مجلة تكريت للعلوم السياسية

**اسم المقال:** دور الاعلام الجديد المرئي في تشكيل معارف واتجاهات الشباب العراقي نحو الأحزاب السياسية بعد 2003م
**اسم الكاتب:** أ.م.د. معد عاصي علي
**رابط ثابت:** https://political-encyclopedia.org/index.php/library/7766
**تاريخ الاسترداد:** 2026/11/02 13:49 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة تكريت للعلوم السياسية جامعة تكريت ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

TJFPS
IRAQI Academic Scientific Journals
العراقية المجلات الاكاديمية العلمية
Contents lists available at Academic Scientific Journal
http://www.iasj.net
Tikrit Journal for Political Science




# دور الاعلام الجديد المرئي في تشكيل معارف واتجاهات الشباب العراقي نحو الأحزاب السياسية بعد 2003م

# The role of new visual media in shaping the knowledge and attitudes of Iraqi youth towards political parties after 2003

dr.maad asi ali

الأستاذ المساعد الدكتور معد عاصي علي (*)
جامعة كركوك_ كلية الآداب _قسم الإعلام

**Article info.**

**Article history:**
- Received 6 May 2021
- Accepted 22 May 2021
- Available online 30 June 2021

**Keywords:**
- the new media
- visual media
Iraqi youth
- political parties

**Abstract:** The study aimed to identify the role of the new visual media in shaping the knowledge and attitudes of Iraqi youth towards political parties after 2003 AD، and this study is considered among the descriptive studies. The study used the survey method. / 12/2018 to 1/15/2019

The study has two main hypotheses:

First: There is a correlational relationship of statistical significance between the extent of Iraqi youth dependence on new visual media and their attitudes towards political parties.

Second: There is a statistically significant correlation between the cognitive effects resulting from relying on visual media and the level of public knowledge of political parties.

(*)**Corresponding Author:** dr.maad asi ali ،**E-Mail:** ma_ali@uokirkuk.edu.iq **Tel:**07707523635
**Affiliation:** Kirkuk University

**معلومات البحث:**

**تواريخ البحث:**

الاستلام: 6\5\2021

القبول: 22\5\2021

النشر :30\6\2021

**الكلمات المفتاحية:**

–الإعلام الجديد

– الإعلام المرئي

–الشباب العراقي

– الأحزاب السياسية

**الخلاصة:** هدفت الدراسة التعرف على دور الاعلام الجديد المرئي في تشكيل معارف واتجاهات الشباب العراقي نحو الأحزاب السياسية بعد 2003م ، وتعد هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، واستخدمت الدراسه المنهج المسحي وقد اختار الباحث عينة عشوائية طبقية مكونة من 377 مبحوثا من شباب مدينة بغداد خلال الفترة الزمنية من 2018/12/15 إلى 1/15/ 2019، وللدراسة فرضين رئيسين هما:

اولاً: هناك علاقة ارتباطية ذات دلاله إحصائية بين مدى اعتماد الشباب العراقي على الاعلام الجديد المرئي وبين اتجاهاته نحو الأحزاب السياسية .

ثانياً : هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات المعرفية الناتجة عن الاعتماد على الإعلام المرئي وبين مستوى معرفة الجمهور بالأحزاب السياسية .

**المقدمة:**

أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة نقلة نوعية في علم الاتصال لانها امتزجت في جميع نواحي الحياة لاسيما امتزاجها بالأعلام، وكان للاعلام الجديد ابرز تلك التطبيقات في التطور التكنولوجي في عصرنا، هذا فاصبح افضل وسيلة لتحقيق التواصل بين الافراد والجماعات الذين يعتمدون عليه بشكل أساسي للحصول على المعلومات في الموضوعات كافة وتشكيل اتجاهاتهم حولها فهو اعلام متعدد الاشكال والوسائط يعتمد على شبكات الانترنيت بميزاتها المتعددة بشكل أساسي [1].
ان للتزايد الكبير في دور وسائل الاعلام ولاسيما الاعلام الجديد المرئي في امداد الجمهور بالأخبار والمعلومات بل أصبحت احد ابرز الروافد الأساسية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو الاحداث السياسية والقوى الفاعلة في الشأن السياسي العراقي، فالجمهور العراقي يحصل على المعلومات والآراء والمواقف من وسائل الاعلام التي تساعده في تكوين تصور في المحيط التي يعيش فيه وكما تعد وسائل الاعلام من عوامل الادراج المعرفي لدى الجمهور لأنها تقدم المعلومات وتوجهها بالطريقة التي ترغب بها [2] .

ان أهمية وسائل الاعلام تتأتي من خلال امداد الجمهور بالمعلومات وصياغة وتشكيل الاتجاهات السياسية نظرا لكون الوظيفة الإخبارية للأعلام تمثل ابرز الوظائف الأساسية التي يقوم بها وتتفاقم أهميتها من خلال التحولات السياسية حينما تتزايد حاجة افراد المجتمع للمعلومات حول الأحزاب السياسية ، ومن هنا يأتي التساؤل حول كيفية مساهمة الاعلام الجديد المرئي في المعارف السياسية وتشكيل الاتجاهات نحو الأحزاب السياسية ، وقد توصلت دراسات عديدة الى التعرض للأخبار والاهتمام بها يرتبط ارتباطا إيجابيا بالمعرفة السياسية مما يؤدي الى علاقة إيجابية بين استخدام الجمهور لوسائل الاعلام الجديد المرئي من اخبار واهتمامات سياسية والمشاركة السياسية وتشكيل الاتجاهات السياسية .

