

The Impact of Iraqi Politicians' Use of Twitter on Public Political Awareness

Turki Hasan Najm^{1a} Leith Bader Yusuf^{1b}

¹ Department of Journalism, College of Mass Communication, University of Baghdad, Baghdad, Iraq.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Abstract

This research investigates the impact of Iraqi politicians' utilization of Twitter as an interactive media tool to communicate their positions and perspectives on political events. Twitter has become a significant platform for dialogue and interactive discussions. The survey method, specifically the descriptive approach, was employed to answer research questions and achieve objectives. A sample of 100 Iraqi Twitter users was selected, considering demographic variables such as gender, age, and educational background, during the period from September 15 to October 1, 2022.

Keywords: Social media; Twitter; Political awareness development.

OPEN ACCESS

^a **Corresponding author:** E-mail address: t.hasan@uokirkuk.edu.iq, +964 7706611355

^b **Co-author:** E-mail address: dr1aeth@comc.uobaghdad.edu.iq, +964 7713232032

DOI: <https://doi.org/10.33282/abaa.v15i60.933>

Received: 24/12/2022, **Accepted:** 27/03/2023, **Published:** 28/06/2023

انعكاس استخدام السياسيون العراقيون لتويتر على تنمية الوعي السياسي للجمهور

تركي حسن نجم¹ ليث بدر يوسف¹

¹ قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة بغداد، بغداد، العراق.

مستخلص

سعى البحث لمعرفة انعكاس استخدام موقع التواصل الاجتماعي "تويتر" عند السياسيين العراقيين، واتخاذهم أداة إعلامية تفاعلية لنشر مواقفهم ووجهات نظرهم ازاء الأحداث التي تجري في الساحة السياسية والتي أصبحت بيئة خصبة للحوار والنقاش التفاعلي، وقد استخدم الباحث المنهج المسحي بشقه الوصفي للإجابة عن تساؤلات البحث وأهدافه عن طريق عينة من الجمهور العراقي الذي يستخدم موقع "تويتر" والتي بلغت (100) مفردة للمدة من 15-9-2022 لغاية 1-10-2022، وتمت مراعاة المتغيرات الديمغرافية للمبحوثين من "النوع والسن والتحصيل العلمي".

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي؛ موقع تويتر؛ تنمية الوعي السياسي.

مقدمة

يرتبط الوعي السياسي Political Awareness بالبيئة السياسية في المجتمع ودرجة نضج مؤسساته التي تعني بشؤونه في المجالات كافة، ودورها كقوى فاعلة في صناعة القرار السياسي والاجتماعي، فالمجتمع بتنوعه هو الضمانة الحقيقية لعملية التغيير والإصلاح والتنمية، لذا كانت عملية تنمية الوعي من أولى المهام التي تضطلع بها مؤسساته المختلفة ومنها وسائل الإعلام التي تحرص على تزويد الجماهير بالمعلومات الصحيحة ووجهات النظر المختلفة.

وجاء استخدام النخب السياسية المؤثرة في العراق لموقع التواصل الاجتماعي "تويتر" للتعبير عن مواقف أو آراء حول ما يجري في الساحة السياسية، إذ يتفاعل المستخدمون معها وبشكل سريع ويبدون تفاعلهم بالإعجاب أو التعليق أو مشاركتها في صفحاتهم بما يدعم تلك المواقف أو توجيه النقد لما ورد فيها، الأمر الذي يفتح الحوار والجدل السياسي بينهم حول مضامينها وهو ما يسهم في المحصلة زيادة في مستويات الوعي السياسي وفهماً أكثر لطبيعة ما يدور من أحداث في البلد، لذا فإن الدراسة تسعى الى التعرف على طبيعة استخدام موقع التواصل الاجتماعي "تويتر" والتي

تسهم في تبني وبناء مساحة من الوعي السياسي للجمهور العراقي.

الإطار المنهجي

أولاً: مشكلة البحث وتساؤلاته

تتباين اتجاهات ومواقف الجمهور تبعاً لطبيعة المشهد السياسي العراقي المتوتر، إذ كان موقع التواصل الاجتماعي "تويتر" خلال تلك الفترة من اجراء الانتخابات النيابية في 2021/10/10 ولغاية تشكيل الحكومة العراقية برئاسة (محمد شياع السوداني) في 13 تشرين الأول 2022 المنصة المهمة وأحد المساحات المهمة التي جرى استثمارها واللجوء إليها من قبل الشخصيات السياسية المؤثرة في العراق في التواصل مع الجمهور المستخدم، وتأخير تشكيل حكومة عراقية جديدة. وينطلق البحث من التساؤل الرئيس وهو ما طبيعة استخدامات الجمهور العراقي لموقع التواصل الاجتماعي "تويتر" وانعكاساته في تنمية الوعي السياسي للجمهور؟ ويتفرع من السؤال الرئيس الاسئلة الآتية:

