

التلفزيون وتوعية الشباب الجامعي بتحديات الهوية الثقافية في العراق

دراسة ميدانية لعينة من طلبة جامعة بغداد

المدرس الدكتور
عادل عبد الرزاق مصطفى
قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية
جامعة بغداد - كلية الإعلام

المدرس الدكتور
صفد حسام حمودي الساموك
مسؤول التدريب الإعلامي
رئاسة جامعة بغداد

التلفزيون وتوعية الشباب الجامعي بتحديات الهوية الثقافية في العراق "دراسة ميدانية لعينة من طلبة جامعة بغداد"

المدرس الدكتور
عادل عبد الرزاق مصطفى
قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية
جامعة بغداد - كلية الإعلام

المدرس الدكتور
صفد حسام حمودي الساموك
مسؤول التدريب الإعلامي
رئاسة جامعة بغداد

التوطئة:-

يضطلع التلفزيون بدور أساس في بناء الثقافة العامة للمتلقين، الأمر الذي يدعو إلى تأكيد مهمته المعاصرة في إعادة بناء القيم المساندة للتطوير والتحديث في المجتمعات المتنوعة، وبدأ على صعيد أثره في تلك المجتمعات بالتصدي لوظيفة كبرى، غير تلك الوظائف التقليدية له في: الإخبار والإرشاد والتعليم والترفيه... ومن في حكمها.

إذ يقف المتخصصون على مسافة واحدة في حقيقة أنه يقوم بـ(وظيفة حضارية) اليوم، بالربط مع الدور الكبير الذي يؤديه في عمليات التطور الحضاري، التي كان نتاجها: أن يقف خلف المتغيرات التي اتسم بها المجتمع السياسي المعاصر جميعها، بعد أن تمكن من بلوغ مرحلة التشابك مع الأوعية الاتصالية الإلكترونية، ليتحول من المنظومة المشهدية ذي النسق والمسار الواحد، إلى تشكيل جديد أعمق فاعلية وأثراً، مكن من تعزيز مجالات التفاعلية الاتصالية ببعدها الجماهيري، التي تنوّه بتفاعل الفكر والمحتوى بين المرسل وبين المتلقي العادي، وبذا فقدت النظم السلطوية إحدى أبرز دعائم قوتها الاجتماعية التقليدية، وبما أسهم في تقويض سطوتها المطلقة في المجتمعات.

إن مثل تلك الأهمية تُلزم المعنيين بضرورة تقصي نواحي مواجهة تحديات الغزو الثقافي الذي مازالت تعاني منه المجتمعات الإسلامية، سيما أن الانفتاح 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 - اجتماعي 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 اتصال مع طلبة هذه الجامعات لدعم تلك الدعوات، والانطلاق بها إلى الشارع لعوامل سياسية وثقافية واجتماعية وحتى نفسية، من دوافع عدة، تأتي دراستنا الميدانية (التلفزيون وتوعية الشباب الجامعي بتحديات الهوية الثقافية في العراق)، المقدمة إلى وقائع المؤتمر العلمي السابع للكلية الإسلامية المفتوحة في النجف الأشرف، (الغزو الثقافي لمجتمعاتنا الإسلامية: الأسباب والتأثيرات)، ضمن الأهداف (٣، ٤، ٥)، تحت محاور الدراسات الإعلامية (خطورة التسويق الثقافي الغربي على الهوية الإسلامية)، 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.

الإطار المنهجي:-

١- مشكلة الدراسة:

تبرز مشكلة البحث في غياب الدور المفترض لوسائل الإعلام في العراق

بمواجهة التحديات التي أصبحت تشكل خطراً على الهوية الثقافية للمجتمع بشكل عام وفئة الشباب بشكل خاص، وتفرغ وظيفتها بتوعية فئات المجتمع بمخاطر الغزو الثقافي على هويتهم.

ولم يقتصر هذا الغياب على دور تلك الوسائل، من القنوات التلفزيونية الفضائيات والمحلية، والاذاعات، والصحافة المطبوعة، والإعلام الإلكتروني بالتوعية بضرورات الانتماء الوطني وصيانة الثقافة الوطنية لفئة الشباب أو المجتمع، وإنما وصل دوره إلى الترويج وبث تلك الثقافات الغربية عبر الأوعية والمضامين المتعددة على حساب ثقافة المجتمع وخصوصياته وهويته.

٢- أهداف الدراسة:

يهدف البحث إلى الإجابة على التساؤل الرئيس الذي يمثل جوهر مشكلته: ما بواعث القصور في دور وسائل الإعلام العراقية بتوعية الشباب الجامعي بالتحديات الخارجية للهوية الثقافية؟.

٣- 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 بوساطة صحيفة استبيان أعدت لهذا الغرض، إذ تم منح حق أكثر من إجابة لقسم من الأسئلة، بهدف معرفة تعامل طبيعة المبحوثين مع وسائل الإعلام.

