

وسائل الاعلام ودورها في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب دراسة ميدانية في مدينة بغداد أزهد غازي عبد عليوي الطائي

المخلص:

لقد أضحت الإعلام في عصرنا الراهن قوة لها أبعادها السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية ، فوسائل الإعلام تنقل إلينا المعلومات والآراء والأفكار والاتجاهات ، وعن طريق نشاطها الاتصالي تعزز القيم السائدة في المجتمع ، كما إنها قد تقوم بهدم قيم أخرى ، وهنا يبرز الدور الكبير الذي تؤديه وسائل الإعلام في التوعية والإرشاد والتوجيه وتقييم أداء المؤسسات الحكومية بهدف تصويب هذا الأداء والنهوض به لما يلبي خدمة المجتمع والمواطن، لاشك بان لوسائل الإعلام أهمية كبيرة في الوقت الحاضر، لما لها من تأثير بارز في إدارة مجرى الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية، لاسيما في أثناء الأزمات والحروب والأوضاع الاستثنائية التي قد يمر بها أي بلد، الأمر الذي سينعكس بدوره على قيم واتجاهات المجتمع.

يعد الإعلام دعامة من دعائم الحياة وقوة أساسية في المجتمع، تحفظ تماسكه واستقراره، والحاجة إلى الإعلام تزداد كلما ازداد المجتمع تعقيداً، وارتفع المستوى التعليمي والفكري والثقافي للجمهور، فهو المرآة العاكسة لما يجري في كل مجالات الحياة. وتحظى وسائل الإعلام المختلفة في وقتنا الحاضر بالاهتمام العام والخاص على حدٍ سواء، لما تتمتع به من قوة هائلة للتأثير في الأفراد والجماعات والمجتمعات، وأصبحت أداة تؤثر في كل مجالات حياة أي مجتمع ، فهي ترفد القوة الاقتصادية والعقائدية والثقافية والعسكرية والسياسية والأمنية في الدول والمجتمعات الحديثة. وأنّ الرسائل الإعلامية المختلفة تحاصرنا حيثما نكون مع اختلاف مضامينها وأشكالها، مما يجعل الباحثين في مختلف المجالات الاجتماعية، والسياسية والنفسية والإعلامية والأمنية، أن يبحثوا في الدور التأثيري لوسائل الإعلام الجماهيري لاسيما تلك التي تبحث في الوعي الاجتماعي، لأنه أصبح اليوم محط اهتمام الجمهور بفنائه وشرائحه كافة ، فضلاً عن المؤسسات الاجتماعية والأمنية، وذلك بسبب ما تواجهه المجتمعات المعاصرة من مخاطر الجريمة المنظمة والإرهاب وآثارها السلبية في نمو وتطور المجتمع.

الكلمات المفتاحية: (وسائل الاعلام، الوعي الاجتماعي).

The media and its role in shaping social awareness among young people

A field study in the city of Baghdad

Azhad Ghazi Abdul Aliwi Al-Tai

Abstract:

In our current era, the media has become a force with political, economic, cultural and social dimensions. The media transmit to us information, opinions, ideas and trends, and through its communication activity it reinforces the prevailing values in society, and it may also demolish other values. Here the major role that the media plays in Awareness, guidance, direction, and evaluation of the performance of government institutions with the aim of correcting this performance and improving it to serve society and the citizen. There is no

doubt that the media is of great importance at the present time, because of its prominent influence in managing the course of political, social, and economic life, especially during crises, wars, and exceptional situations that Any country may experience it, which in turn will reflect on the values and trends of society.

The media is one of the pillars of life and a fundamental force in society that maintains its cohesion and stability. The need for media increases as society becomes more complex and the educational, intellectual and cultural level of the public rises. It is the mirror that reflects what is happening in all areas of life. The various media nowadays receive both public and private attention, because of the tremendous power they have to influence individuals, groups, and societies. They have become a tool that affects all areas of the life of any society, as they provide economic, ideological, cultural, military, political, and security power in modern countries and societies. Different media messages surround us wherever we are with their different contents and forms, which makes researchers in various social, political, psychological, media and security fields investigate the influential role of mass media, especially those that research social awareness, because today it has become the focus of attention of the public in all its categories and segments. , as well as social and security institutions, due to the dangers of organized crime and terrorism that contemporary societies face and their negative effects on the growth and development of society.

Keywords: (media, social awareness).

المقدمة:

نتيجة التطورات الكبيرة التي طرأت على التكنولوجيا وتقنيات الاتصال والإعلام ووسائله المختلفة، والتي جعلت من العالم يبدو وكأنه قرية إلكترونية صغيرة، إذ أصبح الإعلام محوراً أساسياً لمختلف القضايا الاجتماعية، وازدادت أهميته بوسائله المختلفة في مجالات الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية كافة وغيرها، بما في ذلك مجال التوعية الاجتماعية، وتعد ثورة الاتصال الفضائي البوابة الرئيسة التي فتحت أمام وسائل الإعلام، وخاصة السمعية والمرئية للولوج إلى العالم الجديد، عالم الكلمة والصورة التي صارت تُسمع وتُرى بكل أرجاء المعمورة لحظة انطلاقها، أي عالم التغطية الفورية والأنية للأحداث والأخبار والقضايا والمؤتمرات والنشاطات الإنسانية السلبية والإيجابية جميعها على امتداد القارات، وفي أي بقعة يسكنها كائن بشري. فالأقمار الصناعية اختزلت الزمان والمكان وصار ارتفاعها الشاهق في عنان السماء سبباً في تقريب الشعوب بعضها على بعض، ولا أحد يستطيع ان يُنكر أن لوسائل الإعلام في عصر المعلوماتية دوراً حيوياً ومهماً للغاية، فهي تستطيع أن تُشكل الوعي الفردي والجماعي، لما يواجهه العالم من مشكلات

معقدة على مختلف الأصعدة، وهي تُساهم في تغيير الاتجاهات أحياناً أو في الأقل تعديلها أو تدعيم الاتجاه الموجود أصلاً لدى الأفراد، كما تؤثر تأثيراً كبيراً في تنمية وعي الفئات المختلفة من المجتمع، سواء كان سلبياً أم ايجابياً. لذلك وجب مراعاة الدور الذي تشكله هذه الوسائل الإعلامية، فالإعلام له دور فاعل في مختلف المجالات ومنها: توعية الناس وتوجيههم، بإعطائهم الأفكار الجاهزة والمعلنة والمقترنة بأساليب الإقناع، فضح الممارسات الخاطئة للحكام وتسليط الأضواء على مواطن الخطأ والغلط في تصرفاتهم، وسيلة مهمة في الدعاية الانتخابية، حيث تكون منبرا للمرشحين لبيان أفكارهم وآراءهم ووعودهم، لذلك أصبح الإعلام في عصرنا الحديث من ضرورات الحياة المعاصرة، وان استخدامه في الدفاع عن الرأي والمعتقد وقضية الوجود أمر لا مفر منه، وإذا تخلفت هذه الأداة فان الكثير من الحقوق تتشوه صورها أو تفقد أحقيتها، فالإعلام هو أداة للسياسة فهو القادر على التأثير في عقول الناس واتجاهاتهم.

وتعد المؤسسات الإعلامية بوسائلها المختلفة كافة، من أهم المؤسسات الفاعلة في المجتمع، والتي تلعب دوراً هاماً في تنشئة الفرد ليكون فاعلاً ويجابياً في المجتمع؛ وذلك من خلال ما تقدمه من برامج تؤثر على اتجاهات الفرد وسلوكياته وقناعاته، لذا يقع على عاتق المؤسسات الإعلامية العراقية، الصحفية والاذاعية والتلفزيونية والالكترونية، دور كبير في تعزيز ابعاد وقيم الوعي الاجتماعي بمختلف مظاهرها من خلال برامجها المتنوعة، لذا يمكن توظيف هذه الوسائل في مجال تعزيز الوعي الاجتماعي لدى الشباب العراقي، نظراً لتأثيرها القوي على توجيه الافراد وانماط سلوكهم، بما يعمل على تعميق الشعور بالوعي الاجتماعي لدى الشباب .

الاطار المنهجي للبحث:

مشكلة البحث :

وتتمثل مشكلة البحث في التعرف على مستوى تأثير وسائل الاتصال في أهم وأخطر الفئات الاجتماعية وهي فئة الشباب، لكونهم أكثر من يتعامل مع هذه الوسائل في الوقت الحاضر، ومن ثم يتأثر بها ويتشكل وعيه عن طريق برامجها وثقافتها المتنوعة على مدار الساعة. لهذا أصبحت وسائل الاتصال تمارس دوراً جوهرياً في اثاره اهتمام الشباب إلى جانب الاسرة والمؤسسات التعليمية والمدنية، ومن ثم فان وسائل الاتصال سيف ذو حدين يمكن ان توجه الشباب إلى تحسين أنماط سلوكهم وتفكيرهم وتوعيتهم بأموهم وامور مجتمعهم أو تؤدي بهم إلى ان يتأثروا بأشكال منحرفة وغير سلمية من الوعي.

وتتفرع عن المشكلة الرئيسية التساؤلات الآتية :

١. ما المقصود بوسائل الاتصال؟، وما هي وسائل الاتصال الأكثر انتشارا والتي يقبل عليها الشباب؟.
٢. ما نوع البرامج التي يشاهدها الشباب والتي يفضلونها على بقية البرامج الأخرى؟.
٣. ما هو الوعي الاجتماعي، وما هي أنواعه ومكوناته؟.
٤. ما مدى المساعدة التي تقدمها وسائل الاتصال في زيادة بناء العلاقات الاجتماعية مع الآخرين؟

اهمية البحث :

تتحدد أهمية البحث اساساً بـالمشكلة ومدى واقعيها وابعادها وجدديتها، وكل ما يتصل بها. وبخصوص أهمية بحثنا الحالي فإن وسائل الاتصال سواء كانت التقليدية كالصحف والمجلات والاذاعة والفضائيات، أو الوسائل الحديثة كالصحافة الالكترونية ومواقع الاخبار والمعرفة المختلفة على شبكة الانترنت كمواقع التواصل الاجتماعي، والتي اكتسحت جميع ميادين الحياة النفسية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية. ومن أكثر الفئات تأثراً بها هم الشباب لكونهم مصدراً من مصادر التغيير الاجتماعي، وأكثر حركة ونشاطاً. إذ إن هذه الوسائل تسهم في تشكيل البناء المعرفي والادراكي بالإيجاب او السلب، وتتمثل أهمية البحث من كونه يحاول الكشف عن الدور الذي تقوم به وسائل الاتصال في تشكيل الوعي الاجتماعي للشباب، وازدياد فاعلية واهمية ثورة الاتصالات التي فتحت افاقاً واسعة بين البشر فقاربت بينهم الى التفاعل السريع أو التأثير المباشر في حياتهم ولأسيما الشباب، وتكمن أهمية دراسة تأثير وسائل الاتصال في كونها مصدراً رئيساً في امداد المجتمع بالمعلومات والمعارف والأفكار السياسية والاجتماعية.

اهداف البحث:

١. تسليط الضوء على وسائل الاتصال ودورها في زيادة الوعي الاجتماعي لدى الشباب.
٢. التعرف على أكثر وسائل الاتصال شيوعاً والتي يتعرض لها الشباب.
٣. الكشف عن نوع البرامج التلفزيونية المفضلة لدى الشباب والتي يشاهدها باستمرار.
٤. التعرف على مدى مساهمة وسائل الاتصال في نقل تراث المجتمع.
٥. البحث عن دور وسائل الاتصال في بناء العلاقات الاجتماعية.

