



ISSN: 1999-5601 (Print) 2663-5836 (online)

Lark Journal

Available online at: <https://lark.uowasit.edu.iq>



*Corresponding author:

Asst. Lect. Mustafa Zuhair Turki

University of Wasit – College of Arts – College of Media

Email: mturki@uowasit.edu.iq

Keywords: satellite channels, social values, women, Wasit Governorate.

ARTICLE INFO

Article history:

Received 20Apr 2025

Accepted 19 Jun 2025

Available online 1 Jul 2025



The Impact of Satellite Channels on Women's Social Values – Wasit Governorate as a Case Study

Abstract

This research examines the impact of satellite channels on women's social values in Wasit Governorate. It aims to highlight the main effects satellite channels have on the social values of women in this region. The study is classified as a descriptive survey study, utilizing two scientific research methods: the survey method and the correlational method. Descriptive research is used to describe the characteristics of phenomena. The researcher selected Wasit Governorate due to its distinctive features, which allow for findings that can be generalized to broader communities. Wasit is characterized by a diverse social, cultural, and economic composition, encompassing rural and urban areas, city centers, outskirts, districts, and sub-districts. The study explores the variety of media fields preferred by Iraqi women in Wasit and their exposure to them via satellite channels, including political, security, economic, social, cultural, religious, and sports content. It also investigates the diversity of cultural content and the variety of programs women are exposed to, such as films, series, talk shows, and TV magazines, with various ideas and topics. Furthermore, it reveals the key benefits that Iraqi women in Wasit gain from exposure to satellite channels. These include cognitive, emotional, personal, social, and entertainment benefits. One of the main recommendations presented by the researcher is to provide serious media awareness to Iraqi women about satellite channel exposure through seminars and guidance, and to clarify both the positive and negative impacts of available content. This is to avoid the dangers of harmful cultural content, especially that which originates from Western cultures. The researcher also calls on the Iraqi Communications and Media Commission to establish systems, laws, and ethical and professional standards to regulate and assess the work of Iraqi satellite channels, especially regarding the production of programs and content aimed at women in a way that aligns with Arab and Islamic culture and identity.

© 2025 LARK, College of Art, Wasit University

DOI: <https://doi.org/10.31185/lark.4612>

تأثير القنوات الفضائية على القيم الاجتماعية لدى المرأة- محافظة واسط أنموذجًا

م.م. مصطفى زهير تركي/جامعة واسط – كلية الآداب – قسم الإعلام

الملخص:

يتناول هذا البحث تأثير القنوات الفضائية على القيم الاجتماعية للمرأة في محافظة واسط، إذ يهدف عن أبرز التأثيرات التي تزاو لها القنوات الفضائية على القيم الاجتماعية للمرأة في محافظة واسط، إذ يعد هذا البحث من البحوث الوصفية للدراسات المسحية والتي تستخدم طريقتين للبحث العلمي وهما: طريقة منهج المسح، وطريقة الارتباط، وتستعمل البحوث الوصفية من أجل تحقيق وصف خصائص الظواهر، وقد اختار الباحث محافظة واسط، وجاء اختيارها لما تتميز به من خصائص تمكن الباحث من الوصول إلى نتائج بالإمكان تعميمها على مجتمعات أوسع، إذ تتميز محافظة واسط بتركيبة مختلفة البيئات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية من الريف والحضر ومن مراكز المدن ومن الأطراف ومن الأقضية والنواحي، تتنوع المجالات الإعلامية التي تفضلها المرأة العراقية في محافظة واسط والتعرض لها من خلال القنوات الفضائية ومنها: المجال السياسي والأمني والمجالات الأخرى الاقتصادية، الاجتماعي، الثقافي، الديني والرياضي، وتتوع المضامين الثقافية التي تتعرض لها المرأة العراقية في محافظة واسط عبر العديد من القنوات الفضائية العراقية والعربية والأجنبية، وتتوع البرامج التي تتعرض لها المرأة من أفلام ومسلسلات وحوارات ومجلات تلفزيونية بمختلف أفكارها وموضوعاتها والكشف عن أهم الحقائق حول الفائدة المتحققة من تعرض المرأة العراقية في محافظة واسط للقنوات الفضائية ومن أهم تلك الفوائد منها: الفوائد المعرفية والعاطفية والشخصية والاجتماعية والترفيهية، وكانت من أهم التوصيات التي وضعها الباحث هي: التوعية الإعلامية الجادة للمرأة العراقية عن التعرض للقنوات الفضائية من خلال الندوات والتوجيهات، ومدى التأثيرات الإيجابية والسلبية لدى المضامين المتاحة؛ من أجل تفادي التأثيرات الخطرة من المضامين الثقافية الخطرة وخصوصًا القادمة من الثقافات الغربية، ودعوة هيئة الإعلام والاتصال في العراق بوضع الأنظمة والقوانين والقواعد الخاصة الموجهة للقنوات الفضائية العراقية في تنظيم وتقييم عملها الأخلاقي والمهني في معالجتها، وإنتاجها للبرامج والمضامين التي تهتم وتختص بالمرأة بما يتلاءم مع الثقافة والهوية العربية والإسلامية.

الكلمات المفتاحية: القنوات ، الفضائية، القيم الاجتماعية ، المرأة، محافظة واسط

المقدمة:

أصبحت وسائل الإعلام العراقي لها دورًا مهمًا وبارزًا في حياة الأفراد لاسيما القنوات الفضائية؛ لما لها من أهمية في تحقيق العديد من الوظائف تجاه الفرد والمجتمع خاصة بعد التطورات الكبيرة التي شهدتها العراق بعد الانفتاح المجتمعي والإعلامي، والذي أدى الى تعدد القنوات الفضائية واختلاف الجهات الممولة لها وهو ما ينطبق على القنوات العراقية، ويجب على القنوات الفضائية أن تقوم بكل ما من دوره أن يؤدي إلى إشباع حاجات المرأة وتزويدها بكل ما من شأنه أن يعمل على الرفع من مستواها في مختلف المجالات خاصة وإن المرأة العراقية قد مرت بأزمات واضطرابات عدة نتيجة الأحوال التي مرّ بها البلد، وقت اهتمت القنوات الفضائية العراقية ببرامج شؤون المرأة التي تستهدف شريحة كبيرة جدًا في المجتمع العراقي وهي شريحة النساء، وتعد الجمهور المستهدف من القنوات الفضائية بقضايا المرأة وما تتعرض له من رسائل إعلامية تحمل في طياتها الكثير من القيم والسلوكيات الإيجابية والسلبية، وإن نجاح البرامج المعنية بشؤون المرأة هو ما يجعل المرأة موضوعًا متجددًا وحيويًا، ويؤكد الدور الإيجابي في الدفاع عن حقوقها وحريتها، فما زالت صورة المرأة في المواد الاعلامية لا تتناسب مع واقع وما حددته المواثيق الدولية لحقوق الانسان المعنية بحقوق المرأة، والتي تعتبر نقطة انطلاق وتحول تاريخي في الاهتمام بقضايا المرأة عالميًا، ومن هنا لا بد من التخطيط لإنتاج برامج حديثة وتهيئتها لوعي جديد ومعرفة برامج المرأة وكيفية التعامل مع واقع المرأة العراقية والعربية، وقد قسم البحث من منهجية البحث و مباحث المبحث فكان المبحث الأول يشمل القنوات التلفزيونية الفضائية مع مفهوم التلفزيون وحركة الصورة في التلفزيون ومظاهر التأثير التي تمارسها القنوات الفضائية أما المبحث الثالث الدراسة العملية فكانت إجراءات البحث التطبيقية الميدانية والتمثلة بمنهجية البحث ومجمعه والعينات وأداة الاستبيان والتعريف الإجرائي، أما المبحث الثالث فكان وصف وتحليل العينات والجداول الإحصائية، أما الأخير فكان هو استخلاص النتائج ومقارنة النتائج والمقترحات والتوصيات شاملًا المصادر والمراجع.

الإطار المنهجي

اولاً: مشكلة البحث: تكمن مشكلة هذا البحث في الغموض الذي يحيط بحجم ودوافع تعرض المرأة العراقية للمضامين الثقافية في القنوات الفضائية، وكيف تؤثر القنوات الفضائية على القيم الاجتماعية، وما المضامين التي ستبرزها القنوات الفضائية للمرأة.

ثانياً: تساؤلات البحث :

1-السؤال الرئيس: ما تأثير القنوات الفضائية على القيم الاجتماعية للمرأة في محافظة واسط؟

2- الاسئلة الفرعية:

أ-هي أهم القيم الاجتماعية التي تتبناها المرأة في محافظة واسط

ب-ما حجم وعادات وأنماط تعرّض المرأة العراقية للمضامين الثقافية في القنوات الفضائية العراقية؟

ج- ما حجم تعرض المرأة في محافظة واسط للقنوات الفضائية؟

د- ما الاشباعات المتحققة لدى المرأة العراقية إزاء تعرضها للمضامين الثقافية في القنوات الفضائية؟

د- ما المضامين الثقافية الأكثر تعرضًا من قبل المرأة العراقية في القنوات الفضائية؟

ثالثا: أهداف البحث :

الهدف الأساسي : دراسة وتحليل التأثير الذي تُحدثه القنوات الفضائية على القيم الاجتماعية للمرأة في محافظة واسط.

الهدف الفرعية:

- 1-تحليل دور القنوات الفضائية في إحداث تحول في نظرة المجتمع تجاه دور المرأة وحقوقها.
- 2-تقييم مدى تأثير البرامج والمحتوى الفضائي على سلوكيات وتوجهات المرأة في محافظة واسط.
- 3-استكشاف التغييرات التي طرأت على هذه القيم نتيجة التعرض للقنوات الفضائية.

رابعاً: الفرضيات:

- 1-يوجد علاقة بين العمر وأهمية المضامين الثقافية في القنوات الفضائية بالنسبة للمرأة.
- 2-يوجد علاقة بين المستوى العلمي وأهمية المضامين الثقافية في القنوات الفضائية بالنسبة للمرأة.
- 3-التعرف على العلاقة بين حالة العمل وأهمية المضامين الثقافية في القنوات الفضائية بالنسبة للمرأة.
- 4-التعرف على العلاقة بين المستوى العلمي والاشباعات المتحققة لدى المرأة العراقية إزاء تعرضها للمضامين الثقافية في القنوات الفضائية.

خامساً: أهمية البحث:

يهدف البحث إلى دراسة كيفية تأثير القنوات الفضائية على القيم الاجتماعية للمرأة في محافظة واسط، إذ يلعب الإعلام دورًا رئيسيًا في تشكيل المفاهيم الثقافية والاجتماعية، مما يؤثر على دور المرأة في المجتمع، من خلال هذا البحث، يمكن فهم التغييرات في نظرة المجتمع للمرأة وسلوكياتها نتيجة المحتوى الإعلامي.

