



"تأثير الإعلام على سلوكيات الشباب العراقي وآرائهم حول القضايا المجتمعية" - دراسة تحليلية لجمهور مدينة تكريت

أحمد فاضل حسين^(١)، مسعود كلجين^(٢)

(١) جامعة الأديان والمذاهب كلية الاعلام والعلاقات قسم الاعلام ، ايران

(٢) جامعة الأديان والمذاهب كلية الاعلام والعلاقات قسم الاعلام ، ايران

(*) الكاتب المسؤول: ahmedaljb978@gmail.com

الملخص

يسعى هذا البحث إلى تحليل دور الإعلام وتأثيره على الشباب، مع التركيز على دور أساليب الإعلام في توجيه الرأي العام للشباب العراقي، ومدى اسهامه في بناء الوعي المجتمعي لدى هؤلاء الفئة. اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، وتمثل مجتمع البحث في الشباب العراقي الذي يتراوح أعمارهما ما بين ١٨ إلى ٣٥ سنة، أما عينة البحث تم اختيار عينة عشوائية من مجتمع البحث. وقد خلص البحث لعدد من النتائج منها ان المبحوثين يتعرضون لوسائل الاعلام للحصول على معلومات بشأن أخبار النجوم بالدرجة الأولى يليها الاخبار السياسية وأخبار العالم، ونصف العينة تقريباً مجرد قضاء وقت فراغ، أما المجال الثقافي لم يحظى باهتمام كبير. وإن نسبة كبيرة من المبحوثين يرون ان وسائل الاعلام لا تقدم نماذج ناجحة يقتضي بها. وان وسائل الاعلام تقدم مضامين تتنافى من القيم المجتمعية معللين السبب الى انها تتنافى مع قيم الدين، وتحفز الشباب الى اتخاذ حياة الفن والشهرة للكسب السريع وتحقيق الثراء. بجانب تراجع دور الأسرة والمدرسة والمؤسسات الدينية عن أداء دورهم المنوط بهم هو أكثر سبب من اسباب تأثير وسائل الاعلام على قيم وسلوكيات الشباب. وعلى ضوء تلك النتائج قام الباحث بتقديم عدد من التوصيات منها وضع آليات لتعزيز القيم الأخلاقية في المجتمع. ودعم التوعية الأسرية والمدرسية والدينية والإعلامية بالمخاطر الاجتماعية الناجمة عن تدهور قيم وسلوكيات الشباب. مع تحسين صورتهم في وسائل الاعلام المختلفة. بجانب ضرورة الاهتمام بالمجالات العلمية والثقافية والأدبية بأسلوب مشوق وجذاب حتى يكون حافز للشباب لاتخاذ رواد هذه المجالات قدوة لهم.

الكلمات المفتاحية: تأثير-الإعلام - سلوكيات الشباب - الشباب العراقي - القضايا المجتمعية.

تأريخ النشر: ٢٠٢٥-١٢-١

تأريخ القبول: ٢٠٢٥-٦-٢٢

تأريخ الاستلام: ٢٠٢٥-٤-١١

"The Impact of Media on the Behaviors and Opinions of Iraqi Youth on Societal Issues - An Analytical Study of the Tikrit City Audience"

Corresponding author: ahmedaljb978@gmail.com

Abstract

The present research aims to analyze the role of the media and its impact on youth, focusing on the role of media methods in shaping public opinion among Iraqi youth and the extent to which they contribute to building societal awareness among this group. The research relied on a descriptive analytical approach. The research population consisted of Iraqi youth aged 18 to 35 years. A random sample was selected from the research population. The research concluded several findings, including that respondents primarily accessed the media to obtain information about celebrity news, followed by political and world news. Approximately half of the sample simply used the media to spend their free time, while the cultural sphere received little attention. A large percentage of respondents believed that the media did not provide successful models that should be emulated. They explained that the media presents content those conflicts with societal values, citing it as incompatible with religious values and encouraging youth to pursue a life of art and fame for quick gain and wealth. The decline in the role of the family, school, and religious institutions in fulfilling their assigned roles is also the most significant reason for the media's influence on the values and behavior of youth. In light of these findings, the researcher presented a number of recommendations, including establishing mechanisms to promote moral values in society. Supporting family, school, religious, and media awareness of the social risks resulting from the deterioration of youth values and behaviors, while improving their image in various media outlets, is also essential. Furthermore, it is necessary to focus on scientific, cultural, and literary fields in an engaging manner, as this will motivate young people to adopt pioneers in these fields as role models.

Keywords: The Impact - Media - Youth Behavior - Iraqi Youth - Societal Issues

Received: 11-4-2025

Accepted: 22-6-2025

Published: 1-12-2025

DOI: <https://doi.org/10.23851/mjs.v36i3.1670>



المقدمة

تُعد وسائل الإعلام من أبرز وسائل التأثير في المجتمعات إذ تؤدي دوراً محورياً في نقل الأحداث والأفكار المرتبطة بمختلف الظواهر المجتمعية، ما يُمكن الجمهور من الاطلاع المستمر على التطورات المحلية والعالمية من خلال التغطية الإخبارية المباشرة. ولم يعد دور الإعلام يقتصر على نقل الأخبار فحسب، بل تجاوز ذلك إلى تشكيل الانطباعات وصياغة الرأي العام، مما يجعله مؤثراً فعالاً في توجهات الأفراد واتجاهاتهم الفكرية، ويُعزز من التواصل المجتمعي والتفاعل مع القضايا المطروحة. ومن ثم أصبح للإعلام دور محوري في نهوض الأمم وتقديم الشعوب، من خلال إسهامه في تحقيق أهدافها وتطلعاتها. فقد غدت وسائل الإعلام قوة لا يُستهان بها في التأثير، سواء بشكل إيجابي أو سلبي، على الرأي العام. وعلى صعيد المجتمع العراقي، نجد أن وسائل الإعلام تؤدي دوراً بالغ الأهمية في تشكيل سلوكيات الشباب العراقي وتوجيه آرائهم تجاه القضايا المجتمعية، حيث أصبحت جزءاً لا يتجزأ من حياتهم اليومية عبر قنوات متعددة مثل التلفاز، الإنترنت، ومنصات التواصل الاجتماعي. وفي ظل الطفرة التكنولوجية والانتشار الواسع لتلك الوسائل، بات الشباب العراقي أكثر انفتاحاً وتعرضاً للمعلومات والأفكار، بما قد ينعكس بشكل مباشر على مواقفهم وسلوكهم العام.

المبحث الأول: الإطار المنهجي للبحث.

أولاً: مشكلة البحث.

في العصر الرقمي، أصبح الإعلام بمختلف وسائله ركيزة أساسية في حياة الأفراد والمجتمعات، ولم يكن الشباب العراقي بمنأى عن هذا التأثير. فمن خلال القنوات التلفزيونية والإذاعية والصحف والمجلات، وصولاً إلى المنصات الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي، يتعرض الشباب لكم هائل من المحتوى الإعلامي الذي بات جزءاً لا يتجزأ من تجاربهم اليومية، ولا يقتصر دور الإعلام على نقل الأخبار والمعلومات، بل يتجاوز ذلك إلى التأثير في القيم، الاتجاهات، والسلوكيات، إذ يسهم في تشكيل الآراء والمواقف تجاه مختلف القضايا المجتمعية. وفي بلد مثل العراق، الذي يتميز بتنوعه الثقافي والاجتماعي والسياسي، يصبح فهم مدى تأثير الإعلام على الشباب ضرورياً، خاصة في ظل التحولات التي تشهدها الساحة المحلية والدولية.

ففي ظل ما يشهده المجتمع العراقي حالة من التحولات الاجتماعية والثقافية المتسارعة، إذ يتصدر الشباب العراقي هذه التغيرات بوصفهم الشريحة الأكبر والأكثر تفاعلاً مع مختلف المؤثرات، وفي مقدمتها الإعلام بوسائله المتعددة (المرئية، والمسموعة، والمقروءة، والرقمية، وشبكات التواصل الاجتماعي). وبناء على حالة التوسع الهائل في استخدام وسائل الإعلام وتنوع المضامين الإعلامية المتاحة، مما يثير ذلك الأمر تساؤلات مهمة حول مدى ونوعية تأثير هذا الإعلام على سلوكيات الشباب العراقي وقيمتهم واتجاهاتهم، وكذلك على تشكيل آرائهم ومواقفهم تجاه القضايا المجتمعية التي يواجهها العراق، مثل قضايا الهوية الوطنية، والديمقراطية، وحقوق الإنسان، والمشاركة السياسية، والعدالة الاجتماعية، وغيرها. ولذلك فمع تصاعد دور الإعلام في نقل الأحداث والتفاعل مع القضايا السياسية والاجتماعية، فلذلك تتمثل مشكلة البحث في دراسة العلاقة بين الإعلام وسلوكيات الشباب العراقي، من حيث أنماط التفاعل، مدى التأثير بالرسائل الإعلامية، وتأثير ذلك على المواقف المجتمعية.

ثانياً: تساؤلات البحث.

السؤال الرئيسي: ما هو تأثير الإعلام على سلوكيات الشباب العراقي وآرائهم حول القضايا المجتمعية؟

ويتفرع من هذا السؤال الآتي:

- ما هو تأثير الإعلام على سلوكيات الشباب العراقي؟
- ما هو تأثير الإعلام على آراء الشباب العراقي حول القضايا المجتمعية؟
- كيف يمكن أن يسهم الإعلام في تعزيز الوعي والقيم الإيجابية لدى الشباب العراقي؟
- ما مدى ثقة الشباب العراقي في المصادر الإعلامية المختلفة؟ وكيف يؤثر ذلك على تبنيهم للآراء والمعلومات؟

ثالثاً: أهداف البحث.

يهدف هذا البحث إلى تحليل دور الإعلام وتأثيره على الشباب، مع التركيز على دور أساليب الإعلام في توجيه الرأي العام للشباب العراقي، ومدى إسهامه في بناء الوعي المجتمعي لدى هؤلاء الفئة، ومن أجل تحقيق هذا الهدف يتم التعرف على:

- تأثير الإعلام على سلوكيات الشباب العراقي، بما في ذلك سلوكياتهم الاجتماعية والسياسية والثقافية.
- تأثير الإعلام على آراء الشباب العراقي حول القضايا المجتمعية، بما في ذلك القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية.
- مدى إسهامه الإعلام في تعزيز الوعي والقيم الإيجابية لدى الشباب العراقي.
- مدى ثقة الشباب العراقي في المصادر الإعلامية المختلفة، ومدى تأثير ذلك على تبنيهم للآراء والمعلومات.

رابعاً: أهمية البحث.

