



Contents lists available at Academic Scientific Journal
<http://www.iasj.net>

Journal of Historical and Cultural Studies



Uses of the Iraqi community in Istanbul for Facebook And the results obtained from this field study

Asst.Lect.Jamal Askar mdhee* University of Tikrit - Faculty of Arts - Department of flags

Article info.

Article history:

- Received :1/5/2017
- Accepted :5/6/2017
- Available online :20/3/2019

Keywords:

- Iraqi
- facebook
- development

Abstract:

All the researches admit in the importance of facebook which is appear as a global and local phenomena, since it is a social network that can be reached freely. The social websites on the internet become the most important websites in the life of people as it distinguished with the rapid dissemination besides the interaction with global spread, and simplicity of usage , and variety of services which provide these websites in very brief periods. As a results of such fast development, frequently changing, and information flow, it forms the mechanism of social schizophrenia which is actually an escape state provided by media, and the facebook is the most effective one. In the tight of such rapid, technical, and frequent development which it spawned a new reality on the traditional media throughout practices new communication practices posed presenting researches to know the motivations of using such social websites by the Iraqi communities abroad, and the saturations which achieved. The facebook is considered one of the most social communicative websites in which it is distinguished with communicative technical devices in the disseminations of information or pictures or calls. It prevalence become with no limit since there is no private page with such site seem isolated upon the world events. It is necessary practice search on the Iraqi communities in Istanbul to know the motivations of using the facebook and what are the saturations that they achieved throughout the usage of such devices.

* E- mail: alayubicenter@yahoo.com

استخدامات الجالية العراقية في إسطنبول لموقع الفيس بوك والإشباعات المتحققة منها دراسة ميدانية

جامعة تكريت - كلية الآداب - قسم الإعلام

م. م. جمال عسكر مضحي

معلومات البحث	الخلاصة:
تواريخ البحث: - الاستلام: 2017/5/1 - القبول: 2017/6/5 - النشر المباشر: 2019/3/20	<p>جميع الأبحاث تعترف بأهمية الفيس بوك كظاهرة انتشرت عالمياً، و محلياً، وقد حدثت قفزات سريعة في تقنيات الاتصال والإعلام في معظم الدول العربية، كونها شبكة اجتماعية يمكن الدخول إليها مجاناً وأصبحت مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الأنترنت ذات أهمية كبيرة في حياة الناس، لما تميزت به من سرعة نشر المعلومات والتفاعلية، وعالمية الانتشار، وسهولة الاستخدام، وتنوع الخدمات التي توفرها هذه المواقع في فترات وجيزة جداً، ونتيجة لهذا التطور السريع والمتلاحق والمتغيرات، وتدفق المعلومات فقد تتشكل الية انفصام اجتماعي وهي في الواقع حالة هروب يوفرها الإعلام وفي موقع الفيس بوك يكون الهروب أكثر فاعلية.</p> <p>وفي ضوء تلك التطورات الفنية السريعة والمتلاحقة التي أفرزت واقعاً جديداً على الإعلام التقليدي من خلال ممارسات اتصاليه جديدة تفرض اجراء بحوث لمعرفة دوافع استخدام الجاليات العراقية في الخارج لهذه المواقع الاجتماعية، والإشباعات التي تحققها ويعتبر الفيس بوك من أهم مواقع التواصل الاجتماعي، لما يتميز به من تقنيات التواصل سواء بنشر المعلومات أو الصور والمكالمات، وأصبح مدى انتشاره لدرجة أن من لا صفحة خاصة به بهذا الموقع يبدو معزولاً عن العالم وما يحدث فيه، وكان من الضرورة اجراء بحث عن الجالية العراقية في اسطنبول، لمعرفة دوافع استخدامهم لموقع الفيس بوك وماهي الاشباعات التي يحققونها من خلال هذا الاستخدام.</p>
الكلمات المفتاحية: - عراقي - فيس بوك - تطوير	

المقدمة

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الأنترنت ذات أهمية كبيرة في حياة الناس، لتمييزها في سرعة نشر المعلومات، والتفاعلية، وعالمية الانتشار، وسهولة الاستخدام، وتنوع الخدمات التي توفرها هذه المواقع؛ وفي ضوء تلك التطورات الفنية السريعة والمتلاحقة التي أفرزت واقعاً جديداً على الإعلام التقليدي من خلال ممارسات اتصاليه جديدة تفرض اجراء بحوث لمعرفة دوافع استخدام هذه المواقع الاجتماعية والاشباعات التي تحققها ويعد الفيس بوك من أهم مواقع التواصل الاجتماعي لما يتميز به من تقنيات التواصل سواء بنشر المعلومات أو الصور، أو المكالمات الهاتفية، فأصبح أنتشاره واسعاً جداً ؛ فمن لا يملك صفحة خاصة به في الموقع أضحي معزولاً عن العالم وما يحدث فيه ؛ فكان من الضرورة اجراء بحث عن الجالية العراقية في إسطنبول لمعرفة دوافع استخدامهم لموقع الفيس بوك وماهي الاشباعات التي يحققونها من خلال هذا الاستخدام وتم تقسيم الدراسة إلى ثلاثة مباحث

المبحث الأول ويتناول الإطار المنهجي و مشكلة البحث و أهدافه و أهميته.

ويتناول المبحث الثاني الإطار النظري، ويتضمن:

- نظرية الاستخدامات و الاشباعات

- نشوء وتطور موقع الفيس بوك

أما المبحث الثالث فيتناول إجراءات البحث (الدراسة الميدانية)

الإطار المنهجي

أولاً: مشكلة البحث

نظراً للظروف التي مرت على العراق بعد الاحتلال الأمريكي عام 2003، وهجرة الكثير من مواطنيه إلى خارج العراق ثم بعد ذلك تلتها مرحلة أخرى في حزيران عام 2014 واحتلال داعش لثلاث محافظات، ونزوح أهلها داخل العراق وخارجه، لاسيما إلى تركيا التي تجاور العراق من حدوده الشمالية، و لغرض دراسة ورصد الجمهور العراقي في الخارج واستخداماته لوسائل التواصل الاجتماعي و الاشباعات المتحققة منها فأن هذه الدراسة تسعى إلى الكشف عن استخدام الجمهور العراقي المتواجد في إسطنبول لموقع الفيس بوك والاشباعات التي يحققها هذا الاستخدام.

