

دور قناة الحرة عراق الفضائية في تعزيز الوعي الثقافي لدى الشباب العراقي
دراسة مسحية على عينة من طلبة جامعة بغداد

The role of Al-Hurra Iraq Satellite Channel in enhancing cultural
awareness among Iraqi youth...a survey study on a sample of
Baghdad University Students

شكر عبد الأمير غاجي الساعدي

Shuker.abd@gmail.com

٠٧٧٠٧١٩٨٨٣٠

مستخلص:

هدفت الدراسة إلى تحليل دور فضائية الحرة عراق على القيم والمعتقدات الثقافية لطلبة جامعة بغداد، وتقييم الدور الذي تلعبه البرامج الثقافية في تشكيل وعي الشباب الثقافي، انطلاقاً من أهمية الإعلام ودوره في تشكيل اتجاهات الجمهور، وخصوصية مرحلة الشباب وأهمية تقديم محتوى إعلامي يتفق معها.

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أسلوب المسح بالعينات عبر تطبيق استبانة من تصميم الباحث على عينة من طلبة جامعة بغداد قوامها (٢٠٠) مجرور تم انتقائهم بالطريقة العشوائية.

وتوصلت الدراسة إلى أن الطلبة العراقيين يشاهدون البرامج التي تعرض على قناة الحرة عراق بشكل مستمر، وإلى أن البرامج التي تعرض عبر قناة الحرة عراق تؤثر بشكل إيجابي على القيم الثقافية للشباب العراقي.

Abstract

The study aimed to analyze the role of Al-Hurra Iraq satellite channel on the cultural values and beliefs of students at the University of Baghdad, and to evaluate the role that cultural programs play in shaping youth's cultural awareness, based on the importance of the media and its role in shaping public attitudes, the

specificity of the youth stage and the importance of providing media content consistent with it. The study adopted the descriptive analytical method using a sample survey method by applying a questionnaire designed by the researcher to a sample of Baghdad University students consisting of (200) respondents who were selected randomly. The study concluded that Iraqi students watch the programs shown on Al-Hurra Iraq channel continuously, and that the programs shown on Al-Hurra Iraq channel positively affect the cultural values of Iraqi youth.

المقدمة

في عصر العولمة، لعب التلفزيون الدولي دورًا محوريًا في تشكيل الوعي الثقافي والاجتماعي للمجتمعات حول العالم. من خلال نقل الأخبار والبرامج الترفيهية والثقافية عبر الحدود الجغرافية، أصبح التلفزيون الدولي جسرًا يربط بين الثقافات ويعزز التفاهم المتبادل. يُظهر التلفزيون الدولي قدرته على تجاوز الحواجز اللغوية والثقافية، مما يسمح بتبادل الأفكار والقيم بين مختلف الشعوب، ويعكس دوره العميق على الوعي الثقافي للأفراد، خاصة الشباب. مع ذلك، يأتي هذا الدور مصحوبًا بتحديات عديدة، حيث يُثير النقاش حول مسائل الهوية الثقافية والسيادة الوطنية. تُبرز الدراسات الحديثة، مثل تلك التي أجريت على فضائية الحرة عراق، الدور المعقد الذي يلعبه التلفزيون الدولي في تشكيل الوعي الثقافي للشباب في بغداد وغيرها من المدن حول العالم. تُشير هذه الدراسات إلى أن التلفزيون الدولي يمكن أن يكون أداة للتنوير والتعليم، ولكنه قد يكون أيضًا وسيلة لنشر الثقافات السائدة التي قد تتعارض مع القيم المحلية. من الضروري النظر في هذه الجوانب المتعددة للتلفزيون الدولي لفهم دوره الكامل على الوعي الثقافي. وقد تم معالجة ذلك خلال البحث عبر ثلاث فصول، وتضمن الفصل الأول الإطار المنهجي للبحث وتضمن مشكلة البحث وأهميته وأهدافه وتساؤلاته وتحديد مصطلحاته، أما في الفصل الثاني فعرضنا لتاريخ البث الفضائي وتطوره في العالم، ونشأة

قناة الحرة عراق الفضائية إضافة إلى النظريات التي تستند إليها البحث، أما الفصل الثالث فتم تخصيصه للدراسة الميدانية ونتائجها.

الفصل الأول/ الإطار المنهجي للبحث

أولاً/ مشكلة البحث

مع تزايد الانفتاح الثقافي والتدفق الحر للمعلومات عبر الحدود الجغرافية، أصبحت وسائل الإعلام الدولية، مثل فضائية الحرة عراق، لاعباً مؤثراً في تشكيل الوعي الثقافي للشباب في العراق، يُعد الشباب، وخاصة طلبة الجامعات، من بين الفئات الأكثر تعرضاً لهذه الدورات نظراً لتزايد استخدامهم للتكنولوجيا ووسائل الإعلام. تسعى هذه الدراسة الميدانية إلى فهم كيفية دور فضائية الحرة عراق في تعزيز الوعي الثقافي لعينة من طلبة جامعة بغداد، وتقييم الأبعاد الثقافية المختلفة التي قد تتأثر، مثل القيم، العادات، والمعتقدات.

السؤال الرئيسي لمشكلة البحث:

ما هو دور فضائية الحرة عراق في تعزيز الوعي الثقافي لعينة من طلبة جامعة بغداد، وما هي الأبعاد الثقافية الأكثر تأثراً بهذا النوع من الإعلام؟

وتنبثق منها التساؤلات الفرعية الآتية:

١. كيف يعزز المحتوى الإعلامي لفضائية الحرة عراق قيم ومعتقدات طلبة جامعة بغداد؟

٢. ما هي العوامل التي تعزز دور فضائية الحرة عراق على الوعي الثقافي للشباب؟

ثانياً/ أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في ثلاث مستويات أساسية:

الأهمية العلمية: من الممكن ان تشكل الدراسة الحالية بحثاً جديداً يضاف إلى المكتبة العامة بحيث يمكن للدارسين الرجوع إليه في حال إجراء دراسات تتناول موضوعات مقارنة.
الأهمية المجتمعية: من الممكن ان تقدم الدراسة الحالية معلومات مفيدة حول ما يتم عرضه في القنوات التلفزيونية من محتوى موجه للشباب، وما يتركه هذا المحتوى من تأثيرات على الوعي الثقافي لهم بحيث يمكن تجاوز الآثار السلبية التي من الممكن ان تتضمنها هذه المحتويات.

الأهمية المؤسسة: من الممكن أن تقدم الدراسة الحالية معلومات مستمدة من الدراسة الميدانية تساعد المؤسسات الإعلامية العراقية في اختيار المحتوى الخاص بتعزيز القيم الثقافية لدى الشباب العراقي.

ثالثاً/ اهداف البحث

تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على دور فضائية الحرة عراق في تعزيز الوعي الثقافي لعينة من طلبة جامعة بغداد، وتحديد الأبعاد الثقافية الأكثر تأثراً بهذا النوع من الإعلام، ويتفرع عنه الأهداف الآتية:

١- معرفة الآلية التي يعزز بها المحتوى الإعلامي لفضائية الحرة عراق قيم ومعتقدات طلبة جامعة بغداد

٢- تحديد العوامل التي تعزز دور فضائية الحرة عراق على الوعي الثقافي للشباب؟

رابعاً/ منهج البحث ونوعه:

منهج البحث: هذه الدراسة تُعد من الدراسات الوصفية، حيث تم اعتماد الخطوات القياسية للمنهج الوصفي التحليلي والذي يعد من المناهج المتوافقة مع بحوث الرأي العام (سمير محمد، ٢٠٠٨). ومن خلال الأساليب البحثية التي تتوافق مع المنهج الوصفي التحليلي تم اعتماد أسلوب المسح بالعينات الذي يقوم على اجتزاء عينة ممثلة إحصائياً لمجتمع البحث.

