



اسم مشتق من الذكوة وهي الجمرة الملتهبة والمراد بالذكوات الربوات البيض الصغيرة المحيطة

بمقام أمير المؤمنين علي بن أبي طالب {عليه السلام}
شبهها لضيائها وتوهجها عند شروق الشمس عليها لما فيها
موضع قبر علي بن أبي طالب {عليه السلام}
من الدراري المضيئة

{در النجف} فكأنها جمرات ملتهبة وهي المرتفع من الأرض، وهي ثلاثة مرتفعات صغيرة نتوءات بارزة في أرض الغري وقد سميت الغري باسمها، وكلمة بيض لبروزها عن الأرض. وفي رواية إنها موضع خلوته أو إنها موضع عبادته وفي رواية أخرى في رواية المفضل عن الإمام الصادق {عليه السلام} قال: قلت: يا سيدي فأين يكون دار المهدي ومجمع المؤمنين؟ قال: يكون ملكه بالكوفة، ومجلس حكمه جامعها وبيت ماله ومقسم غنائم المسلمين مسجد السهلة وموضع خلوته الذكوات البيض



نيوان الوقف الشيعي / دائرة البحوث والدراسات

م/ مجلة الذكوات البيضاء

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته ...

إشارة إلى كتابكم المرقم ١٠٤٦ والمؤرخ ٢٠٢١/ ١٢/٢٨ والخاص بكتابنا المرقم ب ت ٥٧٤٤/٤ في ٢٠٢١/٩/٦ والمتضمن استحداث مجلتكم التي تصدر عن الوقف المذكورة أعلاه ، وبعد الحصول على الرقم المعياري الدولي المطبوع وإنشاء موقع الكتروني للمجلة تعتبر المولفظة الواردة في كتابنا أعلاه موافقة نهائية على استحداث المجلة. ... مع والفر التحدير

أ.م.د. هامين صالح حسن

المدير العام لدائرة البحث والتطوير / وكالة

٢٠٢٢/١/١٤

نسخة منه الى:

- قسم الشؤون العلمية / شعبة التوثيق والنشر والترجمة / مع الاوليات.
- السفارة .

مهتد ابراهيم
١٠ / كانون الثاني

إشارة إلى كتاب وزارة التعليم العالي والبحث العلمي / دائرة البحث والتطوير

المرقم ٥٠٤٩ في ٢٠٢٢/٨/١٤ المعطوف على إعمامهم

المرقم ١٨٨٧ في ٢٠١٧/٣/٦

تُعدّ مجلة الذكوات البيضاء مجلة علمية رصينة ومعتمدة للترقيات العلمية.



مَجَلَّةٌ عِلْمِيَّةٌ فِكْرِيَّةٌ فَصْلِيَّةٌ مُحْكَمَةٌ تُصَدَّرُ عَنْ
دَائِرَةِ الْبُحُوثِ وَالدرَّاسَاتِ فِي دِيَوَانِ الْوَقْفِ الشَّيْعِيِّ

العدد (١٤) السنة الثانية المجلد الثالث

رمضان ١٤٤٦ هـ آذار ٢٠٢٥ م

العدد (١٤) السنة الثالثة رمضان ١٤٤٦ هـ آذار ٢٠٢٥ م

رقم الإيداع في دار الكتب والوثائق (١١٢٥)

الرقم المعياري الدولي ISSN 2786-1763

الزَّكَاةُ الْبَيْضُ



التدقيق اللغوي

م.د. مشتاق قاسم جعفر

الترجمة الانكليزية

أ.م.د. رافد سامي مجيد

العدد (١٤) السنة الثالثة رمضان ١٤٤٦ هـ - آذار ٢٠٢٥ م

عمار موسى طاهر الموسوي

مدير عام دائرة البحوث والدراسات

رئيس التحرير

أ.د. فائز هاتو الشرع

مدير التحرير

حسين علي محمد حسن الحسيني

هيئة التحرير

أ.د. عبد الرضا بھية داود

أ.د. حسن منديل العكيلي

أ.د. نضال حنش الساعدي

أ.د. حميد جاسم عبود الغراي

أ.م.د. فاضل محمد رضا الشرع

أ.م.د. عقيل عباس الريكان

أ.م.د. أحمد حسين حيال

أ.م.د. صفاء عبدالله برهان

م.د. موفق صبري الساعدي

م.د. طارق عودة مري

م.د. نوزاد صفر بخش

هيئة التحرير من خارج العراق

أ.د. نور الدين أبو لحة / الجزائر

أ.د. جمال شلي / الاردن

أ.د. محمد خاقاني / إيران

أ.د. مها خير بك ناصر / لبنان

الذَّكْوَانُ الْبَيْضُ

مَجَلَّةٌ عِلْمِيَّةٌ فِكْرِيَّةٌ فَصْلِيَّةٌ مُحْكَمَةٌ تَصْدُرُ عَنْ
دَائِرَةِ الْبَحْوثِ وَالدراسَاتِ فِي دِيْوَانِ الْوَقْفِ الشَّيْخِيِّ



العنوان الموقعي

مجلة الذكوات البيض

جمهورية العراق

بغداد / باب المعظم

مقابل وزارة الصحة

دائرة البحوث والدراسات

الاتصالات

مدير التحرير

٠٧٧٣٩١٨٣٧٦١

صندوق البريد / ٣٣٠٠١

الرقم المعياري الدولي

ISSN ١٧٦٣-٢٧٨٦

رقم الإيداع

في دار الكتب والوثائق (١١٢٥)

