

تعرض الجمهور العراقي للقنوات الفضائية الأجنبية وعلاقة بالهوية الثقافية

د. محمد حسين علوان
جامعة واسط - كلية الأعلام

الملخص

موضوع البحث في معرفة العلاقة بين التعرض للقنوات الفضائية الأجنبية ومستوى الهوية الثقافية لدى الجمهور العراقي ، وتبرز الخطورة في تعرض الجمهور العراقي للقنوات الأجنبية وخاصة أن بعض الفئات من الجمهور العراقي ما زالوا في مرحلة التكوين الثقافي والفكري ، ولهم خبرات ثقافية واجتماعية محدودة وغير مزودين بالثقافة الكافية والوعي الكافي والوعي اللازم لأدراك أوضاع المجتمع مما يجعلهم مهياين لسيطرة هذه القنوات والسير خلفها ، وبهذا تكون القنوات الفضائية الأجنبية هي المصدر الأساسي للثقافة والمؤثر الأول على سلوكهم وهويتهم الثقافية . كما أن البحث يسعى إلى التعرف على مدى تعرض الجمهور العراقي للقنوات الفضائية الأجنبية وتحديد أنماط ذلك التعرض ومعرفة دوافعها ، العلاقة بين التعرض للقنوات الفضائية الأجنبية ومستوى الهوية الثقافية لدى الجمهور

ويعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تستهدف تحليل ظاهرة معينة . دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بظاهرة ما أوقف معين . وصف العلاقات السببية بغرض اكتشاف الحقائق المرتبطة بها وتعميمها .

Iraq public exposing to foreign satellites and its effect on the cultural identity

Dr. Mohammed –H- Alwan

University of Wasit – College of Information

Abstract

The summary of this study is to identify the relation ship between exposing of the public to foreign satellites and the degree of cultural of Iraqi public . the danger Iraqi public exposure to foreign satellite specially some groups of the public are still own limited culture and ideology without enough conscious to attitude of society . such people can easily be controlled by satellites , because these satellites may be the only cultural source for them which may badly affect their behaviour . This study also aims to identify the level of Iraqi people exposure to foreign satellites and the types and motivations of that exposure , then to realize the relationship between exposing to foreign satellites and the cultural level of the Iraqi public . This study is descriptive that aims to analyze a definite study which is studying available facts or attitudes in addition of describing negate relationship to discover the facts related and generalize them .

المقدمة

تفتح الفضائيات أمام المشاهد العربي عوالم جديدة وتتيح فرصا عديدة للاطلاع على حضارات الأمم الأخرى مما جعل البعض يعتبر أن الفضائيات تحمل معها مظاهر الغزو الثقافي الأجنبي ومما يجعل فكرة الغزو موضع تفحص من قبل البعض ، فهناك تهديدات أساسية للثقافات المحلية والعربية وهذا وجه من عدة وجوه ، فالفضائيات الأجنبية كما تحمل معها سلبياتها فإنها تحمل معها إيجابياتها ، ومن ثم فإنه يمكننا النظر إلى البرامج الأجنبية يمكنها من جانب أن تفتح آفاقا من المعرفة لعوالم جديدة كل الجدة بالنسبة للمشاهد العربي فتوسع مداركه وآفاقه في اطلاعه على حضارات الشعوب الأخرى والانجازات الحضارية والتكنولوجية المعاصرة ، ولكنها في جانب آخر تحمل معها قيما غربية وبرامجها الدرامية مشحونة بالجريمة والعنف والجنس والسلوك غير المقبول اجتماعيا لدى العرب ، وهي مع هذا تسهم في زيادة التوقعات وما يتلوها من احباطات لدى المشاهد .

ولكننا ندرك أننا في عالم لا يمكن فيه أن نغلق النوافذ ونحن في عالم تتداخل فيه المصالح المتبادلة ويكون التفاعل المتبادل بين حضارات الشعوب أمر حتمي ، ومن هنا فإن إدراكنا لوجود بعض السلبيات في التلفزيون واستقبال الفضائيات الوافدة لم يعني ذلك تحطيم خصوصية الثقافة القومية ، لأن لكل أمة ألياتها الفاعلة للدفاع عن ذاتيتها الثقافية وأي تأثير وتأثر هما نتيجة حتمية لما يمكن أن نتوقعه كحصيلة لتطور المجتمعات وتفاعلها .

وبمراجعة لما تقدمه من برامج فإن أي مراقب محايد سيلاحظ حجم الترفيه فيما تبثه وسيلاحظ كذلك حجم ما يقدم من برامج غربية تؤدي إلى السلبية والانعزال ، وتؤدي إلى تجذير النمط الاستهلاكي عند الناس والى غرس أنماط غربية عن المجتمعات العربية . وهذه النماذج التي تشكل مثلاً أعلى ونماذج للتفوق الأسطوري تؤدي إلى خلق ثقافة للهروب والعزلة . أن ما تقدمه الفضائيات الأجنبية من برامج تحمل معها قيماً وعادات وأنماط السلوك تترك أثارها على الفرد والمجتمع على المدى البعيد ، ومن ثم فإن ما تفرضه هذه الفضائيات من برامج تستهدف الأطفال كما تستهدف الكبار وتحمل في طياتها كميات من العنف والجريمة والقيم الغربية عن مجتمعاتنا التي تعزز في أحيان كثيرة روح الفردية سيكون لها تأثيراتها على المجتمعات العربية التي سيتغير نسيجها ببطء ولكنها تأثيرات تراكمية ستقود مستقبلاً إلى تغييرات نوعية في قيم وسلوك وعادات المجتمعات العربية . وهنا يبدو لكل معنى بالثقافة الوطنية / القومية وجاهة التساؤل حول الخطر الجارف مما يسميه البعض بالاستعمار الثقافي أو الاميرالية الثقافية أو الاستعمار الالكتروني ، ولا شك أن المخاوف في فشل هذه الحال مبررة ، وخصوصاً إذا علمنا أن ما تعرضه الفضائيات الأجنبية وما تحمله من أنماط الإنتاج الغربي وتحديد الأيدي بالإضافة إلى هيمنة الشبكات الأمريكية الكبرى مثل CNN ، CBS ، NBC ، ABC ، FOX ، وإنتاج هوليوود السينمائي والتلفزيوني وهيمنتها في مجال إنتاج السوق الإعلامي

أولاً : منهجية البحث :-

مشكلة البحث :-

تكمن مشكلة البحث في معرفة العلاقة بين التعرض للقنوات الفضائية الأجنبية ومستوى الهوية الثقافية لدى الجمهور العراقي ، وتشير الدراسات التي تناولت علاقة مضمون وسائل الإعلام بالواقع الاجتماعي إلى أن وسائل الإعلام لا تعكس ما يحدث في العالم الخارجي ، وإنما تغرس وتنمي هذه الرسائل عالماً يبدو حقيقياً أو يتحول إلى واقع بالنسبة للمشاهدين ، وقد يتقبل المتلقي هذا الواقع لكونه غير واع بالعمليات التي تحدث لخلق هذا الواقع ، وإنما يشعر فقط بكونه يتعرض للتسلية والترفيه ، وبعد ذلك يصبح العالم الذي صنعه وسائل الإعلام حقيقياً في أذهاننا ، وقد لا يستطيع البعض أن يميز بين هذا العالم المصطنع والعالم الحقيقي () .

