخرى، ولاسيما في الدول العربية التي مرت بتغييرات سياسية، وهناك دراسات تناولت دور الاعلام الاجتماعي في مجالات اخرى، ولغرض الاستفادة منها نعرض نماذج قليلة لبعض الدراسات السابقة التي يمكن أن تقيد الباحثين في منهجية التصدي لهذه الإشكالية، وذلك على النحو الآتي:

دراسة عوض (٢٠١١) : استهدفت الدراسة فحص أثر مواقع الاعلام الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى فئة الشباب، وذلك من خلال تطبيق برنامج تدريبي على مجموعة من الشباب الفلسطينيين، واسفرت عن أن لمواقع الاعلام الاجتماعي أثراً في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى فئة الشباب، إذ يساهم في رفع مستوى المسؤولية المجتمعية في فلسطين، وتحويل الشباب الى قوة مجتمعية تسهم في التنمية.

دراسة (كاتب، ٢٠١١) : سعت الدراسة إلى معرفة الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام الاجتماعي على الصعيد السياسي والتجاري والاجتماعي والتعليمي، وبينت نتائج الدراسة أن وسائل الاعلام الاجتماعي أحدثت انعكاسات كبيرة على قواعد حرية النشر والتعبير وتدعيم الفكر الديمقراطي وحقوق الإنسان وغيرها من مفاهيم سياسية وتجارية واجتماعية، وكان لهذا الاعلام دور كبير في الأحداث السياسية التي شهدتها المنطقة العربية .

دراسة (نومار، ٢٠١٢) : إستهدفت الدراسة كشف اثر استخدام مواقع الاعلام الاجتماعي في العلاقات الاجتماعية، من خلال عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر، واسفرت

الدراسة عن ان النسبة الكبرى من المبحوثين تقضي أكثر من ثلاث ساعات يوميا في استخدام "الفيسبوك"، ويستخدم أغلب أفراد العينة موقع "الفيسبوك" بدافع التواصل إلى جانب الترفيه، وقد بينت نتائج الدراسة أن المبحوثين الأكبر سنا يتعاملون بنوع من الوعي عند استخدامهم لموقع "الفيسبوك".

دراسة (زودة، ٢٠١٢): تطرقت الدراسة الى معرفة علاقة الاعلام الاجتماعي في تحريك الثورة التونسية وتصديرها الى دول عربية اخرى، في محاولة لتحديد الدور الذي يقوم به الاعلام الاجتماعي في تشكيل الرأي العام التونسي وتعبئته وتحريكه، وبينت نتائج الدراسة أن مواقع الاعلام الاجتماعي ساهمت في صناعة الرأي العام التونسي وتوجيهه صوب خدمة مصالح الثورة التونسية، لكنها لم تصنع الثورة التونسية وإنما ساهمت بشكل فعال ومباشر في إنجاحها. دراسة (الرعود، ٢٠١٢): استهدفت الدراسة معرفة دور وسائل الاعلام الاجتماعي في التغيير السياسي في كل من تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الاردنيين، وبينت نتائج الدراسة أن الاعلام الاجتماعي كان له دور مرتفع في التغييرات السياسية وساهم في تهيئة الاجتجاجات، واستطاع ان يقاوم الاعلام الرسمي الموجه في تلك الدول ويؤثر في الرأي العام المحلي والاقليمي والدولي.

دراسة (الراوي، ٢٠١٢): تطرقت الدراسة الى معرفة أهمية وسائل الاعلام الاجتماعي كعامل في تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تكوين الوعي، وتغيير نظرة الإنسان إلى مجتمعه والعالم، وتوصلت الدراسة الى نتيجة مفادها ان وسائل الاعلام الاجتماعي أصبحت فضاءات مفتوحة للتمرد والثورة والفضوى، وان التغيير السياسي الحقيقي لم يولد في الانترنت، بل تولد في الشارع، وجاء الاعلام الاجتماعي مكمل له.

دراسة (المنصور، ٢٠١٢): حاولت الدراسة مقارنة بين شكل ومضمون (الفيسبوك) لقناة العربية وبين شكل ومضمون الموقع الإلكتروني (العربية نت) لقناة العربية. وتبين من خلال الدراسة ان لوسائل الاعلام الاجتماعي مكانة وأهمية، ولم يعد بإمكان متصفح الإنترنت الاستغناء عنه، لما توفره من أخبار وتغطية شاملة وعاجلة ومعلومات ومعارف، إضافة إلى أنها أصبحت مجالاً مفتوحاً لتبادل الآراء والتعليقات، وخلق صداقات افتراضية.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

على ضوء عرضنا للدراسات السابقة التي تتعلق بدور وسائل الإعلام الاجتماعي في عملية التغيير بشكل عام والتغيير السياسي بشكل خاص يمكن لدراستنا أن تستفيد من المنهجيات المختلفة التي اعتمدها هذه الدراسات وكيفية قياس الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام الاجتماعي، وكذلك يمكن الاستفادة من النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسات في مزيد من التعرف على الأبعاد المختلفة لمفهوم التغيير السياسي وعلاقة الاعلام به وغيرها من المفاهيم الأساسية التي تتناولها الدراسة.

مشكلة الدراسة :

مع تطور وسائل الاعلام الاجتماعي وكثرة استخدامها من قبل الشباب والمواطنين بشكل عام، أصبح بإمكانهم توظيفها بلورة نوع من الخطاب الاعلامي المشارك في مجرى التغييرات السياسية، ولم تكن تلك الفرصة موجودة امامهم في زمن الاعلام التقليدي ذي البعدين المنفصلين بين المرسل والمتلقي، وانخرط المواطنون في الانشطة السياسية بوصفهم مشاركين في صناعة

الرسالة الاعلامية، فحدا كل ذلك بالسياسيين الى اعتبار الاعلام الاجتماعي قوة مؤثرة في مجرى الاحداث ووسيلة ضغط عليهم.

ومن هذا المنطلق اصبح الاعلام الاجتماعي واقعا جديدا على الساحة السياسية في اقليم كردستان العراق، فأدي احيانا الى افرزات سلبية، تتمثل في عدم الالتزام باخلاقيات العمل الاعلامي وكذلك تشويه الحقائق والتشهير بالشخصيات فتخلق اضطرابات اجتماعية وفوضى سياسية.

ومن هذا المنطلق يمكن صياغة مشكلة الدراسة بهذا السؤال الرئيس
ما دور وسائل الاعلام الاجتماعي في عملية التغيير السياسي في اقليم كردستان؟
أهمية الدراسة :

تكمن أهمية الدراسة في معرفة الدور الذي يلعبه الاعلام الاجتماعي في تحريك الجماهير وتعبئتها، وتوظيف القضايا المختلفة في عملية التغيير السياسي، وكذلك معرفة مدى قدرة الإعلام الاجتماعي في خلق الضغط السياسي، لان الدور الذي يلعبه الاعلام الاجتماعي في عملية التغيير السياسي يكتتفه الغموض والضبابية في ظل غياب الدلائل والبراهين الاجرائية.

واصبح معرفة دور الاعلام الاجتماعي في عملية التغيير السياسي في اقليم كردستان من الضروريات البحثية، بغية مقارنته وتمحيصه وتحليل أبعاده، وصولاً الى تقويمه تقويماً علمياً وموضوعياً.

ويمكن لهذه الدراسة أن تقدم مؤشرات علمية حول وجهة نظر النخبة السياسية الكوردية للاعلام الاجتماعي ودورها في التغيير السياسي لمعرفة تأثيرات هذا الاعلام في صنع القرارات السياسية.

أهداف الدراسة:

تتلخص أهداف الدراسة فيما يأتي:

- كشف دور الاعلام الاجتماعي في تهيئة متطلبات التغيير السياسي في اقليم كردستان العراق، واهم التطورات التي طرأت على الخارطة السياسية في اقليم كردستان من خلال الاعلام الاجتماعي
- رصد اهم اشكال التغيير السياسي التي احدثتها وسائل الاعلام الاجتماعي ومدى حيوية تلك ذلك الاشكال على الواقع السياسي.
- الوقوف على دور الاعلام الاجتماعي في توسيع دائرة حرية التعبير والنشر، وكيفية تغلبه على سياسة حجب المعلومات، ومقاومته للاعلام التقليدي الموجه ومساهمته في عملية التغيير السياسي لاقليم كردستان العراق.
- التعرف على أهم المشاكل والتحديات التي تواجه الاعلام الاجتماعي في عملية التغيير السياسي لاقليم كردستان العراق. و تحديد الافرازات السلبية التي ظهرت من خلال الاعلام الاجتماعي وتأثيرها في الاجواء السياسية السائدة في اقليم كردستان العراق

تساؤلات الدراسة :

يتفرع عن السؤال الرئيس للدراسة الاسئلة الفرعية الآتية:

- ١- ما اشكال التغيير السياسي لاقليم كردستان العراق في ظل الاعلام الاجتماعي؟.

٢- ما دور الاعلام الاجتماعي في اكمال نواقص الاعلام التقليدي في عملية التغيير السياسي لاقليم كردستان العراق؟

٣- ما تحديات الاعلام الاجتماعي في عملية للتغيير السياسي لاقليم كردستان العراق؟.

إجراءات الدراسة الميدانية:

يرمي الاطار الميداني لهذه الدراسة، الى التعرف على دور الإعلام الاجتماعي في عملية التغيير السياسي لاقليم كردستان العراق، من خلال وجهة نظر النخبة السياسية المتمثلة بنواب برلمان اقليم كردستان العراق، وتتمثل اجراءات الدراسة الميدانية فيما يأتي:

منهجية الدراسة:

تعد هذه الدراسة وصفيًا من حيث النوع، وهو النوع الانسب من البحوث العلمية للوصول الى المعلومات المتعلقة بوسائل الاعلام، واستخدمت الدراسة، المنهج المسحي لقياس رؤية نواب برلمان كردستان العراق لدور الاعلام الاجتماعي في عملية التغيير السياسي لاقليم كردستان العراق.

مجتمع الدراسة وعينتها:

يشمل المجتمع الاصيل للدراسة كافة نواب الكورد في برلمان اقليم كردستان العراق بدوراتها الاربع، ولجأ الباحثان بتطبيق الدراسة الميدانية على عينة عشوائية بسيطة، تتكون من ١٢٠ نائبًا، أي مايقارب ٣٠% من المجتمع الاصيل للدراسة.

أداة الدراسة:

الأداة المستخدمة في هذه الدراسة هي الاستبانة، وبعد الاطلاع على الدراسات السابقة قام الباحثان ببناء استبانة استطلاعية، وتم توزيعها على عينة عشوائية من نواب برلمان، وقد بلغ عددهم (١٠) فردًا من خلال طرح (٣) ثلاثة اسئلة استطلاعية وبعد ارجاع الاستبانة الاستطلاعية تمت صياغة الاستبانة بشكلها النهائي، وتكون منها جزءان، الاول يتعلق بخصائص افراد العينة (الجنس، والعمر، والمؤهل العلمي)، والجزء الثاني يتكون من (٤٠) فقرة، وضعت على مقياس (ليكرت) الخماسي وتوزعت بين ثلاثة محاور:

الاول: اشكال التغيير السياسي في ظل الاعلام الاجتماعي، وعدد فقراتها (٢٠).

الثاني: الاعلام الاجتماعي ودوره في اكمال نواقص الاعلام التقليدي في عملية التغيير السياسي، وعدد فقراتها (١٠).

الثالث: تحديات الاعلام الاجتماعي في عملية التغيير السياسي، وعدد فقراتها (١٠).

