

## دور المواقع الالكترونية الإسلامية في تشكيل اتجاهات جمهور مدينة كركوك نحو مصداقية المضمون فيها بعد سقوط النظام العراقي 2003

د/ معد عاصي علي

كلية الآداب - جامعة كركوك

### ملخص :

دور المواقع الالكترونية الإسلامية في تشكيل اتجاهات جمهور مدينة كركوك نحو مصداقية المضمون فيها بعد سقوط النظام العراقي 2003.

شهدت المجتمعات المعاصرة ثورة كبيرة من المعرفة والمعلومات وتعاضم هذا الدور خلال السنوات القليلة الماضية من علوم ومعرفة يفوق ما حققته البشرية عبر الاف السنين فالموقع الالكتروني له أهمية بالغة وفائدة كبيرة وهو يمثل حلقة الوصل بين المتلقي وكثير من المؤسسات والشركات والدوائر من خلال تقديم الكثير من الخدمات والتسهيلات وتوفير الوقت والجهد للكثير من المراجعين لذلك حرص الكثير من أصحاب المواقع الالكترونية على الاهتمام بهذا الجانب من خلال اختيار التصميم التقنية الجيدة والعمل على إظهار الموقع بطريقة سهلة ومريحة للمتلقي ، وتوجد عدة عوامل تساعد الموقع الالكتروني على النجاح أهمها المحتوى اللغوي وهو جانب مهم في النجاح إضافة إلى اختيار العنوان السهل البسيط البعيد عن التعقيد واختيار الصور المعبرة التي تبرز صورة الموقع وتعطي انطباع ذهني جيد لدى المتلقي وكذلك اختيار التصميم الجذابة التي تعطي نوعاً من الارتياح ، إضافة إلى ضرورة ابتعاد الموقع عن التفرعات المتعددة كما ان اختيار حجم ونوعية الخط المستخدم في الموقع له تأثير كبير في جذب المتلقي للموقع .

تناول البحث دراسة عن دور المواقع الالكترونية الإسلامية في تشكيل اتجاهات جمهور مدينة كركوك نحو مصداقية المضمون فيها بعد سقوط النظام العراقي 2003

اعتمد الباحث على فروض مستمدة من نظرية الاعتماد وهي كما يلي :

- 1- هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين علاقة المستوى التعليمي مع اتجاهات جمهور مدينة كركوك نحو مصداقية المضمون في المواقع الالكترونية الإسلامية بعد 2003.
- 2- هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين النوع مع اتجاهات الجمهور العراقي نحو مصداقية المضمون في المواقع الالكترونية الإسلامية بعد 2003.
- 3- هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين الجنس مع تعرض المواقع الالكترونية الإسلامية الموضوعات التي تحظى باهتمام جمهور مدينة كركوك.

كما رمى الباحث الى تحقيق الهدف الرئيسي للبحث في التعرف علي دور المواقع الالكترونية الإسلامية في تشكيل اتجاهات جمهور مدينة كركوك نحو مصداقية المضمون فيها بعد سقوط النظام العراقي 2003 وهناك مجموعة من الأهداف الفرعية التي تتبثق من الهدف الرئيس وهي التعرف على عوامل ضعف مصداقية المواقع الالكترونية الإسلامية بعد 2003 الكشف عن اتجاهات جمهور مدينة كركوك نحو مصداقية المواقع الالكترونية الإسلامية، والسعي للتعرف على اهم المعايير المهنية التي يجب توفرها في المواقع الالكترونية الإسلامية ، والكشف عن حجم اعتماد الجمهور في مدينة كركوك على المواقع الالكترونية الإسلامية كمصدر للمعلومات الدينية وأسباب الاعتماد أو عدم الاعتماد عليها، والتعرف على مدى استخدام جمهور مدينة كركوك للمواقع الالكترونية الإسلامية بعد 2003 ، والتعرف على علاقة المتغيرات الديموغرافية بالبحث عن المعلومات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

ويعد هذا البحث من البحوث الوصفية من حيث النوع وقد استخدم الباحث المنهج المسحي للوصول إلى الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها فقد استعمل المنهج المسحي الذي يعد من أكثر المناهج انسجاماً مع متطلبات بحثنا الذي يركز على التوصل إلى أبرز البيانات والمعلومات التي تخص الجمهور المستهدف بشأن ظاهرة موضوع البحث، كما استخدم الباحث منهج العلاقات الارتباطية الذي يسعى من خلالها إلى كشف العلاقة بين متغيرات البحث، وقد وزع الباحث استبانة بين عينة عمدية قوامها (280) مفردة من جمهور مدينة كركوك الذين يمثلون مجتمع البحث. وقد خلص البحث إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1- أوضحت اجابات المبحوثين عوامل ضعف مصداقية المواقع الالكترونية الإسلامية بعد 2003 عن وجود عدة عوامل تؤثر في عدم مصداقية المواقع الالكترونية هي : لا تعبر عن جميع الطوائف ومذاهب المجتمع، الاهتمام بالأثارة وتهيبج المشاعر، عدم قبول وجهة النظر الاخر، تعبر عن الطائفة او المذهب الذي ينتمي اليه، تعمل على اثاره النعرات الطائفية والمذهبية، تستخدم الموقع لمهاجمة التيارات الاخرى.

2- كشفت نتائج الدراسة على الموضوعات التي تعرض من خلال المواقع الالكترونية الإسلامية أنها تعبر عن وجهة مالك الموقع او المؤسسة، تستخدم المواقع الالكترونية الإسلامية اساليب اقناع مختلفة لتأييد وجهة النظر التي تعرضها، تعرض المواقع الالكترونية الإسلامية الموضوعات التي تحظى باهتمام الجمهور العراقي، تعمل المواقع الالكترونية الإسلامية على سرعة الرد على الموضوعات التي ترسل إليها، الموضوعات التي تعرض في المواقع الالكترونية الإسلامية تدعم باستخدام الوسائط المتعددة والفيديوهات وغيرها.

3- تشير البيانات ان اجابات المبحوثين بخصوص اهم المعايير التي يجب توافرها في المواقع الالكترونية الإسلامية بعد سقوط النظام 2003 على النحو التالي : إذ جاءت بالمرتبة الأولى (الاجابة على اسئلة الناس) بعدها الأبرز والأفضل في اهم المعايير التي يجب توافرها في المواقع الالكترونية الإسلامية إذ أشار لها (277) مبحوثاً وبنسبة بلغت (19,79%)، ثم تلتها (الموضوعية) بالمرتبة الثانية إذ أوضح (266) مبحوثين ونسبتهم (19,01%)، وأكد (261) من المبحوثين ونسبتهم (18,65%) ( واقعية الموضوعات المعروضة) وبذلك احتلت المرتبة الثالثة، ثم جاءت بالمرتبة الرابعة (عرض كافة وجهات النظر) بواقع (220) مبحوثين ونسبتهم (14,15%)، ثم (الحيادية) بواقع (198) مبحوثين ونسبتهم (14,15%)، وأخيراً (التوازن في عرض كافة وجهات النظر) بواقع (121) مبحوثين وبنسبة (8,64%).

4- كشفت نتائج الدراسة في التعرف على دوافع واسباب استخدام جمهور مدينة كركوك للمواقع الالكترونية الإسلامية بعد 2003: تشير البيانات في الجدول المرفق في البحث مسبقاً إلى أبرز المصادر التي يعتمد عليها المبحوثون في الحصول على المعلومات الإسلامية بعد سقوط النظام 2003 على النحو التالي : إذ جاءت بالمرتبة الأولى (القنوات الفضائية) بعدها الأبرز والأفضل في استقاء الأخبار والمعلومات إذ أشار لها (202) مبحوثاً وبنسبة بلغت (36,46%)، ثم تلتها (المواقع الالكترونية) بالمرتبة الثانية إذ أوضح (101) مبحوثين ونسبتهم (18,23%)، وأكد (98) مبحوثين ونسبتهم (17,68%) (الاذاعة) وبذلك احتلت المرتبة الثالثة، ثم جاءت بالمرتبة الرابعة (الصحف والمجلات) بواقع (77) مبحوثين ونسبتهم (13,89%)، ثم (الكتب) بواقع (56) مبحوثين ونسبتهم (10,10%)، وأخيراً (الاقراص المدمجة) بواقع (20) مبحوثين وبنسبة (3,61%).

5- تشير البيانات بخصوص مدى استخدام جمهور مدينة كركوك للمواقع الالكترونية الإسلامية بعد 2003 على النحو التالي : دائماً (52,85%) : بلغ عدد المبحوثين ممن يستخدمون المواقع الالكترونية بشكل(دائمي) (148) مبحوثاً وبنسبة شكلت (52,85%) وهم بذلك احتلوا المرتبة الأولى ضمن العينة المشاركة في البحث.

أحياناً(32,5%) : بلغ عدد المبحوثين يستخدمون المواقع الالكترونية الإسلامية بشكل(أحياناً) (91) مبحوثاً وبنسبة شكلت (32,5%) وهم بذلك احتلوا المرتبة الثانية ضمن العينة المشاركة في البحث. نادراً (14,64%) : جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثالثة من بين الفئات الأخرى، وبلغ عدد المبحوثين المشاركين ضمن الفئة تلك (41) مبحوثاً وبنسبة بلغت (14,64%) ممن يتعرضون نادراً للمواقع الالكترونية الإسلامية.

6- خلصت النتائج الخاصة بفروض البحث إلى ثبوت صحة جميع الفروض التي وضعها الباحث في اطار نظرية الاعتماد .

**Abstract:**

The role of the electronic Islamic sites in shaping public attitudes towards the city of Kirkuk, where the credibility of the content after the fall of the Iraqi regime in 2003

Contemporary societies have seen a great revolution of knowledge, information and growing this role over the past few years of science and knowledge than Mahakgueth humans over thousands of years, where the website is very interesting and useful and represents the link between the receiver and a lot of institutions, companies and departments by providing a lot of services and facilities and save time and effort of many reviewers, So keen a lot of websites owners to pay attention to this aspect through the selection of good technical designs and work to show the site easy and convenient way for the recipient, and there are several factors that help the website to succeed the most important linguistic content is an important aspect of success in addition to choosing the title is easy to run simple for complexity and choosing expressive images that highlight the image of the site and give the impression that my brain is good at the receiver as well as the choice of attractive designs that give some sort of satisfaction, in addition to the need to move away the location of the multi-branching also choose the size and quality of the font used on the site have a major impact in attracting the recipient of the site.

The research study on the role of the role of the Islamist websites in shaping public attitudes towards the city of Kirkuk, where the credibility of the content after the fall of the Iraqi regime in 2003

Researcher relied on assumptions derived from Nzerahalaatmad They are as follows:

1. There is a statistically significant relationship between the educational level of relationship with the public attitudes towards the city of Kirkuk, the credibility of the content in electronic Islamic sites after 2003.
2. There is a statistically significant relationship between the type with the trends of the Iraqi public about the credibility of the content in electronic Islamic sites after 2003.
3. There were statistically significant relationship between sex with exposure Islamist websites topics of interest to the public the city of Kirkuk.

Also it threw a researcher to achieve the main objective of the search to identify the role of e-Islamic in the formation of the public the city of Kirkuk attitudes towards the credibility of the content of the sites after the fall of the Iraqi regime in 2003 and there is a group of sub-goals that emerge from the main goal of which is to identify the weakness of the credibility of the Islamist websites such factors after 2003

Disclose publicly the city of Kirkuk attitudes towards the credibility of the electronic Islamic sites, seeking to identify the most important professional criteria that must be available in electronic Islamic sites, and disclose the size of the public to adopt in the city of Kirkuk on the electronic Islamic sites as a source of religious information and the reasons for credit or not to rely on them, and to identify the extent of the use of the public the city of Kirkuk for electronic Islamic sites after 2003, and to identify demographic variables related to searching for information through social networking sites This is a research of descriptive research in terms of type researcher has used the survey method to reach the goals that the researcher seeks to achieve has been used screening method which is one of the most curricula in line with our search requirements, which focuses on reaching the most prominent of data and information pertaining to the target audience about the phenomenon, the subject Search, as the researcher used the relational approach, which seeks relationships through which to uncover the relationship between research variables, the researcher questionnaire was distributed among the sample has (280) single audience of the city of Kirkuk, who represent the research community. Research has concluded a set of results including:

1. explained answers Alambogesan weakening the credibility of the electronic Islamic sites factors after 2003, there are several factors affecting the lack of credibility of the websites are: do not express all denominations and sects of society, attention excitement and agitating emotions, not to accept the other's point of view, reflect the sect or denomination that belongs , working to stir up sectarian strife, use the site to attack other currents.
2. The results of the study on the topics presented through electronic Islamic sites express the site owner or institution, using the electronic Islamic sites different methods to persuade to support the view that exposure, the websites exposure Islamic topics of interest to the Iraqi public, operates the electronic Islamic sites respond to issues that are sent to it the speed, the topics are presented in Islamist websites supports using multiple videos and other media.

3. The data suggest that the answers of respondents about the most important criteria that must be met by Islamist websites after the fall of the regime in 2003 as follows: It was the first prize (to answer questions people) after the most prominent and best in the most important criteria that must be met in electronic Islamic sites recalling her (277) Mbhotha and at a rate of (19.79%), followed by (objective) in second place, as explained (266) and the proportion of respondents (19.01%), and confirmed (261) and the proportion of respondents (18.65%) (realistic topics displayed) and thus ranked third, and then came fourth place (all points of view width) by 220 respondents and their percentage (14.15%), then (neutral) by 198 respondents and their percentage (14.15%), and finally (balance in all views) by 121 respondents and by (8.64%).
4. The results of the study to identify the motives and reasons for the use of the public city of Kirkuk, the electronic Islamic sites after 2003: The data in the following table indicate the most prominent on the most prominent sources relied upon by respondents in the access to information Islamist after the fall of the regime in 2003 as follows: they came first prize (satellite channels), then the most prominent and best in news and product information recalling her (202) Mbhotha and at a rate of (36.46%), followed by (websites) in second place, as explained (101) respondents and their percentage (18.23%) and confirmed (98) respondents and their percentage (17.68%) (radio) and it ranked third, and then came fourth place (newspapers and magazines) by (77) respondents and their percentage (13.89%), then (books) by (56) and the proportion of respondents (10.10%), and finally (CDs) by (20) and by respondents (3.61%).
5. Evidence concerning the extent to which the public the city of Kirkuk for electronic Islamic sites after 2003 as follows: Always (52.85%): The number of respondents who were using the websites are (permanent) (148) Mbhotha and formed by (52.85%) they are so occupied the first rank among the sample participating in the search.  
Sometimes (32.5%): The number of respondents using Islamist websites are (sometimes) (91) Mbhotha and formed by (32.5%) They are so occupied the second place among the sample participate in Seat.n'dr (14.64%): this category ranked third among other categories, and the number of respondents within the category of those participants (41) Mbhotha and at a rate of (14.64%) of those who are exposed (rarely) for electronic Islamic sites.
6. concluded Pferod results of the research to prove the health of all the hypotheses developed by a researcher in the framework of the theory of dependency.

#### مقدمة :

شهدت المجتمعات المعاصرة خلال العقدين الماضيين ثورة من المعرفة والمعلومات، ولقد تعاضم هذا الدور خلال السنوات القليلة الماضية بدرجة يمكن معها القول أن تراكم هذه السنوات من علوم ومعرفة يفوق ما حققتها البشرية عبر آلاف السنين.

فقد شهد المجتمع المعاصر في نهاية القرن العشرين تطورات سريعة في كافة جوانب الحياة الاقتصادية والسياسية والتكنولوجية، خاصة في مجال الاتصال والإعلام حيث احتلت الحاسبات الآلية والأقمار الصناعية وشبكات المعلومات الحديثة (الانترنت) دوراً هاماً في نقل المعرفة والمعلومات وكافة مواد الاتصال بين المجتمعات بشكل مباشر.

تعد وسائل الاعلام مصدراً أساسياً ومهماً من مصادر المعلومات، حيث تمارس دوراً كبيراً في عملية التوجيه والتثقيف كما تمتلك قدراً كبيراً من التأثير في جمهور المتلقي، وفي ظل تعدد المواقع الالكترونية الإسلامية التي نشهدها اليوم واكتساب الكثير منها شعبية كبيرة، إذ تعد المواقع الالكترونية الإسلامية منبراً للتعبير التي نشهدها اليوم عن الراي تجاه مختلف القضايا الإسلامية التي توجه للمجتمع في وقت تكثر فيه الصراعات الطائفية والمذهبية مستخدمين المواقع الالكترونية، حيث يعد الإنترنت هو الوسيلة الأساسية اليوم لتناقل المعلومات، ومن هنا فأول استخدام للإنترنت هو لجمع الأخبار والمعلومات المختلفة التي تنتج مصادرها على اختلافها، ولهذا السبب فإن الإنترنت هو وسيلة تناقل الأخبار وبشكل كبير جداً، ومن هنا فإن الإنسان يمكنه وباستخدام الإنترنت أن يجمع القدر الأكبر من المعلومات ومن

المصادر المختلفة والمتنوعة التي لا تعد و لا تحصى، الإنترنت هو واحد من أكثر الوسائل التكنولوجية المستعملة في العصر الحالي، لما له من فوائد مختلفة وعلى كافة المجالات والأصعدة، ففوائد الإنترنت كثيرة ومتنوعة؛ حيث استطاعت هذه التقنية أن توحد العالم وأن تجعله متصلاً مع بعضه البعض ليل نهار؛ إذ إنه لا يوجد مكان بعيد بفضل هذه التقنية الرائعة، ومن هنا فقد سهل انتقال المعلومات والأخبار بين مختلف أماكن العالم على امتداد الكرة الأرضية بكافة تفاصيلها وأشكالها. هذا هو الجوهر الذي ارتكزت عليه الشبكة العنكبوتية في عملية انتشارها الواسع التي جالت أنحاء العالم، ولاقت كل هذا الاعتماد الواسع والاستخدام الكبير من قبل كافة أصناف البشر أجمعين وانطلاقاً من هذا الدور التي يلعبه الإنترنت والمواقع الإلكترونية الإسلامية موضوع دراستنا، فقد وجد الباحث ان دراسة... دور المواقع الإلكترونية الإسلامية في تشكيل اتجاهات جمهور مدينة كركوك نحو مصداقية المضمون فيها بعد سقوط النظام العراقي 2003.. له أهمية كبيرة خاصة في ظل الأوضاع التي يمر بها العراق من صراعات طائفية ومذهبية وتعدد هذه المواقع. والتي تحمل افكار مختلفة كل منها يسعى الى التأثير في افكار الجمهور لتحقيق اهدافها وكما ان انتشار المضامين المختلفة على المواقع الإلكترونية تسعى هذه الدراسة الى التعرف على اتجاهات طلبة جامعة كركوك نحو مدى التزام المواقع الإلكترونية الإسلامية بالمصداقية عند طرحها القضايا الإسلامية المختلفة وخصوصاً بعد عام 2003 .