1. ما انماط استخدامات الجمهور العراقي لموقع التواصل الاجتماعي "تويتر"؟
2. ما القضايا والموضوعات السياسية التي تحظى بمتابعة الجمهور العراقي؟
3. ما الدوافع والاشباكات المتحققة جراء استخدامات الجمهور العراقي لموقع التواصل الاجتماعي "تويتر"؟
4. ما مدى اسهام موقع التواصل الاجتماعي "تويتر" في تنمية الوعي السياسي، كشكل من أشكال التعبير السياسي؟
5. ما مستوى الوعي السياسي الذي يحققه تفاعل ونقاش الجمهور العراقي الموضوعات السياسية للموقع؟

ثانياً: أهداف البحث

1. الكشف عن عادات وأنماط واستخدامات السياسية الجمهور العراقي لموقع التواصل الاجتماعي "تويتر".
2. رصد القضايا والموضوعات السياسية التي اثار ردود من قبل المتابعين في موقع التواصل الاجتماعي "تويتر".
3. تحديد دوافع استخدامات الجمهور العراقي لموقع التواصل الاجتماعي "تويتر" والاشباكات المتحققة فيه.
4. تحديد مستوى الوعي السياسي الذي يحققه التفاعل والنقاش في موقع التواصل الاجتماعي "تويتر".

ثالثاً: أهمية البحث

تكمن أهمية البحث في دراسة ما يوفره موقع التواصل الاجتماعي "تويتر" من مساحة النقاش والتفاعل للقضايا السياسية وانعكاس ذلك في تنمية الوعي السياسي للجمهور العراقي لما لها من أهمية كبيرة على النحو الآتي:

1. أهمية ما يشهده العراق والمنطقة من التغييرات السياسية والاجتماعية العميقة وتأثيرها على واقع ومستقبل العراق.
2. الأهمية المتزايدة لمواقع التواصل الاجتماعي بصورة عامة وموقع "تويتر" خاصة في العالم، (مركز الاعلام الرقمي، 2022).

رابعاً: نوع البحث ومنهجيته

تُعدّ هذه الدراسة من الدراسات الوصفية لمعرفة طبيعة الجمهور من حيث السمات الديموغرافية التي تشمل "النوع، السن، الحالة الاجتماعية، التحصيل العلمي" بغية التعرف على طبيعة استخدامات الجمهور العراقي ودورها في تنمية الوعي السياسي في العراق.

خامساً: مجالات البحث

1. **المجال المكاني:** يشمل الجمهور العراقي المستخدم لموقع التواصل الاجتماعي "تويتر" في ثلاث مناطق مختلفة من العراق: (الشمالية ما عدا اقليم كردستان وجمهورية العاصمة بغداد والمحافظات الوسطى والجنوبية)، وتم استبعاد جمهور محافظات اقليم كردستان لأسباب تتعلق بعدم وجود موقع التواصل "تويتر" باللغة العربية بشكل واسع.
2. **المجال الزمني:** يمثل عام 2022 وهو الذي شهد حراكاً سياسياً عراقياً من أجل تشكيل حكومة عراقية جديدة بعد الانتخابات البرلمانية "الدورة الخامسة".
3. **المجال الموضوعي:** موقع التواصل الاجتماعي "تويتر".

سادساً: مجتمع البحث

يتمثل مجتمع الدراسة في الجمهور العراقي، فقد حصر الباحث الدراسة مختلف مكونات المجتمع في ثلاث مناطق مختلفة من العراق.

سابعاً: دوات جمع البيانات

1. **عينة البحث:** تمثلت عينة الدراسة على عينة عمدية من مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي "تويتر"، قوامها (100) مفردة تم مراعاة التنوع الجغرافي في مجتمع الدراسة.
2. **أسلوب جمع البيانات:** نظم الباحث الاستمارات بالاستبيان كافة بعد مراجعتها مراجعة دقيقة وبعد ملئها من قبل المبحوثين، كما وقام الباحث بعملية تفرغ بياناتها وتحويلها إلى أرقام

عددية ونسب ومتوسطات حسابية.

ثامناً: إجراءات الصدق والثبات

حرصت الدراسة على توافر صدق المحتوى في استمارة الاستبيان عن طريق عرض استمارة الاستبيان الخاصة بالدراسة على عدد من الخبراء^(*) في مجال الإعلام والاتصال، فقد استخدم الباحث صدق المحتوى في صياغة فقرات القياس بما يتناسب مع ما وضعت من أجله، إذ يعتمد صدق المحتوى على قدرات الباحث في ترميز البيانات المطلوبة، وهو ما تشير إليه اغلب الدراسات المنهجية، أما تقدير معامل الثبات فقد اعتمد الباحث على طريقة الاختبار - وإعادة وطبق الاختبار على 20% من حجم العينة الأصلي البالغ 100 مفردة، (Test - Retest).