٤- 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 (١٠٠ مفردة).

التلفزيون وتوعية الأفراد بالتحديات المجتمعية:-

تميّز التلفزيون عن وسائل الإعلام التقليدية الأخرى، يتمكن من أن يولف ما بين الصوت والصورة والحركة، بطريقة أكثر اكتمالاً، عن طريق اللون والشكل والحركة والتنظيم المكاني، فضلاً عن أنه جعل المتلقي يشهد ما يجري حوله في العالم مباشرة... كما وظّف بقية وسائل الاتصال التقليدية، ومنها الصحافة لصالحه، وتحول بذلك إلى وسيلة جديدة للإعلام والترفيه والتثقيف، وتمكن من أن 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 قدرته على التأثير^(٢).

لقد أعطت الصورة التلفزيون إمكانية أن يكون أقرب كثيراً إلى الشكل الشفوي، وأكثر مباشرة في الاتصال، سيما مع ما تتسم به الصورة الحية من فاعلية وتأثير.. لذا فإن مصداقية التلفزيون، من وجهة نظر المتلقي، فاقت مصداقية باقي وسائل الاتصال نسبياً، وهذا يرجع بدرجة كبيرة إلى^(٣):

- بعدي الصوت والصورة، بالنسبة إليهم، وهما يعملان معاً.

- وكونهم يقضون من الوقت مع هذه الوسيلة، أكثر مما يقضون مع الوسائل التقليدية الأخرى، "ويؤكد معهد دراسات الرأي العام التابع لهيئة الإذاعة اليابانية إن كثيراً من اليابانيين يعدّون التلفزيون جزءاً

لا يتجزأ من حياتهم اليومية، وإن ثلاثة أشخاص من بين كل عشرة يعتبرونه من حياتهم اليومية... وفي الولايات المتحدة الأمريكية تشير إحدى الدراسات العلمية إلى إن ثلثي الأمريكيين تقريباً يحصلون على أنبائهم ومعلوماتهم من التلفزيون، الذي أصبح في بريطانيا وسليه الإعلام الأساسية لغالبية جماهير المملكة المتحدة"^(٤).

إن تلك المميزات التي أتمسم بها التلفزيون، عملت على تعزيز دوره في توضيح الأفكار والمعلومات المعقدة والمجردة عن طريق إمكاناته الفنية المتنوعة، مثل: حركة الكاميرات المختلفة، والتأثيرات البصرية في المزج والقطع والمونتاج الإلكتروني، ولقطات الكاميرا المتعددة، والتي يكثر استخدامها في توضيح التفاصيل الدقيقة، وإمكاناته في المؤثرات البصرية، وقدرته على تكبير أصغر الأشياء، ومنها إمكانية عرض ما لا يرى إلا من خلال عدسة المجهر"^(٥).

ويزيد من أهمية الدور الذي يمكن أن تؤديه هذه الوسيلة الاتصالية في المجتمعات، الاعتقاد بأن: "التلفزيون يشكل القيم والعادات السلوكية، أكثر من أية وسيلة أخرى، وأنه كلما زادت معدلات مشاهدته، كلما أصبح المتلقي يميل إلى الاعتقاد بالعالم ورؤيته، وفقاً لما يقدمه التلفزيون، وذلك على الرغم من إن بعض ما يقدمه مضلل"^(٦)... وفضلاً عن خلق أوهام عن الواقع، يمكن الإحساس بها على نحو أقوى من التجربة الفعلية، فإن التلفزيون يستطيع أن ينقل أجزاء من الحياة من بعد زمني إلى آخر.... وتشكل الإعادة التلفزيوني والتكرار المستمر أحياناً للأحداث المثيرة شيئاً مختلفاً تماماً، يستطيع أن يراكم (الإحساس، الانفعال) فوق العاطفة، إلى أن تصبح الاستجابة التراكمية أعظم وأقوى من رد الفعل الأول"^(٧).

إن الإجماع على تبني مقولة الدور الفاعل الذي يمارسه التلفزيون في حراك الاتجاهات وتوجيه الممارسات لم يبلغ مرحلة الإطلاق والاعتماد بعد،

فبالرغم من أن المجتمعات توحد بمعان مشتركة وأشكال عامة من الاتصالات، وانه حين يُنظر إلى هذه الاتصالات على أنها ظاهرة في حد ذاتها، وأنها مستقلة عن السياق الاجتماعي الذي تفسره وتتجه.. يحاول آخرون تأكيد ضرورة عدم الفصل ما بين الاتصال وبين المجتمع، وعلى أن أياً منهما لا يوجد دون الآخر^(٨)، ولقد أحدث هذا الاختلاف جدلاً واسعاً ما بين الباحثين في مجال الدراسات الإعلامية بحدود تأثير الإعلام في المجتمعات المتنوعة، تمحورت اتجاهاته ما بين موقفين هما^(٩):

- الموقف الأول:

