

## MEDIA SPACE AND ITS REFLECTION ON YOUTH ATTITUDES (IRAQI AS A MODEL)

**Asst. Prof. Dr. Mohammed Sabih Mahmood**

Al-Mustansiriya University , College of Basic Education , Iraq

[mohammed.edbs@uomustansiriyah.edu.iq](mailto:mohammed.edbs@uomustansiriyah.edu.iq)

Article history:	Abstract:
<b>Received:</b> 6 <sup>th</sup> April 2023 <b>Accepted:</b> 6 <sup>th</sup> May 2023 <b>Published:</b> 7 <sup>th</sup> June 2023	The research problem is determined by answering the following questions: To what extent is the media space reflected in youth attitudes (Iraqi as a model)? - What are the trends formed among the Iraqi youth as a result of being affected by the media space? As for the purpose of the search As for the aim of the research, it is to define the media space and to know the trends formed among young people as a reflection of the effects of that space? The limits of the current research were limited to the age group confined between (20-23) years of males only, and from university students in the second stage. Among them, the researcher submitted an open questionnaire to a first survey sample, in which he requested an answer to the main question of the research, after which the researcher emptied these answers in the form of paragraphs in the research tool that the researcher built in the form of a questionnaire and the psychometric characteristics were extracted, then they were presented to the members of the main sample of the research. The research tool consisted of three main areas, namely: (positive trends - neutral trends - negative trends) Each field contains three items, so that the total items of the tool are (9) items, and then it was submitted to the statistical analysis sample to determine the weighted mean and the relative weights for each field and item.

**Keywords:** reflection of media space - youth attitudes

## الفضاء الاعلامي وانعكاسه في اتجاهات الشباب (العراق انموذجا)

أ.م. د. محمد صبيح محمود

الجامعة المستنصرية / كلية التربية الاساسية / العراق

### ملخص البحث:

#### تحدد مشكلة البحث بالإجابة على الاسئلة الآتية:

- ما مدى انعكاس الفضاء الاعلامي في اتجاهات الشباب (العراق انموذجا)؟
- ما الاتجاهات المتشكلة عند الشباب العراقي نتيجة التأثير بالفضاء الاعلامي؟

### اما هدف البحث

اما هدف البحث فهو تحديد الفضاء الاعلامي و معرفة الاتجاهات المتشكلة لدى الشباب انعكاسا لتأثيرات ذلك الفضاء؟ واقتصرت حدود البحث الحالي على الفئة العمرية المحصورة بين (20- 23) سنة من الذكور فقط ، ومن طلبة الجامعة المرحلة الثانية ، واتبع الباحث المنهج الوصفي لأنه الأكثر ملائمة مع اجراءات البحث، بينما تشكل مجتمع البحث من فئات مختلفة من الشباب ، وتم تحديد عينة عشوائية منهم ، قدم الباحث استبيان مفتوح لعينة استطلاعية اولى ، طلب فيه الاجابة عن السؤال الاساسي للبحث ، بعدها افرغ الباحث هذه الاجابات على شكل فقرات في الاداة البحث التي قام الباحث بنائها بشكل استبانة وتم استخراج الخصائص السايكومترية ، ثم تم تقديمها الى افراد العينة الاساسية للبحث ، وقد تكونت اداة البحث من ثلاث مجالات رئيسية وهي: ( الاتجاهات الايجابية - الاتجاهات المحايدة - الاتجاهات السلبية ) كل مجال يحوي ثلاث فقرات ، ليكون مجموع فقرات الاداة (9) فقرات ، وتم قدمت الى عينة التحليل الاحصائي لتحديد الوسط المرجح والاوزان النسبية لكل مجال وفقرة.

**الكلمات المفتاحية :** انعكاس الفضاء الاعلامي- اتجاهات الشباب

**مشكلة البحث:**

شكلت الثورة التقنية منذ شيوعها في الاوساط الاجتماعية على اختلاف مستوياتها وتصنيفاتها احد اهم المؤثرات في سلوك الافراد والجماعات ، بل يمكن ان تكون الفاعل الأكثر تأثيرا ، فقط كان لظهور شبكات التواصل الاجتماعي تحديدا دورا بارزا في تغيير مفهوم الاعلام ونقله الى فضاءات اوسع لم يصل اليها من قبل ، وقدمت قواعد واسس مغايرة عما كان معروفا بل وبحجم اكبر لتأثير ، فضلا عن كسر كل الحواجز التي من بينها الحدود والجغرافية " كما خلقت قنوات للتفاعل المباشر والفوري بينها وبين الجماهير في تطور يغير من جوهر النظريات الاتصالية المعروفة ، ويوقف احتكار صناعة الرسالة الاعلامية لينقلها الى مدى اوسع واكثر شمولية "(محارب، 2011، ص14)

لذا فمن الواضح في العقد الاخير - على اقل تقدير- دور وسائل التواصل الاجتماعي في بلورة رؤى وقواعد وتوجهات في المجتمعات كافة وعلى اختلاف نسبة تطورها ، ولهذا نجد ان الكثير من المهتمين في مجال الاعلام والجماهير يؤكدون على هذه الحقيقة ، فلم تعد وسائل الاعلام مجرد وسائط لنقل المعلومات ، بل تحول لموجه للأفراد والجماعات في تشكيل رؤاهم ومواقفهم الفكرية والسياسية بل وحتى الديانة فضلا عن الاجتماعية .

