**جامعة بغداد**

**كلية الاعلام**

**قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية**

**عنوان البحث**

**القنوات الفضائية الغنائية العراقية ودورها في اشاعة القيم السلبية بين الشباب الجامعي**

**الدكتورة بشرى داود سبع السنجري**

**مدرس / قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية**

**Abstrac**

The purpose of this study is to clarify the Doralguenoat TV

musical Iraqi rumor negative values ​​among young university, and the tendency of this segment to simulate the viewer that displays through the screens of these channels, based on the literature Related Press Kalmraja scientific results of studies and previous research, following the survey method to study the public Depending on the resolution as a tool for research, which was distributed to a sample of male and female students Baghdad University, enrolled at the university for the academic year 2011 - 2012 and the sample size was 200 single, in order to achieve the specific objectives of the research was divided in three sections: the first theoretical framework, which included channels lyrical Iraqi youth, The second section deals with the methodological framework of the research, which included a research problem, research hypotheses and the importance of research method and previous studies The third topic Included of the results of the field study and interpretation of tables as well as the general findings and recommendations.  
 The study reached a number of conclusions, including:  
1 - exposed more than half of a sample search for channels musical TV Iraq permanently, and watched most of the respondents SATELLITE than two hours to less than 3 hours per day, this means high rate of hours of viewing, which may leave misguidance on the behavior of the viewer especially young people to become a lot of scenes part of their personality and their daily behavior.  
2 - males and females agreed to simulate what displays in this channels different the degree simulate what displays in the youth of these channels in terms of specialization, whether scientific or humanistic.  
3 - There are no significant differences in terms of the type and extent of the respondents agreed to impose censorship on music channels  
4 - The results of the field study that Iraqi Satellite lyrics contribute to the rumor that many of the behaviors and values ​​and negative ones, adopting the words and dance movements and vocalizations, imitation Alodh, fluidity and Rumor Finery....... etc. which won the ratios and high frequencies.  
Finally, the publicity Kabarlhzh channels and their influence on mass culture is can not be ignored and must be Allen takes this phenomenon media seriously, especially as media studies that addressed this phenomenon very little despite the occupied space broadcast and subtract the values ​​of many of them is positive and inconsistent with the values ​​of the familiar .

**المستخلص**

ترمي هذه الدراسة الى توضيح دورالقنوات الفضائية الغنائية العراقية في اشاعة القيم السلبية بين الشباب الجامعي ،ومدى ميل هذه الشريحة الى محاكاة السلوكيات الهابطة والمفاهيم الزائفة الغريبة عن مجتمعنا والتي تعرض من خلال شاشات هذه القنوات ، مستندة على الادبيات الاعلامية ذات الصلة كالمراجع العلمية ونتائج الدراسات والبحوث السابقة ،متبعة منهج المسحي لدراسة الجمهور بالاعتماد على الاستبانة كأداة للبحث والتي وزعت على عينة من الطلبة والطالبات جامعة بغداد المسجلين في الجامعة للعام الدراسي 2011- 2012 وبلغ حجم العينة 200 مفردة ، ومن اجل بلوغ الاهداف المحددة للبحث تم تقسيمه على ثلاثة مباحث : الاول الاطار المنهجي للبحث الذي اشتمل على مشكلة البحث وفروض البحث وأهمية البحث ومنهجه والدراسات السابقة أما المبحث الثاني فتناول الاطار النظري الذي تضمن القنوات الغنائية العراقية والشباب اما المبحث الثالث فأشتمل على نتائج الدراسة الميدانية وتفسير الجداول فضلا عن النتائج العامة والتوصيات .

وتوصلت الدراسة الى عدد من النتائج منها :

* يتعرض اكثر من نصف عينة البحث للقنوات الغنائية الفضائية العراقية بشكل دائم ، ويشاهد اغلب المبحوثين القنوات الغنائية الفضائيه من ساعتين لاقل من 3 ساعات يوميا ، ان ارتفاع معدل ساعات المشاهدة الذي قد يترك ضلاله على سلوك المشاهد ولا سيما الشباب لتصبح الكثير من المشاهد جزء من شخصيتهم وسلوكهم اليومي .
* اتفق الذكور والاناث على محاكاة ما يعرض في هذه القنوات ، ولاتختلف درجة محاكاة الشباب لما يعرض في هذه القنوات من حيث التخصص سواء علمي او انساني .
* لاتوجد فروق معنوية من حيث النوع ومدى موافقة المبحوثين على فرض الرقابة على القنوات الغنائية
* تشير نتائج الدراسة الميدانية الى ان القنوات الفضائية الغنائية العراقية تسهم في اشاعة العديد من السلوكيات والقيم السلبية ومنها ،تبني الكلمات والالفاظ والحركات الراقصة ، تقليد الوضة ، الميوعة واشاعة التبرج .......الخ حيث احرزت على نسب وتكرارات عالية .

واخيرا فأن الذيوع الكبيرلهذه القنوات وتأثيرها في الثقافة الجماهيرية لايمكن تجاهله ولابد من ان تأخذ هذه الظاهرة الاعلامية بشكل جاد ، سيما وان الدراسات الاعلامية التي تصدت لهذه الظاهرة قليلة جدا برغم ما تشغله من مساحة البث وما تطرحه من قيم الكثير منها غير ايجابي ويتعارض مع القيم المألوفة .

**المقدمة**

شكل البث الفضائي عبر الاقمار الصناعية بداية الطريق للعولمة في نشر سمومها عن طريق القنوات التلفزيونية والبرامج التي تحمل قيم خارجة عن المفاهيم الأخلاقية والمعتقدات الدينية التي يتمتع بها مجتمعنا ، كما سهل تغلغل الثقافات الوافدة ، الأمر الذي آثار مخاوف حقيقية وكبيرة من ان يقع مجتمعنا تحت تأثير المسخ الثقافي الذي يعد أهم أهداف العولمة عبر اهم آلياتها واشدها تأثيراً وهو البث الفضائي المباشر ، واذا ((كانت هناك وسيلة تصلح لتكون العالم الحقيقي لثقافة العولمة فأنها التلفزيون ، فأنه يملك كل مايذكر من صفات عن اعلام العولمة :الاحتفاء بالصورة على حساب الكلمة واحلال الاشباع العاطفي محل العقل والتخلي عن المعنى والتمسك باللعب والتسلية))1

أن التطورات المذهلة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال الفضائي أفرزت نمطاً اتصالياً جديداً له سمات تختلف عن سمات الاتصال التقليدي السابق ، فبسبب منافسة التلفزيون بقنواته المتعددة المشفرة والمفتوحة التي أتاحها نظام البث المباشر وفرت الاختيارات المتعددة للفرد وتغيرت الثقافة من ثقافة الكلمة الى ثقافة الصورة(2)

ونظرا لسرعة التحولات العالمية والمحلية فأن الشباب يعيشون مرحلة انتقالية كونهم من اكثر الفئات الاجتماعية انفتاحا على الثقافات الاخرى واشدها تطلعا وطموحا فأنهم اكثر ميلا إلى قيم التجدد والتغير واكثر تمردا على ما يحيط بهم من قيم ومعايير(3) ، ويعد الشباب العراقي مهيئ الان اكثر من اي وقت مضى لاستقبال ومن ثم التأثر بهذه القيم الدخيلة بسبب الضغوطات الكثيرة التي يتعرض لها، وخاصة بعد احداث عام 2003 ، دخول القوات الامريكية المحتلة الى بغداد وسقوط النظام الحاكم ،احدثت تغيرات في كل مجالات الحياة ، فظهرت الازمات الاقتصادية والصراعات السياسية والبطالة وصعوبات العيش ،فضلا عن الانفتاح على وسائل الاتصال بشكل عام والفضائيات بشكل خاص- التي لم تكن متاحة قبل هذا التأريخ - وارتفعت معدلات التعرض لهذه القنوات وانتشارها واستمرار بثها على مدار الساعة ، وظهور الحاجة المتزايدة للترفيه حيث لم يصبح وجود قنوات ترفيهية منوعة تبث الاغاني كافي لاشباع هذه الحاجة بل تولدت حاجة لظهور قنوات غنائية متخصصة لتسهيل مهمة وصول الجمهور لما يريده ، مما ادى الى انتشار القنوات الغنائية والاغاني المصورة العاطفية لتصبح الاتجاه السائد الحالي في عالم الاغاني العربية والعراقية معبرة عن احوال الحب المتعددة من حنين للقاء الحبيب ومن هجرانه وخيانته الى اخر المعاني المرتبطة بالحب بين الرجل المرأة ، ولما كانت الاغاني في اغلب الاحيان لاتستطيع استخدام الكلمات للتعبير عن كل هذه المعاني فقد تكفلت الصورة بتحقيق المعادل الموضوعي عن البصري للكلمات كي تستثير الشباب جنسياً(4) ، كل هذه الامور تجعل مهمة تعميق الشروخ القيمية عن طريق خلق حالة الازدواجية في المفاهيم والقيم سهلة وممكنة ، خاصة وان ‏شريحة الشباب هم أكثر عرضة وقبولا للتغيير بما يعرض في ‏القنوات الفضائية من مضامين مختلفة لذا فأن الشاب يجد نفسه منجذبا الى قيم وافدة تاركا اوليات قيمه مما يسهل عملية تشكيل نسق قيمي على غرار ما هو موجود في الثقافة الغربية .

