

## اعتماد الجمهور العراقي على شريط الأنباء "السبتايتل" كمصدر للاخبار والمعلومات "دراسة ميدانية" م.د محمد حسين علوان (\*)

### المقدمة:

هذه المحطات على تقديم المضمون الاخباري بصورة تتسم بالعمق والسرعة والمتابعة المستمرة للحدث، فضلاً عن العمل على تطوير قدراتها في الحصول على الاخبار، كما أنها تحرص على تقديم هذه الاخبار لجمهورها بالصورة التي تجعله متابعاً للأحداث ولما بها، ولكي تطور المحطات من قدراتها على أشباع حاجات الجمهور وتلبية احتياجاته من التعرض، حرص بعضها على تعرف تقييم الجمهور لخدماتها المختلفة بهدف العمل على تطوير الأداء.

### أولاً: منهجية البحث

#### مشكلة البحث :

تتمثل مشكلة البحث في معرفة درجة اعتماد الجمهور العراقي على شريط الاخبار كأحد أشكال الخدمات الاخبارية، التي تقدمها محطات

أهتم عديد من المحطات التلفزيونية الفضائية والارضية بتقديم خدمات أخبارية فورية للمشاهدين، من خلال عرض شريط ملون متحرك أسفل الشاشة، يتضمن اهم الأنباء الواردة للمحطات في المجالات السياسية والاقتصادية والرياضية وغيرها، فضلاً عن أحوال الطقس ودرجات الحرارة. وتمثل هذه الخدمة الاخبارية فضلاً عن الخدمات الاخبارية الاخرى التي تقدمها هذه المحطات ومنها: نشرات الاخبار المفصلة، موجز الأنباء، أهم الأنباء واللقطات المصورة للأحداث دون تعليق.

ويأتي الاهتمام بتطوير المحطات الفضائية والارضية لخدماتها الاخبارية في إطار التنافس على اجتذاب الجمهور الذي يستخدم وسائل الإعلام، كأحد مصادر أشباع حاجاته واهتماماته

المقدمة من القنوات الفضائية والارضية المختلفة.

2. معرفة مدى اهتمام الجمهور العراقي بالتعرض لشريط الانباء في القنوات المختلفة.

3. معرفة مدى قوة اعتماد الجمهور على شريط الانباء كمصدر للاخبار والمعلومات.

4. معرفة اسباب اعتماد الجمهور العراقي على شريط الانباء.

5. معرفة أهم القنوات التي يفضل الجمهور التعرض لشريط الانباء من خلالها.

6. معرفة العوامل المؤثرة في اعتماد الجمهور على شريط الانباء .

7. معرفة مدى تحقق الآثار المعرفية والاتجاهية والسلوكية للاعتماد على شريط الأنباء.

### منهج البحث

يعتمد البحث على منهج المسح فهو المنهج الأنسب لموضوع البحث، والذي يستخدم لدراسة أفراد جمهور وسائل الإعلام وتعرف آراءهم والتأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الاعلام

التلفزيون الارضية والفضائية كمصدر لتعرف أهم الأنباء والمعلومات، فضلاً عن معرفة مدى تحقق الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن هذا الاعتماد خاصة المرتبطة بسرعة متابعة الجمهور للاحداث، وزيادة اهتمامه بتعرف تفاصيلها ، وتأثير هذا الاعتماد على تفضيل الجمهور لقنوات معينة يحرص على متابعتها.

### اهمية البحث :

تعد معرفة مدى اعتماد الجمهور العراقي على شريط الانباء(السبتايتل) كمصدر للاخبار والمعلومات مسألة مهمة فهي بمثابة رجع الصدى للعملية الاعلامية التي تقوم بها المحطات التلفزيونية الفضائية والارضية . ومن هنا تأتي اهمية البحث، فهو يعمل على دراسة معرفة درجة اعتماد الجمهور العراقي على شريط الاخبار كأحد اشكال الخدمات الاخبارية التي تقدمها محطات التلفزيون الفضائية والارضية.

### أهداف البحث :

1. معرفة مدى اهتمام الجمهور العراقي بالتعرض للخدمات الاخبارية

الجمهور على وفق عدد من المتغيرات الديموغرافية ، تمكن من إجراء المقارنات بين هذه الفئات إذ وزعت (200) استمارة استبانة، بلغ عدد المسترجع منها (180) استمارة استبانة.

#### سمات عينة البحث

أوضحت نتائج البحث أن معظم أفراد العينة المبحوثة هم من جنس الذكور ويعدد (104) تكراراً وبنسبة (57.77%) وجاءت بالمرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية جاء جنس الاناث ويعدد (76) تكراراً وبنسبة (42.22%) من مجموع أفراد العينة المبحوثة، ينظر الجدول (1).

وإن معظم أفراد عينة البحث هم من الفئة العمرية (20. 29) سنة وجاءت بعدد (51) تكراراً وبنسبة (28.33) وحلت بالمرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية جاءت الفئة العمرية (30-39) سنة ويعدد (33) تكراراً وبنسبة (18.33%) ، وفي المرتبة الثالثة جاءت الفئة العمرية (59.50) سنة ويعدد (29) تكراراً وبنسبة (16.11%) ، في حين جاءت في

على أفراد ذلك الجمهور . (ومنهج المسح يعد جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات واوصاف عن الظاهرة موضوع البحث من العدد الحدي من المفردات المكونة لمجتمع البحث)<sup>(1)</sup>.

وهو يستخدم في البحوث الوصفية التي تستهدف (وصف سمات أو آراء أو اتجاهات أو سلوكيات عينة من الافراد ممثلة لمجتمع ما، بما يسمح بتعميم نتيجة المسح على المجتمع).<sup>(2)</sup>

#### مجتمع البحث :

يتحدد مجتمع البحث من مشاهدي قنوات التلفزيون الارضية والفضائية الذين يتعرضون للخدمات الاخبارية المقدمة، من خلال هذه القنوات، وبشرط تعرض أفراد العينة لشريط الانباء، بحيث يستبعد الباحث أية استمارة يذكر فيها المبحوث أنه لا يتعرض لشريط الانباء (السبتايتل).

#### عينة البحث :

شملت هذه الدراسة عينة عشوائية محدودة ممن يتعرضون لقنوات التلفزيون الارضية والفضائية ويتعرضون لشريط الأنباء في مدينة بغداد تمثل فئات

البكالوريوس وبعده (67) تكراراً وبنسبة (37.40%)، وفي المرتبة الثانية جاءت نسبة من يحملون شهادة الاعدادية وبعده (50) تكراراً وبنسبة (27.77%)، وحل في المرتبة الثالثة الحاصلون على شهادة الدبلوم وبعده (31) تكراراً وبنسبة (17.22%)، وفي المرتبة الرابعة جاء من يحملون شهادة الابتدائية أو متوسطة وبعده (27) تكراراً وبنسبة (15%) وجاءت في المرتبة الاخيرة نسبة من يحملون شهادات عليا وبعده (5) تكرارات وبنسبة (2.77%)، ينظر جدول (4).