يقوده فريق بحثي يروج لمقولات تفيد بمحدودية تأثير وسائل الإعلام على الجماهير، ويذهبون في ذلك إلى القول: أن الجماهير لا تتعرض للرسائل الإعلامية بمعزل عن تأثير السياق الاجتماعي والسياسي المحيط، بمفرداته المتعددة، "وان البيئة الاجتماعية بعواملها كافة تؤثر بشكل مباشر على جميع أفراد الجمهور (جماعات ومنظمات)، وان كل مؤسسة لا تتوافق بأعمالها وسياساتها مع البيئة المحيطة بها، أو تتكيف معها، تصبح في حالة من عدم الاستقرار والتراجع"^(١٠).. ومن بين عوامل البيئة الاجتماعية المؤثرة في هذا الصدد:

١- القيم والأعراف السائدة.

٢- تأثير الجماعات المرجعية والسياسية.

٣- الاتصال الشخصي، كأحد مستويات الاتصال السياسي.

٤- القوانين الوضعية، والنظام العام والأخلاقيات^(١١).

- الموقف الآخر:

يرى إن وسائل الاتصال الجماهيري، وفي مقدمتها التلفزيون، باتت قادرة

على صياغة وعي وثقافة وهوية الشعوب وعقلها الجمعي إلى حد كبير في المجتمعات المعاصرة، في ظل المتغيرات الجديدة، وذلك نظراً لما تتمتع به من آليات مختصة في التأثير من قبيل:

١- مهارات وتقنيات التكرار المتنوع للرسالة الإعلامية.

٢- قدرة الخطاب الإعلامي ذاته في حال معالجة قضية ما.

٣- عوائد التطور التكنولوجي المتلاحق في مجال الاتصال والمعلومات.

وتزداد احتمالية تأثير هذه الوسائل بفعل توافر عدد من العوامل منها: ندرة الحصول على المعلومات، في أوقات معينة في الحروب والاضطرابات والممارسات، وما تخلفهما من أزمات، ومن بينها أزمة الهوية، ويزيد من واقعية هذا الموقف ما توصلت إليه الأبحاث التي تعرضت للتأثير المتبادل بين الأزمة والإعلام، واستخلصت أهمية الدور الوسيط الذي تقوم به وسائل الاتصال الجماهيري، سيما فيما يتعلق بتقديم المعلومات وشرح أهمية ومغزى الأحداث العامة، وبناء الوفاق الاجتماعي، وتخفيف التوتر والقلق^(١٢)، الذي قد يحدث استجابات سلوكية انفعالية^(١٣)، لا تتفق مع التوجه العام للسلطة، في حال عدم السيطرة عليه بوسائل متعددة، منها وسائل الاتصال الجماهيري، "ومن هنا تجري اليوم محاولات حثيثة عبر وسائل الإعلام لصياغة الإنسان المعاصر وعياً وسلوكاً، على وفق نموذج معد له سلفاً، وهو ما بات يعرف بهندسة السلوك البشري، من خلال إعادة تشكيله، عبر مبدأ الخطوات الصغيرة المتتالية... وبموجب ذلك فإن ليس مهما ما يكونه البشر أو يعتقدونه، وإنما ما يمكن أن يدفعوا لكي يكونوه و يعتقدونه"^(١٤).

إن أول ما يجمع عليه الاجتماع والإعلام والسياسة، هو عد الاتصال في الأساس تكوين المجتمع، الذي قام على قاعدة من العلاقة الجدلية، التي نشأت

بين الإنسان وبين محيطه المادي، ومن ثمّ الروحي.. أي على قاعدة علاقته الدائمة مع الآخر^(١٥)، مع الأخذ بالاعتبار إن "عملية الاتصال لا يمكن أن تتحقق أو تحدث بذاتها، ولكنها تحدث كافتراض أساس للعملية الاجتماعية"^(١٦)، لذا فإن النظرية الإعلامية تنتجها - أصلاً - الظروف السياسية والاجتماعية والاقتصادية للمجتمعات^(١٧).

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.. 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 اقناعية إلى أخرى، وبحسب للجمهور الذي تتوجه له، ووفقاً لخصائص وسيلة الاتصال^(١٨).

غير أن هذا لا يعني إن المقدرة الاقناعية لوسائل الاتصال الجماهيري، قد تحدت - فقط - بتطور تكنولوجيا وسائل الاتصال، بل إنها يمكن أن ترتبط بمجموعة أخرى من العوامل وهي^(١٩):

١- إن ظهور وسائل جديدة لا يقلل من استعمال الوسائل الأسبق، وإن الأشخاص الذين يستعملون وسيلة ما، يكون عندهم استعداد لاستخدام الوسائل الأخرى إذا أتيحت لهم.

٢- إن الأشخاص الذين لديهم اهتمامات معينة بموضوع ما، يعزمون على أن يتبعوا هذا الموضوع في الوسيلة التي تقدم لهم المعالجة الكاملة، والوسيلة التي اعتادوا عليها، فضلاً عن تتبع هذه المعالجة والطرح في

الوسائل الأخرى.