خامساً / مجتمع البحث وعينته

مجتمع البحث هو جميع المفردات التي تلتقي بسمة واحدة او أكثر من السمات المقيسة ضمن الدراسة، وتكون مجتمع الدراسة الحالية من جميع الطلاب الجامعيين في المرحلة الجامعية الأولى في جامعة بغداد بالعراق، ولذلك لكون هذه المرحلة العمرية هي التي يتم خلالها تشكيل القيم الثقافية والاجتماعية للأفراد، ونظراً لتعذر الوصول إلى كامل مفردات المجتمع تم اللجوء إلى أسلوب سحب العينات غ=عبر انتخاب عينة ممثلة عن المجتمع تمثلت عينة البحث من الشباب الجامعي بجامعة بغداد، باعتبارهم نموذجاً لشباب العراق في المرحلة الجامعية. وقد تم انتقاء عينة عشوائية مكونة من (٢٠٠) فرداً للمشاركة في الدراسة.

سادساً / حدود ومجالات البحث:

أ-المجال الزمني: تم إنجاز البحث خلال الفترة بين ١/١/٢٠٢٤ لغاية ٣١/٥/٢٠٢٤م
ب-الحدود المكانية: اختار الباحث عينته من طلبة جامعة بغداد لأنها من ناحية من اهم الجامعات العراقية ومن ناحية أخرى هي مكان إقامة الباحث وقربه من العينة المدروسة وكذلك استحالة ضم كافة طلبة الجامعات العراقية في الدراسة لأن ذلك يتجاوز قدرة الباحث ويتطلب فرق بحثية ومراكز دراسية فضلا عن تكلفة المواد والوقت اللازم لإجراء مثل هذه الدراسة.

سابعاً / أدوات البحث

في إطار البحث الذي يتناول دور قناة الحرة عراق الفضائية في تعزيز الوعي الثقافي للشباب الجامعي، قام الباحث بتصميم استبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات. يُعد الاستبيان وسيلة فعالة لقياس الآراء والاتجاهات والسلوكيات، ويمكن من خلاله تحليل العلاقات بين المتغيرات المختلفة. يتميز الاستبيان بقدرته على جمع معلومات من عدد كبير من الأفراد في وقت قصير وبتكلفة معقولة، مما يسهم في تعزيز دقة النتائج وإمكانية التعميم، وتكون الاستبيان من ثلاث محاور رئيسية؛ القسم الأول شمل المعلومات الديمغرافية الخاصة بالمبحوثين، فيما خصص المحور الثاني للآليات الخاصة بتعزيز القيم الثقافية، أما المحور الثالث فيتم تخصيصه للعوامل المؤثرة في القيم الثقافية

الدراسات السابقة

هدفت دراسة الأسدي (٢٠٢٣) إلى تعرف الضوابط الفعلية لحرية التعبير عبر شبكات التواصل الاجتماعية، والحدود الفاصلة بين حرية التعبير والإسفاف الأخلاقي في المحتوى الذي يتم عرضه.

اعتمدت الدراسة المنهج التحليلي عبر تحليل العديد من الأنظمة والقوانين الناظمة لحرية النشر الإعلامي، والسعي لإسقاطها على مواقع التواصل الاجتماعي.
توصلت الدراسة إلى أن استخدام الحريات بصورة مغلوبة من أهم الدوافع التي تؤدي بالجهات الرقابية إلى اتخاذ خطوات لتقييد العمل الإعلامي ضمن مواقع التواصل الاجتماعي.

فيما هدفت دراسة الهاشمي (٢٠٢٣) إلى تعرف الآليات التي تعمل بها مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الأفكار الهدامة في المجتمعات والطرق الفعلية لمواجهة هذه الآليات وخاصة فيما يتصل بتسخير هذه الواقع من قبل التنظيمات الإرهابية لأغراض الإساءة والتجيش.

اعتمدت الدراسة المنهج النقدي التحليلي عبر تحليل عينة من المنشورات التي بثها تنظيم داعش الإرهابي قبل السيطرة على الموصل بهدف إقناع الراي العام العراقي بأفكاره وتشويه سمعة الجيش العراقي.

خلصت الدراسة إلى ان خطورة المحتوى المسيء الذي من الممكن ان يعرض عبر مواقع التواصل الاجتماعي تمثل سبباً رئيسياً للإجراءات الدولية لمنع مثل هذا المحتوى.

كما هدفت دراسة جبر (٢٠٢٢) إلى تعرف الإجراءات المعتمدة من قبل السلطات الفلسطينية في مكافحة الابتزاز الإلكتروني باعتباره أحد طرق توظيف المحتوى المسيء عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي عبر استطلاع آراء عينة من القانونيين والإعلاميين

الفلسطينيين بلغ قوامها (٩٠) مستجيب، من خلال استبان مصمم من قبل الباحثة توصلت الدراسة إلى ان الجهود الرقابية الفلسطينية في مواجهة المحتوى المسيء عبر مواقع التواصل الاجتماعي لا تزال قاصرة عن تحقيق أهدافها الرئيسية بسبب عدم وجود التشريعات القانونية المناسبة لاحتواء المظاهر الإلكترونية من الجرائم المستحدثة.

فيما سعت دراسة الفيصل وسيد (٢٠١٧) إلى التعرف على مقدار الحرية الشخصية المتوفرة لمتصفح مواقع التواصل الاجتماعي ومنشئي المحتوى عبر هذه الواقع، وإمكانيات السيطرة على المحتوى المسيء عبرها.

استعان الباحثان بالمنهج الوصفي التحليلي عبر استبيان موجه للجمهور العراقي وعينة من (٤٠٠) مفردة.

توصلت الدراسة إلى ان بعض مواقع التواصل الاجتماعي تتخذ إجراءات للحد من المحتوى المسيء وانتهاك الخصوصية الفردية عبرها، إلا ان هذه القيود لا تزال قاصرة عن

السيطرة على ما يتم عرضه عبرها، كون هذه الإجراءات دائماً تتخذ بعد نشر المحتوى وليس قبله.

ثامناً / المفاهيم والمصطلحات

أ- قناة الحرة عراق: فضائية الحرة عراق هي قناة تلفزيونية تتلقى تمويلها من الكونغرس الأمريكي. تُدار من قبل مؤسسة شبكة تلفزيون الشرق الأوسط، والتي تخضع لإشراف مجلس أمناء البث، وهو هيئة فدرالية مستقلة تحرص على الحفاظ على الاستقلال المهني والنزاهة داخل المؤسسة، مما يضمن عدم انتماء القناة لأي حزب سياسي أو جهة محددة (مدين عمران، ٢٠٠٨). بدأت قناة الحرة - عراق ارسالها بعد اسابيع عدة من انطلاق القناة الرئيسية من ولاية فرجينيا الامريكية وعلى القمرين (عربسات - نايل سات) وبدأت قناة الحرة بثاً خاصاً بالعراق في ١٦ / ٩ / ٢٠٠٤، وعملت على استقطاب أشهر المذيعين ومقدمي البرامج والمحريين أو الذين سبق لهم العمل في القنوات الفضائية العربية الشهيرة مثل قنوات الجزيرة والعربية (حيدر القطبي، ٢٠٠٥)

ب- التوعية: التوعية هي عملية تنمية الوعي لدى الأفراد من خلال وسائل الإعلام، وهي تشير إلى قدرة الشخص على فهم الأمور والاستعداد للتفاعل مع موضوع معين بطريقة إيجابية أو سلبية (طارق محمد، ٢٠٠٥)

ج- التحديات الثقافية: تشير إلى مجموعة من الصعوبات والمعوقات التي تواجه المجتمعات وتؤثر على تطورها في مختلف المجالات مثل الفكر والأخلاق والسياسة والاجتماع والعلم. هذه التحديات تتضمن دور الإعلام العالمي في نشر ثقافة الاستهلاكية وإحداث شرخ في النسيج الاجتماعي، بالإضافة إلى دوره على العناصر الجوهرية للثقافة المحلية كاللغة والدين والقيم والعادات والتاريخ الذاتي والتعرف على الآخر (مصطفى المصمودي، ١٩٩٧)

د- فئة الشباب: مرحلة الشباب تعد موضوعاً يختلف حوله الخبراء، حيث ينقسمون في تحديد بدايتها بين الجوانب البيولوجية كالبلوغ والنضج الجنسي والقدرة على التكاث، وبين الجوانب الاجتماعية كالاندماج في المجتمع. تتفاوت هذه المرحلة بين الأفراد والمجتمعات،

ولكن الاهتمام في هذا السياق ينصب على الشباب في الحياة الجامعية (إبراهيم الجوير، ١٩٩٤).

