

University professors' use of social media during the liberation of provinces from ISIS and the gratifications achieved from them (a field study).

استخدامات أساتذة الجامعات لمواقع التواصل في أثناء تحرير المحافظات من داعش والإشباع المتحققة منها: دراسة ميدانية.

Dr. SAIF SAADI AFTAN^{*1},
Dr. DHEYAA MUSTAFA NASER^{*2}
Al-Farahidi University – College of Media^{*1+2}

م.د. سيف سعدى عفتان الدليمي^{*1}
م.د. ضياء مصطفى ناصر^{*2}
جامعة الفراهيدي – كلية الاعلام^{*2+1}

ABSTRACT

The study aimed to identify university professors' uses of social networking sites during the liberation of Iraqi provinces from ISIS and the satisfactions achieved from them. The study used the descriptive survey method and the intentional sample, The study included a number of professors from Anbar University, one of the provinces previously under ISIS control. The study also used the uses and gratifications theory within its theoretical framework to determine the degree of professionalism of what is published on social media, particularly during the battles to liberate Iraqi cities. The most prominent results of the study were that the speed of spreading news of the launch of military operations and their results on social media sites was much faster than in other media outlets.

الخلاصة

هدف البحث التعرف على استخدامات اساتذة الجامعات لمواقع التواصل الاجتماعي أثناء تحرير المحافظات العراقية من تنظيم داعش والإشباع المتحققة منها، واستخدم البحث المنهج المسحي الوصفي، والعينة القصدية العمدية، والتي شملت عدداً من اساتذة جامعة الانبار لكونها احدى المحافظات التي كانت تحت سيطرة داعش، كما واستخدم البحث ايضاً في اطارها النظري نظرية الاستخدامات والإشباع بهدف التعرف على درجة مهنية ما يتم نشره على مواقع التواصل الاجتماعي لاسيما في معارك تحرير المدن العراقية. وكانت ابرز نتائج البحث ان سرعة انتشار خبر انطلاق العمليات العسكرية ونتاجها في مواقع التواصل الاجتماعي، اسرع بكثير من باقي الوسائل الاعلامية الاخرى مثل (التلفزيون، الاذاعة، الصحف، الوكالات)، كما أثبت البحث انه "كلما اعلنت القيادة العراقية عن انطلاق معارك تحرير المناطق المغتصبة من عصابات داعش، زاد ذلك من نسبة اقبال المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي.

الكلمات المفتاحية:

الاستخدامات والإشباع، مواقع التواصل، حرب التحرير ضد داعش

Keywords:

Uses and gratifications, social media, liberation war against ISIS.

Received	Accepted	Published online
استلام البحث	قبول النشر	النشر الإلكتروني
2/4/2025	4 /5/2025	15/12/2025

مقدمة

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي في السنوات الأخيرة أحد أبرز المصادر التي يعتمد عليها الأفراد والمؤسسات في متابعة الأحداث الجارية، ولا سيما التطورات السياسية والعسكرية التي شهدتها العراق خلال عمليات تحرير المحافظات من تنظيم داعش. فقد تمكنت هذه المنصات من احتلال موقع متقدم مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية كالإذاعة والتلفزيون والصحف ووكالات الأنباء، لما توفره من سرعة في نقل الحدث، ودقة في تداول المعلومات، وانتشار واسع يتجاوز الحدود الجغرافية.

كما أسهمت طبيعة المحتوى الفوري الذي تقدمه مواقع التواصل — مثل الهاشتاغات والتغريدات والبيث المباشر — في تحقيق سبق الصحفي وتقديم تفاصيل لحظية عن مجريات المعارك، وهو ما خفف كثيراً من الأعباء التقنية والمالية التي كانت تتحملها وسائل الإعلام التقليدية عند تغطية الأحداث الميدانية. وقد جعل ذلك الجمهور يميل إلى متابعة هذه المنصات بوصفها وسيلة اتصال شاملة ومرنة قادرة على إشباع حاجاته المعرفية والإعلامية بشكل أسرع وأكثر تنوعاً.

المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً: اشكالية البحث:

تكمن اشكالية هذا البحث في التعرف على حجم تعرض واستخدام اساتذة الجامعات لمواقع التواصل الاجتماعي ودورها في نقل الاخبار والنتائج العسكرية لمعارك تحرير المحافظات العراقية من تنظيم داعش، والاساليب التي تنتهجها هذه المواقع لجذب انتباه الجمهور المستهدف، لإشباع رغباته، والدوافع التي تقف وراء تعرض المبحوثين لهذه المواقع. ويمكن تلخيص اشكالية البحث في التساؤل الرئيس الاتي: ما حجم تعرض اساتذة الجامعات لمواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بالوسائل الاعلامية الاخرى، اثناء عملية تحرير محافظات العراق من عناصر تنظيم داعش؟

ثانياً: اهمية البحث:

أ- **الاهمية النظرية:** تظهر اهمية هذا البحث من خلال مساهمتها في اثراء الادبيات السوسيولوجية حول ظاهرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كإحدى وسائل التكنولوجيا الحديثة التي تزايد عدد مستخدميها في الآونة الأخيرة بشكل واضح، واتسع نطاق تأثيراتها المباشرة في ثقافة الافراد واتجاهاتهم.

ب- **الاهمية التطبيقية:** حيث قام هذا البحث بالتعرف على حجم استخدام هذه المواقع من قبل اساتذة الجامعات في الازمات الامنية والاشباكات المتحققة من ذلك، ويتوقع ان تسهم نتائج هذا البحث في تحسين الاستخدام والحد من الآثار السلبية.

ثالثاً: اهداف البحث

1. التعرف على دوافع استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي.
2. التعرف على الاشباكات المتحققة من استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي.
3. تحديد درجة مهنية ما يتم نشره على مواقع التواصل الاجتماعي لاسيما في معارك تحرير المدن

رابعاً: تساؤلات البحث

1. هل اسهمت مواقع التواصل الاجتماعي بدعم معارك الجيش العراقي ضد عصابات داعش الاجرامي؟
2. ما الأوقات المفضلة التي يستخدم فيها المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي؟
3. ما دوافع استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي؟
4. ما الاشباكات المتحققة من جراء استخدام عينة البحث لمواقع التواصل الاجتماعي؟

خامساً: فرضيات البحث

١. توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين الخصائص الديمغرافية (المستوى التعليمي، الجنس، العمر، مستوى الدخل، الوظيفة) واستخدام المبحوثين عينة البحث لمواقع التواصل الاجتماعي.
 ٢. كلما اعلنت القيادة العراقية عن انطلاق معارك تحرير المناطق المغتصبة من عصابات داعش، زاد ذلك من نسبة اقبال المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي.
 ٣. ان سرعة انتشار خبر انطلاق العمليات العسكرية ونتائجها في مواقع التواصل الاجتماعي، اسرع من باقي الوسائل الاعلامية الاخرى مثل (التلفزيون، الاذاعة، الصحف، الوكالات).
- سادساً: منهج البحث:** يقع هذا البحث ضمن الدراسات البحوث الوصفية التي ترمي إلى "دراسة الأوضاع الراهنة للظواهر من حيث خصائصها، وأشكالها وعلاقتها، والعوامل المؤثرة في ذلك"^(١). ووجد الباحثان إن المنهج المسحي هو أكثر المناهج العلمية الملائمة للبحث، فيعطي وصفاً لمشكلته، ويعمل على الوصول إلى الحقائق المراد معرفتها، إذ يسهم في الحصول على أوصاف دقيقة للظاهرة المدروسة، وذلك للإجابة عن الأسئلة التي يقدمها البحث والمشكلات التي يطرحها.

سابعاً: عينة البحث:

في إطار المنهج المستخدم في البحث فإن الباحثان بعد الاطلاع على مناهج البحث والدراسات السابقة تبين لهما بأن أنسب عينة تخدم إجراءات البحث الحالية هي العينة العمدية (قصدية تحكمية)، وتضمنت العينة (١٠٠) مبحوثاً من اساتذة جامعة الانبار في كليات (الآداب، التربية الانسانية، القانون، الزراعة، الهندسة، الادارة والاقتصاد، التربية الرياضية، العلوم الاسلامية، الطب، الصيدلة).

ثامناً: ادوات البحث

١. **الاستبانة:** اختار الباحث الاستبانة أداة لجمع البيانات اللازمة لمعرفة استخدامات اساتذة الجامعات لمواقع التواصل الاجتماعي اثناء معارك تحرير الجيش العراقي للمحافظات المغتصبة والاشباكات المتحققة منها، لتنفيذ عملية المسح الشامل لعينة البحث.
٢. **المقابلة:** وهي محادثة مواجهة يقوم بها شخص مع شخص آخر أو مجموعة أشخاص، هدفها الحصول على معلومات معينة لاستغلالها في بحث علمي للاستعانة بها على التوجيه والتشخيص والعلاج.

تاسعاً: الصدق والثبات:

تم عرض الاستبانة على عدد من خبراء الاعلام في الجامعات العراقية للتحقق من الصدق الظاهري للاستبانة، وتم الأخذ بأرائهم وملاحظاتهم عليها، واعادة صياغة الفقرات والتعديل عليها.^(٢)

عاشراً: حدود البحث

١. **المجال المكاني:** وتمثل في عينة مختارة من اساتذة جامعة الانبار في كليات (الآداب، التربية الانسانية، القانون، الزراعة، الهندسة، الادارة والاقتصاد، التربية الرياضية، العلوم الاسلامية، الطب، الصيدلة).

