

التلفزيون وتوعية الشباب الجامعي بتحديات الهوية الثقافية في العراق

دراسة ميدانية لعينة من طلبة جامعة بغداد

م.د. صفد حسام حمودي

م.د. عادل عبد الرزاق مصطفى

قسم العلاقات العامة

قسم الصحافة الإذاعية

كلية الاعلام / جامعة بغداد

والتلفزيونية

كلية الاعلام / جامعة بغداد

التوطئة

يمارس التلفزيون دوراً فاعلاً في بناء الثقافة العامة للمتلقين، الأمر الذي يدعو إلى تأكيد مهمته المعاصرة في إعادة بناء القيم المساندة للتطوير والتحديث في المجتمعات المتنوعة، وتلزم مثل تلك الأهمية المعنيين بضرورة تفصي نواحي مواجهة تحديات الغزو الثقافي، الذي مازالت تعاني منه المجتمعات الإسلامية، لاسيما أن الإنفتاح الفضائي، الذي كانت له عوائده الحضارية للمجتمعات، أنتج في المقابل مجالاً لحلول القيم البديلة وممارسات التضاد في ثقافات تلك المجتمعات وتقاليدها، في خضم عملية صراع نفسي/ إجتماعي خلف منظومة تصادم مع خصوصيات المجتمعات الإسلامية، وهوياتها الثقافية.

من تلك المنطلقات، ولكون الجامعات تعد مسرحاً مهماً للإعلان عن مطالب دعاة التغيير، والوصول الى المطالب في المجتمعات المتنوعة، ممن يسعون بشكل متواصل إلى فتح قنوات إتصال مع طلبة هذه الجامعات لدعم تلك الدعوة، والإنطلاق بها إلى الشارع لعوامل سياسية وثقافية وإجتماعية وحتى نفسية، من دوافع عدة، تأتي دراستنا الميدانية (التلفزيون وتوعية الشباب الجامعي بتحديات الهوية الثقافية في العراق)، لتبحث في دور التلفزيون في العراق في مجال مواجهة التحديات الثقافية التي صارت تشكل خطراً على الهوية الثقافية والإسلامية للمجتمع بشكل عام، وفئة الشباب منه بشكل خاص، عن طريق التوعية بمخاطر هذا الغزو الثقافي على خصوصيات هويتهم.

Abstract

The study (tv and enlightening university young people about the challenges of cultural identity in Iraq)investigates the role of television in Iraq in the face of cultural challenges that have become a threat to the cultural identity of the muslim community in general,and the youth in particular , by raising awarenessof the dangers of this cultural invasion on the privacy of their identity.

The systematic framework deals with problem of the study which is determined in the absence of assumed role of the Iraqi tv channels in the face of challenges that have become a threat to the cultural identity of the community in general and the youth in particular , and undermine its assumed function concerning educating the community groups about the danger of the cultural invasion on their identity

The study aims at answering the question which represent the essence of its problem ; what are the reasons behind the shortcomings in Iraqi television concerning enlightening the college students about the challenges of cultural identity .

This study depends on survering method to collect data and determine the relationship between its variables, since data was collected by a questionmaire made for this purpose and its has been granted more than one answer to asection of questions in order to know how the sample students deal with the media. The sample students represent the iraqi college students in university of Baghdad , and the selection of these samples was made randomly and it consist of 200 items.

In the theoretical framework , the researchies presented anumber of procedueral definitions of the terms used in the study , and discussed the tv and cultural planting theory , and made clear their vision in the section of uses , in addition to discussing the role of tv in educating individuals about the challenges getting to the challenge of cultural identity in Iraq.

The results of this study (tv and enlightening university young people about the challenges of cultural identity in Iraq) can be summarized to some points ;that tv in general has the most important role in the areas of developing awareness among young university Iraqi students , and this reflects the ranges of benefit from this medium in preparing defense strategies for cultural identity .

Also , this study confirmed the weakness of the role played by television channels concerning the awareness of the dangersof exotic cultures of globalization and the challenges by young people that is, they do not play an active role in educating students about the cultural challenges and their risks upon the national cultural identity . these results reflect the opinion of university students that the required role of tv channels should do , does not exist . these channels should talk about the risks of exotic cultures and the challenges they face , in addition to their impact on the national cultural identity.

الإطار المنهجي:

مشكلة الدراسة:

تبرز مشكلة البحث في غياب الدور المفترض للقنوات التلفزيونية العراقية في مواجهة التحديات التي أصبحت تشكل خطراً على الهوية الثقافية للمجتمع بشكل عام، وفئة الشباب بشكل خاص، وتقويض وظيفتها المفترضة بتوعية فئات المجتمع بمخاطر الغزو الثقافي على هويتهم. ولم يقتصر هذا الغياب على دور تلك الوسائل، بالتوعية بضرورات الانتماء الوطني وصيانة الثقافة الوطنية لفئة الشباب او المجتمع، وإنما وصل دوره الى الترويج وبث تلك الثقافات الغريبة عبر الأوعية والمضامين المتعددة على حساب ثقافة المجتمع وخصوصياته وهويته. أهداف الدراسة:

يهدف البحث الى الإجابة عن التساؤل الرئيس الذي يمثل جوهر مشكلته: ما بواعث القصور في التلفزيون العراقي بتوعية الشباب الجامعي بتحديات الهوية الثقافية؟
نوع البحث ومنهجه:

يعد هذا البحث من الأبحاث الكمية الوصفية، ويحقق هذا النوع من البحوث إمكانية استخدام الأرقام للتوصل إلى نتائج محددة بالإضافة إلى إمكانية التعميم(١)، عن طريق الدراسة الميدانية التي تم تطبيقها على فئة من الشباب الجامعي.

ويعتمد البحث على منهج المسح لجمع البيانات ومعرفة العلاقة بين متغيراتها، إذ تم جمع البيانات بواسطة صحيفة إستبيان اعدت لهذا الغرض، إذ تم منح حق أكثر من أجابة لقسم من الأسئلة، بهدف معرفة تعامل طبيعة المبحوثين مع وسائل الإعلام.
مجتمع البحث وعينته:

مثل مجتمع البحث فئة الشباب الجامعي العراقي في جامعة بغداد كممثلين عن فئة شباب العراق في المرحلة الجامعية وتم اختيار عينة طبقية عشوائية منهم تتكون من (200 مفردة).