يساهم البحث أيضاً في توجيه السياسات العامة لدعم المرأة، ويساعد في التعرف على التحديات والفرص المتاحة لتعزيز القيم الإيجابية، يعزز الوعي المجتمعي حول دور الإعلام وتأثيراته، مما يفتح المجال لنقاشات حول كيفية استخدام الإعلام بشكل إيجابي.

سادساً: منهج البحث:

تلحق هذه الدراسة ضمن الدراسات المنهجية الكمية، وهي الدراسات التي يتوصل الى نتائجها من خلال الاجراءات الإحصائية؛ أي أنها تصف أو تحلل المشكلات والظواهر في بعدها الاجتماعي والثقافي، وتحديد خصائصها وفحص طبيعتها ومتغيراتها، وكذلك دراسة اتجاهات نموها وتطورها.

سابعاً: الدراسات السابقة:

1-دراسة توفيق (توفيق، 1989)، إذ أجرت الباحثة دراسة ميدانية على عينة من سكان محافظة بغداد من أجل التعرف على مستويات وأنماط وحجم تعرض الجمهور للبرامج والاذاعات المحلية والدولية، وتحديد الدوافع لهذا التعرض وكذلك تحديد أي المحطات العالمية تهم المشاهد العراقي في المقام الاول أكثر من غيرها.

2-دراسة التميمي (التميمي، 2001) ، أجرت الباحثة دراسة تحليلية للبرامج الموجهة للنساء في مجلتيين برامجية لكل من تلفزيون بغداد وتلفزيون العراق باستخدام المنهج المسحي لتحليل المضمون والمحتوى.

3-دراسة الخزعلي (الخرزعلي، 2006) ، دراسة برامج المرأة في القنوات الفضائية المتخصصة وهي دراسة تحليلية لبرامج المرأة في قناة Heya الفضائية المتخصصة بشؤون المرأة العربية للمدة من 2004/7/1 ولغاية 2004/9/30.

4- دراسة القرشي (حسين، 2006) ، تناولت الدراسة الكشف عن عادات وأنماط التعرض جمهور مدينة بغداد للبرامج التلفزيونية عبر القنوات الفضائية العربية والأجنبية، واستخدم الباحث المنهج الوصفي ومنهج المسح لاستقصاء خصائص الجمهور واستمارة الاستبيان كأداة! لاستطلاع آراء عينة الدراسة.

5-دراسة الخزاعي (الخرزاعي، 1999)، لخصَّ الباحث مشكلة الدراسة في سؤال مركزي استندت الدراسة على أساسه وهو : ما هي خصائص الجمهور العراقي وعاداته في التعرض لوسائل الإعلام المحلية. وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي في دراسة ظاهرة تعرُّض الجمهور لوسائل الاتصال بحسب متطلبات الدراسة وطبيعتها الإجرائية.

6-دراسة شاهين(شاهين، 2001)، تمثلت مشكلة البحث في التعرف على الواقع والرضا الذي حققه استخدام الجمهور المصري للقنوات الفضائية العربية التي يشاهدها. حيث أجرت الباحثة الدراسة

على عينة حصة قوامها 400 فرد من سكان ثلاث محافظات مصرية، تم اختيارها لعدد هوائيات الاستقبال في محافظات القاهرة والجيزة والقليوبية.

7- دراسة مرزوق (مرزوق، 1999) أجرت الباحثة دراسة تحليلية لعينة من البرامج الصباحية من الساعة إلى العاشرة من برنامجي (صباح الخير يا مصر) على القناة الأولى بالتلفزيون، و (إذاعة البرنامج العام) على الشبكة الرئيسية للراديو والبث، لمدة شهر متصل من 1988/2/14 إلى 1988/3/14، كما أجرت الباحثة دراسة ميدانية على عينة عمدية مقصودة قوامها (400) مبحوث ممن يستمعون للمدة الصباحية في إذاعة البرنامج العام، أو يشاهدون التلفزيون خلال المدة الصباحية في القناة.

8-دراسة (Mendelson 2007، Papacharissi & Mendelson 2007، p. 355)

اقترحت الدراسة نموذجًا خاصًا من الدراسات في مجال الاستخدامات والإشباعات يمزج ما بين دوافع تلفزيون الواقع مع الأولويات النفسية والاجتماعية المؤكدة والتحقيق عن كيفية تأثير هذه المفاهيم على العلاقة معها، على وجه الخصوص فحص الاندماج، والتعرض لتلفزيون الواقع والارتباط به، وإدراك المحتوى الحقيقي؛ لذلك كان التركيز على معرفة الدوافع الصامتة للمشاهدة ومعرفة الدوافع والأولويات الاجتماعية والنفسية ووجهات النظر بينهم تجاه تلفزيون الواقع وإدراك واقعه والارتباط معه وما تأثير الدوافع والأولويات النفسية والاجتماعية في: الصلة، والتعرض والإدراك الحقيقي وتلفزيون الواقع.

المبحث الأول

الإطار النظري

القنوات الفضائية:

أولاً: التلفزيون وتغيير القيم لدى المجتمع:

من أهم ما يميز مجتمعنا الإنساني على مر العصور هو إنه في حالة تغيّر مستمر والتغيّر هو السبب لما وصل إليه الإنسان من تقدم ورقي، وما سيصل إليه أبنائنا وأحفادنا من مراحل قد تفوق مخيلتنا وتوقعاتنا، فأجدادنا القدامى لم يتوقعوا مثلاً اختراع الكهرباء، ولم يتوقعوا وصول الإنسان إلى القمر الذي كانوا يقدسونه حد العبادة في وقت من الأوقات ؛ إذاً التغيّر عملية ديناميكية مهمة تناولها العلماء والباحثون في كثير من المجالات، وتكاد لا تخلو الكتب من أهمية أو آثار أو أسباب التغيّر حتى أن أشرف هذه الكتب القرآن الكريم قد تناولها في آياته الكريمة قوله تعالى: (إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ) (الرعد: 11)، ويحدث التغيّر بسهولة وسرعة في الظواهر الحضارية التي تعتمد على ادخال المستحدثات المادية والصناعية والتكنولوجية، ويكون عادةً بطيء

وصعب في الظواهر الاجتماعية التي تعتمد على اعتناق عادات وتقاليد جديدة وبناء أساليب فكرية وقيم أخلاقية حديثة (ندوة، 1994، صفحة 148)، إذ تُعد وسائل الإعلام من أبرز وسائل الاتصال في العصر الحالي ولها علاقة وثيقة بالقيم والمعايير الاجتماعية، فجميع وسائل الاعلام تهدف الى تغيير اتجاهات الأفراد والجماعات في الوقت نفسه وتنقل اتجاهات وأفكار وقيم جديدة إليهم (النكلاوي، المدخل السوسولوجي للاعلام ، 1974 ، صفحة 104)

فإنَّ وسائل الاعلام أسهمت بطريقة فعّالة في تغيير العادات والقيم، وفي ترسيخ المحمود منها ونبذ ومقاومة المذموم منها، وبفضل تلك الوسائل أصبحت العادات والتقاليد والقيم متشابهة بين كثير من الشعوب عن طريق التأثير والتأثر، وفيما يتعلق بالقيم وبالذات فإنَّ دور وسائل الاتصال من حيث التأثير فيها يكاد يكون مقصوراً على ترسيخ المرغوب منغاً، وتعميمها و تعديل المرفوض منه ؛ ليصبح مقبولاً لدى عامة الناس (احمد، 1986، صفحة 62).

وخلص القول إنَّ وسائل الاعلام تُعد إحدى عوامل التغيير الثقافي والاجتماعي المهمة، ويبدو أنَّ هذه الوسائل سلاحاً ذو حدين قد يقطع دابر المعتقدات وعناصر التراث الشعبي بما يملكه من وسائل جذابة كما أنَّه في نفس الوقت يدعم التراث السائد ويحثُّ على المزيد من التمسك به ، إذ أنَّ إمكانية تغيير القيم لدى الإنسان ليست قليلة الاحتمال، بل إنَّه يتغير تحت ضغط وعوامل متعددة منها: اندفاعات الناس نحو التكنولوجيا الجديدة كالتلفزيون، فضلاً عن عوامل أخرى نفسية واجتماعية.(غيث، علم الاجتماع ، 1970 ، صفحة 238).

ثانياً: الوظائف الأساسية للتلفاز:

1-الوظيفة التلفزيونية : بأنها عبارة عن مجموعة من الأدوار والفعاليات والنشاطات التي يقوم بها التلفزيون ؛ من أجل صياغة رسالة إعلامية ذات أهداف واضحة ويقوم ببيئها على الجمهور من خلال تخطيط وإنتاج مؤثر في الجمهور.(علي س.، 2005، صفحة 38)
وقد أصبح التلفزيون في الوقت الحاضر من أخطر وسائل الإعلام من حيث الأهداف والوظائف (البياتي، 1991، صفحة 164)

ويمكن معرفة وتحديد وظائف التلفزيون الأساسية وتلخيصها بما يلي:(الدليمي، 2005، صفحة 44)

2-الوظيفة الإعلامية : وتعني تزويد المعلومات للجمهور أي نقل الأخبار والأحداث بصورة دقيقة ومباشرة، وتزويدهم بالمعلومات والأخبار الصحيحة والحقائق، التي تساهم في تكوين الآراء الصائبة؛ ولأن التلفزيون يعتبر من أفضل الوسائل التي تساهم في نقل الجمهور إلى مكان الأحداث

فهو يعتبر مصدر أساسي وقناة للأخبار، ويمكن ملاحظة الوظيفة الإعلامية للتلفزيون بقوة عند مشاهدة الأحداث والأخبار العالمية ونقلها بصورة مباشرة (الشال، 2001، صفحة 167) ولم يعد هناك شك من أن التلفزيون هو الوسيلة الرئيسة للأخبار في معظم دول العالم، إذ أن النشرة الإخبارية التلفزيونية تحتل مكانة واسعة بين مجمل البرامج والمواد التي يبثها التلفزيون، ففي الولايات المتحدة أكثر من "64 % من الشعب الأمريكي يعتمد على التلفزيون باعتباره مصدرًا ثابتًا وأساسيًا للأخبار بينما يعتبر "51 % من مواطني الولايات المتحدة أنه الوسيلة الأكثر صدقًا (يوسف، 2003، صفحة 112)

3- الوظيفة التعليمية والثقافية: تُعتبر المعلومات والأفكار والقيم من أهم الوظائف التي تقوم بها البرامج التلفزيونية وتساعد على تزويد المشاهدين بالثقافة وإنشاء الذوق الفني، وأكد المختصون بالإعلام أن التلفزيون هو أكثر وسائل الإعلام تأثيرًا في تنشئة الطبيعة العلمية بين القاعدة المرتكزة للمتلقين وحث الناس على تعلم ما يفيد المسيرة التكنولوجية والعلمية (ليبب، دراسات في العمل التلفزيوني، 1984، صفحة 46).