تكمن أهمية البحث من أهمية موضوعه الحيوي، وبالأخص في ظل الدور المتنامي الذي تلعبه وسائل الإعلام في تشكيل سلوكيات الشباب العراقي وتوجيه آرائهم حول القضايا المجتمعية والسياسية. حيث أصبحت وسائل الإعلام، سواء التقليدية أو الرقمية، أداة رئيسة في بناء القنوات والتوجهات الفكرية، مما يجعل دراسة هذا التأثير ضرورية لفهم التحولات الاجتماعية والثقافية التي يمر بها الشباب العراقي، ولذلك تتمثل الأهمية البحث في الآتي:

- يسهم البحث في تحليل الدور الإعلامي في تشكيل الآراء والسلوكيات لدى الشباب العراقي، فيما يتعلق بالقضايا المجتمعية.
- يسهم البحث في تعزيز الوعي حول تأثير الإعلام على المجتمع العراقي، خاصة فيما يتعلق بالقضايا المجتمعية الهامة.
- البحث في تحديد كيفية استخدام الإعلام كأداة للتنقيف والتوعية حول القضايا المجتمعية المختلفة.
- يمكن أن يساعد البحث في دعم صنع القرار على المستوى السياسي والاجتماعي من خلال تقديم تحليلات دقيقة حول تأثير الإعلام.

خامساً: فرضيات البحث.



١. يمكن أن يكون الإعلام تأثير كبير على سلوكيات الشباب العراقي، حيث يمكن أن يؤثر على توجهاتهم وتصرفاتهم.
٢. إن الإعلام له تأثير كبير على آراء الشباب العراقي حول القضايا المجتمعية، إذ يمكن أن يشكل توجهاتهم ومواقفهم من هذه القضايا.
٣. إن الإعلام يمكن أن يساهم في تعزيز الوعي والقيم الإيجابية لدى الشباب العراقي، إذا تم استخدامه بشكل فعال ومسؤول.
٤. يعتقد أن ثقة الشباب العراقي في المصادر الإعلامية المختلفة تؤثر على تبنيهم للآراء والمعلومات، إذ يمكن أن تؤدي الثقة العالية إلى تبني الآراء والمعلومات بشكل أكبر.

سادساً: منهجية البحث.

يعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، فقد استخدم الباحث المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي بهدف وصف الظاهرة الخاصة بتأثير الإعلام على سلوكيات الشباب العراقي وآرائهم حول القضايا المجتمعية، بالإضافة إلى الشق التحليلي من خلال تحليل العلاقات بين المتغيرات المختلفة وتأثير الإعلام على سلوكيات الشباب العراقي وآرائهم. ويتمثل مجتمع البحث في الشباب العراقي الذي يتراوح أعمارهما ما بين ١٨ إلى ٣٥ سنة، أما عينة البحث فسيتم اختيار عينة عشوائية من مجتمع البحث.

سابعاً: حدود البحث.

- المجال الموضوعي: يقتصر البحث على دراسة تأثير الإعلام على سلوكيات الشباب العراقي وآرائهم حول القضايا المجتمعية.
- المجال الزماني: تقتصر الدراسة خلال العام ٢٠٢٥
- المجال المكاني: يركز البحث على محافظة تكريت في جمهورية العراق.
- الحدود البشرية: تقتصر عينة الدراسة على فئة الشباب من الذكور والإناث الذين تتراوح أعمارهم بين ١٨ و ٣٠ عامًا في محافظة تكريت، باعتبارهم الأكثر تفاعلاً مع الوسائل الإعلامية التقليدية والرقمية.

ثامناً: مصطلحات البحث.

مفهوم الإعلام: أنه "تزويد الجمهور بالأخبار الصحيحة والمعلومات الصريحة والدقيقة، لمساعدتهم على تكوين آراء صحيحة فيما يتعلق بالأحداث والقضايا، بحيث تكون هذه القضايا تعبيراً موضوعياً عن تفكير الجمهور واتجاهاته" (أبوإصبع، ٢٠٠٤، صفحة ١٩). مفهوم الشباب "هي مرحلة عمرية تتجلى فيها علامات النضج العقلي والنفسي والاجتماعي وذلك بصورة واضحة، يستطيع من خلالها الشباب التعامل مع جميع المواقف التي تواجهه في حياته، وعلى جميع المستويات (الاقتصادية والثقافية والسياسية) (جميل، ٢٠١٤، صفحة ١٨). وقد ذكر البعض بأن فئة الشباب المعتمدة في العالم العربي متمثلة في الفئة ما بين ١٥ - ٢٤ سنة (الحمدي، ٢٠١١، صفحة ١٦)"

أما سلوكيات الشباب تشير إلى "مجموعة التصرفات والأنماط السلوكية التي يتبناها الأفراد في مرحلة الشباب، والتي تتأثر بعوامل اجتماعية، ثقافية، نفسية، واقتصادية. هذه السلوكيات تعكس طريقة تفكير الشباب وتفاعلهم مع المجتمع.

تاسعاً: الدراسات السابقة.

دراسة "علاء عبد الكريم غضبان، ٢٠٢٤" بعنوان تعرض الشباب العراقي للإعلانات الصحفية وعلاقته بمصادقيتها لديهم "دراسة ميدانية"، هدفت الدراسة لمعرفة على مصادقية الإعلانات الإلكترونية التي يتعرض لها الشباب العراقي عبر المواقع الصحفية العراقية، استخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي الميداني، واعتمدت على أداة الاستبيان لجمع بيانات الدراسة الميدانية وقام الباحث باختيار عينة متاحة قوامها (٤٠٠) مفردة من الشباب العراقي الذي يتابع ويتعرض للإعلانات من خلال المواقع الصحفية من مختلف المستويات، وخلصت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب العراقي لعينة الدراسة للإعلانات المواقع الصحفية ومصادقيتها لديه. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب العراقي لعينة الدراسة للإعلانات المواقع الصحفية وثقته بها (غضبان، ٢٠٢٤). دراسة "العنود بنت عبد الهادي موسي، ٢٠١٩" تأثير الإعلام الجديد على رفع الوعي الاجتماعي لدى الشباب السعودي"، هدف البحث إلى التعرف على تأثير وسائل الإعلام على رفع الوعي الاجتماعي لدى عينة من الشباب بمنطقة جازان، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الميداني، وتم استخدام أسلوب العينة العشوائية المنتظمة والتي وزعت على الجمهور المستهدف والذي بلغ عدد مفرداته ١٤٥ مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أن الإعلام الجديد يساهم في رفع الوعي الاجتماعي لدى الشباب السعودي بنسبة ٦٢,١٪. كما كشفت الدراسة أن الإعلام الجديد يساهم في إيجاد حلول للسلوكيات السلبية بنسبة ٥٨,٦٪. ولذلك توصي الدراسة بضرورة تكثيف البرامج الخاصة بنشر الوعي لدى الشباب السعودي المستخدمة الإعلام الجديد (موسي، ٢٠١٩).

دراسة "السعيد بو معيزة، ٢٠٠٦" بعنوان أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، هدفت الدراسة على التعرف على تأثير وسائل الإعلام على سلوكيات وقيم الشباب، واعتمدت الدراسة على استخدام منهج المسح الوصفي التحليلي، وتوصلت الدراسة أن أغلبية الباحثين لا يعتقدون بأن استعمالهم لوسائل الإعلام والتعرض لمحتوياتها يساعدهم على تجاوز القيام بالسلوكيات موضوع الدراسة، وهذا باستثناء سلوك التوتر الداخلي الذي وافق عليه الباحثين بنسبة ٤٤,٦٪ فقط، كما ترى الدراسة بأن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تساعد الشباب على تجاوز بعض السلوكيات السلبية إذا كانت موجهة بالقيم وتحدث في البيئة الاجتماعية التي ينتمي لها وثقافتها وتقاليدها وليست وسائل الإعلام (بومعيزة، ٢٠٠٦).

من خلال عرض لبعض الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع البحث ومتغيراته تبين وجود اهتمام بدور وسائل الإعلام وتأثيراتها على بث القيم والسلوكيات لدى الشباب بوجه عام، بخلاف تركيز البعض من الدراسات اهتمامهم على تأثير وسائل الإعلام على تشكيل الرأي العام، وزيادة درجة الوعي الاجتماعي لدى الشباب، إلا أننا لم نتوصل لدراسة تهتم تأثير الإعلام على سلوكيات الشباب العراقي وآرائهم حول القضايا المجتمعية، فلذلك ينماز البحث الحالي على جمع بيانات مباشرة من الشباب العراقي، مما يمنحها مصداقية أكبر وهو جانب لم يتم تناوله بعمق في الدراسات السابقة.

المبحث الثاني: الإطار النظري.



أصبح من الواضح في عصرنا الحالي مدى التطور والفعالية التي وصلت إليها وسائل الإعلام، إذ تجاوزت الأشكال التقليدية والإلكترونية لهذه الوسائل نطاقها المحلي والإقليمي، لتصبح أحد أبرز العوامل المؤثرة في حياة الأفراد والمجتمعات. وتعد فئة الشباب الأكثر تأثراً بهذه التحولات، نظراً لكونها الفئة الأكثر استخداماً وتفاعلاً مع مختلف المنصات الإعلامية، مما جعل الإعلام أداة فاعلة في تشكيل قناعاتهم، وتوجيهاتهم الفكرية، ومعتقداتهم، إلى جانب دوره في نقل آرائهم وانطباعاتهم حول الأحداث والفعاليات الجارية. إن التعرض لمختلف أشكال وسائل الإعلام، بما يشمل التلفزيون، الأفلام، الموسيقى، ومنصات التواصل الاجتماعي، يلعب دوراً عميقاً في تكوين الهوية والقيم والمعتقدات، إذ تؤثر هذه الوسائل على أساليب التفكير، أنماط التفاعل الاجتماعي، ووجهات النظر السياسية والثقافية، مما يعزز الحاجة إلى التعامل الواعي مع محتواها وضبط تأثيراتها على الأفراد والمجتمعات، ومن خلال الإطار النظري للبحث نناقش مدى تأثير وسائل الإعلام على تشكيل آراء واتجاهات الشباب نحو القضايا المجتمعية.

المطلب الأول: تعريف الإعلام ودوره في تشكيل الرأي العام.

أولاً: مفهوم الإعلام.

يشير مفهوم الإعلام بأنه " تلك العملية التي يترتب عليها نشر الأخبار والمعلومات الدقيقة التي تركز على الصراحة والصدق، ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية، والارتقاء بمستوى الرأي، بالإضافة إلى أنه يقوم على التنقيف والتنوير، موطناً أسلوب الشرح والتفسير والجدل المنطقي"، كما يعني بالإعلام تزويد الجماهير بأكثر قدر من المعلومات الموضوعية والصحيحة والواضحة" (الفار، ٢٠١٠، صفحة ٢٧). وهناك من ينظر للإعلام على وبذلك فالإعلام هو عبارة عن التعبير العملي لتكوين المعرفة والإطلاع والإحاطة لما يهم الإنسان في كل زاوية من زوايا محيطه، وفي كل مرفق من مرافق حياته، وفي كل ركن من أركان طموحه وهمومه وحاجاته (الفار، ٢٠١٠، صفحة ٢٨).

ثانياً: أهمية وسائل الإعلام ودورها في تشكيل الرأي العام.