الفصل الثاني

الإطار النظري للبحث

التطور التاريخي للبحث الفضائي في العالم

تمهيد

أدت الثورة الهائلة في ميدان تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الفضائية إلى ظهور أسلوب اتصال جديد يتميز بخصائص مغايرة للأسلوب التقليدي. ونتيجة للتنافس الشديد بين القنوات التلفزيونية المحلية والفضائية، بالإضافة إلى تطور تقنيات البث المباشر عبر الأقمار الصناعية، باتت فكرة القرية العالمية أقرب إلى الواقع، خصوصاً مع إمكانية الوصول إلى البث التلفزيوني والإذاعي على مدار الساعة (حسن الصيفي، ٢٠١١). شهد التلفزيون تطوراً ملحوظاً بفعل تقدم وسائل الاتصال العصرية، خاصةً شبكات الأقمار الصناعية، حتى بات التلفزيون والاتصال الفضائي مترابطين بشكل وثيق. وقد نجحت القنوات التلفزيونية الجديدة في فترة وجيزة بغزو الساحة العالمية واكتساب مكانة بارزة بين وسائل الإعلام الجماهيرية. ورغم تشابهها في العديد من الجوانب مع وسائل الإعلام التقليدية، إلا أنها تميزت بخصائص فريدة، أبرزها القدرة على نقل الأحداث لحظة وقوعها وتقديم محتوى إعلامي متنوع وغني يلبي اهتمامات المشاهدين بحرية تامة (أماني فهمي، ١٩٩٧). تُسهم هذه الميزات بشكل كبير في الانتشار السريع والشعبية الواسعة لهذه القنوات حول العالم. ففي الوقت الذي تُدار فيه وسائل الإعلام التقليدية من قبل هيئات رسمية تفرض رقابتها على المحتوى وفقاً لأجندتها الإعلامية، ظهرت هذه القنوات كبديل يُخفف من هيمنة القنوات المحلية، مانحاً الأفراد حرية أكبر في اختيار المحتوى الإعلامي الذي يتلقونه (محمد السيد، ٢٠٠٩). مع تقدم التكنولوجيا المتسارع، الذي يجمع بين التلفزيون والكمبيوتر وخطوط الهاتف، نتوقع ظهور أشكال جديدة من القنوات التلفزيونية والخدمات التي تتجاوز خيالنا الحالي. وكما يشير خبراء الاتصالات، فإن الابتكارات في مجال الاتصالات تتوالى يوماً بعد يوم، بحيث يصبح ما كان يُعتبر حديثاً في العام الماضي قديماً بالفعل في العام الحالي (محمد السيد، ٢٠٠٩). ان القنوات التلفزيونية

الوافدة عبر الأقمار الصناعية هي النتيجة الحتمية لتطور وسائل الاتصال، وهو تطور لم يحدث في ليلة وضحاها بل استغرق عقوداً طويلة من الزمن، ولذلك سنتطرق في هذا الفصل إلى بدايات نشوء البث التلفزيوني الفضائي وتطوره في العالم.

نشأة البث الفضائي في الدول المتقدمة

ظهرت توقعات بأن البث الفضائي للتلفزيون قد يحقق طفرة كبيرة، حيث أشارت إلى أن محطة بث تلفزيوني فضائية تتبع مداراً متزامناً مع دوران الأرض يمكنها أن توسع نطاق تغطيتها لتشمل مناطق واسعة من الكوكب. ومن ثم، ستتحول خدمات البث التلفزيوني من النطاق المحلي المحدود إلى المجال الدولي (محمد السيد، ٢٠٠٩). ظهرت الفكرة الرائدة لنقل البث التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية في مقالة للمهندس البريطاني المتخصص في الاتصالات، آرثر كلارك، والتي نُشرت في مجلة "عالم اللاسلكي" بعد انقضاء الحرب العالمية الثانية بقليل، في العام ١٩٤٥. في هذه المقالة العلمية، طرح كلارك فكرة إرسال قمر صناعي إلى مدار يبعد ٣٦ ألف كيلومتر فوق خط الاستواء، بحيث يكون قادراً على إرسال الإشارات التلفزيونية مباشرةً إلى الأجهزة المنزلية دون الحاجة إلى المحطات الأرضية (جلال عبد الفتاح، ١٩٩٤).

تحققت الآمال والتوقعات بإطلاق الاتحاد السوفيتي للقمر الصناعي "سبوتنيك ١" في الرابع من أكتوبر عام ١٩٥٧، مما مثل بداية عصر جديد بكونه أول قمر صناعي يدخل مدار الأرض. وفي العام الذي يليه، أطلقت الولايات المتحدة الأمريكية قمرها الصناعي الأول "إكسبلورر ١"، الذي لم يُصمم لأغراض الاتصالات. وبعد إطلاق خمسة أقمار صناعية أخرى، جاء القمر الصناعي الأمريكي الثامن "سكور" في عام ١٩٥٨، وكان مخصصاً للاتصالات، مما عزز الرغبة في استخدام الفضاء لتحسين الاتصالات العالمية (حمدي قنديل، ١٩٨٥). يعود تاريخ استخدام الأقمار الصناعية في مجال الاتصالات إلى العاشر من يوليو عام ١٩٦٢، حيث شهدت تلك الليلة حدثاً تاريخياً بمشاهدة برنامج تلفزيوني بالتزامن في الولايات المتحدة، بريطانيا، وفرنسا. وقد تم ذلك عبر القمر الصناعي "تليستار"، الذي كان أول قمر يثبت في الفضاء لهذا الغرض. تم إرسال الإشارات إلى "تليستار" باستخدام هوائيات عملاقة موجودة في شمال أمريكا، وقام القمر الصناعي بتضخيم الإشارات بمقدار عشرة

ملايين ضعف قبل إعادة إرسالها إلى الأرض، حيث تلقتها هوائيات في إنجلترا وفرنسا. ومع ذلك، لم تدم هذه الخدمة سوى أقل من ساعة بسبب خروج القمر الصناعي من مجال الرؤية المباشرة لمحطات الإرسال الأرضية (حسن مكاوي، ٢٠٠٣). في عام ١٩٦٤، تم إنشاء المنظمة الدولية للأقمار الصناعية للاتصالات، المعروفة سابقًا بـ INTELSAT، بمشاركة ١٤٨ دولة بقيادة الولايات المتحدة الأمريكية ومقرها في واشنطن. تُعد هذه المنظمة أكبر مقدم لخدمات النقل الفضائي على مستوى العالم، تقدم خدماتها بجودة عالية وبدون تفرقة بين الدول، موفرةً تغطية شاملة وخدمات تفاعلية في مجالات الإعلام، الاتصالات، والخدمات الحكومية لنحو ٢٢٠ دولة. أطلقت المنظمة أول أقمارها الصناعية "الطائر المبكر" في عام ١٩٦٥، وكان آخر إطلاق لها هو القمر الصناعي "Intelsat 11" في ٥ أكتوبر ٢٠٠٧ (محمد السيد، ٢٠٠٩). أما في قارة آسيا فقد تزايد اهتمام الدول الآسيوية بتقنيات البث عبر الأقمار الصناعية، ومثال على ذلك، قامت اليابان بإجراء تجارب ناجحة على الأقمار الصناعية المباشرة، أسفرت عن إطلاق القمر الصناعي BSE.

