

الإعلام الإسلامي في العراق واشتراطات الاستدامة

دراسة تطبيقية على عينة من طلبة جامعة الكوفة

م. د. عدنان جلاب منيجل الجياشي

كلية الامام الكاظم عليه السلام - اقسام النجف الاشرف

Adnan_nare2000@yahoo.com

الملخص

يختص البحث باستطلاع آراء طلبة الجامعات (النجف الاشرف تحديداً) حيال القنوات الاسلامية العراقية، بغية معرفة انطباعاتهم ومواقفهم ازاء محتواها وما تعالجه من قضايا ومشاكل في المجتمع العراقي، وذلك عبر تصميم استمارة استبيان من عدة اسئلة مفتوحة ومغلقة، للوصول الى نتائج تتمثل بمشاهدة هذه القنوات من العدم، والرضا عن محتواها، وطرق معالجة المشاكل واحتوائها ام لا، الى جانب تدوين مقترحات تتعلق بما يريده طلبة الجامعات من هذه القنوات، وفي اعتقادنا ان اجراء مثل هذه الدراسة مهمٌ لجهة تنبيه القنوات الاسلامية الى لغة خطابها وطرق طرحها للموضوعات ورد فعل الشباب حيالها، لرفدها بتوصيات تسهم في ارتقائها الى مستوى التحديات واصلاح المجتمع.

الكلمات المفتاحية: الاعلام، الاعلام الاسلامي، اشتراطات الاستدامة.

Islamic media in Iraq and sustainability requirements An applied study on a sample of Kufa University students

Dr. Adnan Jallab Mengel Al-Jayashi

Imam Al-Kadhim College - Departments of Najaf

Abstract

The research is concerned with surveying the opinions of university students (Najaf al-Ashraf in particular) about the Iraqi Islamic channels, in order to know their impressions and positions regarding their content and the issues and problems they address in Iraqi society, by designing a questionnaire form of several open and closed questions, in order to reach results represented by viewing these channels from Nothingness, and satisfaction with their content, methods of addressing and containing problems or not, in addition to writing down proposals related to what university students want from these channels, and we believe that conducting such a study is important in terms of alerting Islamic channels to the language of their discourse and methods of presenting the topics and the youth's reaction to them, to support them With recommendations that contribute to raising it to the level of challenges and community reform.

key words: media, Islamic media, sustainability requirements.

- ما تأثير المحتوى المقدم في البرامج كافة على سلوكيات الطلبة واتجاهاتهم؟
- ما الذي يعتبره الطلبة إيجابياً في خطاب القنوات الإسلامية؟ وما السلبيات المرصودة إن وجدت؟
- ما البدائل التي يتعامل معها الطلبة في حال لم تلبي القنوات الإسلامية العراقية احتياجاتهم؟

ثالثاً: أهداف البحث:

- تتمحور أهداف البحث في الآتي:
- قياس مدى متابعة طلبة جامعة الكوفة للقنوات الإسلامية العراقية والمحتوى الأكثر تفضيلاً في برامجها.
- معرفة تأثير المحتوى المقدم في القنوات الإسلامية على قناعات الطلبة وسلوكياتهم.
- معرفة آراء الطلبة في خطاب القنوات الإسلامية وتشخيص السلبيات المرافقة للخطاب (إن وجدت).
- معرفة البدائل المطروحة في حال العزوف عن مشاهدة القنوات الإسلامية والتأثر بمحتواها.

رابعاً: منهج البحث:

يعدّ المنهج الطريقة التي يتبعها الباحث في الوصول الى الاهداف المتوخاة من اجراء الدراسة، وبما ان الدراسة الحالية تستهدف تحصيل آراء طلبة الجامعات في البرامج والرسالة التي تحويها عبر القنوات الإسلامية العراقية فان المنهج الوصفي هو الأكثر تجسيدا لكونه يضع توصيفاً شاملاً للقضايا البحثية من شتى الجوانب، كما تم الاستعانة بمنهج

المبحث الاول: الاطار المنهجي للبحث:

اولاً: اهمية البحث والحاجة اليه

بما ان التغييرات الاجتماعية اصبحت واقعاً فإن النظر بعين الرصد الى آليات التعامل مع هذه التغييرات والحيلولة دون تفشي سلبياتها يصبح امراً لا بد منه للدفع باتجاه عملية تحصين المجتمع وجعل مقاومته اكثر فاعلية.

ولأن الاعلام اداة اتصال جماهيرية فائقة التأثير وعابرة للحدود والامكنة فان تسليط الضوء على أدواره في عملية البناء والاصلاح المجتمعي مسألة بالغة الاهمية، ومن هنا تنبع اهمية البحث الذي سيخوض في تفاعل الجمهور الشاب (طلبة الجامعات) مع البرامج ذات الطابع الاجتماعي في القنوات الإسلامية العراقية، وما اذا كانت اداة فاعلة لوقف تمدد المظاهر غير السوية، ام غير ذلك.