لسنة ٢٠٢١

البريد الإلكتروني

إيميل

offresearch@sed.gov.iq

hus65in@gmail.com

العدد (١٤) السنة الثالثة رمضان ١٤٤٦ هـ - آذار ٢٠٢٥ م

دليل المؤلف

- ١- أن يتسم البحث بالأصالة والجدة والقيمة العلمية والمعرفية الكبيرة وسلامة اللغة ودقة التوثيق.
- ٢- أن تحتوي الصفحة الأولى من البحث على:
 - أ. عنوان البحث باللغة العربية .
 - ب . اسم الباحث باللغة العربي، ودرجته العلمية وشهادته.
 - ت . بريد الباحث الإلكتروني.
 - ث . ملخصان: أحدهما باللغة العربية والآخر باللغة الإنكليزية.
 - ج . تدرج مفاتيح الكلمات باللغة العربية بعد الملخص العربي.
- ٣- أن يكون مطبوعاً على الحاسوب بنظام (office Word ٢٠٠٧ أو ٢٠١٠) وعلى قرص ليزري مدمج (CD) على شكل ملف واحد فقط (أي لا يُجزأ البحث بأكثر من ملف على القرص) وتُرَوَّد هيئة التحرير بثلاث نسخ ورقية وتوضع الرسوم أو الأشكال، إن وُجدت، في مكانها من البحث، على أن تكون صالحة من الناحية الفنية للطباعة.
- ٤- أن لا يزيد عدد صفحات البحث على (٢٥) خمس وعشرين صفحة من الحجم (A4) .
- ٥ . يلتزم الباحث في ترتيب وتنسيق المصادر على الصيغة APA
- ٦- أن يلتزم الباحث بدفع أجور النشر المحددة البالغة (٧٥,٠٠٠) خمسة وسبعين ألف دينار عراقي، أو ما يعادلها بالعملة الأجنبية.
- ٧- أن يكون البحث خالياً من الأخطاء اللغوية والنحوية والإملائية.
- ٨- أن يلتزم الباحث بالخطوط وأحجامها على النحو الآتي:
 - أ. اللغة العربية: نوع الخط (Arabic Simplified) وحجم الخط (١٤) للمتن.
 - ب . اللغة الإنكليزية: نوع الخط (Times New Roman) عناوين البحث (١٦) . والملخصات (١٢)أما فقرات البحث الأخرى؛ فبحجم (١٤) .
- ٩- أن تكون هوامش البحث بالنظام الإلكتروني (تعليقات ختامية) في نهاية البحث. بحجم ١٢ .
- ١٠- تكون مسافة الحواشي الجانبية (٢,٥٤) سم، والمسافة بين الأسطر (١) .
- ١١- في حال استعمال برنامج مصحف المدينة للآيات القرآنية يتحمل الباحث ظهور هذه الآيات المباركة بالشكل الصحيح من عدمه، لذا يفضل النسخ من المصحف الإلكتروني المتوافر على شبكة الانترنت.
- ١٢- يبلغ الباحث بقرار صلاحية النشر أو عدمها في مدة لا تتجاوز شهرين من تاريخ وصوله إلى هيئة التحرير.
- ١٣- يلتزم الباحث بإجراء تعديلات المحكمين على بحثه وفق التقارير المرسلة إليه وموافقة المجلة بنسخة معدلة في مدة لا تتجاوز (١٥) خمسة عشر يوماً.
- ١٤- لا يحق للباحث المطالبة بمتطلبات البحث كافة بعد مرور سنة من تاريخ النشر.
- ١٥- لا تعاد البحوث الى أصحابها سواء قبلت أم لم تقبل.
- ١٦- تكون مصادر البحث وهوامشه في نهاية البحث، مع كتابة معلومات المصدر عندما يرد لأول مرة.
- ١٧- يخضع البحث للتقويم السري من ثلاثة خبراء لبيان صلاحيته للنشر.
- ١٨- يشترط على طلبة الدراسات العليا فضلاً عن الشروط السابقة جلب ما يثبت موافقة الأستاذ المشرف على البحث وفق النموذج المعتمد في المجلة.
- ١٩- يحصل الباحث على مستل واحد لبحثه، ونسخة من المجلة، وإذا رغب في الحصول على نسخة أخرى فعليه شراؤها بسعر (١٥) ألف دينار.
- ٢٠- تعبر الأبحاث المنشورة في المجلة عن آراء أصحابها لا عن رأي المجلة.
- ٢١- ترسل البحوث إلى مقر المجلة - دائرة البحوث والدراسات في ديوان الوقف الشيعي بغداد - باب المعظم)
- أو البريد الإلكتروني: (hus65in@Gmail.com) (off reserch@sed.gov.iq) بعد دفع الأجور في مقر المجلة
- ٢٢- لا تلتزم المجلة بنشر البحوث التي تُخلُ بشروط من هذه الشروط .

محتوى العدد (١٤) المجلد الثالث

ص	عنوان البحث	اسم الباحث	ت
٨	هيات الحشر إلى الثار في القرآن الكريم	أ.د. طه سبتي إبراهيم	١
٢٦	تجليات الحب الحزين في شعر زياد طارق عبدالله العبيدي نماذج مختارة	أ.م.د. ايناس عبدالرحمن زايد	٢
٣٤	الرصافي في عيون الجواهري	أ.م.د. محمد حسون نهاي	٣
٤٨	التأثيرات الاجتماعية والحضارية في الاندلس «٦٢٠-٦٦٣هـ»	أ.م.د. رغد جمال مناف العزاوي	٤
٦٤	الالفاظ المشتركة في معترك الاقران للسيوطي(٩١١هـ) دراسة دلالية	أ.م.د. إيمان صالح مهدي	٥
٨٢	السياسية الضريبية للفاطميين في المغرب العربي ومصر دراسة مقارنة	أ.م.د. مصرية تعبان مهدي	٦
١٠٢	الأمة الإسلامية والتمثل السياسي قراءة استشرافية	أ.م.د. أحمد حسن صاحب خالد رشيد نعيث	٧
١١٨	منهجية الشريف المرتضى في الفقه الإسلامي	أ.م.د. نصيف محسن الهاشمي سارة علي حسين اللامي	٨
١٣٦	البصيرة المعرفية وعلاقتها بالكفاءة المهنية عند مدرسي مادة الاجتماعيات في المرحلة المتوسطة	م.د. حسين علي مهدي الطفيلي	٩
١٥٢	إجهاض الأم لجنينها المشوه أو المنعقد من الزنى دراسة مقارنة بين فقه الإمامية والقانون العراقي	م.د. باسم دخيل مراد العابدي	١٠
١٧٢	الدلالة المعجمية في كتاب شرح فروق اللغات للشيخ محمد علي آل عصفور (١٣٥٠هـ)	م.د. علي حبيب غضبان	١١
١٨٦	في الثقافة المعاصرة (دراسة تحليلية)	م.د. إمتثال كاظم النقيب	١٢
٢٠٠	المعارك التي خسرها المغول (٦١٧-٦٤٣هـ/١٢٢٠-١٢٤٥م)	م.د. محمد أحمد موسى الخولاني	١٣
٢١٠	دور وسائل التواصل الاجتماعي في تطوير المهارات الصحفية وتوسيع نطاق التغطية الإعلامية	م.د. كمال أكبري محمود قاسم محمد طاهر	١٤
٢٢٦	تقييم البرامج الثقافية في القنوات الفضائية العراقية دراسة تطبيقية من وجهة نظر النخب الأكاديمية الجامعية	م.د. سهاد عدنان جلوب	١٥
٢٣٨	تحليل تأثير القيادة التحويلية على أداء ورضا العاملين مع الدور الوسيط للالتزام التنظيمي وضغوط العمل والاحترق النفسي	أ.م. اسراء حسين محمد	١٦
٢٥٠	دور الامم المتحدة في الترويج للمثلية الجنسية في الدول الاسلامية	م.د. حسن ساجت هدا ب	١٧
٢٦٤	أثر استراتيجية التخيل في تحصيل مادة الفيزياء والتفكير المستقبلي لدى طالبات الصف الاول المتوسط	م. شيماء جاسم محمد	١٨
٢٩٠	الشخصانية لدى طلبة الجامعة	م.م. سجي علي رحيم	١٩
٢٠٢	الحكمة في سيرة وصفات العقلاء حياة فاطمة الزهراء (عليها السلام) أنموذجا دراسة في كتب التاريخ والسي	م.م. حسين عبد الحسن ضامن	٢٠
٣٣٠	دراسة التوجيه الدلالي لقراءة سعيد بن جبير في كتب معاني القرآن وإعرايه	م.م. هيام شعلان والي	٢١
٣٤٦	الإشارات النفسية وأبعادها التربوية للمفردة القرآنية دراسة تطبيقية في سورة القارعة	أ.م.د. إبراهيم عبد السلام ياسين	٢٢