ولكن بعد توزيع الاستبانات تم فقط إسترجاع ١٠٢ إستبانة من مجموع الإستبانات الموزعة.

- الصدق الظاهري للمقياس:

تم عرض فقرات المقياس بصيغتها الاولى على مجموعة من الخبراء والمتخصصين في مجال الاعلام والبحث العلمي، لاصدار حكمهم على صلاحية الفقرات وعدم صلاحيتها وصلاحية البدائل، من حيث المحتوى والمضمون، وارتباطها مع البعد الذي تقيسه، وبعد تحليل اجابات الخبراء تم استخراج قيمة كل فقرة حصلت على نسبة اتفاق (٩٢%) ، لذا يعد هذا المقياس صادقًا صدقًا ظاهريًا.

ثبات المقياس: قام الباحثان بالتأكد من الثبات من خلال (ثبات الإعادة)، حيث تم تطبيق الاداة على عينة استطلاعية من افراد مجتمع الدراسة وبعد اسبوعين تمت اعادة التطبيق، وأظهرت النتيجة أن معدل الثبات قد بلغ (٠,٩١) وهي نسبة جيدة علمياً.

تحديد المصطلحات:

الاعلام: الاعلام بمعناه الدقيق هو تزويد الناس بالاخبار والمعلومات التي تساعد الناس على تكوين رأي في واقعة من الوقائع، او مشكلة من المشكلات (حمزة، ١٩٧٨، ص ١٠٥-١٠٦)، وتهدف الرسالة الاعلامية ان يقنع الجمهور المتلقي بالخصائص كما يراها القائم بالاتصال، وقد تركز على فئة وشريحة من الجمهور أو على كل فئاته في آن واحد (المصالحة، ٢٠٠٢، ص ٦٨).

الاعلام الاجتماعي: مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت، تتيح التواصل بين الافراد في بيئة مجتمع افتراضي، وتضم موضوعات خاصة وعامة من كتابات وصور ودردشات وتعارف (زودة، ص ١١٣)، فهو الاعلام الجديد الذي يشير الى اي نظام أو وسيلة اعلامية تتدمج مع الكمبيوتر، ويطلق عليه الاعلام التفاعلي الذي يوفر حالة من العطاء والاستجابة بين مستخدميها (التميمي، ٢٠١٣، ص ٢٩٧).

التغيير السياسي: التحول في البنى والسلوكيات والغايات السياسية التي تؤثر في توزيع السلطة وممارستها في كل تجلياتها (محمد، ٢٠٠٨، ص ٦)، ويكون التغيير السياسي عبارة عن نسق منظم من الجهود البشرية لتصدي الواقع غير المرغوب فيه باشكاله المختلفة، ومن ثم فانه يسعى الى تحقيق مصالح المجتمع من خلال ارساء نظم جديدة واشكال جديدة من العلاقات، بما يتوافق مع تطورات المجتمع ورغباته في مواكبة التطورات التي تشهدها البيئة الاقليمية والدولية (وادي، ٢٠١٣).

اقليم كردستان العراق:

منطقة جغرافية في شمال العراق تقع ضمن سلطات حكومة اقليم كردستان ذات الحكم الفيدرالي في إطار جمهورية العراق والمعترف به دستوريا حسب المادة ١١٣ من الدستور العراقي الدائم. وتقع بين الاقليم ومناطق العراق الأخرى مناطق متنازع عليها لم يتحدد مصيرها بين الاقليم ومحافظة العراق الأخرى حسب الدستور.

الإطار المعرفي للدراسة:

تناولت هذه الدراسة موضوع دور الاعلام الاجتماعي في عملية التغيير السياسي. وقد اشتمل الإطار النظري على ما يأتي:

- علاقة وسائل الاعلام بعملية التغيير السياسي
- مزاي ووسائل الاعلام الاجتماعي
- الاعلام الاجتماعي ودوره في التغيير السياسي
- تحديات الاعلام الاجتماعي
- علاقة وسائل الاعلام بعملية التغيير السياسي

ان التطورات الهائلة التي تشهدها تكنولوجيا الاتصال، أسهمت في اتاحة الفرص لمنح اختيارات عدة في مرحلة التحولات السياسية كون كل سلوك سياسي كما يراه ريتشارد فاجن يتضمن نشاطا

اتصاليًا، واهتم علماء السياسة والاتصال السياسي والاجتماع السياسي بدراسة التفاعل بين الاتصال والنظم السياسية والعملية السياسية بصفة عامة (حبدة، ٢٠٠٤، ص ١٦-٢٠).

وعلى الرغم من تلك العلاقة الوثيقة التي تربط وسائل الإعلام بالمجال السياسي العام، ومن ضمنها عملية التغيير السياسي، إلا أنه لا يمكن الحديث عن تلك العلاقة من منظور واحد، لأن هناك أكثر من توجه تتناول تلك العلاقة، التي يمكن تلخيصها في ضوء ثلاثة اتجاهات رئيسية:

الاتجاه الأول: الدور الفاعل لوسائل الإعلام في عملية التغيير السياسي :

يعترف هذا الاتجاه بالدور الفاعل للإعلام في عملية التغيير، سواء في علاقته بالإصلاح السياسي أو التحول الديمقراطي، باعتبار أن وسائل الإعلام هي أداة أساسية في الانتقال إلى الديمقراطية، والإصلاح السياسي بمعناه العام (العالم، ٢٠١٣، ص ٣)، واستنادًا إلى الدور الفاعل والقوي لوسائل الاتصال والدور الإيجابي الذي يلعبها في مجالات التغيير، تناول كثير من الباحثين ضرورة استخدام وسائل الاتصال في عمليات التغيير، وأكدوا أن بإستطاعة تلك الوسائل إحداث مجموعة من التغييرات، التي يمكن تلخيصها على النحو الآتي: (هيدبرو، ١٩٩١ ص ٢٩ و العالم، ٢٠١٣ ص ٣).

١- توعية الجماهير، من خلال نقل المعلومات من مصادر متعددة، وشرحها وتفسيرها، ونقل الآراء المختلفة حول القضايا الداخلية والخارجية، بحيث يكون المجتمع على اطلاع ومعرفة بما يجري وقادرًا على التكيف مع الظروف والمستجدات.

٢- الإسهام في تحقيق الديمقراطية من خلال تحول الإعلام إلى ساحة للتعبير الحر عن كافة الآراء والاتجاهات وإتاحة الفرصة للجميع لإبداء آرائها في المشروعات الفكرية والسياسية المطروحة وقد يساهم ذلك في خلق قيادات ونخب سياسية.

٣- الإسهام في تحقيق المشاركة السياسية من خلال إتاحة المعلومات الكافية التي تؤهل المواطنين للمشاركة واتخاذ قراراتها بالانتماء إلى الأحزاب السياسية، أو التوجهات الفكرية، أو التصويت بما يدعم النشاط السياسي العام، ويرفع مستويات الطموح عند الأفراد ويجعل أغلب المواطنين يعرفون أهميتهم وقيمتهم فيؤدي ذلك إلى زيادة نشاطهم السياسي.

٤- إدارة النقاش الحر في المجتمع بين جميع القوى والتوجهات والأفكار للوصول إلى أفضل الحلول، الأمر الذي يخلق مناخًا ملائمًا للتغيير، وذلك بالبحث على تبني القيم والاتجاهات الجديدة ونماذج السلوك الملائمة للتحضر.

٥- الرقابة على مؤسسات المجتمع وحمايته من الانحراف والفساد، عن طريق الكشف عن انحرافات السلطة، وفساد مسؤوليها، وإساءة استخدام السلطة لتحقيق المنافع الشخصية ومراقبة الأحداث التي من المحتمل أن تؤثر في الوضع المعيشي للمواطنين.

٦- المساعدة في صناعة القرار السياسي، حيث أن صانع القرار ينظر إلى وسائل الإعلام كمقياس لرد فعل الناس تجاه سياسته وقراراته.

٧- التأثير في اتجاهات الرأي العام حيث أصبحت وسائل الاتصال يزود المواطنين بالمعلومات التي من خلالها يطلع المواطن على الشؤون العامة ومعرفة الشخصيات السياسية لأن الجمهور في العادة يستجيب ويتفاعل مع مضامين الوسائل الإعلامية.

الاتجاه الثاني: الدور المحدود لوسائل الإعلام في عملية التغيير السياسي :

ينظر هذا الاتجاه إلى طبيعة العلاقة بين الإعلام والديمقراطية بوجهة نظر اعتدالية تعطي للإعلام أدوارًا محددة في مرحلة التحول (العالم، ٢٠١٢، ص ٥)، وقد اظهرت مجموعة من النظريات

التي تساند هذا الاتجاه، وترى أن وسائل الاتصال لا تعمل بالضرورة كوسيلة تأثير في الجمهور، ولكنها تعمل من خلال عوامل ومؤثرات وسيطة مترابطة، وهذه العوامل تجعل وسائل الاتصال عاملاً مساعداً في التأثير وليست السبب المؤثر الوحيد. (العبدالله، ٢٠٠٦، ص ٢٦٧)، وأن وسائل الاتصال جزء من البناء الاجتماعي الذي يشكل شبكة من العلاقات الاجتماعية الثابتة والدائمة بين أفراد يشغلون مكانات اجتماعية محددة، الأمر الذي يؤدي إلى وجود مجموعة من النظم المتساندة، يؤدي كل نظام ومن ضمنه وسائل الاتصال وظيفة محددة لبقاء البناء الاجتماعي ككل، وأن الوظيفة هي الإسهام الذي يقدمه الجزء للكل، وهذا الكل قد يكون المجتمع أو الثقافة، ويقول ديفلير و روكيتش ان العلاقة القائمة على الحاجة المتبادلة بينهما يمكن تفسيرها في إطار مفهوم الاعتماد المتبادل، فمؤسسة الاتصال الى جانب والمؤسسات الأخرى في المجتمع لا تستطيع انجاز اعمالها وتحقيق اهدافها دون اعتماد بعضهما على بعض، وهذا التفاعل أصبح ملزماً في المجتمع الحديث (العبدالله، ٢٠٠٦، ص ١٨٧).

الاتجاه الثالث الدور السلبي لوسائل الاعلام في عملية التغيير السياسي :

ينظر هذا الاتجاه بنظرة سلبية لدور وسائل الإعلام في عملية التحول الديمقراطي والتغيير السياسي من منطلق عدم وجود علاقة إيجابية واضحة بين التحول الديمقراطي وحرية وسائل الإعلام أو التشكيك والتقليل من أهمية دور وسائل الإعلام في التحول الديمقراطي (العالم، ٢٠١٢، ص ١٠٩). وقد تبلورت من منطلق هذا الاتجاه، أسس النظريات النقدية لتأثيرات الاعلام، التي ترى أن وسائل الاتصال تستخدم من قبل الصفوة لتخدير الطبقات الدنيا وتوجيههم للعمل ضد اهتماماتهم، ويوافق رواد مدرسة فرانكفورت على نفس الرأي الذين ويرون أن ما تقدمه وسائل الاتصال هو تشويه الاعمال الراقية وهدفها ابعاد الناس عن البحث عن الحقيقة (مكاوي والسيد، ١٩٩٨، ص ١٢٨)، وضربوا مثلاً لذلك بالتحليل النقدي للثقافة النازية والطرق الخاصة بتحريف الثقافة الرفيعة التي اقامها هتلر واجهزة دعايته (العبدالله، ص ٢٠٠-٢٠١).