تاسعاً: مفاهيم البحث

1. **التنمية:** "هي العملية التي فيها بناء إعادة وتركيب وتوزيع النشاط وتوسيع مجاله وزيادة التخصص من خلال ترشيد وتنسيق السلوك واضفاء طابع نظامياً على أنواعه من أجل تطوير المجتمع" (أقداحي، 2012، صفحة 12).
2. **الوعي السياسي:** تنوعت تعريفات الوعي السياسي حسب الاختلاف الايدولوجي والمجتمعات البشرية إذ أعطى كل مجتمع تعريفاً خاصاً بالواقع السياسي حسب نوعيه ذلك المجتمع، فهو "حالة من اليقظة الفكرية يدرك فيها الإنسان نفسه وقدرته على الفهم والتحليل وهو عكس اللاليقظة أو السبات واللاوعي (البطش، 2016، صفحة 57).

عاشراً: الدراسات السابقة

1. دراسة (حسن، 2020) "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب العراقي"، سعت الدراسة الى التعرف على المواقع التي يفضل استعمالها الشباب العراقي بهدف الاطلاع على الأحداث السياسية المحلية، والتعرف على مدى تشكل هذه المواقع للوعي السياسي لدى الشباب العراقي والوقوف على دورها في زيادة المعلومات السياسية لديهم عن طريق تطبيق الدراسة على عينة بلغت (900) مبحوثاً، وتوصلت الى نتائج من أهمها: إن مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً مهماً رئيساً في تشكيل الوعي السياسي للشباب العراقي.
2. دراسة (أبو يعقوب، 2015): "أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلاب جامعة النجاح الوطنية"، هدفت الدراسة إلى الوقوف على الأثر الذي تتركه مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي، واستخدمت المنهج المسحي، واعتمدت على أداة الاستبانة على عينة مكونة (273) مفردة من طلبة جامعة النجاح الوطنية، وأظهرت

نتائج الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في تعزيز الوعي السياسي للناس لما يدور حولهم من أحداث على المستوى الداخلي أو الخارجي.

الإطار النظري

الوعي السياسي في مواقع التواصل الاجتماعي

يُعدّ موضوع الوعي السياسي أحد الموضوعات التي حظيت باهتمام الباحثين في حقول العلوم الإنسانية والاجتماعية المختلفة، وكذلك السياسيين وصناع القرار والمفكرين في الدولة، إذ تعتمد المجتمعات الإنسانية في استقرارها وتماسكها، وتقدمها وتطورها على ما يتوافر لديها من وعي سياسي وفهم مشترك للقيم والعادات والتقاليد السائدة في المجتمع (السرحدان وآخرون، 2016، صفحة 19). وفي ظل المشهد الإعلامي الرقمي أصبحت العلاقة بين الجمهور والوسائل الرقمية متغيرة، فلم تُعدّ قائمة على التلقي عبر المشاهدة والاستماع والقراءة، "إذ استبدل مفهوم الجمهور التقليدي Audience، بمفهوم User، وأصبح الاستعمال النشط فيها يتم عبر سلسلة لامتناهية من العمليات يتم تصنيفها، كونه يتجه مباشرة للمعنيين بالتواصل والجمهور الفعلي لهذه المواقع" (اسماعيل، 2021، صفحة 107).

أهمية الوعي السياسي

يشكل الوعي السياسي ضرورة كبيرة لبناء مجتمع ديمقراطي للمساءلة والشفافية والحكم الرشيد، إذ تحتاج الديمقراطية الى مشاركة المواطنين من أجل ضمان المزيد من التطور والبقاء للمواطنين الواعين سياسياً من خلال انتقاد إجراءات الحكومة، وتقاعسها، وبرامجها، وبمعنى آخر الوصول إلى المعلومات السياسية ومشاركة وسائل الإعلام المختلفة في تناولها (Badaru & Adu, 2021, p. 4). وتأثرت حالة الوعي السياسي بصورة عامة بالمسألة الدولية والصراع الدولي والعلاقات بين القطبين العملاقين في العالم، حيث شكلت ظروف الحرب الباردة نظاماً دولياً مرتبكاً، مما اعطى للأنظمة السياسية الشمولية في مجتمعات العالم والشرق الأوسط الحجة في عدم المضي في عملية التحول الديمقراطي التي كانت تمر بها، ما أدى الى بقاء تلك المجتمعات تحت الاستبداد السياسي (برواري، 2006، صفحة 20).

الوعي السياسي في ظل مواقع التواصل الاجتماعي

تُعدّ قضية الوعي من أهم القضايا التي شغلت بال الساسة والعلماء عبر التاريخ، وتعرضت بدورها لمتغيرات جديدة فرضتها الثورة الرقمية والمعرفية، سرعان ما كانت لها تأثيرات عميقة على الفرد والمجتمع والدولة، وأصبحت مواقع التواصل الاجتماعي الوسيلة المناسبة التي تسعى النخب السياسية للتعبير عن آراءها عبر منصات إعلامية، مما شجع الكثير وعلى اختلاف مستوياتهم الثقافية والعمرية والتعليمية بإنشاء حسابات خاصة بهم في تلك المنصات والمواقع لأسباب عدة

بعضها يتعلق بالتواصل مع الآخرين، والآخر لنشر الأفكار والتعبير عن الآراء وهو ما شجع في سرعة استخدامها وسهولتها، التي فضل استخدامها الشخصيات السياسية في العالم (نعمة و سالم، 2020، صفحة 135).