(١) ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم (٢٠٠٠): مناهج وأساليب البحث العلمي، النظرية والتطبيق، عمان، الاردن، دار صفاء للنشر والتوزيع، ص ٤٢.

(٢) الخبراء بحسب الالقاب العلمية:

قسم الصحافة	الجامعة العراقية كلية الاعلام	أ.م.د. احمد مولود احمد
قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية	الجامعة العراقية كلية الاعلام	أ.م.د. علاء نجاح نوري
قسم الاذاعة والتلفزيون	جامعة الفراهيدي كلية الاعلام	م.د. اسماعيل علوان

٢. **المجال الزمني:** وتمثل في المدة ما بعد التحرير من ١-١٠-٢٠١٧ ولغاية ٢٥-١٠-٢٠١٧.
حادي عشر: تعريف المصطلحات

١. **الاستخدامات والاشباكات:** وهي احدى نظريات الاتصال التي تستهدف التعرف على طبيعة دوافع الجمهور، لاستخدام وسائل الاتصال، والاشباكات المتحقق نتيجة هذا الاستخدام.
 ٢. **مواقع التواصل الاجتماعي:** وهي المواقع الالكترونية التي تتمثل بـ(الفيس بوك، يوتيوب، تويتر).
 ٣. **معارك تحرير الجيش العراقي:** وهي المعارك التي خاضها الجيش العراقي من اجل تحرير المناطق المحتلة من قبل تنظيم داعش.
 ٤. **المحافظات التي احتلها داعش:** هي المحافظات التي احتلها تنظيم داعش عام ٢٠١٤ مثل (الانبار، نينوى، صلاح الدين، ديالى، كركوك).
- ثاني عشر: الدراسات السابقة:**

١. دراسة (حسين سعدي الفتلاوي)^(١) : " " ، والتي هدفت الدراسة التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترتيب اولويات الاصلاح السياسي لدى اساتذة الجامعات باستخدام منهج المسح ، ومن اهم نتائجها: أن نسبة كبيرة من اساتذة الجامعات عينة الدراسة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي دائماً بنسبة بلغت (50,76)، بواقع (33) مبحوثاً.
٢. دراسة (علي عبد الهادي)^(٢) ، والتي هدفت التعرف على اتجاهات اساتذة الجامعات نحو دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الراي العام واهم النشاطات التي يقوم بها اساتذة الجامعات من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، وكانت ابرز نتائجها ان اغلبية اساتذة الجامعات يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بواقع ثلاث ساعات يومياً، وان سبب استخدامهم لمواقع التواصل للتعبير عن مشاعر الراي العام تجاه الاحداث الامنية كاهم المزايا الاتصالية المتحققة عند استخدامهم لها.

المبحث الثاني: استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي

اولاً: نظرية الاستخدامات والاشباكات:

والتي تفترض أن جزءاً مهماً من استخدام الناس لوسائل الإعلام موجه لتحقيق أهداف يحددها الافراد، وهم يقومون باختيار وسائل إعلامية معينة لإشباع احتياجاتهم مثلما قال مارك ليفي، هناك خمسة اهداف من استخدام الناس لوسائل الإعلام (مراقبة البيئة، التوجه المعرفي، عدم الرضا، التوجه العاطفي، التسلية)^(٣).

ان مفهوم الاستخدام يجب ان يتجاوز حدود التعرض لوسائل الاعلام بل يجب ان يؤدي الى توظيف العوامل كلها المرتبطة بالاستخدام من حيث اكتساب الفائدة، او تحقيق العائد الذي لا يمكن ان يتوحد في اطار مفهومي الاشباكات من جانب المتلقي، والتأثير من جانب وسائل الاعلام، وبذلك لا يمكن تحديده في اطار التعرض فقط وانما يمكن وصفه في اطار (كمية المحتوى المستخدم، نوع

(١) حسين سعدي الفتلاوي، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترتيب اولويات الاصلاح السياسي لدى اساتذة الجامعات"، مجلة الباحث الاعلامي، (العدد ٣٠، ٢٠١٥م).

(٢) علي عبد الهادي عبد الامير " اتجاهات اساتذة الجامعات نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الراي العام الالكتروني ازاء الازمات الامنية" مجلة الباحث الاعلامي (العدد ٣٢، ٢٠١٦م)، كلية الاعلام- جامعة بغداد.

(٣) كامل خورشيد مراد، الاتصال الجماهيري والإعلام (عمان: دار الميسرة، ٢٠١٤م)، ص ١٣٨.

المحتوى، العلاقة مع وسيلة الاعلام، طريقة الاستخدام)، فعلى سبيل المثال تحديد ما اذا كان الاستخدام اولياً او ثانوياً.^(١)

ثانياً: مواقع التواصل الاجتماعي: وهي المواقع والبرامج التي تعتمد على شبكة الانترنت لتسهيل التواصل بين المستخدمين وتبادل المعلومات فيما بينهم من خلال اجهزة الكمبيوتر او اجهزة الهواتف المحمولة، ويمكن استخدام هذه المواقع لأهداف اجتماعية، كتحقيق التفاعل بين الاصدقاء وافراد العائلة وغيرهم اينما وجدوا، وتتيح هذا الشبكات لمستخدميها امكانية الوصول الى محتواها الذي يتضمن انواعاً مختلفة من المعلومات، او الصور ومقاطع الفيديو او حتى الوثائق.^(٢)

والشبكات الاجتماعية هي مواقع التي تعطي المستخدمين مجموعة من الخدمات على أساس تكنولوجيات الويب التي تسمح للأفراد ببناء محتوى خاص بصفحة شخصية، ونظام من العلاقات الاجتماعية المتعددة ومشاركة الآخرين والتواصل معهم من بعد دون قيود، عرض وبناء وتشكيل المحتوى في إطار من التعاون والتفاعل من خلال مجموعة من الروابط والاهتمامات المشتركة.^(٣)

ثالثاً: معارك تحرير الجيش العراقي للمحافظات التي احتلها داعش:

في عام ٢٠٠٨ وقع العراق اتفاقية الاطار الاستراتيجي مع الجانب الامريكي وتم التصويت عليها من قبل مجلس النواب عام ٢٠٠٩ والتي بموجبها انسحبت القوات الامريكية من العراق عام ٢٠١١، وفي نهاية نفس العام الذي شهد انسحاب القوات الامريكية، شن تنظيم "الدولة الإسلامية في العراق والشام" بالتحديد بتاريخ ١٠/٧/٢٠١٢، حيث تركزت هجمات تنظيم داعش على السجون العراقية، ومهاجمة القوات العراقية من الجيش والشرطة، واسفرت هذه الهجمات فك بعض السجون وتهريب قادة التنظيم مثل عملية الهجوم على سجن ابو غريب بتاريخ ١٢/٧/٢٠١٣ حيث تم فرار ١٥٠٠ من المتهمين بالإرهاب.^(٤)

انطلقت عملية تحرير الموصل بتاريخ الاثنين ١٧ أكتوبر ٢٠١٦، لاسيما ان هذه العملية ينتظرها الكثير من العراقيين وغير العراقيين من اجل القضاء على تنظيم "داعش" الإرهابي الذي دخلها في ١٠ يونيو ٢٠١٤ واتخذها مقراً ومنطلقاً لعملياته والتي حملت اسم "دولة الخلافة"، حيث شرعت القوات العسكرية وبمشاركة ٤٠ ألفاً من قوات الجيش وصنوفه فضلاً عن العناصر الأمنية وقوات البيشمركة الكردية التابعة لحكومة إقليم كردستان العراق، إضافة إلى قوات محلية تحمل اسم "قوات حرس نينوى" ويقودها ائيل النجيفي محافظ نينوى السابق، وهي القوات التي كان يطلق عليها اسم "الحشد الوطني"، فضلاً عن مشاركة قوات التحالف الدولي بقيادة الولايات المتحدة الأمريكية عن طريق القوة الجوية الأمريكية و ٥٧٠٠ من ضباط وجنود من امريكا وغيرها من دول حلف الناتو، حيث أعلن عن هذه العملية حيدر العبادي رئيس الحكومة العراقية من مقر قيادة العمليات المشتركة فجر الاثنين (١٧/١٠/٢٠١٦) ^(٥).

(١) سهاد عدنان جلوب، العلاقة بين دوافع التعرض للبرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية العراقية والاشباع المعرفية المتحققة منها" دراسة ميدانية لعينة الجامعات، مجلة مسار، العدد الخامس (كلية الاعلام الجامعة العراقية) ٢٠٢٢م، ص: ٣٧.

(٢) سارا محسن قادر، دور شبكات التواصل الاجتماعي في مكافحة المخدرات، مجلة مسار العدد الخامس (كلية الاعلام الجامعة العراقية)، ٢٠٢٢م، ص ٣٦٠.

(٣) محمد جابر خلف الله، مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي، انظر هذا الرابط: <https://2u.pw/8h8GE>، تاريخ دخول الموقع ٢٠٢٥/١/٨م.

(٣) فكرت نامق عبد الفتاح، كرار انور البديري، العراق وتنظيم داعش: دراسة في الاسباب المنشئة للإرهاب، (مجلة قضايا سياسية: كلية العلوم السياسية، جامعة النهرين، العدد ٤١، بغداد، تموز، ايلول، ٢٠١٥م) ص ١-٢٥.

(٥) محمد السعيد ادريس: معركة تحرير الموصل وخرائط الصراعات في العراق:

انظر الرابط الاتي: <https://www.dohainstitute>، تاريخ الدخول إلى الرابط ٢٠٢٥/٥/٢م.

