

دور القنوات الفضائية العراقية في نشر ثقافة التفاهة في المجتمع

The role of Iraqi satellite channels in spreading the culture of insignificance in society

م.د. وليد رشيد مريمش

dr. lecturer Waleed Rasheed Mremash

قسم الإعلام / كلية الفارابي الجامعة

waleedalobaidy@gmail.com

المخلص :

تُعد ظاهرة قيام القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية بنشر مضامين ومواد تعتمد على ثقافة التفاهة واحدة من أخطر التحديات التي تواجه المجتمع العراقي في الوقت الحاضر ، فمنذ بدايات العام ٢٠٠٣ شهد العراق تنافس كبار السماسرة وأصحاب رؤوس الاموال ومعظم الأحزاب على افتتاح الكثير من القنوات الفضائية ، وتعرض الجمهور لفيض جارف من المواد الإعلامية التي تعرض أنماط فكرية وقيمة يقوم مضمونها على ثقافة التفاهة المتمثلة بالسخرية والإستهزاء وخدش الحياء وإستخدام الألفاظ غير اللائقة والمناقشات السطحية وغيرها ، ولا شك في أن البحث في مفهوم تفاهة المحتوى الإعلامي يتطلب دراسته من جوانبه المختلفة ، غير أن بحثنا هذا سيقصر على معرفة الدور الذي تقوم به القنوات الفضائية العراقية في نشر ثقافة التفاهة في المجتمع ، فضلاً عن معرفة التأثيرات المترتبة على قيام تلك القنوات بتناول هكذا موضوعات .

وسعى هذا البحث أيضاً الى دراسة العلاقة بين القنوات الفضائية وثقافة تفاهة المضمون مستنداً على الأدبيات الإعلامية ذات الصلة كالمراجع العلمية ونتائج البحوث والدراسات السابقة متبعاً المنهج المسحي لدراسة الجمهور بالإعتماد على الإستبانة كأداة للبحث ، شملت عينة من سكان مدينة بغداد ممن يشاهدون القنوات الفضائية العراقية بلغ حجمها (٢٠٠) مفردة ، وقد تبين من النتائج التي توصل اليها البحث :

- انققت النسبة الأكبر من أفراد عينة البحث على أن ما تقدمه القنوات العراقية من مضامين تحمل طابع التفاهة يُعد ظاهرة ملفته للنظر .

- كما اتفق عدد كبير من أفراد العينة على أن ما تقوم به القنوات العراقية يُعد منافياً لدورها الحقيقي في توعية وتثقيف المجتمع .

- قبول فرضية البحث القائلة : أن القنوات الفضائية العراقية أسهمت في نشر ثقافة التفاهة في المجتمع .

- قبول الفرضية الثانية القائلة : وجود علاقة ارتباطية بين نوع البرامج التي تقدمها القنوات الفضائية ونسبة تأثر الجمهور بها .

الكلمات الافتتاحية : الدور ، القنوات الفضائية العراقية ، ثقافة التفاهة .

Summary

The phenomenon of Iraqi satellite TV channels publishing content and materials based on a culture of insignificance is one of the most serious challenges facing Iraqi society at the present time. Since the beginning of 2003, Iraq has witnessed the competition of major brokers, capital owners and most parties to open many satellite channels. The audience was exposed to a flood of media materials presenting intellectual and value patterns whose content is based on a culture of triviality represented by ridicule, ridicule, outrage of modesty, use of inappropriate words, superficial discussions, and others. There is no doubt that researching the concept of the triviality of media content requires studying it from its various aspects. However, our research will be limited to knowing the role played by the Iraqi satellite channels in spreading the culture of insignificance in society, as well as knowing the motives for these channels to deal with such topics. This research also sought to study the relationship between satellite channels and the culture of content trivialization based on relevant media literature such as scientific references and results of previous research and studies, following the survey approach to study the audience, relying on a questionnaire as a research tool, which included a sample of residents of the city of Baghdad who watch Iraqi satellite channels. 200 single, It was found from the results of the research:

- The largest proportion of the research sample agreed that the content presented by the Iraqi channels bears the nature of triviality is a striking phenomenon.
- A large number of sample members also agreed that what the Iraqi channels are doing is contrary to their real role in raising awareness and educating the community.
- Acceptance of the research hypothesis that says that the Iraqi satellite channels have contributed to spreading the culture of insignificance in society.
- Acceptance of the second hypothesis that says: There is a correlation between the type of programs offered by satellite channels and the percentage of audience affected by them.

الفصل الأول : الإطار المنهجي للبحث

أولاً : أهمية البحث : تتمثل أهمية البحث في تنامي ظاهرة تفاهة المضمون أو ثقافة التفاهة ، حيث أصبحت مواضيع البرامج الهابطة التي تحمل المضامين التفاهة من اكثر المواضيع تداولاً وانتشاراً في القنوات الفضائية العراقية ، وقد تسرب محتواها الى وسائل التواصل الاجتماعي واعتبارها من المسلمات في الحياة وشيوعها داخل المجتمع ، وفي حقيقة الأمر إن ما تقوم به القنوات الفضائية يُعد منافياً لدورها الحقيقي المتمثل في تثقيف وتوعية المجتمع ، بل هو تكريس للواقع من خلال إضفاء المصداقية على مختلف المظاهر التي يعاني منها المجتمع ، وما يبرر هذه السياسة هو امتلاك القنوات الفضائية العراقية واحتكارها من قبل الجهات المتنفذة والمسيطرة على زمام الأمور في البلاد لجعل المتلقي يتأثر بها وتشغل إهتمامه وتفكيره وبذلك يظل يدور في دائرة مفرغة من الوهم لإبقاء شريحة واسعة من المجتمع على ما هم عليه .

ويؤكد الخبراء إن زيادة الأخبار المثيرة والتفاهة التي تحاكي واقع البيئة الشعبية المتدنية هي من الضرورات التي تتطلبها طبيعة المنافسة وتسويق البضاعة التلفزيونية من أجل صناعة مدمنين من الجمهور يحبون متابعة المواضيع التفاهة ويستمتعون بمشاهدتها ، وبذلك تم إستغلال القنوات الفضائية من قبل الفئات المتحكمة في البلاد في ترسيخ السلبية عبرها في الإنتاج الثقافي لإستدراج الجمهور لقضاء وقت طويل في متابعتها لتقليص النشاط الفكري الواعي لديه بفعل البرامج المنومة التي تشجع على تبليد العقل وقتل التفكير والنقد لديه ، وما يزيد من خطورة هذا الدور ما ذهب اليه دانيال بيل D.Bill في القول بأن وصول البث الفضائي المباشر الى البيوت سيؤدي الى حدوث تغييرات عميقة في الثقافة وفي القيم⁽¹⁾ ، هذا لأن القنوات الفضائية تعتبر اكثر أدوات التغيير قوة لما لها من سلطة على أفراد المجتمع بشرائحهم المختلفة لا سيما مع توجيه مشاعرهم وأحاسيسهم نحو قضايا نفسية واجتماعية متعددة⁽²⁾. وفي هذا الصدد يرى عالم الإجتماع البريطاني انطوني جيدنز : أن لوسائل الإعلام أهمية تعادل ما للمدارس والجامعات في إقامة مجتمع المعرفة .