ثانياً: مشكلة البحث

بما ان لكل بحث مشكلة ومبرراً يسبق عملية الخوض في مراحلها واجراءاته، فإن مشكلة بحثنا تتمثل بتساؤل رئيس هو:

- ما انعكاسات البرامج الاجتماعية في القنوات الإسلامية العراقية على طلبة الجامعات؟
- ومن التساؤل الرئيس تنبثق تساؤلات فرعية هي:
- هل يتابع طلبة جامعة الكوفة القنوات الإسلامية؟ وأي محتوى يفضلونه إن كانوا كذلك؟

المسح بشكل رئيس وذلك عبر مسح آراء الطلبة عبر تصميم استمارة استبيان تحوي اسئلة حول الموضوع، واستحصال اجابات حولها ومن ثم تفريغها وعرض النتائج.

خامساً: مجتمع البحث وعينته:

يتمثل مجتمع البحث بطلبة الجامعات في محافظة النجف الاشرف، وبما ان هذه الشريحة لم تعد مقتصرة على جامعة او معهد او مؤسسة بعينها فقد ارتأينا ان تكون الدراسة شاملة لكل منها، مع الأخذ بالاعتبار انتقاء عينة مناسبة تتلاءم مع الاعداد الكبيرة من الطلبة.

وقد تم اختيار طلبة الجامعات دون غيرهم بالنظر لكونهم الاكثر تعبيراً عن شريحة الشباب لأن الاغلبية منهم يقعون في هذه الفئة العمرية، ولأن المستوى الثقافي والعلمي عاملان يساهمان في استنباط معلومات اكثر قيمة وحيوية عن موضوع البحث ما يحقق اهدافاً أكثر فاعلية.

وجرى اختيار نظام العينات النسبية في التعامل مع المؤسسات التعليمية في النجف الاشرف، اذ اختيرت جامعة الكوفة كمحور للدراسة وذلك لعدة عوامل:

١. انها المؤسسة التعليمية الأقدم في المحافظة (تأسست سنة ١٩٨٧)^(١) وبالتالي يكون اختيارها كمجتمع للدراسة له مبرراته من هذه الناحية.

٢. انها تضم العدد الاكبر من الطلبة (بلغ عدد الطلبة في الدراستين الصباحية والمسائية للعام

الدراسي ٢٠١٨-٢٠١٩ اكثر من ٢٠ ألف طالب وطالبة).

٣. تضم الجامعة خليطاً اجتماعياً واسعاً يمكن البناء على نتائجه فهي تستقبل الشرائح الاجتماعية كافة كما تضم اقساماً علمية غزيرة بتنوعها ما يعطي نتائج اكثر واقعية.

وقد تم اختيار (١٠٠) طالب وطالبة جرى توزيع استمارات الاستبانة عليهم عشوائياً في حرم الجامعة بغية تجنب التحيز، ثم جمعها في نهاية اليوم، وعلى النحو الموضح في الجدول (١).

سابعاً: مجالات البحث:

١. المجال الزماني: استغرق إعداد استمارة البحث وعرضها على محكمين وتقييمها وتوزيعها ثم تفريغ البيانات وعرض النتائج وشرحها نحو شهر واحد بدءاً من ١/ كانون الثاني/ ٢٠١٩م ولغاية ٣١/ كانون الثاني/ ٢٠١٩م.

٢. المجال المكاني: محافظة النجف الاشرف بعدّها المقر الرئيس للجامعات المشمولة بالدراسة.

٣. المجال البشري: جرى تحديد طلبة جامعة (الكوفة) ولكلا الجنسين وبسائر الاختصاصات العلمية والانسانية.

جدول (١) يبين تقسيم الطلاب وفقاً للنوع

النوع	التكرار	%	المرتبة
ذكر	٤٤	٤٤	الثانية
انثى	٥٦	٥٦	الاولى
المجموع	١٠٠	١٠٠٪	

لظهوره مفتاحاً للنقاشات بشأن القضايا المشتركة، ونقطة التقاء فيما يتعلق بالمواد الثقافية والتعليمية والترفيهية.

وبمرور الزمن أصبح التلفزيون وعبر استغلال اتصاله اليومي المنتظم مع جمهور ثابتاً نسبياً من جهة، والنطاق الواسع لوسائله المعبرة والفنية من جهة أخرى، أصبح أداة متنوعة جداً ومفيدة ومؤثرة بدرجة مساوية لكل المستويات التعليمية^(٣)، ولكن هذا التأثير ظل محدوداً على الصعيد الدولي بفعل الحدود المغلقة ازاء موجاته حتى بروز البث الفضائي بهذا الشكل منذ مطلع تسعينيات القرن الماضي، إذ تفيد جيهان رشتي بأن عملية تقييد التلفزيون أصبحت ضرباً من المستحيل بفعل هذه التطورات اللافتة^(٤).

ولما كانت عملية التوظيف مقتصرة اول الامر على البرامج التربوية (التلفزيون التعليمي) وبعض الجوانب المتعلقة بالترفيه (الدراما والسينما وبرامج المنوعات... الخ) فان ما أحدثه البث الفضائي من توسع على صعيد الكم والنوع لهذه الوسيلة خلق متغيرات هائلة على صعيد المحتوى (الرسالة) التي أصبحت زاخرة بالتجدد والتنوع، فظهرت برامج ثقافية وتنموية واجتماعية واصبح الـ (Talk Show) الشغل الشاغل للجماهير في مختلف الاصقاع^(٥).