وفي ضوء هذا التصور تم تقسيم البحث على ثلاثة مباحث : الاول الاطار المنهجي للبحث الذي اشتمل على مشكلة البحث وفروض البحث وأهمية البحث ومنهجه والدراسات السابقة أما المبحث الثاني الذي تضمن القنوات الغنائية العراقية والشباب ، فيما اشتمل المبحث الثالث على نتائج الدراسة الميدانية وتفسير الجداول فضلا عن النتائج العامة والتوصيات

**المبحث الاول**

**الاطارالمنهجي للبحث**

اولا:مشكلة البحث

تكمن مشكلة هذا البحث في السيل الجارف من القنوات الفضائية الغنائية العراقية والتي تبث لنا طوال 24 ساعة يوميا كلمات هابطة وركيكة وذات إيماءات بذيئة مصحوبة بموسيقي هي الأقرب لما يعرض في الأفراح الشعبية ، أن هذا الغزو للأسف تمت ولادته بصورة مشوهه ،حيث تأثر الكثيرمن مطربينا العراقيين بموجة الانحدارالأخلاقي لاغاني الفيديو كليب التي تحاكي الاسلوب الغربي في التصوير واللقطات وملابس المغنيين ومكياجهم واسلوب رقصهم ، ونفذوها عراقيا،فالمتتبع لعدد من القنوات الغنائية العراقيه يشاهد أغاني مصورة خادشة للحياء لايتناسب مضمونها مع العادات والقيم العراقية والعربية الاصيلة ، وأياً ما كانت أتجاهات الباحثين نحو القنوات الفضائية الغنائية سلبا أوايجابا فأن الذيوع الكبيرلهذه القنوات وتأثيرها في الثقافة الجماهيرية هو دافع في تصوري كاف لاخذ هذه الظاهرة الاعلامية بشكل جاد ، سيما وان الدراسات الاعلامية التي تصدت لهذه الظاهرة قليلة جدا برغم ما تشغله من مساحة البث وما تطرحه من قيم الكثير منها غير ايجابي (5)

ومن هذه الرؤية ومع الاقرار بمكانة الشباب الاجتماعية جاءت رؤية الباحثة وتولدت فكرتها لدراسة دور القنوات الفضائية الغنائية العراقية في اشاعة القيم السلبية بين الشباب الجامعي ، وتسعى من خلالها الى الاجابة عن التساؤل الرئيس لهذه المشكلة وهو :

ما دور القنوات الفضائية الغنائية العراقية في اشاعة القيم السلبية بين الشباب الجامعي ؟

ولبلوغ هدف الاجابة عن هذا التساؤل حددت الباحثة جملة من التساؤلات الفرعية والفروض وهي :

أ: تساؤلات البحث

1- تساؤلات حول عادات وانماط مشاهدة القنوات الفضائية الغنائية :

- ما معدلات مشاهدة القنوات الفضائية الغنائية العراقية

- فترات المشاهدة المفضلة التي يشاهد خلالها المبحوثون القنوات الغنائية العراقية

- ما الوقت الذي يمضيه المبحوثون في مشاهدة القنوات الغنائية العراقية

- الاشخاص الذين يشاهد المبحوثون معهم القنوات الغنائية العراقية

2- تساؤلات حول القنوات الفضائية الغنائية العراقية التي يشاهدها الشباب الجامعي

- ما هي القنوات الغنائية العراقية المفضلة

- ما دوافع مشاهدة الغنائية العراقية

3- مدى محاكاة الشباب الجامعي للمشاهد التي تعرض من خلال شاشات القنوات الغنائية العراقية

- مدى الموافقة على فرض رقابة على القنوات الفضائية الغنائية العراقية

- ما شكال الرقابة المقترحة

ب- فروض البحث

الفرضية الاولى : أن مشاهدة قنوات الغنائية تسهم في تبني السلوكيات التي تسئ للقيم والاخلاق العربية الأصيلة

الفرضية الثانية : تختلف درجة محاكاة الشباب لما يعرض في القنوات الغنائية العراقية طبقا للجنس والتخصص الدراسي(علمي- انساني).

الفرضية الثالثة: تسبب القنوات الفضائية الغنائية في تكريس العديد من القيم والسلوكيات السلبية عند الشباب كالخيانة والغدر ، الكراهية وعدم التقدير ،الانانية وحب الذات ، فقدان الثقة بالنفس ،حب الغرائز ،الكذب والنفاق ، اشاعة التبرج عند الفتيات وتقليد الموضة والتخنث ، تبني الكلمات والالفاظ الرديئة ،و التعود على مشاهدة مشاهد الخلاعة والعري .

الفرضية الرابعة : توجدعلاقة ارتباطية بين كثافة مشاهدة القنوات الفضائية الغنائية و تبني الشباب للقيم السلبية الواردة في مضمون هذه القنوات .

**ثانيا: اهمية البحث :**

تكمن اهمية هذا البحث بوصفه تشخيص منهجي يهتدى بنتائجه في رسم المعالجة الموضوعية لواقع القنوات الفضائية الغنائية ولفت الانتباه في ادنى طموح يمكن ان تمثله هذه الدراسة نحو مضار هذه القنوات على سلوك الشباب والمساهمة في التخفيف من اثارها،كما انها تعد مساهمة بسيطة يمكن ان تثري المكتبة الاعلامية وتفتح المجال امام الدراسات والبحوث الاخرى في سياق الموضوع ذاته

**ثالثا : اهداف البحث**

تسعى هذه الدراسة الى الاجابة على التساؤلات التي نأمل ان تؤدي الاجابة عليها الى تحقيق الهدف المرجو من هذه الدراسة وهي كالآتي :

* الوصول الى مؤشرات علمية تحدد الدور الذي تلعبه القنوات الفضائية الغنائية العراقية في اشاعة القيم السلبية بين الشباب الجامعي .
* معرفة دوافع تعرض الشباب الجامعي للقنوات الغنائية الفضائية .

3-هل هناك فروق ذات دلالة احصائية بين ( الذكور والاناث ) في محاكاة السلوكيات الهابطة والمفاهيم الزائفة الغريبة عن مجتمعنا ؟

4- هل هناك فروق ذات دلالة احصائية حسب التخصص في محاكاة الافكار والسلوكيات المطروحة في هذه القنوات ؟

**رابعا: منهج البحث**

أن كل بحث علمي مرتبط بمنهج علمي واضح ومحدد يمكن الباحث من التدرج في دراسته للوصول إلى النتائج المرجوة ، وبحكم طبيعة دراستنا "دراسة استطلاعية" فإن المنهج الذي نتوخى من خلاله معالجة الإشكالية والتساؤلات المطروحة حول موضوع البحث ، والوصول إلى نتائج قد تسمح لنا بمعرفة دور القنوات الغنائية الفضائية في اشاعة القيم السلبية بين الجمهور المبحوث ، يتمثل في منهج المسح، والذي يعتبر أكثر المناهج استخداما في البحوث الكشفية والوصفية والتحليلية و أكثرها الملائمة لبحثنا.

**خامسا: مجالات البحث وعينته :**

اجريت هذه الدراسة بجامعة بغداد وبالتحديد في مجمع الجادرية والذي يضم مجموعة كبيرة من الكليات التابعة للجامعة ، لذا تمثل جامعة بغداد مجمع الجادرية مجالاً مكانياً لهذا البحث ، اما المجال الزمني ، يتمثل في المدة الزمنية التي استغرقتها عملية توزيع استمارات الاستبانة ، وتفريغها وتحليلها والتي امتدت من 2011/12/4 إلى 2012/3/26، فيما تحدد المجال البشري لهذا البحث, في الطلبة والطالبات المسجلين في جامعة بغداد للعام الدراسي 2011- 2012 ، ومن اجل الوصول الى نتائج موضوعية تم الاعتماد على عينة عارضة ، ويعد هذا النوع من العينات غير الاحتمالية التي يزداد استخدامها عندما نريد الوصول الى جمهور له خصائص معينة كما في هذه الدراسة ،التي تهدف الوصول الى فئة معينة من الشباب الذين يشاهدون القنوات الفضائية الغنائية العراقية تحديدا ، وقد بلغ حجم العينة (200) مفردة ، موزعة بالتساوي من حيث متغير الجنس ومختلفة من حيث متغير التخصص والعمر، وبعد توزيع الاستمارات على المبحوثين، تم استبعاد 9 استمارات غير صالحة و11 أستمارة لم ترجع أصلا ، أصبحت العينة مكونة من 180 مبحوثا مثلت 98 ذكرا و82 انثى .