ثانياً: تساؤلات البحث

هناك مجموعة من التساؤلات في هذا البحث تتمثل في الآتي:-

- 1- ما طبيعة وخصائص الجالية العراقية التي تستخدم الفيس بوك من حيث النوع والمستوى العلمي؟
- 2- ما مدى تعرض الجالية العراقية لمواقع الفيس بوك ؟
- 3- ما دوافع الجالية العراقية للتعرض لموقع الفيس بوك ؟
- 4- ماهي الاشباكات المتحققة من استخدام الفيس بوك ؟
- 5- ما الموضوعات المفضلة التي تتابعها الجالية العراقية من جراء تعرضها لموقع الفيس بوك؟

ثالثاً أهداف البحث

ترمي هذه الدراسة إلى معرفة دوافع الجالية العراقية في استخدام موقع الفيس بوك والاشباكات المتحققة من هذا الاستخدام وتحاول هذه الدراسة الكشف عن الأهداف الآتية:

- 1- معرفة مدى استخدام الجالية العراقية لموقع الفيس بوك.
- 2- تحديد دوافع الجالية العراقية في استخدام موقع الفيس بوك.
- 3- تحديد نوع الاشباكات التي يحققها هذه الاستخدام.
- 4- الكشف عن الموضوعات المفضلة التي تتابعها الجالية العراقية في إسطنبول من جراء استخدامها لهذا الموقع.
- 5- التعرف على طبيعة وخصائص الجالية العراقية التي تستخدم موقع الفيس بوك من حيث النوع والتخصص.

رابعاً: أهمية البحث

يكتسب البحث أهميته في محاولته التعرف على دوافع استخدامات الجالية العراقية في إسطنبول لموقع الفيس بوك وماهي الاشباكات التي تحققت من خلال هذا الاستخدام، كما تتبع أهمية البحث من كونها منطلقاً لباحثين آخرين للتعلم في دراسة الجاليات العراقية في دول العالم الأخرى بعد هجرة كبيرة خارج الوطن للظروف التي تعرض لها العراق لاسيما في حزيران عام 2014 بعد احتلال داعش لمساحات واسعة من العراق.

خامساً: نوع البحث ومنهجه

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تهدف الى الحصول على معلومات دقيقة حول موضوع البحث، وتحليلها وتفسيرها بدقة وموضوعية^(١).

قام الباحث باستخدام المنهج المسحي؛ كونه يستهدف دراسة جمهور المثقفين وتصنيف الدوافع والحاجات والاشباكات المتحققة منها. ويرى الباحث أن المنهج المسحي هو الأنسب لجمع البيانات والمعلومات من أفراد عينة البحث (الجالية العراقية في اسطنبول) حول استخدامهم لمواقع الفيس بوك والاشباكات المتحققة منها.

وتضمن المنهج المسحي اعتماد أسلوب الاستبانة للحصول على المعلومات وتفريغها والحكم عليها مع مقابلة بعض أفراد العينة لتوضيح بعض فقرات الاستمارة.

سادساً (حدود البحث)

أ- المجال الزمني

استغرق العمل الميداني للبحث طيلة شهري تموز و آب من عام 2016 وشمل العمل الميداني أعداد وتنظيم وتوزيع ومقابلة أفراد العينة واستخراج نتائج الاستبانة.

ب-المجال المكاني

نظرا لصعوبة تطبيق هذه الدراسة على الجالية العراقية في تركيا لكبر حجمها وسعة مدنها ومساحتها الشاسعة فقد أرتأى الباحث تطبيق الدراسة على مدينه اسطنبول كون اغلب الجالية العراقية تسكن فيها وخاصة في (حي أوجارلر) وحي (باشاك شهير) وهي أحياء تقع في الجانب الأوربي من مدينه اسطنبول.

د- المجال البشري.

تم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية من الجالية العراقية في إسطنبول وعددهم (60) ستون عينة. إلا أن التحليل شمل (50) خمسين عينة، و إهمل عشر استمارات لأنها لم تستوف الإجابات عن الأسئلة الموجودة في الاستمارة.

سابعاً أدوات البحث

وهي الوسائل التي يستخدمها الباحث في جمع البيانات المطلوبة للبحث وتضمنت أدوات البحث الاتي:

- 1- الاستبانة: اختار الباحث الاستبانة لاستطلاع رأي عينه من الجالية العراقية في إسطنبول لمعرفة مدى استخدامهم لموقع الفيس بوك والاشباعات المتحققة منه، وقد حازت صحيفة الاستبانة على قبول لجنة المحكمين بعد تعديل بعض فقراتها *.
- 2- المقابلة: استخدم الباحث هذه الأداة قبل توزيع الاستمارة؛ لتوضيح بعض فقرات الاستمارة ومعرفة اهتماماتهم لإضافات تمت بعد المقابلة.

ثامناً الدراسات السابقة

هناك دراسات في استخدامات الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعية ولكن لم يجد الباحث بحث دراسات عن استخدامات الجالية العراقية في الخارج لمواقع التواصل الاجتماعي.

مصطلحات البحث

1- الاستخدام

عملية التصفح التي يقوم بها الفرد في موقع الفيس بوك وعادات وأنماط هذا التصفح⁽ⁱⁱ⁾.

2- الاشباعات المتحققة: يقصد بها الناتج أو العائد الذي حصل عليه المستخدم نتيجة تعرضه لموقع الفيس بوك أو المنفعة التي تحققها وتنقسم الاشباعات إلى أشباعات محتوى وأشباعات الوسيلة⁽ⁱⁱⁱ⁾.

الفيس بوك

عبارة عن شبكة اجتماعية يمكن الدخول اليها مجاناً وتديره شبكة (الفيس بوك) محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام الى الشبكات التي تنظمها المدينة او هيئة العمل او المدرسة او الاقليم وذلك من اجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم^(iv).

الإطار النظري

المدخل إلى نظرية الاستخدامات والاشباعات

مفهوم النظرية: أنطلق مفهوم النظرية من خلال تعرض الجمهور لمنتج الوسائل الإعلامية لغرض إشباع رغبات كامنه تنطلق من دوافع حاجات فردية.

نشأة تطور النظرية: بدأت هذه النظرية منذ بداية الأربعينات وتحت مسميات أخرى لدراسة مضمون وسائل الإعلام، وانطلقت هذه النظرية على ضوء الأبحاث التي أجراها كل من ((هيرتا - هيرزج)) عام 1944 والتي توصلت إلى ضرورة إشباع الحاجات العاطفية^(v).