وان من مما يؤكد هذا الدور للفضاء الاعلامي بكل اشكاله التقليدي منه والحديث وعلى وجه الدقة وسائل التواصل الاجتماعي تحديدا، ان السلطات السياسية في كل البلدان اول اجراءاتها عند وجود اضطرابات سواء مطالب خدمية او اعتراضات سياسية على النظام القائم وغيرها من القضايا الكبرى ، تعتمد الى التضيق على وسائل الاتصال وقطع خدمات الانترنت في اجراء واضح جدا حجم وقوة ودور ذلك الفضاء في التوجيه والتأثير الكبير على مجريات الاحداث.

لهذا كله يجد الباحث ان مشكلة البحث الحالي تتلخص بالإجابة على الاسئلة التالية:

- ما ابرز انعكاس الفضاء الاعلامي في تكوين اتجاهات الشباب (العراق انموذجا)؟

- ما الاتجاهات المتشكلة عند الشباب العراقي نتيجة التأثير بالفضاء الاعلامي؟

**اهمية البحث :**

تتضح اهمية البحث بما يأتي:

1. يشكل البحث الحالي اهمية لمعرفة حجم تأثير وسائل الاتصال الحديثة في بلورة اتجاهات الشباب.
2. يقدم البحث الحالي مؤشرات علمية لدور الفضاء الاعلامي في صياغة رؤى وطموحات الشباب نحو القضايا المهمة في حياتهم.
3. يقدم البحث الحالي الى الحكومات ومنظمات المجتمع المدني المهمة بالشباب على وجه الخصوص، رؤى عن كيفية ايجاد فرص لتفاعل والتأثير والتوجيه عبر ما يوفره الفضاء الاعلامي من سعة في الخطاب وحجم في التأثير ليُجعل الشباب اكثر ايجابية في مجتمعاتهم.
4. يقدم البحث الحالي تشخيصا لما تبث من امور عبر الفضاء الاعلامي من وموضوعات سلبية قد تترك اثار سلبية او تعطل همم المستهدفين لتتخذ الدول اجراءاتها في الحد من اثار تلك الامور.

**اهداف البحث :****يهدف البحث الحالي الى:**

تحديد الفضاء الاعلامي و معرفة الاتجاهات المتشكلة لدى الشباب انعكاسا لتأثيرات ذلك الفضاء؟

**حدود البحث:**

تقتصر حدود البحث على ما يلي :

1. الحدود الزمانية : 2022-2023
2. الحدود المكانية : جامعة ديالى ، كلية الفنون الجميلة
3. الحدود البشرية: طلاب كلية الفنون الجميلة ، الدراسات الاولى .
4. الحدود الموضوعية : الفضاء الاعلامي وتحديدا (الفيس بوك- اليوتيوب)

**مصطلحات البحث:****الفضاء الاعلامي: يعرفه الباحث اجرائيا بأنه :**

هو ما يستعمل عبر ما يوفره الانترنت من خدمات تواصل ذات انتشار واسع وتأثير ملموس في اوساط الشباب العراقي وتحديدا الفيس بوك.

**الاتجاه :**

عرفه : (زهران، 1977) بأنه :

"استعداد نفسي او تهيؤ عقلي عصبي متعلم للاستجابة الموجبة او السالبة نحو اشخاص أو اشياء أو موضوعات او مواقف او رموز في البيئة التي تستثير هذه الاستجابة"

(زهران ، 1977، ص144)

**الفصل الثاني****(الاطار النظري ودراسات سابقة)****الفضاء الاعلامي ووسائل الاعلام الجديد :**

ان العديد من وسائل الاعلام الجديد هي وسائل متعددة ومتشعبة لايمكن حصرها وهي تزداد تنوعا بالتزامن مع التطور التكنولوجي من بينها الصحافة الالكترونية ، المدونات ، مواقع مشاركة الصور والفديوها ومواقع التواصل الاجتماعي الذي يعد اليوتيوب والفيس بوك اكثرها انتشارا وشيوعا ضمن ما يقدم من الاعلام الجديد.

**اليوتيوب :**

"انشأ اليوتيوب في شباط عام (2005) باعتباره موقعا شخصيا يسمح لمجموعة من الاصدقاء مشاركة بعض ملفات الفديو وفي نهاية العام ذاته تم تحويله الى موقع محترف تديره شركة تحمل اسم الموقع ، وسرعان ما زاد الاقبال عليه مما دفع شركة عملاقة مثل غوغل الى شراء الموقع ليتحول بذلك الى احد المواقع الموجودة على شبكة الانترنت والمتاحة للعموم" (المحارب، 2011، ص113)

ولعب هذا الموقع الشهير دورا واضحا جدا في انتشار وتحقيق الشهرة لأفراد او مؤسسات من خلال الفديوها واللقطات المصورة والتعليق عليها فضلا عن المشاركة في اتخاذ القرارات المتعلقة بشأن إزالة بعض الملفات الغير مرغوب فيها ، إلى جانب