تتحدد السمات الديموغرافية لعينة الدراسة من خلال عدد من المتغيرات مثل النوع والفئة العمرية والتخصص الدراسي ( علمي – انساني ) ، وفيما يتعلق بمتغير النوع بلغ عدد الذكور98 مفردة بنسبة 54.4% من مجموع عينة البحث بينما بلغ عدد الاناث 82 مفردة بنسبة 45.6% من مجموع عينة البحث ، وفيما يتعلق بمتغير العمر فقد شكلت الفئة العمرية 18- 23 سنة النسبة الاكبر حيث بلغت 55% من مجموع عينة البحث وبواقع 99 تكرارا وجاء في المرتبة الثانية الفئة العمرية 24-28 سنة بواقع 59 تكرارا وبنسبة 32.7% وجاء في المرتبة الاخيرة الفئة العمرية الواقعة بين 29سنة - فأكثر بنسبة 12.2% وبواقع 22 تكرارا ، اما متغير التخصص الدراسي فقد توزع كالاتي : 36.6% من الذكور يدرسون في الكليات ذات التخصص العلمي مقابل 12.3% من الاناث ، وفيما يتعلق في مجال الدراسات الانسانية فقد بلغت نسبة الذكور 17.8% بواقع 32 تكرارا بينما بلغ عدد الاناث 60 مفردة بنسبة 33.3% من مجموع عينة البحث . انظرالجدول (1+2) يوضح توصيف عينة البحث .

**جدول رقم (1) جنس افراد عينة البحث**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **الجنس**  **التخصص** | **الذكور** | | **الاناث** | | **المجموع** | |
| **ت %** | | **ت %** | | **ت %** | |
| **علمي** | **66** | **36.6** | **22** | **12.3** | **88** | **48.9** |
| **انساني** | **32** | **17.8** | **60** | **33.3** | **92** | **51.1** |
| **المجموع** | **98** | **54.4** | **82** | **45.6** | **180** | **100** |

**جدول (2 ) يوضح توزيع العينة طبقا للعمر**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **العمر** | **التكرار** | **%** |
| **18- 23** | **99** | **55** |
| **24- 28** | **59** | **32.7** |
| **29- فأكثر** | **22** | **12.3** |

**سادسا : أدوات البحث**

تسمح أدوات البحث بجمع المعطيات والمعلومات من الواقع، وتوجد في إطار العلوم الاجتماعية عامة وعلوم الإعلام والاتصال خاصة مجموعة من الوسائل المتنوعة التي يستعملها الباحث في تقصي وجمع المعلومات والحقائق وذلك عند استخدامه لمنهج معين،وفي دراستنا استخدمنا المنهج المسحي- كما أشرنا سابقا- لجمع المعلومات المستهدفة، وارتأينا أن نوظف أداة الاستبيان التي تعتبر من الأدوات المناسبة لبحثنا ، وهي قائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبةوبالتالي، فان استمارة استبيان ماهي إلا تقنية مباشرة لطرح الأسئلة على المبحوثين وبطريقة موجهة، وذلك من أجل الحصول على أجوبة كمية نهدف من وراءها إلى اكتشاف علاقات رياضية وإقامة مقارنات كمية، ومن ثمة استخلاص اتجاهات وسلوكيات الجمهور المبحوث. وانطلاقا من هذا الاعتبار فقد تم تقسيم أسئلة الاستبيان إلى المحاور التالية:

المحور الأول: خاص بالبيانات الشخصية

المحور الثانية : عادات المشاهدة وأنماط التعرض

المحور الثالث : دور القنوات الفضائية الغنائية في اشاعة القيم السلبية

**سابعا: تحديد مفاهيم البحث**

1- الشباب : هم فئة التي تتراوح اعمارهم بين (18-35سنة) من الذكور والاناث، أي الذين اتمو الدراسة العامة وانتقلوا الى الدراسة الجامعية، وتتميز هذه المرحلة بأنها مرحلة انتقالية إلى الرجولة او الأمومة , قد تتأثر بالقضايا والاحداث الاجتماعية والاعلامية والاقتصادية والسياسية والتكنولوجية وتتميز بالقدرة على التيكف للأوضاع والظروف ، كما انهم اكثر فعلا وتقبلا لتغيير المواقف السلوكية واكثر ميلا لقيم التجدد.

2-القيم : هي مجموعة العادات والاعراف التي تؤثر في سلوك الشباب اليومي ، وفي ضوء ذلك فأن علماء الاجتماع يقسمون القيم الى ثلاثة اقسام رئيسة هي :

القيم الايجابية ، كالصدق والامانة والاخلاص والشجاعة والتعاون والصراحة والمحبة …...الخ والقيم السلبية التي تنعكس في الكذب والغش والنفاق والنميمة والحقد والكراهية ، فقدان الثقة بالنفس ، حب الغرائز ،والتخاذل ......الخ

والقيم الهامشية وهي تلك القيم التي تكون متأرجحة لا تجذب انتباه الفرد لانها لاتؤثر في مصالحه وطموحاته ولكنها موجودة في المجتمع ويمكن ان تترك اثارها على الفرد لاسيما الشباب ومن هذه القيم ، احترام الرجل للمرأة والمبادرة بمساعدة المسنين او المكفوفين (6)

3- العولمة : أن العولمة الثقافية هي عملية اجتياح للثقافات الأخرى بهدف، إشاعة قيم الثقافة الأمريكية ومبادئها ومعاييرها وجعلها أنموذجا كونيا، يتوجب تبنيه وتقليده بتسخيرالتطور الهائل والسريع في الثورة المعلوماتية والتقنيات التكنولوجية في مجال الفضائيات بوصفها أحدى اليات العولمة ووسائلها لنقل هذا النموذج وتعميمه ،والهدف الجوهري منها تكريس القيم الجديدة والبديلة عند الشباب .

4- السلوك :كل ما يأتيه الشباب من نشاط في محيطه وحياته اليومية محفزا بدوافعه الفطرية والبيئية على حد سواء .

**ثامنا : الدراسات السابقة**

يعد عرض الدراسات السابقة بمثابة الاساس العلمي الذي تنطلق منه الدراسة التي نحن في صددها ، كما انها تساعد الباحثة في الاطلاع على الأطر النظرية والمنهجية التي تعتمد عليها وفي التحليل والاستنتاج والاستنباط والتوجه الفكري والموضوعي اذ يمكن للباحثة ان تستفيد من المناهج والنظريات التي اعتمدتها الدراسات السابقة لتكون دليلا لها في جمع المعلومات عن الدراسة الحالية ووضع الاطر النظرية والفكرية لها ،وقد وجدنا بعض الأدبيات التي تخدم دراستنا ولكن بطريقة غير مباشرة وذلك إما من الجانب المنهجي أو الموضوعاتي ألا وهي:

* دراسة د. فوزية عبد الله ال علي (2008) حول : الغنائية العربية والاشباعات المتحققة(7) على عينة قوامها (218) مبحوثا من الشباب الاماراتي موزعة بالتساوي على الذكور والاناث وعلى الجامعات الاماراتية الخاصة والحكومية وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها :

يتعرض ( 20.9% ) من عينة الدراسة للقنوات الغنائية بشكل دائم , و (64,1 %) احيانا و(14,1 %) المشاهدة نادرا واقتصرت فئة لا يشاهد على الاناث فقط بنسبة (0,9%) ويشاهد اغلب المبحوثين القنوات الفضائيه من ساعة لاقل من ساعتين يوميا وذلك خلال فترة السهرة الاولى بنسبة (62,4 % ) وبعد المنزل من اكثر الاماكن التي يشاهد به المبحوثون القنوات .

2- دراسة د. عمار طاهر (2008) حول : أنماط تعرض المراهقين لاغاني التلفزيون المصورة (الفيديو كليب )8،على عينة قوامها 200 مفردة من طلبة الدراسة المتوسطة للبنين والبنات في مدينة بغداد وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها

* اتضح ان نسبة 78% من المراهقين الذكور والاناث تتوفر لديهم القصدية في مشاهدة اغاني ( الفيديو كليب ) حيث يتعرضون الى هذه الاغاني عبر القنوات المتخصصة
* ان فترة الظهيرة (12 ظهرا- 4 عصرا) وفترة المساء (4 عصرا- 9 مساء ) تمثل فترة الذرة لدى المراهقين من الجنسين
* اتفق الذكور والاناث على محاكاة الغناء والرقص الذي تتضمنه الاغاني

3- دراسة عزه عبد العظيم (2004) حول : ادراك الشباب الجامعى لتأثير الفضائيات الغنائية على اخلاقيات المجتمعات العربية دراسة في تأثير الشخص الثالث على طلاب الجامعة الامارات(9) ،على عينة قوامها 200 مبحوث من طلاب قسم الاتصال الجماهيري بجامعة الامارات

* يتعرض (54.5 ) من عينة الدراسة للقنوات الغنائية احيانا ويتعرض لها (19%) دائما ,و( 2,5%) نادرا , ولا يتعرض للقنوات الغنائية على الاطلاق (5%) .
* أهم دوافع مشاهدتهم للقنوات الغنائية هى : التسلية (28.35 ) , لا يوجد سبب محدد (23.19 ) , قضاء وقت الفراغ (12.9) , ومعرفة الجديد في عالم الغناء (19.7) .