#### جدول (1) يبين جنس العينة المبحوثة

النسبة المئوية (%)	التكرار	الجنس
57.77	104	ذكر
42.22	76	انثى
%100	180	المجموع الكلي

#### جدول (2) يبين الفئة العمرية لعينة البحث

النسبة المئوية (%)	التكرار	الفئة العمرية
11.11	20	20 فما دون
28.33	51	20-29
18.33	33	30-39
15.00	27	40-49
16.11	29	50-59
11.11	20	60 فما فوق
%100	180	المجموع الكلي

#### جدول (3) يبين مهن العينة المبحوثة

النسبة المئوية (%)	التكرار	المهنة
26.11	74	طالب

المرتبة الرابعة الفئة العمرية (49.40) سنة وبعده (27) تكراراً وبنسبة (15.00%)، وجاءت في المرتبة الاخيرة كل من فئة (20 سنة فما دون) وفئة (60 سنة فما فوق) وبعده (20) تكراراً وبنسبة (11.11%) لكل فئة منهما. ينظر الجدول (2).

وإن النسبة العظمى من العينة المبحوثة هم موظفون ويعملون في الوظائف الحكومية، وجاءت بالمرتبة الاولى وبعده بلغ (78) تكراراً وبنسبة (43.33%)، وفي المرتبة الثانية جاء الطلبة وبعده (47) تكراراً وبنسبة (26.11%)، بينما جاءت بالمرتبة الثالثة من هم بصفة كاسب وبعده (26) تكراراً وبنسبة (14.44%)، وفي المرتبة الرابعة حلت شريحة المتقاعدين وبعده (15) تكراراً وبنسبة (8.33%) وفي المرتبة الأخيرة حلت ربات البيوت وبعده بلغ (14) تكراراً وبنسبة (7.77%) ينظر الجدول (3).

واظهرت نتائج الدراسة أن أفراد العينة المبحوثة هم من المتعلمين وجاء في المرتبة الاولى من يحملون شهادة

دراسة الاستبيان ومراجعتها منهجياً وعلمياً:  
عرض مشروع الاستبيان على  
مجموعة من الاساتذة في الإعلام  
والخبراء في موضوع البحث،  
والمختصين في مناهج البحث العلمي  
لمراجعتها منهجياً وعلمياً لتحقيق أهداف  
عدة منها، دراسة الشكل العام للاستبيان،  
ومراجعة الجداول الهيكلية للوقوف على  
مدى تغطية الاسئلة لاهداف البحث.

#### الاختبار القبلي:

اختبر الاستبيان بواقع 10% من  
المجتمع الاصلي الذي ستجري عليه  
الدراسة الميدانية لتعرف مدى وضوح  
الاسئلة بصفة عامة وقياسها، لما هو  
مطلوب قياسه وتعرف الاسئلة التي قد  
تسبب حرجها للمبحوث ، أو يحاول عدم  
اسهامه فيها لإعادة صياغتها وتركيبها  
بطريقة لا تسبب هذا الحرج للمبحوث.

#### اختبار الصدق والثبات

##### أ. اختبار الصدق

اعتمد الباحث في حساب صدق  
الاستبانة طريق الصدق الظاهري  
(Face validity) وذلك بعرض فقرات

موظف	78	43.33
متقاعد	15	8.33
كاسب	26	14.44
ربة بيت	15	7.77
المجموع الكلي	180	%100

#### جدول (4) يبين التحصيل العلمي للعينة المبحوثة

التحصيل العلمي	التكرار	النسبة المئوية (%)
ابتدائية أو متوسطة اعدادية	27	15.00
دبلوم	31	17.22
بكالوريوس	67	37.40
شهادات عليا	5	2.77
المجموع الكلي	180	%100

#### أسلوب جمع البيانات

في إطار منهج المسح صمم  
استبيان يتضمن تساؤلات الدراسة،  
ويشمل مجموعة الاسئلة التي تعكس  
أهداف البحث وتساؤلاته، وتضمن  
الاستبيان اسئلة عن مدى تعرض  
الجمهور العراقي للخدمات الاخبارية  
المقدمة في القنوات الفضائية والارضية  
المختلفة. ومدى تعرض الجمهور  
العراقي لشريط الانباء في القنوات  
المختلفة، ومدى قوة اعتماد الجمهور  
على شريط الانباء كمصدر للاخبار  
والمعلومات ومعرفة أسباب اعتماد  
الجمهور العراقي على شريط الانباء.

على إيجاد ارتباط بين الاحداث الحالية والسابقة. وهو ما يؤدي إلى تدعيم علاقة الفرد بالاحداث المختلفة وتدعيم ارتباطه بالمجتمع، وكذلك تدعيم هويته وتكريس مفهوم المواطنة لديه، وأحاطته علماً بالانشطة السياسية القائمة في المجتمع وتدعيم مشاركته فيها، كما أنها تساعد على فهم ما يحدث في العالم الخارجي من أحداث ووقائع.<sup>(3)</sup>

ومع تزايد وسائل الإعلام ومنها محطات التلفزيون الفضائية ، تزايدت المواد الاخبارية المقدمة ، وحرصت هذه المحطات على تقديم تغطيات اخبارية للاحداث والوقائع المختلفة في أنحاء العالم، ونتيجة لذلك، تعددت الرؤى ووجهات النظر فضلاً عن تدويل الخبر ونشره في أنحاء العالم ، وتقديم بعض القنوات الاخبارية لخدماتها على مدار الاربع والعشرين ساعة.<sup>(4)</sup>

ويعد التعرض للاخبار إحدى العادات الاتصالية للجمهور، وهي عادة يمارسها يوميا في كثير من الاحيان، بهدف فهم البيئة المحيطة به أو للتغلب على القلق والتوتر أو التهديد الناجم عن

الاستبانة على مجموعة من المحكمين لتقدير مدى مناسبتها وصلاحيتها لموضوع البحث، وتم إجراء التعديلات المناسبة عليها حسب الملاحظات التي أبداهها المحكمون.<sup>(\*)</sup>

### ب. اختبار الثبات

تم استعمال أسلوب تطبيق الاستبانة ثم إعادة تطبيقها مرة أخرى (Retest) بعد أسبوعين ثم تم بعد ذلك حساب نسبة الاتفاق بين الاجابات في التطبيقين. وتحليل أجابات العينة والتي بلغت 18% من العدد الكلي للمبحوثين، وقد بلغت قيمة معامل الثبات (91%) وهي قيمة عالية تشير إلى ثبات القياس ودقته.