أهمية البحث :-

وتكمن الخطورة في تعرض الجمهور العراقي للقنوات الفضائية الأجنبية وخاصة أن بعض الفئات من الجمهور العراقي مازالوا في مرحلة التكوين الثقافي والفكري ولهم خبرات ثقافية واجتماعية محدودة وغير مزودين بالثقافة الكافية والوعي الكافية والوعي اللازم لأدراك أوضاع المجتمع مما يجعلهم مهيبين لسيطرة هذه القنوات والانسياق ورائها والتأثر بها ، وفي هذه الحالة ستصبح القنوات الفضائية الأجنبية هي المصدر الأساسي للثقافة والمؤثر الأول على سلوكهم وهويتهم الثقافية ، حيث وجود تيار مخالف للقيم والتقاليد التي تحدد معالم الهوية الثقافية والشخصية الوطنية مما يؤدي إلى زيادة الفردية ونمو الأنانية وضعف الولاء للأسرة وضعف الانتماء للمجتمع ، وذلك عن طريق تقديم النماذج الهابطة وتقريبها إليهم مما يؤدي إلى محاكاتها دون وعي مما يؤدي إلى ضعف واهتزاز الهوية الثقافية .

أهداف البحث :-

- معرفة مدى تعرض الجمهور العراقي للقنوات الفضائية الأجنبية .
- تحديد أنماط تعرض الجمهور العراقي للقنوات الفضائية الأجنبية .
- معرفة دوافع تعرض الجمهور العراقي للقنوات الفضائية الأجنبية .
- معرفة العلاقة بين التعرض للقنوات الفضائية الأجنبية ومستوى الهوية الثقافية لدى الجمهور العراقي

منهج البحث :-

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح ، وهو من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية ، حيث يتيح هذا المنهج إخضاع بيانات التحليل للمعاملات الإحصائية المختلفة ، كما أن منهج المسح يعتبر من أنسب المناهج العلمية التي تنتمي أن الدراسات الوصفية بصفة عامة . والتي تستهدف وصف بناء وتركيب جمهور وسائل الإعلام وأنماط سلوكه بالإضافة إلى استخدام المنهج الإحصائي حيث يمكن اختبار الفروض الإحصائية بهدف تعميم النتائج التي يتم الحصول عليها () .

نوع الدراسة :-

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تستهدف تحليل ظاهرة معينة أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بظاهرة ما أو موقف معين ، بالإضافة إلى وصف العلاقات السببية بغرض اكتشاف الحقائق المرتبطة بها وتعميمها () .

جدول (٤) يبين مهنة العينة المبحوثة

النسبة المئوية	التكرار	الوظيفة
%		
%		
%		
%		
%		ربة بيت
% ١٠٠	٢٠٠	المجموع الكلي

أسلوب جمع البيانات :-

انطلاقاً من الإطار النظري المتمثل في نظرية الغرس الثقافي ، وفي إطار منهج المسح ، قام الباحث بتصميم صحيفة استبيان تتضمن تساؤلات الدراسة ويشمل مجموعة الأسئلة التي تعكس أهداف البحث وتساؤلاته

أساليب القياس :-

١- قياس حجم التعرض للقنوات الفضائية الأجنبية :-

تم قياس حجم التعرض من خلال معرفة عدد ساعات مشاهدة القنوات الأجنبية يوميا ، وكذلك من خلال معرفة عدد أيام المشاهدة ف

٢- قياس مستوى الهوية الثقافية :-

ويقصد بالهوية الثقافية مجموعة العادات والتقاليد والمعتقدات واللغة والتراث والإنتاج الفكري والأدبي والفني والملبس والمأكول ووسائل الترفيه وأسلوب الحياة والقيم المتوارثة والقيم المستحدثة . وقد قام الباحث ببناء مقياس للهوية الثقافية استناداً إلى مراجعة التراث النظري والتعريف الإجرائي والنظري الذي حدده الباحث للهوية الثقافية وتم صياغة عدد العبارات التي تقيس مستوى الهوية الثقافية وفق بعدين أساسيين هما :-

- تقليد النماذج الأجنبية في مجالات الأزياء والطعام والشراب والفن .
- ي بعض القيم السلبية التي لا تتفق مع عادات وتقاليد المجتمع العراقي .

الصدق والثبات :-

أ- الصدق :-

ولتوفير صدق البيانات تم عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين* الذين أشاروا إلى أن الاستمارة تقيس بالفعل ما يفترض قياسه وبالتالي تحقق الصدق الظاهري للبيانات ، ثم قام الباحث باختبار أولى للاستمارة (pretest) على عينة قدرها ١٠% من المبحوثين كوسيلة أخرى للتأكد من صدق الاستمارة وقياس مدى وضوح الأسئلة للمبحوثين .

ب- الثبات :-

% من عينة الدر

% وهي نسبة مرتفعة ومستوى مناسب للاتساق بين الإجابات .

ثانيا : الإطار النظري للدراسة :-

تعد نظرية الغرس الثقافي هي المدخل المناسب لدراسة العلاقة بين التعرض للقنوات الفضائية الأجنبية والهوية الثقافية ، ونظرية الغرس هي محاولة ذات أبعاد نظرية لمعرفة دور التلفزيون في اكتساب الفرد قيم واتجاهات معينة في تعلم غير هادف يكتسب الفرد من خلالها بطرق غير واعية الحقائق والقيم المتضمنة في عالم التلفزيون على مدى زمني طويل نسبياً ويعبرون عن ذلك في صورة تقديرات وأحكام حول الواقع الاجتماعي (٤) . وهذا يعني أن مداومة التعرض للتلفزيون ولفترات طويلة ينمي لدى المشاهد اعتقاداً بان العالم الذي يراه على شاشة التلفزيون ما هو إلا صورة مماثلة للواقع والعالم الذي يعيش فيه ، وبالتالي فإن الغرس هو ذلك الإسهام المحدد الذي يقوم به التلفزيون في عمليتي التنشئة والتنقيف (٥) .

وإذا كانت الثقافة هي عبارة عن مجموعة من الأفكار والمدرجات التي تتناول شتى المعارف الإنسانية من علم وفن وقانون وأدب ، ومجمل العادات والتقاليد والتراث الشعبي والملبس والمسكن ووسائل الترفيه وأسلوب الحياة والقيم المتوارثة والقيم المستحدثة فإن الباحثين في دراسات الغرس يرون أن الغرس هو ما تفعله الثقافة ، فهي تنظيم يغرس وينمي معتقداتنا عن الوجود وعن القيم ومجموعة العلاقات الاجتماعية (٦) .

دوافع المشاهدة والغرس :-

تتعدد دوافع مشاهدة الجمهور لوسائل الإعلام ، وقد قسمها () لفتنين هما (٧) :-

٢- عدد أيام مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية في الأسبوع :-

بلغ المجموع الكلي لإجابات المبحوثين الذين يشاهدون القنوات الفضائية الأجنبية ثلاثة أيام في الأسبوع بعدد () ارا وبنسبة (٢٩,٤٧ %) وجاءت بالمرتبة الأولى ، وفي المرتبة الثانية أجاب المبحوثون الذين يشاهدونها ليوم () ، في حين جاء في المرتبة الثالثة المبحوثون الذين يشاهدونها ليومين في الأسبوع وبعدد (٢٦) تكرارا وبنسبة (١٥,٠٢ %) ، وفي المرتبة الرابعة أجاب المبحوثون الذين يشاهدون القنوات الفضائية الأجنبية أربعة أيام في الأسبوع وبعدد (٢٢) تكرارا وبنسبة (١٢,٧٥ %) ، أما في المرتبة الخامسة فأجاب المبحوثون الذين يشاهدونها حسب الظروف المتاحة وبعدد (٢٠) تكرارا وبنسبة (١١,٥٦ %) ، وفي المرتبة الأخيرة أجاب المبحوثون الذين يشاهدونها لأكثر من أربعة أيام في الأسبوع وبعدد (١٨) تكرارا وبنسبة (١٠,٤٠ %) من المجموع الكلي لأفراد العينة المبحوثة ينظر الجدول () .