4- دراسة انور الرواس (2004) حول : استخدامات الشباب للقنوات الفضائية الغنائية العربية والاشباعات المتحققة (10 ) على عينة قوامها 400 مفردة سحبت من طلاب اربع جامعات : السلطان قابوس, صحار , نزوى, وظفار, وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها :

* توجد علاقة ارتباطية بين دوافع تعرض الشباب العماني للفضائيات الغنائية العربية والاشباعات المتحققة من هذا التعرض .
* توجد علاقة ارتباطية داله احصائيا بين تعرض الشباب العماني للفضائيات الغنائية العربية والاشباعات المتحققة من هذا التعرض .

5- دراسة حسين ابو شنب (2004) حول اتجاهات الشباب الجامعي الفلسطيني نحو الاغاني المصورة فيديو كليب وعلاقتها بالهوية الفلسطينية(11) ،حيث ركز الباحث في هذه الدراسة على العلاقة بين الشباب الجامعي الفلسطيني وبرامج الترفيه والتسلية والاغاني المصورة ومدى تأثير ذلك على القيم والعادات والهوية الفلسطينية , وذلك على عينة قوامها 300 مبحوث فلسطيني واثبتت نتائج هذه الدراسة ان (67%) من عينة الدراسة تشاهد القنوات الفضائية , واثبت النتائج ان دوافع المشاهدة لا توثر في الواقع على الهوية الوطنية حيث انها مجرد عادة لشغل وقت الفراغ ولا تؤدي الى الابتعاد عن المشكلات المجتمعية والشخصية .

**المبحث الثاني**

**الاطار النظري للبحث**

القنوات الغنائية العراقية والشباب

انتشرت في الآونة الاخيرة القنوات الغنائية الفضائية كظاهرة جديدة , بدأت تأخذ منحى متصاعد في حجم ساعات البث التلفزيون , ونسبة مشاهدة الجمهور لها , ولاتتشكل هذه القنوات من نموذج واحد , فمنها ما يحاول استلهام المراحل المتأخرة من الغناء الكلاسيكي والشعبي ومنها ما قطع الصلة بهما نهائياً , ومنها ما يحرص على مستوى معين في الكلام واللحن والاداء , ومنها ما تحول الى سلعة استهلاكية تحكمها معايير السوق لا معايير الفن , هو ذلك اللون من الغناء الذي غلبت فيه الصورة والحركة والموسيقى الصاخبة واصبح نمطاً رائجاً لمعظم الاغاني وما يطلق عليه بالاغنية الشبابية المصورة التي لبست الثوب الغربي شكلاً ومضموناً ، فلوتركنا جانباً مسألة المستوى الفني الهابط اوالراقي لهذه الاغاني وبحثنا عن صفة مميزة تتسم بها هذه الاغاني الشبابية نجدها عبارة عن ايقاع صاخب ورقصات استعراضية على الطريق الشرق -اوربية تؤديها راقصة شبه عاريه غالباً ما تكون من بلاد اجنبية لاتفهم ماذا يقول(المغني) وهو ( يغني ) واحياناً هو نفسه لايعرف معنى العبارات التافهة الساذجة التي يرددها والتي لاتتناسب مع الواقع الاجتماعي والاخلاقي لمجتمعنا العراقي , تلك هي الاغنية الشبابية التي تزعم لنفسها صفة التعبيرعن شباب اليوم وتتوجه اليهم .

ان استقراء واقع هذه القنوات وما تقدمه من الاغاني , وهو الاكثر شيوعاً في هذه الايام والذي اصبح يشكل حلم معظم المغنيين والمغنيات يبرزحقائق تلقي بظلالها على مناح عديدة من الحياة الثقافية والاجتماعية العراقية التي تتميز بخصوصيتها ومعاييرها القيمية والاخلاقية إن اية مراجعة مهما كانت سريعة لمجمل ما تعرضه الفضائيات الغنائية وتؤكد على :

1- أن العولمة التي طالت الاعلام بدخول عدد كبير من المستثمرين في مجال الاعلام الفضائي في شكل قنوات تلفزيونية خاصة ادى الى انتشار هذه القنوات ومنها القنوات الغنائية العراقية المتنافسة على اكتساب المشاهد العراقي بدافع الربح المادي وليس تعميق ادراك الناس لما حولهم فهي مشاريع تبحث عن الربح الذي ادى الى التنافس بين المخرجين والممولين والمغنين الذي لم تكن نتيجته الارتقاء بالمستوى الفني والجمالي وانما المزيد من الاغتراب والعري (12)، فأنطلقت قناة اغانينا كأول قناة اغاني وموسيقى عراقية تقدم اغاني مصورة بالفيديو تعمل على مدار ال (24) ساعة وايام الاسبوع السبعة ويتم دعم القناة من خلال تقديم رسائل (SMS) وتستهدف المشاهدين من سن 12 - 34عام(13) ثم توالت القنوات الغنائية العراقية بالظهور ومنها فينوس , غنوة , الذهبية , القيثارة , قناة الشباب العراقية , الحنين MCP ,......الخ

2- التضخيم الكمي (من حيث ساعات البث التلفزيوني ) مما ادى الى ادمان العديد من الشباب على مشاهدة الاغاني وانشغالهم بها وانصرافهم عن الامور المهمة .

3- استعارة الاغاني المصورة الشكل المولع بنفي العقلاني واللجوء الى التفسير الغريزي للحياة ويعتبر هذا هو الابرز في تأثير القيم الكوكبية في الاعلام العربي بشكل عام،حيث يتم استعارة تلك القيم في عناصر الاخراج والتصوير من ديكورات وازياء وشكل موديل الراقصات هذا يؤدي دورا مهما في هدم القيم المألوفة في المجتمع .

4- امتدت مشاهدة القنوات الغنائية فأصبحت تستهدف مجموعة متكاملة من الملذات البصرية والسمعية بحيث تخاطب الاحساس وتثير العواطف بهدف تدمير ما تبقى من منظومة القيم والمثل الاخلاقية , فضلاً عن تلازم القنوات الفضائية الغنائية لخدمة ارسال الرسائل النصية , فترى شريط في اسفل الشاشة يتوارد عليه رسائل التعارف وعبارات خالية من اي معنى وليس هذا فقط بل نجد على يمين الشاشة لبعض القنوات مسابقات والعاب تستقطب مئات المشاركات عبر رسائل الهاتف الجوال(SMS) .

5- يمكننا ان نضع القنوات الغنائية في سياق اوسع وهو سياق العولمة ، فجوهر العولمة هو عملية تنميط العالم بحيث يصبح العالم بأسره وحدات متشابهة ، اذ تطرح انمذجا جديدا للحياة بوصفه النموذج البديل وبأستخدام اساليب الترغيب والابهار والاعجاب بالحضارة الغربية من جانب ومحاولة اضعاف القيم والاعراف السائدة لتشكل نسق قيمي على غرار ما هو موجود في الثقافة الغربية من جانب اخر ، وتصدير لنماذج وابطال وسلوكيات وتوجهات وقيم واسلوب حياة مفروضة بشكل فوقي يمس بعض اساليب الحياة وقد يطغى على ملامح الثقافات الوطنية التقليدية.

6- ويعود نجاح هذه القنوات وبهذه الكيفية المتصاعدة الى ان هذه الاغاني تقدم للشباب عالما من الخيالات تعوض شريحة الشباب بأوهام تمنحهم ما لا يمنحهم الواقع اذ ان معظم هذه الاغاني تتناول موضوعات عاطفية ولذا فهي مشبعة بالصور التي تنسج شبكة من الاحاسيس والخيال واحلام اليقظة وتمثل هذه الصورة بالنسبة للشباب - رائعة وجذابة - وعالم بديل من عالم يزخر بسيل من الاخبار الباعثة على التشاؤم .

7- ولدت هذه القنوات واقعا منشطرا بين صور نطالعها عبر شاشاتها وواقع قيمي محافظ وما بين انفلات الاول وتحفظ الثاني يعيش شباب اليوم حالة من الصراع و التأرجح والاغتراب .

**المبحث الثالث**

**تفيسر نتائج الدراسة الميدانية وفرضيات البحث**

سبق ان حددنا عدد من تساؤلات والفروض المشتقة معظمها من لاطار النظري للدراسة ومن الدراسات السابقة ، وقد اخضعنا هذه التساؤلات والفرضيات إلى الدراسة الميدانية والتجريب العلمي وتوصلنا إلى حقائق اساسية عن مصداقيتها او عدم مصداقيتها. .