وتؤكد خلاصة الدراسات مدخل الاستخدامات والاشباعات أن الدوافع أو الاشباعات المطلوبة تدفع الأفراد لاستخدام وسائل اتصال معينه ومن ثم التعبير عن الاشباعات من خلال معتقدات وتقييمات أفراد الجمهور لما يتوقع أن يحصل على نتائج من هذا الاستخدام للوسيلة، وأفراد الجمهور مدفوعين بتأثيرات نفسية اجتماعية و ثقافية اجتماعية لاستخدام وسائل الاتصال، فأفراد الجمهور مبدعون ومبتكرون في استخداماتهم لوسائل الاتصال ومضامينها في محاولة منهم لتحقيق إشباعات مختلفة^(vi).

العناصر الأساسية لنظرية الاستخدامات والاشباعات

ترتكز النظرية على العناصر الأساسية التالية:^(vii)

- 1- الجمهور النشط: حيث يفترض أن الجمهور هو من يقوم بانتقاء وسائل اتصال معينه من خلال حاجات ودوافع مصدرها الخصائص الفردية والاجتماعية والبيئية لجمهور وسائل الإعلام.
- 2- الأصول الاجتماعية والنفسية والاستخدام وسائل الإعلام.
- 3- دوافع الجمهور وحاجات من الوسائل الإعلام.
- 4- التوقعات من وسائل الإعلام.
- 5- إشباعات وسائل الإعلام.

دوافع التعرض لوسائل الإعلام

يمكن تعريف الدوافع على أنها مثير داخلي أو حالة نفسية أو سيكولوجية داخلية تدفع الإنسان إلى سلوك معين استجابة لمثير يشبع ويلبي حاجاته^(viii)، وبوجه عام فأن معظم دراسات الاتصال تقسم دوافع التعرض إلى قسمين:^(ix)

1- دوافع منفعية: instrumental motives

وتستهدف التعرف على الذات واكتساب المعرفة والمعلومات، والخبرات وجميع أشكال التعليم بوجه عام التي تعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية.

2- دوافع طقوسيه Ritva Lized Motives

وتستهدف تمضية الوقت والاسترخاء و الصداقة والألفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات وتنعكس هذه الفئة في البرامج الخيالية مثل الأفلام والمسلسلات.

حاجات التعرض لوسائل الإعلام

الحاجة Need هي افتقار الفرد أو شعوره بنقص في شيء ما يحقق تواجده حاله من الرضا والإشباع.^(x)

أن الحاجات تتبع أساساً من الأفراد ولا بد للباحث أن يحدد الأصول النفسية للحاجات لأنها تيسر التعرف على الدوافع المرتبطة بالحاجات الفردية لكل فرد ومن ثم ينبغي ربط الدوافع بتوقعات الجمهور ومن هذا المنطلق قسم Gurevitch, Hass katz 1973 الحاجات إلى:^(xi)

1- حاجات معرفية: كإكتساب المعلومات المعرفية.

2- حاجات عاطفية: مثل الفرح السعادة والحزن.

3- الحاجة إلى التوافق الشخصي: مثل الاستقرار والثقة وتعزيز المصداقية.

4- الحاجة إلى التوافق الاجتماعي مثل تقوية العلاقات الأسرية ومع الأصدقاء.

5- الحاجة إلى الاسترخاء مثل الهروب والتحول.

كما قسم (وينر) الاشباعات وفق نظرية الاستخدامات والاشباعات إلى:^(xii)

1- إشباعات المحتوى: وهي تنتج من التعرض لمحتوى وسائل الإعلام وينتج منها:

أ- إشباعات توجيهية: وتتضمن على الحصول عن المعلومات.

ب- إشباعات اجتماعية: وهي الربط بين شبكة علاقات الفرد الاجتماعية.

2- إشباعات العملية و تنتج عن الارتباط بوسيلة معينة وليس بخصائص ومضمون الرسالة وتقسم إلى

نوعين:

أ- إشباعات توجيهية: وتتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات

ب- إشباعات اجتماعية: وهي التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام وتزيد من العزلة وضعف العلاقات

الاجتماعية.^(xiii)

موقع الفيس بوك

هو موقع اجتماعي أطلق في الرابع من فبراير عام 2004، وهو موقع يساعد على اكتشاف المزيد من الأشخاص الذي يتواجدون في نفس فئة الشبكة، ومؤسس الموقع مارك زكربيرج MARK Zuckerberg أسس الموقع عندما كان طالبا في جامعة هارفارد وكان في حينها مخصص فقط للطلبة ثم استمرت توسعه الاستخدام حتى أصبح متاحاً للجميع. واستندت الأفكار الأولى لمارك إلى مشاركة الصور على الإنترنت باعتبارها جزءاً كبيراً من التواصل الاجتماعي في وقت مبكر من انشائه (فيس بوك) وعلى الرغم من أن الموقع كأناً خاصاً بجامعة (هارفارد) فإن فيس بوك سرعان ما توسع إلى جامعات أخرى ذات مستوى رفيع^(xiv). بدأ استخدام الفيس بوك ينمو بشكل متسارع وغير معهود من قبل حتى أطلق عليه تسمية (السلطة الخامسة) التي غيرت الكثير من المفاهيم الإعلامية إذ أفرزت ثورة الاتصالات الأخيرة تسهيل تدفق الثقافات المختلفة بكل تنوعاتها وجدليتها. لقد غير موقع (الفيس بوك) الطريقة التي ينظر فيها الناس إلى شبكة الأنترنت، فبوسع الجميع إنشاء صفحة على الموقع تتيح التعبير عن الأفكار ومشاركه الصور مع الأصدقاء وأخبار الآخرين عما تقرأه أو تشاهده على الأنترنت.. ومنحت الهواتف الذكية (Smart phones) الناس أكبر فرصة لولوج موقع فيس بوك^(xv).