ثانياً : مشكلة البحث : وبناءً على ما سبق فإن الدور الذي تقوم به القنوات الفضائية العراقية من خلال تناولها لمواضيع ومضامين التفاهة يساهم في تجهيل وتغييب عقل المتلقي وتحقيق غايات مرسومة لإستقطاب اكبر عدد من الجمهور لتبني هذه الثقافة والخزعات الفارغة وعدها من المسلمات في حياتهم ؟ وعلى الرغم من أن القنوات الفضائية تلعب دوراً حيوياً في المنظومة الإعلامية ، حيث تقدم مختلف ألوان الثقافة من علوم وفنون وآداب وأفلام سينمائية ومسرحيات وبرامج ذات فكر سياسي واجتماعي وبرامج ترفيهية ، وتبث معظم المقومات الاجتماعية والثقافية الى المواطنين ، ((لكن ما تبثه هذه القنوات يؤدي في رأي أنتوني جيدنز A. Giddens الى فصل المكان عن الهوية ، والقفز فوق الحدود الثقافية والاجتماعية والتقليل من مشاعر الإنتماء والخصوصية⁽³⁾ . ، وهنا نتوقف عند دور وسائل الإعلام ، وتتحدد مشكلة البحث في طرح السؤال : ما دور القنوات الفضائية العراقية في نشر ثقافة التفاهة في المجتمع ؟ ونحاول من خلال الدراسة أن نجيب على التساؤل والوقوف عند حدود المشكلة ، وقد وضعت عدة تساؤلات فرعية للبحث وهي :

أ : تساؤلات البحث :

- ١- ما هو مفهوم ثقافة التفاهة ؟
- ٢- ما مدى مساهمة القنوات الفضائية العراقية في نشر ثقافة التفاهة ؟
- ٣- ما هي مخاطر ثقافة التفاهة على العادات المجتمعية؟
- ٤- ما مدى تأثير ما يشاهد من الفضائيات العراقية على حياة الناس اليومية ؟
- ٥- ما هو تأثير ثقافة التفاهة على الوعي لدى الجمهور؟

ب : فرضيات البحث

- ١- الفرضية الأولى : أن القنوات الفضائية العراقية تسهم في نشر ثقافة التفاهة في المجتمع
- الفرضية الثانية : وجود علاقة ارتباطية بين نوع البرامج التي تقدمها القنوات الفضائية ونسبة تأثر الجمهور بها .

ثالثاً : أهداف البحث

- لا تخلو دراسة ما من أهداف يرمي الوصول إليها ، وتكمن أهداف هذه الدراسة بالتالي :
- ١- توضيح مفهوم ثقافة التفاهة .
 - ٢- توضيح مدى مساهمة القنوات الفضائية العراقية في نشر ثقافة التفاهة في المجتمع .
 - ٣- تحديد خطورة ثقافة التفاهة على القيم المجتمعية .
 - ٤- التوصل الى نتائج وتوصيات يمكن ان تسهم في التأثير على الجهة المسؤولة عن الترخيص لهذه القنوات لوضع ضوابط للبت من اجل تقديم مضامين ترتقي بالمجتمع .

رابعاً : نوع البحث ومنهجه

يندرج هذا البحث ضمن البحوث الوصفية ، وهو يتناول الظاهرة الإعلامية في إطارها العام وفي سياق الوصف العلمي المنهجي المستند الى معطيات الواقع بصوره وعناصره المتعددة ، وقد استخدم البحث منهج المسح الميداني في إطار مسح جمهور القنوات الفضائية العراقية ، كما استخدم البحث صحيفة الاستبيان بوصفها أداة بحثية اساسية لدراسة الجمهور ميدانياً واستطلاع آرائه بشأن موضوع البحث .

خامساً : حدود البحث

- ١- **المجال الزمني** : يتحدد المجال الزمني للبحث بالمدة من ١/٤/٢٠٢٢ الى ٣١/٦/٢٠٢٢ ، وهي المدة التي تستغرق في تنفيذ اجراءات البحث المتمثلة بتوزيع استمارة الاستبانة على الجمهور المتمثل بعينة البحث ثم إعادة جمعها وفرزها وتحليل بياناتها ومعالجتها احصائياً وتفسير نتائجها .
- ٢- **المجال المكاني** : المجال المكاني للبحث يتمثل جمهور مدينة بغداد موزعين على مختلف مناطقها .
- ٣- **المجال البشري** : يتمثل المجال البشري للبحث في جمهور مدينة بغداد من الذكور والاناث ، وتشمل مختلف الشرائح بالمجتمع .

سادساً : عينة البحث : تمثل مجتمع البحث بجمهور مدينة بغداد وحددت عينة من هذا المجتمع بمقدار " ٢٠٠ " مجوئاً توزعوا على مختلف مناطق العاصمة معتمدين على اسلوب العينة العشوائية البسيطة.

سابعاً : أدوات البحث : أستخدم في البحث عدة أدوات هي :

١- استمارة الاستبانة : تم استخدام صحيفة الاستبيان للتعرف على الدور الذي تقوم به القنوات الفضائية العراقية في نشر ثقافة التفاهة في المجتمع ، ولتوفير صدق البيانات تم عرض الاستمارة على مجموعة من الأساتذة المحكمين(*) الذين أشاروا إلى أن الاستمارة تقيس بالفعل ما يفترض قياسه ، وقام الباحث بإجراء بعض التعديلات التي أشاروا إليها السادة المحكمين حتى أصبحت الإستمارة صالحة للتطبيق.

٢- المقابلة : تعد المقابلة احدى ادوات البحث العلمي التي تستخدم للحصول على المعلومات لاستكمال معلومات البحث .

٣- الأدوات الاحصائية : هي الادوات المستخدمة في ادخال واستخراج بيانات الاستبيان في برنامج SPSS واستخراج النتائج الاحصائية في جداول تضمنت التكرارات والنسب المئوية وقد تم إجراء اختبار أولي على صحيفة الاستقصاء طبق على عينة قوامها ٢٠ مجوئاً أي ١٠% من المبحثن ، ولم يتم إجراء أي تعديل على أسئلة الاستمارة نظراً لوضوح الأسئلة التي تضمنتها الاستمارة.

ثامناً : تحديد مفاهيم البحث إجرائياً

- دور : هو الوظيفة أو النمط الذي تؤديه القنوات الفضائية العراقية من أجل نشر ثقافة التفاهة في المجتمع.
- القنوات الفضائية : هي جميع القنوات الفضائية في العراق ، وتبث من داخله أو خارجه ، والموجهة الى الجمهور العراقي من خلال برامجها ونشراتها الإخبارية ، والتي تأسست أغلبها بعد عام ٢٠٠٣ على شكل

(*) أسماء السادة المحكمين:

أ. د عبد النبي خزعل ، رئيس قسم الاعلام بكلية الفارابي الجامعة .

أ. د وسام فاضل راضي ، كلية الاعلام ، جامعة بغداد .

أ. د محمد احمد فياض ، جامعة ام القوين / الامارات العربية المتحدة .

أ. د سافرة ناجي / قسم الفنون المسرحية / كلية الفنون الجميلة .

أ. م. د عبد القادر صالح / كلية الاعلام / الجامعة العراقية .

مشاريع خاصة من قبل الأحزاب أصحاب رؤوس الأموال ، بإستثناء قناة العراقية (شبه الرسمية) إذ أنها تابعة للحكومة العراقية وتتبنى الخطاب الرسمي للدولة (٥) .