مزايا وسائل الاعلام الاجتماعي

يعد الاعلام الاجتماعي (Social Media) من أحدث التطورات التي طرأت على الإنترنت، ويشمل (الفايسبوك، ماي سبيس، تويتر، يوتيوب، ينكدين، وجوجل) يمثل قفزة كبيرة في مجال الاتصال والإعلام (karim, 2013, p38).

لقد تعددت في السنوات الأخيرة وسائل الاعلام الاجتماعي واستأثرت بجمهور واسع من المتلقين، والأكثر شعبية منها والتي لعبت دوراً كبيراً في الأحداث السياسية في العديد من البلدان، ولاسيما في منطقة الشرق الأوسط هي ثلاثة وسائل: (الفايسبوك، تويتر، اليوتيوب)، ويمكن الحديث عنها وفق ما يأتي:

١- الفيسبوك: أنشأه مارك زوكربيرج وهو طالب مهوس في برمجة الكمبيوتر في جامعة (هارفارد) في الولايات المتحدة الأمريكية في شباط عام (٢٠٠٤)، وكانت مدونته (الفيسبوك) محصورة في بداية الامر في نطاق الجامعة وبحدود أصدقاء (زوكربيرج)، و أسابيع قليلة من انشائها، فتح أكثر من نصف طلاب جامعة هارفارد حساباً عليها ومن ثم نشر بين الطلاب في الكليات المختلفة لتمكين بعضهم من التواصل مع البعض (نومار، ٢٠١٢، ص ٦٤)، ونظرالما يتمتع به الفيسبوك من مزايا وخصائص أخذت شعبيته تتزايد يوماً بعد يوم، ففي عام ٢٠١١ فقط وصل عدد مستخدمي الفيسبوك ٦٧٧ مليون مستخدم، وجاءت منطقة الشرق الأوسط من بين المناطق التي كان لها نصيب الأسد من حيث عدد المستخدمين الجدد وتجاوز عدد مستخدمي

الهواتف الجواله لها الى ٢٥٠ مليون مشترك، ويتوقع ان يزداد عدد مستخدميها وان تتعدى حاجز المليار قريباً (زودة، ٢٠١٢، ص ١١٨).

٢- تويتر: كانت بدايات ميلاد هذه الخدمة المصغرة في أوائل عام ٢٠٠٦، ثم أتيت هذه الخدمة لعامة الناس في أكتوبر من نفس العام، ومن ثم أخذ هذا الموقع بالانتشار، وأخذ الموقع اسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني (التغريد)، واتخذ من العصفورة رمزاً له (المنصور، ٢٠١٢، ص ١٣).

٣- اليوتيوب: موقع لمقاطع الفيديو متفرع من غوغل، وهو خدمة لتبادل ملفات الفيديو التي اعتمدها عدد كبير من مستخدمي الانترنت وهناك أعداد كبيرة للمستخدمين فيه ويزوره الملايين يومياً، وتستفيد منه وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الاعلام الاجتماعي بعرض مقاطع الفيديو وسرعان ما وصف نفسه بأنه "المجتمع العالمي للفيديو عبر الإنترنت (Wasko and Erickson, 2009: p.373)، ويرمي اليوتيوب الى إزالة الحواجز التقنية وبتيح إمكانية التحميل والنشر عليه، (Burgess and Green, 2009, p.1). وهناك قواعد ملزمة للنشر يعتمدها اليوتيوب، فهو لا يسمح بوضع المقاطع الفيلمية التي تشجع على الإرهاب والإجرام والأفلام الخلاعية، أو تلك التي تسيئ إلى الديانات والمذاهب والشخصيات (المنصور، ٢٠١٢، ص ٨٧).

ان الاعلام الاجتماعي يتمتع بمجموعة من المزايا والخصائص التي لم تكن موجودة في السابق، وهذه الخصائص قد ولدت من خلال التحولات التكنولوجية التي تعد الجوهر الحقيقي للاعلام، ويتبأ إنتشار والتطورات المتلاحقة التي تشهدها أجهزة النشر الإلكتروني ووسائل الإتصال الإلكترونية المحمولة في اليد بتوسع دائرة مستخدمي الاعلام الاجتماعي خلال الاعوام المقبلة. فهو يتطور بشكل سريع ومتواصل وأصبح ظاهرة عالمية لا يمكن الاستغناء عنها وبشكل جزاء من البنية الاقتصادية العالمية التي تفرض على الكل ان يعمل ضمن شروطها (التميمي، ٢٠١٣، ص ٢٩٩).

ان الاعلام الاجتماعي يشارك فيه مجتمع متفاعل بأكمله غير مختصر على كتاب وقراء وصحفيين بعينهم، بل فتحت كل الأبواب والأفاق لكل من يريد أن يتبادل مع الآخرين همومهم وأفراحهم واحتياجاتهم ومشاكلهم وأمورهم الحياتية الأخرى، عبر تواصل اجتماعي حي ومشوق. ومن المؤشرات الدالة لمستقبل الاعلام هو ما يطلق عليه "المستقبل التفاعلي الشبكي" (المنصور، ٢٠١٢، ص ٦٩). واتاح التفاعل والتواصل بين الإعلامي والجمهور وبطرق مختلفة، لكونه لا يستخدم فقط كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات، بل يستخدم كمكان لإجراء مناقشات وتبادل المعلومات والمعرفة مع مختلف الناس والحصول على وجهات النظر المختلفة ومناقشة هذه الآراء، وأصبح منصة تفاعلية أكثر مما كان عليه سابقاً (-Drury, 2008 pp274-277)، وساهم بشكل ملحوظ في بناء جسور من التواصل بين القائم بالاتصال ومستقبل الرسالة، وسهلت تقنيات الانترنت عملية رجع الصدى وعملية الاستجابة والرد السريع على كافة التحديات (القاضي، ٢٠٠٧، ص ٣٤)، بخلاف وسائل الاعلام التقليدية التي تتدفق عبرها الاتصالات من اتجاه واحد (العبدالله، ٢٠٠٦، ص ٣٣٢). والفرصة لشرائح المجتمع كافة المساهمة في ابداء آرائهم وتوجهاتهم، وهذا خلق مصطلح المواطن الاعلامي، فخرج الفرد من كونه مجرد متلق واصبح مستخدماً للمضامين الاعلامية (مراد، ٢٠١٣، ص ١٧٧).

واستطاع الاعلام الاجتماعي ان يقاوم المؤسسات الاعلامية الموجهة ويضعف هيمنة الشركات الكبرى ذات الرساميل الكبيرة ودور الحكومات في ادارة الإعلام على مستوى العالم وهي غير خاضعة للرقابة الرسمية (الرعود، ٢٠١٢، ص ٦٢).

واتاح الاعلام الاجتماعي حرية واسعة وتخطى الحدود والحواجز المحلية والدولية وحدود القانون والرقابة المرتكزة على تقييد حرية الاعلام والمعتقد والتعبير، وسمح للفرد بإبداء رأيه دون قلق أو خوف (الراوي، ٢٠١٢، ص ١٠٤). وتتجدد الأخبار والمواد الاعلامية في الاعلام الاجتماعي باستمرار، لحظة بلحظة ودون مواعيد ثابتة، ويبث إلى أكبر شريحة من المجتمع بأقل تكاليف، فلم تعد عملية حجب المعلومات سهلة كما كانت في السابق، لان وسائل الاعلام الاجتماعي عبارة عن خدمات مفتوحة ومتوفرة دائما للجميع دون قيود (الرعود، ٢٠١٢، ص ٣٢)، ولدى هذا الاعلام مساحة وافرة لنشر المحتوى الاعلامي، وتوفر للجميع ارشيفا اعلاميا من المعلومات وملفات صور وفيديو يمكن ان يصل الى مختلف انحاء العالم (الدليمي، ٢٠١٣، ص ١٧٦).

ونظرا للمزايا التي تتمتع بها وسائل الاعلام الاجتماعي فقد استجد واقع جديد على الساحة الاعلامية، حيث توسعت دائرة التنافس بين وسائل الإعلام التقليدي ووسائل الاعلام الاجتماعي، وتنامى دور القطاع الخاص في مجال العمل الاعلامي، واستفاد الاعلام التقليدي من الاعلام الاجتماعي من خلال الجمع بين النمطين التقليدي والاجتماعي ومن حيث بث مضامينها على تلك الوسائل أو عن طريق عرض الصور والفيديوهات المنشورة عبر الاعلام الاجتماعي (الرعود، ٢٠١٢، ص ٦٦)، وأصبح الكثير من القنوات الاعلامية التقليدية لديها حسابات في وسائل الاعلام الاجتماعي.

علاقة الاعلام الاجتماعي بالتغيير السياسي

قدم مارشال ماكلوهان في ستينيات القرن الماضي اطروحة فكرية مفادها ان الطريقة التي يرى الناس بها العالم يعتمد على نوعية وسائل الاتصال السائدة، وان كل وسيلة جديدة تحدث تعديلا في المحيط النفسي للانسان وتفرض عليه نمطا جديدا من التصور والتفكير (عزي، ٢٠٠٣، ص ٣٦). انطلاقا من هذه الاطروحة استطاعت وسائل الاعلام الاجتماعي ومنذ ظهورها احداث تحولات وتغييرات عميقة في عادات مستخدميها وطريقة تفكيرهم ورؤاهم نحو القضايا والعالم الخارجي، فأصبحت وسائل الاعلام الاجتماعي مكانا افتراضيا يلبي حاجات الأفراد ويخلق مجتمعا فيه الكثير غير قادرين على إيجاد حاجاتهم خارج هذه البيئة الافتراضية (نومار، ٢٠١٢، ص ٣٩)، واستطاع أن يغير بشكل كبير طريقة تواصل الناس وتفاعلهم، وطريقة تواصل الحكومات مع مواطنيهم، علما أنه غير مفهوم العمل التطوعي والكيفية التي يمارس بها الناشطون السياسيون والاجتماعيون والحقوقيون أنشطتهم وبدأ في التأثير على العملية الديمقراطية وكأدوات للتأثير في المجال السياسي (كاتب، ٢٠١١، ص ٩).

ان التغييرات التي طرأت على الساحة الاعلامية من خلال ظهور الاعلام الاجتماعي قد اقلت بظلالها على المجالات الاخرى من بينها المجال السياسي، إذ كما هو ملاحظ هناك علاقة بين التغيير الاعلامي و التغيير السياسي وذلك بتطوير القيم والمعتقدات السياسية التي تؤثر في عملية التغيير السياسي (عبدة، ٢٠٠٤، ص ٧٤).

لقد أصبحت نظرية الاستخدامات والإشباع تستخدم بشكل واسع في مجال دراسات الاعلام الاجتماعي، باعتبارها الأكثر ملاءمة لتلك الدراسات (نومار، ٢٠١٢، ص ٤٦)، ومن خلال هذه

النظرية يختار الافراد وسائل الاتصال التي يرغبون أن يتعرضوا لها، وأن دوافع تعرض الجمهور لتلك الوسائل إما دوافع نفعية للتعرف على الذات واكتساب المعرفة ومراقبة البيئة، أو دوافع طقوسية لتمضية الوقت والصدقة والهروب من المشكلات (مكاوي و حسن، ١٩٩٨، ص ٢٤٦-٢٤٧).