فصلية محكمة تعنى بالبحوث والدراسات العلمية والإنسانية والفكرية



٢٢٦

تقييم البرامج الثقافية
في القنوات الفضائية العراقية دراسة تطبيقية
من وجهة نظر النخب الأكاديمية الجامعية

م. د. سهاد عدنان جلوب
جامعة بغداد/ كلية اللغات



المستخلص:

تشهد البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية تراجعاً كبيراً أفقدها وظيفتها المعرفية. وجاء هذا التراجع والتهميش على أثر هيمنة مواقع التواصل الاجتماعي على المشهد الاعلامي والاستحواذ على متابعة الجمهور الذي كان يتابع البرامج الثقافية ويتفاعل معها. إن هذا الإشكال يتطلب وقفة مراجعة موضوعية وتقييم جريء لهذه المشكلة وهو ما حاول هذا البحث مقارنته والتصدي له من خلال استطلاع وجهات نظر النخب الجامعية والأدبية كونها الجهة المؤهلة ذات الوعي والقدرات المعرفية على إصدار أحكام التقييم وتشخيص نقاط الخلل وطرح معالجات تعنى بمشكلة البحث. يتألف البحث من إطار منهجي، وآخر نظري، ودراسة تطبيقية. وقد اعتمد المنهج المسحي، فيما كانت أداة جمع المعلومات هي استمارة الاستبانة. وانتهى إلى طرح استنتاجات وتوصيات.

الكلمات المفتاحية: برامج ثقافية، قنوات فضائية عراقية، تقييم، نخب أكاديمية جامعية.

Abstract:

Cultural programs on television channels are witnessing a significant decline, causing them to lose their cognitive function. This decline and marginalization came as a result of the dominance of social networking sites in the media scene and the acquisition of the following of the public who were following cultural programs and interacting with them. This problem requires an objective review and a bold assessment of this problem, which is what this research attempted to approach and address by surveying the viewpoints of university and literary elites, as they are the qualified body with the awareness and cognitive capabilities to issue evaluation judgments, diagnose defect points, and propose treatments concerned with the research problem. The research consists of a methodological framework, a theoretical framework, and an applied study. The survey method was adopted, while the tool for collecting information was the questionnaire form. It ended by presenting conclusions and recommendations.

Keywords: cultural programs – Iraqi satellite channels – evaluation – university academic elites.

المقدمة:

تؤدي البرامج الثقافية في القنوات الفضائية دوراً مهماً في نقل المعارف والعلوم والفعاليات الثقافية والأدبية والفنية وتنشيط الحراك الثقافي في المجتمع وعلى صعيد الأفراد والجماعات والمؤسسات. وقد تراجع هذا الدور بعد هيمنة الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي على المشهد الإعلامي خلال العقود القليلة الماضية، من هذه الزاوية تبرز الحاجة إلى عملية مراجعة علمية للإشكاليات التي ترافق أداء البرامج الثقافية في القنوات الفضائية العراقية للوقوف على نقاط الإخفاق فيها.



هذا البحث يسعى إلى دراسة ظاهرة البرامج الثقافية من خلال تقييم عملها من وجهة نظر النخب الأدبية والجامعية القادرة على رصد ووصف وتشخيص نقاط الضعف والقوة عبر منهج علمي موضوعي ودقيق للخروج بتوصيات تعالج المشكلة.

الإطار المنهجي للبحث:

مشكلة البحث:

تعاني البرامج الثقافية في القنوات الفضائية العراقية من جملة من إشكاليات أدت إلى تراجع دورها الإعلامي وضعف مقبوليتها لدى الجمهور العراقي بعد هيمنة وسائل التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد على المشهد الإعلامي في العراق. هذه المشكلة أبرزت الحاجة إلى مراجعة علمية لهذه البرامج وتقييمها من قبل النخب الجامعية والأدبية لغرض تصويبها.

أهداف البحث:

يسعى البحث إلى تحقيق الأهداف الآتية:

١. بيان مدى نجاح البرامج الثقافية في تنشيط المشهد الثقافي والأدبي والفني العراقي.
٢. الكشف عن مقبولية البرامج الثقافية ومدى متابعتها من قبل الجمهور.
٣. معرفة مدى تغطية البرامج الثقافية لأشكال الإبداع الثقافي.
٤. كشف علاقة البرامج الثقافية بإبراز الثقافة الشعبية العراقية.
٥. معرفة تأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي على تراجع دور البرامج الثقافية.
٦. بيان مدى امتلاك مقدمي البرامج الثقافية للمهارات الاتصالية.
٧. معرفة مدى الاهتمام بثقافة الصورة والمؤثرات البصرية في البرامج الثقافية.

منهج البحث وأدواته:

يعد البحث من البحوث الوصفية التي تعنى بتحليل خصائص ظاهرة معينة لاستخلاص نتائجها وإصدار الأحكام المتعلقة بمدى نجاحها. وقد اعتمد المنهج المسحي التحليلي. أما أداة البحث فهي استمارة الاستبيان ذات الأسئلة المغلقة.

مجتمع البحث والعينة:

يتألف مجتمع البحث من جمهور النخب الجامعية والأدبية العراقية، في حين تتكون العينة من مئة مفردة من هذه النخب اختيرت على وفق طريقة العينة القصدية من أساتذة الجامعات والأدباء والفنانين. وسبب هذا الاختيار هو أن هذه العينة تمتلك القدرة والثقافة والمهارات المعرفية التي تؤهلها لتقييم البرامج الثقافية وتشخيص مدى نجاحها أو فشلها.

الوسائل الإحصائية:

استخدمت الباحثة مقياس ليكرت الخماسي والنسب المئوية والتكرارات والجداول الإحصائية.