**أهمية الدراسة** :تستمد هذه الدراسة أهميتها كونها تصد الى موضوع مهم الا وهو دور الاعلام الجديد المرئي في تشكيل معارف واتجاهات الشباب العراقي نحو للأحزاب السياسية وتأثيرها عليهم حيث تعمل وسائل الاعلام الجديد المرئي دورا كبيرا في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب بمختلف ابعاده من

---

[1] علي شقرة , الاعلام الجديد –شبكات التواصل الاجتماعي ,عمان ,دار أسامة للنشر والتوزيع ,2014,ص53.

[2] انتصار عبدالرزاق , صفد الساموك ,الاعلام الجديد تطور الأداء الوسيلة الوظيفية ,بغداد ,سلسلة مكتبة الاعلام والمجتمع في جامعة بغداد ,2011,ص76 .

معارفة واتجاهاته وسلوكه وتسعى الى تشجيع الشباب على المشاركة السياسية في مختلف الاحداث السياسية ، تأتي أهمية هذه الدراسة من كونها تركز على معارف واتجاهات الشباب العراقي نحو الأحزاب السياسية من خلال الاعلام الجديد ومدى تأثيره ومساهمته في تشكيل معارفه واتجاهاته تجاه تلك الأحزاب ولاسيما تركيز الدراسة على فئه الشباب الذين يمثلون الأكثرية من المجتمع العراقي والذي يعد اكثر الفات استخداما للأعلام الجديد .

**إشكالية الدراسة:** تتحدد إشكالية الدراسة في بحث دور الاعلام الجديد المرئي في تشكيل معارف واتجاهات الشباب العراقي نحو الأحزاب السياسية من خلال قياس المعارف والاتجاهات السياسية للشباب ودور الاعلام الجديد المرئي في تشكيل اتجاهات الشباب نحو مدى فاعلية دور الأحزاب السياسية في النظام الجديد بعد 2003 ، واهمية مرحلة الشباب التي تتشكل خلالها اتجاهات الفرد السياسية والفكرية والتي يتزايد تأثره خلالها وسائل الاعلام الجديد ،بالإضافة الى معرفة اهم التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن اعتماد الشباب العراقي على وسائل الاعلام الجديد المرئي للحصول على معارف واتجاهات نحو الأحزاب السياسية .

**اهداف الدراسة:**يهدف الدراسة الى معرفة دور الاعلام الجديد المرئي في تشكيل معارف واتجاهات الشباب العراقي نحو الأحزاب السياسية، ويتفرع من هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية:

1- معرفة مدى تعرض الشباب العراقي للأعلام الجديد المرئي.

2- التعرف على أسباب اعتماد الشباب العراقي على الاعلام الجديد المرئي للحصول على معلومات حول الأحزاب السياسية.

3- التعرف على مدى اعتماد الشباب العراقي على الاعلام الجديد المرئي للحصول على معلومات حول الأحزاب السياسية.

4- معرفة اتجاهات الشباب العراقي نحو الأحزاب السياسية.

5- التعرف على اهم وسائل الاعلام الجديد المرئي التي يعتمد عليها الشباب العراقي للحصول على معلومات حول الأحزاب السياسية.

6- معرفة التأثيرات الناجمة عن اعتماد الشباب العراقي على الاعلام الجديد المرئي للحصول على معلومات حول الأحزاب السياسية.

7- معرفة اهم مشاكل الشباب العراقي في اعتماده على الاعلام الجديد المرئي. واهم اقتراحاته لتطوير أداء هذه الوسائل كمصدر للمعلومات وتكوين المعارف والاتجاهات نحو الأحزاب السياسية.

**فروض الدراسة** :يوصف الفرض بأنه عبارة عن ( تخمين أو استنتاج ذكي يتوصل إليه الباحث ويتمسك به بشكل مؤقت فهو أشبه برأي الباحث المبدئي في حل المشكلة )[1]. كما ان الفرضية هي " تصور مقترح لحل المشكلة " [2].

1- توجد علاقة ارتباطية ذات دلاله إحصائية بين مدى اعتماد الشباب العراقي على الاعلام الجديد المرئي وبين اتجاهاته نحو الأحزاب السياسية .

2- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات المعرفية الناتجة عن الاعتماد على الاعلام الجديد المرئي وبين مستوى معرفة الجمهور بالأحزاب السياسية .

**نوع الدراسة ومنهجه:**

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التفسيرية التي تسعى لرصد وتوصيف وتحليل وتفسير بين استخدام الاعلام الجديد المرئي والاعتماد عليها في تشكيل معارف واتجاهات الشباب العراقي نحو الأحزاب السياسية، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقه عنها دون الدخول في أسبابها او التحكم فيها[3].وتعتمد هذه الدراسة على المنهج المسحي الذي يعد اكثر المناهج ملاءمة لأهداف الدراسة للحصول على معلومات كافية على مدى اعتماد الشباب العراقي على وسائل الاعلام الجديد والمعارف والاتجاهات التي تكونت لديه جراء هذا الاعتماد [4]

**أداة جمع البيانات** :استخدم الباحث استمارة الاستبيان بهدف جمع بيانات المتعلقة بالدراسة حيث تضمنت العديد من الأسئلة التي تجيب على اهداف وفروض الدراسة بهدف التعرف على حقائق معينه

---

[1] كامل القيم , **مناهج** وأساليب كتابة البحث العلمي في الدراسات الإنسانية , بيروت , بيسان للنشر والتوزيع والإعلام عن مركز حمورابي للبحوث والدراسات الستراتيجية ,2012 , ص245

[4] محمد خليل عباس وآخرون, مدخل إلى مناهج البحث في التربية وعلم النفس, ط4, عمان, دار المسيرة ,2012), ص95.

[3] سمير حسين , بحوث الاعلام ,القاهرة , عالم الكتاب ,2006,ص123.

[6] محمد منير حجاب ,أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية القاهرة , دار الفجر للنشروالتوزيع ,2006 , ص87

او وجهات نظر المبحوثين واتجاهاتهم [1]، وكما تفيد استمارة الاستبيان في التعرف على اراء الشباب العراقي في هذه الدراسة وقياس مستوى معارفهم واتجاهاتهم بشكل دقيق الى حد كبير [2].