- **ثقافة التفاهة** : اكتسبت ثقافة التفاهة في العصر الحالي مفهوماً جديداً مع انتشار وسائل التواصل الاجتماعي ، وعلى الرغم من غياب التعريف الجامع لها ، إلا أنها تعني في العموم تسطيح الأمور الجادة وتحويلها إلى حالة من التفاهة والسطحية ، خصوصاً مع تحول وسائل التواصل الاجتماعي لتكون منبراً لمن لا منبر له .

الفصل الثاني: الإطار النظري للبحث

مفهوم ثقافة التفاهة

تُعرف الثقافة بأنها ((عبارة عن مجموعة من القيم ، العادات والتقاليد ، الأخلاق ، طرائق التفكير الجمالي والمعرفي المتميز لمجتمع عن باقي المجتمعات ، كما تُعد مجموعة المعاني والرموز والإشارات التي ينسجها الأفراد نتيجة تواصلهم مع بعضهم ، فهي إذن منظومة متنوعة متكاملة ترسم معالم هوية المجتمع عن طريق قيمها وصورتها الحضارية لتتخذ مكانتها في مصاف الأمم (٦) . وعرفها أيضاً إدوارد تايلور E.Taylor ، بأنها ذلك المركب الكلي الذي يشتمل على المعرفة والمعتقد والفن والآداب والأخلاق والقانون والعرف والقدرات والعادات الأخرى التي يكتسبها الإنسان بصفته عضواً في المجتمع (٧) .

وقد تكون القنوات الفضائية ((أحد أهم أدوات التنقيف الإيجابي التي تساعد على دعم المواقف أو التأثير فيها ، حيث تدفع الجمهور الى التفاعل مع الإنتاج الفكري والإبداع الفني ، وقد تعمل على ضمان الأمن الثقافي للمجتمع لو استغلت الاستغلال الأمثل نهضت الأمة واستعادت مكانتها ولحقت بركب التقدم والتنمية ، وقد تكون القنوات الفضائية في نفس الوقت تعمل بسلبية تجاه المجتمع وقد يُذهب بها الى خلق أنماط ثقافية مغايرة ، وهذا الأمر لا يخلو من الخطورة ، إذ يؤدي التوغل في هذا الإتجاه الى شيوع أنماط مبتذلة من شأنها الحد من الخيال والعبث بالذوق السليم لأفراد المجتمع (٨) .

ولكن بعد غزو العراق واحتلاله من قبل الولايات المتحدة الامريكية في التاسع من نيسان عام ٢٠٠٣ مباشرة وبشكل خارق للعادة وغير مسبوق غزت القنوات الفضائية العراقية هي الأخرى البيوت دون استئذان وتم استخدام الكثير منها لترسيخ الجهل وثقافة التفاهة وإعادة إنتاجها يومياً وعلى الهواء مباشرة ، فقد انخرطت هذه القنوات في حملة شعواء بلا قيود لملاءم الهواء إما بالخرافات أو ببرامج الثرثرة والاسفاف والمواد التفاهة ، وقيام معظم هذه القنوات على تلوين الهواء العام ، وصناعة أوهاام ضرورية وتبسيطات عاطفية لإبقاء الأغبياء والسذج على ما هم فيه (٩) ، ليس أمراً مرده مطلق العبث أو تردٍ أخلاقي لبعض القائمين على إنتاج تلك البرامج الهزيلة ولا حتى فقط تسابق جشع على استقطاب المشاهدين ، كما قد يخيل للبعض، وإنما هي نتاج شبكة متضامنة متكاملة

لتصنيع الجهل والتفاهة وتعميقه ونشره في جنبات المجتمع العراقي ، والقنوات الفضائية هي أولاً وأخيراً أداة تحكم وتوجيه وتعبئة سياسية ، في أي مكان في العالم ، أو بالأحرى جزء لا يتجزأ من اللعبة السياسية والاقتصادية والتجارية ، وبالتالي فهي ليس حرة أبداً ، بل هي تعبير عن موقف سياسي وثقافي وأيديولوجي أو مصالح اقتصادية وتجارية معينة.

فالقنوات الفضائية في الوقت الحالي ((تؤثر على ثقافة المجتمع بمعناها العام والتي تشمل القيم والمواقف والاتجاهات وأنماط السلوك وألوان التطلعات غير الملائمة ، وهذه الثقافة لا يمكن تغييرها أو تعديلها أو تأكيدها إلا على فترات من الزمن تطول او تقصر وفق طبيعتها ، ويؤكد خبراء في علم الاجتماع والإعلام أن الثقافة تتأثر أساساً بالأفلام والمضمون الترفيهي من دراما وأغاني ورقصات وأزياء فضلاً عن عادات التغذية وأنماط الإحترام أو اللياقة والمعاملة بين الأفراد التي تُعد من العوامل المؤثرة في ثقافة المجتمع (١٠) .

وفي الوقت ذاته فإن ثقافة التفاهة تعني انعدام القيمة الحقيقية وغياب الإبداع والقبول بالرداءة والتصفيق لها وتكريم أهلها ، فهي صناعة لها أساتذتها ونجومها ومساندوها وتجارها ومستثمرون فيها ، ولو أطلقنا العنان لأنفسنا لمشاهدة القنوات الفضائية العراقية لشاهدنا الكثير ممن باتوا مشاهير على شاشاتها سنصل إلى القناعة التالية : مشهد فوضوي لا يخلو من الابتذال والسخرية والعبث بالصوت والصورة والمضحك المبكى أنه مع انتشار نجوم التفاهة أصبحوا رموزاً في الانحطاط والسخافات ، وما نشهده في بعض المحطات الفضائية ، وخاصة عبر برامج حوارية ، ومن أسوأ هؤلاء أولئك الذين استسهلوا قوالب الكلام واحترفوا محاولات تزييف وعي الناس والتلاعب بعقولهم ، وتزوير الحقائق او تلفيقها بلا هوادة ، في مشاهد مغرقة في الابتذال والمزایدات الرخيصة التي ترتكب علناً تحت مظلة حرية الإعلام والتعبير عن الرأي . فالبرامج والأفكار والأساليب الجديدة التي تقدمها القنوات الفضائية تُحدث عدم تألف أو تنافر ضمني مع الثقافات السائدة في المجتمع ، كما تُحدث قدراً كبيراً من الألم أو التمزق وعدم اليقين عند عدد كبير من الأفراد (١١) .

وتتجلى ثقافة التفاهة في إصرار البعض على تهميش منظومات القيم ، وهذا الصعود الغريب لقواعد تتسم بالرداءة في كثير من الأمور والميادين، وتسيّد أعمال منحطة عوضاً عن الأعمال التي تتسم بالجدية والجودة والرقى ، ويكفي التمعن في كثير من الأعمال الفنية السائدة على الساحة الغنائية ، أو الموسيقية ، أو السينمائية ، أو المسرحية ، أو الدرامية ، وحتى الأدبية أو تلك المحسوبة على الأدب ، وكذلك التمعن في بعض من وصلوا إلى وسائل إعلامية لننتيقن إلى أي مدى تمضي هذه التفاهات ، وإلى أي مدى باتت شريحة من صنّاع وتجار التفاهات والابتذال تقرض نفسها ، وكيف أصبحت التفاهة وللأسف الشديد بضاعة رائجة هذه الأيام تخدم أغراض السوق ، أو تخدم هدف التلاعب بالعقول ، بدلاً من زرع روح الإبداع والجدية واحترام العقل والإنسان .