المبحث الثالث: استخدامات اساتذة الجامعات لمواقع التواصل في اثناء تحرير المحافظات من داعش والاشباكات المتحققة منها

تُعد المرحلة التي شهدت تحرير المحافظات العراقية من سيطرة تنظيم داعش الإرهابي من أهم الفترات المفصلية في تاريخ العراق الحديث، لما انطوت عليه من تحديات أمنية ومجتمعية وفكرية. وقد شهدت هذه المرحلة نشاطاً غير مسبوق في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، سواء في التغطية الإعلامية أو في التعبئة الفكرية والدعم المعنوي. وفي هذا السياق، برز دور أساتذة الجامعات كقوة نخوية لها تأثيرها العلمي والثقافي في توجيه الرأي العام، وتعزيز قيم الوحدة الوطنية، ومقاومة الخطاب المتطرف، لذلك، يحظى فهم طبيعة استخدامات أساتذة الجامعات لهذه الوسائل، وتحليل الأهداف والإشباع التي سعوا إلى تحقيقها من خلالها، بأهمية علمية كبيرة.

ويأتي هذا المبحث الميداني ليقدم صورة واقعية مبنية على بيانات ميدانية حول أنماط الاستخدام، ومستوى التأثير، والوظائف الاتصالية والإعلامية التي لعبتها مواقع التواصل الاجتماعي لدى هذه الفئة خلال تلك المرحلة الحرجة، حيث يعتمد هذا المبحث على نتائج البحث الميدانية التي أُجريت باستخدام أدوات بحثية دقيقة، هدفت إلى الوصول إلى استنتاجات علمية تسهم في فهم أعمق لدور النخب الأكاديمية في بيئة الاتصال الرقمي خلال الأزمات.

جدول (٢) يبين التحليل الاحصائي الحالة الاجتماعية للمبحوثين					
المتغيرات	التكرارات	النسبة المئوية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المنوال
ذكر	80	80%	1.20	0.40	1
أنثى	20	20%			
Total	100	100%			

بالنظر إلى جدول (١) يتضح أنّ غالبية أفراد عينة البحث هم من فئة الذكور، حيث بلغت نسبة تواجدهم (80%)، وهي نسبة عالية إذا ما قورنت بنسبة الإناث التي بلغت (20%)، ويعزو الباحثان نتيجة الجدول اعلاه الى ان مجتمع جامعة الانبار ذكوري، فضلاً عن ان الذكور يمثلون الى متابعة الاخبار السياسية، والعسكرية، اكثر من الاناث، الميالات عالم الجمال والموضة.

جدول (٢) يبين التحليل الاحصائي الحالة الاجتماعية للمبحوثين					
المتغيرات	التكرارات	النسبة المئوية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المنوال
متزوج	60	60%	2.60	0.49	3
أعزب	40	40%			
أخرى	0	0%			
Total	100	100%			

من خلال النظر إلى جدول (٢) أنّ أغلب أفراد عينة البحث هم من الفئة المتزوجة والتي شكلت نسبة عالية مقارنةً بمثيلاتها من الفئات الاجتماعية حيث بلغت نسبة المتزوجين (60%)، في حين

كانت النسبة الثانية على التوالي من نصيب الأفراد الذين لم يتزوجوا بعد، حيث شكلت نسبة الحالة العازبة والتي بلغت (40%)، ويعزو الباحثان نتيجة الجدول اعلاه بسبب الظروف التي يعيشها المتزوج بالنسبة لمجتمع البحث، لاسيما انهم يصنفون من الجمهور المتوتر والقلق.

جدول (٣) يبين التحليل الاحصائي لمتغير العمر					
المتغيرات	التكرارات	النسبة المئوية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المنوال
20 إلى أقل من 25 عام	0	0%	2.56	0.93	2
25 إلى أقل من 30 عاماً	3	3 %			
30 إلى أقل من 40 عاماً	60	60%			
40 إلى أقل من 45 عاماً	15	15%			
45 إلى أقل من 50 عاماً	17	17%			
50 عام فأكثر	5	5%			
Total	100	100%			

بالاطلاع على جدول (٣) نستنتج أنه يوجد تفاوت واضح للفئات العمرية في عينة البحث، بالنسبة لأساتذة جامعة الانبار، حيث حصلت الفئة العمرية (30 إلى أقل من 40 عاماً) على المرتبة الاولى، بنسبة (60%)، في حين جاءت الفئة العمرية (45 إلى أقل من 50 عاماً)، بالمرتبة الثانية، بنسبة (17%)، بينما جاءت بالمرتبة الثالثة الفئة العمرية (40 إلى أقل من 45 عاماً)، إذ شكلت نسبة (15%).

اما الفئة العمرية (50 عام فأكثر)، فقد حصلت على المرتبة الرابعة بنسبة بلغت (5%)، بينما احتلت المرتبة الخامسة الفئة العمرية (25 إلى أقل من 30 عاماً)، بنسبة بلغت (3%)، اما المرتبة السادسة والاخيرة فقد كانت من نصيب الفئة العمرية (20 إلى أقل من 25 عام)، بنسبة بلغت (0%).

جدول (٤) يبين التحليل الاحصائي للتحصيل الدراسي					
المتغيرات	التكرارات	النسبة المئوية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المنوال
ماجستير	39	39%	1.61	0.49	2
دكتوراه	61	61%			
Total	100	100%			

من نتائج الجدول (٤) نستنتج ان افراد عينة البحث الذين يحملون شهادة دكتوراه هم الفئة العمرية الاكثر انتشاراً، ومتابعة لأخبار العمليات العسكرية، عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي، إذ حصلت على نسبة بلغت (61%)، اما فئة الماجستير فقد حصلت على نسبة (39%).

جدول (٥) يبين التحليل الاحصائي حجم التعرض					
المتغيرات	التكرارات	النسبة المئوية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المنوال
دائماً	70	70%	2.67	0.53	2
احياناً	27	27%			
لا اتابع	3	3%			
Total	100	100%			

ومن بيانات جدول (٥) نستنتج ان حجم تعرض اساتذة جامعة الانبار لمواقع التواصل الاجتماعي دائماً اذ حصلت هذه الفئة على المرتبة الاولى بنسبة بلغت (70%)، اما المرتبة الثانية فقد كانت من نصيب احياناً، بنسبة (27%)، بينما جاءت فئة لا اتابع بالمرتبة الثالثة والاخيرة، بنسبة شكلت (3%). ويعزو الباحثان هذه النتيجة إلى الدور الكبير الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي، من نقل اخبار سريعة، وموضوعات تهتم بها شرائح كبيرة من المجتمع.

جدول (٦) يبين التحليل الاحصائي للوسيلة					
المتغيرات	التكرارات	النسبة المئوية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المنوال
جهاز هاتف	80	80%	2.80	0.40	3
جهاز حاسوب	20	20%			
Total	100	100%			

وتشير نتائج جدول (٦) أن اساتذة جامعة الانبار يستخدمون الهاتف لمتابعة مواقع التواصل الاجتماعي بالمرتبة الاولى بنسبة (80%)، اما المرتبة الثانية فقد كانت من نصيب وسيلة جهاز الحاسوب، بنسبة (20%). ويعزو النسبة العالية التي حصل عليها جهاز الهاتف، لسهولة استخدامه، وسرعة التصفح، وطريقة حملة بشكل دائم مع الشخص المستخدم، فضلاً عن انه يوفر وسائل كثيرة للمستخدم.

جدول (٧) يبين التحليل الاحصائي للوقت					
المتغيرات	التكرارات	النسبة المئوية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المنوال
صباحاً	3	3%	3.68	0.66	4
مساءً	77	77%			
ظهراً	2	2%			
بعد الظهر	18	18%			
Total	100	100%			

وتوضح نتائج جدول (٧) أن الوقت المناسب لأساتذة جامعة الانبار هو مساءً فقد حصلت على المرتبة الاولى، بنسبة شكلت (77%)، اما المرتبة الثانية فقد كانت من نصيب فئة بعد الظهر،

بنسبة بلغت (18%)، بينما فئة صباحاً جاءت بالمرتبة الثالثة، بنسبة (3%)، اما المرتبة الرابعة والاخيرة فقد كانت من نصيب ظهراً، بنسبة (2%). ويرى الباحثان حصول فترة المساء على المرتبة الاولى كون اساتذة الجامعات مرتبطين بالدوام صباحاً، وفترة الظهر يكون وقت النوم الراحة، بينما مساءً تكون وقت الذروة لمتابعة الاخبار.

جدول (٨) يبين التحليل الاحصائي لعدد الساعات					
المتغيرات	التكرارات	النسبة المئوية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المنوال
اقل من ساعة	10	10%	2.60	0.66	3
من ساعة الى ساعتان	70	70 %			
من ساعتان الى ثلاث	20	20%			
من ثلاث ساعات الى اربع	0	0%			
Total	100	100%			

ومن خلال نتائج جدول (٨) أن استخدام اساتذة جامعة الانبار لمواقع التواصل الاجتماعي هو من ساعة الى ساعتان فقد حصلت على المرتبة الاولى، بنسبة شكلت (70%)، اما المرتبة الثانية فقد كانت من نصيب فئة من ساعتان إلى ثلاث، بنسبة بلغت (20%)، بينما فئة اقل من ساعة جاءت بالمرتبة الثالثة، بنسبة (10%)، ويعزو الباحثان نتيجة الجدول اعلاه لأهمية الموضوعات التي تنتشر على مواقع التواصل الاجتماعي، فضلاً عن نشر اخبار العمليات العسكرية لمعركة الموصل أولاً بأول.