جدول (٦) يبين عدد أيام مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية الأجنبية في الأسبوع

عدد أيام المشاهدة في الأسبوع	التكرار	النسبة المئوية
يوم واحد		%,
يومان		%,
ثلاثة أيام		%,
أربعة أيام		%,
أكثر أربعة أيام		%,
		%,
المجموع الكلي	١٧٣	١٠٠%

٣- عدد ساعات مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية الأجنبية في اليوم :-

تشير نتائج البحث إلى أن المجموع الكلي لإجابات المبحوثين الذين يشاهدون القنوات الفضائية الأجنبية من ثلاثة ساعات بعدد بلغ (٨١) تكرارا وبنسبة (٤٦,٨٢ %) وجاءت بالمرتبة الأولى ، وفي المرتبة الثانية جاء المبحوثون الذين أجابوا بأنهم يشاهدونها لمدة أكثر من ثلاث ساعات وبعدد (٥٢) تكرارا وبنسبة (٣٠,٠٥ %) ، وفي المرتبة الأخيرة جاء المبحوثون الذين يشاهدون القنوات الفضائية الأجنبية () () من المجموع الكلي لأفراد العينة المبحوثة ، ينظر الجدول () .

ولا شك أن تلك النتائج تعكس مدى الارتباط بين القنوات الفضائية الأجنبية ومشاهدها من الجمهور العراقي .

جدول (٧) يبين عدد ساعات مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية الأجنبية في اليوم

عدد ساعات المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
		%,
		%,
		%,
		%,

٤- حجم التعرض لبرامج القنوات الفضائية الأجنبية :-

بلغ المجموع الكلي لإجابات المبحوثين الذين يتعرضون لبرامج القنوات الفضائية الأجنبية بمعدل مشاهدة منخفض () () وجاءت بالمرتبة الأولى ، وفي المرتبة الثانية أجاب المبحوثون الذين يتعرضون لها بمعدل مشاهدة متوسطة وبعدد بلغ () تكرارا وبنسبة (٢٧,٧٥ %) ، في حين جاء بالمرتبة الأخيرة المبحوثون من يتعرضون لها بصورة مكثفة و () تكرارا وبنسبة (١٩,٠٧ %) من المجموع الكلي لأفراد العينة المبحوثة ، ينظر () .

ويرجع هذا إلى خصائص عينة الدراسة حيث ارتفاع مستواها التعليمي والرغبة في الانفتاح على العالم والتعرف على ثقافات جديدة وحضارات مختلفة وآراء متحررة بعيدا عن الرقابة الذاتية عند القائم بالاتصال كما هو الحال في معظم القنوات المحلية .

جدول (٨) يبين حجم التعرض لبرامج القنوات الفضائية الأجنبية

حجم التعرض	التكرار	النسبة المئوية
		%,
		%,
		%,
المجموع الكلي	١٧٣	١٠٠%

٥- تعرض المبحوثين للقنوات الفضائية الأجنبية التي يفضلون مشاهدتها أكثر من غيرها :-

بلغ المجموع الكلي لإجابات المبحوثين الذين أجابوا بأنهم يفضلون مشاهدة قناة DW الألمانية بعدد (٤٧) تكراراً (, %) وجاءت بالمرتبة الأولى ، وفي المرتبة الثانية جاءت Italian 7 كقناة مفضلة للمشاهدة لدى الجمهور العراقي وبعدد () (, %)
 للمشاهدة لدى المبحوثين وبعدد () (, %)
 كقناة مفضلة للمشاهدة لدى الجمهور العراقي وبعدد () (, %) ، تليها قناة Italian 4 مفضلة من قبل المبحوثين وبعدد () (, %)
 قناة Italian 5 كقناة مفضلة للمشاهدة وبعدد (٣) تكراراً وبنسبة (٠ %) ، جاءت بعدها قناة B4U الهندية كقناة مفضلة للمشاهدة من قبل المبحوثين وبعدد بلغ (') تكراراً وبنسبة (, %) ، وفي المرتبة الأخيرة جاءت قناة TRT التركية كقناة مفضلة للمشاهدة وبعدد () (, %) ، ينظر الجدول () .

جدول (٩) يبين القنوات الفضائية الأجنبية التي يفضلها المبحوثون أكثر من غيرها

القناة المفضلة	التكرار	النسبة المئوية
DW الألمانية		, %
Italian 1		, %
TV5 الفرنسية		, %
CFI سية		, %
Italian 4		, %
Italian 5		%
B4U الهندية		, %
TRT التركية		, %
المجموع الكلي	٢٣٠	١٠٠ %

٦- تعرض المبحوثين للقنوات الأجنبية التي يفضلون مشاهدتها أكثر من غيرها في مجال الأخبار :-

تشير نتائج البحث إلى أن المجموع الكلي لإجابات المبحوثين الذين أجابوا بأن قناة BBC world الم لديهم لمشاهدتها في مجال متابعة الأخبار وبعدد بلغ (٦٧) تكراراً وبنسبة (٢٨,٨٧ %) وجاءت بالمرتبة الأولى .
 المرتبة الثانية أجاب المبحوثون الذين يفضلون مشاهدة قناة CNN الأمريكية في مجال متابعة الأخبار وبعدد () (, %) ، في حين جاء بالمرتبة الثالثة المبحوثون الذين يفضلون قناة Euro News كقناة مفضلة للمشاهدة () (, %)
 في مجال الأخبار من قبل المبحوثين وبعدد () (, %) ، وفي المرتبة الأخيرة جاءت قناة AIL News كقناة مفضلة للمشاهدة من قبل المبحوثين في مجال الأخبار وبعدد (٢٧) تكراراً وبنسبة (١١,٦٧ %) في لأفراد العينة ، ينظر الجدول () . وهذا ما يشير إلى تفوق قناة BBC WORLD كقناة مفضلة للمشاهدة من قبل الجمهور العراقي في مجال الأخبار .

جدول (١٠) يبين القنوات الفضائية الأجنبية المفضلة للمشاهدة من قبل المبحوثين في مجال الأخبار

القناة المفضلة في مجال الأخبار	التكرار	النسبة المئوية
BBC world	67	, %
CNN الأمريكية		, %
Euro News		, %
Fox News		, %
AIL News		, %
المجموع الكلي	٢٣٢	١٠٠ %

٧- تعرض المبحوثين للقنوات الأجنبية التي يفضلون مشاهدتها أكثر من غيرها في مجال الدراما :-

أوضحت نتائج البحث بأن المجموع الكلي لإجابات المبحوثين الذين أجابوا بأن قناة VOX الألمانية هي القناة المفضلة لديهم للمشاهدة في مجال الدراما وبعدد بلغ (٦٣) تكراراً وبنسبة (٢٤,٩٠ %) وجاءت بالمرتبة الأولى ، وفي المرتبة الثانية جاءت قناة Action الفرنسية كقناة مفضلة للمشاهدة من قبل المبحوثين في مجال الدراما وبعدد (٤٤) تكراراً وبنسبة (١٧,٣٩ %) ، وفي المرتبة الثالثة جاء المبحوثون الذين أجابوا بأن القناة RTL الفرنسية هي المفضلة لديهم في مجال الدراما وبعدد (٢٧) تكراراً وبنسبة (١٤,٦٢ %) ، وجاءت في المرتبة الرابعة قناة Super movies الفرنسية كقناة مفضلة للمشاهدة من قبل المبحوثين في مجال الدراما وبعدد بلغ (٣٤) تكراراً وبنسبة (١٣,٤٧ %) ،

وحلت قناة cine BOX الفرنسية كقناة مفضلة للمشاهدة في مجال الدراما من قبل المبحوثين في المرتبة الخامسة وبعدها (٢٨) تكرارا وبنسبة (١١,٠٦ %) ، أما في المرتبة السادسة فجاءت قناة Teva الفرنسية كقناة أجنبية مفضلة للمشاهدة من قبل المبحوثين في مجال الدراما وبعدها (٢٢) تكرارا وبنسبة (٨,٦٩ %) ، وجاءت قناة France 5 في المرتبة السابعة كقناة فضائية أجنبية مفضلة للمشاهدة من قبل المبحوثين في مجال الدراما وبعدها (١٩) تكرارا وبنسبة (٧,٥٠ %) ، وفي المرتبة الأخيرة جاءت قناة kabel الألمانية كقناة فضائية أجنبية مفضلة للمشاهدة من قبل المبحوثين في مجال () () من المجموع الكلي لأفراد العينة المبحوثة . ينظر الجدول () .