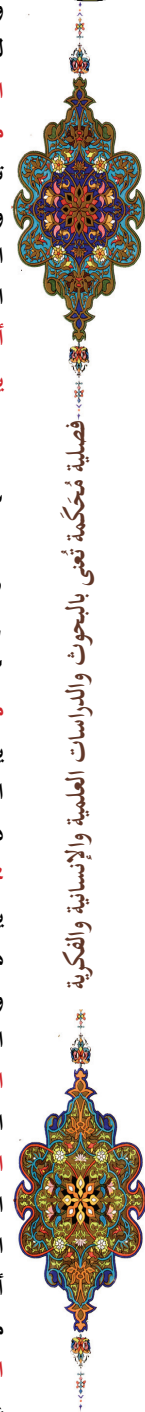
الصدق والثبات:

استخدمت الباحثة الصدق الظاهري من خلال عرض أداة البحث على مجموعة من المحكمين من أساتذة الإعلام لغرض تحكيمها(*).

أما الثبات فكان من خلال إعادة توزيع الاستمارة بعد أسبوعين من التوزيع الأول والحصول على نتائج متطابقة عبر اختبار معامل ألفا كرونباخ بهدف قياس درجة ثبات أسئلة الاستبيان.

الإطار النظري للبحث:

عانى الاتجاه الوظيفي في دراسة وسائل الإعلام من صعوبات عديدة على المستوى الفكري، بسبب التداخل





الناتج عن استعمال عدة معانٍ لكلمة (الوظيفة)، إذ يرى (دنيس مكويل) أنَّ استعمال المفهوم الوظيفي في العملية الإعلامية، يمكن أن يشير إلى ثلاثة معانٍ مختلفة (١):

- ١- أن وسائل الإعلام تحاول أن تخبر أو تعلم الناس، فالمعنى هنا يدور حول الهدف.
- ٢- أن الناس يتعلمون من وسائل الإعلام، فالتركيز هنا التأثير.
- ٣- أنه يجب على وسائل الإعلام أن تخبر الناس، فالتركيز هنا المطلوب أو المتوقع وبذلك فإن مفهوم الوظيفة يمكن أن يأخذ معاني عدة، والأمر يتوقف على الزاوية التي تنظر منها إلى هذا المصطلح. لذلك فإن التعريف المناسب لمفهوم الوظيفة الإعلامية، والذي يحقق الشمولية ويتجاوز أي مشكلات هو أن نعتبر الوظيفة بمعنى القصد أو الهدف أو الباعث، إذ يشتمل على مكونين رئيسين، هما (٢):

الأول: نوع من النشاط الإعلامي، يوصف غالباً في هيئة هدف لوسائل الإعلام، الذي يمكن أن نصفه وصفاً موضوعياً.

الثاني: جملة تقريرية تصف هدف النشاط الإعلامي ومنفعته من أحد المستخدمين له، أو من الذين يتوقعون أن يستخدموه.

إن مجموع الوظائف الثقافية لوسائل الإعلام تدخل في إطار الوظيفة الحضارية والتي تعني «الدور» أو الأداء الذي تمارسه وسائل الاتصال في التطور الحضاري، حيث تشكل هذه الوسائل الأرضية المادية لنمط الإنتاج في النظام الاتصالي ولها أثرها الواضح في العلاقة بين طرفي الاتصال المرسل (المنتج)، والمستقبل (المستهلك)، لأن الإنسان يظل دائماً متفاعلاً مع وسائل إنتاجه، إذن فالوظيفة الحضارية لوسائل الاتصال الجماهيري في ضوء ذلك، تنبع من الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية الحضارة الإنسان المعاصر، وتأثيره بها في الوقت نفسه، حيث أضحت هذه الوسائل ليست وسائل إعلامية فقط، وإنما هي وسائل سياسية واقتصادية واجتماعية وتربوية فضلاً عن كونها أجهزة ثقافية أيضاً (٣).

غير أن تحديد مفهوم الوظيفة الثقافية لوسائل الإعلام وإن كان يندرج في إطار الوظيفة الحضارية، فإن له خصائصه العامة المرتبطة بالوسيلة الإعلامية، وبهذا الصدد يعرف (جلال الدين الشيخ) الوظيفة الثقافية لوسائل الإعلام بأنها «الرسائل أو المضامين التي يرسلها القائم بالاتصال في مؤسسة إعلامية معينة بهدف التنقيف والتربية والتهوؤ بالانتاج الفكري في بلد معين أو أمة معينة، بما يحقق الاهداف المرسومة للسياسات الثقافية والإعلامية لذلك البلد» (٤).

ويشير (مؤيد الحديثي) إلى أن الوظيفة الثقافية تعني «ليس فقط حماية القيم والتقاليد الموروثة، وإنما بناء مجتمع جديد والتغير في المجتمع القادم طبقاً لبرنامج قدرته الجماعة وارتضاه ضميرها السياسي» (٥).

وفي ضوء ذلك يمكن أن نعرف الوظيفة الثقافية لوسائل الإعلام، بأنها الاداء الذي تقوم به الوسائل الإعلامية وتقدمه لجمهورها، في ضوء الطروحات والمضامين القائمة على بث المعرفة والفكر لاشباع الحاجات الثقافية والمعرفية والجمالية، ولتنحيز الحالة الابداعية، وتحقيق حالة التفاعل مع المتلقي، وبما يتواءم مع النهج الثقافي العام داخل المجتمع.

لقد برزت أهمية الإعلام كونه الأداة الأبرز في العملية الاتصالية، ويتضح ذلك بمدى الدور الذي يؤديه في عملية التغير والتطوير الاجتماعي، فعن طريق التنقيف كوظيفة أساسية لوسائل الإعلام يكتسب الأفراد ويطورون كل ما يرتبط بثقافتهم من عادات وتقاليد وحتى استعمال اللغة والأدوات الثقافية الأخرى وأنماط السلوك وأساليب العيش والحياة (٦).

وتسعى وسائل الإعلام عبر وظيفتها الثقافية إلى تحقيق تأثير تراكمي، في ضوء الافكار والاهداف التي تلاحق المتلقي بشكل مستمر، كي ينحاز أكبر جمهور ممكن إلى الفكر والرأي، وتنتزح الافكار بمدى عمق التأثير



والتأثير والمستوى الثقافي للمتلقي وذكاء القائمين على وسائل الإعلام بما يحقق أهدافهم وبرامجهم (٧). وتشير الدراسات إلى أن وسائل الإعلام، قادرة على تحقيق ثلاثة مستويات من التأثير تتمثل بما يأتي (٨):

١- **المستوى المعرفي:** ويعني القدرة على زيادة المنسوب المعلوماتي والمعرفي لدى أفراد الجمهور المستهدف من الجهد الاتصالي حول مختلف جوانب العملية التنموية.

٢- **المستوى الاتجاهي العاطفي:** ويعني القدرة على حفز أفراد الجمهور على تطوير اتجاهات نحو الأفكار المطلوبة والمتصلة بالعملية التنموية.