وفي ضوء هذه المتغيرات تحول التلفزيون من قناة تتمسك بشعارات النخبة وتناقش قضاياها مبتعدة عن الطابع الشعبي الى وسيلة شعبية بالدرجة الاولى، تركز على سائر المضامين والقضايا وتناقش قائمة

جدول (٢) يبين تقسيم الطلاب وفقاً للاختصاص العلمي

المرتبة	التردد	%	التخصص
الاولى	٥٧	٤٣	علوم صرفة
الثانية	١٠٠	٥٧	علوم انسانية
المجموع		١٠٠%	

جدول (٣) تقسيم الطلاب وفقاً للمراحل الدراسية

المرتبة	التردد	%	المرحلة الدراسية
الاولى	٩٤	٩٤	دراسات اولية
الثانية	٦	٦	دراسات عليا
المجموع		١٠٠%	

جدول (٤) يبين الفئة العمرية للطلاب

المرتبة	التردد	%	الفئة العمرية
الاولى	٥٦	٤٣	أقل من ٢٠ عاماً
الثانية	١	٥٦	٢٠-٢٩ عاماً
الثالثة	١	١	٣٠ عاماً فما فوق
المجموع		١٠٠%	

المبحث الثاني: التلفزيون والمجتمع..

العلاقة والانعكاسات:

أولاً: التلفزيون كوسيلة اتصال اجتماعية

ان كل ما يبثه التلفزيون من مواد متنوعة هي عبارة عن معلومات يراد توصيلها الى الافراد لغرض الانتفاع بها في مجالات الثقافة والترفيه وزيادة الرصيد المعرفي للفرد، وكلما زاد افراد المجتمع معرفياً زادت فرص تطور المجتمع^(٦)، وبما ان الجماهير تشترك في التعرض لهذا الوسيط فقد كان منذ العقود الاولى

ثانياً: القنوات الاسلامية.. الظهور والادوار:

لما كان الاعلام والايدولوجيا صنوان لا يفترقان وفقاً لأغلب الدراسات التي تناولت العلاقة بينهما، فان التلفزيون كوسيلة اعلام فائقة الامكانات بفعل عامل الصورة ارتبط بالحكومات وكرّست برامجه ونشرات اخباره اتجاهات تلك الحكومات وآراؤها حيال الاحداث المختلفة، فاستعمل منصة للحرب النفسية في أوقات الصراع، ثم منبراً لنشر الافكار وممارسة الدعاية في اوقات السلم، ما جعل ادواره تفوق بخطورتها الصحافة المقروءة والمسموعة قبلاً^(٩).

وبينما كان العالم يرقب التلفاز الرأسمالي والشيوعي وهما يصطرعان سعيّاً للهيمنة والاستحواذ، فان العالم الثالث أحكم منذ انتشار التلفزيون في بلدانه السيطرة على هذا الوسيط، فجعله الواجهة الاولى والمنبر الذي يرتقيه الحاكم للتواصل مع الجماهير، كما حظرت مختلف القوانين التعددية في الاعلام المرئي لعقود طويلة لتحول دون استخدامه من قبل معارضيها^(١٠).

لقد سمح الانفتاح الهائل في هذا الميدان لمزيد من القنوات الجديدة بالبروز، وصارت الحكومات مضطرة للتعامل مع التعددية، شرط عدم المساس بالخطوط الحمراء، فظهرت الى العلن قنوات عديدة غير رسمية، بعضها اختص بالترفيه وآخر بالرياضة وثالثة بالثقافة والتعليم وقضايا أخرى، كما برزت قنوات ذات طابع ديني، تبث برامج تختص بالقرآن الكريم والعبادات والشؤون الاسلامية، وهي قنوات

من المحتويات متطرفة الى (المسكوت عنه) فأصبح التلفزيون (المؤسسة الثقافية الأفعلى في عالم اليوم، وتراجعت امامه مراكز البحث والجامعات ودور النشر والصحف ليصبح الاكثر شعبية واستهلاكاً والاكثر قدرة على الفتك بنظام الثقافة المناعية الطبيعية لدى مجتمعاتنا)^(٦).

على الرغم من هذه المتغيرات التي فرضت نفسها، الا ان التزاحم على الوصول الى المشاهدين ونيل استحسان أكبر قدر منهم، والتنافس المحموم بين القنوات أحدث ما يشبه (الفوضى) في القنوات المستحدثة والبرامج المقدمة، الى حد جعلها تخلط في النقاش بين القضايا المهمة وغير المهمة، وتبالغ في طروحاتها بشكل يكرّس المشاكل ويفاقمها بدل ايجاد الحلول المناسبة، وهو امر حذرت منه الكثير من الدراسات الحديثة اذ يشير «بيير بورديو» الى (ان التلفزيون يمارس نوعاً من العنف الرمزي المفسد والمؤذي بشكل خاص)^(٧).

وقد ادى التلفزيون برسائله المكثفة الى شيوع ما يعرف بـ (الاغتراب الاجتماعي) اذ يرى باحثون ان الاغتراب ينبع في مجال وسائل الاتصال الجماهيرية الاستهلاكية، رغم ان تياراً بحثياً راسخاً وبخاصة في سيكولوجية الاتصال يبين قدرة الاشخاص على تعديل دلالات الرسائل التي يتلقونها بتفسيرها وفقاً لأطرهم الثقافية، وبمزج الرسائل من مصدر واحد بعينه بطائفة متعددة الاطياف من ممارساتهم الاتصالية^(٨).

