

**دور الفيس بوك في تشكيل اتجاهات الرأي العام إزاء الحكومة المحلية في
محافظة كربلاء المقدسة "دراسة مسحية على طلبة جامعة أهل البيت في
كربلاء"**

*The role of Facebook in forming Public opinion towards
the Provincial Government/ Kerbala "Survey study of
Ahlulbait University Students"*

د. غالب كاظم جواد الدعيمي^(١)
Dr. Ghalib.k. Aldamy

المستخلص

تناول البحث (دور الفيس بوك في تشكيل اتجاهات الرأي العام إزاء الحكومة المحلية في كربلاء) موضوعاً لم يتم تناوله على مستوى الرأي العام في المحافظة، ولا سيما من جهة متغيره التابع، أي "الحكومة المحلية" وذلك عبر استطلاع وجهات النظر لشريحة مهمة من المجتمع العراقي وهي طلبة جامعة أهل البيت في المحافظة.

وقدم الباحث تساؤلاً رئيساً هو "ما الدور الذي قام به الفيس بوك في تشكيل الاتجاهات والتقييمات إزاء أداء الحكومة المحلية في محافظة كربلاء المقدسة"

١ - وتأتي أهمية البحث من أنه سيكون في متناول أفراد المجتمع وأعضاء الحكومة المحلية عبر عرضها التقييمات وآراء افراده إزاء اداء الحكومة المحلية.

٢ - يقدم فهماً جديداً للعلاقة بين الفيس والجمهور وعلاقته بتشكيل الرأي العام إزاء.

١ - جامعة اهل البيت - كربلاء - /كلية الآداب/ قسم الصحافة.

وفي جانب الأهداف فقد سعى البحث إلى تحقيق الأهداف الآتية: التقصي عن دور الفيس بوك في تغيير اتجاهات الجمهور، ومعرفة دوره في تشكيل الاتجاهات مقارنة بوسائل التواصل الأخرى، فضلاً عن الكشف عن حجم الدور الذي يقوم به الفيس في إثارة انتباه الجمهور إزاء الحكومة المحلية. يعد هذا البحث وصفيّاً من حيث النوع، وقد استخدم الباحث المنهج المسحي في تحصيل المعلومات وتبويبها وتحليلها.

وخلص البحث إلى نتائج من أهمها:

- ١- كشفت أن الجمهور الذي يستخدم الموبايل في الوصول للفيس بوك نسبة ٥٠% تقريباً. افصحت الدراسة بأن الجمهور يعتمد بنسبة ٦٩% على الفيس في تشكيل اتجاهات الرأي العام إزاء الحكومة المحلية.

Abstract

The study above deals with a subject which has not been tackled at the provincial public opinion level, specially its variable , "the provincial government" The research will survey the viewpoint of an important sample of Iraqi society, that is the student of Ahlulbait University in the province.

The researcher made a key question "what is the role played by facebook in forming the trends and assessment about the performance of the provincial government in Karbala".

The study is significant in that it will be within the reach of the society members and the provincial government members through displaying the assessment and the members opinion about the performance of the provincial government.

It,s gives a new understanding to the relationship between facebook and the audience and its relevance to forming the public opinion about such an experiment.

The study aims at realizing the goals represented by the role played by facebook in changing the trends of the audience and its role in forming the trends in comparison with onother media, as well as reveling the role played by facebook in attracting the audience attention about the provincial government.

This study is descriptive, survey- based in obtaining tabulation and analyzing the information.

The study has reached at the following findings:

The audience use cellphone (mobile) to have access to facebook at nearly 50% per

The study has found out that the audience rely on facebook at 69% in forming the public opinion trends toward the provincial government.

المقدمة

بات الفيس بوك مؤثراً في حياة الأفراد ومسار حياتهم على الرغم من كونه ظاهرة جديدة، وساعد على ذلك تسارع النقلات التكنولوجية التي أضحت عنواناً لهذا العصر الذي بات فيه العالم يعيش بمثابة بيت واحد من حيث سرعة وصول الأخبار والمعلومات إلى الجمهور العام.

وتزداد أهمية الفيس بوك يوماً بعد يوم متزامنة مع زيادة عدد المستخدمين في العالم إذ تجاوز عددهم مليار مستخدم في العالم، ومازال العدد في تصاعد مضطرب يومياً، فضلاً عن أن المستخدمين ينتمون إلى شرائح اجتماعية متعددة، فبينهم الرجل والمرأة، والاكاديمي والفلاح والموظف وربة البيت وباقي الفئات الاجتماعية الأخرى من دون تمييز، الجميع يشتركون في استخدامه مع التأكيد على تباين الأسباب في استخدامه من قبل الأفراد.

ينقسم هذا البحث إلى ثلاثة فصول، الفصل الأول يتضمن الإطار المنهجي المتمثل في المشكلة والتساؤلات والأهمية والأهداف وإجراءات البحث، والوسائل الإحصائية المستخدمة، فضلاً عن أن الباحث تطرق إلى ما تيسر من الدراسات السابقة.

ويتناول الفصل الثاني الإطار النظري الذي تم تقسيمه إلى محاور عدة، مثل الفيس ونبذة تاريخه عنه، فضلاً عن الرأي العام وأنواع الجمهور، في حين تم عرض النتائج التي خلص إليها البحث في الفصل الثالث، وأخيراً قراءة أهم النتائج.

الفصل الاول: الاطار المنهجي

المشكلة:

ترتبط مشكلة هذا البحث بالغموض وعدم الوضوح الذي يرافق الدور الذي يقوم به الفيس بوك (Facebook) في تشكيل الآراء والتقييمات إزاء عمل الحكومة المحلية في محافظة كربلاء المقدسة، وعلاقتها بمستوى رضا الجمهور على أدائها فيما يتعلق بتقديم الخدمات للمواطنين، وقدم الباحث تساؤلاً رئيساً هو:-

ما الدور الذي قام به الفيس بوك في تشكيل اتجاهات الرأي العام والتقييمات إزاء أداء الحكومة المحلية في محافظة كربلاء المقدسة؟

ويتفرع منه عدد من التساؤلات الفرعية وهي كما يأتي:-

١. ما حجم الدور الذي يلعبه الفيس بوك في تشكيل لإتجاهات ازاء الحكومة المحلية في

كربلاء؟

٢. ما اساليب النشر الأكثر تأثيراً في تشكيل للإتجاهات على صفحات الفيس بوك؟

٣. ما ابرز المشكلات التي ركز عليها الفيس بوك بشأن الحكومة المحلية في كربلاء؟

٤. ما أبرز المشكلات التي ركز عليها الفيس بوك بشأن الحكومة المحلية؟

أهمية البحث:

تأتي أهمية البحث من عدة جوانب منها حجم الفائدة التي يقدمها إلى المجتمع وأسهمه في حل مشكلاته^(٢) فضلاً عن مايمثله من اضافة يعتد بها في ميدان العلم.

وتتجلى أهمية هذا البحث بما يأتي:-

١. تأتي أهمية هذا البحث من أنه سيكون في متناول أفراد المجتمع وأعضاء الحكومة المحلية عبر عرضه التقييمات وآراء افراد المجتمع إزاء اداء الحكومة المحلية.
٢. يقدم فهماً جديداً للعلاقة بين الفيس بوك والجمهور وعلاقته بتشكيل الرأي العام إزاء التجربة.

