

مستويات ثقة الجمهور بالشريط الاخباري في القنوات التلفزيونية المحلية

دراسة ميدانية للمدة من ٢٠٢٣/٢/١٥ لغاية ٢٠٢٣/٥/١٥

**Levels of public confidence in the newsreel on local TV channels"**

**A field study for the period from 15/2/2023 to 15/5/2023**

أ.م. د يوسف محمد حسين

الجامعة المستنصرية - كلية الآداب - قسم الاعلام

**Dr. Youssef Mohamed Hussein**

**Media Department / College of Arts / Al-Mustansiriya University**

dr.yosif@uomustansiriya.edu.iq

### المستخلص :

يعد الشريط الاخباري واحداً من الفنون الاخبارية التي تحرص معظم القنوات التلفزيونية على استخدامه ولا سيما القنوات الاخبارية ، اذ يمثل خدمة اخبارية سريعة تلخص الاحداث بمختلف انواعها وتقدم للجمهور على مدار الساعة .

وتتلخص مشكلة البحث بمعرفة مدى ثقة الجمهور بالتعرض للمعلومات وتصديقها واعتمادها كمصدر للمعلومات والمقدمة عبر الشريط الاخباري او ما يعرف ب ( السبائتل )، بينما تلخصت اهداف البحث بتحديد مدى معرفة استيعاب وتقبل الجمهور للمعلومات المقدمة عبر الشريط الاخباري ومعرفة حجم ثقة الجمهور بالمعلومات التي تقدمها خدمة الشريط الاخباري ، واستخدم الباحث عبر هذه الدراسة المنهج الوصفي كونه اقرب المناهج العلمية الذي يقوم على وصف الظاهرة الاعلامية ، فضلا عن استخدام الباحث اداة ( استمارة الاستبيان ) كقياس علمي لمعرفة افكار الجمهور للموضوع محل الدراسة ، وشملت الدراسة ثلاث مباحث ، اذ شمل المبحث الاول ( الاطار

المنهجي ( للدراسة عبر استعراض مشكلة واهداف واهمية البحث ، فضلا عن المنهج العلمي المستخدم لهذه الدراسة وصولا الى نتائج البحث ، بينما تضمن المبحث الثاني(الاطار النظري) تحديد الاعتبارات الأساسية في اختيار الأخبار في القنوات التلفزيونية، والعوامل المؤثرة على انتقاء الأخبار ومؤشرات تعرض الجمهور للشريط الإخباري في القنوات الفضائية ، بينما شمل المبحث الثالث ( الاطار العملي ) تفرغ استمارة الاستبيان وشرح الجداول وفقا لتفسيرات منطقية علمية وصولا الى نتائج واستنتاجات البحث .

**الكلمات المفتاحية :** ثقة الجمهور، الاخبار، الشريط الاخباري، القنوات التلفزيونية، البرامج.

### **Abstract:**

The news tape is one of the news arts that most TV channels are keen to use, especially news channels, as it represents a quick news service that summarizes events of all kinds and is presented to the public around the clock ..

The research problem is summarized by knowing the extent of public confidence in exposure to information, its validation and adoption as a source of information provided through the news tape or what is known as (Sabbatical), while the objectives of the research were summarized by determining the extent of knowledge of the public's understanding and acceptance of the information provided through the news tape and knowing the size of the public's confidence in the information provided by the news tape service Through this study, the researcher used the descriptive approach, as it is the closest scientific method that is based on describing the media phenomenon, as well as the researcher using the tool (questionnaire form) as a scientific measure to know the public's thoughts on the subject under study. The study included three topics, as the first topic included (the methodological framework). For the study by reviewing the problem, objectives and importance of the research, as well as the scientific method used for this study to reach the results of the research, while the second topic (theoretical framework) included identifying the basic considerations in choosing news in TV channels, and the factors affecting the selection of news and indicators of audience exposure to the news tape in the channels While the third topic (practical framework) included emptying the questionnaire and explaining the tables according to scientific logical explanations leading to the results and conclusions of the research

**Keywords:** *public trust, news, news tape, TV channels, programs .*

المبحث الاول : ( الاطار المنهجي ) ويشمل :-

اولاً / مشكلة البحث :

يتطلب ان تصاغ مشكلة البحث بشكل يعطي انطباعاً واضحاً على انها موقف غامض او تساؤل يراود ذهن الباحث ويحاول ايجاد حل او جواب مناسب له ولهذا يجب ان تتحدد عبارات المشكلة بشكل دقيق وواضح ( قنديلجي ، ١٩٩٢ ، ص٦٤ )