٤٤	٤٥,٤٦	٢٠	٥٤,٥٤	٢٤	كلا.. لا اشاهد
المجموع	٤٤	%٤٤	٥٦	%٥٦	١٠٠

رداً على سؤال عما إذا كان الطلبة المشمولين بالبحث يشاهدون القنوات الاسلامية العراقية أجاب (٥٦) بـ (نعم) وقد احتلوا المرتبة الاولى متوزعين بين (٣٦) من الاناث، و(٢٠) من الذكور، في حين ردّ (٤٤) بـ (لا) محتلين المرتبة الثانية متوزعين بين (٢٤) من الذكور، و(٢٠) من الاناث، وهي نسب متقاربة وفقاً لما موضح في الجدول (٥).

جدول (٦) يبين دوافع مشاهدة الطلاب للقنوات

التلفزيونية الاسلامية العراقية

المرتبة	%	التكرار	دوافع المشاهدة
الثانية	٣٣,٩٢	١٩	متميزة بمحتواها الهادف وطريقة طرحها المثلى
الثالثة	١٦,٠٧	٩	بديلاً مناسباً للقنوات المنافسة
الاولى	٣٩,٢٨	٢٢	كسر الملل وتلبية الحاجة الى اصلاح الذات
الرابعة	١٠,٧١	٦	اخرى
المجموع	%١٠٠	٥٦	

وفيما يتعلق بمن يشاهدون القنوات الاسلامية العراقية فقد كانت دوافعهم متباينة بين من يرى في متابعتها اداة لـ (كسر الملل وتلبية الحاجة الى اصلاح الذات) وهؤلاء حصلوا على (٢٢) تكرارا بالمرتبة الاولى، وبنسبة (٣٩,٢٨٪) في حين وجد (١٩) انها متميزة بمحتواها الهادف وطريقة طرحها المثلى فقرروا مشاهدتها محتلين المرتبة الثانية بنسبة (٣٣,٩٢٪)، ورأى (٩) في القنوات الاسلامية

لها متابعيها في جميع البلدان العربية والاسلامية^(١١).

وبينما كانت بعض القنوات منابر للتسقيط الفكري وتبادل الاتهامات و«تكفير» الآخر، فان قنوات اخرى سارت بنهج أقل حدة، فيما تخلت ثالثة عن الجانب الديني المغلق، واصبحت تبث برامج اخبارية وثقافية وسياسية واقتصادية واجتماعية.. الخ، ولم يكن العراق بالبعيد عن هذه الموجة اذ اصبح الفضاء التلفزيوني متخماً باسماء عديدة لقنوات تبث على مدار الساعة الصلوات والشعائر وتغطي المناسبات الدينية المختلفة، وهي قنوات تلقى رواجاً بين مختلف الفئات العمرية وتشاهد وفقاً للمختصين على نطاق واسع في الداخل وحتى الخارج^(١٢).

المبحث الثالث: الدراسة الميدانية:

نتائج استبيان آراء طلبة جامعة الكوفة في القنوات الاسلامية العراقية:

بلغ عدد الطلبة المشاركين في الاستبيان (١٠٠) طالب، اذ عمد الباحث الى توزيع الاستمارات في حرم جامعة الكوفة، ومقرات تجمع الطلبة في النوادي والحدائق العامة في الجامعة، ثم حين انتهاء الدوام الرسمي جمع الاستمارات واجرى عملية الفرز وتحليل البيانات وفقاً لإجابات الطلبة المبحوثين.

جدول (٥) هل تشاهد القنوات التلفزيونية الاسلامية

العراقية؟

المشاهدة	الذكور		الاناث		المجموع
	تكرار	%	تكرار	%	
نعم اشاهد	٢٠	٣٥,٧١	٣٦	٦٤,٢٩	٥٦

البرامج الاخبارية وتغطية النسب المختلفة	٨	١٤,٢٨	الثالثة
البرامج الاجتماعية والدينية	١٢	٢١,٤٢	الثانية
برامج ثقافية	٦	١٠,٧١	الرابعة
المجموع	٥٦	١٠٠٪	

وفيما يتعلق بما يفضل الطلبة مشاهدته في القنوات الاسلامية أجاب (٣٠) بأنهم يفضلون متابعة النقل المباشر للصلوات والشعائر الدينية، محتلين المرتبة الاولى بنسبة بلغت (٥٧, ٥٣٪) في حين فضل (١٢) متابعة البرامج الاجتماعية والدينية، محققين ما نسبته (٢١, ٤٢٪) ووجد (٨) فقط في البرامج الاخبارية محتوى مفضلاً للمشاهدة بنسبة بلغت (٢٨, ١٤٪) واحتلت البرامج الثقافية المرتبة الرابعة بتكرار (٦) ونسبة (١٠, ٧١٪)، وكما موضح في الجدول (٨).

جدول (٩) يوضح دوافع مشاهدة الطلاب للبرامج بالقنوات
الاسلامية

دوافع مشاهدة البرامج الاجتماعية	التكرار	٪	المرتبة
بديل جيد لبرامج اعتبرها هابطة في قنوات أخرى	١٤	١٥,٥٥	الثالثة
تثقيف بقضايا وسلوكيات دينية تتلاءم مع روح العصر	٤٧	٥٢,٢٢	الاولى
تحفيز على الاصلاح المجتمعي ومحاربة الظواهر السلبية	٢٧	٣٠	الثانية
كل ما سبق	٢	٢,٢٢	الرابعة
المجموع	٩٠	١٠٠٪	

بديلاً مناسباً للقنوات المنافسة محتلين المرتبة الثالثة بنسبة مئوية بلغت (١٦, ٠٧٪) وطرح (٦) خيارات اخرى متباينة ضمن دوافع المشاهدة، فجاءت فئتهم رابعة بنسبة (١٠, ٧١٪)، وكما موضح في الجدول (٦).