أهداف البحث:

١. التقصي عن دور الفيس بوك في تغيير اتجاهات الجمهور
٢. معرفة دور الفيس بوك في تشكيل الاتجاهات مقارنة بوسائل التواصل الأخرى.
٣. الكشف عن حجم الدور الذي يقوم به الفيس بوك في اثارة انتباه الجمهور ازاء الحكومة المحلية.

منهج البحث:

يعد هذا البحث وصفياً من حيث النوع لأنه الانسب في وصف الظاهرة والكشف عن العلاقات الارتباطية بين المتغيرات التي تقف وراء حدوثها^(٣). كما استخدم الباحث المنهج المسحي في جمع البيانات وتحليلها.

مجالات البحث:

شملت مجالات البحث ما يأتي:-

١. المجال الزمني: يتمثل في المدة من ١٥ / ١١ / ٢٠١٥ إلى ١٥ / ٢ / ٢٠١٦ وهي المدة المتزامنة مع تحديد متغيرات البحث واختيار مجتمعه وعينته، فضلاً عن تنفيذ اجراءات عملية التحليل المتمثلة بتوزيع الاستبانة على عينة البحث وإعادة جمعها وتفرغ البيانات.
٢. المجال المكاني قسم الصحافة / كلية الآداب في جامعة أهل البيت.
٣. المجال البشري: وهم طلبة المرحلتين الثالثة والرابعة للدراستين المسائية والصباحية من قسم الصحافة، في جامعة أهل البيت -النجف-.

٢- محمد الهاجري، اصول وطرائق البحث الاجتماعي، عمان، (من دون دار نشر)، ١٩٩٢، ص ٨٧.

٣- سمير محمد حسين، بحوث الاعلام الاسس والمبادئ، القاهرة، عالم الكتاب، ١٩٧٦، ص ١٢٥.

أجراءات البحث:

١- تحديد مجتمع البحث

يتمثل مجتمع البحث بطلبة المرحلتين الثالثة والرابعة وللدراستين المسائية وال الصباحية في قسم الصحافة / كلية الآداب/ جامعة أهل البيت -عليه السلام- وقد بلغ العدد الكلي للطلبة (٧٢) طالباً وطالبة موزعين على الدراسة الصباحية والمسائية، وقد تم استبعاد الطلبة الذين لا يستخدمون الفيس لمتابعة أداء الحكومة المحلية.

جدول (١). يوضح توزيع عينة البحث

المرحلة	الصباحي		المسائي		المجموع
	ذكور	إناث	ذكور	إناث	
الرابعة	١٠	٦	١٦	٥	٣٧
الثالثة	١٤	٣	١٣	٥	٣٥
المجموع	٢٤	٩	٢٩	١٠	٧٢

٢- عينة البحث

لجأ الباحث إلى استخدام العينة العشوائية المتعددة المراحل، وفيما يأتي نستعرض المراحل التي تم عبرها استخراج العينة.

١- تم اختيار جامعة واحدة من بين الجامعات والكليات الأهلية في محافظة كربلاء عبر الاختيار العشوائي، وظهرت جامعة أهل البيت-عليه السلام- من بين ست جامعات وهي جامعة كربلاء، وجامعة أهل البيت -عليه السلام-، وكلية ابن حيان الجامعة، وكلية الصفوة، وكلية الحسين الجامعة، وكلية الطف الجامعة.

٢- وبالطريقة نفسها تم اختيار كلية الآداب في جامعة أهل البيت-عليه السلام-، ومن ثم تم اختيار قسم الصحافة عشوائياً، وأخيراً اختار الباحث طلاب المرحلتين الثالثة والرابعة وللدراستين الصباحية والمسائية من بين ثلاث مراحل وهي المرحلة الثانية، والمرحلة الثالثة، والمرحلة الرابعة وللدراستين أيضاً، ولعدم وجود طلاب في المرحلة الأولى تم استبعادها من القرعة.

٣- الصدق والثبات.

أ- الصدق.

تم عرض الاستبانة على عدد من الخبراء^(*)، وحازت بالاتفاق على ٨٢٪، وتم استخراج مستوى الصدق عبر استخدام المعادلة الآتية: مجموع الفئات المتفق عليها مقسوم على عدد الفقرات المتفق عليها مضروب في ١٠٠.

$$\text{الصدق} = \frac{\text{مجموع الفقرات المتفق عليها}}{\text{الفقرات الكلية}} \times 100 = 82$$

ب- الثبات.

تم اجراء الثبات عن طريق استخدام معامل الفا كرونباخ (alphakronbachs) للاتساق الداخلي، وقد بلغ معامل ثبات الاستبانة (٧٢٪) ويعد هذا المعامل مرتفعاً عند مقارنته على وفق المعايير المقبولة^(٤)

٤- دراسات سابقة:

الاطلاع والاشارة إلى الدراسات السابقة ضرورة مهمة لاغنى عنها، لأجل إكمال ما بدأه الآخرون، ولأن العملية التعليمية عملية متراكمة.

وقد سعى الباحث إلى الإطلاع على الدراسات المتاحة امامه في مجال تأثير الفيس بوك ودوره في تشكيل اتجاهات الجمهور بشكل عام، إزاء القضايا التي تهم الجمهور، ومن هذه الدراسات: دراسة محمود (٢٠١٠) (٥).

تناولت الدراسة دور شبكات التواصل الاجتماعي، ومنها الفيس في التغيير في العالم العربي، وتلخصت أهدافها في تحديد الدور الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي في دفع الجمهور الى التظاهر وطلب التغيير.

وكانت ابرز النتائج تشير إلى أن الفيس بوك منح فضاء كونياً للممارسة الرفض والتعبير بعيداً عن آليات المنع والقمع، فضلاً عن اسهامه في توفير فضاء مجال افتراضي للنقاش والحوار بشأن القضايا التي تهم الوطن.

*- عرضت الاستبانة على الخبراء الآتية اسماؤهم-

١. م.د. طالب عبد الحسين الشمري.

٢. م.د. محمد عبد فيحان.

٣. م.د. عمران الكركوشي.

4- Hinkle, Dwiersma, S. applied static for the behavioral science. Rond Mc.nally, Chicago, 1981, p 175.

٥- خالد وليد محمود، شبكات التواصل الاجتماعي ودنامكية التغيير في العالم العربي، بيروت، مدارك للنشر والتوزيع،

دور الفيس بوك في تشكيل اتجاهات الرأي العام إزاء الحكومة المحلية في محافظة كربلاء المقدسة دراسة الرعود (٢٠١٢) (٦).

سعت الدراسة إلى معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في أحداث التغيير السياسي في تونس ومصر ومن وجهة نظر الصحفيين الإردنيين، واستخدم الباحث المنهج الوصفي للوصول للنتائج. وكانت ابرز النتائج أن للفيس بوك دوراً كبيراً في مقاومة الحجب والدعاية في الإعلام الرسمي، كما يؤدي إلى التأثير في الرأي المحلي والإقليمي والدولي لدعم مطالبات التغيير السياسي في تلك البلدان.