### المبحث الاول

#### الاطار المنهجي

**اولاً: مشكلة البحث :** تتميز الانترنت عن غيره من الوسائل في قدرته على تقديم خدمات كثيرة لمستخدميه تتمثل بسرعة الوصول والحصول على المعلومات وتنوع المضامين المقدمة ، فضلاً عن المساحة التي يقدمها في حرية التعبير والمشاركة والتفاعل. ان وسائل الإعلام الجديد تعد الأهم بالنسبة للشباب، بعدها الوسائل الأكثر تحقياً للتفاعل فعبر تلك الوسائل يتمكن الشباب من السفر افتراضياً للتواصل مع مجموعات ذات اهتمامات مشتركة، فضلاً عن محاولتهم إشباع حاجاتهم المختلفة وتحقيق ذاتهم وبوسائط اتصال مختلفة<sup>(1)</sup>. وتسعى وسائل الإعلام الجديد إلى جذب المستخدمين عبر ما تقدمه من معلومات وأخبار وموضوعات مختلفة ترضي كافة الأذواق والمستويات الثقافية والاجتماعية، وهذه المعطيات بالمجمل توضح ان الانترنت (وسائل الإعلام الجديد) أصبحت ظاهرة اتصالية وثقافية واجتماعية جديدة تنعكس على حياتنا اليومية، وفي اطار تكامل الوسائل التقليدية مع تكنولوجيا الاتصال التفاعلي عبر الانترنت والمزج بينهما يادرت معظم المؤسسات الإسلامية الى انشاء مواقع لها على شبكة الانترنت للاستفادة من تكنولوجيا الانترنت التفاعلية والعالمية في أن واحد ، وفي ضوء تنامي أعداد المواقع الإلكترونية فقد شكلت قضايا المصداقية جانباً كبيراً من اهتمام الباحثين في ظل عدم وجود معايير مهنية تحكم اداء عمل هذه المواقع ، وتحدد مشكلة البحث في التعرف على اتجاهات جمهور مدينة كركوك نحو مصداقية المواقع الإلكترونية الإسلامية .

**ثانياً : أهمية البحث :** تتبع أهمية هذا البحث من حاجة المجتمع إلى تقصي الحقائق ومعرفة ماذا تقدم وسائل الإعلام الجديد للمجتمع بشكل عام والمواقع الإلكترونية الإسلامية بشكل خاص، لاسيما مع ظهور دراسات سابقة توضح ارتفاع معدلات استخدام وتعرض الجمهور للانترنت ووسائل الإعلام الجديد على حساب وسائل الإعلام التقليدية ، كما تتبع أهمية البحث عبر مساهمتها في إثراء الأدبيات حول ظاهرة الإعلام الجديد الذي يتزايد عدد مستخدميها بشكل واضح، كما يحاول البحث رصد وتحليل أسباب اعتماد الجمهور على استخدامهم لوسائل الإعلام الجديد التي تحقق لهم من ذلك الاستخدام ومعرفة التأثيرات الايجابية والسلبية على الجمهور من هذا الاستخدام . ويمكن تلخيص جوانب الأهمية في البحث بما يأتي:

أ- انتشار المواقع الالكترونية الإسلامية خاصة بعد ظهور أحزاب إسلامية عديدة في المشهد السياسي العراقي وتنوع المضامين التي تعكسها هذه المواقع في ضوء سياسات الأحزاب الإسلامية.

ب- تعد المواقع الالكترونية الإسلامية من الوسائل المهمة لتبادل الاراء ووجهات النظر ومعرفة المعلومات وتكوين الاتجاهات وتناول القضايا المختلفة بحرية كبيرة .

ج- تزايد اعتماد جمهور مدينة كركوك على المواقع الالكترونية الإسلامية كمصدر للمعلومات وتشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا والإسلامية المختلفة، والتفاعل والتواصل ونشر افكارهم والسماح لهم بالتعليق على ما ينشر بكل حرية، وإنشاء مواقع خاصة بهم تحتوي على المواضيع الإسلامية المختلفة.

**ثالثاً: اهداف البحث:** نسعى عبر البحث الى تفسير كيفية استخدام جمهور مدينة كركوك لمواقع الانترنت الإسلامية ويهدف هذا البحث تحقيق الاهداف الاتية:

1. التعرف عوامل ضعف مصداقية المواقع الالكترونية الإسلامية بعد 2003.
2. الكشف عن اتجاهات جمهور مدينة كركوك نحو مصداقية المواقع الالكترونية الإسلامية.
3. السعي على التعرف على اهم المعايير المهنية التي يجب توفرها في المواقع الالكترونية الإسلامية.
4. الكشف عن حجم اعتماد الجمهور في مدينة كركوك على المواقع الالكترونية الإسلامية كمصدر للمعلومات الدينية وأسباب الاعتماد أو عدم الاعتماد عليها.

5. التعرف على مدى استخدام جمهور مدينة كركوك للمواقع الالكترونية الإسلامية بعد 2003.

6. التعرف على علاقة المتغيرات الديموغرافية بالبحث عن المعلومات من خلال المواقع الإسلامية.

**رابعاً : فروض البحث:** هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين علاقة المستوى التعليمي مع اتجاهات جمهور مدينة كركوك نحو مصداقية المضمون في المواقع الالكترونية الإسلامية بعد 2003.

4- هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين النوع مع اتجاهات الجمهور العراقي نحو مصداقية المضمون في المواقع الالكترونية الإسلامية بعد 2003.

5- هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين النوع مع تعرض المواقع الالكترونية الإسلامية الموضوعات التي تحظى باهتمام جمهور مدينة كركوك.

**خامساً: نوع البحث ومنهجه:** يعد البحث من حيث النوع وصفيًا ويهدف إلى اكتشاف واقع الأحداث والظواهر ووصفها وصفاً دقيقاً وشاملاً لكافة جوانبها وتحليلها وتفسيرها من أجل تصحيح هذا الواقع وإجراء تعديلات فيها أو استكمالها وتطويرها، والتعرف على المعتقدات والاتجاهات عند الأفراد والجماعات عن طريق جمع المعلومات والبيانات والتعبير عنها كيفاً أو كما أو الاثنين معاً<sup>(2)</sup>.

ويعتمد هذا البحث على المنهج المسحي والذي يرمي إلى جمع البيانات من أفراد العينة المحددة للتعرف على دوافع استخدام جمهور مدينة كركوك للمواقع الالكترونية الإسلامية و الاشباع المتحققة جراء هذا الاستخدام بهدف التعرف على الاراء و الافكار والاتجاهات والمفاهيم والتأثيرات المختلفة لهذه المواقع تبعاً للهدف من اجراء المسح .

**سادساً: مجتمع البحث :** يتحدد مجتمع البحث في جمهور مدينة كركوك لمعرفة مدى استخدامهم للمواقع الالكترونية الإسلامية ومدى مصداقية هذه المواقع ، حيث يشمل مجتمع البحث عينة قوامها 280 مفردة تم توزيعها على مناطق مدينة كركوك بطريقة عمدية لكون كل منطقة من تلك المناطق تعيش فيها قومية مختلفة والمناطق هي (منطقة الشورجة ،منطقة الحي العسكري ، منطقة المصلى ، منطقة عرفة ، منطقة واحد حزيران ) اي بواقع 56 استمارة لكل منطقة .

سابعاً: أداة جمع البيانات: اعتمدت البحث على استخدام استمارة استبيان كأداة لجمع البيانات حيث يعد أكثر الأدوات استخداماً في منهج المسح ، وقد تكونت الاستمارة من اسئلة عديدة اسئلة مغلقة واسئلة مفتوحة فضلا عن البيانات الديمغرافية لجمهور مدينة كركوك بما يحقق اهداف البحث .

ثامناً: الصدق والثبات: لتحقيق الصدق تم عرض استمارة الاستبيان على مجموعة من المحكمين من اساتذة الاعلام وذلك للتأكد من صلاحيتها ، كما تم إجراء اختبار أولي على عينة من المجتمع ، وبناء على الاختبار وراي المحكمين تم اعادة وترتيب وصياغة بعض الاسئلة ، وتم استخدام معامل بيرسون لاجراء الثبات من خلال إعادة الاستبيان على 10% من عينة البحث بعد ثلاثة اسابيع من تنفيذ الدراسة الميدانية ، وكانت نسبة الثبات 89,7% وهي نسبة جيدة تدل على عدم وجود إختلاف كبير بين اجابات المبحوثين .

تاسعاً : الاساليب الاحصائية المستخدمة في البحث: تم معالجة البيانات بتطبيق المعاملات الإحصائية التالية:

1- التكرارات والنسب المئوية

2- مربع كا2 لقياس العلاقات الارتباطية

3- معامل بيرسون

عشراً : الدراسات السابقة:

1- دراسة دعاء عرابي<sup>(3)</sup>: تعرض الجمهور للمواقع الالكترونية الإسلامية واتجاهاته نحو ممارسة تلك المواقع لوظيفتها الاتصالية.

هدفت الدراسة الى التعرف على تعرض الجمهور للمواقع الالكترونية الإسلامية واتجاهاته نحو ممارسة تلك المواقع لوظيفتها الاتصالية ، كما هدفت الدراسة الى التعرف على معدلات تعرض الجمهور للمواقع الالكترونية الإسلامية على شبكة الانترنت وذلك بالتطبيق على عينة عمدية قوامها 400 مفردة ، وسعت الدراسة ايضا الى التعرف على السمات الديمغرافية للجمهور المستخدم للمواقع الالكترونية الإسلامية من حيث النوع \_ العمر \_ المستوى التعليمي \_ المستوى الاقتصادي والاجتماعي ، وقد توصلت الدراسة الى نتائج عدة هي :

- ارتفاع نسبة من يستخدمون الانترنت دائما وبنسبة (83,9%) ، ثم يليهم من يستخدمون الانترنت احيانا بنسبة (15,3%) ، واخيرا من يستخدمون الانترنت نادراً وبنسبة (0,8%) .

- كشفت الدراسة الى وجود فروق دالة احصائية بين المستويات التعليمية الثلاثة فيما يتعلق بمعدل استخدام للانترنت .

- كشفت نتائج الدراسة عدم وجود فروق بين الذكور والإناث وكذلك المستويات الاجتماعية الثلاثة فيما يتعلق بمعدل استخدام الانترنت .

- اشارت نتائج الدراسة الى ان موقع عمرو خالد حاز على المرتبة الأولى من بين اهم المواقع الالكترونية الإسلامية العامة التي يفضلها المبحوثين بنسبة 72% ' يليه موقع مصطفى حسنى بنسبة 20% ، ثم موقع طريق الإسلام بنسبة 22,1%.

2- دراسة الشامي<sup>(4)</sup>: استخدام الشباب الجامعي اليمني للانترنت , دراسة مسحية .

سعت الدراسة الى معرفة مدى اقبال الشباب الجامعي اليمني على استخدام شبكة الانترنت واغراضهم من ذلك ، حيث طبقت على عينة عشوائية بلغت 400 من طلبة الجامعات اليمنية وطالبتها ، ولقد توصلت الى النتائج التالية :

- حل البريد الالكتروني في الترتيب الثاني بالنسبة لأغراض استخدام المبحوثين لهذه الشبكة

- اتضحت ايجابية اتجاهات المبحوثين حول جدوى شبكة الانترنت .

- التنامي المتزايد في استخدام شبكة الانترنت بين الطلاب الجامعي.

3- دراسة Mishra ,Smeeta; Semaan, Gaby<sup>(5)</sup>:

هدفت الدراسة الى التعرف على كيفية استخدام مواطني جنوب شرق اسيا المقيمين في الولايات المتحدة الاميركية لشبكة الانترنت في اغراض دينية , وقد استخدم الباحثان اداة المقابلة المتعمقة في الحصول على المعلومات من 25 مفردة ممن يستخدمون الانترنت في الحصول على المعلومات الدينية . وتوصلت الدراسة الى النتائج التالية:

- ان من اهم دوافع استخدام الانترنت في الاغراض الدينية هي الاستماع الى المحاضرات الدينية او البحث عن معلومات عن اوقات الصلاة والطعام الحلال والقواعد المتعلقة بابات من القران ونطقها باللغة العربية الصحيحة .
- كشفت الدراسة ان بعض المبحوثين أفادوا بانهم غيروا الكثير من مفاهيم الدينية نتيجة استخدام شبكة الانترنت وخصوصا مفاهيم الجهاد, حيث حدثت لديهم تفسيرات متناقضة ازاء هذه القضية .
- توصلت نتائج الدراسة الى ان خطباء المساجد لهم الدور الكبير في نشر بعض الافكار الدينية خصوصا على المواقع الالكترونية الخاصة بهم على شبكة الانترنت

#### حادي عشر: المفاهيم الواردة في البحث

- المصادقية : وتعني مجموعة من المعايير التي يجب توافرها في المواقع الالكترونية في تناولها للموضوعات والقضايا والاحداث المختلفة بمراعاة الموضوعية والدقة في عرض المواد وعدم التحيز لأي طرف .
- المواقع الالكترونية الاسلامية: وهي عبارة عن مواقع اسلامية على شبكة الانترنت والتي تهتم بجميع الامور الإسلامية من قضايا وموضوعات واحداث مختلفة.

#### المبحث الثاني

##### الاطار النظري

**تطور المواقع الالكترونية :** كانت شبكة الويب الدولية قد خرجت إلى الوجود فعليا في العام 1991 بعد أن نشرت مختبرات سيرن في سويسرا في العام نفسه مستعرضها الخاص مجانا على الشبكة بعد أن انضم عدد من المعامل التابعة لها في هامبورغ وأمستردام وشيكاغو إلى خدمة معلوماتها على الشبكة .

وتختلف شبكة الويب عن الانترنت ،فإذا كانت شبكة الانترنت هي شبكة للأجهزة المادية من ملققات عملاقة إلى أجهزة اتصال ونظم توزيع ثم أجهزة كومبيوتر ،فان شبكة الويب عبارة عن مجموعة هائلة من وثائق النص التشعبي الموصولة ببعضها تعمل داخل الانترنت، وتضم في العادة مرافئ أو مواقع هي في المحصلة مواقع Web Sites يتم الوصول إليها عبر محدد موقع المصدر Uniform Resource Locator "URL" أو عنوان الموقع الذي سيطلبه مستعرض الويب Web Browser (6) . وموقع الويب عبارة عن مجموعة من الوثائق المتصلة ببعضها بنظام النص التشعبي مخزنة في ملققات الويب وهو ملف يوجد في قرص الكومبيوتر الصلب موصل بالانترنت بعنوانه الخاص ،وعندما يطبع احدهم العنوان على مستعرضه تقوم شبكة الانترنت بتوصيله إلى هذا الملف ، وكل موقع له صفحة بدء يتم إرسالها أولا(7) ويقرأها المستعرض عندما يتم طلب الموقع.

وهناك بشكل عام نوعان من أنواع المواقع وهي(8):

1- المواقع الساكنة Statistic Websites : وهي تلك المواقع التي تشتمل على محتوى لا يتغير كثيرا لا يدويا ولا آليا ويظل كما هو لوقت طويل وربما للأبد ويتم تغيير محتواه في العادة إذا ما تم يدويا بواسطة برامج تصميم مواقع الويب.

2- المواقع المتحركة Dynamic Websites : وهي تلك المواقع التي تغير مادتها ومحتواها على الدوام وهي القادرة والمهيأة للتفاعل مع الزائر بأساليب مختلفة مثل ما يطلق عليه كعكات HTTP Cookies أو بواسطة المتغيرات مثل متغيرات قاعدة البيانات Database Variables ومتغيرات الملقم Serverside Variables وغيرها .

وهناك تقسيم آخر لمواقع الويب وكالاتي(9):



- المواقع التجارية Commerce : ويقصد بها المواقع التي تحتوي على إعلانات تجارية أو تنتمي إلى إحدى الشركات التجارية .
- المواقع الرسمية : وهي طائفة المواقع التي تتبع هيئات ذات صبغة رسمية كالجمعيات المتخصصة أو المؤسسات الاجتماعية والتي لا تهدف إلى الربح .  
كما أن هناك من يقسمها إلى :
- المواقع الفرعية Affiliate : هي مواقع وبوابات تخدم مواقع أخرى لقاء رسوم متفق عليها لمؤسسات كبيرة تقدم خدمات معروفة .
- الموقع الأرشيفي Archive : أسهم هذا النوع من المواقع في المحافظة على محتويات شبكة الانترنت ،ومثالها موقع أرشيف الانترنت Internet Archive الذي يعمل منذ العام 1996 وهو يحفظ الملايين من صفحات الويب القديمة والمتجددة ،كذلك يقوم موقع مجموعات غوغل Google Groups ومنذ العام 2005 بأرشفة ملايين الرسائل إلى مجموعات اليوزنت .
- مواقع الأعمال Business : تكون هذه المواقع بمثابة واجهة للمؤسسات الاقتصادية وجهات الأعمال والخدمات وتستخدم لتقديم الأعمال التجارية والخدمات لمحيط جغرافي محدد في بلد أو قارة أو حتى في قرية صغيرة .
- مواقع قواعد البيانات Data base : ويكون غرضها الأساسي تجميع المعلومات عن موضوع معين أو عن مجموعة واسعة من الموضوعات وتنظيمها بشكل يسهل استرجاعها .
- مواقع تطوير البرمجيات Software Development : غرض هذه المواقع تطوير الأفكار للبرمجيات وأدوات تصميم مواقع الانترنت وتقديم الأفكار الجديدة ونشر الأخبار عن البرمجيات والمشكلات المختلفة التي يواجهها مستخدم الانترنت .
- مواقع أدلة الويب Web Directory : تجمع هذه المواقع بين ميزات محركات البحث وقواعد البيانات وهي عبارة عن أداة لتجميع أكبر قدر من عناوين المواقع في الشبكة في مجال محدد أو لمحيط عام ومن أهمها دليل ياهو Yahoo Directory ودليل غوغل Google Directory ودليل الويب العام Open Directory Project .
- مواقع نقل الملفات Download : يستخدم هذا النوع كوسيط لنقل الملفات بين المستخدمين لشبكة الانترنت ،طرف يقوم برفع الملفات وآخرون يقومون بنقلها من هذه المواقع إلى أجهزتهم وتشمل الملفات ،البرمجيات ،الألعاب ،الأغاني والأفلام والنصوص وغير ذلك .
- مواقع التوظيف Employment : وهي توفر فرصا لأصحاب العمل من ناحية ولطالبي الوظائف من ناحية أخرى ،بعضهم يعرض الوظائف المتوافرة لديه ويبحث البعض الآخر عن الوظيفة التي تناسبه .
- مواقع الألعاب Game : قد يكون الموقع في حد ذاته لعبة ،أو قد يجمع عددا من الألعاب لجهات أخرى مثلما هو الحال في موقع الألعاب Pogo.com أو Planetarion و King of Chaos .
- مواقع المرح Humor : توفر هذه المواقع أجواء المداعبة والسخرية والنكات السائدة والمتجددة باللغات المختلفة وقد توفر رسومات أو مواد نصية وأفلام تصب جميعها في خانة المرح والنكتة .
- مواقع المعلومات Information : جميع المواقع هي في الواقع بناء معلوماتي ،ولكن هذا النوع متخصص في أعلام الزوار بموضوع معين ولكن ليس بالضرورة لغرض تجاري بحث وتقديم الجامعات والمؤسسات الحكومية والمنظمات المختلفة معلوماتها عبر هذا النوع من المواقع وهو أشبه بالكتيبات Brochures .