ثانيا: تعرض الجمهور للخدمات الاخبارية تمثل الخدمات الاخبارية احد وسائل نقل المعلومات إلى جمهور وسائل الإعلام الذي يتعرض لها وقيم مضمونها من خلال مقارنة معارفه وخبراته ومعلوماته السابقة. وتقدم هذه الخدمات إطاراً مرجعياً ومعلوماتياً للاحداث يسهم في تدعيم وتوثيق معلومات الجمهور إلى جانب مساعدته

الاحداث وتجاهل أخرى، أو التركيز على أجزاء محددة من الوقائع وتجاهل أخرى.<sup>(7)</sup>

وقد أصبحت محطات التلفزيون خاصة بعد انتشار الفضائيات من الوسائل المهمة التي يحصل من خلالها الجمهور على معلوماته. وبعد أن كانت الدراسات تؤكد تفوق الصحف كوسيلة اخبارية ومعلوماتية على التلفزيون، أكدت دراسات أحدث أن التلفزيون أصبح بدوره وسيلة مهمة تفوق اهمية الصحف لدى بعض الفئات ومنها الشباب صغير السن.<sup>(8)</sup>

وكلما حرصت الوسيلة على الدقة والموضوعية في نقل الاخبار دون تشويه زادت ثقة الجمهور بها، وهي اشكالية تواجه محطات التلفزيون التي تقدم في كثير من الاحيان الاحداث على الهواء مباشرة، وهو مالا يسمح للمراسل الاخباري في احيان كثيرة التدقيق في الخبر أو تعرف تفصيلاته، كما أنه قد يصدر أحكاماً خاطئة أو تعليقات غير ملائمة تضر بمصداقية المحطة.<sup>(9)</sup>

والجمهور يتعرض للاخبار

ضغوط وتوترات الحياة ، كما أنه يبحث خلالها عن الأمان وتقليل الشعور بالخطر والاحساس بالراحة.<sup>(5)</sup>

ويتعرض الجمهور للاخبار بهدف الاستخدام العام أو الاستخدام المتخصص من خلال التعرض لمضامين اخبارية محددة. كما أنه قد يتعرض لها في كل الاوقات أو يتعرض لها في أوقات محددة ، وتعمل وسائل الإعلام على توفير التغطية الاخبارية للاحداث بسرعة وفورية، كما أنها تحرص على أن تصاحب الصورة الحدث وتقديم تفاصيل وتحليلات ، وقد يحدث بسبب الحرص على السرعة أن تفقد محطات التلفزيون أو أية وسيلة إعلام الدقة في نقل الحدث وتغيب التفاصيل ويجد الجمهور نفسه مشاهداً للخبر نفسه في أكثر من محطة وبالوقت نفسه وبالمعلومات نفسها.<sup>(6)</sup>

وبسبب ان الاخبار تقدم للجمهور معلومات خارج نطاق خبرته المباشرة تزداد أهميتها، الا أن المشكلة تكمن في قيام بعض وسائل الإعلام بتلوين الاحداث على وفق وجهة نظرها أو نقل

البرامج والمضامين تتفق مع حاجات ورغبات الجمهور المشاهد.<sup>(13)</sup>

ولذلك يجب أن تحرص محطات التلفزيون دائما على دراسة حاجات ورغبات وتفضيلات جمهورها لتقديم المضمون المتوافق مع خصائصه ، وبما يؤدي إلى ارتفاع نسب المشاهدة، وبالتالي إرتفاع نسب الاقبال على المحطة كوسيلة اعلانية.<sup>(14)</sup>

ويحرص العديد من محطات التلفزيون على تقديم المضمون الاخباري المتميز من خلال تطوير قدرات وإمكانات التغطية الاخبارية ورفع كفاءة مراسلي ومقدمي الاخبار، وتقديم أنواع متعددة من الاخبار خلال أوقات متعددة أيضا على مدار ساعات الأرسال. ويطلق على ذلك : تميز التغطية والتقديم وتقسيم أنواع الاخبار واوقات تقديمها.<sup>(15)</sup>

### ثالثا: نتائج الدراسة الميدانية

#### 1. مشاهدة الجمهور العراقي للقنوات

##### التلفزيونية الفضائية والاجنبية:

اظهرت نتائج البحث أن من أجابوا بأنهم دائما ما يشاهدون القنوات

لتحقيق عدد من الاهداف، من أهمها: تعرف معلومات معينة في أمور تهمة، والتفاعل مع الأحداث أو التعرف والسيطرة الاجتماعية، واستخدامها كمصدر للتسلية والاسترخاء.<sup>(10)</sup>

وعندما تزداد أهمية الخبر للفرد يعمل على تعرف تفصيلاته ، كما أن الخبر المتصف بالغموض أو الذي يحمل توتراً يزيد من رغبة الفرد في التدقيق فيه، كما أن الاخبار تقدم للجمهور معلومات تمكنهم من اجراء الحوار فيما بينهم حولها.<sup>(11)</sup>

وعلى وفق مفاهيم التعرض الانتقائي للمضمون فإن أفراد الجمهور ينتقون المادة الاخبارية التي يتعرضون لها ويتأثرون في ذلك الاختيار باتجاهاتهم واهتماماتهم ومعتقداتهم وقيمهم، ويتأثر ذلك الانتقاء ايضا بطبيعة الخبر ومدى اهميته.<sup>(12)</sup>

وتهدف وسائل الإعلام ومنها محطات التلفزيون إلى جذب المشاهد والاحتفاظ به حتى يظل متابعا لبرامجها على مدار اليوم، ولذلك تعمل هذه المحطات على تقديم نوعيات مختلفة من



## 2. مدى متابعة الجمهور العراقي للبرامج الاخبارية المقدمة من قنوات التلفزيون الفضائية والارضية.

بلغ المجموع الكلي لعدد المبحوثين والذين اجابوا بأنهم احيانا ما يتابعون البرامج الاخبارية المقدمة من القنوات التلفزيونية الفضائية والارضية بعدد (91) تكرارا وبنسبة (50.55%) وجاءت بالمرتبة الاولى، وفي المرتبة الثانية جاء المبحوثون والذين اجابوا بانهم دائما ما يتابعون البرامج الاخبارية المقدمة من القنوات التلفزيونية الفضائية والارضية وبعدها (69) تكراراً وبنسبة (38.33%) ، وفي المرتبة الاخيرة حل المبحوثون والذين نادراً ما يتابعون البرامج الاخبارية المقدمة من القنوات التلفزيونية الفضائية والارضية وبعدها (20) تكراراً وبنسبة (11.11%) من المجموع الكلي لافراد العينة المبحوثة ، ينظر الجدول (6) .