4- الوظيفة الترفيهية: يقوم التلفزيون بمساعدة المشاهدين على التقليل من حدة التوتر ويبعد المشاهدين عن مشكلاتهم، كما يقوم ببناء معنوياتهم ويكون ذلك من خلال تأثير مباشر وإيجابي على الحالة النفسية، وقد اتسعت الوظيفة الترفيهية لوسائل الإعلام وأصبح منها التلفزيون عند انتقالها من جمهور محدد إلى جمهور كبير شعبي. (زرشادن، 1975، صفحة 315).

5- الوظيفة التوجيهية: تكون مهمة هذه الوظيفة إرشادية، إذ تقوم بتوجيه المشاهد وتبعد النتائج غير المرغوب بها والتي تتكون نتيجة نقل الأخبار، وتستخدم هذه الوظيفة في كافة الدول من أجل تحقيق الأهداف في السلم والحرب، وتبرز أهمية هذه الوظائف في أوقات الانتخابات والاستفتاءات، حيث يكثر ظهور السياسيين والمفكرين على شاشات التلفزيون من خلال البرامج الحوارية والندوات؛ لإيصال ما لديهم من آراء وبيان وجهات نظرهم لجذب المشاهدين وكسبهم لجانبيهم. (بدر، الاتصال الجماهيري بين الدعاية والإعلام، 1982، صفحة 163).

ثالثًا:- القنوات الفضائية وتأثيرها على المجتمع:

أصبحت القنوات الفضائية في النصف الثاني من القرن العشرين مُعجزة القرن، حيث بدأ على المشاهد التأثيرات بشكل واضح ومؤثرة على ثقافته وتفكيره وعلى سلوكه مُشكلة لشخصيته عن طريق ما يقدمه المسيطرون على شركات ووسائل الإعلام من ثقافات يختارونها للمتلقي كي يتشبع بها، ويقول (بورستين) إن التلفزيون يُعد أفضل عدسة لها هذه الزاوية المشعة التي انتجها الإنسان، وإن التلفزيون له تأثير ساحق ومباشر في نطاق مفهوم الإنسان المعاصر (هاني، 1998، صفحة

77) وتتبع القنوات الفضائية أهميتها من قدرتها على احتواء أفراد المجتمع بكل طبقاته وأطيافه، فتتقدم ما يحتاجه الصغير وما يرغبه الكبير من الجنسين وفي كل مكان وزمان، هي تلبى أهداف التناسق الاجتماعي السياسية والاجتماعية والتربوية والصحية والتعليمية.

رابعاً: تأثير القنوات الفضائية في تغيير القيم الاجتماعية:

إن ابتكار القنوات الفضائية وانتشارها في السنوات الأخيرة تحولت إلى ظاهرة اجتماعية عامة؛ مما أدى إلى دفع أغلب الباحثين في مجال علم النفس الإعلامي وعلم الاجتماع الاجتماعي إلى دراستها وتفسيرها كظاهرة لها تأثيراتها الاجتماعية والثقافية والنفسية، وتقوم بإتباع هذه الآثار في أنماط وسلوك وتفكير المشاهدين وفي مقدمتها طلاب المدارس، وكذلك دراسة التأثير الاجتماعي وطبيعته والذي تؤديه القنوات الفضائية في التنشئة الاجتماعية وما قد تنتج من قيم وسلوكيات لها تأثيرات في المظهر الخارجي والتوافق الاجتماعي، فإذا تُرِكَت برامج القنوات الفضائية من غير اختيار للموضوعات؛ سيؤدي ذلك إلى تأثير سلبي على المشاهدين وستعكس تلك الآثار على شخصياتهم وتكوينهم؛ لأن عقول الأحداث والمراهقين تكون شديدة الحساسية وأكثر استعداداً للتأثر بما تسمع وترى. (الشنوف، 1996، صفحة 127)

فإنَّ البعض قد يرى إلى أنَّ القنوات الفضائية هي أحد عوامل جذب المراهق في المنزل وعامل مساعد على جمع الأسرة؛ لما تمتاز به من قوة التأثير والجذب فضلاً عن كونها أحد عوامل التنمية السلوكية الفردية والجمعية سلبيًا أو إيجابًا، فإنَّ القنوات الفضائية تُشجِّع وتُحفِّز الشاب والمراهق على الانسحاب من العالم الواقعي والانزواء أمام شاشات التلفزيون لمتابعة القنوات الفضائية. (الشنوف، وسائل لعلام المرئي واثرها على شخص الطفل العربي وثقافته، 1996، صفحة 135)

ويُرجَّح آخرون إلى إنَّ مشاهدة القنوات الفضائية لا مشكلة فيها إذا تحكَّم في مشاهدة برامجها من خلال اختيار البرامج الجيدة والمناسبة، ويرى بعض الآباء والمدرسين أنَّ القنوات الفضائية عبارة عن أداة فعَّالة ومساهمة في بناء القيم وتصنيع جو من التفاهم والتضامن في العلاقات العائلية إذ بدونها لا يجتمع أفراد الأسرة الواحدة إلا عند مشاهدة بعض البرامج، كذلك تساعد على تنمية قدرات التلاميذ وتشجيعهم بالنسبة لتقويم البرامج واختيارها (الفرجاني، 1986، صفحة 62)

كما أنَّ للمهارات الاجتماعية أهمية كبيرة في حياة الناس فالتغيُّرات الاجتماعية والاقتصادية التي يمر بها المجتمع تطلب من الأفراد أن يكونوا ذا مهارات تُمكنهم من الانسجام والتكيف مع الظروف المجتمعية، فهي ضرورة لازمة في جميع مواقف الحياة المتعددة، حيث لا نستطيع تصوُّر أن يعيش الإنسان في كهف بعيداً عن العالم، ولا يمكن إنجاز وجود بشري سليم بكل صورته دون إدراك

الوجود الاجتماعي، فالفرد كائن اجتماعي يجسد الحياة يحمل في أعماقه الداخلية غريزة حب الاجتماع والعيش مع الأفراد. (البلوي، 2004، صفحة 111)

خامساً: مظاهر التأثير التي تمارسها القنوات الفضائية على المجتمع:

لم يكن ارتباط الإعلام بالحياة الاجتماعية سابقاً كما هو الآن، بحيث أصبح من الممكن تسميته بمصطلح الإعلام المسيطر، ويرجع ذلك الأثر البارز الذي تلمسه حياتنا كون القنوات الفضائية واسعة الانتشار وكثيرة الإنتاج وقوية التأثير وسريعة الحركة في التنشئة المجتمعية. (البلوي، الذكاء الانفعالي وعلاقتها بالتوافق النفسي، 2004، صفحة 139)

ومن أبرز مظاهر التأثير التي تمارسها القنوات الفضائية يمكن تلخيصها بما يلي :

خطورة المادة الاعلامية التي تُبث من القنوات الفضائية في الدول المرسله والتي تملك وتسيطر على هذه القنوات والبلدان التي تستقبلها، مما يجعلها في مجال التأثير من خلال الفوارق الثقافية والاجتماعية بينهم، وهو وضع خطير جداً إذ أن 80% من الأخبار والمادة الإعلامية نحصل عليها من الدول الصناعية في مقابل 10-30% من الدول النامية، وهذا الضخ الهائل من المواد الإعلامية يبنى بعواقب كبيرة تكاد تكون ثقافية واجتماعية سياسية وأمنية.

بالرغم من صلابه الإطار المحلي الثقافي في مواجهة التيارات الخارجية؛ فإن الموضوعية العلمية تلتزم الاعتراف بوجود تأثيرات على درجة ما من العمق للقنوات الفضائية الأجنبية والاحتكاك

الثقافي بالمجتمعات الأجنبية على الأفكار والآداب الاجتماعية والدينية على مستوى الأسرة والفرد ولكنها ليست عميقة من الحد الذي يدعو إلى الاستسلام والتشاؤم. (السيف، 2003، صفحة 14)

لا تستطيع دولة في العالم مهما امتلكت من إمكانياتها التقنية أن تحقق رقابة محكمة ومشروطة من السيطرة على مثل ذلك الغزو وأمام التطور الصناعي الحديث في آليات الإرسال والبث، ومن فرض رقابة على الأبناء داخل الأسرة وعلى مستوى المجتمع عامة من حيث الاشتراك في القنوات الفضائية ووضع نظام محكم لدخول الانترنت وتصفحه وطريقة الاشتراك فيها، وكذلك بعض العناوين أو المواقع التي تحتوي على ما يتعارض مع القيم.

يحدث تأثيرات في الجوانب السلوكية والتعليمية عن طريق الازدواجية والتشتت بين ما يتعلمه الفرد في المؤسسات التربوية وما يشاهده من برامج من خلال قنوات البث المباشر، وكذلك الترويج للسلوك العدواني والعنف غير الحضاري والإسهام في هبوط مستوى التنقيفي والتعليمي للفرد.

(السيف، المدخل الى دراسة المجتمع ، 2003، صفحة 17)

تنوع القنوات الفضائية وازديادها تعتبر خطورة ملحوظة على الثقافات الوطنية وذوبانها أو اندثار بعض معالمها في ظل هذا الفيض الإعلامي الكبير والموجه لصالح ثقافة الدول المنتجة، مع ما

يتبعه من تنميط ثقافي وتصدير لنماذج معينة وإبطال سلوكيات وتوجهات وقيم وأسلوب حياة وافدة ومفروضة بشكل فوق يمس بعض أساليب الحياة الاجتماعية وقد يطغى على ملامح الثقافات الوطنية التقليدية.