٣- إن الاستجابات تختلف طبقاً لمستوى التعليم، إذ يعتمد الأفراد الأكثر تعليماً على المطبوعات أكثر من أية وسيلة أخرى، أما هؤلاء الأقل تعليماً فأنهم يعتمدون أكثر على الراديو والتلفزيون، لأن هذه الوسائل لا تحتاج إلى قدرات خاصة في التلقي والتعامل مع المستوى اللغوي العالي، ومن الملاحظ اعتماد الصفوة على شبكات المعلومات، حيث عصر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات والاتصال التفاعلي عبر شبكة المعلومات.

الهوية الثقافية في العراق:-

يشير مصطلح الهوية إلى وصف مفهوم الشخص، وتعبيره عن فرديته وعلاقته مع الجماعات (كالهوية الوطنية، أو الهوية الثقافية، وغيرها)، ويستعمل المصطلح في مجالات عدة، سيما في علمي الاجتماع والنفس، ومن هنا تركز عليه الأنظار بشكل كبير في علم النفس الاجتماعي.. وينطلق مصطلح "الهوية" في اللغة العربية من كلمة: هو.. تؤثر 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^(٢٠).

وتعرف الهوية الشخصية بان هناك شخصاً بشكله واسمه وصفاته وجنسيته وعمره وتأريخ 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^(٢١)، وبذلك يمكن القول إن تحديد الهوية بشكل واضح يؤسس إلى^(٢٢):

- تعرّف الشيء المعرّف بدلالة هويته على نفسه، ومن يماثله، (ماذا، ومن هو أو هم؟).

- تعرّف الشيء المعرّف بدلالة هويته على الآخر المختلف عنه.

- تعرّف الآخر المختلف على الشيء المعرّف بدلالة هويته.

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

- صورة تماثلنا وتشترك معنا في ماهيتنا، وتكون وظيفة الهوية هنا إثبات تماثلنا معه، وارتباطنا به، تأسيساً على مشتركات هويتنا/ ماهيتنا الواحدة.

- صورة تخالفنا وتفارقنا في ماهيتنا، وتكون وظيفة الهوية هنا إثبات اختلافنا معه، وانفصالنا عنه، تأسيساً على اختلاف هوياتنا/ ماهياتنا.

فلولا وجود الآخر وتماثلنا معه في حالات، واختلافنا معه في أخرى، واضطرارنا، أو اختيارنا، أو كليهما معاً، للارتباط به عندما يكون مماثلاً لنا، والانفصال عنه حينما يكون مختلفاً معنا، لما كان من داع لوجود الهوية، ولا جدوى وضرورة لها^(٢٣).

ويكون للهوية ثلاثة مستويات، فهناك الهوية على المستوى الفردي، أي الشعور بالانتماء إلى جماعة أو إطار إنساني أكبر يشاركه في منظومة القيم والمشارع 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^(٢٤):

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

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

ت - الفراغ 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 بانضغاط الزمان والمكان، وغيثاد الوعي بالعالم ككل"^(٢٥)، وتشير في إحدى معانيها إلى: بلوغ البشرية مرحلة الانتقال الحر للقرارات والتشريعات والسياسات والتفاعلات عبر المجتمعات والدول، وبأقل قدر من القيود

والضوابط.... وزيادة غير مسبقة في روابط الدول على نسق الزيادة غير المسبقة في الروابط الاقتصادية واقتصاديات العالم.... وبروز 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 الأوروبي والسوق الأوروبية المشتركة.... وبروز المنظمات التجارية والاقتصادية والمالية العالمية، التي بدأت تلغي تدريجياً - أيضاً - مفهوم السيادة المطلقة.... وهو يعني كذلك بان الاتجاه 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 "اتجاه العالم نحو تكوين ثقافة عالمية واحدة، لبلوغ البشرية مرحلة الحرية الكاملة لانتقال الأفكار والمعلومات والاتجاهات والقيم والأذواق على الصعيد العالمي.. بالانتقال من حقبة الثقافة الوطنية والقومية إلى ثقافة جديدة، هي الثقافة العالمية" (٢٦).

ولا تقتضي الآثار السلبية لمظاهر العولمة اتخاذ 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 الاستلاب 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"^(٢٧).

وفضلاً عن ذلك، فأن 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 بحثنا دور خطاب الأزمات في تأجيج نزعات الهويات الفرعية والثانوية بالضد من ترسيخ ثقافة الهوية الوطنية في العراق مفهوماً وممارسة، عن قصد أو من دونه، وكان في القياس ما أشر الاعتماد 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^(٢٨).