وفي هذا السياق يمكن التذكير بالقائمة التي أعدها المفكر نعوم تشومسكي في كتابه السيطرة على الاعلام (١٢) الذي اختزل فيها الطرق التي تستعملها وسائل الإعلام العالمية للسيطرة على الشعوب اختزلها في عشرة

استراتيجيات أساسية ، من أخطرها ((تشجيع الناس على استحسان التفاهة والرداءة والقبول بها والسماح بتوسيع نطاقها وإقناع الناس بأنهم يواكبون التطور ، والهدف أن يسيروا رعاهاً كالمقطع نحو كل ما هو تافه ورديء)) . كما يشير أيضاً في هذا الصدد أستاذ الفلسفة د. آلان دونو في كتابه نظام التفاهة (١٣) ، إلى ما يراه من انتشار مستشرٍ للتفاهة ، ويرى بأن التافهين باتوا أكثر من حولنا ، يطلون من كل مكان ، ويدخلون البيوت عنوة ، وما باليد حيلة من طردهم ، وتفاهاتهم تحيط بنا ، فأينما تولى وجهك تراها بازغة ، ويلفت الكاتب إلى أن ما يجري هو وفق منهج مرسوم هدفه نزع السياسة عن الشأن العام ، وفصل التزام الإنسان بالقيم والمبادئ والقناعات ، وفي السياق ذاته ، يمكن التذكير بمقولة الكاتب النمساوي كارل كراوس «هوت شمس الثقافة أرضاً ، حتى أصبح الأقرام أنفسهم يظهرون بمظهر العمالقة» ، وهو هنا يشير إلى سيطرة التافهين وإحكامهم القبضة على العالم .

وبالتالي فإن اشاعة ثقافة التفاهة هو عمل (موجه بوعي وترصد) من قبل فئة معينة لإبقاء المجتمع في لجة الخضوع والإذعان والتبعية ، ولذا فتقافة التفاهة لا تُنتج من تلقاء انعزال المجموعات البشرية ، وإنما نتيجة اتصالها ، وتعاطيها بأحدث معطيات الحضارة وفي هذه الحالة تحديداً بأدوات البث الفضائي المباشر وهي القنوات الفضائية وبالطبع ، فإن توصيف نشر ثقافة التفاهة في المجتمع العراقي بهذه الصيغة وإن اعتبره البعض نوعاً من تبينٍ لنظرية مؤامرة وهمية ، سيكون نتيجة حتمية لأي تحليل موضوعي للبنية الطبقيّة والاجتماعيّة والاقتصاديّة والثقافيّة بما في ذلك طبيعة ملكيّة وسائل الإعلام فيه لا سيّما القنوات الفضائية ، فالعراق بحكم تكوينه مجتمع تعيش فيه أقلية حاكمة مسرفة الثراء تهيمن على ثروات وموارد البلاد ومؤسساتها ، وأكثرية تكابد ضنك العيش اليومي . وبالتالي فإن التقليد الأعمى غير المدروس يدفع بالكثير الى الترويج لقيم وسلوكيات ومعتقدات فكرية وسلوكيات حياتية غريبة ، بدأت آثارها تتجسد على أرض الواقع في المجتمعات العربية ، إذ بدأت تظهر في هذه المجتمعات الأمراض الاجتماعيّة والسلوكية نفسها التي يعاني منها الغرب مثل التفسخ الأخلاقي ، التفكك الأسري ، إنتشار الجريمة وغيرها (١٤) .

ولذلك نرى أنّ أغلب النظريات الإعلامية نشأت وتبلورت تحت تأثير التيارات الاجتماعيّة والسياسية أفرزتها الظروف التاريخية (١٥) ، وبذلك نشأت نظرية المسؤولية الاجتماعيّة في الإعلام على تعزيز مفهوم الحرية في وسائل الإعلام ، حيث حملت معها فكرة الحرية المسؤولية وليس الحرية المطلقة ، وأن تعمل على الموضوعية في الرسالة الإعلامية ، وأيضاً أنّ تحافظ على القيم في المجتمع وتعمل على نقل هذه القيم من جيل لآخر ، مع أن تبقى هذه الوسائل الإعلامية بعيدة عن سلطة الحكومة ، ومن أبرز المبادئ التي وضعت لنظرية المسؤولية الاجتماعيّة في الإعلام ، هي نشر قيم المجتمع وأهدافه وتوضيحها (١٦) ، على اعتبار أنّ الإعلام أداة تعليمية فهي تعدّ وسيلة من وسائل التنشئة الاجتماعيّة ، مع الطرح بموضوعية لا يشوبها التزييف .

ووفقاً لذلك فإن المسؤولية الاجتماعيّة هي التزام أخلاقي بين المؤسسة الإعلامية والمجتمع تتمثل في مجموعة من الوظائف التي يجب أن تلتزم ووسائل الإعلام بتأديتها وفي مقدمتها في وقتنا الحاضر القنوات

الفضائية ، من أجل الاهتمام بالصالح العام وبتلبية حاجات أفراد المجتمع في مختلف المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية ، بحيث يجب أن يتوفر في معالجاتها المذاعة الالتزام بالقيم المهنية كالدقة والموضوعية والتوازن والشمول ، مع مراعاة الجوانب الأخلاقية والقيم السائدة بالمجتمع ، بشرط أن يتوافر لوسائل الأعلام حرية حقيقية تجعلها مسؤولة أمام القانون والمجتمع وأفراده ومؤسساته ، وذلك من منطلق رغبة المؤسسة الاتصالية في البقاء والاستمرارية.

الفصل الثالث: نتائج الدراسة الميدانية

أولاً : السمات الديموغرافية لعينة البحث :

جدول (١) يبين جنس عينة البحث

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	الجنس
١	٥٨,٥	١١٧	ذكور
٢	٤١,٥	٨٣	إناث
-	%١٠٠	٢٠٠	المجموع

تحدد السمات الديموغرافية لعينة البحث من خلال عدد من المتغيرات مثل النوع والفئة العمرية والمستوى التعليمي، وفيما يتعلق بمتغير النوع بلغ عدد الذكور ١١٧ مفردة بنسبة ٥٨,٥% من مجموع عينة البحث البالغة (٢٠٠) مفردة، بينما بلغ عدد الإناث ٨٣ مفردة بنسبة ٤١,٥% من مجموعة عينة البحث

جدول (٢) يبين توزيع العينة طبقاً للعمر

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	العمر
٢	٣٨,٠	٧٦	٣٤ - ١٨
١	٤٤,٥	٨٩	٣٥ - أقل من ٥٠
٣	١٧,٥	٣٥	٥٠ - فأكثر
-	%١٠٠	٢٠٠	المجموع

وفي ما يتعلق بمتغير العمر شكلت الفئة العمرية ٣٥ - أقل من ٥٠ سنة النسبة الأكبر وبلغت ٤٤,٥% من مجموع عينة البحث بواقع ٨٩ تكرار ، وجاء في المرتبة الثانية الفئة العمرية ٣٤-١٨ بواقع ٧٦ تكراراً وبنسبة ٣٨,٠% ، وجاءت في المرتبة الأخيرة الفئة العمرية ٥٠ - فأكثر بواقع ٣٥ تكرار وبنسبة ١٧,٥% .