الفصل الثاني: الإطار النظري:

اشارات تاريخية بشأن الفيس بوك

أسس موقع الفيس عام ٢٠٠٤ من قبل الطالب الأميركي (مارك زوكربرج) في جامعة هارفرد واعطاه اسم الفيس بوك ومعناه (كتاب الوجوه) في إشارة إلى كتب الوجوه التي تُوزع على الطلبة لمساعدتهم على التعرف على أسماء زملائهم في الدراسة، وكانت بدايته بسيطة تهدف إلى إنشاء موقع تفاعلي لطلبة جامعة هارفرد للتواصل فيما بينهم اثناء وبعد التخرج، وكان لا يسمح لغير طلبة جامعة هارفرد الاشتراك، وفيما بعد حقق شهرة واسعة لينتقل الى الجامعات الاخرى والمدارس والمؤسسات، ومن ثم الى العامة في عام ٢٠٠٦ بعد أن بات أي مواطن يمكن له الاشتراك والتسجيل كعضو في الفيس بغض النظر عن امتلاكه حساب بريد الكتروني.

بات يتربع الفيس بوك على عرش شبكات التواصل الاجتماعي من جهة أهمية مستخدميه وعددهم، فقد بلغ عدد مستخدميه (١,٣٥٠) مليار وثلاثمائة مائة وخمسين مليون مستخدم (٧) بحسب إحصائية تقدمها إدارة الفيس بوك، على الرغم من أن فكرة انشائه كانت لا تتعدى الترفيه والتسلية بين طلاب جامعة هارفرد، ليتحول الى موقع يصنع الأحداث ويشكل الرأي العام إزاءها، واصبح منبراً للحوار والنقاش وتبادل الآراء بين الجمهور "المستخدمين" بشأن الموضوعات المثارة (*).

وتُسهم شبكة الفيس بوك في توفير الأرضية المناسبة، والمناخ العام لتهيئة الرأي العام للتعبير عن نفسه عبر التظاهرات والتجمعات، فضلاً عن أنها وسيلة لتنسيق المواقف وتحديد الأهداف، وتوجيه الجمهور، وتنظيم حركته في التظاهرات والانطلاقات، واتضح دورها بشكل واضح وكبير في تنسيق التظاهرات في جمهورية مصر العربية وتونس وقبلها في الانتخابات الأميركية عام ٢٠٠٨، والهجوم الاسرائيلي على غزة الذي بدأ أواخر العام نفسه (٨).

٦- عبد الله ممدوح مبارك الرعود، دور شبكات التواصل في التغيير السياسي، عمان، كلية الإعلام، جامعة الشرق الاوسط، ٢٠١٢.

٧- <http://www.alex.com/siteinfo/facebook.com> تاريخ الزيارة الاثنين / ٧ / ٣ / ٢٠١٦. الساعة ٩ ليلا.
*- تعرض قناة الحرة العراق في نشراتها الاخبارية بعض المنشورات لسياسيين عراقيين وأميريكانيين بشأن الأحداث الجارية، فضلاً عن أنها تعرض آراء عدد من قرائها المنشورة على صفحاتهم في الفيس بوك في برامجها.

٨- مصعب حسام الدين قتلوني، ثورات الفيس بوك، بيروت، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، ٢٠١٤، ص ١٧.

الرأي العام

عُرف الرأي العام منذ القدم إلا أن البدايات الأولى لظهور المناقشات حول الرأي العام كانت قد انطلقت في القرن الرابع عشر قبل الميلاد في زمن الفيلسوف سقراط وتلميذه افلاطون الذي ذم السياسة والديمقراطية، واصفاً رأي الناس بأنه (مجرد حشد ضئيل)^(٩). وهناك اتجاه يشير إلى أن ظاهرة الرأي العام كممارسة وُجدت منذ القدم مع وجود الجماعات البشرية التي تعتمد الحوار والنقاش والجدال في حل المشكلات، التي تواجهها والخروج برأي عام يمثل الأغلبية لتلك الجماعات^(١٠). وقد أحدث نشر كتاب "Actadiurna" في عام ٥٩ قبل الميلاد والذي الفه قيصر روما تأثيراً في صياغة الرأي العام، فقد أشار فيه إلى الأنشطة المتعلقة بمجلس النواب والشيوخ^(١١).

وقدّمت تعريفات عدة للرأي العام، إذ عرفه معجم المصطلحات الاعلامية بأنه: (وجهة نظر أغلبية الجماعة التي لا يفوتها رأي آخر، وذلك في وقت معين وإزاء مسألة تعني الجماعة، وتدور حولها المناقشة صراحة أو ضمناً في إطار هذه الجماعة، وأن الرأي العام صورة من صور السلوك الجمعي (الجماعي)، تمخضت عن مناقشة وجدل بين أفراد متعددين تعنيهم المسألة التي يتعلق بها هذا السلوك، أو هذه المناقشة، ويتجهون لتحقيق هدف أو غاية مشتركة، ويتأثرون في ذلك بإعتبارات وعوامل مختلفة)^(١٢) وعلى وفق هذا التعريف فإن مدلول الرأي العام يعبر عن تكامل آراء الجماعة وليس عن إلتقائها أو تجميعها^(١٣).

كما قدم عدد من خبراء الاعلام والرأي العام العرب طائفة من التعريفات للرأي العام، وأنطلقت هذه التعريفات من الواقع الحضاري والسياسي الذي تعيشه المنطقة العربية وقد تأثرت بطبيعة النظم السياسية في المنطقة العربية، وعلى الرغم من محاولة بعضهم تقديم تعريفات جديدة إلا أنها كانت انعكاساً للتعريفات الأجنبية إن لم تكن لصيقة لها في كثير من الجوانب.

انواع الجمهور:

يقسم الجمهور على النوعين الآتيين^(١٤):-

١- الجمهور العام^(١٥).

٢- الجمهور الخاص^(١٦).

- ٩- جمال مجاهد، الرأي العام وقياسه (الاسس النظرية والمنهجية)، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، ٢٠١٠، ص ١٥-١٦.
- ١٠- محمد سعد أبو عامود، الرأي العام والتحول الديمقراطي، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، ٢٠١٠، ص ١٧.
- ١١- المصدر نفسه، ص ١٦.
- ١٢- عبد الكريم علي الديبسي، عوامل تكوينه وطرق قياسه، دار الميسرة، عمان، ٢٠١١، ص ٦١-٦٢.
- ١٣- حميدة سميسم، نظرية الرأي العام، نظرية الرأي العام، بغداد، دار الشؤون الثقافية، ١٩٩٢، ص ٢٧٣.
- ١٤- فواز منصور الحكيم، سوسيولوجيا الإعلام الجماهيري، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١١، ص ٥٥.
- ١٥- سوزان القليني، علم النفس الإعلامي - المداخل النفسية للإعلام، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٣، ص ١٢٩-١٣٠.
- ١٦- المصدر نفسه، ص ١٣١.