الاطار النظري:

اولاً: المصطلحات والمفاهيم

التوعية: ونقصد به الوعي الذي تخلقه وسائل الاعلام عند الافراد، أو الإدراك لماهية الأشياء.. أو إدراك الفرد واستعداده بشكل عام للإستجابة نحو موضوع ما سواء كانت هذه الإستجابة سلبية أو ايجابية(٢).

فئة الشباب: هناك تباين في تحديد المختصين لمرحلة الشباب، وقد اختلف الكثير من العلماء في ذلك، ولكن ركز قسم منهم في تحديدها على الجوانب البيولوجية، وتمثل بدايتها ببلوغ الحلم او النضج الجنسي أو القدرة على الإنجاب، ويحدد آخرون بدايتها على أساس بداية الاندماج في المجتمع، وتختلف من شخص لأخر، ومن مجتمع لأخر، وما يهمنا هنا في هذا البحث هو الفئة التي تقتصر على الشباب الجامعي(٣).

التحديات الثقافية: تمثل التحديات مجموعة العقبات والمشكلات التي تحيط بمجتمع ما وتوق تقدمه فكرياً وأخلاقياً وسياسياً واجتماعياً وعلمياً، أما التحديات الثقافية فنقصد بها تعميم الإعلام المعولم لثقافة الاستهلاك والإنقسام داخل المجتمع والتأثير في المكونات الأساسية لثقافته عبر عولمة الإعلام، وخاصة فيما يتعلق باللغة والدين والقيم والتقاليد والوعي التاريخي بالذات والآخر (٤).

ثانياً : التلفزيون ونظرية الغرس الثقافي:

ترجع أصول نظرية الغرس الثقافي إلى مشروعات من المؤشرات الثقافية التي تتكون من ثلاثة عناصر

وهي:

أ. تحليل العملية المؤسسة للإعلام : بمعنى دراسة سياسات الاتصال وعلاقتها بمضمون الوسائل الإعلامية.

ب. تحليل مستوى الرسائل الإعلامية وتحديد الأفكار والقيم وأنماط السلوك الأكثر شيوعاً في عالم التلفزيون.

ج. تحديد الإسهام المستقل للتلفزيون في تكوين المشاهدين للواقع الاجتماعي، أي غرس تصورات وقيم لدى المشاهدين، والغرس هو المكون الثالث لهذا المشروع.

تعريف عملية الغرس

الثقافة: بحسب تايلور هي كل معتقد من القيم والعادات والتقاليد والأخلاق وأنماط السلوك.

الغرس: هو زرع وتنمية مكونات معرفية ونفسية، تقوم بها مصادر المعلومات والخبرات لدى من يتعرض لها وخاصة وسائل الإعلام. والغرس حالة خاصة من عملية أوسع، وهي التنشئة الاجتماعية، على أساس أن الغرس هو ظاهرة معرفية تتعلق بدور التلفزيون في إكساب الفرد قيماً واتجاهات معينة . الفروض الأساسية لنظرية الغرس الثقافي:

إن الناس في المجتمعات المعاصرة أصبحوا أكثر اعتماداً على مصادر غير شخصية، وإن صناعة الثقافة الجماهيرية أضحت منتجاً مهماً لوسائل الإعلام.

إن التلفزيون يختلف عن أية وسيلة، وينفرد بالاستخدام غير الانتقائي من قبل الجمهور، وأن الناس يمتصون المعاني المتضمنة في عالم التلفزيون بشكل غير واعٍ.

التعرض التراكمي للتلفزيون، يعمل على إيجاد وجهة نظر وغرس معتقدات لدى الآخرين بطرق أو أساليب متعددة.

يقدم التلفزيون عالماً متماثلاً من الرسائل الموحدة والصور المتكررة إلى الحد الذي يعتقد المشاهدون فيه أن الواقع يسير كما يقدمه التلفزيون.

تؤكد النظرية على وجود ارتباط قوي بين حجم المشاهدة ومعتقدات المشاهدين حول الواقع الاجتماعي، إذ تتشابه إدراكات كثيفة لعالم التلفزيون ويرتبطون بها أكثر من الواقع الموضوعي.

ثالثاً : مدخل الاستخدامات والإشباع:

أكد بعض الخبراء في مجال نظريات الإعلام أن جمهور وسائل الاعلام ناشط، ويستخدم الوسائل الاعلامية لتحقيق أهداف محددة^(٥). أي ان الأفراد ليسوا متلقين سلبيين لوسائل الاعلام، بل إنهم يستخدمون المضامين الاعلامية لإشباع حاجات معينة لديهم^(٦).

وذكر جيرنر أن دوافع استخدام الجمهور لوسائل الاعلام تتمثل في العادة بالإسترخاء، وقضاء وقت الفراغ، والتعلم والهروب، والبحث عن رفيق. وهناك من صنفها إلى: تعلم الأشياء، والإسترخاء، وتحقيق المنفعة الإتصالية، والنسيان، والإستمتاع^(٧).

ويقوم الجمهور بتحديد نوع المضمون الاتصالي الذي يتعرض له بناءً على مدى توقعه بأن ذلك المضمون سوف يشبع ما لديه من إحتياجات شخصية، وتختلف تلك الإحتياجات من فرد لآخر، ولكن الحاجة إلى قضاء وقت الفراغ تبقى في مقدمة الإحتياجات الأخرى^(٨).

وقد أكد بعض المختصين في مدخل الاستخدامات والإشباعات لوسائل الاعلام بان هناك إحتياجات متعددة للأفراد، وصنفوها في خمس فئات وهي: الحاجات المعرفية، والحاجات التأثيرية أو العاطفية، وتحقيق الإندماج الذاتي، والحاجة إلى التفاعل الاجتماعي، وتخفيف التوتر.. بينما فرق آخرون بين نوعين من دوافع الأفراد لإستخدام وسائل الاعلام، وهما الدوافع النفعية و الدوافع الطقوسية. وأشار بعض الباحثين إلى وجود عدد من الأهداف الرئيسية لمدخل الاستخدامات والإشباعات تتمثل فيما يلي:

محاولة التعرف على إستخدام الأفراد لوسائل الإتصال بالرجوع إلى الجمهور النشط الذي يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته.