وتلعب شبكة الانترنت دورًا هامًا في توفير المعلومات لمستخدميها ازاء الأحداث السياسية ومشاركة مستخدميها وتشجيعهم في الأنشطة، ثم أصبحت لها حيوية في النقاشات السياسية والمشاركة السياسية، واستخدمت كأداة لإعلام الجمهور من خلال مواقعها على الانترنت، (Ahmad et al., 2019, p. 4).

وأصبحت شبكات التواصل الاجتماعي ظاهرة إعلامية يصعب تجاهل موضوعاتها وقضاياها الاجتماعية والسياسية، ولا سيما مع ارتفاع أعداد مستخدمي هذه الشبكات في السنوات الأخيرة، وتعدد جوانب الاهتمام البحثي بما يدور داخلها انطلاقًا من أهمية الدور الذي تؤديه هذه المواقع في توجيه مسار ما يتم تناوله في وسائل الإعلام التقليدية أو على مستوى النخب والأفراد (فاضل، 2021، صفحة 118).

وأخذت تلعب هذه المواقع الى جانب وسائل الإعلام التقليدية في العصر الحديث دورًا هامًا في البناء الاجتماعي كمصدر أساسي للوعي، وبناء الواقع السياسي للمجتمع والتأثير فيها، وبناء التوافق السياسي وتنميته كأدوات ناقلة غير موجهة، أما في عصرنا الراهن فهي موجهة ومؤثرة في خلق حالة من التوافق الاجتماعي السياسي (احمد و أبو القاسم، 2017، صفحة 161).

الدراسة الميدانية

أجريت الدراسة الميدانية للمدة من 9/15 - 2022/10/1 على عينة عمدية من مستخدمي تويتر بلغت (100) مفردة من محافظات العراق، فكانت النتائج كما هو مبين في الجداول الآتية:

أولاً: البيانات الأولية للمبحوثين: تتحدد الخصائص والبيانات النوعية لعينة الدراسة عن طريق متغيرات عدة منها: النوع، السن، التحصيل العلمي.

يوضح جدول (1) عينة الدراسة حسب متغير النوع والسن والتحصيل العلمي

المجموع الكلي	%	65- 51		50-36				35-23				التحصيل العلمي		
		اناث		ذكور		اناث		ذكور		اناث			ذكور	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		ك	%
2	2	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	1	1	دون الابتدائية
20	10	-	-	-	-	1	1	3	3	2	2	4	4	الابتدائية

31	31	1	1	2	2	2	2	8	8	5	5	13	13	الثانوية
57	57	1	1	3	3	5	5	13	13	8	8	27	27	الجامعية
100	100	2	2	5	5	8	8	25	25	15	15	45	45	المجموع

يوضح جدول (2) انماط استخدام الجمهور العراقي لموقع التواصل الاجتماعي "تويتر"

ت	هوية المستخدم	ك	%	الاجهزة المستخدمة	ك	%	مدة الانضمام	ك	%	مدة كل جلسة عند الاستخدام	ك	%	المجموع
1	اسم صريح بصورة شخصية	78	78	أجهزة الهاتف المحمول	90	90	أقل من (1) سنة	24	24	(2) ساعة	68	68	
2	اسم صريح بدون صورة شخصية	10	10	الحاسوب المحمول	4	4	(2-1) سنة	20	20	(2-1) ساعة	20	20	
3	اسم مستعار بصورة رمزية	8	8	الحاسوب المكتبي	4	4	(3-2) سنة	12	12	(3-2) ساعة	6	6	
4	اسم مستعار بدون صورة رمزية	4	4	الاجهزة اللوحية ايباد	2	2	أكثر من (3) سنوات	44	44	أكثر (3) ساعات	6	6	
	المجموع	100	100		100	100		100	100		100	100	