لهذا تتلخص مشكلة البحث بمعرفة مدى ثقة الجمهور بالتعرض للمعلومات وتصديقها واعتمادها كمصدر للمعلومات والمقدمة عبر الشريط الاخباري او ما يعرف ب ( السبتايتل ) لذلك يمكن صياغة مشكلة البحث بالتساؤلات الآتية:

١. ما حجم مشاهدة الجمهور العراقي للشريط الإخباري في القنوات الفضائية العراقية.
٢. ما حدود التفضيل والاهتمام بين أوساط الجمهور العراقي للقنوات الفضائية العراقية في متابعة الشريط الإخباري.
٣. ما حدود المقارنة للجمهور العراقي مع قنوات فضائية عراقية أخرى في متابعة الشريط الإخباري.
٤. ما المواصفات التي يجب أن تتوفر في الشريط الإخباري من وجهة نظر المبحوثين لمتابعة الشريط الإخباري في القنوات الفضائية العراقية.
٥. ما طبيعة الموضوعات السائدة في الشريط الإخباري للقنوات الفضائية العراقية.

ثانياً / اهداف البحث : تحديد مدى معرفة استيعاب وتقبل الجمهور للمعلومات المقدمة عبر الشريط الاخباري ومعرفة حجم ثقة الجمهور بالمعلومات التي تقدمها خدمة الشريط الاخباري، فضلاً عن تحديد مواطن القوة والضعف للشريط الإخباري في الفضائيات العراقية.

ثالثاً / اهمية البحث : يعد هذا البحث واحة من البحوث المهمة التي تركز وتبين لنا الدور الذي يمكن ان تؤديها خدمة الشريط الاخباري في جذب وتعرض الجمهور للقنوات التلفزيونية ، فضلاً عن دراسة ماهية الشريط من حيث البناء والاسلوب وطرق التحرير الاخباري المستخدم في صياغته بالشكل النهائي .

رابعاً / منهج البحث : استخدم الباحث عبر هذه الدراسة المنهج الوصفي كونه اقرب المناهج العلمية الذي يقوم على وصف الظاهرة الاعلامية ، فضلاً عن استخدام الباحث اداة ( استمارة الاستبيان ) كقياس علمي لمعرفة افكار الجمهور للموضوع محل الدراسة .

**خامساً / مجالات البحث :** تتمثل مجالات البحث بالمجالين الزمني والمكاني ، فالمجال الزمني يتمثل بدراسة الجمهور للموضوع محل البحث من ٢٠٢٣/٢/١٥ لغاية ٢٠٢٣/٤/١٥ اي بواقع ثلاثة اشهر ، اما اسباب اختيار هذه المدة تحديدا كونها مدة مليئة بالأحداث في العراق على مستوى السياسي والامني والاقتصادي وكذلك الرياضي فضلا عن بعض القضايا الدينية ، اما المجال المكاني للبحث ، فيتمثل بدراسة عينة عشوائية الجمهور داخل الجامعة المستنصرية .

**سادساً / مجتمع البحث وعينته :** يتمثل مجتمع البحث بدراسة جمهور مدينة بغداد ، ونظراً لاتساع مجتمع البحث فقد اعتمد الباحث على العينة العشوائية البسيطة باتخاذ وتوزيع استمارة الاستبيان بواقع (٢٠٠) استمارة داخل الجامعة المستنصرية كممثل عن جمهور مدينة بغداد لما تضمنه الجامعة من مجتمع متنوع من طلبة وموظفين ومراجعين من مختلف المستويات للجمهور .

**سابعاً / الصدق والثبات :** يقصد به صدق الاستبيان بمعنى ان الاستبيان يكشف فعلا عن متغير او المتغيرات الذي وضع من اجل الكشف عنها (سعيد ، ١٩٩٠ ، ص١٤٧).

واستخدم الباحث الصدق الظاهري في البحث وذلك عبر تصميم استمارة الاستبيان الخاصة بالتحليل وعرضها على مجموعة من الخبراء ( المحكمين ) وهم كل من (١-أ.د رياض خمات جلو / قسم الاعلام -كلية الآداب/المستنصرية و٢-أ.د رائد حسين الملا / قسم الاعلام - كلية الآداب / المستنصرية و٣- أ.م د. غزوان جبار محمد / قسم الاعلام - كلية الآداب / المستنصرية ) ، والذين قاموا بإبداء بعض التعديلات الطفيفة على الاستمارة وبلغت نسبة الاتفاق ب( ٩١ % ) وهي نسبة اتفاق عالية .