جميع الأبحاث تعترف بأهمية الفيس بوك كظاهرة انتشرت عالمياً و محلياً؛ وقد حدثت قفزات سريعة في تقنيات الاتصال والأعلام في معظم الدول العربية في فترات وجيزة جدا ونتيجة لهذا التطور السريع والمتلاحق والمتغيرات وتدفق المعلومات فقد تشكل الية انقسام اجتماعي، وهي في الواقع حالة هروب يوفرها الإعلام وفي موقع الفيس بوك يكون الهروب أكثر فاعلية^(xvi). وأفادت آخر إحصائية أن العراق احتل المرتبة الثالثة عربياً في عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في مؤشر عدد المستخدمين بحوالي 8.4 مليون مستخدم وبنسبة تصل إلى 10% من إجمالي عدد مستخدمي الفيس بوك بينما احتلت مصر المرتبة الأولى والسعودية المرتبة الثانية^(xvii). ونعزو سبب هذا الاستخدام للفيس بوك كونه شبكة اجتماعية يمكن الدخول إليها مجاناً وتديره (فيس بوك) فالمستخدمون يمكنهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو المدرسة أو الإقليم أو الجماعات ويمكنهم نشر صور لمجموعة من الأشخاص ثم اختيار رواد الموقع للشخص الأكثر جاذبية. إن من يتأمل شبكة الفيس بوك سيفاجأ بهذا الكم الهائل من العلاقات والتواصل بين البشر في العالم كله من شرقه وغربه وشماله وجنوبه وفيه لكل شخص صفحة

يستعرض فيها مواهبه^(xviii). وبلغ عدد مستخدمي الفيس بوك في العالم أكثر من (3) مليار مستخدم وفي الوطن العربي بلغ 62 مليون مستخدم^(xix).

يتميز الفيس بوك بخصائص عديدة^(xx):

- 1- خاصية wall لوحة الحائط مخصصه في صفحة المستخدم تتيح إرسال الرسائل أو الكتابة على حائط المستخدم.
 - 2- خاصية Pokes أو نكزة وهي إشهار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يرحب به.
 - 3- خاصية Status الحالة التي تتيح إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال.
 - 4- Notes التعليقات وهي متعلقة بالتدوين وتمكن المستخدم من جلب أو ربط المدونات وخدمات الرسائل والردشة و إرسال الهدايا الافتراضية.
- وفي الفترة الأخيرة تحولت مواقع الشبكات الاجتماعية إلى مصدر أساسي للمعلومات ونشر للفيديوات بحيث لجأت بعض الفضائيات والمؤسسات الإعلامية الكبيرة بالاستعانة بما ينشر من فيديوات ومعلومات على موقع الفيس بوك.

الدراسة الميدانية

بعد تعرض العراق لظروف قاهره وخاصة بعد 2014\6\10 وبعد احتلال داعش لمحافظة نينوى وصلاح الدين والأنبار وأجزاء من كركوك وديالي حدثت هجرة داخلية وخارجية، وكانت الهجرة الخارجية أغلبها إلى تركيا، وذلك لأسباب كثيرة منها قربها من العراق وسهولة الدخول إليها وقد أصبحت الجالية العراقية في تركيا كثيرة وتوطن في كل المحافظات، ولكن العدد الأكبر كان في إسطنبول رغم أن الباحث لم يستطع إحصاء العدد الحقيقي للجالية العراقية؛ كونها غير مستقرة و متحركة سواء بالتنقل الداخلي أو العودة إلى العراق.

- 1- مجتمع البحث: الجالية العراقية في إسطنبول في حي أوجار وحي باشاك شهير في الجزء الأوربي من المدينة.
- 2- عينه البحث: اختار الباحث (60) عينه وقد استبعد (10) استمارات لإهمال بعض فقراتها وبذلك أصبحت العينة (50) خمسين فردا من الجالية العراقية في إسطنبول.
- 3- المجال الزمني: وزعت الاستمارة في شهري تموز وأب عام 2016 وسحبت بعد أسبوع من توزيعها.

4- أدوات البحث: تم تصميم استمارة الاستبيان التي اشتملت على عدد من الأسئلة في ضوء أهداف وتساؤلات البحث.

5- إجراءات الصدق والثبات

عرضت استمارة الاستبيان الخاصة بالدراسة على عدد من المحكمين* من ذوي الخبرة في المجال البحثي والاستفادة مما قدموه من ملاحظات في تعديل بعض الجوانب الخاصة لمكونات الاستمارة وأجرى الباحث اختبار الثبات على عينة مكونة من (5) مبحوثين وهي تمثل 10% من حجم العينة وقد توصل الباحث ان نسبة الثبات بلغت 82 %.

جدول رقم (1)

يوضح خصائص عينة البحث

الخصائص	التكرار	النسبة المئوية
النوع		
ذكور	35	70%
أناث	15	30%
التحصيل العلمي		
ابتدائية	12	42%
إعدادية	27	54%
بكالوريوس	2	4%
عليا		

العمر		
أقل من 18	8	16%
19-25	12	24%
26-35	15	30%
36-45	10	20%
أكثر من 45	5	10%

يتبين من الجدول رقم (1) أن نسبة الذكور (35) ونسبة (70%) (والإناث (15) ونسبة (30%) بينما كانت شهادة البكالوريوس في المرتبة الأولى إذ بلغت (27) تكرار ونسبة مئوية (54%) (والإعدادية في المرتبة الثانية (12) تكرار ونسبة (24%) والعليا في المرتبة الثالثة بتكرار (2) ونسبة 4%.

أما المراحل العمرية فكانت أقل من سن 18 بتكرار (8) ونسبة مئوية (16%) هي ومن 19-25 (12) تكرار ونسبة (24%) ومن 26-35 بتكرار (15) ونسبة مئوية (30%) ومن 36-45 بتكرار (10) ونسبة مئوية (20%) وأكثر من (45) بتكرار (5) ونسبة مئوية (10%).

جدول رقم (2)

يمثل الفترة الزمنية التي يستخدم فيها أفراد عينة الدراسة موقع الفيس بوك

معدل الاستخدام التعرف	تكرار	نسبة
نصف ساعة إلى ساعتين	14	28%
2 ساعة إلى 4 ساعات	17	34%
4 ساعات إلى 6 ساعات	13	26%
6 ساعات فأكثر	6	12%

سجلت نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثين يقضون من (2) ساعة إلى (4) ساعات في استخدام موقع الفيس بوك إذ أشار (17) مبحوثا بنسبة (34%) أنهم يقضون هذا الوقت في استخدام الفيس بوك، ويرى الباحث أنها فترة مناسبة للاطلاع على الأحداث والمواضيع والقضايا

التي تهم المواطن العراقي كما كشفت الدراسة أن استخدام الفيس بوك من نصف ساعة إلى ساعتين قد جاء بالمرتبة الثانية بتكرار (14) ونسبة 28% في حين من 4 ساعات إلى ست ساعات كانت في المرتبة الثالثة وست ساعات فأكثر في المرتبة الرابعة.