والآن، يُمكن للمشاهدين الاستمتاع بمتابعة تسع قنوات متعددة اللغات عبر القمر الصناعي الياباني J.C.Sat 1 (وديع العززي، ١٩٩٨). وأخيراً في خضم التقدم التكنولوجي السريع، يبرز مشروع "أوديسا الفضاء ٢٠٠١" كمبادرة طموحة تهدف إلى نشر ٨٤٠ قمراً صناعياً في مدار يبعد ٤٠٠ ميل عن الأرض، بدلاً من المسافة التقليدية البالغة ٢٢٣٤٧ ميلاً. هذا القرب الشديد، الذي يزيد بستين ضعفاً عن المسافة المعتادة، من شأنه أن يعزز قوة الإشارة الواصلة إلى الأرض بمقدار ٣٦٠٠ مرة مقارنةً بالإشارات الحالية. وقد خصص بيل جيتس، مؤسس شركة Microsoft، وكريج مكاو، رئيس شركة مكاو للاتصالات الفضائية، استثمارات كبيرة لتحقيق هذا المشروع المستقبلي (وديع العززي، ١٩٩٨).

يتمثل هذا المشروع في أن الإشارات القادمة من الأقمار الصناعية سَتُستقبل مباشرةً عبر أجهزة التلفزيون التقليدية، دون الحاجة إلى استخدام الأطباق اللاقطة. سيكون حجم كل قمر صناعي مماثلاً لحجم جهاز تلفزيون، وستشكل مجموعة الأقمار البالغ عددها ٨٤٠ قمراً صناعياً شبكة تحيط بالأرض على شكل عنقود، مما يتيح تبادل الإشارات وإرسالها إلى كافة أنحاء العالم (وديع العززي، ١٩٩٨).

نشأة قناة الحرة عراق وتطورها أولاً

وصفت الإدارة الأمريكية وسائل الإعلام العربية بأنها تتناقض مصالح الولايات المتحدة، حيث اتهم وزير الدفاع آنذاك، دونالد رامسفيلد، قناة الجزيرة بأنها تدعم الحركات الإسلامية من خلال بث فيديوهات لرهائن يتم إعدامهم في العراق. كما أشار الرئيس جورج بوش إلى المحطات التلفزيونية العربية بأنها تروج لدعاية معادية للولايات المتحدة. ردًا على ذلك، أطلقت أمريكا قناة الحرة، التي تعني (الشيء الطليق أو الحر)، بهدف تعزيز الرؤية الأمريكية ومواجهة الصورة السلبية التي تم تشكيلها (Anne Baglouny، ٢٠٠٥). بدأت قناة الحرة عراق ارسالها بعد أسابيع قليلة من بدء البث الأول لقناة الحرة الأم، وذلك في يوم السبت الموافق ١٤ فبراير ٢٠٠٤. تبث القناة من ولاية فرجينيا بالولايات المتحدة الأمريكية، وتُعرض عبر الأقمار الصناعية عربسات ونايل سات، وهي قناة تبث باللغة العربية وتتخذ من الولايات المتحدة مقرًا لها (محمد فياض، ٢٠٠٥). تُعتبر قناة الحرة أضخم مبادرة إعلامية أمريكية تستهدف الجمهور العربي منذ بدء بث إذاعة صوت أمريكا في عام ١٩٤٢. وأفاد نورمان باتيرز، رئيس إدارة الشرق الأوسط بمجلس الأمناء المسؤول عن البث، بأن قناة الحرة ستوفر للمتابعين في الشرق الأوسط رؤى جديدة وستتميز كمصدر إضاءة في ساحة الإعلام التي تسودها الإثارة والتشويق (مجدي خليل، ٢٠٠٦).

تسعى القناة لأن تصبح مرجعًا إخباريًا رئيسيًا، مع التركيز بشكل خاص على الأخبار القادمة من العراق كأولوية، ومن ثم الأخبار العربية. وعلى الرغم من هذا التركيز الإخباري، فإن القناة لم تغفل عن التنوع في المحتوى، حيث خصصت جزءًا معتبرًا للبرامج الرياضية والفنية والسينمائية منذ انطلاقتها. (The U.S advisory commission، ٢٠٠٢).

بحسب تصريحات المسؤولين الأمريكيين، تأسست القناة بهدف المنافسة أو التقليل من دور القنوات العربية، ولتعزيز صورة الولايات المتحدة وجذب اهتمام الشباب العربي المسلم. ولتحقيق ذلك، استقطبت القناة مجموعة من أبرز المذيعين ومقدمي البرامج الذين لهم خبرة سابقة في قنوات عربية معروفة كالجزيرة والعربية (عبد الرزاق الدليمي، ٢٠٠٥).

التأثيرات السلبية للإعلام على الوعي الثقافي

قد ينتج عن القيم الثقافية التي تبثها الوسائل الإعلامية مظاهر سلبية أبرزها:

- ١- هيمنة ثقافة المظهر والشكل والابهار واللمعان والاستعراض والمهرجان على حساب ثقافة الجوهر والمضمون والقيمة والعمق. وبمعنى اخر تصبح الصورة بديلا عن الواقع حيث تزييف الوعي وغيابه، ويتحول الانسان الى شي او سلعة.
 - ٢- اختفاء الابداع، حيث سيادة ثقافة الكثرة والاستهلاك والنقل والمحاكاة لاعمال وبرامج فنية وغنائية تلفزيونية
 - ٣- هيمنة ثقافة صناعة النجوم، وتحويل البشر الى سلع.
 - ٤- هيمنة ثقافة (التكرار) وهو عدو لدود للابداع.
- إضافة إلى ذلك يمكن أن تؤثر المضامين الإعلامية في هذه الفضائيات على الوعي الثقافي من خلال:

١- ثقافة الترفيه والاستهلاك

شهد الوطن العربي احداثا وتحديات مصيرية، لم يكن بمنأى عن تلك القفزة الاتصالية، فشهد بروزا لفضائيات راحت تثبت كالفطر وتتنوع على الصعد كافة: الملكية، الاهداف، التوجهات، التخصصات، البيات العمل، التوزع الجغرافي.

وعلى الرغم من الاختلاف بين المحطات الفضائية العربية وغير العربية على صعيد انتقائها لبرامجها وبالتحديد لبرامج التسلية والترفيه، الا ان الثقافة التي تشيعها هذه الاخيرة خصوصا ومحطات التلفزة عموما تقوم على مجموعة عناصر، من ابرزها:

أ- السرعة والاننية:

الشاشة دائما في عجلة من امرها، لا مجال للتوقف والتفكير والعودة للوراء. هي تعمل على ضغط الزمن قدر الامكان، لان زمن البث سعره مرتفع، وكلما تمكنت من ضغطه كلما استقطبت الاعلانات. لذا نرى دائما الاحداث سريعة، الايقاعات سريعة، صور الفيديو كليب متلاطمة، الاتصال سريعة. وهذا يعني ان ثقافة اللحظة تعني نفس التاريخ والهوية لصالح الاستهلاك والاثارة.

ب- الريح السهل والسريع

الرخاء الذي نشاهده على الشاشة في الافلام والمسلسلات، الجوائز التي يمطر بها المشاهدون، ذلك يحيلنا الى ثقافة التشاطر حيث تهبط الثروة دون عناء. وطبيعي ان تغيب امام هذه الثقافة ثقافة الجهد والنفس الطويل، وتلعب الحظوظ دورها بامتياز.

ج- النجومية الاعلامية

تحولت الشاشة الى مصنع للنجوم من مقدمين ومقدمات الى عارضات الى فنانيين وفنانات ورجال سياسة ونجوم رياضة الخ... وتتم صناعة الربح، اما نجومية الجهد والانتاج والعلم فتقع في مكانها المتواضع.