جدول (٣) يبين المستوى التعليمي لعينة البحث

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	المستوى التعليمي
٢	٢٢,٥	٤٥	متوسط
١	٦٠,٥	١٢١	جامعي

عليا	٣٤	١٧,٠	٣
المجموع	٢٠٠	%١٠٠	-

يوضح الجدول (٣) اجابات عينة البحث حول المستوى التعليمي حيث أن فئة التعليم الجامعي حلت في المرتبة الأولى بعدد (١٢١) مبحوثاً وبنسبة ٦٠,٥% ، بينما حلت فئة التعليم المتوسط في المرتبة الثانية بعدد (٤٥) وبنسبة ٢٢,٥% . وقد حرص الباحث على تمثيل جميع المستويات التعليمية ، واستثناء من لا يقرأون ويكتبون وفقاً لتوصيات المحكمين والخبراء من منطلق أن طبيعة هذه الدراسة تقتضي أن يكون المبحوثين على أقل تقدير قادرين على فهم أسئلة هذه الدراسة والتعبير عن مستويات فهمهم للموضوعات والقضايا البارزة فيها ، وذلك للخروج بنتائج قريبة من الواقع .

ثانياً : تفسير نتائج الدراسة الميدانية :

١ - مستويات المشاهدة

جدول (٤) يبين مستويات مشاهدة القنوات الفضائية العراقية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	الإجابة
١	٥١,٠	١٠٢	دائماً
٢	٣٩,٥	٧٩	أحياناً
٣	٩,٥	١٩	نادراً
-	%١٠٠	٢٠٠	المجموع

يوضح الجدول (٤) اجابات عينة البحث حول معدل مشاهدتهم للقنوات الفضائية العراقية حيث أوضحت النتائج أن المشاهدة على ثلاث مستويات هي : المشاهدة الدائمة والتي جاءت في المرتبة الأولى بنسبة ٥١,٥% من مجموع عينة البحث ، والمشاهدة أحياناً جاءت في المرتبة الثانية بنسبة ٣٩,٥% من عينة البحث ، ثم جاءت المشاهدة نادراً بالمرتبة الثالثة بنسبة ٩,٥% من مجموع عينة البحث .

٢ - معدلات المشاهدة

جدول (٥) يبين معدلات مشاهدة القنوات الفضائية العراقية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	معدلات المشاهدة
٥	٩,٥	١٩	اقل من ساعة
٣	٢٠,٠	٤٠	اقل من ساعتين
٢	٢٣,٥	٤٧	ساعتين - أقل من ثلاثة
١	٣٥,٥	٧١	٣ ساعات - أقل من ٤
٤	١١,٥	٢٣	٤ ساعات فأكثر
-	%١٠٠	٢٠٠	المجموع

يعتبر عدد ساعات المشاهدة اليومية ذات أهمية كبيرة ، إذ أن ارتفاع معدل ساعات المشاهدة من المحتمل ان يترك ظلاله على سلوك المشاهد لتُصبح الكثير من المشاهد جزءاً من شخصيتهم ، وتشير نتائج جدول (٥) الى أن (١٩) مبحوثاً من مجموع (٢٠٠) وبنسبة ٩,٥% يقضون أقل من ساعة في مشاهدة القنوات الفضائية العراقية ، أما الذين يقضون أقل من ساعتين فقد كان عددهم (٤٠) مبحوثاً بنسبة ٢٠,٠% من مجموع عينة البحث ، وكان عدد الذين يقضون ٣ ساعات (٧١) من مجموع عينة البحث بنسبة ٣٥,٠% وبذلك تكون قد احتلت المرتبة الأولى في الترتيب، كما بلغ عدد الذين يقضون ٤ ساعات فأكثر من عينة البحث (٢٣) مبحوثاً وبنسبة ١١,٥% .

ثالثاً : نوع التأثير بالبرامج في القنوات الفضائية العراقية

جدول (٦) يبين نوع التأثير ببرامج القنوات الفضائية العراقية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	الإجابة
٢	٢١,٥	٤٣	تغيير في ثقافتك العامة
٣	١٨,٠	٣٦	تغيير في طريقة فهمك للثقافة
٦	٢,٠	٤	تغيير في آرائك ومعتقداتك
٤	١٣,٥	٢٧	تغيير في عاداتك وتقاليديك
١	٣٤,٥	٦٩	تغيير في زيادة وعيك وإدراكك للأمور
٥	١٠,٥	٢١	لا أتأثر
-	%١٠٠	٢٠٠	المجموع

يوضح الجدول (٦) اجابات عينة البحث حول نوع التأثير ببرامج القنوات الفضائية العراقية من برامج ومسلسلات وغيرها ، وكانت الإجابة على الفئة تغيير في زيادة وعيك وإدراكك للأمور بمعدل (٦٩) مبحوثاً بنسبة ٣٤,٥% ، بينما أجاب مجموع (٤٣) مبحوثاً وبنسبة ٢١,٥% على تغيير في ثقافتك العامة ، وأجاب (٣٦) مبحوثاً بنسبة ١٨,٠% من عينة البحث على فئة تغيير في طريقة فهمك للثقافة ، كما أشار (٢٧) مبحوثاً من العينة وبنسبة ١٣,٥% على إنهم يغيرون في عاداتهم وتقاليدهم ، بينما أشار (٢١) مبحوثاً بنسبة ١٠,٥% إنهم لا يتأثرون بالبرامج والمضامين التي تقدمها القنوات الفضائية العراقية ، وأخيراً أجاب (٤) مبحوثين بنسبة ٢,٠% انهم حدث لهم تغيير في آرائهم ومعتقداتهم .

رابعاً : دور القنوات الفضائية العراقية في نشر ثقافة التفاهة

جدول (٧) يبين دور القنوات الفضائية العراقية نشر ثقافة التفاهة

لا تأثير		ضعيف		متوسط		كبير		المتغير
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	الفئة
/	/	٨,٠	١٦	٢٣,٠	٤٦	٦٠,٥	١٢١	اسهمت في نشر ثقافة التفاهة في المجتمع
/	/	٤,٥	٩	٦,٠	١٢	٢٩,٥	٥٩	أسهمت في تشجيع الجمهور على استحسان التفاهة والرداءة
/	/	٢,٥	٥	١١,٥	٢٣	٥١,٠	١٠٩	اسهمت في تهميش منظومة القيم في المجتمع
/	/	٥,٥	١١	٩,٥	١٩	٤٣,٥	٨٧	اسهمت في نقل ثقافة الشارع والنوادي الليلية الى شاشاتها
/	/	٦,٥	١٣	١٠,٥	٢١	٣٩,٥	٧٩	اسهمت في إبراز شخصيات تافهة على أنهم قادة الرأي في المجتمع
/	/	٣,٥	٧	٧,٠	١٤	٤٦,٠	٩٢	اسهمت في التأثير على العادات والأنماط الثقافية للمجتمع
/	/	٥,٥	١١	١٦,٥	٣٣	٤٠,٥	٨١	اسهمت في جعل التافهين يظهرون بمظهر العمالقة في كل شأن ومجال وميدان
٢,٥	٥	٢,٠	٤	٨,٠	١٦	١٨,٥	٣٧	اسهمت في تكوين اتجاهات معينة للمواطن تجاه ثقافة المجتمع
٣,٥	٧	٧,٠	١٤	٢٢,٠	٤٤	٤٩,٠	٩٨	أسهمت في إشاعة الدجل والخرافة والبدع والأوهام
/	/	٤,٥	٩	١٩,٥	٣٩	٥١,٠	١٠٢	اسهمت في اهمال أهمية نشر الوعي الثقافي الصحيح في المجتمع