وهنا إشارة واضحة إلى تفوق قناة VOX الألمانية وحصولها على المرتبة الأولى بين القنوات للمشاهدة الأخرى من قبل المبحوثين ، وقد يرجع ذلك إلى نوعية الأفلام التي تقدمها هذه القناة حيث تقدم أفلام الإثارة والعنف وأفلام الخيال العلمي .

جدول (١١) يبين القنوات الفضائية الأجنبية المفضلة للمشاهدة من قبل المبحوثين في مجال الدراما

النسبة المئوية	التكرار	القناة المفضلة في مجال الدراما
% ,	63	VOX الألمانية
% ,		Action الفرنسية
% ,		RTL الفرنسية
% ,		Super movies الفرنسية
% ,		cine BOX الفرنسية
% ,		Teua الفرنسية
% ,		France 5
% ,		kabel الألمانية
% ١٠٠	٢٥٣	المجموع الكلي

٨- تعرض المبحوثين للقنوات الأجنبية التي يفضلون مشاهدتها أكثر من غيرها في مجال الأغاني :-

بلغ المجموع الكلي لإجابات المبحوثين الذين أجابوا بان قناة music NOW الأمريكية هي القناة الأجنبية المفضلة لديهم للمشاهدة في مجال الأغاني وبعدها (٧١) تكرارا وبنسبة (٢٤,٤٨ %) وجاءت بالمرتبة الأولى ، وفي المرتبة الثانية جاءت قناة viva الفرنسية كقناة أجنبية مفضلة للمشاهدة من قبل المبحوثين في مجال الأغاني وبعدها (٥٣) تكرارا وبنسبة (١٨,٢٧ %) ، في حين جاء بالمرتبة الثالثة قناة Italian music كقناة أجنبية مفضلة للمشاهدة من قبل المبحوثين في مجال الأغاني وبعدها (٤٢) تكرارا وبنسبة (١٤,٤٨ %) ، تليها قناة MTV الأمريكية كقناة أجنبية مفضلة للمشاهدة من قبل المبحوثين في مجال الأغاني وبعدها () () من المجموع الكلي لإجابات المبحوثين ، ينظر الجدول () .

أما قناة Magic الإيطالية فقد جاءت بالمرتبة الخامسة من حيث تفضيل المبحوثين لها كقناة أجنبية لمشاهدتها في مجال الأغاني وبعدها (٢٨) تكرارا وبنسبة (٩,٦٥ %) ، وفي المرتبة السادسة جاءت قناة B4U music الهندية كقناة أجنبية مفضلة من قبل المبحوثين للمشاهدة في مجال الأغاني وبعدها (٢٥) تكرارا وبنسبة (٨,٦٥ %) ، وفي المرتبة السابعة جاءت قناة Sun TV الهندية كقناة أجنبية مفضلة للمشاهدة من قبل المبحوثين في مجال الأغاني وبعدها (٢١) تكرارا وبنسبة (٧,٢٤ %) ، أما في المرتبة الأخيرة فقد جاءت قناة VHI الألمانية كقناة أجنبية مفضلة للمشاهدة في مجال المبحوثين وبعدها بلغ () () من المجموع الكلي لإجابات المبحوثين ، ينظر الجدول () .

جدول (١٢) يبين القنوات الفضائية الأجنبية التي يفضل المبحوثون مشاهدتها أكثر من غيرها في مجال الأغاني

النسبة المئوية	التكرار	القناة المفضلة في مجال الأغاني
% ,		music NOW الأمريكية
% ,		viva الفرنسية
% ,		Italian music
% ,		MTV الأمريكية
% ,		Magic الإيطالية
% ,		B4U music الهندية
% ,		Sun TV الهندية
% ,		VHI الألمانية
% ١٠٠	٢٩٠	المجموع الكلي

٩- جنسية القنوات الأجنبية التي يفضل عينة الدراسة التعرض لها :-

أوضحت نتائج البحث إلى أن المجموع الكلي لإجابات المبحوثين الذين أجابوا بأنهم يفضلون التعرض لقنوات فرنسية بعدد بلغ (٧٢) تكرارا وبنسبة (٢٤,٤٨%) وجاءت بالمرتبة الأولى ، وفي المرتبة الثانية جاءت القنوات الأمريكية كقنوات مفضلة من قبل المبحوثين وبعدد (٥٧) تكرارا وبنسبة (١٩,٣٨%) ، وفي المرتبة الثالثة جاءت القنوات الإيطالية كقنوات مفضلة من قبل أفراد العينة لمشاقتها وبعدد ب () () ، وفي المرتبة الرابعة جاءت القنوات الألمانية فقد جاءت بالمرتبة الخامسة القنوات البريطانية كقنوات أجنبية مفضلة من قبل المبحوثين للتعرض لها () () ، في حين جاءت بالمرتبة السادسة القنوات الهندية كقنوات أجنبية مفضلة من قبل المبحوثين للتعرض لها () () ، وفي المرتبة السابعة جاءت القنوات الروسية كقنوات أجنبية مفضلة للمشاهدة من قبل المبحوثين وبعدد (١٩) تكرارا وبنسبة (٦,٤٦%) ، أما في المرتبة الأخيرة فقد جاءت القنوات التركية كقنوات أجنبية مفضلة عند المبحوثين للتعرض لها وبعدد (١٦) تكرارا وبنسبة (٥,٤٤%) من المجموع الكلي لإجابات المبحوثين ، ينظر الجدول () .

جدول (١٣) يبين جنسية القنوات الأجنبية التي يفضل المبحوثون التعرض لها

النسبة المئوية	التكرار	جنسية القنوات الأجنبية
% ,		قنوات فرنسية
% ,		قنوات أمريكية
% ,		قنوات إيطالية
% ,		قنوات ألمانية
% ,		قنوات بريطانية
% ,		قنوات هندية
% ,		سيرة
% ,		قنوات تركية
% ١٠٠	٢٩٤	المجموع الكلي

١٠- مدى معرفة المبحوثين للغات اجنبية :-

تشير النتائج إلى أن المجموع الكلي لإجابات المبحوثين الذين أجابوا بأنهم لا يعرفون لغات أجنبية جاءت بعدد بلغ (١٣٥) تكرارا وبنسبة (٧٨,٠٥%) وحلت بالمرتبة الأولى ، وفي المرتبة الثانية جاءت إجابات المبحوثين الذين أجابوا بأنهم يعرفون لغة أجنبية واحدة وبعدد (٣٢) وبنسبة (١٨,٤٩%) ، في حين في المرتبة الأخيرة المبحوثين الذين يعرفون أكثر من لغة أجنبية وبعدد (٦) تكرارات وبنسبة (٣,٤٦%) من المجموع الكلي لإجابات المبحوثين . ينظر () .