وهناك جملة اشكالات لايمكن للفضائيات نفسها النفاذ منها ولا للباحثين اغفالها:

الاشكالية الاولى: علاقة الإعلام نفسه بالسياسة والسياسين من ناحية، وبما يسمى بالراي العام من ناحية ثانية، وما ينتج عن ذلك من اشكالية كبرى تتجلى بالاثر الذي يمكن ان يحدثه تحالف السلطة والمال والاعلام على الحياة السياسية وعلى الاعلام.

الاشكالية الثانية: مرتبطة بالتلفزيون نفسه كوسيلة لها الياتها في العمل الاعلامي تستدعي الملح والاني والسريع والمثير والاستعراضي، والدورات المتبادلة بين الاعلام والسياسة والاقتصاد، كتراجع الديمقراطية التمثيلية لصالح ديمقراطية الراي وتحول الاتصال الى ايدلوجيا، وشيوع الاعلانات كظاهرة لاستقطاب الجمهور من خلال التبسيط والجدب والاثارة لدرجة التسطيح.

الاشكالية الثالثة: مرتبطة بالجمهور نفسه، ثقافته ورؤيته وبيئته السياسية والاجتماعية، وقدرته على استيعاب الخطاب الاعلامي، وقدرة الإعلام على جذب من خلال استثمار واقعه السياسي والاجتماعي من خلال التنفيس والتماثل والاسقاط.

وبغياب المشروع وغياب حتى الممارسة الديمقراطية داخل البنية الاعلامية نفسها، نجد انفسنا امام ظاهرة اعلامية جديدة تمارس وظيفة الالهة المتزايد للمشاهدين.

١- بروز البرامج السياسية ذات الطابع الانقسامي والصراعي من خلال اثاره النعرات الطائفية والقومية والعرقية، والنزاعات المحلية والاقليمية وتثوير الراي العام.

٢- البرامج الترفيهية الساعية لتفكيك البنى الذهنية العصبية على النفاذ من خلال العمل الناعم على تفجير السلوكيات وانماط الحياة بما يتناسب ومتطلبات تعريف الانتاج، عن طريق ربط

المتعة بالحدثة والحدثة بالاستهلاك. وقد تمظهرت بعض البرامج على شاشات الفضائيات العربية بطريقة تلفها المفارقات وتصبح فيها المتناقضات بضغط من الثقافة والبيئة والظروف والامكانات مثل تلفزيون الواقع ورسائل أ ل (اس ام اس) التي تظهر في اسفل الشاشات على المحطات الترفيهية، واغاني الفيديو كليب الاباحية وانواع من المسلسلات والافلام المذبجة.

٣- البرامج الدينية، وبالذات القنوات المتخصصة التي اصبحت بمثابة شرنقة لكل فئة اي بمعناه دفع الاسلام نحو مزيد من الانكفاء وتضييق مسافته بشكل لا يقبل التنوع ولا الاختلاف، ولا حتى الرحمة والغفران، ولا مشاركة الفرق والطوائف فيما بينها على اغناء الفكر الاسلامي وجعله اكثر رحابة.

٤- البرامج الاخبارية والحوارية، حيث الاخبار يطغي عليها الجانب الدعائي للانظمة، والكوارث والحروب والقتل، بينما تراجعت الاخبار التي تمس حياة المواطنين العادية، وتختفي اخبار منظمات المجتمع المدني، فالجمل الاخبارية اصبحت توحى اكثر مما تبرهن. اما البرامج الحوارية فانها على العموم غير حيادية، وتقوم على تنافر الازداد وعلى التمرس على اطراف الثنائيات مما يؤدي الى تكريس الانقسامات الحادة القائمة على الصراعات السياسية والاجتماعية.

ويبدو أن المادة الترفيهية تأخذ حيزاً كبيراً في هذا الإغراق الإعلامي حيث تتسابق الفضائيات على نشرها وتعميقها على حساب المادة الثقافية والتعليمية والتنموية . وطوفان هذه المادة في المفردات اليومية لبرامج الفضائيات ينطلق من الاعتبار النفسي والاجتماعي أن المتلقي، وخاصة فئة الشباب أكثر ميلاً إلى الترفيه.

والملفت للنظر أن المحطات التلفزيونية العربية (الأرضية و الفضائية) تسهم بشكل فعال مع القنوات الفضائية الأجنبية بنشر المادة ذات الطابع الثقافي الهابط التي لا تتلائم مع الواقع الاجتماعي، وتتعارض مع التنشئة الاجتماعية العربية ومقوماتها. فهي تركز صور الحياة الاستهلاكية وتعرض مقومات الشخصية العربية والثقافية والقومية للتشويه والمسح والاعتراب الحاد. حيث تتسابق هذه المحطات العربية على إرضاء الجمهور العربي، وخاصة الشباب، واجتذابه لهم بأي صورة، من خلال المواد الترفيهية، وعرض الأفلام والمسلسلات المليئة بالعنف والجريمة وقصص الحب والمغامرة العاطفية والإثارة. بل أن بعض القنوات الفضائية

العربية أصبحت أشبه (بنواد ليلية) تقدم لجمهورها أنواع فنون الإثارة الجسدية و الغريزية وبمواصفات قد لا نجدها حتى في القنوات الفضائية الأجنبية ،كما إنها لاتتورع بتقديم أنواع من الأفلام الأجنبية بدون (مقص الرقيب) ،ودون اعتبارات للواقع الاجتماعي ومتطلباته .

والملاحظ بروز ظاهرة جديدة في بعض القنوات الفضائية العربية الخاصة ، تتمثل بظهور ما يسمى (تلفزيون الواقع) الذي يعرض نسخ معربة من برامج امريكية واوربية ، تقوم فكرتها على جمع عدد من الفتيان والفتيات في بيوت ، للعيش سويا ، ضمن ظروف محددة ، امام كاميرات تلفزيون ، تثبت في غرف هذه البيوت ليعيشوا حياة طبيعية، مثل برنامج (ستار اكاديمي) و (على الهوا سوا) و (الرئيس) ، وكلها برامج تتسابق على ارضاء الجمهور العربي ، وخاصة الشباب، لأسباب تجارية مادية ، مع بروز ظاهرة دخول المال العربي ، بشكل سلبي، الى الانتاج الإعلامي والفني ، دون اعتبارات للواقع الاجتماعي ، بحيث اصبح الأستثمار في هذا المجال يأخذ مداه السلبي في تعميق ثقافة الاثارة. مع ما قد تحمله من توجهات سياسية وفكرية ملغومة ، تريد تدمير الواقع العربي وبنيتها الاجتماعية وثقافته وقيمه.

ان ما نجده الان عبر القنوات الفضائية العربية هو شئ جدير بان نصفه بانه (ثقافة مستعارة) حيث يجري استيراد المكون الثقافي الغربي الامريكي او الاوروبي برمته، ويغرس في قلب ثقافة اخرى لم تسهم في تكنولوجيا الصورة باي شئ جدير بالذكر .

وهكذا توجه الثقافة الغنائية والموسيقية المستعارة، مثلما توجه ثقافة العنف المستعارة الى فئة مستهدفة خاصة من الجمهور ، فئة المراهقين والشباب، فئة تتسم بالقابلية بالايحاء والاستغراق في احلام اليقضة وانفتاح نحوعوالم الطموح والرغبة في تحقيق الذات والبحث عن مثل عليا يجري التوحد معها فلا تجد امامها سوى نموذج العنف الذي تبثه الافلام او نموذج الجنس الذي تطلقه الاغاني . وباختصار هناك صناعة ثقافية إعلامية لا تعتمد على المقاييس الفنية والجمالية بقدر اعتمادها على الجذب والإثارة لتسطيح الفكر و الحياة ،وخلق الوعي المشوه والمبسط ، وهدر الوقت وإضاعته ، وإضعاف مشاركة الشباب المثمرة في النشاطات المختلفة .