معرفة دوافع التعرض لوسيلة أو وسائل إعلامية معينة.

التأكيد على نتائج إستخدام الوسائل الاعلامية بهدف فهم عملية الإتصال الجماهيري.

وتتأثر إستخدامات الأفراد لوسائل الاعلام بالعديد من العوامل النفسية والاجتماعية، وتمارس التفاعلات بين الأشخاص دوراً في تشكيل توقعاتنا عن وسائل الاعلام والمضامين التي يمكن أن تحقق لنا إشباعات معينة.

رابعاً: التلفزيون وتوعية الأفراد بالتحديات المجتمعية

مكّن التلفزيون المتلقي من أن يشهد ما يجري حوله في العالم مباشرة، وصار وسيلة جامعة للإعلام والترفيه والتثقيف، وأن يترك انطباعات مؤثرة بشكل أكثر لدى الجمهور، نسبة إلى الصحافة المكتوبة أو الإذاعة، لأنه أوجد لهم الشعور بالمشاركة في الأحداث، (أو ما يسمى بعامل الحضور)، وهي الصفة النوعية التي تميز بها، عن غيره من بقية الوسائل، من حيث مقدرته على التأثير^(٩).

ويزيد من أهمية الدور الذي يمكن أن تؤديه هذه الوسيلة الاتصالية في المجتمعات، الاعتقاد بان: "التلفزيون يشكل القيم والعادات السلوكية، أكثر من أية وسيلة أخرى، وانه كلما زادت معدلات مشاهدته، أصبح المتلقي يميل إلى الاعتقاد بالعالم ورؤيته، وفقاً لما يقدمه التلفزيون، وذلك على الرغم من إن بعض ما يقدمه مضلل"^(١٠).. فضلاً عن خلق أوهام عن الواقع، يمكن الإحساس بها على نحو أقوى من التجربة الفعلية، فان التلفزيون يستطيع أن ينقل أجزاء من الحياة من بعد زمني إلى آخر.... وتشكل الإعادة والتكرار المستمر أحياناً للأحداث المثيرة شيئاً مختلفاً تماماً، يستطيع أن يراكم (الإحساس، الانفعال) فوق العاطفة، إلى أن تصبح الإستجابة التراكمية أعظم وأقوى من رد الفعل الأول^(١١).

إلا إن تطور وسائل الاتصال الجماهيري التقليدية، وظهور وسائل جديدة في البيئة الاتصالية المعاصرة، ضاعف من قدر تأثير بعضها في البعض الآخر، وزاد من حجم تأثيراتها في الرأي العام والنظم الحاكمة والمجتمع بشكل عام^(١٢).. وفي ظل هذا التنوع الاتصالي، صار لكل وسيلة مقدرة على الإقناع،

بالمضامين الإعلامية والرؤى والأفكار التي تتبناها... وتظهر غالبية الأحداث المهمة إلى إن الإمكانات النسبية لوسائل الإعلام تتباين بشكل واضح من مهمة أُنغاعية إلى أخرى، وبحسب الجمهور الذي تتوجه له، ووفقاً لخصائص وسيلة الاتصال^(١٣).

وحتى يؤدي الاتصال عبر التلفزيون دوره الثقافي فإنه يتحرك وفق مبدأ حق الناس في المعرفة، وعادة ما يتم التعامل مع هذا الحق، كضرورة واقعية في تسهيل حصول الجماهير على المعلومات... ولا يكفي الاتصال بذلك، بل يبحث عن الأفكار المميزة التي يحتاجها الجمهور، ويقوم ببثها إليهم^(١٤)، إلا إن وجود أهداف وغايات معينة قد ينتج عنه توجيه مسار هذا الدور صوب تحقيق مآرب وغايات، تمثل تحدياً لهويات ثقافية لجماهير مستهدفة عن قصد.

وفي العراق، وفضلاً عن الانفتاح الإعلامي الفضائي الذي شهدته العراقيون، وتعرضهم لمئات القنوات التلفزيونية غير العراقية، كان لطبيعة المناخ السياسي والإعلامي الذي عقب ٢٠٠٣، وما رافقه من أجواء عدم وضع أية ضوابط تذكر لتأسيس أي قناة تلفزيونية، والإكتفاء بتسجيلها لدى جهات محددة دونما تقييد أو اشتراطات قانونية أو رقابية قد أدى إلى ظهور العشرات من القنوات الفضائية بشكل سريع^(١٥)، وبذا تحول التعرض للتلفزيون من عملية ميكانيكية إلى ديناميكية صار الجمهور بموجبه إلى مشارك مؤثر ومتأثر بوسائل الإعلام ومضامينها.. وقد وصل الحد الذي بدأت تمارسه هذه الوسيلة إلى عدها من قبل الباحثين أداة للتحريض^(١٦)، الأمر الذي يزيد من خطورة الدور الذي يؤديه في مواجهة الهوية الثقافية.

خامساً: الهوية الثقافية في العراق

يشير مصطلح الهوية إلى وصف مفهوم الشخص، وتعبيره عن فريته وعلاقته مع الجماعات (كالهوية الوطنية، أو الهوية الثقافية، وغيرها)، ويستعمل المصطلح في مجالات عدة، لاسيما في علمي الاجتماع والنفس، ومن هنا تركز عليه الأنظار بشكل كبير في علم النفس الاجتماعي.. وينطلق مصطلح "الهوية" في اللغة العربية من كلمة: هو.. تؤشر الهوية مجمل السمات التي تميز الشيء عن غيره أو الشخص عن سواه، أو المجموعة عن نظيراتها.. فكل منها يحمل عناصر عدة في هويته، وتكون الهوية أشبه بالمتحرك الديناميكي الذي يمكن أن يبرز أحدها أو بعضها في مرحلة معينة، وبعضها الآخر في مرحلة أخرى^(١٧).

