

دور القنوات الفضائية العربية في تعزيز الهوية الثقافية لدى طلبة جامعة بلاد الرافدين

م. د. عبد الرزاق عبد الوهاب احمد العبادي

قسم الاعلام، كلية العلوم الانسانية، جامعة بلاد الرافدين، ديالى، 32001، العراق.

bdalrzaqalbady884@gmail.com

الملخص

يهدف هذا البحث إلى دراسة تأثير القنوات الفضائية العربية في تعزيز الهوية الثقافية لدى طلبة الجامعات العراقية، من خلال تحليل أنماط التعرض الإعلامي، والمضامين الثقافية التي تقدمها هذه القنوات، ومدى انعكاسها على معارف واتجاهات وسلوكيات الجمهور الشبابي. تنطلق الدراسة من إشكالية رئيسة مفادها: مدى قدرة وسائل الإعلام الفضائية على إحداث تغييرات في الاتجاهات والسلوك الثقافي لدى الطلبة، في ظل التغيرات المتسارعة في البيئة الإعلامية. اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، مستنداً إلى استبانة طبقت على عينة من طلبة جامعة بلاد الرافدين، للكشف عن معدلات المشاهدة، والدوافع، وأنماط التفاعل مع البرامج الفضائية. وأظهرت النتائج أن التعرض المستمر للمضامين الثقافية يسهم في رفع مستوى المعرفة لدى الطلبة، ويؤثر في تشكيل اتجاهاتهم، ومن ثم ينعكس على سلوكهم الثقافي بشكل متدرج، حيث يبدأ التأثير من الجانب المعرفي لينتقل إلى الاتجاهات ثم السلوك. كما بينت الدراسة أن البرامج الحوارية والثقافية تعد من أكثر الأنماط جذبا للجمهور، خاصة تلك التي تعتمد الحوار والتنوع في الطرح، لما لها من دور في تعزيز التفاعل وتنمية الوعي الثقافي. وتؤكد النتائج كذلك أن وسائل الإعلام تمثل أداة فاعلة في عملية التنشئة الاجتماعية، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، من خلال غرس القيم والمعايير الثقافية في المجتمع. ويخلص البحث إلى أن القنوات الفضائية تمتلك قدرة مؤثرة في تشكيل الهوية الثقافية، إلا أن هذا التأثير يرتبط بطبيعة المحتوى الإعلامي، ومستوى وعي المتلقي، مما يستدعي تطوير مضامين إعلامية هادفة تسهم في دعم الهوية الثقافية وتعزيز القيم الإيجابية لدى الشباب.

الكلمات المفتاحية: القنوات الفضائية العربية، تعزيز، الهوية الثقافية.

The Role of Arab Satellite Channels in Enhancing Cultural Identity Among Students of Belad Al Rafadaen University

Assist. Dr. Abdul Razzaq Abdul Wahab Ahmed Al-Abbadi

Media Department, College of Humanities, University of Bilad alraafidayn, Diyala, 32001 Iraq

bdalrzaqalbady884@gmail.com

Abstract

This study aims to investigate the influence of Arab satellite channels on enhancing cultural identity among students at Iraqi universities by analyzing patterns of media exposure, the cultural content presented by these channels, and the extent to which such content is reflected in the knowledge, attitudes, and behaviors of young audiences. The study addresses a central research problem concerning the extent to which satellite media can bring about changes in students' cultural attitudes and behaviors amid the rapidly evolving media environment. The research adopted a descriptive-analytical approach and employed a questionnaire administered to a sample of students at Mesopotamia University to identify viewing rates, motivations, and patterns of interaction with

satellite programs. The findings revealed that continuous exposure to cultural content contributes to increasing students' level of knowledge and influences the formation of their attitudes, which subsequently affects their cultural behavior gradually. The influence begins at the cognitive level and then extends to attitudes and, ultimately, behavior. The study also demonstrated that talk shows and cultural programs are among the most appealing program formats to audiences, particularly those based on dialogue and diversity of perspectives, given their role in enhancing interaction and developing cultural awareness. The findings further confirm that the media constitute an effective instrument in the process of socialization, both directly and indirectly, through instilling cultural values and norms within society. The study concludes that satellite channels have a significant capacity to shape cultural identity; however, their influence is closely associated with the nature of media content and the level of audience awareness. This necessitates the development of purposeful media content that contributes to supporting cultural identity and promoting positive values among young people.

Keywords: Arab satellite channels; enhancement; cultural identity.

المقدمة

ان تأثير القنوات الفضائية في حياتنا، بدأ يتعاظم يوم بعد آخر، فقد أصبح البعض منا مدمنا على متابعة ما يبث من خلالها، ولربما تحولت شيئا فشيئا إلى أن تكون المصدر الأول لثقافتنا واطلاعنا على أحداث العالم، وبالتالي يتوجب علينا التوقف عندها والانتباه لها ومتابعتها ودراستها باستمرار من قبل المختصين في الشأن الإعلامي. فعلى الصعيد الثقافي يبدو واضحا في برامج الفضائيات الأجنبية الموجهة إلى المنطقة العربية أنها بدأت تستخدم الفكر في التأثير على الفرد العربي، كون الوظيفة الجديدة للغزو متمثلة بالهيمنة الثقافية، عن طريق تعميم فكرها وثقافتها بأسلوب منوع ومهذب ومحبيب إلى النفوس بديلا عن الاستعمار العسكري للشعوب العربية، بهدف تحويل المجتمعات العربية إلى عقول مستهلكة غير منتجة وغير فعالة، وتنميط الحياة الثقافية وتحويلها إلى حياة هامشية واغراق القنوات الفضائية العربية بالبرامج الترفيهية الهابطة التي تشد شريحة كبيرة من المجتمع متمثلة بطلبة الجامعات للهروب من الواقع السيئ الذي تعيشه المجتمعات العربية، والابتعاد عن القيم الأخلاقية والدينية. فوسائل الاعلام القادرة على أحداث عملية التغيير الاجتماعي من أجل الانتقال بالمجتمعات العربية، لتكون أكثر تطورا وتقدما في مختلف مناحي الحياة، فتتمية الشعوب قبل كل شيء هي تنمية بشرية، يجب ان يكون هناك تغيرات في اتجاهاتهم، ومعتقداتهم، وطرق تفكيرهم، واهتماماتهم وسلوكياتهم وتكاد الآراء تجتمع على ان وسائل الاعلام والاتصال واهمها القنوات الفضائية العربية انها تستطيع ان تكون بمثابة اداة للتغيير والمساعدة على تحقيقه. فجاءت هذه الدراسة بوصفها محاولة لاكتشاف قدرة القنوات الفضائية العربية بما تقدمه من معارف ومعلومات دقيقة وخبرات متنوعة ان تعزز الهوية الثقافية لدى طلبة الجامعات العراقية.

المبحث الاول

الاطار المنهجي للبحث

اولا: مشكلة الدراسة: تدور حول التساؤل الآتي: هل يمكن للقنوات الفضائيات العربية بما تقدمه من معارف ومعلومات دقيقة وخبرات متنوعة ان تعزز الهوية الثقافية لدى طلبة الجامعات العراقية؟ وينبثق عن التساؤل الرئيس اعلاه تساؤلات فرعية.

ثانيا: تساؤلات الدراسة:

1. ما حجم ومعدل تعرض طلبة جامعة بلاد الرافدين للقنوات الفضائية العربية؟
2. ماهي القنوات الأكثر مشاهدة من قبل طلبة الجامعة؟
3. ما الجوانب التي تقوم بها البرامج لتعزيز الهوية الثقافية؟
4. ما المستويات اللغوية التي تستخدمها القنوات الفضائية؟
5. ما دوافع تعرض طلبة جامعة بلاد الرافدين للقنوات الفضائية العربية
6. ما البرامج التي يقبل عليها طلبة جامعة بلاد الرافدين؟

ثالثا: أهمية البحث

ينطوي هذا البحث أيضا على أهمية مضافة تتمثل بقلّة الدراسات العلمية التي تناولت موضوعات من هذا القبيل مما سيعزز المكتبة الإعلامية ببحث جديد واكب ظاهرة إعلامية متسارعة التغيير والظهور، فضلا عما يرافقها من قيم ايجابية صحيحة وضرورية لتحسن احوال المجتمع والتوجه به نحو التنمية المستدامة التي تتطلب منظومة ثقافية توكبها وتساندها.

رابعا: اهداف البحث

ان الوصول إلى نتائج أو إجابات تكون محددة وغير متحيزة لبعض الفروض أو التساؤلات يعد الهدف الرئيس للبحث العلمي وهذه النتائج تحكم عناصر ومتغيرات موضوع معين، ويكون ذلك باستعمال الطريقة العلمية بهدف معرفة المتغيرات جميعها والمؤثرة فيه.

تحديد اسباب التعرض للبرامج التي تقدمها الفضائيات العربية وتعزز المعرفة الثقافية.

1. معرفة مدى تفضيل الجمهور لمشاهدة برامج الفضائيات بمشاركة الآخرين.
2. معرفة طبيعة عادات وأنماط المشاهدة لدى أفراد عينة البحث.
3. معرفة مدى تحقيق برامج الفضائيات للمتعة والتسلية لعينة البحث.
4. الوقوف على الاسباب وراء متابعة الجمهور لبرامج الفضائيات العربية.
5. معرفة اهم البرامج التي يتابعها الجمهور.

خامسا: نوع البحث ومنهجه

استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج المسحي التحليلي لعينة عمدية من طلبة جامعة بلاد الرافدين من مشاهدي القنوات الفضائية العربية قوامها 400 مفردة موزعة بين الاناث والذكور واستخدمت الدراسة الاستبيان كأداة لجمع البيانات مع مراعات اجراءات الصدق والثبات لاستمارة الاستبيان والتي تم عرضها على مجموعة من الزملاء هيئة التدريس في قسم الاعلام كما تم تطبيقها على عينة مصغرة تمثل 20 مفردة من العينة.

سادسا: تحديد المفاهيم والمصطلحات والتعريفات الاجرائية**1. الدور**

التعريف الاصطلاحي للدور: يعرف الدور في مجال الإعلام بأنه الوظيفة أو الأداء الذي تقوم به وسيلة من وسائل الإعلام بالنسبة للجمهور في مجال معين: التعليم، الاخبار، التوجيه، الارشاد.. الخ [1].

التعريف الاجرائي للدور: وهو في هذا البحث يعني ما تقدمه وسائل الإعلام من مادة ثقافية إلى الجمهور من خلال البرامج الثقافية لتعزيز المعرفة الثقافية لديهم.

2. القنوات الفضائية**التعريف الاصطلاحي للقنوات الفضائية العربية:**

ويمكن تعريف القنوات الفضائية " بأنها كل ما يلتقط او يستقبل من محطات تلفزيونية عربية او اجنبية، عبر الوسائل التكنولوجية كالتلفزيون والجوال والشبكة العنكبوتية وغيرها" [2].

التعريف الاجرائي للقنوات الفضائية: وهي الوسيلة الاتصالية الفعالة التي يعتمد عليها الجمهور العراقي في حياته اليومية مما يؤدي الى تعزيز المعرفة الثقافية لديه.

3. التعزيز

التعريف الاصطلاحي للتعزيز عملية تدعيم السلوك الانساني وتنظيمه وتقويته، لكي يصبح الانسان جديرا بالحياة، واثقا بقدرته على التكيف مع التحديات الأساسية فيها، عن طريق إضافة المثيرات الإيجابية أو إزالة المثيرات السلبية [3].