1- معدلات مشاهدة القنوات الفضائية الغنائية العراقية

يوضح الجدول رقم (3) اجابات عينة البحث حول طبيعة مشاهدتهم للقنوات الفضائية الغنائية العراقية حيث اوضحت النتائج ان المشاهدة على ثلاث مستويات هي : المشاهدة الدائمة والتي جاءت بالمرتبة الاولى بنسبة 63.8 % من مجموع عينة البحث والمشاهدة احيانآ احتلت المرتبة الثانية بنسبة30% والمشاهدة نادرآ احتلت المرتبة الثالثة بنسبة 6.2 % من مجموع عينة البحث

**جدول رقم (3) يوضح طبيعة المشاهدة**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **المشاهدة** | **ت الذكور %** | | **ت الاناث %** | | **ت المجموع %** | |
| **دائما** | **60** | **33.4** | **55** | **30.5** | **115** | **63.8** |
| **احيانا** | **30** | **16.6** | **24** | **13.4** | **54** | **30** |
| **نادرا** | **8** | **4.5** | **3** | **1.6** | **11** | **6.2** |
| **المجموع** | **98** | **54.5** | **82** | **45.5** | **180** | **100** |

2- المدة التي يشاهد خلالها المبحوثون القنوات الفضائية الغنائية العراقية:

ان لعدد ساعات المشاهدة اليومية أهمية كبيرة سلباً او أيجاباً، اذ ان ارتفاع معدل ساعات المشاهدة قد يترك ضلاله على سلوك المشاهد ولاسيما الشباب لتصبح الكثيرمن المشاهد جزء من شخصيتهم وتشير نتائج الجدول رقم (4) الى ان(32) مبحوثاً من مجموع (180) وبنسبة (17.7%) يقضون أقل من ساعة واحدة لمشاهدة قنوات الغنائية العراقية ، اما الذين يقضون اقل من ساعتين فقد كان عددهم (24.4) من مجموع عينة البحث ، وبلغ عدد الذين يقضون اقل من 3 ساعات (54) من مجموع (180) وبنسبة (30%)، والذين يقضون اقل من اربع ساعات في مشاهدة قنوات الغنائية فكان عددهم (34) من مجموع عينة البحث وبنسبة (18.8%)، وبلغ عدد الذين يقضون اربع ساعات فأكثر في مشاهدة قنوات الغنائية (16) وبنسبة (8.8%) ، كما تبين من بيانات الجدول ادناه ومن خلال اختبار كاي سكوير ان قيمة كاي المحسوبة = 60.78 اما قيمة كاي الجدولية = 9.488وهي اصغرمن القيمة المحسوبة وهذا يعني وجود فروق معنوية بين الذكور والاناث في معدلات عدد ساعات المشاهدة

**جدول رقم (4) يوضح معدلات المشاهدة**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **معدلات المشاهدة** | **ت الذكور%** | | **ت الاناث %** | | **ت المجموع %** | |
| **اقل من ساعة** | **30** | **16.6** | **2** | **1.1** | **32** | **17.7** |
| **اقل من ساعتين** | **36** | **20** | **8** | **4.4** | **44** | **24.4** |
| **2- اقل من3ساعات** | **19** | **10.5** | **35** | **19.4** | **54** | **30** |
| **3-اقل من 4ساعات** | **7** | **3.8** | **27** | **15** | **34** | **18.8** |
| **4 ساعات فأكثر** | **6** | **3.3** | **10** | **5.5** | **16** | **8.8** |

3- الفترات المفضلة لمشاهدة القنوات الفضائية الغنائية العراقية

يوضح الجدول التالي توزيع اجابات المبحوثين حول اهم الفترات المفضلة لمشاهدة القنوات الفضائية الغنائية ،حيث اشارت البيانات العامة ان اهم فترات المشاهدة بالترتيب هي : فترة العصر والمساء من الساعة 3-9 مساء جاءت بالمرتبة الاولى بنسبة47.2 % من مجموع عينة البحث ، واحتلت فترة السهرة المرتبة الثانية بنسبة 17.2 بينما احتلت فترة الضحى والظهيرة المرتبة الثالثة بنسبة 15.5% من مجموع عينة البحث ، اما الفقرة ليس هناك وقت محدد فقد احتلت المرتبة الرابعة بنسبة 13.9% فيما احتلت الفترة الصباحية المرحلة الاخيرة في ترتيب الاوقات المفضلة لمشاهدة القنوات الغنائية وبنسبة 6.1% ، انظر الجدول رقم (5)

**جدول رقم (5) يبين فترات المشاهدة المفضلة**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **الفترات المفضلة** | **التكرار** | **%** | **المرتبة** |
| **الصباحية** | **11** | **6.1** | **الاخيرة** |
| **الضحى والظهيرة** | **28** | **15.5** | **الثالثة** |
| **العصر والمساء** | **85** | **47.2** | **الاولى** |
| **السهرة** | **31** | **17.2** | **الثانية** |
| **ليس هناك وقت محدد** | **25** | **13.9** | **الرابعة** |
| **المجموع** | **180** | **100** | **المجموع** |

4- اماكن مشاهدة القنوات الغنائية العراقية :

اوضحت النتائج الميدانية ان أهم الاماكن التي يفضل المبحوثون مشاهدة القنوات الغنائية فيها هي بالترتيب – المنزل بنسبة 54.4 % ، السكن الداخلي بنسبة 27.7% ، الاسواق و الاماكن العامة بنسبة 7.7% ، المقاهي 6.4% ، الاندية 3.8% من مجموع عينة البحث ، انظر الجدول رقم (6)

**جدول رقم (6) يبين أماكن المشاهدة المفضلة**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **اماكن المشاهدة** | **التكرار** | **%** |
| **المنزل** | **98** | **54.4** |
| **المقاهي** | **11** | **6.4** |
| **سكن الداخلي** | **50** | **27.7** |
| **الاندية** | **7** | **3.8** |
| **والاماكن العامة** | **14** | **7.7** |
| **المجموع** | **180** | **100** |

5- الافراد الذين يشاهد المبحوثون القنوات الغنائية معهم

يوضح الجدول التالي توزيع اجابات المبحوثين حول الافراد الذين يفضل المبحوثون مشاهدة القنوات الفضائية الغنائية معهم ،حيث اشارت البيانات العامة ان 56.7% من افراد العينة يشاهدون القنوات الفضائية الغنائية العراقية مع الاهل فيما يشاهد 33.3% مع الاصدقاء ، وجاءت نسبة الذين يشاهدون القنوات بمفردهم 10% من مجموع عينة البحث

**جدول رقم (7) يبين نوعية الافراد الذين يفضل المشاهدة معهم**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **الافراد الذين يشاهدمعهم** | **التكرار** | **%** |
| **بمفردي** | **18** | **10** |
| **مع الاهل** | **102** | **56.7** |
| **مع الاصدقاء** | **60** | **33.3** |
| **المجموع** | **180** | **100** |

6- القنوات الفضائية الغنائية العراقية المفضلة لدى عينة الدراسة (يمكن اختيار اكثرمن اجابة ).

يوضح الجدول رقم (8) اجابات افراد العينة حول اهم القنوات التي يشاهدونها حسب الافضلية ، حيث يفضل 41.6% من العينة متابعة قناة الحنين حيث احتلت المرتبة الاولى بين مجموعة القنوات الغنائية العراقية المفضلة فيما احتلت قناة MCP المرتبة الثانية بنسبة 31.1% اما المرتبة الثالثة فكانت من نصيب قناة اغانينا بنسبة 29.4% واحتلت الشباب T.V المرتبة الرابعة بنسبة 18.3% ، وجاءت قناة القيثارة بالمرتبة الخامسة بين افضلية القنوات الغنائية العراقية بنسبة 16.1% وتساوت القنوات غنوة ، فينوس ، مرسال ، والذهبية بالترتيب حيث احتلت المرتبة السادسة بنسبة 0.5% من مجموع عينة البحث .

**جدول رقم (8) يبين القنوات الغنائية المفضلة**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **القنوات الغنائية** | **التكرار** | **%** | **المرتبة** |
| **الحنين** | **75** | **41.6** | **الاولى** |
| **MCP** | **56** | **31.1** | **الثانية** |
| **اغانينا** | **53** | **29.4** | **الثالثة** |
| **الشباب T.V** | **33** | **18.3** | **الرابعة** |
| **القيثارة** | **29** | **16.1** | **الخامسة** |
| **غنوة** | **1** | **0.5** | **السادسة** |
| **فينوس** | **1** | **0.5** | **السادسة** |
| **مرسال** | **1** | **0.5** | **السادس** |

رسم توضيحي (1 ) لتوزيع اجابات عينة البحث حول مراتب تفضيل القنوات الغنائية

7- دوافع مشاهدة القنوات الفضائية الغنائية العراقية (يمكن اختيار اكثرمن اجابة )

تدل بيانات الجدول رقم (9) ان اهم دوافع مشاهدة عينة البحث للقنوات الغنائية العراقية – بالترتيب – هي : التسلية وتمضية وقت الفراغ بنسبة 38.8% ، التعرف على الموضة بنسبة 25% ، تزيد اندماجي مع الشباب ، وتعرفني على الاغاني الجديدة ،وكلمات الاغاني تعجبني ، احتلت هذه الفئات الترتيب الثالث حيث بلغت نسبة كل منهما 22.2%،اما الفئة يعجبني المغني او المغنية جاءت بالترتيب الرابع وبنسبة 18.3% ، فيما احتلت الفئة هوس الشباب في متابعة كل جديد ، الترتيب الخامس بنسبة 16.1% ، وجاءت الفئة الهروب من الوحدة والفئة تجاوز ضغوط الحياة اليومية بالترتيب السادس بنسبة 9.4% لكل منهما ، اما الفئة تنمية الرومانسية في شخصيتي فقد احتلت المرتبة السابعة بنسبة 6.6%، ، وجاءت الفئة تزيد من ثقافتي الفنية بالترتيب الثامن بنسبة 5.5% من مجموع عينة البحث .