٣- **المستوى السلوكي:** ويعني القدرة على بلورة اتجاهات إيجابية ويمكن تطويرها إلى سلوكيات وممارسات عملية، ومنظمة، تصب في النهاية لصالح العملية التنموية. ويرى خبراء الثقافة والإعلام على أن وسائل الإعلام تؤدي دوراً فاعلاً ومهماً في المجال الثقافي، وعلى النحو الآتي (٩):

١- وسائل الإعلام هي الناقل الأساسي للثقافة.

٢- تعد وسائل الإعلام أدوات ثقافية تساعد في دعم المواقف أو التأثير فيها وحفز الأنماط السلوكية وتعزيزها ونشرها.

٣- تؤدي وسائل الإعلام دوراً أساسياً في تطبيق السياسات الثقافية، وتيسير إضفاء طابع ديمقراطي عبر توسيع نطاق انتشارها.

٤- تقوم وسائل الإعلام بتدبير شؤون المعرفة وتنظيم الذاكرة الجماعية للمجتمع خاصة معالجة المعلومات واستخدامها.

غير أننا نعتقد أنّ بعض وسائل الإعلام وبخاصة في الأنظمة ذات الطبيعة السلطوية، ربما تنحرف عن الدور المرسوم لها في إطار الوظيفة الثقافية، إذ تتحول إلى واجهة أيديولوجية ودعائية تكون مهمتها تجميل وجه السلطة الحاكمة، وتلميعه والتزويق لا أيديولوجيتها في ضوء ما تقدمه من مضامين ثقافية، مساهمة بذلك ليس في رقي الثقافة وبناء الوعي بل في مخطاها وتغييب حالة الوعي لدى الفرد.

ويمكن تحديد الوظائف الثقافية لوسائل الإعلام، بما يأتي (١٠):

أولاً: التثقيف والتربية، عبر نشر المعرفة القائمة على تفتيح الأذهان وتكوين الشخصية، وشحذ الكفاءات وتنمية الذوق وتهذيبه.

ثانياً: النهوض بالانتاج الفكري من خلال نشر النتاجات الثقافية في مجال الأدب والفن والمعرفة والابتكار الفكري، ودفع الجمهور إلى التفاعل معه، فضلاً عن السعي للارتقاء بالحيث الاجتماعي.

ثالثاً: الترفيه بهدف جذب اهتمام المتلقي إلى المواد الثقافية ذات الفائدة الأكبر التي تسبق أو تتخلل أو تتبع هذه التظاهرات الترفيهية.

رابعاً: الحفاظ على الإنتاج الثقافي بتخزينه، ومعالجته، والتعريف به.

خامساً: تنشيط الحياة الثقافية بالاستجابة للطلبات الفردية، وتطوير الطموحات الذاتية لتحقيق النسيج الاجتماعي المميز.

ومن هنا، فإن الإعلام هو المعبر عن الثقافة بصورها المتعددة، بل أنه يحمل في داخله مضموناً ثقافياً، إذ أنه البوابة التي تلج الثقافة منها إلى الفرد في أي مجتمع، عن دور وسائل الإعلام في تثقيف الأفراد وتجاوز تأثير اختلافات الثقافات الفرعية التي ينتمون إليها، كما تساهم بما تنتجه من أفكار ومفاهيم في توفير رؤية ثقافية مشتركة يمكنها أن تساعد في ضبط سلوكيات الأفراد وتوجيهها نحو تحقيق أهداف المجتمع.

إن النظرة الفاحصة للوظيفة الثقافية ترينا بوضوح أنها ليست إلا امتداداً للوظيفة الاتصالية. أما وظائف الاتصال، فقد حددها (هارولد لاسويل) في كتابه (تركيب الاتصال ووظيفته في المجتمع)، في ثلاث وظائف إتصالية هي (١١):



١- رصد البيئة ومراقبتها، وتعني جمع ونشر المعلومات لما يقع في البيئة من أحداث على المستويين الداخلي والخارجي.

٢- إيضاح التعالق أي العلاقة المتبادلة المتلازمة بين أجزاء المجتمع، وتتضمن تفسير المعلومات المتعلقة بالبيئة وترشيد المجتمع بإيضاح المسلك ازاء هذه الأحداث.

٣- بث التراث الاجتماعي عبر الأجيال، أي التركيز على إيصال المعلومات والقيم والامناط الاجتماعية من جيل لجيل، ومن أعضاء الجماعة للوافدين الجدد.

وقد أضاف السوسولوجيان (لازرسفيلد ومرتون) إلى هذه الوظائف الثلاث وظيفة رابعة، تتمثل في الترفيه، وقاما بإدماج عناصر أخرى في النموذج التأويلي، مسلطين الضوء في الوقت نفسه على إمكانية حدوث اختلالات في هذا النموذج، وبروز وظائف ظاهرة وأخرى ضمنية(١٢).

ويشير بعض الدارسين إلى وظائف الاتصال بكونها تتخذ جوانب عديدة منها، معرفية في ضوء نقلها للمعلومات والخبرات والأفكار، وضمان المشاركة الثقافية في نقلها للتراث الثقافي عبر الأجيال، فضلاً عن وظائف إقناعية وأخرى ترويجية تدخل السرور إلى نفوس الناس(١٣).

في ضوء ما تقدم، فإن وظائف الاتصال تتمثل في «الإعلام، التفسير، التنشئة الاجتماعية، النهوض الثقافي، المناقشة والحوار، التعليم الترفيه الاعلان الحفز، خلق الدوافع التكامل والتقارب الاجتماعي»(١٤).

ويلخص (ليزي مولر) وظائف وسائل الإعلام في تسع وظائف، وهي الاخبار والتزود بالمعلومات ومراقبة البيئة الربط والتفسير الترفيه التنشئة الاجتماعية، التسويق، المبادرة في التغيير الاجتماعي، خلق النمط الاجتماعي، الرقابة والتعليم»(١٥).

وبشكل عام فإن وظائف الإعلام «تتجسد في الإعلام» أو الاخبار، التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات التنقيف الاعلان الترفيه، فضلاً عن زيادة التعارف الاجتماعي المحافظة على التراث، تعبئة الجماهير، التنمية الرقابة توسيع الافاق، تشكيل الاتجاهات، والمشاركة في صنع القرارات(١٦).