(جدول رقم 3)

يوضح استخدام افراد عينة البحث للاسم الصريح من عدمه

نسبة	تكرار	
50%	25	ذكور ١ نعم
20%	10	لا
4%	2	أناث ١ نعم
26%	13	لا

أظهرت نتائج جدول رقم (3) أن نسبة الذكور التي تستخدم الاسم الصريح قد جاءت في المرتبة الأولى بتكرار (25) ونسبة مئوية (50%) وهذا يدل أن الأغلبية تستخدم الفيس بوك بأسماء صريحة وتكتب وتشارك دون وجود هواجس من استخدام الاسم الصريح بينما أجاب (10) مبحوثين بأنهم لا يكتبون الاسم الصريح ونسبة مئوية (20%) بينما أجابت الإناث بأنهم لا يستخدمون الاسم الصريح وتكرار (13) ونسبة مئوية (26%) وهذا يدل على وجود دوافع اجتماعية تمنعهم من استخدام الاسم الصريح بينما أجابت (2) مبحوثة بنعم ونسبة مئوية (4%) وهي قليلة نسبة إلى من لا يكتب الاسم الصريح.

(جدول رقم 4)

يمثل رأي عينة الدراسة في كون الفيس بوك عالم حقيقي أم افتراضي

نسبة	تكرار	
56%	28	1 - عالم حقيقي من الأصدقاء
44%	22	2 - افتراضي لا علاقة له بحياتك الحقيقة

حازت فقره الفيس بوك عالم حقيقي من الأصدقاء على المرتبة الأولى بتكرار (28) ونسبة (56%) وهذا يدل على أن أفراد العينة لديهم تواصل حقيقي مع الأقارب والأصدقاء وجاءت فقرة كونه افتراضي لا علاقة له بحياتنا الحقيقية بتكرار 22 بنسبة 44%

جدول رقم (5)

يمثل المقارنة بين عينة الدراسة في العالم الافتراضي باظهار شخصياتهم الحقيقية من عدمه

ذكور \ نعم	25	50%
لا	10	20%
أناث \ نعم	7	14%
لا	8	16%

تبين من الجدول رقم (5) أن الذكور قد حازوا على المرتبة الأولى بتكرار (25) ونسبة مئوية (50%) وهم من يظهرون شخصياتهم الحقيقية على الفيس بوك وهذا يدل على كون عينة الدراسة تتواصل مع شخصيات معروفة لديهم وهناك تواصل اجتماعي حقيقي بينما أجاب (10) من عينة الدراسة ب(لا) ونسبة 20% وحازت الإناث ممن أجابوا(بنعم) على تكرار (7) ونسبة مئوية (14%) وأجابوا ب(لا) (8) ونسبة مئوية (16%) وهي نسبة متقاربة وتدل أن الإناث لديهم شيء من الحرية في إظهار شخصياتهم الحقيقية والتواصل مع أشخاص يعرفونهم وهناك نسبة متردة في إظهار شخصياتهم الحقيقية.

جدول رقم (6)

يمثل مدى مصداقية صورة البروفایل لمستخدمي الفيس بوك لعينة الدراسة

ذكور \ نعم	19	38%
لا	16	32%
أناث \ نعم	-	-
لا	15	30%

يتبين من نتائج جدول (6) أن الذكور قد حازوا على المرتبة الأولى ممن يضعون صورهم الحقيقية ويتكرر (19) ونسبة مئوية (38%) وهذا يدل أن هناك حرية في التواصل وفي نشر الصور الحقيقية بينما أجاب ب(لا) (16) تكرر ونسبة (32%) وهي نسبة ليست قليلة وتدل أنه مازال هناك من يتردد في نشر صورته الحقيقية بسبب الظروف الطارئة التي يمر بها البلد وقد أجاب جميع فئات الإناث ب(لا) بتكرر (15) ونسبة مئوية (30%) وهذا يدل أن المرأة في مجتمعنا مازالت لا تستطيع نشر صورها الحقيقية لأسباب اجتماعية وعائلية.

جدول رقم (7)

يوضح دوافع استخدام عينة البحث لموقع الفيس بوك

أ - للترفيه والتسلية	23	46%
ب - للتعارف	9	18%
ج - للشهرة		
ت - لنشر أفكار	21	42%
ث - أخرى تذكر	-	

أظهر جدول رقم (7) أن دافع الترفيه والتسلية قد جاء في المرتبة الأولى ويتكرر (23) ونسبة مئوية (46%) وهذا يدل أن الجالية العراقية في اسطنبول تعاني من وقت فراغ وملل وتحاول الترفيه والتسلية من خلال استخدام الفيس بوك، بينما جاءت فقرة دافع نشر الأفكار في المرتبة الثانية ويتكرر (21) ونسبة مئوية (42%) وهذا يدل أن هناك تفاعلاً في الفيس بوك ومحاولة التأثير من خلال نشر الأفكار التي يؤمن بها عينة الدراسة من خلال الفيس بوك، وحازت فقرة دافع التعارف على المرتبة الثالثة ويتكرر (9) ونسبة مئوية (18%) وهذا يدل أن عينة الدراسة تستخدم الفيس بوك كذلك للتعارف ومد جسور علاقات جديدة أو إعادة أوامر صداقات قديمة.

جدول رقم (8)

يمثل مدى تفاعلية مستخدمي الفيس بوك مع المنشورات

لايك	21	42%
تعليق	23	46%
أتجاهله	6	12%

جدول رقم (8) يمثل مدى تفاعل عينة الدراسة مع المنشورات حيث حازت فقرة (تعليق) ب(23) تكرار ونسبة مئوية (46%) وهذا يدل أن هناك تفاعل من قبل الجالية العراقية مع ما ينشر في الفيس بوك بينما حازت فقرة (لايك) على المرتبة الثانية ب(21) تكرار ونسبة مئوية (42%) وهو كذلك يدل على وجود تفاعل مع منشورات الفيس بوك بينما جاءت في المرتبة الثالثة فقرة (أتجاهله) بتكرار (6) ونسبة مئوية 12%.

جدول رقم (9)

يوضح استخدام عينة البحث لنشر الأفكار على شكل منشورات في موقع الفيس بوك

نعم	32	64%
لا	18	36%

يتبين من جدول رقم (9) أن الجالية العراقية تساهم بشكل فاعل في الفيس بوك من خلال نشر الأفكار من قبل عينة الدراسة حيث جاءت الإجابة ب(نعم) في المرتبة الأولى بتكرار (32) ونسبة مئوية (64%) بينما اجاب ب (لا) (18)مبحوثا ونسبة (36%) وهذا يدل أن هناك من يتردد في نشر أفكاره عبر الفيس بوك.