التعريف الاجرائي للتعزيز: هي العملية التي تهدف الى تدعيم سلوك الافراد وتنظيمه وتقويته، ليصبح بعهدا واثقا بقدراته على التكيف مع تحديات الحياة، من خلال اضافة المثيرات الايجابية لديه وازالة المثيرات السلبية.

4. الثقافة

التعريف الاصطلاحي للثقافة: ولعل ابرز هذه التعاريف هو تعريف ادورد تايلور " هي ذلك الكل المركب الذي يشتمل على المعرفة والمعتقدات والفنون والاخلاق والقانون والعرف وغير ذلك من الامكانيات او العادات التي يكتسبها الانسان باعتباره عضو في المجتمع" [4].

التعريف الاجرائي للثقافة: هي الكل المركب من العادات والتقاليد والقيم والاعراف والدين والمعتقدات وغيرها الخاصة بجمهور مدينة معينة الذي اكتسبها افرادة سواء بالفطرة او من خلال تفاعلاته اليومية واتصالاته مع المجتمع حيث لكل مجتمع ثقافة خاصة به.

الهوية الثقافية: هو ذلك الرصيد الذي يملكه الفرد من العادات والتقاليد وقيم معنوية ومادية تجعل منه كيانا مستقلا بذاته، ويعمل على تمييزه عن غيره وربطه بواقعه، اذ تعد بوصله تحدد معالم التوجه والحركة السليمة والصحيحة [5].

سابعا: الدراسات السابقة

عمل الباحث على التقصي والبحث عن الدراسات السابقة التي تناولت البرامج الثقافية في التلفزيون من اجل التعرف على ما بدأ به الباحثون وما انتهوا إليه من اجل تحديد موقع البحث الحالي مقارنة بالبحوث الأخرى فقد قسم الباحث الدراسات السابقة على ثلاثة محاور هي دراسات عراقية ودراسات عربية، ومن ابرز هذه البحوث والدراسات التي تمكن الباحث من الوصول إليها هي ما يأتي:-

1. الدراسات العراقية

أ. **دراسة مجاشع محمد التميمي [6]**، تناولت هذه الدراسة البرامج الثقافية لقناة العراق الفضائية والتي تهدف إلى عكس الواقع المحلي في الخارج وإبراز الواقع الثقافي العراقي في الدول الأخرى وعلى ظاهرة العولمة وتجلياتها على الوطن العربي وتحديد البرامج الثقافية في القناة ومعرفة سياستها الإعلامية والكشف عن خصائص العاملين فيها قبل سقوط النظام السابق. وقد عمد الباحث إلى توضيح مشكلة البحث المتمثلة بإشكال ومضامين البرامج الثقافية المقدمة من قناة العراق الفضائية وحجم هذه البرامج الثقافية مقارنة بالبرامج الأخرى مع تحديد الصعوبات التي تواجه العاملين في البرامج الثقافية في قناة العراق الفضائية. ولقد سعت الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف أهمها:-

- (1) مخاطر العولمة الثقافية على الجمهور العربي.
- (2) معرفة الخطاب الإعلامي لقناة العراق الفضائية.
- (3) تحليل موضوعات البرامج الثقافية وإشكالها في قناة العراق الفضائية.

ولقد اعتمد الباحث المنهج الوصفي في محاولة اكتشاف الظروف الموضوعية التي تبلور عنها الواقع الذي يحاول الباحث تشخيصه. وقد توصل الباحث إلى جملة من النتائج كان أهمها :-

- (1) إن نسبة البرامج الثقافية مقارنة بالبرامج الأخرى قليلة جدا إذ بلغت (3%) قياسا إلى الدور الذي يجب إن تضطلع به القناة اتجاه الجمهور.
- (2) إن معظم بث البرامج الثقافية في قناة العراق الفضائية هو تسجيلي بينما تنخفض نسبة البث المباشر وذلك بسبب نقص الإمكانيات البشرية والمادية التي تعد من أهم مقومات نجاح البث المباشر.
- (3) أن غالبية العاملين في القسم الثقافي هم من حملة شهادة البكالوريوس وهذا برأي الباحث يدل على وجود التخصص بالعمل وهو عنصر حيوي يسهم في تطوير العمل الفني وتحسين نوعية الإنتاج الثقافي.
- (4) إن غالبية العاملين في القسم الثقافي في قناة العراق الفضائية هم ممن مارس العمل الثقافي قبل سنوات قليلة جدا وهذا يعني أنهم لا يمتلكون الخبرة الكافية في ميدان عملهم المهني.

ب. **دراسة هالة عبد اللطيف مطر [7]**، جاءت هذه الدراسة لتوضح ما تسعى إلى أن تحققه القنوات الفضائية باتجاه ثقافي محدد عبر برامجها الثقافية عن طريق استعراض نشاطاتها الثقافية في مجالات الفن والفكر والعلم مع التأكيد على الاهتمام بالقيم الثقافية.

ولقد سعت الباحثة من هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف منها:-

- (1) لكشف كم ونوع البرامج الثقافية المقدمة من قناة الفضائية العراقية.
- (2) تحديد نسبة ما يقدم منها بمفردات البث العام لبرامج القناة.
- (3) التقصي عن الاتجاه الثقافي في البرامج الثقافية في قناة الفضائية العراقية عن طريق معرفة مدى التزامها بمقومات إعداد وتقديم برامجها الثقافية.

وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي وأسلوب تحليل المضمون لمعرفة الاتجاه الثقافي للبرامج الثقافية المقدمة من القناة الفضائية العراقية وقد اختارت الباحثة دورة برامجية واحدة للمدة من 2007/7/1 إلى 2007/9/30 وتوصلت إلى جملة من النتائج من أهمها :-

- (1) إن نسبة البرامج الثقافية في قناة العراقية هي (1,78%) مقارنة بالبرامج الأخرى وهي نسبة قليلة جدا.
- (2) إن قناة العراقية الفضائية تعرض البرامج الثقافية على مدى وقتي عرض رئيسيين فقد ركزت على فترة الظهيرة بالمرتبة الأولى والمساءلة في المرتبة الثانية.
- (3) إن جميع البرامج الثقافية المعروضة على قناة العراقية الفضائية في مدة العينة بثها تسجيلي ولا يوجد بث مباشر.

2. الدراسات العربية

أ. دراسة سعدية قرش [8]، حاولت هذه الدراسة الوقوف على واقع الثقافة في الفضائيات العربية وما توليها من أهمية عبر برامجها الثقافية حيث تشير إلى صعوبة تحديد المضامين الثقافية التلفزيونية، وعدم الإجماع على ما يمكن تسميته بالثقافي في التلفزيون ولقد اعتمدت على منهج المسح في هذه الدراسة، باعتباره أكثر المناهج استخداما في الدراسات الكشفية والوصفية والتحليلية ولقد سعت هذه الدراسة إلى محاولة تحقيق الأهداف التالية، والمتمثلة في تشخيص واقع البرامج الثقافية في الفضائيات العربية وهي:

- (1) التعرف على المكانة والأهمية التي توليها الفضائيات العربية للبرامج الثقافية
 - (2) معرفة جوانب الثقافة التي تركز عليها في برامجها الثقافية والأشكال التي تقدمها من خلالها.
 - (3) معرفة الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها من خلال برامجها الثقافية، والجمهور المستهدف منها.
 - (4) توجيه الانتباه إلى ضرورة الاهتمام بالبرامج الثقافية لما لها من أهمية على الصعيد الثقافي العربي.
- أما أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- (1) جاءت قراءة المبحوثين لمضامين برامج الفضائيات العربية جلها سلبية، 9,43% للمضامين السطحية المبثولة والاستهلاكية، 40,9% للمضامين التي يغلب عليها الانتاج المستورد والمقلد، ونسبة 15,2% وهي النسبة الأقل للمضامين المحاكية للواقع العربي والخدمة لقضاياها.
- (2) أما عن متابعة أفراد العينة للبرامج الثقافية، فكانت الفئة الأكبر منهم من يتابعونها بصفة متقطعة بنسبة بلغت، 75,4% في حين بلغت نسبة المتابعين الدائمين 13,5%، أما المتابعين بصفة نادرة فشكلت نسبتهم 11,1% وهي أخفض نسبة.
- (3) أما ما يخص تقييم المبحوثين لمكانة وأهمية البرامج الثقافية، فما يفوق ثلثي أفراد العينة يرون أنها تحظى بأهمية ومكانة متوسطة بما نسبته، 68,1% بينما اعتبر 29,5% منهم أنها تحظى بأهمية ضعيفة أي بما يقارب الثلث، في حين أن 2,4% منهم فقط رأى أنها تحظى بأهمية هامة.
- (4) وبالنسبة لمكانة البرامج الثقافية بين برامج الفضائيات العربية، جاء ترتيب المبحوثين للبرامج على النحو التالي: في المرتبة الأولى البرامج الغنائية بنسبة بلغت 29%، وفي المرتبة الثانية نجد برامج الدراما بنسبة 34,3%، أما في المرتبة الثالثة فتأتي البرامج الرياضية بنسبة بلغت 21,7%، وفي المرتبة الرابعة جاءت البرامج السياسية بنسبة 18,4% أما المرتبة الخامسة فعادت لبرامج المنوعات المختلفة بنسبة 15,5%، وفي المرتبة السادسة نجد برامج التسلية والألعاب بنسبة 12,6%، وفي المرتبة السابعة تأتي البرامج الدينية بنسبة 30,9%، أما المرتبة الثامنة فكانت للبرامج الاجتماعية بنسبة 19,8%، والمرتبة التاسعة للبرامج الاقتصادية بنسبة 44%، وفي المرتبة العاشرة والأخيرة جاءت البرامج الثقافية بنسبة 37,9%.
- (5) أما مكانة البرامج الثقافية من حيث الشبكة البرمجة، ومدى ملائمة توقيت بثها للجمهور، فيذهب أغلب أفراد العينة إلى أن توقيت بث هذه البرامج مناسب إلى حد ما بما نسبته 72%، في حين اعتبر 21,7% أن توقيت البث غير مناسب ولا يراعي الجمهور، بينما رأى 6,2% فقط أن توقيت عرضها مناسب للجمهور.

ب. دراسة موسى مهجور [9]، سعت هذه الدراسة الى الوقوف على منظومة الإعلام الثقافي للتلفزيون الجزائري في ظل العولمة الثقافية من خلال البرامج الحوارية الثقافية في التلفزيون الجزائري واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، كما استعانت الدراسة بأداة تحليل المضمون والملاحظة حيث هدف الدراسة الى:

- (1) معرفة المضامين التي تتضمنها البرامج الإعلامية الثقافية الحوارية للتلفزيون الجزائري.
- (2) ما هي العناصر القيمية واللغوية والدينية والسلوكية والاستهلاكية المستخدمة بالتلفزيون الجزائري وما علاقتها بالعولمة الثقافية؟
- (3) السعي وراء فهم الصورة الرمزية التي يقدمها الإعلام الثقافي للتلفزيون الجزائري والتي بتأثر بها الأفراد.
- (4) السعي لفهم منتجات ومخرجات المنظومة الإعلامية الثقافية للرسالة الثقافية للتلفزيون الجزائري.

(5) كما هدفت إلى محاولة معرفة الاهتمام الذي يوليه التلفزيون الجزائري للثقافة المحلية والاستراتيجية التي تتبعها الرسالة الإعلامية للتلفزيون الجزائري والموجهة لمجتمع له خصوصية ثقافية وتاريخية مميزة.

(6) محاولة الكشف عن خبايا الخطاب الإيديولوجي الذي يكمن وراء الإعلام الثقافي التلفزيوني الجزائري.