يوضح الجدول السابق فئات هوية المستخدم والأجهزة الالكترونية المستخدمة في الانضمام ومدة الانضمام ومدة كل جلسة عند الاستخدام في موقع التواصل الاجتماعي تويتر، وظهرت نتائج البحث أن فقرة اسم صريح وبصورة شخصية كان بنسبة (78%) من عينة المبحوثين الذين لديهم حساب على موقع التواصل الاجتماعي "تويتر"، وتلتها فقرة من لديهم اسم صريح بدون صورة شخصية بنسبة (10%)، ثم فقرة اسم مستعار بصوره رمزية بنسبة (8%)، وتلتها في المرتبة الأخيرة فقرة اسم مستعار بدون صورة رمزية بنسبة (4%)، وأظهرت النتائج أن مستخدمي الموقع يحرصون على اظهار هوياتهم الصحيحة، ويعبرون عن آرائهم ومواقفهم وتعليقاتهم بصورة واضحة، أما فيما يتعلق بفئات الأجهزة الالكترونية المستخدمة حصول فئة استخدام الهاتف المحمول في الدخول الى موقع تويتر في المرتبة الأولى بنسبة (90%)، ثم الحاسوب المحمول بنسبة (4%)، ثم الحاسوب المكتبي (4%)، أما نتائج فئة مدة الانضمام للموقع "تويتر" أشارت فقرة أكثر من (3) سنوات حققت نسبة (44%) من المبحوثين، في حين سجلت فقرة الانضمام للموقع "منذ أقل من سنة" نسبة (24%)، تلتها فقرة (2-1) سنة بنسبة بلغت (20%)، ثم فقرة الانضمام (3-2) سنة بنسبة (12%)، وظهرت نتائج الدراسة الخاصة بفئة مدة كل جلسة عند الاستخدام، حيث سجلت فقرة (2) ساعة بنسبة (68%) من المبحوثين، ثم فقرة (2-1) ساعة بنسبة (20%) من المبحوثين، فيما حصلت فقرة (3-2) ساعة وفقرة أكثر من (3) ساعات بنسبة (6%) لكل منهما.

جدول رقم (3) يوضح الموضوعات السياسية موقع التواصل الاجتماعي تويتر

المرتبة	%	ك	الموضوعات السياسية	ت
الأولى	48	48	النفوذ المتزايد للقوى الدولية والإقليمية وأثرها على مستقبل العراق	1
الثانية	36	36	دعوات حل البرلمان والدعوة إلى انتخابات نيابية جديدة	2
الثالثة	34	34	الحوار الوطني الجامع لكل القوى السياسية في العراق	3
الثالثة	34	34	تداعيات الوضع الأمني المتعلق بجهود القوى الأمنية لمواجهة الإرهاب	4
الثالثة	34	34	التسريبات السياسية ودور القضاء في مواجهة الفساد المالي والسياسي والإداري	5
الرابعة	20	20	الخلافات السياسية بين الكتل الفائزة لتحديد الكتلة الأكبر في مجلس النواب العراقي	6

يوضح الجدول أعلاه الموضوعات التي يفضل المبحوثين متابعتها في موقع "تويتر"، إذ حصلت موضوعات النفوذ المتزايد للقوى الدولية والإقليمية ولأثرها على مستقبل البلاد على المرتبة الأولى ونسبة (48%)، ثم تلتها الدعوات حل البرلمان والدعوة إلى إجراء انتخابات جديدة بنسبة (36%)، ثم الموضوعات التي تتعلق بالحوار الوطني الجامع، وتداعيات الوضع الأمني لمواجهة الإرهاب، والتسريبات السياسية ودور القضاء في مواجهة الفساد المالي بنسبة (34%)، ثم تلتها الخلافات السياسية بين الكتل الفائزة في الانتخابات بشأن تحديد الكتلة الأكبر بنسبة (20%)، وتؤكد نتائج الجدول السابق إلى وعي المبحوثين السياسي للموضوعات السياسية التي تتناولها صفحات الشخصيات المؤثرة في موقع تويتر.

يوضح جدول (4) دوافع استخدام موقع التواصل الاجتماعي تويتر

المجموع	منخفضة		متوسطة		عالية		دوافع استخدام موقع التواصل الاجتماعي تويتر	ت
	%	ك	%	ك	%	ك		
100	26	26	46	46	28	28	التواصل مع الزملاء والأصدقاء في داخل البلد وخارجه.	1
100	8	8	70	70	22	22	الحصول عن المعلومات العامة لزيادة الجانب المعرفي.	2
100	11	11	68	68	21	21	الحصول على الأخبار السياسية لمواكبة المستجدات.	3
100	12	12	53	53	35	35	تبادل وجهات النظر والنقاش حول الموضوعات السياسية.	4
100	12	12	72	72	16	16	المشاركة في الحراك الجماهيري من أجل الإصلاح والتغيير.	5
100	32	32	54	54	14	14	القيام بمبادرات وأنشطة سياسية واجتماعية.	6

7	للتسلية وفضاء الفراغ.	27	27	53	53	20	20	100
8	دوافع اخرى غير المذكور.	32	32	42	42	26	26	100
	المجموع	195	24.3	458	57.2	147	18.3	800

يوضح الجدول اعلاه دوافع استخدام المبحوثين لموقع التواصل الاجتماعي "تويتر"، وبينت النتائج أن فقرات الدوافع جاءت بدرجة متوسطة بلغت نسبتها (57.2%)، إذ حصلت فقرة دوافع المشاركة في الحراك الجماهيري من أجل الاصلاح والتغيير بنسبة (72%)، تلتها فقرة الحصول عن المعلومات العامة لزيادة الجانب المعرفي بنسبة (70%)، ثم دوافع الحصول على الأخبار السياسية لمواكبة المستجدات بنسبة (68%)، وتلتها فقرة القيام بمبادرات وأنشطة سياسية واجتماعية بنسبة (54%) ثم تبادل وجهات النظر والنقاش حول الموضوعات السياسية ودوافع للتسلية بنسبة (53%)، وتلتها التواصل مع الزملاء الاستخدام بنسبة (46%)، ودوافع أخرى غير الذي ذكر بنسبة (42%)، وتظهر نتائج الجدول السابق أهمية الجانب التفاعلي والبيئة النقاشية الذي يقوم بها موقع تويتر للمستخدمين في الموضوعات السياسية التي يغلب عليها اختلاف وجهات النظر تبعاً للاتجاهات ومواقف المستخدمين للمواقع ازاء الأحداث السياسية في العراق.