جدول (٩) يبين التحليل الاحصائي دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم الجيش العراقي					
المتغيرات	التكرارات	النسبة المئوية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المنوال
نعم	100	100%	1	0.0	1
لا	0	0%			
Total	100	100%			

ومن نتائج جدول (٩) نستنتج أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم بدرجة كبيرة في دعم الجيش العراقي، اذ حصلت فئة (نعم) على المرتبة الاولى، بنسبة (100%)، ويعزو الباحثان نتيجة الجدول اعلاه إلى الدور الكبير الذي تقوم به مواقع التواصل، لاسيما النشر اثناء المعارك العسكرية، ومن ارض المعركة.

جدول (١٠) يبين التحليل الاحصائي لنوع الوسيلة المستخدمة					
المتغيرات	التكرارات	النسبة المئوية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المنوال
فيس بوك	90	90%	1.17	0.53	1
تويتر	3	3%			
يوتيوب	7	7%			
Total	100	100%			

وتشير بيانات جدول (١٠) ان اساتذة جامعة الانبار يستخدمون موقع الفيس بوك بالمرتبة الاولى، بنسبة بلغت (90%)، اما المرتبة الثانية فقد كانت من نصيب يوتيوب، بنسبة شكلت (7%)، بينما جاء بالمرتبة الثالثة والاخيرة تويتر، بنسبة بلغت (3%).

ويعزو الباحثان نتائج الجدول اعلاه إلى أن المجتمع العراقي يستخدم الفيس بوك بنسبة كبيرة، عكس دول الخليج التي تستخدم تويتر، فضلا عن الفيس بوك جامع لأكثر من وسيلة، الفيديو، نشر بصورة كبيرة، ولا يقتصر على التدوينية مثل التويتر.

جدول (١١) يبين التحليل الاحصائي لأسباب المتابعة					
المتغيرات	التكرارات	النسبة المئوية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المنوال
انها اسرع من الوسائل الاعلامية الاخرى في النشر	65	65%	1.86	1.43	1
لأنها تمتلك وسائل ايضاح وتفاصيل اكثر	15	15%			
لأنها تمتلك عنصر الدقة والمصادقية في نقل الحدث	3	3%			
لأنها توفر لي حرية التعبير وابداء الرأي مع الاخرين	3	3%			
لأنها تجعلني اعيش حالة الانتصار الذي يحققه الجيش	24	24%			
Total	100	100%			

وتوضح نتائج جدول (١١) سبب متابعة افراد عينة البحث لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث حصلت فئة (انها اسرع من الوسائل الاعلامية الاخرى في النشر) على المرتبة الاولى، بنسبة بلغت (65%)، اما المرتبة الثانية فقد كانت من نصيب فئة (لأنها تجعلني اعيش حالة من الانتصار الذي حققه ابطال الجيش)، بنسبة شكلت (24%)، بينما المرتبة الثالثة فقد حصلت عليها فئة (لأنها تمتلك وسائل ايضاح وتفاصيل أكثر)، بنسبة بلغت (15%)، اما المرتبة الرابعة فقد كانت من نصيب كل من الفئتين (لأنها تمتلك عنصر الدقة والمصادقية في نقل الحدث)، (لأنها توفر لي حرية التعبير وابداء الرأي مع الاخرين)، بنسبة بلغت (3%)، بنسبة بلغت (3%). ويعزو الباحثان نتائج الجدول اعلاه إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي حقق سبق الصحفي، والسرعة في النشر، اسرع من من الوسائل الاعلامية الاخرى، مثل الفضائية التي تحتاج الى تحضير، ومونتاج، وسيارة نقل خارجي، ومراسلين، وكذلك الصحيفة التي تستغرق وقت طويل للطباعة والنشر، ناهيك عن الاذاعة التي تحتاج الى اعداد، وهذا الشيء الذي لا تحتاجه مواقع التواصل، فقط مجرد كبسة زر.

جدول (١٢) يبين التحليل الاحصائي لطريقة النشر في مواقع التواصل					
المتغيرات	التكرارات	النسبة المئوية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المنوال
منشور على شكل الايجاز اليومي	20	20%	2.55	1.12	2
فديو مسجل يوثق انتصارات الجيش العراقي	35	35 %			
صور متنوعة من ارض المعركة	15	15%			
ميزة البث المباشر من مكان الحدث	30	30%			
Total	100	100%			

من نتائج الجدول (١٢) نستنتج ان الطريقة التي تجذب انظار عينة البحث لمتابعة احداث معركة الموصل، حيث جاءت بالمرتبة الاولى طريقة النشر بـ(فديو مسجل يوثق انتصارات الجيش العراقي)، بنسبة بلغت (35%)، اما طريق النشر بـ(ميزة البث المباشر من مكان الحدث)، فقد احتلت المرتبة الثانية بنسبة شكلت (30%)، بينما طريقة النشر بـ(منشور على شكل الايجاز اليومي)، التي احتلت المرتبة الثالثة، وبنسبة شكلت (20%)، اما المرتبة الرابعة والاخيرة فقد كانت من نصيب طريقة النشر بـ(صور متنوعة من ارض المعركة)، بنسبة شكلت (15%).

ويعزو الباحثان نتيجة الجدول اعلاه إلى المميزات التي تتمتع بها مواقع التواصل الاجتماعي، لاسيما انها تتيح المشاهدة للفيديو المنشور في اي وقت ممكن، عكس الوسائل الاعلامية الاخرى، خصوصاً ان الكثير من الفضائيات، وحتى الاذاعة، والجريدة، بدأت تلجأ لمواقع التواصل لنشر مضامينها، تزامناً من نشرها على الهواء، عن طريقة ميزة البث المباشر، فضلاً عن الصحف التي صار لها نسخة الكترونية عبر مواقع التواصل، مثل الفيس بوك.

جدول (١٣) يبين التحليل الاحصائي للقضايا المحلية					
المتغيرات	التكرارات	النسبة المئوية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المنوال
متابعة اخبار العمليات العسكرية التي يقودها الجيش لتحرير نينوى والانبار	60	60%	1.85	1.24	1
متابعة القضايا السياسية	15	15%			
متابعة الاخبار الاقتصادية	10	10%			
متابعة الاخبار الثقافية	10	10%			
اخرى تذكر	5	5%			
Total		100%			

ومن خلال نتائج جدول (١٣) اعلاه نجد أن عينة البحث لديها اولوية في متابع القضايا المحلية المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت فئة (متابعة اخبار العمليات العسكرية التي يقودها الجيش لتحرير نينوى والانبار) بالمرتبة الاولى، بنسبة شكلت (60%)، اما المرتبة الثانية فقد كانت من نصيب فئة (متابعة القضايا السياسية)، بنسبة بلغت (15%)، بينما المرتبة الثالثة فقد

كانت من نصيب كل من فنتي (متابعة الاخبار الاقتصادية)، (متابعة الاخبار الثقافية)، بنسبة بلغت (10%)، اما فئة (اخرى تذكر)، فقد احتلت المرتبة الرابعة، بنسبة شكلت (5%).

ويعزو الباحث حصول فئة (الاخبار العسكرية لمعركة الموصل)، لأنها تتعلق بامن البلد، ومعركة مصيرية بالنسبة للعراق، كون الجماعات الارهابية تهدد الامن، والسلم الاجتماعي، وبالتالي فان الجيش العراق عندما يحقق انتصار فانه ينعكس ايجاباً على الوضع القائم، من الناحية الامنية، والاقتصادية، والعكس صحيح.

جدول (١٤) تحليل الفقرات الخاصة باستمارة الاستبيان:

الانحراف المعياري	وسط الحسابي	درجة الموافقة					الرقم	العبارات
		غير موافق بشدة	غير موافق	المتوسط	موافق	موافق بشدة		
1.03	1.70	2	6	12	20	60	1	الحاجة للتواصل مع الاخرين
		2%	6%	12%	20%	60%		
1.11	1.98	1	14	12	28	45	2	الحاجة إلى الاستقرار الاجتماعي
		1%	14%	12%	28%	45%		
1.09	2.32	4	7	35	25	29	3	الحاجة الى الانتماء
		4%	7%	35%	25%	29%		
0.69	1.72	0	0	14	44	42	4	الحاجة إلى المعرفة
		0%	0%	14%	44%	42%		
1.04	2.02	1	4	37	12	49	5	استخدمها لأنها موجودة ويتاح لي استخدامها
		1%	4%	37%	12%	49%		
0.85	1.87	0	0	11	65	24	6	بحكم العادة والارتباط بجهاز الهاتف، أو الكمبيوتر
		0	0	11%	65%	24%		
0.99	2.42	4	13	16	55	12	7	التسلية والاسترخاء
		4%	13%	16%	55%	12%		
0.95	2.28	1	10	27	40	22	8	استخدمه لان الاخرين يستخدمونه
		1%	10%	27%	40%	22%		
0.95	2.41	2	7	41	30	20	9	الهروب من مشاكل الحياة اليومية
		2%	7%	41%	30%	20%		