- مواقع الجافا أبلت Java applet : وتحمل مجموعة من البرامجيات التي تعمل على الانترنت كبرمجيات تطبيقية للويب Web application .
- مواقع المرآة Mirror Computing : تقدم هذه المواقع نسخا لمواقع أخرى على الانترنت لتوفير مصادر متعددة للمعلومات نفسها .
- المواقع السياسية Political : هي مواقع لأحزاب أو منظمات أو نقابات أو كتل سياسية تعبر عن وجهة نظرها تجاه الأحداث وتقدم برامجها المختلفة ويكون لها بمثابة عنوان في موقع الانترنت يجمع أعضائها ومناصريها .
- مواقع التقييم Rating : المقصود هنا تلك المواقع التي يقوم فيها الزوار بإبداء الرأي تأييدا أو رفضا لمنتج أو خدمة معينة أو رسما أو موسيقى أو موقع انترنت ،كل شي تقريبا يتعرض للتقييم مثال لها ratemycar.com .
- مواقع المراجعات Review : هنا يرسل الزوار رسائلهم التي تقدم عرضا شخصيا للسلع والخدمات التي تقدم لهم .
- مواقع محركات البحث Search engine : هذه المواقع توفر أداة للبحث عن المعلومات وترتيبها بالكيفية التي تسهل على المستخدم استرجاع المعلومات التي يطلبها .
- مواقع النقد الشخصي personal site : وتدار بواسطة شخص معين أو بواسطة مجموعة صغيرة من الأفراد وهي تحمل معلومات أو صورة شخصية عن هذا الشخص أو عن أفراد أسرته
- المواقع التعليمية Educational : هذه المواقع عبارة عن مدرسة أو جامعة افتراضية أو أي جهة تقوم بالتعليم ، تقدم دروس في مادة أو مواد معينة للطلاب وقد تمنح شهادة خاصة بها أو تكتفي بالتعليم والتدريب .
- مواقع السيرة الذاتية CV Webpage : تشبه المواقع الشخصية وقد تكون صفحة في موقع لأحدى المؤسسات العلمية التي توفر مكانا لمنتسبيها لعرض خلاصة تجربتهم وسيرتهم الذاتية أو قد يكون موقعا شخصيا .
- مواقع الخرائط Maps : هذه المواقع توفر أنواعا مختلفة من الخرائط للعالم ولمناطق جغرافية بعينها ،خرائط جوية او خرائط طرق خارجية أو خرائط مدن وتفصل في خرائط الدول ،وقد تكون جزءا من مواقع جغرافية مثل موقع ناشيونال جيوغرافيك .
- مواقع الأسواق المالية : هذه مواقع ديناميكية متخصصة في الأسواق المالية ومرتبطة بها ،وهي تستجيب لمؤشرات هذه الأسواق صعودا وهبوطا .
- مواقع المعاجم : هذه المواقع مكرسة أما كليا أو جزئيا للمعاجم المختلفة وهي منتشرة في شبكة الانترنت .
- مواقع الترجمة : هذه أيضا متوفرة في شبكة الانترنت ،وتقوم بإجراء عمليات الترجمة الجزئية أو ترجمة مواقع الانترنت من لغة إلى أخرى .
- مواقع الصور : بعضها يحتضن الصور كألبوم يفتح صفحاته لإضافات جديدة كل مرة وبعضها يسمح بتبادل الصور ولعل أهم مثال لها موقع فليكر .
- مواقع الإذاعة والتلفزيون : بعض هذه المواقع توفر بثا مباشرا عبر الشبكة لمحطات كاملة ،وبعضها يقطع أجزاء من المواد الصوتية ومواد الفيديو لبثها لمن يطلبها .
- مواقع الصفحات البيضاء والصفراء : وتحمل معلومات عن أرقام الهواتف الشخصية والعامة للأفراد والمؤسسات في بلدان مختلفة .
- مواقع البوابات Web Portal : يطلق عليها المرافئ أيضا ،وهي تمثل نقطة بداية إلى المصادر الأخرى على الانترنت أو الانترنت .

- مواقع الخدمات العامة Public Services sites : وهي تقدم مجموعة من الخدمات التي لا حصر لها مثلا في مجال السياحة يمكن عن طريقها حجز الطيران والفنادق وخدمات الترجمة الآلية وخدمات البحث عن الأشخاص والخدمات الحكومية .
- المواقع العلمية Scientific Sites : توفر العديد من الجهات ذات الصفة العلمية من جامعات ومجلات بحثية في مجالات وتخصصات مختلفة مواقع تجمع بين عرض نشاطاتها المختلفة إلى وضع فهارس بالأوراق العلمية والمراجع وبيلوغرافيا الباحثين والبحوث .
- مواقع ترويج الأفكار Advocacy Sites : يطلق عليها مواقع الدعم والتأييد ، وهي تروج أما للأشخاص أو المنظمات التي وضعت ، وغالبا ما ينشئ الناشطون والمنظمات والجهات الدينية والسياسية هذه المواقع ، أو تقوم بالترويج لمنتجات وخدمات الأعمال الالكترونية .

### مفهوم نظرية الاعتماد<sup>(10)</sup>:

تهتم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Mass Media Dependency Theory برصد ودراسة التأثيرات المختلفة لوسائل الإعلام على كل من الفرد والمجتمع<sup>(11)</sup>. و تقوم النظرية على أساس تفسير عميلة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام، كما أنها تسعى للكشف عن الأسباب التي تكون لوسائل الإعلام آثار قوية ومباشرة في بعض الأحيان، وتكون لها تأثيرات ضعيفة وغير مباشرة نوعاً ما في أحيانا أخرى.

كما تحاول فهم العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور، لأجل الوصول الى إجابة سؤال: لماذا يتابع الجمهور وسائل الإعلام لتحقيق الهدف؟ كما تهدف أيضا إلى اختبار العلاقة بين الأجزاء الصغيرة، والكبيرة في الأنظمة الاجتماعية المختلفة في محاولة منها لمعرفة وفهم سلوك كل جزء وتوضيحه في ضوء وطبيعة العلاقة بين جميع عناصر النظام ككل. وبما ان الإعلام بصورة عامة جزء لا يتجزأ من النظام الاجتماعي فأن النظرية تنظر إليه على أساس العلاقة التي يبينها الأفراد مع وسائل الإعلام<sup>(12)</sup>.

فالأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام بكونها مصدراً من مصادر تحقيق أهدافهم، حيث ان الفرد يسعى إلى تحقيق هدفه في تأييد حقه في امتلاك المعلومات والمعرفة لاتخاذ القرارات الشخصية والاجتماعية المختلفة في حياته اليومية، كما أنه يحتاج أيضاً إلى التسلية والترفيه كهدف آخر في الوقت نفسه ، إلا ان الأفراد لا يستطيعون ضبط أو تحديد الرسائل الإعلامية التي تبثها وسائل الإعلام أكثر مما هي عليه، ولكنهم يستطيعون تشخيص وتحديد ما لم تبثه من رسائل، لأن وسائل الإعلام تحدد وحدها ما يبث أو لا يبث بناء على العلاقة الدائرية بين وسائل الإعلام والأفراد المتلقين مثلها مثل النظم الاجتماعية، ويمكن ملاحظة تطوير هذه العلاقة مع وسائل الإعلام عن طريق تأثير الخصائص والسمات الفردية والاجتماعية فيها<sup>(13)</sup>.

ولقد عرف بيير وسامون pierre & sammon عام 1988 الاعتماد على وسائل الإعلام على انه (( عملية توظيف للمعلومات التي تم التعرض لها لاتخاذ القرار بشأن موضوع ما)) أما مفهوم الاعتماد على وسائل الإعلام عند بالمجرين palmegreen فيرى انه ينتج السلوك الاتصالي لأفراد الجمهور، كما أشار أيضا إلى ان الأفراد يزداد اعتمادهم على وسيلة معينة لأجل استيفاء معلوماتهم و معرفتهم عن كثير من الأشياء والموضوعات أو القضايا، كلما نجحت هذه الوسيلة في تلبية احتياجاتهم ومن ثم إشباع رغباتهم. كما تعرف علاقة الاعتماد بأنها ((العلاقة التي يعتمد فيها الجمهور على وسائل الإعلام كمصدر للحصول على المعلومات لتحقيق أهداف معينة وتعمل وسائل الإعلام على تحقيق ثلاثة أهداف، هي: جمع المعلومات وتنسيقها ونشرها. ويعتمد الغرض الأساسي لنظرية الاعتماد على وجود علاقة تفاعلية

بين وسائل الإعلام والجمهور والمجتمع والنظم القائمة به، ومن خلال تحليل هذه العلاقة يمكن فهم وإدراك تأثير الإعلام في المجتمع وفي الأفراد)).

وتشكل علاقة نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام من ثلاثة عناصر هي المجتمع ووسائل الإعلام والجمهور وتختلف هذه العلاقة من مجتمع لآخر، فهناك مجتمعات تفرض سيطرتها على نطاقها الإعلامي بينما تمنح مجتمعات أخرى نظامها الإعلامي قدراً أكبر على التأثير في المجتمع، كما تختلف أيضاً تأثيرات وسائل الإعلام من مجتمع لآخر، ففي بعض المجتمعات تستطيع وسائل الإعلام من فرض سيطرتها وتأثيرها في أفراد الجمهور، بينما تتبع وسائل الإعلام الجمهور وتتبع آراءه في مجتمعات أخرى، فوسائل الإعلام تعدّ ظاهرة اجتماعية تابعة للمجتمع وليس لنفسها، وهي عنصر في البناء الاجتماعي. ولكن على الرغم من ذلك تستطيع وسائل الإعلام الحصول على جزء ولو بسيط من الاستقلالية تعمل عن طريقها على تغيير العالم الاجتماعي<sup>(14)</sup>.

وتتوقف درجة اعتماد الجمهور على المعلومات التي توفرها وسائل الإعلام على أمرين<sup>(15)</sup>:

1. درجة الثبات والاستقرار داخل المجتمع، حيث تفترض هذه النظرية زيادة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام في حالات الكوارث والصراع والأزمات والأحداث الطارئة حيث لا تتوفر للأفراد داخل المجتمع وسائل مباشرة أو شخصية لأجل الحصول على المعلومات في هذه الحالة.
2. حجم وأهمية المعلومات التي يحصل عليها الأفراد من وسائل الإعلام فضلاً عن الوظائف الأخرى التي تؤديها هذه الوسائل في المجتمع.

وتقوم علاقة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام على دعامتين رئيسيتين هما<sup>(16)</sup>:

2. الأهداف: حيث تشير النظرية إلى أنه هناك أهداف للأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة يسعون لتحقيقها عن طريق المعلومات التي توفرها المصادر المختلفة سواء كانت هذه الأهداف شخصية أو اجتماعية فان عليهم ان يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى والعكس صحيح.

3. المصادر: وذلك بعد أن نظام وسائل الإعلام هو نظام معلومات يتحكم في مصادر تحقق الأهداف الخاصة بالأفراد والجماعات والمنظمات. وتقوم وسائل الإعلام بالتحكم في ثلاثة أنواع من مصادر المعلومات وهي<sup>(17)</sup>:

أ. المصدر الأول: هو جمع المعلومات فالمندوب والمراسل الصحفي يجمعان المعلومات التي يحتاج الجمهور إلى معرفتها، كما يقدم كاتب السيناريو معلومات قد تكون أحداثاً حقيقية أو تكون من نسيج الخيال تتيح للجمهور هدف اللعب أو المرح أو التسلية أو الترفيه أو الاسترخاء.

ب. المصدر الثاني: هو تنسيق المعلومات، ويشير إلى تنقيح وتنسيق وإعداد المعلومات التي تم جمعها سواء بالزيادة أو النقصان لكي تخرج للجمهور بصورة مناسبة في شكل قصة صحفية أو برنامج إذاعي أو تلفزيوني أو فيلم سينمائي<sup>(18)</sup>.

ج. المصدر الثالث: هو نشر أو بث المعلومات أو القدرة على توزيعها بين جمهور غير محدود.

في حين يرى باحث آخر انه حتى يكتمل الاعتماد بين الجمهور ووسائل الإعلام يجب توفر محددتين أو ركيزتين اثنتين لهذه النظرية وهما<sup>(19)</sup>:

1. تقوم وسائل الإعلام بتقديم خدمات مهمة للجمهور: بمعنى تحقيق أهداف ووظائف وسائل الإعلام المكلفة بها والأهم من ذلك هو إشباع حاجات الجمهور.
2. ارتفاع حدة وتيرة الصراع العسكري أو السياسي أو الاقتصادي أو الاجتماعي في المجتمع الذي تعمل فيه وسائل الإعلام.

وتكمن قوة وسائل الإعلام وفقاً لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في سيطرة هذه الوسائل على مصادر ونظم المعلومات التي يحقق عن طريقها الأفراد أهدافهم الرئيسية، وبذلك يمكن ان تتسع وتتزايد الأهداف كلما زاد المجتمع تعقيداً. ومن ثمّ تزيد معها درجة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام التي تقوم بدورها بإيصالهم بمصادر المعلومات والتي تحقق لهم أهدافهم<sup>(20)</sup>.

**فروض نظرية الاعتماد:** الفروض الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام التي وضعتها واتفقت عليها مجموعة من الباحثين<sup>(21)</sup> هي كالآتي:

1. تزداد إمكانية ان تحقق الرسالة الإعلامية نطاقاً واسعاً من التأثيرات المعرفية والعاطفية والسلوكية لدى الجمهور عندما توفر وسائل الإعلام خدمات معلوماتية متميزة ومتكاملة وأساسية، وتزداد درجة التأثير لدى الأفراد والجمهور إلى درجات كبيرة عندما تكون هناك درجة عالية من عدم الاستقرار الهيكلي في المجتمع بسبب الصراع والتغير.
2. يتراوح تأثير وسائل الإعلام بين القوة والضعف ويعتمد هذا التأثير تبعاً للظروف المحيطة والخبرات السابقة.
3. تزداد حاجة الجمهور إلى المعلومات والتوجيه كلما زادت التغييرات والأزمات والصراعات في مجتمع ما ومن ثمّ تزداد درجة الاعتماد على وسائل الإعلام وما تقدمه من معلومات في هذا المجتمع، ولذلك يفترض أنه في المجتمعات ذات الأنظمة الإعلامية النامية يزداد اعتماد الجمهور على مصادر المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام ولا سيما في أوقات زيادة عدم الاستقرار أو الصراع في المجتمع، أي بمعنى ان كثافة علاقات الاعتماد الفرد ترتبط بشكل إيجابي بإدراكه التهديد في البيئة الطبيعية والاجتماعية.
4. يعتمد الجمهور على وسيلة معينة بشكل كبير، كلما كان عدد ودرجة مركزية خدمات تقديم المعلومات التي تقدمها هذه الوسيلة الإعلامية واسعة وكبيرة، وكلما زاد كم المعلومات التي توفرها وسائل الإعلام ومدى أهميتها كلما زاد اعتماد الجمهور عليها.
5. استخدام الأفراد لوسائل الإعلام لا يحدث بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي تعمل فيه تلك الوسائل، ويكون الجمهور ووسائل الإعلام والاتصال المختلفة حاضرة فيه أيضا .
6. يزداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام كمصدر لاستقاء المعلومات كلما كانت المعلومات التي تبت عبر هذه الوسائل ذات درجة عالية من الأهمية بالنسبة لهؤلاء الأفراد.
7. ينتج من خلال اعتماد الأفراد والجمهور على وسائل الإعلام عدد من التأثيرات المختلفة المعرفية والوجدانية والسلوكية وتمثل هذه التأثيرات اتجاهات متباينة للتغير في (المعرفة، أو الشعور أو السلوك)،
8. يقل اعتماد الأفراد والجمهور على وسائل الإعلام كلما توفرت لديهم بدائل ومصادر أخرى بديلة للمعلومات، أو مصادر إعلامية خارجية أو داخلية .
9. يعتمد الأفراد على وسيلة معينة كونهم لديهم قدرة كبيرة على استخلاص المعلومات من خلال تعرضهم لهذه الوسيلة.
10. يسعى الجمهور من خلال اعتماده على وسائل الإعلام إلى تحقيق ثلاثة أهداف (الفهم، والتوجيه، والتسلية) وكلما زاد المجتمع تعقيداً زادت الأهداف الشخصية التي تتطلب الوصول إلى مصادر المعلومات عبر وسائل الإعلام.

### المبحث الثالث

**الدراسة الميدانية الرئيسية:** وزع الباحث (280) استمارة بين عينة من جمهور مدينة كركوك المركز تم توزيعها على مناطق مدينة كركوك بطريقة عمدية لكون كل منطقة من تلك المناطق تعيش فية قومية مختلفة والمناطق هي (منطقة الشورجة، منطقة الحي العسكري، منطقة المصلى، منطقة عرفة، منطقة واحد حزيران) اي بواقع (56) استمارة لكل منطقة.

## أولاً: خصائص المبحوثين :

1- جنس المبحوثين (النوع) : توزع المبحوثون المشاركون في البحث ضمن العينة المختارة من مركز مدينة (كركوك) الذين بلغ إجمالي عددهم (280) مبحوثاً توزعوا حسب متغير النوع (الجنس) إلى (164) مبحوثاً من الذكور بلغت نسبتهم (58.57%) مثلوا الجزء الأكبر من عينة البحث مقابل (116) مبحوثاً من الإناث بلغت نسبتهم (41.42%) من إجمالي العينة. (انظر جدول رقم 1) أدناه:

جدول (1): المبحوثون حسب متغير الجنس (النوع)

النسبة المئوية %	التكرار	الجنس
58.57%	164	ذكر
41.42%	116	أنثى
100%	280	المجموع

2- المستويات العمرية : توزعت المعدلات العمرية المشاركين في البحث بين مستويات عدة تم تقسيمهم وفق الآتي :

أ- مستوى (من 18 - 30) عاماً: جاءت المرحلة العمرية هذه بالمرتبة الأولى ومثل هذا المستوى أو الجيل من الفئات العمرية للمبحوثين المعدل أو النسبة الأعلى بواقع (113) مبحوثاً وبنسبة شكلت (40.35%) وتعد الفئة العمرية تلك الأهم والأبرز من باقي الفئات لأسباب عدة يأتي في مقدمتها ان هذه الفئة تشكل النسبة الأكبر في مجتمع مدينة كركوك، وحسب إحصائيات المركز الوطني للإحصاء التابع لوزارة التخطيط<sup>(22)</sup>.

ب- مستوى (من 31-40) عاماً: جاءت المرحلة العمرية هذه بالمرتبة الثانية وكان عدد من تقع أعمارهم ضمنها قد بلغ (88) مبحوثاً شكلوا نسبة مئوية بلغت (31%) .

ت- مستوى (من 41-50) عاماً: جاءت المرحلة العمرية هذه بالمرتبة الثالثة وكان عدد من تقع أعمارهم ضمنها قد بلغ (52) مبحوثاً وبنسبة مئوية شكلت (18.57%).

ث- مستوى (من 51-60) عاماً: جاءت المرحلة العمرية هذه بالمرتبة الرابعة وكان عدد من تقع أعمارهم ضمنها قد بلغ (19) مبحوثاً وبنسبة بلغت (6,78%).

ج- مستوى (من 61 عاماً فأكثر) : جاءت المرحلة العمرية هذه بالمرتبة الخامسة وكان عدد من تقع أعمارهم ضمنها قد بلغ (8) مبحوثاً وبنسبة مئوية شكلت (2,85%) . انظر جدول (2).