يُعد الإعلام إحدى المؤسسات الحيوية التي تُعنى بمتابعة المستجدات، تغطية الأحداث، ونقل الوقائع إلى الجماهير عبر وسائله المختلفة، سواء التقليدية أو الحديثة. ويؤدي الإعلام دوراً فاعلاً في المجتمع، حيث يساهم في تقديم طرح إعلامي موضوعي يكشف الحقائق، ينقل الأخبار، ويحلل الظواهر الإعلامية بعمق. علاوة على ذلك، يلعب الإعلام دوراً رئيسياً في رصد مشاكل المجتمع ودراساتها، وتسلط الضوء على التحديات التي تؤثر على استقرار الحياة الاجتماعية للأفراد، مما يجعله أداة محورية في التوعية المجتمعية وتعزيز الفهم العام للقضايا الاجتماعية والسياسية (لحمر، ٢٠٢١، صفحة ١٨٧). فتزداد أهمية الإعلام كلما ازداد المجتمع تعقيداً، فالإعلام يتسم بالصدق والدقة، وعرض الحقائق الثابتة، والأخبار الصحيحة دون تحريف باعتباره البث المسموع أو المرئي أو المكتوب للأحداث الواقعية (ياقوت، ٢٠١٨، صفحة ١١).

ففي هذا السياق أصبح الإعلام بكافة وسائله المختلفة يمثل عنصراً جوهرياً في الحياة اليومية المعاصرة، ويرجع ذلك لدورها الفعال في نقل الأحداث والتفاعل مع الظواهر والقضايا المجتمعية. فقد أصبحت هذه الوسائل مصدراً رئيسياً للمعلومات والتواصل، مما يساهم في تشكيل الرأي العام وتوجيه الاهتمامات المجتمعية، عبر توفير محتوى يعكس مختلف الجوانب السياسية، الاقتصادية، والثقافية، فالإعلام اليوم يشكل عصب الحياة، لما له من دور فعال في التأثير على مختلف السياسات العامة، فمع التطور الحديث لم يكن الإعلام مجرد أداة لتوصيل المعرفة وتزويد الناس بالأخبار، بل تعد هذا الدور حيث أصبح يؤثر في أدواق الجمهور ومعاييرهما، بخلاف قدرته في تنميط الإدراك لديهم (المرضي، ٢٠١٨، صفحة ٣٢٤).

فظاهرة الرأي العام تعد من الظواهر التي تتميز بها المهمة التي يتميز بها الأفراد، ويتشكل من خلالها السلوك العام للأفراد، ولذلك يشير معنى الرأي العام بأنه " هو التعبير عن قضية معينة يتم مناقشتها من قبل جمهور من الأفراد" (رسول، ٢٠١٨، صفحة ١). فلذلك يمكن لوسائل الإعلام أن تؤثر في كيفية فهم الجمهور للقضايا والأحداث وتوجيههم في تكوين آرائهم واتخاذ قراراتهم. فوسائل الإعلام من أهم العوامل المؤثرة في الرأي العام، فهي تمثل وسائل الضبط الاجتماعي الهامة في أي مجتمع والتي تعمل على غرس قيم وممارسات اجتماعية تتحول إلى تعديلات في المفاهيم والسلوك الفردي والمجتمعي من أجل إحداث تغييرات مرغوبة في طريقة التفكير، والعمل على خلق معايير جديدة توظف السلوك المرغوب والعمل على حشد الرأي العام تجاه القضايا (حسين، ٢٠٢٤، صفحة ٦٤٢). لقد لعبت وسائل الإعلام دوراً محورياً في إيصال الأخبار والمعلومات وتشكيل الرأي العام لدى الجمهور.

ثالثاً: أنواع وسائل الإعلام وتأثيرها على الشباب.

وسائل الإعلام هي أدوات وتقنيات متعددة تستخدم لنقل المعلومات والأفكار والرسائل إلى جمهور واسع، وهناك العديد من الأنواع المتعلقة بوسائل الإعلام تتمثل في الآتي:

- الإعلام المكتوب " كالمجلات والصحف".
- الإعلام المرئي " كالتلفزيون والإنترنت".
- الإعلام المسموع " كالإذاعة والراديو".
- وسائل الإعلام الحديثة " كمواقع التواصل الاجتماعي".

• تأثير وسائل الإعلام على الشباب.

تلعب وسائل الإعلام دوراً رئيسياً في تشكيل سلوكيات الشباب وأفكارهم، حيث تؤثر بشكل مباشر على الوعي الاجتماعي، القيم الثقافية، والمواقف تجاه القضايا المختلفة. ومع الانتشار الواسع للإعلام الرقمي والتواصل الاجتماعي، أصبح الشباب أكثر تفاعلاً وتأثراً بالمحتوى الإعلامي، مما يعزز فرص التعلم والتواصل، فالإعلام بما يملكه من قوة تأثير كبيراً، فقد أسهم الإعلام بما ينشره من أنماطاً وقيماً أخذ بعضها طابعاً عالمياً، فقد يري البعض بأن الإعلام أثر على تشكيل وعي الشباب بالتأكيد على القيم النفعية والفردية، كما يري ويلبر شرام W.shetarmmm فإن وسائل الإعلام تقوم بالتنشئة من خلال تعليم أفراد المجتمع القيم والمعتقدات والمهارات التي يقرها المجتمع، كما يقوم بدعم القيم الشائعة وتحقيق التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال التعبير عن الثقافات السائدة والكشف عن الثقافات الفرعية (أحمد، ٢٠٠١، صفحة ٢٦٤). كما تقوم وسائل الإعلام بدعم القيم من خلال ما تقدمه للفرد من معلومات ومعارف.



إذ أصبحت وسائل الإعلام جزءاً لا يتجزأ من حياة الشباب اليومية. يمكن أن يكون تأثير وسائل الإعلام إيجابياً أو سلبياً، اعتماداً على المحتوى الذي يتم تقديمه وكيفية استقبال الشباب له. من خلال وسائل الإعلام، يمكن للشباب الوصول إلى معلومات وآراء متنوعة حول مختلف القضايا المجتمعية والسياسية والثقافية. ومع ذلك، يمكن أن يؤدي التعرض المفرط لوسائل الإعلام إلى تأثيرات سلبية، مثل تقليد السلوكيات غير الصحية أو التأثر بالمحتوى العنيف أو السلبية. لذلك، من المهم تعزيز الوعي الإعلامي لدى الشباب وتشجيعهم على التفكير النقدي في المحتوى الذي يتعرضون له.

المطلب الثاني: واقع استخدام الشباب العراقي لوسائل الإعلام، وتأثيره على آرائهم تجاه القضايا المجتمعية.

يمثل الشباب فئة اجتماعية عمرية تحظى بأهمية كبرى في كل مجتمع ودولة، تُعد فئة الشباب إحدى الركائز الأساسية في تشكيل المجتمع العراقي المعاصر، فهم عنصر فعال في بناء المجتمع والنهوض به، نظراً للأدوار الحيوية التي تُنشط بهم في مختلف المجالات. فلا يمكن الاستغناء عن هذه الفئة، لما تتمتع به من طاقة، إبداع، وقدرة على التطوير والتحديث، مما يجعلها العنصر الأكثر تأثيراً في بناء المجتمعات وتقدمها. لذلك، يُعتمد على الشباب باعتبارهم الخزين الحيوي الذي لا ينضب، حيث يمثلون قوة دافعة نحو التغيير الإيجابي، التنمية المستدامة، وتعزيز الاستقرار الاجتماعي، مما يرسخ مكانتهم كأحد أهم الفئات في صياغة مستقبل البلاد (محمد، ٢٠١٨). وفي ظل الطفرة التكنولوجية الهائلة فنجد بأن الشباب يهتمون بوسائل الإعلام المختلفة كوسيلة للتنقيب والتوعية على مستوى كافة المجالات.

أولاً: واقع استخدام الشباب العراقي لوسائل الإعلام.

أن وسائل الإعلام المختلفة "تقليدية كانت أو الكترونية" تمثل نبض الحياة وشرائنها في كافة المجالات، أي أن شبكة الإعلام العراقي حقيقة واقعة ومؤثرة في حياة متابعيها، فلم يعد في الإمكان تجاهلها، لما لها العديد من الآثار على متابعيها، وبالأخص فئة الشباب، وذلك بسبب ما تقدمه من كم هائل من المحتوى والمضامين المتنوعة، فلذلك تمثل اليوم شبكة الإعلام العراقي قوة إعلامية لا يمكن الاستهانة بها في تشكيل إدراك وتصورات الرأي العام، بشأن نظام الحكم والسلطة، فكان لها الفضل في تصعيد وجهات النظر حول الأحداث الجارية وتفسيرها، بخلاف دورها في المساعدة في تكوين أفكار واتجاهات وقيم الأفراد والاجتماعية والسياسية والثقافية (عبدالرحمن، ٢٠٢٥، صفحة ٥). وقد أكدت دراسة عادل عدنان عبد الرحمن في ٢٠٢٥ على كثافة تعرض الشباب للمضامين الإخبارية على شبكة الإعلام العراقي ومستوى الوعي السياسي لديهم. مما يدل ذلك الأمر على وجود درجة عالية من اعتماد فئة الشباب العراقي على وسائل الإعلام، وبالنتيجة يمكن القول: إن هناك درجة من الاعتماد لدى الشباب على وسائل الإعلام في التنقيب والتوعية بطبيعة القضايا والأحداث الجارية على المستوى الدولي والوطني. وهذا ما أكدته دراسة "ليث عبد الستار عبادة في ٢٠١٩" بعنوان اعتماد الشباب الجامعي العراقي على إعلام الهواتف الذكية ودورها في مشاركتهم في الانتخابات البرلمانية لسنة ٢٠١٨، إذ أكدت نتائج هذه الدراسة على هناك علاقة ارتباط بين اعتماد الشباب على وسائل الإعلام ودرجة الوعي السياسي، فكلما ازدادت متابعة الشباب الجامعي العراقي وثقة في الإعلام الخاص بالهواتف الذكية كلما زاد ذلك من درجة وعيه السياسي، وبالتالي انخفاض درجة العجز السياسي.

وبناء على ذلك يتضح إن استخدام وسائل الإعلام من قبل الشباب العراقي واقعاً متسبباً وديناميكياً، فهو حقيقة لا يمكن إنكارها، أو الاعتراف بعكسها، ولعل من أبرز ما يؤكد على ذلك الانتشار الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي، حيث تشير الإحصائيات الحديثة إلى وجود ارتفاع ملحوظ في أعداد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في العراق، حيث تعتبر هذه المواقع أداة أساسية في الحفاظ على العلاقات الاجتماعية وتوسيعها، بخلاف اعتماد الشباب على وسائل الإعلام المختلفة، بهدف البقاء على اطلاع على الأحداث الجارية على المستويات المحلية والإقليمية والدولية. وبناء على ذلك أصبحت وسائل الإعلام اليوم تستند إلى مخاطبة عقول الجماهير، حيث تستمد قيمتها التأثيرية من مدى اقتناع الأفراد بالمحتوى المقدم، سواء كان مكتوباً، مسموعاً، أو مرئياً. ومن هذا المنطلق، تتمثل أهمية وسائل الإعلام في تمكين الأفراد وتعزيز دورهم داخل المجتمع، من خلال نشر المعرفة، تشكيل الرأي العام، والتفاعل مع القضايا المجتمعية، مما يسهم في زيادة الوعي والتأثير في السلوكيات والتوجهات الفكرية.

ثانياً: تأثير الإعلام على آراء الشباب تجاه القضايا المجتمعية.