من منطلق هذه النظرية فقد شهدت الساحة الاعلامية تحولات واضحة فيما يتعلق بالدوافع وراء استخدام الاعلام الاجتماعي، وكان الدافع الاساس من استخدامه في البلدان العربية والشرق الاوسطية دافعا سياسيا، وقام كثير من مواطني الدول العربية والشرق الاوسطية باستخدامه اولا، وقبل كل شيء كأداة للطرح السياسي (الراوي، ٢٠١٢، ص ١٠٧)، بخلاف البلدان الغربية التي استخدمت الاعلام الاجتماعي في كثير من الاحيان كوسيلة للتواصل الاجتماعي أو لأغراض تجارية، وهذا ما يؤكد الفرق في الدوافع، كون البلدان الغربية لديها مؤسسات ووسائل اخرى للتعبير السياسي ولديها وسائل اعلامية تقليدية مهنية، بخلاف الكثير من البلدان العربية والشرق الاوسطية التي تفتقر الى اعلام محايد وتفتقر الى مؤسسات المجتمع المدني وغيرها من المؤسسات التي يعبر من خلالها المواطن عن حاجاته السياسية، فغالبية السلطات السياسية في الدول العربية والشرق الاوسطية تسعى الى أن تكون وسائل الاعلام تحت إشرافها ومعبئة في خدمة إيدلوجيتها وخاضعة للحاكم القابض على السلطة السياسية وتنقل المعلومة من الأعلى إلى الأسفل، بخلاف الأنظمة الاعلامية الغربية التي تكون في معظمها حرة في نقل المعلومات وتتفاعل مع القضايا والأحداث ومن ثم تكون قادرة في صنع القرار وبلورة الرسالة السياسية (أبوهربيد، ٢٠١٠، ص ٧٢).

يستخدم في كثير من الدول العربية والشرق الاوسطية الاعلام الاجتماعي كوسيلة للاتصال السياسي، وأصبح منبرا لافراغ ما في داخل مواطني تلك الدول من كبت سياسي ولاكمال النواقص التي كانت موجودة في الاعلام التقليدي في بلدانهم، وتمكنوا من خلالها القيام بحوارات وتكوين آراء مناصرة أو مناهضة للقضايا ذات البعد السياسي، وهو ما يعرف باسم المحادثات السياسية وتسهم في تكوين جماعات ضغط سياسية (القاضي، ٢٠٠٧، ص ٣٦).

إن التحول الأكبر في طرق استخدام العالم العربي لوسائل الإعلام الاجتماعي هو التوجه نحو التحشيد المجتمعي والشعبي عبر شبكة الإنترنت، سواء من جانب المواطنين لتنظيم التظاهرات المؤيدة للحكومات أم المناهضة لها ومن جانب الحكومات في بعض الحالات للتواصل مع المواطنين وتشجيعهم على المشاركة في الإجراءات الحكومية، وفي بعض الحالات الأخرى، لحجب المواقع الإلكترونية ومراقبة المعلومات التي تعرضها تلك المواقع والتحكم فيها (تقرير الاعلام الاجتماعي العربي، ٢٠١١، ص ٢).

وعند الحديث عن التأثيرات السياسية للاعلام الاجتماعي يتبادر إلى الذهن الدور الذي لعبه ذلك الاعلام في الثورات العربية، ولاسيما في قدرته على التأثير في تحفيز المشاركة الشعبية وتأثيره في نماذج الحكومة التشاركية والآليات المجتمعية الجديدة. وقد كان للنمو الكبير والسريع للاعلام الاجتماعي والتحويلات في الأنماط والاتجاهات دور مهم في حشد وتشكيل الآراء والتأثير المباشر في التعبير (كاتب، ٢٠١١، ص ١٧)، وساهم في خلق الوعي السياسي الذي يلعب دورا مهما في تعبيد الطريق للممارسات السياسية (جلس ومهدي، ٢٠١٠، ص ١٣)، وقدرتها على التعبير عن مطالب وتطلعات الفئات المهمشة، وأسهمت في جذب أنظار عدد من القضايا وأثارت الرأي العام

والذي لم يعد تنتظر الحصول على التأشيرة الحكومية ولم تعد القيود القانونية عائقاً أمام تحركاتها، بل أصبحت تشكل أهم مجال لتجاوز الخطوط الحمراء (الراوي، ٢٠١٢، ص ١٠٥). ومن خلال الخصائص التي تميزه عن الإعلام التقليدي الرسمي، وتحرره بصورة شبه كلية من الرقابة السلطوية والضغوطات التقليدية (السياسية، والاجتماعية، والمهنية)، تحول الاعلام الاجتماعي إلى أداة فعالة في التغيير السياسي وتفعيل المشاركة السياسية وصنع القرارات، وتفعيل الوظيفة الرقابية لحماية المجتمع وصيانتته من الفساد بكافة اشكاله والمخالفات القانونية والاخلاقية واساءة استخدام السلطة لاغراض شخصية ومحسوبيات معينة ورصد انتهاكات حقوق الانسان، في حين كانت هذه الوظيفة غائبة في الاعلام التقليدي العربي (سعيد، ٢٠٠٨، ص ٧٦).

على الرغم من الخصائص التي يمتاز بها الاعلام الاجتماعي، فان هناك جملة من التحديات التي تواجه الاعلام الاجتماعي، حيث انفلت هذا الاعلام تماما من الرقابة السياسية، بل حتى من القانونية والاجتماعية والخلقية في بعض الاحيان، في حين لم تكن بمقدور وسائل الاعلام التقليدية تخطيها بسهولة. وتثير وسائل الاعلام الاجتماعي في كثير من الاحيان قضايا وفضائح تدرج ضمن الاعلام التضليلي، أو الدعاية الاعلامية السلبية التي ترمي اساسا الى ممارسة الضغط النفسي والعاطفي على الجهات المستهدفة (المصالحة، ٢٠٠٢، ص ٦٨-٦٩)، وقد توقع خبراء تكنولوجيا المعلومات أن يتحول الاعلام الاجتماعي الى ما يشبه بالصحافة الصفراء (زودة، ٢٠١٢، ص ١٢١). والملفت للنظر ان القوانين لا يمكن ان تنظم عمل الاعلام الاجتماعي، لان كل الجرائم التي تنتشر عبر الانترنت تتخذ طابعا عالميا ولا يمكن للقوانين المحلية ان تترصدها وتتخذ الاجراءات اللازمة بحقها. ويستطيع مستخدمو الانترنت ارتكاب جرائم النشر والانفلات من الملاحقة القانونية من خلال استخدام أسماء وهمية (فوزي، ٢٠١١، ص ٥٧)، ويلاحظ في الاعلام الاجتماعي ايضا انعدام الخصوصية وعدم المصادقية وتهديد الملكية الفردية وتزيف المحتوى (الرعود، ٢٠١٢، ص ٦٥).

إن الافرازات السلبية التي احدثتها ثورة الاعلام الاجتماعي قد طالت الى تحريف الصورة ايضا فلم يعد القول المأثور " ان الصورة لا تكذب " صحيحا كما كان في السابق، ففي ظل تطور تكنولوجيا النشر الانترنتي انتشرت عمليات التزوير والخداع البصري وأصبح من الصعوبة كشف عمليات الخداع الالكتروني في الصورة المرئية (الليان، ٢٠٠١، ص ٨١). وهناك آراء تؤكد أن هناك مبالغة في الدور الفعلي للاعلام الاجتماعي في تغيير الواقع السياسي، وأن دور اعضاء مجموعات الفايسبوك او المشاركين لا يتعدى دورا رمزيا ولا يتخطى حدود الشكليات، وأن النشاط السياسي في الانترنت لا يترجم بالضرورة الى تغيير او نشاط سياسي فعلي (الراوي، ٢٠١٢، ص ١٠٧). وعلى الرغم من ذلك فإنه قد تبين خلال المواسم السابقة أن نمو وسائل الإعلام الاجتماعي في المنطقة العربية والدول الشرق الاوسطية، قد لعب دورا مهما في حشد الجماهير وتشكيل الآراء وتحقيق التغيير، ويقترن ذلك بتحول مستمر في اتجاهات الاستخدام من اتجاهات ذات طبيعة اجتماعية إلى اتجاهات ذات طبيعة سياسية، وبدت ردود أفعال الحكومات العربية متفاوتة تجاه هذه الظاهرة الجديدة، وما زال الوقت مبكرا لوضع تقييم نهائي لدور الإعلام الاجتماعي الذي سيلعبه في عملية التغيير، لكن الأمر المؤكد هو أنه مع وجود النسبة الكبيرة من الشباب وتزايد معدلات استخدام الإعلام الاجتماعي، فإن هذا الاعلام سوف

يستمر في لعب دور متزايد في التطورات السياسية والاجتماعية والاقتصادية. (تقرير الإعلام الاجتماعي العربي، ٢٠١١، ص ٢٤).

الجزء الأول من الدراسة الميدانية: الخصائص أفراد العينة:

أ- الجنس:

ظهر من خلال تفريغ البيانات المتعلقة بأفراد عينة البحث وكما هو موضح في الجدول (١) والبالغ عددهم (١٠٢) مبحوثاً، وان عدد الذكور منهم ٧٣ مبحوثاً وبنسبة ٧١,٥٧%، في حين بلغ عدد الإناث ٢٩ مبحوثاً وبنسبة ٢٨,٤٣%.

ويتبين ان النسبة العليا من المبحوثين هم من الذكور، وان حصة العنصر النسوي يقارب ٣٠%، وهي النسبة التي تمثلها العنصر النسوي في برلمان كردستان. ينظر جدول (١)

جدول (١) متغير الجنس لدى أفراد العينة

ت	الجنس	العدد	النسبة المئوية
١	ذكر	٧٣	٧١,٥١
٢	انثى	٢٩	٢٨,٤٣
	المجموع	١٠٢	%١٠٠

ب- العمر:

تبين من تفريغ البيانات المتعلقة بأفراد عينة البحث والبالغ عددهم (١٠٢) مبحوثاً حسب متغير تبين ان عدد افراد الفئة العمرية (٢٠-٢٩) سنة ٣ نواب وبنسبة ٢,٩٤%، وجاء في المرتبة الرابعة، وعدد افراد فئة (٣٠-٣٩) سنة كانوا ٣٢ نائباً وبنسبة ٣١,٣٧%، وجاء في المرتبة الثانية، وعدد افراد فئة (٤٠-٤٩) سنة كانوا ٥١ نائباً، وبنسبة ٥٠% وجاءت في المرتبة الاولى، وعدد افراد فئة (٥٠ سنة فما فوق) كانوا ١٦ وبنسبة ١٥,٦٩% وجاء في المرتبة الثالثة. ينظر

جدول (٢)

جدول (٢) الفئات العمرية لأفراد العينة

ت	الفئات العمرية	العدد	النسبة المئوية
١	٢٠-٢٩	٣	٢,٩٤
٢	٣٠-٣٩	٣٢	٣١,٣٧
٣	٤٠-٤٩	٥١	٥٠
٤	٥٠ فما فوق	١٦	١٥,٦٩
	المجموع	١٠٢	%١٠٠

ج- المستوى التعليمي:

يتبين من تفريغ البيانات المتعلقة بأفراد عينة البحث حسب متغير المستوى التعليمي والبالغ عددهم (١٠٢) مبحوثاً، ان عدد افراد اصحاب الشهادة المرحلة (الاعدادية) هو ٤ افراد وبنسبة ٣,٩٢% وهم في المرتبة الرابعة، وان عدد افراد اصحاب شهادة (المعهد) كانوا ١٠ وبنسبة ٩,٨٠%، وكانوا في المرتبة الثالثة، وان عدد افراد اصحاب شهادة (بكالوريوس) كانوا ٧٦ وبنسبة ٧٤,٥١%، وان عدد افراد اصحاب شهادة (الدراسات العليا) كانوا ١٢ وبنسبة

١١,٧٧%. وحل في المرتبة الاولى، وهذا يدل على ان اكثرية افراد العينة من حملة شهادة بكالوريوس. ينظر جدول (٣).