وتعرف الهوية الشخصية بان هناك شخصاً بشكله واسمه وصفاته وجنسيته وعمره وتاريخ ميلاده، فيما تدل الهوية الجمعية (وطنية أو قومية) على ميزات مشتركة أساسية لمجموعة من البشر، تميزهم عن مجموعات أخرى.. فأفراد المجموعة يتشابهون بالميزات الأساسية التي كونتهم كمجموعة، وربما يختلفون في عناصر أخرى لا تؤثر على كونهم مجموعة، وما يجمع الشعب الهندي مثلاً وجودهم في وطن واحد وتاريخ طويل مشترك، إلا أننا نراهم شعباً هندياً مميزاً، بالرغم من أنهم يختلفون فيما بينهم في الأديان واللغات وأمور أخرى.

وتتحدد العناصر التي يمكنها بلورة هوية جمعية في محاور متعددة، أهمها اشتراك الشعب أو المجموعة في: الأرض، واللغة، والتاريخ، والحضارة، والثقافة، والطموح، وأشياء أخرى.. وقد تطور عدد من الهويات القومية أو الوطنية عبر التاريخ، فيما نشأت هويات أخرى بسبب الأحداث أو الصراعات أو

التغيرات التاريخية التي ربما سرّعت في تبلور المجموعة (١٨)، وبذلك يمكن القول إن تحديد الهوية بشكل واضح يؤسس إلى (١٩):

تعرف الشيء المعرف بدلالة هويته على نفسه، ومن يماثله، (ماذا، ومن هو أو هم؟).

تعرف الشيء المعرف بدلالة هويته على الآخر المختلف عنه.

تعرف الآخر المختلف على الشيء المعرف بدلالة هويته.

ويعني ذلك أن الهوية دال ترتبط دلالاته بوجود الآخر الخارجي المتجسد في صورتين، تكون للهوية وتحديداتها وظيفة مختلفة بالنسبة لكل صورة منهما:

صورة تماثلنا وتشترك معنا في ماهيتنا، وتكون وظيفة الهوية هنا إثبات تماثلنا معه، وإرتباطنا به،

تأسيساً على مشتركات هويتنا/ ماهيتنا الواحدة.

صورة تخالفنا وتفرقتنا في ماهيتنا، وتكون وظيفة الهوية هنا إثبات اختلافنا معه، وإنفصالنا عنه،

تأسيساً على اختلاف هويتنا/ ماهياتنا.

فلولا وجود الآخر وتماثلنا معه في حالات، واختلافنا معه في أخرى، وإضطرابنا، أو اختيارنا، أو كليهما

معاً، للإرتباط به عندما يكون مماثلاً لنا، والإنفصال عنه حينما يكون مختلفاً معنا، لما كان من داع لوجود الهوية، ولا جدوى وضرورة لها (٢٠).

ويكون للهوية ثلاثة مستويات، فهناك الهوية على المستوى الفردي، أي الشعور بالإنتماء إلى جماعة

أو إطار إنساني أكبر يشاركه في منظومة القيم والمشاعر والاتجاهات، وتكون بهذا المعنى حقيقة فردية نفسية ترتبط بالثقافة السائدة وعملية التنشئة، وهناك المستوى الذي ينوّه بالتعبير السياسي الجمعي عن

هذه الهوية، في شكل تنظيمات وأحزاب وهيئات، أما المستوى الثالث فهو تبلور وتجسيد هذه الهوية في مؤسسات وأبنية على يد الحكومات والأنظمة، وتوقف موضوعية الهوية على عدد من العناصر (٢١):

ثقة أفراد المجتمع بترائهم وحضارتهم، وإمكانية أن يسهموا بأنفسهم في بناء حضارة وتحقيق إنجازات، لا تقل عن حضارتهم ومجدهم السابق.

إتساع وعمق المشاركة، فلا يظل الأفراد والجماعات يمثلون مناطق صغيرة ومنعزلة، وإنما تتكامل أنشطتهم في سبيل تحقيق الأهداف المشتركة التي ارتضوها.

الفرغ القيمي وصراع القيم، أو حالة التمزق بين الماضي والحاضر، فمعالجة أزمة الهوية رهن بتخطي تلك المظاهر وتجاوزها.

لقد واجهت الهوية الثقافية للمجتمعات تحدياً كبيراً تمثل بتداعيات العولمة، "المتتمثلة بإنضغاط الزمان

والمكان، وإمتداد الوعي بالعالم ككل" (٢٢)، وتشير في إحدى معانيها إلى: بلوغ البشرية مرحلة الانتقال الحر للقرارات والتشريعات والسياسات والتفاعلات عبر المجتمعات والدول، وبأقل قدر من القيود

والضوابط.... وزيادة غير مسبوق في روابط الدول على نسق الزيادة غير المسبوقة في الروابط الاقتصادية واقتصاديات العالم.... و بروز المجال السياسي العالمي، الذي أخذ يحل تدريجياً محل المجال

السياسي المحلي أو الوطني.... ويعني ذلك بروز مجموعة من القوى السياسية الجديدة التي أخذت تنافس الدول في سيادتها المطلقة، مثل الإتحاد الأوربي والسوق الأوربية المشتركة.... و بروز المنظمات التجارية

والاقتصادية والمالية العالمية، التي بدأت تلغي تدريجياً -أيضاً- مفهوم السيادة المطلقة.... وهو يعني كذلك بان الإتجاه العام يسير نحو أن تأخذ القوى الجديدة في منافسة "الدولة" في مجال تحكمها التقليدي.

إن أبرز ما تعانيه الهوية الثقافية اليوم هي عولمة الثقافة، التي تشير إلى "إتجاه العالم نحو تكوين ثقافة عالمية واحدة، لبلوغ البشرية مرحلة الحرية الكاملة لإنتقال الأفكار والمعلومات والإتجاهات والقيم والأذواق على الصعيد العالمي.. بالإنتقال من حقبة الثقافة الوطنية والقومية إلى ثقافة جديدة، هي الثقافة العالمية"^(٢٣).