0.87	2.30	1	3	42	33	21	التكرار	10	ارسال رسائل عبر البريد الإلكتروني
		1%	3%	42%	33%	21%	النسبة		
1.13	2.55	4	21	19	38	18	التكرار	11	تطوير المعارف لإجراء البحوث
		4%	21%	19%	38%	18%	النسبة		
0.76	2.28	0	8	23	58	11	التكرار	12	معرفة آخر الاخبار والتطورات عن عمليات تحرير الموصل
		0%	8%	23%	58%	11%	النسبة		
0.71	1.90	0	0	12	57	28	التكرار	13	مواكبة التقنيات المعاصرة التي تجتاح العالم
		0%	0%	12%	57%	28%	النسبة		
0.82	2.6	1	6	13	58	22	التكرار	14	التواصل مع اصحاب الاختصاص والمحللين لمعركة الموصل وتبادل الخبرات معهم
		1%	6%	13%	58%	22%	النسبة		
1.6	1.89	1	10	15	25	49	التكرار	15	التعايش مع مشاكل الوطن التي لا تطرحها وسائل اعلام اخرى
		1%	10%	15%	25%	49%	النسبة		
0.79	2.7	0	2	23	53	22	التكرار	16	التخلص من الملل والتوتر
		0%	2%	23%	53%	22%	النسبة		
0.90	1.77	0	6	14	31	49	التكرار	17	نسيان هموم الحياة اليومية ومشاكلها
		0%	6%	14%	31%	49%	النسبة		
0.98	2.40	2	12	28	40	18	التكرار	18	تشعري بالمتابعة والسعادة
		2%	12%	28%	40%	18%	النسبة		
1.12	2.36	6	10	21	40	23	التكرار	19	القضاء على وقت الفراغ
		6%	10%	21%	40%	23%	النسبة		
0.98	2.27	0	8	41	21	30	التكرار	20	التخلص من الشعور بالوحدة
		0%	8%	41%	21%	30%	النسبة		
0.85	1.85	0	5	15	40	40	التكرار	21	التعرف على الاخبار والاحداث الجديدة
		0%	5%	15%	40%	40%	النسبة		
1.14	2.2	3	9	21	21	46	التكرار	22	تساعدني بإتمام دراستي ومنهجي

		3%	9%	21%	21%	46%	النسبة		
0.74	1.79	0	0	19	41	40	التكرار	23	تساعدني في نشر تحليلي ورأبي عن معركة الموصل
		0%	0%	19%	41%	40%	النسبة		
0.95	1.85	0	7	18	28	47	التكرار	24	التواصل مع المراسلين والقادة الامينين لمعرفة اخر مستجدات معركة الموصل
		0	7%	18%	28%	47%	النسبة		
0.90	1.64	0	5	14	21	60	التكرار	25	اشعر بالارتباط باخر مستجدات معركة الموصل
		0%	5%	14%	21%	60%	النسبة		
0.61	1.32	0	1	5	19	75	التكرار	26	اكتسب معلومات عسكرية وتحليلية جديدة
		0	1%	5%	19%	75%	النسبة		
0.41	1.22	0	0	0	22	78	التكرار	27	احصل على مواضيع نقاش مع الاخرين
		0	0%	0%	22%	78%	النسبة		
0.44	1.19	0	0	2	15	83	التكرار	28	التعرف على مشاكل العوائل التي نزحت من المناطق التي تشهد معارك عسكرية
		0	0	2%	15%	83%	النسبة		
0.68	1.42	0	1	11	20	68	التكرار	29	التعرف على امكانية الجيش العراقي في مواجهة داعش الارهابي
		0	1%	11%	20%	68%	النسبة		
0.64	1.64	0	0	9	46	45	التكرار	30	توجد علاقة ارتباطية بين مستوى التعليمي للمبحوثين وبين استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي
		0	0%	9%	46%	45%	النسبة		
0.77	1.48	0	3	8	23	66	التكرار	31	توجد علاقة ارتباطية بين عمر المبحوثين وبين استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي
		0	3%	8%	23%	66%	النسبة		
0.83	1.69	0	4	12	33	51	التكرار	32	توجد علاقة ارتباطية بين وظيفة المبحوثين وبين استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي
		0	4%	12%	33%	51%	النسبة		
0.59	1.36	0	0	6	24	70	التكرار	33	توجد علاقة ارتباطية بين نوع

		0%	0%	6%	24%	70%	النسبة	الجنس للمبحوثين وبين استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي	
0.41	1.19	0	5	11	17	82	التكرار	توجد علاقة ارتباطية بين مستوى الدخل للمبحوثين وبين استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي	34
		0	5%	11%	17%	82%	النسبة		
0.59	1.31	0	0	7	17	76	التكرار	أن اعلان قيادة القوات المسلحة العراقية عن بدأ اي معركة يزيد من نسبة اقبال الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي	35
		0	0%	7%	17%	76%	النسبة		
0.44	1.16	0	0	3	10	87	التكرار	أن النسبة الكبيرة لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي هي التي تجعل الجهات الامنية نشر ايجازها اليومي عبرها	36
		0	0	3%	10%	87%	النسبة		
0.62	1.50	0	0	7	36	57	التكرار	أن سرعة انتشار الاخبار والتقارير الخاصة بمعركة الموصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي اكثر من الوسائل الاعلامية الاخرى مثل(تلفزيون، اذاعة، وكالة، جريدة)	37
		0	0%	7%	36%	57%	النسبة		
0.35	1.15	0	0	0	15	85	التكرار	اصبحت مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للكثير من الوسائل الاعلامية مثل (التلفزيون، جريدة، وكالات انباء، اذاعة) بسبب ميزتها في تحقيق السبق الصحفي	38
		0	0	0%	15%	85%	النسبة		
0.51	4.33	المتوسط العام لجميع العبارات							

لتحديد استجابات أفراد عينة البحث تجاه عبارات المحاور الرئيسية التي تضمنتها أداة البحث تم استخدام النسب المئوية والتكرارات والمتوسط الحسابي وذلك على الشكل التالي:

- المتوسط الحسابي: (Mean)، وذلك لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات أفراد البحث عن كل عبارة من عبارات متغيرات البحث الأساسية، مع العلم بأنه يفيد في ترتيب العبارات حسب أعلى متوسط حسابي.

- الانحراف المعياري: (Standard Deviation)، للتعرف على مدى انحراف استجابات أفراد البحث لكل عبارة من عبارات متغيرات البحث، ولكل محور من المحاور الرئيسية عن متوسطها الحسابي، ويلاحظ أن الانحراف المعياري يوضح التشتت في استجابات أفراد البحث لكل عبارة من عبارات متغيرات البحث، إلى جانب المحاور الرئيسية، فكلما اقتربت قيمته من الصفر كلما

تركزت الاستجابات وانخفض تشتمتها بين المقياس (إذا كان الانحراف المعياري واحد صحيحاً فأعلى فيعني عدم تركيز الاستجابات وتشتمتها)^(١).

- إنَّ المتوسط الحسابي للعبارة الأولى بلغ (1.70)، وانحراف معياري قدره (1.03)، وكل ذلك يعكس النظرة الإيجابية لأفراد عينة البحث تجاه هذه العبارة وبالتالي يمكن تصنيفها وفق مقياس ليكارت الخماسي ضمن درجة (موافق بشدة)، مما يشير إلى الحاجة للتواصل مع الآخرين.
- إنَّ المتوسط الحسابي للعبارة الثانية بلغ (1.98)، وانحراف معياري قدره (1.11)، وكل ذلك يعكس النظرة الإيجابية لأفراد عينة البحث تجاه هذه العبارة وبالتالي يمكن تصنيفها وفق مقياس ليكارت الخماسي ضمن درجة (موافق بشدة)، مما يشير الحاجة إلى الاستقرار الاجتماعي.
- إنَّ المتوسط الحسابي للعبارة الثالثة بلغ (2.32)، وانحراف معياري قدره (2.9)، وكل ذلك يعكس النظرة الإيجابية لأفراد عينة البحث تجاه هذه العبارة وبالتالي يمكن تصنيفها وفق مقياس ليكارت الخماسي ضمن درجة (موافق بشدة)، مما يشير الحاجة إلى الانتماء.
- إنَّ المتوسط الحسابي للعبارة الرابعة بلغ (1.72)، وانحراف معياري قدره (0.69)، وكل ذلك يعكس النظرة الإيجابية لأفراد عينة البحث تجاه هذه العبارة وبالتالي يمكن تصنيفها وفق مقياس ليكارت الخماسي ضمن درجة (موافق بشدة)، مما يشير الحاجة إلى المعرفة.
- إنَّ المتوسط الحسابي للعبارة الخامسة بلغ (2.02)، وانحراف معياري قدره (1.4)، وكل ذلك يعكس النظرة الإيجابية لأفراد عينة البحث تجاه هذه العبارة وبالتالي يمكن تصنيفها وفق مقياس ليكارت الخماسي ضمن درجة (موافق بشدة)، مما يشير إلى استخدامها لأنها موجودة ويتاح لي استخدامها.

- إنَّ المتوسط الحسابي للعبارة السادسة بلغ (1.87)، وانحراف معياري قدره (0.85)، وكل ذلك يعكس النظرة الإيجابية لأفراد عينة البحث تجاه هذه العبارة وبالتالي يمكن تصنيفها وفق مقياس ليكارت الخماسي ضمن درجة (موافق بشدة)، مما يشير إلى أن بحكم العادة والارتباط بجهاز الهاتف، والكمبيوتر.