الدراسات السابقة:

لا توجد دراسات مباشرة اهتمت بتناول دور وسائل الاتصال في التوعية الاجتماعية للشباب، وإنما ثمة دراسات عن الدور الذي تقوم به وسائل الاتصال لاسيما الفضائيات في التأثير على الهوية الثقافية أو الدينية عامة أو الدور الذي تلعبه في التوعية بقضية ما من القضايا.. و لما كانت مساحة البحث لا تسمح بتناول كل هذه الدراسات فيمكن تناول نماذج قليلة منها وذلك على النحو التالي:

أولاً: الدراسات العراقية :

- ١-دراسة قيصر كريم حسن، وعنوانها: دور التلفزيون في تشكيل الوعي السياسي لدى الجمهور، ٢٠١٢(١)،

تتناول الدراسة الدور الذي يقوم به التلفزيون في عملية تشكيل الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات، ومعرفة ما اذا كان هذا الدور سلبي أم إيجابي، وحدد الباحث المشكلة في كون التلفزيون هو الوعاء الناقل للمعلومات والأخبار السياسية عبر البرامج التي يبثها إلى الجمهور، وكذلك التغيير الحاصل في الأنظمة السياسية إذ لاحظ الباحث ان ثمة نوعا من الضبابية تحيط بهذا الدور لذا عمد الى تحديد ابعاده ووجز مشكلة بحثه بالسؤال الآتي "ما هو الدور الذي يؤديه التلفزيون في عملية تشكيل الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات ". وسعت الدراسة لمعرفة حجم وأنماط تعرض الجمهور للبرامج السياسية في التلفزيون، تحديد العلاقة بين التعرض للتلفزيون وزيادة المعرفة السياسية للجمهور، معرفة العلاقة بين التعرض للبرامج السياسية في التلفزيون، وأدراك الجمهور لأبعاد القضايا السياسية، التقصي عن العلاقة بين التعرض للتلفزيون وزياد حجم المشاركة السياسية لدى الجمهور.

وتأتي أهمية الدراسة من عوامل عدة أهمها: يقدم التلفزيون في الوقت الحاضر كما كبيرا من المعلومات والأخبار ويزودهم بها ويركز على موضوعات يسعى القائم بالاتصال عن طريقها كسب تأييد الرأي العام وجعلهم يتبنون وجهة النظر التي يروج لها، تكسب هذه الدراسة أهمية خاصة في مجال الاعلام والعلوم السياسية، كونها تهتم بدراسة العلاقة في كل متغير من متغيرات الحقائق العامة للمبجوثين، ان الأهمية التي يكسبها التلفزيون في المجال السياسي وفي ظل التطورات التي تجري على الساحة المحلية والاقليمية وعدم الاستقرار السياسي تدعو الى الوقوف على الدور الحقيقي للتلفزيون في تشكيل الوعي السياسي للجمهور . لذلك ارتأى الباحث القيام لهذه الدراسة للوقوف على طبيعة هذا الدور .

وأستخدم الباحث المنهج الوصفي في هذه الدراسة الذي يسعى الى تصوير الظاهرة الاعلامية قيد الدراسة، ووصف خصائصها ومركباتها. وكذلك العوامل التي تؤثر فيها والظروف التي تحيط بها ومن ثم لتحديد العلاقات الارتباطية بين المتغيرات التي تؤثر في الظاهرة وانسجاما مع ذلك استخدم الباحث أسلوب المسح لجمع المعلومات والبيانات التي تتعلق بمشكلة البحث. فضلا عن أسلوب الدراسات الارتباطية، وكذلك المقارنة المنهجية.

وخرجت الدراسة بنتائج عدة منها: يفضل الجمهور قالب الحوار عن عرض البرامج السياسية، يفضل الجمهور القنوات العراقية ومن ثم العربية لمشاهدة البرامج السياسية، ثمة علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين التعرض للتلفزيون وزيادة المعرفة للجمهور، هنالك علاقة ارتباطية بين تعرض الجمهور للتلفزيون وأدراكهم للقضايا السياسية، يسهم التلفزيون في زيادة حجم المشاركة السياسية للجمهور، ان للتلفزيون قدرة على تشكيل الآراء والاتجاهات السياسية للجمهور، يتبع التلفزيون التعددية في الآراء السياسية ومن وجهات نظر مختلفة.

٢-دراسة سارة خليل محسن وعنوانها: الاعلام والوعي الديني، ٢٠١٣(٢):

لقد سعت الدراسة الى تحقيق هدف عام يتمثل في التعرف على تأثير القنوات الفضائية الدينية على تشكيل الوعي الديني لدى المواطن العراقي، وينبثق من هذا الهدف مجموعة من الاهداف الفرعية: الكشف عن طبيعة المضامين الدينية التي تستحوذ على اهتمام الافراد المشاهدين واسباب ذلك، توضيح أهم القيم والأفكار والمفاهيم المجتمعية التي ترسخت لدى الفرد، والتي انبثقت من الوعي الديني، الكشف عن فاعلية الاعلام الديني في تشكيل التوجهات الدينية الاجتماعية داخل المجتمع.

وتاولت الدراسة تزايد القنوات الفضائية العربية الدينية بشكل ملحوظ، وهذا الأمر الذي أرجعه البعض إلى طبيعة الحراك السياسي الذي تشهده هذه المجتمعات ومنها العراق إذ أصبح هنالك مجال واسع للتعبير عن الرأي لكن هذه الحرية ما زالت قاصرة لتخدم مصالح مالكي هذه القنوات الفضائية وأهدافهم سواء كانت ربحية أم سياسية، وهذا الامر الذي خلق الحاجة لإعادة رؤية ونظر من قبل القائمين على الاعلام بما يليبي احتياجات المواطن التنموية الجمعية ويوحد شعب كل دولة بدلاً من تعنته ما بين تيارات الفئة الدينية والسياسية، ولا سيما الفرد العراقي الذي يعاني من مشكلات ومعوقات ثقافية ودينية واجتماعية في دور العبادة او ما تضمنته الكتب الدينية، وبما ان وسائل الاعلام تسمح بتأثير قوي في تغير وعي الافراد من جهة، ومن جهة اخرى يوجد الدين الذي هو نسق من المعتقدات وبنية اصلاحية يطالب بان يسيطر وعينا على مساحة اكبر من مشاعرنا، وظهور الفضائيات التي تحاول استقطاب أكبر قدر ممكن من المشاهدة اليها، وتتمثل أهمية الدراسة : في التعرف على دور الفضائيات الدينية العراقية في تشكيل اتجاهات الفرد وأفكاره الدينية التي تتبلور في نهاية الامر سلوكا يتبناه الفرد ويتعامل عن طريقة مع الافراد الذين يحيطون به، التعرف على المفاهيم والأفكار، والقيم الدينية التي تشكل في اجمالها الوعي الديني لدى الفرد العراقي على اساس ان الاعلام الديني اصبح مادة استهلاكية أكثر من كونه مادة لها هدف محدد بسبب تنوع وتعدد مصادر هذا الاعلام، التعرف على السلوكيات التي يتبناها الفرد في التعامل مع المحيط الذي يعيش فيه، فالظروف الحالية التي تحيط بالعالم العربية والاسلامي تضي على هذه العملية أهمية خاصة .

ثانيا: الدراسات العربية:

١- دراسة سهى فاضل، وعنوانها: العلاقة بين التعرض للصحافة المصرية والوعي بقضية الإرهاب الدولي لدى شباب الجامعات، ٢٠٠٣ (٣)، وسعت الدراسة: إلي التعرف على درجة تعرض الشباب الجامعي المصري للصحف المصرية، ينتمي هذا البحث للبحوث الكمية الوصفية ويستخدم منهج البحث بالعينة لعدد ١٠٠ مفردة من جمهور الشباب الجامعي بجامعة الزقازيق، توصلت النتائج إلى وجود فروق معنوية دالة إحصائياً بين النوع وبين درجة التعرض للصحف المصرية

لدي عينة الشباب الجامعي حيث اتضح أن الذكور أكثر تعرضاً للصحف من الإناث، وبلغت نسبة الفروق ٣٢ بمستوي دالة ٠.٠١%.

٤- دراسة وفاء عبد الخالق ثروت، وعنوانها: العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام ومستوي معرفة الشباب الجامعي بأحداث الحرب الأنجلو أمريكية على العراق في إطار نظرية فجوة المعرفة، ٢٠٠٣ (٤)، منهج البحث: دراسة وصفية تعتمد على منهج المسح. عينة الدراسة: طلاب جامعة المنيا في تخصصات مختلفة عددها ٢٢٥ مفردة السنة النهائية بالكلية النظرية والعملية. توصلت الدراسة الميدانية إلى: أن (٩٩'١%) من عينة البحث يشاهدون التلفزيون منهم (٣٤'١%) حجم تعرضهم للتلفزيون مرتفع (٥٠'٢%) حجم تعرضهم متوسط، (١٥'٧%) حجم تعرضهم منخفض .

٥- دراسة حنان أحمد سليم، وعنوانها: التعرض للقنوات الفضائية الأجنبية وعلاقتها بالهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي، ٢٠٠٥ (٥). تهدف الدراسة إلى معرفة مدى تعرض الشباب الجامعي للقنوات الفضائية الأجنبية. تقوم هذه الدراسة على منهج المسح وهي تتبع البحوث الوصفية. عينة الدراسة عينة عمدية قوامها ٢٠٠ مفردة من الشباب حائزي الأطباق الهوائية ومشاهدي القنوات الفضائية الأجنبية، توصلت النتائج إلى ٦٢% من الشباب عينة الدراسة يشاهدون القنوات الفضائية الأجنبية بصفة منتظمة "أحياناً" وأن ٣٨% من عينة الدراسة يشاهدونها بصفة منتظمة "دائماً" وتعتبر هذه النسبة مرتفعة ويرجع ذلك إلى مواصفات عينة الدراسة حيث ارتفاع درجة إجادتها لأكثر من لغة أجنبية وارتفاع مستواها التعليمي وارتفاع مستواها الاجتماعي والاقتصادي.

٥- دراسة محمد غريب، وعنوانها: دور البرامج الدينية بالقنوات الفضائية العربية في التنقيف الديني لدى طلاب الجامعات، ٢٠٠٥ (٦)، تهدف الدراسة إلى التعرف على أهم البرامج والموضوعات الدينية المقدمة بالقنوات الفضائية العربية. تعد الدراسة من البحوث الكمية الوصفية وتعتمد هذه الدراسة على منهج المسح. تم إختيار عينة عشوائية بسيطة بواقع ٤٠٠ مفردة من طلاب كليات الحقوق والتجارة، توصلت النتائج إلى ارتباط إدراك الواقع من البرامج الدينية بالقنوات الفضائية بزيادة كثافة المشاهدة ووجود ارتباطية إيجابية بين كثافة المشاهدة وكل من النوع واستخدام مصادر المعلومات وإدراك القيم الدينية.

الاستفادة من الدراسات السابقة :

علي ضوء عرضنا للدراسات السابقة التي تتعلق بتأثيرات وسائل الإعلام في وعي الجمهور وكذلك تأثيراتها الثقافية و المعرفة يمكن لدراستنا أن تستفيد من المنهجيات المختلفة التي تناولت بها هذه الدراسات كيفية قياس الوعي والتأثيرات الثقافية و المعرفة لوسائل الإعلام لا سيما علي الشباب ، وكذلك يمكن الاستفادة من النتائج التي توصلت إليها هذه

الدراسات في مزيد من التعرف على الأبعاد المختلفة لمفهوم الشباب ومفهوم الوعي ومفهوم الثقافة وغيرها من المفاهيم الأساسية التي تتناولها الدراسة.

منهج البحث:

استعمل الباحث منهج المسح الاجتماعي للتوصل إلى أهداف البحث، ويعد منهج المسح الاجتماعي احد الطرق العلمية المعينة على كشف العلاقات الناتجة عن تداخل عدد من المتغيرات، مما يستوجب تقصي الحقائق عنها بإجراء مسح شامل للمجتمع المستهدف بالبحث او الدراسة، ويطلق عليه المسح العام عندما لا يستثنى اي مفردة من وحدات المجتمع، إماً اذا حدث استثناء ذلك يعني حدث التحديد والتخصيص الذي ينحصر في اختبار عينة من المجتمع(٨).