هذا يتميز موقع اليوتيوب بخاصية مهمة قد تخدم العديد من المجالات ، وهي تتعلق بإمكانية تصنيف مواده الى قنوات حسب نمط النشاط فيمكن إنشاء قنوات تتعلق بالأخبار والنشاطات الخيرية .. الخ (بوحدة، 2017، ص 12)

الفيديو انشأ سنة (2004) من طرف طالب ينتمي الى جامعة هارفارد في الولايات المتحدة الامريكية يدعى (مارك زوكربيرج) كان مقتصر في بداية انشائه على مجموعة من اصدقائه ثم بعد ذلك تم توسيعه الى العموم. (نسرين، 2014، ص 23)

واذا كان الدور الاول لهذا الموقع هو التواصل الاجتماعي بين الافراد ، فإن هذا لا يمنع من توظيفه في الناحية الاعلامية خاصة في المجال التطوعي، حيث أن الفيس بوك يقوم إعلاميا بالعديد من الوظائف وهي:

1. يعد وسيلة لزيادة مساحة ومجال نشر المادة الاعلامية المنقولة إليه من وسائل اخرى ، فمثلا يسمح للكتاب بإعادة نشر مقالاتهم على الصفحات الخاصة بهم، ايضا يسمح لمختلف الوسائل الاعلامية المقروءة والمسموعة وحتى المرئية بإعادة نشر موادها على صفحاتها على الفيسبوك.
2. يتيح الفيسبوك لكل مشترك مهما كان وصفه الفرصة من اجل تغطية اي حدث واذاعته للجمهور بعيد عن اي قيود اعلامية.
3. يوفر الفيسبوك مجالا مفتوحا للجميع ، فإن هذا يجعله مفتوحا للعديد من الجهات المستهدفة سواء كانت مؤسسات او شخصيات ، الامر الذي يخول فرصة الحصول على معلومات حولهم ومنهم ، هذا ما قد يجعل هذه الاخيرة مادة اعلامية منشورة.
4. يمنح الفيسبوك فرصة لتكوين مجموعات تشترك في نفس الاهتمام وتنشط في مجالات معينة مما يسمح لها بالتغطية الاعلامية لكل نشاطاتها، كما هو الحال للجمعيات التي تنشط في المجال العمل الخيري مثلا.

(المحارب، 2011، ص 116-117)

### خصائص الفضاء الاعلامي

ان وسائل الاعلام الجديد التي سادت في ما صار يعرف بالفضاء الاعلامي نتيجة ما انتجته تكنولوجيا المعلومات ، قد تبدوا متشابهة في عدد من السمات مع الوسائل التقليدية ، إلا ان هناك سمات مميزة لها رغم اختلاف وتعدد اشكالها ، مما يلقي بظلاله ويفرض تأثيراته على الوسائل الجديدة ويؤدي إلى تأثيرات معينة على الاتصال الانساني، ومن ابرز هذه السمات التي تتصف بها وسائل الاعلام الجديدة ذات الفضاء الاعلامي الاوسع هي ما يلي:

#### 1. التفاعلية

وهو قدرة وسيلة الاتصال الجديدة عبر الفضاء الاعلامي التي تبرز فيه على الاستجابة لحديث المستخدم تماما كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين ، وهذه الخاصية اضافا بعدا جديدا هاما لأنماط وسائل الاعلام الجماهيري الحالية والتي تتكون في العادة من منتجات ذات اتجاه واحد يتم ارسالها من مصدر مركزي مثل الصحبة او قناة التلفزيون الى المستهلك مع امكانية اختيار مصادرة المعلومات والتسليية التي يريدتها متى ارادها وبالشكل الذي يريده.

#### 2. لاجماهيرية

وتعني ان الرسالة الاتصالية ممكن ان تتوجه من فرد الى اخر او الى جماعة معينة وليس الى جمهور ضخم كما كان في الوسائل الاعلامية التقليدية.

#### 3. التنوع

تعني التنوع في عناصر العملية الاتصالية ، التي وفرت للمتلقين اختيارات اكبر لتوظيف عملية الاتصال بما يتفق مع حاجاته ودافعه للاتصال .

#### 4. قابلية التحريك او الحركية

هناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدميها الاستفادة منها في الاتصال في اي مكان الى اخر اثناء حركته مثل التليفون المحمول ، ساعات اليد ... الخ

### 5. تجاوز الحدود الثقافية

لعل اهم ما حققه الفضاء الاعلامي الجديد هو قدرته المذهلة على تجاوز كل العوائق التقليدية التي كانت سائدة ومن اهمها تجاوز وحدتي الزمان والمكان والتي جعلت التداخل والاطلاع والتأثر والتأثير لتلك الثقافات المتنوعة والمختلفة جعلتها سمة واضحة لهذا الفضاء الاعلامي الجديد .