**اختبار الصدق والثبات :**

أ- الصدق : يعبر الصدق عن مدى اتفاق المحكمين الخبراء على ان المقياس أو الأداة التي يقيس بها الباحث تكون صالحة لتحقيق الهدف الذي أعدت من أجله تلك الأداة لتحقيق أهداف البحث فضلا عن الحكم على مدى تحديد مفاهيم البحث وأسئلة الاستمارة بدقة، ولقياس الصدق استخدم الباحث أسلوب الصدق الظاهري[3]، إذ تم عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين *. في مجال الإعلام للحكم على مدى صلاحية الأسئلة المقياس ، وبناء على ما أشاروا به من ضرورة إجراء تعديلات معينة على بعض فقراتها وقد قام الباحث بإجراء التعديلات اللازمة .

الثبات :وللتأكد من ثبات البيانات استخدم الباحث معامل ألفا التي يزودنا بتقدير جيد في اغلب المواقف وتعتمد هذه الطريقة على اتساق أداء الفرد من فقرة إلى أخرى ولاستخراج الثبات على وفق هذه الطريقة تم استخدام جميع استمارات البحث البالغ عددها (350) استمارة، ثم استخدمت معادلة (ألفا) وقد بلغ معامل ثبات المقياس (0.87) ويعد المقياس متسقاً داخلياً، لان هذه المعادلة تعكس مدى اتساق الفقرات داخلياً .

---

[1] رجاء وحيد دويريدي، البحث العلمي, أساسياته النظرية وممارساته العلمية ,دمشق, دار الفكر،2000,ص33 .

[2] احمد بدر ، أصول البحث العلمي ومناهجه, الكويت، وكالة المطبوعات ، 1975 , ص333.

[3] محمد منير حجاب, أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية, مصدر سابق، ص106 .

* الخبراء والمحكمون حسب الدرجة العلمية :

1. أ.د. وسام فاضل راضي/ قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية/ كلية الإعلام / جامعة بغداد.
2. ا.م.د.عادل عبدالرزاق الغريري/ قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية/ كلية الإعلام / جامعة بغداد.
3. ا.م.د.حسين رشيد ياسين / قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية/ كلية الإعلام / جامعة بغداد.

**مجالات البحث وحدوده:** شملت الحدود الأساسية للبحث مجالات عدة وهي :

1- المجال الزماني : تحدد المجال الزماني للبحث بالمدة من 2018/12/15 إلى 2019 /1/15 وهي المدة التي تزامنت مع تنفيذ إجراءات البحث المتمثلة بتوزيع استمارة الاستبانة بين العينة المختارة من مجتمع جمهور مدينة بغداد المركز على وفق المناطق المستهدفة، ومن ثم إعادة جمعها وفرزها وتحليل المعلومات والبيانات ومعالجتها إحصائيا .

2- المجال المكاني: رأى الباحث توزيع الاستمارة في في مدينة بغداد المركز ولذلك لتمثيل العاصمة لجميع مكونات وطوائف الشعب العراقي .

3- المجال البشري: تمثل المجال البشري للبحث بجمهور شباب مدينة بغداد من الذين يستخدمون الاعلام الجديد المرئي والذين تم اختيارهم على وفق إحصائيات الجهاز المركزي للإحصاء /وزارة التخطيط بحسب التقديرات السكانية لعام 2012 لمدينة بغداد من الذين أعمارهم (18 عام فأكثر). لقد قام الباحث بتوزيع(400) استمارة بشكل عشوائي على شباب مدينه بغداد وقد بلغ عدد الاستمارات الصالحة التي تمت أعادتها الى الباحث (377) استمارة.

**العينة:** اختار الباحث عينة عشوائية طبقية مكونة من 377 مبحوثا من شباب مدينة بغداد.

المعالجات الإحصائية :

بعد ادخال بيانات صحيفة الاستقصاء في الحاسب الآلي تم اجراء المعادلات الأتية:-

1- التكرارات والنسب المئوية

2- معامل الفا ألفا كرونباخ لقياس الثبات

3- الانحراف المعياري

4- المتوسط الحسابي

**الدراسات سابقة:**

- دراسة خالد الصوفي وعلي البريهمي: دور الاعلام في تشكيل اتجاهات النخبة الاكاديمية العربية في اليمن نحو الربيع العربي [1] .

هدفت الدراسة الى معرفة دور وسائل الاعلام في تشكيل اتجاهات النخبة الاكاديمية العربية في اليمن نحو ما عرف إعلاميا بثورات الربيع العربي من خلال قياس اتجاهات النخبة ،وتنتمي الدراسة الى البحوث الوصفية واستخدمت منهج المسح واستخدمت نظرية الغرس الثقافي وخلصت الدراسة الى اهم النتائج :- جاءت القنوات الإخبارية كاهم مصدر في ترتيب المصادر الإعلامية التي تتابعها النخبة الاكاديمية العربية في اليمن .

73% من النخبة الاكاديمية يهتمون بمتابعة اخبار ثورات الربيع العربي ،جاء اتجاه الاكاديميين العرب نحو الثورات الربيع العربي إيجابيا بنسبة 52%.

- دراسة ازورال :الاعلام الجديد ودوره في الحراك الديمقراطي العربي شبكات التواصل الاجتماعي انموذجا [2].

استعرضت الدراسة بداية التحول من الديمقراطية التقليدية الى الديمقراطية الالكترونية مع بدء الثورات الربيع العربي وكما تطرق الى ان الاعلام الجديد يحظى بأهمية بالغة الأثر على المستوى العالمي لما يؤديه من دور في تفعيل العلاقات الاجتماعية بين الافراد وذلك من خلال الخصائص التي يتميز بها حيث انتقل من أداة للتعارف والتواصل بين الافراد الى أداة فعالة في التغيير السياسي والتوعية الديمقراطية .