**جدول رقم (9) يوضح دوافع مشاهدة القنوات الغنائية**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **دوافع المشاهدة** | **التكرار** | **%** | **المرتبة** |
| **التسلية وتمضية وقت الفراغ** | **70** | **38.8** | **الاولى** |
| **التعرف على الموضة** | **45** | **25** | **الثانية** |
| **تزيد اندماجي مع الشباب** | **40** | **22.2** | **الثالثة** |
| **تعرفني على الاغاني الجديدة** | **40** | **22.2** | **الثالثة** |
| **كلمات الاغاني تعجبني** | **40** | **22.2** | **الثالثة** |
| **يعجبني المغني او المغنية** | **33** | **18.3** | **الرابعة** |
| **هوس الشباب في متابعة كل جديد** | **29** | **16.1** | **الخامسة** |
| **الهروب من الوحدة** | **17** | **9.4** | **السادسة** |
| **تجاوز ضغوط الحياة اليومية** | **17** | **9.4** | **السادسة** |
| **تنمية الجانب الرومانسي في شخصيتي** | **12** | **6.6** | **السابعة** |
| **تزيد من ثقافتي الفنية** | **10** | **5.5** | **الثامنة** |

8 - مدى محاكاة الشباب الجامعي للمشاهد التي تعرض من خلال شاشات القنوات الغنائية العراقية (يمكن اختيار اكثرمن اجابة )

اوضحت نتائج الجدول رقم (10) ان 75.5 % من مجموع عينة البحث تقلد الرقص والغناء موزعة بين 24.7من الذكور و32.7 من الاناث وبلغت نسبة الذين يقلدون الملابس والموضة 36.1% موزعة بين 21.1% الذكور و 15% من الاناث ، وجاءت الفئة المكياج وتسريحة الشعر بنسبة 18.8% من مجموع عينة البحث موزعة بين 6.6ذكور و 12.2 اناث ، فيما بلغت نسبة الذين لا يرغبون في التقليد 7.2% موزعة بين 5% ذكور و2.2% اناث **،** وهذا يعني ان هذه القنوات تسهمبـصنع قدوات غير مشرفة للاقتداء بها فنجد دعوة للتشبة بالمغنين والمغنيات في ملابسهم وأزيائهم وشخصياتهم حيث أصبح ما يسمونهم بالنجوم بين الناس يسعى الشباب للتشبة بأهل الفن في ملابسهم وأخلاقهم وكثيراً ما نرى أمامنا أولادا وبناتنا يرتدون ألبسة مكتوبا عليها أشياء فارغة تدعوللهوى والانحراف ، وغير ذلك.. وهذا كله نتيجة ذلك الكم الهائل من مثل هذه القنوات التي تنشر لنا أصنافاً وأنواعاً من الملبوسات والتقليعات التي يخرج بها اهل الفن في كل يوم على هذه الشاشة فأفقدت الكثير من الشباب سمة المحافظة على التقاليد الإسلامية في اللبس وفي ما يقتنى من ملبوسات ، من اجل اختبار مصداقية الفرضية الاولى القائلة (( بأن مشاهدة قنوات الغنائية تسهم في تبني السلوكيات التي تسئ للقيم والاخلاق العربية الأصيلة)) . تم استخدام اختبار t فحصلنا على قيمة t للذكور = 2.16وهي تقع ضمن منطقة القبول لان حدود t (من 16.100- الى 48.100) وهذا يعني يوجد تأثير للقنوات على الذكور، اما الاناث فحصلنا على قيمة t = 2.445 وهي تقع بين (من 8.445- الى 64.445) وهذا يعني قبول الفرضية الاولى(انظرالجدول رقم 10)

**جدول (رقم10) يبين محاكاة افراد العينة لما يعرض في القنوات الغنائية طبقا للنوع**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **المحاكاة /النوع** | **ت الذكور %** | | **ت الاناث %** | | **ت المجموع %** | |
| **الرقص والغناء** | **77** | **42.7** | **59** | **32.7** | **136** | **75.5** |
| **الملابس والموضة** | **38** | **21.1** | **27** | **15** | **65** | **36.1** |
| **المكياج وتسريحة الشعر** | **12** | **6.6** | **22** | **12.2** | **34** | **18.8** |
| **لا ارغب في التقليد** | **9** | **5** | **4** | **2.2** | **13** | **7.2** |

اما الجدول رقم (11) يوضح محاكاة افراد العينة لما يعرض في القنوات الغنائية طبقا لتخصص الدراسي ، حيث تشير البيانات الى ان 19.4% من المبحوثين الذين يدرسون في الكليات العلمية يقلدون الرقص والغناء يقابله 56.1% من المبحوثين الذين يدرسون في الكليات الانسانية ، وبلغت نسبة الذين يقلدون الملابس والموضة 11.6% من الدراسات العلمية و 24.4 من الدراسات الانسانية ، وشكل عدد الذين يقلدون طريقة المكياج وتسريحة الشعر نسبة 7.2% من الدراسات العلمية يقابلها 11.6% من الدراسات الانسانية ، فيما بلغت نسبة الذين لا يرغبون في التقليد 6.1% من الدراسات العلمية يقابلها 2.2% من الدراسات الانسانية من اجل اختبار مصداقية الفرضية الثانية القائلة (( تختلف درجة محاكاة الشباب لما يعرض في القنوات الغنائية العراقية طبقا للجنس والتخصص الدراسي(علمي- انساني).تم استخدام اختبار t فحصلنا على قيمة t للمجال العلمي = 3.672 وهي تقع ضمن منطقة القبول لان حدود t (من 2.666الى 37.333) وهذا يعني يوجد تأثير للقنوات على المجال العلمي ،اما المجال الانساني فحصلنا على قيمة t = 1.957وهي تقع ضمن منطقة القبول لان حدودها بين (من 26.293- الى 110.293) وهذا يعني عدم قبول الفرضية ، ولا تختلف درجة محاكاة الشباب لما يعرض في القنوات سواء كان المجال علمي او انساني ( انظر الجدول رقم 11 )

**الجدول رقم (11) يوضح محاكاة افراد العينة لما يعرض في القنوات الغنائية طبقا لتخصص الدراسي**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **المحاكاة /النوع** | **ت العلمي %** | | **ت الانساني %** | | **ت المجموع %** | |
| **الرقص والغناء** | **35** | **19.4** | **101** | **56.1** | **136** | **75.5** |
| **الملابس والموضة** | **21** | **11.6** | **44** | **24.4** | **65** | **36.1** |
| **المكياج وتسريحة الشعر** | **13** | **7.2** | **21** | **11.6** | **34** | **18.8** |
| **لا ارغب في التقليد** | **11** | **6.1** | **2** | **1.1** | **13** | **7.2** |

9- مدى الموافقة على فرض الرقابة على القنوات الفضائية الغنائية العراقية

يوضح الجدول رقم (12) توزيع اجابات عينة البحث طبقا للنوع ومدى الموافقة على فرض رقابة على القنوات الفضائية الغنائية العراقية ، حيث تشير البيانات الى ان 76.2% من عينة البحث يوافق على فرض الرقابة ، و23.8% من عينة البحث لا يوافق على فرض الرقابة ، كما اوضحت البيانات التفصيلية ومن خلال اجراء اختبار كاي سكوير ان قيمة كاي المحسوبة = 0.042 اما قيمة كاي الجدولية = 3.841 وهي أكبر من القيمة المحسوبة وهذا يعني لاتوجد فروق معنوية بين الذكور والاناث ومدى الموافقة على فرض الرقابة على القنوات الغنائية .

**جدول رقم (12) يبين توزيع الاجابات طبقا للنوع ومدى فرض الرقابة على القنوات الغنائية**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **فرض الرقابة** | **ت الذكور %** | | **ت الاناث %** | | **المجموع** | |
| **نعم** | **74** | **41.2** | **63** | **35** | **137** | **76.2** |
| **لا** | **24** | **13.3** | **19** | **10.5** | **43** | **23.8** |
| **المجموع** | **98** | **54.5** | **82** | **45.5** | **180** | **100** |

10- أهم اشكال الرقابة المقترحة (يمكن اختيار اكثرمن اجابة )

وضح الجدول رقم (13) توزيع اجابات عينة البحث طبقا للنوع و اهم اشكال الرقابة التي يفضل المبحوثون فرضها على القنوات الفضائية الغنائية العراقية ، حيث تشير البيانات الى ان 52.2% من عينة البحث تفضل الرقابة على كلمات الاغاني ، و38.3% من المبحوثين يفضلون فرض الرقابة على تصوير اللقطات المقربة من زوايا الكاميرا و 28.8% من المبحوثين يفضلون فرض الرقابة على الرقص والحركات المصاحبة للاغاني ، و 20% من المبحوثين يفضلون فرض الرقابة على الافكار الواردة في الاغاني المعروضة على شاشات القنوات الغنائية ، و17.2% من المبحوثين يفضلون فرض الرقابة على ملابس المغنيين والراقصين الواردة ضمن الاغاني المصورة (الفيديو كليب ) ،و 19% من المبحوثين يفضلون فرض الرقابة على خدمة الرسائل المعروض اسفل شاشات بعض من القنوات الغنائيةوالتي لاتلتزم بالمعايير الاخلاقية والعرف الاجتماعي .