سادساً: القنوات الفضائية مصدر للمعلومات:

إنَّ الحصول على المعلومات تعتبر عملية بحرية تمثل فكرة الديمقراطية؛ لتدفق المعلومات من اهتمام بالنسبة إلى احترام التعبير وحرية، الذي يشمل الحق في البحث واستقبال ونقل الأفكار والمعلومات من خلال وسائل الاعلام المتعددة بما في ذلك معلومات الهيئات العامة التي تحتفظ بها على أن لا يتعكس ذلك مع الحفاظ على خاصية الإنسان والأمن العام (مندل، 2003، صفحة 23) ويعتقد أنَّ عوامل تأثير القنوات الفضائية في الجمهور هو ما تعرضه من برامج؛ تعزز الحق في الحصول على المعلومات من حيث المادة الاعلامية التي تتوزع في القنوات العامة بين الحدث السياسي والاقتصادي والرياضي... الخ. دون تركيز على مجال محدود في القنوات المتخصصة. (الجبار، 2008، صفحة 43)، إنَّ المهام الأساسية للقنوات الفضائية للجمهور هو الحصول على المعلومات، وقد تبين أنَّ هذه الوظيفة هي السبب الرئيس لحرية الاعلام؛ لما تمتلك من معرفة لها أهمية واسعة في تأهيل المواطنين وإثراء فكرهم واتساع رقعة معرفتهم. (المجيد، 2010، صفحة 220)، وفي النسق ذاته لم تكتفِ القنوات الفضائية بالوفاء للجماهير من حيث المعرفة عن طريق استقاء الانباء وعرضها فقط أو تقديم أكثر قدر من المعلومات لتغطية الأحداث الداخلية والخارجية؛ بل تقوم بتحليل هذه الاخبار والمعلومات والأحداث وتقديم توضيحاً وتفسيراً بها، فكثير من الأحداث لا نستطيع فهمها دون معرفة أوليات هذه الأحداث وتطورها للناسي، إذ أنَّ اهمال عرض الخلفية لهذه المعلومات وفي كثير من الأحيان قد يؤدي الى عملية سوء فهم وتظليل لهذه الأحداث. (الفلاحي، 2017، صفحة 214)، لقد أصبحت القنوات الفضائية مصدرًا مهمًا لتزويد الجمهور بالمعلومات وعلى آفاق عدة، فعلى التوجّه السياسي إبلاغ المواطنين بكل ما يدور في معطيات الحكومة والهيئات الإدارية الأخرى من خلال عملها الرقابي، وعلى الصعيد التعليمي تقديم الإدراكات العلمية المتنوعة، وفي المستوى الثقافي تقوم بتقديم برامج تنمي القيم والعادات المجتمعية وفي العمل الإخباري فهي مرآة لما يحصل من أحداث في المجتمع. (مكاوي، اخلاقيات العمل الاعلامي، 2011، صفحة 167)

وقد امتازت القنوات الفضائية عن الوسائل المكتوبة التي تطلب من الجمهور المُستَقْبِل مهارة القراءة للتزوّد بالمعلومات بعدم احتياج الجمهور لمثل هذه المهارات؛ من أجل معرفة المعلومات من القنوات الفضائية، فتوفر المعلومات بالكلمات المنطوقة للمتعلمين والأُميين معًا (الخطيب،

2009، صفحة 13)، وفي انبثاق ثورة الاتصالات و المعلومات ودخول القنوات الفضائية الى الانترنت فقد أتاحت على مواقعها الاخبارية وصفحات مواقع التواصل الاجتماعي العديد من الأدوات والتطبيقات الاتصالية والإعلامية التفاعلية التي وفرت لشبكة الانترنت من بينها الأرشيف والأدوات البحثية والروابط أو النصوص المتشعبة التي تنقل المستخدم من موضوع الى آخر فضلاً عن وجود أدوات أخرى التي تمكن المستقبل من الوصول الى المعلومات.(الفلاحي، الاعلام التقليدي والاعلام الجديد، 2013، صفحة 176)

فقد توصل الباحث واستنتج مما تقدم بأن القنوات الفضائية تؤدي دورًا كبيرًا في تعزيز وتدعيم محورًا مهمًا من محاور حرية التعبير والرأي، إلا أن حق الشخص في الحصول على المعلومات والتزوّد بها يُعد من أهم مصادره للمعلومات وتمثل مرآته التي تصوّر له ما يدور حول العالم

المبحث الثاني

إجراءات البحث التطبيقية الميدانية

المقدمة:

الإجراءات البحثية العملية هي مجموعة من الخطط والإجراءات التي اتفق عليها العلماء الباحثين في منهجية البحث العلمي؛ لجمع المعلومات من الأشخاص أو الأشياء يعتمد عليها من خلال أساليب منضبطة بطريقة تؤدي الى نتائج موضوعية ونزيهة يتوصل اليها بأقل الأخطاء، وهو منهج علمي منظم ينبغي الالتزام به وتطبيقه، وإنّ الاخلال بهذه الخطط والإجراءات قد يؤثر على الوصول الى النتائج المطلوبة من خلال اختيار مجتمع الدراسة البحثية الذي تم من خلاله تطبيق إجراءات العمل البحثية على هذا المجتمع؛ من خلال العينات وقدرتها على تمثيل مجتمع البحث يستدعي من الباحث أن تكون نتائج دراسته مماثلة لنتائج المجتمع، ويتم ذلك باختيار العينات المناسبة لكشف عن حقائق الدراسة، ويتطلب ذلك اختيار الحجم المناسب من، العينة، ودرجة تجانس الأفراد، أو مفردات مجتمع الدراسة، حيث تكون مفردات مختلفة في تكوينها وفي اتجاهاتها ومستواها من خلال التنوع في العينة، واختيار عدد كبير من الأفراد ومراعاة المجتمع في المتغيرات وتطبيق إجراءات الحكم على الإجراءات العملية من خلال عنصري الثبات والصدق؛ بحيث تكون أدوات البحث قادرة على اعطاء نتائج دقيقة من خلال وضوح الاسئلة وسهولة صياغتها ومراعاة فهمها من قبل العينات التي تم اختيارها من المجتمع، ويتم ذلك بالاستعانة من الباحثين والاكاديميين وأساتذة الجامعات من لهم الخبرة الكافية في الحكم على تلك الإجراءات العملية للدراسة البحثية لتحقيق الهدف المرجو من الدراسة.

منهجية البحث:

تلحق هذه الدراسة ضمن الدراسات المنهجية الكمية، وهي الدراسات التي يتوصل الى نتائجها من خلال الاجراءات الإحصائية؛ أي أنها تصف أو تحلل المشكلات والظواهر في بعدها الاجتماعي والثقافي، وتحديد خصائصها وفحص طبيعتها ومتغيراتها، وكذلك دراسة اتجاهات نموها وتطورها، وتم جمع المعلومات في الدراسات الكيفية عبر النزود بالاستشهاديات والادلة الموجودة في المؤلفات أو المطبوعات والمصادر والسجلات والتقارير والمذكرات والموسوعات العلمية والمحاضرات الجامعية. واستخدمت أيضاً الدراسات الكمية وهي التي يقوم بها عمل قياسات الضرورية باستخدام العينات المختارة من مجتمع البحث وفق أسئلة وضعت بشكل دقيق على العينات، ومن خلال الإجابات يستطيع أن يعمم النتائج على المجتمع وفق شروط الصدق والثبات، وتكشف دراسة سماتها وتفكيك جوانب التطور والتغيير في الوسائل والأساليب، باستخدام المنهج الوصفي التحليلي لكونه؛ المنهج الذي يوصل الى فهم الحقيقة الظاهرة والمتمثلة بظاهرة تعرض المرأة العراقية للمضامين الثقافية في القنوات الفضائية.

مجتمع البحث:

إن مجتمع البحث، هو المجتمع الذي يهدف الباحث إلى دراسته وتعميم نتائج البحث على جميع مفرداته، ولكن يصعب في بعض الحالات تحديد خصائص هذا المجتمع بسبب ضخامته وعدم تجانسه، أو بسبب عدم توافر الامكانيات والمستلزمات والظروف للقيام بحصر شامل لكل مفرداته، وتسليط الضوء على اغلب تلك الخصائص، الامر الذي يجبر الباحثين للجوء إلى اسلوب العينات لاختيار العدد الممثل لمفردات المجتمع الكلي، فالعينة اذن هي : عبارة عن عدد محدود من المفردات التي يتعامل الباحث معها منهجياً، ويسجل في ضوء هذا التعامل البيانات الاولية المطلوبة، ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلاً لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع.

وفي ضوء ذلك، يكون مجتمع الدراسة للمرأة في محافظة واسط - العراق العاملة في دوائر الرسمية وغير الرسمية والمرأة في الجامعات والمدارس الثانوية ومنظمات النسوية في المجتمع المدني والمرأة غير العاملة ربات البيوت، والمجتمع البحث البالغ (100,000) الف من العينات من مختلف المستويات العمرية والعلمية وحال العمل المرأة في محافظة واسط وأبعاد فئات الاطفال التي هي خارج فئات المستويات العمرية.

العينات (عينة البحث):

حيث كان من المستحيل أحياناً دراسة المجتمع بأكمله، فإن ذلك يستغرق وقتاً طويلاً وتكلفة باهضة، لذلك لجأ الباحث إلى اختيار عينة من المجتمع كحل لهذه المشكلة، بشرط أن تكون العينة تمثل المجتمع الأصلي وأن يتم اختيارها بشكل صحيح، لذلك فالعينة (هي الجزء الذي يمثل المجتمع الأصلي أو النموذج الذي يديره الباحث ومحور عمله عليه، ولا يمكن أن ينجح البحث إلا إذا كان الباحث يستخدم أساليب خاصة باختيار العينات) وتم التوصل على معلومات الحصول عليها من العينات والتي اختيرت بعناية فائقة ووفق معايير تحقق الاختلاف في الخصائص والتعرض، وتم اختيار العينات من مجتمع الدراسة التي تشمل المرأة في محافظة واسط واقضيتها. وتم اختيار الحجم المناسب من العينة للقيام بالدراسة وفق جدول مورغان نسبة الثقة 95% ونسبة الخطأ 5% وتم اختبار عدد العينات من أفراد المجتمع تبلغ (384) وكانت المناطق التي تم اختيار العينات منها والنسب المتحققة وهي كالاتي:

منطقة الهورة 80 مبحوثة، منطقة الحيدرية 60 مبحوثة، منطقة الكفاءات 40 مبحوثة، منطقة دور المهندسين 50 مبحوثة، منطقة دور المعلمين 50 مبحوثة، منطقة الجعفرية 40 مبحوثة، منطقة العباسية 34 مبحوثة، منطقة الشرقية 30 مبحوثة.

اختيار حجم العينة:

تم اختيار الطريقة المناسبة لاختيار العينة بحيث هناك أنواع معينة من العينات تكون أكثر دقة في تمثيلها لمجتمع البحث. وتم استخدام العينة العشوائية البسيطة وهي العينة التي تتيح لكل مفردة من مفردات المجتمع فرصة اختيارها، وتم استخدام أنواع العينات العشوائية البسيطة والتي تم تحديد مجتمع الدراسة البحثية وتحديد حجم العينات المراد اختيارها، وكذلك استخدام العينة العشوائية الطبقية والذي يتمثل في اختيار عينة تأخذ في الاعتبار ذات الخصائص المتفاوتة في مجتمع البحث. ويتم ذلك من خلال تحديد مجتمع الدراسة وتحديد حجم العينة المطلوبة وتحديد المجموعات والطبقات المختلفة في المجتمع والتي تمثل المتغيرات الجوهرية في الدراسة نتيجة تباين فئات المجتمع الكلي للحصول على نتائج دقيقة وتم اختيار مجموعات من العينات التي تضمن استجوابها من فئات متنوعة من المرأة في واسط.