جدول (٣) المستوى التعليمي لأفراد العينة

ت	المستوى التعليمي	العدد	النسبة المئوية
١	المرحلة الاعدادية	٤	٣,٩٢
٢	المعيد	١٠	٩,٨٠
٣	البكالوريوس	٧٦	٧٤,٥١
٤	الدراسات العليا	١٢	١١,٧٧
	المجموع	١٠٢	%١٠٠

الجزء الثاني من الدراسة الميدانية: عرض نتائج البحث

ويتضمن هذا الجزء الميداني عرضاً لنتائج التي توصل اليه الباحثان وفق مقياس دور وسائل الاعلام الاجتماعي في عملية التغيير السياسي لاقليم كردستان العراق وتفسير هذه النتائج حسب الاسئلة المحددة في هذه الدراسة.

ولغرض معرفة الوسط الحسابي لكل الفقرات ورتبها قام الباحثان بجمع بدائل كل الفقرات وتم استخراج الوسط الحسابي لكل الفقرات، ثم رتب مراتب الوسط الحسابي للفقرات تنازلياً اي من الوسط الحسابي الاكبر الى الاصغر.

السؤال الرئيس: ما مدى دور وسائل الاعلام الاجتماعي في عملية التغيير السياسي في اقليم كردستان:

يهدف الوصول الى السؤال الرئيس للدراسة، استخدم الباحثان الاختبار التائي (t.test) لعينة واحدة، وقد تبين ان القيمة التائية المحسوبة (٦,٧٩٢) هي اكبر من القيمة التائية الجدولية (١,٩٩)، وتبين انه دال احصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥)، أي ان هناك دوراً لوسائل الاعلام الاجتماعي في عملية التغيير السياسي لاقليم كردستان العراق، ينظر الجدول (٤).

الجدول (٤) نتائج الاختبار التائي لعينة واحدة لاجابات افراد العينة على مقياس

مستوى الدلالة	درجة الحرية	الاختبار التائي	
		الجدولية	المحسوبة
٠,٠٥	١٠١	١,٦٦٠	٦,٧٩٢

ويتفرع عن السؤال الرئيس للدراسة الاسئلة الفرعية الاتية:

السؤال الاول: ما اشكال التغيير السياسي لاقليم كردستان العراق في ظل الاعلام الاجتماعي.
السؤال الثاني: ما دور الاعلام الاجتماعي في اكمال نواقص الاعلام التقليدي في عملية التغيير السياسي لاقليم كردستان العراق.

السؤال الثالث: ما تحديات الاعلام الاجتماعي في عملية اللتغيير السياسي لاقليم كوردستان العراق.

وللاجابة على هذه الاسئلة وتحليل البيانات التي تم تجميعها، ولتحديد طول خلايا مقياس ليكرت الخماسي (الحدود الدنيا والعليا) المستخدم في محاور الدراسة ، تم حساب المدى (٥-١=٤)، ثم تقسيمه على عدد خلايا المقياس للحصول على طول الخلية الصحيح أي (٥/٤ = ٠,٨٠) وبعد ذلك تمت إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس (أو بداية المقياس وهي الواحد الصحيح) للحكم على شدة دور الاعلام الاجتماعي في عملية التغيير السياسي لاقليم كوردستان العراق، وقد اصبح مايتأتي:

- من ١ وحتى ١,٨٠ يمثل : (دورا منخفصا جدا)
- من ١,٨١ وحتى ٢,٦٠ يمثل: (دورا منخفصا)
- من ٢,٦١ وحتى ٣,٤٠ يمثل: (دورا متوسطا)
- من ٣,٤١ وحتى ٤,٢٠ يمثل: (دورا مترفعا)
- من ٤,٢١ وحتى ٥,٠٠ يمثل: (دورا مترفعا جدا)

السؤال الاول : ما اشكال التغيير السياسي لاقليم كوردستان العراق في ظل الاعلام الاجتماعي.

من خلال فرز البيانات الخاصة بمعرفة اشكال التغيير السياسي في اقليم كوردستان في ظل الاعلام الاجتماعي، تبين ان المتوسط الحسابي العام لتقدير العينة كان (٣,٤٢) وهو دور مرتفع في هذا المجال مع معايير الدراسة.

وعلى مستوى الفقرات نلاحظ ان فقرة (٢٤) التي تنص " يساهم الاعلام الاجتماعي في تحويل الجماهير الى جماعات ضاغطة" جاءت في المرتبة الاولى بمتوسط حسابي (٤,٠١).

وفي المرتبة الثانية حلت فقرة (٨) التي تنص "يساهم الاعلام الاجتماعي في تفعيل المشاركة السياسية" بمتوسط حسابي (٣,٩٧)، وجاءت الفقرتان (١٦) و(١٨) في المرتبة الثالثة اللتين تنصان على " يؤدي الاعلام الاجتماعي الى تكوين اتجاهات مختلفة نحو العملية السياسية" و " يساهم الاعلام الاجتماعي في تغذية الاحتجاجات السياسية وادامتها " بمتوسط حسابي (٣,٩٦).

وحظيت في المرتبة الرابعة الفقرة (٢٨) التي تنص " يخلق الاعلام الاجتماعي التواصل بين السياسي والمواطن" بمتوسط حسابي (٣,٩٢)، وفي المرتبة الخامسة حلت الفقرتان (٢٠) و (٤٠) اللتان تنصان " يساهم الاعلام الاجتماعي في تبني افكار جديدة للعملية السياسية " و " يساهم الاعلام الاجتماعي في منح اختيارات التحول الديمقراطي" بمتوسط حسابي (٣,٧١) على التوالي.

أما الفقرتان (٣٤) و (٤٠) اللتان تنصان على " يزيد الاعلام الاجتماعي شعور المواطن بالانتماء للمجال السياسي العام " و " يساهم الاعلام الاجتماعي في منح اختيارات التحول الديمقراطي" كانت في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (٣,٦٧) لكل منهما.

وجاءت الفقرة (٣٤) في المرتبة السادسة التي تنص " يزيد الاعلام الاجتماعي شعور المواطن بالانتماء للمجال السياسي العام " بمتوسط حسابي (٣,٦٧). أما الفقرة (٣٠) التي تنص على " يساهم الاعلام الاجتماعي في افراغ الكبت السياسي وعدم تحويله الى العنف" فقد حلت في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي (٣,٦٦).

أما الفقرة (١) التي تنص "يساهم الاعلام الاجتماعي في كشف الفساد ومحاربتة" وحلت في المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي " (٣,٦٢)، أما الفقرة (٣) التي تنص "يساهم الاعلام الاجتماعي في توعية المواطن ازاء المجال السياسي" وجاءت في المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي (٣,٥٨)، وحلت الفقرة (٢٦) في المرتبة العاشرة التي تنص على "يساهم الاعلام الاجتماعي في خلق شخصيات وقيادات سياسية جديدة" وذلك بمتوسط حسابي (٣,٥٧).

وحظيت الفقرة (٣٢) التي تنص "يساهم الاعلام الاجتماعي في نشر ثقافة التعددية الحزبية" بالمرتبة الحادية عشرة بمتوسط حسابي (٣,٥٦)، وفي المرتبة الثانية عشرة نجد الفقرة (١٢) تنص على "ينتج الاعلام الاجتماعي السلوك ازاء الاصلاح السياسي" وذلك بمتوسط حسابي (٣,٥١).

وفي المرتبة الثالثة عشرة حلت الفقرة (٢٢) التي تنص "يزيد الاعلام الاجتماعي نسبة النزاهة والشفافية في العملية السياسية" وذلك بمتوسط حسابي (٣,٤٨)، وفي المرتبة الرابعة عشرة نجد الفقرة (٥) التي تنص على "يطرح الاعلام الاجتماعي افكار جدية للاحاساس بالمسؤولية السياسية" وذلك بمتوسط حسابي (٣,٤٤).

جاءت الفقرة (٣٨) في المرتبة الخامسة عشرة التي تنص "يقرب الاعلام الاجتماعي وجهات النظر الايدولوجية المختلفة" بمتوسط حسابي (٣,٤١)، وفي المرتبة السادسة عشر نجد الفقرة (١٤) التي تنص "يساهم الاعلام الاجتماعي في تغيير قناعات الجمهور تجاه السياسيين" بمتوسط حسابي (٣,٤٠).

وحلت الفقرة (١٤) في المرتبة السادسة عشرة التي تنص على "يساهم الاعلام الاجتماعي في تغيير قناعات الجمهور تجاه السياسيين" بمتوسط حسابي (٣,٤٠) وحلت في المرتبة السابعة عشرة الفقرة (٣٦) التي تنص "يدعم الاعلام الاجتماعي التداول السلمي للسلطة" بمتوسط حسابي (٢,٩٥)، أما المرتبة الاخيرة في هذا المحور فقد مثلتها الفقرة (١٢) التي تنص على "يؤثر الاعلام الاجتماعي في صنع القرار السياسي" بمتوسط (٢,٩١).

ومن خلال هذه المؤشرات يتبين ان اكثرية فقرات في هذا المجال قد تراوحت متوسطاتها الحسابية بين (٣,٤١ - ٤,٠١) وهي متوسطات مرتفعة تؤكد على الدور البارز للاعلام الاجتماعي في تحقيق اشكال التغيير السياسي، وكذلك هناك ثلاث فقرات تتراوح متوسطاتها الحسابية بين (٢,٩١ - ٣,٤٠)، تؤكد على الدور المتوسط للاعلام الاجتماعي، وتتعلق بمسائل المسؤولية السياسية والتداول السلمي للسلطة و صناعة القرار السياسي. ويفسر الباحثان من خلال هذه المؤشرات بأن الاعلام الاجتماعي قد اصبح له دور في الحياة السياسية، ويساهم في ارساء الاسس الديموقراطية، ولكن يبقى موضوع التداول السلمي للسلطة، وصنع القرار السياسي محصورة في اطارها الضيق، والتي قد لا تتحقق بسهولة وسرعة. ينظر جدول (٥)

الجدول (٥) يبين أشكال التغيير السياسي لإقليم كردستان في ظل الإعلام الاجتماعي.