وقدم الباحث الاميريكي (كلوس) تقسيماً عددياً لجمهور وسائل الاعلام يتصل بمستوى اسهامه وكما يأتي:-

- ١- الجمهور المفترض:^(١٧).
- ٢- الجمهور الفعلي^(١٨).
- ٣- الجمهور المتعرض أو المستهدف (Exposed Audience):^(١٩).
- ٤- الجمهور الفعال أو النشط (Active Audience):
وهناك تقسيمات اخرى لا مجال لذكرها

الفصل الثالث: الإطار الميداني

الاستخدام

١- أفصحت النتائج عن أن ما نسبته (٢٠,٨) من العينة قد بدأوا باستخدام الفيس بوك لمتابعة الشأن المحلي، في ٢٠١٥ في حين أشار ما نسبته (١٣,٨) من أفراد العينة إلى أنهم استخدموا الفيس في ٢٠١٤، وجاءت اجابات المبحوثين بنسب متباينة للأعوام الأخرى، وحقت نسب تصاعدية بزيادة عدد المستخدمين. ولمزيد من التفاصيل الاطلاع على جدول(٢).

جدول(٢) يُبين استخدام المبحوثين على وفق السنوات

ت	سنة الاستخدام	التكرار	النسبة المئوية
١	٢٠٠٦	٢	٢,٧
٢	٢٠٠٧	٣	٤,١
٣	٢٠٠٨	٤	٥,٥
٤	٢٠٠٩	٥	٦,٩
٥	٢٠١٠	٦	٨,٣
٦	٢٠١١	٧	٩,٧
٧	٢٠١٢	٨	١١,١
٨	٢٠١٣	١٠	١٣,٨
٩	٢٠١٤	١٢	١٦,٦
١٠	٢٠١٥	١٥	٢٠,٨

١٧- خلدون عبد الله، الاعلام وعلم النفس، دار اسامة، عمان، ٢٠١٠، ص ٤٢-٤٣.

١٨- المصدر نفسه، ص ٤٣.

١٩- فواز منصور الحكيم، مصدر سابق، ص ٥٦.

المجموع	٧٢	١٠٠%
---------	----	------

٢- أنماط استخدام الفيس بوك من قبل الجمهور

أشار ما نسبته (٤١,٦%) من العينة إلى أنهم يستخدمون الفيس بوك يومياً لمتابعة أخبار الحكومة المحلية في محافظة كربلاء، وأشار ما نسبته (٢٢%) من العينة إلى أنهم يستخدمونه اسبوعياً، في حين أشار ما نسبته (٩,٤) من العينة بأنهم يستخدمون الفيس بوك عند توفر الوقت المناسب، وأشار ما نسبته ١٦% من العينة إلى أنهم يستخدمونه عند اشتداد الأزمات. ولمزيد من التفاصيل الإطلاع على الجدول (٣).

جدول (٣) يوضح أنماط استخدام الفيس من الجمهور

ت	النمط	التكرارات	النسبة المئوية
١	يوميّاً	٣٠	٤١,٦٦
٢	اسبوعياً	١٦	٢٢,٢٢
٣	عند توفر الوقت المناسب	١٤	١٩,٤٤
٤	عند اشتداد الأزمات	١٢	١٦,٦٦
المجموع		٧٢	١٠٠%

٣- الإعتماد على وسائل الإعلام في متابعة نشاطات الحكومة المحلية.

أ- الصحافة المطبوعة.

أشار ما نسبته ٤٨,٦ من المبحوثين إلى أنهم يعتمدون على الصحافة المطبوعة للحصول على المعلومات بشأن نشاطات الحكومة المحلية في محافظة كربلاء المقدسة، في حين أشار ما نسبته ٤١,٦ من المبحوثين إلى أنهم قلما يعتمدون على الصحف المطبوعة في متابعة أخبار الحكومة المحلية، وأشار ٩,٧ من المبحوثين إلى أنهم يعتمدون بشكل مباشر على الفيس بوك في الحصول على الأخبار المتعلقة بالحكومة المحلية.

ب- الإذاعة.

أفصح ما نسبته ٤١,٦% إلى أنهم لا يعتمدون على الإذاعة في تشكيل اتجاهاتهم إزاء الحكومة المحلية في كربلاء، وبالنسبة نفسها من المبحوثين اشاروا إلى أنهم قلما يعتمدون على الإذاعة في متابعة نشاطات الحكومة المحلية، في حين أشار ما نسبته ١٦,٦ من المبحوثين إلى أنهم يعتمدون على الإذاعة في تشكيل اتجاهاتهم إزاء الحكومة المحلية.

ت- التلفزيون

دور الفيس بوك في تشكيل اتجاهات الرأي العام إزاء الحكومة المحلية في محافظة كربلاء المقدسة

أشار ما نسبته ٥٥,٥% من المبحوثين إلى أنهم كثيراً ما يعتمدون على التلفزيون في تشكيل اتجاهاتهم إزاء أداء الحكومة المحلية، في حين أشار ٢٧,٧ من المبحوثين إلى أنهم قليلاً ما يعتمدون على التلفزيون، وأشار ١٦,٦% إلى أنهم لا يعتمدون على التلفزيون.

ث - الفيس بوك:

أفصحت إجابات المبحوثين عن أن مانسبتهم ٦٩,٤% كثيراً ما يعتمدون على الفيس بوك في متابعة نشاطات الحكومة المحلية في كربلاء، في حين أشار ١٦,٦ إلى أنهم قليلاً ما يعتمدون على التلفزيون، وأشار ١٣,٨ من المبحوثين إلى أنهم لا يعتمدون على الفيس بوك في متابعة أخبار الحكومة المحلية. وللمزيد انظر جدول (٤).

جدول (٤) يوضح اعتماد أفراد العينة على وسائل الإعلام

ت	الوسيلة حجم الاستخدام	الصحافة		الإذاعة		التلفزيون		فيس بوك	
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
١	كثيراً	٧	٩,٧	١٢	١٦,٦	٤٠	٥٥,٥	٥٠	٦٩,٤
٢	قليلاً	٣٠	٤١,٦	٣٠	٤١,٦	٢٠	٢٧,٧	١٢	١٦,٦
٣	لا اعتمد	٣٥	٤٨,٦	٣٠	٤١,٦	١٢	١٦,٦	١٠	١٣,٨
م		٧٢	١٠٠%	٧٢	١٠٠%	٧٢	١٠٠%	٧٢	١٠٠%

٤ - تفضيلات الجمهور في اختيار الوسائل الإعلامية في متابعة نشاطات الحكومة المحلية في اختيار الوسيلة الإعلامية.

أشار مانسبته ٥٠% من المبحوثين إلى أنهم يفضلون الفيس بوك في متابعة نشاطات الحكومة المحلية، في حين أشار ٢٥% منهم إلى أنهم يفضلون التلفزيون في الحصول على أخبار الحكومة المحلية، كما أشار ما نسبته ١٣,٨ من الجمهور إلى أنهم يفضلون الإذاعة، وأشار ١١,٢ من الجمهور إلى أنهم يفضلون الصحافة في الحصول على الاخبار التي تعكس نشاطات الحكومة المحلية. للمزيد انظر جدول (٥).

جدول (٥) يمثل تفضيلات أفراد العينة لوسائل الإعلام في متابعة اخبار أعضاء الحكومة المحلية

ت	الوسيلة	التكرار	النسبة المئوية
١ -	الصحافة	٨	١١,٢
٢ -	الإذاعة	١٠	١٣,٨
٣ -	التلفزيون	١٨	٢٥
٤ -	الفيس بوك	٣٦	٥٠
المجموع		٧٢	١٠٠%

٥- تأثير استخدام الفيس بوك في الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية. أفصحت إجابات المبحوثين بشأن تأثير استخدام الفيس بوك في الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية عن أن ما نسبته ٥٥,٥% من إجابات المبحوثين أشارت إلى تأثيرهم. في حين أشار ٤٤,٥ من المبحوثين إلى أن استخدام الفيس لم يؤثر في اعتمادهم على وسائل الإعلام التقليدية. للمزيد انظر جدول (٩).