جدول (١٤) يبين مدى معرفة المبحوثين للغات اجنبية

النسبة المئوية	التكرار	مدى معرفة المبحوثين للغات الأجنبية
% ,		
% ,		
% ,		
% ١٠٠	١٧٣	المجموع الكلي

١١- الجوانب التي يتعلمها المبحوثون من مشاهدة القنوات الأجنبية :-

في هذا السياق بلغ المجموع الكلي لإجابات المبحوثين الذين أجابوا بان التعرف على ثقافات أخرى من أهم الجوانب التي يتعلمها المبحوثون من مشاهدتهم للقنوات الأجنبية وبعدد (١١٤) تكرارا وبنسبة (٢١,٣٤%) وجاءت بالمرتبة الأولى ، وفي المرتبة الثانية جاءت زيادة معارفهم في بعض الموضوعات كأحد الجوانب التي يتعلمها المبحوثون من مشاهدتهم للقنوات الأجنبية وبعدد بلغ (٩٧) تكرارا وبنسبة (١٨,١٦%) ، يليها الحرية بشكل عام كأحد الجوانب المتعلمة من مشاهدة القنوات الأجنبية وبعدد (٨٤) تكرارا وبنسبة (١٥,٧٣%) وحلت بالمرتبة الثالثة ، أما في المرتبة الرابعة فقد جاء حرية التفكير كأحد الجوانب التي يتعلمها المبحوثون من القنوات الأجنبية وبعدد بلغ (٨١) تكرارا وبنسبة (١٥,١٦%) ، وحلت في المرتبة الخامسة القدرة على فهم الواقع لجوانب متعلمة من القنوات الأجنبية وبعدد (٧٢) () () .

() () ، وفي المرتبة السابعة جاء جانب التمسك بالعادات والتقاليد كأحد الجوانب المتعلمة من مشاهدة القنوات الأجنبية وبعدد بلغ (٢٢) تكرارا وبنسبة (٤,١٥%) ، أما في المرتبة الأخيرة فقد جاء اكتساب لغات جديدة كجانب متعلم

من مشاهدة القنوات الأجنبية وبعدهد () تكرارا وبنسبة () ، %) من المجموع الكلي لإجابات المبحوثين ، ينظر () .
ويظهر هنا تفوق جانب التعرف على ثقافات أخرى والانفتاح على العالم الخارجي كأحد أهم الجوانب التي يتعلمها أفراد العينة من مشاهدتهم للقنوات الأجنبية على بقية الجوانب الأخرى وهو ما يشير إلى أن هذا الجانب هو من أهم الإشباعات مشاهدة القنوات الأجنبية .

جدول (١٥) يبين الجوانب التي يتعلمها المبحوثون من مشاهدة القنوات الأجنبية

النسبة المئوية	التكرار	الجوانب التي يتعلمها المبحوثون
% ,		زيادة المعرفة في بعض الموضوعات
% ,		الحرية بشكل عام
% ,		حرية التفكير
% ,		القدرة على فهم الواقع
% ,		التمسك بالعادات والتقاليد
% ,		اكتساب لغات جديدة
% ١٠٠	٥٣٤	المجموع الكلي

١٢- الفترات المناسبة لمشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية للمبحوثين :-

أظهرت النتائج أن المجموع الكلي لإجابات المبحوثين الذين أجابوا بان فترة السهرة هي من انسب الفترات لمشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية وبعدهد بلغ (٨٤) تكرارا وبنسبة (%٤٨,٥٥) وجاءت بالمرتبة الأولى ، وفي المرتبة الثانية أجاب المبحوثون الذين يجدون بان فترة المساء هي الفترة المناسبة لمشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية وبعدهد (٥٢) تكرارا وبنسبة (%٣٠,٠٥) ، في حين جاءت في المرتبة الثالثة فترة الظهيرة والتي يجدها المبحوثون بأنها من انسب الفترات لمشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية وبعدهد (٢٦) تكرارا وبنسبة (%١٥,٠٥) ، أما في المرتبة الأخيرة فجاءت فترة الصباح بأنها من انسب الفترات لمشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية للمبحوثين وبع () () ، %) من المجموع الكلي لإجابات المبحوثين ، ينظر الجدول () .

جدول (١٦) يبين الفترات المناسبة لمشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية للمبحوثين

النسبة المئوية	التكرار	الفترات المناسبة للمشاهدة
% ,		فترة الظهيرة
% ,		فترة السهرة
% ١٠٠	١٧٣	المجموع الكلي

١٣- أسباب مشاهدة المبحوثين لبرامج القنوات الفضائية الأجنبية :-

في إطار هذا التساؤل بلغ المجموع الكلي لإجابات المبحوثين الذين أجابوا بان سبب مشاهدتهم لبرامج القنوات الفضائية الأجنبية هو لمشاهدة الأفلام وبعدهد (٩٣) تكرارا وبنسبة (%١٧,٨٨) وجاءت في المرتبة الأولى ، وفي المرتبة الثانية جاء جاذبية البرامج وإيقاعها السريع هو السبب لمشاهدة المبحوثين لبرامج القنوات الفضائية الأجنبية وبعدهد بلغ (٨١) تكرارا وبنسبة (%١٥,٥٧) ، وحلت في المرتبة الثالثة إجابات المبحوثين الذين أجابوا بان سبب مشاهدتهم لبرامج القنوات الفضائية الأجنبية هو لمشاهدة مواد لا تعرضها الفضائيات العربية وبعدهد (٦٥) تكرارا وبنسبة (%١٢,٨) ، أما في المرتبة الرابعة فجاءت إجابات المبحوثين الذين أجابوا بان سبب مشاهدتهم لبرامج القنوات الفضائية الأجنبية هو لمشاهدة مواد لا تعرضها القنوات الفضائية المحلية العراقية وبعدهد () () ، %) ، تليها في المرتبة الخامسة إجابات المبحوثين الذين أجابوا بان سبب مشاهدتهم لبرامج القنوات الأجنبية هو لمشاهدة مباريات كرة القدم الأوروبية وبعدهد بلغ (٥٤) تكرارا وبنسبة (%١٠,٣٨) ، في حين جاءت في المرتبة السادسة إجابات المبحوثين الذين أجابوا بان مشاهدتهم لبرامج القنوات الأجنبية هو للترفيه عن النفس وبعدهد () () ، %) الأسباب الأخرى التي تدفع المبحوثين لمشاهدة برامج القنوات الأجنبية هو ما تمتاز به القنوات من حرية في منافسة الموضوعات وجاءت بالمرتبة السابعة وبعدهد بلغ (٤٤) تكرارا وبنسبة (%٨,٤٦) ، وفي المرتبة الثامنة جاءت إجابات المبحوثين الذين أجابوا بان سبب مشاهدتهم لبرامج القنوات الأجنبية هو إتقان اللغات الأجنبية وبعدهد (٣٩) تكرارا وبنسبة

() ، (%) ، أما في المرتبة الأخيرة فجاءت إجابات المبحوثين بان سبب مشاهدتهم لبرامج القنوات الأجنبية هو لقضاء () ، (%) في المجموع الكلي لإجابات المبحوثين ، ينظر الجدول () .