وقد جاءت أهم نتائج الدراسة على النحو التالي:

- (1) عالج برنامج المنتدى الثقافي عينة الدراسة العديد من المواضيع المهمة، والمتعلقة بالثقافة والإعلام الثقافي والهوية، كاللغة والترجمة والرواية والشعر والبرامج التلفزيونية والدراما والأحداث الثقافية، وكذا برامج التربية والتعليم والمعارف العامة، وجاءت نسبة معالجة هذه المواضيع متفاوتة، وكان موضوع الترجمة في المركز الأول بنسبة قدرها 21،58%.
- (2) اعتمد برنامج المنتدى الثقافي عينة الدراسة على الطبقة الأكاديمية ذات المستوى العلمي الراقى، كما اعتمد في تحليل القضايا المعروضة للنقاش على صحفيين وإعلاميين ومسؤولين حكوميين في دائرة اختصاص الثقافة والتعليم العالي، وقد جاءت النسبة الكبيرة لصالح الباحثين الأساتذة الجامعيين بنسبة قدرها 35،55%.
- (3) اهتم برنامج المنتدى الثقافي عينة الدراسة بالقيم الثقافية، حيث جاءت الفئة الفرعية والمتضمنة الاهتمام والحفاظ على الثقافة المحلية في المرتبة الأولى بنسبة قدرها 40%.
- (4) من ناحية الجمهور المستهدف فإنه يتبين أن البرنامج استهدف في موضوعاته جل الفئات، من فنانين وأدباء وعموم المواطنين والمرأة، ورجال التربية والتعليم اللذين استحوذوا على النسبة الأعلى وقدرها 26،66%.
- (5) استخدم البرنامج في إيصال أفكاره قالب الحديث والحوار المباشر بصفة معتبرة، لما لهذا القالب الفني من تأثير على المتلقين، نظرا لسهولة استعمال هذا النمط في إيصال الحقائق والمعلومات عن الظواهر الثقافية، وقد جاءت نسبته معتبرة وقدرت ب 90،35%.
- (6) هيمنت اللغة العربية على طبيعة اللغة المستخدمة في برنامج المنتدى الثقافي، حيث عند جمع الزمن المستهلك في الحديث باللغة العربية الفصحى واللغة العربية البسيطة واللغة العربية العامية، يتبين أن نسبته بلغت 96،96%.

المبحث الثاني

تمهيد

ارتبطت الثقافة ارتباطا وثيقا مع الحياة الإنسانية، وتزامنا مع ما يقدمه الانسان من ابتكارات وابداع وانتاج في شتى مجالات الحياة، فالثقافة منظومة معقدة جدا ومتشابهة تتضمن المعارف والمعتقدات والفنون والتعليمات والقوانين وكل القيم والاعراف والعادات والتقاليد الاجتماعية التي يتميز بها مجتمع معين. اذن يمكن القول ان الثقافة ترتبط ارتباطا حتميا ومتلازما بالمجتمع، فلا يمكن ان نتعرف على شعب من الشعوب مالم نطلع على ثقافته سواء كان ذلك في جوانبه الثابتة مثل الاديان والقيم الاخلاقية، ام في جوانبه المتطورة والمتغيرة على مر العصور كالإبداع والفن والادب والانتاج العلمي. فعندما نعتبر الثقافة هي المحرك الاساسي للفعل الانساني، فهذا يعني ان مقياس تحضر الشعوب والامم مرتبط ارتباطا جذريا بتقدمها الثقافي، وخير مثال على ذلك المدينة المعاصرة، فالأمم المتقدمة استطاعت ان تأخذ الثقافة بكافة جوانبها العلمية والانسانية وحولت وعيها الثقافي الى فعل عام يميزها عن غيرها من الشعوب، على الرغم من وجود الخلل الذي يشوب بعض من جوانب ثقافتها.

فما نشهده اليوم على واقع الشعوب والامم من السيطرة العالمية المعاصرة، التي تتمثل بالسيطرة الثقافية، سواء كان ذلك في حياتها الاجتماعية او الاقتصادية او السياسية، حيث اصبحت نمطية حياة الشعوب عبارة عن صور متكررة لشعوب اخرى في فعلها الثقافي، على الرغم من ان تلك الشعوب لم تكن تحت الهيمنة الاقتصادية لها، او تحت احتلالها العسكري وما كان ذلك الا لغلبة ثقافتها على ثقافة الشعوب الاخرى مستغلة في ذلك تطورها التقني والعلمي، الذي سهله انتقال ثقافتها الى جميع انحاء العالم، ليتبع فيه المغلوب شأن الغالب. وتعد الثقافة عاملا هاما في تصنيف المجتمعات والأمم، كونها تميز بعضها عن البعض الاخر؛ لان مضمونات الثقافة تحمل خصائص ودلالات ذات ابعاد فردية وانسانية واجتماعية؛ ويمكن من خلالها رصد كل مظاهر النشاط الانساني الذي يعبر عن التواصل والاتصال.

اولا: مفهوم الثقافة وتعريفها

يعد مفهوم الثقافة من اكثر المفاهيم غموضا، مع العلم انه من اكثر المفاهيم تداولاً بين الناس من خلال الافراد وكافة المؤسسات الاعلامية من فضائيات ذات العلاقة بالبرامج الثقافية. فهناك الكثير من الباحثين ممن يعتقد ان مفهوم الثقافة لا يزال يفتقد الى التعريف الشامل، حيث نجد ذلك من خلال تعدد الاجتهادات المتكررة من قبل الباحثين والهيئات التي تعني بالثقافة، كم المنظمة

اليونسكو[10]، فمفهوم الثقافة يحيط به الكثير من الغموض والجدل؛ ويرجع ذلك الى التطور اللغوي والفكري للكلمة، حيث ان الاوائل لم يستعملوا كلمة ثقافة بشكلها الشائع اليوم فهي كثيرة الاستعمال والتداول ومتعددة الدلالات وواسعة الارحاء. ومن الملاحظ اننا لا نجد بحثا او معجما يتحدث عن مفهوم الثقافة الا واعترضته اشكالية تحديد المفهوم خصوصا عندما يكون هناك تداخل مع مفهوم الحضارة، فهنا يقف مالك بن نبي بقوله انه لا يمكن للثقافة ان تعود الى الوظيفة الحضارية الا بعد ان يعدل الانحراف الذي أحدثه عدم فهمنا لمفهوم الثقافة [11].

وقد قدم لنا مالك بن نبي تعريفا موجزا للثقافة اعتبره بعض الباحثين من المحاولات المجددة لتعريف الثقافة حيث عرفها على انها تركيب عام متكون من اربعة اجزاء هي الاخلاق والمنطق العلمي والجمال والصناعة[12]. بمعنى انها مجموعة الصفات الخلقية والاجتماعية التي يتمتع بها الفرد منذ ولادته، التي تنعكس على سلوكه لا شعوريا، فهي المحيط الذي يشكل فيه الفرد طباعه وشخصيته، فالثقافة هي التي تحدد الممارسات العملية والسياسية والانتاجية للفرد وتشكل لحمته مع افراد جماعته، ومن خلال الثقافة فان الفرد يطل على كل نواحي الحياة العملية والسياسية والاقتصادية والروحية.

ويتبين لنا مما سبق انه من الصعوبة علينا ان نحصر ما قيل في مفهوم الثقافة، فأغلب المفاهيم تكون عائد الى الاصل اللغوي، وهناك من بعدها علما مفردا، وآخرون اقرنوها بالتقدم والتحضر، وهناك من يصفها علما مضافا للأجيال والأمم وأنواع التلقي، وخلاصة الكلام انه ظهرت عشرات التعريفات للثقافة وهذا ما أكد Alfred Kroeber و C. Kluckhohn فقد قاما بإحصاء أكثر من 160 تعريفا في اللغة الانكليزية وحدها، ولقد اشار الى ان هناك سبعة اصناف من التعاريف: وصفية، بيسيولوجية، تقييمية، بنيوية، تاريخية، جزئية غير كاملة، تكوينية[13].

1. الأصل اللغوي والدلالي لمصطلح الثقافة:

أ. في اللغة العربية

جاءت اغلب تعريفات الثقافة في المعاجم اللغوية وكتب الادب حول مفهوم الثقافة لدى المفكرين العرب، على انها إقامة ما أعوج والظفر بالشيء والامساك به حيث وردت كلمة الثقافة عند الخليل في معجمه العين الثقافة مصدر ثقفه اذ لزمة، وثقفت الشيء وهو سرعة تعلمه. وقلب ثقف اي سريع التعلم والتفهم ويتفق الازهري معه حيث يقول "ورجل لقف ثقف، اي: سريع الفهم لما يرمى اليه من كلام باللسان، وسريع الاخذ لما يرمى اليه باليد. وبعد الجاحظ صاحب كتاب البيان والتبيين سنة 255هـ اول من استعمل كلمة الثقافة ببعض ما تدل عليه اليوم ففي كتابه قال: للشعر صناعة وثقافة يعرفها أهل العلم كسائر أصناف العلم والصناعات، واستعمال كلمة الثقافة بمعنى المهارة والإتقان، فقال عن استعمال العصي في الأقوام: ومنهم النبط ولهم هناك ثقافة وشدة وغلبة، وأثقف ما تكون الكرد إذا قاتلت بالعصي، ولهم هناك ثقافة ومنظر حسن [11].

ب. في اللغات اللاتينية

ظهرت كلمة الثقافة في نهايات القرن الثالث عشر حيث جاءت منحدرة من الكلمة اللاتينية Cultura وكانت تعني في ذلك الوقت العناية الموكلة للحقل والماشية، اما في بدايات القرن السادس عشر فقد أصبحت تدل على حراثة الارض واعمال الفلاحة، وبعد مضي نصف قرن أي في منتصف القرن السادس عشر أصبحت الكلمة تعني او تشير الى تطوير عمل ما وما ان جاء القرن الثامن عشر اتخذت منحى يعبر عن التكوين الفكري عموما للفرد، ثم التقدم الفكري للفرد وما يتطلبه ذلك من عمل، أي كل ما يتعلق بالأنماء العقلي للفرد[14].

اما في اوربا وتحديدا في نهايات القرن الثامن عشر نلاحظ كلمة Culturo في اللغة الروسية كانت تعني الشعور الفكري، والظرف الروحي، والتصورات الطبيعية لدى الانسان، فنلاحظ هذه الكلمة في هذه اللغة هي غير ذات صلة بالزراعة وحراثة الارض، ولكن يمكن ان نجدها في تربية نباتات الزينة والعناية بالزهور[11].

اما في اللغة الانكليزية فهي مشتقة من كلمة (Culture) الفرنسية التي هي اصلا مشتقة من كلمة Culturo اللاتينية بمعنى الغرس والزراعة والانماء والخضوع والمراقبة Tending وقد وردت أيضا بمعنى Worship أي العبادة والخضوع والاحترام، وهذه الكلمة تكاملت وتطورت مع مرور الازمان بصورة مشابهة لمثيلاتها في اللغة الفرنسية[11].

2. المفهوم الأنثروبولوجي للثقافة: تمثل الفكرة الأنثروبولوجية للثقافة كمركب يحتوي على الفن والقانون والاخلاق والمعرفة والتقاليد وغيرها من القدرات والعادات، مع الاخذ بنظر الاعتبار ان هناك اختلاف بين الفكرة الادبية والانسانية في الثقافة باعتبارها مظهر من مظاهر الفن والكتابة ودراسة الكمال.