والملاحظ أن القاسم المشترك لبرامج القنوات الفضائية هو المادة الترفيهية وأفلام الجريمة والعنف والرعب والجنس .أي أن ثقافة الصورة تطغى عليها أكثر من ظاهرة : الاغتراب

،القلق ، إثارة الغريزة ، الفردية ، العدوانية ، دافعية الانحراف ، سلطة المال والنساء ،حب الاستهلاك ،الأنانية ،عدم الاكتراث ، والتمرد، وكلها مفردات حياتية تتأسس في إدراك الفرد وسلوكه ومعارفه ،حيث تتحول أحياناً صورة ذهنية إلى نشاط عملي عن طريق المحاكاة والتقليد وعمليات التطبيع الاجتماعي.

لهذا نتوقع مستقبلاً أن تنشأ مشكلات اجتماعية تأخذ أبعاداً واضحة في الحياة العربية ،ويتأثر فيها الأطفال و المراهقون والشبان بنتائجها السلبية . فمن المحتمل أن تخلق برامج الفضائيات الاضطراب الاجتماعي ، وعدم الاستقرار في العلاقات الاجتماعية، وتعميق المشاعر الذاتية أكثر من الالتزام الجماعي، ويضعف الولاء للمجتمع والوطن ، وتنمية الفردية والروح الاستهلاكية ، وتقوض أركان التماسك الاجتماعي ، وتعميق الإحساس بالاعتراب و الهروب من التصدي لواقع الحياة،وتوسيع الفجوة بين الأجيال دون محاولة تذويب الاختلاف ، والانبهار بالموديل الأجنبي ، وإشاعة مشاعر الاستسلام للواقع، وتوطين العجز في النفوس ، واضعاف الروابط الأسرية وقيمها،وتعميق الانعزالية بين الشباب وسحبهم إلى معارك ضارية مع النظم الاجتماعية بدءاً من الأسرة وانتهاء بالدولة والأمة، وإحجام الشباب عن ممارسة الأنشطة الإنتاجية والترويحية والاكتفاء بالتعرض للتلفزيون، واختلاف الجماعة على مجموعته من القيم الاتجاهات والمعايير،والدور على مهارات الطفل المرتبطة بالمدرسة وعلى الكفاية المعرفية بصورة عامه ،وازدیاد السلوك الانحرافي والأمراض الاجتماعية .

الفصل الثالث الإطار العملي - الدراسة الميدانية

١- الخطوة الأولى: تحديد العينة

تم طرح الاستبيان على عينة عشوائية مكونة من ٢٠٠ طالب من طلاب الجامعة لتضمن جودة الاستبيان حيث كانت العينة تشمل طلاب من مختلف الخلفيات

٢- الخطوة الثانية: تصميم الاستبيان

قمنا بتطوير استبيان يحتوي على أسئلة تتعلق بموضوع البحث والأهداف المحددة. بحيث تكون الأسئلة واضحة ومفهومة للمشاركين وتتيح لهم التعبير بحرية عن آرائهم وتجاربهم،

وتضمن الاستبيان إضافة إلى المعلومات الشخصية والديموغرافية محورين أساسيين، الأول تعلق بالآليات الخاصة بتعزيز القيم الثقافية، أما المحور الثالث فيتم تخصيصه للعوامل المؤثرة في القيم الثقافية.

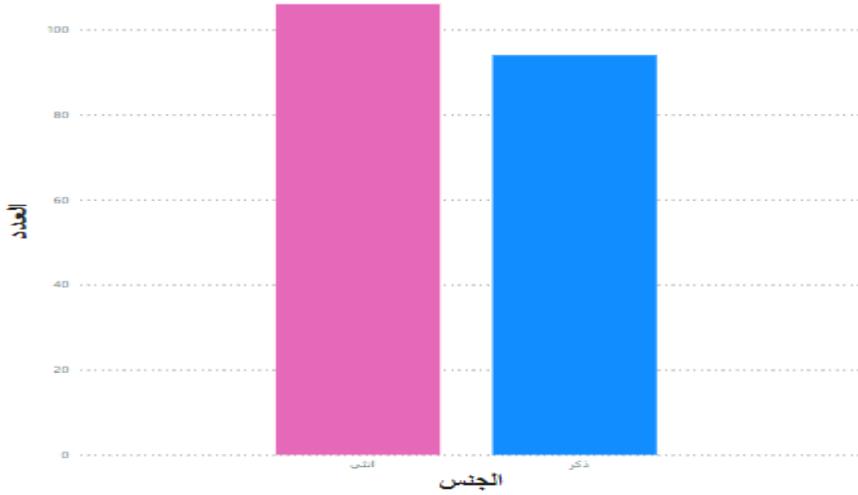
كما تم قياس صدق الاستبيان عبر عرضه على مجموعة من المحكمين من أعضاء الهيئة التدريسية في جامعة بغداد وتبين أن الاستبيان مناسب لأغراض الدراسة الحالية، وجرى قياس الثبات عبر تطبيقه على عينة استطلاعية من (٢٠) مجوٲ من خارج العينة الكلية وحساب معامل كرونباخ ألفا، وبلغت قيمته (٠.٨٤١) وهو يشير إلى معدل ثبات مرتفع

٣- الخطوة الثالثة: الإحصاء الوصفي

الجدول (١) يبين السمات الديموغرافية للعينة

توزيع عينة البحث وفقاً للجنس

الجنس	التكرار	النسبة
انثى	١٠٦	53%
ذكر	٩٤	47%
المجموع	200	100%



تشير بيانات جدول رقم (١) أن نسبة فئة الاناث من طلاب الجامعة كانت أكبر حيث بلغت ٥٣ %، بينما كانت نسبة الذكور في المرتبة الثانية ونسبة ٤٧ %.

توزيع عينة البحث وفقا للمرحلة الدراسية الجامعة الأولية

النسبة	التكرار	المرحلة
25%	50	الأولى
25%	50	الثانية
25%	50	الثالثة
25%	50	الرابعة
100%	200	المجموع

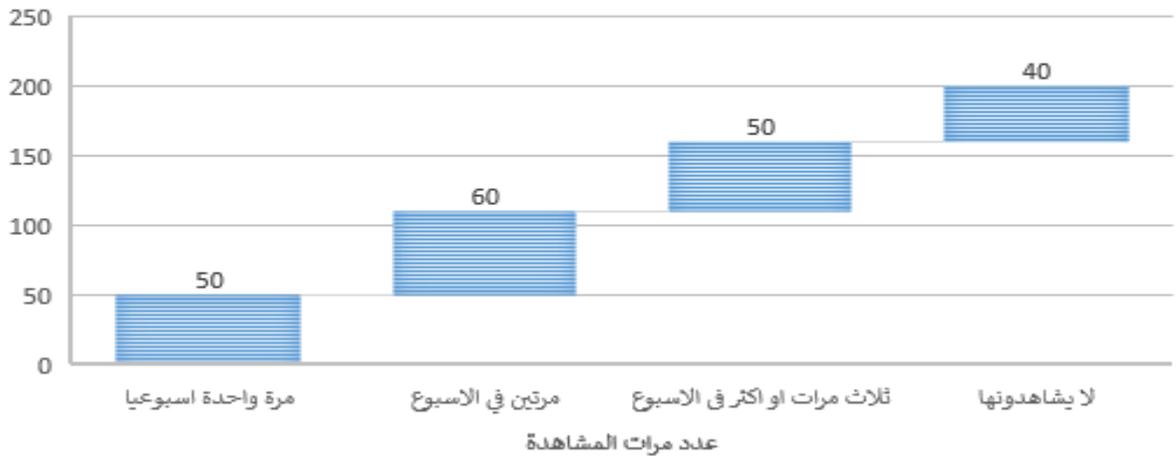
تُظهر البيانات المتعلقة بالمرحلة الدراسية أن توزيع عينة البحث قد تم بما يتناسب مع المراحل الدراسية الجامعية المختلفة. وقد أوضحت الأرقام أن كل مرحلة دراسية جامعية قد شكلت نسبة ٢٥ % من إجمالي عينة البحث، مما يعني توزيع العينة بانتظام عبر جميع المراحل.