جدول (١٧) يبين أسباب مشاهدة المبحوثين لبرامج القنوات الفضائية الأجنبية

النسبة المئوية	التكرار	أسباب مشاهدة
% ,		مشاهدة الأفلام
% ,		جاذبية البرامج وإيقاعها السريع
% ,		مشاهدة مواد لا تعرضها الفضائيات العربية
% ,		مشاهدة مواد لا تعرضها القنوات الفضائية المحلية العراقية
% ,		مشاهدة مباريات كرة القدم الأوربية
% ,		ترفيه عن ا
% ,		حرية القنوات في مناقشة الموضوعات
% ,		إتقان اللغات الأجنبية
% ١٠٠	٥٢٠	المجموع الكلي

١٤- البرامج التي يفضل المبحوثون مشاهدتها في القنوات الفضائية الأجنبية :-

في هذا السياق بلغ المجموع الكلي لإجابات المبحوثين الذين أجابوا بان الأفلام الأجنبية هي البرامج المفضلة مشاهدتها في القنوات الأجنبية وبعده (١٠٧) تكرارا وبنسبة (٢٣,٨٨ %) وجاءت بالمرتبة الأولى ، وفي المرتبة الثانية جاءت الأغاني كأحد البرامج المفضلة مشاهدتها لدى أفراد العينة في القنوات الأجنبية وبعده (٨٩) تكرارا وبنسبة (١٩,٨٦ %) ، في حين جاءت في المرتبة الثالثة المباريات والبرامج الرياضية كأحد أهم البرامج المفضلة لدى المبحوثين في القنوات الفضائية الأجنبية وبعده (٥٨) تكرارا وبنسبة (١٢,٩٤ %) ، يليها من حيث التفضيل المسلسلات كأحد أهم البرامج المفضلة للمشاهدة في القنوات الأجنبية وبعده بلغ (٥٢) تكرارا وبنسبة (١١,٦٠ %) وجاءت بالمرتبة الرابعة ، أما في المرتبة الخامسة فكانت المنوعات كأحد أهم البرامج المفضلة للمشاهدة في القنوات الأجنبية وبعده (٤٩) تكرارا وبنسبة (١٠,٩٣ %) ، وفي المرتبة السادسة جاءت البرامج الثقافية كأحد أهم البرامج المفضلة للمشاهدة من قبل أفراد العينة في القنوات الأجنبية وبعده (٣٧) تكرارا وبنسبة (٨,٢٥ %) ، تليها نشرات الأخبار كبرامج مفضلة للمشاهدة في القنوات الأجنبية وبعده بلغ (٢٩) تكرارا وبنسبة (٦,٤٧ %) وكانت بالمرتبة السابعة ، جاءت بعدها عروض الأزياء كبرامج مفضلة للمشاهدة من قبل المبحوثين في القنوات الفضائية الأجنبية وبعده (١٨) تكرارا وبنسبة (٤,٠٧ %) وجاءت بالمرتبة الثامنة ، وفي المرتبة الأخيرة جاءت الإعلانات كبرامج مفضلة للمشاهدة في القنوات الأجنبية وبعده بلغ () (%) من المجموع الكلي لإجابات العينة المبحوثة . ينظر الجدول () .

وتظهر النتائج تفوق الأفلام الأجنبية والأغاني كبرامج مفضلة للمشاهدة من المبحوثين وتفضيلها على بقية البرامج الأخرى المشاهدة ويرجع هذا إلى جاذبية هذه المواد كما انه ليس من الضروري لسماع الأغاني ومشاهدة الأفلام والمسلسلات معرفة اللغة ولكن يمكن مشاهدتها والاكتفاء بسماع الموسيقى .

جدول (١٨) يبين البرامج التي يفضل المبحوثون مشاهدتها في القنوات الفضائية الأجنبية

النسبة المئوية	التكرار	البرامج التي يفضلها المبحوثون
% ,		لأفلام الأجنبية
% ,		
% ,		المباريات الرياضية
% ,		
% ,		البرامج الثقافية
% ,		عروض الأزياء
%		
% ١٠٠	٤٤٨	المجموع الكلي

١٥- مدى الاختلاف بين برامج القنوات الأجنبية وبرامج القنوات المحلية العراقية :-

بلغ المجموع الكلي لإجابات الباحثين الذين أجابوا بأنهم يفضلون التعرض للبرامج والمواد التي تعرضها القنوات الفضائية الأجنبية لأنها أكثر إثارة وتشويق من البرامج المحلية التي تعرضها القنوات الفضائية المحلية وبعدها (٩٨) تكرارا وبنسبة (٣٩,٥١ %) وجاءت بالمرتبة الأولى ، وفي المرتبة الثانية أجاب الباحثون بأنهم يفضلون التعرض للبرامج التي تعرضها القنوات الأجنبية لأنها أكثر تحملا في طرح الموضوعات من البرامج المحلية التي تعرضها القنوات الفضائية المحلية وبعدها (٨٣) تكرارا وبنسبة (٣٣,٤٦ %) ، في حين جاء في المرتبة الأخيرة إجابات الباحثين الذين أجابوا بأنهم يفضلون التعرض للبرامج التي تعرضها القنوات الأجنبية لأنها أفضل من الناحية الفنية من البرامج التي تعرضها القنوات المحلية العراقية وبعدها بلغ () () ، () . ينظر الجدول () .

وتوضح تلك البيانات عدم قدرة القنوات المحلية العراقية في تلبية دوافع واحتياجات الباحثين من مشاهدة برامج متميزة وجادة ومتطورة من الناحية الفنية وأكثر إثارة وتشويق .

جدول (١٩) يبين مدى الاختلاف بين برامج القنوات الأجنبية وبرامج القنوات المحلية

النسبة المئوية	التكرار	مدى الاختلاف بين برامج القنوات الأجنبية وبرامج القنوات المحلية
% ,		البرامج الأجنبية أكثر إثارة وتشويق
% ,		البرامج الأجنبية أكثر تحملا
% ,		البرامج الأجنبية أفضل من الناحية الفنية
% ١٠٠	٢٤٨	المجموع الكلي

١٦- اثر مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية على متابعة الباحثين لبرامج القنوات الفضائية المحلية العراقية :-

تشير نتائج البحث إلى أن المجموع الكلي لإجابات الباحثين الذين أجابوا بان مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية جعلتني أقل حرصا على مشاهدة القنوات المحلية العراقية وبعدها (٧٢) تكرارا وبنسبة (٣٢,٧٢ %) وجاءت بالمرتبة الأولى ، وفي المرتبة الثانية أجاب الباحثون بان مشاهدتهم للقنوات الفضائية الأجنبية جعلتهم أكثر انتقادا لبرامج القنوات الفضائية المحلية وبعدها بلغ (٦١) تكرارا وبنسبة (٢٧,٧٤ %) ، أما في المرتبة الثالثة فأجاب الباحثون بان مشاهدتهم للقنوات الأجنبية جعلتهم أقل رضاء نحو برامج القنوات المحلية وبعدها () () ، ينظر الجدول () .

والأخيرة أجاب الباحثون بان مشاهدتهم للقنوات الفضائية الأجنبية جعلتهم لا يشاهدون برامج القنوات الفضائية المحلية على وهذا ما يوضح مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية على متابعة برامج القنوات الفضائية المحلية لدى الباحثين ، مما يؤدي إلى عزوف أفراد الجمهور العراقي عن وسائل إعلامهم المحلية وبالتالي ضعف واهتزاز هويتهم الثقافية .

جدول (٢٠) يبين اثر مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية على متابعة الباحثين لبرامج القنوات الفضائية المحلية العراقية

النسبة المئوية	التكرار	اثر مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية على متابعة الباحثين لبرامج القنوات الفضائية المحلية العراقية
% ,		جعلتني أقل حرصا على مشاهدة القنوات المحلية
% ,		جعلتني أكثر انتقادا لبرامج القنوات المحلية
% ,		أقل رضاء نحو برامج القنوات المحلية
%		جعلتني لا أشاهد برامج القنوات الفضائية المحلية إطلاقا
% ١٠٠	٢٢٠	المجموع الكلي

رابعا : أنماط التعرض للقنوات الفضائية الأجنبية :-

ويقصد بأنماط التعرض : مدى تعرض الباحثين للمواد التي تعرضها القنوات الفضائية الأجنبية من خلال مستوى المشاهدة النشطة و مستوى أدراك الواقعية :-

١- مستوى المشاهدة النشطة :-

ويقصد بمستوى المشاهدة النشطة الانتباه إلى صفات الشخصيات ومظهرها وقيمها والاهتمام بما يحدث لها والتحدث مع الآخرين حول محتوى ما يقدم ، وهذه الأبعاد تم قياسها بعرض هذا المقياس على عتبة الدراسة .