ومن أجل الوصول الى تعريف جاد للثقافة حاول الكثير من علماء الاجتماع، تحديد مفهوم الثقافة، لذا نلاحظ ان مؤلفاتهم تزرع بعشرات التعاريف لمفهوم الثقافة. ويعد مصطلح الثقافة هو صناعة الأنثروبولوجيين؛ كون مفهوم الثقافة هو الحقل الذي يعد الأكثر ارتباطا بالدراسات الأنثروبولوجية بغض النظر عن المساهمات العديدة في هذا الحقل، ونظرا لخصوبة هذا الموضوع فقد ظهرت العديد من التعريفات لمصطلح الثقافة والتي نشير الى اهمها:

تعريف إدوارد تايلور والذي يعد من اقدم التعريفات الذي قدمه في أواخر القرن التاسع عشر في كتابه عن الثقافة البدائية **Primitive Culture** والذي يعرف الثقافة على انها: كل مركب يشتمل على الأعراف والمعتقدات والفنون والأخلاق والقانون والعرف وغير ذلك من الإمكانات أو العادات التي يكتسبها الإنسان باعتباره عضوا في مجتمع [15]. ومن خلال التعريف اعلاه يلاحظ الباحث ان الثقافة هنا تنتمي الى عاملين اساسيين هما العامل المعنوي والعامل المادي، حيث ان العامل المعنوي يشير الى كل ما يسمو من المعاني، اما العامل المادي فيشير الى الواقع المعاش، مثل العادات والتقاليد والعمران، وقد تكون العلاقة بين العاملين صحيحة طالما كان العامل المعنوي يشكل مرجعا للفرد في سلوكياته المتعددة والمتجددة.

أما **كلاكهون وكروبير** فقد عرفا الثقافة بقولهما: "تتكون الثقافة من نماذج ظاهرة وكامنة من السلوك المكتسب والمتنقل بواسطة الرموز التي تكون الانجاز المميز للجماعات الإنسانية والذي يظهر في شكل مصنوعات ومنتجات، أما قلب الثقافة فيتكون من الأفكار التقليدية المتكونة والمنقاة تاريخيا وبخاصة ما كان متصلا منها بالقيم، كما يمكن النظر إليها بوصفها عوامل شرطية محددة لفعل مقبل [10]". وما ان دخل عام 1945 حتى قام عالم الاجتماع الأمريكي **تالكوت بارسونز** بتقديم تعريفا خاصا بالثقافة حيث ربط فيه ناتج الفعل بالسلوك الانساني؛ الذي يقول فيه ان الثقافة من تلك النماذج المتصلة بالسلوك ومنتجات الفعل الإنساني التي يمكن أن تورث، بمعنى أن تنتقل من جيل الى جيل اخر بصرف النظر عن الجينات البيولوجية [10].

ولقد تحدث المفكر **مالك بن نبي** عن الثقافة والمشكلات التي تعترضها وكيف ان ابن خلدون لم يستعمل لفظة ثقافة برغم تحدته عن مختلف انواع العلوم، وأشار ايضا ان هذه اللفظة لم تستخدم لا في العصر الاموي ولا في العصر العباسي بنفس الطريقة التي تدلل عليها تلك اللفظة اليوم، حيث توسع استعمال لفظة ثقافة بحيث اصبح من الصعب علينا ايجاد تعريف جامع مانع لها، لان المفاهيم فيه تحولت من اليسير الى المركب ومن الفردي الى الجماعي، وتواصلت شعوب العالم فيما بينها، وطغت لغة الاعلام على ضوابط المعرفة والفكر التي يفترض ان تكون متسمة بالدقة والموضوعية [11].

اما بالنسبة للمفكرين الاسلاميين ورؤيتهم لتعريف الثقافة فمنهم من يحاول تطبيق الرؤية الدينية على مفهوم الثقافة، فهم يرون ان الثقافة هي نتاج الهي قبل ان تكون خلق اجتماعي، ومن خلال هذه الرؤية فإن الثقافة خلقت من خلال الدين، لأن المجتمع الانساني لم يبدأ من الصفر بحسب ما تستند اليه الرؤى الأنثروبولوجية الغربية، التي تركز تعاريفها للثقافة على نمط من المعيشة او الحياة وكل الناتج الذي يمارسه المجتمع من طقوس وعادات وحرف واعمار وبنى فكرية. وما يلاحظه الباحث هنا الاختلاف في تحديد مدلولات الثقافة فالأنثروبولوجيون ممن تبنا تعريف تايلور أو غيرهم من الدارسين والمختصين في مجالات عدة، يركزون في تعريفاتهم للثقافة على العادات والتقاليد والتراث، وهناك منهم من يركز على المنتج الفكري النخبوي، وآخرون يركزون على القيم الاخلاقية والسلوكية، وهناك من يركز على الثقافة الشعبية، وهناك من يركز على الثقافة المادية.

وبشكل عام يرى الباحث ان النقاشات والدراسات المختلفة لم تنته بعد بشأن مدلولات الثقافة، الامر الذي يدفعنا الى القول ان الثقافة قد تعني شيء مختلف بالنسبة لشخصين أو أكثر مختلفين في الزمان والمكان وعقائديا وفكريا وايدولوجيا فالثقافة مفهوم متطور ومتجدد وخاص، فكل مجتمع له خصوصيته، لذلك من الصعب وضع تعريف لمفهوم متغير تحكمه معطيات عدة، فهناك من يجعل من الثقافة كل شيء، وآخرون يختزلون الثقافة في اشياء بسيطة، وهناك من يقول ان الثقافة هي ما يبقى لنا بعد ان ننسى كل شيء، ونظرا لما تطرحه التكنولوجيا الحديثة من تطورات على جميع الاصعدة وقدرتها على تجاوز كل الخصوصيات، ذهب البعض الى اعادة صياغة هذا المفهوم فقال ان الثقافة هي ما يبقى لنا بعد أن نفقد كل شيء، وهنا تظهر لنا خصوصية الثقافة.

ان تعريف الثقافة لا يتم إلا من خلال مقارنتها بثقافة أخرى، فكل تعريف لها هو ذاتي، فهناك من يعرفها انطلاقا من النسق الثقافي الذي يعيش فيه، وبالاتحاد على طبيعة المجتمع الذي ينتمي اليه، ان تعريفنا للثقافة هو ليس نتاج فكري، بل هو في حقيقة الامر كيف نتعامل مع الثقافة كأفراد او كجماعة حيث يتجسد ذلك في السياسة الثقافية والتعليمية، وهذا بدوره يتجلى في السياسة الاعلامية وفي عملية انتاج البرامج الثقافية.

ثانيا: خصائص الثقافة

تعد التركيبة الثقافية في أي مجتمع، نسيجاً متكاملًا من النظم والأفكار والسلوكيات التي لا يمكن الفصل بينها، باعتبارها تمثل الحياة الاجتماعية للمجتمع، والتي من خلالها يمكن تحديد المستوى الحضاري وتطوره، واستناداً إلى هذه المعطيات، فإن ثمة خصائص تنسج بها الثقافة، بحسب مفهومها وطبيعتها، ومن أبرز خصائص الثقافة أنها [16]:

1. **الثقافة نتاج اجتماعي إنساني:** حيث لا وجود للثقافة دون مجتمع إنساني، فالثقافة تنشأ من الحياة الاجتماعية وهي من اختراع واكتشاف الإنسان، والثقافة تشمل جميع نواحي التراث الاجتماعي البشري أو كل ما يميز الحياة الاجتماعية عند الإنسان.
2. **الثقافة مكتسبة:** إن الثقافة ليست غريزية ولا فطرية كما أنها لا تنتقل بيولوجياً، ولكنها تتكون من العادات التي يكتسبها كل فرد خلال خبرة حياته بعد الميلاد. وتتضمن الثقافة توقعات الجماعة التي يتعلمها الفرد خلال عملية التنشئة الاجتماعية، كما أنه عن طريق هذه العملية أيضاً، يكتسب عموماً السلوك التي تشكل الثقافة.
3. **الثقافة أنتقالية وتراكمية:** تنتقل الثقافة من جيل إلى جيل على شكل عادات وتقاليد ونظم وأفكار ومعارف يتوارثها الخلف عن السلف عن طريق الرموز اللغوية كما أنها تنتقل من وسط اجتماعي إلى وسط آخر، وبهذا المعنى فإنها تراكمية، فالإنسان يستطيع أن يبني على أساس منجزات الجيل السابق أو الأجيال السابقة فهو ليس بحاجة إلى أن يبدأ من جديد في كل جيل. وتختلف الطريقة التي تتراكم بها ثقافة معينة كاللغة مثلاً، عن الطريقة التي تتراكم بها خاصة أو سمة ثقافية أخرى كالكنولوجيا على سبيل المثال.
4. **الثقافة مثالية:** ينظر إلى العادات الاجتماعية التي تكون الثقافة على أنها تمثل نماذج مثالية ينبغي على أعضاء الجماعة أو المجتمع أن يمتثلوا لها، ويتكيفوا معها.
5. **الثقافة إشباعية:** تشبع الثقافة دائماً، وبالضرورة الحاجات البيولوجية الأولية وكذلك الحاجات الثانوية المشتقة منها أيضاً ولذلك يقال أن للثقافة خاصة إشباعية، والجوع والعطش مثالان على الحاجات البيولوجية، أما الحاجات الثانوية المشتقة فيمكن أن نطلق عليها الحاجات الاجتماعية الثقافية لأنها تظهر وتنشأ من خلال التفاعل الجمعي، وتنتقل بالطريقة نفسها.
6. **الثقافة تكيفية:** أن الثقافة تتغير، وتتميز عملية التغير الثقافي بأنها عملية تكيفية، وتميل الثقافات – خلال فترات زمنية معينة- إلى التكيف مع البيئة الجغرافية، فالناس ينبغي أن يكونوا قادرين على أن يأكلوا ويلبسوا ويسكنوا، وذلك بالتكيف لما حولهم والظروف البيئية التي يعيشون فيها.
7. **الثقافة تكاملية:** ويظهر التكامل الثقافي بصورة جلية في المجتمعات البسيطة، والمجتمعات المنعزلة، حيث يندر وجود عناصر خارجية في ثقافات تلك المجتمعات، كما أن العناصر الأصلية لا تتغير بسرعة، أما في ثقافات المجتمعات المركبة غير المتجانسة فالتكامل لا يظهر بشكل واضح، حيث نجد أن عناصرها الأصلية تتغير باستمرار.
8. **الثقافة أنتقائية:** أن أنتقال الثقافة لا يتم بآلية وحتمية بل يتم غالباً عن وعي وأدراك، فهو أنتقائي بمعنى أن الجيل الذي يتلقى عناصر ثقافية ينتقي منها البعض ويستبعد البعض الآخر تبعاً لظروفه وحاجاته.
9. **الثقافة متغيرة:** فالثقافة خاضعة لقانون التغير الذي تخضع له جميع مظاهر الكون، كما قال "هيرقليطس" (أن التغير قانون الوجود، وإن الاستقرار موت وعدم)، والتغير الثقافي يحدث في العناصر المادية في المباني والأثاث والملابس وغيرها، والعناصر المعنوية مثل العادات والأفكار.

ثالثاً: الفضائيات والهوية الثقافية.