ويصنف هذا المنهج الى صنفين هما المسوح الشاملة التي تقوم بدراسة شاملة لجميع مفردات المجتمع، والمسح بطريقة العينة وهو الذي يكتفي فيه بدراسة عدد محدود من الحالات او المفردات في حدود الوقت والجهد والامكانيات المتوفرة لدى الباحث، وهذا النوع هو الذي يغلب استخدامه بين الباحثين نظراً لمزاياه(٩).

لذا اعتمد الباحث على منهج المسح الاجتماعي وهو ما يناسب البحث الحالي الذي يستهدف الكشف عن وسائل الاتصال ودورها في وعي الشباب جراء تعرضهم لتلك الوسائل الاتصالية وما تحمله من مضامين ترفيهية، اخبارية، سياسية، وتعليمية، وثقافية وكل ما تعرضه لمجتمعات أخرى من أفكار وأعراف وتقاليد وعادات وفنون وسلوكيات.

ونظراً لصعوبة القيام بعملية المسح الشامل لمجتمع البحث فقد استعمل الباحث طريقة المسح بوساطة العينة في هذه الدراسة لأن هذه الطريقة لا تدرس جميع وحدات مجتمع البحث، بل تدرس جزءاً منه تختاره بطريقة عشوائية أو مقصودة ، على أن تكون ممثلة تمثيلاً دقيقاً لمجتمع البحث من الخصائص الاجتماعية والنفسية والاقتصادية... الخ ، فضلاً عن أنها توفر الإمكانيات والجهود البشرية والمادية والزمنية للبحث.

الإجراءات المنهجية للبحث:

مجتمع البحث :

ويقصد بمجتمع البحث بأنه جميع الافراد أو الاشخاص الذين يشكلون موضوع مشكلة البحث"، ويمثل جميع العناصر ذات العلاقة بمشكلة الدراسة التي يسعى الباحث إلى ان يعمم عليها النتائج(١٠).

يتمثل مجتمع البحث بجميع مستخدمي التلفزيون من شريحة الشباب ولجميع المستويات التعليمية ومختلف المستويات الاقتصادية والاجتماعية، والساكنين في داخل حدود وحدات أمانة بغداد التي هي عاصمة العراق وتقع في وسطه على نهر دجلة الذي يشطرها شطرين يسميان الرصافة والكرخ. تبلغ مساحة محافظة بغداد (٤٥٥٥) كم٢ موزعة على عشر

وحدات سكنية بلدية تابعة لأمانة بغداد ست منها في جانب الرصافة وأربع في جانب الكرخ. ويبلغ مجموع سكان مدينة بغداد بحسب مسح الأحوال المعيشية في العراق عام ٢٠٠٤ يبلغ (١٢٦ر٥٥٤ر٦) مليون نسمة (١١) .

عينة البحث:

ولما كان مجتمع العينة قد تحدد بجمهور مدينة بغداد، الا ان هذا المجتمع لا يمكن اجراء مسح شامل له اذ يحتاج الى وقت طويل قد يفوق مدة الدراسة المقررة بكثير كما ان تحديده بدقة يحتاج الى احصائيات دقيقة والى كلفة عالية جدا يصعب على الباحث توفيرها ، لذلك لجأ الباحث الى اختيار عينة ممثلة للمجتمع الكلي تتمثل بـ ٤٠٠ مبحوث من فئة الشباب ومن كلا الجنسين ، وقد كانت العينة المتبعة هي العينة العشوائية .

مجالات البحث:

١- المجال المكاني : يقصد به المنطقة الجغرافية التي تجري فيها الدراسة، وقد حددت مدينة بغداد مجالا مكانيا للدراسة، ونظراً لصعوبة تطبيق هذه الدراسة على الجمهور في العراق بأكمله من قبل الباحث، لذلك ارتأى الباحث تطبيق الدراسة في مدينة بغداد بجانبها، الكرخ والرصافة .

٢-المجال الزمني :استغرق العمل الميداني للبحث للمدة من ١/١٢/ ٢٠٢٣ ولغاية ٣١/١٢/ ٢٠٢٣، وشمل العمل الميداني مراحل إعداد وتنظيم وتوزيع واستخراج نتائج الاستبانة .

٣-المجال البشري: تم تطبيق الدراسة على عينة من الجمهور العراقي من شريحة الشباب في العاصمة بغداد وعددهم (٤٠٠) مبحوثا من شريحة الشباب ومن كلا الجنسين وممن يتعرضون لوسائل الاتصال .

أداة البحث:

بعد أن تم تحديد منهج البحث، اصبح من الضروري تحديد اداة بحثية مناسبة لجمع البيانات اللازمة للوصول إلى الاهداف المرسومة للبحث، ونظراً لشمولية مجتمع البحث فإن الاستبانة تعد من اكثر وسائل وادوات جمع البيانات شيوعاً واستخداماً في منهج المسح، وذلك لإمكانية استخدامها في جمع المعلومات عن موضوع معين من عدد كبير من الجمهور، ولأجل الحصول على فقرات المقياس (الاستبيان) اجرى الباحث دراسة استطلاعية اولية مكونة من (٤٠) فرداً اختيرت بطريقة عشوائية من مجتمع البحث بنسبة (١٠%) من العينة الكلية للبحث .

الصدق والثبات:

الصدق :

استخدم الباحث الصدق الظاهري الذي يقوم على اساس عرض استمارة الاستبانة على عدد من أصحاب الاختصاص في موضوع مناهج البحث العلمي والاعلام والاتصال وذلك للكشف عن الاخطاء في تصميم الاستمارة ومدى الاتساق الداخلي لفقراتها وترصين نوع وكم وتسلسل وصياغة الاسئلة التي تضمنتها، وقد عرض الباحث في هذا السياق الاستثمارات التي أعدها للدراسة على لجنة من الخبراء* ، لاختبار مدى صلاحيتها لأجراء الدراسة الميدانية وتحقيق أهدافها ومدى ملائمتها لقياس متغيرات الدراسة وقد أجرى الباحث التعديلات التي أوصى بها المحكمين على بعض الأسئلة وإضافة أسئلة أخرى على أصل الاستمارة وفق ما رأوه مناسباً.

الثبات:

اعتمد الباحث طريقة اعادة الاختبار وتطبيق الاستمارة في مدة لاحقة أي بأسلوب وقد تم ذلك باختبار عينة قوامها (٤٠) مبحثاً أي بنسبة ١٠% من حجم العينة، وقد ارتأى الباحث أن تكون المدة الزمنية بين الاختيار الاول والاختبار الثاني اسبوعين وباستخدام معامل ارتباط بيرسون، كقاعدة للاختبار وايجاد درجة الارتباط بين الاختبارين ، وقد تبين أن هناك ثباتاً بمقدار (٠,٨٤%) كحد اعلى وتعد قيمة ارتباط جيدة .

تحديد المفاهيم والمصطلحات:

تعرف المفاهيم بأنها بناءات منطقية وتجريدات، وهي قد تكون قريبة من الوقائع التي ترمز إليها، مثل مفاهيم: الفعل والرجل. والمفاهيم التي تشير الى صفات الكبر أو الصغر أو القلة والكثرة أو البياض والسواد، غير ان هنالك مفاهيم اخرى تُعدُّ استنتاجات على مستوى اعلى من التجريد، فتشير إلى علاقات بين أشياء أو حوادث وتسمى البناءات الفرضية ومثالها العدالة والولاء والصدقة والاتجاهات والدور والمكانة(١٢).

وهناك بعض المفاهيم الخاصة بموضوع البحث :

١. الوسيلة

٢. الاتصال

٣. الدور

٤. الوعي

٥. الوعي الاجتماعي

٦. الشباب

١. الوسيلة :

الوسيلة لغةً هي ما يتقرب به إلى الغير لنيل رضاه اي "الواصلة" (١٣) ،اما الوسيلة اصطلاحاً تعني القناة التي تحمل الرسالة الى المتلقي، والوسائل أنواع فهناك وسائل اتصال جمعي ووسائل اتصال جماهيري.... الخ(١٤).

٢. الاتصال :

الاتصال في اللغة هي كلمة مشتقة من الفعل الماضي "وصل" والمضارع منه "يصل"، ويقال: "وصل الشيء" او "وصل الى الشيء وصولاً" اي بلغة وانتهى اليه(١٥).

ان كلمة اتصال تستخدم للإشارة الى التفاعل بواسطة العلاقات والرموز، والرموز قد تكون حركات او صور، او لغة، او اي شيء اخر. يعمل كمنبه للسلوك لمجرد التعرض للرمز نفسه، بل لا بدّ من تهيئة الفرد الذي سيقوم بالاستجابة ليقتبل لمنبهه بشكل معين، ومعنى ان الاتصال نوع من التفاعل الذي يحدث بواسطة الرموز والعلاقات(١٦).

٣. الدور :

يعني الدور اصطلاحاً السلوك المتوقع من شاغل أو لاعب المركز الاجتماعي، والمركز الاجتماعي هو العلاقة او الاشارة التي تحدد طبيعة الدور الاجتماعي، مما يدل على ان هنالك علاقة وثيقة بين الدور الاجتماعي والمركز الاجتماعي. فالمركز الاجتماعي للطبيب يحدد طبيعة تصرفاته المتوقعة أو دوره الاجتماعي اي النشاطات والفعاليات التي يقوم بها بعد اشغاله لمركزه الوظيفي(١٧) .

٤- الوعي :

ويعرف بأنه: إدراك الفرد لذاته وإدراكه للظروف الأمنية المحيطة به، وتكوين اتجاه عقلي ايجابي نحو الموضوعات الأمنية العامة للمجتمع^(١٨)، ووعي المواطن بحقوقه وواجباته القانونية مما يساعد في دعم الجهات الأمنية للتصدي للجريمة بأنواعها المختلفة من خلال عمليات الوقاية ومنع الجريمة^(١٩).

٥- الوعي الاجتماعي

وقد سمي مفهوم الوعي الاجتماعي عند العالم "اميل دوركهايم" "بالوعي الجماعي" أو هذه الحالة التمثيلية، والمعرفية، والانفعالية التي تضم، فضلاً عن الشخص ذاته، جميع افراد المجموعة والمصالح والقيم الثقافية والمعتقدات التي يتقاسمها (٢٠).

٦. الشباب :

ويقصد بمفهوم الشباب الأفراد الذين تتراوح اعمارهم بين الثامنة عشرة والرابعة والعشرين، أي الذين اتموا عادة الدراسة العامة، وتتميز هذه المرحلة بانها مرحلة انتقالية إلى الرجولة أو الامومة. ويتخطى فيها الافراد مرحلة التوجيه والرعاية ويكونون اكثر تحررا، ولهذا تحتاج هذه المرحلة الى عناية خاصة (٢١).

الاطار النظري للبحث :

وسائل الاعلام وتكوين الوعي الاجتماعي:

أدرك الإنسان منذ أقدم العصور، وربما من اللحظات الأولى لبداية الحياة الإنسانية أهمية الاتصال بالنسبة له كفرد يرغب في التعبير عن نفسه او تبادل الأفكار مع الآخرين ، فكان ذلك حافزاً قوياً لتطور الاتصال وأساليب استخدامه ، وبعد ان طور الإنسان اللغة كنظام من الرموز يمثل الأشياء والأفكار ويعبر عنها، تصدى لتدوين اللغة فاخترع الكتابة ، التي أتاحت له فرصة الاحتفاظ بالمعلومات، وقد سجل الإنسان المعلومات في البداية على الحجر والأجر. ثم استخدم أوراق البردي ، والجلود ، وأخيرا الورق لغرض الكتابة(٢٢).