جدول (2): المبحوثون حسب فئاتهم العمرية

النسبة المئوية %	التكرار	المستويات العمرية
40,35%	113	من (18-30) عاماً
31%	88	من (31-40) عاماً
18,35%	52	من (41-50) عاماً
6,87%	19	من (51-60) عاماً
2,85%	8	من (61 فأكثر) عاماً
100%	280	المجموع

3- متغير المستوى التعليمي (الدراسي): توزعت مستويات التحصيل التعليمي (الدراسي) للمشاركين في البحث بين درجات ومستويات عدة على وفق الآتي :

أ- شهادة البكالوريوس: جاءت هذه الفئة بالمرتبة الأولى إذ بلغ عدد المشاركين في البحث من الحاصلين على الشهادة (الجامعية) تلك (116) مبحوثاً وبنسبة بلغت (41,42%).

- ب- شهادة الإعدادية : جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثانية إذ بلغ عدد المشاركين في البحث من الحاصلين على الشهادة (الإعدادية ) تلك (77) مبحوثا وبنسبة شكلت (27,5%).
- ت- شهادة الدبلوم (خريج معهد) : جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثالثة إذ بلغ عدد المشاركين في البحث من الحاصلين على شهادة (الدبلوم) تلك (35) مبحوثا وبنسبة بلغت (12,5%).
- ث- شهادة الابتدائية : جاءت هذه الفئة بالمرتبة الرابعة إذ بلغ عدد المشاركين في البحث من الحاصلين على الشهادة (الابتدائية ) تلك (16) مبحوثا وبنسبة شكلت (5,71%).
- ج- شهادة المتوسطة : جاءت هذه الفئة بالمرتبة الخامسة إذ بلغ عدد المشاركين في البحث من الحاصلين على الشهادة (المتوسطة ) تلك (14) مبحوثا وبنسبة شكلت (5%).
- ح- يقرأ ويكتب (لم يكمل الشهادة الابتدائية): بلغ عدد المشاركين في البحث من هذه الفئة تلك (9) مبحوثا وبنسبة بلغت (3,21%) وهم بذلك احتلوا المرتبة السادسة.
- خ- شهادة عليا (دبلوم عالي , ماجستير, دكتوراه) : جاءت هذه الفئة بالمرتبة السابعة إذ بلغ عدد المشاركين في البحث من الحاصلين على الدرجات تلك (3) مبحوثين (دبلوم عالي , ماجستير, دكتوراه) وبنسبة شكلت (1,07%). (انظر جدول 3) في أدناه.

جدول (3): المبحوثون حسب متغير التحصيل أو المستوى التعليمي (الدراسي)

التحصي ل الدراسي	التكرار	النسبة المئوية%
بكالوريوس	126	45%
شهادة الإعدادية	77	30.8%
شهادة الدبلوم (خريج معهد)	35	12,5%
شهادة الابتدائية	16	5,71%
شهادة المتوسطة	14	5%
يقرأ ويكتب (لم يكمل الدراسة الابتدائية)	9	3,21%
شهادة عليا (دبلوم عالي, ماجستير, دكتوراه)	3	1,07%
المجموع	280	100%

- 4-متغير الوظيفة (المهنة) أو فئة الأعمال : توزعت وظائف ومهن وإعمال المشاركين في البحث بين مستويات عدة على وفق الآتي :
- أ - الموظفون : بلغ عدد المبحوثين المشاركين في البحث من (الموظفين)(93)مبحوثا ، وهم مثلوا الفئة الأولى والأكبر ضمن عينة البحث وبنسبة شكلت (33,21%).
- ب- الكسبة : بلغ عدد المبحوثين المشاركين في البحث من (الكسبة)(81)مبحوثا ، مثلوا الفئة الثانية ضمن عينة البحث وبنسبة شكلت (28,92%) وقد شملت عدداً من الأعمال والمهن مثل (سائق، حداد, نجار, صاحب محل, حلاق, تاجر ).
- ت- الطلبة : بلغ عدد المبحوثين من المشاركين في البحث من (الطلبة)(68)مبحوثا ، مثلوا الفئة الثالثة ضمن عينة البحث وبنسبة شكلت (24,28%).
- ث- ربات البيوت : بلغ عدد المبحوثات المشاركات في البحث من (ربات البيوت ) (24) مبحوثة ، مثلن الفئة الرابعة ضمن عينة البحث وبنسبة شكلت (8,57%).
- ج- المتقاعدون: بلغ عدد المبحوثين المشاركين في البحث من (المتقاعدين) (18) مبحوثا ، مثلوا الفئة الخامسة ضمن عينة البحث وبنسبة شكلت (6,42%).
- ح- العاملون: بلغ عدد المبحوثين المشاركين في البحث من (العاملين)(12)مبحوثا، مثلوا الفئة السادسة ضمن عينة البحث وبنسبة شكلت (4,28%) وقد شملت العاملين في القطاعين العام والخاص.

خ- غير العاملين ( العاطلون، والعاجزون ) : بلغ عدد المبحوثين المشاركين في البحث من الذين (لا يعملون) (8) مبحوثا ، وهم مثلوا الفئة السابعة ضمن عينة البحث وبنسبة شكلت (2,85%). (انظر جدول4) أدناه.  
جدول(4) : المبحوثون حسب متغير الوظيفة (المهنة ) أو الأعمال

النسبة المئوية %	التكرار	الوظيفة(المهنة) أو الأعمال
33,21%	93	موظف
28,92%	81	كاسب
24,28%	68	طالب
8,57%	24	رية بيت
6,42%	18	متقاعد
4,28%	12	عامل
2,85%	8	لا يعمل
100%	280	المجموع

5-الوضع أو المستوى الاقتصادي(الدخل)<sup>(23)</sup>: تتوع المستوى أو الوضع الاقتصادي (الدخل) للمبحوثين المشاركين ضمن عينة البحث إلى مستويات عدة على وفق الآتي:  
أ-المستوى المنخفض : بلغ عدد المشاركين في البحث من ذوي الدخل أو المستوى الاقتصادي المنخفض (118) مبحوثا وبنسبة شكلت (42,14%) وهم بذلك احتلوا المرتبة الأولى .  
ب-المستوى متوسط : حصلت هذه الفئة المرتبة الثانية إذ بلغ عدد المشاركين في البحث من ذوي الدخل أو المستوى الاقتصادي المتوسط (58) مبحوثا وبنسبة بلغت (20,71%)  
ت- المستوى المرتفع : بلغ عدد المشاركين في البحث من ذوي الدخل أو المستوى الاقتصادي المرتفع (22) مبحوثا وبنسبة شكلت (7,85%) وهم بذلك احتلوا المرتبة الثالثة.  
ث-المستوى المنخفض جدا : حصلت هذه الفئة على المرتبة الرابعة إذ بلغ عدد المشاركين في البحث من ذوي الدخل أو المستوى الاقتصادي المنخفض جدا (18) مبحوثين وبنسبة بلغت (3,10%).  
ج- المستوى المرتفع جدا : بلغ عدد المشاركين في البحث من ذوي الدخل أو المستوى الاقتصادي المرتفع جدا مبحوثا واحداً وبنسبة شكلت (0,3%) بذلك حصلت على المرتبة الخامسة.  
ح- لم يذكر الدخل الشهري : بلغ عدد المشاركين في البحث من الذين لم يذكروا الدخل الشهري (63) مبحوثا وبنسبة بلغت (22,5%). (انظر جدول 5) أدناه.  
جدول (5) : المبحوثون حسب متغير الدخل أو المستوى الاقتصادي

النسبة المئوية %	التكرار	الدخل الشهري	المستوى الاقتصادي
42,14%	118	من 250 ألف إلى أقل من 750 ألف دينار شهريا	منخفض
20,71%	58	من 750 ألف دينار إلى أقل من 1,250,000 دينار شهريا	متوسط
7,85%	22	من 1,250,000 دينار إلى أقل من 2,000,000 دينار شهريا	مرتفع
3,10%	18	أقل من 250 ألف دينار شهرياً	منخفض جدا
0,3%	1	2,000,000 فأكثر	مرتفع جدا
22,5%	63		لم يذكر الدخل
100%	280		المجموع



ثانياً: دوافع واسباب استخدام جمهور مدينة كركوك للمواقع الالكترونية الإسلامية بعد 2003.

1- اهم المصادر التي يعتمد عليها المبحوثون في الحصول على المعلومات \*  
 بشأن ابرز المصادر التي يعتمد عليها المبحوثون في الحصول على المعلومات الإسلامية بعد سقوط النظام 2003 على النحو التالي ( مع السماح للمبحوث كتابة أكثر من بديل).  
 تشير البيانات في الجدول اللاحق إلى ابرز المصادر التي يعتمد عليها المبحوثون في الحصول على المعلومات الإسلامية بعد سقوط النظام 2003 على النحو التالي : إذ جاءت بالمرتبة الأولى (القنوات الفضائية) بعدها الأبرز والأفضل في استقاء الأخبار والمعلومات إذ أشار لها (202) مبحوثاً وبنسبة بلغت (36,46%)، ثم تلتها (المواقع الالكترونية) بالمرتبة الثانية إذ أوضح (101) مبحوثين ونسبتهم (18,23%)، وأكد (98) مبحوثاً ونسبتهم (17,68%) ( الاذاعة) وبذلك احتلت المرتبة الثالثة، ثم جاءت بالمرتبة الرابعة (الصحف والمجلات) بواقع (77) مبحوثين ونسبتهم (13,89%)، ثم (الكتب ) بواقع (56) مبحوثين ونسبتهم (10,10%)، وأخيراً ( الاقراص المدمجة) بواقع (20) مبحوثاً وبنسبة (3,61%). انظر جدول (6) أدناه.

جدول(6): يوضح اهم المصادر التي يعتمد عليها المبحوثون في الحصول على المعلومات

النسبة المئوية %	التكرار	اهم المصادر التي يعتمد عليها المبحوثون في الحصول على المعلومات
36,46%	202	القنوات الفضائية
18,23%	101	المواقع الالكترونية
17,68%	98	الاذاعة
13,89%	77	الصحف والمجلات
10,10%	56	الكتب
3,61%	20	الاقراص المدمجة
100%	554	المجموع

2- مدى استخدام جمهور مدينة كركوك للمواقع الالكترونية الإسلامية بعد 2003:- بهدف التعرف على مدى استخدام جمهور مدينة كركوك ضمن عينة البحث للمواقع الإسلامية بصورة عامة تم طرح سؤال ( إلى أي مدى تستخدم المواقع الالكترونية الإسلامية بعد 2003 ؟) على وفق ثلاثة خيارات ( دائماً، أحياناً، نادراً ) جاءت النتائج بشأن هذا السؤال على وفق الآتي:

أ- دائماً (52,85%) : بلغ عدد المبحوثين ممن يستخدمون المواقع الالكترونية بشكل(دائمي) (148) مبحوثاً وبنسبة شكلت (52,85%) وهم بذلك احتلوا المرتبة الأولى ضمن العينة المشاركة في البحث.  
 ب- احياناً(32,5%) : بلغ عدد المبحوثين الذين يستخدمون المواقع الالكترونية الإسلامية بشكل(احياناً) (91) مبحوثاً وبنسبة شكلت (32,5%) وهم بذلك احتلوا المرتبة الثانية ضمن العينة المشاركة في البحث.  
 ت- نادراً (14,64%) : جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثالثة من بين الفئات الأخرى ،وبلغ عدد المبحوثين المشاركين ضمن الفئة تلك (41) مبحوثاً وبنسبة بلغت (14,64%) ممن يتعرضون (نادراً) للمواقع الالكترونية الإسلامية .(انظر جدول 7 أدناه) .

جدول (7) : مدى استخدام جمهور مدينة كركوك للمواقع الالكترونية الإسلامية بعد 2003

النسبة المئوية	التكرار	مدى استخدام جمهور مدينة كركوك للمواقع الالكترونية الإسلامية بعد 2003
52,85%	148	دائماً
32,5%	91	احياناً
14,64%	41	نادراً
100%	280	المجموع

3- عدد ساعات استخدام جمهور مدينة كركوك للمواقع الالكترونية الاسلامية: بهدف التعرف على عدد الساعات استخدام جمهور مدينة كركوك للمواقع الالكترونية الإسلامية تم طرح سؤال التالي : (عدد ساعات استخدام جمهور مدينة كركوك للمواقع الالكترونية الإسلامية في اليوم الواحد على وجه التقريب؟) على وفق خيارات ( اقل من ساعة، من ساعة الى ساعتين ، اكثر من ساعتين ) وجاءت النتائج على وفق الآتي:

أ- تعرض المبحوثين لأكثر من ساعتين (48,92%) : بلغ عدد المبحوثين الذين يتعرضون للمواقع الالكترونية لمدة (اكثر من ساعتين) (137) مبحوثا وبنسبة شكلت (48,92%) وبذلك احتلت هذه الفئة المرتبة الأولى .

ب- تعرض المبحوثين من ساعة الى ساعتين (39,28%) : جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثانية إذ أشار (110) مبحوثا وبنسبة بلغت (39,28%) أنهم يتعرضون لمدة (من ساعة الى ساعتين) للمواقع الالكترونية في اليوم الواحد على وجه التقريب

ت- تعرض المبحوثين لأقل من ساعة (11,78%) : بلغ عدد المبحوثين الذين يتعرضون للمواقع الالكترونية الإسلامية لمدة (اقل من ساعة) (33) مبحوثا وبنسبة شكلت (11,78%) وبذلك احتلت هذه الفئة المرتبة الثالثة. (انظر جدول 8).

جدول (8) : عدد ساعات استخدام جمهور مدينة كركوك للمواقع الالكترونية الاسلامية

عدد ساعات استخدام جمهور مدينة كركوك للمواقع الالكترونية الاسلامية	التكرار	النسبة المئوية
اكثر من ساعتين	137	%48.92
من ساعة الى ساعتين	110	%39.28
اقل من ساعة	33	%11.78
المجموع	280	%100

4- اهم المواقع الالكترونية الإسلامية التي يفضلها جمهور مدينة كركوك : لأجل معرفة أهم اهم المواقع الالكترونية الإسلامية التي يفضلها جمهور مدينة كركوك ، ولتحقيق ذلك طرحنا التساؤل (؟اكتب اهم ثلاثة مواقع الكترونية اسلامية تفضل متابعتها , وجاءت النتائج على وفق الآتي\*:

أ- موقع القران الكريم (23,05%) : جاءت هذه الفئة بالمرتبة الأولى إذ بلغ عدد المبحوثين الذين أشاروا إلى إن (موقع القران الكريم ) هي من ابرز المواقع التي يفضلونها من بين المواقع الالكترونية الإسلامية (278) مبحوثا ونسبتهم (23,05%).

ب- موقع تفسير القران الكريم (16,33%) : جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثانية إذ بلغ عدد المبحوثين الذين أشاروا إلى إن (موقع تفسير القران الكريم ) هي من ابرز المواقع التي يفضلونها عبر المواقع الالكترونية الإسلامية (197) مبحوثا ونسبتهم (16,33%).

ثم تلتها باقي المواقع وبحسب الترتيب من وجهة نظر المبحوثين : (موقع الحديث الشريف) أشار لها (181) مبحوثا ونسبتهم (15%) , و (موقع اسلامي كردي) أكد لها (167) مبحوثا ونسبتهم (13,84%) ثم (موقع السيد علي السيستاني) أوضح لها (101) مبحوثا ونسبتهم (8,37%) , و (ديوان القف السني ) أشار لها (88) مبحوثا وبنسبة بلغت (7,29%) , و (شبكة كربلاء المقدسة) أوضح لها (73) مبحوثاً ونسبتهم (6,05%) , و (ديوان الوقف الشيعي) اشار لها (54) مبحوثاً ونسبتهم (4,47%) , و (موقع ابن باز ) أوضح لها (36) مبحوثاً ونسبتهم (2,98%) و (شبكة الشفاء الإسلامية ) أوضح لها (21) مبحوثاً ونسبتهم (1,74%) وجاءت المواقع الاخرى بالمرتبة الاخيرة ب (9) مبحوثاً ونسبتهم (0,74%) , (انظر جدول 9) أدناه.

جدول (9): المواقع الالكترونية الإسلامية التي يفضلها جمهور مدينة كركوك

ت	اهم المواقع التي يفضلها جمهور مدينة كركوك	التكرار	النسبة المئوية
1	موقع القرآن الكريم لكافة القراء <a href="http://www.mp3quran.net">http://www.mp3quran.net</a>	278	23,05%
2	موقع تفسير القرآن <a href="http://quran.al-islam.com/">http://quran.al-islam.com/</a>	197	16,33%
3	موقع الحديث الشريف <a href="http://hadith.al-islam.com/">http://hadith.al-islam.com/</a>	181	15%
4	موقع اسلامي كردي <a href="http://islamhouse.com/ku/main/">http://islamhouse.com/ku/main/</a>	167	13,84%
5	موقع السيد علي السيستاني <a href="http://www.sistani.org/">http://www.sistani.org/</a>	101	8,37%
6	ديوان الوقف السني <a href="http://sunni-affairs.gov.iq/">http://sunni-affairs.gov.iq/</a>	88	7,29%
7	شبكة كربلاء المقدسة <a href="http://www.holykarbala.net/">http://www.holykarbala.net/</a>	73	6,05%
8	ديوان الوقف الشيعي <a href="http://www.alwaqfalsheai.gov.iq/">http://www.alwaqfalsheai.gov.iq/</a>	54	4,47%
9	موقع ابن باز <a href="http://www.binbaz.org.sa/">http://www.binbaz.org.sa/</a>	36	2,98%
10	شبكة الشفاء الاسلاميه <a href="http://www.almuaiqly.com/">http://www.almuaiqly.com/</a>	21	1,74%
11	اخرى	9	0,74%
	المجموع	1206	100%

5- اهم المضامين التي يفضلها جمهور مدينة كركوك في المواقع الالكترونية الإسلامية بعد 2003\*: لأجل معرفة أهم المضامين التي يفضلها جمهور مدينة كركوك في المواقع الإسلامية عبر المواقع الالكترونية الإسلامية ، ولتحقيق ذلك طرحنا التساؤل (ما اهم المضامين التي يفضلها جمهور مدينة كركوك في المواقع الالكترونية الإسلامية بعد 2003 ؟، يمكن اختيار أكثر من بديل). على وفق خيارات (القران الكريم , السنة النبوية , سيرة ال البيت , فتوى , سيرة المراجع والاولياء , القضايا السياسية , القضايا الاجتماعية , دراسات اسلامية ) وجاءت النتائج على وفق الآتي:

أ-القران الكريم (17,34%): جاءت هذه الفئة بالمرتبة الأولى إذ بلغ عدد المبحوثين الذين أشاروا إلى إن (القران الكريم ) هو من ابرز أنواع المضامين التي يفضلونها عبر المواقع الالكترونية الإسلامية (180) مبحثاً ونسبتهم (17,34%).

ب-السنة النبوية (14,93%): أشار (155) مبحث وبنسبة شكلت (14,93%) إلى ان (السنة النبوية) هي من أهم أنواع المضامين التي يحرصون على متابعتها عبر المواقع الالكترونية الإسلامية وبذلك احتلت هذه الفئة المرتبة الثانية .

ت-سيرة ال البيت (14,45%): حصلت هذه الفئة على المرتبة الثالثة من بين الأنواع الأخرى من المضامين إذ أكد (150) مبحثاً ونسبتهم (14,45%) ان (سيرة ال البيت) هي أهم وابرز الضامين التي يحرصون على متابعتها عن طريق المواقع الالكترونية الإسلامية تلك.

ث-فتوى (13%): بلغ عدد المبحوثين الذين أشاروا إلى إن (الفتوى) كانت من أهم أنواع المضامين التي يحرصون على متابعتها (135) مبحثاً ونسبة بلغت (13%) وبذلك احتلت المرتبة الرابعة بين باقي أنواع المضامين .