توزيع عينة البحث وفقا للمشاهدة اليومية لتلفزيون الحرة عراق

النسبة	التكرار	مشاهدة قناة الحرة عراق
٢٥ %	٥٠	مرة واحدة أسبوعيا
٣٠%	٦٠	مرتين في الأسبوع
٢٥%	٥٠	ثلاث مرات او اكثر في الاسبوع
٢٠%	٤٠	لا يشاهدونها
%١٠٠	٢٠٠	المجموع

مشاهدة القناة

■ Increase ■ Decrease ■ Total

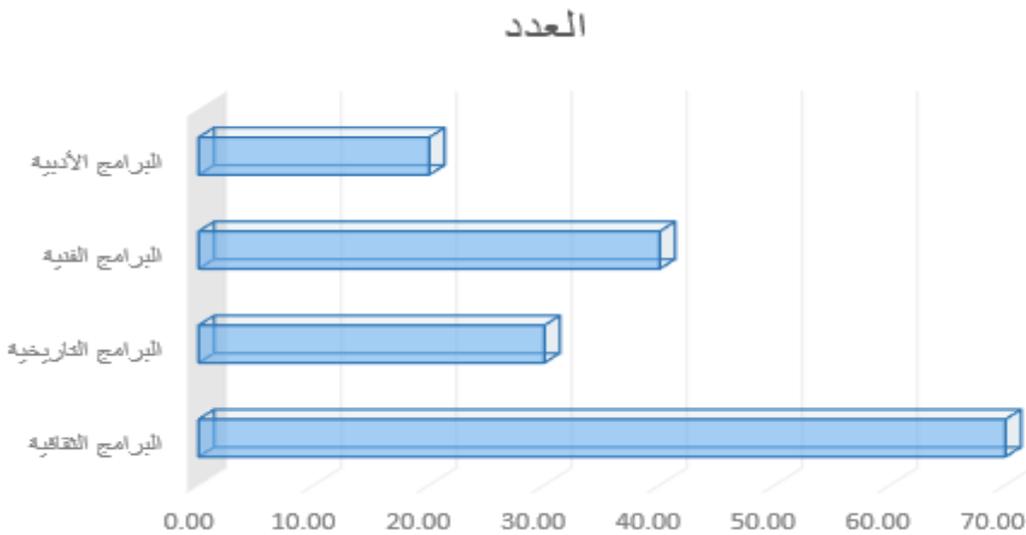


تُظهر نتائج الاستبيان أن ٢٥% من طلبة جامعة بغداد، والذين يمثلون ٥٠ طالبًا، يشاهدون تلفزيون الحرة عراق مرة واحدة أسبوعيًا. بينما يشاهده ٣٠% من الطلبة، أي ٦٠ طالبًا، مرتين في الأسبوع. وهناك ٢٥% من الطلبة، والذين يمثلون ٥٠ طالبًا، يشاهدون القناة ثلاث مرات أو أكثر في الأسبوع. في المقابل، ٢٠% من الطلبة، وعددهم ٤٠ طالبًا، لا يشاهدون تلفزيون الحرة عراق.

الحرّة عراق على الإطلاق. وبذلك، تكون النسبة الإجمالية للطلبة المشاركين في الاستبيان ١٠٠٪، والعدد الكلي للطلبة هو ٢٠٠ طالب.

توزيع عينة البحث وفقاً للبرامج التي تفضلون مشاهدتها على تلفزيون الحرّة عراق

نوع البرنامج	التكرار	النسبة ممن يشاهدون القناة
البرامج الثقافية	70	43.75%
البرامج التاريخية	30	18.75%
البرامج الفنية	40	25%
البرامج الأدبية	20	12.5%
المجموع	160	100%

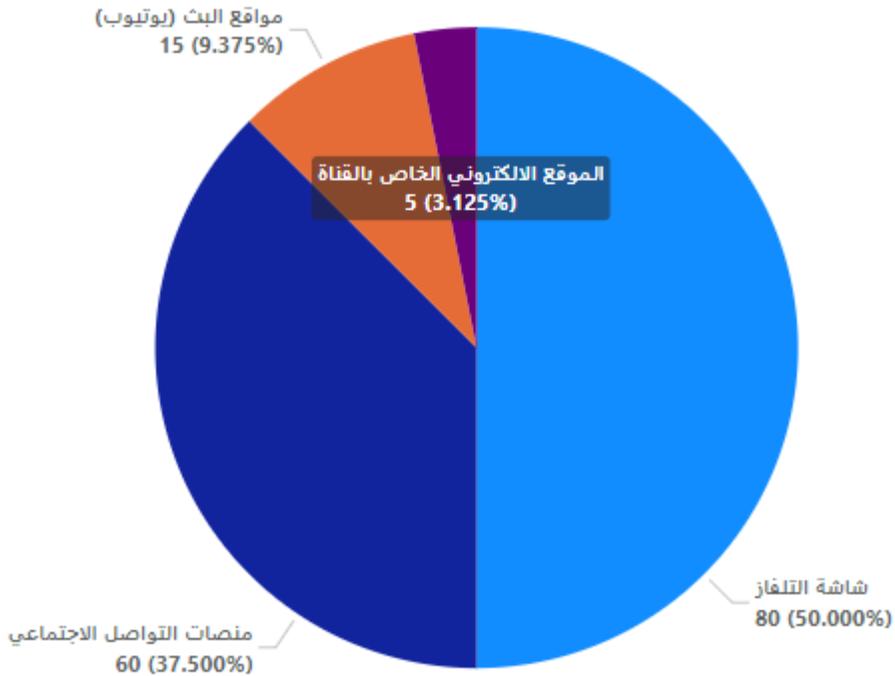


وفقاً لنتائج الاستبيان، يُفضل 43.75% من طلبة جامعة بغداد، والذين يمثلون 70 طالباً، مشاهدة البرامج الثقافية على تلفزيون الحرّة عراق. في حين يُفضل 18.75% من الطلبة، أي 30 طالباً، البرامج التاريخية. ويُفضل 25% من الطلبة، وعددهم 40 طالباً، البرامج الفنية. أما البرامج الأدبية فتحتظى بتفضيل 12.5% من الطلبة، والذين يمثلون 20 طالباً. وبذلك،

يكون مجموع الطلبة الذين شملهم الاستبيان الذين يشاهدون القناة 160 طالباً، ما يعكس تنوع تفضيلات الطلبة فيما يتعلق بمحتوى البرامج التلفزيونية.

توزيع عينة البحث وفقاً للطريقة التي يفضلون مشاهدة تلفزيون الحرة عراق بها

طريقة المشاهدة	العدد	النسبة
شاشة التلفاز	٨٠	50%
منصات التواصل الاجتماعي	٦٠	37.5%
الموقع الالكتروني الخاص بالقناة	٥	3.125%
مواقع البث (يوتيوب)	١٥	9.375%
المجموع	160	١٠٠%



وفقاً لنتائج الاستبيان، يُفضل ٥٠٪ من طلبة جامعة بغداد، والذين يمثلون ٨٠ طالباً، مشاهدة قناة الحرة العراق على شاشة التلفاز، و يُفضل ٣٧.٥٪ من الطلبة والذين يبلغ عددهم ٦٠ طالب مشاهدة القناة على مواقع التواصل الاجتماعي، بينما تشكل نسبة الطلاب الذين يفضلون مشاهدة القناة على موقع اليوتيوب ٩.٣٧٥٪ بمجملاً ١٥ طالب، اما من يشاهدون القناة على موقع الويب الخاص بالقناة فلا تتعدى نسبتهم ٣.١٢٥٪. مما يوضح لنا اهمية وسائل التواصل الاجتماعي في مجال الإعلام ودورها المتنامي في السنوات الاخيرة.