اما الثبات فيقصد به ثبات استمارة الاستبيان والاشارة الى اتساق البيانات التي تجمعها بواسطة هذه الاداة وان يكون لهذه البيانات منطق واحد او اتجاه واحد ( سعيد ، ١٩٩٠ ، ص١٤٦ ) ، فقد اعتمد الباحث على الاتساق مع نفسه عبر اعادة التحليل مرة ثانية على استمارة التحليل مدة اسبوعين بين التحليل الاول والثاني وبنفس النسب.

**ثامناً / نتائج البحث :** جاءت ابرز نتائج البحث وهي :-

١- أشارت محصلة إجابات المبحوثين بشأن التساؤل عن وقت مشاهدة الجمهور للشريط الإخباري في القنوات الفضائية العراقية إلى أن الغالبية بواقع (٤٥%) وبعده تكرارات بلغت (٩٠) من المبحوثين يشاهدون السبائتل في وقت المساء وقت الذروة من الساعة (٦-٩) مساءً .

٢- توزعت إجابات المبحوثين بشأن التفضيل ما بين القنوات الفضائية العراقية فيما يخص تناولها للأحداث المختلفة عبر شريطها الإخباري، إذ جاءت قناة العراقية بالمرتبة الأولى بنسبة (٤٩%) وبعدها تكرارات بلغت (٩٨).

٣- كانت وراء عملية التفضيل للجمهور العراقي في متابعة الشريط الإخباري أسباب ومبررات عديدة أكدت ميول الجمهور لقنوات معينة لأنها موضوعية في تناول الأحداث ، إذ أشار جميع المبحوثين بأنهم (يتفقون تماماً) على أهمية هذا المتغير في عملية التفضيل وأكد ذلك (٣٠%) ، فضلاً عن باقي مستويات التفضيل الأخرى .

٤- يلجأ الجمهور في أوقات معينة إلى مقارنة ما يتلقاه من أخبار ومعلومات عبر القنوات الفضائية إلى المقارنة ما بين هذه القنوات لغرض التحقيق والتأكد من المعلومة ، إذ جاءت النتائج المقارنة مع قنوات فضائية أخرى مرتفعة كمجموع كلي لجميع فئات المقياس بـ (٨٠%) من مشاهدي قناة العراقية

٥- توزعت ثقة الجمهور بالقنوات الفضائية العراقية وكانت النسبة الأكبر من المبحوثين بنسبة (٦٠%) وبعدها تكرارات بلغت (١٢٠) سجلوا موقفهم في سياق (أثق جداً) وهي تؤشر مدى ثقة الجمهور العراقي بالقنوات العراقية وكانت معظم إجابات هذا المستوى تمثل جمهور قناة العراقية .

٦- تراوحت مستويات التفضيل لطبيعة الموضوعات التي يتابعها الجمهور العراقي في الشريط الإخباري ما بين السياسي والاقتصادي والرياضي والثقافي، إذ جاءت بالمرتبة الأولى للموضوعات السياسية في قناة العراقية بنسبة (٤٥%) وجاءت الموضوعات الاقتصادية لقناة الشرقية أولاً بنسبة بلغت (٣٩%) ، أما الموضوعات الرياضية فحظيت باهتمام جمهور قناة العراقية أيضاً وجاءت أولاً بنسبة بلغت (٤٠%) ، بينما الموضوعات الثقافية فجاءت بالمرتبة الأولى لقناة الشرقية بنسبة (٤٥%) .

### المبحث الثاني (الاطار النظري) :- اليات بناء وصياغة الشريط الاخباري

#### أولاً: الاعتبارات الأساسية في اختيار الأخبار في القنوات التلفزيونية.

أمدت تأثير التطور في كافة المجالات في الحياة البشرية إلى مجالات الأخبار والنشرات الإخبارية بما يتعلق من صياغات الأخبار وقولها ولغتها وأساليبها وطرائق إيصالها إلى جمهورها المتخصص او العام ودفع هذا التطور وسائل الإعلام المختلفة إلى البحث الجاد عن أفضل السبل والأساليب للوصول إلى الجمهور وهذه غاية كل وسيلة إعلامية ناجحة (جواد ، ٢٠٠٠ ، ص١٣)

لذلك يأتي الشريط الإخباري (السبتايل) واحدة من الأساليب الحديثة التي لجأت إليه معظم القنوات

التلفزيونية في استخدامه لإيصال أكبر قدر معين من المعلومات للجماهير .