أتسمت دراسة ظاهرة الاتصال في الماضي بشيء من الانعزال لدى بعض الباحثين والمفكرين لأنها ترتبط بالنواحي التكنولوجية وتتفصل بدرجة او بأخرى عن سائر أقسام المجتمع . ونادراً ما كانت ظاهرة الاتصال تحصل على قدر من التفكير في مكانة ما في النظام السياسي او النقائنها في البني الاجتماعية واعتمادها كمفردة في الحياة الثقافية ، ان وضعاً كهذا يؤدي بالمجتمع إلى الجنوح إلى اختيارات خاطئة او الوقوع في أولويات غير صحيحة وأخيرا تكريس الجهود لبنية تكنولوجية ليست هناك حاجة لها(٢٣).

لكن الاتصال حالياً عملية اجتماعية يتعين دراستها من جميع زواياها وفي إطار اجتماعي واسع، والى أقصى حد ممكن. ان التطورات المتسارعة والمتلاحقة في أنظمة الاتصال وشبكات المعلومات في العالم أدت إلى زيادة أهمية هذه العملية، وبالتالي استقلالها وتحولها إلى علم مستقل عن باقي العلوم الأخرى وقائم بحد ذاته، بعد ان كان يدرس ضمن العلوم التي تهتم بالإنسان والسلوك الإنساني، كعلم النفس والاجتماع والإعلام والسياسة.

لقد مر الإنسان بحلقات اتصال مختلفة خلال مراحل تطوره ، من خلال الانتقال من مرحلة الإشارات والرموز إلى مرحلة اللغة إلى مرحلة الكتابة ، ومن ثم مرحلة الطباعة في القرن الخامس عشر ، والتي أدت إلى انتشار المعرفة والثقافات والأفكار على نطاق واسع إما في عالم اليوم(٢٤). فقد حقق الإنسان أعلى مستويات التقدم العلمي والتقني ، تمكن خلالها من اختراق حواجز الزمان والمكان من خلال الاستعانة بالوسائل السمعية والبصرية ومنظومات الاتصال الحديثة ووسائل

الإعلام على اختلاف أنواعها(٢٥). علماً ان العلاقة بين الاتصال والإعلام وثيقة لدرجة ان البعض من الباحثين يجد صعوبة في التفريق بينهما وذلك لان وسائل الإعلام بحاجة إلى قنوات اتصال لإيصال الرسالة الإعلامية بالسرعة الممكنة(٢٦).

تُعدّ وسائل الاعلام من قنوات التنشئة الاجتماعية المهمة في صقل شخصية الفرد واكسابه العديد من المعارف والانماط السلوكية والمهارات، لما لها من اثر مباشر بنقل أفكار الفرد أو تبلورها الى مواقف أخرى أكثر تنوعا. إذ تكسب شخصه وعيا تاما نحو أدراك طبيعة حياته وحياة مجتمعه والتفاعل مع الآخرين. إذ ان ما تنقله تلك الوسائل سيسهم في بناء كيان ذلك الفرد وتراكم خبراته وزيادة انفتاح مداركه(٢٧)، لذا فإن الاتصال هو صيغة من صيغ التفاعل الاجتماعي، أي بين عنصرين اساسين في إطار البناء الاجتماعي المرسل لموضوعة التفاعل والمستقبل لها، وكلاهما يؤثر ويتأثر في تطرق قبول موضوعة التفاعل-الرسالة من عدمه. ففي كلا الحالتين يتشكل موقف فرد ما "المستقبل" من فرد اخر "المرسل". وبذلك يندرج الاتصال كأحد الظواهر الاجتماعية في حياة الفرد والقائمة أساسا على التأثير في المواقف، الاتجاهات. القيم، المعايير، أنماط السلوك، أنماط التفكير(٢٨).

ويمكن ان تؤدي وسائل الاتصال دوراً في مجالات عدة، مثل تطوير المعرفة لدى الجماهير، وخلق الوعي لديهم، والمساهمة في نقل المعلومات، وتنمية الوعي العام. ومن تلك الوسائل:

الصحافة التي هي وسيلة لخلق الوعي الاجتماعي "فهي تؤدي دوراً مركزيا في عملية الانتقال الاجتماعي من المجتمع بصفته تجمعا سكانيا، إلى مجتمع بصفته رأيا عاما مؤثرا" ومن جهة أخرى فإن الوظيفة التي تؤديها الصحافة في المجتمع الحديث هي خدمة المجتمع، والانسان الذي يعيش فيه، وهي بهذا المعنى يتصل بطبيعة الواقع الاجتماعي في المجتمع الذي تصدر فيه الصحيفة، ونوعية النظام السياسية القائم(٢٩).

ويشير الباحثون في المجال الاعلامي الى بعض الطرائق التي يمكن للصحافة ان تستخدمها للتأثير في الرأي العام وهي طريقة الاقناع التي بواسطتها تستطيع الصحيفة التأثير في عقل وعاطفة القارئ ومن ثم تؤثر في سلوكه ونشاطه ع طريق ذهن القارئ، مما يزيد استيعابه لأراء وأفكار الصحيفة ومن ثم تمكن الصحيفة من التأثير في الوعي الاجتماعي، ومن وسائل الاتصال الأخرى التي لها أهمية خاصة والتي تميز عن باقي الوسائل هي الإذاعة المسموعة التي تكون اكثر وصولا لجمهور المستقبلين، من حيث سهولة الاتصال القائم على حاسة واحدة سهلة الاستخدام وهي حاسة السمع(٣٠).

يُعدّ تأثير الإذاعة تأثيرا بالغة الأهمية نظرا لخطورته في تشكيل العقول باستخدام وسائل الاعلام المباشرة وغير المباشرة عن طريق الحوارات واللقاء والمؤثرات الصوتية، ولاسيم ان برامجها ترضي جميع الاذواق، ومختلف المستويات الثقافية،

كما انها تتيح للنشأة خبرات غنية حية. فالراديو يصف باناه من الوسائل الساخنة التي تتجج في استثارة المستمع وتفاعله مع المادة أو الشخصية المذاعة.

يظهر التلفزيون الاحداث والواقع بشكل مشاهد، وبكل ما تضمنه من مؤثرات صوتية. فهو لديه إمكانيات فعالة ومؤثرة في توعية اكبر عدد من المشاهدين بحقائق وأبعاد كثيرة من المشكلات الموجودة في المجتمع. إذ أكد علماء الاجتماع وعلماء النفس الاجتماعي على ان التلفزيون يلعب دورا مهما أساسيا في التنشئة الاجتماعية، وتغيير السلوك الاجتماعي، لانه يرتبط بالحياة البيئية، فيكسب المشاهد المواقف، والقيم، والتقاليد والمعايير الاجتماعية. ثم ان عملية اكتساب المواقف والمهارات عملية مستمرة، وهي إلى حد بعيد غير ارادية وتضم كلا من الإحساس الباطني والأدراك الذهني، كما يشغل التعلم عن طريق مطابقة النفس والتقليد، ومن هذا الطريق يكتسب المشاهد مبادئ وقيم وسلوكيات جديدة (٣١).

ويعد التلفزيون جهاز "اجتماعي" وذلك لان المشاهدة الجماعية ممكنة في حالة التلفزيون اكثر من بقية الوسائل. وتتميز المشاهدة الجماعية بإتاحتها فرص أوسع للحوار والتعليق والنقاش في اثناء المشاهدة إذ يتمكن المشاهدون من الفهم المشترك للحدث، ومن تكوين الرأي الموحد حول الموضوع عن طريق تلك المشاهدة.

كما يقدم التلفزيون رؤية للعالم يطلق عليها "عالم التلفزيون" وقد أصبح هذا التصوير التلفاز للواقع مسيطرا على محصلة وعي الافراد الى الحد الذي دعا "اوستن راي" الى التساؤل عما اذا كان هنالك حق واقع خارج مدارك البشر المحدودة والناقصة (٣٢).

ويستطيع التلفزيون عن طريق برامجه المختلفة ان يسهم في زيادة الاحتكاك الجماهيري أي بين الأشخاص، سواء الأصدقاء أو الأقارب. فضلا عن أنه يزيد من التعاون والترابط الاسري والتقليل من النزعات بين أفراد الأسرة عن طريق عملية المشاهدة الجماعية أمام التلفاز وهذه وظيفة اجتماعية يؤديها التلفزيون.

لذلك فإن الرسائل التي ينقلها التلفزيون تقوم بدوراً مهماً في تشكيل وعي الافراد اتجاه العديد من القضايا والموضوعات الاجتماعية، والثقافية، والسياسية وغيرها من شتى جوانب الحياة وعن طريق ما تقدم يظهر لنا الدور الكبير لوسائل الاتصال في تكوين وتعزيز الوعي الاجتماعي للشباب، إذ إنّ المتابعة المستمرة للصحف والمشاهدة المتواصلة للقنوات الفضائية تعزز الوعي والفهم لدى الشباب وتزودهم بالمعلومات التي تفيدهم في حياتهم، فضلا عن كونها مصدرا مهما من مصادر التوجيه في اي مجتمع من المجتمعات، ويكون التلفزيون عادة ذا تأثير كبير في جمهور المتلقين للمضامين المتنوعة بحسب اهتماماتهم وتوجهاتهم ومستوياتهم الفكرية والاكاديمية والاجتماعية، وهذا يؤكد مدى اهمية التلفزيون

بالإسهام في تشكيل وبناء المجتمعات سواء على مستوى الأشخاص أم القضايا، أم على مستوى السلوك والقيم، لذا يُعدُّ التلفزيون مصدرا أساسيا للمعلومة يبني عليه الفرد مواقفه واتجاهاته(٣٣).

نتائج البحث الميدانية :

مقدمة :

يتناول هذا المبحث نتائج البحث الميدانية والتي تم إجراؤها على (٤٠٠) مبحوث من الذين يتعرضون لوسائل الاعلام والتي أجريت للمدة من ١/١٢/٢٠٢٣ ولغاية ٣١/١٢/٢٠٢٣، وكانت النتائج كالاتي :

توصيف عينة البحث طبقا لمتغيراتهم الديموغرافية .

جدول (١) توصيف عينة الدراسة طبقا لمتغيراتهم الديموغرافية.

التغيرات	الفئات	التكرار	النسبة المئوية
النوع	ذكر	٢٢٦	%٥٦,٥
	أنثى	١٧٤	%٤٣,٥
الفئة العمرية	٢١ - ١٨	١١٢	%٢٨
	٢٥ - ٢٢	١٨١	%٤٥,٢٥
	٢٩-٢٦	١٠٧	%٢٦,٧٥
المستوى التعليمي	متوسط	٧٦	%١٩
	جامعي	٢٩٦	%٧٤,٠
	دراسات عليا	٢٨	%٧,٠
الوظيفة	طالب	١٦٧	%٤١,٧٥
	موظف	١٣٩	%٣٤,٧٥
	أعمال حرة	٩٤	%٢٣,٥
المستوى الاقتصادي والاجتماعي	مرتفع	٥١	%١٢,٧٥
	متوسط	٢٨٨	%٧٢,٠
	منخفض	٦١	%١٥,٢٥

تشير بيانات الجدول إلى أن نسبة الذكور من المجموع الكلي للعينة بلغ ٥٦,٥% ونسبة الإناث ٤٣,٥% وأن نسبة المبحوثين الذين كانت أعمارهم ١٨-٢١ سنة بلغت ٢٨,٠% ونسبة الفئة العمرية ٢٢-٢٥ سنة ٤٥,٢٥% ونسبة الفئة العمرية ٢٦-٢٩ كانت ٢٦,٧٥% .

ونسبة من كان مستواهم التعليمي متوسط ١٩% ونسبة جامعي ٧٤,٠% ونسبة دراسات عليا ٧,٠% ونسبة من كانت مهنتهم موظف حكومي ٣٤,٧٥% ونسبة أعمال حرة ٢٣,٥% ونسبة طالب ٤١,٧٥% ونسبة من كان مستواهم الاقتصادي مرتفع بلغت ١٢,٧٥% ومتوسط ٧٢,٠% ومنخفض ١٥,٢٥% .