أوضحت نتائج الجدول (٧) إجابات أفراد العينة حول دور القنوات الفضائية العراقية في نشر ثقافة التفاهة وتم تحديد (١٠) بدائل وحددت الإجابة بأربعة خيارات (كبير ، متوسط ، ضعيف ، لا تأثير) وضمن متغير كبير جاء في المرتبة الأولى الفئة اسهمت في ترسيخ ثقافة التفاهة في المجتمع ، إذ اشار الى ذلك ١٢١مبحوثاً من افراد العينة بنسبة ٦٠,٥% ، يليها اسهمت في تهميش منظومة القيم في المجتمع ، إذ اشار الى ذلك ما نسبته ٥٤,٥% من افراد العينة ، ويمكن ترتيب الفقرات كما جاءت في اجابات افراد العينة على النحو التالي :

- ١- اسهمت في نشر ثقافة التفاهة في المجتمع بنسبة ٦٠,٥%
 - ٢- اسهمت في تهميش منظومة القيم في المجتمع بنسبة ٥٤,٥%
 - ٣- اسهمت في اهمال أهمية نشر الوعي الثقافي الصحيح في المجتمع بنسبة ٥١,٥%
 - ٤- أسهمت في إشاعة الدجل والخرافة والبدع والأوهام بنسبة ٤٩,٥%
 - ٥- اسهمت في التأثير على العادات والأنماط الثقافية للمجتمع بنسبة ٤٦,٥%
 - ٦- اسهمت في نقل ثقافة الشارع والنوادي الليلية الى شاشاتها بنسبة ٤٣,٥%
 - ٧- اسهمت في جعل التافهين يظهرون بمظهر العمالقة في كل شأن ومجال وميدان بنسبة ٤٠,٥%
 - ٨- اسهمت في إبراز شخصيات تافهة على أنهم قادة الرأي في المجتمع بنسبة ٣٩,٥%
 - ٩- أسهمت في تشجيع الجمهور على استحسان التفاهة والرداءة بنسبة ٢٩,٥%
 - ١٠- اسهمت في تكوين اتجاهات معينة للمواطن تجاه ثقافة المجتمع بنسبة ١٨,٥%
- وتحت درجة متوسط جاءت الإجابة كالآتي :

- ١- اسهمت في نشر ثقافة التفاهة في المجتمع بنسبة ٢٣,٥%
- ٢- أسهمت في إشاعة الدجل والخرافة والبدع والأوهام بنسبة ٢٢,٥%
- ٣- اسهمت في اهمال أهمية نشر الوعي الثقافي الصحيح في المجتمع بنسبة ١٩,٥%
- ٤- اسهمت في جعل التافهين يظهرون بمظهر العمالقة في كل شأن ومجال وميدان بنسبة ١٦,٥%
- ٥- اسهمت في تهميش منظومة القيم في المجتمع بنسبة ١١,٥%
- ٦- اسهمت في إبراز شخصيات تافهة على أنهم قادة الرأي في المجتمع بنسبة ١٠,٥%
- ٧- اسهمت في نقل ثقافة الشارع والنوادي الليلية الى شاشاتها بنسبة ٩,٥%
- ٨- اسهمت في تكوين اتجاهات معينة للمواطن تجاه ثقافة المجتمع بنسبة ٨,٥%
- ٩- اسهمت في التأثير على العادات والأنماط الثقافية للمجتمع بنسبة ٧,٥%
- ١٠- أسهمت في تشجيع الجمهور على استحسان التفاهة والرداءة بنسبة ٦,٥%

خامساً : علاقة التعرض للقنوات الفضائية العراقية باكتساب ثقافة التفاهة

جدول (٨) يبين علاقة التعرض للقنوات الفضائية العراقية باكتساب ثقافة التفاهة

لا علاقة		ضعيف		متوسط		كبير		المتغير
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	الفئة
٤,٥	٩	١٨,٠	٣٦	٣٣,٥	٦٧	٤٩,٥	٩٩	برامج الحوار والمقابلات
/	/	٩,٥	١٩	٢٨,٥	٥٧	٦٤,٥	١٢٩	برامج غنائية وموسيقية
/	/	٨,٥	١٧	٢٣,٠	٤٦	٥٩,٠	١١٨	مسلسلات درامية ومسرحيات
/	/	٤,٥	٩	١٩,٥	٣٩	٥٣,٥	١٠٧	لقاءات مع فنانيين
/	/	٦,٥	١٣	٨,٥	١٧	٣٧,٠	٧٤	برامج ثقافية
٣,٥	٧	٢٠,٥	٤١	٣٠,٥	٦١	٥٠,٥	١٠١	برامج دينية

أوضحت نتائج الجدول (٨) إجابات أفراد العينة حول علاقة التعرض للقنوات الفضائية العراقية في نشر ثقافة التفاهة ، وتم تحديد (٦) بدائل وحددت الإجابة بأربعة خيارات (كبير ، متوسط ، ضعيف ، لا علاقة) وضمن متغير كبير جاء في المرتبة الأولى برامج غنائية وموسيقية إذ اشار الى ذلك ١٢٩مبحوثاً من افراد العينة بنسبة ٦٤,٥% ، يليها مسلسلات درامية ومسرحيات ، إذ اشار الى ذلك ما نسبته ٥٩,٠% من افراد العينة ، ثم جاءت الفئة لقاءات مع فنانيين بعدد ١٠٧ مبحوثاً وبنسبة ٥٣,٥% ، بعدها جاءت برامج الحوار والمقابلات بعدد ٩٩ مبحوثاً وبنسبة ٤٩,٥% ، وأخيراً جاءت فئة برامج ثقافية بعدد ٧٤ مبحوثاً وبنسبة ٣٧,٠% .

سادساً : الوعي الثقافي

جدول (٩) يبين الإتفاق على الوعي بثقافة التفاهة

لا اوافق		أوافق الى حد ما		أوافق		المتغير
%	ت	%	ت	%	ت	الفئة
٥,٥	١١	٣٦,٥	٧٣	٦٥,٥	١٣١	ما تبثه القنوات العراقية من مضامين تحمل طابع التفاهة يُعد ظاهرة ملفته للنظر
/	/	٣٢,٥	٦٥	٦٣,٠	١٢٦	ما تقوم به القنوات العراقية يُعد منافياً لدورها الحقيقي في توعية و تثقيف المجتمع
٣,٠	٦	٢٦,٠	٥٢	٥٣,٥	١٠٧	زيادة نسبة مشاهدة البرامج التافهة يؤدي الى زيادة نسبة التأثير بمضمونها
/	/	٢٩,٥	٥٩	٥٩,٥	١١٩	ما تقدمه القنوات الفضائية العراقية مواد وبرامج دخلي على ثقافة المجتمع العراقي
/	/	٢٣,٠	٤٦	٥٥,٥	١١١	ما تقدمه القنوات الفضائية العراقية من مواد

						وبرامج تحمل طابع التفاهة يُعد إحدى أدوات تخريب النسيج الاجتماعي للجمهور
٢,٥	٥	٣٨,٠	٧٦	٦٤,٥	١٢٩	القنوات الفضائية العراقية تساهم في نشر ثقافة التفاهة في المجتمع
/	/	٢٨,٥	٥٧	٥٧,٥	١١٥	ما تقدمه القنوات الفضائية العراقية من مواد وبرامج يُعد منافياً لعادات وتقاليد المجتمع
٦,٥	١٣	١٩,٥	٣٩	٤١,٥	٨٣	تقوم القنوات العراقية بتنمية الروح السلبية لدى المتلقي من ذوي التعليم المنخفض
/	/	٤١,٥	٨٣	٦١,٥	١٢٣	لا تلتزم بأخلاقيات المهنة والتشريعات القانونية والأخلاقية للإعلام
/	/	١٥,٠	٣٠	٤٩,٥	٩٩	تميل الى التسطيح واللجوء الى الإثارة في تقديم المادة الثقافية