وبالرغم من اتجاه المبحوثين نحو تأييد الالتزام بالهوية الوطنية من حيث المبدأ، تبين لنا ان الصورة السلبية التي تكونت لديهم عن هذه الهوية، دفع بهم إلى تأييد الالتزام بالهويات الجماعية الأخرى (القومية، والدينية، والحزبية، والعشائرية، ...)، لحماية الهوية الوطنية التي تعرضت إلى انتكاسات 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 بالالتزام بالهويات الجماعية الأخرى، مما هيأ مجالاً نحو الانتماء 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.

نتائج الدراسة الميدانية:-

أولاً: السمات الديموغرافية للعينة:

الجدول (١)

يبين السمات الديموغرافية للعينة توزيع عينه البحث وفقاً للجنس

ت	الجنس	التكرار	النسبة
١	أنثى	٥٦	%٥٦
٢	ذكر	٤٤	%٤٤
	المجموع	١٠٠	%١٠٠

جدول (٢)

توزيع عينة البحث وفقاً للمرحلة الدراسية الجامعية الأولية

ت	المرحلة	التكرار	النسبة
١	الأولى	٢٥	%٢٥
٢	الثانية	٢٥	%٢٥
٣	الثالثة	٢٥	%٢٥
٤	الرابعة	٢٥	%٢٥
	المجموع	١٠٠	%١٠٠

تشير بيانات جدول رقم (١) أن نسبة فئة الإناث من طلاب الجامعة كانت أكبر حيث بلغت ٥٦٪، بينما نزلت نسبة الذكور المرتبة الثانية ونسبة ٤٤٪.

وفيما يرتبط بالفقرة المختصة بتحديد المرحلة الدراسية، يبين توزيع عينة البحث وفقاً للمرحلة الدراسية الجامعية، وتشير البيانات أعلاه أنه تم توزيع عينة البحث على جميع المراحل الدراسية الجامعية وبالتساوي ونسبة ٢٥٪ من مفردات العينة الكلية .

ثانياً: تفضيل المبحوثين لوسائل إعلامية في الحصول عن المعلومات.

جدول (٢)

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	فئة الوسيلة الإعلامية
السادسة	٧,٢%	٢٤	الصحف والمجلات
الخامسة	١١,٤%	٣٨	الإذاعات
الرابعة	١٣,٢%	٤٤	الفضائيات الأجنبية
الثالثة	٢٠%	٦٧	الفضائيات المحلية
الثانية	٢٢,٥%	٧٥	الفضائيات العربية
الأولى	٢٥,٧%	٨٦	شبكة الانترنت
	١٠٠%	٣٣٤	المجموع

تشير بيانات الجدول أعلاه ان أفراد العينة يرون ان وسائل الإعلام لها الدور في التوعية الثقافية وان الفضائيات والانترنت كانا في مقدمة تلك الوسائل التي يفضلون متابعتها والحصول على المعلومات منها، اذ جاءت شبكة الانترنت بالمرتبة الأولى 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 الإذاعات ١١,٤٪ ثم المرتبة الأخيرة للصحف والمجلات ٧,٢٪، وهذا ما يؤشر إلى ان هناك متابعة كبيرة لوسائل الإعلام الجديدة وخاصة الانترنت والقنوات الفضائية من قبل الشباب الجامعي عن باقي وسائل الإعلام الأخرى.

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

جدول رقم (٤)

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

النسبة المئوية	التكرار	المعرفة بتأثير وسائل الاعلام على الهوية الثقافية
٣٤%	٣٤	نعم تؤثر
٤٤%	٤٤	تؤثر الى حد ما
٢٢%	٢٢	لا تؤثر
١٠٠%	١٠٠	المجموع

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

رابعاً: رؤية المبحوثين حول أكثر الوسائل الإعلامية تأثيراً في تنمية وعي الشباب الجامعي بالتحديات الثقافية ومخاطرها على الهوية الثقافية.

جدول (٥) يبين إجابة المبحوثين

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	أكثر الوسيلة الإعلامية تأثيراً
الثانية	٣٥,٥ %	٧١	القنوات الفضائية
الأولى	٤٣,٥ %	٨٧	شبكة الانترنت
الثالثة	١٦ %	٣٢	التلفزيون المحلي
الرابعة	٤ %	٨	الإذاعات
الخامسة	١ %	٢	الصحف والمجلات
١٠٠ %		٢٠٠	المجموع

تشير بيانات الجدول أعلاه 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٪ أما الإذاعات فقد جاءت بنسبة ٤٪. بينما احتلت الصحف والمجلات المرتبة الأخيرة وبنسبة ١٪، وتعكس هذه النتائج اهتمام الشباب الجامعي بالتعرض للوسائل الإعلامية الجديدة عن وسائل الإعلام التقليدية.

خامساً: رؤية المبحوثين بمدى قيام وسائل الإعلام المرئية العراقية بتوعية الشباب.