مع ظهور القنوات الفضائية في واقع الحياة التي نعيشها بدأت ومنذ الوهلة الأولى أنها تحمل في طياتها ثقافة صاحب القناة باعتباره المالك لها، وبالتالي فهي تحمل ثقافته وما يريده هو منها كما يقول فوكو أن المعرفة قوة أو كما يعبر عنها هابرماس أن المعرفة هي مصلحة. لذا نستطيع القول أن كل فضائية تحمل هوية ثقافية للجهة التي تقف خلفها من أجل ابتلاع ثقافة الاطراف، وبذلك فقط يمكن أن تنتهي اسطورة التعدد الثقافي بين أبناء الوطن الواحد ، وندخل نمط جديد من الحياة هو ثقافة تباع وثقافة تستهلك وثقافة تصدر وثقافة تنقل وبطريقة قد تكون لا شعورية ونتيجة للتقليد الاعمى والانبهار بثقافة الآخر تصبح الخصوصية أو الهوية الثقافية في تصادم معها ثم الذوبان بها وبالتالي الاختفاء. والسؤال الذي يطرح نفسه هو كيف تعمل هذه القنوات الفضائية في عملية التشكيل الثقافي الجديد أو بصورة أوضح هدم الهوية الثقافية ذات الخصوصية لأي مجتمع ومن ثم إعادة بنائها من جديد وفق نمط ثقافي وقيمي حملته لنا العولمة اليوم عن طريق تنشئة اجتماعية للأجيال من خلال تلك الفضائيات بكل مخرجاتها الثقافية والقيمية لكي تشكل بفعل هذه الممارسة ثقافة تحمل طابع سيطرة المركز واضمحلال الخصوصية وعبر مراحل زمنية فيحدث ما نسميه اليوم بالتغير الاجتماعي للمجتمع وفق معالم الجديد والذي نستطيع أن نطلق عليه الثقافة الكوكبية. إن وسائل الاعلام تعمل ضمن بنيات

المجتمع الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية التي تسود في مجتمع ما؛ فإذا كان هناك تأثير للنظام السياسي والاقتصادي والاجتماعي على مضمون البرامج الثقافية فإن الأخيرة تؤثر فيه أيضا، ويمكن تفصيلها كما يلي:

1. تأثير الفضائيات على التنشئة الاجتماعية

تعد لفظة التنشئة من أهم العناصر التربوية، فهي صلب التربية ومعناها الاصطلاحي، فالتربية هي التنشئة والتنمية للفرد وتعليمه، وتوجيهه وتنقيفه، والإشراف على سلوكه، وتلقينه لغة الجماعة التي ينتمي إليها، لكي يعود على الأخذ بعادات تلك الجماعة، وتقاليدها وأعرافها، وكيف يستجيب للمؤثرات الخاصة بها ويحاول الخضوع لمعاييرها ويكون راضيا بإحكامها إلى أن يتطبع بأطباع الجماعة ويمتثل بسلوكهم العام [17].

وتكون التنشئة الاجتماعية على شكلين أحدهما تنشئة مقصودة والآخرى غير مقصودة فالتنشئة المقصودة هي التي تتم في المدرسة، ودور العبادة، والقبيلة، والأسرة، ولكنها تظهر بشكل جلي في المدرسة باعتبارها مؤسسة تعليمية رسمية، تعلم الأطفال وفق مناهج مختارة بحيث يتطبع المتخرج منها بالطباع المرغوبة بالمجتمع، أما التنشئة غير المقصودة فتتم في المؤسسات السالفة الذكر باستثناء المدرسة، وتكون أكثر وضوحا في مؤسسات الإعلام المختلفة الحكومية الرسمية والشعبية، ودون أن تفصح عن عملية التوجيه، فيكتسب الفرد القيم والعادات، والمعايير، وكل أنواع السلوك التي تريد الدولة توصيلها للأفراد [17]. ويعد التلفزيون من أهم أجهزة التنشئة الاجتماعية، كونه مصدرا للمعلومات والآراء، ويشاهده الكثير من الناس فمع ظهور الثورة التقنية والتطور التكنولوجي في مجال الاتصالات أصبح التلفزيون وسيلة متاحة في أغلب البيوت، التي كثيرا ما تمتلك أكثر من واحد، فالجمهور يستهلك تلك البرامج التي يقدمها، بالإضافة إلى ذلك فهو يمثل قناة تأسيسية لتوزيع المعرفة الاجتماعية؛ ليكون بذلك إحدى أدوات الضبط الاجتماعي كذلك يقوم بنقد العادات والتقاليد الدخيلة على المجتمع للمحافظ على الوضع القائم، فالتلفزيون يعمل جنبا إلى جنب مع الأسرة والمدرسة في سنوات العمر المبكرة، ثم يأتي دور التلفزيون ببرامجه الثقافية في سنوات الرشد [18].

ويعتقد الباحث أن العلاقة التي تربط بين المدرسة والتلفزيون باعتبارهما مؤسستي التنشئة الاجتماعية أن هذه العلاقة تتحدد بمدى تطور المجتمع، ومن ثم تطور وسائل الإعلام والتعليم؛ ففي الدول الرأسمالية مثلا نجد أن وسائل الإعلام تخترق مجالات الحياة اليومية كافة وتعتبر أساسية في ملئ أوقات الفراغ والترفيه، وبالتالي أصبح التلفزيون ينافس المدرسة في جلب اهتمام الأطفال والمراهقين، أما بالنسبة للدول النامية ويخصنا منها الدول العربية، فإن التلفزيون بالنسبة للمشاهد العربي له القابلية على جذب الأطفال والمراهقين أيضا وقد يعتمد ذلك على عادات المشاهدة فعندما تكون الأم والاب مشغولين بمتابعة مسلسل درامي نرى الأسرة قد التفت من حولهما وأحيانا تكون المشاهدة لغرض الترفيه وقضاء وقت الفراغ.

وهذا يبين مدى دور الفضائيات في تغيير كثير من التصورات والمفاهيم لدى الشعوب، وقد كان لسرعة التطور التقني الفضل الأكبر في أن تعج بمئات المحطات التلفزيونية، وتمتلئ المكتبات بآلاف المجلات والصحف التي تصدر كل يوم، وقد أضاف الإعلام الحديث المتمثل بمواقع التواصل الاجتماعي الحديث بعدا جديدا، فأصبحت الموارد الإعلامية شللا لا يتدفق بالمعلومات الإيجابية والسلبية، التي لا يمكن السيطرة عليها إلا من خلال تظافر الجهود بين التربية والإعلام بما يشكلانه من ثقافة مشتركة لدى الأفراد [18].

وبهذا يمكن أن نرى مدى التأثير الذي يحدثه التلفزيون المتمثل بالبرامج الثقافية على النظام الثقافي في المجتمعات الرأسمالية التي يتدفق الإعلام بشكل كبير في الحياة اليومية، ونراه يتدخل بكل صغيرة وكبيرة، لذا نراه ينتج عشرات البرامج الثقافية من أجل أن يكون خط سير الحياة متماسكا مع ما تتطلبه المجتمعات الرأسمالية، أما المجتمعات العربية فنلاحظ أن الفضائيات العربية بدأت بتخصيص بعض البرامج الثقافية، التي تتحدث عن الفن والأدب والتراث الفكري والحضاري بغية المحافظة على القيم والعادات والتقاليد المجتمعية والوقوف بوجه الغزو الثقافي المتمثل بالثقافة الغربية التي يحاول الغرب تصديرها إلى الدول النامية، بالإضافة إلى ذلك ظهرت عدد من القنوات الفضائية المتخصصة في مجال الثقافة والفن نذكر منها قناة النيل الثقافية على القمر نايل سات والتي تغطي أغلب النشاطات الثقافية العربية.

2. تأثير الفضائيات على النظام السياسي

يجمع العلماء ولا سيما في مجال علم الإنسان على أهمية الثقافة، ودورها البارز في تحديد شخصية الفرد وتحديد اتجاهاته، حيث تدعم الثقافة في أغلب الأحيان الرأي السائد بين الجمهور، فحدوث التغيرات البسيطة في الاتجاهات قد يبدو ممكن أكثر من احتمال التحول في الرأي [19]. فالنظام السياسي موجود في كل المجتمعات المستقلة وهو نظام فعال يؤدي وظيفته بشكل متكامل، ففي بعض الأحيان قد يلجأ إلى القوة أو الإكراه البدني المشروع نوعا ما للمحافظة على النظام وبسط الأمن والسلام بين أفراد المجتمع [20].

ومع التطور التقني والتكنولوجي لوسائل الاعلام بكل ما تحمله المنظومة الاعلامية من مضامين اصبح الاعلام جزء لا يتجزأ من النظام السياسي الحاكم، سواء في عملية شرعية النظام السياسي او تسيير أمور الرعية او الوصول للسلطة[20].

حيث اصبح تطور تكنولوجيا الاتصال المتجددة يوم بعد يوم والذي يشار الى نفوذ مستخدميه بالسلطة الرابعة، كجزء لا يتجزأ من المؤهلات المطلوبة للمهنة السياسية، فقد صارت الاحزاب السياسية منشغلة ومقتنعة بدور وسائل الاعلام، وبصفة خاصة التلفزيون وبرامجه ونشاطاته الثقافية، سواء وقت الانتخابات أو الأحداث اليومية، وما برحت تدرك ان نجاحها وفشلها مرهون بأدائها الاعلامي، فتدخل الاعلام بهذه الكيفية في العملية السياسية ادى الى ترسيخ الاعتقادات المتنوعة لدى اصحاب السلطة السياسية ان الاعلام له دور كبير في تشكيل الرأي العام. ان عملية تغيير الاتجاهات لدى الجمهور تحظى باهتمام واسع من قبل الباحثين والمؤسسات الثقافية في هذا الشأن وبشكل متساوي، كون طبيعة العلاقة بين السلوك والاتجاه هي مشكلة تقليدية؛ لأنه ليس بالضرورة ان يكون سلوك الفرد متطابق تماما مع اتجاهاته نحو قضية ما[21]. ان التغيرات في سلوك الافراد ازاء قضية معينة بعدما تم تحويلها من سلبية الى ايجابية يمكننا تحديد التأثير بالسلوك الانساني في المجالات الآتية[21]:

أ. **التأثير في رصيد المعرفة:** وهو التأثير الذي يطرأ في معلومات الفرد حول قضية معينة.

ب. **التأثير في اتجاهات الافراد:** وهو التأثير في ميول الافراد، وما يمكن ان يقرره لاحقا، وقد يكون تأثيرا ايجابيا او سلبيا، وقد لا يحدث التأثير اذا ما تعرضت الرسالة للتشويش.

ت. **التأثير في نمط السلوك:** وهو أعلى مستويات التأثير، ويقصد به التأثير في الجمهور للتصرف على وفق المصالح التي تسعى اليها الاتجاهات فيسلك سلوكا يتماشى مع اتجاهاته.

ويعتقد الباحث ان التغيرات التي تطرأ على السلوك الانساني في المجالات اعلاه تكون عادة متداخلة ومتتالية؛ كون التغيير في معلومات الجمهور يقود الى التغيير في الاتجاهات، وكل تغيير في الاتجاهات كثيرا ما يترتب عليه تغييرا في النمط السلوكي للجمهور لذا فالتعرض للبرامج الثقافية وما تحويه من معلومات متنوعة على المستوى الاقتصادي والسياسي والثقافي والعلمي وما تنشر من آراء حولها ستساعد بطريقة مباشرة او غير مباشرة على تغيير الاتجاه سلبا او ايجابا.

فلكل نظام اجتماعي واقتصادي وسياسي خصوصيته الثقافية التي تميزه عن غيره من الانظمة السياسية، وان أي تغيير في نمطه الاقتصادي أو السياسي أو الاجتماعي من البديهي ان يصاحب ذلك تغييرا في ثقافته، نتيجة للتغير في القيم والتوجهات، والتي تكون مرتبطة بنمط الانتاج وطبيعة المجتمع، وخير مثال على ذلك هو تحول مجتمع ما من مجتمع زراعي الى مجتمع صناعي، فيؤدي بالتالي هذا التحول الى التغيير في العادات والمعتقدات والتقاليد، والافكار، ومن ثم يحدث التغيير التدريجي في الثقافة[22]. وهنا برز لنا مقدار التأثير للبرامج الثقافية على الجمهور وبالتالي تأثيرها على النظام السياسي في المجتمع، وكمثال بارز للتغير في الثقافة السياسية ما حدث في الاتحاد السوفيتي السابق والتغير الكبير في ثقافة جمهورياته فقد انهارت الايديولوجيا الشيوعية وحلت محلها الايديولوجيا الليبرالية.