### 6. الاستغراق في عملية الاتصال

من الخصائص المميزة ايضا لما حققه الفضاء الاعلامي الجديد انخفاض تكلفة الاتصال او الاستخدام نظرا لتوفر البنية الاساسية للاتصال والاجهزة الرقمية وانتشارها ، وكذلك تطور برامج المعلومات ، "اذ ان الارتباط بعناصر العملية الاعلامية الاساسية المصدر - الرسالة - الوسيلة - المتلقي- الاستجابة، في محاولة لفهم عملية الاتصال الاعلامي الحديث في ضوء مركزية الاعداد . (امين، 2011، ص 8)

### الاتجاهات :

يعد الاتجاه ودراساته من بن المصطلحات المتشعبة بشكل كبير في مجالات كثير سواء في المجال الاعلامي فهو واحد من اهم الموضوعات اهمية فيه ، كذلك الامر في المجال التربوي والتعليمي ، وميادين معرفية وجمالية عدة تهتم بدراسة ومعرفة الاتجاه .

وعلى الرغم من انه مصطلح انكليزي استعمله ابتداء (سبنسر) والذي كان من بين المهتمين الاوائل بدراسته والتأطير العلمي الدقيق له ، اذا افرد له مؤلفا اسماء (المبادئ الاولى) حين قال: (ان وصولنا إلى أحكام دقيقة في موضوعات ذات جدل واسع ، يعتمد الى حد ما على اتجاهنا الذهني ، ونحن نصغي إلى هذا الجدل ونشارك فيه) (ابو جادو، 2002، ص 189)

الا ان الدراسات الدقيقة في العالم لموضوعات الاتجاهات انطلقت في مطلع القرن العشرين ، حين بدأ المهتمين بمحاولة ابتكار وسائل دقيقة لقياس جوانب نفسية عصبية ذات انعكاسات سلوكية ممكن ان تكون غير واضحة ، مثل الاتجاهات ، من هنا تم اعتماد اسلوب بناء المقاييس العلمية المحكمة " الذي يتضمن الإيمان بالعلاقة المشككة نتيجة ارتباط السبب بالنتيجة ، ومحاولة عدم الاستعجال في اصدار الاحكام ، ووزن الادلة والتفتح الذهني.

### العوامل المؤثرة في تكوين الاتجاهات

نؤثر مجموعة عوامل في تكوين اتجاهات الافراد والجماعات ومن بين ادقها:

1. **العامل الوراثي** : على الرغم من دوره المحدود الا ان العديد من الدراسات والابحاث تؤكد وجود ترابط كبير بين اتجاهات الالباء واتجاهات ابنائهم ، فاتجاهات الالباء تعد انعكاس واضحاً تعمقه الخبرات وتبلوره التجارب لكن يبقى المنطلق الاساسي والمؤثر الاول لتشكيل اتجاهات الابناء هم الالباء. (عزير، 2014، ص 56)
2. **العامل الاجتماعي**: لكل شخص جماعة يرتبط بها بغض النظر اذا ما كانت هذه الجماعة متشكلة لظروف انسانية او اجتماعية او وظيفية وغيرها ، تفرز هذه الجماعة فردا او اكثر من الذين لهم خبرات او دراية ومعرفة اوسع " بما يعكس على نمط تفكيرهم واسلوب معالجتهم للأمور ، ويكون بمثابة الاساس الذي يبنى عليه اتجاههم النفسي ايجابيا او سلبيا(ماهر، 1988، ص 161)
3. **العامل الإعلامي**: يمكن ان تساعد وسائل الاعلام على تكوين الاتجاه ، وتدعم الاتجاهات التي تأثرت في تكوينها بأحد المصادر الرئيسية الاخرى (نبيل وسليمان، 2000، ص 235).

### دراسات سابقة

#### دراسة (حرب 2008)

اجريت هذه الدراسة في الاردن جامعة الشرق الاوسط للدراسات العليا، كلية العلوم الانسانية قسم الاعلام عام(2008) والموسومة (اتجاهات المشاهدين نحو برامج الخدمة الاخبارية في التلفزيون الاردني) .  
وهدفت الدراسة الى التعرف على اتجاهات المشاهدين نحو البرامج والخدمة الاخبارية في التلفزيون الاردني من الفترة(10-2007-11) الى (31-3-2008) اي الدورة البرمجية الاخيرة من عام (2007) والدورة الاولى من عام(2008) وفي إطار نظريتي الاستخدامات والاشباع ونظرية الاعتماد على وسائل الاتصال .  
واتبع الباحث المنهج الوصفي وتحديد (المسح العام للجمهور) واختار الباحث عينة قصدية بلغت (600) شخص اعمارهم فوق (15) سنة وخلصت الدراسة الى فرز نسبة المشاهدات في المجتمع الاردني وجاءت المسلسلات بالمرتبة الاولى بينما برامج صباحية بالمرتبة الثالثة بينما كانت نشرات الاخبار بالمرتبة الثالثة .

#### دراسة الشمري(2017)

اجريت هذه الدراسة في كلية التربية جامعة سامراء والموسومة(تأثيرات وسائل الاعلام الجديد على الشباب الجامعي ، اما هدف الدراسة فكان ما هو مدى استخدام الشباب العراقي لوسائل الاعلام الجديد؟ بوصفه هدفا اساسيا وتفرع منه مجموعة اهداف فرعية، وحدود البحث اقتصر على طلبة جامعة سامراء في صلاح الدين للعام الدراسي (2014-2015) وكانت المنهج المتبع هو المنهج الوصفي .  
اما اداة البحث فقط اعد الباحث استبانة استخراج لها الخصائص السايكومترية وتوصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج التي تؤكد وجود تأثيرات ايجابية على المشاهد العراقي.