اسباب تعرض المبحوثين لوسائل الاعلام

جدول (٢) يبين اسباب تعرض عينة البحث لوسائل الاعلام

اسباب التعرض للوسائل	التكرارات	%
متابعة الاحداث العالمية	١٦	٤,٠٠
المعرفة الدينية	٣	٠,٧٥
متابعة البرامج الرياضية	٩٤	٢٣,٥٠
التسلية والترفيه	٧٣	١٨,٢٥
التثقيف	١٣٢	٣٣,٠٠
مشاهدة الافلام والمسلسلات	٨٢	٢٠,٥٠
المجموع	٤٠٠	١٠٠%

تشير بيانات الجدول الى ان (١٣٢) مبحوثا وبنسبة (٣٣,٠٠%) أكدوا ان من اسباب تعرضهم لوسائل الاتصال بهدف التثقيف، في حين اكد (٩٤) مبحوثا وبنسبة (٢٣,٥٠%) أنهم يتعرضون لها بهدف متابعة البرامج الرياضية ، أما مشاهدة الافلام والمسلسلات فقد جاءت نسبتها (٢٠,٥٠%)، فيما كانت نسبة التعرض لغرض التسلية والترفيه (١٨,٢٥%)، في حين ان متابعة الاحداث العالمية جاءت بنسبة (٤,٠٠%)، واخيرا للمعرفة الدينية فقد أخذت نسبة (٠,٧٥%) من نسبة المبحوثين الذين يتعرضون لها .

الأمر الذي يشير الى ان غالبية المبحوثين يتعرضون لوسائل الاتصال ويشاهدون برامجها المتنوعة للتثقيف عن طريقها، وذلك أن اغلب المبحوثين لديهم اهتمامات ثقافية متنوعة يحاولون عن طريق برامج الوسيلة ان ينمون قدراتهم ويحاولون تطويرها .

مدى تعزيز وسائل الاعلام للشعور بالمسؤولية لدى المبحوثين أتجاه واجباتهم

جدول (٣) يبين مدى تعزيز وسائل الاعلام للشعور بالمسؤولية لدى المبحوثين اتجاه واجباتهم

مدى التعزيز	التكرارات	%
نعم	٣٢٦	٨١,٥٠
كلا	٧٤	١٨,٥٠
المجموع	٤٠٠	%١٠٠

تشير بيانات الجدول الى ان (٣٢٦) مبحوثا وبنسبة (٨١,٥٠%) أكدوا على ان وسائل الاتصال قد عززت شعورهم بالمسؤولية تجاه واجباتهم ، بينما يرى (٧٤) مبحوثا وبنسبة (١٣,٢%) أن وسائل الاعلام لم تعزز لديهم ذلك الشعور.

مدى مشاركة المبحوثين في مساعدة الآخرين عن طريق متابعتهم البرامج الانسانية والخيرية في وسائل الاعلام جدول (٤) يبين مدى مشاركة المبحوثين في مساعدة الآخرين عن طريق متابعتهم البرامج الانسانية والخيرية في وسائل الاعلام

مدى المساعدة	التكرارات	%
نعم	٣٧١	٩٢,٧٥
لا	٢٩	٧,٢٥
المجموع	٤٠٠	%١٠٠

تشير بيانات الجدول الى ان (٣٧١) مبحوثا وبنسبة (٩٢,٧٥%) دفعتهم البرامج الانسانية والخيرية في وسائل الاعلام إلى مساعدة الآخرين، بينما كان (٢٩) مبحوثا وبنسبة (٧,٢٥%) ممن لم تدفعهم البرامج الانسانية إلى مساعدة الآخرين، وهي نسبة ضعيفة جداً.

الأمر الذي يشير الى أهمية وتأثير البرامج الانسانية والخيرية التي تبثها وسائل الاتصال للشباب، إذ دفعتهم الى مساعدة الآخرين، وهذا يدل على مدى تأثير تلك الوسائل في اتجاهاتهم وافكارهم والذي يؤدي إلى تعميق وعيهم الاجتماعي.

مدى ابتعاد المبحوثين عن ممارسة التقاليد والعادات الخاطئة عن طريق مساعدة وسائل الاعلام لهم

جدول (٥) يبين رأي أفراد العينة في ابتعادهم عن ممارسة التقاليد والعادات الخاطئة عن طريق مساعدة وسائل الاعلام لهم.

مدى الابتعاد	التكرارات	%
نعم	٢٤٣	٦٠,٧٥
لا	١٥٧	٣٩,٢٥
المجموع	٤٠٠	%١٠٠

تشير بيانات الجدول الى ان ٢٤٣ مبحوثا وبنسبة (٦٠,٧٥%) من عينة الدراسة تؤكد على ان وسائل الاعلام ساعدتهم في الابتعاد عن ممارسة التقاليد والعادات الخاطئة في المجتمع، بينما أجاب ١٥٧ مبحوثا وبنسبة (٣٩,٢٥%) من حجم العينة إلى ان وسائل الاعلام لم تساعدهم، وهي النسبة الأقل.

الأمر الذي يشير الى أن غالبية المبحوثين تؤثر فيهم وسائل الاعلام إذ ساعدتهم على الابتعاد عن ممارسة العادات والتقاليد الخاطئة في مجتمعهم ورفضها، مما يؤكد دور تلك الوسائل في اتجاهاتهم ومحاولة التأثير فيها.

مدى معرفة المبحوثين بالقوانين والأنظمة عن طريق وسائل الاعلام

جدول (٦) يبين رأي أفراد العينة بمدى معرفتهم بالقوانين والأنظمة عن طريق وسائل الاعلام

معرفة القوانين والانظمة	التكرارات	%
نعم	٢٨٣	٧٠,٧٥
لا	١١٧	٢٩,٢٥
المجموع	٤٠٠	%١٠٠

تشير نتائج البحث الى ان أغلب أفراد العينة المبحوثة وبعدهد (٢٨٣) مبحوثا أنهم تعرفوا عن طريق وسائل الاعلام على القوانين والانظمة السائدة في البلد وبنسبة (٧٠,٧٥%)، بينما أجاب (١١٧) مبحوثا بأن وسائل الاتصال لم تقم بهذا الدور وبنسبة (٢٩,٢٥%).

مدى اسهام وسائل الاعلام في زيادة قدرات المبحوثين المعرفية

جدول (٧) يبين مدى اسهام وسائل الاعلام في زيادة قدرات المبحوثين المعرفية

زيادة القدرات المعرفية	التكرارات	%
نعم	٣٥٦	٨٩,٠٠
لا	٤٤	١١,٠٠
المجموع	٤٠٠	%١٠٠

تشير بيانات الجدول الى ان اغلب افراد العينة المبحوثة ويعدد (٣٥٦) مبحوثا وبنسبة (٨٩,٠٠%) اكدوا ان وسائل الاعلام قد نمت لديهم القدرات المعرفية عن طريق ما تقدمه من معلومات وما تبثه في برامجها وهي نسبة كبيرة مقارنة بعدد الآخرين ٤٤ مبحوثا وبنسبة (١١,٠٠%) الذين اكدوا على أنها لم تنمي لديهم القدرات المعرفية وهي نسبة ضئيلة.

مدى أبداء المبحوثين رأيهم بحرية المشاركة في العملية السياسية عن طريق وسائل الاعلام

جدول (٨) يبين مدى أبداء المبحوثين رأيهم بحرية المشاركة في العملية السياسية عن طريق وسائل الاعلام

حرية أبداء الرأي للمبحوثين	التكرارات	%
نعم	٢٧٤	٦٨,٥٠
كلا	١٢٦	٣١,٥٠
المجموع	٤٠٠	%١٠٠

تشير بيانات الجدول الى ان أغلب أفراد عينة البحث ويعدد (٢٧٤) مبحوثا وبنسبة (٦٥%) أجابوا بأنهم يشاركون بحرية في أبداء رأيهم في العملية السياسية، في حين أجاب (١٢٦) مبحوثا وبنسبة (٣٥%) أنهم لم يكن لديهم اي مشاركة في العملية السياسية عن طريق وسائل الاعلام.

الأمر الذي يشير الى أن أفراد العينة المبحوثة يتبادلون آراءهم بحرية بشأن العملية السياسية عن طريق وسائل الاتصال التي توضح لهم أهمية المشاركة في اختيار الاصلح للسلطة ولمعرفة مصالح مجتمعهم، مما يدل على دور تلك الوسائل وأهميتها في تشكيل الوعي السياسي لديهم وهو شكل من أشكال الوعي الاجتماعي.

المؤسسات التي ساهمت في تشكيل الوعي الاجتماعي

جدول (٩) يبين المؤسسات التي ساهمت في تشكيل الوعي الاجتماعي

المؤسسات	التكرارات	%
الأسرة	١١٦	٢٩,٠٠
المؤسسات التعليمية	١٦٨	٤٢,٠٠
المراكز الثقافية	٨٦	٢١,٥٠
منظمات المجتمع المدني	١٩	٤,٧٥
المؤسسات الدينية	١١	٢,٧٥
المجموع	٤٠٠	%١٠٠

تشير نتائج البحث الى ان أغلب أفراد عينة البحث قد أكدوا على أن المؤسسات التعليمية تحتل المرتبة الاولى بين المؤسسات الاخرى المساهمة في نشر الوعي، وبعدد (١٦٨)مبحوثا وبنسبة (٤٢,٠٠%)، بينما الأسرة جاءت في المرتبة الثانية وبعدد (١١٦) مبحوثا وبنسبة (٢٩,٠٠%)، أما المرتبة الثالثة فهي المراكز الثقافية وبعدد (٨٦)مبحوثا وبنسبة (٢١,٥٠%)، بينما جاءت منظمات المجتمع المدني في المرتبة الرابعة وبعدد (١٩) مبحوثا وبنسبة (٤,٧٥%) ، وأخيراً المؤسسات الدينية التي جاءت في المرتبة الاخيرة وبعدد (١١) مبحوثا وبنسبة (٢,٧٥%).

أهداف استعمال أفراد العينة للأنترنت

جدول (١٠) يبين أهداف استعمال أفراد العينة للأنترنت

هدف الاستعمال	التكرارات	%
هدف اجتماعي	١٣٣	٣٣,٢٥
هدف تجاري	٦٩	١٧,٢٥
هدف ثقافي	١٨٤	٤٦,٠٠
دوافع اخرى	١٤	٣,٥٠
المجموع	٤٠٠	%١٠٠

تشير بيانات الجدول إلى ان عدد أفراد العينة الذين يستعملون الأنترنت لهدف ثقافي (١٨٤) فردا وبنسبة (٤٦,٠٠%) ، بينما أكد (١٣٣) مبحوثا وبنسبة (٣٣,٢٥%) انهم يستعملون الأنترنت لهدف اجتماعي، في حين أكد (٦٩) مبحوثا وبنسبة (١٧,٢٥%) بانهم يستعملونه لهدف تجاري، واخيراً أجاب (١٤) مبحوثا وبنسبة (٣,٥٠%) يستعملون الأنترنت لدوافع أخرى.

الأمر الذي يشير الى أن أغلب المبحوثين يستعملونه لهدف ثقافي أي في التواصل مع بعضهم أو مع الآخرين أو منهم من يستعملونه لهدف التثقيف أي يحاولون عن طريقه تعلم ثقافة جديدة ومحاولة تطوير أنفسهم، وهك من يستعمله في العمل أو لأغراض أخرى لم يحددها.