جدول رقم (10)

يوضح معدل منشورات افراد العينة اليومية

المرتبة			
1 - منشور واحد	10	20%	2
2 - منشوران	12	24%	1
3 - ثلاث منشورات	5	10%	3
4 - أكثر من ذلك	5	10%	3

يبين الجدول رقم (10) أن معدل نشر منشور واحد في اليوم قد حاز على المرتبة الأولى حيث أجاب (28) من أفراد العينة بنعم ونسبة مئوية (56%) وهذا يدل أن هناك نشاط ملحوظ من قبل الجالية العراقية في إسطنبول من خلال نشرها يوميا منشور واحد في الفيس بوك بينما

حاز منشوران المرتبة الثانية بتكرار (12) ونسبة مئوية (42%) ونسبة جيدة على مشاركتهم وتفاعلهم في الأحداث والقضايا من خلال منشورين بينما جاءت ثلاثة منشورات وأكثر من ذلك على نسب متساوية ب(5) تكرارات ونسب مئوية (10%).

جدول رقم (11)

ماهو عدد أصدقائك على الفيس

1 - من 100 إلى 1000	44	88%
2 - من 1000 إلى 2000	6	12%
3 - من 2000 إلى 3000	-	
4 - من 3000 إلى 4000	-	
5 - 4000 إلى 5000	-	

يبين الجدول رقم (11) أن عدد الأصدقاء للجالية العراقية من (100-1000) قد حاز على المرتبة الأولى بتكرار (44) ونسبة مئوية (88%) وهذا يدل أن الجالية العراقية مازالت صداقاتها محدودة ضمن المجتمع المحيط بهم ولم يتوسعوا بصداقاتهم وعلاقاتهم عبر الفيس بوك بينما جاءت فقرة من (1000) إلى (2000) على المرتبة الثانية وهي نسبة قليلة ب(6) تكرارات ونسبة مئوية (12%).

جدول رقم (12)

ماهي الموضوعات التي تهتم بها و تتابعها

السياسية	8	16%
الاجتماعية	19	32%
الترفيهية	13	26%
الرياضية	5	10%

الدينية	15	30%
---------	----	-----

يتبين من الجدول رقم (12) أن المواضيع التي تهتم بها وتتابعها الجالية العراقية هي المواضيع الاجتماعية إذ حازت على المرتبة الأولى وبتكرار (19) ونسبة مئوية (32%) وهذا يدل على اهتمامهم بما يدور في المجتمع العراقي أو الجالية العراقية في إسطنبول من خلال متابعة المواضيع الاجتماعية بينما حازت المواضيع الدينية على المرتبة الثانية وبتكرار (15) ونسبة مئوية (30%) وهذا يدل على أن هناك اهتماماً بالمواضيع والمنشورات الدينية التي تتصل بحياتهم بينما حازت المواضيع الترفيهية على (13) تكرار ونسبة مئوية (26%) وهذا يدل على أن الجالية العراقية تحاول الهروب من الواقع من خلال متابعتها المواضيع التي تغير من الجو النفسي لها، بينما جاءت المواضيع السياسية في المرتبة الرابعة بتكرار قدره (8) ونسبة مئوية (16%) وهذا يدل على أن المواضيع السياسية أصبحت غير مهمة للجالية العراقية نظراً للمعاناة التي تعرضوا لها فأصبح لديهم نوع من اللامبالاة بما يجري حولهم بينما جاءت المواضيع الرياضية في المرتبة الأخيرة وبتكرار (5) ونسبة مئوية (10%).

جدول رقم (13)

القضايا التي نتابعها من خلال الفيس بوك

1 - قضايا العراق	4	8%
2 - قضايا الوطن العربي	4	8%
3 - القضايا العربية والإقليمية	8	16%
4 - القضايا العالمية	8	16%
5 - جميع ما تقدم	26	52%

يتبين من الجدول رقم (13) الذي يبين القضايا التي تتابعها الجالية العراقية من خلال الفيس بوك أن فقرة أتابع كل القضايا العراقية والعربية والإقليمية والدولية قد حازت على المرتبة الأولى

بتكرار (26) ونسبة مئوية (52%) وهذا يدل على أنهم يتابعون ما يدور حولهم سواء في الشأن العالمي الإقليمي أو المحلي بينما حازت القضايا العربية والعالمية على المرتبة الثانية بتكرار (8) لكل منهما ونسبة مئوية (16%) وهذا يدل أن التأثيرات الإقليمية على الوضع في العراق جعل الجالية العراقية تتابع شؤون الدول العالمية والإقليمية التي لها تأثير في الشأن العراقي بينما حازت المواضيع العراقية والعربية على المرتبة الثالثة بنسب متساوية وتكرار (4) ونسبة مئوية (8%) ويدل أن التأثير الدولي على العراق جعل الجالية العراقية تتابع شؤون العراق من خلال متابعتها للشأن الدولي والإقليمي.

جدول رقم (14)

استخدم الفيس بوك لأتابع في العراق

1 - الوضع الأمني فيه	4	8%
2 - القضايا السياسية	2	4%
3 - الخدمات	2	4%
4 - أتابع كل ما تقدم	42	84%

يبين جدول رقم (14) أن الجالية العراقية تستخدم الفيس بوك لمتابعة الوضع الأمني والسياسي والخدمات في العراق حيث حازت على المرتبة الأولى بتكرار (42) ونسبة مئوية (84%) وهذا يدل على أن الجالية العراقية تهتم بالوضع العام في العراق من كل جوانبه وتتابع كل ما فيه ويدل على تعلقها بالعراق واستمرارية متابعة كل شؤونه.

جدول رقم (15)

هل تستخدم الفيس بوك للتواصل مع بلدك العراق

نعم	47	94%
لا	3	6%

يبين الجدول رقم (15) أن الجالية العراقية تستخدم الفيس بوك للتواصل مع العراق حيث حازت إجابة (نعم) على المرتبة الأولى الدافع الرئيسي للاستخدام هو للتواصل مع بلدهم العراق.