- إنَّ المتوسط الحسابي للعبارة السابعة بلغ (2.41)، وانحراف معياري قدره (0.99)، وكل ذلك يعكس النظرة الإيجابية لأفراد عينة البحث تجاه هذه العبارة وبالتالي يمكن تصنيفها وفق مقياس ليكارت الخماسي ضمن درجة (موافق بشدة)، مما يشير إلى التسلية والاسترخاء.
- إنَّ المتوسط الحسابي للعبارة الثامنة بلغ (2.28)، وانحراف معياري قدره (0.95)، وكل ذلك يعكس النظرة الإيجابية لأفراد عينة البحث تجاه هذه العبارة وبالتالي يمكن تصنيفها وفق مقياس ليكارت الخماسي ضمن درجة (موافق بشدة)، مما يشير إلى استخدامه لأن الآخرين يستخدمونه.
- إنَّ المتوسط الحسابي للعبارة التاسعة بلغ (2.42)، وانحراف معياري قدره (0.95)، وكل ذلك يعكس النظرة الإيجابية لأفراد عينة البحث تجاه هذه العبارة وبالتالي يمكن تصنيفها وفق مقياس ليكارت الخماسي ضمن درجة (موافق بشدة)، مما يشير إلى الهروب من مشاكل الحياة اليومية.
- إنَّ المتوسط الحسابي للعبارة العاشرة بلغ (2.30)، وانحراف معياري قدره (0.87)، وكل ذلك يعكس النظرة الإيجابية لأفراد عينة البحث تجاه هذه العبارة وبالتالي يمكن تصنيفها وفق مقياس ليكارت الخماسي ضمن درجة (موافق بشدة)، مما يشير إلى إرسال رسائل عبر البريد الإلكتروني.

- إنَّ المتوسط الحسابي للعبارة الحادية عشر بلغ (2.55)، وانحراف معياري قدره (1.13)، وكل ذلك يعكس النظرة الإيجابية لأفراد عينة البحث تجاه هذه العبارة وبالتالي يمكن تصنيفها وفق مقياس ليكارت الخماسي ضمن درجة (موافق بشدة)، مما يشير إلى تطوير المعارف لاجراء البحوث.

- إنَّ المتوسط الحسابي للعبارة الثانية عشر بلغ (2.28)، وانحراف معياري قدره (0.76)، وكل ذلك يعكس النظرة الإيجابية لأفراد عينة البحث تجاه هذه العبارة وبالتالي يمكن تصنيفها وفق مقياس ليكارت الخماسي ضمن درجة (موافق بشدة)، مما يشير معرفة آخر الاخبار والتطورات عن عمليات تحرير الموصل.
- إنَّ المتوسط الحسابي للعبارة الثالثة عشر بلغ (1.90)، وانحراف معياري قدره (0.71)، وكل ذلك يعكس النظرة الإيجابية لأفراد عينة البحث تجاه هذه العبارة وبالتالي يمكن تصنيفها وفق مقياس ليكارت الخماسي ضمن درجة (موافق بشدة)، مما يشير إلى مواكبة التقنيات المعاصرة التي تجتاح العالم.
- إنَّ المتوسط الحسابي للعبارة الرابعة عشر بلغ (2.6)، وانحراف معياري قدره (0.82)، وكل ذلك يعكس النظرة الإيجابية لأفراد عينة البحث تجاه هذه العبارة وبالتالي يمكن تصنيفها وفق مقياس ليكارت الخماسي ضمن درجة (موافق بشدة)، مما يشير إلى التواصل مع اصحاب الاختصاص والمحللين لمعركة الموصل وتبادل الخبرات معهم.
- إنَّ المتوسط الحسابي للعبارة الخامسة عشر بلغ (1.89)، وانحراف معياري قدره (1.6)، وكل ذلك يعكس النظرة الإيجابية لأفراد عينة البحث تجاه هذه العبارة وبالتالي يمكن تصنيفها وفق مقياس ليكارت الخماسي ضمن درجة (موافق بشدة)، مما يشير إلى التعايش مع مشاكل الوطن التي لا تطرحها وسائل الاعلام الاخرى.
- إنَّ المتوسط الحسابي للعبارة السادسة عشر بلغ (2.7)، وانحراف معياري قدره (0.79)، وكل ذلك يعكس النظرة الإيجابية لأفراد عينة البحث تجاه هذه العبارة وبالتالي يمكن تصنيفها وفق مقياس ليكارت الخماسي ضمن درجة (موافق بشدة)، مما يشير إلى التخلص من الملل والتوتر.
- إنَّ المتوسط الحسابي للعبارة السابعة عشر بلغ (1.77)، وانحراف معياري قدره (0.90)، وكل ذلك يعكس النظرة الإيجابية لأفراد عينة البحث تجاه هذه العبارة وبالتالي يمكن تصنيفها وفق مقياس ليكارت الخماسي ضمن درجة (موافق بشدة)، مما يشير إلى نسيان هموم الحياة اليومية ومشاكلها.
- إنَّ المتوسط الحسابي للعبارة الثامنة عشر بلغ (2.40)، وانحراف معياري قدره (0.98)، وكل ذلك يعكس النظرة الإيجابية لأفراد عينة البحث تجاه هذه العبارة وبالتالي يمكن تصنيفها وفق مقياس ليكارت الخماسي ضمن درجة (موافق بشدة)، مما يشير إلى تشعري بالمتابعة والسعادة.
- إنَّ المتوسط الحسابي للعبارة التاسعة عشر بلغ (2.36)، وانحراف معياري قدره (1.12)، وكل ذلك يعكس النظرة الإيجابية لأفراد عينة البحث تجاه هذه العبارة وبالتالي يمكن تصنيفها وفق مقياس ليكارت الخماسي ضمن درجة (موافق بشدة)، مما يشير إلى القضاء على وقت الفراغ.
- إنَّ المتوسط الحسابي للعبارة العشرون بلغ (2.27)، وانحراف معياري قدره (0.98)، وكل ذلك يعكس النظرة الإيجابية لأفراد عينة البحث تجاه هذه العبارة وبالتالي يمكن تصنيفها وفق مقياس ليكارت الخماسي ضمن درجة (موافق بشدة)، مما يشير إلى التخلص من الشعور بالوحدة.
- إنَّ المتوسط الحسابي للعبارة الحادية والعشرون بلغ (1.85)، وانحراف معياري قدره (0.85)، وكل ذلك يعكس النظرة الإيجابية لأفراد عينة البحث تجاه هذه العبارة وبالتالي يمكن تصنيفها وفق مقياس ليكارت الخماسي ضمن درجة (موافق بشدة)، مما يشير إلى التعرف على الاخبار والاحداث الجديدة.
- إنَّ المتوسط الحسابي للعبارة الثانية والعشرون بلغ (2.2)، وانحراف معياري قدره (1.14)، وكل ذلك يعكس النظرة الإيجابية لأفراد عينة البحث تجاه هذه العبارة وبالتالي يمكن تصنيفها وفق مقياس ليكارت الخماسي ضمن درجة (موافق بشدة)، مما يشير إلى تساعدني باتمام دراستي أو منهجي.
- إنَّ المتوسط الحسابي للعبارة الثالثة والعشرون بلغ (1.79)، وانحراف معياري قدره (0.74)، وكل ذلك يعكس النظرة الإيجابية لأفراد عينة البحث تجاه هذه العبارة وبالتالي يمكن

- تصنيفها وفق مقياس ليكارت الخماسي ضمن درجة (موافق بشدة)، مما يشير إلى مساعدني في نشر تحليلي ورأيي عن معركة الموصل.
- إنَّ المتوسط الحسابي للعبارة الرابعة والعشرون بلغ (1.85)، وانحراف معياري قدره (0.95)، وكل ذلك يعكس النظرة الإيجابية لأفراد عينة البحث تجاه هذه العبارة وبالتالي يمكن تصنيفها وفق مقياس ليكارت الخماسي ضمن درجة (موافق بشدة)، مما يشير إلى التواصل مع المرسلين والقادة الأمنيين لمعرفة آخر مستجدات معركة الموصل.
- إنَّ المتوسط الحسابي للعبارة الخامسة والعشرون بلغ (1.64)، وانحراف معياري قدره (0.90)، وكل ذلك يعكس النظرة الإيجابية لأفراد عينة البحث تجاه هذه العبارة وبالتالي يمكن تصنيفها وفق مقياس ليكارت الخماسي ضمن درجة (موافق بشدة)، مما يشير إلى الشعور بالارتباط باخر مستجدات معركة الموصل.
- إنَّ المتوسط الحسابي للعبارة السادسة والعشرون بلغ (1.32)، وانحراف معياري قدره (0.61)، وكل ذلك يعكس النظرة الإيجابية لأفراد عينة البحث تجاه هذه العبارة وبالتالي يمكن تصنيفها وفق مقياس ليكارت الخماسي ضمن درجة (موافق بشدة)، مما يشير إلى اكتسب معلومات عسكرية تحليلية وسياسية جديدة.
- إنَّ المتوسط الحسابي للعبارة السابعة والعشرون بلغ (1.22)، وانحراف معياري قدره (0.41)، وكل ذلك يعكس النظرة الإيجابية لأفراد عينة البحث تجاه هذه العبارة وبالتالي يمكن تصنيفها وفق مقياس ليكارت الخماسي ضمن درجة (موافق بشدة)، مما يشير إلى احصل على مواضيع نقاش مع الاخرين.
- إنَّ المتوسط الحسابي للعبارة الثامنة والعشرون بلغ (1.19)، وانحراف معياري قدره (0.44)، وكل ذلك يعكس النظرة الإيجابية لأفراد عينة البحث تجاه هذه العبارة وبالتالي يمكن تصنيفها وفق مقياس ليكارت الخماسي ضمن درجة (موافق بشدة)، مما يشير إلى التعرف على مشاكل العوائل التي نزحت من المناطق التي تشهد عمليات عسكرية.
- إنَّ المتوسط الحسابي للعبارة التاسعة والعشرون بلغ (1.42)، وانحراف معياري قدره (0.61)، وكل ذلك يعكس النظرة الإيجابية لأفراد عينة البحث تجاه هذه العبارة وبالتالي يمكن تصنيفها وفق مقياس ليكارت الخماسي ضمن درجة (موافق بشدة)، مما يشير إلى التعرف على امكانية الجيش العراقي في مواجهة داعش الارهابي.
- إنَّ المتوسط الحسابي للعبارة الثلاثون بلغ (1.64)، وانحراف معياري قدره (0.64)، وكل ذلك يعكس النظرة الإيجابية لأفراد عينة البحث تجاه هذه العبارة وبالتالي يمكن تصنيفها وفق مقياس ليكارت الخماسي ضمن درجة (موافق بشدة)، مما يشير إلى توجد علاقة ارتباطية بين مستوى التعليم للمبحوثين وبين استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.
- إنَّ المتوسط الحسابي للعبارة الواحدة والثلاثون بلغ (1.48)، وانحراف معياري قدره (0.77)، وكل ذلك يعكس النظرة الإيجابية لأفراد عينة البحث تجاه هذه العبارة وبالتالي يمكن تصنيفها وفق مقياس ليكارت الخماسي ضمن درجة (موافق بشدة)، مما يشير إلى توجد علاقة ارتباطية بين سن المبحوثين وبين استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.
- إنَّ المتوسط الحسابي للعبارة الثانية والثلاثون بلغ (1.69)، وانحراف معياري قدره (0.83)، وكل ذلك يعكس النظرة الإيجابية لأفراد عينة البحث تجاه هذه العبارة وبالتالي يمكن تصنيفها وفق مقياس ليكارت الخماسي ضمن درجة (موافق بشدة)، مما يشير إلى توجد علاقة ارتباطية بين وظيفة المبحوثين وبين استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.
- إنَّ المتوسط الحسابي للعبارة الثالثة والثلاثون بلغ (1.36)، وانحراف معياري قدره (0.59)، وكل ذلك يعكس النظرة الإيجابية لأفراد عينة البحث تجاه هذه العبارة وبالتالي يمكن تصنيفها وفق مقياس ليكارت الخماسي ضمن درجة (موافق بشدة)، مما يشير إلى توجد علاقة ارتباطية بين نوع الجنس للمبحوثين وبين استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