ت	اسم المنطقة	عدد النساء	النسبة	عدد العينة
1	الهورة	31000	% 21	80
2	الحيدرية	16000	% 16	60
3	الكفاءات	10000	% 10	40
4	دور المهندسين	13000	%13	50
5	دور المعلمين	13000	%13	50
6	الجعفرية	10000	%10	40
7	العباسية	9000	%9	34
8	الشرقية	8000	%8	30
	المجموع	100000	%100	384

أداة البحث ادوات جمع المعلومات:

بعد ان حدد الباحث طريقة البحث اصبح، من الضروري اختياري اداة بحث مناسبة لجمع البيانات اللازمة للوصول الى الاهداف المحددة للبحث،، ونظراً لشمولية مجتمع البحث فإن الاستبانة تعد من اكثر وسائل وادوات جمع البيانات شيوعاً واستخداماً في منهج المسح والدراسات المسحية وذلك لإمكانية استخدامه في جمع المعلومات حول موضوع معين و الأكبر عدد ممكن من الجماهير وهناك تعريف أكثر شمولية يصف الدراسات المسحية بأنها : محاولة لجمع المعلومات من مفردات مجتمع الدراسة من أجل التعرف على الوضع الراهن لذلك المجتمع في ضوء متغير بحثي أو أكثر و يعتبر المسح من المناهج المهمة للكشف عن الموضوعات والظواهر الاعلامية.

وتعرف اداة الاستبيان: وهو عبارة عن نموذج مطبوع يحتوي على مجموعة من الاسئلة الموجهة لعينة من الافراد حول موضوع او مواضيع تتعلق بأهداف الدراسة.وهي تعتبر اداة مثالية لتطبيق طريقة المسح، وللحصول على بنود المقياس (الاستبيان) اجري الباحث دراسة اولية مستقبلية مكون من (40)مبحوثة تم اختيارها عشوائياً من مجتمع البحث بنسبة 10% من مجموع عينة البحث وقد

تم توجية مجموعة من الاسئلة المفتوحة لهذه الفئات وبعد تحليل الاجابات توصلت الباحثة إلى صياغة مجموعة فقرات الاستبانة، وقد روعي التعليمات من قبل المختصين في اعدادها وهي كالآتي :

1 – اعتماد شروط البحث المعيارية والنموذجية من حيث تضمين المعلومات الديموغرافية للمبحوثين.

2 – تجنب الاسئلة الشخصية البحتة التي توحى بنواقص شخصية وتسبب الاحراج للمبحوثين وبالتالي الاحجام عن الاجابة.

4_ وضع الاسئلة القصيره ذات الاجابات البسيطة.

3 – الباحثة في ترتيبها لاسئلة يراعي الاتسيبان لتيسير الاجابة على المبحوثين وتوفير الوقت والجهد وذلك بمراعاة الترتيب المناسب للاسئلة، بالانتقال من الاسئلة العامة إلى الاسئلة المحددة، مع تأخير الاسئلة المفتوحة التي تحتاج إلى جهد من التفكير واستعادة المعلومات إلى نهاية الاستمارة.

واستمارة الاستبيان وهي أسلوب لجمع البيانات من خلال توزيع تلك الاستمارات على العينات بطريقة منهجية لتقديم حقائق أو آراء أفكار معينة في أطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة، وكان عدد العينات أو النساء الذي فعلا تم الإجابة على الاستمارات الموزعة (384) للحصول على معلومات دقيقة حول موضوع الدراسة البحثية.

الصدق والثبات:

يعد عنصر الثبات والصدق من العناصر الحاسمة في تحديد صحة النتائج الدراسات البحثية والاختلاف في أحدهما أو الاثنين؛ يجعل من السهل الطعن في دراسة البحث. فالثبات يعني أن تكون الأداة قادرة على اعطاء النتيجة ذاتها حين استخدامها لأكثر من مرة، والمقصود بالصدق هو نقيس الأداة الاستبيان بمعنى السؤال الموجه للعينات حول تعرض ليس رأي الباحث ويمكن معرفة مصداقية مضمون أداة الاستبيان عبر الأساليب ومنها الصدق الظاهري، مصداقية المضمون، الصدق التلازمي استخدام عدة مقاييس، الصدق البنائي، الصدق المعياري، الصدق التنبؤي.

الصدق:

تم من خلال عرض الاستمارة في صورتها الأولية على مجموعة من الخبراء والمحكمين وأساتذة أكاديميين في مجال التخصص الاعلامي وخارجه في اختبار صدق أداة جمع البيانات وصدق المتغيرات، وابداء الرأي في مدى صلاحيتها للتطبيق ومدى مناسبتها لأهداف وأغراض الدراسة. كما اعتمدنا على أسلوب تطبيق الاستمارة ثم إعادة تطبيقها مرة أخرى بعد أسبوع مع الأخذ بعين

الاعتبار ملاحظات المحكمين والتعديلات التي جرت على الاستمارة وثبات درجة الصدق بالمعايير المعروفة وكانت درجة الثبات والصدق عالية من خلال معامل كرونباخ حيث وصلت معدل الدراسة الكلية 81 بالمئة.

قائمة لجنة المحكمين (الخبراء)

ت	الاسم	الكلية
1	أ.م.د. ابتسام ديناني رضوي	كلية الإعلام والدراسات الثقافية – جامعة ازاد
2	أ.م.د. خلف كريم التميمي	كلية الإعلام _ جامعة واسط
3	م.د. مهند التميمي	كلية الإعلام _ جامعة الأمام الكاظم (ع)
4	أ.م.د. كريم محمد حمزة	كلية الآداب _ قسم الاجتماع _ جامعة بغداد
5	أ.م.د. غزوان جبار محمد	كلية الاعلام _ جامعة بغداد
6	أ.م.د. محمد حسن العامري	كلية الاعلام _ جامعة بغداد
7	م.د. سعد ابراهيم عباس	كلية الاعلام _ جامعة ذي قار
8	أ.م.د. عبد الرزاق النعاس	كلية الإعلام _ جامعة بغداد
9	أ.م.د. احمد عبد اللطيف	كلية الآداب _ قسم علم النفس _ جامعة بغداد

الثبات:

تم اختبار الثبات من خلال معادلة الفاي كرونباخ الذي يقيس مدى الثبات والترابط الداخلي لفقرات الاستبيان ونسبة التباين واجابات المبحوثين بأستخدام برنامج التحليل الاحصائي (SPSS) الذي بلغ قيمته 78.5% لكامل الاستبيان اعلى من 70% النسبة المقبولة لذلك يمكننا القول بأن اداة المقياس تتمتع بالثبات وقادرة على تحقيق اهداف البحث.

جدول 1- معامل الثبات (كرونباخ) لمحاور الدراسة

ت	محور الدراسة	معامل كرونباخ
1	الفوائد المعرفية التي تحصل عليها المرأة من المضامين	74.2 %
2	الفوائد العاطفية التي تحصل عليها المرأة من المضامين	83.5 %
3	الفوائد الشخصية التي تحصل عليها المرأة من المضامين	72.1 %
4	الفوائد الترفيهية التي تحصل عليها المرأة من المضامين	86.4 %
5	الفوائد الاجتماعية التي تحصل عليها المرأة من المضامين	78.3 %
6	المضامين التي تؤثر على وعي المرأة عند التعرض للمضامين	76.8 %
مجموع	معدل معامل الثبات لمحاور	78.5 %

جدول 1 يوضح معامل الثبات كرونباخ لمحاور الدراسة التي تم اختيارها من الفوائد المتحققة للمرأة عند تعرضها للمضامين الثقافية في القنوات الفضائية وكانت الفوائد المعرفية 74.2 % والفوائد العاطفية 83 % والفوائد الشخصية 72.1 % والفوائد الترفيهية 86.4 % والفوائد الاجتماعية 78.3 % والمضامين التي تؤثر على وعي المرأة 76.8 % ومعدل الثبات الكلي للمحاور كان 78.5 %.

المبحث الثالث

وصف وتحليل العينات والجداول الإحصائية

المقدمة:

الاستبانة هي أشهر وسائل جمع المعلومات في سائر البحوث الوصفية والتحليلية ومنها البحوث الإعلامية والتي نهتم بها في بحثنا هذا ويمكن تعريفها بأنها : نموذج مقابلة تحريرية مع عينة البحث يتولى فيها أفرادها قراءتها والتفاعل معها لإعطاء الجواب الأفضل، وتحتاج إلى الكثير من المهارة والقدرة على التصميم بأسلوب مناسب تفي بالعرض، وحاجة البحث للأهداف المرجوة بحيث تكون واضحة تمامًا وتتجنب الغموض والحرص أن يكون مضمونها يسر التعامل أفراد العينات معها. وتم طرح الاستبانة على عينات الدراسة بطريقتين: الأولى : المناولة الشخصية أو عبر شخص آخر وتضمن هذه الطريقة وصولها بيسر وسهولة على أفراد العينات التي تتجمع في المرأة العراقية مثل : المدارس والجامعات والدوائر الرسمية والمنظمات النسوية وفي البيت ربات البيوت غير

العاملات، أما الطريقة الثانية: مراسلتهم عبر البريد الإلكتروني وتتيح هذه الطريقة فرصة أكبر للوصول إلى عينات الدراسة لضمان دقة النتائج وصحتها من خلال عنصري الثبات والصدق.