أن موضوعات الأخبار متعددة، منها الأخبار السياسية والاقتصادية والاجتماعية والعلمية والرياضية.. الخ

وقد فرض هذا التنوع والتعدد كما فرضه طبيعة العمل الإعلامي اعتبارات معينة لا بد من مراعاتها والأخذ

بها عند اختيار وإعداد الأخبار وتشمل هذه الاعتبارات ما يلي :- (مرزوق ، ١٩٩٧ ، ص١١٨ )

١. التوازن والتوقيت: والتحقيق عملية التوازن هذه لا بد من اختيار القدر المعقول من كل نوع من أنواع الأخبار مع عدم الإخلال بالاعتبارات الأخرى المتعلقة بموعد بث النشرة أو الموجز، إذ لا بد من اختيار مجموعة معينة من الأخبار في أوقات معينة.
٢. الحداثة والدقة: أي ان تكون الأخبار المقدمة خاصة بأحداث وقعت بالفعل وفي وقت قريب جداً، فلا تكون مجرد تكهنات او تنبؤات بأحداث مستقبلية أو مر على وقوعها فترة طويلة، حتى تحمل للمشاهد جاذبية اكبر وكذلك لا بد من استبعاد أية أخبار قد يشك في صحتها.
٣. الاعتبار الأخلاقي: وهو أحد الاعتبارات الهامة التي تحكم عملية اختيار الأخبار، فلا بد أن يستقر في ضمير العاملين في هذا المجال أن الأصل هو ان يخبروا الناس بأكبر قدر ممكن من الأخبار، وان يستقر في ضميرهم الشيء الذي يؤرقهم لتقديم خدمة وافية، وإذا دعت ضرورة قصوى لحجب بعض الأخبار فلا بد ان يكون لذلك ما يبرره.

ولا بد ان تتوفر في الخبر الناجح عدة شروط و قواعد مثل (البساطة والدقة والإيجاز والوضوح والتزام الواقعية )  
(السيد وحسن مكاوي ، ١٩٩٩، ص١٠٥)

#### ثانياً: العوامل المؤثرة على انتقاء الأخبار التلفزيونية :

هنالك من يرى بأن هنالك عوامل مؤثرة في عملية انتقاء الأخبار للجمهور وتتمثل هذه المؤثرات ب (القيم الشخصية للقائم بالاتصال والقيم المهنية والجمهور والمصادر الإخبارية والسياسية الإعلامية وتأثير وكالات الأنباء والافلام والشرائط ) (شليبي ، ٢٠٠٨ ، ص٩٢-٩٣)

وهنالك عدد من الشروط الواجب توفرها لأي خبر يوجه للجمهور منها:

١. الوضوح: إذ تعتمد الكتابة للتلفزيون على الوضوح والبساطة والسهولة والصدق والألفة، والوضوح في الكتابة مطلوب ليتحقق الفهم السهل للجمل والأفكار ( الحسن ، ١٩٩٨ ، ص٨٢)
- فالكاتب التلفزيوني يعرض من خلال ما يكتبه للشاشة الصغيرة العالم على أتساعه بما فيه من أحداث وشتى مظاهر الحياة وتتاح له الفرصة من خلال ما يكتبه لأنه يخاطب مختلف فئات الجماهير من حيث طبائعهم واتجاهاتهم بلغة مشتركة تتسم بالوضوح والسهولة والبساطة من الكلمة وتستفيد من حركة الصورة والعناصر المرئية والاتصال اللغوي (شرف ، ١٩٩٨٠ ، ص٢٦٦)
٢. الحيوية: يجب أن تتسم الكتابة للتلفزيون بالحيوية التي تجذب المشاهدين وتحفظ باهتماماتهم في شرحها وتفسيرها للصورة وتزامنها معها بالقدر الذي يكشف عن مضمون ومحتوى الصورة.
٣. التنوع: يأتي التنوع في كلمات وجمل وعبارات النص التلفزيوني تبعاً للمشاهد، إذ لا بد من توفر هذه الخاصية من أجل الاحتفاظ باهتمام المشاهد ويتحقق ذلك عن طريق استعمال الجمل القصيرة و فقرات مختلفة الأطوال تبعاً لأطوال المشاهد التلفزيونية مع مراعاة سرعة الإلقاء بما يتماشى وسرعة المشاهد.