المرتبة	الرقم	الفقرات	المتوسط	المستوى
١	٢٤	يساهم الاعلام الاجتماعي في تحويل الجماهير الى جماعات ضاغطة	٤,٠١	مرتفع
٢	٨	يساهم الاعلام الاجتماعي في تفعيل المشاركة السياسية	٣,٩٧	مرتفع
٣	١٦	يؤدي الاعلام الاجتماعي الى تكوين اتجاهات مختلفة نحو العملية السياسية	٣,٩٦	مرتفع
٣	١٨	يساهم الاعلام الاجتماعي في تغذية الاحتجاجات السياسية وادامتها	٣,٩٦	مرتفع
٤	٢٨	يخلق الاعلام الاجتماعي التواصل بين السياسي والمواطن	٣,٩٢	مرتفع
٥	٢٠	يساهم الاعلام الاجتماعي في تبني افكار جديدة للعملية السياسية	٣,٧١	مرتفع
٥	٤٠	يساهم الاعلام الاجتماعي في منح اختيارات التحول الديموقراطي	٣,٧١	مرتفع
٦	٣٤	يزيد الاعلام الاجتماعي شعور المواطن بالانتماء للمجال السياسي العام	٣,٦٧	مرتفع
٧	٣٠	يساهم الاعلام الاجتماعي في افراغ الكبت السياسي وعدم تحويله الى العنف	٣,٦٦	مرتفع
٨	١	يساهم الاعلام الاجتماعي في كشف الفساد ومحاربه	٣,٦٢	مرتفع
٩	٣	يساهم الاعلام الاجتماعي في توعية المواطن ازاء المجال السياسي	٣,٥٨	مرتفع
١٠	٢٦	يساهم الاعلام الاجتماعي في خلق شخصيات وقيادات سياسية جديدة	٣,٥٧	مرتفع
١١	٣٢	يساهم الاعلام الاجتماعي في نشر ثقافة التعددية الحزبية	٣,٥٦	مرتفع
١٢	١٠	ينتج الاعلام الاجتماعي السلوك ازاء الاصلاح السياسي	٣,٥١	مرتفع
١٣	٢٢	يزيد الاعلام الاجتماعي نسبة النزاهة والشفافية في العملية السياسية	٣,٤٨	مرتفع
١٤	٥	يطرح الاعلام الاجتماعي افكار جديدة للاحساس بالمسؤولية السياسية	٣,٤٤	مرتفع
١٥	٣٨	يقرب الاعلام الاجتماعي وجهات النظر الايدولوجية المختلفة	٣,٤١	مرتفع
١٦	١٤	يساهم الاعلام الاجتماعي في تغيير قناعات الجمهور تجاه السياسيين	٣,٤٠	متوسط
١٧	٣٦	يدعم الاعلام الاجتماعي التداول السلمي للسلطة	٢,٩٥	متوسط
١٨	١٢	يؤثر الاعلام الاجتماعي في صنع القرار السياسي العام	٢,٩١	متوسط
			٣,٤٢	مرتفع

السؤال الثاني: ما دور الاعلام الاجتماعي في اكمال نواقص الاعلام التقليدي في عملية التغيير السياسي لإقليم كردستان العراق.

أظهرت النتائج المتعلقة بهذا السؤال ان المتوسطات الحسابية لافراد العينة على جميع فقرات هذا المجال قد جاءت ايجابية وبدرجة كبيرة حيث تراوحت بين (٤,٠٨ - ٣,٥٥) وهذا يعني ان للاعلام الاجتماعي دورا مرتفعا في اكمال نواقص الاعلام التقليدي في مجال عملية التغيير السياسي.

وعلى مستوى الفقرات نلاحظ ان الفقرة (١٩) التي تنص " يساهم الاعلام الاجتماعي في نقل المعلومة الى المواطن بصورة سريعة" قد حلت في المرتبة الاولى ضمن فقرات هذا المحور، وذلك بمتوسط حسابي (٤,٠٨). وتليها الفقرة (٢٣) التي تنص على "يرفع الاعلام الاجتماعي مستوى حرية التعبير" وقد جاءت في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٤,٠٢). وفي المرتبة الثالثة حلت الفقرة (١٧) التي تنص "يساهم الاعلام الاجتماعي في بروز المواطن الاعلامي" بمتوسط حسابي (٤,٠١).

أما الفقرة (٢١) حلت في المرتبة الرابعة وتنص " يتغلب الاعلام الاجتماعي على سياسة حجب المعلومات" بمتوسط حسابي (٣,٩٨)، وحظيت الفقرة (٢) المرتبة الخامسة حيث تنص "يتيح الاعلام الاجتماعي الفرصة للجميع في التعبير عن ارائهم ازاء الواقع السياسي" بمتوسط حسابي (٣,٩٤). أما الفقرة (٢٧) التي تنص على " ينشط الاعلام الاجتماعي الوظيفة الرقابية على السلوك السياسي" فقد كان متوسطها الحسابي (٣,٩٣) وجاءت في المرتبة السادسة.

وحلت في المرتبة السابعة الفقرة (٣٩) التي تنص على " يثير الاعلام الاجتماعي الرأي العام حول الموضوعات السياسية" بمتوسط حسابي (٣,٩٢)، في حين حلت الفقرة (٣٣) التي تنص " يلعب الاعلام الاجتماعي دور الوسيط بين المواطنين والسياسيين" في المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي (٣,٨٩). وجاءت الفقرة (٧) التي تنص "يتجاوز الاعلام الاجتماعي الضغوطات التقليدية (السياسية- الاجتماعية- المهنية: في المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي (٣,٦٤)، وحلت في المرتبة العاشرة والاخيرة الفقرة (٢٥) التي تنص على " يقاوم الاعلام الاجتماعي الاعلام الموجه" بمتوسط حسابي (٣,٥٥) .

ويتبين من خلال هذه المؤشرات ان الاعلام الاجتماعي له دور مرتفع في اكمال نواقص الاعلام التقليدي، الذي كان ولا يزال يعاني من قصور، ولاسيما في نقل المعلومة والمستوى الذي يمنحه في مجال حرية التعبير، وكان الاعلام الاجتماعي عاملا في سد الفراغ الذي كان الاعلام التقليدي يعاني منه في اقليم كردستان، ويفسر الباحثان ان السبب الرئيس يكمن في محدودية الاعلام الحر وتبعية الاعلام التقليدي في اقليم كردستان بشكل واضح الى جهات سياسية ذات توجهات اعلامية محددة. ينظر جدول (٦).

جدول (٦) دور الاعلام الاجتماعي في اكمال نواقص الاعلام التقليدي في عملية التغيير السياسي لإقليم كردستان العراق.

المرتبة	الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	المستوى
١	١٩	يساهم الاعلام الاجتماعي في نقل المعلومة الى المواطن بصورة سريعة	٤,٠٨	مرتفع
٢	٢٣	يرفع الاعلام الاجتماعي مستوى حرية التعبير	٤,٠٢	مرتفع
٣	١٧	يساهم الاعلام الاجتماعي في بروز المواطن الاعلامي	٤,٠١	مرتفع
٤	٢١	يتغلب الاعلام الاجتماعي على سياسة حجب المعلومات	٣,٩٨	مرتفع
٥	٢	يتيح الاعلام الاجتماعي الفرصة للجميع في التعبير عن ارائهم ازاء الواقع السياسي	٣,٩٤	مرتفع
٦	٢٧	ينشط الاعلام الاجتماعي الوظيفة الرقابية على السلوك السياسي	٣,٩٣	مرتفع
٧	٣٩	يثير الاعلام الاجتماعي الرأي العام حول الموضوعات السياسية	٣,٩٢	مرتفع
٨	٣٣	يلعب الاعلام الاجتماعي دور الوسيط بين المواطنين والسياسيين	٣,٨٩	مرتفع
٩	٧	يتجاوز الاعلام الاجتماعي الضغوطات التقليدية (السياسية- الاجتماعية- المهنية)	٣,٦٤	مرتفع
١٠	٢٥	يقاوم الاعلام الاجتماعي الاعلام الموجه	٣,٥٥	مرتفع
		العام	٣,٨٩	مرتفع

السؤال الثالث: ما تحديات الاعلام الاجتماعي في عملية التغيير السياسي لإقليم كردستان العراق

من خلال فرز البيانات الخاصة بمعرفة تحديات الاعلام الاجتماعي في عملية التغيير السياسي لإقليم كردستان، تبين ان المتوسط الحسابي العام لتقدير المحور كان (٣,٥٨) وهو دور مرتفع في هذا المجال مع معايير الدراسة. وعلى مستوى الفقرات فقد حلت في المرتبة الاولى الفقرتان (٦) و (٣١) اللتان تتصان " يزيد الاعلام الاجتماعي التشهير بالافراد والشخصيات العامة" و "يوظف الاعلام الاجتماعي مواقف ومعلومات محددة كدعاية لجهات سياسية" بمتوسط حسابي (٣,٩٦) لكل من الفقرتين.

اما الفقرة (٣٥) التي تنص على "يضلل الاعلام الاجتماعي الرأي العام من خلال خلق مستخدمين وهميين غير ملتزمين باخلاقيات المهنة الاعلامية" جاءت في المرتبة الثانية بمتوسط

حسابي (٣,٧٥). في حين حظيت الفقرة (٣٧) بالمرتبة الثالثة التي تنص "يساهم الاعلام الاجتماعي في خلق اضطرابات ومشاكل قانونية" بمتوسط حسابي (٣,٦٢). وحلت في المرتبة الرابعة الفقرتان (١١) و(١٥) اللتان تنصان "يفبرك الاعلام الاجتماعي المعلومات ويوظفها لمصالح سياسية معينة" و "يساهم الاعلام الاجتماعي في نشر الكراهية والحدق السياسي" بمتوسط حسابي (٣,٤٨) لكل منهما.

وفي المرتبة الخامسة نجد الفقرة (٤) التي تنص على "يخلق الاعلام الاجتماعي ارضية للنزاع الايدولوجي والفنوي بين المواطنين" بمتوسط حسابي (٣,٤٧). وحلت في المرتبة السادسة الفقرة (٢٩) التي تنص "يقدم الاعلام الاجتماعي آراء غير موضوعية عن الواقع السياسي" بمتوسط حسابي (٣,٤١). وفي المرتبة السابعة جاءت الفقرة (٩) التي تنص "يبرر الاعلام الاجتماعي ممارسات العنف السياسي غير المسؤول" بمتوسط حسابي ٣,٣٢. وفي المرتبة الثامنة والاخيرة نجد الفقرة (١٣) التي تنص على "يخلق الاعلام الاجتماعي فوضى سياسية" بمتوسط حسابي (٣,٠٩).

ومن خلال هذه المؤشرات يتبين ان اكثرية الفقرات هذا المجال قد تراوحت متوسطاتها الحسابية بين (٣,٤١ - ٤,٠١) وهي متوسطات مرتفعة تؤكد على ان الاعلام الاجتماعي تواجه جملة من التحديات، ولاسيما في مجال عدم التزام مستخدميها بأخلاقيات العمل الاعلامي المتمثلة بالمصادقية و توظيف الرسالة الاعلامية لجهات سياسية معينة بدون مراعات الجمهور، وتضليل الرأي العام.

ان الاعلام الاجتماعي الذي لم يكن مألوفاً من قبل، قد انتشر بسرعة فائقة، كظاهرة اتصالية و اعلامية، وغزا الحياة اليومية لمستخدميها بشكل لم يسبق له مثيل. ويستنتج الباحثان ان الانتشار الفائق لهذا الاعلام قد افرز ايضا نتائج سلبية ايضا، خصوصا وانه اصبح وسيلة لافراغ الطاقات المكبوتة لمستخدميه.

وهناك فقرتان تتراوح متوسطاتها الحسابية بين (٣,٣٢ - ٣,٠٩) والتي تؤكد على الدور المتوسط للاعلام الاجتماعي، وتتعلق بممارسات العنف السياسي غير المسؤول، ودور الاعلام الاجتماعي في خلق فوضى سياسية. ولم تتل هاتان الفقرتان موافقة العينة بالشكل المطلوب. ينظر جدول (٧).