جدول (٧) يبين مدى انتظام مشاهدة القنوات التلفزيونية
من قبل الطلاب

مدى انتظام المشاهدة	التكرار	٪	المرتبة
اتابعها بشكل منتظم	٧	١٢,٥٠	الثالثة
اتابعها أثناء اوقات الفراغ والمزاج	٤٠	٧١,٤٢	الاولى
اتابعها عن طريق الصدفة	٩	١٦,٠٧	الثانية
المجموع	٥٦	١٠٠٪	

اجاب (٤٠) بأنهم يتابعون القنوات الاسلامية أثناء وقت الفراغ والمزاج فجاءوا بالمرتبة الاولى بنسبة (٧١, ٤٢٪) وردّ (٩) بأنهم يتابعونها عن طريق الصدفة، فجاءوا ثانياً بنسبة مئوية (١٦, ٠٧٪) واجاب (٧) بأنهم يتابعونها بشكل منتظم محققين المرتبة الثالثة بنسبة مئوية بلغت (١٢, ٥٠٪)، وكما موضح في الجدول (٧).

جدول (٨) المحتوى التلفزيوني المفضل من قبل الطلاب في
القنوات الاسلامية

المحتوى البرامجي الاكثر تفضيلاً	التكرار	٪	المرتبة
النقل المباشر للصلوات والشعائر الدينية	٣٠	٥٣,٥٧	الاولى

(٢١, ٢٣٪) ورأى (٢) فقط بأن تلك القضايا غير مهمة إطلاقاً وبنسبة بلغت (٥٧, ٣٪) محتلين المرتبة الثالثة والاخيرة، وكما موضح في الجدول (١٠).

جدول (١١) يوضح آراء الطلاب في الحلول المقترحة للمشاكل الاجتماعية بالقنوات الاسلامية

المرتبة	%	التكرار	آراء الطلبة في الحلول المطروحة
الاولى	٦٤, ٢٨	٣٦	فعالة وممكنة التطبيق
الثانية	٣٠, ٣٥	١٧	لا تلامس جوهر القضايا والمشاكل المطروحة للنقاش
الثالثة	٣, ٥٧	٢	لا تطرح حلولاً من الاساس
الرابعة	١, ٧٨	١	أخرى تذكر
	١٠٠٪	٥٦	المجموع

وفيما يتعلق بآراء الطلبة في الحلول المقترحة للمشاكل الاجتماعية التي تتبناها القنوات الاسلامية فقد وجد (٣٦) ان تلك الحلول فعالة وممكنة التطبيق محققين المرتبة الاولى بنسبة بلغت (٦٤, ٢٨٪) في حين اجاب (١٧) بأن الحلول لا تلامس جوهر القضايا والمشاكل المطروحة للنقاش فاحتلوا المرتبة الثانية بنسبة (٣٠, ٣٥٪) ووجد (٢) ان القنوات الاسلامية لا تطرح حلولاً من الاساس للمشاكل الاجتماعية فحلّوا ثالثاً بنسبة (٣, ٥٧٪) في حين حازت فئة اخرى على المرتبة الاخيرة بواقع (١) وبنسبة (١, ٧٨٪)، وكما موضح في الجدول (١١).

وعن دوافع الطلبة لمشاهدة البرامج المختلفة بالقنوات الاسلامية العراقية فقد تكرر خيار التثقيف بقضايا وسلوكيات دينية تتلاءم مع روح العصر) لـ (٤٧) مرة من اصل (٩٠) اجابة على هذا الحقل، وبنسبة بلغت (٥٢, ٢٢) في حين جاءت فئة (تحفيز على الاصلاح المجتمعي ومحاربة الظواهر السلبية) ثانية بتكرار بلغ (٢٧) وبنسبة (٣٠٪) وجاءت فئة (بديل جيد لبرامج اعتبرها هابطة في قنوات أخرى) ثالثة بواقع (١٤) وبنسبة (٥٥, ١٥٪) وردّ (٢) فقط بأن دوافعهم هي كل ما سبق محققين نسبة بلغت (٢٢, ٢٪) من الاجابات، وكما موضح في الجدول (٩).

جدول (١٠) يوضح آراء الطلبة في القضايا المطروحة بالقنوات الاسلامية

المرتبة	%	التكرار	آراء الطلبة في القضايا المطروحة
الاولى	٧٣, ٢١	٤١	بالغة الأهمية وتشكل هاجساً لدى سائر شرائح المجتمع
الثانية	٢٣, ٢١	١٣	مألوفة.. ولا تستحق عناء الطرح والمناقشة في الاعلام
الثالثة	٣, ٥٧	٢	غير مهمة إطلاقاً
	١٠٠٪	٥٦	المجموع

وبشأن آراء الطلبة في القضايا المطروحة ببرامج القنوات الاسلامية فقد ردّ (٤١) بأن تلك القضايا بالغة الاهمية فجاءوا اولاً بنسبة بلغت (٧٣, ٢١٪) في حين اجاب (١٣) بأن القضايا مألوفة ولا تستحق عناء الطرح في الاعلام فجاءوا ثانياً بنسبة