وتوضح النتائج إلى أن المجموع الكلي لإجابات الباحثين الذين أجابوا بأنهم يشاهدون برامج القنوات الفضائية الأجنبية بمستوى متوسط من المشاهدة النشطة وبعدها بلغ (٩٥) تكرارا وبنسبة (٥٤,٩١ %) وجاءت بالمرتبة الأولى ، وفي المرتبة الثانية أجاب الباحثون بأنهم يشاهدون برامج القنوات الفضائية الأجنبية بصورة منخفضة أو بصورة غير

نشطة وبعدهد () تكرارا وبنسبة (٢٤,٢٧%) ، أما في المرتبة الأخيرة فأجاب المبحوثون بأنهم يشاهدون برامج القنوات الفضائية الأجنبية بمستوى مرتفع من المشاهدة النشطة وبعدهد (٣٦) تكرارا وبنسبة (٢٠,٨٢%) من المجموع الكلي لإجابات العينة المبحوثة ، ينظر الجدول () .

جدول (٢١) يبين مستوى المشاهدة النشطة للمواد التي تعرضها القنوات الأجنبية

النسبة المئوية	التكرار	مستوى المشاهدة النشطة
% ,		
% ,		
% ,		
% ١٠٠	١٧٣	المجموع الكلي

٢- مستوى أدراك الواقعية في البرامج والمواد التي تعرضها القنوات الأجنبية :-

ويقصد بمستوى أدراك الواقعية مدى اعتقاد المشاهدين بأن مضمون البرامج والإعمال الدرامية الأجنبية هي انعكاس للواقع ، وأنها تزيد من خبراتهم وتعلمهم أشياء قد لا يتعلمونها في الحياة ، كما أنها قد تعكس مشكلاتهم ، وهذه الأبعاد تم قياسها خلال عرض هذا القياس على المبحوثين من عينة الدراسة . وفي هذا الإطار بلغ المجموع الكلي لإجابات المبحوثين الذين أجابوا بأن لديهم مستوى متوسط من الإدراك للواقعية في البرامج التي تعرضها القنوات الأجنبية وبعدهد (١٠٤) تكرارا وبنسبة (٦٠,١٣%) وجاء بالمرتبة الأولى ، وفي المرتبة الثانية جاءت إجابات المبحوثين الذين لديهم مستوى منخفض من أدراك الواقعية للبرامج التي تعرضها القنوات الأجنبية وبعدهد (٤١) تكرارا وبنسبة (٢٣,٦٩%) ، وفي المرتبة الأخيرة حلت إجابات المبحوثين الذين لديهم مستوى مرتفع من أدراك الواقعية في البرامج والمواد التي تعرضها القنوات الأجنبية وبعدهد بل () () من المجموع الكلي لإجابات المبحوثين ، ينظر الجدول () .

جدول (٢٢) يبين مستوى أدراك الواقعية في البرامج والمواد التي تعرضها القنوات الأجنبية

النسبة المئوية	التكرار	مستوى أدراك الواقعية
% ,		
% ,		
% ,		
% ١٠٠	١٧٣	المجموع الكلي

خامسا : مستوى الهوية الثقافية للمبحوثين :-

ويقصد بمستوى الهوية الثقافية مدى تمسك الجمهور العراقي بالعادات والتقاليد والمعتقدات واللغة والتراث والقيم المتوارثة والقيم المستحدثة ، وقد تم تكوين مقياس لمستوى الهوية الثقافية للجمهور العراقي . وفي هذا السياق بلغ المجموع الكلي لإجابات المبحوثين الذين أجابوا بأن لديهم مستوى مرتفع وقوي من الهوية الثقافية وبعدهد (٩٢) تكرارا وبنسبة (٥٣,١٧%) وجاءت بالمرتبة الأولى ، وفي المرتبة الثانية جاء إجابات المبحوثين بأن لهم مستوى ضعيف من الهوية الثقافية وبعدهد (٤٧) تكرارا وبنسبة (٢٧,١٨%) ، أما في المرتبة الأخيرة فجاءت إجابات المبحوثين بأن لديهم مستوى متوسط من الهوية الثقافية وبعدهد (٣٤) تكرارا وبنسبة (١٩,٦٥%) من المجموع الكلي لأفراد العينة المبحوثة ، ينظر الجدول () .

وتشير النتائج إلى أن نسبة كبيرة من المبحوثين من أفراد الجمهور العراقي لديهم مستوى قوي ومرتفع من الهوية الثقافية وهو ما يوضح مدى تمسك الجمهور العراقي بعاداته وتقاليد وقيمه رغم تعرضهم المكثف لبرامج القنوات الفضائية الأجنبية .

جدول (٢٣) يبين مستوى الهوية الثقافية للمبحوثين

النسبة المئوية	التكرار	مستوى الهوية الثقافية
% ,		
% ,		
% ,		
% ١٠٠	١٧٣	المجموع الكلي