ولا تقتضي الآثار السلبية لمظاهر العولمة إتخاذ موقف العداء الكامل منها، من دون الإفادة من جوانبها الإيجابية في تنمية المجتمعات العربية وتحديثها، إذ يكون من المستطاع في سبيل تثبيت الهوية وتأكيد الذات في عصر الإستلاب الثقافي "الجمع بين التفوق العلمي، وبين الحفاظ على الهوية الذاتية، ومن الممكن إيصال ذلك كله عن طريق الطبقة المميزة التي يجب أن تتولى إدارة وسائل الإعلام، بما يدفعهم إلى التمييز بالتذكير بدينهم ووطنهم وذاتيتهم وهويتهم الإسلامية والثقافية، عن طريق ترسيخ الثقافة العربية/ الإسلامية في مجتمعاتنا، بوضع خطط وبرامج تقدم الثقافة العربية الإسلامية بالعناية التامة لتقديم كل ما من شأنه تدعيم هذه الثقافة وهويتها"^(٢٤).

فضلاً عن ذلك، فإن من بين التحديات التي واجهت الهوية الثقافية في العراق ما يرتبط بالعوامل الداخلية التي هيأت الجمهور لتبني الهويات الفرعية، بديلة عن الهويات الرئيسية للمجتمع، وقد بحثت دراسة "التلفزيون وتشكيل صورة الهوية الوطنية لدى طلبة جامعة بغداد" دور خطاب الأزمات في تأجيج نزعات الهويات الفرعية والثانوية بالصد من ترسيخ ثقافة الهوية الوطنية في العراق مفهوماً وممارسة، عن قصد أو من دونه، وكان في القياس ما أشر الإعتاد على أوعية تلك الخطابات في متابعة القضايا والمستجدات العراقية المهمة، وبما أسهم في تشكيل صورة الهوية الوطنية، عندها اتسمت صورة الهوية الوطنية لديهم بالسلبية، وكانت بواعث تشكيل هذه الصورة عوامل عدة منها: تحديات الفتنة الطائفية، والمحاصصة السياسية، والفساد، والصراع الحزبي على السلطة^(٢٥).

وبالرغم من إتجاه المبحوثين نحو تأييد الإلتزام بالهوية الوطنية من حيث المبدأ، تبين لنا ان الصورة السلبية التي تكونت لديهم عن هذه الهوية، دفع بهم الى تأييد الإلتزام بالهويات الجماعية الأخرى (القومية، والدينية، والحزبية، والعشائرية، ...)، لحماية الهوية الوطنية التي تعرضت الى إنتكاسات عدة. وكان لخضوع مفهوم الهوية الوطنية للخطاب، وتقاطع الخطاب الواحد في الوعاء عينه، نتيجة تضارب أو تقاطع المصالح السياسية أثره في تشكيل الصورة السلبية عن الهوية الوطنية لدى العراقيين، فيما جرى التركيز على ضرورة حماية الهوية الوطنية بالإلتزام بالهويات الجماعية الأخرى، مما هيأ مجالاً نحو الإلتزام الى تلك الهويات، نظراً لما يمكن ان يحصلوا عن طريقها من إمتيازات ومكاسب وحماية، شككوا في مديات تأمينها في حال التخلي عن الدعم المطلق لهذه الهويات.

الجدول (١) يبين السمات الديموغرافية للعينة			
توزيع عينه البحث وفقاً للجنس			
ت	الجنس	التكرار	النسبة
١	أنثى	١٠٦	%٥٣
٢	ذكر	٩٤	%٤٧
المجموع		٢٠٠	%١٠٠
توزيع عينة البحث وفقاً للمرحلة الدراسية الجامعية الأولية			
ت	المرحلة	التكرار	النسبة
١	الأولى	٥٠	%٢٥
٢	الثانية	٥٠	%٢٥
٣	الثالثة	٥٠	%٢٥
٤	الرابعة	٥٠	%٢٥
المجموع		٢٠٠	%١٠٠

تشير بيانات جدول رقم (١) أن نسبة فئة الاناث من طلاب الجامعة كانت اكبر حيث بلغت ٥٣ %، بينما نزلت نسبة الذكور المرتبة الثانية ونسبة ٤٧ % .
وفيما يرتبط بالفقرة المختصة بتحديد المرحلة الدراسية، يبين توزيع عينة البحث وفقاً للمرحلة الدراسية الجامعية، وتشير البيانات اعلاه انه تم توزيع عينة البحث على جميع المراحل الدراسية الجامعية وبالتساوي ونسبة ٢٥ % من مفردات العينة الكلية.
٢- تفضيل المبحوثين لوسائل إعلامية في الحصول عن المعلومات.

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	فئة الوسيلة الاعلامية
السادسة	%٧,٢	٤٨	الصحف والمجلات
الخامسة	%١١,٤	٧٦	الإذاعات
الرابعة	%١٣,٢	٨٨	الفضائيات الاجنبية
الثالثة	% ٢٠	١٣٤	الفضائيات المحلية
الثانية	%٢٢,٥	١٥٠	الفضائيات العربية
الأولى	%٢٥,٧	١٧٢	شبكة الانترنت
المجموع		٦٦٨	

تشير بيانات الجدول اعلاه ان أفراد العينة يرون ان وسائل الإعلام لها الدور في التوعية الثقافية وان الفضائيات والإنترنت كانا في مقدمة تلك الوسائل التي يفضلون متابعتها والحصول على المعلومات منها، اذ جاءت شبكة الانترنت بالمرتبة الاولى وبنسبة ٢٥,٧% ثم تأتي القنوات الفضائيات العربية بالمرتبة الثانية وبنسبة ٢٢,٥% وجاءت الفضائيات المحلية بالمرتبة الثالثة وبنسبة ٢٠% ثم الفضائيات الناطقة باللغة الانكليزية ١٣,٢% ثم الاذاعات ١١,٤% ثم المرتبة الاخير للصحف والمجلات ٧,٢%، وهذا ما يوشر إلى ان هناك متابعة كبيرة لوسائل الاعلام الجديدة وخاصة الانترنت والقنوات الفضائية من قبل الشباب الجامعي عن باقي وسائل الاعلام الاخرى.

ثالثاً: مدى معرفة الشباب الجامعي بتأثير وسائل الاعلام على الهوية الثقافية الوطنية.