إن الوظيفة الثقافية تقع في قلب سيورة الوظائف الإعلامية التي ما هي في جوهرها إلا وظائف اتصالية تبديت عبر تحويل المجرد إلى مادي وبالعكس، إذ أنها تتمركز ما بين وظائف الاخبار أو الإعلام والتنقيف والتعليم، كما أنها لا تنفصل أيضاً عن الجانب الترفيهي وإن كانت رفاهية فكرية، فالثقافي والإخباري يسعيان دائماً لإحداث التأثيرات عن طريق طبيعة بنية الوسيلة الإعلامية، فما هو ثقافي في التلفاز يختلف في بنيته كنص عن ماهو صحفي أو إذاعي أو عبر وسائل التواصل الاجتماعي، الأنساق ولهذا فان التعليم كوظيفة صحيح انها تسعى لتحقيق أهدافها، ولكن مجموع الضاغطة لكل وسيلة تجعل منها ذات تأثير محدود تبعاً لذلك، وكما أسلفنا فان نوع المتلقي لكل من هذه الوسائل هو الذي يحدد مدى نجاح الوظيفة الثقافية أو التعليمية أو الاخبارية أو الترفيهية في كل منهما على حدة أو عبر مجموعهما التفاعلي.

الدراسة الميدانية:

أولاً: البيانات الأساسية لعينة البحث :

جدول رقم ١- توزيع العينة حسب الجنس

الجنس	العدد	النسبة المئوية
ذكر	٥٤	%٥٤
أنثى	٤٦	%٤٦
المجموع	١٠٠	%١٠٠



١- الجنس : شكلت نسبة الذكور في العينة ٥٤٪ فيما شكلت نسبة الإناث فيها ٤٦٪.

جدول رقم ٢- توزيع العينة حسب الفئات العمرية

الفئة العمرية	التكرار	النسبة المئوية
٣٠-٣٩	٢٢	٢٢٪
٤٠-٤٩	٣٠	٣٠٪
٥٠-٥٩	٣٦	٣٦٪
٦٠-٦٩	١٢	١٢٪
المجموع	١٠٠	١٠٠٪

٢- الفئات العمرية : يوضح الجدول أعلاه أن الفئة العمرية (٥٠-٥٩) هي الأعلى ٣٦٪، تليها ٣٠-٣٩ سنة بالمرتبة الثالثة بنسبة ٢٢٪ في حين جاءت الفئة العمرية من ٦٠-٦٩ بالمرتبة الرابعة (الأخيرة) بنسبة ١٢٪.

ثانياً: تقييم البرامج الثقافية في القنوات الفضائية العراقية

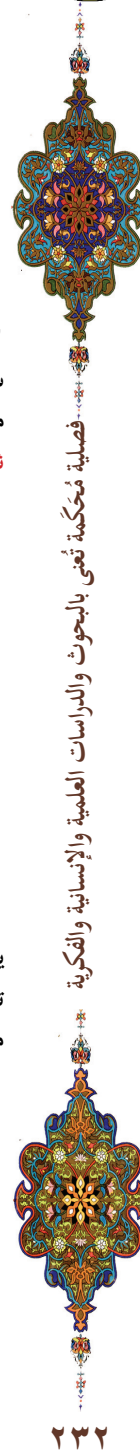
جدول رقم ٣- يوضح مدى نجاح البرامج الثقافية في الفضائيات العراقية

نجاح البرامج الثقافية في الفضائيات العراقية	التكرار	النسبة المئوية
أتفق بشدة	صفر	صفر٪
أتفق	صفر	صفر٪
أتفق إلى حد ما	٢	٢٪
لا أتفق	٦٢	٦٢٪
لا أتفق مطلقاً	٣٦	٣٦٪
المجموع	١٠٠	١٠٠٪

يوضح الجدول رقم (٣) أن ٦٢٪ من أفراد العينة لم بنجاح البرامج الثقافية في القنوات الفضائية العراقية في تنشيط المشهد الثقافي والأدبي والفني العراقي وشاركتها بعدم الاتفاق مطلقاً نسبة ٣٦٪ فيكون المجموع ٩٨٪ من العينة وهي نسبة كبيرة جداً ما يدل على فشل هذه البرامج في تنشيط المشهد الثقافي.

جدول رقم ٤- يوضح مدى مقبولية البرامج الثقافية لدى الجمهور العراقي

مقبولية البرامج الثقافية لدى الجمهور العراقي	التكرار	النسبة المئوية
أتفق بشدة	٤	٤٪
أتفق	٦	٦٪
أتفق إلى حد ما	١٠	١٠٪
لا أتفق	٣٥	٣٥٪
لا أتفق مطلقاً	٤٥	٤٥٪
المجموع	١٠٠	١٠٠٪





يوضح الجدول رقم (٤) ان ما نسبته ٣٥٪ من العينة لم تتفق على أن البرامج الثقافية تحظى بمقبولية الجمهور العراقي ومتابعته لها وشاركتها مطلقاً نسبة ٤٥٪ وبذلك يكون المجموع ٨٠٪ وهي نسبة ساحقة ما يشير إلى عدم مقبولية البرامج الثقافية لدى الجمهور.

جدول رقم ٥- يوضح مدى تغطية البرامج الثقافية لجميع أشكال الإبداع الثقافي

النسبة المئوية	التكرار	تغطية البرامج الثقافية لجميع أشكال الإبداع الثقافي
صفر%	صفر	أتفق بشدة
صفر%	صفر	أتفق
١٠%	١٠	أتفق إلى حد ما
٢٠%	٢٠	لا أتفق
٧٠%	٧٠	لا أتفق مطلقاً
١٠٠%	١٠٠	المجموع

يوضح الجدول اعلاه ان ٧٠٪ من العينة رأت ان البرامج الثقافية لم تغطي جميع أشكال الإبداع الثقافي وشاركتها في ذلك ٢٠٪ من العينة ليكون المجموع ٩٠٪ وهي نسبة كبيرة جداً.

جدول رقم ٦- يوضح مدى اظهار الثقافة الشعبية العراقية في البرامج الثقافية

النسبة المئوية	التكرار	اظهار الثقافة الشعبية العراقية في البرامج الثقافية
٢%	٢	أتفق بشدة
١٠%	١٠	أتفق
١٣%	١٣	أتفق إلى حد ما
٢٥%	٢٥	لا أتفق
٥٠%	٥٠	لا أتفق مطلقاً
١٠٠%	١٠٠	المجموع

يوضح الجدول رقم (٦) ان ما نسبته (٥٠٪) من عينة الباحثين اتفقوا على أن البرامج الثقافية لا تبرز الثقافة الشعبية العراقية وشاركتها الرأي ٢٥٪ ليكون المجموع ٧٥٪ أي ثلاثة أرباع العينة. ما يشير إلى ابتعاد هذه البرامج عن الثقافة الشعبية العراقية. بينما اتفقت نسبة ١٠٪ واتفقت إلى حد ما نسبة ١٣٪.