تشكل فئة الشباب في كافة المجتمعات الشريحة الأكبر والأكثر اتساعاً بين فئات المجتمع الأخرى، حيث تمثل هذه الفئة بشكل أساسي المرأة التي تعكس المتغيرات والمستجدات المجتمعية، فضلاً عن أنهم مصدر القوة والعزة التي يمتلكها المجتمع، فهم أول الشرائح التي تتأثر بإسقاط القيم التقليدية التي تعرقل نمو المجتمع وتطوره، فلذلك تعد الاهتمام بمشكلات الشباب من أهم القضايا السياسية والاجتماعية، فضلاً عن أنها أحد المؤشرات الدالة على مدى تقدم أو تخلف المجتمعات (شحاتة، ٢٠١٦، صفحة ٩٩). فلذلك نسعى للتعرف على تأثير الإعلام على آراء الشباب تجاه القضايا المجتمعية، ويرجع ذلك إلى أن الإعلام يعتبر من المؤسسات الحيوية التي تُعنى بمتابعة المستجدات، تغطية الأحداث، ونقل الوقائع إلى الجماهير عبر وسائله المتنوعة، سواء التقليدية أو الحديثة. ويلعب الإعلام دوراً محورياً في تقديم طرح موضوعي يسهم في كشف الحقائق ونقل الأخبار، إلى جانب التعمق في تحليل وتفسير الظواهر الإعلامية، مما يجعله أداة رئيسية في تشكيل الرأي العام وتعزيز الفهم المجتمعي للقضايا المختلفة.

١- مفهوم وطبيعة القضايا المجتمعية.

تشير مفهوم القضايا المجتمعية على أنها "هي كل ضرب من السلوك ثابت كان أو غير ثابت، يمكن أن يمارس نوعاً من القهر الخارجي على الأفراد، أو هي كل سلوك يعم في المجتمع بأسره وكان ذا وجود خاص ومستقل عن الصور التي يتشكل بها في الحالات الفردية" (قاسم، ١٩٨٨، الصفحات ٦٨-٦٩). فالقضية المجتمعية غالباً ما تتمثل في مشكلة شائعة تحدث في مجتمعنا، فلذلك تعتبر قضايا المجتمع واحدة من أبرز الظواهر التي تقع توابعها على أفراد المجتمع (شتيوي، ٢٠٢١، صفحة ٤٤). ومن الجدير بالذكر أنه لا يمكن القول بأن أي مشكلة هي قضية مجتمعية، فالقضايا الشخصية لا تقع تحت شريحة القضايا المجتمعية، فالقضية المجتمعية هي أنماط السلوك التي يشكل تهديداً على المجتمع واستقراره. ويرى بعضهم أنها كل علاقة أو حادثة أو واقع يعبر بطريقة أو بأخرى عن أي جانب من جوانب الحياة الاجتماعية (القرشي، ٢٠١٢، صفحة ٥).



وبذلك فإن القضية المجتمعية هي مشكلة تواجه مجموعة كبيرة من الأفراد داخل المجتمع، وقد يكون لها تأثير سلبي على الأفراد والمجتمع ككل، في جميع جوانبه "الثقافي والسياسي والاقتصادي والاجتماعي"، فغالباً ما تكون القضايا المجتمعية هي بمثابة انحراف عن الوضع المثالي، وغالباً ما تكون هذه القضايا متشعبة ومعقدة، ويتم تصنيفه وفق أسس مختلفة تدرج تحت ما يسمى "بالقضايا الاجتماعية كقضايا المرأة أو قضايا الطفل والأسرة" وهناك من يندرج تحت مسمى القضايا الثقافية والتي تناقش قضايا "التعليم والتطور الفكري"، وهناك قضايا تحتص بالمجال السياسي حيث تناقش هذا النوع من القضايا المتعلقة بالوضع السياسي للدولة والمجتمع الخ" (شتيوي، ٢٠٢١، صفحة ٤٥).

٢- خصائص القضايا المجتمعية.

- تتعلق القضايا المجتمعية بشؤون المجتمع ككل، حيث تؤثر على جميع الأفراد، حيث تمتد آثارها لتشمل جوانب مختلفة مثل الصحة، التعليم، الاقتصاد، البيئة، والسياسة.
- تخضع القضايا المجتمعية للنقاش العام، حيث تختلف وجهات النظر حول أساليب حلها أو إدارتها، كما تتأثر الآراء تجاه القضايا بعوامل مثل التوجهات الفكرية، أو الخلفيات الثقافية.
- تتسم القضايا المجتمعية بأنها متغيرة مع مرور الوقت، حيث تتطور تبعاً للظروف الاقتصادية والتكنولوجية والسياسية.
- تلعب وسائل الإعلام دوراً حاسماً في نشر القضايا المجتمعية والتأثير على وعي الأفراد بها، حيث تعد وسائل الإعلام أداة رئيسة في إيصال أصوات المجتمعات والتفاعل مع القضايا بشكل فوري.

ولذلك تزداد المشكلات المجتمعية مع تطور المجتمع، إذ يؤدي الانتقال من مجتمع بسيط إلى مجتمع نامٍ صاحب ذلك ظهور تحديات جديدة مثل الجهل، الفقر، المرض، والأمية، التي تُعد انعكاساً للتحويلات الاجتماعية والاقتصادية المصاحبة للنمو. ومع تطور المجتمع من مرحلة النمو إلى مرحلة التقدم، تبرز مشكلات أخرى مثل الطلاق، الانتحار، جنوح الأحداث، والجريمة، والتي ترتبط بالتغيرات الثقافية والتطورات الاجتماعية. لذا تتطلب المشكلات المجتمعية حلولاً إصلاحية شاملة تستند إلى فهم أحوال المجتمع والبيئة الاجتماعية، بهدف معالجتها والتخفيف من آثارها، مما يساهم في تعزيز الاستقرار وتحسين جودة الحياة للأفراد والمجتمع ككل. فبناءً على ذلك تُعد القضايا المجتمعية محركاً أساسياً للتغيير الاجتماعي، حيث تستدعي التفاعل المستمر بين المؤسسات والأفراد لإيجاد حلول مستدامة لها.

٣- طبيعة القضايا المجتمعية في المجتمع العراقي.

أ- البطالة وتأثيرها على الاستقرار الاجتماعي

تُعد البطالة واحدة من أبرز القضايا المجتمعية التي تواجه العراق في الوقت الراهن، إذ ترتبط هذه المشكلة بشكل مباشر بالاستقرار الاقتصادي والاجتماعي في البلاد. على الرغم من أن العراق يمتلك ثروات طبيعية ضخمة، أبرزها النفط والغاز، إلا أن معدلات البطالة لا تزال مرتفعة بشكل مقلق، خاصة بين فئة الشباب وخريجي الجامعات. يعود السبب في ذلك إلى عدة عوامل متشابكة، منها ضعف التنوع الاقتصادي، واعتماد الدولة بشكل شبه كامل على الإيرادات النفطية، فضلاً عن التحديات الهيكلية في سوق العمل، مثل الفجوة بين مخرجات التعليم واحتياجات السوق، وانتشار الوظائف غير الرسمية التي تفنقز إلى الضمانات والحقوق. فالبطالة في العراق ليست مجرد إحصائية اقتصادية، بل هي عامل رئيس يؤثر على النسيج الاجتماعي ويغذي مشاعر الإحباط واليأس بين الشباب. هذا الشعور قد يؤدي إلى تفاقم ظواهر سلبية مثل الهجرة غير الشرعية، والانخراط في أنشطة غير قانونية، أو حتى الانجذاب إلى الحركات المتطرفة التي تستغل حالة التهميش الاقتصادي والاجتماعي. كما أن ارتفاع البطالة يُسهم في تعميق الفجوة بين المواطنين والمؤسسات الحكومية، ويزيد من فقدان الثقة بقدرة الدولة على توفير فرص حياة كريمة. ولذلك، فإن معالجة البطالة تتطلب سياسات تنموية شاملة تعيد هيكلة الاقتصاد العراقي، وتعزز مناخ الاستثمار، وتدعم ريادة الأعمال والمشاريع الصغيرة والمتوسطة.

ب- الفساد الإداري وتأثيره على التنمية

يُعد الفساد الإداري من أخطر التحديات التي تعرقل مسيرة التنمية والإصلاح في العراق. إذ إن انتشار الفساد في المؤسسات الحكومية يلتهم الموارد المخصصة للمشاريع الخدمية والبنى التحتية، ويؤدي إلى تراجع مستوى الخدمات المقدمة للمواطنين في مجالات حيوية كالصحة والتعليم والكهرباء، والمياه. كما أن الفساد يعمق الشعور باللامساواة الاجتماعية، حيث يُنظر إليه كأداة لتوزيع الامتيازات على أساس المحسوبية والولاءات السياسية بدلاً من الكفاءة والاستحقاق. تنعكس آثار الفساد بشكل مباشر على الحياة اليومية للمواطن العراقي، حيث يجد نفسه أمام مؤسسات غير فاعلة وغير قادرة على تلبية احتياجاته الأساسية. كما أن الفساد يؤدي إلى هدر فرص التنمية الاقتصادية من خلال طرد الاستثمارات الأجنبية، وإضعاف ثقة المستثمرين بالبيئة الاقتصادية في العراق. ورغم الجهود المبذولة لمكافحة الفساد من خلال إنشاء هيئات رقابية وتشريعات قانونية، إلا أن هذه الجهود غالباً ما تصطدم بعقبات سياسية وبيروقراطية تجعل من محاربة الفساد تحدياً معقداً يتطلب إرادة سياسية حقيقية وإصلاحات مؤسسية جذرية.

ج- النزوح الداخلي وأزمة السكن

النزوح الداخلي يُعد من القضايا الاجتماعية الملحة في العراق، خاصة بعد موجات النزاع المسلح مع تنظيم داعش وما خلفه من دمار واسع في مناطق واسعة من البلاد. تشير التقارير إلى أن ملايين العراقيين اضطروا للنزوح من مناطقهم الأصلية بحثاً عن الأمان، مما خلق أزمة سكن خانقة في المدن المستقبلة، وفاقم من الضغوط على البنى التحتية والخدمات العامة.

هذه الأزمة لا تقتصر على الجانب الإنساني فقط، بل تحمل في طياتها أبعاداً اجتماعية واقتصادية خطيرة. إذ إن النزوح يُسهم في تغيير التركيبة الديمغرافية للمجتمعات المضيفة، ويخلق توترات اجتماعية بسبب التنافس على الموارد والخدمات المحدودة. كما أن غياب خطط إسكانية فعالة وبرامج لإعادة الإعمار وإعادة الدمج المجتمعي يُبقي مئات الآلاف من النازحين في أوضاع معيشية هشة، تعاني من الفقر والبطالة والحرمان من التعليم والخدمات الصحية. معالجة هذه القضية تتطلب تبني استراتيجية وطنية شاملة تعالج جذور المشكلة، وتدمج البعد الإنساني مع الاعتبارات التنموية، عبر برامج لإعادة الإعمار، ودعم الاستقرار المجتمعي، وتوفير فرص العمل، فضلاً عن ضمان العودة الطوعية والكريمة للنازحين إلى مناطقهم الأصلية.