الوقت الذي يقضيه أفراد العينة في استعمال الأنترنت

جدول (١١) يبين الوقت الذي يقضيه أفراد العينة في استعمال الأنترنت

الوقت على الأنترنت	التكرارات	%
أقل من ساعة واحدة	٢٧	٦,٧٥
ساعة واحدة - ساعتان	١٢١	٣٠,٢٥
أكثر من ثلاث ساعات	٢٥٢	٦٣,٠٠
المجموع	٤٠٠	%١٠٠

تشير بيانات الجدول الى ان أغلب أفراد العينة تستعمل وسيلة الانترنت أكثر من ثلاث ساعات يوميا، وجاءوا بعدد (٢٥٢) مبحوثا وبنسبة (٦٣,٠٠%)، اما من يقضون من ساعة الى ساعتان في استعمال الانترنت يوميا فقد كانوا بعدد (١٢١) مبحوثا وبنسبة (٣٠,٢٥%)، والذين يقضون أقل من ساعة أمام الانترنت كان عددهم (٢٧) مبحوثا وبنسبة (٦,٧٥%) الأمر الذي يشير الى ان أكثر من نصف حجم العينة يستعملون الانترنت أكثر من ثلاث ساعات في اليوم، وهذا يدل لنا على مدى تأثير المبحوثين بوسيلة الاتصال الحديثة (الانترنت) التي باتت تأخذ من وقتهم ساعتان أو أكثر من ثلاث ساعات يوميا إذ كلما تزداد مدة تعرضهم الى الوسيلة كلما زاد من أهمية ودور تلك الوسيلة في التأثير في وعيهم. المواقع الالكترونية التي يتصفحها أفراد عينة البحث

جدول (١٢) يبين الموقع الالكتروني التي يتصفحها أفراد عينة البحث

المواقع الالكترونية	التكرارات	%
فيس بوك	٤٠٠	١٠٠,٠٠
يوتيوب	٣٥٦	٨٩,٠٠
تويتر	٣١١	٧٧,٧٥
انستغرام	٢٠٧	٥١,٧٥
مواقع أخرى	٩٧	٢٤,٢٥

٤٠٠ = ن

ملاحظة أتيح للمبحوثين اختيار أكثر من بديل

تشير بيانات الجدول ان مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك، تويتر، يوتيوب) هي أكثر المواقع التي تتصفحها عينة الدراسة، إذ جاء الفيسبوك في المرتبة الأولى بنسبة (١٠٠,٠٠%)، بينما جاء يوتيوب في المرتبة الثانية بنسبة (٨٩,٠٠%)، اما تويتر جاء في المرتبة الثالثة وبنسبة (٧٧,٧٥%)، اما الانستغرام جاء في المرتبة الأخيرة وبنسبة (٥١,٧٥%)، بينما المواقع الأخرى التي تتصفحها عينة الدراسة بنسبة (٢٤,٢٥%).

الأمر الذي يشير الى ان معظم أفراد عينة الدراسة يتصفحون موقع الفيس بوك أكثر من بقية مواقع التواصل الأخرى، إذ يُعدّ ذلك الموقع من أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تتيح لهم تبادل الافكار والحوار، وفتح خطوط تواصل مستمرة مع الأسرة والاصدقاء، فضلا عن توفير امكانية ارسال رسائل مجانية وصور ومقاطع فيديو وغيرها من الخصائص التي تجعلهم يستعملونه اكثر من بقية المواقع.

هذا إلى جانب خدمة (ماسنجر) المتخصصة بالرسائل التي تكون على القسم الأكبر من مستعملي تطبيقات الدردشة، وهذا يعكس قوة ونجاح ذلك الموقع كخدمة أساسية للتواصل الاجتماعي.

اسباب استعمال عينة البحث لمواقع التواصل الاجتماعي

جدول (١٣) يبين اسباب استعمال عينة البحث لمواقع التواصل الاجتماعي

اسباب الاستعمال	التكرارات	%
للترفيه والتسلية	٤٠٠	١٠٠,٠٠
للتعارف	٣٧١	٩٢,٧٥
للمشورة	٢١٣	٥٣,٢٥
لنشر الافكار	٣٠٩	٧٧,٢٥
أخرى تذكر	٦٤	١٦,٠٠

ن=٤٠٠

ملاحظة أتيح للمبحوثين اختيار أكثر من بديل

تشير بيانات الجدول ان افراد عينة البحث تستعمل مواقع التواصل الاجتماعي لغرض التسلية والترفيه بنسبة (١٠٠,٠٠%)، ومنهم من يستعمله للتعارف بنسبة (٩٢,٧٥%)، ولنشر الأفكار بنسبة (٧٧,٢٥%)، وللشورة بنسبة (٥٣,٢٥%)، واخيرا استعماله لأسباب أخرى بنسبة (١٦,٠٠%).

مدى استغناء عينة البحث عن استعمال وسيلة التواصل

جدول (١٤) يبين مدى استغناء عينة البحث عن استعمال وسيلة التواصل

مدى الاستغناء	التكرارات	%
نعم	٤١	١٠,٢٥
لا	٣٥٩	٨٩,٧٥
المجموع	٤٠٠	%١٠٠

تشير بيانات الجدول ان أغلب افراد عينة البحث لا يستطيعون الاستغناء عن استعمالهم لوسيلة التواصل التي يتواصلون معها، إذ أجاب (٣٥٩) مبحوثاً وبنسبة (٨٩,٧٥%)، في حين أجاب (٤١) مبحوثاً وبنسبة (١٠,٢٥%) يمكنهم الاستغناء عنها.

الأمر الذي يشير الى ان أغلب أفراد عينة البحث لا يمكنهم الاستغناء عن وسيلة التواصل التي يتواصلون معها، إذ لا يمكن لهم الاستغناء عن تلك الوسيلة لانهم يحتاجونها لمعرفة اخبار بعضهم والاطمئنان على بعضهم البعض فاصبح

الشباب احد مدمنيها ولا يستطيع الغائها أو أزلتها من جهازه مهما كانت عواقب الأمر، فهو يعدّها جزءاً أساسياً في حياته، إذ يقضي العديد منهم مدداً طويلة باستعمال وسيلة التواصل في مناقشة أمور تخص الدراسة أو فيما يخص أمور أخرى، فهي بالغة الأهمية في التحصيل العلمي والتواصل بينهم.

أسباب عدم الاستغناء عن استعمال وسيلة التواصل لعينة البحث

الجدول (١٥) يبين أسباب عدم الاستغناء عن استعمال وسيلة التواصل لعينة البحث

أسباب عدم الاستغناء	التكرارات	%
لأنه يديم اتصالك مع الأصدقاء	٢٥٦	٧١,٣١
لأنه يديم متابعته للبرامج التي يهتم بها	١٠٣	٢٨,٦٩
المجموع	٣٥٩	%١٠٠

تشير بيانات الجدول الى أن (٢٥٦) مبحوثاً وبنسبة (٧١,٣١%) من افراد عينة البحث أكدوا ان من اسباب عدم الاستغناء عن وسيلة التواصل لأنها تديم اتصاله مع الاصدقاء ، بينما أجاب (١٠٣) مبحوثاً وبنسبة (٢٨,٦٩) بعدم الاستغناء عنها لأنها تديم متابعته للبرامج التي يهتم بها.

الأمر الذي يشير الى ان أغلب افراد عينة البحث أجابوا ان من أسباب عدم الاستغناء عن وسيلة التواصل لأنها تديم اتصالهم مع الاصدقاء، وذلك تلك الوسيلة عززت أوامر العلاقات مع الاصدقاء والاقارب ومكنهم من الاتصال مع بعضهم صوت وصورة وبشكل مسير وسهل ومن ثم جعلتهم لا يشعرون بفرق المسافات فيما بينهم. حين جعلت الافراد على تواصل دائم لا ينقطع.

أهمية وسائل التواصل الاجتماعي :

جدول (١٦) يوضح رأي عينة البحث بأهمية وسائل التواصل الاجتماعي

الأهمية	التكرارات	%
أهميتها كبيرة	١٤٨	٣٧,٠٠
أهميتها متوسطة	٢٤٩	٦٢,٢٥
أهميتها ضعيفة	٣	٠,٧٥
المجموع	٤٠٠	%١٠٠

تشير بيانات الجدول ان (٢٤٩) من أفراد عينة البحث وبنسبة (٦٢,٢٥%) أجابوا بان اهمية وسيلة التواصل التي يتواصل معها متوسطة ، بينما أجاب(١٤٨) مبحوثا وبنسبة (٣٧,٠٠%) بأن أهميتها كبيرة بالنسبة لهم ، اما أهميتها ضعيفة جاءت بنسبة (٠,٧٥%).

الأمر الذي يشير الى ان اغلب افراد عينة البحث ترى ان اهمية وسائل التواصل الاجتماعي متوسطة جيدة ولا تقل عن نسبة المبحوثين الذين يرون بان اهميتها كبيرة بالنسبة لهم، إذ تكمن اهميتها بانها جزء مهم للغاية في حياتهم اليومية، فاصبح الشباب بإمكانهم نقل وتبادل المعلومات فيما بينهم، كما تتيح لهم فرصة التحدث عن طريق رسائلها القصيرة والطويلة الى جانب التحدث عن طريقها بالصورة والصوت، وتنمية المهارات والأفكار الابداعية لديهم. كما انها تجمع بين اعداد كبيرة من الشباب، وذلك بإنشاء مجموعات يتم فيها مناقشة قضايا عديدة.

أهم البرامج الفضائية التي يتابع من خلالها المبحوثين القضايا التي تخصهم

جدول (١٧) يبين أهم البرامج الفضائية التي يتابع من خلالها المبحوثين القضايا التي تخصهم

البرامج التي تقدم القضايا التي تهتم الشباب	التكرارات	%
البرامج السياسية	٣٩	٩,٧٥
البرامج الرياضية	١١٣	٢٨,٢٥
البرامج الثقافية	١٢٨	٣٢,٠٠
البرامج الترفيهية	١٠٦	٢٦,٥٠
البرامج الدينية	١٤	٣,٥٠
المجموع	٤٠٠	%١٠٠

تشير نتائج الجدول الى ان(١٢٨) مبحوثا من افراد عينة البحث وبنسبة (٣٢,٠٠%) تفضل مشاهدة البرامج الثقافية ، تليها البرامج الرياضية بعدد(١١٣) مبحوثا وبنسبة (٢٨,٢٥%)، ثم تأتي البرامج الترفيهية بعدد(١٠٦) مبحوثا وبنسبة (٢٦,٥٠%)، وفي حين جاء تفضيل عينة البحث للبرامج السياسية، بعدد(٣٩) مبحوثا وبنسبة (٩,٧٥%)، فيما احتلت البرامج الدينية المرتبة الاخيرة بأقل نسبة مشاهدة من قبل عينة البحث وبعدهد(١٤) مبحوثا وبنسبة (٣,٥٠%).

الأمر الذي يشير الى ان أغلب افراد العينة تفضل مشاهدة البرامج الثقافية، وذلك يرجع الى ان بعض الشباب من الذكور والاناث لديهم اهتمامات ثقافية معينة يحاولون عن طريقها زيادة الوعي العلمي والثقافي لديهم، فهذه البرامج ترمي إلى تزويد المشاهد بالمعلومات والمعارف والعلوم في شتى مجالات الحياة، وتسهم في تكوين المواقف الفكرية المطلوبة لفهم طبيعة المجتمع والتلاؤم معه، فالنتقيف يرمي الى تثقيف الأذهان وشحذ تلك الكفاءات الموجودة، وتنمية الذوق وتهذيبه،

ويمكن هؤلاء الشباب على مدى العمر من المحافظة على مقدرة واستيعاب كل ما ينمي طاقاتهم ويوسع افاقهم وتطلعاتهم الى الخير والجمال، فهي تعرض لهم الاشرطة العلمية والافلام الوثائقية التي ترمي إلى رفع وعيهم الاجتماعي.