جدول رقم (16)

الاشباكات المتحققة من استخدام الفيس بوك

الاشباكات المتحققة عن الفيس بوك	مهمة كثيرا		مهم		قليل الأهمية		الوسط المرجح	الوزن المثوي
	ت	ن	ت	ن	ت	ن		
1 - أتواصل مع الأهل والأصدقاء لمعرفة أخبارهم	35	70 %	6	12 %	9	18 %	2.52	84 %
2-التفاعل مع الأخرين من خلال مناقشة مواضيع متنوعة	23	46 %	15	30 %	12	24 %	2,22	74
3 - تعتبر الأخبار والأحداث مادة للتفاعل مع الأخرين	22	44 %	15	30 %	13	26 %	2,18 %	72,6
4 - معرفة أخبار الأحداث والأحداث	27	54 %	13	26 %	10	20 %	2,34	78
5 - تكوين رأي عن القضايا	16	32 %	22	44 %	12	24 %	2,08	69,3

والأحداث								
6 - الشعور بالأمان من خلال معرفتي بتفاهل الأحداث وحقيقتها	22	44 %	13	%26	15	%30	2,14	71,3
7 - تعزيز أرائي وقناعاتي السياسية	18	36 %	12	%24	20	%40	1,96	65,3
8 - اكتساب رؤية ومهاره في تحليل الأحداث	19	38 %	16	%32	15	%30	2,08	69,3
9 - تبني الآراء التي تصب في مصالحنا ومصلحة البلد	19	38 %	17	%34	14	%28	2,1	70
10 - استمتعت مع تطبيقات الفيس بوك	20	40 %	18	%36	12	%24	2,16	72
11 - من اجل التسليم والهروب من الواقع	19	38 %	16	%32	15	%30	2,08	69,3
12 - ملأ	17	34	19	%38	14	%28	2,06	68,6

						%		وقت الفراغ
--	--	--	--	--	--	---	--	------------

الجدول رقم (16) يوضح الاشباكات المتحققة جراء استخدام الفيس بوك من قبل عينة الدراسة وظهرت النتائج كما هي موضحة في الجدول حيث حازت إشباع (التواصل مع الأهل والأصدقاء لمعرفة أخبارهم) على المركز الأول إذ اعتبرها مهمة كثيراً (35) مبحوثاً بنسبة (70%) ومهم (6) مبحوثين بنسبة (12%) وقليل الأهمية (9) مبحوثين بنسبة مئوية (18%) وبذلك حصلت على وسط مرجح (2,52) ووزن مؤوي (84) وهي من الاشباكات الاجتماعية التابعة لإشباكات المحتوى ويرى الباحث أن استخدام الفيس بوك يحقق لعينة الدراسة إشباع نفسي بالتواصل مع الآخرين والقدرة على التعايش مع الظروف الطارئة التي يتعرضون لها هذه النتيجة محققة للمواضيع الاجتماعية التي تتابعها الجالية العراقية التي حازت على المرتبة الأولى في الجدول رقم (12)، وبينت الدراسة أن إشباع (معرفة آخر الأخبار والأحداث) قد حاز على المرتبة الثانية إذ اعتبرها مهمة كثيراً (27) مبحوثاً بنسبة (54%) ومهم (13) مبحوثاً بنسبة (26%) وقليل الأهمية (10) مبحوثين بنسبة (20%) وبذلك حصلت على وزن مرجح (2,34) ووزن مؤوي (78) وهذا النوع من الاشباكات التوجيهية التابعة لإشباكات المحتوى وهذا يدل أن العينة ترغب بتدقيق الأخبار ومتابعة الأحداث في العراق وخارجه وأن عينة الدراسة تمتلك قدرات ثقافية لمتابعة الأحداث المتتابة التي يمر بها العراق والمنطقة. بينما حاز إشباع التفاعل مع الآخرين من خلال مناقشة مواضيع متنوعة على المرتبة الثالثة إذ اعتبره مهمة كثيراً (23) مبحوثاً بنسبة (46%) ومهم (15) مبحوثاً بنسبة (30%) وقليل الأهمية (12) مبحوثاً بنسبة (24%) وبهذا حصلت هذه الفقرة على وسط مرجح (2,22) ووزن مؤوي (74) وهي من الاشباكات الاجتماعية التابعة لإشباكات المحتوى وهذا يدل أن الجالية العراقية متفاعلة مع الأحداث التي يمر بها العراق والمنطقة من خلال مشاركتها بالنقاش والمداخلات مع الأهل والأصدقاء والمعارف. وحصلت فقرة (تعتبر الأخبار والأحداث مادة للتفاعل مع الآخرين) على المرتبة الرابعة إذ اعتبرها مهمة كثيراً (22) مبحوثاً بنسبة (44%) ومهم (15) مبحوثاً بنسبة (30%) وقليل الأهمية (13) بنسبة (26%) وبهذا حصلت على وسط مرجح (2,18) ووزن مؤوي (72,6) وهي من الاشباكات الاجتماعية التابعة لإشباكات المحتوى وهي تحقق نوع من التفاعل الاجتماعي مع محيط عينة الدراسة واستمرارية تفاعلها معه عبر مناقشة الأحداث والأخبار، وحصلت فقرة (استمتعت مع تطبيقات الفيس بوك) على المرتبة الخامسة إذ اعتبرها مهمة كثيراً (20) مبحوثاً بنسبة (40%) وهم (18) مبحوثاً بنسبة (36%) وقليل الأهمية (12)

مبحوثا وبنسبة (24%) وحصلت على وسط مرجح شبه (2,16) و وزن مئوي (72) وهي من الاشباكات شبه التوجيهية وتتضمن شعور بالمتعة والسعادة واستعادة النشاط والحيوية وإيجاد وقت للمتعة والترفيه من ضغوط الغربة من خلال استخدام عينة الدراسة لموقع الفيس بوك، وحصلت فقرة (الشعور بالامان من خلال معرفتي بتفاصيل الأحداث وحقيقتها) على المرتبة السادسة إذ اعتبرها مهمة كثيرا (22) مبحوثا وبنسبة (44%) وهم (13) مبحوثا وبنسبة (30%) ووسط مرجح (2,14) ووزن مئوي (71,3) وهي من الاشباكات الاجتماعية ومراقبة البيئة التي تنتمي لها عينة الدراسة وهذا يدل أن الأوضاع في العراق تؤثر سلباً أو إيجاباً على وضع ونفسية الجالية العراقية في إسطنبول. وحازت على المرتبة السابعة (تبني الآراء التي تصب في مصلحتنا ومصلحة البلد) بوسط مرجح (2,1) ووزن مئوي (70) بينما حازت (التسلية والهروب من الواقع) و (واكتساب رؤية ومهارة في تحليل الأحداث) على المرتبة الثامنة بوسط مرجح (2,1) ووزن مئوي (69,3) وحازت (ملئ وقت الفراغ) على المرتبة التاسعة بينما احتلت المرتبة الأخيرة (إشباع تعزيز آرائي وقناعاتي السياسية) وهذا يدل أن الجالية العراقية قد حدث عندها تجاهل لقناعاتها السياسية نظراً للأحداث التي مر بها البلد والاحباطات والانتكاسات التي تعرض لها المواطن العراقي.