وهنا اشارة واضحة إلى ارتفاع نسبة المبحوثين الذين يتابعون البرامج

التلفزيونية الفضائية والاجنبية بعدد بلغ (99) تكراراً وبنسبة (55%) وجاءت بالمرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية جاءت نسبة من اجابوا بأنهم احياناً يشاهدون القنوات التلفزيونية الفضائية والارضية وبعدها بلغ (60) تكراراً وبنسبة (33.33%)، وفي المرتبة الثالثة جاء من اجابوا بانهم نادراً ما يشاهدون القنوات التلفزيونية الفضائية والارضية وبعدها (21) تكراراً وبنسبة (11.66%) وهنا يظهر إرتفاع نسبة من يشاهدون القنوات التلفزيونية الفضائية والارضية والمتابعة المستمرة لتلك القنوات التلفزيونية وبعدها بلغ (159) تكراراً من مجموع من يشاهدون دائما وفي بعض الاحيان وهذا مؤشر عالي على درجة المشاهدة . ينظر الجدول (5).

جدول (5) يبين مشاهدة أفراد العينة للقنوات التلفزيونية الفضائية والارضية.

النسبة المئوية (%)	التكرار	مشاهدة القنوات الفضائية والارضية
55.00	99	دائماً
33.33	60	احيانا
11.66	21	نادرا
-	-	كلا
100%	180	المجموع الكلي

الثالثة كنوع من أنواع البرامج الاخبارية والمقدمة في القنوات التلفزيونية الفضائية والارضية والتي يتابعها المبحوثون وبعدهم بلغ (34) تكراراً وبنسبة (18.88%) وحلت في المرتبة الاخيرة عناوين الاخبار كنوع من البرامج الاخبارية والتي يتابعها المبحوثون في القنوات التلفزيونية الفضائية والارضية وبعدهم (28) تكراراً بنسبة (15.55%) من المجموع الكلي لأفراد العينة المبحوثة. ينظر الجدول (7).

وتدل هذه النسب على ارتفاع عدد المبحوثين الذين يتابعون شريط الاخبار كأحد أنواع البرامج الاخبارية المقدمة في القنوات التلفزيونية الفضائية والارضية فهم يحصلون على مبتغاهم ويشبعون حاجاتهم من خلال هذا الشريط.

جدول (7) يبين اجابات المبحوثين على نوع البرامج التي يتابعونها من خلال القنوات التلفزيونية الفضائية والارضية

النسبة المئوية (%)	التكرار	البرامج الاخبارية التي يتابعها المبحوثين
36.66	66	شريط الاخبار
28.88	52	نشرات الاخبار
18.88	34	موجز الانباء
17.77	28	عناوين الاخبار
%100	180	المجموع الكلي

الاخبارية المقدمة من القنوات التلفزيونية الفضائية والارضية وبعدهم (160) تكراراً وهو مؤشر عالي الايجابية.

جدول (6) يبين اجابات مدى متابعة المبحوثين للبرامج الاخبارية المقدمة من القنوات التلفزيونية الفضائية والارضية

النسبة المئوية (%)	التكرار	مدى متابعة البرامج الاخبارية المقدمة في القنوات التلفزيونية
38.33	69	دائماً
50.55	91	احياناً
11.11	20	نادراً
-	-	كلا
%100	180	المجموع الكلي

3. نوع البرامج الاخبارية المقدمة في القنوات التلفزيونية التي يتابعها المبحوثون .

بلغ المجموع الكلي لاجابات المبحوثين والذين يتابعون شريط الاخبار المقدم في القنوات التلفزيونية الفضائية والارضية بعدد بلغ (66) تكراراً وبنسبة (36.66%)، وجاءت بالمرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية جاءت اجابات المبحوثين والذين يتابعون نشرات الاخبار المقدمة من خلال القنوات التلفزيونية الفضائية والارضية وبعدهم بلغ (52) تكراراً وبنسبة (28.88%) ، في حين جاء موجز الانباء ففي المرتبة

المبجوثين على شريط الانباء (السبتايتل) كمصدر أساسي ورئيس لتعرف الانباء والمعلومات ويتم من خلاله التعرف على كافة الاحداث والاوزاع السياسية والامنية والموضوعات المختلفة في أنحاء العالم كافة.

جدول (8) يبين أجابات المبجوثين بمدى اعتمادهم على شريط الانباء كمصدر للاخبار والمعلومات .

النسبة المئوية (%)	التكرار	الاعتماد على شريط الانباء كمصدر للاخبار والمعلومات
50.00	90	مصدر اساسي لتعرف الانباء
20.00	36	مصدر ثانوي لتعرف الانباء
17.77	32	مصدر للانباء في بعض الظروف والوقلت
12.22	22	مصدر تعرض اليه بالصدفة
%100	180	المجموع الكلي

#### 4. أسباب اعتماد الجمهور العراقي

##### على شريط الانباء (السبتايتل).

بلغ المجموع الكلي لاجابات المبجوثين والذين يجدون بأن أسباب اعتمادهم على شريط الأنباء (السبتايتل) هو لمعرفة الانباء العاجلة ويعدد (84) تكراراً وبنسبة (46.66%) وجاءت بالمرتبة الاولى، وفي المرتبة الثانية جاءت اجابات المبجوثين بأن سبب اعتمادهم على شريط الانباء هو المتابعة السريعة للاخبار بدلا من متابعة النشرات المفصلة ويعدد بلغ

#### 3. اعتماد الجمهور العراقي على

##### شريط الانباء (السبتايتل) كمصدر

##### للاخبار والمعلومات.

أوضحت نتائج البحث أن المجموع الكلي لأفراد العينة المبحوثة والذين يعتمدون على شريط الانباء (السبتايتل) كأحد المصادر الأساسية لتعرف الأنباء بلغ بعدد (90) تكراراً وبنسبة (50.00%) وجاءت بالمرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية جاء المبجوثون الذين يعتمدون على شريط الانباء كمصدر ثانوي لتعرف الانباء ويعدد بلغ (36) تكراراً وبنسبة (20%) ، في حين جاءت المرتبة الثالثة للمبجوثين الذين يعتمدون على شريط الانباء في بعض الاوقات لتعرف الانباء ويعدد (32) تكراراً وبنسبة (17.77%)، وفي المرتبة الاخيرة جاء المبجوثون والذين يعتمدون على شريط الانباء بالصدفة لتعرف الانباء والمعلومات ويعدد (22) تكراراً وبنسبة (12.22%) من المجموع الكلي لأفراد العينة المبحوثة . ينظر ا جدول (8).