مدة تعرض عينة البحث لبرامج الفضائيات التي تقدم القضايا التي تهمهم يوميا

جدول (١٨) يبين مدة تعرض عينة البحث لبرامج الفضائيات التي تقدم القضايا التي تهمهم يوميا

عدد ساعات التعرض	التكرارات	%
أقل من ساعة واحدة	١٦٤	٤١,٠٠
ساعتان	٢٢٣	٥٥,٧٥
أكثر من ثلاث ساعات	١٣	٣,٢٥
المجموع	٤٠٠	%١٠٠

تشير بيانات الجدول الى المدة التي يتابع خلالها أفراد العينة برامج الفضائيات يوميا، إذ أشار (٢٢٣) مبحوث ونسبة (٥٥,٧٥%) من عينة البحث بأنهم يقضون ساعتين يوميا لمتابعة البرامج، اما من يقضون أقل من ساعة واحدة في متابعة البرامج التي تهمهم على الفضائيات فجاءوا بعدد (١٦٤) ونسبة (٤١,٠٠%)، وبلغت نسبة الذين يقضون أكثر من ثلاث ساعات يوميا في متابعة البرامج بعدد (١٣) مبحوثا ونسبة (٣,٢٥%).

الأمر الذي يشير الى ان أغلب أفراد عينة البحث تتابع برامج الفضائيات لمدة ساعتين أو أقل من ساعة يوميا، ونسبة قليلة من أفراد العينة تتابع البرامج لأكثر من ثلاث ساعات، ذلك ان وسائل الاتصال الحديثة (الأنترنت) ومواقع التواصل الاجتماعي هي التي أخذت معظم الوقت لمتابعتها نتيجة لقبولها من قبل الشباب وكونها الأكثر جذبا لهم .

مدى فائدة المبحوثين من مضمون البرامج التي تقدم القضايا التي يهتمون بها

الجدول رقم (١٩) يبين مدى فائدة المبحوثين من مضمون البرامج التي تقدم القضايا التي يهتمون بها

مدى الافادة	التكرارات	%
أفدت منها الى حد كبير	٤٨	١٢,٠٠
أفدت منها الى حد متوسط	٣٤٣	٨٥,٧٥
أفدت منها الى حد ضعيف	٩	٢,٢٥
المجموع	٤٠٠	%١٠٠

تشير بيانات الجدول الى ان افراد عينة البحث قد أقرروا انهم أفادوا الى حد متوسط من مضمون البرامج إذ أجاب (٣٤٣) مبحوثا وبنسبة (٨٥,٧٥%)، بينما أكد (٤٨) مبحوثا وبنسبة (٧,٥%) عن استفادتهم الى حد كبير من مضمون البرامج وفي اخر الامر كانت نسبة المبحوثين الذين استفادوا الى الحد الضعيف (٩) مبحوثين وبنسبة (٢,٢٥%) . الأمر الذي يشير الى ان أغلب افراد عينة البحث افاد الى حد متوسط من برامج الفضائيات التي تقدم لهم قضايا تخصهم، إذ افاد الشباب من تلك البرامج في الحصول على معلومات مفيدة عن دول العالم في مختلف القارات، فهي تسهم في تطوير التبادل العلمي والثقافي للأفراد، هذا الى جانب أنها أكثر جذبا واغراء للجماهير كافة وذلك لجمعها الصوت والصورة، والضوء، واللون، والحركة، إذ ساهمت تلك الفضائيات في تكوين الحياة في شتى ابعادها السياسية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية هذا لما لها من قدرة في التأثير في اتجاهات الشباب فهي تستطيع تفسيرها أو تعديلها. مدى اسهام وسائل الاعلام في نقل تراث المجتمع

جدول (٢٠) يبين مدى اسهام وسائل الاعلام في نقل تراث المجتمع

مدى الاسهام في نقل التراث	التكرارات	%
نعم	٣٨١	٩٥,٢٥
كلا	١٩	٤,٧٥
المجموع	٤٠٠	%١٠٠

تشير بيانات الجدول الى ان (٣٨١) مبحوثا وبنسبة (٩٥,٢٥%) من عينة البحث اكدوا ان وسائل الاعلام تسهم في نقل تراث المجتمع ، بينما اكد (١٩) مبحوثا وبنسبة (٤,٧٥%) بانها لا تسهم في نقل تراث المجتمع. الأمر الذي يشير الى ان أغلب افراد العينة ترى بان وسائل الاتصال تسهم في نقل تراث المجتمع، ذلك ان وسائل الاتصال ولاسيما الاذاعة والتلفزيون لها دور في اتجاهات ومسؤوليات اجتماعية تنطلق منها لخدمة المجتمع الذي تنتمي اليه بيئيا وسياسيا واجتماعيا واقتصاديا، ذلك لكونها المرآة العاكسة لوجهة المجتمع حضاريا، فهي مسؤولة عن أي خلل أو اهتزاز في التوازن الحضاري وبشكله العام والخاص، لذا فهذين الجهازين تقع عليهما مسؤولية كبرى في الحفاظ على التراث الثقافي والادبي، والفني والغنائي، والموسيقي خوفا عليه من الضياع أو التحريف. كذلك فان الصحف لها دور في اعداد التقارير والموضوعات الخاصة بالموروث الحضاري واعطاء الاولوية لها في النشر على الصفحات اليومية مع احياء التراث بصورته الحضارية.

مدى مساعدة وسائل الاعلام في زيادة بناء العلاقات الاجتماعية

جدول (٢١) يبين مدى مساعدة وسائل الاعلام في زيادة بناء العلاقات الاجتماعية

مدى المساعدة	التكرارات	%
نعم	٣٧١	٩٢,٧٥
كلا	٢٩	٧,٢٥
المجموع	٤٠٠	%١٠٠

تشير بيانات الجدول ان (٣٧١) مبحوثا وبنسبة (٩٢.٢%) اكدوا ان وسائل الاعلام ساعدت في زيادة بناء العلاقات الاجتماعية ، بينما اكد (٢٩) مبحوثا وبنسبة (٧,٢٥%) لم تساعد في زيادة بناء العلاقات الاجتماعية. الأمر الذي يشير الى ان أغلب الأفراد عينة البحث ترى بان وسائل الاعلام وهنا نقصد وسائل الاتصال الحديثة (الانترنت) قد ساعدت في بناء العلاقات الاجتماعية، وهذا يرجع الى دورها الكبير في اختصار المسافات، وتقريب البعيد حتى اصبح العالم كله عبارة عن قرية صغيرة، مما ادت الى تشكيل وبناء علاقات اجتماعية عن طريق مواقع الانترنت التي أتاحت للشباب اقامت الكثير من العلاقات عن طريقها.

المجال الذي ساعدت فيه وسائل الاعلام في زيادة بناء علاقاتهم الاجتماعية

جدول (٢٢) يبين المجال الذي ساعدت فيه وسائل الاعلام في زيادة بناء علاقاتهم الاجتماعية

مجال العلاقات	التكرارات	%
علاقاتك في الاسرة	٢٦	٦,٨٢
علاقات جديدة في حاجة اليها	٢١٣	٥٥,٩١
علاقات في الدراسة	١٣١	٣٤,٣٨
علاقات في العمل	١١	٢,٨٩
المجموع	٣٨١	%١٠٠

تشير بيانات الجدول ان عينة البحث تؤكد على ان وسائل الاعلام أسهمت في بناء علاقات جديدة هم في حاجة إليها، وبعده (٢١٣) مبحوثا وبنسبة (٥٥,٩١%)، بينما أكد (١٣١) مبحوثا وبنسبة (٣٤.٧%) ان وسائل الاتصال ساعدتهم في بناء علاقات في مجال الدراسة ، و اشار (٢٦) مبحوثا وبنسبة (٦,٨٢%) أنها ساعدتهم في بناء علاقات في مجال الأسرة، واخيراً أكد (١١) مبحوثا وبنسبة (٢,٨٩%) انها ساعدتهم في بناء علاقات في العمل. اما (١٩) مبحوثا لم يظهروا في نتائج الجدول لأنهم اجابوا بان وسائل الاتصال لم تساعدهم في زيادة بناء العلاقات الاجتماعية.

الأمر الذي يشير الى ان أغلب افراد عينة البحث تؤكد على ان وسائل الاتصال ساعدتهم في بناء علاقات جديدة في حاجة اليها. وهذا يعود الى وسائل الاتصال الحديثة (الانترنت) ومواقع التواصل الاجتماعي التي أصبح لبعض الشباب

عن طريقها العديد من العلاقات الجديدة التي لا غنى عنها في الحياة العادية. فالشباب او الفتاة يكون بحاجة الى تفرغ الشحن العاطفية فينجرفون الى تلك الوسائل للبحث عن العلاقات التي تشبع رغباتهم العاطفية. مدى تأثير وسائل الاعلام على سلوك المبحوثين في المجتمع

جدول (٢٣) يبين مدى تأثير وسائل الاعلام على سلوك المبحوثين في المجتمع

التأثير في السوك	التكرارات	%
تأثير ايجابي	١٥١	٣٧,٧٥
تأثير سلبي	٧٤	١٨,٥٠
لا تأثير	١٧٥	٤٣,٧٥
المجموع	٤٠٠	%١٠٠

تشير بيانات الجدول الى ان (١٧٥) مبحوثا وبنسبة (٤٣,٧٥%) من افراد عينة البحث تؤكد على ان وسائل الاعلام لا تأثير لها على سلوكهم في المجتمع، بينما اكد (١٥١) مبحوثا وبنسبة (٣٧,٧٥%) بان لوسائل الاعلام تأثير ايجابي على سلوكهم ، فيما اكد (٧٤) مبحوثا وبنسبة (١٨,٥٠%) بان لوسائل الاتصال تأثير سلبي في سلوكهم. الأمر الذي يشير الى ان اغلب افراد عينة البحث تؤكد على ان وسائل الاعلام ليس لها لا اي تأثير في سلوكياتهم في المجتمع، وذلك يعود الى طبيعة البيئة التي يعيشون فيها ومستوياتهم العلمية والثقافية ودرجة الوعي لديهم، لذا نجد بعضهم يحرصون من جهة استعمالهم لوسائل الاتصال ولاسيما الحديثة منها لكي يكونوا قادرين على ضبط سلوكهم واخلاقهم في المجتمع.

مدى تأثير وسائل الاعلام على العلاقات الأسرية

جدول (٢٤) يبين مدى تأثير وسائل الاعلام على العلاقات الأسرية

التأثير في العلاقات الأسرية	التكرارات	%
تعزير العلاقات الأسرية	٦٢	١٥,٥٠
أضعاف العلاقات الأسرية	٢٣١	٥٧,٧٥
ليس لها اي تأثير	١٠٧	٢٦,٧٥
المجموع	٤٠٠	%١٠٠

تشير بيانات الجدول ان (٢٣١) من أفراد عينة البحث وبنسبة (٥٧,٧٥%) أكدوا على أن وسائل الاعلام تؤدي الى أضعاف العلاقات الأسرية، بينما أكد (١٠٧) مبحوثا وبنسبة (٢٦,٧٥%) ان وسائل الاتصال ليس لها تأثير على العلاقات الأسرية، وفيما أكد (٦٢) مبحوثا وبنسبة (١٥,٥٠%) أن لها دورا في تعزيز العلاقات الأسرية. الأمر الذي يشير الى أن أكثر من نصف أفراد العينة يؤكدون على أن وسائل الاعلام تضعف العلاقات الاسرية. النتائج والتوصيات :

أولا:

- ١- تعرض المبحوثين لوسائل الاعلام بهدف التثقيف جاء بالمرتبة الأولى وبنسبة (٣٣,٠٠%).
- ٢- ان أغلب أفراد عينة البحث قد أكدوا على أن المؤسسات التعليمية تحتل المرتبة الاولى بين المؤسسات الاخرى المساهمة في نشر الوعي وبنسبة (٤٢,٠٠%).
- ٣- عدد أفراد العينة الذين يستعملون الانترنت لهدف ثقافي جاء بالمرتبة الأولى وبنسبة (٤٦,٠٠%)
- ٤- ان أغلب أفراد العينة تستعمل وسيلة الانترنت أكثر من ثلاث ساعات يوميا، وجاءوا بالمرتبة الأولى وبنسبة (٦٣,٠٠%)
- ٥- مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك، تويتر، يوتيوب) هي أكثر المواقع التي تتصفحها عينة الدراسة، إذ جاء الفيسبوك في المرتبة الأولى بنسبة (١٠٠,٠٠%).
- ٦- تستعمل افراد عينة البحث مواقع التواصل الاجتماعي لغرض التسلية والترفيه بنسبة (١٠٠,٠٠%).
- ٧- تأكيد افراد عينة البحث ان من اسباب عدم الاستغناء عن وسيلة التواصل لأنها تديم اتصالهم مع الاصدقاء وحلوا بالمرتبة الأولى وبنسبة (٧١,٣١%)
- ٨- تشير نتائج البحث الى تفضيل افراد العينة لمشاهدة البرامج الثقافية وجاءوا بالمرتبة الأولى وبنسبة (٣٢,٠٠%) ،
- ٩- أشارت نتائج البحث الى المدة التي يتابع خلالها أفراد العينة المبحوثة برامج الفضائيات يوميا، بأنهم يقضون ساعتين يوميا لمتابعة البرامج، وحلوا بالمرتبة الأولى وبنسبة (٥٥,٧٥%).
- ١٠- تشير بيانات البحث الى ان افراد عينة البحث قد أقرروا انهم أفادوا الى حد متوسط من مضمون البرامج، وجاءوا بالمرتبة الأولى وبنسبة (٨٥,٧٥%).
- ١١- كشفت بيانات البحث الى أن أفراد عينة البحث اكدوا بان وسائل الاعلام تسهم في نقل تراث المجتمع ، وحلوا بالمرتبة الأولى وبنسبة (٩٥,٢٥%).