ثم تلتها باقي أنواع المضامين وبحسب الترتيب ومن وجهة نظر المبحوثين : (سيرة المراجع والاولياء ) أشار لها (121) مبحثاً ونسبتهم (11,65%), و(القضايا السياسية) أكد لها (112) مبحثاً ونسبتهم (10,78%) ثم (القضايا الاجتماعية) أوضح لها (104) مبحثاً ونسبتهم (10,01%) , و (دراسات اسلامية ) أشار لها (81) مبحثاً ونسبة بلغت (7,80%). (انظر جدول 10) أدناه.

جدول (10): اهم المضامين التي يفضلها جمهور مدينة كركوك في المواقع الالكترونية الإسلامية بعد 2003

النسبة المئوية	التكرار	المضامين التي يفضلها الجمهور العراقي في المواقع الالكترونية الإسلامية بعد 2003
17.34%	180	القران الكريم
14.93%	155	السنة النبوية
14.45%	150	سيرة ال البيت
13%	135	فتاوى
11.65%	121	سيرة المراجع والاولياء
10.78%	112	القضايا السياسية
10.01%	104	القضايا الاجتماعية
7.80%	81	دراسات اسلامية
100%	1038	المجموع

### ثالثا: - متطلبات مصداقية المواقع الالكترونية الإسلامية بعد 2003

(1) اتجاهات جمهور مدينة كركوك نحو مصداقية المضمون في المواقع الالكترونية الإسلامية بعد 2003:-

بهدف الكشف عن ابرز الاثار الناتجة عن متطلبات مصداقية مضمون المواقع الالكترونية الإسلامية بعد 2003 لدى جمهور مدينة كركوك جرى وضع مقياس من ثلاثة خيارات (أؤيد , محايد , لاؤؤيد), لأجل الوصول إلى ابرز ما أفرزته المواقع الالكترونية الإسلامية على النحو الآتي :

1- الموضوعات التي تعرض في المواقع الالكترونية الإسلامية تدعم باستخدام الوسائط المتعددة والفيديوهات وغيرها:  
أ- أؤيد(79,64%): أؤيد(223) مبحوثا وبنسبة مئوية بلغت (79,64%) ان (الموضوعات التي تعرض في المواقع الالكترونية الإسلامية تدعم باستخدام الوسائط المتعددة والفيديوهات وغيرها وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الأولى من بين المواقف الأخرى .ويرى الباحث تصدر هذه الإجابة المرتبة تلك يرجع بالدرجة الأساس إلى ان المواقع الالكترونية تسعى وعبر مواقعها إلى دعم موضوعاتها باستخدام الوسائط المتعددة والفيديوهات وغيرها ويضعها ضمن أولوياته .  
ب- محايد (14,64%): لم يشر (41) مبحوثا ونسبتهم (14,64%) سواء بالموافقة أو المعارضة إلى ان المواقع الالكترونية الإسلامية تحقق هذا الموقف .

ت- لا أؤيد (2,75%): لم يؤيد (16) مبحوث واحد ونسبته (2,75%) تحقق هذا الموقف عبر المواقع الالكترونية إذ لم يوافق على ان المواقع الالكترونية الإسلامية تدعم موضوعاتها باستخدام الوسائط المتعددة وهذه النتيجة التي تشير الى اتفاق أكثر المبحوثين بهذا الشأن وتؤكد تحقق هذا الموقف المهم .

2- الموضوعات التي تعرض من خلال المواقع الالكترونية الإسلامية تعبر عن وجهة مالك الموقع او المؤسسة:

أ- أؤيد(75,71%): أؤيد(212) مبحوثا وبنسبة مئوية بلغت (75,71%) ان الموضوعات التي تطرح في المواقع الالكترونية الإسلامية تعبر عن وجهة مالك الموقع او المؤسسة ( وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثانية من بين المواقف الأخرى .ويرى الباحث تصدر هذه الإجابة المرتبة تلك يرجع بالدرجة الرئيسية إلى ان الموضوعات التي تطرح في المواقع الالكترونية الإسلامية تعبر عن وجهة مالك المؤسسة لان اغلب المواقع مملوكة لشخصيات دينية او سياسية تعبر عن وجهة نظرهم .

ب- لا أؤيد (22,14%): لم يؤيد (62) مبحوث واحد ونسبته (22,14%) إذ لم يوافق على ان المواقع الالكترونية الإسلامية تعبر عن وجهة مالك المؤسسة وهذه النتيجة التي تشير الى اتفاق أكثر المبحوثين بهذا الشأن وتؤكد تحقق هذا الموقف المهم لدى المبحوثين عبر المواقع الالكترونية

ت- محايد (2,14%): لم يشر (6) مبحوثا ونسبتهم (2,14%) سواء بالموافقة أو المعارضة إلى ان المواقع الالكترونية الإسلامية تحقق هذا الموقف.

3- تستخدم المواقع الالكترونية الإسلامية اساليب اقناع مختلفة لتأييد وجهة النظر التي تعرضها:

أ- أؤيد (67,5%): أيد (189) مبحوثاً وبنسبة مئوية شكلت (97,5%) ان المواقع الالكترونية الإسلامية تستخدم اساليب اقناع مختلفة لتأييد وجهة النظر التي تعرضها وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثالثة من بين المواقف الأخرى المواقع الالكترونية الإسلامية.

ب- لا أؤيد (28,57%): لم يؤيد (80) مبحوث واحد ونسبته (28,57%) إذ لم يوافق على ان المواقع الالكترونية الإسلامية تستخدم اساليب اقناع مختلفة لتأييد وجهة النظر التي تعرضها وهذه النتيجة التي تشير الى اتفاق أكثر المبحوثين بهذا الشأن وتؤكد تحقق هذا الموقف المهم لدى المبحوثين عبر المواقع الالكترونية .

ت- محايد (3,92%): لم يشر (11) مبحوثا ونسبتهم (3,92%) سواء بالموافقة أو المعارضة إلى ان المواقع الالكترونية الإسلامية تحقق هذا الموقف .

4- تعرض المواقع الالكترونية الإسلامية الموضوعات التي تحظى باهتمام الجمهور العراقي:

أ- أؤيد (66,42%): أيد (186) مبحوثا وبنسبة مئوية بلغت (66,42%) ان(المواقع الالكترونية الإسلامية تعرض الموضوعات التي تحظى باهتمام الجمهور العراقي) وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الرابعة من بين المواقف الأخرى عبر اعتماد المبحوثين على المواقع الالكترونية الإسلامية.

ب- لا أؤيد (28,57%): لم يؤيد (80) مبحوث واحد ونسبته (28,57%) إذ لم يوافق على ان المواقع الالكترونية الإسلامية تعرض الموضوعات التي تحظى باهتمام الجمهور العراقي وهذه النتيجة التي تشير الى اتفاق أكثر المبحوثين بهذا الشأن وتؤكد تحقق هذا الموقف لدى المبحوثين عبر المواقع الالكترونية .

ت- محايد (5%): لم يشر (14) مبحوثا ونسبتهم (5%) سواء بالموافقة أو المعارضة إلى ان المواقع الالكترونية الإسلامية تحقق هذا الموقف ثم جاءت باقي المواقف وبحسب الترتيب بالمرتبة الخامسة(تعمل المواقع الالكترونية الإسلامية على سرعة الرد على الموضوعات التي ترسل اليها) بواقع (أؤيد) من (169) مبحوث ونسبتهم (60,35%) و(لم يؤيد) (78) مبحوثين ونسبتهم (27,85%) و(محايد) (33) مبحوثا ونسبتهم (5,68%)، وأخيرا (تحرص على التوازن في عرض الآراء سواء ان كانت مؤيدة او معارضة لمواقعهم) بواقع (لم يؤيد) (135) مبحوثا ونسبتهم (48,21%) و(أؤيد) (87) مبحوثا ونسبتهم (31,07%) و(محايد) (58) مبحوثا ونسبتهم (20,71%). انظر الجدول (12) ادناه:

جدول(11) : اتجاهات جمهور مدينة كركوك نحو مصداقية المضمون في المواقع الالكترونية الإسلامية

المواقف	أؤيد		محايد		لاؤيد		المجموع الكلي	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
الموضوعات التي تعرض في المواقع الالكترونية الإسلامية تدعم باستخدام الوسائط المتعددة والفيديوهات وغيرها	223	79,64%	41	14,64%	16	2,75%	280	100%
الموضوعات التي تعرض من خلال المواقع الالكترونية الإسلامية تعبر عن وجهة مالك الموقع او المؤسسة	212	75,71%	6	2,14%	62	22,14%	280	100%
تستخدم المواقع الالكترونية الإسلامية اساليب اقناع مختلفة لتأييد وجهة النظر التي تعرضها	189	67,5%	11	3,92%	80	28,57%	280	100%
تعرض المواقع الالكترونية الإسلامية الموضوعات التي تحظى باهتمام الجمهور العراقي	186	66,42%	14	5%	80	28,57%	280	100%

تعمل المواقع الالكترونية الإسلامية على سرعة الرد على الموضوعات التي ترسل اليها	169	%60,35	33	%5,68	78	%27,85	280	%100
تحرص على التوازن في عرض الآراء سواء ان كانت مؤيدة او معارضة لمواقعهم	87	%31,07	58	%20,71	135	%48,21	280	%100

(2) عوامل ضعف مصداقية المواقع الالكترونية الإسلامية بعد 2003:

بهدف الكشف عن ابرز النتائج عوامل ضعف مصداقية المواقع الالكترونية الإسلامية بعد 2003 لدى جمهور مدينة كركوك جرى وضع مقياس من ثلاثة خيارات أو يد , محايد , لاؤيد , لأجل الوصول إلى ابرز ما أفرزته المواقع الالكترونية الإسلامية على النحو الآتي:

1- الاهتمام بالأثارة وتهيج المشاعر:

أ- أويد(63,21%): أيد(177) مبحثا وبنسبة مئوية بلغت (63,21%) ان المواقع الالكترونية الإسلامية (تهتم باثارة وتهيج المشاعر) وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الأولى من بين المواقف الأخرى التي تبرزها المواقع الالكترونية على وفق الآثار الناتجة عن اعتماد المبحثين على المواقع الالكترونية الإسلامية. ويرى الباحث تصدر هذا الموقف المرتبة تلك يرجع بالدرجة الرئيسة إلى ان المعلومات التي تنقلها المواقع الالكترونية الإسلامية عبر مواقعها بشأن إثارة وتهيج المشاعر .

ب- لا أويد(27,85%): عارض (78) مبحثين ونسبة مئوية بلغت (27,85%) تحقق هذا الموقف عبر المواقع الالكترونية الإسلامية, إذ لم يوافقوا على المواقع الالكترونية تهتم (بالاثارة وتهيج المشاعر), وهذه النتائج من إجابات المبحثين بشأن مدى موافقتهم تؤكد تحقق هذا الموقف التي تبرزها المواقع إزاء هذا الموقف .

ت- محايد (8,92%): لم يشر (25) مبحثا ونسبتهم (8,92%) سواء بالموافقة أو المعارضة إلى ان المواقع الالكترونية الإسلامية تحقق هذا الموقف .

2- لا تعبر عن جميع الطوائف ومذاهب المجتمع :

أ- أويد(75,5%): أيد(161) مبحثا وبنسبة مئوية بلغت (75,5%) ان المواقع الالكترونية الإسلامية (لاتعبر عن جميع الطوائف ومذاهب المجتمع) وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثانية من بين المواقف الأخرى. ويرى الباحث تصدر هذا الموقف المرتبة تلك يرجع بالدرجة الرئيسة إلى ان المواقع الالكترونية الإسلامية ومن خلال ماترحه في مواقعها تعبر عن الطائفة او المذهب التي ينتمي اليها الموقع .

ب- لا أويد (35,71%): لم يؤيد(100) من المبحثين ونسبتهم (35,71%) تحقق هذا الموقف عبر المواقع الالكترونية الإسلامية إذ لم يوافقوا على ان المواقع لاتعبر عن جميع الطوائف او المذاهب وهذه النتيجة التي تشير إلى اتفاق أكثر المبحثين بهذا الشأن وتؤكد تحقق هذا الموقف المهم في محور القيم التي تبرزها لدى المبحثين عبر المواقع الالكترونية الإسلامية.

ت- محايد (6,78%): لم يشر (19) مبحثا ونسبتهم (6,78%) سواء بالموافقة أو المعارضة إلى ان نشرات الأخبار تحقق هذا الموقف.

3- عدم قبول وجهة النظر الاخر :

أ- أويد(53,92%): أيد(151) مبحثا وبنسبة مئوية شكلت (53,92%) ان المواقع الالكترونية الإسلامية(لاتقبل وجهة نظر الآخر) وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثالثة من بين المواقف الأخرى على وفق اعتماد المبحثين على المواقع الالكترونية. ويرى الباحث تصدر هذا الموقف المرتبة تلك يرجع بالدرجة الأساس إلى ان المواقع الالكترونية الإسلامية تبرز دائما وجهة نظرها .

ب- محايد (5%) : لم يشر (14) مبحثاً ونسبتهم (5%) سواء بالموافقة أو المعارضة إلى ان المواقع الالكترونية لاتقبل وجهة نظر الآخر قد ينتج عنها هذا الموقف .

ت- لا أؤيد (41,07%) : لم يؤيد (115) مبحثاً ونسبتهم (41,07%) تحقق هذا الموقف عبر مواقعها الالكترونية الإسلامية إذ لم يوافقوا على موقف ان المواقع الالكترونية الإسلامية لاتقبل وجهة نظر الآخر، وهذه النتائج من المبحثين بشأن مدى موافقتهم تؤكد تحقق هذا الموقف المهم بشأن القيم التي تبرزها المواقع الالكترونية الإسلامية.

ثم حلت باقي المواقف وبحسب الترتيب في المرتبة الرابعة موقف (تعبير عن الطائفة او المذهب الذي ينتمي اليه) بواقع (أؤيد) (184) مبحثاً ونسبتهم (65,71%) و (لم يؤيد) (68) مبحثاً ونسبتهم (24,28%) و(محايد) من (28) مبحثاً ونسبتهم (6,78%) و(تعمل على اثاره النعرات الطائفية والمذهبية ) بواقع (أؤيد) من (159) مبحثاً ونسبتهم (56,78%) و(لم يؤيد) (71) مبحثاً ونسبتهم (25,35%) و(محايد) (55) مبحثاً ونسبتهم (19,6%) وبالمرتبة الأخيرة (تستخدم الموقع لمهاجمة التيارات الاخرى) بواقع (لم يؤيد) (136) مبحثاً ونسبتهم (48,57%) و(أؤيد) (121) مبحثاً ونسبتهم (43,21%) و(محايد) من (23) مبحثاً ونسبتهم (8,21%) . انظر الجدول (12) ادناه:

جدول (12) : عوامل ضعف مصداقية المواقع الالكترونية الإسلامية بعد 2003 .

المواقف	أؤيد		محايد		لاؤيد		المجموع الكلي	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
الاهتمام بالإثارة وتهييج المشاعر	177	63.21%	25	8.92%	78	27.85%	280	100%
لا تعبر عن جميع الطوائف ومذاهب المجتمع	161	75.5%	19	6.78%	100	35.71%	280	100%
عدم قبول وجهة نظر الآخر	151	53.92%	14	5%	115	41.07%	280	100%
تعبير عن الطائفة او المذهب الذي ينتمي اليه	184	65.71%	28	4.82%	68	24.28%	280	100%
تعمل على اثاره النعرات الطائفية والمذهبية	159	56.78%	55	19.64%	71	25.35%	280	100%
تستخدم الموقع لمهاجمة التيارات الاخرى	121	43.21%	23	8.21%	136	48.57%	280	100%

#### رابعاً: الآثار الناتجة عن الاعتماد على المواقع الالكترونية الإسلامية -

بهدف الكشف عن ابرز الآثار الناتجة على الاعتماد المواقع الالكترونية الإسلامية بعد 2003 لدى جمهور مدينة كركوك جرى وضع مقياس من ثلاثة خيارات (أؤيد , محايد , لاؤيد) ولجميع الآثار المترتبة عن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام (الآثار المعرفية، الآثار الوجدانية (العاطفية)، الآثار السلوكية ) على وفق فقرات ومواقف وعبارات ايجابية وسلبية، لأجل الوصول إلى ابرز ما أفرزته المواقع الالكترونية الإسلامية من اثار على المبحثين والتي يتابعها الجمهور ومن ثم تؤثر فيهم معرفياً وعاطفياً وسلوكياً وجاءت ابرز الآثار على النحو الآتي :

(1)الآثار المعرفية : وشملت الآثار المعرفية مجموعة من الآثار التي عن طريقها تم الوصول مؤشرات عدة وفقاً لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وعلى وفق الآتي :

-كشف الغموض: لأجل معرفة ابرز الآثار المعرفية في محور (كشف الغموض) ومدى اعتماد جمهور مدينة كركوك من استخدام المواقع الالكترونية الإسلامية بعد 2003 كمصدر للمعلومات للمواضيع الإسلامية جرى وضع بعض فقرات ومواقف وعبارات وتساؤلات ايجابية وسلبية بهدف التعرف على درجة اتفاق المبحوثين بشأنها، وتشير البيانات في الجدول (11) إلى ابرز المواقف التي تتحقق عبرها الآثار المعرفية في محور كشف الغموض إذ جاءت النتائج عن طريق إجابات المبحوثين في هذا السياق على وفق الآتي:

1- تزودني المواقع الالكترونية الإسلامية بكافة المعلومات التفصيلية الخاصة بالموضوعات الإسلامية :

أ- أؤيد (56,78%): أيد (159) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (56,78%) ان المواقع الالكترونية الإسلامية (تزودني بكافة المعلومات التفصيلية الخاصة بالموضوعات الإسلامية ) وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الأولى من بين المواقف الأخرى بشأن الآثار المعرفية في محور (كشف الغموض) على وفق الآثار الناتجة عن اعتماد المبحوثين على المواقع الالكترونية الإسلامية الذي تؤكد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في هذا السياق . ويرى الباحث ان تصدر هذا الموقف المرتبة تلك يرجع بالدرجة الأساس إلى انتشار وسائل الاتصال الحديثة والمتمثلة بالانترنت وزيادة عدد تلك المواقع مما أدى الى اعتماد المبحوثين باغلب المعلومات التي يحتاجونها .

ب- لا أؤيد (40%): لم يؤيد (112) من المبحوثين ونسبتهم (40%) تحقق هذا الموقف بشأن الآثار المعرفية ان المواقع الالكترونية الإسلامية (تزودني بكافة المعلومات التفصيلية الخاصة بالموضوعات الإسلامية ).

ت- محايد (3,21%): لم يشر (9) مبحوثاً ونسبتهم (3,21%) سواء بالموافقة أو المعارضة إلى ان المواقع الالكترونية الإسلامية (تزودني بكافة المعلومات التفصيلية الخاصة بالموضوعات الإسلامية )بشأن الأثر المعرفي في محور كشف الغموض .

2- سرعة الاجابة حول ما أطرحه من موضوعات وارااء:

أ- أؤيد (64,28%): أيد (180) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (64,28%) إلى ان المواقع الالكترونية الإسلامية تعمل على ( سرعة الاجابة حول ما اطرحه من موضوعات وارااء ) وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثانية من بين المواقف الأخرى بشأن الآثار المعرفية في محور (كشف الغموض) على وفق الآثار الناتجة من اعتماد المبحوثين على المواقع الالكترونية الإسلامية .ويرى الباحث تصدر هذا الموقف المرتبة تلك يرجع بالدرجة الرئيسية إلى ان الجمهور يلاحظ سرعة الاجابة من خلال تلك المواقع والذي يشير إلى ان إجابات المبحوثين كانت تتجه نحو التأييد .