وهنا يظهر مدى الاعتماد الكبير من

22.22	40	المتابعة السريعة للاخبار بدلاً من متابعة النشرات المفصلة
15.00	27	متابعة تناهت أحدث متعددة تتولتها برامج لخرية أخرى
10.00	18	معرفة معلومات معينة مثل أحوال الطقس
6.11	11	مجرد عادة تكونت بسبب تكرار عرض الشريط على الشاشة
-	-	أخرى أذكرها
%100	180	المجموع الكلي

## 5. القنوات التلفزيونية الفضائية

### والأرضية التي يعتمدها

### المبحوثون لمتابعة شريط الانباء.

بلغ المجموع الكلي لاجابات

المبحوثين الذين يعتمدون على قناة

العربية الفضائية كقناة تلفزيونية فضائية

يتم من خلالها متابعة شريط الانباء بعدد

بلغ (50) تكراراً وبنسبة (27.77%)

وجاءت بالمرتبة الاولى، وفي المرتبة

الثانية جاءت قناة الشرقية الفضائية

كقناة تلفزيونية يعتمد من خلالها

الجمهور العراقي على شريط الانباء

وبعد (30) تكراراً وبنسبة (16.66%)،

في حين جاء بالمرتبة الثالثة المبحوثون

الذين يعتمدون قناة الجزيرة وقناة العراقية

كقنوات تلفزيونية يتم من خلالها متابعة

شريط الانباء بعدد (25) تكراراً وبنسبة

(13.88%) لكل قناة منهما، وفي

المرتبة الرابعة جاء المبحوثون والذين

(40) تكراراً وبنسبة (22.22%) ، اما في

المرتبة الثالثة فكانت اجابات المبحوثين بأن

من أسباب اعتمادهم على شريط الانباء هو

متابعة تداعيات أحداث متعددة تناولتها

برامج اخبارية اخرى ويعدد (27) تكراراً

وبنسبة (15.00%)، في المرتبة الرابعة

جاءت اجابات المبحوثين أن من أسباب

اعتمادهم على شريط الانباء هو لمرفعة

معلومات معينة مثل أحوال الطقس ويعدد

(18) تكراراً وبنسبة (10.00%)، وفي

المرتبة الاخيرة جاءت اجابات المبحوثين

أن أسباب اعتمادهم على شريط الانباء هو

مجرد عادة تكونت بسبب تكرار عرض

الشريط على الشاشة، ويعدد بلغ (11) تكراراً

وبنسبة (6.11%) من المجموع الكلي لأفراد

العينة المبحوثة، يظر الجدول (9).

وهنا دلالة واضحة على أن السبب

الرئيسي لمتابعة أفراد عينة البحث لشريط

الانباء (السبتايل) هو لمعرفة الانباء

العاجلة ومعرفتها أولاً بأول بدلاً من اللجوء

إلى التفاصيل في النشرات الاخبارية

ومواجيز الانباء الاخرى.

جدول (9) يبين أجابات المبحوثين

عن أسباب اعتمادهم على شريط الانباء

النسبة المئوية (%)	التكرار	اسباب الاعتماد على شريط الانباء
46.66	84	معرفة الانباء العاجلة

وهذا ما يشير إلى إرتفاع نسبة المبحوثين العراقيين الذين يعتمدون على قناة العربية كقناة تلفزيونية فضائية يتم من خلالها متابعة شريط الانباء أسفل الشاشة (السبائتل) مقارنة بالقنوات التلفزيونية الفضائية والارضية المحلية والعربية والعالمية.

جدول (10) يبين اعتماد المبحوثين على القنوات التلفزيونية الفضائية و الارضية التي يتم من خلالها متابعة شريط الانباء

النسبة المئوية (%)	التكرار	القنوات التلفزيونية التي يعتمدها المبحوثين في متابعة شريط الانباء
27.77	50	قناة العربية
16.66	30	قناة الشرقية
13.88	25	قناة الجزيرة
13.88	25	قناة العراقية
11.66	21	قناة البغدادية
4.44	8	قناة السومرية
3.88	7	قناة النيل للاخبار
3.88	7	قناة الحرة عراق
2.77	5	قناة MBC
1.11	2	قناة CNN
-	-	أخرى أذكرها
%100	180	المجموع الكلي

6. نوع الاخبار التي يتعرض لها

يعتمدون قناة البغدادية الفضائية كقناة تلفزيونية يتم من خلالها متابعة شريط الانباء وبعدد (21) تكراراً وبنسبة (11.66%) ، وجاءت بالمرتبة الخامسة المبحوثون الذين يعتمدون على قناة السومرية الفضائية كقناة تلفزيونية يتم من خلالها متابعة شريط الانباء وبعدد (8) تكرارات وبنسبة (4.44%) ، وفي المرتبة السادسة جاء المبحوثون والذين يعتمدون على كل من قناتي النيل للاخبار والحرة عراق كقنوات تلفزيونية يتم من خلالها متابعة شريط الانباء وبعدد (7) تكرارات وبنسبة (3.88%) لكل قناة منهما. وفي المرتبة السابعة جاء المبحوثون الذين يعتمدون على قناة MBC كقناة تلفزيونية يتم من خلالها متابعة شريط الانباء وبعدد (5) تكرارات وبنسبة (2.77%) وفي المرتبة الاخيرة جاء المبحوثون الذين يعتمدون على قناة CNN كقناة تلفزيونية يتم من خلالها متابعة شريط الانباء وبعدد (2) تكرار وبنسبة (1.11%) من المجموع الكلي لافراد العينة المبحوثة، ينظر الجدول (10).

جاء المبحوثون الذين يتعرضون للاخبار الدولية وبعده (8) تكرارات وبنسبة (4.44%) ، وفي المرتبة الاخيرة جاء المبحوثون الذين يتعرضون لكل من الاخبار العلمية واخبار الطقس من خلال شريط الانباء وبعده (4) وبنسبة (2.22%) لكل واحد منهما، ينظر الجدول(11).

وهنا دلالة كبيرة على ارتفاع نسبة التعرض من المبحوثين للاخبار السياسية كنوع من انواع الاخبار المقدمة من خلال شريط الاخبار قياساً بباقي أنواع الاخبار الاخرى.