#### دراسة (المساري 2015)

اجريت هذه الدراسة في جامعة الشرق الاوسط كلية الاعلام ، والموسومة (دور الفضائيات العراقية في تدعيم اتجاهات الجمهور نحو الازمات الامنية من وجهة نظر قادة الراي في بغداد \_دراسة ميدانية)  
اعتمد الباحث المنهج الوصفي وتحديد مسح الراي العام وحدد مجتمع الدراسة ب(قادة الراي العام في بغداد) وهم الاعلاميين والاكاديميين وعلماء الدين وشيوخ العشائر، واختار عينة عشوائية بسيطة بلغت (512) فردا من الذكور. وكانت اداة بحثه استبانة اعداها الباحث، وظهرت النتائج تشير الى ان الفضائيات العراقية ساهمت بشكل واضح في تغذية العوامل التي دفعت المواطنين الى النزوح الخارجي او الداخلي من مناطق النزاع .

### الفصل الثالث

#### ((الاجراءات))

منهج البحث واجراءاته:

يتضمن هذا الفصل الاجراءات التي قام بها الباحث ، من تجديد منهج البحث ووصف لمجتمع البحث وعينته وتحديد اداة البحث وكيفية اعدادها والوسائل الاحصائية المستخدمة في تحليل وتفسير النتائج .

#### اولا: منهجية البحث :

اتبع الباحث المنهج الوصفي لتحقيق هدف البحث لكونه المنهج الملائم للقيام بالاجراءات الاساسية بغية الوصول الى تحقيق اهداف البحث الحالي.

#### ثانيا: مجتمع البحث :

يتألف مجتمع البحث الحالي من طلبة المرحلة الثانية في كلية الفنون الجميلة جامعة ديالى والبالغ عددهم(164) طالب وطالبة للعام الدراسي (2022-2023) ، موزعين على ثلاث اقسام كما موضح في جدول (1)

جدول (1)

يصف مجتمع البحث

ت	القسم	عدد الطلبة		المجموع
		الذكور	الاناث	
1	التربية الفنية	24	37	61
2	الفنون التشكيلية	19	22	41
3	الفنون السمعية والمرئية	23	19	42
	المجموع	66	78	144

### ثالثا : عينة البحث الاستطلاعية

بعد ان تأكد الباحث بشكل علمي من انعكاس اثر الفضاء الاعلامي في تكوين اتجاهات الشباب من خلال المصادر العلمية والدراسات السابقة ومجموعة الخبراء والذين قدم لهم استبيان مغلق لهم يتضمن السؤال الاتي:

- هل يرى جنابكم تأثيرا واضحا للفضاء الاعلامي وتحديد اليوتيوب والفيس بوك على اتجاهات الشباب؟ ومن خلال تحليل استبانة قدمها الباحث لسادة الخبراء في مجال العلوم التربوية والنفسية والاعلام والبالغ عددهم (13) خبير ، اذ تم اختيارهم بطريقة قصدية ، وذلك لخصوصية الاستشارة.

بعد ذلك قام الباحث بتحديد عينة البحث الاستطلاعية من داخل مجتمع البحث وبلغ عددها (20) طالب وطالبة شكلت نسبة (14%) تقريبا من المجتمع الاصلي، قدم لهم الباحث استبيان مغلق مفتوح لمعرفة مدى انعكاس الفضاء الاعلامي على تكوين اتجاهاتهم حول القضايا التي اصبحت ظاهرة اجتماعية مثل ظاهرة الوشم او ظاهرة سيطرة النساء لسيارة عند الشباب العراقي عندهم وتضمن الاسئلة الاتية :

- هل تعتقد ان للفضاء الاعلامي - الفيس بوك واليوتيوب- انعكاس في تكوين اتجاهات الشباب نحو ظواهر اجتماعية ؟  
- وما نوع هذا الاتجاه سلبي - ايجابي - محايد؟

### رابعا: عينة البحث الاساسية:

قام الباحث باستبعاد من تم اختيارهم كعينة استطلاعية، والذي بلغ عددهم (20) طالب وطالبة كما تم استبعاد الطلبة الذين تجاوزت اعمارهم (21-23) سنة وبلغ عددهم (26) طالب وطالبة شكلوا نسبة (18%) تقريبا، في وتم اختيار (60) منهم بالطريقة العشوائية ، شكلوا نسبة (42%) من المجتمع الاصلي، وبعد اجراءات العزل ، وزع الباحث عليهم الاستبانة بنفسه ، وكما موضح في الجدول (2)

جدول (2)

يصف اعداد ونسب عينات البحث (الاستطلاعية والاصلية والمستبعدين)

المجتمع الاصلي		العينة الاستطلاعية		المستبعدين		عينة التحليل الاحصائي (العينة الاساسية)	
العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
144	100%	20	14%	26	18%	60	42%

### خامسا: اداة البحث

لتنفيذ اهداف البحث ، قام الباحث ببناء اداة على شكل استبانة بوصفها الاسلوب الاكثر مناسبة لجمع معلومات البحث ، وقد اجرى الباحث ذلك وفق خطوات علمية لبناء اداة بحثه هي كالاتي:

1. قام الباحث بتوزيع استبيان مغلق للسادة المحكمين بهدف التأكد العلمي من وجود تأثير للفضاء الاعلامي من عدمه على تكوين الاتجاهات.