جدول (٦) يوضح تأثير استخدام الفيس على وسائل الإعلام الأخرى

البديل	الدرجة	النسبة المئوية
نعم	٤٠	٥٥,٥
لا	٣٢	٤٤,٥
المجموع	٧٢	١٠٠%

٦- مقدار تأثير استخدام الفيس في الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدي. في شأن مقدار التأثير الناتج عن استخدام الفيس في الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدي، فقد أفصحت إجابات المبحوثين إلى أن (٤٠,٢) منهم أشاروا إلى أن تأثير استخدام الفيس في الاعتماد على الإعلام التقليدي كان كثيراً، في حين أشار ١٨% منهم إلى أن التأثير كان قليل على المبحوثين في الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدي بشأن تشكيل اتجاهات الجمهور إزاء الحكومة المحلية كان قليلاً، كما أشار ٢٥% منهم إلى أن التأثير كان متوسطاً فيهم، في حين أشار نحو (١٦,٦) منهم إلى أنه لم يحصل تأثير ناتج عن استخدام المبحوثين للفيس بوك. للمزيد انظر جدول (٧).

جدول (٧) يوضح حجم تأثير الفيس بوك في الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدي

ت	حجم التأثير	ت	%
١	كثيراً	٢٩	٤٠,٢
٢	قليلاً	١٣	١٨%
٣	متوسط	١٨	٢٥%
٤	لم يؤثر	١٢	١٦,٦
٥	المجموع	٧٢	١٠٠%

٧- مقدار الوقت الذي يستغرقه الجمهور في استخدام الفيس بوك لمتابعة نشاطات الحكومة المحلية. كشفت إجابات المبحوثين في شأن استخدام الفيس للحصول على المعلومات فيما يخص الحكومة المحلية، عن أن ما نسبته ٤١,٦ يستخدمون الفيس بمقدار ساعة واحدة يومياً، في حين أشار ما نسبته ٢٠,٨ منهم بأنهم يستخدمون الفيس بمقدار ساعتين يومياً، كما أشار نحو ١٣% منهم إلى أنهم

دور الفيس بوك في تشكيل اتجاهات الرأي العام إزاء الحكومة المحلية في محافظة كربلاء المقدسة

يستخدمون الفيس ثلاث ساعات يومياً، وأشار مانسبتهم ٢٣% منهم إلى أنهم يستخدمون الفيس بمقدار اربع ساعات يومياً لمتابعة أخبار الحكومة المحلية. للمزيد انظر جدول(٨).

جدول(٨) يُبين مدة استخدام الفيس من أفراد العينة

ت	الوقت	التكرار	النسبة المئوية
١	ساعة	٣٠	٤١,٦
٢	ساعتان	١٥	٢٠,٨
٣	ثلاث ساعات	١٠	١٣,٨
٤	أربع ساعات	١٧	٢٣,٦
٥	المجموع	٧٢	%١٠٠

٨- الأشكال التي هي أكثر تأثيراً في تشكيل اتجاهات الجمهور في شأن الأشكال التي لها أكثر تأثيراً في الاقتناع وتشكيل اتجاهات الجمهور على أداء الحكومة المحلية، جاء شكل الفيديو مع النص بنسبة ٣٧,٥ من اجابات المبحوثين، وتلاه ثانياً في حجم التأثير شكل الخبر في صحيفة الكترونية بنسبة ١٦,٦، في حين جاء شكل النص المجرد ليمثل اقل الأشكال تأثيراً، وبنسبة ٥,٥ %، وتلاه في قلة التأثير الفيديو المجرد وبنسبة ٨,٣ من إجابات المبحوثين. ولمزيد من من التفاصيل انظر الجدول(٩).

جدول(٩) يوضح تأثير أشكال النشر على أفراد العينة

ت	الاشكال	التكرارات	النسبة المئوية
١	نص مجرد	٤	٥,٥
٢	صورة ثابتة	٨	١١,١١
٣	نص مع صورة	١٥	٢٠,٨
٤	فيديو مجرد	٦	٨,٣
٥	فيديو مع نص	٢٧	٣٧,٥
٦	خبر في صحيفة الكترونية	١٢	١٦,٦
٧	المجموع	٧٢	%١٠٠

٩- الأجهزة التي تستخدم في الوصول إلى الفيس بوك. اشار المبحوثون بشأن الأجهزة التي يستخدمونها للوصول إلى الفيس بوك لاطلاع على الأخبار والمعلومات التي تخص اداء عمل الحكومة المحلية في كربلاء، وجاءت النتائج كما يأتي: أشار ما نسبته ٤٨,٦ من المبحوثين إلى أنهم يستخدمون الموبايل للوصول إلى الفيس بوك للاطلاع على أخبار الحكومة المحلية، في حين اشار ما نسبته ١٣,٨ من المبحوثين إلى أنهم يستخدمون الحاسوب

للوصول إلى الفيس بوك، وأشار ما نسبته ١١,١١ من المبحوثين إلى أنهم يستخدمون الحاسوب مع الموبايل للوصول إلى الفيس، وأشار ما نسبته ٩,٧ إلى أنهم يستخدمون الحاسوب مع الموبايل والآيباد مجتمعين للوصول إلى الفيس بوك، في حين اشار ما نسبته ٨,٣ من المبحوثين إلى أنهم يستخدمون الحاسوب والآيباد معا، وبالنسبة نفسها أجاب المبحوثون إلى أنهم يستخدمون الآيباد للوصول إلى الفيس بوك في متابعة الشأن المحلي المتعلق بأداء الحكومة المحلية في محافظة كربلاء المقدسة. للمزيد ينظر جدول (١٠).

جدول (١٠) يوضح استخدام الأجهزة من أفراد العينة

ت	اسم الجهاز	التكرار	النسبة المئوية
١	الموبايل	٣٥	٤٨,٦
٢	الحاسوب	١٠	١٣,٨
٣	حاسوب - موبايل	٨	١١,١١
٤	حاسوب - آيباد - موبايل	٧	٩,٧
٥	حاسوب - آيباد	٦	٨,٣
٦	الآيباد	٦	٨,٣
	المجموع	٧٢	%١٠٠

١٠- الدوافع من استخدام الفيس بوك من قبل المبحوثين.

في محور الدوافع أشار المبحوثون في إجاباتهم بحسب الفقرات، وهي كما يأتي:-

أ- في شأن الإجابة على الفقرة التي تختص بمقدرة الفيس بوك على تزويد الجمهور بالمعلومات المتصلة بأداء الحكومة المحلية، فقد أشار المبحوثون إلى أن الفيس بوك كثيراً ما يوفر المعلومات المتصلة بأداء الحكومة المحلية وبنسبة ٤٨,٧ من المبحوثين، في حين أشار ما نسبته ٣٠,٥ من المبحوثين إلى أنهم قليلاً ما يعتمدون على الفيس في هذا المجال، كما أشار ما نسبته ٢٠,٨ من المبحوثين إلى أنهم لا يعتمدون على الفيس للحصول على المعلومات المتصلة بنشاط الحكومة المحلية. ويتضح أن أجابات المبحوثين تشير بشكل واضح إلى أنهم يستخدمون الفيس بوك للحصول على المتصلة بأداء الحكومة المحلية.