جدول رقم (11) يبين أجابات المبحوثين عن نوع الاخبار التي يتعرضون لها من خلال شريط الانباء

النسبة المئوية (%)	التكرار	نوع الاخبار التي يتعرض لها المبحوثون
49.44	89	اخبار سياسية
14.44	26	اخبار الكوارث والحوادث
9.44	17	الاخبار المحلية
6.66	12	الاخبار العربية
5.55	10	الاخبار الرياضية
5.55	10	تصريحات المسؤولين
4.44	8	الاخبار الدولية
2.22	4	الاخبار العلمية

## المبحوثون من خلال شريط الانباء

بلغ المجموع الكلي للمبحوثين والذين يتعرضون للاخبار السياسية كأحد أنواع الاخبار التي يتم التعرض لها من خلال شريط الانباء بعدد (89) تكراراً وبنسبة (49.44%) ، وجاءت بالمرتبة الاولى ، وفي المرتبة الثانية جاء المبحوثون الذين يتعرضون لاخبار الكوارث والحوادث من خلال شريط الانباء وبعده (26) تكراراً وبنسبة (14.44%) ، في حين جاء بالمرتبة الثالثة المبحوثون الذين يتعرضون إلى الاخبار المحلية من خلال شريط الانباء وبعده (17) تكراراً وبنسبة (9.44%) ، وجاء في المرتبة الرابعة المبحوثون الذين يتعرضون للاخبار العربية من خلال شريط الانباء وبعده (12) تكراراً وبنسبة (6.66%) ، وفي المرتبة الخامسة حل المبحوثون الذين يتعرضون لكل من الاخبار الرياضية وتصريحات المسؤولين من خلال شريط الانباء وبعده (10) تكرارات وبنسبة (5.55%) لكل واحد منهما، وفي المرتبة السادسة

اعتمادهم على شريط الانباء قلل من حرصهم على متابعة البرامج الاخرى بالقناة نفسها وبعده (17) تكراراً وبنسبة (9.44%) ، وفي المرتبة الاخيرة جاء المبحوثون والذين اجابوا بأن اعتمادهم على شريط الانباء قلل حرصهم وبشدة على متابعة البرامج الاخرى بالقناة نفسها وبعده (2) تكرار وبنسبة (1.11%) من المجموع الكلي لافراد العينة المبحوثة، ينظر الجدول (12).

وهذا يشير إلى أن تأثير اعتماد المبحوثين على شريط الانباء لم يقلل من نسبة متابعتهم البرامج الاخرى بالقناة نفسها بل أدى إلى زيادة الحرص على متابعة البرامج الاخرى من خلال متابعتهم لشريط الانباء داخل القناة.

جدول (12) يبين تأثير اعتماد المبحوثين على شريط الانباء على متابعة البرامج الاخرى بالقناة نفسها.

النسبة المئوية (%)	التكرار	تأثير الاعتماد على شريط الانباء على متابعة البرامج الاخرى بالقناة نفسها
42.22	76	زيادة الحرص على المتابعة
27.77	50	زيادة الحرص بشدة على المتابعة
19.44	35	لم تؤثر على المتابعة
9.44	17	قللت الحرص على المتابعة
1.11	2	قللت الحرص بشدة على المتابعة
%100	180	المجموع الكلي

اخبار الطقس	4	2.22
اخبار اقتصادية	-	-
اخبار فنية	-	-
أخرى اذكرها	-	-
المجموع الكلي	180	%100

### 7. تأثير اعتماد المبحوثين على شريط الانباء في متابعة البرامج الاخرى بالقناة نفسها:

بلغ المجموع الكلي لاجابات المبحوثين والذين اجابوا بأن الاعتماد على شريط الانباء أدى إلى زيادة حرصهم على متابعة البرامج الاخرى بالقناة نفسها وبعده بلغ (76) تكراراً وبنسبة (42.22%) وجاءت بالمرتبة الاولى، وفي المرتبة الثانية جاء المبحوثون والذين اجابوا بأن اعتمادهم على شريط الانباء أدى إلى زيادة حرصهم وبشدة على متابعة البرامج الاخرى بالقناة نفسها وبعده (50) تكراراً وبنسبة (27.77%) ، وجاء بالمرتبة الثالثة المبحوثون الذين اجابوا بان اعتمادهم على شريط الانباء لم يؤثر على متابعة البرامج الاخرى بالقناة نفسها وبعده بلغ (35) تكراراً وبنسبة (19.44%) ، في حين جاء بالمرتبة الرابعة المبحوثون والذين اجابوا بأن

الآخري في القنوات الآخري وبعده بلغ (25) تكراراً وبنسبة (13.88%) ، وفي المرتبة الآخيرة جاء المبحوثون والذين اجابوا بأن اعتمادهم على شريط الانباء قلل من حرصهم وبشدة على متابعة البرامج الآخري في القنوات الآخري وبعده بلغ (2) تكراراً وبنسبة (1.11%) من المجموع الكلي لأفراد العينة المبحوثة ، ينظر الجدول (13).

وهنا يظهر بأن تأثير اعتماد المبحوثين على شريط الانباء لم يقلل من متابعة البرامج الآخري في القنوات التلفزيونية الآخري بل أدى إلى زيادة حرص المبحوثين على متابعة البرامج الآخري في القنوات التلفزيونية الآخري.

جدول رقم (13) يبين تأثير اعتماد المبحوثين على شريط الانباء في متابعة البرامج الآخري في القنوات الآخري .

النسبة المئوية (%)	التكرار	تأثير الاعتماد على شريط الانباء على متابعة البرامج الآخري في القنوات الآخري
37.77	68	زيادة الحرص على المتابعة
25.00	45	زيادة الحرص بشدة على المتابعة
22.22	40	لم تؤثر على المتابعة
13.88	25	قللت الحرص على المتابعة
1.11	2	قللت الحرص بشدة على المتابعة
%100	180	المجموع الكلي

## 9. العوامل المؤثرة على متابعة

8. تأثير اعتماد المبحوثين على شريط الانباء على متابعة البرامج الآخري في القنوات الآخري.

بلغ المجموع الكلي لاجابات المبحوثين والذين اجابوا بأن اعتمادهم على شريط الانباء أدى إلى زيادة حرصهم على متابعة البرامج الآخري في القنوات الآخري وبعده بلغ (68) تكراراً وبنسبة (37.77%) وجاءت بالمرتبة الاولى، وفي المرتبة الثانية جاء المبحوثون والذين اجابوا بأن اعتمادهم على شريط الانباء أدى إلى زيادة حرصهم وبشدة على متابعة البرامج الآخري في القنوات الآخري وبعده بلغ (45) تكراراً وبنسبة (25.00%) وفي المرتبة الثالثة جاء المبحوثون والذين اجابوا بأن اعتمادهم على شريط الانباء لم يؤثر

على متابعتهم للبرامج الآخري في القنوات الفضائية الآخري وبعده بلغ (40) تكراراً وبنسبة (22.22%) ، وفي المرتبة الرابعة جاء المبحوثون والذين اجابوا بأن اعتمادهم على شريط الانباء قلل من حرصهم على متابعة البرامج



ودافع قوي في جذب المبحوثين لمتابعة شريط الأنباء (السبتايتل) في القنوات التلفزيونية الفضائية والارضية.