الاستنتاجات والتوصيات

- 1- أن إشباع التواصل مع الاهل والاصدقاء جاء بالمرتبة الأولى وهذا يدل أن الجالية العراقية في إسطنبول نشطة في التواصل مع الداخل العراقي ومتابعة شؤون بلدهم.
- 2- الجالية العراقية تعاني من فراغ كبير في إسطنبول ولذا فإنها تستمتع باستخدام الفيس بوك لملئ وقت الفراغ.
- 3- أن الجالية العراقية مهتمة بكل القضايا التي تتفاعل مع القضية العراقية من خلال متابعتها لكل القضايا العالمية والإقليمية.
- 4- الفيس بوك له أهمية كبيرة لدى الجالية العراقية لغرض الاطلاع على آخر تطورات الأحداث في العراق.
- 5- أن اغلب الجالية العراقية تقوم بالمشاركة في الفيس بوك من خلال المنشورات أو التعليقات.
- 6- الجالية العراقية تنتمي إلى وطنها وتتابع أحداثه باهتمام كبير.

ب - التوصيات

- 1- يمكن الاستفادة من الفيس بوك من خلال نشر كل ما يعزز الوطنية والانتماء للوطن من قبل وسائل الإعلام والجهات الرسمية والتواصل مع الجالية العراقية في إسطنبول من خلاله.
- 2- الاهتمام بالجالية العراقية من خلال إجراء بحوث عن الجاليات العراقية في الدول الأخرى لمعرفة حاجاتهم من وسائل الإعلام وما هي الوسائل الاعلامية الأكثر استخداما، ثم معالجة المواضيع المهمة والشائكة من خلال هذه الوسائل.

الهوامش

-
- 1- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، القاهرة ، عالم الكتب ، 2004، ص15.
 - 2- مريم نريمان نومان ، استخدام موقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية ، رسالة ماجستير غير منشورة جامعة الحاج لخضر ، قسم العلوم الإنسانية ، علوم الإعلام والاتصال ، 2012، ص6.
 - 3- حبيب خلف الملح ، تعرض طلبة جامعة بغداد للصحافة الإلكترونية و الإشباعات المتحققة منها ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة بغداد كلية الإعلام ، 2011، ص 14.

- 4- د. ياس خضر البياتي الأعلام الجديد الحرية والثورات ، هيئة الفجيرة للثقافة والأعلام، الإمارات العربية، 2014، ص 338.
- 5- أ.بسام عبد الرحمن المشاقبة ، نظريات الأعلام ، عمان ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، 2010، ص84.ص85.
- 6- سهير عثمان عبد الحليم، العوامل المؤثرة على قارئية الصحافة المطبوعة في مصر ، أطروحة دكتوراه غير منشورة ،جامعة القاهرة، كلية الأعلام ،2010، ص66.
- 7- بسام عبد الرحمن المشاقبة ، نظريات الأعلام ، مصدر سبق ذكره ، ص88.
- 8- رضا عكاشة ، تأثيرات وسائل الأعلام من الاتصال الذاتي إلى الوسائط الرقمية المتعددة ، القاهرة ، العالمية للنشر والتوزيع ، 2006، ص 194.
- 9- حسن عماد مكاوي – ليلي حسن السيد – الاتصال ونظرياته المعاصرة ، الطبعة الثالثة ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، 2006. ص 246-247.
- 10- محمد عبد الحميد – اتجاهات الأعلام واتجاهات التأثير ، الطبعة الثالثة ، القاهرة ، علم الكتب ، 2004، ص278-297.
- 11- حبيب خلف الملح مصدر سبق ذكره ص28-ص29
- 12- رشا فوازا لضان، استخداما لشباب الكويتي لشبكة الأنترنت وعلاقته بقارئية الصحف المطبوعة ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة القاهرة ، كلية الأعلام ، قسم الصحافة ، 2012 ، ص53.
- 13- حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد، الاتصال ونظرياتها المعاصرة، ط 2، 2002 ص 240.
- 14- سيليسياسكوت، فيس بوك، ترجمة رائد القاقون، الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروت، 2015، ص24-25.
- 15- درقاوي عبدالقادر شريف ، الفيس بوك في الوطن العربي، مجلة جيل الدراسات السياسية والعلاقات الدولية، العدد الأول، ص83.
- 16- سيليسياسكوت، فيس بوك، مصدر سبق ذكره ، ص 25.
- 17- د. سهاد ثجيل، وجه فيس بوك المؤسسات من خلال نظرية الثقافة التنظيمية، بحث منشور في مجلة الاتصال والتنمية، العدد السابع، كانون الثاني 2013، بيروت ص80.
- 18- إحصائية موقع النبأ في 2016/4/8 / n.annabaa.org news 7058
- 19- جمعية المعارف الإسلامية الثقافية، شبكات التواصل الاجتماعي مركز الحرب الناعمة للدراسات ، 2016، ص5.
- 20- د. ياس خضر البياتي ،مصدر سبق ذكره ، ص 338.
- 21- * عرضت الاستمارة على مجموعة من الأساتذة في اختصاص الأعلام وهم حسب الألقاب العلمية

أ- أ.د. سعد سلمان	جامعة تكريت /كلية الآداب /قسم الأعلام
ب- أ.م.د. سمر كرامي	جامعة الجنان /كلية الاعلام/طرابلس /لبنان
ت- أ.م.د. فريد فياض	جامعة تكريت /كلية الآداب /قسم الأعلام
ث- أ.م.د. يوسف حسن	جامعة تكريت /كلية الآداب/ قسم الأعلام
ج- أ.م. عيسى عيال مجيد	جامعة تكريت /كلية الآداب /قسم الأعلام

ح- م. حبيب خلف ملح جامعة تكريت /كلية الآداب /قسم الأعلام