جدول رقم ٧- يوضح مدى تراجع دور البرامج الثقافية التلفزيونية بفعل مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	تراجع دور البرامج الثقافية التلفزيونية بفعل مواقع التواصل الاجتماعي
٨٥%	٨٥	أتفق بشدة
١٥%	١٥	أتفق
صفر%	صفر	أتفق إلى حد ما
صفر%	صفر	لا أتفق
صفر%	صفر	لا أتفق مطلقاً
١٠٠%	١٠٠	المجموع

فصلية محكمة تُعنى بالبحوث والدراسات العلمية والإنسانية والفكرية

فصلية محكمة تعنى بالبحوث والدراسات العلمية والإنسانية والفكرية

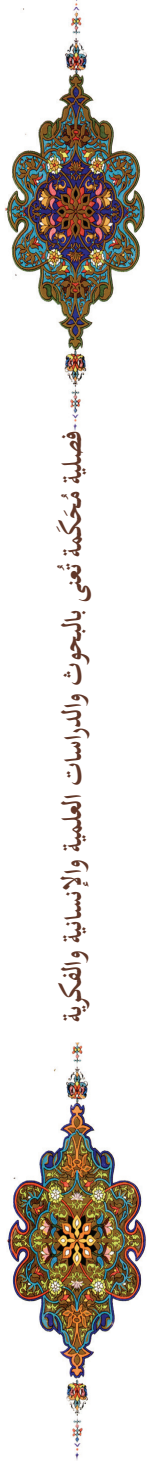
A decorative, colorful, and symmetrical ornament, possibly a tassel or a piece of jewelry, featuring intricate patterns and a central floral motif. The ornament is vertically oriented and has a complex, multi-layered design. At the top, there is a small, ornate cap or finial. Below this, the main body of the ornament is a large, symmetrical, cross-like shape with rounded, scalloped edges. The central part of this shape is a small, circular floral motif. Radiating from this center are four main lobes, each containing a stylized, colorful floral or foliate design. The colors used are primarily gold, blue, green, and red, with black outlines. The bottom of the ornament features a small, ornate tassel or finial, similar in style to the top one. The overall appearance is that of a traditional, possibly Islamic or Persian, decorative object.

۲۳۴

۲۳۴

مدى مراعاة البرامج الثقافية في القنوات الفضائية العراقية الجوانب الفنية		
النسبة المئوية	التكرار	
صفر %	صفر	أُتفق بشدة
صفر %	صفر	أُتفق
١٠ %	١٠	أُتفق إلى حد ما
٢٨ %	٢٨	لا أُتفق
٦٢ %	٦٢	لا أُتفق مطلقاً
١٠٠ %	١٠٠	المجموع

يوضح الجدول اعلاه ان نسبة ٩٠٪ من عينة المبحوثين يؤكدون على ان البرامج الثقافية في القنوات الفضائية العراقية لم تراعي الجوانب الفنية الخاصة بالصورة التلفزيونية والمؤثرات البصرية والفيديوهاات في البرامج الثقافية وهي نسبة كبيرة تشير إلى خلل واضح في ثقافة الصورة المرافقة للنصوص.



الاستنتاجات

من خلال نتائج الاستبانة يمكن الخروج بالاستنتاجات الآتية:-

- ١- إن البرامج الثقافية في القنوات الفضائية العراقية لم تنجح في تنشيط المشهد الثقافي والأدبي والفني العراقي.
- ٢- لا تغطي البرامج الثقافية بمقبولية الجمهور العراقي ومتابعيه.
- ٣- لا تغطي البرامج الثقافية جميع أشكال الإبداع الثقافي والأدبي والفني العراقي.
- ٤- البرامج الثقافية ليست قريبة من نبض الشعب وثقافته الشعبية.
- ٥- أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تهميش دور البرامج الثقافية وتراجعها.
- ٦- يمتلك مقدمو البرامج الثقافية المهارات الاتصالية الضرورية للنجاح المهني.
- ٧- لم تراعى البرامج الثقافية في القنوات الفضائية العراقية ثقافة الصورة والمؤثرات البصرية المطلوبة للعمل التلفزيوني.

التوصيات:

توصي الباحثة بما يأتي:

- ١- إعادة النظر بالبرامج الثقافية ومراجعتها بهدف التنشيط والتجديد.
- ٢- الاهتمام بثقافة الصورة والمؤثرات البصرية.
- ٣- التركيز على الشارع الثقافي ونقل الفعاليات الثقافية الشعبية.
- ٤- استضافة مشاهير الوسط الثقافي والفني في حوارات عميقة وهادفة.
- ٥- فتح قناة ثقافية للمؤسسات الثقافية في مواقع التواصل الاجتماعي.

الهوامش:

(*) المحكمون هم:

- ١- أ. م. د. فوزي هادي الهنداوي، جامعة أوروک.
- ٢- أ. م. د. محمد حسين علوان، جامعة القادسية.
- ٣- أ. م. د. زينب ليث عباس، جامعة بغداد.
- (١) دنيس مكويل، الإعلام وتأثيراته دراسات في بناء النظرية الإعلامية، القاهرة، ١٩٩٥، ص ٤٥-٤٦.
- (٢) المصدر نفسه، ص ٥٠.
- (٣) حميدة سميسم، نظرية الرأي العام مدخل، عمان، ١٩٩٤، ص ٢٧٣-٢٧٤.
- (٤) جلال الدين الشيخ زيادة، الوظيفة الثقافية للقنوات الفضائية العربية (دراسة مقارنة للبرامج الثقافية في قناتي تونس والسودان الفضائيتين)، تونس، ١٩٩٢، ص ٦٠.
- (٥) مؤيد عبد الجبار الحديشي، العولمة الإعلامية والامن القومي العربي، عمان، ٢٠٠١، ص ٢٠٩.
- (٦) سعاد جبر سعيد، سيكولوجية الاتصال الجماهيري، ط ١، أريد، عالم الكتب الحديث، ٢٠٠٨، ص ٧٠.
- (٧) عبد الله تايه، الإعلام الثقافي في الإذاعة والتلفزيون، القاهرة، ٢٠٠٢، ص ٣٦.
- (٨) مرفت الطرايشي وعبد العزيز السيد نظريات الاتصال، القاهرة، ٢٠٠٥، ص ١٣٦ - ١٤٢.
- (٩) مصطفى المصمودي، النظام الإعلامي الجديد، اليونسكو، تونس، ١٩٨٨، ص ١٧٧.
- (١٠) مي العبد الله سنو، التلفزيون في لبنان والعالم العربي، بيروت: دار النهضة العربية، ٢٠٠١، ص ١٦٨.



(١١) تشارلز ر. رايت، المنظور الاجتماعي للاتصال الجماهيري، ترجمة: محمد فتحي، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٣، ص ١٨-١٩.

(١٢) أرمان وميشال ماتلار، تاريخ نظريات الاتصال، مصدر سابق، ص ٥٢-٥٣.

(١٣) هادي نعمان الهيقي، الاتصال والتغير الثقافي، بغداد، ١٩٧٨، ص ١٤-١٥.