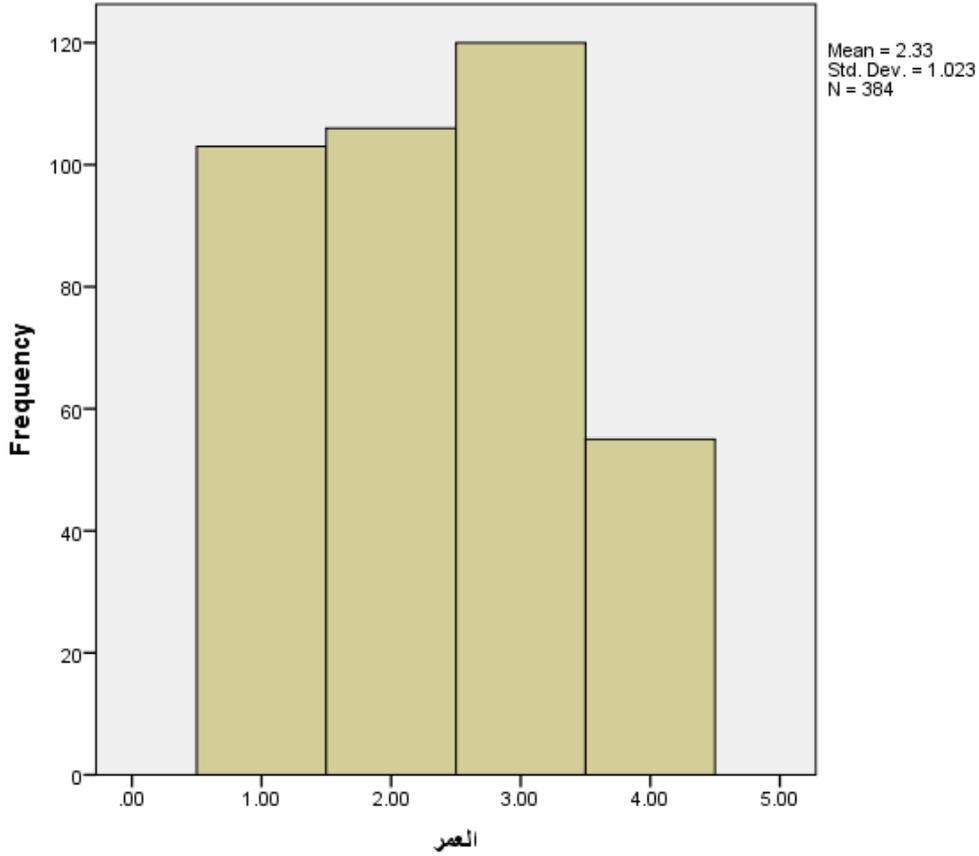
تحليل العينات:

بعد عرض الإطار المنهجي للموضوع المبحوث وتحديد إشكالية وفرضيات وتساؤلات البحث والهدف منه، واستعراض أهم المفاهيم الأساسية في الإطار النظري والتعريف بمجتمع البحث وإيجاد العينات المناسبة يتم تطبيق إجراءات البحث التطبيقية للعينات المختارة ؛ لمحاولة اختبار الفرضيات والتساؤلات والأهداف وبيان صدقها وثباتها وذلك بالاعتماد على تطبيق أداة الدراسة (استمارة الاستبيان) وتوزيعها على العينات التي تمكنا من تحليل ووصف وتفسير الظاهرة الإعلامية (تعرض المرأة العراقية للمضامين الثقافية في القنوات الثقافية.

القسم الأول : المعلومات الديموغرافية

جدول 1: المتغير العمري

العمر	التكرار	النسبة المئوية
اقل من 25 سنة	103	26، 8%
من 26 – 35 سنة	106	27، 6%
من 36 – 45 سنة	120	31، 2%
اكثر من 45 سنة	55	14، 3%
المجموع	384	100%

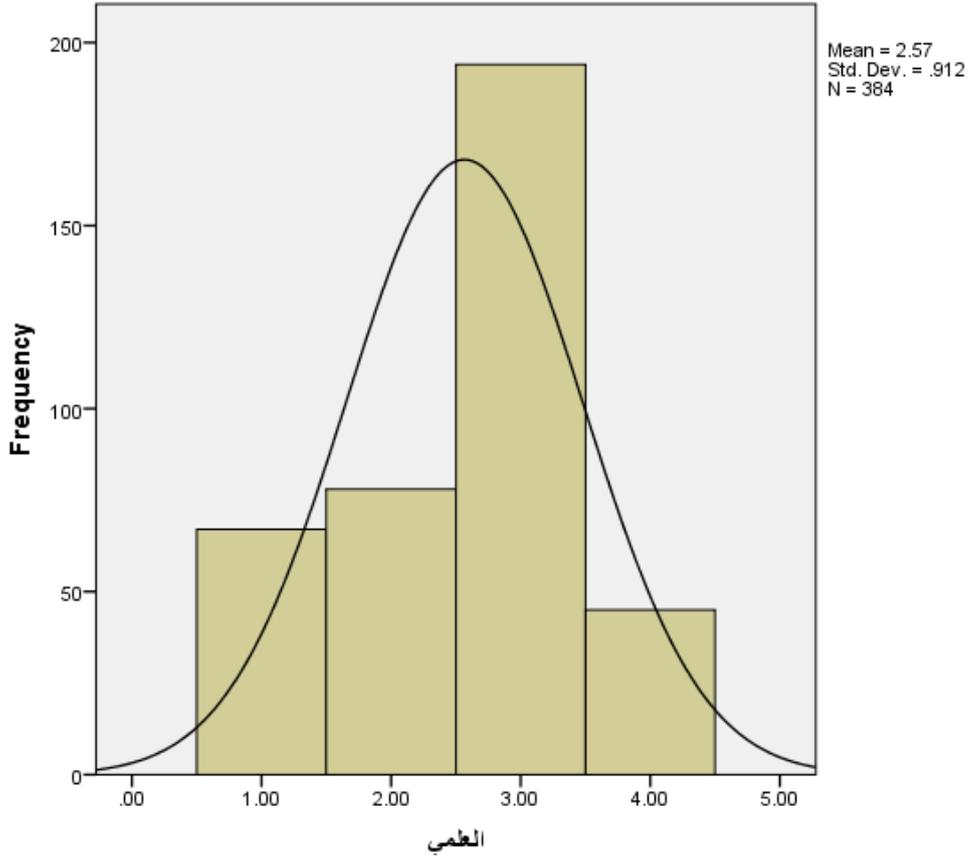


جدول 1- يوضح المعلومات الديموغرافية التي استخدمت في أداة البحث الاستبيان وهي متغير

العمر لدى النساء العينات، وكانت الأعمار التي أقل من 25 سنة عدد التكرار 103 والنسبة المئوية 26,8% والأعمار من 26 الى 35 سنة عدد التكرار 106 والنسبة المئوية 27,6% والأعمار من 36 الى 45 فكانت عدد التكرار 120 والنسبة المئوية 31,2% والأعمار أكثر من 45 سنة فكانت عدد التكرار 55 والنسبة المئوية 14,3% وكانت هذه النسب من عدد العينات الكلية والبالغة 384 وبنسبة 100%.

جدول 2: متغير المستوى العلمي.

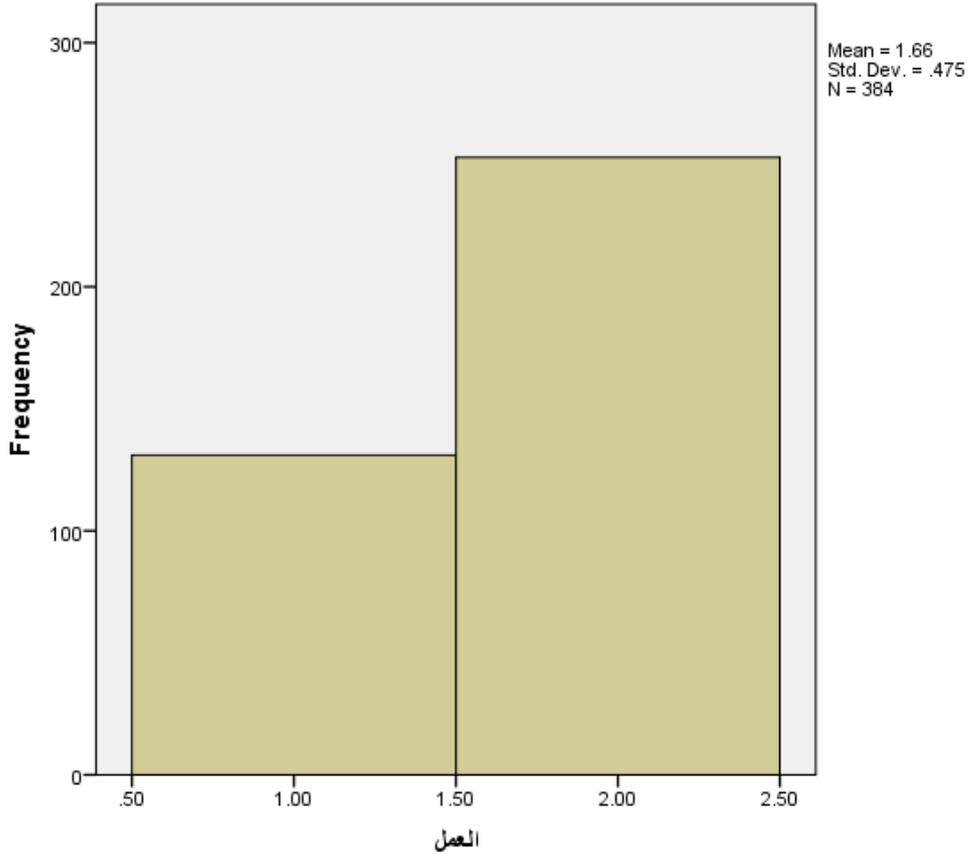
النسبة المئوية	التكرار	المستوى العلمي
4%،17	67	الدراسة الابتدائية والمتوسطة
3%،20	78	الدراسة الإعدادية
5%،50	194	الدراسة الجامعية
7%،11	45	الدراسة الماجستير والدكتوراه
100%	384	المجموع



جدول 2 يوضح متغير المستوى العلمي لدى المبحوثات وكانت الحاصلات على الدراسة الابتدائية عدد التكرار 67 والنسبة المئوية 17,4 والحاصلات على الدراسة الإعدادية كانت عدد التكرار 78 والنسبة المئوية 20,3% والحاصلات على الدراسة الجامعية فكانت عدد التكرار 194 ونسبة مئوية 50,5% وكانت الحاصلات على الدراسة الماجستير والدكتوراه عدد التكرار 45 والنسبة المئوية 11,7% من العدد الكلي للعينات المبحوثة والبالغة 384 ونسبة مئوية 100%.

جدول 3 : الحال العمل

النسبة المئوية	التكرار	الحال
1%،34	131	عاملة
9%، 65	253	غير عاملة
100%	384	المجموع



جدول 3 يوضح متغير حال العمل للعينات فكانت النساء العاملات عدد التكرار 131 بنسبة مئوية

34،1% والنساء غير العاملات عدد التكرار 253 بنسبة مئوية 65،9% من عدد العينات الكلية البالغة 384 وبنسبة مئوية 100%.

جدول 4: المجالات التي تفضل المرأة العراقية متابعتها في القنوات التلفزيونية الفضائية.