جدول (5) يوضح مدى استفادة المبحوثين لموقع التواصل الاجتماعي تويتر

ملاحظة: للمبحوث اختيار أكثر من بديل.

ت	مدى الاستفادة	ك	%	المرتبة
1	منحني القدرة على تكوين آراء عن قضايا تدور من حولي.	46	46	الاولى
2	عرفني بالشخصيات المؤثرة سياسيا في العراق.	40	40	الثانية
3	عرفني الى أسباب الأحداث السياسية الحالية التي تقع حولي.	38	38	الثالثة
4	عزز آرائي من خلال حوار و نقاشاتي وتعليقاتي مع الاخرين.	34	34	الرابعة
5	منحني فرصة ممارسة التعبير عن آرائني بحرية.	30	30	الخامسة
6	جعلني أشعر بثقة عالية بالنفس.	16	16	السادسة
	منحني القدرة للحوار والمناقشة في القضايا المطروحة.	16	16	السادسة
7	الشعور بالأمان من خلال المعرفة التي أحصل عليها.	14	14	السابعة
8	جعلني أعيد الاتصال مع الأهل والأصدقاء.	10	10	الثامنة
	المجموع	244	244	

يوضح الجدول مدى الاستفادة من موقع التواصل الاجتماعي "تويتر" بالنسبة للمبحوثين عينة الدراسة إذ بينت الدراسة ان فقرة منحتني القدرة على تكوين آراء عن موضوعات وقضايا تدور حولي كانت في مقدمة الاشباعات والاستفادة التي يحققها الموقع جراء الاستخدام بنسبة (46%)، ثم تلتها فقرة عرفني "تويتر" بالشخصيات المؤثرة سياسياً في العراق بنسبة (40%)، ثم فقرة عرفني

الى أسباب الأحداث السياسية الحالية التي تقع حولي بنسبة (38%)، ثم فقرة الموقع عزز آرائي من خلال الحوار والنقاشات والتعليقات مع الآخرين بنسبة (34%)، تلتها فقرة منحنى الموقع فرصة لممارسة التعبير عن آراء بحرية بنسبة (30%)، ثم فقرة الموقع جعلني أشعر بثقة عالية بنفسني، ومنحنى الموقع القدرة على الحوار والمناقشة في القضايا المطروحة بنسبة (16%)، وتلتها فقرة منحنى الموقع الشعور بالأمان من خلال المعرفة التي احصل عليها بنسبة (14%)، وجاءت بالمرتبة الأخيرة فقرة جعلني الموقع اعيد الاتصال بالأهل والأصدقاء بنسبة (10%).

جدول (6) يوضح درجة التقييم المبحوثين واستجاباتهم لاستخدامهم لموقع التواصل الاجتماعي تويتر

ت	الفقرة	الاستجابات						درجة التقييم	
		منخفضة		متوسطة		عالية		%	ك
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
100	100	6	6	56	56	38	38		يزداد الاهتمام بقضايا سياسية عندما يتم تداولها عبر (هاشتاقات).
100	100	4	4	62	62	34	34		يساعد الموقع على خلق بيئة نقاش مجتمعي للقضايا السياسية.
100	100	8	8	60	60	32	32		يؤدي خلاف الرأي القضايا السياسية إلى انقسام الرأي المتابعين.
100	100	10	10	54	54	36	36		يساهم النقاش للموضوعات السياسية الى تبني تلك القضايا.
100	100	10	10	54	54	36	36		يسهم النقاش في الموضوعات السياسية الى كسر حاجز الخوف.
100	100	16	16	50	50	34	34		يكون النقاش للقضايا السياسية الرغبة في التفاعل لما يتم طرحه.
100	100	10	10	46	46	44	44		يسهم تنوع الآراء والنقاش في فهم أكثر للقضايا السياسية.
100	100	9.4	31	54.5	191	36.2	127		المجموع