جدول (٧) تحديات الاعلام الاجتماعي في عملية التغيير السياسي لائتلاف كوردستان

المرتبة	الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	المستوى
١	٦	يزيد الاعلام الاجتماعي التشهير بالافراد والشخصيات العامة	٣,٩٦	مرتفع
١	٣١	يوظف الاعلام الاجتماعي مواقف ومعلومات محددة كدعاية لجهات سياسية	٣,٩٦	مرتفع
٢	٣٥	يضل الاعلام الاجتماعي الرأي العام من خلال خلق مستخدمين وهميين غير ملتزمين بأخلاقيات المهنة الاعلامية	٣,٧٥	مرتفع
٣	٣٧	يساهم الاعلام الاجتماعي في خلق اضطرابات ومشاكل قانونية	٣,٦٢	مرتفع
٤	١١	يفبرك الاعلام الاجتماعي المعلومات ويوظفها لمصالح سياسية معينة	٣,٤٨	مرتفع
٤	١٥	يساهم الاعلام الاجتماعي في نشر الكراهية والحدق السياسي	٣,٤٨	مرتفع
٤	٤	يخلق الاعلام الاجتماعي ارضية للنزاع الايدولوجي والفنوي بين المواطنين	٣,٤٧	مرتفع
٥	٢٩	يقدم الاعلام الاجتماعي آراء غير موضوعية عن الواقع السياسي	٣,٤١	مرتفع
٦	٩	يبرر الاعلام الاجتماعي ممارسات العنف السياسي غير المسؤول	٣,٣٢	متوسط
٧	١٣	يخلق الاعلام الاجتماعي فوضى سياسية	٣,٠٩	متوسط
العام			٣,٥٨	مرتفع

الاستنتاجات :

- ١- استنتج الباحثان بعد مناقشة نتائج الدراسة الميدانية وفي ضوء اهداف هذه الدراسة ما يأتي:
١- اصبح الاعلام الاجتماعي واقعا على الساحة السياسية في اقليم كردستان العراق ويساهم في التغييرات سياسية التي يشهدها داخليا، واصبح عاملا من عوامل متطلبات التغيير.
- ٢- ساهم الاعلام الاجتماعي في احداث وصنع مجموعة من اشكال التغيير السياسي، خاصة في تحويل الجماهير الى جماعات ضاغطة، وتفعيل المشاركة السياسية وتكوين اتجاهات مختلفة نحو العملية السياسية، وابرار قيادات جديدة ومحاربة الفساد.
- ٣- لعب الاعلام الاجتماعي دورا بارزا في اكمال نواقص الاعلام التقليدي، خاصة في رفا الافراد بمعلومات كانت بعيدة عن متناولهم في الماضي، وأتاح الإعلام الاجتماعي فرصاً عديدة امام مستخدميها لم تكن متاحة من قبل، خاصة في نقل المعلومة وتبادل الآراء بحرية ومراقبة الاحداث، مما سهل الطريق امام التغييرات السياسية .
- ٤- على الرغم من الدور الذي يلعبه الاعلام الاجتماعي في عملية التغيير السياسي، الا ان هناك اهدافا لا يمكن تحقيقها عبر الاعلام الاجتماعي، من بينها موضوع التداول السلمي للسلطة، كشكل من اشكال التغيير السياسي، حيث لم يزل الموضوع يكتفه الغموض ولا يمكن تحقيقه بسرعة وسلاسة، وان للاعلام الاجتماعي في هذا المجال دورا محدودا ولا يمكنه توجيه الوعي السياسي لمستخدميها بالشكل المطلوب.
- ٥- على الرغم من التطورات الإيجابية للاعلام الاجتماعي، الا انه لا بد من التأكد من ان هذا الاعلام تواجه تحديات وبنبغي اخذها بنظر الاعتبار، خاصة في عدم التزام مستخدميها في كثير من الاحيان باخلاقيات العمل الاعلامي وتشويه الحقائق وتشهير بالشخصيات مما قد يؤدي الى افرزات سلبية تؤثر على العملية السياسية.

التوصيات :

- ١- ضرورة اهتمام النخب السياسية بالاعلام الاجتماعي وما يطرحه من مواد، كونه شديدة الصلة بالجماهير.
- ٢- العمل على توعية الجمهور حول كيفية الاستفادة من الاعلام الاجتماعي، كي لا يكون الاعلام الاجتماعي اعلاما لاثارة التوترات السياسية أو التحريض السلبي على شخصيات دون غيرهم، أو إشعال الفتنة والمشاكل الفئوية أو العرقية .
- ٣- اجراء دراسات علمية تتناول دور الاعلام الاجتماعي في مجالات اخرى، خاصة في مجال التغيير الاجتماعي وانعكاساته في المجالات الاخرى.
- ٤- ضرورة مراجعة اداء الاعلام التقليدي في اقليم كردستان العراق بخطته واستراتيجياته، بشكل يواكب تطورات العصر، والاستفادة من مزايا وخصائص الاعلام الاجتماعي، خاصة في توسيع دائرة حرية التعبير، وتفعيل دوره الرقابي والتقرب من الجماهير، والابتعاد عن ادلجة الاعلام لمصالح سياسية معينة.
- ٥- العمل على التعددية والتداول السلمي للسلطة، كظاهرة متأزمة من ظواهر التغيير السياسي في الاقليم، وضرورة ارساء قواعد حرية التعبير وضمن حقوق الانسان.

المصادر والمراجع :

أولاً: المصادر العربية والمصرية

- ١- حمزة، عبد اللطيف (١٩٧٨) ، الاعلام في صدر الاسلام، دار الفكر العربي، الطبعة الثانية، القاهرة ١٩٧٨.
- ٢- العالم، صفوت (٢٠١٣) ، دور وسائل الإعلام في مراحل التحول الديمقراطي مصر نموذجاً الدوحة، مركز الجزيرة للدراسات.
- ٣- العبدالله، مي (٢٠٠٦) ، نظريات الاتصال ، بيروت، دار النهضة العربية.
- ٤- عزي، عبدالرحمن (٢٠٠٣) ، دراسات في نظرية الاتصال، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية.
- ٥- فوزي، سامان ، (٢٠١١) ، قانون الصحافة في مائة سؤال وجواب ، ترجمة محي الدين محمود بهرام، السلیمانية، من مطبوعات منظمة التنمية المدنية.
- ٦- القاضي، باسل عبد المحسن (٢٠٠٧) ، تداول المعلومات عبر الانترنت وأثره في تشكيل الوعي في عصر العولمة، الاكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك.
- ٧- اللبان، شريف درويش (٢٠٠١) ، تكنولوجيا النشر الصحفي الاتجاهات الحديثة، القاهرة، دار المصرية اللبنانية.
- ٨- هيدبرو، غوران (١٩٩١) ، الاتصال والتغيير الاجتماعي في الدول النامية، ترجمة محمد ناجي الجوهري، بغداد، مطابع دار الشؤون الثقافية العامة.

ثانياً: المصادر الاجنبية:

1. Burgess, J., & Green, J. (2009) YouTube: Online Video and Participatory Culture. Cambridge, UK, Polity.
2. Drury, Glen 2008. Social Media: Should marketers engage and how can it be done effectively", Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice.
3. Wasko, J., & Erickson, M. (2009) The political economy of YouTube., Stockholm, National Library of Sweden.

ثالثاً: البحوث والدراسات العلمية:

- ١- الدليمي، عبدالرزاق محمد (٢٠١٣)، الاخلاقيات الاعلامية في القرن الحادي والعشرين، بحث علمي محكم منشور في كتاب وسائل الاعلام أدوات تعبيري وتغيير، عمان، دار الاسامة للنشر والتوزيع.
- ٢- الراوي، بشرى جميل (٢٠١٢) دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير مدخل نظري، مجلة الباحث الاعلامي، بغداد، العدد ١٨.
- ٣- الرعود، عبدالله ممدوح مبارك (٢٠١٢)، دور الشبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الاردنيين، دراسة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الاوسط في الاردن، كلية الاعلام .
- ٤- زودة، مبارك (٢٠١٢) ، دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام الثورة التونسية أنموذجاً دراسة ماجستير غير منشور، قدمت الى جامعة الحاج لخضر باتنة في الجزائر، قسم العلوم الإنسانية شعبة علوم الإعلام والاتصال.
- ٥- عوض، حسني (٢٠١١)، أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب، تجربة مجلس شبابي عرار أنموذجاً، دراسة قدمت لمؤتمر المسؤولية المجتمعية للجامعات الفلسطينية ، نابلس ٢٦-٩-٢٠١١.
- ٦- كاتب، سعود صالح (٢٠١١) ، الاعلام الجديد وقضايا المجتمع، دراسة قدمت الى المؤتمر العالمي الثاني للاعلام الاسلامي المنعقد في العاصمة الاندونيسية جاكارتا -٢٠١١/١٢/١٥.
- ٧- مراد، كامل خورشيد (٢٠١٣)، دور الاعلام في تنشيط الحراك السياسي العربي، شبكات التواصل الاجتماعي انموذجاً، بحث علمي محكم منشور في كتاب وسائل الاعلام أدوات تعبيري وتغيير، عمان، دار الاسامة للنشر والتوزيع.

- ٨- محمد، كولفرني (٢٠٠٨) ، التغيير الاجتماعي والسياسي، دراسة تأصيلية نقدية للمفاهيم ، المجلة العربية للعلوم السياسية، بيروت، العدد ٢٠.
- ٩- المنصور، محمد (٢٠١٢) ، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة ماجستير غير منشورة، الأكاديمية العربية في الدانمارك، كلية الآداب والتربية،
- ١٠- نومار، مريم نريمان (٢٠١٢)، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايستوك في الجزائر، دراسة ماجستير غير منشور، جامعة الحاج لخضر باتنة في الجزائر، قسم العلوم الإنسانية شعبة علوم الإعلام والاتصال.

رابعاً: التقارير العلمية

- ١- تقرير الإعلام الاجتماعي العربي، (٢٠١١) الاصدار الثاني ، دبي، كلية دبي للإدارة الحكومية. **خامساً: المواقع الإلكترونية:**

- ١- وادي، جليل (٢٠١٠)، دور الاعلام العربي في تشكيل ثقافة التغيير، مجلة المعارج الفكر، <http://m3arej.com/article/2010-07-15-21-45-04/1383-%D8%AF-%D8%AC%D9%84%D9%8A%D9%84-%D9%88%D8%A7%D8%AF%D9%8A.html>

ملاحق الدراسة :

ملحق (١)

استمارة استطلاعية اولية

جامعة السليمانية

كلية العلوم الانسانية/ قسم الاعلام

النائب....

النائبة.....

بين ايديكم استمارة اولية لبحث علمي تحت عنوان " دور الاعلام الاجتماعي في عملية التغيير السياسي لاقليم كردستان العراق " لتحديد دور واقع الاعلام الاجتماعي ودوره في عملية التغيير السياسي في اقليم كردستان العراق، لذا يرجى الاجابة على الاسئلة المرفقة طياً بغية الوصول الى نتائج علمية سليمة.

شكراً على اجابتكم

الباحث

الباحثة

د. ابراهيم سعيد فتح الله

د. ابتسام اسماعيل قادر

١/ ما اشكال التغيير السياسي لاقليم كردستان العراق في ظل الاعلام الاجتماعي؟

٢/ ما دور الاعلام الاجتماعي في اكمال نواقص الاعلام التقليدي في عملية التغيير السياسي لاقليم كردستان العراق؟

٣/ ما هي تحديات الاعلام الاجتماعي في عملية التغيير السياسي لاقليم كردستان العراق؟

ملحق (٢)

صلاحية استمارة

الاستاذ الفاضل

١- أ.د. وسام فاضل راضي، جامعة بغداد، كلية الاعلام

٢- ا.د. علي جبار الشمري، جامعة بغداد، كلية الاعلام

٣- أ.م.د. عدنان عبدالمنعم أبوسعد، جامعة بغداد، كلية الاعلام.

٤- أ.م.د. جليل وادي، جامعة بغداد، كلية الاعلام.