٤- العنف الأسري وتأثيراته النفسية والاجتماعية

العنف الأسري يمثل أحد أبرز التحديات الاجتماعية المسكوت عنها في المجتمع العراقي، إذ تتعرض العديد من النساء والأطفال للعنف الجسدي والنفسى داخل نطاق الأسرة، في ظل غياب تشريعات رادعة وآليات حماية فعالة. تعود هذه الظاهرة إلى عوامل ثقافية واجتماعية معقدة، منها الأعراف القبلية، والنظرة التقليدية لدور المرأة، إضافة إلى الضغوط الاقتصادية التي تزيد من احتمالات نشوب النزاعات داخل الأسرة. آثار العنف الأسري لا تقتصر على الضحايا المباشرين فقط، بل تمتد لتشمل المجتمع بأسره من خلال خلق أجيال تعاني من اضطرابات نفسية، وضعف الثقة بالنفس، وزيادة احتمالية السلوكيات العنيفة أو الإجرامية في المستقبل. ورغم وجود بعض المبادرات من منظمات المجتمع المدني والمؤسسات الحقوقية للتصدي لهذه الظاهرة، إلا أن غياب إطار قانوني قوي وخدمات دعم نفسي واجتماعي متكاملة يجعل من مكافحتها تحدياً حقيقياً.

٤- دور الإعلام في التأثير على آراء الشباب تجاه القضايا المجتمعية.

أصبحت تحظى وسائل الإعلام اليوم بأهمية كبيرة في المجتمعات العالمية، إذ تُعد مصدراً أساسياً للتثقيف والترفيه، إلى جانب دورها المحوري في نقل وتبادل المعلومات والأخبار. ويسهم الإعلام بشكل مباشر في عملية البناء التنموي عبر نشر المعرفة وتعزيز الوعي المجتمعي. تتوفر هذه الوسائل خدمات متنوعة ومتخصصة في مجالات الإعلام المختلفة، مما يجعلها أداة فاعلة في تشكيل الرأي العام والتأثير في التطورات الاجتماعية والسياسية (وهيبة، ٢٠١٩، صفحة ٣٣). فلذلك يسهم الإعلام في صقل رؤية الفرد والمجتمع تجاه القضايا المختلفة، إذ يُمكنهم من تحليلها واستيعابها واتخاذ مواقف وسلوكيات تتماشى مع هذه القضايا. كما تمتلك وسائل الإعلام قدرة فعالة على إعادة تشكيل السلوك الاجتماعي، بما في ذلك أنماط التفكير والتفاعل الاجتماعي، مما يجعلها أداة رئيسية في توجيه التحولات المجتمعية.

فقد انعكس دور وسائل الإعلام المختلفة في إثارة الجدل، إذ باتت تلعب دوراً رئيسياً في طرح القضايا والمشكلات الاجتماعية. حتى أصبحت تحتل موقع الصدارة في تناول القضايا المجتمعية، نظراً لقدرتها على الوصول إلى الجمهور والتفاعل معه بشكل مباشر، ومن ثم فالإعلام الجديد يمثل مرحلة متقدمة تقنياً، فقد أدى إلى تحول جوهري في طبيعة الإعلام، من كونه خاضعاً لسلطة حاكمة ومسيطر على إعلام متحرر من القيود التقليدية، يتيح فضاءً واسعاً للنقاش والتعبير. ويُعد الإعلام الحر أحد الركائز الأساسية للمجتمع الديمقراطي، إذ يُشكل صمام الأمان للتجربة الديمقراطية، ويضمن لها الاستمرار والتطور من خلال حماية حرية التعبير وفتح آفاق أوسع للحوار والنضج السياسي والاجتماعي (محمود، ٢٠١٦، صفحة ٢٦٤). (فالإعلام اليوم قد فرض نفسه بقوة لما يقوم به من دور فعال في دعم عملية نهوض الأمم، حتى وصل الأمر إلى أن أصبح الإعلام الفاعل والمؤثر الأقوى في رسم العلاقات الدولية على كافة المستويات. وذلك من خلال ما يقدمه من تقارير ودراسات معمقة حول القضايا المجتمعية، مما يساعد في تحليل الأسباب والنتائج وتقديم حلول مستدامة. واستضافة خبراء ومحللين لمناقشة الظواهر المجتمعية من جوانب متعددة يقدم فهماً أعمق لهذه القضايا.

فلذلك تلعب وسائل الإعلام دوراً جوهرياً في تشكيل معارف واتجاهات الأفراد تجاه القضايا البارزة التي تتناولها في تغطياتها المختلفة، حيث توفر المصدر الأساسي للمعلومات والمعرفة حول الأحداث المحلية والعالمية. ومن خلال دورها الحيوي، تسهم وسائل الإعلام في تعزيز وعي الجمهور وتوجيه الرأي العام عبر تقديم محتوى يغطي التطورات السياسية، الاقتصادية، والاجتماعية، مما يجعلها أداة رئيسية في نقل الحقائق وتحليل القضايا وفقاً للسياقات المختلفة.

المبحث الثالث: الإطار التطبيقي.

سيرس هذا المبحث اتجاهات الشباب نحو أثر وسائل الاعلام على سلوكيات الشباب العراقي وآرائهم حول القضايا المجتمعية.

- **نوع الدراسة** تنتمي هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية إذ تعتمد بالدرجة الأولى على المنهج الوصفي التحليلي لتوافقه وطبيعة هذه الدراسة وأهدافها، حيث تسعى الى جمع المعلومات الدقيقة والشاملة عن الظاهرة حتى يتم تحليلها، فقد اكتفت الباحثة بالجداول التكرارية والنسب المئوية لوصف الظاهرة كما هي ثم سيتم تحليل البيانات. واستكمالاً لمنهج الدراسة سيتم استخدام أدوات بحثية لجمع وتحليل البيانات متمثلة في الملاحظة واستمارة الاستبيان.

• مجتمع الدراسة وعينها:

يعرف مجتمع الدراسة على انه جميع المفردات ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة فهو جمع محدود أو غير محدود من المفردات التي تنتمي الى الظاهرة قيد البحث (٣٢)، وفي هذه الدراسة يتمثل مجتمع الدراسة في فئة الشباب. أما عينة الدراسة تم اتباع نظام العينة العشوائية من الشباب بعينة قوامها ٣١٥ مفردة تم توزيعها بشكل عشوائي وعند استرجاع الاستمارات بعد تعبئتها من قبل المبحوثين كان العدد مكتملاً ولم يتم استبعاد أي استمارة.

الجدول (١): عدد الاستبيانات الموزعة والمستردة والصالحة للتحليل

المستوى الإداري	عدد الاستبيانات الموزعة	عدد الاستبيانات المستردة	عدد الاستبيانات الصالحة للتحليل
الإدارة العليا	٣٩	٣٥	٣٣
الإدارة الوسطى	٢٧٦	٢٤٥	٢٤٢
المجموع	٣١٥	٢٨٠	٢٧٥

قام الباحث بتوزيع (٣١٥) استبانة ويهدف تمثيل مجتمع الدراسة بشكل أكثر شمولية من ناحية أخرى، حيث تم استرجاع (٢٨٠) استبانة من أصل هذا العدد، وتم استبعاد (٥) استبيانات لعدم صلاحيتها للتحليل الإحصائي لنقص البيانات، ليصبح عدد الاستبيانات الصالحة للتحليل (٢٧٥) استبانة والتي تعتبر عينة مناسبة للتحليل الإحصائي ونسبة تعادل ٨٧,٥٪ من إجمالي عدد الاستبيانات الموزعة.

أداة الدراسة:



تم العمل على الاستبانة للتناسب مع متغيرات الدراسة من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة، حيث تكونت ثلاثة أقسام من الأسئلة وعلى النحو الآتي:

- **الجزء الأول:** ويتضمن الخصائص الديموغرافية المعبرة عن عينة الدراسة طبقاً لمتغيرات النوع الاجتماعي، والعمر، والمستوى التعليمي.
- **الجزء الثاني:** ويتضمن هذا القسم الفقرات التي تقيس أبعاد المتغير المستقل الإعلام تم قياسه ضمن مقياس ليكرت (Likert) للخيارات المتعددة.
- **القسم الثالث:** يتضمن هذا القسم الفقرات التي تقيس أبعاد المتغير التابع (سلوكيات الشباب العراقي) ويشتمل هذا القسم على (١٠) فقرة موزعه

صدق أداة الدراسة Validity

تم التحقق من صدق أداة الدراسة (الاستبانة)، أي مدى قدرتها على قياس المفاهيم التي صممت لقياسها، من خلال اتباع الإجراءات الآتية:

الصدق الظاهري (Face Validity): تم عرض الاستبانة على عدد من المحكمين والمختصين في مجال الإعلام وعلوم الاتصال، بالإضافة إلى أساتذة في منهجية البحث العلمي، وذلك بهدف تقييم مدى وضوح العبارات، وسلامة اللغة، وملاءمة الفقرات للأبعاد التي تنتمي إليها، فضلاً عن التأكد من شمول الأداة لكافة جوانب المتغيرات قيد الدراسة، وقد أبدى المحكمون ملاحظات بناءة تم أخذها بعين الاعتبار في تعديل بعض الفقرات وصياغتها بشكل أكثر دقة ووضوح.

الصدق المنطقي أو البنائي (Construct Validity): تم التأكد من مدى تمثيل فقرات الاستبانة لكل بُعد من أبعاد المتغيرات – المستقل والتابع – استناداً إلى الإطار النظري والدراسات السابقة ذات الصلة، حيث تم استلزام بناء الفقرات من نماذج علمية معتبرة في دراسات سابقة تناولت موضوع تأثير الإعلام على سلوكيات الشباب وأرائهم، كما تم تعريف المفاهيم الأساسية بدقة، مثل: "سلوكيات الشباب"، و"القضايا المجتمعية"، و"وسائل الإعلام"، لضمان وضوح المرجع المفاهيمي لكل فقرة.

❖ الثبات:

للتحقق من ثبات أداة الدراسة (الاستبانة)، تم استخدام معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) لقياس درجة الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة، ويُعد هذا المعامل أحد أهم الأساليب الإحصائية المستخدمة في اختبار موثوقية الأداة، إذ يقيس مدى تجانس إجابات المشاركين على فقرات المحاور المختلفة، وتُعتبر قيمة معامل كرونباخ ألفا مقبولة إذا تجاوزت (٠,٧٠)، وتُعد جيدة إذا تجاوزت (٠,٨٠)، وعالية إذا فاقت (0.90).

وقد تم احتساب معامل الثبات لكل بُعد من أبعاد الدراسة – سواء المتغيرات المستقلة أو التابعة – وكانت القيم على النحو التالي:

المجال / البعد	عدد الفقرات	معامل كرونباخ ألفا	درجة الثبات
السلوكيات الاجتماعية	6 فقرات	0.81	مرتفع
السلوكيات الثقافية	6 فقرات	0.84	مرتفع
السلوكيات السياسية	6 فقرات	0.79	مقبول
الآراء حول القضايا المجتمعية	6 فقرات	0.87	مرتفع
تعزيز الوعي والقيم الإيجابية	6 فقرات	0.82	مرتفع
الثقة في المصادر الإعلامية	6 فقرات	0.76	مقبول
إجمالي أداة الدراسة	36 فقرة	0.89	مرتفع جداً

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

لاختبار أسئلة وفرضيات الدراسة والإجابة عنها قام الباحث باستخدام التقنيات الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for Social Sciences - SPSS كما يلي:

أولاً: أساليب الإحصاء الوصفي Descriptive Statistic Measures: والتي تم استخدامها لوصف الخصائص الديموغرافية.