الخطوة الثالثة: الإحصاء التحليلي:

النتائج الخاصة بمحور الآليات الخاصة بتعزيز القيم الثقافية يظهر الجدول التالي النتائج الخاصة بإجابات العينة عن محور آليات تعزيز القيم الثقافية

الآلية	التكرار	النسبة %
التكرار	٦١	٣٠.٥
التأطير	٢٨	١٤
الاستمالة العقلية	٦	٣
الاستمالة العاطفية	٤٤	٢٢
الأمثلة والشواهد	١٨	٩
التضخيم والمبالغة	٤٠	٢٠
آليات أخرى	٣	١.٥
المجموع	٢٠٠	%١٠٠

يظهر من الجدول أن قناة الحرة عراق تستخدم التكرار بشكل أكبر من بقية آليات تعزيز القيم الثقافية إذ بلغ التكرار (٦١) بنسبة (٣٠.٥٪) من المستجيبين، يلي ذلك اللعب على العواطف بنسبة (٢٢٪) فالتضخيم والمبالغة بنسبة (٢٠٪) فيما يعرض الجدول التالي النتائج الخاصة للعوامل المؤثرة في القيم الثقافية التي تبيها القناة للشباب العراقي

العوامل	التكرار	النسبة %
نشر الثقافة الغربية	٦٠	٣٠
تجميل صورة أمريكا في العراق	١٠٠	٥٠
الاستخفاف بالثقافة العراقية	١٠	٥
نشر فكر التطبيع مع إسرائيل	٣٠	١٥
المجموع	٢٠٠	%١٠٠

يظهر من خلال الجدول أن قناة الحرة عراق تسعى أن تجميل صورة أمريكا لدى الشباب العراقي بالدرجة الأولى، إذ بلغ تكرار إجابات الباحثين عن هذه العبارة (١٠٠) بنسبة (٥٠%) من الباحثين، وفي المقام الثاني نشر الثقافة الغربية بتكرار (٦ ونسبة ٣٠%) من إجابات الباحثين.

الاستنتاجات:

- تؤثر وسائل الإعلام المرئي بشكل مباشر في تشكيل وتعديل القيم الثقافية للشباب العراقي من خلال مجموعة من المضامين الإعلامية الموجهة لهم.
- تسعى قناة الحرة عراق الفضائية للترويج للثقافة الغربية بين الشباب العراقي.
- تهدف قناة الحرة عراق إلى تلميع صورة أمريكية لدى الشباب العراقي.
- تعتمد قناة الحرة عراق خلال سعيها للتعديل الوعي الثقافي للشباب العراقي على أسلوب التكرار بالدرجة الأولى.

التوصيات:

- ١- العمل على تنويع البرامج لتشمل كافة الجوانب الثقافية
- ٢- تغطية الاخبار الرائجة التي يولي لها الشباب اهتمامهم
- ٣- مواكبة تطور تكنولوجيا الاتصالات
- ٤- تعزيز التواجد على كافة وسائل التواصل الاجتماعي
- ٥- مراعاة كافة اهتمامات الشباب

المصادر والمراجع

- ١- المصادر باللغة العربية

١. ابراهيم مبارك الجوير، الشباب وقضاياها المعاصرة، الرياض، مكتبة العبيكان، ١٩٩٤، ص ١٥.
٢. اسماعيل محمود حسن، مبادئ علم الاتصال ونظريات الدور، ط ١، القاهرة، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٠، ص ٢٦٤.
٣. أماني فهمي، دوافع استخدام المرأة المصرية لقنوات التلفزيون الدولية واشباعاتها، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثاني كلية الإعلام جامعة القاهرة نيسان/ أيار ١٩٩٧، ص ١١٩.
٤. جلال عبد الفتاح، البث الإذاعي والتلفزيوني المباشر، ج ١، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ١٩٩٤، ص ٩.
٥. حيدر القطبي، الدبلوماسية الأمريكية في قناة الحرة، رسالة ماجستير، كلية الاعلام، جامعة بغداد، ٢٠٠٥، ص ١٢٦.
٦. د. حسن عماد مكاي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ٢٠٠٣، ص ٩٩ - ١٠١.
٧. د. حسن نيازي الصيفي، الفضائيات العربية في عصر العولمة، دار إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠١١، ص ٢١.
٨. د. حمدي قنديل، اتصالات الفضاء، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ١٩٨٥، ص ٤٢.
٩. د. محمد عبد البديع السيد، أثر القنوات الفضائية على القيم الاسرية، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٩، ص ٢٥.
١٠. د. محمد عبد البديع السيد، أثر القنوات الفضائية على القيم الاسرية، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٩، ص ٢٨.
١١. د. محمد عبد البديع السيد، أثر القنوات الفضائية على القيم الاسرية، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٩، ص ٢٨ - ٢٩.
١٢. الدليمي، عبد الرزاق، عولمة التلفزيون، عمان، دار جرير للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥، ص ١٦٨.

١٣. سمير محمد حسين، بحوث الإعلام: دراسات في مناهج البحث العلمي، القاهرة، عالم ب ١٩٩٩، ص ٧٤، وكذلك: د. شريف درويش اللبان و د. هشام عطية، مقدمة في مناهج البحث الإعلامي، القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨، ص ٣٧.
١٤. طارق محمد محمد، دور الاعلام التربوي في تنمية الوعي السلامي لدى تلاميذ المرحلة الاعدادية، اطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، ٢٠٠٥، ص ٢٨.
١٥. عائض بن مرزوق الحربي، الاعلام الأمريكي والهيمنة الدولية، قناة الحرة، انموذجا <http://www.almarefa.com>، نقلا عن مدين عمران، اتجاهات البرامج الثقافية في قناة الحرة عراق، رسالة ماجستير، كلية الاعلام، جامعة بغداد، ٢٠٠٨، ص ١٣٦.
١٦. عبد الحميد محمد، نظريات الاعلام واتجاهات الدور، ط ٣، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٤، ص ٣٣٢.
١٧. علي علي عبد الفتاح، الإعلام والتشئة الاجتماعية، الأردن، دار الأيام للنشر والتوزيع، ٢٠١٤، ص ٧٨.
١٨. مجدي خليل، لماذا فشلت قناة الحرة <http://www.arabtimes.com//A2006/jan/103.html>.
١٩. محمد احمد فياض، الاعلام الفضائي الدولي والعربي، النشأة التطويرية وصناعة الاخبار، عمان، دار الخليج للنشر، ٢٠٠٥، ص ١٠٩.
٢٠. الهاشمي، خالد (٢٠٢٣): تشكيل مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة مركز المعلومات، المجلد ٩، العدد ١، الأردن.
٢١. جبر، سماح (٢٠٢٢): الوقاية والحماية من العنف والابتزاز الإلكتروني، مركز الدراسات النسوية، فلسطين.
٢٢. الفيصل، عبد الأمير، وسيد، اسراء (٢٠١٧): انتهاك الخصوصية في مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة الباحث الإعلامي، العدد ٣٦، بغداد.

٢٣. مصطفى المصمودي، النظام الاعلامي الجديد على مفترق طرق، وقائع مؤتمر الاتصال والدبلوماسية بين الاعلام والسياسة في القرن الحادي والعشرين، عمان، من ٦-٨-١٩٩٧، ص ٢١٣.
٢٤. وديع محمد سعيد العززي، البث التلفزيوني الفضائي الوافد إلى اليمن وعادات تعرض طلبه الجامعة له، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة بغداد، ١٩٩٨، ص ٧٣.
٢٥. وديع محمد سعيد العززي، البث التلفزيوني الفضائي الوافد إلى اليمن وعادات تعرض طلبه الجامعة له، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة بغداد، ١٩٩٨، ص ٧٦.
٢٦. وديع محمد سعيد العززي، البث التلفزيوني الفضائي الوافد إلى اليمن وعادات تعرض طلبه الجامعة له، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة بغداد، ١٩٩٨، ص ٧٧.

٢- المصادر الاجنبية

1. Anne marie Baglouny, Alhurra, the Free one: Assessing U.S.Satellite Television in the middle East , strategic in sight, volume IV, issue 11, November. 2005 ,p.5.
2. The U.S advisory commission on public diplomacy building Americas public diplomacy through are formed structure and additional resources report,2002,p.13