جدول (١٢) ردود فعل الطلبة على الآليات المطلوبة

للتفاعل مع البرامج الاجتماعية بالقنوات الاسلامية

المرتبة	%	التكرار	يحدث التفاعل في حال؟
الثالثة	٢٥,٣٧	١٧	اعطت الجمهور مساحة أكبر في الحضور والمشاركة
الاولى	٤٣,٢٨	٢٩	ناقشت "المسكوت عنه" وابدت صراحة في طروحاتها
الثانية	٢٨,٣٥	١٩	غيرت من طريقة التقديم وجعلتها أكثر مرونة وحيوية
الرابعة	٢,٩٨	٢	أخرى تذكر
	١٠٠%	٦٧	المجموع

وفما يتعلق بالآليات التي ينبغي اتباعها من قبل القنوات الاسلامية العراقية لتحقيق التفاعل مع الجمهور رأى (٢٩) ان مناقشة المسكوت عنه وابداء الصراحة في الطرح يزيد التفاعل محققين ما نسبته (٤٣,٢٨%) فيما وجد (١٩) انه ينبغي على القنوات تغيير طريقة التقديم وجعلها أكثر مرونة وحيوية، ونسبة (٢٨,٣٥%) وطالب (١٧) القنوات باعطاء الفرصة للجمهور في الحضور والمشاركة محتلين المرتبة الثالثة بنسبة (٢٥,٣٧%) وأبدى (٢) فقط ملاحظات ادرجت ضمن (أخرى) تطرقت الى ضرورة تغيير انماط البرامج كلياً، علماً ان هذا المحور اعطى مساحة للمستجوبين باختيار أكثر من اجابة.

جدول (١٣) يبين رؤية الطلاب لتعامل القنوات الاسلامية

مع شريحة الشباب

المرتبة	%	التكرار	أرى ان القنوات تعامل شريحة الشباب على انها؟
الاولى	٥٠	٢٨	قائدة وتحتاج الى الدعم والاسناد لتبني المستقبل
الثانية	٢٥	١٤	ساندة.. تؤدي أدواراً محدودة ولا يعتمد عليها كلياً
الثانية	٢٥	١٤	متهورة.. وتحتاج الى رقابة مستمرة وارشاد دائم
	١٠٠%	٥٦	المجموع

وبشأن رؤية الطلاب لتعامل القنوات الاسلامية مع شريحة الشباب فقد اجاب (٢٨) بأن القنوات الاسلامية ترى الشباب فئة تحتاج الى الدعم لتبني المستقبل محققين (٥٠%) وتقاسم النصف الاخر فئتي (ساندة) و(متهورة) بواقع (١٤) لكل فئة وبنسبة (٢٥%) محتلتان مع المرتبة الثانية، وكما موضح في الجدول (١٣).

جدول (١٤) يوضح اراء الطلاب في خطاب للقنوات

الاسلامية

المرتبة	%	التكرار	خطاب القنوات الاسلامية هو:
الاولى	٦٢,٥٠	٣٥	شاملاً ومرتكزاً على اصلاح المجتمع
الثانية	٣٢,١٤	١٨	انتقائياً.. ينتجه الى شريحة بعينها ويتجاهل اخرى
الثالثة	٥,٣٥	٣	فوضوياً.. يفتقد الدقة ويناقش قضايا غير مهمة
	١٠٠%	٥٦	المجموع

ما نسبته (٢٥٪) واجاب (٩) بأن السبب يعود الى ان القنوات (لا تتفق مع ميوله وتوجهاته الخاصة) محققين المرتبة الثالثة بنسبة (٤٥, ٢٠٪) وردّ (٨) بأن السبب يعود الى ان (برامجها مملّة وتفتقر للتنوع والتجديد) محققين ما نسبته (١٨, ١٨٪)، وكما موضح في الجدول (١٥).

جدول (١٦) ما بدائل القنوات الاسلامية لدى العازفين عن

المشاهدة

المرتبة	%	التكرار	ما البديل للقنوات الاسلامية؟
الثالثة	٦, ٨١	٣	قنوات اخبارية محلية او اقليمية
الرابعة	٠٠, ٠٠	--	قنوات اسلامية خارجية
الاولى	٥٦, ٨١	٢٥	قنوات متخصصة
الثانية	٣٦, ٣٦	١٦	اتصفح الانترنت
	١٠٠٪	٤٤	المجموع

وفيما يتعلق ببدايل القنوات الاسلامية لدى العازفين عن مشاهدتها من الطلاب فقد أجاب (٢٥) بأنهم يشاهدون قنوات متخصصة محتلين المرتبة الاولى، وبنسبة بلغت (٥٦, ٨١٪) في حين ردّ (١٦) بأنهم يكتفون بتصفح الانترنت كبديل للمشاهدة وبنسبة بلغت (٣٦, ٣٦٪) واحتل خيار (قنوات اخبارية محلية او اقليمية) المرتبة الثالثة بمجموع (٣) وبنسبة (٦, ٨١٪) ولم تحز فئة (قنوات اسلامية خارجية) على اي تكرار يذكر، وكما موضح في الجدول (١٦).