3. تأثير الفضائيات على النظام الاقتصادي

تقوم بعض الدول مثل الولايات المتحدة الامريكية باستغلال البرامج الثقافية من اجل ترسيخ الازواضع الاقتصادية القائمة، والترويج لها، لإثبات فعاليتها في المجتمعات الرأسمالية، ويعد ذلك من اهم الوظائف المجتمعية للبرامج الثقافية، كون وسائل الاعلام بشكل عام لا تخدم النظام الاقتصادي من خلال الاعلانات فقط وكما هو معروف لدى البعض، وإنما تتحقق هذه الخدمة من خلال عروض الدراما والمواقف الكوميدية والبرامج الثقافية، والوثائقية والإخبارية والحكايات والمنوعات حيث تروج كل هذه الأعمال للأوضاع الاقتصادية[23].

فوسائل الاعلام العالمي نلاحظ انها تتجه عن طريق آلياتها ومضامين تحملها البرامج الثقافية؛ الى فرض ما يسمى بالهيمنة والاندماج المؤسسي، بمساعدة شركات رأسمالية احتكارية عملاقة ومتطورة اقتصاديا، فتقوم بتحديد شكل الاعلام ومحتواه في اطار عالمي معتمدا على قوانين السوق، الذي يفترض سيطرة عالمية واحدة على شركات انتاج الافلام والبرامج الثقافية والهاتف المحمول والاقمار الصناعية، وكل ما له علاقة بالاعلام والاتصال والفرجة والترفيه[18]. ومن خلال ما تقدم يعتقد الباحث ان العوامل الثقافية ليست ثابتة لان الأفكار والقناعات تتطور مع الزمن وتغير الظروف الاقتصادية، ان التطور الاقتصادي لا يأتي من طفرة جينية ولكن يحدث من خلال تحول ثقافي كبير مثل الذي حصل في اوربا وظهور عصر النهضة، كذلك لم تتقدم الصين الا بعد تنازلت عن الثقافة الكونفوشيوسية التي كانت تضع موارد الدولة في طقوس دينية مكلفة لا معنى لها.

4. تأثير الفضائيات على النظام الاجتماعي

تقوم البرامج الثقافية بدور أساسي في المجتمع من خلال توضيح الحقوق والواجبات والمسؤوليات للأفراد والجماعات لإدراكها جيداً في إطار علاقاتهم الاجتماعية، ورصد أفضل الطرق في التفكير العلمي للأفراد والجماعات في مجالات الحياة المتعددة والعمل على إثراء الفكر العلمي وتشجيع المفكرين والابتعاد عن الخرافات والأوهام المضرة بالمجتمع، والمساعد في أن تكون هناك نهضة علمية وتكنولوجية في المجتمع لمواكبة التطور الهائل في الدول الصناعية، ونشر وتدعيم الثقافة الوطنية الهادفة، عن طريق تأصيل ثقافة المجتمع وزرع هذه الثقافة المشتركة في نفوس الأجيال [24].

ويرى الباحث أن التطورات الحاصلة في مجال الإعلام وسرعة تداول المعلومة واقتناص الرأي، إلى أحداث هزة كبيرة في مجال الوعي الثقافي لدى عامة الناس بعد أن أصبحت وسائل الاتصال على ذمت الجميع، حيث بدأ التأثير من ناحية السلوك يظهر جلياً، كذلك اكتساب الثقافة وبالتالي انعكس ذلك على إصدار الأحكام وتبني المواقف لدى الجمهور أزاء قضايا مجتمعية معينة، وهذا الشيء لم يكن موجود إلى حد قريب وأن وجد فعند النخبة فقط.

وهناك من الباحثين من يعتقد أن أزمة القيم في المجتمعات سببها وسائل الإعلام؛ من خلال سيطرة الأحزاب وبعض المتنفعين على وسائل الإعلام في ظل غياب الضمير الوطني، وهذا بالتالي يؤدي إلى الفساد القيمي والخط من مستوى المدارك الفكرية وعدم تحصين أو حماية القيم بالنظام الاجتماعي وهي مظاهر لا يمكن فصلها عن الوضع العربي الراهن ضمن إطار الاغتراب الثقافي، وخلق الإعلام لمظاهر التسبب والانحراف ثم الوقوع بالمحذور، ومن خلال مخاطبة الإعلام للمتلقين واغرائه بسلعة أو خدمة معينة فقد أثر في تبديل سلوك الأفراد وأخلاقهم، ولا يزال العالم الغربي يتحكم بالأعلام فهو لا يتردد في خدمة الجانب الاقتصادي ونميط الاستهلاك والمراهنة على المتلقين، ومحاولة اقناعهم بتوجهات معينة عن طريق وضع الكثير من الرتوشات والمميزات الجاذبة للمستهلك دون تفكير أو اعتراض عليها، فتولد لدى المجتمع نزعة استهلاكية مبالغ فيها تكاد تكون قاسماً مشتركاً بين فئات المجتمع الطبقة كل حسب دخله لتتسرب هذه النزعة الاستهلاكية وتجدها بقوة لدى فئة الشباب الذين أصبح همهم الشاغل هو البحث عن كل ما يسد حاجياتهم وكمالياتهم والتباهي بها وجعلها عنواناً للتظاهر وللتفاخر، وبالتالي فإن ثقافة الاستهلاك لا تقتصر على الجانب المادي الاقتصادي فحسب بل كذلك تسهل استهلاك الخبرات والصور والمعاني والثقافة والحضارة والرؤى السياسية والدينية [24].

5. تأثير الفضائيات على النظام الثقافي

أن التطور التقني الهائل الذي شهده العالم الحديث في ظل توفر راس المال أظهر مؤسسات سيطرت بشكل كامل على جميع مراحل إنتاج واستهلاك المادة المطبوعة أو المسموعة أو المرئية، وظهر نظام ثقافي جديد نجده احتكر الكتاب من خلال امتلاك المؤسسة لدار الطباعة والنشر وكذلك الوكالة التي ستبيعه والصحيفة التي ستنتشره في أعداد متسلسلة والراديو الذي سيذيع بعض من حلقاته، بل وربما ستمتلك تلك المؤسسات دور السينما عندما يحول هذا الكتاب إلى عمل سينمائي وأين يعرض وفي أي قاعة سينما والتحكم بالشركة التي ستبيع الفيلم السينمائي على شكل أشرطة وإلى من ستبيعه، وقد تمتد يدها لتطوّل شركات الأقمار الصناعية ليطعن من الأقمار الذي سيبث هذا الفيلم الذي سيشاهده مختلف أنحاء العالم [25].

أن التيار الجارف للإمبراطوريات الإعلامية للدول الغربية بدأ في ثمانينيات القرن الحالي فرضت فيه هذه الدول هيمنتها على الدول الضعيفة ومنها دول العالم العربي فقد أصبح يستقبل الثقافة الغربية المتمثلة بثقافة الولايات المتحدة الأمريكية العابرة للحدود الوطنية لتلك الدول الضعيفة، حيث لا يمكن مراقبة تلك البرامج الثقافية؛ وبالتالي أصبح من العيب على الدول الضعيفة أن تدافع عن هويتها الثقافية ومجالها وحقوقها المادية ضد ثنائية المال واحتكار الثقافة، وأصبحت الثقافة تسير باتجاه واحد من الدول الغنية إلى الدول الفقيرة لذا أشار بعض الباحثين إلى أن هناك مخاطر جسيمة يمكن أن يفرزها هذا الوضع، والتي يمكن أن نشر إلى بعض منها كالتالي [26]:

أ. اتساع الهوة في مجال التبادل المعلوماتي والثقافي بين الدول المستهلكة للبرامج الثقافية وبين الدول ذات الاقتصاد العالي المنتجة لتلك البرامج.

ب. الهيمنة الثقافية للولايات المتحدة الأمريكية على باقي دول العالم من خلال فرض ثقافتها وطرق معيشتها.

ت. قيام الدول الغربية بتطوير إعلام سوقي ذي نمط واحد، يصل إلى جميع أنحاء العالم يركز على افتراضات الفكر المهيمن.

ومن خلال ما تقدم يعتقد الباحث ان الهيمنة الثقافية للدول الغربية واضحة جداً، كون هذه البلدان لها أماكن مادية وتقنية هائلة تستطيع ان تنتج برامج ثقافية عالية الكلفة، في حين ان الدول الفقيرة لا نجد فيها الا بعض الافراد الذين يحاولون ابراز امكانياتهم لمقاومة ومواجهة تلك البرامج المليئة بالمضامين المختلفة التي تحاول نزع الهوية الثقافية لتلك الدول وابدالها بالثقافة الغربية؛ حيث كانت المقاومة لتلك البرامج عن طريق تكييفها محليا وإعادة انتاجها بعيون فاحصة ورؤية نقدية، والمنتبع لبعض برامج الفنون الغنائية التي نجدها مستنسخة عن برامج وافكار لاقت في المجتمع الغربي رواجاً ونجاحاً وشهرة.

المبحث الثالث

نتائج الدراسة الميدانية

اولاً: التعرض للقنوات الفضائية

وتشير نتائج الدراسة الى ان جميع المبحوثين يتعرضون للقنوات الفضائية العربية بصفة منتظمة 382 مبحوثاً وبنسبة بلغت 95.5% اما 18 مبحوثاً فقد شكلت نسبة 4.5% يشاهدون الفضائيات من حين لآخر كما في الجدول رقم (1).

جدول رقم (1) يوضح تعرض طلبة جامعة بلاد الرافدين للقنوات الفضائية

ت	التعرض للقنوات الفضائية العربية	التكرارات	النسبة	الترتبة
1	بانتظام	382	95.5%	1
2	من حين لآخر	18	4.5%	2
	المجموع	400	100%	

من جهة اخرى تبين ان مبحوثاً بنسبة من المبحوثين يشاهدون القنوات الفضائية العربية من ساعة الى ساعتين بينما يشاهدونها من المبحوثين ويوضح الجدول رقم (2) معدل الساعات التي يشاهد فيها المبحوثون القنوات الفضائية ويشاهد ثلاث ساعات واكثر مبحوثاً بنسبة بلغت اما حسب الظروف فهناك 53 مبحوثاً و بنسبة بلغت وهناك مبحوثاً نسبتهم يشاهدونها اقل من ساعة يومياً.

جدول رقم (2) حجم او معدل مشاهدة الطلاب

ت	البدايل	التكرارات	النسبة	الترتبة
1	اقل من ساعة	25	6.25%	5
2	من ساعة الى ساعتين	205	51.25%	1
3	من ساعتين الى ثلاث ساعات	18	4.50%	4
4	من ثلاث ساعات فأكثر	99	24.75%	2
5	حسب الظروف	35	13.25%	3
	المجموع	400	100%	

ثانياً: اهم القنوات الفضائية العربية التي يتعرض لها طلبة جامعة بلاد الرافدين

يوضح جدول رقم (3) اهم القنوات العربية التي يتعرض لها طلبة جامعة الرافدين حيث جاءت القنوات المتخصصة في عرض الافلام والمسلسلات في مقدمة الفضائيات التي يتعرض لها طلبة جامعة الرافدين بتكرار 382 مبحوثاً وبنسبة بلغت 95.5% من المبحوثين وهي نسبة عالية اكدتها بحوث الاعلام الاخرى ومن اهم هذه القنوات MBC ثم جاءت القنوات الرياضية بالمركز الثاني بتكرار قدره 380 مبحوثاً ومن اهم القنوات الرياضية الجزيرة سيورت ثم جاء بالمركز الثالث القنوات الاخبارية وبتكرار 360 مبحوثاً اي بنسبة قدرها 90% ومن اهم القنوات الاخبارية قناة الشرقية ثم كانت المرتبة الاخيرة من حصة القنوات الدينية بتكرار 316 مبحوثاً اي بنسبة 79% توزعت بين القنوات الدينية بحسب المذهب الذي ينتمي له الطالب وتشير الجداول الى ان طلبة جامعة الرافدين هم اكثر افراد الاسرة مشاهدة للقنوات الفضائية، والتي تعتبر الوسيلة الاولى المفضلة لديهم وهذا ما اكدته الدراسات السابقة الى وجود علاقة ارتباط بين واقع التعرض للفضائيات وبين حبهم لوطنهم ومنظومة القيم المجتمعية.