**حدود الاستفادة من الدراسات السابقة**

1-التعرف على الاطار النظري للدراسة 2- صياغة الفروض وتساؤلات الدراسة 3- الاطار المعرفي للدراسات السابقة والمصادر العلمية 4- الاستفادة من المناهج والأدوات البحثية .

---

[1] خالد الصوفي وعلي البريهمي, دور الاعلام في تشكيل اتجاهات النخبة الاكاديمية العربية في اليمن نحو الربيع العربي,دراسة غير منشورة ,صنعاء ,2014.

[2] يوسف ازورال , الاعلام الجديد ودوره في الحراك الديمقراطي العربي شبكات التواصل الاجتماعي انموذجا,الجزائر 2012.

**نظرية الاعتماد على وسائل الاتصال**

بدأ اهتمام بعض الباحثين والدارسين في مجال الإعلام في عشرينات القرن الماضي ولاسيما في مجال دراسة تأثير وسائل الإعلام في المستوى المعرفي ، حيث أوضح العديد من الباحثين الى النظر إلى العلاقة بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية ومؤسساتها المرتبطة بها في المجتمع يتم على أساس من الاعتماد المتبادل[1].

ان مفهوم الاعتماد على وسائل الإعلام ظهر في سبعينات القرن الماضي من الباحثين (دي فلور وساندرا بول روكيش) حيث قدما اقتراحاً لعلاقة اندماج بين الجمهور، ووسائل الإعلام، والنظام الاجتماعي. اذ كانت هذه البداية الأولى لتأسيس النظرية[2]. وبما ان الإعلام بصورة عامة جزء لا يتجزأ من النظام الاجتماعي فأن النظرية تنظر إليه على أساس العلاقة التي يبنيها الجمهور مع وسائل الإعلام[3].

فالجمهور يعتمد على وسائل الإعلام لكونها مصدراً من مصادر تحقيق أهدافهم، حيث انهم يسعون إلى تحقيق اهدافهم في تأييد حقهم في امتلاك المعلومات والمعرفة لاتخاذ القرارات الشخصية والاجتماعية المختلفة في حياتهم اليومية، كما أنهم يحتاجون أيضاً إلى التسلية والترفيه كهدف آخر في الوقت نفسه، ويمكن ملاحظة تطوير هذه العلاقة مع وسائل الإعلام عن طريق تأثير الخصائص والسمات الفردية والاجتماعية فيها[4].

فوسائل الإعلام تعدّ ظاهرة اجتماعية تابعة للمجتمع وليس لنفسها، وهي عنصر في البناء الاجتماعي .وعلى الرغم من ذلك تستطيع وسائل الإعلام الحصول على جزء ولو بسيط من الاستقلالية تعمل عن طريقها على تغيير العالم الاجتماعي[5].

---

[1] ينظر الى :

1.Kraws. S. and R Perloff: **mass media and Political Thought An Information Approach (Sage publication**, Beverly Hills, London), 1985 P. 242.

[2] سناء محمد الجبور، **الإعلام والرأي العام العربي والعالم**،(عمان، دار أسامة، 2010) ، ص143.

[3] محمد منير حجاب، **نظريات الاتصال** (القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2010) ص301.

[4] محمد عبد الحميد، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، ط3 (القاهرة، عالم الكتب، 2004) ص298.

[5] منال أبو الحسن، **علم الاجتماعي الإعلامي، أساسيات وتطبيقات** (القاهرة، دار النشر للجامعات، 2009) ص129.

يقصد بالاعتماد على وسائل الإعلام بأنه (درجة الاعتماد على وسيلة معينة كمصدر عن القضايا والاحداث المثارة، ولا يرتبط الاعتماد على وسيلة باستخدامها فالاستخدام يعنى معدل المتابعة ، أما الاعتماد فيعني درجة أهمية هذه الوسيلة للجمهور كمصدر لمعلوماتهم واختيارهم وتفضيلهم [1].

**أهداف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام**

تسعى هذه النظرية إلى تحقيق جملة من الأهداف يمكن إجمالها [2] على ما يأتي:

1. تسعى النظرية من خلال أهدافها إلى التأكيد على ان وسائل الإعلام هي نظام متكامل لثلاثة عناصر رئيسة هي وسائل الإعلام والجمهور والمجتمع.
2. تهدف إلى التعامل مع النظام الإعلامي بعدّه وسائل أولية داخل المجتمعات .
3. تهدف النظرية الى الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام أحياناً آثاراً قوية ومباشرة، وفي أحيان أخرى لها تأثيرات غير مباشرة.
4. تسعى إلى التأكيد على ان الاعتماد هو حالة تظهر عن طريق حاجة الجمهور إلى فهم العالم الاجتماعي .

**فروض نظرية الاعتماد على وسائل الاتصال**

يمكن تلخيص الفروض الرئيسة لنظرية الاعتماد على وسائل الإيصال التي وضعتها واتفقت عليها مجموعة من الباحثين والدارسين[3] على ما يأتي:-

---

[1] هويدا مصطفى، **الإعلام والأزمات المعاصرة** (القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2009) ص243.

[2] ينظر كل من:

1. أيمن محمود موسى أبو زيد، **اعتماد المشاهد المصري على القنوات الفضائية خلال الأزمات**، مصدر سابق، ص87-89.
2. حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، ط1 ,الدار المصرية اللبنانية ,القاهرة ,1998.، ص314-ص320.
3. سوزان القليني، **مدى اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون من أوقات الأزمات، دراسة حالة على حادث الأقصر**، مصدر سابق، ص35.
2. Melvin De fere. Sandra G. Ball Rokeqch **Journalism Quarterly**. 1982. P 241-245.