ب- جاءت إجابات المبحوثين بشأن الفقرة الثانية التي تتصل بمقدرة الفيس بوك على تعريف الجمهور بالشخصيات التي تُسهم بتقديم الخدمات للمواطنين، فقد أشار ما نسبته ٤٨,٧ من المبحوثين إلى أنهم كثيراً ما يحصلون على المعلومات عبر الفيس بوك بهذا الشأن، وأشار ٣٧,٥ منهم إلى أنهم قليلاً ما يحصلون على المعلومات من جراء استخدامهم الفيس بوك، في حين اشار ما نسبته ١٣,٨ من المبحوثين إلى أنهم لا يستخدمون الفيس للوصول للمعلومات المتعلقة بالشخصيات التي تقدم خدمة للمواطنين.

ت- أشار المبحوثون بشأن الفقرة التي تشير إلى أن الفيس يكشف عن اتجاهات الجمهور إزاء الشخصيات السلبية في الحكومة المحلية، وقد أجاب ما نسبته ٦٢,٥ من المبحوثين إلى أن الفيس بوك يُسهم كثيراً بالكشف عن اتجاهات الجمهور إزاء الشخصيات السلبية في الحكومة المحلية عبر المنشورات والتعليقات والردود والفيديوهات، وأشار ما نسبته ٢٠,٨ منهم إلى أنهم قليلاً ما يعتمدون على الفيس بوك للحصول على المعلومات بهذا الشأن، في حين ذكر ما نسبته ٩,٧ المبحوثين على أنهم لا يعتمدون على الفيس بوك في معرفة اتجاهات الجمهور إزاء الحكومة المحلية.

ويتضح من إجابات المبحوثين أنهم يعتمدون بشكل كبير على الفيس بوك للوصول إلى المعلومات التي تكشف عن اتجاهات الجمهور في محافظة كربلاء المقدسة إزاء الشخصيات السلبية في الحكومة المحلية.

ث- وكشفت إجابات المبحوثين في فقرة مقدار الاستفادة من الفيديوهات والمنشورات في صدور تقييمات بشأن الحكومة المحلية، فقد أشار المبحوثون بما نسبته ٦٩,٤ إلى أنهم كثيراً ما تفديهم تلك الفيديوهات والمنشورات في إطلاق تقييماتهم بشأن الحكومة المحلية في كربلاء، كما أشار ما نسبته ٦,٩ منهم إلى أنهم قليلاً ما يستفادون مما ينشر على الفيس بوك، في حين أشار ما نسبته ٢٣,٦ إلى أنهم لا يستفادون من تلك المنشورات.

وتفصح إجابات العينة عن فائدة كبيرة للمنشورات والفيديوهات في إطلاق تقييماتهم إزاء عمل الحكومة المحلية، ونسبة تجاوزت ٧٥% من المبحوثين.

ج- أشارت إجابات المبحوثين في شأن فقرة "أن الفيس بوك يسهم في إطلاع الجمهور على القرارات التي تتخذها الحكومة بشأن معالجة المشكلات التي تواجه المواطنين"

وقد كانت إجابات المبحوثين بأن الفيس بوك لا يسهم في إطلاعهم على القرارات التي تتخذها الحكومة المحلية ونسبة ٥٦,٩ منهم، في حين أشار ما نسبته ٢٦,٣ إلى أنه قليلاً ما يسهم الفيس بوك في إطلاعهم على القرارات التي تصدرها الحكومة المحلية بشأن معالجة المشكلات التي تواجههم يومياً، كما أشار ما نسبته ١٦,٦ من المبحوثين أنهم كثيراً ما يطلعهم الفيس على القرارات التي يصدرها مجلس المحافظة بهذا الشأن.

ويتضح من إجابات المبحوثين أن أغلب أفراد العينة أشاروا إلى أن الفيس لا يسهم في تزويدهم بالمعلومات حول القرارات التي تصدر عن الحكومة المحلية في كربلاء، وهذا ناتج عن عدم اهتمام الحكومة المحلية في إنشاء صفحات على الفيس بوك تتواصل مع الجمهور.

ح- أشار المبحوثون في الفقرة "يزودني الفيس بوك بآخر التعليمات التي تصدرها الحكومة المحلية" وبما نسبته ٥٥,٥ إلى أن الفيس لا يزودهم بالتعليمات التي تصدرها الحكومة المحلية، في حين أشار ما نسبته ٢٧,٧ من المبحوثين إلى أنهم قليلاً ما يحصلون على التعليمات التي تصدر عن الحكومة عبر الفيس بوك، كما أشار ما نسبته ١٦,٦ منهم إلى أنهم كثيراً ما يحصلون على البيانات التي تصدرها الحكومة المحلية عن طريق الفيس بوك. وهذا يشير إلى أن أغلب المبحوثين لا يحصلون على التعليمات التي تصدرها الحكومة المحلية في كربلاء عبر الفيس بوك. للمزيد انظر جدول (١١).

جدول (١١) يُبين الدوافع من استخدام الفيس بوك

ت	الفقرة	البديل	التكرار	%١٠٠
١	يزودني بالأخبار المتصلة بأداء الحكومة المحلية	كثيراً	٣٥	٤٨,٧
		قليلاً	٢٢	٣٠,٥
		لا أعتد	١٥	٢٠,٨
٢	يعرفني بالشخصيات التي تسهم في تقديم الخدمات	كثيراً	٣٥	٤٨,٧
		قليلاً	٢٧	٣٧,٥
		لا أعتد	١٠	١٣,٨
٣	يمكنني الفيس بوك من الاطلاع على تقييمات الجمهور إزاء الحكومة المحلية	كثيراً	٤٥	٦٢,٥
		قليلاً	١٥	٢٠,٨
		لا أعتد	٧	٩,٧
٤	تفيدني المنشورات والتغريدات والفديوهات في اتخاذ قرارات لها مساس بعمل الحكومة إلى تبني اتجاه سلبي ضدها	كثيراً	٥٠	٦٩,٤
		قليلاً	٥	٦,٩
		لا أعتد	١٧	٢٣,٦
٥	يطلعني على القرارات التي تتخذها الحكومة المحلية في معالجات المشكلات الخدمية	كثيراً	١٢	١٦,٦
		قليلاً	١٩	٢٦,٣
		لا أعتد	٤١	٥٦,٩
٦	يزودني بأخر التعليمات التي تصدرها الحكومة المحلية	كثيراً	١٢	١٦,٦
		قليلاً	٢٠	٢٧,٧
		لا أعتد	٤٠	٥٥,٥

١١ - اتجاهات الجمهور بشأن أداء الحكومة المحلية في كربلاء.