وفيما يتصل بأراء الطلبة في لغة خطاب القنوات الاسلامية فقد رأى (٣٥) انه (شامل ومرتكز على اصلاح المجتمع) فحلوا أولاً وبنسبة بلغت (٦٢, ٥٠٪) في حين اجاب (١٨) بأن الخطاب انتقائي يتجه الى شريحة بعينها ويتجاهل اخرى واحتلوا المرتبة الثانية بنسبة (٣٢, ١٤٪) اما الـ (٣) الاخرين فأجابوا بان الخطاب (فوضوي يفقد الدقة) وجاءوا بالمرتبة الثالثة بنسبة بلغت (٣٥, ٥٪)، وكما موضح في الجدول (١٤).

جدول (١٥) يوضح اسباب عدم مشاهدة القنوات الاسلامية

العراقية لدى بعض المبحوثين

المرتبة	%	التكرار	لا اتابع القنوات الاسلامية لأن:
الثانية	٢٥	١١	خطابها متزمّت وبعيد عن الواقع
الرابعة	١٨, ١٨	٨	برامجها مملّة.. وتفتقر للتنوع والتجديد
الثالثة	٢٠, ٤٥	٩	لا تتفق مع ميولي وتوجهاتي الخاصة
الاولى	٣٦, ٣٦	١٦	لا اشاهد التلفزيون مطلقاً
	١٠٠٪	٤٤	المجموع

وفيما يتعلق بباقي الاجابات ممن تبين انهم لا يتابعون القنوات الاسلامية العراقية والبالغ عددهم (٤٤) فقد اجاب (١٦) بانهم لا يتابعون التلفزيون مطلقاً لذلك لا يتسنى لهم مشاهدة هذه القنوات فاحتلوا المرتبة الاولى بنسبة بلغت (٣٦, ٣٦٪) واجاب (١١) بأن سبب عدم متابعة القنوات يعود الى (خطابها المتزمّت والبعيد عن الواقع) محققين

الاستنتاجات

في ضوء النتائج التي تم التوصل اليها في محاور البحث فقد توصل الباحث الى الاستنتاجات الآتية:

أولاً: ان مشاهدة القنوات التلفزيونية الاسلامية العراقية من قبل طلبة جامعة الكوفة لم تحظ باغلبية مطلقة، بل ثمة تقارب بين المشاهدة والعزوف، ما يدل على انقسام في الاوساط الطلابية ازاء هذه المسألة، ولأسباب متباينة.

ثانياً: اظهرت النتائج ان اغلبية مشاهدي القنوات التلفزيونية الاسلامية من الاناث (٢٩, ٦٤٪) مقابل (٣٥, ٧١٪) من الذكور، وتلعب طبيعة المجتمع المحافظ دوراً في هذا الجانب اذ ان الفتيات يقضين اوقاتهن في المنزل بعد انقضاء الدوام الرسمي، ما يمنحهن فرصة اكبر للمتابعة بالمقارنة مع الذكور.

ثالثاً: لم يكن مشاهدو القنوات الاسلامية مقتنعين تماماً بمحتواها لاتخاذ قرار المشاهدة، فاعلج الاجابات عللتها بمحاولة (كسر الملل) واصلاح الذات، في حين رأى قلة ان محتواها مميز وهادف، وهو ما يرتبط ايضا بعامل الوقت، فنسبة (٤٢, ٧١٪) اجابت بانها تتابع القنوات الاسلامية اثناء اوقات الفراغ والمزاج، و(١٦, ٠٧٪) قالوا انهم يتابعونها عن طريق الصدفة، ما يدل على عدم تخطيط مسبق او قناعة مطلقة بالمشاهدة.

رابعاً: لا يكرس الطلبة اوقاتاً محددة لمشاهدة برامج بعينها بل يكتفي اكثر من نصف المشاهدين بمتابعة نقل الصلوات والشعائر الدينية (٥٣٪) اما باقي البرامج فلا يولونها اقلية من الاهتمام

ومن بينها البرامج الاجتماعية (٤٢, ٢١٪) ما يعطي مؤشرات بأنه ليس ثمة برامج تنال اعجاب الشباب فيضعوها في الاعتبار.

خامساً: وجد الاغلبية من الطلبة المشاهدين ان القضايا المطروحة في القنوات الاسلامية (بالغة الاهمية) (٢١, ٧٣٪) فيما كان الاقلية يتراوحون بين (مألوفة) و (غير مهمة) ما يعطي قناعة بالخطاب المطروح، اما الحلول المقترحة للمشاكل فرأى (٢٨, ٦٤٪) انها فعالة وممكنة التطبيق ولم تشاطرهم النسبة المتبقية التي وجدت فيها بعيدة عن الواقع او غير ممكنة التطبيق، وهو امر يدل على قناعة بالحلول والقضايا مع ان البعض اشار في ملاحظاته الى ان التطبيق هو العلة الرئيسة.

سادساً: رأى الطلبة في مقترحات تفعيل البرامج الاجتماعية والخطاب الاجتماعي للقنوات الاسلامية امراً ملحاً، فاشار الاغلبية الى انه من الضروري ان تناقش القنوات (المسكوت عنه) وتبدي صراحة اكبر في الطرح وعلى نحو مقارب كانت مقترحات اعطاء الجمهور مساحة اكبر في النقاش والمشاركة، وتغيير طريقة التقديم وجعلها اكثر مرونة وحيوية، وهو امر من شأنه انجاح الخطاب الاجتماعي وجعله اكثر قرباً من الطلبة بمختلف مستوياتهم.