جدول رقم (٤)

يبين مدى معرفة عينة البحث بتأثير وسائل الإعلام في التعريف بالهوية الثقافية

المعرفة بتأثير وسائل الاعلام على الهوية الثقافية	التكرار	النسبة المئوية
نعم تؤثر	٦٨	٣٤%
تؤثر الى حدما	٨٨	٤٤%
لا تؤثر	٤٤	٢٢%
المجموع	٢٠٠	١٠٠%

تشير بيانات الجدول اعلاه إلى ان عينة المبحوثين على قناعة بان وسائل الاعلام تؤثر الى حد ما على ثقافتهم الوطنية وبنسبة ٤٤% من مجموع أفراد العينة، أما نسبة من أجاب بنعم تؤثر ٣٤% ، بينما اشار ٢٢% من افراد العينة بأنها لا تؤثر على الثقافة الوطنية عن طريق ما تقدمه من معلومات وافكار ، ومن ذلك نرى ان هناك وعياً لدى افراد العينة بتأثير لوسائل الاعلام على الثقافة الوطنية عن طريق ما تقدمه من ثقافات دخيلة على القيم والتقاليد الموروثة.

رابعا: رؤية المبحوثين حول اكثرالوسائل الإعلامية تأثيرا في تنمية وعي الشباب الجامعي بالتحديات الثقافية ومخاطرها على الهوية الثقافية .

جدول (٥) يبين اجابة المبحوثين

أكثر الوسيلة الاعلامية تأثيرا	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
القنوات الفضائية	١٤٢	٣٥,٥%	الثانية
شبكة الانترنت	١٧٤	٤٣,٥%	الأولى
التلفزيون المحلي	٦٤	١٦%	الثالثة
الاذاعات	١٦	٤%	الرابعة
الصحف والمجلات	٤	١%	الخامسة
المجموع	٤٠٠	١٠٠%	

تشير بيانات الجدول اعلاه إلى أن أكثر الوسائل الإعلامية تنمية الوعي لدى الشباب الجامعي العراقي بالتحديات الثقافية تتمثل في القنوات الفضائية وشبكة الإنترنت، إذ بلغت نسبته شبكة الانترنت ٤٣,٥% ، ثم جاءت القنوات الفضائية بالمرتبة الثانية وبنسبة ٣٥,٥% وجاء التلفزيون المحلي بنسبة ١٦% ، اما الاذاعات فقد جاءت بنسبة ٤%. بينما احتلت الصحف والمجلات المرتبة الاخيرة وبنسبة ١% ، وتنعكس هذه النتائج إهتمام الشباب الجامعي بالتعرض للوسائل الإعلامية الجديدة عن وسائل الإعلام التقليدية.

خامسا : رؤية المبحوثين بمدى قيام القنوات التلفزيونية العراقية بتوعية الشباب.

الجدول (٦) حول قيام وسائل الاعلام المحلية بالتوعية				
ت	مدى قيام قنوات التلفزيون العراقية بدور التوعية	التكرار	النسبة	المرتبة
١	نعم	٢٨	١٢%	الثالثة
٢	إلى حد ما	٧٢	٣٦%	الثانية
٣	لا	١٠٤	٥٢%	الأولى
المجموع		٢٠٠	١٠٠%	

يتضح من بيانات الجدول اعلاه ضعف الدور الذي تقوم به وسائل الاعلام العراقية بالتوعية بمخاطر ثقافات العولمة الدخيلة والتحديات التي يواجهها فئة الشباب، اي ان وسائل الاعلام المحلية لا تقوم بدور فاعل في توعية الشباب الجامعي بالتحديات الثقافية ومخاطرها على الهوية الثقافية الوطنية، إذ اشار ١٢% من مجموع المبحوثين ان لهم معرفة بدور وسائل الاعلام المحلية بتوعية الشباب بالتحديات الثقافية التي يواجهونها ومخاطرها على هويتهم الثقافية، بينما اجابة ٣٦% من الطلاب بأن وسائل الإعلام تقوم بتوعية الشباب إلى حد ما بمخاطر الثقافات الغريبة على المجتمع بشكل عام وفئة الشباب الجامعي بشكل خاص، أما الذين يرون أن وسائل الإعلام المحلية لا تقوم بدور التوعية بمخاطر الثقافة المعولمة على الهوية الثقافية الوطنية فقد ارتفعت وأحتلت المرتبة الاولى بنسبة ٥٢% ، وتنعكس هذه النتائج رأى الشباب الجامعي بعدم وجود الدور المطلوب الذي يجب ان تقوم به وسائل الاعلام العراقية بالتوعية بمخاطر الثقافات الدخيلة والتحديات التي يواجهها الشباب واثرها على الهوية الثقافية الوطنية.

سادساً: رؤية المبحوثين بكيفية إسهام وسائل الإعلام المحلية في توعية الشباب الجامعي بالتحديات الثقافية ومخاطرها.

جدول رقم (٧)

يبين اجابة المبحوثين حول كيفية إسهم التلفزيون بتوعية الشباب الجامعي في العراق بالتحديات الثقافية

النسبة المئوية	التكرار	كيفية إسهم وسائل الاعلام المحلية بتوعية الشباب بالتحديات الثقافية
١٦,٤%	٧٤	١ ان يهدف التلفزيون الى توعية فئة الشباب بأخلاقيات المجتمع وقيمه الأصيلة
٧,٢%	٣٢	٢ ان يسعى التلفزيون في العراق على توعية جمهورها بالتمسك بالهوية الثقافية
٢٠,٤%	٩٢	٣ تخصيص برامج محلية للشباب للتوعية بمخاطر الثقافة الغربية
٣٢%	١٤٤	٤ تاسيس قنوات تقدم معلومات وراء وافكار نابغة من مكونات ومحركات ثقافة المجتمع
٢٤%	١٠٨	٥ التركيز على أهمية الثقافة الإسلامية والعربية
١٠٠%	٤٥٠	المجموع

تشير بيانات الجدول اعلاه إلى أن رؤية فئة الشباب الجامعي بكيفية إسهم التلفزيون في العراق بالتوعية عن التحديات الثقافية ومخاطرها على الهوية الوطنية يكمن باتخاذ بعض الخطوات والاهداف الضرورية للوقوف بوجه التحديات الخطيرة التي تواجه المجتمع بشكل عام وفئة الشباب بوجه خاص، فقد اشار ٣٢% من المبحوثين الى ضرورة تأسيس قنوات تلفزيونية تقدم معلومات وراء وافكار نابغة من دين وثقافة المجتمع ، اما بالمرتبة الثانية فقد جاءت اجابة المبحوثين حول ضرورة تركيز التلفزيون على أهمية الثقافة الاسلامية والعربية وبنسبة ٢٤%.