المجموع	قليل جدا	قليل	متوسط	كثير	كثير جدا	المجالات المفضلة
384	89	119	78	56	42	المجال السياسي والامني
100%	1%،23	9%،30	3%،20	5%،14	9%،10	
384	70	128	82	55	49	المجال الاقتصادي
100%	2%،18	3%،33	3%،21	3%،14	7%،12	
384	50	112	93	67	62	المجال الاجتماعي
100%	13%،	6%،28	3%،42	4%،17	1%،16	

384	15	60	68	4,90 23	151	المجال الثقافي
100%	9%,3	6%,15	7%,17		3%,39	
384	58	100	93	89	44	المجال الديني
100%	1%,15	26%	2%,24	1%,23	1%,11	
384	40	76	96 25%	89	83	المجال الرياضي
100%	4%,10	7%,19		1%,23	6%,21	

جدول 4 يوضح أهم المجالات التي تفضل المرأة متابعتها في القنوات الفضائية وكانت عدد التكرار المجال السياسي والأمني كثير جداً 42 وبنسبة مئوية 10,9% وكثير 56 وبنسبة مئوية 14,5% ومتوسط 78 وبنسبة مئوية 20,3% وقليل 119 وبنسبة مئوية 30,9% وقليل جدا 89 وبنسبة مئوية 23,1% والمجال الاقتصادي عدد التكرار 49 نسبة مئوية 12,7% وكثير 55 نسبة مئوية 14,3% ومتوسط 82 النسبة المئوية 21,35% وقليل 128 ونسبة مئوية 33,3% وقليل جدا 18,2% والمجال الاجتماعي كثير جدا 62 ونسبة مئوية 16,1% وكثير 67 ونسبة مئوية 17,4% ومتوسط 93 ونسبة مئوية 42,3% وقليل 112 ونسبة مئوية 28,6% وقليل جدا 50 ونسبة مئوية 13% والمجال الثقافي كثير جداً 151 وبنسبة مئوية 39,3% وكثير 90 ونسبة مئوية 23,4% وبنسبة مئوية 17,7% وقليل 60 ونسبة مئوية 15,6% وقليل جدا 15 ونسبة مئوية 3,9% والمجال الديني كثير جدا 44 ونسبة مئوية 11,1% وكثير 89 ونسبة مئوية 23,1% ومتوسط 93 ونسبة مئوية 24,3% وقليل 100 وبنسبة مئوية 26% وقليل جدا 58 وبنسبة مئوية 15,1% والمجال الرياضي كثير جدا 83 نسبة مئوية 21,6% وكثير 89 ونسبة مئوية 23,1% ومتوسط ونسبة مئوية 25% وقليل 76 وبنسبة مئوية 19,7% وقليل جداً 40 وبنسبة مئوية 10,4%.

جدول 5: أين تفضل المرأة أن تشاهد المضامين الثقافية في القنوات الفضائية

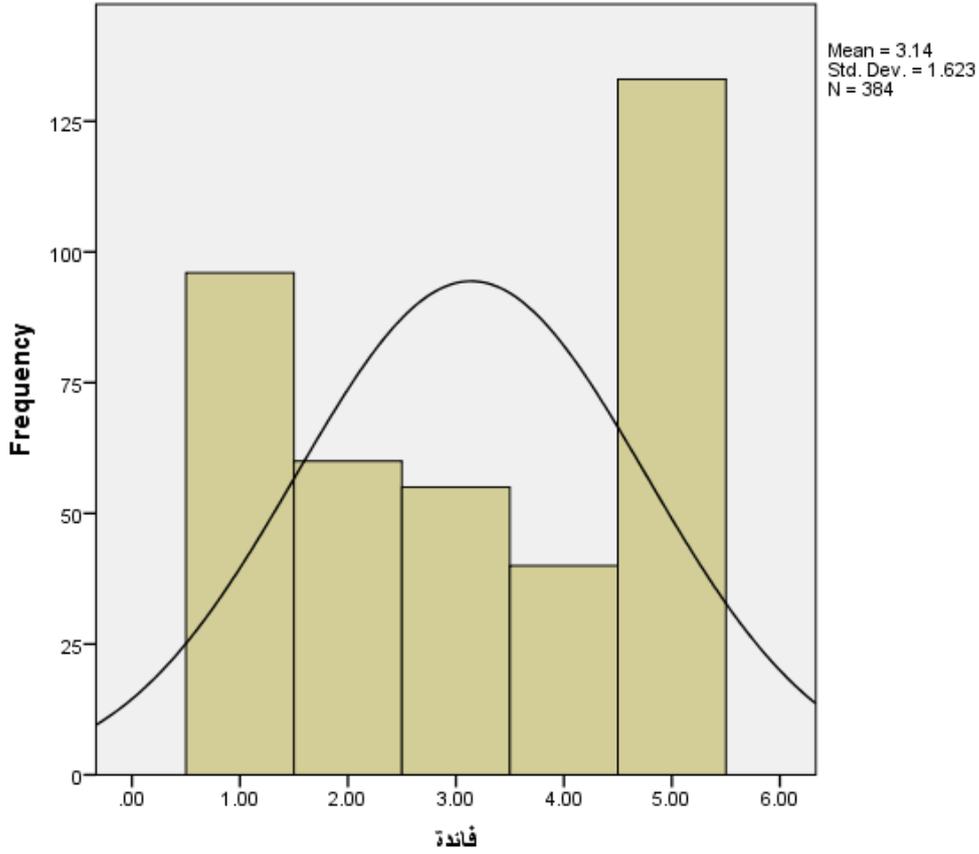
المجموع	لا أوافق تماماً	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق تماماً	مشاهدة المضامين الثقافية
384	6	14	80	110	174	الافلام والمسلسلات
100%	5%,1	6%,3	8%,20	6%,28	3%,45	

384	15	35	124	112	98	البرامج الوثائقية
100%	9%،3	1%،9	2%،32	1%،29	5%،25	
384	9	22	95	145	113	المجلة التلفزيونية
100%	3%،2	7%،5	7%،24	7%،37	4%،29	
384	20	33	86	135	110	الحوارات والمقابلات التلفزيونية
100%	2%،5	5%،8	3%،22	1%،35	6%،28	

جدول 5- يوضح تفضيل مشاهدة المضامين الثقافية في القنوات الفضائية فكانت النتائج عدد التكرار الأفلام والمسلسلات أوافق تمامًا 174 نسبة مئوية 45،3% أوافق 110 بنسبة مئوية 27،6% محايد 80 نسبة مئوية 20،8% لا أوافق 14 بنسبة مئوية 3،6% لا أوافق تمامًا 6 نسبة مئوية 1،5%. البرامج الوثائقية أوافق تمامًا 174 نسبة مئوية 45،3% أوافق 112 نسبة مئوية 29،1% محايد 124 نسبة مئوية 32،2% لا أوافق 35 نسبة مئوية 9،1% لا أوافق تمامًا 15 نسبة مئوية 3،9%. المجلة التلفزيونية أوافق تمامًا 113 نسبة مئوية 29،4% أوافق 145 نسبة مئوية 37،7% محايد 95 نسبة مئوية 24،7% لا أوافق 22 نسبة مئوية 5،7% لا أوافق تمامًا 9 نسبة مئوية 2،3%. الحوارات والمقابلات التلفزيونية أوافق تمامًا 110 نسبة مئوية 28،6% أوافق 135 نسبة مئوية 35،1% محايد 86 نسبة مئوية 22،3% لا أوافق 33 نسبة مئوية 8،5% لا أوافق تمامًا 20 نسبة مئوية 5،2% من مجموع العينات الكلية 384 نسبة مئوية 100%

جدول 6 الفوائد الكلية التي تحصل المرأة عليها من التعرض للمضامين الثقافية في القنوات الفضائية.

فوائد معرفية	فوائد عاطفية	فوائد شخصية	فوائد اجتماعية	فوائد ترفيهية	المجموع
96 25%	15 6%،60	14 3%،55	10 6%،41	132	384 100%
				3%،34	



جدول 6: يوضح الفوائد التي تحصل عليها المرأة من المضامين الثقافية في القنوات الفضائية فكانت

نتائج التكرار والنسب المئوية فوائد معرفية 96 نسبة مئوية 25% فوائد عاطفية 60 نسبة مئوية 15،6% فوائد شخصية 55 نسبة مئوية 14،3% فوائد اجتماعية 41 نسبة مئوية 10،6% فوائد ترفيهية 132 نسبة مئوية 34،3% من العينات الكلية 384 البالغة والنسبة المئوية 100%.

جدول 7: العلاقة بين متغير المستوى العلمي والمضامين الثقافية التي تؤثر على وعي المرأة عند تعرضها للقنوات التلفزيونية الفضائية

المتغيرات	الاختبار Anova	مجموع المربعات	قيمة df	قيمة f	قيمة sig
فرض احترام القيم والمعتقدات والاعراف الثابتة	Between groups Within groups Total	263،1 71.2 330.3	380 3 383	612.3 6	0.021
وعي المرأة وزيادة تعليمها ومعرفتها في	Between groups Within groups	67 421 483	380 3 383	811.7 6	0.011

				Total	موضوعات حياتها
0.001	448.1 7	380 3 383	74 301 435	Between groups Within groups Total	التركيز على قضايا المرأة والاهتمام بها ودورها في بناء المجتمع
0.02	616.5 5	380 3 383	74 361 435	Between groups Within groups Total	زيادة معرفة المرأة والمهام بالافكار المستحدثة في تطوير حياتها
0.001	120.3 0.195	380 3 383	81 289 381	Between groups Within groups Total	ضرورة مشاركة المرأة والنهوض بمساهمتها في قضايا العمل والتمتع بها
0.031	96.6 0.215	380 3 383	81 386 390	Between groups Within groups Total	توفير موضوعات وبرامج ثقافية لكي تحقق تفاهم بين النساء والرجال

جدول 7: يوضح نتائج العلاقة بين متغير المستوى العلمي للفئات التي تم اختيارها مع متغيرات التعرض للمضامين الثقافية التي تؤثر على وعي المرأة عند تعرضها للقنوات التلفزيونية الفضائية من خلال الاختبار Anova ووجد هناك فروق واختلافات دالة بين متغير الدراسة للمضامين الثقافية المتنوعة واختلاف المستويات العلمية للفئات التي تم اختيارها حيث وجدت قيمة sig اقل من 0,05 في كل المتغيرات لدى اختلاف الوعي لدى المرأة من خلال الاحترام القيم والمعتقدات للقيم والاخلاق والاعراف ورفع وعي المرأة وزيادة تعليمها ومعرفتها في الموضوعات التي تتعلق في حياتها والتركيز على قضايا المرأة والاهتمام بدورها في بناء المجتمع وزيادة المعلومات والافكار المستحدثة لدى المستويات العلمية باختلافها ومشاركة المرأة في النهوض في قضايا حقوق المرأة العاملة والتمتع بحقوقها من خلال المستوى العلمي الذي يؤهلها قياسا بالمرأة ذات المستوى العلمي الاقل تدرجاً .