الجدول (٦)

حول قيام وسائل الإعلام المحلية بالتوعية

ت	مدى قيام وسائل الإعلام المرئية بدور التوعية	التكرار	النسبة	المرتبة
١	نعم	١٢	١٢%	الثالثة
٢	إلى حد ما	٣٦	٣٦%	الثانية
٣	لا	٥٢	٥٢%	الأولى
	المجموع	١٠٠	١٠٠%	

يتضح من بيانات الجدول أعلاه 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 يواجهوها ومخاطرها على هويتهم الثقافية، بينما إجابة 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 الأولى بنسبة ٥٢٪، وتعكس 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 إجابة المبحوثين حول كيفية إسهام وسائل الإعلام المحلية بتوعية الشباب الجامعي بالتحديات الثقافية

النسبة المئوية	التكرار	كيفية إسهام وسائل الاعلام المحلية بتوعية الشباب بالتحديات الثقافية
١٦,٤ %	٣٧	١ ان تهدف وسائل الاعلام المحلية الى توعية فئة الشباب بأخلاقيات المجتمع وقيمه الأصيلة
٧,٢ %	١٦	ان تسعى وسائل الاعلام المحلية بمختلف انواعها الى توعية جمهورها بالتمسك بالهوية الثقافية
٢٠,٤ %	٤٦	٢ تخصيص برامج معينة للشباب في كثير من وسائل الاعلام للتوعية بمخاطر الثقافة الغربية
٣٢ %	٧٢	٣ تأسيس قنوات وإذاعات ومواقع الكترونية محلية تقدم معلومات وآراء وأفكار نابغة من مكونات ومحركات ثقافة المجتمع.
٢٤ %	٥٤	٤ التركيز وسائل الاعلام المحلية على أهمية الثقافة الإسلامية والعربية
١٠٠ %	٢٢٥	المجموع

تشير بيانات الجدول أعلاه إلى أن رؤية فئة الشباب الجامعي بكيفية إسهام الإعلام الوطني بالتوعية عن التحديات الثقافية ومخاطرها على الهوية الوطنية يكمن باتخاذ بعض الخطوات والأهداف الضرورية للوقوف بوجه التحديات الخطيرة التي تواجه المجتمع بشكل عام وفئة الشباب بوجه خاص فقد أشار ٣٢٪ من المبحوثين إلى ضرورة تأسيس أو إنشاء قنوات وإذاعات ومواقع الكترونية تقدم معلومات وآراء وأفكار نابغة من دين وثقافة المجتمع، أما بالمرتبة الثانية فقد جاءت إجابة المبحوثين حول ضرورة تركيز وسائل الإعلام المحلية على أهمية الثقافة الإسلامية والعربية ونسبة ٢٤٪.

في حين جاءت إجابة المبحوثين حول تخصيص برامج للشباب في الكثير من وسائل الإعلام المحلية للتوعية بمخاطر الثقافة الغربية بالمرتبة الثالثة ونسبة ٢٠,٤٪. وجاءت الإجابات الأخرى بنسب اقل وكما مبين في الجدول أعلاه.

وتشير النتائج الى اتجاه المبحوثين الى ضرورة مساهمة وسائل الاعلام بمختلف انواعها المرئية والمسموعة اضافة الى المواقع الكترونية بتوعية المجتمع بفئاته المختلفة بمخاطر الثقافة الغربية واثرها على هويتهم الوطنية من خلال تقديم المعلومات والآراء والأفكار النابعة من الدين وثقافة المجتمع الأصلية، ومن خلال ما تقدم نرى ان هناك اهتمام من قبل فئة الشباب الجامعي بوسائل الإعلام الجديدة.

سابعاً: رؤية المبحوثين لأسباب تراجع او نعدام الدور الايجابي الذي يمكن ان تلعبه وسائل الاعلام العراقية في توعية فئة الشباب الجامعي بالتحديات الثقافية ومخاطرها على الهوية الثقافية الوطنية.

جدول رقم (٨)

يبين إجابة المبحوثين حول أسباب تراجع أو انعدام الدور الايجابي لوسائل الإعلام العراقية في توعية فئة الشباب الجامعي

ت	أسباب تراجع أو انعدام الدور الايجابي لوسائل الإعلام بتوعية فئة الشباب	التكرار	النسبة المئوية
١	وجود شخصيات على رأس كثير من وسائل الإعلام العراقية تتبنا الثقافة الغربية.	١٧	١١,٣%
٢	ظهور وسائل اعلام محلية تجارية تسعى لتحقيق الربح على حساب قيم وثقافة المجتمع العراقي	٨٢	٥٤,٣%
٣	عدم وجود سياسة اعلامية وطنية هادفة تلزم المؤسسات الإعلامية المحلية بالمحافظة على الهوية الوطنية	٢٨	١٨,٥%
٤	عدم اهتمام فئة الشباب بوسائل الاعلام التي تطرح مواضيع حول الهوية الوطنية والقومية .	٩	٦%
٥	ضعف الدعم الحكومي لوسائل الإعلام واهتمام أكثرها ببث المواد الترفيهية.	١٥	٩,٩%
	المجموع	١٥١	١٠٠%