يوضح الجدول أعلاه درجة التقييم المبحوثين "عينة الدراسة" واستجاباتهم نتيجة استخدامهم لموقع التواصل الاجتماعي تويتر كانت بدرجة متوسطة بلغت في مجملها (54.5%) في مقابل درجة عالية بنسبة (36.2%) وبدرجة منخفضة (9.4%)، إذ جاءت نتائج الدراسة فقرة يساعد الموقع على خلق بيئة نقاش مجتمعي للقضايا السياسية بنسبة (62%)، وتلتها فقرة يؤدي خلاف الرأي القضايا السياسية إلى انقسام الرأي المتابعين بنسبة (60%) ثم فقرة يزيد الاهتمام بقضايا سياسية عندما يتم تداولها عبر "هاشتاقات" بنسبة (56%)، وتلتها فقرة يسهم النقاش للموضوعات السياسية الى تبني تلك القضايا، ثم فقرة يسهم النقاش في الموضوعات السياسية الى كسر حاجز الخوف بنسبة (54%)، ثم فقرة فهم أكثر للقضايا السياسية الزاهنة المرتبة الأولى بنسبة (44%)، وهذه نتائج تشير الى أن موقع تويتر يساهم في بناء بيئة نقاشية وتفاعلية مناسبة تتنوع فيه الآراء حول القضايا السياسية التي يتم تداولها، مما يساعد على فهم أكثر لهذه الموضوعات الأمر الذي

يكون الأساس في بناء وتنمية وعي سياسي ناضج لمستخدمي موقع التواصل الاجتماعي "تويتر".

ثانياً: النتائج:

1. أظهرت نتائج الدراسة أن مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي تويتر الذين يظهرون هوياتهم الحقيقية ويعبرون عن آرائهم ومواقفهم وتعليقاتهم بصورة واضحة في المرتبة الأولى بنسبة (78%)، تلتها نسبة (10%) من المبحوثين ممن لديهم اسم صريح بدون صورة شخصية
2. بينت نتائج الدراسة حصول جهاز الهاتف المحمول على المرتبة الأولى في الاستخدام للدخول في موقع التواصل الاجتماعي "تويتر" بنسبة (90%)، مقابل استخدام الحاسوب المحمول بنسبة بلغت (4%) ثم الحاسوب المكتبي (4%).
3. كشفت النتائج أن موقع التواصل الاجتماعي تويتر يحظى باهتمام المستخدمين في العراق، إذ أن مدة الانضمام للموقع لأكثر ثلاث سنوات جاء في المرتبة الأولى بنسبة (64%)، وأن مدة كل جلسة يوميًا عند الاستخدام من ساعة إلى ساعتين كانت بنسبة بلغت (68%).
4. أظهرت نتائج الدراسة أن متابعة الموضوعات الخاصة بالنفوذ المتزايد للقوى الدولية والاقليمية وأثرها في البلاد من أكثر الموضوعات التي يفضل المستخدمون متابعتها بنسبة (48%).
5. كشفت نتائج الدراسة أبرز دوافع الاستخدام للموقع من قبل المستخدمين إذ كانت دوافع معرفية للحصول على المعلومات بنسبة (92%).
6. أظهرت نتائج الدراسة أن تنوع الآراء والنقاش في الموقع يسهم في فهم أكثر للقضايا السياسية الراهنة الأولى بنسبة (44%)، ويزداد الاهتمام بالقضايا السياسية المعينة عندما يتم تداولها في الموقع عبر (هاشكات) وبنسبة (38%).

ثالثاً: الاستنتاجات:

1. إن مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي "تويتر" يظهرون هوياتهم الحقيقية ويعبرون عن آرائهم، ومواقفهم وتعليقاتهم بصورة واضحة.
2. كانت الدوافع المعرفية في الحصول على المعلومات من أبرز دوافع الاستخدام من قبل مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي "تويتر". كما أن الإشباع المعرفية كانت في مقدمة الإشباع التي حققها الموقع.

رابعاً: التوصيات:

1. ضرورة اهتمام مؤسسات الدولة بالدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي كأحد روافد الإعلام الحر المرتبط بحاجات أفراد المجتمع وطموحاتهم.
2. الاهتمام بقضايا الشباب العراقي وعرضها في وسائل الإعلام ومنصات مواقع التواصل الاجتماعي.

3. التوسع في اجراء البحوث والدراسات والظواهر الاعلامية التي صاحبت ظهور ما يطلق عليه الإعلام الاجتماعي التي يشكل موقع التواصل الاجتماعي "تويتر" احدى أهم أدواته ووسائله.

الهوامش

(* الخبراء المحكمين:

1. أ.د. سعد سلمان المشهداني، كلية الآداب، جامعة تكريت.
2. أ.د. عبد الجواد سعيد النجار، كلية الاعلام، جامعة المنوفية، جمهورية مصر العربية.
3. أ.د. سهام الشجيري، قسم الصحافة، كلية الاعلام، جامعة بغداد.
4. أ.د. دحام علي حسين، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة كركوك.
5. أ.د. فريد جاسم القيسي، قسم القانون والعلوم السياسية، كلية القلم الجامعة.