2. بعد التأكد من ما ورد في الخطوة الاولى قدم الباحث استبيان مغلق مفتوح اختار الباحث عينة استطلاعية من بين افراد مجتمع البحث وبطريقة عشوائية ، وبعد اجاباتهم على الاستبانة التي وزعها الباحث عليهم وتفرغ الاجابات استطاع الباحث بناء اداة بحثه وكانت متكونة من ثلاث مجالات لكل مجال اربع فقرات مما جعل الاداة تتشكل من (9) فقرات.

سادسا: الاسس العلمية للاستبانة

أ. **صدق الاستبانة:** اشار (عبوسي ، 1985) الى ان " اداة البحث تكون صادقة اذا كان بمقدورها ان تقيس ما وضعت لقياسه" (عبوسي ، 1985، ص45)

واستخرج الباحث الصدق لأداة البحث بطرية الصدق الظاهري من خلال عرض الاستبانة على مجموعة من الخبراء والتأكد من مجالاتها وفقراتها ومدى صلاحيتها.

ب. **ثبات الاستبانة :** تم استخراج ثبات الاداة باستخدام معادلة (هوليستي) التي تطبق على وفق اراء الخبراء والمحكمين ، وتعرف بالثبات بالاتساق عبر الافراد ، وبلغت نسبتها (0,88) وهذا مؤشرا قوي

جدول (3)

يوضح معاملات الثبات لمجالات الاستبانة

ت	مجالات الاستبانة	معاملات الثبات
1	اتجاهات ايجابية	0,87
2	اتجاهات محايدة	0,78
3	اتجاهات سلبية	0,86
	معدل الثبات	0,84

### سابعا : الوسائل الاحصائية :

استعمل الباحث الحقيبة الاحصائية (spss) وتم تطبيق المعادلات الاتية:

(معامل ارتباط بيرسون - معادلة فيشر لحساب الوسط المرجح - معادلة (هوليستي) لحساب الثبات الوزن المنوي- تكرارات الاختيار)

### الفصل الرابع

#### عرض النتائج وتفسيرها

#### اولا: عرض النتائج : ويتم بناء على هدف البحث ، وكالاتي :

قام الباحث بترتيب الاتجاهات ترتيبا تصاعديا حسب درجة الحدة التي استحصل عليها المجال و ترتيبا تصاعديا حسب فقرات كل مجال بناء على ذات المعيار وهي درجة الحدة، وقد قام الباحث بتفسير هذه النتائج ، وكما موضح في جدول (4) .



## جدول (4)

يوضح ترتيب مجالات انعكاس الفضاء الاعلامي على اتجاهات الشباب  
تصاعديا بحسب درجة الحدة التي نالتها كل فقرة في اداة البحث

ت	ترتيب مجالات درجة انعكاس الفضاء الاعلامي على اتجاهات الشباب	المجالات	تكرار الاسباب الاساسية	تكرار الاسباب الثانوية	تكرارا لا تشكل سبب	حدة السبب	الوزن المثوي
		مجال الاتجاهات السلبية					81%
1	الاول	تأثير الفضاء الاعلامي اوجد اتجاهات وسلوكيات عند الشباب دخيلة على المجتمع .	46	8	6	2,7	90%
2	الثالث	الفضاء الاعلامي ساهم في خلق القوضى داخل المجتمع	29	13	18	2	66%
3	الثاني	لعب للفضاء الاعلامي دور سلبي في بروز عمليات غير اخلاقية في المجتمع.	44	10	6	2,6	87%
		مجال الاتجاهات المحايدة					73%
	الثاني	يؤثر الفضاء الاعلامي على اتجاهات الشباب في القضايا العامة ولا يؤثر قضايا على مستوى الشخصي .	32	21	7	2,4	80%
	الثالث	بعض الاتجاهات تنشأ من ذات الفرد وترتيبه والعدد القليل والهامشي قد يؤثر فيه الفضاء الاعلامي	16	21	23	1,9	63%
	الاول	لا اجد تأثيرا له لا سلبا ولا ايجابا في اتجاهات الشباب	31	20	10	2,3	77%
		مجال الاتجاهات الايجابية					88%
	الاول	يؤثر الفضاء الاعلامي وتحديد الفيسبوك واليوتيوب في توحيد اتجاهات الشباب نحو قضايا اجتماعية مهمة	48	10	2	2,8	93%
	الثاني	اكد ان الفضاء الاعلامي ساهم بشكل كبير في كسر النمطية في اتجاهات الشباب نحو قضايا انسانية وجعلهم اكثر فاعلية.	41	10	9	2,5	83%
	الثالث	اعد ان كثير من الظواهر الاجتماعية كان للفضاء الاعلامي دور اساسي في طرحها وابرازها بوصفه فعلا عصريا	40	16	4	2,6	87%

## ثانيا: تفسير النتائج

اظهرت النتائج عن تحديد اسباب اساسية ، واسباب ثانوية ، بناء على درجة الحدة لكل فقرة ووزنها في المجال الذي هي فيه ، وقد اظهرت النتائج ان مجال **الاتجاهات الايجابية** هو المجال الاعلى حدة ووزنا مثويا من بين المجالات الاخرى ، اذ بلغت حدة الاسباب في هذا المجال بمعدل ( 2,6 ) بينما الوزن المثوي فقد بلغ ( 88% ) وهذا منطقيا اذ يعد التأثير للفضاء الاعلامي مؤكدا جدا ، كما اكدته الدراسات السابقة والاستشارات التي اجراها الباحث من قبل السادة الخبراء.