-النتيجة:

من خلال دراستنا البحثية حول موضوع الدراسة البحثية تأثير القنوات الفضائية على القيم الاجتماعية للمرأة- محافظة واسط أنموذجاً. نستنتج من الدراسة البحثية النتائج التالية :

1 - تنوّع المجالات الإعلامية التي تفضلها المرأة العراقية في محافظة واسط، والتعرض لها من خلال القنوات الفضائية ومنها المجال السياسي والأمني والمجالات الأخرى الاقتصادية، الاجتماعي، الثقافي، الديني والرياضي.

٢- تنوّع البرامج التي تتعرض لها المرأة من أفلام ومسلسلات وحوارات ومجلات تلفزيونية بمختلف أفكارها وموضوعاتها.

٣- تم التحقق والاستقصاء من أهم المضامين الثقافية التي تساهم في دعم المرأة في محافظة واسط والعراق بشكل عام من خلال تعرضها للقنوات الفضائية والتي تساهم بشكل إيجابي على وعي المرأة ومشاركتها الرجل في بناء مجتمع سليم.

4-الكشف عن نتائج الفرضية مدى أهمية المضامين الثقافية التي تتعرض لها المرأة وعلاقتها مع المستوى العلمي للفئات التي تم اختيارها، ووجد ان هناك اختلاف بالمضامين تبعاً إلى اختلاف

المستويات العلمية للعينات المبحوث عنهما من خلال اختبار سبيرمان في برنامج الاحصائي. 5- تبين من خلال النتائج ان هناك فروق دالة بالعلاقة بين متغير العمل لدى المرأة ومدى أهمية

المضامين الثقافية التي تتعرض لها المرأة في مختلف القنوات الفضائية.

-التوصيات :

1- التوعية الإعلامية الجادة للمرأة العراقية عن التعرض للقنوات الفضائية من خلال الندوات والتوجيهات، ومدى التأثيرات الإيجابية والسلبية لدى المضامين المتاحة من أجل تفادي التأثيرات الخطرة من المضامين الثقافية الخطرة وخصوصاً القادمة من الثقافات الغربية.

2 - ضرورة وجود منظمات مجتمع مدني نسويه تقع على عاتقها تبصير المرأة عن كيفية انتقاء التعرّض إلى وسائل الإعلام، واختيار الأصلح والمناسب من المضامين والبرامج التي تهتم بالصورة الإيجابية لدى المرأة، وإبعادها عن الرسائل الإعلامية التي تعمل على بثّ وتشجيع على ظواهر الاجتماعية المرفوضة في المجتمع العراقي.

3 - قيام مراكز أبحاث المرأة الذي يتم دعمها وإنشائها من قبل الحكومة والجامعات، والذي يهدف إلى تفعيل دور المرأة في انتقاء التعرّض للقنوات الفضائية من خلال الخطط والإجراءات، وبناء الرأي بما يخدم ويساهم في دورها في بناء المجتمع السليم.

- 4 - دعوة هيئة الإعلام والاتصال في العراق بوضع الانظمة والقوانين والقواعد الخاصة الموجهة للقنوات الفضائية العراقية في تنظيم وتقييم عملها الأخلاقي والمهني في معالجتها، وإنتاجها للبرامج والمضامين التي تهتم وتختص بالمرأة بما يتلاءم مع الثقافة والهوية العربية والإسلامية.
- 5- ضرورة قيام القنوات الفضائية العراقية والعربية بإقامة دورات متخصصة بإعداد جيل من مُعدّي ومُقدّمّي ومُنْتجّي ومُخرجي البرامج والمضامين الثقافية التي تهتم بقضايا المرأة.

-المصادر والمراجع:

- القرآن الكريم.

- 1- النكلاوي، أحمد، (1974م)، المدخل السيسولوجي للإعلام، القاهرة، مكتبة نهضة الشرق.
- 2- السيف، محمد، (2003م)، المدخل الى دراسة المجتمع، الرياض، دار الخريجي للنشر والتوزيع.
- 3- النشال، انشراح، (2001م)، مدخل الى علم الاجتماع، القاهرة، دار الفكر العربي.
- 4- البياتي، خضير، (1991م)، دراسات معاصرة في الإعلام والدعاية، بغداد، دار الحكمة للطباعة والنشر.
- 5- أحمد، بدر، (1986)، دور المذيع في تغيير العادات والقيم في المجتمع السعودي، الرياض، دار العلم للطباعة.

<https://doi.org/10.31185/lark.Vol3.Iss42.1882>

- المشهداني، ايمان عبد الرحمن، 2021، الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية في تقوية الروح الوطنية والانتماء للوطن عند طلبة الجامعات العراقية، جامعة بغداد -كلية الإعلام، المجلد 14 عدد 4، مجلة لارك- جامعة واسط- كلية الآداب.
- 6- زرشادن، وليام ريفر، (1975م)، وسائل الإعلام والمجتمع الحديث، القاهرة، دار المعرفة.
 - 7- بدر، أحمد، (1982م)، الاتصال الجماهيري بين الدعاية والإعلام، الكويت، دار القلم.
 - 8- لبيب، سعد، (1984م)، دراسات في العمل التلفزيوني، بغداد، مركز التوثيق الإعلامي لدول الخليج العربي.
 - 9- غيث، محمد عاطف، (1970م)، علم الاجتماع، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية.
 - 10- وقائع ندوة، (1994)، نحو خطة قومية لثقافة الطفل العربي، تونس، المنظمة العربية للتربية والثقافة والفنون
 - 11- هاني، رضا، (1998م)، الرأي العام والدعاية، القاهرة، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر.
 - 12- الشنوي، فاروق البوهي وفوزية، (1996م)، وسائل الإعلام المرئية وأثرها على شخصية الطفل العربي وثقافته، القاهرة.
 - 13- الخطيب، سعد محمد، (2009م)، التنظيم القانوني لحرية الإعلام المرئي والمسموع، بيروت، منشورات الحلبي الحقوقية.

<https://doi.org/10.31185/lark.Vol1.Iss22.677>

- حسين، عبد الامير عباس، و خنجر، احمد حميد، 2016، تعرض المتلقي المحلي لبرامج البث المباشر في القنوات التلفزيونية الفضائية دراسة ميدانية لمتلقي مدينة الكوت، مجلد 8 عدد 2، مجلة لارك، جامعة واسط -كلية الآداب.
- 14- الفلاح، حسين علي، (2013م)، الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، عمان، دار غيداء للنشر والتوزيع.

- 15- الفلاحي، حسين علي، (2017م)، التفاعلية وما بعد التفاعلية في الإعلام الجديد، الإمارات العربية المتحدة، دار الكتاب الجامعي.
- 16- المجيد، علي عبد ، (2010م)، الإعلام وحقوق الانسان، الاسكندرية، دار الجامعة الجديدة للنشر.
- 17-مكاوي، حسن عماد، (2011م)، أخلاقيات العمل الإعلامي، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.
- 18-الفرجاني، عبد العظيم، (1986)، الإذاعة والقنوات الفضائية والطفل،مجلة التربية.
- 19-البلوي خولة، (2004)، الذكاء الانفعالي وعلاقته بالتوافق النفسي، الرياض، رسالة ماجستير غير منشورة كلية التربية للبنات.
- 20 -الجبار، حسين عبد، (2008م)، اتجاهات الاعلام الحديث والمعاصر، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 21-مندل، توبي ، (2003)، الحق في المعلومات، الهند، مؤسسة ماكرو للرسم البياني الخاص المحدود.

Sources and References

The Holy Qur'an

- 1- Al-Naklawy, Ahmed (1974), *The Sociological Approach to Media*, Cairo: Nahdat Al-Sharq Library.
- 2- Al-Saif, Mohammed (2003), *Introduction to the Study of Society*, Riyadh: Al-Khurayji Publishing and Distribution.
- 3- Al-Shal, Inshirah (2001), *Introduction to Sociology*, Cairo: Arab Thought House.
- 4- Al-Bayati, Khudair (1991), *Contemporary Studies in Media and Propaganda*, Baghdad: Al-Hikma Press and Publishing House.
- 5- Ahmed, Badr (1986), *The Role of Radio in Changing Customs and Values in Saudi Society*, Riyadh: Dar Al-Ilm for Printing.
- <https://doi.org/10.31185/lark.Vol3.Iss42.1882>
- 6- Zarsheden, William River (1975), *Media and Modern Society*, Cairo: Dar Al-Ma'arifa.
- 7- Badr, Ahmed (1982), *Mass Communication Between Propaganda and Media*, Kuwait: Dar Al-Qalam.
- 8- Labib, Saad (1984), *Studies in Television Work*, Baghdad: Gulf Arab States Media Documentation Center.
- 9- Gheith, Mohammed Atef (1970), *Sociology*, Alexandria: University Knowledge House.
- 10- Proceedings of the Symposium (1994), *Towards a National Plan for Arab Children's Culture*, Tunis: Arab Organization for Education, Culture, and Science.
- 11- Hani, Reda (1998), *Public Opinion and Propaganda*, Cairo: University Foundation

for Studies and Publishing.

12- Al-Shinno, Farouq Al-Buhi & Fawziya (1996), *Visual Media and Its Impact on the Arab Child's Personality and Culture*, Cairo.

13- Al-Khatib, Saad Mohammed (2009), *The Legal Regulation of Freedom of Audiovisual Media*, Beirut: Al-Halabi Legal Publications.

<https://doi.org/10.31185/lark.Vol1.Iss20.677>

14- Al-Falahi, Hussein Ali (2013), *Traditional and New Media*, Amman: Ghaidaa Publishing and Distribution.

15- Al-Falahi, Hussein Ali (2017), *Interactivity and Post-Interactivity in New Media*, United Arab Emirates: University Book House.

16- Al-Majeed, Ali Abdul (2010), *Media and Human Rights*, Alexandria: New University House for Publishing.

17- Makawy, Hassan Emad (2011), *Media Work Ethics*, Cairo: Egyptian Lebanese House.

18- Al-Furjani, Abdel Azim (1986), *Radio, Satellite Channels, and Children*, *Journal of Education*.

19- Al-Balawi, Khawla (2004), *Emotional Intelligence and Its Relationship to Psychological Adjustment*, Riyadh: Unpublished Master's Thesis, College of Education for Girls.

20- Al-Jabbar, Hussein Abdul (2008), *Trends in Modern and Contemporary Media*, Amman: Osama Publishing and Distribution.

21- Mendel, Toby (2003), *The Right to Information*, India: Macro Graphic Private Limited Foundation