[3] ينظر كل من:

1. مرفت الطرابيشي وعبد العزيز السيد، **نظريات الاتصال**، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006، ص142-145.
2. محمد بن سعود البشر، **نظريات التأثير الإعلامي** (الرياض، عبتا للنشر، 1424) ص61.
3. سعد آل سعود، **الاتصال والإعلام السياسي** (ردمك، القنوات للنشر، 1427هـ/2006) ص106.

1. تزداد إمكانية ان تحقق الرسالة الإعلامية نطاقاً واسعاً من التأثيرات العاطفية والمعرفية والسلوكية لدى الجمهور عندما توفر وسائل الاتصال خدمات معلوماتية متميزة .

2. تزداد حاجة الجمهور إلى المعلومات والتوجيه كلما زادت الأزمات التغيرات و والصراعات في مجتمع ما ومن ثمَّ تزداد درجة الاعتماد على وسائل الاتصال.

3. ينتح من خلال اعتماد الجمهور على وسائل الاتصال عدد من التأثيرات المختلفة الوجدانية والسلوكية والمعرفية.

4. يسعى الجمهور من خلال اعتماده على وسائل الاتصال إلى تحقيق ثلاثة أهداف ، التوجيه والفهم والتسلية.

**الدراسة الميدانية :**

أولا: استخدام وسائل الاعلام الجديد المرئي

1- يوضح جدول (1) اهم وسائل الاعلام الجديد التي يتم متابعتها من قبل المبحوثين هي فيس بوك بنسبة (40،85%)ومن ثم يوتيوب بنسبة (27،84%)ومن ثم تويتر وانستغرام بنسب متقاربة وحل بالمرتبة الأخيرة فليكر وماي سبيس.

**جدول (1) يبين اهم وسائل الاعلام الجديد المرئي التي يتم متابعتها**

| الوسيلة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| فيس بوك | 355 | 40.85 |
| يوتيوب | 242 | 27،84 |
| تويتر | 131 | 15،07 |
| انستغرام | 128 | 14،72 |
| فليكر | 12 | 1.38 |
| ماي سبيس | 1 | 0،11 |
| المجموع | 869 | %100 |

2- المدة التي يقضيها المبحوثون يوميا في متابعة وسائل الاعلام الجديد المرئي: بهدف الكشف عن معدل الزمن الذي يقضيه الجمهور في متابعة مواقع التواصل الاجتماعي أشارت النتائج

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

ان غالبية المبحوثين يقضون (ساعة إلى ساعتين) في متابعة مواقع التواصل الاجتماعي(174) مبحوثاً وبنسبة بلغت (46%)، كما بلغ عدد المبحوثين الذين أكدوا أنهم يقضون (ساعتين الى اربع ساعات) في متابعة مواقع التواصل الاجتماعي(91) مبحوث وبنسبة بلغت (24%) بينما بلغ عدد المبحوثين الذين شاروا الى أنهم يقضون (اقل من ساعة) في متابعة مواقع التواصل الاجتماعي(60) مبحوث وبنسبة بلغت (15%) وجاءت بالمرتبة الأخيرة الذين يقضون اكثر من اربع ساعات (52) مبحوث وبنسبة (14%). (انظر جدول 2) أدناه.

**جدول (2) المبحوثون حسب المدة التي يقضونها في متابعة مواقع التواصل الاجتماعي**

| المدة التي يقضيها المبحوثين في المتابعة | التكرارات | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| ساعة إلى ساعتين | 174 | %46 |
| ساعتين الى اربع ساعات | 91 | %24 |
| اقل من ساعة | 60 | %15 |
| اكثر من اربع ساعات | 52 | %14 |
| المجموع | 377 | %100 |

3- اهم المجالات التي يتابعها المبحوثون عبر وسائل الاعلام الجديد المرئي:

للتعرف على اهم الموضوعات التي يحب المبحوثين يتابعها عبر وسائل الاعلام الجديد المرئي هي(موضوعات سياسية) وبنسبة بلغت (62%) ومن ثم الموضوعات الترفيهية بنسبة (60،6%) تليها الرياضية بنسبة( 60،1%) وتليها على التوالي كلا من الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والصحية والأخرى ويرى الباحث ان النسب العالية التي حظيت بها المجالات السياسية والترفيهية الرياضية مؤشر جيد من قبل المبحوثين على تنوع اهتماماتهم .(انظر جدول3) أدناه.

**جدول(3) المجالات التي يتابعها المبحوثون عبر وسائل الاعلام الجديد المرئي**

| الموضوعات | التكرارات | النسبة المئوية% |
|---|---|---|
| سياسية | 235 | %62،5 |
| الترفيهية | 228 | %60،2 |
| الرياضية | 226 | 60،1 |
| الاجتماعية | 169 | 44،9 |
| الثقافية | 143 | %38 |
| الاقتصادية | 107 | %28،5 |
| الصحية | 104 | 27،7 |
| أخرى | 20 | %5،3 |
| المجموع | 377 | %100 |

5–ثقة المبحوثين بوسائل الاعلام الجديد المرئي: بهدف الكشف عن درجة ثقة المبحوثين بوسائل الاعلام الجديد، كانت النتائج المستخرجة تشير الى درجة الثقة بشكل متفاوت (احيانا) بنسبة (66،3%) مبحوثاً من المبحوثين ، اما بالنسبة للذين كانت اجاباتهم (لااثق) فبلغ عدد الذين وبنسبة بلغت (17%)، بينما بلغ عدد المبحوثين الذين أكدوا أنهم (اثق به دائما) وبنسبة بلغت (16،7%)، وذلك بمتوسط حساب بلغ (2) .(انظر جدول4) أدناه.