(١٤) عصام سليمان موسى المدخل في الاتصال الجماهيري، ط ١، أريد، مكتبة الكتاني، ١٩٨٦، ص ١٢٧-١٢٨. مي العبد الله سنو، الاتصال في عصر العولمة، مصدر سابق، ص ٤٨-٤٩. محمود حسن اسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير عمان الدار العالمية للنشر والتوزيع ٢٠٠٣، ص ٩٠.

(١٥) رحيمة الطيب عيساني، مدخل الى الإعلام والاتصال المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، ط ١، عمان: جدارا للكتاب العالمي والنشر والتوزيع، ٢٠٠٨، ص ٤١.

(١٦) فواز منصور الحكيم، سوسيولوجيا الإعلام الجماهيري، ط ١، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١١، ص ٣٢-٣٥. عبد الرزاق محمد الدليمي، التخطيط الإعلامي، ط ١، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، ٢٠١٢، ص ٢٦٧-٢٦٨.

المصادر:

١- أرمان وميشال ماتلار، تاريخ نظريات الاتصال.

٢- تشارلز ر. رايت، المنظور الاجتماعي للاتصال الجماهيري، ترجمة: محمد فتحي، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٣.

٣- جلال الدين الشيخ زيادة، الوظيفة الثقافية للقنوات القضائية العربية (دراسة مقارنة للبرامج الثقافية في قناتي تونس والسودان الفضائيتين)، تونس، ١٩٩٢.

٤- حميدة سميسم، نظرية الرأي العام مدخل، عمان، ١٩٩٤.

٥- دنيس مكويل، الإعلام وتأثيراته دراسات في بناء النظرية الإعلامية، القاهرة، ١٩٩٥.

٦- رحيمة الطيب عيساني، مدخل الى الإعلام والاتصال المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، ط ١، عمان: جدارا للكتاب العالمي والنشر والتوزيع، ٢٠٠٨.

٧- سعاد جبر سعيد، سيكولوجية الاتصال الجماهيري، ط ١، أريد، عالم الكتب الحديث، ٢٠٠٨.

٨- عبد الرزاق محمد، الدليمي، التخطيط الإعلامي، ط ١، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، ٢٠١٢.

٩- عبد الله تايه، الإعلام الثقافي في الإذاعة والتلفزيون، القاهرة، ٢٠٠٢.

١٠- عصام سليمان موسى المدخل في الاتصال الجماهيري، ط ١، أريد، مكتبة الكتاني، ١٩٨٦.

١١- فواز منصور الحكيم، سوسيولوجيا الإعلام الجماهيري، ط ١، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١١.

١٢- محمود حسن اسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير عمان الدار العالمية للنشر والتوزيع ٢٠٠٣.

١٣- مرفت الطرابيشي وعبد العزيز السيد نظريات الاتصال، القاهرة، ٢٠٠٥.

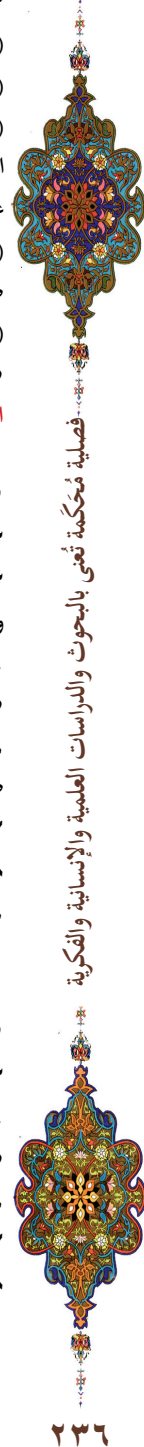
١٤- مصطفى المصمودي، النظام الإعلامي الجديد، اليونسكو، تونس، ١٩٨٨.

١٥- مؤيد عبد الجبار الحديشي، العولمة الإعلامية والامن القومي العربي.

١٦- مي العبد الله سنو، الاتصال في عصر العولمة، عمان، ٢٠٠١.

١٧- مي العبد الله سنو، التلفزيون في لبنان والعالم العربي، بيروت: دار النهضة العربية، ٢٠٠١.

١٨- هادي نعمان الهيقي، الاتصال والتغير الثقافي، بغداد، ١٩٧٨.





فصلية محكمة تعنى بالبحوث والدراسات العلمية والإنسانية والفكرية



دراسات وبحوث

العدد (١٤) السنة الثالثة رمضان ١٤٤٦ هـ - آذار ٢٠٢٥ م

Al-Thakawat Al-Biedh Magazine

Website address

White Males Magazine

Republic of Iraq

Baghdad / Bab Al-Muadham

Opposite the Ministry of Health

Department of Research and Studies

Communications

managing editor

07739183761

P.O. Box: 33001

International standard number

ISSN 2786-1763

Deposit number

In the House of Books and Documents

(1125)

For the year 2021

e-mail

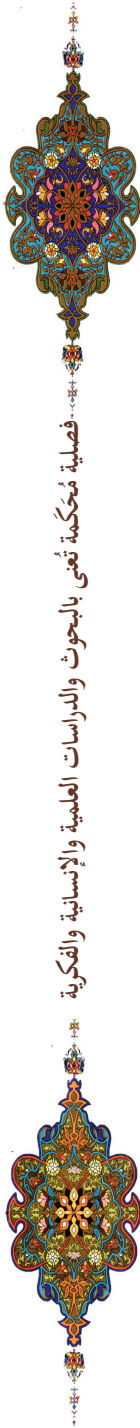
off reserch@sed.gov.iq

hus65in@gmail.com



فصلية محكمة تعنى بالبحوث والدراسات العلمية والإنسانية والفكرية





general supervisor

Ammar Musa Taher Al Musawi

Director General of Research and Studies Department

editor

Mr. Dr. fayiz hatu alsharae

managing editor

Hussein Ali Mohammed Al-Hasani

Editorial staff

Mr. Dr. Abd al-Ridha Bahiya Dawood

Mr. Dr. Hassan Mandil Al-Aqili

Prof. Dr. Nidal Hanash Al-Saedy

a.m.d. Aqil Abbas Al-Rikan

a.m.d. Ahmed Hussain Hai

a.m.d. Safaa Abdullah Burhan

Mother. Dr.. Hamid Jassim Aboud Al-Gharabi

Dr. Muwaffaq Sabry Al-Saedy

M.D. Fadel Mohammed Reda Al-Shara

Dr. Tarek Odeh Mary

M.D. Nawzad Safarbakhsh

Prof. Noureddine Abu Lehya / Algeria

Mr. Dr. Jamal Shalaby/ Jordan

Mr. Dr. Mohammad Khaqani / Iran

Mr. Dr. Maha Khair Bey Nasser / Lebanon