ب- لا أؤيد (28,21%): لم يؤيد (79) مبحوثاً ونسبتهم (28,21%) تحقق هذا الموقف عبر المواقع الالكترونية إذ لم يوافقوا على سرعة الاجابة حول ما اطرحه من موضوعات وارااء ، ومن هذه النتيجة المتدنية من قبل المبحوثين بشأن مدى موافقتهم تؤكد تحقق هذا الموقف المهم في كشف غموض المبحوثين عبر المواقع .

ت- محايد (7,5%): لم يشر (21) مبحوثاً ونسبتهم (7,5%) سواء بالموافقة أو المعارضة إلى ان المواقع الالكترونية الإسلامية تحقق هذا الموقف في محور كشف الغموض .

ثم جاءت باقي المواقف وبحسب الترتيب بالمرتبة الثالثة (يساعدني استخدام المواقع الالكترونية الإسلامية المعتدلة بعدم التأثر بالأفكار المتطرفة ) بواقع (أؤيد) من قبل (179) مبحوثاً ونسبتهم (63,92%) و(لم يؤيد) (86) مبحوثاً ونسبتهم (30,71%) و(محايد) (15) مبحوثاً ونسبتهم (2,58%) . وأخيراً موقف (توفر المواقع الالكترونية الإسلامية كافة المصادر التي احتاجها في التأكد من موضوع معين) بواقع (لم يؤيد) (140) مبحوثاً ونسبتهم (50%) و(أؤيد) من (119) مبحوثاً ونسبتهم (42,5%) و (محايد) (21) مبحوثاً ونسبتهم (7,5%) . انظر الجدول (13) ادناه:

جدول (13) : الآثار المعرفية في (كشف الغموض) على وفق المواقف والعبارات المذكورة ومدى اعتماد جمهور مدينة كركوك في استخدام المواقع الالكترونية الإسلامية بعد 2003 كمصدر للمعلومات للمواضيع الإسلامية



الموقف		اويد		محايد		لاويد		المجموع الكلي	
ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
159	%56,78	9	%3,21	112	%40	280	%100	280	%100
180	%64,28	21	%7,5	79	%28,21	280	%100	280	%100
179	%63,92	15	%5,38	86	%30,71	280	%100	280	%100
119	%42,5	21	%7,5	140	%50	280	%100	280	%100

(2): الآثار الوجدانية (العاطفية) : وشملت الآثار الوجدانية مجموعة من الآثار التي عن طريقها تم الوصول إلى مؤشرات ونتائج عدة وفقا لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وعلى وفق الآتي:

الفتور العاطفي : من اجل الوصول إلى ابرز المؤشرات بشأن الآثار الوجدانية (العاطفية) في محور (الفتور العاطفي) جرى وضع بعض فقرات ومواقف وعبارات وتساؤلات ايجابية وسلبية لأجل الوقوف على درجة اتفاق الباحثين بشأنها، وتوضح البيانات في الجدول اللاحق ابرز المواقف التي يتحقق عبرها الآثار الوجدانية (العاطفية) في محور الفتور العاطفي إذ جاءت النتائج عن طريق إجابات الباحثين في هذا السياق على وفق الآتي :

1- للتعرف على وجهة نظر رجال الدين في الاحداث والقضايا السياسية المثارة:

أ- أويد(69,06%): أيد(195) مبحثا وبنسبة مئوية بلغت (69,06%) ان الباحثين يتابعون المواقع الالكترونية الإسلامية (للتعرف على وجهة نظر رجال الدين في الاحداث والقضايا السياسية المثارة وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الأولى من بين المواقف الأخرى بشأن الآثار الوجدانية العاطفية في محور (الفتور العاطفي) على وفق الآثار الناتجة عن اعتماد الباحثين على المواقع الالكترونية الذي تؤكد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في هذا السياق. ويرى الباحث تصدر هذا الموقف المرتبة تلك يرجع بالدرجة الرئيسية إلى ان الاحداث والقضايا السياسية المثارة يعمل على التعرف على اراء رجال الدين عن طريق المواقع .

ب - لا أويد (28,57%): لم يؤيد (80) مبحثا ونسبة مئوية بلغت (28,57%) تحقق هذا الموقف عبر المواقع الالكترونية الإسلامية إذ لم يوافقوا على انها تسهم في التعرف على وجهة نظر رجال الدين في الاحداث والقضايا السياسية المثارة.

ت- محايد (1,78%): لم يشر (5) مبحثا ونسبتهم (1,78%) سواء بالموافقة أو المعارضة إلى ان المواقع الالكترونية تحقق هذا الموقف التابع للأثر الوجداني العاطفي في محور الفتور العاطفي . وهذه النتائج من الإجابات بشأن مدى الموافقة تشير إلى تأييد اغلب الباحثين لهذا الموقف لتؤكد تحقق هذا الموقف.

2- للحصول على الفتوى من رجال الدين المختصين في موضوعات مختلفة:

أ- أويد(67,5%): أيد(189) مبحثا وبنسبة مئوية بلغت (67,5%) ان المواقع الالكترونية الإسلامية أسهمت في الحصول على الفتوى من رجال الدين المختصين في موضوعات مختلفة) وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثانية من بين المواقف الأخرى بشأن الآثار الوجدانية (العاطفية) في محور (الفتور العاطفي) على وفق الآثار الناتجة عن اعتماد

المبجوثين على المواقع الالكترونية الإسلامية. ويرى الباحث تصدر هذا الموقف المرتبة تلك يرجع بالدرجة الرئيسة إلى سهولة الاتصال برجال الدين عن طريق المواقع الالكترونية .

ب- لا أؤيد (27,14%): لم يؤيد (76) مبحثاً ونسبتهم (27,14%) تحقق هذا الموقف عبر المواقع الالكترونية الإسلامية إذ لم يوافقوا على ان المواقع قد أسهمت في الحصول على الفتوى من رجال الدين المختصين في موضوعات مختلفة وهذه النتائج التي تشير إلى اتفاق أكثر المبجوثين بهذا الشأن تؤكد تحقق هذا الموقف المهم في محور الفتور العاطفي لدى اغلب المبجوثين عبر المواقع الالكترونية الإسلامية.

ت- محايد (5,35%): لم يشر (15) مبحثاً ونسبتهم (5,35%) سواء بالموافقة أو المعارضة على ان المواقع الالكترونية الإسلامية تحقق هذا الموقف الناتج من الأثر الوجداني (العاطفي) في محور الفتور العاطفي.

3- سهولة الحصول على المعلومات قياساً بوسائل الاعلام الأخرى:

أ- أؤيد (66,07%): أؤيد (185) مبحثاً وبنسبة مئوية شكلت (66,07%) ان المواقع الالكترونية الإسلامية تسهم في سهولة الحصول على المعلومات قياساً بوسائل الاعلام الأخرى وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثالثة من بين المواقف الأخرى بشأن الآثار الوجدانية (العاطفية) في محور (الفتور العاطفي) على وفق الآثار الناتجة عن اعتماد المبجوثين على المواقع الالكترونية الإسلامية. ويرى الباحث تصدر هذا الموقف المرتبة تلك يرجع بالدرجة الأساس إلى ان المواقع الالكترونية سهل الوصول إليها قياساً بوسائل الاعلام الأخرى .

ب- لا أؤيد (31,07%): لم يؤيد (87) مبحثين ونسبتهم (31,07%) تحقق هذا الموقف عبر المواقع الالكترونية الإسلامية إذ لم يوافقوا على موقف انها تسهم في سهولة الحصول على المعلومات قياساً بوسائل الاعلام الأخرى في شعور المبجوثين بالإحباط, وهذه النتائج من إجابات المبجوثين بهذا الشأن ومدى موافقتهم تؤكد تحقق هذا الموقف المهم. ت- محايد (2,85%): لم يشر (8) مبحثاً ونسبتهم (2,85%) سواء بالموافقة أو المعارضة إلى ان المواقع الالكترونية الإسلامية قد ينتج عنها هذا الموقف المتحقق من الأثر الوجداني (العاطفي) في محور الفتور العاطفي.

ثم جاءت باقي المواقف وبحسب الترتيب بالمرتبة الرابعة (لتكوين الافكار والاراء حول القضايا والاحداث الإسلامية المختلفة) بواقع (أؤيد) بواقع (171) مبحثين ونسبتهم (61,07%) و(لم يؤيد) (98) مبحثاً ونسبتهم (35%) و(محايد) من (11) مبحثاً ونسبتهم (3,92%), وتلاه موقف (لمعرفة والاطلاع على تعليقات المستخدمين للاستفادة منها) بواقع (أؤيد) من (159) مبحثاً ونسبتهم (56,78%) و (لم يؤيد) (105) مبحثاً ونسبتهم (37,5%) و(محايد) (16) مبحثاً ونسبتهم (2,75%), ثم جاء الموقف (الا انها تساعدني في القضاء على الحالة النفسية الناجمة عن عدم معرفتي ببعض الموضوعات الإسلامية) بواقع (لم يؤيد) (153) مبحثاً ونسبتهم (54,64%) و(أؤيد) من (96) مبحثاً ونسبتهم (34,28%) و(محايد) من (31) مبحثاً ونسبتهم (11,07%), وبالمرتبة الأخيرة (لمناقشة الموضوعات الموجودة في المواقع الإسلامية مع الاهد والاصدقاء) بواقع (أؤيد) (151) مبحثاً ونسبتهم (53,92%) و(لم يؤيد) (112) مبحثاً ونسبتهم (40%) و(محايد) من (17) مبحثاً ونسبتهم (6,07%), انظر الجدول (14) ادناه:-

جدول (14) : الآثار الوجدانية (العاطفية) في محور (الفتور العاطفي) على وفق المواقف والعبارات المذكورة ومدى

اتفاق المبجوثين بشأنها اسباب اعتماد جمهور مدينة كركوك للمواقع الالكترونية الإسلامية بعد 2003

المواقف	أويد		محايد		لاويد		المجموع الكلي	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
للتعرف على وجهة نظر رجال الدين في الاحداث والقضايا السياسية المثارة	195	69.64%	5	1.78%	80	28.57%	280	100%
للحصول على الفتوى من رجال الدين المختصين في موضوعات مختلفة	189	67.5%	15	5.35%	76	27.14%	280	100%
سهولة الحصول على المعلومات قياساً بوسائل الاعلام الأخرى	185	66.07%	8	2.85%	87	31.07%	280	100%
لتكوين الافكار والاراء حول القضايا والاحداث الإسلامية المختلفة	171	61.07%	11	3.92%	98	35%	280	100%
لمعرفة والاطلاع على تعليقات المستخدمين للاستفادة منها	159	56.78%	16	2.75%	105	37.5%	280	100%
الى انها تساعدني في القضاء على الحالة النفسية الناجمة من عدم معرفتي ببعض الموضوعات الإسلامية	96	34.28%	31	11.07%	153	54.64%	280	100%
لمناقشة الموضوعات الموجودة في المواقع الإسلامية مع الاهل والاصدقاء	151	53.92%	17	6.07%	112	40%	280	100%

(3): الآثار السلوكية : وشملت الآثار السلوكية مجموعة من الآثار التي عن طريقها تم الوصول مؤشرات عدة وفقاً

لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وعلى وفق الآتي:

- التنشيط : لأجل التعرف إلى ابرز المؤشرات بشأن الآثار السلوكية في محور (التنشيط) جرى وضع بعض فقرات ومواقف وعبارات وتساؤلات ايجابية وسلبية لأجل الوقوف على درجة اتفاق المبحوثين بشأنها ومن ثم الخروج بمؤشرات بشأن هذا المحور إذ تؤكد البيانات في الجدول اللاحق ابرز المواقف التي تتحقق عبرها الآثار السلوكية في محور التنشيط إذ جاءت النتائج عن طريق إجابات المبحوثين في هذا السياق على وفق الآتي :

1- سهولة الاتصال بالقائمين على المواقع الإلكترونية الإسلامية لتحقيق التفاعلية بين الطرفين:

أ-أويد (66,42%): أيد (186) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (66,42%) في المواقع الإلكترونية (ان هناك سهولة في الاتصال بالقائمين على المواقع الإلكترونية الإسلامية لتحقيق التفاعلية بين الطرفين) وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الأولى من بين المواقف الأخرى بشأن الآثار السلوكية في محور (التنشيط) على وفق الآثار الناتجة عن اعتماد المبحوثين على المواقع الإلكترونية الإسلامية الذي تؤكد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في هذا السياق. ويرى الباحث ان تصدر هذا الموقف المرتبة تلك يرجع بالدرجة الأساس إلى التطور السريع الذي شهدته وسائل الاتصال الحديثة وخاصة الانترنت وانتشارها الكبير بعد 2003

ب-لاويد (26,42%): لم يؤيد (74) مبحوثين ونسبتهم (26,42%) إذ لم يوافقوا على سهولة الاتصال بالقائمين على المواقع الإلكترونية الإسلامية لتحقيق التفاعلية بين الطرفين.

ت- محايد (7,14%): لم يشر (20) مبحوثاً ونسبتهم (7,14%) سواء بالموافقة أو المعارضة إلى سهولة الاتصال بالقائمين على المواقع الإلكترونية الإسلامية لتحقيق التفاعلية بين الطرفين.

2- تراعي المواقع الإلكترونية الإسلامية تحديث المعلومات الموجودة في مواقعها:

أ- أويد (61,07%): أيد (171) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (61,07%) إلى ان المواقع الإلكترونية الإسلامية تراعي تحديث المعلومات الموجودة في مواقعها وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثانية من بين المواقف الأخرى بشأن الآثار السلوكية في محور (التنشيط) على وفق الآثار الناتجة من اعتماد المبحوثين على المواقع الإلكترونية الإسلامية .

- ب- لاؤيد (32,85%): لم يؤيد (92) مبحوثاً ونسبتهم (32,85%) تحقق هذا الموقف عبر نشرات الأخبار إذ لم يوافقوا على ان المواقع الالكترونية الإسلامية تراعي تحديث المعلومات الموجودة في مواقعها.
- ت- محايد (6,07%): لم يشر (17) مبحوثاً ونسبتهم (6,07%) سواء بالموافقة أو المعارضة إلى ان المواقع الالكترونية الإسلامية تراعي تحديث المعلومات الموجودة في مواقعها.
- 3- تهتم المواقع الالكترونية الإسلامية بالرد السريع على الموضوعات التي يطرحها الجمهور:
- أ- أؤيد (49,64%): أؤيد (139) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (49,64%) ان(المواقع الالكترونية الإسلامية تهتم بالرد السريع على الموضوعات التي يطرحها الجمهور ) وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثالثة من بين المواقف الأخرى بشأن الآثار السلوكية في محور (التنشيط) على وفق الآثار الناتجة عن اعتماد المبحوثين على المواقع الإلكترونية الإسلامية .
- ب- لاؤيد (27,14%): عارض (76) مبحوثاً ونسبتهم (27,14%) لم يوافقوا على ان المواقع الالكترونية الإسلامية تهتم بالرد السريع على الموضوعات التي يطرحها الجمهور .
- ت- محايد (11,20%): لم يشر (65) مبحوثاً ونسبتهم (11,20%) سواء بالموافقة أو المعارضة إلى ان المواقع الالكترونية الإسلامية تهتم بالرد السريع على الموضوعات التي يطرحها الجمهور .
- 4- تقدم المواقع الالكترونية الإسلامية معلومات كاملة عن جوانب الموضوع الذي تعالجه:
- أ- أؤيد (47,14%): أؤيد (132) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (47,14%) ان(المواقع الالكترونية الإسلامية تقدم معلومات كاملة عن جوانب الموضوع الذي تعالجه) وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الرابعة من بين المواقف الأخرى بشأن الآثار السلوكية في محور (التنشيط) على وفق الآثار الناتجة من اعتماد المبحوثين على المواقع الإلكترونية الإسلامية .
- ب- لاؤيد (28,92%): عارض (81) مبحوثاً ونسبتهم (28,92%) لم يوافقوا على ان المواقع الالكترونية الإسلامية تقدم معلومات كاملة عن جوانب الموضوع الذي تعالجه.
- ت- محايد (23,92%): لم يشر (67) مبحوثاً ونسبتهم (23,92%) سواء بالموافقة أو المعارضة إلى ان المواقع الالكترونية الإسلامية تقدم معلومات كاملة عن جوانب الموضوع الذي تعالجه.
- 5- تعمل المواقع الالكترونية الإسلامية على الاطلاع على المواقع الأخرى للتأكد من صحة المعلومات التي تطرحها:
- أ- لاؤيد (46,78%): عارض (131) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (47,14%) ان(المواقع الالكترونية الإسلامية تعمل على الاطلاع على المواقع الأخرى للتأكد من صحة المعلومات التي تطرحها) وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الخامسة من بين المواقف الأخرى بشأن الآثار السلوكية في محور (التنشيط) على وفق الآثار الناتجة من اعتماد المبحوثين على المواقع الالكترونية الإسلامية . ويرى الباحث ان عدم تاييد المبحوثين من ان المواقع الالكترونية الإسلامية لاتتأكد من صحة معلوماتها من خلال الاطلاع على المواقع الأخرى.
- ب- أؤيد (33,92%): أؤيد (95) مبحوثاً ونسبتهم (33,92%) المواقع الالكترونية الإسلامية تعمل على الاطلاع على المواقع الأخرى للتأكد من صحة المعلومات التي تطرحها.
- ت- محايد (19,28%): لم يشر (54) مبحوثاً ونسبتهم (19,28%) سواء بالموافقة أو المعارضة إلى ان المواقع الالكترونية الإسلامية تعمل على الاطلاع على المواقع الأخرى للتأكد من صحة المعلومات التي تطرحها.(انظر جدول 15) ادناه :-

جدول (15): الآثار السلوكية في محور (التثقيط ) على وفق المواقف والعبارات المذكورة ومدى اتفاق المبحوثين بشأن مصداقية المواقع الالكترونية الإسلامية بعد 2003

الموقف		أؤيد		محايد		لاؤيد		المجموع الكلي	
ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
186	66.42%	20	7.14%	74	26.42%	280	100%	280	100%
171	61.07%	17	6.07%	92	32.85%	280	100%	280	100%
139	49.64%	65	11.20%	76	27.14%	280	100%	280	100%
132	47.14%	67	23.92%	81	28.92%	280	100%	280	100%
95	33.92%	54	19.28%	131	46.78%	280	100%	280	100%

خامساً: اهم المعايير التي يجب توافرها في المواقع الالكترونية الإسلامية بعد سقوط النظام 2003 \* : بشأن اهم

المعايير التي يجب توافرها في المواقع الالكترونية الإسلامية بعد سقوط النظام 2003 :