**جدول (4) ثقة المبحوثون بوسائل الاعلام الجديد المرئي**

| درجة الثقة | التكرارات | النسبة المئوية% | المتوسط الحسابي |
|---|---|---|---|
| اثق به أحيانا | 250 | %66،3 | 2 |
| لا اثق به | 64 | %17 | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| اثق به دائما | 63 | %16،7 | |
| المجموع | 377 | 100 | |

6–درجة التأثيرات المعرفية الناتجة عن اعتماد المبحوثين على وسائل الاعلام الجديد المرئي للحصول على معارف وتكوين اتجاهات نحو الأحزاب السياسية: يتضح من الجدول رقم (5) التعرف على ظروف الأحزاب السياسية بمتوسط حسابي (2،35)،ومن ثم التعرف على معلومات اكثر حول الأحزاب السياسية بمتوسط حسابي (2،31)يليها التعرف على تداعيات بعض القضايا التي تخص الاحزاب السياسية و إزالة الغموض حول بعض القضايا التي تخص الأحزاب بنسب متقاربة . يرى الباحث ان النسب المتقاربة يدل على أهمية التأثيرات المذكورة كافة على المبحوثين .

**جدول رقم (5) التأثيرات المعرفية الناتجة عن اعتماد المبحوثين على وسائل الاعلام الجديد المرئي للحصول على معارف وتكوين اتجاهات نحو الأحزاب السياسية**

| التأثيرات المعرفية | منخفضة | | متوسطة | | عالي | | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ك | % | ك | % | ك | % | | |
| التعرف على ظروف الأحزاب السياسية | 70 | 18.6 | 174 | 46،2 | 133 | 35،3 | 2،17 | 0،72 |
| التعرف على معلومات اكثر حول الأحزاب السياسية | 45 | 11،9 | 156 | 41،4 | 176 | 46،7 | 2،35 | 0،68 |
| التعرف على تداعيات بعض القضايا التي تخص الاحزاب السياسية | 25 | 6،6 | 212 | 56،2 | 140 | 37،1 | 2،31 | 0،59 |
| التعرف على | 68 | 18 | 191 | 50، | 118 | 31، | 2،13 | 0،69 |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| تداعيات بعض القضايا التي تخص الاحزاب السياسية | | | 7 | | 3 | | | |
| إزالة الغموض حول بعض القضايا التي تخص الأحزاب | 69 | 18،3 | 195 | 51،7 | 113 | 30 | 2،12 | 0،69 |
| الدرجة الكلية | | | | | | | 2،21 | 0،41 |

7–درجة التأثيرات الوجدانية الناتجة عن اعتماد المبحوثين على وسائل الاعلام الجديد المرئي للحصول على معارف وتكوين اتجاهات نحو الأحزاب السياسية :

يتضح من الجدول (6) ترتيب التأثيرات الوجدانية الناتجة عن اعتماد المبحوثين على وسائل الاعلام الجديد المرئي للحصول على معارف وتكوين اتجاهات نحو الأحزاب السياسية ، أولها الشعور بالقلق ازاء استمرار استغلال واضطهاد الأحزاب السياسية للشعب بمتوسط حسابي( 2،62)ومن ثم الشعور بالحزن اتجاه بعض الأحزاب السياسية بمتوسط حسابي (54،4)ومن ثم الشعور بالفرح اتجاه بعض الاحزاب السياسية بمتوسط حسابي (29’2)وأخيرا مشاركة برامج بعض الاحزاب السياسية بمتوسط حسابي (2،29).

**جدول رقم (6) التأثيرات الوجدانية الناتجة عن اعتماد المبحوثين على وسائل الاعلام الجديد المرئي للحصول على معارف وتكوين اتجاهات نحو الأحزاب السياسية**

| التأثيرات الوجدانية | منخفضة | | متوسطة | | عالي | | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ك | % | ك | % | ك | % | | |
| الشعور بالقلق ازاء استمرار استغلال واضطهاد الأحزاب السياسية للشعب | 51 | 13،5 | 165 | 43،8 | 161 | 42،7 | 2،29 | 0،69 |
| الشعور بالحزن اتجاه | 16 | 4،2 | 112 | 29، | 549 | 66 | 2،62 | 0،57 |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| بعض الأحزاب السياسية | | | | 7 | | | | |
| الشعور بالفرح اتجاه بعض الاحزاب السياسية | 20 | 5،3 | 152 | 40،3 | 205 | 54،4 | 2،49 | 0،60 |
| مشاركة برامج بعض الاحزاب السياسية | 33 | 8،8 | 156 | 41،4 | 188 | 49،9 | 2،41 | 0،65 |
| الدرجة الكلية | | | | | | | 2،45 | 0،44 |

8–درجة التأثيرات السلوكية الناتجة عن اعتماد المبحوثين على وسائل الاعلام الجديد المرئي للحصول على معارف وتكوين الاتجاهات نحو الأحزاب السياسية:

يتضح من الجدول (7) ترتيب التأثيرات السلوكية الناتجة عن اعتماد المبحوثين على وسائل الاعلام الجديد المرئي للحصول على معارف وتكوين الاتجاهات نحو الأحزاب السياسية أولها كتابة منشورات عبر وسائل الاعلام الجديد تدعو الى تعديل عمل مسار الأحزاب السياسية في خدمة الناس بمتوسط حسابي (2،09) ومن ثم تفاعلي عبر وسائل الاعلام الجديد مع ما يطرح لتصحيح عمل الأحزاب بما يخدم المواطن بمتوسط حسابي( 2،08) تقديم الأحزاب السياسية المساعدات المادية للفقراء بمتوسط حسابي (2،05)العمل على توعية السياسيين بضرورة خدمة افراد المجتمع وتغليب مصالح المواطنين على مصالحهم الحزبية بمتوسط حسابي (2،02) وأخيرا المشاركة في الفعاليات الميدانية الداعمة للأحزاب بمتوسط حسابي (1،74).