- ١٢- تشير النتائج الى أن وسائل الاعلام ساعدت في زيادة بناء العلاقات الاجتماعية وبنسبة (٩٢.٢%)
- ١٣- تشير بيانات البحث الى تأكيد أفراد العينة بان وسائل الاعلام أسهمت في بناء علاقات جديدة هم في حاجة إليها، وجاءوا بالمرتبة الأولى وبنسبة (٥٥,٩١%) .
- ١٤- كشفت بيانات البحث الى ان وسائل الاعلام لا تأثير لها على سلوك أفراد عينة البحث في المجتمع ، وحلوا بالمرتبة الأولى وبنسبة (٤٣,٧٥%) .
- ١٥- أشارت بيانات البحث على أجابة أفراد عينة البحث بأن وسائل الاعلام تؤدي الى أضعاف العلاقات الأسرية، وجاءت بالمرتبة الأولى وبنسبة (٥٧,٧٥%) .
- ثانيا: التوصيات:

١. السعي لتخطيط لبرامج توجيهية لإرشاد الشباب ورفع مستوى الوعي لديهم في الأصدءة كافة، عن طريق تقديم برامج ثقافية وتنموية وتوعوية بشأن كل ما يمكن أن يعمل على اضعاف دور وسائل الاعلام واسهامها في زيادة الوعي بين الشباب.
٢. من الضروري اهتمام وسائل الاعلام بتطوير برامجها بما يليبي رغبات الشباب وجعلها أكثر حيوية، وتفعيل دورهم في أعداد وتقديم هذه البرامج لضمان تعزيز متابعتهم لهذه الوسائل.
٣. العمل على تقديم تقنيات فعالة في تنمية الشباب وتنمية مدركاته، وامكاناته، لا أن تكون مجرد التسلية والترفيه فحسب.
٤. من الضروري اهتمام القائمين على وسائل الاعلام الحديثة (الأنترنت) ومواقع التواصل الاجتماعي بالموضوعات التي تعزز الشعور بالمسؤولية الاجتماعية وليس فقط تقديمها عبر برامج التلفزيون نظرا لأن عينة الدراسة تقضي وقتاً أطول في التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي من التعرض لمشاهدة برامج التلفزيون.
٥. التأكيد على التراث الحضاري وعلى ما يزخر به من منجزات ومواقف وشخصيات كان لها دور بارز في الحضارة لتكون ركيزة أساسية في تنمية احساس الشاب بهويته الثقافية.
٦. الحث على تطوير برامج توعوية تكون قادرة على استقطاب الشباب إليها، وتزويدهم بمعلومات وحقائق واقعية، وتوضيح اهم القضايا التي يهتمون بها والتي تشغلهم.
٧. من الضروري اهتمام المؤسسات الصحفية العراقية بتناول موضوعات تخص فئة الشباب .

٨. ضرورة اهتمام الوسائل الاعلامية بإعداد البرامج التي تبتث الأمل، والتفاؤل بالمستقبل لدى الشباب، وذلك بسبب الاحداث والظروف التي يمر بها المجتمع العراقي والتي تفقدهم الامل بمستقبل مزهر.
٩. السعي لخلق ضوابط على مواقع الأنترنت لتفادي الثقافات التي تؤثر سلبا في ثقافة المجتمع العراقي وقيمه.
مصادر البحث وهوامشه :
- ١-قيصر كريم حسن، دور التلفزيون في تشكيل الوعي السياسي لدى الجمهور، دراسة مسحية لعينة من طلبة الجامعات العراقية، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية الاعلام، جامعة بغداد، ٢٠١٢.
- ٢-سارة خليل محسن، الاعلام والوعي الديني، دراسة ميدانية لتأثير قنوات البث الفضائي الدينية في مدينة الديوانية، رسالة ماجستير (غير منشورة)، قسم علم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة القادسية، ٢٠١٣.
- ٣-سهى فاضل "العلاقة بين التعرض للصحف المصرية والوعي بقضية الإرهاب الدولي لدي الشباب الجامعي " المجلة المصرية لبحوث الرأي العام -العدد العشرون، ٢٠٠٣ .
- ٤-وفاء عبد الخالق ثروت "العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام ومستوي معرفة الشباب الجامعي بأحداث الحرب الأنجلو أمريكية علي العراق في إطار نظرية فجوة المعرفة " المجلة المصرية لبحوث الرأي العام - العدد العشرون - يوليو /سبتمبر ٢٠٠٣ .
- ٥-حنان أحمد سليم "التعرض للقنوات الفضائية الأجنبية وعلاقته بالهوية الثقافية لدي الشباب الجامعي " المجلة المصرية لبحوث الإعلام - العدد الخامس والعشرون -يوليو /ديسمبر ٢٠٠٥ .
- ٦-محمد غريب، "دور البرامج الدينية بالقنوات الفضائية العربية في التنقيف الديني لدي طلاب الجامعات " ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد السادس - العدد الثاني - يونيو /ديسمبر ٢٠٠٥ .
- ٧- محمد سيد هلال، دور القنوات الفضائية في أمداد الجاليات العربية في مصر بالمعلومات السياسية، مجلة الفن الاذاعي، العدد١٨٩، ٢٠٠٨ .
- ٨-د. محمد حسين علوان، المنهجية العلمية في البحوث الاعلامية، عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع، ٢٠٢٢، ص٩٥ .
- ٩-عبد الباسط محمد حسن، اصول البحث الاجتماعي، ط ٣، القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٧١، ص ٣٣٥ .
- ١٠-محمد خليل عباس وآخرون، مدخل الى مناهج البحث في التربية وعلم النفس، ط٢، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩، ص٢١٧.

- ١١-وزارة التخطيط والتعاون الإنمائي، الجهاز المركزي للإحصاء وتكنولوجيا المعلومات بغداد، مسح الأحوال المعيشية في العراق ٢٠٠٤. الجزء الأول، بغداد، ٢٠٠٥، ص٦
- ١٢- د. محمد حسين علوان، المصدر السابق، ص٦٣-٦٤
- ١٣-محمد رواس قلعة جي، حامد صادق قنبيبي، معجم لغة الفقهاء عربي - انكليزي - فرنسي، دار النفائس الطباعة والنشر، بيروت، ١٩٩٦، ص٤٧٤.
- ١٤-عاطف عدلي العبد، مدخل الى الاتصال والرأي العام: الاسس النظرية والاسهامات العربية، القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٩٧، ص٩١.
- ١٥-حسن شحاته، زينب النجار، معجم المصطلحات التربوية والنفسية "عربي انكليزي-انكليزي عربي"، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٣، ص١٧.
- ١٦-يوسف مرزوق، مدخل الى الاتصال، الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ١٩٨٨، ص٢٢-٢٣.
- ١٧-دينكن ميشيل، معجم علم الاجتماع، تر: احسان محمد الحسن، بغداد: دار الحرية للطباعة، ١٩٨٠، ص٢٥٣.
- ١٨-حسن احمد سهيل القره غولي و جبار وادي باهض العكلي، سيكولوجية الوعي الذاتي والاقتناع الاجتماعي، بغداد: مكتبة اليمامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٢، ص٢٨.
- ١٩-عبد المحسن بدوي محمد احمد، مستقبل الإعلام الأمني الشرطي في السودان، الخرطوم، دار المستقبل للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣، ص٩.
- ٢٠-جيل فيريول، معجم مصطلحات علم الاجتماع، تر: انسام محمد الاسعد، بيروت: دار ومكتبة الهلال، ٢٠١١، ص٦٢.
- ٢١-احمد زكي بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، بيروت: مكتبة لبنان، ١٩٧٧، ص٤٥٢.
- (*) أسماء المحكمين :
- ١- أ. د جليل وادي، كلية الفنون الجميلة/ جامعة ديالى .
- ٢- أ. د محمد حسين علوان، كلية الآداب / جامعة القادسية.
- ٣- أ. د. طالب عبد المجيد، كلية الأعلام / جامعة بغداد .
- ٤- أ م د .علاء حسين النداوي / كلية اللغات/ جامعة بغداد.
- ٥-أم د. فوزي جواد هادي الهنداوي، كلية اللغات / جامعة بغداد .

- ٢٢- عصام سليمان موسى ، المدخل إلى الاتصال الجماهيري ،الأردن: مطبعة جامعة اليرموك، ٢٠٠٣ . ص ١١ .
- ٢٣-نبيل زكار ، دور الاتصال في التنشئة الاجتماعية ، شبكة الاستراتيجية ، مركز التمييز للمنظمات غير الحكومية، مواد في العلاقات العامة ، العدد ١٦ ، ٢٠٠٣ .
- ٢٤-مجيد حميد عارف ، الانثروبولوجيا الثقافية والاتصال ، بغداد: دار الحكمة ، ١٩٩٩ ، ص ١٦ .
- ٢٥-ملفين . ل. دليفر ، نظريات وسائل الاتصال ، ترجمة كمال عبد الرؤوف ، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع ، ١٩٩٩ ، ص ٢١١ .
- ٢٦-أسيل عبد اللطيف السامرائي، العنف في برامج الأطفال التلفزيونية، أطروحة دكتوراه في الإعلام، جامعة بغداد، كلية الإعلام، ٢٠٠٢، ص ٢٣ .
- ٢٧-مازن مرسل محمد، مشكلة الوعي ووعي المشكلة: "قراءة سوسيو - أبستمولوجي في خطاب الوعي المتأزم"، بيرو: دار الفارابي للنشر، ٢٠١٢، ص ٦٥ .
- ٢٨-حميد جاعد محسن، علم الاجتماع الاعلام رؤية سوسيولوجية مستقبلية، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، ص ٢، ٢٠٠٦، ص ٤٩ .
- ٢٩-يحيى عمر ريشاوي، الصحافة وصناعة الوعي -دراسة تطبيقية على واقع الصحافة في كردستان العراق، بغداد: مطبعة الحاج هاشم، ٢٠٠١، ص ٨٧-٨٨ .
- ٣٠-موسى علي الشهاب، علم اجتماع الاعلام، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١١، ص ١٣٩-١٤٥ .
- ٣١-رحيمة الطيب عيساني، مدخل الى الاعلام والاتصال "المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية"، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، ٢٠٠١، ص ١١٣-١١٥ .
- ٣٢-محمود قلندر، وسائل الاتصال والمجتمع، ط٢، الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ٢٠١٦، ص ١٥٧ .
- ٣٣-صالح خليل الصقور، الاعلام والتنشئة الاجتماعية، عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١١، ص ٢٨ .