الاستنتاجات :-

أولاً : النتائج الخاصة بتعرض الجمهور العراقي للقنوات الفضائية الأجنبية :-

- ارتفاع نسبة أفراد العينة المبحوثة الذين يشاهدون القنوات الفضائية الأجنبية ، إذ أن % من عينة الدراسة يتعرضون للقنوات الأجنبية بصفة غير منتظمة ، وان % يتعرضون بصفة منتظمة .
- ارتفاع نسبة عدد المبحوثين الذين يشاهدون القنوات الفضائية الأجنبية لمدة ثلاثة أيام في الأسبوع ونسبة (، %) .
- ارتفاع نسبة عدد المبحوثين الذين يشاهدون القنوات الفضائية الأجنبية لمدة من ساعة إلى ثلاثة ساعات يوميا ونسبة (، %) .
- ارتفاع نسبة عدد المبحوثين الذين يكون حجم تعرضهم لبرامج القنوات الفضائية الأجنبية منخفض وجاء بنسبة (، %) .
- وفيما يتعلق بأفضل القنوات الفضائية الأجنبية جاءت قناة DW الثانية أكثر القنوات الأجنبية تفضلا وذلك بنسبة (، %) ، يليها قناة 1 Italia في المرتبة الثانية بنسبة (، %) ، ثم قناة TV5 الفرنسية بنسبة (، %) ، يليها قناة CFI الفرنسية بنسبة (، %) Italian4 (، %) Italian 5 (، %) B4U الهندية يليها قناة TRT التركية
- BBC world في مقدمة القنوات الأجنبية التي يفضل المبحوثون مشاهدة الأخبار من خلالها ونسبة (، %) ، يليها قناة CNN الأمريكية بنسبة (، %) ، ثم قناة Euro News بنسبة (، %) ، يليها قناة FOX News All News .
- VOX الألمانية في مقدمة القنوات الأجنبية التي يفضل المبحوثون مشاهدتها وجاءت (، %) ، يليها قناة Action الفرنسية بنسبة (، %) ، ثم قناة RTL الفرنسية بنسبة (، %) Super movies الفرنسية بنسبة (، %)
- cine BOX الفرنسية بنسبة (، %) ، تليها قناة Teva الفرنسية بنسبة (، %) France 5 ، تليها قناة kabel الألمانية .
- وفيما يتعلق بالأغاني والمنوعات جاء قناة Mnsic Now القنوات الأجنبية التي يفضل المبحوثون سماع ومشاهدة الأغاني والموسيقى والمنوعات من خلالها ونسبة (، %) ، يليها قناة viva الفرنسية ثم قناة Italian music MTV الأمريكية وقناة Magic الايطالية يليها قناة B4U music الهندية ثم قناة Sun TV الهندية VHI الألمانية .
- وبخصوص جنسية القنوات الفضائية الأجنبية المفضلة ، تصدرت القنوات الفرنسية جميع القنوات الأجنبية الأولى بنسبة (، %) ، يليها القنوات الأمريكية ، ثم القنوات الإيطالية ، يليها القنوات الألمانية ، ثم القنوات البريطانية ، فالقنوات الهندية ، ثم القنوات الروسية .
- وعن مدى معرفة المبحوثين للغات الأجنبية أوضحت الدراسة أن معظم أفراد العينة المبحوثة لا يعرفون لغات أجنبية ، وفيما يتعلق بالجوانب التي يتعلمها المبحوثون من مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية جاء التعرف على ثقافات أخرى في المرتبة الأولى بنسبة (، %) من عينة الدراسة ، يليها زيادة معارفهم في بعض الموضوعات بنسبة (، %) ، يليها الحرية بشكل عام بنسبة (، %) ، ثم حرية التفكير ، يليها القدرة على فهم الواقع ثم الاستقلال الذاتي عن الأسرة ، ثم التمسك بالعادات والتقاليد ، يليها اكتساب لغات جديدة في مؤخره الجوانب التي يتعلمها المبحوثون من مشاهدة القنوات الأجنبية .
- ومن الفترات المناسبة لتعرض المبحوثون للقنوات الأجنبية جاءت فترة السهرة من أكثر فترات المشاهدة ونسبة (، %) ، يليها فترة المساء ، ثم فترة الظهر ، ثم فترة الصباح كأقل فترة مشاهدة .
- أشارت نتائج الدراسة أن مشاهدة الأفلام جاءت في مقدمة أسباب مشاهدة المبحوثين للقنوات الأجنبية بنسبة (، %) ، يليها جاذبية البرامج وإيقاعها السريع ، ثم مشاهدة مواد لا تعرضها الفضائيات العربية ، يليها مشاهدة مواد وبرامج لا تعرضها القنوات الفضائية المحلية ، ثم لمشاهدة مباريات كرة القدم الأوروبية ، يليها الترفيه عن النفس ، ثم لما تمتاز به القنوات الأجنبية من حرية في مناقشة الموضوعات ، يليها إتقان اللغات الأجنبية ، ثم لقضاء وقت الفراغ .
- وفيما يتعلق بالبرامج والمواد المفضلة لدى المبحوثين في القنوات الأجنبية جاءت الأفلام والأغاني في مقدمة البرامج التي يفضلون التعرض لها بنسبة (، %) ، % ، ثلثانية ، ثم المباريات والبرامج الرياضية ، يليها المسلسلات ثم المنوعات ثم البرامج الثقافية ، فنشرت الأخبار ، يليها عروض الأزياء ثم الإعلانات .
- وعن الاختلاف بين برامج القنوات الأجنبية وبرامج القنوات المحلية العراقية جاءت البرامج الأجنبية أكثر إثارة وتشويق بنسبة (، %) ، وان البرامج الأجنبية أكثر تحررا في طرح الموضوعات بنسبة (، %) ، وأنها أفضل من الناحية الفنية بنسبة (، %) .
- وعن اثر التعرض للقنوات الأجنبية على متابعة المبحوثين لبرامج القنوات المحلية العراقية أن (، %) حرصا على مشاهدتها ، وان (، %) أصبحوا أكثر انتقادا لبرامجها ، وان (، %) أصبحوا اقل رضاء نحو برامج القنوات العراقية بينما (، %) أصبحوا لا يشاهدون القنوات المحلية العراقية على الإطلاق .

ثانيا : النتائج الخاصة بأنماط التعرض للقنوات الفضائية الأجنبية :-

١- مستوى المشاهدة النشطة :-

، % من الجمهور العراقي يشاهدون برامج القنوات الأجنبية بمستوى متوسط من المشاهدة النشطة ، وان % يتعرضون بصورة غير نشطة أو منخفضة ، في حين أن % فهم يشاهدونها بمستوى مرتفع من المشاهدة النشطة .

٢- مستوى إدراك الواقعية في البرامج والمواد التي تعرضها القنوات الأجنبية .

، % من المبحوثين لديهم مستوى متوسط من أدراك الواقعية للبرامج والمواد التي تعرضها القنوات الأجنبية ، وان % لديهم مستوى منخفض من أدراك الواقعية للبرامج في القنوات الأجنبية ، في حين أن % كان لهم مستوى مرتفع من أدراك واقعية البرامج والمواد التي تعرضها القنوات الأجنبية .

ثالثا : النتائج الخاصة بمستوى الهوية الثقافية لدى الجمهور العراقي :-

أظهرت نتائج الدراسة أن أكثر من نصف العينة ٥٣,١٧% لديهم مستوى مرتفع أو قوي من الهوية الثقافية ، وان % من عينة الدراسة لديهم مستوى منخفض من الهوية الثقافية ، وان ١٩,٦٥% من العينة لديهم مستوى متوسط من الهوية الثقافية .

التوصيات :-

- أعطاء المزيد من الحرية والجرأة في تناول الموضوعات في القنوات المحلية العراقية والقنوات العربية حتى تكون أداة جذب للمشاهد بما لا يجعله يلتفت إلى غيرها من القنوات الأجنبية .
- تعزيز الثقة والمصادقية بين الإنسان العربي ووسائل الإعلام العربية من خلال حرية التعبير وفورية نقل الأحداث
- النهوض بمستوى الإعلام العربي من خلال أيجاد أحدث التقنيات وتطويرها والاستفادة منها مع وجود كوادر إعلامية مدربة وذات مستوى ثقافي وفكري متميز وتكون قادرة على التعامل مع التقنيات الحديثة في ظل التحديات التي تواجه الأمة العربية .
- مساهمة الإعلام العربي بالتعاون مع المؤسسات الثقافية والاجتماعية لتعميق انتماء الإنسان العربي لجذوره الأصلية المتمثلة في قيمه الروحية وحضارته العريقة وتاريخه مما يؤدي إلى صقل الشخصية العربية في أطار متوازن من
- التأكيد على ثوابت الأمة العربية كوحدها ومصيرها المشترك ونبذ الخلافات والصراعات والتأكيد على أهمية التلاحم بين الدول العربية .
- أعداد برامج تتميز بالجاذبية والتشويق وتكون أكثر حرية في تناول ومناقشة الموضوعات مع التأكيد على القيم الإيجابية وتدعيم الهوية الثقافية .

المصادر :-

- صالح خليل أبو أصبع ، قضايا إعلامية ، عمان ، مجدلاوي للنشر والتوزيع ، ط
- محمد عبد الحميد ، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام ، القاهرة ، عالم الكتب ،
- محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، القاهرة ، عالم الكتب ،
- حنان احمد سليم ، التعرض للقنوات الفضائية الأجنبية وعلاقته بالهوية الثقافية ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، العدد
- فواز منصور الحكيم ، سوسيولوجيا الاعلام الجماهيري ، عمان ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، ط

وهؤلاء المحكمين هم كل من :-

- طالب عبد الحميد ، أ عمار طاهر ،
- عبد المجيد شكري ، دور الإعلام في مواجهة العلمانية المعادية ، ط ، القاهرة ، دار الصحوة للنشر ،
- 7- Rubin , Abelman ” Religions televisions uses and grahfication Journal of broad casting and electronic media , 31 , 1987 , pp , 293 , 295
- صالح خليل أبو أصبع ، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة ، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع ، ط
- 9- Rouner , D : Active television Viewing and cultivation hypothesis (Journd Quarterly , vol 15 , 1984 , pp168 – 172 .

-حنان احمد سليم ، المصدر السابق ، ص