أفصحت إجابات المبحوثين بشأن السمات الواجب توافرها في أعضاء الحكومة المحلية في كربلاء عن أن مانسبته ٣٣,٣ من المبحوثين أشاروا إلى ضرورة توافر الاختصاص مع التحصيل الدراسي في أعضاء الحكومة المحلية، وأشار ما نسبته ٢٠,٨ منهم إلى ضرورة توافر النزاهة في أعضاء الحكومة المحلية، وأشار ما نسبته ١٨ من المبحوثين إلى ضرورة توافر الصدق لدى من يتصدى للمسؤولية الإدارية في المحافظة، وأشار مانسبته ١٣,٨ من افراد العينة إلى ضرورة أن يكون الاعضاء من ابناء المحافظة حصراً، وبالنسبة

دور الفيس بوك في تشكيل اتجاهات الرأي العام إزاء الحكومة المحلية في محافظة كربلاء المقدسة
نفسها أشار المبحوثون إلى ضرورة أن يكون أعضاء الحكومة المحلية من الشخصيات الاجتماعية في
المحافظة. للمزيد انظر جدول(١٢).

جدول(١٢) يوضح تشكيل اتجاهات الجمهور بواسطة الفيس بوك

ت	السمات الواجب توافرها في أعضاء الحكومة المحلية	التكرار	النسبة المئوية
١	الاختصاص مع التحصيل العلمي	٢٤	٣٣,٣
٢	النزاهة	١٥	٢٠,٨
٣	الصدق	١٣	١٨
٤	أبناء المحافظة	١٠	١٣,٨
٥	شخصية اجتماعية	١٠	١٣,٨
-	المجموع	٧٢	%١٠٠

١٢- بشأن أبرز السمات الإيجابية التي تشكل لدى الجمهور عن طريق متابعتهم للفيس بوك
والحصول على المعلومات بشأن الحكومة المحلية.
إذ أشار المبحوثون بما نسبته ٣٤,٧ إلى أن أبرز المعلومات التي يحصلون عليها لتشكيل اتجاهات إيجابية
إزاء أعضاء الحكومة المحلية في كربلاء هي محاربة الفساد وتقويضه ودعم النزاهة والشفافية، وأشار ما
نسبتهم ٢٧,٧ منهم إلى أن أبرز المعلومات التي تشكل لديهم اتجاه إيجابياً هي المعلومات المتعلقة بالبناء
والأخبار، كما أشار ما نسبته ٢٠,٨ من المبحوثين إلى أن المعلومات المتعلقة بمعالجة مشكلات المواطنين
التي يحصلون عليها عبر الفيس بوك تسهم بتشكيل اتجاه إيجابي إزاء أعضاء الحكومة المحلية، وأشار ما
نسبته ١٦,٦ من المبحوثين إلى أن التواصل مع الجمهور العام من قبل أعضاء الحكومة المحلية هي أبرز
السمات التي تسهم بتشكيل اتجاه إيجابي لدى الجمهور الذي ينشر في صفحات الفيس بوك.
للتفاصيل انظر جدول(١٣).

جدول(١٣) يبين السمات الإيجابية المتشكلة بواسطة الفيس بوك

ت	الصفات الواجب توافرها في أعضاء الحكومة	التكرار	النسبة المئوية
١	محاربة الفساد	٢٥	٣٤,٧
٢	البناء والإعمار	٢٠	٢٧,٧
٣	معالجة المشكلات	١٥	٢٠,٨
٤	التواصل مع الجمهور	١٢	١٦,٦
	المجموع	٧٢	%١٠٠

١٣- أشار المبحوثون بشأن مدى إسهام المعلومات التي يحصلون عليها عبر الفيس بوك في
المساعدة على تشكيل الآراء إزاء أعضاء الحكومة المحلية، فقد أفصح المبحوثون بما نسبته ٦٢,٥ عن

أن المعلومات التي يحصلون عليها من الفيس تسهم بتشكيل آرائهم إزاء الحكومة المحلية، في حين أشار ما نسبته ٣٧,٥ إلى أن المعلومات التي يحصلون عليها لا تسهم في تشكيل الاتجاهات إزاء أعضاء الحكومة المحلية. لمعرفة التفاصيل انظر جدول (١٤).

جدول (١٤) يوضح اسهام الفيس بوك في تشكيل الآراء إزاء الحكومة المحلية في كربلاء

ت	البديل	التكرار	النسبة المئوية
١	نعم	٤٥	٦٢,٦
٢	لا	٢٧	٣٧,٥
المجموع		٧٢	%١٠٠

١٤- وبشأن إجابات المبحوثين حول مستوى الرضا عن أداء قسمي الحكومة المحلية المتمثل في مجلس المحافظة والمحافظ، فقد أشار المبحوثون بما نسبته ٤٠,٢ إلى أن أداء المحافظ أفضل من مجلس المحافظة، في حين أشار ٢٥% منهم إلى أن مجلس المحافظة كان أدائه أفضل من المحافظ، وأشار ما نسبته ٣٤,٧ من المبحوثين إلى أن أداء الحكومة المحلية بشكل عام غير جيد للمزيد انظر جدول (١٥).

جدول (١٥) يوضح مستوى الرضا عن الحكومة المحلية

ت	البدائل	التكرار	النسبة المئوية
١	المحافظ	٢٩	٤٠,٢
٢	مجلس المحافظة	١٨	٢٥
٣	كلاهما	٢٥	٣٤,٧
المجموع		٧٢	%١٠٠

١٥- أجاب المبحوثون بشأن أداء مجلس المحافظة وفضل خيار سواء بإبقاءه كما هو من جهة عدد الأعضاء أم تقليص عددهم أم إلغائه فقد اشار المبحوثون بما نسبته ٥٥,٧ منهم إلى أن أفضل خيار هو إلغاؤه، في حين أشار ٣٤,٩ منهم إلى أن أفضل خيار هو تقليص عدد اعضائه، وأشار ٩,٤ من المبحوثين إلى أن أفضل خيار هو الإبقاء على عدد أعضائه كما هم في هذه الدورة. وكما مؤشر في جدول (١٦).

جدول (١٦) يوضح رؤية افراد العينة بشأن طريقة تشكيل الحكومة المحلية

ت	البديل	التكرار	النسبة المئوية
١	إلغاء مجلس المحافظة	٤٠	٥٥,٧
٢	تقليص عدد أعضائه	٢٥	٣٤,٩

٣	الإبقاء عليهم كما هم	٧	٩,٤
٤	المجموع	٧٢	١٠٠%

١٦- بشأن إجابات المبحوثين حول أفضل طريقة لتعيين المحافظ هل هي عبر الانتخاب المباشر من الجمهور أو عبر تعيين من رئيس الوزراء أو عن طريق مجلس المحافظة كما هو معمول به الآن. وقد أشار المبحوثون بما نسبته ٥٥,٥ إلى أن مع انتخاب المحافظ بشكل مباشر من قبل الجمهور في حين أشار ما نسبته ١٦,٦ بأنهم مع انتخاب المحافظ من قبل مجلس المحافظة وفضل ما نسبته ١٣,٨ من المبحوثين عن تعيين المحافظ من قبل رئيس الوزراء، وبالنسبة نفسها امتنع المبحوثون عن الإجابة على هذه البدائل. للآطلاع على التفاصيل انظر جدول (١٧).