**جدول (رقم13) يبين اجابات العينة طبقا للنوع واشكال الرقابة المقترحة**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **النوع**  **اشكال الرقابة** | **ت الذكور %** | | **ت الاناث %** | | **ت المجموع %** | |
| **رقابة على كلمات الاغاني** | **48** | **26.6** | **46** | **25.5** | **94** | **52.2** |
| **على تصوير اللقطات المقربة** | **32** | **17.7** | **37** | **20.5** | **69** | **38.3** |
| **على الرقص والحركات** | **21** | **11.6** | **31** | **17.2** | **52** | **28.8** |
| **الافكار الواردة في الاغاني** | **21** | **11.6** | **15** | **8.3** | **36** | **20** |
| **على ملابس المغنيين** | **21** | **11.6** | **10** | **5.5** | **31** | **17.2** |
| **على خدمة الرسائل** | **14** | **7.7** | **5** | **2.7** | **19** | **10** |

رسم توضيحي (2 ) لاجابات عينة البحث طبقا للنوع واشكال الرقابة المقترحة

الفرضية الثالثة : تسبب القنوات الفضائية الغنائية في اشاعة العديد من القيم والسلوكيات السلبية عند الشباب كالخيانة والغدر ، الكراهية وعدم التقدير ،الانانية وحب الذات ، فقدان الثقة بالنفس ،حب الغرائز ،الكذب والنفاق ، اشاعة التبرج عند الفتيات ، تقليد الموضة والتخنث ، تبني الكلمات والالفاظ الرديئة ، مصادقة الجنس الاخر ، و التعود على مشاهدة مشاهد الخلاعة والعري .

**جدول (14) يبين اجابات العينة حول دور القنوات الغنائية في اشاعة القيم السلبية**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **الاجابات** | **التكرار** | **%** |
| **نعم** | **159** | **88.4** |
| **لا** | **17** | **9.4** |
| **لاأعرف** | **4** | **2.2** |
| **المجموع** | **180** | **100** |

حيث تشير البيانات الجدول (14) الى ان 88.4% من عينة البحث تؤيد دور القنوات الغنائية في اشاعة القيم السلبية بين الشباب الجامعي ، و9.4% من المبحوثين لايؤيدون و 2.2% من المبحوثين ذكروا انهم لايعرفون وعليه فأن اكثرية المبحوثين يرون بأن قنوات الغنائي لها دور في اشاعة القيم السلبية بين الشباب الجامعي، بمعنى آخر ان البحث يقبل هذه الفرضية .

الجدول رقم (15) يبين اجابات عينة البحث حول درجات تأثير القنوات الغنائية

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **المتغيـــــــــر** | **كبيـــــر** | | **متوســــط** | | **ضعيــــف** | | **لا تأثيــــر** | |
| **القيم** | ت | % | ت | % | ت | % | ت | % |
| **تقليد الموضة** | 106 | 58.8 | 20 | 11.1 | 14 | 7.7 | / | / |
| **تبني الكلمات والالفاظ والحركات الراقصة** | 114 | 63.3 | 29 | 16.1 | 17 | 9.4 | / | / |
| **الميوعة والتخنث** | 98 | 54.4 | 35 | 19.4 | 8 | 4.4 | / | / |
| **التركيز على القيم المادية** | 88 | 48.8 | 36 | 20 | 7 | 3.8 | / | / |
| **مصادقة الجنس الاخر** | 65 | 36.1 | 41 | 22.7 | 16 | 8.8 | / | / |
| **اشاعة التبرج عند الفتيات** | 60 | 33.3 | 44 | 24.4 | 2 | 1.1 | 2 | 1.1 |
| **التعود على مشاهدة مشهد العري الخلاعة** | 53 | 29.4 | 16 | 8.8 | 10 | 5.5 | 5 | 2.7 |
| **الغدر والخيانة** | 37 | 20.5 | 15 | 8.3 | 3 | 1.6 | 3 | 1.6 |
| **الكراهية وعدم التقدير** | 32 | 17.7 | 12 | 6.6 | 3 | 1.6 | 4 | 2.2 |
| **الانانية وحب الذات** | 21 | 11.6 | 10 | 5.5 | / | / | 3 | 1 |

أوضحت نتائج الجدول رقم (15) اجابات أفراد العينة حول دور القنوات الغنائية العراقية في اشاعة بعض القيم السلبية وتم تحديد (10) جوانب وحددت الاجابة بأربعة متغيرات (كبير ، متوسط ، ضعيف ، ولاتأثير ) وضمن متغير كبير جاء في المرتبة الاولى تبني الكلمات والالفاظ والحركات الراقصة إذ اشار الى ذلك 114من افراد العينة بنسبة 63.3% ، ويليها تقليد الموضة ،إذ اشار الى ذلك ما نسبته 58.8% من افرد العينة ويمكن ترتيب الفقرات كما جاءت في اجابات افراد العينةعلى النحو الاتي :

1- تبني الكلمات والالفاظ والحركات الراقصة بنسبة 63.3 %

2- تقليد الموضة بنسبة 588%

3- الميوعة والتخنث بنسبة 54.4 %

4- التركيز على القيم المادية بنسبة 48.8 %

5- مصادقة الجنس الاخر بنسبة 36.3 %

6- اشاعة التبرج عند الفتيات بنسبة 33.3%

7- التعود على مشاهدة مشهد العري والخلاعة بنسبة 29.4%

8- الغدر والخيانة بنسبة 20.5%

9- الكراهية وعدم التقدير بنسبة 17.7 %

10- الانانية وحب الذات بنسبة 11.6%

وتحت درجة متوسط جاءت الاجابة بالترتيب الاتي :

1- اشاعة التبرج عند الفتيات 24.4 %

2- مصادقة الجنس الاخر 22.7%

3- التركيز على القيم المادية 20 %

4- الميوعة والتخنث 19.4%

5- تبني الكلمات والالفاظ والحركات الراقصة16.1 %

6- تقليد الموضة 11.1

7- التعود على مشاهدة مشهد العري والخلاعة 8.8 %

8- الغدر والخيانة 8.3

9- الكراهية وعدم التقدير 6.6 %

10- الانانية وحب الذات 5.5 %

ومن أجل اختبارصحة الفرضية الثالثة استخدمنا اختبار تي وكانت النتائج

اختبارالفقرة كبير نتيجة واحدة وهي حسب اختبار تي = 6.519 وهذا يعني وجود فروق معنوية بين نوع التغير وعدد المتغيرين لان قيمة تي القياسية محصورة بين (44.011 و 90.788)

ونتيجة اختبار تي لفقرة متوسط = 6.433 ويعني ايضا وجود فروق معنوية لان قيمة تي القياسية هي بين (16.727 و 25.800) يعني توجد تاثيرات متوسطة بين نوع التغير وعدد المتغيرين

اما الفقرة ضعيف فلا يوجد فيها فروق معنوية لان قيمة تي المحسوبة = 8.00 وهي تقع ضمن منطقة القبول (3.629 و 12.370)

اما الفقرة لا تاثير فلا يوجد فروق معنوية لان قيمة تي = 2.762 وهي تقع ضمن القيمة القياسية لتي (0.307 و 3.092) ايضا لا توجد فروق معنوية

بشكل عام ان التغيرات التي تحصل على الشباب نتيجة القنوات الغنائية لها تاثير كبير ومتوسط عليهم وباختلاف نوع التاثير حيث يظهر على السلوك والعواطف والشكل والموديل وغيرها وعليه فان للقنوات الفضائية الغنائية العراقية دور في اشاعة القيم السلبية لدى الشباب الجامعي والرسم رقم (3 ) يعزز النتائج اعلاه

**رسم (3) اجابات العينة حول دور القنوات الغنائية العراقية في اشاعة بعض القيم السلبية ودرجات التأثير**

**الخاتمة / النتائج والتوصيات**

* **النتائج**
* تمارس القنوات الغنائية العراقية تأثيرا هاما ومتزايدا على الجماهير وخاصة الشباب وتحتل مكانة شعبية هامة في بعدها اليومي اذ انها تحتل الفضاءات (الشوارع ، المقاهي ، المنازل ، المصانع ، والسيارات ) حيث بلغت نسبة التعرض الدائم لهذه القنوات (63.8% ) من عينة البحث , و (30%) احيانا و(6.2%) المشاهدة نادرا ، ويشاهد اغلب المبحوثين القنوات الفضائيه من ساعتين لاقل من 3 ساعات يوميا وذلك خلال فترة العصر والمساء بنسبة (47.2 % ) ويعد المنزل من اكثر الاماكن التي يشاهد به المبحوثون القنوات الغنائية ، كما توصلت الدراسة الى وجود فروق معنوية بين الذكور والاناث في عدد ساعات المشاهدة اليومية .