المصادر والمراجع

- أبو يعقوب، ش. ي. خ. (2015). أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية (رسالة ماجستير غير منشورة). كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية.
- احمد، ن. ز. ا.، و أبو القاسم، ل. ع. (2017). مفهوم و أهمية الوعي السياسي تجاه الدولة و المجتمع. مجلة تكريت للعلوم السياسية، 3(9)، 152-167.
- اسماعيل، ب. ج. (2021). تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي: أدوات بحثية. الباحث الإعلامي، 13(53)، 107-111. <https://doi.org/10.33282/abaa.v13i53.821>
- أقداحي، ه. م. (2012). التنمية الإجتماعية والسياسية في الدول النامية. الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة.
- البطش، ع. خ. (2016). تقييم النخبة السياسية و الاعلامية للخطاب الاعلامي الفلسطيني نحو قضية حصار غزة (رسالة ماجستير غير منشورة). كلية الآداب، الجامعة الإسلامية.
- السرحدان، ص.، درادكة، م.، مشاقبة، ع.، و سلامة، م. ب. (2016). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي: دراسة تطبيقية على طلبة جامعة آل البيت 2015/2016م. مجلة المنارة للبحوث والدراسات، 22(4/ب)، 193-256. <https://repository.aabu.edu.jo/jspui/handle/123456789/1191>
- برواري، ز. س. (2006). الوعي السياسي وتطبيقاته الحالة الكردستانية نموذجاً. دهوك: مطبعة خاني.
- حسن، ا. ك. (2020). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب العراقي (رسالة ماجستير غير منشورة). قسم الصحافة، كلية الاعلام، جامعة بغداد.
- فاضل، ع. م. (2021). الخطاب المتداول للمغربيين العرب حول التطبيع. الباحث الإعلامي، 13(52)، 111-128. <https://doi.org/10.33282/abaa.v13i52.770>
- مركز الاعلام الرقمي. (23 ايار، 2022). مركز الاعلام الرقمي يعلن عن الشخصيات السياسية العراقية الأكثر متابعة على تويتر. تم الاسترداد من مركز الاعلام الرقمي: <https://bit.ly/3MXAjOg>
- نعمة، ع. ج.، و سالم، س. خ. (2020). تغريدات الزعامات السياسية العراقية إزاء حراك تشكيل الحكومة عبر موقع تويتر للمدة من (3 / 9 / 2018م) ولغاية (3 / 9 / 2019م). الباحث الإعلامي، 12(50)، 133-150. <https://doi.org/10.33282/abaa.v12i50.712>

References

- Abu Yaqoub, S. Y. K. (2015). *The impact of social networking sites on the political awareness of the Palestinian cause among An-Najah National University students* (Unpublished Master Thesis). College of Graduate Studies, An-Najah National University.
- Ahmad, T., Alvi, A., & Ittefaq, M. (2019). The Use of Social Media on Political Participation Among University Students: An Analysis of Survey Results From Rural Pakistan. *Sage Open*, 9(3), 1-9. <https://doi.org/10.1177/2158244019864484>
- Ahmed, N. Z. A.-A., & Abu Al-Qasim, L. I. (2017). The concept and importance of political awareness towards the state and society. *Tikrit Journal of Political Science*, 3(9), 152 -167.
- Al-Sarhan, S., Daradkeh, M., Mashaqbeh, A., & Salama, M. B. (2016). The Role of Social Media in Shaping Political Awareness: An Empirical Study on Al al-Bayt University Students. *Al-Manara Journal for Research and Studies*, 22(4/B), 193-256. <https://repository.aabu.edu.jo/jspui/handle/123456789/1191>
- Albatsh, A. k. (2016). *Evaluation of the political and media elite of the Palestinian media discourse towards the issue of the siege of Gaza* (Unpublished Master Thesis). College of Arts, Islamic University.
- Aqdahi, H. M. (2014). *Social and political development in developing countries*. Aliaskandaria: University Youth Foundation.
- Badaru, K. A., & Adu, E. O. (2021). The Political Awareness and Participation of University Students in post-Apartheid South Africa. *Research in Social Sciences and Technology*, 6(3), 1-24. <https://doi.org/10.46303/ressat.2021.22>
- Barware, Z. S. (2006). *Political awareness and its applications The Kurdistan case as a model*. Duhok: Khani Press.
- Digital Media Center. (2022, May). *The Digital Media Center announces the most followed Iraqi political figures on Twitter*. DMC. <https://bit.ly/3MXAjOg>
- Fadhil, A. M. (2021). The Common Discourse of The Arab tweeters on Normalization. *ALBAHITH ALALAMI*, 13(52), 111-128. <https://doi.org/10.33282/abaa.v13i52.770>
- Hassan, A. K. (2020). *The Role of Social Media in formation Political Awareness* (Unpublished Master Thesis). Department of Journalism, College of Mass Communication, University of Baghdad.
- Ismael, B. J. (2021). Applications of social networking sites: Research Tools. *ALBAHITH ALALAMI*, 13(53), 107-111. <https://doi.org/10.33282/abaa.v13i53.821>
- Nima, O. J., & Salim, S. K. (2020). Tweets of Iraqi Political Leaders Regarding The

Movement to Form The Governmet Through Twitter (From 3rd September 2018 To 3rd September 2019). *ALBAHITH ALALAMI*, 12(50), 133-150.
<https://doi.org/10.33282/abaa.v12i50.712>