تشير بيانات الجدول أعلاه الى ان اجابة المبحوثين قد ذهبت الى الإجماع بشأن سبب تراجع او نعدام الدور الايجابي الذي يمكن ان تمارسه وسائل الإعلام العراقية في توعية الشباب الجامعي بحجم التحديات الثقافية ومخاطرها

وبنسبة ٥٤,٣٪ وبتكرار ٨٢ مفردة من مفردات العينة اذ اكدوا على (ظهور وسائل إعلام محلية تجارية تسعى لتحقيق الربح على حساب قيم وثقافة المجتمع العراقي) كواحد من ابرز سباب ضعف او انعدام الدور لوسائل الإعلام بتوعية الشباب الجامعي، ثم يأتي سبب (عدم وجود سياسة اعلامية وطنية هادفة تلزم المؤسسات الاعلامية المحلية بالمحافظة على الهوية الوطنية) بالمرتبة الثانية وبنسبة ١٨,٥٪ وجاءت فئة (وجود شخصيات على رأس كثير من وسائل الاعلام العراقية تتبنى الثقافة الغربية) بالمرتبة الثالثة وبنسبة ١١,٣٪، ثم جاءت فئة (ضعف الدعم الحكومي لوسائل الاعلام واهتمام اكثرها بيث المواد الترفيهية) في المرتبة الرابعة وبنسبة ٩,٩٪، وأخيراً جاءت فئة (عدم اهتمام فئة الشباب بوسائل الإعلام التي تطرح مواضيع حول الهوية الوطنية والقومية) وبنسبة ٦٪. ومن خلال هذه النتائج يمكن 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 من خلال ان اغلب وسائل الاعلام 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:-

١- عد المبحوثين ان للتلفزيون بشكل عام الدور المفترض الأكثر اهمية 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

٢- أكدت نتائج الدراسة ضعف الدور الذي تقوم به وسائل الاعلام

العراقية بالتوعية بمخاطر ثقافات العولمة الدخيلة والتحديات التي يواجهها فئة الشباب، أي ان وسائل الإعلام المحلية 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 وسائل الإعلام العراقية بالتوعية بمخاطر الثقافات الدخيلة والتحديات التي يواجهوها وأثرها على الهوية الثقافية الوطنية.

٣- في رؤية فئة الشباب الجامعي بكيفية إسهام الإعلام الوطني بالتوعية عن التحديات المتعددة ومخاطرها على الهوية الثقافية يكمن بضرورة تبني عدداً من الخطوات وتحديد الأهداف الضرورية للوقوف بوجه التحديات الخطيرة التي تواجه المجتمع بشكل عام وفئة الشباب بوجه خاص، بضرورة تأسيس أو إنشاء قنوات وإذاعات ومواقع الكترونية تقدم معلومات وآراء وأفكار نابغة من دين وثقافة المجتمع، وأهمية تركيز وسائل الإعلام المحلية على أهمية الثقافة الإسلامية والعربية.

٤- وتشير النتائج إلى اتجاه المبحوثين إلى ضرورة مساهمة وسائل الإعلام بمختلف أنواعها المرئية والمسموعة إضافة إلى المواقع الكترونية بتوعية المجتمع بفئاته المختلفة بمخاطر الثقافة الغربية وأثرها على هويتهم الوطنية من خلال تقديم المعلومات والآراء والأفكار النابعة من الدين وثقافة المجتمع الأصلية، ومن خلال ما تقدم نرى ان هناك اهتمام من قبل فئة الشباب الجامعي بوسائل الإعلام الجديدة.

٥- الإجماع بأسباب ضعف او انعدام الدور الايجابي الذي يكمن بالدور المفترض ان يمارسه التلفزيون في توعية الشباب الجامعي بحجم التحديات الثقافية ومخاطرها ويمكن ان نستدل إلى وجود وعي لدى

الطلبة الجامعيين حول سبب ضعف أو انعدام الدور الايجابي لوسائل الإعلام العراقية في توعية فئة الشباب الجامعي بشكل خاص والمجتمع بشكل عام بتشخيصهم ذلك بان اغلب وسائل الإعلام العراقية تهدف إلى تحقيق الربح المادي على حساب القيم وثقافة المجتمع، فضلاً عن ان هذه الوسائل الإعلامية ربما تتبنى الثقافة الغربية وتسويقها محلياً بدلاً عن التصدي لها وبيان أثرها ومخاطرها على المجتمع.