أوضحت نتائج الجدول (٩) إجابات أفراد العينة حول الاتفاق على الوعي بثقافة التفاهة وتم تحديد (١٠) بدائل وحددت الإجابة بثلاثة خيارات (أوافق ، أوافق الى حد ما ، لا أوافق) وضمن متغير أوافق جاء في المرتبة الأولى الفئة ما تبثه القنوات العراقية من مضامين تحمل طابع التفاهة يُعد ظاهرة ملفته للنظر ، إذ اشار الى ذلك ١٣١مبحوثاً من افراد العينة بنسبة ٦٥,٥% ، ثم تلتها فئة القنوات الفضائية العراقية تساهم في نشر ثقافة التفاهة في المجتمع ، إذ اشار الى ذلك ١٢٩ مبحوثاً ما نسبته ٦٤,٥% من افراد العينة ، ويمكن ترتيب الفقرات كما جاءت في اجابات افراد العينة على النحو التالي :

- ١- ما تبثه القنوات العراقية من مضامين تحمل طابع التفاهة يُعد ظاهرة ملفته للنظر بنسبة ٦٥,٥%
- ٢- القنوات الفضائية العراقية تساهم في نشر ثقافة التفاهة في المجتمع بنسبة ٦٤,٥%
- ٣- ما تقوم به القنوات العراقية يُعد منافياً لدورها الحقيقي في توعية وتثقيف المجتمع بنسبة ٠,٦٣%
- ٤- لا تلتزم بأخلاقيات المهنة والتشريعات القانونية والأخلاقية للإعلام بنسبة ٦١,٥%
- ٥- ما تقدمه القنوات الفضائية العراقية مواد وبرامج دخيل على ثقافة المجتمع العراقي بنسبة ٥٩,٥%
- ٦- ما تقدمه القنوات الفضائية العراقية من مواد وبرامج يُعد منافياً لعادات وتقاليد المجتمع بنسبة ٥٧,٥%
- ٧- ما تقدمه القنوات الفضائية العراقية من مواد وبرامج تحمل طابع التفاهة يُعد إحدى أدوات تخريب النسيج الاجتماعي للجمهور بنسبة ٥٥,٥%
- ٨- زيادة نسبة مشاهدة البرامج التافهة يؤدي الى زيادة نسبة التأثر بمضمونها ٥٣,٥%
- ٩- تميل الى التسطيح واللجوء الى الإثارة في تقديم المادة الثقافية بنسبة ٤٩,٠%
- ١٠- تقوم القنوات العراقية بتنمية الروح السلبية لدى المتلقي من ذوي التعليم المنخفض بنسبة ٤١,٥%.

الفصل الرابع: النتائج والاستنتاجات

نتائج البحث العامة والتوصيات

في ضوء النتائج التي توصل اليها البحث يمكن استنباط مجموعة من الإستنتاجات وفي التالي :

٢- فيما يتعلق بمتغير النوع بلغت نسبة الذكور ٥٨,٥% من مجموع عينة البحث البالغة (٢٠٠) مفردة ، بينما بلغت نسبة الاناث ٤١,٥% .

٣- وفي ما يتعلق بمتغير العمر شكلت الفئة العمرية ٣٥ - أقل من ٥٠ سنة النسبة الأكبر وبلغت ٤٤,٥% ، وجاء في المرتبة الثانية الفئة العمرية ١٨-٣٤ بنسبة ٣٨,٠% ، وجاءت في المرتبة الأخيرة الفئة العمرية ٥٠ - فأكثر بنسبة ١٧,٥% .

٤- وحول المستوى التعليمي حلت فئة التعليم الجامعي في المرتبة بنسبة ٦٠,٥% ، بينما حلت فئة التعليم المتوسط في المرتبة الثانية بنسبة ٢٢,٥% .

٥- تبين ارتفاع معدل مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية العراقية بصفة عامة ، فجميع مفردات العينة يتعرضون للقنوات الفضائية العراقية وبنسبة (١٠٠%) وإن اختلف معدل تعرضهم بصفة دائمة أو أحيانا أو نادراً ، وجاءت المعدلات على الوجه التالي : حيث أوضحت النتائج أن المشاهدة الدائمة جاءت في المرتبة الأولى بنسبة ٥١,٠% ، والمشاهدة أحيانا جاءت في المرتبة الثانية بنسبة ٣٩,٥% ، ثم جاءت المشاهدة نادراً بالمرتبة الثالثة بنسبة ٩,٥%. وتدلل هذه النتيجة على أهمية القنوات الفضائية في حياة المواطن العراقي وحرصه على مشاهدتها.

٦- يعتبر عدد ساعات المشاهدة اليومية ذات أهمية كبيرة ، إذ أن ارتفاع معدل ساعات المشاهدة من المحتمل ان يترك ظلاله على سلوك المشاهد لتُصبح الكثير من المشاهد جزءاً من شخصيتهم ، وتشير نتائج البحث الى أن عدد الذين يقضون ٣ ساعات بلغت نسبه ٣٥,٠% وبذلك تكون قد احتلت المرتبة الأولى في الترتيب .

٧- وحول نوع التأثير ببرامج القنوات الفضائية العراقية من برامج ومسلسلات وغيرها ، وقد احتلت الفئة تغيير في زيادة وعيك وإدراكك للأمور المرتبة الأولى بنسبة ٣٤,٥% ، بينما جاءت الاجابة على تغيير في ثقافتك العامة بنسبة ٢١,٥% في المرتبة الثانية .

٨- قبول فرضية البحث الأولى القائل (أن القنوات الفضائية العراقية تسهم في نشر ثقافة التفاهة في المجتمع)

٩- قبول الفرضية الثانية القائلة : وجود علاقة ارتباطية بين نوع البرامج التي تقدمها القنوات الفضائية ونسبة تأثر الجمهور بها .

١٠- وحول الاتفاق على الوعي بثقافة التفاهة أوضحت نتائج البحث وضمن متغير أوافق جاء في المرتبة الأولى الفئة ما تقدمه القنوات العراقية من مضامين تحمل طابع التفاهة يُعد ظاهرة ملفته للنظر ،

بنسبة ٦٥,٥% ، ثم تلتها فئة القنوات الفضائية العراقية تساهم في نشر ثقافة التفاهة في المجتمع ، ما نسبته ٦٤,٥% من افراد العينة ، وجاءت فقرة ما تقوم به القنوات العراقية يُعد منافياً لدورها الحقيقي في توعية وتنقيف المجتمع بنسبة ٦٣,٠%.