جدول (١٧) يوضح رؤية أفراد العينة في طريقة تعيين المحافظ

ت	البدائل	التكرارات	النسبة المئوية
١	انتخاب المحافظ من قبل الجمهور مباشرة	٤٠	٥٥,٥
٢	انتخاب المحافظ من قبل مجلس المحافظة	١٢	١٦,٦
٣	تعيين المحافظ من قبل رئيس الوزراء	١٠	١٣,٨
٤	محايد	١٠	١٣,٨

١٧- أشار المبحوثون في إجاباتهم بشأن تشكيل اتجاه سلمي أو إيجابي إزاء أعضاء الحكومة المحلية فقد انحصرت الاجابات في أغلبها بأن الفيس بوك اسهم في تشكيل اتجاه سلمي إزاء أعضاء الحكومة المحلية بإستثناء عضو واحد فقط كانت أشارت إجابات المبحوثين له بالاتجاه الايجابي، ولكن اجمالاً قد ذكر بعض المبحوثين بعض الاسماء ضمن الرأي الإيجابي، في حين ذكرهم آخرين إلى انهم سلبين، لذا فإن الباحث فضل عدم ذكرهم تجنباً للإحراج وحفاظاً على الأمانة العلمية، فرمما يعتقد البعض إلى أن الاسماء تم اختيارها كجزء من عملية التسقيط السياسي، لذا فضل الباحث الإشارة لإجابات المبحوثين بشكل عام وليس بالتفاصيل.

الاستنتاجات

كشفت الدراسة من جملة من المؤشرات بشأن دور الفيس بوك في تشكيل اتجاهات الجمهور في محافظة كربلاء المقدسة إزاء الحكومة المحلية على وفق ما يأتي:-

أولاً: الاستخدام.

- ١- كشفت الدراسة إلى أن الجمهور يتجه بإضطراد لاستخدام الفيس بوك وظهر ٢٠١٥ الأكثر استخداماً مقارنة مع الاعوام الأخرى.
- ٢- أفصحت الدراسة إلى أن الجمهور في محافظة كربلاء يعتمدون بنسبة كبيرة على الفيس بوك في تلقي المعلومات المتعلقة بالحكومة المحلية.

- ٣- أوضحت الدراسة تراجع دور الصحف المطبوعة في تشكيل اتجاهات الجمهور، والحال ينطبق على الإذاعة التي تراجع دورها لدى الجمهور، في حين حافظ التلفزيون على نسبة تأثير كبيرة، لكن الأمر يختلف مع الفيس بوك فقد اشارت النتائج إلى زيادة كبيرة في استخدامهم من قبل الجمهور.
- ٤- الجمهور يُفضل استخدام الفيس بوك في متابعة أداء أعضاء الحكومة المحلية بالدرجة الأساس، ويأتي بعده التلفزيون ومن ثم الإذاعة وأخيراً الصحافة المطبوعة.
- ٥- كشفت الدراسة عن تأثير استخدام الفيس على وسائل الإعلام الأخرى إذ كشفت إجاباتهم عن تأثير استخدامهم للفيس بوك قلل من اعتمادهم على وسائل الإعلام الأخرى.
- ٦- أشار المبحوثون إلى أنهم يستخدمون الفيس بوك من (١-٤ ساعات) يومياً لمتابعة نشاطات الحكومة.
- ٧- أفصح المبحوثين بأن شكل الفيديو مع النص هو أكثر الأشكال تأثيراً في تشكيل اتجاهاتهم إزاء الحكومة المحلية.
- ٨- كشفت الدراسة بأن الموبايل هو أكثر الأجهزة استخداماً من قبل المبحوثين تقريباً.
- ٩- أظهرت الدراسة أن المبحوثين يستخدمون الفيس للحصول على المعلومات التي تتصل بعمل الحكومة المحلية، ومعرفة أعضاء الحكومة المحلية في كربلاء المقدسة، فضلاً عن أن استخدام الفيس بوك يكشف عن اتجاهات المبحوثين إزاء الحكومة المحلية عن طريق التعليقات والفيديوهات والمنشورات، وبنسبة ٦٢٪ تقريباً من أفراد العينة.

ثانياً: الاتجاهات.

- ١- أشار المبحوثون إلى أنهم يفضلون توافر الاختصاص مع التحصيل العلمي لمن يتصدى للانتخابات، ويتولى المسؤولية في محافظة كربلاء، فضلاً عن النزاهة والصدق، وأن يكون من يتولى المسؤولية من أبناء المحافظة أو شخصية اجتماعية معروفة.
- ٢- كشف المبحوثون عن ضرورة توافر صفات معينة لدى الشخصيات التي تتولى المسؤوليات مثل التواصل مع الجمهور، ومعالجة مشكلاتهم، ومحاربة الفساد واسهامهم في البناء والإعمار.
- ٣- أفصح المبحوثون عن أن أكثر المعلومات التي تسهم في تشكيل اتجاهاتهم إزاء الحكومة المحلية يحصلون عليها من الفيس بوك.
- ٤- كشفت الدراسة عن الرضا عن أداء المحافظ مقارنة بأداء مجلس المحافظة.
- ٥- يرى أكثر من نصف المبحوثين ضرورة إلغاء مجلس المحافظة.
- ٦- يرى الجمهور بأن أفضل طريقة لتعيين المحافظ هي عن طريق انتخابه بشكل مباشر من قبل الجمهور.
- ٧- يرى الجمهور أن جميع أعضاء مجلس المحافظة هم غير كفؤين، وقد ذكر المبحوثين بعض الأسماء بشكل صريح إلا أن الباحث ومنعاً للإحراج يمتنع عن ذكر الأسماء.

المصادر العربية

- ١- خالد وليد محمود، شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي، بيروت، مدارك للنشر والتوزيع،
- ٢- عبد الله ممدوح مبارك الرعود، دور شبكات التواصل في التغيير السياسي، عمان، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، ٢٠١٢.
- ٣- مصعب حسام الدين قتلوني، ثورات الفيس بوك، بيروت، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، ٢٠١٤، ص ١٧.
- ٤- ، ص ١١٣.
- ٥- جمال مجاهد، الرأي العام وقياسه (الأسس النظرية والمنهجية)، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، ٢٠١٠.
- ٦- محمد سعد أبو عامود، الرأي العام والتحول الديمقراطي، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، ٢٠١٠.
- ٧- عبد الكريم علي الديبسي، الرأي العام- عوامل تكوينه وطرق قياسه، الاردن، دار المسيرة، ٢٠١١، ص ٦١-٦٢.
- ٨- حميدة سميسم، نظرية الرأي العام، بغداد، دار الشؤون الثقافية، ١٩٩٢، ص ٢١٠-٢١١.
- ٩- فواز منصور الحكيم، سوسيولوجيا الاعلام الجماهيري، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١١.
- ١٠- سوزان القليبي، علم النفس الإعلامي - المداخل النفسية للإعلام، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٣.
- ١١- محمد الهاجري، اصول وطرائق البحث الاجتماعي، عمان، (من دون دار نشر) ١٩٩٢، ص ٨٧.
- ١٢- سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، الأسس والمبادئ، عالم الكتاب، القاهرة، ١٩٧٦، ص ١٢٥.
- ١٣- خلدون عبد الله، الإعلام وعلم النفس، عمان، دار أسامة، ٢٠١٠، ص ٤٥.

المصادر الأجنبية

- 1- Hinkle' Dwiersma, S. applied static for the behavioral science. Rond Mc.nally, Chicago, 1981.