سابعاً: وجد ثلاثة ارباع المشاهدين ان القنوات الاسلامية ترى شريحة الشباب على انها (قائدة) و(ساندة) واكتفى الربع الاخر بالاجابة (متهورة) ما يدل على مناخ ايجابي يسود العلاقة بين القنوات ومشاهديها من طلبة الجامعات، وهذه النسب كانت

عن التقنية والضخ الاعلامي عبر الوسائل البصرية والالكترونية المختلفة.

٢. التركيز على الشباب بعدّهم رافعة للتغيير والبناء في شتى المجتمعات، والتأكيد على ان الرسائل الاعلامية عبر القنوات الاسلامية موجهة لهم بالدرجة الاولى دون تهميش او اقصاء او تغييب، وهذا التغيير من شأنه جعلهم اكثر تفاعلاً مع القنوات بدل ان يولوها جزءاً بسيطاً من الاهتمام.
٣. زيادة البرامج الثقافية والاجتماعية وتفعيل المشاركة الجماهيرية فمن شأن هذه البرامج التي تكاد تكون معدومة في القنوات الاسلامية ان تجعلها اكثر قرباً من الواقع وتغير الصورة النمطية التي تنظر لهذه القنوات على انها مترممة ومنفصلة عن الواقع.

الهوامش والمصادر والمراجع

- (١) ينظر موقع جامعة الكوفة على الانترنت بالرباط: <http://www.uokufa.edu.iq/ar/>.
- (٢) زكي الوردي، المعرفة المعلوماتية، دار انس للطباعة والتصميم، بغداد، ٢٠١٣، ص ١٤٨.
- (٣) م بورتيسكي و م. يوروفسكي، الصحافة التلفزيونية، ترجمة: ابتسام عباس علوان، منشورات وزارة الثقافة والفنون، بغداد، ١٩٧٨، ص ٣٠.
- (٤) جيهان رشتي، الاعلام الدولي، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٨٦، ص ٢١٥.
- (٥) محمود احمد لطفي، برامج التوك شو واعلام الازمات، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠١٨، ص ١١.
- (٦) عبد الغني عماد، سوسيولوجيا الثقافة، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ٢٠٠٦، ص ٢٩١.

حاضرة فيما يتعلق بالموقف حيال خطاب القنوات الاسلامية الذي رآه الاغلبية شاملاً وقائماً على بناء المجتمع واصلاحه، مع ان البعض عدّه انتقائياً والاقلية عدّوه فوضوياً.

ثامناً: وجد الثلث ممن لا يشاهدون القنوات الاسلامية في عدم مشاهدة التلفزيون اطلاقاً مبرراً لعدم التعرض (٣٦,٣٦٪) اما الثلثان المتبقيان فتوزعت اجاباتهم بين الخطاب المترمى والبرامج المملة وعدم الاتفاق مع الميول والتوجهات الخاصة كسبب لعدم المشاهدة، ما يدل على وجهة نظر موجودة وترى في القنوات الاسلامية غير معبرة عن واقعها او توجهاتها.

تاسعاً: طرح العازفون عن المشاهدة بدائل احتلت القنوات المتخصصة (منوعات-افلام-وثائقيات) الصدارة فيها (٥٦,٨١٪) وردّ الذين لا يشاهدون التلفزيون مطلقاً نفس الرد، في حين لم تنل القنوات الاخبارية احياءاً قليلاً من الاهتمام، ما يعطي الانطباع ببحث الطلبة عن خيارات اوسع في هذا الفضاء الاعلامي الكبير.

التوصيات

في ضوء الاستنتاجات آنفة الذكر يوصي الباحث بما هو آت:

١. ضرورة تبني القنوات الاسلامية العراقية خطاباً أكثر توازناً واعتدالاً يأخذ بعين الاعتبار المتغيرات المحيطة، ويفيد الجماهير في تجنب الرسائل السلبية والسلوكيات المنحرفة الناجمة

(٧) ينظر: بيير بورديو، التلفزيون واليات التلاعب بالعقول، ترجمة: درويش الحلوجي، دار كنعان، دمشق، ٢٠٠٤، ص ٤٣.

(٨) ايمانويل كاستلز، سلطة الاتصال، ترجمة: محمد حرفوش، المركز القومي للترجمة، القاهرة، ٢٠١٤، ص ٢٠٤.

(٩) حياة الحويك، الفضائيات العربية الاخبارية بين عولمتين، منتدى المعارف، بيروت، ٢٠١٣، ص ١٦.

(١٠) م بورتيسكي و م. يوروفسكي، الصحافة التلفزيونية، مصدر سابق، ص ٢٤.

(١١) المنصف العياري وآخرون، القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة، اتحاد اذاعات الدول العربية، سلسلة بحوث ودراسات اذاعية، العدد (٥٦)، ٢٠٠٦، ص ١٧-١٨.

(١٢) عبلة الكحلاوي، البرامج الدينية في القنوات الاذاعية والتلفزيونية العربية، بحث منشور على موقع اتحاد الاذاعات والتلفزيونات العربية بالرابط: www.asbu.net/asbutext/pdf/2004_04_028.pdf، ارجع بتاريخ: ٢٠١٩/٢/٥ م.