تشير البيانات في الجدول اللاحق إلى ابرز اهم المعايير التي يجب توافرها في المواقع الالكترونية الإسلامية بعد سقوط النظام 2003 على النحو التالي : إذ جاءت بالمرتبة الأولى (الاجابة عن اسئلة الناس) بعدها الأبرز والأفضل في اهم المعايير التي يجب توافرها في المواقع الالكترونية الإسلامية إذ أشار لها (277) مبحوثاً وبنسبة بلغت (19,79%)، ثم تلتها (الموضوعية) بالمرتبة الثانية إذ أوضح (266) مبحوثين ونسبتهم (19,01%)، وأكد (261) مبحوثين ونسبتهم (18,65%) ( واقعية الموضوعات المعروضة) وبذلك احتلت المرتبة الثالثة، ثم جاءت بالمرتبة الرابعة (عرض كافة وجهات النظر) بواقع (220) مبحوثين ونسبتهم (14,15%)، ثم (الحيادية ) بواقع (198) مبحوثين ونسبتهم (14,15%)، وأخيراً ( التوازن في عرض كافة وجهات النظر) بواقع(121) مبحوثين وبنسبة ( 8,64%). انظر جدول (16) أدناه:-

جدول (16) : اهم المعايير التي يجب توافرها في المواقع الالكترونية الإسلامية بعد سقوط النظام 2003

المعايير	تكرار	نسبة
الاجابة على اسئلة الناس	277	%19.79
الموضوعية	266	%19.01
واقعية الموضوعات المعروضة	261	%18.65
عرض كافة وجهات النظر	220	%15.72
الحيادية	198	%14.15
التوازن في عرض كافة وجهات النظر	121	%8.64
الحرية في عرض الموضوعات	56	%4
المجموع	1399	%100

سادساً: اختبار العلاقات الارتباطية وفروض البحث

❖ العلاقة بين العوامل الديموغرافية للمبحوثين وبعض متغيرات البحث

جرى وضع الخصائص الديموغرافية للمبحوثين المتمثلة بـ (النوع \_ التحصيل الدراسي ) في علاقة مع بعض متغيرات البحث مثل (علاقة المستوى التعليمي مع اتجاهات جمهور مدينة كركوك نحو مصداقية المضمون في المواقع الالكترونية الإسلامية بعد 2003 .الفروض) بهدف التعرف على ابرز المؤشرات بشأن مدى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية من عدمها, وجاءت النتائج على وفق الآتي:

(1): الخصائص الديمغرافية التحصيل الدراسي مع اتجاهات جمهور مدينة كركوك نحو مصداقية المضمون في المواقع الالكترونية الإسلامية بعد 2003:

1- علاقة التحصيل الدراسي مع تعرض المواقع الالكترونية الإسلامية الموضوعات التي تحظى باهتمام جمهور مدينة كركوك: بهدف التعرف على العلاقة بين التحصيل الدراسي مع تعرض المواقع الالكترونية الإسلامية الموضوعات التي تحظى باهتمام جمهور مدينة كركوك نستخدم اختبار مربع كاي للخروج بمؤشرات يجري من خلالها فهم العلاقة بينهما ومن ثم الوصول إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية أم عدمها بين تلك المتغيرات , وجاءت النتائج وكما في جدول (17) على وفق الآتي:

ظهرت قيمة مربع كاي المحسوبة (34,88) وهي اكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية (2) وهذا يدل على وجود فروقات ذات دلالة معنوية التحصيل الدراسي مع تعرض المواقع الالكترونية الإسلامية الموضوعات التي تحظى باهتمام جمهور مدينة كركوك , اي بمعنى ان مستوى التحصيل الدراسي يؤثر مع التعرض للموضوعات في المواقع الإلكترونية الإسلامية.

جدول رقم (17): علاقة المستوى التعليمي مع تعرض المواقع الالكترونية الإسلامية الموضوعات التي تحظى

باهتمام جمهور مدينة كركوك

الاتجاهات	المستوى التعليمي	أويد	محايد	لا اويد	مربع كا	الفروقات
تعرض المواقع الالكترونية الإسلامية الموضوعات التي تحظى باهتمام مدينة كركوك	بكلوريوس	88	8	30	126	وجود فروقات
	اعدادية	44	3	30	77	
	دبلوم (معهد)	24	-	11	35	
	ابتدائية	14	2	-	16	
	متوسطة	8	1	5	14	
	يقرأ ويكتب	6	-	3	9	
	شهادة عليا	2	-	1	3	
	المجموع	186	14	80	280	

2- علاقة المستوى التعليمي مع استخدام المواقع الإلكترونية الإسلامية اساليب اقناع مختلفة لتأييد وجهة النظر التي تعرضها: بهدف التعرف على العلاقة بين التحصيل الدراسي مع استخدام المواقع الإلكترونية الإسلامية اساليب اقناع مختلفة لتأييد وجهة النظر التي تعرضها نستخدم اختبار مربع كاي للخروج بمؤشرات يجري من خلالها فهم العلاقة بينهما ومن ثم الوصول إلى وجود علاقة ذات دالة إحصائية من عدمها بين تلك المتغيرات , وجاءت النتائج وكما في جدول (18) على وفق الأتي: ظهرت قيمة مربع كاي المحسوبة (7,38) وهي اصغر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية(12) وهذا يدل على عدم وجود فروقات ذات دلالة معنوية التحصيل الدراسي مع استخدام المواقع الإلكترونية الإسلامية اساليب اقناع مختلفة لتأييد وجهة النظر التي تعرضها، اي بمعنى ان مستوى التحصيل الدراسي لا يتأثر مع استخدام المواقع الإلكترونية الإسلامية اساليب اقناع مختلفة لتأييد وجهة النظر التي تعرضها. جدول رقم (18): علاقة المستوى التعليمي مع تستخدم المواقع الإلكترونية الإسلامية اساليب اقناع مختلفة لتأييد وجهة النظر التي تعرضها

الاتجاهات	المستوى التعليمي	أويد	محايد	لا اويد	مربع كا	الفروقات
تستخدم المواقع الإلكترونية الإسلامية اساليب اقناع مختلفة لتأييد وجهة النظر التي تعرضها	بكلوريوس	83	4	39	126	لاتوجد فروقات
	اعدادية	55	5	17	77	
	دبلوم (معهد)	22	1	12	35	
	ابتدائية	11	-	5	16	
	متوسطة	10	1	3	14	
	يقرأ ويكتب	5	-	4	9	
	شهادة عليا	3	-	-	3	
	المجموع	189	11	80	280	

3- علاقة المستوى التعليمي مع الموضوعات التي تعرض من خلال المواقع الإلكترونية الإسلامية التي تعبر عن وجهة مالك الموقع او المؤسسة: بهدف التعرف على العلاقة بين التحصيل الدراسي مع الموضوعات التي تعرض من خلال المواقع الإلكترونية الإسلامية تعبر عن وجهة مالك الموقع او المؤسسة نستخدم اختبار مربع كاي للخروج بمؤشرات يجري من خلالها فهم العلاقة بينهما ومن ثم الوصول إلى وجود علاقة ذات دالة إحصائية أم عدمها بين تلك المتغيرات , وجاءت النتائج وكما في جدول (19) على وفق الأتي: ظهرت قيمة مربع كاي المحسوبة (42,6) وهي اكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية(12) وهذا يدل على عدم وجود فروقات ذات دلالة معنوية التحصيل الدراسي مع الموضوعات التي تعرض من خلال المواقع الإلكترونية الإسلامية تعبر عن وجهة مالك الموقع او المؤسسة ، اي بمعنى ان مستوى التحصيل الدراسي لا تتأثر مع الموضوعات التي تعرض من خلال المواقع الإلكترونية الإسلامية التي تعبر عن وجهة مالك الموقع او المؤسسة.

جدول رقم (19) : علاقة المستوى التعليمي مع الموضوعات التي تعرض من خلال المواقع الالكترونية الإسلامية تعبر عن وجهة مالك الموقع او المؤسسة

الاتجاهات	المستوى التعليمي	اؤيد	محايد	لا اؤيد	مربع كا	الفروقات
الموضوعات التي تعرض من خلال المواقع الالكترونية الإسلامية التي تعبر عن وجهة مالك الموقع او المؤسسة	بكلوريوس	114	3	9	126	وجود فروقات
	اعدادية	46	2	29	77	
	دبلوم (معهد)	22	1	12	35	
	ابتدائية	12	-	4	16	
	متوسطة	9	-	5	14	
	يقرأ ويكتب	6	-	3	9	
	شهادة عليا	3	-	-	3	
	المجموع	212	6	62	280	

4- علاقة مستوى التعليم مع الموضوعات التي تعرض في المواقع الالكترونية الإسلامية التي تدعم باستخدام الوسائط المتعددة والفيديوهات وغيرها: بهدف التعرف على العلاقة بين التحصيل الدراسي مع الموضوعات التي تعرض في المواقع الالكترونية الإسلامية التي تدعم باستخدام الوسائط المتعددة والفيديوهات وغيرها نستخدم اختبار مربع كاي للخروج بمؤشرات يجري من خلالها فهم العلاقة بينهما ومن ثم الوصول إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية من عدمها بين تلك المتغيرات , وجاءت النتائج وكما في جدول (20) على وفق الأتي: ظهرت قيمة مربع كاي المحسوبة (158,55) وهي اكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية(12) وهذا يدل على وجود فروقات ذات دلالة معنوية التحصيل الدراسي مع الموضوعات التي تعرض في المواقع الالكترونية الإسلامية التي تدعم باستخدام الوسائط المتعددة والفيديوهات وغيرها, اي بمعنى ان مستوى التحصيل الدراسي يتأثر بالموضوعات التي تعرض في المواقع الالكترونية الإسلامية التي تدعم باستخدام الوسائط المتعددة والفيديوهات وغيرها.

جدول رقم (20): علاقة المستوى التعليمي مع الموضوعات التي تعرض في المواقع الالكترونية الإسلامية التي تدعم باستخدام الوسائط المتعددة والفيديوهات وغيرها

الاتجاهات	المستوى التعليمي	اؤيد	محايد	لا اؤيد	مربع كا	الفروقات
الموضوعات التي تعرض في المواقع الالكترونية الإسلامية التي تدعم باستخدام الوسائط المتعددة والفيديوهات وغيرها	بكلوريوس	118	5	3	126	وجود فروقات
	اعدادية	64	7	6	77	
	دبلوم (معهد)	25	8	2	35	
	ابتدائية	3	10	3	16	
	متوسطة	8	5	1	14	
	يقرأ ويكتب	2	6	1	9	
	شهادة عليا	3	-	-	3	
	المجموع	223	41	16	280	

5- علاقة مستوى التعليم مع تعامل المواقع الالكترونية الإسلامية في سرعة الرد على الموضوعات التي ترسل إليها : بهدف التعرف على العلاقة بين التحصيل الدراسي مع تعامل المواقع الالكترونية الإسلامية في سرعة الرد على الموضوعات التي ترسل إليها نستخدم اختبار مربع كاي للخروج بمؤشرات يجري من خلالها فهم العلاقة بينهما ومن ثم الوصول إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية أم عدمها بين تلك المتغيرات , وجاءت النتائج وكما في جدول (21) على وفق الأتي: ظهرت قيمة مربع كاي المحسوبة (25,29) وهي اكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية(12) وهذا يدل على وجود فروقات ذات دلالة معنوية التحصيل الدراسي مع تعامل المواقع الالكترونية



الإسلامية على سرعة الرد على الموضوعات التي ترسل إليها ، اي بمعنى ان مستوى التحصيل الدراسي يتأثر بتعامل المواقع الالكترونية الإسلامية على سرعة الرد على الموضوعات التي ترسل إليها  
جدول رقم (21): علاقة المستوى التعليمي مع تعامل المواقع الالكترونية الإسلامية على سرعة الرد على الموضوعات التي ترسل إليها

الاتجاهات	المستوى التعليمي	اؤيد	محايد	لا اؤيد	مربع كا	الفروقات
تعامل المواقع الالكترونية الإسلامية في سرعة الرد على الموضوعات التي ترسل إليها	بكلوريوس	86	18	22	126	وجود فروقات
	اعدادية	42	4	31	77	
	دبلوم (معهد)	19	4	12	35	
	ابتدائية	8	2	6	16	
	متوسطة	10	1	3	14	
	يقرأ ويكتب	3	2	4	9	
	شهادة عليا	1	2	-	3	
	المجموع	169	33	78	280	

**6-** علاقة مستوى التعليم مع الحرص على التوازن في عرض الآراء سواء كانت مؤيدة او معارضة لمواقعهم: بهدف التعرف على العلاقة بين التحصيل الدراسي مع علاقة مستوى التعليم مع الحرص على التوازن في عرض الآراء سواء ان كانت مؤيدة او معارضة لمواقعهم نستخدم اختبار مربع كاي للخروج بمؤشرات يجري من خلالها فهم العلاقة بينهما ومن ثم الوصول إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية أم عدمها بين تلك المتغيرات , وجاءت النتائج وكما في جدول (22) على وفق الآتي: ظهرت قيمة مربع كاي المحسوبة (5,86) وهي اصغر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية(12) وهذا يدل على عدم وجود فروقات ذات دلالة معنوية التحصيل الدراسي مع علاقة مستوى التعليم والحرص على التوازن في عرض الآراء سواء ان كانت مؤيدة او معارضة لمواقعهم ، اي بمعنى ان مستوى التحصيل الدراسي لا يتأثر بعلاقة مستوى التعليم مع الحرص على التوازن في عرض الآراء سواء ان كانت مؤيدة او معارضة لمواقعهم.

جدول رقم (22): علاقة المستوى التعليمي مع الحرص على التوازن في عرض الآراء سواء ان كانت مؤيدة او معارضة لمواقعهم

الاتجاهات	المستوى التعليمي	اؤيد	محايد	لا اؤيد	مربع كا	الفروقات
الحرص على التوازن في عرض الآراء سواء ان كانت مؤيدة او معارضة لمواقعهم	بكلوريوس	29	20	77	126	لا توجد فروقات
	اعدادية	15	18	44	77	
	دبلوم (معهد)	14	11	10	35	
	ابتدائية	12	2	2	16	
	متوسطة	11	3	-	14	
	يقرأ ويكتب	6	3	-	9	
	شهادة عليا	-	1	2	3	
	المجموع	87	58	135	280	

(2): الخصائص الديمغرافية النوع مع اتجاهات الجمهور العراقي نحو مصداقية المضمون في المواقع الالكترونية الإسلامية بعد 2003:

**1-** علاقة الجنس مع تعرض المواقع الالكترونية الإسلامية الموضوعات التي تحظى باهتمام جمهور مدينة كركوك: بهدف التعرف على العلاقة بين تعرض المواقع الالكترونية الإسلامية الموضوعات التي تحظى باهتمام جمهور مدينة

كر كوك نستخدم اختبار مربع كاي للخروج بمؤشرات يجري من خلالها فهم العلاقة بينهما ومن ثم الوصول إلى وجود علاقة ذات دالة إحصائية أم عدمها بين تلك المتغيرات , وجاءت النتائج وكما في جدول (23) على وفق الآتي:

ظهرت قيمة مربع كاي المحسوبة (40,7) وهي اكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية (2) والبالغة (5,99) وهذا يدل على وجود فروقات ذات دلالة معنوية تعرض المواقع الالكترونية الإسلامية الموضوعات التي تحظى باهتمام جمهور مدينة كركوك حسب الجنس. بمعنى ان هناك فوارق احصائية بين عرض المواقع الالكترونية الإسلامية الموضوعات التي تحظى باهتمام جمهور مدينة كركوك عند الذكور منها عند الاناث .

**2-** علاقة الجنس مع استخدام المواقع الالكترونية الإسلامية اساليب اقناع مختلفة لتأييد وجهة النظر التي تعرضها: بهدف التعرف على العلاقة بين الجنس مع استخدام المواقع الالكترونية الإسلامية اساليب اقناع مختلفة لتأييد وجهة النظر التي تعرضها نستخدم اختبار مربع كاي للخروج بمؤشرات يجري من خلالها فهم العلاقة بينهما ومن ثم الوصول إلى وجود علاقة ذات دالة إحصائية أم عدمها بين تلك المتغيرات , وجاءت النتائج وكما في جدول (23) على وفق الآتي:

ظهرت قيمة مربع كاي المحسوبة (1,7) وهي اصغر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية (2) والبالغة (5,99) وهذا يدل على عدم وجود فروقات ذات دلالة معنوية استخدام المواقع الالكترونية الإسلامية اساليب اقناع مختلفة لتأييد وجهة النظر التي تعرضها حسب الجنس. بمعنى ان ليس هناك فوارق احصائية بين استخدام المواقع الالكترونية الإسلامية اساليب اقناع مختلفة لتأييد وجهة النظر التي تعرضها عند الذكور منها عند الاناث .

**3-** علاقة الجنس مع الموضوعات التي تعرض من خلال المواقع الالكترونية الإسلامية تعبر عن وجهة مالك الموقع او المؤسسة: بهدف التعرف على العلاقة بين الجنس مع الموضوعات التي تعرض من خلال المواقع الالكترونية الإسلامية تعبر عن وجهة مالك الموقع او المؤسسة نستخدم اختبار مربع كاي للخروج بمؤشرات يجري من خلالها فهم العلاقة بينهما ومن ثم الوصول إلى وجود علاقة ذات دالة إحصائية أم عدمها بين تلك المتغيرات , وجاءت النتائج وكما في جدول (23) على وفق الآتي:

ظهرت قيمة مربع كاي المحسوبة (4,25) وهي اصغر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية (2) والبالغة (5,99) وهذا يدل على عدم وجود فروقات ذات دلالة معنوية الموضوعات التي تعرض من خلال المواقع الالكترونية الإسلامية تعبر عن وجهة مالك الموقع او المؤسسة حسب الجنس. بمعنى ان ليس هناك فوارق احصائية بين الموضوعات التي تعرض من خلال المواقع الالكترونية الإسلامية والتي تعبر عن وجهة نظر مالك الموقع او المؤسسة عند الذكور منها عند الاناث .

**4-** علاقة الجنس مع الموضوعات التي تعرض في المواقع الالكترونية الإسلامية التي تدعم باستخدام الوسائط المتعددة والفيديوهات وغيرها: بهدف التعرف على العلاقة بين الجنس مع الموضوعات التي تعرض في المواقع الالكترونية الإسلامية تدعم باستخدام الوسائط المتعددة والفيديوهات وغيرها نستخدم اختبار مربع كاي للخروج بمؤشرات يجري من خلالها فهم العلاقة بينهما ومن ثم الوصول إلى وجود علاقة ذات دالة إحصائية من عدمها بين تلك المتغيرات , وجاءت النتائج وكما في جدول (23) على وفق الآتي:

ظهرت قيمة مربع كاي المحسوبة (11,7) وهي اكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية (2) والبالغة (5,99) وهذا يدل على وجود فروقات ذات دلالة معنوية الموضوعات التي تعرض في المواقع الالكترونية الإسلامية التي تدعم باستخدام الوسائط المتعددة والفيديوهات وغيرها حسب الجنس. بمعنى ان هناك فوارق احصائية بين الموضوعات التي تعرض في المواقع الالكترونية الإسلامية التي تدعم باستخدام الوسائط المتعددة والفيديوهات وغيرها عند الذكور منها عند الاناث .

5- علاقة الجنس مع تعامل المواقع الالكترونية الإسلامية في سرعة الرد على الموضوعات التي ترسل اليها: بهدف التعرف على العلاقة بين الجنس مع العلاقة بين الجنس وتعامل المواقع الالكترونية الإسلامية في سرعة الرد على الموضوعات التي ترسل اليها نستخدم اختبار مربع كاي للخروج بمؤشرات يجري من خلالها فهم العلاقة بينهما ومن ثم الوصول إلى وجود علاقة ذات دالة إحصائية من عدمها بين تلك المتغيرات , وجاءت النتائج وكما في جدول (23) على وفق الآتي:

ظهرت قيمة مربع كاي المحسوبة (30,49) وهي اكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية (2) وبالبالغة (5,99) وهذا يدل على وجود فروقات ذات دلالة معنوية علاقة الجنس مع تعامل المواقع الالكترونية الإسلامية في سرعة الرد على الموضوعات التي ترسل اليها حسب الجنس. بمعنى ان هناك فوارق احصائية بينهما في تلك العلاقة عند الذكور منها عند الاناث .