**جدول رقم (7) التأثيرات السلوكية الناتجة عن اعتماد المبحوثين على وسائل الاعلام الجديد المرئي للحصول على معارف وتكوين الاتجاهات نحو الأحزاب السياسية**

| التأثيرات السلوكية | منخفضة | | متوسطة | | عالي | | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ك | % | ك | % | ك | % | | |
| كتابة منشورات عبر وسائل الاعلام الجديد المرئي تدعو الى تعديل عمل مسار الأحزاب السياسية في خدمة | 95 | 25،2 | 154 | 40.8 | 128 | 34 | 2،09 | 0،77 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| الناس | | | | | | | |
| تفاعلي عبر وسائل الاعلام الجديد المرئي مع ما يطرح لتصحيح عمل الأحزاب بما يخدم المواطن | 81 | 21،5 | 186 | 49،3 | 110 | 29،2 | 2،08 | 0،01 |
| توعية السياسيين بضرورة خدمة افراد المجتمع وتغليب مصالح المواطنين على مصالحهم الحزبية | 88 | 23،3 | 182 | 48،3 | 107 | 28،4 | 2،05 | 0،72 |
| تقديم الأحزاب السياسية المساعدات المادية للفقراء | 110 | 29،2 | 151 | 40،1 | 116 | 30،8 | 2،02 | 0،78 |
| المشاركة في الفعاليات الميدانية الداعمة للأحزاب | 173 | 45،9 | 128 | 34 | 76 | 20،2 | 1،07 | 0،77 |
| الدرجة الكلية | | | | | | | 1،99 | 0،55 |

**اختبار فروض الدراسة**

1- توجد علاقة ارتباطية ذات دلاله إحصائية بين مدى اعتماد الشباب العراقي على الاعلام الجديد المرئي وبين اتجاهاته نحو الأحزاب السياسية.

ثبت صحة الفرض الأول انه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية(0،05)بين اعتماد الشباب العراقي على الاعلام الجديد وبين درجة معرفته بالأحزاب السياسية وهذا يدل على ان وسائل

الاعلام الجديد تؤدي دورا مهما في اكساب الشباب العراقي المعارف نحو الأحزاب السياسية. وتم التحقق من خلال الجدول (8) :

**جدول (8) يوضح العلاقة بين اعتماد الشباب العراقي على الاعلام الجديد المرئي وبين درجة معرفته بالأحزاب السياسية**

| درجة الاعتماد على الاعلام الجديد المرئي | | درجة المعرفة بالأحزاب السياسية | | | المجموع | كا2 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | منخفض | متوسط | مرتفع | | |
| عالية | ك | 14 | 39 | 10 | 63 | 12،93 |
| | % | 3،7 | 10،3 | 2،7 | 16،7 | |
| متوسطة | ك | 47 | 190 | 13 | 205 | |
| | % | 12،5 | 50،4 | 3،4 | 66،3 | |
| منخفضة | ك | 6 | 52 | 6 | 64 | |
| | % | 1،6 | 13،8 | 1،6 | 17 | |
| المجموع | ك | 67 | 281 | 29 | 377 | |
| | % | 17،8 | 74،5 | 7،7 | 100 | |

2 – توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات المعرفية الناتجة عن الاعتماد على الاعلام الجديد المرئي وبين مستوى معرفة الشباب العراقي بالأحزاب السياسية:

ثبت عدم صحة الفرض الأول انه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0،05)بين التأثيرات المعرفية الناتجة عن الاعلام الجديد وبين درجة معرفة الشباب العراقي بالأحزاب السياسية ،أي انه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات المعرفية الناتجة عن الاعلام الجديد المرئي وبين درجة معرفة الشباب العراقي بالأحزاب السياسية وهذا يدل على ان اكتساب المعارف حول الأحزاب السياسية لا يتم فقط عبر الاعلام الجديد . وتم التحقق من خلال الجدول (9):

**جدول (9)التأثيرات المعرفية الناتجة عن الاعتماد على الاعلام الجديد المرئي وبين مستوى معرفة الشباب العراقي بالأحزاب السياسية**

| درجة المعرفة بالأحزاب السياسية | | التأثيرات المعرفية الناتجة عن الاعلام الجديد المرئي | | | المجموع | كا2 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | منخفضة | متوسطة | عالية | | |
| منخفضة | ك | 6 | 41 | 20 | 67 | 2،15 |
| | % | 1،6 | 10،9 | 5،3 | 17،8 | |
| متوسطة | ك | 22 | 160 | 99 | 281 | |
| | % | 5،8 | 42،4 | 26،3 | 74،5 | |
| عالية | ك | 2 | 20 | 7 | 29 | |
| | % | 0،5 | 5،3 | 1،9 | 7،7 | |
| المجموع | ك | 30 | 221 | 126 | 377 | |
| | % | 8 | 58،6 | 33،4 | 100 | |

**النتائج العامة للدراسة :**

1- اهم وسائل الاعلام الجديد المرئي التي يتابعها المبحوثون هي فيس بوك بنسبة (94،2%)ومن ثم يوتيوب بنسبة (64،2%)ومن ثم تويتر وانستغرام بنسب متقاربة وحل بالمرتبة الأخيرة فليكر وماي سبيس.

2- ان غالبية المبحوثين يقضون يوميا في متابعة وسائل الاعلام الجديد المرئي يقضيه الجمهور في متابعة مواقع التواصل الاجتماعي أشارت النتائج ان من (ساعة إلى ساعتين) في متابعة مواقع التواصل الاجتماعي وبنسبة بلغت (46%)، كما بلغ عدد المبحوثين الذين أكدوا أنهم يقضون (ساعتين الى اربع ساعات) في متابعة مواقع التواصل الاجتماعي وبنسبة بلغت (24%) بينما بلغ عدد

المبحوثين الذين شاروا الى أنهم يقضون (اقل من ساعة ) في متابعة مواقع التواصل الاجتماعي(60) مبحوث وبنسبة بلغت (15%) .