في حين جاءت اجابة المبحوثين حول تخصيص برامج محلية للشباب للتوعية بمخاطر الثقافة الغربية بالمرتبة الثالثة وبنسبة ٢٠,٤%. وجاءت الاجابات الاخرى بنسب اقل وكما مبين في الجدول اعلاه. وتشير النتائج الى اتجاه المبحوثين الى ضرورة مساهمة التلفزيون بالتوعية بمخاطر الثقافة الغربية واثرها على هويتهم الوطنية من خلال تقديم المعلومات والاراء والافكار النابغة من الدين وثقافة المجتمع الاصلية.

سابقاً: رؤية المبحوثين لإسباب تراجع او نعدام الدور الايجابي الذي يمكن ان يؤديه التلفزيون في توعية فئة الشباب الجامعي بالتحديات الثقافية ومخاطرها على الهوية الثقافية الوطنية.

جدول رقم (٨)

يبين اجابة المبحوثين عن اسباب تراجع او انعدام الدور الايجابي التلفزيون في توعية فئة الشباب الجامعي

ت	اسباب تراجع او انعدام الدور الايجابي لوسائل الاعلام بتوعية فئة الشباب	التكرار	النسبة المئوية
١	وجود شخصيات على رأس الكثير من القنوات العراقية تتبنى الثقافة الغربية.	٣٤	١١,٣%
٢	ظهور قنوات تجارية تسعى لتحقيق الربح على حساب قيم وثقافة المجتمع العراقي	١٦٤	٥٤,٣%
٣	عدم وجود سياسة اعلامية وطنية هادفة تلزم القنوات التلفزيونية بالمحافظة على الهوية الوطنية	٥٦	١٨,٥%
٤	عدم اهتمام فئة الشباب بالقنوات التلفزيونية التي تطرح مواضيع حول الهوية الوطنية والقومية	١٨	٦%
٥	ضعف الدعم الحكومي للقنوات التلفزيونية واهتمام اكثرها ببث المواد الترفيهية	٣٠	٩,٩%
	المجموع	٣٠٢	١٠٠%

تشير بيانات الجدول اعلاه الى ان اجابة المبحوثين قد ذهبت الى الإجماع بشأن سبب تراجع او نعدام الدور الايجابي الذي يمكن ان يمارسه التلفزيون في توعية الشباب الجامعي بحجم التحديات الثقافية ومخاطرها وبنسبة ٥٤,٣% ويتكرر ٨٢ مفردة من مفردات العينة اذ اكادوا على (ظهور قنوات محلية تجارية تسعى لتحقيق الربح على حساب قيم وثقافة المجتمع العراقي) كواحد من ابرز سباب ضعف او انعدام دور التلفزيون بتوعية الشباب الجامعي، ثم يأتي سبب (عدم وجود سياسة اعلامية وطنية هادفة تلزم القنوات التلفزيونية المحلية بالمحافظة على الهوية الوطنية) بالمرتبة الثانية وبنسبة ١٨,٥% وجاءت فئة وجود شخصيات على رأس الكثير من القنوات العراقية تتبنى الثقافة الغربية) بالمرتبة الثالثة وبنسبة ١١,٣%، ثم جاءت فئة (ضعف الدعم الحكومي بالقنوات التلفزيونية واهتمام اكثرها ببث المواد الترفيهية) في المرتبة الرابعة وبنسبة ٩,٩%، واخيرا جاءت فئة (عدم اهتمام فئة الشباب بالقنوات التلفزيونية التي تطرح مواضيع حول الهوية الوطنية والقومية) وبنسبة ٦%.

ومن خلال هذه النتائج يمكن ان نستدل على وجود وعي لدى الطلبة الجامعيين حول سبب ضعف او انعدام الدور الايجابي للتلفزيون في توعية فئة الشباب الجامعي بشكل خاص والمجتمع بشكل عام من خلال ان اغلب القنوات العراقية تهدف الى تحقيق الربح المادي على حساب القيم وثقافة المجتمع اضافة

الى ان هذه الوسائل الاعلامية هي تتبنى الثقافة الغربية وتروج لها بدل التصدي لها وبيان اثرها ومخاطرها على المجتمع.

النتائج

عد المبحوثون ان للتلفزيون بشكل عام الدور المفترض الأكثر أهمية في مجالات تنمية الوعي لدى الشباب الجامعي العراقي بالتحديات الثقافية، ويعكس ذلك مديات الإفادة من تلك الوسيلة في مجال الإعداد استراتيجيات الدفاع عن الهوية الثقافية أكدت نتائج الدراسة ضعف الدور الذي تقوم به القنوات التلفزيونية العراقية بالتوعية بمخاطر ثقافات العولمة الدخيلة والتحديات التي يواجهها فئة الشباب، اي انها لا تقوم بدور فاعل في توعية الشباب الجامعي بالتحديات الثقافية ومخاطرها على الهوية الثقافية الوطنية، وتعكس هذه النتائج رأى الشباب الجامعي بعدم وجود الدور المطلوب الذي يجب ان تقوم به تلك القنوات بالتوعية بمخاطر الثقافات الدخيلة والتحديات التي يواجهوها واثرها على الهوية الثقافية الوطنية.