2-احتلت قناة الحنين المرتبة الاولى بين القنوات التي يفضل مشاهدتها المبحوثون بنسبة 41.6 % فيما احتلت قناة MCP المرتبة الثانية بنسبة31.1 % وجاءت قناة اغانينا بالمرتبة الثالثة بنسبة 29.4 % .

3-أهم دوافع مشاهدة عينة البحث للقنوات الغنائية هى : التسلية وتمضية الوقت بنسبة (38.8 %) , التعرف على الموضة (25 %) , تزيد اندماجي مع الشباب ، وتعرفني على الاغاني الجديدة ،وكلمات الاغاني تعجبني ، احتلت هذه الفئات الترتيب الثالث بنسبة 22.2% لكل منهما،اما الفئة يعجبني المغني او المغنية جاءت بالترتيب الرابع وبنسبة 18.3% .

4-اتفق الذكور والاناث على محاكاة الغناء والرقص الذي تتضمنه الاغاني ،حيث بلغت نسبتهم ، 75.5 % من مجموع عينة البحث ، موزعة بين 24.7من الذكور و32.7 من الاناث وبلغت نسبة الذين يقلدون الملابس والموضة 36.1% موزعة بين 21.1% الذكور و 15% من الاناث ، وجاءت الفئة المكياج وتسريحة الشعر بنسبة 18.8% من مجموع عينة البحث موزعة بين 6.6ذكور و 12.2 الاناث ، كما اثبتت الدراسة صحة الفرضية القائلة ( بأن مشاهدة قنوات الغنائية تسهم في تبني السلوكيات التي تسئ للقيم والاخلاق العربية الأصيلة ) ، ولا تختلف درجة محاكاة الشباب لما يعرض في القنوات سواء كان المجال علمي او انساني .

* تشير بيانات البحث الى ان 76.2% من عينة البحث يؤيدون فرض الرقابة ، على القنوات الفضائية الغنائية العراقية ، كما اوضحت البيانات التفصيلية عدم وجود فروق معنوية بين الذكور الاناث ومدى موافقتهم على فرض الرقابة على القنوات الغنائية الفضائية العراقية
* تسبب القنوات الفضائية الغنائية في اشاعة العديد من القيم والسلوكيات السلبية عند الشباب كالخيانة والغدر ، الكراهية وعدم التقدير ،الانانية وحب الذات ، تقليد الموضة والتخنث ، تبني الكلمات والالفاظ الرديئة ، مصادقة الجنس الاخر ، و التعود على مشاهدة مشاهد الخلاعة والعري ، وبدرجات تتراوح بين كبيرة ومتوسطة وباختلاف نوع التاثير حيث احرزت هذه القيم على ارقام عالية من حيث دور الفضائيات في اشاعتها وتعزيزها كما موضح في النتائج التي جاءت بها الدراسة الميدانية .

**ب- التوصيات**

* ان مشاهدة القنوات الغنائية اصبحت تحتل مساحة متنامية من اوقات الشباب فلابد من الانتباه الى هذه الظاهرة على انها تحمل توجهات سياسية وفكرية هدفها تدمير ثقافة المجتمع وقيمه ، فهذا الطوفان أفقد الفن العربي دوره الاخلاقي فلا ننسى المقامات والقصائد المغناة التي ادت دورها في عملية الوعظ خلافا لما يبث هذه الايام في عالم الفضائيات من هزيل لذا لابد من ان تبقى هذه القنوات خاضعة لمواصفات ومقاييس تحت مظلة ثقافية ملتزمة وواعية فالاغنية الملتزمة تعد في جوهرها ثقافة دائمة وهي الثقافة الوحيدة التي تعد سلسلة متواصلة وتبقى راسخة في ذهن الجماهير ووجدانهم ، لذا بات من الضروري ان تتوافق الاغاني مع قيم المألوفة في المجتمع
* ان هوس الشباب من الجنسين للتهافت نحو مشاهدة القنوات الغنائية رغم اعترافهم بمساوئ واضرار هذه القنوات ، هو نتيجة منطقية لاسباب عديدة على رأسها البطالة التي يعاني منها الشباب وعدم وجود متنفس حقيقي يمتص طاقاتهم مما جعلهم لاشعوريا يتماشون مع كل جديد قد يوفر لهم الاشباع الممنوع عرفا ، لذا لابد من جذب الشباب إلى القنوات والبرامج المفيدة وجعلها أكثر تنوعا وجاذبية، بحيث تلبي ‏رغبات المشاهدين بالضوابط الشرعية والإجتماعية.‏

‏ 3- مخاطبة الشباب بالأساليب المقنعة المؤثرة المتناسبة مع قدراتهم الثقافية والفكرية، إذ ‏تعد القنوات الفضائية من أهم الوسائل التي يمكن أن تؤثر في الرأي‏ العام وتشكله وفق ‏خطط وأهداف المجتمع المراد تحقيقها ،ان المقولات العلمية لنظرية المسؤولية الاجتماعية تشير الى ان وسائل الاعلام تمارس دورا مهما في المجتمع يتمثل في حمايتها للنسيج الاجتماعي والتعبير الحر عن مطالب الجماهير ورغباتهم وفي ضوء ذلك تقتضي المسؤولية الاجتماعية ان تقوم وسائل الاعلام بمراعاة عادات المجتمع وتقاليده واعرافه فضلا عن الحفاظ على سلامة المجتمع وصيانة مقدراته الفكرية والثقافية . ‏

‏4- حث الجمعيات والنقابات ومنظمات المجتمع المدني ذات العلاقة لاطلاق حملات شعبية توعية الشباب بايجابيات وسلبيات هذه القنوات فضلا عن توعية الوالدين بأهمية رقابة سلوك الأبناء في مجال المشاهدة والإستماع للقنوات ‏الفضائية وأن يكونا قدوة لأبنائهما، مع عقد الندوات والدورات التي تحث على كيفية ‏اختيار ما نشاهده من مواد إعلامية هادفة.‏

**الهوامش**

1- د. محمد حسام الدين اسماعيل ، الصورة والجسد – دراسات نقدية في الاعلام المعاصر ، مركز الوحدة العربية ،بيروت ، 2010 ،ص226

2- د.صالح عباس الطائي ، مستقبل الامركة … تساؤلات في ضوء ثورتي الاتصال والمعلومات، مجلة المعارك، العدد14، بغداد، 2000، ص86.

3- مجموعة باحثين، الشباب وأمن المجتمع ، المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، الرياض ، 1408هـ – 1987م ، ص 242

4- د. محمد حسام الدين اسماعيل ، مصدر سابق ، ص20

5- عدنان بهية ، صورالتنميط الاعلامي للمرأة وفق مفهوم النوع الاجتماعي ، مجلة معهد أكد الثقافي للبحوث والدراسات ، العدد 84 تشرين الثاني 2005 ،ص30

6- MC Dougall, William, Character and the conduct of Life London &co , 1955, p. 135

7- د. فوزية عبد الله آل علي ، الغنائية العربية والاشباعات المتحققة – دراسة ميدانية على طلبة الجامعات الاماراتية الحكومية والخاصة ، المجلة المصرية لبحوث الاعلام ،جامعة القاهرة ، كلية الاعلام ، العدد29 ، مارس ،2008 ،ص97

8- د. عمار طاهر ، انماط تعرض المراهقين لاغاني التلفزيون المصورة(الفيديو كليب)،مجلة الاداب ، كلية الاداب ، جامعة بغداد ، العدد87 ،2008 ، ص446

9- عزة عبد العظيم ، ادراك الشباب الجامعي لتأثير الفضائيات الغنائية العربية والاشباعات المتحققة ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد الخامس العدد الثاني ، يونيو- ديسمبر 2004

10- انور الرواس ، استخدامات الشباب الجامعي للقنوات الفضائية الغنائية والاشباعات المتحققة المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد الخامس العدد الثاني ، يونيو- ديسمبر 2004

11- حسين ابو شنب ، اتجاهات الشباب الجامعي الفلسطيني نحو الاغاني المصورة الفيديو كليب ، دراسة غير منشورة ،المؤتمر العلمي العاشرلكلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، 4-6 مايو 2004

12- محمد حسام الدين اسماعيل ، مصدر سابق ، ص226

13- Thomos.L.Mcphail , الاعلام الدولي –النظريات –الاتجاهات – الملكية ترجمة د .حسني محمد نصر ود. عبد الله الكندي ، الامارات العربية المتحدة ، دار الكتاب الجامعي ، 2005، ص186-187