جدول (14) يبين العوامل المؤثرة على المبحوثين في متابعتهم لشريط الأنباء

العوامل المؤثرة على متابعة المبحوثين لشريط الأنباء	التكرار	النسبة المئوية (%)
الخبر	78	43.33
المضمون	38	21.18
القناة	30	16.66
الوقت	26	14.44
التكرار	8	4.44
المجموع الكلي	180	%100

11. الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية التي يحصل عليها المبحوثين من خلال متابعتهم لشريط الأنباء.

بلغ المجموع الكلي لاجابات المبحوثين بأن متابعتهم لشريط الأنباء تجعلهم متابعين بصورة فورية للاحداث وبعده (56) تكراراً وبنسبة (31.11%) وجاءت بالمرتبة الاولى، وفي المرتبة الثانية اجاب المبحوثون بأنهم يتعرفون على الاخبار من خلال شريط الأنباء التي قد لا يسمح وقتهم بمتابعتها من

## المبحوثين لشريط الانباء

بلغ المجموع الكلي لاجابات المبحوثين بأن الخبر هو العامل الرئيس والمؤثر في متابعتهم لشريط الانباء وبعده بلغ (78) تكراراً وبنسبة (43.33%) وجاءت بالمرتبة الاولى، وفي المرتبة الثانية جاء المضمون كأحد العوامل المؤثرة في متابعة المبحوثين لشريط الانباء وبعده (38) تكراراً وبنسبة (21.11%) ، في حين جاءت في المرتبة الثالثة القناة التلفزيونية كعامل مؤثر على المبحوثين في متابعتهم لشريط الانباء وبعده (30) تكراراً وبنسبة (16.66%) ، وفي المرتبة الرابعة جاء عامل الوقت كعامل مؤثر على المبحوثين في متابعتهم لشريط الانباء وبعده (26) تكراراً وبنسبة (14.14%) ، وفي المرتبة الاخيرة حل عامل التكرار كأحد العوامل المؤثرة على المبحوثين في مدى متابعتهم لشريط الانباء وبعده (8) تكرارات وبنسبة (4.44%) من المجموع الكلي لأفراد العينة المبحوثة ، ينظر الجدول (14).

ويبرز هنا الخبر كعامل مؤثر

(2.77%) وفي المرتبة السابعة جاء المبحوثون الذين يعلقون على بعض الاخبار الواردة في الشريط ويناقشونها مع من حولهم، وبعدد (4) تكرارات وبنسبة (2.22%) ، وأجاب (3) تكرارات من المبحوثين وبنسبة (1.66%) بأن القناة التي لا تقدم شريط انباء تفقد كثيراً من قدرتها على جذب انتباههم وجاءوا بالمرتبة الثامنة، وفي المرتبة الاخيرة اجاب (1) تكرار فقط من المبحوثين وبنسبة (0.55%) بانه لا تتأثر متابعته لشريط الانباء على متابعته للمضمون المقدم على الشاشة وقت عرض الشريط ، ينظر الجدول رقم (15).

وهنا نلاحظ ارتفاع نسبة المبحوثين الذين اجابوا بان متابعتهم لشريط الانباء تجعلهم متابعين بصورة فورية وأنية للاحداث وتفوقها على بقية الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الأخرى والتي يحصل عليها المبحوثون من خلال متابعتهم لشريط الانباء وينسب عالية.

جدول (15) يبين اجابات المبحوثين

خلال النشرات الاخبارية المفصلة وبعدد بلغ (42) تكراراً وبنسبة (23.33%) وتقاسم المرتبة الثالثة المبحوثون الذين يفضلون متابعة القنوات التي تقدم خدمة اخبارية من خلال شريط الانباء وكذلك المبحوثون الذين ينتقلون احيانا في المشاهدة بين عدة قنوات لتعرف خبر معين من خلال اكثر من مصدر وبعدد بلغ (20) تكراراً وبنسبة (11.11%) لكل واحد منهما، في حين جاء في المرتبة الرابعة المبحوثون من يحرصون على متابعة الخدمات الاخبارية الأخرى لتعرف تفصيلات الاخبار الواردة في الشريط وبعدد (18) تكراراً بنسبة (10.00%) ، وحل في المرتبة الخامسة المبحوثون الذين تكونت لديهم عادة قراءة شريط الانباء بسبب قدرته على توفير الخبر للمشاهد في جميع الاوقات وبعدد (11) تكراراً وبنسبة (6.11%) ، وجاء في المرتبة السادسة المبحوثون والذين اجابوا بأن شريط الانباء يعكس قدرة القناة على الحصول على الاخبار وكفاءتها في متابعة الاحداث وبعدد (5) تكرارات وبنسبة

من القنوات التلفزيونية الفضائية والارضية وبعده (160) تكراراً وهو مؤثر عالي الايجابية.

3. أوضحت النتائج ارتفاع عدد المبحوثين الذين يتابعون شريط الاخبار كأحد أنواع البرامج الاخبارية المقدمة في القنوات التلفزيونية الفضائية والارضية وبعده (66) تكراراً من مجموع أفراد العينة (180) تكراراً.

4. الاعتماد الكبير من قبل المبحوثين على شريط الانباء (السبتايتل) كمصدر أساسي لتعرف الانباء والمعلومات ويتم من خلاله التعرف على كافة الاوضاع والاحداث السياسية والامنية والموضوعات المختلفة الاخرى، وبعده (90) تكراراً من المجموع الكلي لافراد العينة.

5. أن السبب الرئيس لمتابعة افراد عينة البحث لشريط الانباء (السبتايتل) هو لمعرفة الانباء العاجلة ومعرفتها أولاً بأول بدلا من اللجوء إلى التفاصيل في

عن الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة من الاعتماد على شريط الانباء

النسبة المئوية (%)	التكرار	الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية التي يحصل عليها المبحوثين من متابعتهم لشريط الانباء
31.11	86	متابعي شريط الانباء تجعلني متابعاً بصورة فورية للاحداث
23.33	42	اتعرف الاخبار من خلال شريط الانباء التي قد لا يسمح وقتي بمتابعتها من خلال النشرات المفصلة
11.11	20	افضل متابعة القنوات التي تقدم خدمة اخبرية من خلال شريط الانباء
11.11	20	انتقل احياناً في المشاهدة بين عدة قنوات لتعرف خبر معين من خلال اكثر من مصدر
10.00	18	احرص على متابعة الخدمات الاخبارية الاخرى لتعرف تفاصيل الاخبار الواردة في الشريط
6.11	11	تكونت لدي عادة قراءة شريط الانباء بسبب قدرته على توفير الخبر للمشاهدين في جميع الاوقات
2.77	5	يعكس شريط الانباء قدرة القناة على الحصول على الاخبار وكفائتها في متابعة الاحداث
2.22	4	اعلق على بعض الاخبار الواردة في الشريط وناقشها مع من حولي
1.66	3	القناة التي لا تقدم شريط انباء تفقد كثيراً من قدرتها على جذب انتباهي
0.55	1	لا تؤثر متابعتي لشريط الانباء على متابعتي للمضمون المقدم على الشاشة وقت عرض الشريط
%100	180	المجموع الكلي

## الاستنتاجات

1. أظهرت نتائج البحث ارتفاع عدد المبحوثين من يشاهدون القنوات التلفزيونية الفضائية والارضية وبعده (159) تكراراً ، وهو مؤثر عالي الايجابية على درجة المشاهدة.