3- اهم المجالات التي يتابعها المبحوثون عبر وسائل الاعلام الجديد المرئي هي موضوعات سياسية وبنسبة بلغت (62%) ومن ثم الموضوعات الترفيهية بنسبة (60،6%) تليها الرياضية بنسبة( 60،1%) وتليها على التوالي كلا من الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والصحية والأخرى ويرى الباحث ان النسب العالية التي حظيت بها المجالات السياسية والترفيهية الرياضية مؤشر جيد من قبل المبحوثين على تنوع اهتماماتهم.

4- التأثيرات المعرفية الناتجة عن اعتماد المبحوثين على وسائل الاعلام الجديد المرئي للحصول على معارف وتكوين اتجاهات نحو الأحزاب السياسية ، أولها التعرف على ظروف الأحزاب السياسية بمتوسط حسابي (2،35)،ومن ثم التعرف على معلومات اكثر حول الأحزاب السياسية بمتوسط حسابي (2،31)يليها التعرف على تداعيات بعض القضايا التي تخص الاحزاب السياسية و إزالة الغموض حول بعض القضايا التي تخص الأحزاب بنسب متقاربة

5- ترتيب التأثيرات الوجدانية الناتجة عن اعتماد المبحوثين على وسائل الاعلام الجديد المرئي للحصول على معارف وتكوين اتجاهات نحو الأحزاب السياسية ، أولها الشعور بالقلق ازاء استمرار استغلال واضطهاد الأحزاب السياسية للشعب بمتوسط حسابي( 2،62)ومن ثم الشعور بالحزن اتجاه بعض الأحزاب السياسية بمتوسط حسابي (54،4)ومن ثم الشعور بالفرح اتجاه بعض الاحزاب السياسية بمتوسط حسابي (2’29).

6- نتائج اختبار الفروض:

أ- ثبت صحة الفرض الأول انه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0،05)بين اعتماد الشباب العراقي على الاعلام الجديد المرئي وبين درجة معرفته بالأحزاب السياسية.

ب-ثبت عدم صحة الفرض الأول انه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0،05)بين التأثيرات المعرفية الناتجة عن الاعلام الجديد المرئي وبين درجة معرفة الشباب العراقي بالأحزاب السياسية.

**المصادر:**

1- علي شقرة ، الاعلام الجديد –شبكات التواصل الاجتماعي ،عمان ،دار أسامة للنشر والتوزيع ،2014.
2- انتصار عبدالرزاق ، صفد الساموك ،الاعلام الجديد تطور الأداء الوسيلة الوظيفية ،بغداد ،سلسلة مكتبة الاعلام والمجتمع في جامعة بغداد ،2011 .
3- كامل القيم ، **مناهج** وأساليب كتابة البحث العلمي في الدراسات الإنسانية ، بيروت ، بيسان للنشر والتوزيع والإعلام عن مركز حمورابي للبحوث والدراسات الاستراتيجية ،2012 .
4- محمد خليل عباس وآخرون، مدخل إلى مناهج البحث في التربية وعلم النفس، ط4، عمان، دار المسيرة ،2012.
5- سمير حسين ، بحوث الاعلام ،القاهرة ، عالم الكتاب ،2006.
6- محمد منير حجاب ،أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية القاهرة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ،2006 .
7- رجاء وحيد دويريدي، البحث العلمي، أساسياته النظرية وممارساته العلمية ،دمشق، دار الفكر،2000.
8- احمد بدر ، أصول البحث العلمي ومناهجه، الكويت، وكالة المطبوعات ، 1975 .
9- محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، مصدر سابق.
10- خالد الصوفي وعلي البريهمي، دور الاعلام في تشكيل اتجاهات النخبة الاكاديمية العربية في اليمن نحو الربيع العربي،دراسة غير منشورة ،صنعاء ،2014.
11 – يوسف ازورال ، الاعلام الجديد ودوره في الحراك الديمقراطي العربي شبكات التواصل الاجتماعي انموذجا،الجزائر 2012.
12.Kraws. S. and R Perloff: **mass media and Political Thought An Information Approach (Sage publication**، Beverly Hills، London)، 1985 .
13-(سناء محمد الجبور، **الإعلام والرأي العام العربي والعالم**،عمان، دار أسامة، 2010 .
14- محمد منير حجاب، **نظريات الاتصال** ،القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2010.
15- محمد عبد الحميد، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، ط3 ،القاهرة، عالم الكتب، 2004.
16- منال أبو الحسن، **علم الاجتماعي الإعلامي، أساسيات وتطبيقات** ،القاهرة، دار النشر للجامعات، 2009.
17-هويدا مصطفى، **الإعلام والأزمات المعاصرة** ،القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2009.
18-أيمن محمود موسى أبو زيد، **اعتماد المشاهد المصري على القنوات الفضائية خلال الأزمات.**

19-حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، **الاتصال ونظرياته المعاصرة** ط1 ،الدار المصرية اللبنانية ،القاهرة ،1998.

20-سوزان القليني، **مدى اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون من أوقات الأزمات، دراسة حالة على حادث الأقصر.**

21-Melvin De fere. Sandra G. Ball Rokeqch **Journalism Quarterly**. 1982.

22- مرفت الطرابيشي وعبد العزيز السيد، **نظريات الاتصال** دار النهضة العربية، القاهرة، 2006.

23-محمد بن سعود البشر، **نظريات التأثير الإعلامي** ،الرياض، عبتا للنشر، 1424.

24-سعد آل سعود، **الاتصال والإعلام السياسي** ،ردمك، القنوات للنشر، 1427هـ/2006.

25- William E. Loges: **canaries in The Coalmine، Perceptions of threat and media system dependency relations، communication Research** Vol. 21، No. 1994.