في رؤية فئة الشباب الجامعي بكيفية إسهام القنوات التلفزيونية العراقية بالتوعية عن التحديات المتعددة ومخاطرها على الهوية الثقافية يكمن بضرورة تبني عدد من الخطوات وتحديد الاهداف الضرورية للوقوف بوجه التحديات الخطيرة التي تواجه المجتمع بشكل عام وفئة الشباب بوجه خاص، بضرورة تأسيس او انشاء قنوات تلفزيونية، فضلاً عن الإذاعات والمواقع الإلكترونية لتقدم معلومات واره وافكار نابعه من دين وثقافة المجتمع، واهمية تركيز وسائل الاعلام المحلية على اهمية الثقافة الاسلامية والعربية.

تشير النتائج الى اتجاه المبحوثين الى ضرورة مساهمة وسائل الاعلام بمختلف انواعها المرئية والمسموعة اضافة الى المواقع الإلكترونية بتوعية المجتمع بفئاته المختلفة بمخاطر الثقافة الغربية واثرها على هويتهم الوطنية من خلال تقديم المعلومات والاره والافكار النابعة من الدين وثقافة المجتمع الاصلية، ومن خلال ما تقدم نرى ان هناك اهتماما من فئة الشباب الجامعي بوسائل الإعلام الجديدة.

الاجماع بأسباب ضعف او انعدام الدور الايجابي الذي يكمن بالدور المفترض ان يمارسه التلفزيون في توعية الشباب الجامعي بحجم التحديات الثقافية ومخاطرها ويمكن ان نستدل الى وجود وعي لدى الطلبة الجامعيين حول سبب ضعف او انعدام الدور الايجابي لوسائل الاعلام العراقية في توعية فئة الشباب الجامعي بشكل خاص والمجتمع بشكل عام بتشخيصهم ذلك بان اغلب وسائل الاعلام العراقية تهدف الى تحقيق الربح المادي على حساب القيم وثقافة المجتمع، فضلاً عن ان هذه الوسائل الاعلامية ربما تتبنى الثقافة الغربية وتسويقها محلياً بدلاً عن التصدي لها وبيان اثرها ومخاطرها على المجتمع.

الهوامش:

- ١- يُنظر في ذلك: سمير محمد حسين، بحوث الإعلام: دراسات في مناهج البحث العلمي، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٩٩، ص ٧٤، وكذلك: د. شريف درويش اللبان ود. هشام عطية، مقدمة في مناهج البحث الإعلامي، القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨، ص ٣٧ وما بعدها.
- ٢- طارق محمد محمد ، دور الاعلام التربوي في تنمية الوعي السلامي لدى تلاميذ المرحلة الاعدادية ، طروحة دكتوراه غير منشورة ، جامعة القاهرة، كلية الاعلام ، ٢٠٠٥ ، ص ٢٨

- ٣- ابراهيم مبارك الجوير ، الشباب وقضايا المعاصرة ، الرياض ، مكتبة العبيكان ١٩٩٤، ص ١٥ .
- ٤- 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 .
- ٥- صالح ابو اصبح، الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة، عمان، دار أرام للدراسات والنشر والتوزيع، ١٩٩٥ ص ٧٨ .
- ٦- المصدر نفسه.
- ٧- محمد حسن اسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير ، القاهرة ، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣، ص ٢٥٥ .
- ٨- فرج الكامل ، بحوث الاعلام والرأي العام ، القاهرة ، دار النشر للجامعات ، ٢٠٠١، ص ٨٨ .
- ٩- حسن عماد مكوي وليلى حسن ، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، القاهرة ن الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٨، ص ٢٤١ .
- ١٠- د. أديب خضور، صورة العرب في الإعلام الغربي، دمشق، سلسلة المكتبة الإعلامية، ١٩٩٩، ص ٣٢ .
- ١١- مايكل أو نيل، طبيعة المعرفة التي يقدمها التلفزيون التشريح الجديد للمعرفة، دراسات تلفزيونية، م.س.د.، ص ٧٧ .
- ١٢- للمزيد يُنظر: د. صفد حسام الساموك، الإعلام والتحويلات العربية: الثورة والاصلاح والانتخابات والديمقراطية، بغداد، شبكة الإعلام العراقي، سلسلة العراقية تطبع، ٢٠١٤، ص ٧٢ وما بعدها .
- ١٣- د. منى الحديدي و د. سلوى إمام، الإعلام والمجتمع، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٦، ص ٩٠ .
- ١٤- د. محمد نبيل طلب، البرامج التعليمية والثقافية بالإذاعة والتلفزيون، القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩، ص ٥٨ .
- ١٥- د. وسام فاضل راضي، الإذاعة والتلفزيون في العراق، بغداد، دار النهرين للتوزيع والإعلان والنشر، ٢٠١٠، ص ١٢٣ .
- ١٦- التحريض الإعلامي على العنف، دراسة منشورة لمركز الفيض العلمي لاستطلاعات الرأي العام، بغداد، الأئس للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١٢، ص ١٦ .
- ١٧- للمزيد.. يُنظر: الهوية الفردية وإشكاليات التصارع والتمازج مع الهويات الجماعية، جريدة الصباح الجديد، بغداد، (ع: ٢٥٣٦ في ٣١/٣/٢٠١٣)، ص ١٢ .
- ١٨- المصدر نفسه.
- ١٩- د. علي عباس مراد، إشكالية الهوية في العراق: الأصول والحلول، بغداد، جامعة بغداد، وقائع الندوة العلمية لجامعة بغداد (التعليم وتعزيز الهوية الوطنية في العراق)، ٢٠١٠، ص ١٥١ و ١٥٤ .
- ٢٠- المصدر نفسه، ص ١٥ .
- ٢١- د. عبد السلام أحمد السامر، الإعلام والهوية الوطنية في العراق، م.س.د.، ص ٨٩ .
- ٢٢- كريس باركر، التلفزيون والعولمة والهويات الثقافية، ترجمة: علا أحمد صلاح، القاهرة، مجموعة النيل العربية، ٢٠٠٦، ص ٦٥ .
- ٢٣- د. سعد مطشور ود. نهلة عبد الرزاق عبد الخالق، الفضائيات العربية ودورها في تدعيم الثقافة والهوية الوطنية، وقائع المؤتمر العلمي السنوي لكلية الإعلام (الإعلام والهوية الوطنية)، بغداد، جامعة بغداد، ٢٠١١، ص ٦٩ .
- ٢٤- المصدر نفسه.