جدول رقم (3) اهم القنوات العربية التي يتعرض لها طلبة جامعة الرافدين

ت	القنوات الفضائية العربية	العدد	النسبة	الترتبة
1	القنوات المتخصصة في عرض الافلام والمسلسلات	382	95.5%	1
2	القنوات الرياضية	380	95%	2
3	القنوات الاخبارية	360	90%	3
4	القنوات الدينية	316	79%	4
	المجموع	1438	400	

اما بالنسبة لاهم المستويات اللغوية التي تستخدمها القنوات الفضائية العربية فقد اكد المبحوثون على ان اللهجة العامية كانت بالمقدمة بتكرار بلغ 348 بنسبة بلغت 87% ثم اختلاط الفصحى بالعامية بتكرار بلغ 52 وبنسبة بلغت 13% بحسب الجدول رقم (4).

جدول رقم (4) المستويات اللغوية التي تستخدمها القنوات الفضائية العربية

ت	اللغة المستخدمة	العدد	النسبة	الترتبة
1	العامية	348	87%	1
2	اللغة العربية المختلطة مع اللغات الاخرى	52	13%	2
	المجموع	400	100%	

ثالثا: دوافع تعرض طلبة جامعة بلاد الرافدين للقنوات الفضائية العربية

اشارت النتائج الى ان طلبة جامعة بلاد الرافدين يرغبون في معرفة ثقافات الشعوب المختلفة وما يحدث في العالم من اخبار وحوادث بتكرار بلغ 975 وبنسبة بلغت 93.75% فيما اراد اخرون منهم التسلية والاقناع بتكرار بلغ 372 وبنسبة بلغت 93% اما في المركز الثالث فكان من نصيب فئة التخلص من الملل والشعور بالضيق بتكرار بلغ 340 وبنسبة بلغت 85% في حين بلغت فئة اشغال اوقات الفراغ بتكرار بلغ 304 وبنسبة بلغت 76% اما بالنسبة الى فئة تعلم السلوكيات في مختلف المواقف بتكرار بلغ 296 وبنسبة بلغت 74% كما في جدول رقم (5).

جدول رقم (5) دوافع تعرض طلبة جامعة بلاد الرافدين للقنوات الفضائية العربية

ت	الدوافع	العدد	النسبة	الترتبة
1	معرفة ثقافات الشعوب واهم اخبارها	375	93.75%	1
2	التسلية والاقناع	372	95%	2
3	التخلص من الملل والشعور بالضيق	340	85%	3
4	شغل وقت الفراغ	304	76%	4
5	تعلم السلوكيات في مختلف المواقف	296	74%	5
	المجموع	400		

رابعا: البرامج التي يقبل عليها طلبة جامعة بلاد الرافدين

تشير بيانات الجدول رقم (6) الى ان مشاهدة الاغاني المصورة تأتي في مقدمة الانشطة المفضلة لدى لجمهور العينة بتكرار بلغ 381 وبنسبة قدرها 95% فيما جاءت برامج المسابقات بالمرتبة الثانية بتكرار قدره 344 وبنسبة قدرها 86% اما برامج الدراما فقد جاءت بالمركز الثالث بتكرار قدره 320 وبنسبة قدرها 80% وتشير الدراسات الى انه كلما زادت كثافة مشاهدة من قبل الشباب للدراما كلما ازداد مضمون القيم الثقافية لديهم المتضمنة بها على ان تعكس الواقع مع ارتفاع الاتجاه نحو القيم الواردة فيها. فيما حصلت البرامج الرياضية على المرتبة الرابعة بتكرار قدره 316 وبنسبة 79% وجاءت بالمركز الخامس برامج الخيال العلمي بتكرار 260 وبنسبة بلغت 65% والتي تمدهم بتصور كافي عن المستقبل وما يمكن الوصول اليه وتثير لديهم الخيال العلمي اما البرامج الاخبارية فقد جاءت بالمركز السادس بتكرار قدره 180% وبنسبة بلغت 45% واصبحت برامج الحوار عاملا مهما في انتاج الاعلام المعاصر ومؤثرا في صياغة المجتمع الحديث وقد اثبتت ذلك العديد من الدراسات ان لبرامج الحوار دورا كبيرا في

المجال الاقتصادي والسياسي والاجتماعي والترفيهي فلها دور كبير في تشكيل الرأي العام من خلال قيامها باللقاء الضوء على المشكلات التي تواجه المجتمع وايجاد الحلول لها كما تعد منبرا حرا للتعبير عن الرأي وتقبل الرأي الاخر بذلك تعد واحدا من اهم مصادر التزود بالمعلومات الموثقة ومصدر من مصادر الثقافة وجاءت في المركز السابع والاخير برامج الحوار بتكرار قدره 173 وبنسبة 43% فهم لا يتابعون الاخبار السياسية فحسب بل اخبار الزلازل والبراكين والكوارث الطبيعية وكما مبين من الجدول رقم (6) ادناه.

جدول رقم (6) البرامج التي يقبل عليها طلبة جامعة بلاد الرافدين

ت	البرامج	العدد	النسبة	الترتبة
1	الاجاني المصورة	381	95%	1
2	برامج المسابقات	344	86%	2
3	دراما التلفزيون (مسلسلات، تمثيلات، افلام)	320	80%	3
4	البرامج الرياضية	316	79%	4
5	برامج الخيال العلمي	260	65%	5
6	البرامج الاخبارية	180	45%	6
7	برامج الحوار (سياسية، اقتصادية، اجتماعية)	173	43%	7
	المجموع	400		

خامسا: برامج القنوات الفضائية العربية وتعزيز الهوية الثقافية لدى طلبة جامعة بلاد الرافدين

تشير بيانات الجدول رقم (7) الى ان البرامج المستوردة تثير اهتمام جمهور العينة بتكرار قدره 240 مبحوث اي بتكرار بلغ 60% وهي نسبة لا بأس بها ويعتقد بعض من جمهور العينة ان هذه البرامج لا تحترم العادات والتقاليد بتكرار بلغ 160 اي بنسبة تبلغ 40% ويعتقد الباحث ان السبب في ذلك ان هذه البرامج او المسلسلات انتجت في بلدان تختلف في عاداتها وتقاليدها عن البلدان الاخرى وكانت الاشارة الى الكسب بطريقة غير مشروعة بتكرار بلغ 140 وبنسبة بلغت 35% اما بالنسبة لعدم اتباع قواعد الآداب العامة والسلوكيات فكان التكرار 128 وبنسبة بلغت 32% في حين كانت لعدم الالتزام بالقوانين تكرار قدره 112 وبنسبة بلغت 28% وكانت لعدم الالتزام بقيم الحياة الزوجية تكرار قدره 100 وبنسبة قدرها 25% اما في جانب التشجيع على العنف فكان التكرار 90 مبحوث اي بنسبة 23% وكما يلي ادناه في الجدول رقم (7).

جدول رقم (7) يشير الى ايجابيات وسلبيات البرامج المستوردة

ت	البرامج المستوردة	العدد	النسبة	الترتبة
1	البرامج المستوردة تثير اهتمامهم	240	60%	1
2	لا تحترم العادات والتقاليد	160	40%	2
3	الاشارة الى الكسب بطريقة غير مشروعة	140	35%	3
4	عدم اتباع قواعد الآداب العامة والسلوكيات	128	32%	4
5	عدم الالتزام بالقوانين	112	28%	5
6	عدم الالتزام بقيم الحياة الزوجية	100	25%	6
7	التشجيع على العنف	92	23%	7
	المجموع	400		

سادسا: تفضيلات طلبة جامعة بلاد الرافدين في لغة برامجهم

ويظهر من الجدول رقم (8) ادناه ان 240 من جمهور العينة يفضلون تقديم برامجهم باللغة العربية المبسطة بنسبة بلغت 85% مع الابتعاد عن اللهجات المحلية حتى تحقق البرامج اهدافها المنشودة في حين اشار البعض من جمهور العينة وبتكرار 180 وبنسبة 45% الى اهمية الارتقاء بمستوى اللغة العربية من خلال التركيز على الفصحى في عصر البرامج الفضائية خاصة وانه ليس لنا فرصة اخرى في ان تكون اللغة العامية هي المسيطرة على البرامج الفضائية وبحسب الجدول ادناه.

جدول رقم (8) تفضيلات طلبة جامعة بلاد الرافدين في لغة برامجهم

ت	تفضيلات طلبة جامعة بلاد الرافدين اللغوية في البرامج الحوارية	العدد	النسبة	الترتبة
1	اللغة العربية المبسطة	280	%85	1
2	اهمية الارتقاء بمستوى اللغة العربية	140	%45	2
	المجموع	400		

سابعاً: تفضيلات المبحوثين من البرامج الحوارية لطلبة جامعة بلاد الرافدين

يبين الجدول رقم (9) ان 248 مبحوثاً يرغبون بالاهتمام والحوار والراي والري الاخر وبنسبة 62% من اجمالي العينة مع اهمية التركيز على المبدعين والنشطاء في حين يرى 240 من العينة وبنسبة 60 % ضرورة التنوع في اشكال البرامج الحوارية كالمقابلات اما 220 من المبحوثين وبنسبة بلغت 55% فيعتقدون ان من الاهمية التركيز على التحقيقات التلفزيونية الهادفة كذلك يرى قرابة 200 مبحوث بنسبة 50% ان الاهتمام بالندوات امر ضروري جدا كذلك يعتقد 100 مبحوث اي نسبة 25% ان الابتعاد عن الحديث المباشر من الاولويات كونه يبعث على الملل وبالتالي يفقد عنصر الجذب والتشويق.

جدول رقم (9) تفضيلات المبحوثين من البرامج الحوارية لطلبة جامعة بلاد الرافدين

ت	تفضيلات طلبة جامعة بلاد الرافدين من البرامج الحوارية	العدد	النسبة	الترتبة
1	الاهتمام بالمحاورات والمناقشات	248	%62	1
2	التنوع في الاشكال الحوارية	240	%60	2
3	الاهتمام بالتحقيقات التلفزيونية الهادفة	220	%55	3
4	الاهتمام بالندوات التلفزيونية	200	%50	4
5	الابتعاد عن الحديث المباشر	100	%25	5
	المجموع	400		

ثامناً: الاهداف التي يجب ان تحققها البرامج الحوارية من وجهة نظر طلبة جامعة بلاد الرافدين

ولقد اكد 228 من المبحوثين وبنسبة 57% على ضرورة الاهتمام بالمعلومات اما بالنسبة لتنمية المهارات والخبرات فكان 220 مبحوث اي بنسبة 55% فيما كان عدد المبحوثين 216 بنسبة 54% تؤكد على القدرة على التفكير والابتكار ويرى 192 مبحوثاً اي بنسبة 45% من العينة انه يجب عدم تقديم الحلول الجاهزة اثناء البرامج لبعض المشكلات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، فيما يرى 160 أي ما نسبته 40% ضرورة ايجاد حل لمشكلات الشباب الجامعي وقد رأى 140 مبحوثاً اي ما نسبته 35% تقديم المثل والقوة الحسنة للجمهور وبأحسن صورة، اما التوجيه والارشاد فكان عدد المبحوثين 120 الذين ركزوا على هذا الجانب اي ما يعادل نسبته 30% اما الترقية المفيدة فكان 100 مبحوثاً من ركز عليها بنسبة تصل 25% وجاء التركيز على شغل اوقات الفراغ بطريقة مفيدة بتكرار قدره 80 مبحوث بنسبة بلغت 20% كما في الجدول رقم (10).