٥- أ.م.د. صابر بكر مصطفى، جامعة السليمانية، كلية العلوم الانسانية، قسم الاعلام
تحية طيبة..

بالنظر لما تتمتعون به من خبرة ودراسة علمية عاليتين نضع بين استمارة مقياس دراسة الموسومة (دور وسائل الاعلام الاجتماعي في عملية التغيير السياسي في اقليم كردستان العراق. دراسة مسحية على عينة من نواب

ثانياً: المقياس/ دور الاعلام الإجتماعي (social media) في عملية التغيير السياسي لاقليم كوردستان العراق

ت	الفقرات	دائماً	غالباً	أحياناً	نادراً	أبداً
١	يساهم الاعلام الاجتماعي في كشف الفساد ومحاربه					
٢	يتيح الاعلام الاجتماعي الفرصة للجميع في التعبير عن آرائهم ازاء الواقع السياسي					
٣	يساهم الاعلام الاجتماعي في توعية المواطن ازاء المجال السياسي					
٤	يخلق الاعلام الاجتماعي ارضية للنزاع الايدولوجي والفنوي بين المواطنين					
٥	يطرح الاعلام الاجتماعي افكار جديدة للاحساس بالمسؤولية السياسية					
٦	يزيد الاعلام الاجتماعي التثمين بالافراد والشخصيات العامة					
٧	يتجاوز الاعلام الاجتماعي الضغوطات التقليدية (السياسية- الاجتماعية- المهنية)					
٨	يساهم الاعلام الاجتماعي في تفعيل المشاركة السياسية					
٩	يبرز الاعلام الاجتماعي ممارسات العنف السياسي غير المسؤول					
١٠	ينتج الاعلام الاجتماعي السلوك ازاء الاصلاح السياسي					
١١	يفكر الاعلام الاجتماعي المعلومات ويوظفها لمصالح سياسية معينة					
١٢	يؤثر الاعلام الاجتماعي في صنع القرار السياسي					
١٣	يخلق الاعلام الاجتماعي فرضى سياسية					
١٤	يساهم الاعلام الاجتماعي في تغيير قناعات الجمهور تجاه السياسيين					
١٥	يساهم الاعلام الاجتماعي في نشر الكراهية والحدق السياسي					
١٦	يؤدي الاعلام الاجتماعي الى تكوين اتجاهات مختلفة نحو العملية السياسية					
١٧	يساهم الاعلام الاجتماعي في بروز المواطن الاعلامي					
١٨	يساهم الاعلام الاجتماعي في تغذية الاحتجاجات السياسية وادامتها					
١٩	يساهم الاعلام الاجتماعي في نقل المعلومة الى المواطن بصورة سريعة					
٢٠	يساهم الاعلام الاجتماعي في تبني افكار جديدة للعملية السياسية					
٢١	يلتغلب الاعلام الاجتماعي على سياسة حجب المعلومات					
٢٢	يزيد الاعلام الاجتماعي نسبة النزاهة والشفافية في العملية السياسية					
٢٣	يرفع الاعلام الاجتماعي مستوى حرية التعبير					
٢٤	يساهم الاعلام الاجتماعي في تحويل الجماهير الى جماعات ضاغطة					
٢٥	يقاوم الاعلام الاجتماعي الاعلام الموجه					
٢٦	يساهم الاعلام الاجتماعي في خلق شخصيات وقيادات سياسية جديدة					
٢٧	ينشط الاعلام الاجتماعي الوظيفة الرقابية على السلوك السياسي					
٢٨	يخلق الاعلام الاجتماعي التواصل بين السياسي والمواطن					
٢٩	يقدم الاعلام الاجتماعي آراء غير موضوعية عن الواقع السياسي					
٣٠	يساهم الاعلام الاجتماعي في افراغ الكبت السياسي وعدم تحويله الى العنف					
٣١	يوظف الاعلام الاجتماعي مواقف ومعلومات محددة كدعاية لجهات سياسية					
٣٢	يساهم الاعلام الاجتماعي في نشر ثقافة التعددية الحزبية					
٣٣	يلعب الاعلام الاجتماعي دور الوسيط بين المواطنين والسياسيين					
٣٤	يزيد الاعلام الاجتماعي شعور المواطن بالانتماء للمجال السياسي العام					
٣٥	يضلل الاعلام الاجتماعي الرأي العام من خلال خلق مستخدمين وهميين غير ملتزمين باخلاقيات المهنة الاعلامية					
٣٦	يدعم الاعلام الاجتماعي التداول السلمي للسلطة					
٣٧	يساهم الاعلام الاجتماعي في خلق اضطرابات ومشاكل قانونية					
٣٨	يقرب الاعلام الاجتماعي وجهات النظر الايدولوجية المختلفة					
٣٩	يثير الاعلام الاجتماعي الرأي العام حول الموضوعات السياسية					
٤٠	يساهم الاعلام الاجتماعي في منح اختيارات التحول الديموقراطي					

ملحق (٤) الوسط الحسابي للفقرات

الوسط الحسابي	الفقرات	ت
٣,٦٢	يساهم الاعلام الاجتماعي في كشف الفساد ومحاربه	١
٣,٩٤	يتيح الاعلام الاجتماعي الفرصة للجميع في التعبير عن ارائهم ازاء الواقع السياسي	٢
٣,٥٨	يساهم الاعلام الاجتماعي في توعية المواطن ازاء المجال السياسي	٣
٣,٤٧	يخلق الاعلام الاجتماعي ارضية للنزاع الايدولوجي والفنوي بين المواطنين	٤
٣,٤٤	يطرح الاعلام الاجتماعي افكار جديده للاحساس بالمسؤولية السياسية	٥
٣,٩٦	يزيد الاعلام الاجتماعي التثهير بالافراد والشخصيات العامة	٦
٣,٦٤	يتجاوز الاعلام الاجتماعي الضغوطات التقليدية (السياسية- الاجتماعية- المهنية)	٧
٣,٩٧	يساهم الاعلام الاجتماعي في تفعيل المشاركة السياسية	٨
٣,٣٢	يبرر الاعلام الاجتماعي ممارسات العنف السياسي غير المسؤول	٩
٣,٥١	ينتج الاعلام الاجتماعي السلوك ازاء الاصلاح السياسي	١٠
٣,٤٨	يفبرك الاعلام الاجتماعي المعلومات ويوظفها لمصالح سياسية معينة	١١
٢,٩١	يؤثر الاعلام الاجتماعي في صنع القرار السياسي	١٢
٣,٠٩	يخلق الاعلام الاجتماعي فوضى سياسية	١٣
٣,٤٠	يساهم الاعلام الاجتماعي في تغيير قنوات الجمهور تجاه السياسيين	١٤
٣,٤٨	يساهم الاعلام الاجتماعي في نشر الكراهية والحقد السياسي	١٥
٣,٩٦	يؤدي الاعلام الاجتماعي الى تكوين اتجاهات مختلفة نحو العملية السياسية	١٦
٤,٠١	يساهم الاعلام الاجتماعي في بروز المواطن الاعلامي	١٧
٣,٩٦	يساهم الاعلام الاجتماعي في تغذية الاحتجاجات السياسية وادامتها	١٨
٤,٠٨	يساهم الاعلام الاجتماعي في نقل المعلومة الى المواطن بصورة سريعة	١٩
٣,٧١	يساهم الاعلام الاجتماعي في تبني افكار جديدة للعملية السياسية	٢٠
٣,٩٨	يلتغلب الاعلام الاجتماعي على سياسة حجب المعلومات	٢١
٣,٤٨	يزيد الاعلام الاجتماعي نسبة النزاهة والشفافية في العملية السياسية	٢٢
٤,٠٢	يرفع الاعلام الاجتماعي مستوى حرية التعبير	٢٣
٤,٠١	يساهم الاعلام الاجتماعي في تحويل الجماهير الى جماعات ضاغطة	٢٤
٣,٥٥	يقاوم الاعلام الاجتماعي الاعلام الموجه	٢٥
٣,٥٧	يساهم الاعلام الاجتماعي في خلق شخصيات وقيادات سياسية جديدة	٢٦
٣,٩٣	ينشط الاعلام الاجتماعي الوظيفة الرقابية على السلوك السياسي	٢٧
٣,٩٢	يخلق الاعلام الاجتماعي التواصل بين السياسي والمواطن	٢٨
٣,٤١	يقدم الاعلام الاجتماعي آراء غير موضوعية عن الواقع السياسي	٢٩
٣,٦٦	يساهم الاعلام الاجتماعي في افراغ الكبت السياسي وعدم تحويله الى العنف	٣٠
٣,٩٦	يوظف الاعلام الاجتماعي مواقف ومعلومات محددة كدعاية لجهات سياسية	٣١
٣,٥٦	يساهم الاعلام الاجتماعي في نشر ثقافة التعددية الحزبية	٣٢
٣,٨٩	يلعب الاعلام الاجتماعي دور الوسيط بين المواطنين والسياسيين	٣٣
٣,٦٧	يزيد الاعلام الاجتماعي شعور المواطن بالانتماء للمجال السياسي العام	٣٤
٣,٧٥	يضلل الاعلام الاجتماعي الرأي العام من خلال خلق مستخدمين وهميين غير ملتزمين باخلاقيات المهنة الاعلامية	٣٥
٢,٩٥	يدعم الاعلام الاجتماعي التداول السلمي للسلطة	٣٦
٣,٦٢	يساهم الاعلام الاجتماعي في خلق اضطرابات ومشاكل قانونية	٣٧
٣,٤١	يقرب الاعلام الاجتماعي وجهات النظر الايدولوجية المختلفة	٣٨
٣,٩٢	يثير الاعلام الاجتماعي الرأي العام حول الموضوعات السياسية	٣٩
٣,٧١	يساهم الاعلام الاجتماعي في منح اختيارات التحول الديمقراطي	٤٠

ملحق (٦) الترتيب حسب الوسط الحسابي للفقرات

رقم الفقرة	الوسط الحسابي	الترتبة
١٩	٤,٠٨	١
٢٣	٤,٠٢	٢
١٧	٤,٠١	٣
٢٤	٤,٠١	٣
٢١	٣,٩٨	٤
٨	٣,٩٧	٥
٦	٣,٩٦	٦
١٦	٣,٩٦	٦
١٨	٣,٩٦	٦
٣١	٣,٩٦	٦
٢	٣,٩٤	٧
٢٧	٣,٩٣	٨
٢٨	٣,٩٢	٩
٣٩	٣,٩٢	٩
٣٣	٣,٨٩	١٠
٣٥	٣,٧٥	١١
٢٠	٣,٧١	١٢
٤٠	٣,٧١	١٢
٣٤	٣,٦٧	١٣
٣٠	٣,٦٦	١٤
٧	٣,٦٤	١٥
١	٣,٦٢	١٦
٣٧	٣,٦٢	١٦
٣	٣,٥٨	١٧
٢٦	٣,٥٧	١٨
٣٢	٣,٥٦	١٩
٢٥	٣,٥٥	٢٠
١٠	٣,٥١	٢١
١١	٣,٤٨	٢٢
٢٢	٣,٤٨	٢٢
١٥	٣,٤٨	٢٢
٤	٣,٤٧	٢٣
٥	٣,٤٤	٢٤
٢٩	٣,٤١	٢٥
٣٨	٣,٤١	٢٥
١٤	٣,٤٠	٢٦
٩	٣,٣٢	٢٧
١٣	٣,٠٩	٢٨
٣٦	٢,٩٥	٢٩
١٢	٢,٩١	٣٠