اما المجال الثاني من الاسباب فكانت **مجال الاتجاهات السلبية** اذ بلغت حدته بمعدل ( 2,4 ) ووزن مثوي نسبته ( 81% ) وهذا يعود برأي الباحث الى الخصائص الاجتماعية والتنشئة التي احيانا كثيرة تحيد الوسائل المؤثرة على البعض في تكوين الاتجاهات ، وبشكل خاص والذي يتطلب نوع من التنشئة من الحرية والدعم حتى ينجز وبغيا هذا والسبب يعود ليس بالضرورة للقوانين بل بسبب نمطية الانغلاق في التنشئة والاطلاع والواسع .

المجال الثالث هو **مجال الاتجاهات المحايدة** اذ بلغت حدته ( 2,3 ) ووزن مثوي نسبته ( 79% ) وهذا خالف تصنيف الباحث للمجالات وربما كان التفسير الاكثر واقعية للتسلسل هذا مقدار التأثير الذي يحدث نتيجة المحيط الاجتماعي ، خاصة ان ليس الجانب المادي وشيوع التفاعل الاجتماعي عبر الفيسبوك او اليوتيوب هو المتحكم الوحيد بل ربما الثقافة ومكان السكن والاهتمامات الشخصية المختلفة من فرد الى اخر ومن جماعة الى اخرى تبعا لعدة متغيرات ، مما يجعل هذا الانعكاس محايدة لدى هذه النوعية.

## جدول (5)

يبين ترتيب الاتجاهات تصاعديا ل فقرات الاداة دون المجالات

ن	الاحتياجات	حدة السبب	الوزن المثوي
---	------------	-----------	-----------------

1	تأثير الفضاء الاعلامي اوجد اتجاهات وسلوكيات عند الشباب دخيلة على المجتمع .	2,7	90%
2	بعض الاتجاهات تنشأ من ذات الفرد وتربيته والعدد القليل والهامشي قد يؤثر فيه الفضاء الاعلامي	1,9	63%
3	الفضاء الاعلامي ساهم في خلق الفوضى داخل المجتمع	2	66%
4	لا اجد تأثيرا له لا سلبي ولا ايجابيا في اتجاهات الشباب	2,3	77%
5	يؤثر الفضاء الاعلامي على اتجاهات الشباب في القضايا العامة ولا يؤثر قضايا على مستوى الشخصي .	2,4	80%
6	اكد ان الفضاء الاعلامي ساهم بشكل كبير في كسر النمطية في اتجاهات الشباب نحو قضايا انسانية وجعلهم اكثر فاعلية.	2,5	83%
7	لعب للفضاء الاعلامي دور سلبي في بروز عمليات غير اخلاقية في المجتمع.	2,6	87%
8	اعد ان كثير من الظواهر الاجتماعية كان للفضاء الاعلامي دور اساسي في طرحها وابعادها بوصفه فعلا عصريا	2,6	87%
9	يؤثر الفضاء الاعلامي وتحديد الفيسبوك واليوتيوب في توحيد اتجاهات الشباب نحو قضايا اجتماعية مهمة	2,8	93%

### الاستنتاجات

بعد عرض النتائج وتفسيرها من الباحث استنتج ما يأتي :

1. ان اتجاهات الشباب منوطة بمجالات متعددة فلا يمكن ان تؤخذ بمجال واحد بل يجب التصنيف والتحديد وهذا ما اكدته نتائج البحث الحالي.
2. ليس بالضرورة ان تكون تكوين الاتجاهات منحسره بتأثيرات انعكاس الفضاء الاعلامي ومدة التعرض لما يقدم عبر الفيسبوك او اليوتيوب فحسب بل هناك مؤثرات اجتماعية ودينية ومعرفية تسهم في تكوين اتجاهات الشباب .
3. تؤدي المعرفة العلمية ومستوى التعرض لفضاء الاعلامي اساس من اساس لانعكاس الرئيسية في تكوين اتجاهات الشباب نحو القضايا المثارة اعلاميا .
4. بالرغم من تطور التقني الهائل وحسم دور التأثير الاجتماعي في اتجاهات الشباب الا ان هذا لا يعني انه عملية مطلقة بل تنقيد تكوين الاتجاهات بمجموعة كبيرة العوامل تلعب دورا كبيرة في تقليل دور الفضاء الاعلامي .
5. رغم ما اكدته الدراسة الحالية والدراسات السابقة من دور الفضاء الاعلامي وانعكاس تأثيره في تكوين الاتجاهات الا ان هذا التأكيد لم يحسم اذا ما كان الاتجاهات ايجابية .