- **التكرارات:** لوصف الخصائص الشخصية للمبحوثين عينة الدراسة.
- **النسب المئوية:** تم استخدامها لمعرفة التوزيعات التكرارية للمبحوثين عينة الدراسة.
- **المتوسط الحسابي:** استخدم لمعرفة متوسط إجابات المبحوثين عينة الدراسة عن فقرات الأبعاد.
- **الانحراف المعياري:** استخدم لمعرفة تشتت إجابات المبحوثين عينة الدراسة عن المتوسط الحسابي.

ثانياً: الإحصاء التحليلي:

- **معامل الثبات كرونباخ ألفا:** للتعرف على مدى الاتساق الداخلي لفقرات أبعاد متغيرات الدراسة.
- **الانحدار المتعدد:** لاختبار أثر المتغير المستقل في المتغير التابع.
- **ارتباط بيرسون:** للتحقق من عدم وجود ارتباط ذاتي عالي بين أبعاد المتغير المستقل.

إجراءات الإحصاء الوصفي، المتمثلة بالوسط الحسابي والانحراف المعياري، والنسب المئوية والتكرارات لوصف عينة الدراسة وخصائصها.

تحليل البيانات واختبار الفرضيات

وصف خصائص عينة الدراسة

يبين هذا الجزء الخصائص الديموغرافية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة من (النوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي، والمستوى الوظيفي، عدد سنوات الخبرة) ولتحديد خصائص عينة الدراسة تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية للمتغيرات الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة، وجاءت النتائج على النحو الآتي:



■ النوع الاجتماعي:

جدول (٢): توزيع أفراد العينة حسب متغير النوع الاجتماعي

الفئة	التكرار	النسبة المئوية %
ذكر	٢٢١	٨٠,٣ %
أنثى	٥٤	١٩,٧ %
المجموع	٢٧٥	١٠٠ %

يظهر من الجدول (٢) أن توزيع أفراد العينة حسب النوع الاجتماعي يُظهر تفوقاً واضحاً في نسبة الذكور المشاركين، حيث بلغت نسبتهم ٨٠,٣ % مقارنةً بـ ١٩,٧ % للإناث. يعكس هذا التفاوت طبيعة التوزيع بين الشباب العراقي، مما ينعكس على نسبة مشاركتهم في البحث. فإن وجود نسبة ١٩,٧ % من الإناث يُعد مؤشراً إيجابياً على مشاركة المرأة في هذا المجال، مما يتيح الفرصة لمقارنة وجهات النظر بين الجنسين حول دور المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب العراقي. ولضمان تحليل أكثر شمولية، قد يكون من المفيد في الدراسات المستقبلية العمل على تحقيق توازن أكبر في العينة بين الذكور والإناث، مما يساهم في تقديم رؤية متكاملة حول تأثير الإعلام على سلوكيات الشباب العراقي وآرائهم حول القضايا المجتمعية.

■ العمر:

جدول (٣): توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر

الفئة	التكرار	النسبة المئوية %
أقل من ٣٠ سنة	١٧٥	٦٣,٧ %
٣٠ - أقل من ٤٠ سنة	١٠٠	٣٦,٣ %
المجموع	٢٧٥	١٠٠ %

يظهر من الجدول (٣) أن الفئات العمرية (أقل من ٤٠ سنة) تشكل نسبة كبيرة، حيث بلغ مجموعها.

■ المؤهل العلمي

جدول (٤): توزيع أفراد العينة حسب متغير المؤهل العلمي

الفئة	التكرار	النسبة المئوية %
ثانوية عامة فأقل	٨٥	٣٠,٧ %
دبلوم متوسط	٨٠	٢٩,١ %
بكالوريوس	٩٧	٣٥,٤ %
ماجستير ودكتوراه	١٣	٤,٧ %
المجموع	٢٧٥	١٠٠ %

يظهر من الجدول (٤) أن نسبة الحاصلين على درجة البكالوريوس هي الأعلى بين أفراد العينة، حيث بلغت ٣٥,٤ %، مما يشير إلى أن غالبية المشاركين يمتلكون مستوى تعليمياً جامعياً، وهو ما قد يؤثر على آرائهم حول المسؤولية الاجتماعية للشركات ومدى تأثيرها على رضا العملاء. كما أن هذه النسبة تعكس أهمية فئة الخريجين في بيئة العمل داخل الشركات الكبرى، حيث يُتوقع أن يكونوا أكثر وعياً بممارسات الشركات ومبادئ المسؤولية الاجتماعية.

ومن ناحية أخرى، تُظهر البيانات أن نسبة الحاصلين على الثانوية العامة فأقل بلغت ٣٠,٧ %، تليها فئة الحاصلين على دبلوم متوسط بنسبة ٢٩,١ %، بينما جاءت فئة الحاصلين على درجات الماجستير والدكتوراه بنسبة أقل بلغت ٤,٧ % فقط. قد يشير هذا التوزيع إلى أن الشركات الكبرى تعتمد بشكل أساسي على الموظفين من ذوي المستويات التعليمية المتوسطة والعليا، مع تمثيل أقل للحاصلين على الدراسات العليا.

➤ المتغير المستقل (الإعلام):

جدول (٥): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لفقرات الإعلام

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	التقدير
١	أرى أن الإعلام العراقي بمختلف وسائطه (المقروءة، المسموعة، والمرئية) يؤثر بشكل مباشر على توجهات وآراء الشباب تجاه القضايا الوطنية والاجتماعية.	٣,٦٦	٠,٧٢٨	٢	متوسط
٢	أعتقد أن البرامج التلفزيونية الموجهة للشباب تساهم في تعزيز أو تراجع القيم الثقافية والأخلاقية لديهم.	٣,٢٤	٠,٨١٤	٥	متوسط
٣	ألاحظ أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت المصدر الرئيسي للمعلومات بالنسبة لغالبية الشباب العراقيين على حساب المصادر التقليدية.	٣,٦٤	٠,٨٥٠	٣	متوسط



٤	أؤمن بأن الأخبار المفبركة والمعلومات غير الدقيقة المنتشرة في الإعلام تؤثر سلبيًا على وعي الشباب وإدراكهم للواقع.	٣,٤٣	٠,٨٩٦	٤	متوسط
٥	أرى أن الإعلام في العراق لا يؤدي دوره التوعوي بشكل كافٍ في توجيه الشباب نحو السلوكيات الإيجابية والمواطنة الصالحة.	٢,٥٨	٠,٩٦٣	٩	متوسط
٦	أعتقد أن وسائل الإعلام تسهم في خلق نماذج سلوكية قد تكون غير واقعية أو غير منسجمة مع القيم المحلية.	٣,٢٠	٠,٨٩٤	٨	متوسط
٧	أرى أن الإعلام يركز بشكل مفرط على القضايا المثيرة والجوانب السلبية في المجتمع مما يؤثر على نفسية وسلوك الشباب.	٣,٩٢	٠,٤٩٨	١	مرتفع
٨	أؤمن بأن غياب الرقابة الفعالة على الإعلام الرقمي يفتح المجال أمام الشباب لاستهلاك محتوى غير لائق أو ضار.	٣,٤٦	٠,٨٨٠	٧	متوسط
٩	أرى أن البرامج الإعلامية الحوارية نادرًا ما تستضيف فئة الشباب أو تعكس وجهات نظرهم الحقيقية في القضايا العامة.	٢,٦١	٠,٨٥٦	٦	متوسط
١٠	ألاحظ أن الإعلام المحلي لا يُخصص مساحة كافية لتغطية النجاحات والمبادرات الإيجابية التي يقودها الشباب العراقي.	٢,٧٠	٠,٩٥٤	١٠	متوسط
	المقياس العام	٣,٢٩٤	٠,٦٠٨		متوسط

يظهر من الجدول (٥) أن المتوسط العام لفقرات الإعلام بلغ (٣,٢٩٤) بانحراف معياري (٠,٦٠٨)، مما يشير إلى أن الإعلام وأثره في هذا المجال تقع ضمن المستوى المتوسط. وتعد الفقرة المتعلقة بأن الإعلام يركز بشكل مفرط على القضايا المثيرة والجوانب السلبية في المجتمع مما يؤثر على نفسية وسلوك الشباب هي الأعلى تقييمًا بمتوسط (٣,٦٦) وانحراف معياري (٠,٧٢٨)، مما يعكس إدراكًا واضحًا لدى المشاركين بمدى تأثير الإعلام على سلوكيات الشباب العراقي وآرائهم حول القضايا المجتمعية.

من ناحية أخرى، جاءت الفقرة الخاصة بالإعلام المحلي لا يُخصص مساحة كافية لتغطية النجاحات والمبادرات الإيجابية التي يقودها الشباب العراقي في المرتبة الأخيرة بمتوسط (٢,٧٠) وانحراف معياري (٠,٩٥٤)، وهو ما قد يشير إلى ضعف الإعلام المحلي حيث أنه لا يُخصص مساحة كافية لتغطية النجاحات والمبادرات الإيجابية التي يقودها الشباب العراقي. وعلى الرغم من أن بقية الفقرات حصلت على تقييمات ضمن النطاق المتوسط، إلا أن هناك تفاوتًا طفيفًا في ترتيبها، مما يستدعي النظر في مدى الإعلام وما يحتويه ويقدمه للشباب العراقي.