6- علاقة الجنس مع الحرص على التوازن في عرض الآراء سواء ان كانت مؤيدة او معارضة لمواقع: وبهدف التعرف على تلك نستخدم اختبار مربع كاي للخروج بمؤشرات يجري من خلالها فهم العلاقة بينهما ومن ثم الوصول إلى وجود علاقة ذات دالة إحصائية أم عدمها بين تلك المتغيرات , وجاءت النتائج وكما في جدول (23) على وفق الآتي:

ظهرت قيمة مربع كاي المحسوبة (10,44) وهي اكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية (2) وبالبالغة (5,99) وهذا يدل على وجود فروقات ذات دلالة معنوية علاقة الجنس مع الحرص على التوازن في عرض الآراء سواء ان كانت مؤيدة او معارضة لمواقع حسب الجنس. بمعنى ان هناك فوارق احصائية عند الذكور منها عند الاناث .

جدول (23): علاقة النوع متطلبات مصداقية مضمون المواقع الالكترونية الإسلامية بعد 2003

الاتجاهات	النوع	اؤيد	محايد	لاؤيد	المجموع	مربع كا	الفروقات
عرض المواقع الالكترونية الإسلامية الموضوعات التي تحظى باهتمام جمهور مدينة كركوك	ذكور	92	2	70	164	40,7	توجد فروقات
	اناث	66	5	45	116		
	المجموع	158	7	115	280		
تستخدم المواقع الالكترونية الإسلامية اساليب اقناع مختلفة لتأييد وجهة النظر التي تعرضها	ذكور	65	12	87	164	1,7	لا توجد فروقات
	اناث	42	5	69	116		
	المجموع	107	17	156	280		
الموضوعات التي تعرض من خلال المواقع الالكترونية الإسلامية تعبر عن وجهة مالك الموقع او المؤسسة	ذكور	91	8	65	164	4,18	لا توجد فروقات
	اناث	64	13	39	116		
	المجموع	155	21	104	280		
الموضوعات التي تعرض في المواقع الالكترونية الإسلامية التي تدعم باستخدام الوسائط المتعددة والفيديوهات وغيرها	ذكور	117	2	45	164	11,7	توجد فروقات
	اناث	83	6	27	116		
	المجموع	200	8	72	280		
تعمل المواقع الالكترونية الإسلامية على سرعة الرد على الموضوعات التي ترسل اليها	ذكور	95	10	59	164	30,49	توجد فروقات
	اناث	92	15	9	116		
	المجموع	187	25	68	280		
الحرص على التوازن في عرض الآراء سواء ان كانت مؤيدة او معارضة لمواقع	ذكور	54	6	104	164	10,44	توجد فروقات
	اناث	35	12	69	116		
	المجموع	89	18	173	280		

ثالثًا: الخصائص الديمغرافية مع اهم المضامين التي يفضلها جمهور مدينة كركوك في المواقع الالكترونية الإسلامية بعد 2003

علاقة النوع مع اهم المضامين التي يفضلها جمهور مدينة كركوك في المواقع الالكترونية الإسلامية بعد 2003:- : بهدف التعرف على العلاقة بين علاقة النوع مع اهم المضامين التي يفضلها جمهور مدينة كركوك في المواقع الالكترونية الإسلامية بعد 2003 تستخدم اختبار مربع كاي للخروج بمؤشرات يجري من خلالها فهم العلاقة بينهما ومن ثم الوصول إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية أم عدمها بين تلك المتغيرات , وجاءت النتائج وكما في جدول (24) على وفق الأتي :

ظهرت قيمة مربع كاي المحسوبة (34,58) وهي اكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية (2) والبالغة (5,99) وهذا يدل على وجود فروقات ذات دلالة معنوية في علاقة الجنس مع اهم المضامين التي يفضلها جمهور مدينة كركوك في المواقع الالكترونية الإسلامية بعد 2003. بمعنى ان هناك فوارق احصائية في تلك العلاقة.

جدول (24): علاقة النوع مع اهم المضامين التي يفضلها جمهور مدينة كركوك في المواقع الالكترونية الإسلامية بعد 2003

المضامين	النوع	تكرار	المجموع	مربع كا	الفروقات
القران الكريم	ذكور	152	256	34,58	وجود فروقات
	اناث	104			
السنة النبوية	ذكور	133	202		
	اناث	69			
سيرة ال البيت	ذكور	85	160		
	اناث	57			
فتاوى	ذكور	109	151		
	اناث	42			
سيرة المراجع والاولياء	ذكور	168	279		
	اناث	111			
القضايا السياسية	ذكور	151	187		
	اناث	36			
القضايا الاجتماعية	ذكور	114	223		
	اناث	109			
دراسات اسلامية	ذكور	86	138		
	اناث	52			
المجموع			1578		

النتائج العامة:

أوضحت إجابات المبحوثين عوامل ضعف مصداقية المواقع الالكترونية الإسلامية بعد 2003 عن وجود عدة عوامل تؤثر في عدم مصداقية المواقع الالكترونية هي : لا تعبر عن جميع الطوائف ومذاهب المجتمع, الاهتمام بالأثارة وتهيج المشاعر, عدم قبول وجهة نظر الآخر, تعبر عن الطائفة او المذهب الذي ينتمي اليها, تعمل على اثاره النعرات الطائفية والمذهبية, تستخدم الموقع لمهاجمة التيارات الأخرى كشفت نتائج الدراسة على الموضوعات التي تعرض من خلال المواقع الالكترونية الإسلامية تعبر عن وجهة مالك الموقع او المؤسسة, استخدام المواقع الالكترونية الإسلامية اساليب اقناع مختلفة لتأييد وجهة النظر التي تعرضها,

تعرض المواقع الالكترونية الإسلامية الموضوعات التي تحظى باهتمام جمهور مدينة كركوك, تعمل المواقع الالكترونية الإسلامية على سرعة الرد على الموضوعات التي ترسل إليها, الموضوعات التي تعرض في المواقع الالكترونية الإسلامية تدعم باستخدام الوسائط المتعددة والفيديوهات وغيرها.

تشير البيانات ان اجابات المبحوثين بخصوص اهم المعايير التي يجب توافرها في المواقع الالكترونية الإسلامية بعد سقوط النظام 2003 على النحو التالي : إذ جاءت بالمرتبة الأولى (الاجابة على اسئلة الناس) بعدها الأبرز والأفضل في اهم المعايير التي يجب توافرها في المواقع الالكترونية الإسلامية إذ أشار لها (277) مبحثاً وبنسبة بلغت (19,79%)، ثم تلتها (الموضوعية) بالمرتبة الثانية إذ أوضح (266) مبحثاً ونسبتهم (19,01%)، وأكد (261) مبحثاً ونسبتهم (18,65%) (واقعية الموضوعات المعروضة) وبذلك احتلت المرتبة الثالثة، ثم جاءت بالمرتبة الرابعة (عرض كافة وجهات النظر) بواقع (220) مبحثاً ونسبتهم (14,15%)، ثم (الحيادية) بواقع (198) مبحثاً ونسبتهم (14,15%)، وأخيراً (التوازن في عرض كافة وجهات النظر) بواقع (121) مبحثاً وبنسبة (8,64%).

1- كشفت نتائج الدراسة في التعرف على دوافع واسباب استخدام جمهور مدينة كركوك للمواقع الالكترونية الإسلامية بعد 2003: تشير البيانات في الجدول اللاحق إلى ابرز المصادر التي يعتمد عليها المبحوثون في الحصول على المعلومات الإسلامية بعد سقوط النظام 2003 على النحو التالي : إذ جاءت بالمرتبة الأولى (القنوات الفضائية) بعدها الأبرز والأفضل في استقاء الأخبار والمعلومات إذ أشار لها (202) مبحثاً وبنسبة بلغت (36,46%)، ثم تلتها (المواقع الالكترونية) بالمرتبة الثانية إذ أوضح (101) مبحثين ونسبتهم (18,23%)، وأكد (98) مبحثين ونسبتهم (17,68%) (الاذاعة) وبذلك احتلت المرتبة الثالثة، ثم جاءت بالمرتبة الرابعة (الصحف والمجلات) بواقع (77) مبحثين ونسبتهم (13,89%)، ثم (الكتب) بواقع (56) مبحثين ونسبتهم (10,10%)، وأخيراً (الاقراص المدمجة) بواقع (20) مبحثين وبنسبة (3,61%).

2- تشير البيانات بخصوص مدى استخدام جمهور مدينة كركوك للمواقع الالكترونية الإسلامية بعد 2003 على النحو التالي : دائماً (52,85%) : بلغ عدد المبحوثين ممن يستخدمون المواقع الالكترونية بشكل (دائمي) (148) مبحثاً وبنسبة شكلت (52,85%) وهم بذلك احتلوا المرتبة الأولى ضمن العينة المشاركة في البحث. احياناً (32,5%) : بلغ عدد المبحوثين الذين يستخدمون المواقع الالكترونية الإسلامية بشكل (احياناً) (91) مبحثاً وبنسبة شكلت (32,5%) وهم بذلك احتلوا المرتبة الثانية ضمن العينة المشاركة في البحث. نادراً (14,64%) : جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثالثة من بين الفئات الأخرى، وبلغ عدد المبحوثين المشاركين ضمن الفئة تلك (41) مبحثاً وبنسبة بلغت (14,64%) ممن يتعرضون (نادراً) للمواقع الالكترونية الإسلامية .

3- خلصت النتائج الخاصة بفروض البحث الى ثبوت صحة جميع الفروض التي وضعها الباحث في اطار نظرية الاعتماد .

## المصادر

- 1- جيلان محمود عبد الرزاق، مواقع شبكات التواصل الاجتماعي كوسائل لأكساب الشباب مهارات التعلم الذاتي وسلوك المشاركة المدنية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مركز بحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد 10، العدد 14، ديسمبر 2011.
- 2- محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، ط3، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2006.
- 3- دعاء محمد فوزي عرابي ، تعرض الجمهور للمواقع الالكترونية الإسلامية واتجاهاته نحو ممارسة تلك المواقع لوظيفتها الاتصالية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة المنيا ، كلية الآداب ، 2014.
- 4- عبدالرحمن محمد سعيد الشامي، استخدام الشباب الجامعي اليمني للانترنت ، دراسة مسحية ، المجلة العلمية للعلوم الانسانية ، عدد 58، جامعة الكويت ، 2004.
- 5 Mishra smeeta:seaman. Gabv.2010.islam.in Cvberspace: South Asian Muslims in America loq in. journal of Broadcasting & Electronic Media. Jan .Vol.54 .issue .
- 6- عباس مصطفى صادق ، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات ، .
- 7- حسني محمد نصر ، الانترنت والأعلام - الصحافة الالكترونية ، القاهرة ، ص40
- 8- خالد بن عبد الرحمن الجبري ، تقييم مواقع المعلومات المتاحة على الانترنت ، مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية ، مج 5 ، الرياض ، العدد الثاني .
- 9- عباس مصطفى صادق ، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات .
- 10- محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2010.
- 11- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، القاهرة، عالم الكتب، 2004 .
- 12- حنان يوسف ، الإعلام والسياسة - مقارنة ارتباطية ، ط2، القاهرة ، أطلس للنشر والتوزيع الإعلامي ، 2006 .
- 13 S. Bell Rokcach, The origins of individual media system dependency Communication Research, Vol 12, No. 4. October, 1986.
- 14- منال أبو الحسن، علم الاجتماعي الإعلامي، أساسيات وتطبيقات، القاهرة، دار النشر للجامعات، 2009.
- 15- هويدا مصطفى، الإعلام والأزمات المعاصرة، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2009.
- 16- سامي محسن ختاتنة واحمد عبد اللطيف أبو سعد، علم النفس الإعلامي، عمان، دار المسيرة، 2011.
- 17- حسن عماد مكاوي وليلى حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة.
- 18- أحمد فاروق رضوان، اعتماد الجمهور على شريط الأنباء كمصدر للأخبار والمعلومات، الفضائيات العربية ومتغيرات العصر.
- 19- بسام عبد الرحمن مشاقبة، نظريات الإعلام ، عمان، دار أسامة، 2011 .
- 20- حازم الحمداني ، الإعلام الحربي والعسكري ، عمان، دار أسامة، 2009 .
- 21- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير .
- 22- مرفت الطرابيشي وعبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية.
- 23- سناء محمد الجبور، الإعلام والرأي العام العربي العالمي .
- 24- منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال .
- 25- سوزان القليني، علم النفس الإعلامي المداخل النفسية للأعلام .
- 26- محمد بن سعود البشر، نظريات التأثير الإعلامي ، الرياض، عبتا للنشر، 1424.
- 27- هويدا مصطفى، الإعلام والأزمات المعاصرة.
- 28- أحمد فاروق رضوان، الفضائيات العربية ومتغيرات العصر.
- 29- سعد آل سعود، الاتصال والإعلام السياسي ، ردمك، القنوات للنشر، 1427هـ/2006.

30-William E. Loges: canaries in The Coalmine, Perceptions of threat and media system dependency relations, communication Research . 1994.

- 31- مهدي العلق وآخرون, حالة سكان العراق 2010.
- 32- خارطة الحرمان ومستويات المعيشة في العراق، دراسة في ثلاثة أجزاء، جمهورية العراق، وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، 2011.
- 33- أماني بركات، التحليل الإحصائي للبيانات، القاهرة، مركز تطوير الدراسات العليا والبحوث في العلوم الهندسية كلية الهندسة -جامعة القاهرة، 2007.
- 34- أمير حنا هرمز، الإحصاء الرياضي، بغداد، دار الكتب للطباعة والنشر - جامعة بغداد، 1985..

### الهوامش :

1. جيلان محمود عبد الرزاق، مواقع شبكات التواصل الاجتماعي كوسائط لاكساب الشباب مهارات التعلم الذاتي وسلوك المشاركة المدنية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مركز بحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد 10، العدد 14، ديسمبر 2011، ص 238.
2. محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، ط3، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2006، ص 78.
- \* تم عرض استمارة التحكيم على كلا من : 1- ا.د وسام فاضل راضي 2- ا.م.د فريد صالح فياض 3- ا.م.د دحام علي حسين
3. دعاء محمد فوزي، تعرض الجمهور للمواقع الالكترونية الإسلامية واتجاهاته نحو ممارسة تلك المواقع لوظيفتها الاتصالية، رساله ماجستير غير منشوره، جامعة المينا، كلية الاداب، 2014.
4. عبد الرحمن محمد سعيد الشامي، استخدام الشباب الجامعي اليمني للانترنت، دراسة مسحية، المجلة العلمية للعلوم الانسانية، عدد 58، جامعة الكويت، 2004، ص 155\_208
5. Mishra smeeta:seaman. Gabv.2010.islam.in Cvberspace: South Asian Muslims in America loq in. journal of Broadcasting & Electronic Media. Jan .Vol.54 .issue 1.p87-101.
6. عباس مصطفى صادق، الأعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط3، القاهرة، عالم الكتب، 2004، ص 91
7. حسني محمد نصر، الانترنت والأعلام - الصحافة الالكترونية، القاهرة، ص 40
8. خالد بن عبد الرحمن الجبري، تقييم مواقع المعلومات المتاحة على الانترنت، مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية، مج 5، الرياض، العدد الثاني، 1999-2000. ص 98
9. عباس مصطفى صادق، مصدر سابق، ص 93.
10. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، القاهرة، عالم الكتب، 2004، ص 298.
11. محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2010، ص 301.
12. حنان يوسف، الإعلام والسياسة - مقارنة ارتباطية، ط2، القاهرة، أطلس للنشر والتوزيع الإعلامي، 2006، ص 52
13. S. Bell Rokkach, **The origins of individual media system dependency Communication Research**, Vol 12, No. 4. October, 1986, P.P 485-510
14. منال أبو الحسن، علم الاجتماعي الإعلامي، أساسيات وتطبيقات، القاهرة، دار النشر للجامعات، 2009، ص 129.
15. هويدا مصطفى، الإعلام والأزمات المعاصرة، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2009، ص 243.
16. سامي محسن ختاتنة واحمد عبد اللطيف أبو سعد، علم النفس الإعلامي، عمان، دار المسيرة، 2011، ص 185.
17. حسن عماد مكايي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظريات المعاصرة، ط4، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2003، ص 315.
18. نقلاً عن: أحمد فاروق رضوان، اعتماد الجمهور على شريط الأنباء كمصدر للأخبار والمعلومات، الفضائيات العربية ومتغيرات العصر. دراسة تطبيقية مقارنة على الجمهور وقادة الرأي، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، جامعة حلوان، 2003.

19. ينظر كل من:

- بسام عبد الرحمن مشاقبة، نظريات الإعلام، عمان، دار أسامة، 2011، ص96.
- حازم الحمداني، الإعلام الحربي والعسكري، عمان، دار أسامة، 2009، ص39.
- 20. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مصدر سابق، ص301.

21. ينظر كل من:

- مرفت الطرابيشي وعبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، القاهرة، دار النهضة العربية، 2006، ص142-145.
- سناء محمد الجبور، الإعلام والرأي العام العربي العالمي، عمان، دار أسامة، 2010، ص145-146.
- منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، عمان، دار المسيرة، 2012، ص213-214.
- سوزان القليني، علم النفس الإعلامي المداخل النفسية للإعلام، القاهرة، دار النهضة العربية، 2003، ص141.
- محمد بن سعود البشر، نظريات التأثير الإعلامي، الرياض، عبتا للنشر، 1424، ص61.
- هويدا مصطفى، الإعلام والأزمات المعاصرة، مصدر سابق، ص245.
- أحمد فاروق رضوان، الفضائيات العربية ومتغيرات العصر، القاهرة، دار النهضة، ص322-323.
- سعد آل سعود، الاتصال والإعلام السياسي، ردمك، القنوات للنشر، 1427هـ/2006، ص106.

10. William E. Loges: canaries in The Coalmine, Perceptions of threat and media system dependency relations, communication Research Vol. 21, No. 1994, P. 7.

22. مهدي العلق وآخرون، حالة سكان العراق 2010، ص15.

23. تم تقسيم مستوى الدخل للمبجوثين بحسب التقسيم المعتمد لدى الجهاز المركزي للإحصاء/ وزارة التخطيط وحسب ما يسمى بالمئبني والرابعيات والخماسيات للمزيد ينظر كل من :

خارطة الحرمان ومستويات المعيشة في العراق، دراسة في ثلاثة أجزاء، جمهورية العراق، وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، 2011، ص7.

أماني بركات، التحليل الإحصائي للبيانات، (القاهرة، مركز تطوير الدراسات العليا والبحوث في العلوم الهندسية كلية الهندسة - جامعة القاهرة، 2007)، ص42.

أمير حنا هر مز، الإحصاء الرياضي، (بغداد، دار الكتب للطباعة والنشر - جامعة بغداد، 1985)، ص57.

\* اختيار أكثر من بديل

\* اختيار أكثر من بديل

\* اختيار أكثر من بديل

\* اختيار أكثر من بديل