- إنَّ المتوسط الحسابي للعبارة الرابعة والثلاثون بلغ (1.19)، وانحراف معياري قدره (0.41)، وكل ذلك يعكس النظرة الإيجابية لأفراد عينة البحث تجاه هذه العبارة وبالتالي يمكن تصنيفها وفق مقياس ليكارت الخماسي ضمن درجة (موافق بشدة)، مما يشير إلى توجد علاقة ارتباطية بين مستوى الدخل للمبحوثين وبين استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.
- إنَّ المتوسط الحسابي للعبارة الخامسة والثلاثون بلغ (1.31)، وانحراف معياري قدره (0.59)، وكل ذلك يعكس النظرة الإيجابية لأفراد عينة البحث تجاه هذه العبارة وبالتالي يمكن تصنيفها وفق مقياس ليكارت الخماسي ضمن درجة (موافق بشدة)، مما يشير إلى أن اعلان قيادة القوات المسلحة العراقية عن بدأ اي معركة يزيد من نسبة اقبال الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي.
- إنَّ المتوسط الحسابي للعبارة السادسة والثلاثون بلغ (1.16)، وانحراف معياري قدره (0.44)، وكل ذلك يعكس النظرة الإيجابية لأفراد عينة البحث تجاه هذه العبارة وبالتالي يمكن تصنيفها وفق مقياس ليكارت الخماسي ضمن درجة (موافق بشدة)، مما يشير إلى أن النسبة الكبيرة لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي هي التي تجعل الجهات الامنية نشر ايجازها اليومي عبرها.
- إنَّ المتوسط الحسابي للعبارة السابعة والثلاثون بلغ (1.50)، وانحراف معياري قدره (0.62)، وكل ذلك يعكس النظرة الإيجابية لأفراد عينة البحث تجاه هذه العبارة وبالتالي يمكن تصنيفها وفق مقياس ليكارت الخماسي ضمن درجة (موافق بشدة)، مما يشير إلى أن سرعة انتشار الاخبار والتقارير الخاصة بمعركة الموصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي، اكثر من الوسائل الاعلامية الاخرى مثل (تلفزيون، اذاعة، وكالة، جريدة).
- إنَّ المتوسط الحسابي للعبارة الثامنة والثلاثون بلغ (1.15)، وانحراف معياري قدره (0.35)، وكل ذلك يعكس النظرة الإيجابية لأفراد عينة البحث تجاه هذه العبارة وبالتالي يمكن تصنيفها وفق مقياس ليكارت الخماسي ضمن درجة (موافق بشدة)، مما يشير إلى اصبحت مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للكثير من الوسائل الاعلامية مثل (التلفزيون، الصحف، وكالة، اذاعة)، بسبب ميزتها في تحقيق الصحفي.
- اختبار فرضيات البحث:**

الفرضية الأولى: توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين الخصائص الديمغرافية (المستوى التعليمي، الجنس، العمر، مستوى الدخل، الوظيفة) وما بين استخدام المبحوثين عينة البحث لمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (١٥) يبين التحليل الاحصائي للفرضية الاولى

الرقم	العبارات		درجة الموافقة					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
			بشدة موافق	موافق	محايد	مرفوض	بشدة مرفوض		
1	توجد علاقة ارتباطية بين المستوى التعليمي للمبحوثين وبين استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي	التكرار	45	46	9	0	0	1.64	0.64
		النسبة	45%	46%	9%	0%	0		
2	توجد علاقة ارتباطية بين عمر المبحوثين وبين استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي	التكرار	66	23	8	3	0	1.48	0.77
		النسبة	66%	23%	8%	3%	0		

0.83	1.69	0	4	12	33	51	التكرار	توجد علاقة ارتباطية بين وظيفة المبحوثين وبين استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي	3
		0	4%	12%	33%	51%	النسبة		
0.59	1,36	0	0	6	24	70	التكرار	توجد علاقة ارتباطية بين نوع الجنس للمبحوثين وبين استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي	4
		0%	0%	6%	24%	70%	النسبة		
0.41	1.19	0	5	11	17	82	التكرار	توجد علاقة ارتباطية بين مستوى الدخل للمبحوثين وبين استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي	5
		0	5%	11%	17%	82%	النسبة		

من نتائج الجدول اعلاه نستنتج وجود علاقة ارتباطية بين مستوى التعليم، واستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي بمتوسط الحسابي للعبارة الاولى بلغ (1.64)، وانحراف معياري قدره (0.64)، كما توجد علاقة ارتباطية بين سن المبحوثين، واستخدامهم لمواقع التواصل، بمتوسط حسابي بلغ (1.48)، وانحراف معياري قدره (0.77)، فضلاً عن وجود علاقة ارتباطية بين وظيفة المبحوثين، واستخدامهم لمواقع التواصل، بمتوسط حسابي بلغ (1.69)، وانحراف معياري قدره (0.83).

كما توجد علاقة ارتباطية بين نوع الجنس للمبحوثين، وبين استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، بمتوسط حسابي بلغ (1.36)، وانحراف معياري قدره (0.59)، فضلاً عن وجود علاقة ارتباطية بين مستوى الدخل للمبحوثين، وبين استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، بمتوسط حسابي بلغ (1.19)، وانحراف معياري قدره (0.41)، وكل ذلك يعكس النظرة الإيجابية لأفراد عينة البحث تجاه هذه العبارات وبالتالي يمكن تصنيفها وفق مقياس ليكارت الخماسي ضمن درجة (موافق بشدة).

مما يشير إلى اثبات الفرضية الاولى التي تنص على (توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين الخصائص الديمغرافية (المستوى التعليمي، الجنس، العمر، مستوى الدخل، الوظيفة) وما بين استخدام المبحوثين عينة البحث لمواقع التواصل الاجتماعي).

الفرضية الثانية: كلما اعلنت القيادة العراقية عن انطلاق معارك تحرير المناطق المغتصبة من عصابات داعش، زاد ذلك من نسبة اقبال المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (١٦) يبين التحليل الاحصائي للفرضية الثانية

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	درجة الموافقة					العبارات	
		موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة		
0.59	1.31	76	17	7	0	0	التكرار	ان اعلان قيادة القوات المسلحة العراقية عن بدأ اي معركة يزيد من نسبة اقبال الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي
		76%	17%	7%	0%	0	النسبة	
0.44	1.16	87	10	3	0	0	التكرار	أن النسبة الكبيرة لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي هي التي تجعل الجهات الامنية تنشر ايجازها اليومي عبرها
		87%	10%	3%	0	0	النسبة	

من نتائج الجدول اعلاه نستنتج ان اعلان قيادة القوات المسلحة العراقية عن بدأ اي معركة يزيد من نسبة اقبال الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي بمتوسط حسابي بلغ (1.31)، وانحراف معياري قدرة (0.59)، كما ان النسبة الكبيرة لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي هي التي تجعل الجهات الامنية تنشر ايجازها اليومي عبرها، بمتوسط حسابي بلغ (1.16)، وانحراف معياري (0.44).

وكل ذلك يعكس النظرة الإيجابية لأفراد عينة البحث تجاه هذه العبارات وبالتالي يمكن تصنيفها وفق مقياس ليكرت الخماسي ضمن درجة (موافق بشدة).