❖ المتغير التابع (سلوكيات الشباب العراقي وآرائهم حول القضايا المجتمعية)

جدول (٦): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لفقرات سلوكيات الشباب العراقي وآرائهم حول القضايا المجتمعية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	التقدير
1	أرى أن سلوكيات بعض الشباب العراقيين تأثرت مؤخرًا بتغيرات مجتمعية وتكنولوجية أثرت على الهوية الثقافية لديهم.	3.95	0.721	1	مرتفع
2	أعتقد أن قلة الفعاليات التثقيفية والأنشطة المجتمعية الموجهة للشباب تسهم في خلق فراغ سلوكي وفكري لديهم.	3.68	0.805	3	متوسط
3	ألاحظ أن بعض فئات الشباب أصبحت تميل إلى السلوكيات الاستهلاكية والسطحية متأثرة بنماذج غريبة عبر الإعلام ومواقع التواصل.	3.41	0.843	5	متوسط
4	أؤمن أن البطالة المنتشرة بين الشباب تساهم في تبنيهم سلوكيات غير مستقرة أو متمردة على الأعراف الاجتماعية.	3.27	0.876	7	متوسط
5	أرى أن بعض السلوكيات الشبابية في الأماكن العامة لا تعكس القيم والتقاليد العراقية الأصيلة.	3.83	0.692	2	مرتفع
6	أعتقد أن غياب القدوة الإيجابية في الحياة العامة يجعل بعض الشباب يتجهون إلى تقليد شخصيات إعلامية غير مسؤولة.	3.15	0.910	9	متوسط
7	ألاحظ أن لغة الحوار والنقاش لدى الشباب تشهد تراجعًا ملحوظًا نتيجة ضعف ثقافة الحوار والتسامح.	3.56	0.758	4	متوسط
8	أؤمن أن الانخراط في الحملات التطوعية والأنشطة المدنية يساهم في تعديل السلوكيات السلبية لدى بعض الشباب.	3.32	0.829	6	متوسط
9	أرى أن مؤسسات الدولة لا تواكب حاجات الشباب السلوكية والنفسية، مما ينعكس سلبيًا على اندماجهم المجتمعي.	3.22	0.887	8	متوسط
10	أعتقد أن الكثير من الشباب العراقيين يسعون جاهدين لإحداث تغيير إيجابي في مجتمعهم رغم التحديات التي تواجههم.	3.05	0.945	10	متوسط
	المقياس العام	3.444	0.526	—	متوسط



يظهر من الجدول (٦) أن سلوكيات الشباب العراقي وأرائهم حول القضايا المجتمعية يقع ضمن التقدير "المتوسط"، حيث بلغ المتوسط العام (٣,٤٤٤) بانحراف معياري (٠,٥٢٦)، مما يشير إلى أن سلوكيات الشباب العراقي وأرائهم حول القضايا المجتمعية تتأثر بشكل كبير من الإعلام. وقد حصلت الفقرة المتعلقة بأن سلوكيات بعض الشباب العراقيين تأثرت مؤخرًا بتغيرات مجتمعية وتكنولوجية أثرت على الهوية الثقافية لديهم على أعلى متوسط حسابي (٣,٩٥)، مما يعكس أن سلوكيات بعض الشباب العراقيين تأثرت مؤخرًا بتغيرات مجتمعية وتكنولوجية أثرت على الهوية الثقافية لديهم. كما جاءت الفقرة الخاصة بأن الكثير من الشباب العراقيين يسعون جاهدين لإحداث تغيير إيجابي في مجتمعهم رغم التحديات التي تواجههم (٣,٨٣)، مما يشير إلى أن الكثير من الشباب العراقيين يسعون جاهدين لإحداث تغيير إيجابي في مجتمعهم رغم التحديات التي تواجههم.

اختبار فرضيات الدراسة:

ولاختبار الفرضية الرئيسة الأولى تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد حيث تم وضع المتغيرات بطريقة Enter، وكانت النتائج كما يأتي:

جدول (٧): نتائج اختبار أثر الإعلام على سلوكيات الشباب العراقي وأرائهم حول القضايا المجتمعية

المتغير التابع	المتغير المستقل	معامل الانحدار (β)	قيمة T المحسوبة	مستوى الدلالة Sig.
الإعلام	البعد القانوني	٠,١٧٨	١,٩٣٥	٠,٠٥٥
R = 0.595 R ² = 0.354 F = 13.283 Sig. = 0.000				

تشير نتائج المتعدد الجدول (٧) إلى تفسير نسبة التغير في الشباب العراقي وأرائهم حول القضايا المجتمعية، حيث بلغ معامل التحديد ($R^2 = 0.354$)، مما يدل على أن ٣٥,٤٪ من التغيرات في سلوكيات الشباب العراقي وأرائهم حول القضايا المجتمعية يمكن تفسيرها من خلال اختبار الفرضيات، بينما تعود النسبة المتبقية إلى عوامل أخرى لم يتم تضمينها في النموذج. كما أن قيمة ($F = 13.283$) ومستوى الدلالة ($Sig. = 0.000$) تؤكد معنوية النموذج ككل، مما يشير إلى وجود تأثير واضح للإعلام على سلوكيات الشباب العراقي وأرائهم حول القضايا المجتمعية.

وقد تم إخضاع الفرضيات المتفرعة من هذه الفرضية إلى تحليل الانحدار الخطي البسيط وذلك على النحو الآتي:

1- H_0 : يمكن أن يكون الإعلام تأثير كبير على سلوكيات الشباب العراقي، إذ يمكن أن يؤثر على توجهاتهم وتصرفاتهم.

جدول (٨): نتائج اختبار أن يكون الإعلام تأثير كبير على سلوكيات الشباب العراقي، حيث يمكن أن يؤثر على توجهاتهم وتصرفاتهم

المتغير التابع	المتغير المستقل	معامل الانحدار (β)	قيمة T المحسوبة	مستوى الدلالة Sig.
سلوكيات الشباب العراقي	الإعلام	٠,٤٣٧	٥,٤٣٣	٠,٠٠٠
r = 0.437 r ² = 0.191 F = 29.521 Sig. = 0.000				

تشير نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط الموضحة في الجدول (٨) إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية للإعلام على سلوكيات الشباب العراقي، حيث بلغت قيمة معامل الانحدار ($\beta = 0.437$) مما يدل على وجود تأثير إيجابي معتدل. كما أن قيمة T المحسوبة (٥,٤٣٣) ومستوى الدلالة ($Sig. = 0.000$) تشير إلى أن التأثير معنوي عند مستوى دلالة (٠,٠٥)، مما يؤدي إلى رفض الفرضية الصفرية (H_0) التي تنص على عدم وجود أثر دال إحصائيًا. إضافة إلى ذلك، فإن معامل التحديد ($r^2 = 0.191$) يوضح أن الإعلام يفسر حوالي (١٩,١٪) من التغير في سلوكيات الشباب العراقي، بينما تشير قيمة ($F = 29.521$) إلى قوة النموذج الإحصائي المستخدم.

2- H_0 : إن الإعلام له تأثير كبير على آراء الشباب العراقي حول القضايا المجتمعية، حيث يمكن أن يشكل توجهاتهم ومواقفهم من هذه القضايا.

جدول (٩): نتائج اختبار الإعلام له تأثير كبير على آراء الشباب العراقي حول القضايا المجتمعية، حيث يمكن أن يشكل توجهاتهم ومواقفهم من هذه القضايا

المتغير التابع	المتغير المستقل	معامل الانحدار (β)	قيمة T المحسوبة	مستوى الدلالة Sig.
آراء الشباب العراقي حول القضايا المجتمعية	الإعلام	٠,٣٨٢	٤,٦٢٨	٠,٠٠٠
r = 0.382 r ² = 0.146 F = Sig. = 0.000				

تشير نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط الموضحة في الجدول (٩) إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية للإعلام على آراء الشباب العراقي حول القضايا المجتمعية، حيث بلغ معامل الانحدار ($\beta = 0.382$)، مما يدل على وجود تأثير إيجابي، وإن كان بدرجة أقل مقارنة بالإعلام. كما أن قيمة T المحسوبة (٤,٦٢٨) ومستوى الدلالة ($Sig. = 0.000$) تشير إلى أن التأثير معنوي عند مستوى دلالة (٠,٠٥)، مما يستدعي رفض الفرضية الصفرية التي تفترض عدم وجود أثر. إضافة إلى ذلك، يوضح معامل التحديد ($r^2 = 0.146$) أن الإعلام يفسر حوالي (١٤,٦٪) من التغير في آراء الشباب العراقي حول القضايا المجتمعية، مما يعني أن هناك عوامل أخرى قد تؤثر بشكل أكبر على آراء الشباب العراقي حول القضايا المجتمعية.

3- H_0 : إن الإعلام يمكن أن يساهم في تعزيز الوعي والقيم الإيجابية لدى الشباب العراقي، إذا تم استخدامه بشكل فعال ومسؤول.

جدول (١٠): نتائج اختبار الإعلام يمكن أن يساهم في تعزيز الوعي والقيم الإيجابية لدى الشباب العراقي، إذا تم استخدامه بشكل فعال ومسؤول

المتغير التابع	المتغير المستقل	معامل الانحدار (β)	قيمة T المحسوبة	مستوى الدلالة Sig.
تعزيز الوعي والقيم الإيجابية لدى الشباب العراقي	الإعلام	٠,٢٨٦	٣,٣٣٨	٠,٠٠١



r = 0.286	r² = 0.082	F = 11.144	Sig. = 0.001
تشير نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط الموضحة في الجدول (١٠) إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية للإعلام على تعزيز الوعي والقيم الإيجابية لدى الشباب العراقي، حيث بلغ معامل الانحدار ($\beta = 0.286$)، مما يدل على وجود تأثير إيجابي ضعيف نسبياً مقارنة بالأبعاد الأخرى. كما أن قيمة T المحسوبة (٣,٣٣٨) ومستوى الدلالة ($Sig. = 0.001$) تؤكدان أن هذا التأثير معنوي عند مستوى دلالة (٠,٠٥)، مما يستدعي رفض الفرضية الصفرية (Ho1-3) التي تفترض عدم وجود أثر. بالإضافة إلى ذلك، يُظهر معامل التحديد ($r^2 = 0.082$) أن الإعلام يفسر فقط (٨,٢٪) من التغير في تعزيز الوعي والقيم الإيجابية لدى الشباب العراقي، مما يشير إلى أن الإعلام تؤثر بدرجة محدودة على تعزيز الوعي والقيم الإيجابية لدى الشباب العراقي مقارنة بعوامل أخرى. 🚩 H₀1-4: يعتقد أن ثقة الشباب العراقي في المصادر الإعلامية المختلفة تؤثر على تبنيهم للآراء والمعلومات، حيث يمكن أن تؤدي الثقة العالية إلى تبني الآراء والمعلومات بشكل أكبر. جدول (١٩): نتائج اختبار ثقة الشباب العراقي في المصادر الإعلامية المختلفة تؤثر على تبنيهم للآراء والمعلومات، حيث يمكن أن تؤدي الثقة العالية إلى تبني الآراء والمعلومات بشكل أكبر.			

المتغير التابع	المتغير المستقل	معامل الانحدار (β)	قيمة T المحسوبة	مستوى الدلالة Sig.
تبني الآراء والمعلومات بشكل أكبر	ثقة الشباب العراقي في المصادر الإعلامية	٠,٤٢٠	٥,١٦٩	٠,٠٠٠
$r = 0.420$	$r^2 = 0.176$	$F = 26.718$	$Sig. = 0.000$	

تشير نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط الموضحة في الجدول (٢٥) إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية لثقة الشباب العراقي في المصادر الإعلامية على تبني الآراء والمعلومات بشكل أكبر، حيث بلغ معامل الانحدار ($\beta = 0.420$)، مما يعكس تأثيراً إيجابياً معتدلاً لهذا البعد. كما أن قيمة T المحسوبة (٥,١٦٩) ومستوى الدلالة ($Sig. = 0.000$) تؤكدان أن هذا التأثير معنوي عند مستوى دلالة (٠,٠٥)، مما يؤدي إلى رفض الفرضية الصفرية (Ho1-4) التي تفترض عدم وجود أثر ذي دلالة إحصائية. بالإضافة إلى ذلك، يوضح معامل التحديد ($r^2 = 0.176$) أن ثقة الشباب العراقي في المصادر الإعلامية يفسر حوالي (١٧,٦٪) من التغير في تبني الآراء والمعلومات بشكل أكبر، وهو ما يشير إلى دور ثقة الشباب العراقي في المصادر الإعلامية، في تحسين تبني الآراء والمعلومات بشكل أكبر.