توصيات البحث :

تأسيساً على النتائج السابقة ، يمكننا أن نتساءل عن التوصيات الممكنة التي من شأنها النهوض ببرامج ومضامين المواد التي تقدمها القنوات الفضائية العراقية لكي تحافظ على ثقافة المجتمع من جهة ، وما سيتم تقديمه هو عبارة عن اقتراحات تم استنتاجها من الدراسة الراهنة بجانبها النظري والعملي من جهة اخرى ، وبناءً على ما سبق سنضمن البحث بمجموعة من التوصيات وهي كالآتي :

- ١- ضرورة أن تقوم القنوات الفضائية العراقية بدورها الإيجابي في توعية وتنقيف المجتمع .
- ٢- ضرورة قيام القنوات الفضائية العراقية بالتوقف عن نشر البرامج الهابطة ذات المضامين التافهة للمجتمع .
- ٣- ضرورة قيام القنوات الفضائية العراقية بتقديم برامج ذات قيمة ومدلولات ثقافية تراعي خصوصية المجتمع العراقي وعاداته وتقاليده وموروثه الثقافي .
- ٤- ضرورة أن تقوم القنوات الفضائية العراقية بالإستفادة من الأبحاث الإعلامية لزيادة فهم وتطوير قدرات القائم بالاتصال في تقديم مضامين هادفة للمجتمع .
- ٥- ضرورة إيجاد أرضية مشتركة تجمع بين القنوات الفضائية العراقية وقادة الرأي لتقديم مضامين نافعة للمجتمع .
- ٦- تدريب كوادرها الإعلامية مهنيّاً والإستعانة بخبرات أساتذة الإعلام وقدامى الإعلاميين في التلفزيون .

إحالات البحث :

١. محمد شومان ، عولمة الإعلام ومستقبل الإعلام العربي في : العولمة ظاهرة العصر ، عالم الفكر، الكويت (١٩٩٩) ، ص١٦١.
 ٢. محمد خليل الرفاعي ، دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل القيم للأسرة العربية ، مجلة جامعة دمشق ، المجلد ٢٧ ، العدد الأول + الثاني ، (٢٠١١) ، ص٧١٩.
 ٣. محمد شومان ، مصدر سابق ، ص١٥٠.
 ٤. الخبراء المحكمين وهم :
 - أ. د عبد النبي خزعل / رئيس قسم الإعلام / كلية الفارابي الجامعة .
 - أ. د وسام فاضل راضي / استاذ الإذاعة والتلفزيون / كلية الإعلام / جامعة بغداد .
 - أ. د محمد فياض احمد / كلية الاعلام والعلاقات العامة / كلية الإمارات للتكنولوجيا .
 - أ. د سافره ناجي / قسم المسرح / كلية الفنون الجميلة .
 - أ. م. د عبد القادر صالح / كلية الاعلام / الجامعة العراقية.
 ٥. حميد غزال مهدي ، دور الفضائيات العراقية في تدعيم اتجاهات الجمهور نحو الأزمات الأمنية من وجهة نظر قادة الرأي في بغداد ، اطروحة ماجستير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة الشرق الأوسط ، (٢٠١٥) ، ص٨ .
 ٦. محمد أحمد بيومي ، انحراف الشباب في عصر العولمة ، دار قباء للطباعة ، ج٢ ، القاهرة ، (٢٠٠٣) ، ص٦ .
 ٧. محمد جاد احمد ، الإعلام الفضائي وآثاره التربوية ، الإيمان للنشر والتوزيع ، ط١ ، الاسكندرية ، (٢٠٠٨) ، ص١١ .
 ٨. سعيد بن مبارك ، التلفزيون والتغيير الإجتماعي في الدول النامية ، دار الشروق ودار مكتبة الهلالي ، بيروت ، (٢٠٠٨) ، ص٢٦٩-٢٧٠.
 ٩. نعوم تشوميسكي ، السيطرة على الإعلام ، مكتبة الشروق الدولية ، ترجمة أميمة عبد اللطيف ، القاهرة ، (٢٠٠٣) ، ص١٦ .
 ١٠. رحيمه الطيب عيساني ، العولمة الإعلامية وآثارها على مشاهدة الفضائيات ، عالم الكتب الحديث ، الأردن ، (٢٠١٠) ، ص٥٤٣ .
 - ١١.أياد شاكر البديري ، حرب المحطات الفضائية ، دار الشروق ، عمان ، (١٩٩٩) ، ص٢٤ .
 - ١٢.نعوم تشوميسكي ، مصدر سابق ، ص١٧ .
 - ١٣.آلان دونو ، ثقافة التفاهة ، ترجمة مشاعل الهاجري ، دار سؤال للنشر ، بيروت ، ط١ ، (٢٠٢٠) .
 - ١٤.خضر كامل اللهيان ، أثر الفضائيات على المراهقة في المملكة العربية السعودية ، اطروحة دكتوراه ، قسم الإعلام ، جامعة كولومبس ، (٢٠٠٨) ، ص٣٨ ، منشورة ، الموقع الالكتروني :
- libback.uqu.edu.sa/hipres/ABS/ind٧٠٢٠.pdf .١
١٥. محمد البشير ، نظريات التأثير الإعلامي ، العبيكان للنشر ، الرياض ، ص٢٩ .
 ١٦. عصام موسى ، المدخل في الإتصال الجماهيري ، مكتبة الكتاني ، أربد ، (١٩٨٦) ، ص٨٣ .

المصادر والمراجع :

- أيمن طه البارودي ، القنوات الفضائية ونسق القيم في المجتمع المصري ، إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع ، القاهرة ، ٢٠١٤ .
- أبو العلا محمد علي ، فن الإتصال بالجماهير بين النظرية والتطبيق ، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع ، القاهرة ، ٢٠١٤ .
- إيناس محمد فتحي ، البرامج الترفيهية عبر القنوات الفضائية والإسفاف الثقافي ، مجلة الآداب والعلوم الانسانية ، ٢٠١٦ .
- جوزيف ستكلتز ، العولمة ومسائرها ، ترجمة فالح عبد القادر ، بيت الحكمة ، بغداد ، ٢٠٠٣ .
- تومبسون ميشيل وآخرون ، نظرية الثقافة ، ترجمة علي سيد الصاوي ، عالم المعرفة ، عدد ٢٢٣ ، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب ، الكويت ، ١٩٩٧ .
- ثريا احمد البدوي ، دور الإعلام في دعم المواطنة في مصر ، أعمال المؤتمر العلمي السنوي الثاني عشر ، " الإعلام وتحديث المجتمعات العربية ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٦ .
- رضا عطيه ابراهيم ، المواطنة والانتماء وأثرها على الدولة والمجتمع والأسرة ، القاهرة ، ٢٠٠٧ .
- سناء يوسف صقر ، دور فاعل لوسائل الاعلام المحلية في تعزيز المواطنة لدى الجمهور البحريني ، رسالة ماجستير غير منشورة ، الجامعة الأهلية ، البحرين ، ٢٠١٣ .
- سليم عبد النبي ، الإعلام التلفزيوني ، دار أسامه للنشر والتوزيع ، الأردن ، ٢٠٠٥ .
- عبير مختار شاكر ، تأثير القنوات الفضائية على ثقافة المجتمع العربي ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الآداب ، جامعة عين شمس ، ٢٠٠٣ .
- محمد معوض وآخرون ، الإعلام الدولي والمستحدثات الإعلامية ، دار الكتاب الحديث ، القاهرة ، ٢٠٠٨ .
- ميلفين ديفلير وساندرا بول روكيتش ، نظريات وسائل الإعلام ، ترجمة كمال عبد الرؤوف ، القاهرة ، الدار الدولية للنشر والتوزيع ، ١٩٩٣ .
- محمد حسين علوان ، دور القنوات الفضائية المحلية في تعزيز الشعور بالمواطنة لدى الجمهور العراقي ، كلية الاعلام ، جامعة واسط ، ٢٠١٩ .
- هيربت شيللر ، المتلاعبون بالعقول ، ترجمة عبد السلام رضوان ، عالم المعرفة ، عدد ٢٤٣ ، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب ، الكويت ، ١٩٩٩ .
- نبيل عبد الهادي ، تشكيل السلوك الاجتماعي ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، الاردن ، ٢٠١١ .