### التوصيات

**بناء على ما ظهر من نتائج للبحث الحالي وما صاغه الباحث من استنتاجات على وفق تلك النتائج ، يوصي بالاتي:**

1. الاستعانة بالفضاء الاعلامي وتحديد الفيسبوك واليوتيوب في الترويج للاتجاهات الايجابية في القضايا الاجتماعية والدينية والسياسية لياخذ دوره في زيادة الوعي والتثقيف الايجابي لدور وقيمة بحكم سهولة وشيوع انتشاره وتواصله المباشر مع المستهدفين .
2. تقديم الدعم المتواصل للشباب من خلال اقامة ورش ومحاضرات عبر الفضاء الاعلامي والوسط الجامعي لتوضيح اهميته في شيوع الجوانب الايجابية والقضايا الاخلاقية التي تصب في تضيق الشروخ الاجتماعية في المجتمع العراقي .
3. استثمار المؤسسات الحكومية التابعة لوزارة التربية والتعليم وغيرها للفضاء الاعلامي ليكون وسيلة توحيد اتجاهات الشباب نحو الموضوعات الاساسية والتوعوية .

### المقترحات :

#### استكمالا للبحث الحالي يقترح الباحث الاتي:

1. اجراء دراسات مماثلة في مجالات اخرى بعد التأكد من حدوث انعكاس للفضاء الاعلامي.
2. اجراء دراسات مماثلة على مجتمعات بحث اخرى .

### المصادر

1. ابو جادوا ، صالح محمد علي (2002) سيكولوجيا التنشئة الاجتماعية ، ط3، عمان ، الاردن.
2. امين ، رضا عبد الواحد (2011) استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على الانترنت ، ابحاث المؤتمر الدولي للاعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد ، جامعة البحرين 7-9 ابريل.
3. بوحادة ، سميرة ، الاعلام الجديد وتنمية العمل التطوعي ، بحث مقدم الى المؤتمر العلمي الرابع في كلية الحقوق جامعة طنطا في الفترة من 23-24 افريل 2017.
4. زهران ، حامد عبد السلام (1977)، علم النفس الاجتماعي، ط2، عالم الكتب ، القاهرة.
5. عزيز، سيف سعد، فاعلية برنامج مقترح في تنمية مهارات التعبير الابداعي والاتجاه نحو المادة لدى طلاب الصف الخامس العلمي، (2014) جامعة بغداد، كلية لتربية للعلوم الانسانية، اطروحة دكتوراه غير منشورة
6. عيوسي، عبد الرحمن محمد(1985): القياس والتجريب في علم النفس والتربية ، الاسكندرية ، دار المعارف الجامعية .
7. ماهر ، محمود عمر (1988) سيكولوجية العلاقات الاجتماعية ، دار المعرفة الجامعية ، الاسكندرية ، مصر.
8. المحارب، سعد بن محارب (2011) ، الاعلام الجديد في السعودية ، دراسة تحليلية في المحتوى الاخباري للرسائل النصية القصيرة ، جداول للنشر والتوزيع، ط1، لبنان .
9. نبيل ، عبد الفتاح حافظ ، وسليمان عبد الرحمن(2000)، علم النفس الاجتماعي، مكتبة زهراء الشرق ، القاهرة.
10. نسرين حسونة (2014) الاعلام الجديد المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف ، شبكة الالوكة للنشر.

**REFERENCE :**

1. Abu Jadwa, Salih Muhammad Ali (2002) The Psychology of Socialization, 3rd Edition, Amman, Jordan.
2. Amin, Reda Abdul Wahed (2011) University Youth Uses of YouTube on the Internet, Researches of the International Conference on New Media, New Technology for a New World, University of Bahrain, 7-9 April.
3. Bohada, Somaya, New Media and the Development of Voluntary Work, a research submitted to the Fourth Scientific Conference at the Faculty of Law, Tanta University, from 23-24 April 2017.
4. Zahran, Hamed Abdel-Salam (1977), Social Psychology, 2nd Edition, World of Books, Cairo.
5. Aziz, Saif Saad, The Effectiveness of a Proposed Program in Developing Creative Expression Skills and Orientation Toward Matter Among Fifth Grade Scientific Students, (2014) University of Baghdad, College of Education for Human Sciences, unpublished doctoral thesis
6. Ayousi, Abd al-Rahman Muhammad (1985): Measurement and Experimentation in Psychology and Education, Alexandria, Dar al-Maarif al-Jami`ah.
7. Maher, Mahmoud Omar (1988) The Psychology of Social Relations, University Knowledge House, Alexandria, Egypt.
8. Al-Muhareb, Saad bin Muhareb (2011), the new media in Saudi Arabia, an analytical study in the news content of short text messages, tables for publication and distribution, 1st edition, Lebanon.
9. Nabil, Abdel-Fattah Hafez, and Suleiman Abdel-Rahman (2000), Social Psychology, Zahraa Al-Sharq Library, Cairo.
10. Nisreen Hassouna (2014) New Media Concept, Methods, Characteristics and Functions, Al-Alla Publishing Network.