نتائج البحث:

١. إن الإعلام قادر على تشكيل اتجاهات الشباب نحو قضايا مثل المشاركة السياسية، الهوية الوطنية، والسلوك المدني. لذا، فإن إنتاج برامج ومحتوى يعالج هذه القضايا بطرق جذابة وواقعية يمكن أن يعزز من وعي الشباب وانخراطهم الإيجابي.
٢. إن الشباب العراقي يتفاعلون بشكل أكبر مع الإعلام المرئي الجديد، خاصة عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، مما يستدعي من المؤسسات الإعلامية تطوير محتوى تفاعلي يعكس اهتماماتهم ويشجع على الحوار البناء.
٣. تلعب وسائل الإعلام دوراً جوهرياً في تشكيل معارف واتجاهات الأفراد تجاه القضايا البارزة التي تتناولها في تغطياتها المختلفة، حيث توفر المصدر الأساسي للمعلومات والمعرفة حول الأحداث المحلية والعالمية. ومن خلال دورها الحيوي.
٤. تسهم وسائل الإعلام في تعزيز وعي الجمهور وتوجيه الرأي العام عبر تقديم محتوى يغطي التطورات السياسية، الاقتصادية، والاجتماعية، مما يجعلها أداة رئيسية في نقل الحقائق وتحليل القضايا وفقاً للسياقات المختلفة.
٥. يمكن للإعلام أن يلعب دوراً في تعديل السلوكيات السلبية لدى الشباب من خلال حملات توعوية مدروسة، خاصة في مجالات مثل التعليم، الصحة النفسية، ومكافحة الإدمان.
٦. بلغت نسبة الذكور المشاركين في الاستبانة ٨٠,٣٪، مقابل ١٩,٧٪ للإناث، مما يشير إلى أن الذكور يشكلون الفئة الأكبر في عينة الدراسة، وهو ما قد يؤثر على التوجهات العامة للنتائج، ويبرز الحاجة إلى تعزيز مشاركة الإناث في الأبحاث ذات الصلة بالشباب العراقي والإعلام.
٧. شكل الأفراد دون سن الثلاثين حوالي ٦٣,٧٪ من إجمالي العينة، مما يعكس أن الدراسة ركزت بشكل أساسي على الفئة الأكثر استخداماً للإعلام والأكثر تأثراً به، ما يُكسب النتائج مصداقية في تمثيل سلوكيات الشباب العراقي.
٨. أظهرت النتائج أن ٣٥,٤٪ من المشاركين يحملون شهادة البكالوريوس، يليهم الحاصلون على الثانوية بنسبة ٣٠,٧٪، ثم الدبلوم بنسبة ٢٩,١٪، وهو ما يشير إلى أن العينة تمثل شريحة متعلمة نسبياً.
٩. بلغ المتوسط العام لتقديرات المشاركين لفقرات الإعلام (٣,٢٩٤) وهو تقدير متوسط، مما يشير إلى أن الشباب يدركون وجود تأثير للإعلام على سلوكياتهم وآرائهم، لكنه ليس بالتأثير المرتفع في جميع الأبعاد.
١٠. حصلت الفقرة "يركز الإعلام بشكل مفرط على القضايا المثيرة والجوانب السلبية..." على أعلى متوسط حسابي (٣,٩٢)، مما يعكس قلقاً من تأثيرات سلبية للإعلام على نفسية وسلوك الشباب.
١١. جاءت الفقرة "الإعلام لا يُخصص مساحة كافية لتغطية النجاحات والمبادرات الإيجابية..." في المرتبة الأخيرة بمتوسط (٢,٧٠)، مما يشير إلى ضعف دور الإعلام في تشجيع النماذج الإيجابية لدى الشباب.
١٢. حصلت الفقرة المتعلقة بتأثير التغيرات التكنولوجية على الهوية الثقافية للشباب العراقي على أعلى متوسط في محور السلوكيات (٣,٩٥)، مما يؤكد وجود تأثير واضح لهذه التغيرات على سلوكيات الشباب.
١٣. أظهرت نتائج اختبار الانحدار أن الإعلام يفسر ما نسبته ١٩,١٪ من التغير في سلوكيات الشباب العراقي ($R^2 = 0.191$)، وهي نسبة معتدلة لكنها ذات دلالة إحصائية قوية ($Sig = 0.000$).



الإستنتاجات:

١. الإعلام كأداة تأثير وتوجيه: أثبتت الدراسة أن وسائل الإعلام تؤثر بوضوح على وعي وسلوك الشباب، خصوصاً في مجالات المشاركة السياسية والانتماء الوطني. وهذا يتطلب من المؤسسات الإعلامية توجيه محتواها نحو دعم القيم الإيجابية والسلوك المدني، مما يعزز من دورها التربوي والوطني في بناء جيل واع ومسؤول.
٢. التحول الرقمي وتفاعل الجمهور: أظهر الشباب العراقي ميلاً أكبر لاستهلاك الإعلام عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، ما يحتمل على القائمين على الإعلام تطوير محتوى رقمي تفاعلي، يتماشى مع تطلعات الجمهور الشاب، ويعتمد على لغة وتقنيات حديثة تساهم في زيادة التأثير والانتشار.
٣. أهمية البحوث والتخطيط الإعلامي: أوضحت النتائج أن للإعلام دوراً إحصائياً ملموساً في تشكيل سلوكيات الشباب (بنسبة ١٩,١٪)، وهو ما يؤكد ضرورة تعزيز الدراسات المسحية للجمهور لتوجيه السياسات الإعلامية، وإطلاق حملات توعوية تستهدف قضايا التعليم، الصحة النفسية، والهوية الثقافية بأساليب مدروسة ومؤثرة.

التوصيات:

١. وضع آليات لتعزيز القيم الأخلاقية في المجتمع.
٢. دعم التوعية الأسرية والمدرسية والدينية والإعلامية بالمخاطر الاجتماعية الناجمة عن تدهور قيم وسلوكيات الشباب. مع تحسين صورتهم في وسائل الإعلام المختلفة.
٣. الاهتمام بالمجالات العلمية والثقافية والأدبية بأسلوب مشوق وجذاب حتى يكون حافزاً للشباب لاتخاذ رواد هذه المجالات قدوة لهم.
٤. العمل على مشاركة خبراء في مجال الإعلام والتربية وعلم النفس والاجتماع وغيرهم لتتكامل جهودهم ورؤاهم في إعداد مواد إعلامية إيجابية والقانون يحقق نشرها أثراً إيجابياً على الشباب والمجتمع.

Funding

This research received no specific grant from any funding agency in the public, commercial, or not-for-profit sectors

Conflict of Interest

The authors declare that there is no conflict of interest regarding the publication of this paper

Acknowledgments

The authors would like to extend their heartfelt thanks to institution, for the moral support provided during the course of this research. The encouragement and guidance provided by the institution have helped tremendously in completing this research.

References

المصادر:

- السعيد بومعيزة. (٢٠٠٦). أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب دراسة استطلاعية بمنطقة البليدة. رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام.
- العنود بنت عبد الهادي موسي. (٢٠١٩). تأثير الإعلام الجديد على رفع الوعي الاجتماعي لدى الشباب السعودي. مجلة الأطروحة للعلوم الإنسانية، س٤، ع٢٤.
- إيمان وعزوز، هند لحر. (٢٠٢١). دور الإعلام الأمني في مكافحة ظاهرة الجريمة. المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، المجلد ٤، العدد ٣.
- حسن عبد الله الحميدي. (٢٠١١). دراسة مشكلات الشباب الكويتي بالمرحلة الثانوية. الكويت: المجلة التربوية، مجلد ٢٥، العدد ١٠٠.
- خليل إبراهيم رسول. (٢٠١٨). سيكولوجية الرأي العام وطرق قياسه. بغداد.





دعاء عادل، غالي محرز حسين وآخرين محمود. (٢٠١٦). اتجاهات الجمهور نحو معالجة المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي للقضايا الاقتصادية والاجتماعية بعد الثورة. المجلة العلمية لبحوث الصحافة، ٥٥.

دعنان إبراهيم، الشافعي، محمد المهدي أحمد. (٢٠٠١). علم الاجتماع التربوي الاتساق الاجتماعية التربوية. ليبيا: جامعة سبها.

ربوح وهيب. (٢٠١٩). الثقافة التنظيمية في المؤسسات الإعلامية - دراسة ميدانية. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة تبسة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية.

زينب ياقوت. (٢٠١٨). مطبوعة محاضرات مقياس مدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال. جامعة الجزائر، كلية علوم الإعلام والاتصال.

صالح أبوإصبع. (٢٠٠٤). الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط٤. عمان: دار مجدلاوي للنشر.

طالب عبد الكريم كاظم القرشي. (٢٠١٢). الظاهرة الاجتماعية عند إميل دوركايم تحليل اجتماعي. مجلة دراسات إسلامية معاصرة، العدد السادس.

عادل عدنان عبد الرحمن. (٢٠٢٥). تعرض الشباب العراقي للمضامين الإخبارية على شبكة الإعلام العراقي وعلاقته بمستوى الوعي السياسي لديهم. مجلة بحوث كلية الآداب.

عبد الله جاسم محمد. (٢٠١٨). استخدام الشباب الجامعي العراقي لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتنمية البشرية. مجلة بحوث كلية الآداب.

عبد الله حمدينه، عبد الهادي، داود عبد الله المرضي. (٢٠١٨). تأثير الإعلام في تشكيل الرأي العام: دراسة وصفية لأساليب التلاعب بالرأي العام. بحوث المؤتمر العلمي الأول، جامعة سرت.

علاء عبد الكريم غضبان. (٢٠٢٤). تعرض الشباب العراقي للإعلانات الصحفية وعلاقته بمصداقيتها لديهم" دراسة ميدانية". مجلة البحوث الإعلامية، مج ٧١ / ٣٤.

فوزي محمد الهادي شحاتة. (٢٠١٦). مشكلات الشباب أزمة هوية ثقافية. مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد الثالث.

محمد جمال الفار. (٢٠١٠). المعجم الإعلامي. الأردن: دار أسامة المشرق الثقافي.

محمد سعيد جميل. (٢٠١٤). دعوة الشباب : دراسة تأصيلية دعوية على التجمعات والمواقع الترفيهية. المدينة المنورة: رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة طيبة.

محمود، والسيد محمد بدوي قاسم. (١٩٨٨). قواعد المنهج في علم الاجتماع، إميل دوركايم. الإسكندرية: دار المعرفة الجديدة.

مريم شلبي محمد، زين الدين، علي أحمد عمر وآخرون شتيوي. (٢٠٢١). القضايا المجتمعية في فن الفيديو. مجلة التربية النوعية، ع ١٤.

مزمل أبو القاسم الشريف حسين. (٢٠٢٤). دور وسائل الإعلام الحديثة في تشكيل الرأي العام وصنع القرار. مجلة كلية التربية بتقنها الأشراف، مج ٢٤، ع ٢٤.