هوامش البحث

- (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) علي جبار، صناعة الأخبار في الفضائيات العربية، عمان، مركز عمون للدراسات والبحوث، ٢٠٠٥، ص ٢٤ وما بعدها.
- (٣) المصدر نفسه، ص ٢٧.. ومحمد معوض، الخبر الإذاعي والتلفزيوني، الكويت، دار الكتب الحديثة، ط ٢، ٢٠٠٠، ص ٦٧.
- (٤) محمد معوض، فنون العمل التلفزيوني، القاهرة، دار الفكر العربي، د.ت، ص ١٤.
- (٥) د. محمد نبيل طلب، البرامج التعليمية والثقافية بالإذاعة والتلفزيون، القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩، ص ١٩٤.
- (٦) د. أديب خضور، صورة العرب في الإعلام الغربي، دمشق، سلسلة المكتبة الإعلامية، ١٩٩٩، ص ٣٢.
- (٧) مايكل أو نيل، طبيعة المعرفة التي يقدمها التلفزيون التثريح الجديد للمعرفة، دراسات تلفزيونية، م.س.ذ، ص ٧٧.
- (٨) جيري ريفكن، عصر الفرص، أبو ظبي، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، ٢٠٠٣، ص ١٨٧.

- (٩) د. علاء عبد المجيد الشامي، محددات تشكيل الهوية الدينية في المجتمع المصري - دراسة في التأثيرات المحتملة للمكون الإعلامي، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الدولي الأول لكلية الاتصال بجامعة الشارقة، الإمارات، ١١-١٢/ديسمبر/٢٠٠٧، ص١.
- (١٠) د. عبد الكريم راضي، العلاقات العامة فن وإبداع - تطور المؤسسة ونجاح الإدارة، بيروت، دار البحار، ٢٠٠٧، ص١٠٩.
- (١١) المصدر نفسه، ص١١٠.
- (١٢) د. أديب خضور، الإعلام والأزمات، م.س.ذ، ١٩٩٩، ص٥١.
- (١٣) وهي ناحية السلوك الظاهر عند المنفعل، وتتوقف على استعداد الإنسان للانفعال فضلاً عن تجاربه السابقة ونوع خبراته وتربيته، ولذلك تختلف الاستجابة من شخص إلى آخر ومن وقت إلى آخر، وتظهر بسرعة في حالات الضيق والتعب والمرض.. وفيما يمكن أن يكون بعض الأفراد سريعى التهيج والتأثير، يملك آخرون أنفسهم، محاولين السيطرة عليها وتوجيهها توجيهاً أكثر ملائمة مع المواقف الخارجية.
- ينظر: د. جنان سعيد رحو، أساسيات في علم النفس، بيروت، الدار العربية للعلوم، ٢٠٠٥، ص٦٨.
- (١٤) د. تهامة الجندي، الإعلام العربي - قلق الهوية وحوار الحضارات، دمشق، دار نينوى للدراسات والنشر والتوزيع، ٢٠٠٥، ص٥٦.
- (١٥) د. مي العبد الله سنو، الاتصال في عصر العولمة- الدور والتحديات الجديدة، بيروت، الدار الجامعية، ١٩٩٩، ص٢٨.
- (١٦) د. عبد العزيز شرف الدين، نماذج الاتصال، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٣، ص٣٤.
- (١٧) د. تيسير مشاركة، مدخل إلى الدراسات الإعلامية، فلسطين، بيت المقدس للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢، ص٧١.
- (١٨) د. منى الحديدي و د. سلوى إمام، الإعلام والمجتمع، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٦، ص٩٠.
- (١٩) المصدر نفسه، ص٩٢.
- (٢٠) للمزيد... ينظر: الهوية الفردية وإشكاليات التصارع والتمازج مع الهويات الجماعية، جريدة الصباح الجديد، بغداد، (ع:٢٥٣٦ في ٣١/٣/٢٠١٣)، ص١٢.
- (٢١) المصدر نفسه.
- (٢٢) 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، ص١٥١٤.
- (٢٣) المصدر نفسه، ص١٥.

- (٢٤) د. عبد السلام أحمد السامر، الإعلام والهوية الوطنية في العراق، بغداد، جامعة بغداد، وقائع الندوة العلمية لجامعة بغداد (التعليم وتعزيز الهوية الوطنية في العراق)، ٢٠١٠، ص ٨٩، ٨٨.
- (٢٥) كريس باركر، التلفزيون والعولمة والهويات الثقافية، ترجمة: علا أحمد صلاح، القاهرة، مجموعة النيل العربية، ٢٠٠٦، ص ٦٥.
- (٢٦) د. سعد مطشر ود. نهلة عبد الرزاق عبد الخالق، الفضائيات العربية ودورها في تدعيم الثقافة والهوية الوطنية، وقائع المؤتمر العلمي السنوي الخامس لكلية الإعلام (الإعلام والهوية الوطنية)، بغداد، جامعة بغداد، ٢٠١١، ص ٦٩.
- (٢٧) المصدر نفسه.
- (٢٨) د. صفد حسام الساموك، التلفزيون وتشكيل صورة الهوية الوطنية لدى طلبة جامعة بغداد، بغداد، المؤتمر العلمي الخامس لكلية الإعلام بجامعة بغداد، (الإعلام والهوية الوطنية)، ٢٠١١، ص ١٣.