جدول رقم (10) يوضح الاهداف التي يجب ان تحققها البرامج الحوارية من وجهة نظر طلبة جامعة بلاد الرافدين

ت	الاهداف	العدد	النسبة	الترتبة
1	ضرورة الاهتمام بالمعلومات	228	%57	1
2	تنمية المهارات والخبرات	220	%55	2
3	القدرة على التفكير والابتكار	216	%54	3
4	تقديم الحلول الجاهزة	192	%45	4
5	حل مشكلات الشباب الجامعي	160	%40	5
6	تقديم المثل والقوة	140	%35	6
7	التوجيه والارشاد	120	%30	7
8	الترقية المفيدة	100	%25	8
9	شغل اوقات الفراغ بطريقة مفيدة	80	%20	9
	المجموع	400		

تاسعا: رأي المبحوثين في المشاركين بالبرامج الحوارية

يشير الجدول رقم (11) الى ان المبحوثين يرون انه من الضروري التنوع بين المشاركين من الذكور والاناث وكان ذلك بتكرار بلغ 232 ونسبة قدرها 58% اما البعض الاخر من المبحوثين فيرون ان اشراك زملائهم وقرانهم من الطلبة امرا ضروريا فجاءت بتكرار قدره 224 ونسبة 56% اما بالنسبة لاستضافة المختصين في القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية فيرى 220 مبحوثا وما نسبته 55% اما فيما يخص استضافة مختلف فئات الرأي العام والمشاهدين فكان 208 بتكرار قدره 52%.

جدول رقم (11) يبين رأي المبحوثين في المشاركين بالبرامج الحوارية

ت	الرأي	العدد	النسبة	الترتبة
1	ضرورة التنوع بين المشاركين من الذكور والاناث	232	58%	1
2	اشراك زملائهم وقرانهم من الطلبة فيها	224	56%	2
3	الضيوف المختصون	220	55%	3
4	استضافة مختلف فئات الرأي العام والمشاهدين	208	52%	4
	المجموع	400		

عاشرا: دعم القيم الثقافية التي تداع عن طريق برامج القنوات الفضائية

يشير الجدول رقم (12) الى اهمية تطوير برامج الشباب والانفتاح على مختلف الثقافات العالمية بتكرار بلغ 220 مبحوثا ونسبة بلغت 55% كما تشير 204 من جمهور العينة ونسبة 51% يجب ان تقدم الاغاني المصورة بصورة لائقة بعيدة عن اثارة النوازع الجنسية وتمجيد البطولات الزائفة وتشجيع الانحلال وكل ما يبعدنا عن القيم العربية الاصيلية، كذلك اشارة 106 مبحوثا الى ضرورة تقديم الحقائق والمعلومات بصورة موضوعية والاهتمام بالنقد الذاتي لسياساتها خاصة وانها صاحبة رسالة وانه يشاع عنها انها مؤسسات ربحية تسعى خلف الاعلانات كما يؤكد 80 مبحوثا من العينة ونسبة 20% الى تخفيف مشاهد العنف والصراع التي تؤثر على سلوك الشباب الجامعي خصوصا داخل الاسرة الواحدة وتقليد بعض السلوكيات التي تنسم بالعنف على سبيل الملاحظة بين الاصدقاء كما اشار 60 مبحوثا وما نسبته 15% كون الكثير من البرامج تبتعد عن المضمون الديني والاسري بالإضافة الى غياب المضامين المتعلقة بالحفاظ على الهوية بشكل عام والهوية الثقافية بشكل خاص.

جدول رقم (12) دعم القيم الثقافية التي تداع عن طريق برامج القنوات الفضائية

ت	القيم الثقافية التي تداع عن طريق برامج القنوات الفضائية.	العدد	النسبة	الترتبة
1	اهمية تطوير برامج الشباب	220	55%	1
2	تقديم الاغاني المصورة بصورة لائقة	204	51%	2
3	مراعاة تقديم الحقائق والمعلومات باستمرار	160	40%	3
4	تخفيف مشاهد العنف والصراع	80	20%	4
5	تقديم برامج هادفة ومسلية	60	15%	5
	المجموع	400		

الاستنتاجات

1. تشير نتائج الدراسة الى ان جميع المبحوثين يتعرضون للقنوات الفضائية العربية بصفة منتظمة 382 مبحوثا ونسبة بلغت 95.5% اما 18 مبحوثا فقد شكلت نسبة 4.5% يشاهدون الفضائيات من حين لآخر.
2. اهم القنوات العربية التي يتعرض لها طلبة جامعة الرافدين حيث جاءت القنوات المتخصصة في عرض الافلام والمسلسلات في مقدمة الفضائيات التي يتعرض لها طلبة جامعة الرافدين بتكرار 382 مبحوثا ونسبة بلغت 95.5% من المبحوثين وهي نسبة عالية اكدتها بحوث الاعلام الاخرى.
3. اما المستويات اللغوية التي تستخدمها القنوات الفضائية العربية فقد اكد المبحوثون على ان اللهجة العامية كانت بالمقدمة بتكرار بلغ 348 ونسبة بلغت 87%.
4. ان طلبة جامعة الرافدين يرغبون في معرفة ثقافات الشعوب المختلفة وما يحدث في العالم من اخبار وحوادث بتكرار بلغ 975 ونسبة بلغت 93.75%.

5. ان مشاهدة الاغاني المصورة تأتي في مقدمة الانشطة المفضلة لدى لجمهور العينة بتكرار بلغ 381 وبنسبة قدرها 95 %.
6. ان البرامج المستوردة تثير اهتمام جمهور العينة بتكرار قدره 240 مبحوث اي بتكرار بلغ 60% وهي نسبة لا بأس بها.
7. ان 240 من جمهور العينة يفضلون تقديم برامجهم باللغة العربية المبسطة بنسبة بلغت 85% مع الابتعاد عن اللهجات المحلية حتى تحقق البرامج اهدافها المنشودة.
8. ان 248 مبحوثا يرغبون بالاهتمام والحوار والرأي والرأي الآخر وبنسبة 62% من اجمالي العينة مع اهمية التركيز على المبدعين والنشطاء.
9. اكد 228 من المبحوثين وبنسبة 57% على ضرورة الاهتمام بالمعلومات.
10. ان المبحوثين يرون انه من الضروري التنوع بين المشاركين من الذكور والاناث وكان ذلك بتكرار بلغ 232 ونسبة قدرها 58%.
11. ان اهمية تطوير برامج الشباب والانفتاح على مختلف الثقافات العالمية حصل على تكرار بلغ 220 مبحوثا وبنسبة بلغت 55%.

التوصيات

- (1) اهتمام برامج القنوات الفضائية العربية بالموضوعات الحيوية التي لها الدور الواضح في بناء شخصية الشباب العراقي وتحقيق الانتماء الوطني.
- (2) دعم القيم الثقافية لدى الشباب من خلال البرامج التي تقدمها لهم القنوات الفضائية مع ضرورة تنوع الاهداف والتركيز على اهتمامهم واحتياجاتهم المتنوعة من خلال مشاركتهم فيها.
- (3) الاهتمام بالبحوث التي تهتم بتحليل وتقييم مضمون البرامج الثقافية.

المصادر

- [1] كرم شلبي معجم المصطلحات الاعلامية، دار الجيل للنشر ، بيروت 1994.
- [2] سامي الشريف (2004). *الفضائيات العربية، رؤية نقدية*. القاهرة: دار النهضة العربية.
- [3] راجنبت سينغ مالهي، روبرت ديليو ريزير، تعزيز تقديرات الذات، مكتبة جرير للنشر، الرياض، 2005
- [4] علي السيد الصاوي، نظرية الثقافة ، عالم المعرفة، الكويت، 1997.
- [5] ابراهيم يحيوي-القنوات الفضائية وثقافة الشباب- اطروحة دكتوراه -جامعة محمد أمين دباغين 2018
- [6] مجاشع محمد التميمي، البرامج الثقافية في قناة العراق الثقافية ، رسالة ماجستير، كلية الاعلام جامعة بغداد، 2004.
- [7] هالة عبد اللطيف مطر، الاتجاه الثقافي للقنوات الفضائية، رسالة ماجستير، كلية الاعلام جامعة بغداد، 2008.
- [8] سعدية قرش، واقع البرامج الثقافية في الفضائيات العربية، اطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، الجزائر، 2018.
- [9] موسى مهجور، منظومة الاعلام الثقافي للتلفزيون الجزائري في ظل العولمة، اطروحة دكتوراه، جامعة محمد خضير، الجزائر، 2020.
- [10] السيد احمد، الثقافة والثقافة الاسلامية، رؤية جديدة وعلم جديد، 2009
- [11] سعيد بن ناصر الغامدي، مقدمة في الصدمات الاخبارية، مركز صناعة الفكر للدراسات والابحاث ، بيروت ، 2015
- [12] برهان غليون ، اغتيال العقل: محنة الثقافة العربية بين التبعية والسلفية، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، 1987.
- [13] نور الدين زمام ، عولمة الثقافة المستحيل والممكن، مجلة العلوم الانسانية، جامعة محمد خضير، الجزائر، 2001.
- [14] عماد عبد الغني، سيولوجيا الثقافة المفاهيم والاشكال، دراسات الوحدة العربية، بيروت 2006.
- [15] تهاني الكبال، الثقافة والثقافات الفرعية، دار المعرفة الجامعية، القاهرة 1997.
- [16] جواد علي مسلماني، البرامج التلفزيونية والدور الثقافي للقنوات الفضائية، دار امجد للتوزيع والنشر، الاردن، 2015.
- [17] ناصر ابراهيم، علم الاجتماع التربوي، مكتبة الرائد العالمية، عمان ، 1996.
- [18] فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، دار الفكر المعاصر، بيروت، 2002.
- [19] احسان محمد الحسن، علم الاجتماع السياسي، دار وائل للنشر، الاردن، 2010.
- [20] خيرى خليل الجميل، الاتصال ووسائله في المجتمع الحديث، المكتب العلمي للكمبيوتر، الاسكندرية، 1996.
- [21] احمد محي الدين ، دور وسائل الاعلام والتعليم والثقافة في التوعية المجتمعية بالعمل الاجتماعي، مجلة العلم والمجتمع، 2007.
- [22] زهير توفيق حسن، دور وسائل الاعلام في تكوين الاتجاهات وتغييرها، مجلة الادب 2008.
- [23] محمد عبد السلام علي، الاعلام الثقافي ، دار المعتر للتوزيع والنشر، عمان 2017.
- [24] حاجي محمد الهادي، دور الاعلام في عملية التغيير الاجتماعي، الحوار المتمدن ، 2020.
- [25] ايداد شاكر البكري، عام 2000 حرب المحطات الفضائية، دار الشروق للنشر ، الاردن، 1999.
- [26] هناء بديوي، سلوى عثبات، ابعاد العملية الاتصالية، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 1999.