مما يشير إلى اثبات الفرضية الثانية التي تنص على (كلما اعلنت القيادة العراقية عن انطلاق معارك تحرير المناطق المغتصبة من عصابات داعش، زاد ذلك من نسبة اقبال المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي).

الفرضية الثالثة: ان سرعة انتشار خبر انطلاق العمليات العسكرية ونتائجها في مواقع التواصل الاجتماعي، اسرع بكثير من باقي الوسائل الاعلامية الاخرى مثل (التلفزيون، الاذاعة، الصحف، الوكالات).

جدول (١٧) يبين التحليل الاحصائي للفرضية الثالثة								
الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	درجة الموافقة					العبارات	
		غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة		
0.62			0	0	34	66	التكرار	أن سرعة انتشار الاخبار والتقارير الخاصة بمعركة الموصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي اكثر من الوسائل الاعلامية الاخرى مثل (تلفزيون، اذاعة، وكالة، جريدة)
		0%	0%	0%	34%	66%	النسبة	
0.35	1.15	0	0	0	15	85	التكرار	اصبحت مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للكثير من الوسائل الاعلامية مثل (التلفزيون، جريدة، وكالة، اذاعة)
		0	0	0	15%	85%	النسبة	

من الجدول اعلاه نستنتج أن سرعة انتشار الاخبار والتقارير الخاصة بمعركة الموصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي اكثر من الوسائل الاعلامية الاخرى مثل (تلفزيون، اذاعة، وكالة، جريدة)، بمتوسط حسابي بلغ (1.50)، وانحراف معياري قدره (0.62)، كما اصبحت مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للكثير من الوسائل الاعلامية مثل (التلفزيون، جريدة، وكالة، اذاعة)، بمتوسط حسابي بلغ ((1.15)، وانحراف معياري قدره (0.35)، وكل ذلك يعكس النظرة الإيجابية لأفراد عينة البحث تجاه هذه العبارات وبالتالي يمكن تصنيفها وفق مقياس ليكرت الخماسي ضمن درجة (موافق بشدة)، مما يشير إلى اثبات الفرضية الثالثة التي تنص على (ان سرعة انتشار خبر انطلاق العمليات العسكرية ونتائجها في مواقع التواصل الاجتماعي، اسرع بكثير من باقي الوسائل الاعلامية الاخرى مثل (التلفزيون، الاذاعة، الصحف، الوكالات).

اهم النتائج التي توصل اليها البحث:

١. أن غالبية أفراد عينة البحث هم من فئة الذكور، حيث بلغت نسبة تواجدهم (80%)، وهي نسبة عالية إذا ما قورنت بنسبة الإناث التي بلغت (20%).
٢. أن أغلب أفراد عينة البحث هم من الفئة المتزوجة والتي شكلت نسبة عالية مقارنةً بمثيلاتها من الفئات الاجتماعية حيث بلغت نسبة المتزوجين (60%).
٣. يوجد تفاوت واضح للفئات العمرية في عينة البحث، بالنسبة لاساتذة جامعة الانبار، حيث حصلت الفئة العمرية (30 إلى أقل من 40 عاماً) على المرتبة الاولى.
٤. أن الذين يحملون شهادة دكتوراه هم الفئة العمرية الأكثر انتشاراً، ومتابعة لخبار العمليات العسكرية، عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي، إذ حصلت على نسبة بلغت (61%)، اما فئة الماجستير فقد حصلت على نسبة (39%).
٥. أن حجم تعرض اساتذة جامعة الانبار لمواقع التواصل الاجتماعي دائماً إذ حصلت هذه الفئة على المرتبة الاولى بنسبة بلغت (70%).
٦. أن اساتذة جامعة الانبار يستخدمون جهاز الهاتف لمتابعة مواقع التواصل الاجتماعي بالمرتبة الاولى بنسبة بلغت (80%).
٧. أن الوقت المناسب لاساتذة جامعة الانبار هو مساءً فقد حصلت على المرتبة الاولى، بنسبة شكلت (77%).

٨. أن استخدام اساتذة جامعة الانبار لمواقع التواصل الاجتماعي هو من ساعة الى ساعتان فقد حصلت على المرتبة الاولى، بنسبة شكلت (70%).
٩. أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم بدرجة كبيرة في دعم الجيش العراقي، اذ حصلت فئة (نعم) على المرتبة الاولى، بنسبة (100%).
١٠. ان اساتذة جامعة الانبار يستخدمون موقع الفيس بوك بالمرتبة الاولى، بنسبة بلغت (90%).
١١. متابعة افراد عينة البحث لمواقع التواصل الاجتماعي، لأنها اسرع من الوسائل الاعلامية الاخرى في النشر على المرتبة الاولى، بنسبة بلغت (65%).
١٢. ان اعلان قيادة القوات المسلحة العراقية عن بدأ اي معركة يزيد من نسبة اقبال الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي بمتوسط حسابي بلغ (1.31)، وانحراف معياري قدرة (0.59).
١٣. أن سرعة انتشار الاخبار والتقارير الخاصة بمعركة الموصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي اكثر من الوسائل الاعلامية الاخرى مثل (تلفزيون، اذاعة، وكالة، جريدة).

المراجع:

اولاً: الكتب:

١. ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم: مناهج وأساليب البحث العلمي، النظرية والتطبيق، (عمان، الاردن، دار صفاء للنشر والتوزيع)، ٢٠٠٠م.
٢. كامل خورشيد مراد، الاتصال الجماهيري والإعلام (عمان: دار الميسرة، ٢٠١٤م).

ثانياً: البحوث المنشورة:

١. حسين سعدي الفتلاوي، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترتيب اولويات الاصلاح السياسي لدى اساتذة الجامعات"، مجلة الباحث الاعلامي، العدد ٣٠ (جامعة بغداد كلية الاعلام) ٢٠١٥م.
٢. سارا محسن قادر، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في مكافحة المخدرات"، مجلة دراسات وبحوث إعلامية (مسار)، العدد الخامس المجلد الثاني - الجامعة العراقية - كلية الاعلام، ٢٠٢٢م.
٣. سهاد عدنان جلوب، "العلاقة بين دوافع التعرض للبرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية العراقية والاشباع المعرفية المتحققة منها" دراسة ميدانية لعينة الجامعات، مجلة دراسات وبحوث إعلامية (مسار)، العدد الخامس المجلد الثاني - الجامعة العراقية - كلية الاعلام، ٢٠٢٢م.
٤. علي عبد الهادي عبد الامير " اتجاهات اساتذة الجامعات نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الراي العام الالكتروني ازاء الازمات الامنية" مجلة الباحث الاعلامي، العدد ٣٢، (جامعة بغداد كلية الاعلام)، ٢٠١٦م.
٥. فكرت نامق عبد الفتاح، كرار انور البديري، العراق وتنظيم داعش: دراسة في الاسباب المنشئة للإرهاب، مجلة قضايا سياسية، العدد ٤١، (كلية العلوم السياسية، جامعة النهرين)، تموز، ايلول، ٢٠١٥م.

ثالثاً: الانترنت:

١. محمد السعيد ادريس: معركة تحرير الموصل وخرائط الصراعات في العراق: انظر الرابط الاتي: <https://www.dohainstitute> ، تاريخ الدخول ٢٠٢٥/٥/٢.
٢. محمد جابر خلف الله، مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي، انظر هذا الرابط: <http://kenanaonline.com/users/azhar> ، تاريخ الدخول ٢٠٢٥/١/٨م.

References:

First: Books:

1. Rabhi Mustafa Alian, Othman Muhammad Ghanim: Scientific Research Methods and Approaches: Theory and Application (Amman, Jordan, Safa Publishing and Distribution House), 2000.
2. Kamel Khorshid Murad, Mass Communication and Media (Amman: Al-Maysarah House), 2014.

Second: Published Research:

1. Hussein Saadi Al-Fatlawi, "The Role of Social Media in Prioritizing Political Reform among University Professors," Journal of Media Researcher, Issue 30 (University of Baghdad, College of Media), 2015.
2. Sara Mohsen Qader, "The Role of Social Media in Combating Drugs," Journal of Media Studies and Research (Masar), Issue 5, Volume 2, University of Iraq, College of Media, 2022.
3. Suhad Adnan Jaloub, "The Relationship between the Motives for Exposure to Political Talk Shows on Iraqi Satellite Channels and the Cognitive Gratifications Achieved from Them," A Field Study of a Sample of Universities, Journal of Media Studies and Research (Masar), Issue Five, Volume Two - University of Iraq - College of Media, 2022.
4. Ali Abdul Hadi Abdul Amir, "University Professors' Attitudes Towards the Role of Social Media in Shaping Electronic Public Opinion Regarding Security Crises," Journal of the Media Researcher, Issue 32, (University of Baghdad, College of Media), 2016.
5. Fikret Namiq Abdul Fattah, Karar Anwar Al-Badri, "Iraq and ISIS: A Study of the Causes of Terrorism," Journal of Political Issues, Issue 41, (College of Political Science, University of Nahrain), July-September 2015.

Third: The Internet:

1. Muhammad Al-Saeed Idris: The Battle for the Liberation of Mosul and Maps of Conflicts in Iraq: See the following link: <https://www.dohainstitute>, accessed May 2, 2025.
2. Muhammad Jaber Khalaf Allah, The Concept of Social Media, see this link: <http://kenanaonline.com/users/azhar>, accessed January 8, 2025.