2. إرتفاع عدد المبحوثين الذين يتابعون البرامج الاخبارية المقدمة

9. إن تأثير اعتماد المبحوثين على شريط الانباء لم يقلل من متابعة البرامج الاخرى في القنوات التلفزيونية الاخرى بل ادى إلى زيادة حرص المبحوثين على متابعتهم للبرامج الاخرى في القنوات التلفزيونية الاخرى وبعدهد (68) تكراراً من المجموع الكلي لافراد العينة المبحوثة.

10. بروز الخبر كعامل مؤثر ودافع قوي لجذب المبحوثين في متابعة شريط الانباء (السبتاينل) وتفوقه على بقية العوامل الاخرى ، وبعدهد (78) تكراراً من المجموع الكلي لافراد العينة.

11. إرتفاع عدد المبحوثين الذين اجابوا بأن متابعتهم لشريط الانباء (السبتاينل) تجعلهم متابعين بصورة فورية وأنية للاحداث ، و تفوقها على بقية الاثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الاخرى والتي يحصل عليها المبحوثين من خلال متابعتهم لشريط الانباء ويفارق عن بقية الآثار الاخرى،

النشرات الاخبارية، وبعدهد (84) تكراراً من المجموع الكلي لافراد العينة.

6. زيادة عدد المبحوثين الذين يعتمدون على قناة العربية الفضائية كقناة تلفزيونية فضائية تتم من خلالها متابعة شريط الانباء اسفل الشاشة (السبتاينل) وبعدهد (50) تكراراً من المجموع الكلي لافراد العينة.

7. إرتفاع عدد المتعرضين من أفراد العينة للاخبار السياسية كنوع من أنواع الاخبار المقدمة من خلال شريط الانباء قياسا بالانواع الاخبارية الاخرى وبعدهد (89) تكراراً من المجموع الكلي لافراد العينة.

8. إن تأثير اعتماد المبحوثين على شريط الانباء لم يقلل من نسبة متابعتهم للبرامج الاخرى بالقناة نفسها بل أدى إلى زيادة الحرص على متابعة البرامج الاخرى بالقناة نفسها، وبعدهد (76) تكرارا من المجموع الكلي لعينة البحث.

## المصادر:

وبعد (56) تكراراً من المجموع  
الكلّي لأفراد العينة.

## المقترحات

1. يوحي الباحث بضرورة تعرف  
قنوات التلفزيون الارضية والفضائية  
على مدى متابعة جمهورها لشريط  
الانباء الذي تقدمه.

2. من الضروري أن تهتم قنوات  
التلفزيون الفضائية والارضية  
بطبيعة الخبر المعروض وتوقيت  
عرض الشريط والمضمون المقدم  
على الشاشة وقت عرض الشريط.

3. ضرورة عدم التكرار الزائد  
لمعلومات واخبار شريط الانباء  
حتى لا يمل المشاهد منها  
وينصرف عن متابعته.

4. ضرورة تعامل قنوات التلفزيون  
الفضائية والارضية مع الخبر  
المقدم من خلال شريط الانباء  
كخدمة إعلامية تقدم للجمهور،  
بهدف جذبه لمشاهدة القناة ومتابعة  
برامجها وهو ما يتطلب تحديث هذه  
الاخبار بصورة مستمرة وتنوع  
فئاتها.

(\*) كلية العلوم للبنات، جامعة بابل.

(1) د.سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، الانس  
والمبادئ ، القاهرة، عالم الكتب، ط1، 1976،  
ص127.

(2) د.راسم محمد الجمال، مقدمة في مناهج البحث  
في الدراسات الاعلامية، القاهرة، مركز جامعة القاهرة  
للتعليم المفتوح، 1999، ص143.

° وهؤلاء المحكمين هم كل من:

1. أ.د. علي جبار الشمري، 2. أ.م.د. عمار طاهر،  
3. أ.م.د. سعد مطشر 4. أ.م.د. رعد جاسم 5. أ.م.د.

طالب عبد المجيد

(3) أدوين راكين، مقدمة إلى وسائل الاتصال، تر: دريغ  
ملسن، القاهرة، مطبعة الاهرام، 1981، ص58.57.

(4) عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال، القاهرة، دار الفكر  
العربي، 1996، ص22.

(5) محمد معوض وياسين الياسين، دراسات اعلامية،  
الكويت ، ذات السلاسل، 1995، ص239.

(6) ستيفن أيزن لابير وآخرون ، لعبة وسائط الإعلام :  
السياسة الامريكية في عصر التلفزيون، تر: شحدة فارغ،  
ط1، عمان ، دار البشير، 1999، ص16.

(7) لامونت جونسون، نحو اتولوجيا راينشيه للتلفزيون، في  
نظرية التلفزيون، تر: اديب خضور، ط1، دمشق ، المكتبة  
الإعلامية ، 2000، ص83.84.

(8) ستيفن اينزلابير وآخرون ، مصدر سابق، ص18.

(9) د.فلاح كاظم المحنة، البرامج الاداعية والتلفزيونية  
، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جامعة بغداد،  
بيت الحكمة، 1988، ص244.

(10) د.صالح خليل ابو اصعب، الاتصال والإعلام في  
المجتمعات المعاصرة، عمان، دار آرام للدراسات والنشر  
والتوزيع، 1995، ص106.

---

(<sup>11</sup>) Robert E. Park in Howard Tumber, News: A Reader (USA: OXFORD, 1999), P.11.

(<sup>12</sup>) د. عصام سليمان موسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، ط6، عمان، اثناء للنشر والتوزيع، 2009، ص193.

(<sup>13</sup>) مجد الهاشمي، الإعلام الدولي والصحافة عبر الأقمار الصناعية، ط2، عمان، دار المناهج، 2003، ص55.

(<sup>14</sup>) د.سمير محمد حسين، اقتصاديات الاعلان في المملكة العربية السعودية، جدة، دار الاصفهاني للطباعة، 1973، ص10.

(<sup>15</sup>) Raymond L. Carroll Donald M. deris, Electronic media programming: strategies and decision making (USA: Mc Grow Hill, inc, 1993).P.19.