٤. **الاختصار:** أن المقصود بالاختصار استخدام الجمل القصير التي تؤدي بسهولة للوصول إلى المعنى بالنسبة للمشاهد في يسر وسهولة النص تجنب التكرار والاستطراد ويكون الاختصار في مكونات النص من جمل وعبارات حتى يأتي النص سهلاً ومبسوطاً واضحاً يتوافق والمشاهد المصاحبة (مقلد ، ١٩٩٧٥ ، ص٣١٥) .

#### **ثالثاً : مؤشرات تعرض الجمهور للشريط الإخباري في القنوات الفضائية المحلية :**

تقف في طريق تعرض الجمهور للوسائل الإخبارية معوقات عديدة ومن تحديد أنه من بين تلك المعوقات ما هي مادية كعدم تيسر الوسيلة الإخبارية للجمهور وقد يكون ما هو نفسي او اجتماعي ، إذ أن التعرض يعد من الأساسيات الضرورية في عملية الاتصال بمجملها إذ بدون التعرض - تعرض الجمهور - لا يصبح إي فائدة من توجيه رسائل إعلامية للجمهور المستهدف وبالتالي ستكون الرسالة الإعلامية عبارة عن معلومات لا جدوى منها ولا يمكن ان تؤثر في الآخرين.

لذلك من الضروري جداً الوقوف على تلك المعوقات التي قد تحول دون الغرض للوسائل الإعلامية أو إنها تحد منه وهي ( درجة تيسر الوسيلة والقصور في المهارات الاتصالية للجمهور وميل الأفراد إلى التعرض للرسائل المتوافقة مع آرائهم وعقائدهم وأن الأفراد يختلفون فيما بينهم في مدى تعرضهم للوسائل والرسائل الاتصالية بفوارق كبيرة وابتعاد المضمون عن حاجات الجمهور واهتماماته ) (الهيبي ، ١٩٩٨ ، ص٥٥) .

ويمكن إجمال عدد من الخصائص أو العناصر التي تتوفر في خبر معين في الوسيلة الإخبارية ومن بينها الخبر المكتوب أو المعروف في السبنايتل والتي تحكم في اختيار هذا الخبر أو عدم اختياره للنشر إلا أن هذه العناصر ليست وحدها هي التي تحكم عملية الانتقاء بل هناك عوامل أخرى خارجة عن طبيعة الخبر نفسه. وعلى هذا الأساس يمكن تقسيم العوامل والاعتبارات التي تتحكم في انتقاء الأخبار إلى نوعين: ( شلبي ، ٢٠٠٨ ، ص١٣٤ )

**الأول:** العوامل والاعتبارات المتعلقة بطبيعة الخبر نفسه والمقصود بها العناصر التي يحتوي عليها الخبر او الخصائص التي تميزه.

**الثاني:** اعتبارات أخرى لا علاقة لها بطبيعة الخبر بل تتعلق بالظروف والأوضاع السياسية أو المهنية التي تعمل الوسيلة في ظلها.

- **عناصر الخبر الصحفي** وهي ( الجدة أو الحالية او عنصر الزمان والتواصل الزمني للخبر والأهمية والمحلية او المكان والتوقع او الاحتمالات المنتظرة والتوقيت والضخامة والشهرة والغرابة والتشويق والطرافة والإثارة والعنصر الإنساني والصراع والمنافسة والأقناع والدقة ) (شلبي ، ٢٠٠٨ ، ص١٣٤-١٥٠)
- **الاعتبارات السياسية والمهنية في تعرض الجمهور** وهي ( سياسة الوسيلة والرقابة والموازنة ونوعية الأخبار والاستيعاب وتوقيت او موعد البث او العرض )

#### **رابعاً : مستويات ثقة الجمهور بالمضمون الاخباري**

يتطلب الإعلام الناجح وتأثيره في الجمهور أن تتوفر فيه مجموعة من الشروط والمواصفات والتي تنعكس وتؤثر في العلاقة بين الوسيلة والجمهور وهي ( الصدق والصحة: وتشمل صدق الأفعال وصدق الأقوال والصدق الذاتي والدقة والموضوعية والتي يمكن أن تتحقق من خلال التوازن والإسناد وعدم خلط الرأي بالخبر والمسؤولية ) (راضي ، ٢٠١١ ، ص ٦٤-٦٨ ) .

#### خامساً : الشريط الإخباري أهميته وطرق صياغته وتحريره

- **تعريف الشريط الإخباري:** هو عبارة عن نشرة أخبار مرئية مقروءة متحركة تقدمها المحطات التلفزيونية كخدمة إخبارية لمتابعة تطورات الأحداث المحلية والإقليمية والدولية.
- **أهمية الشريط الإخباري:** تكمن أهمية الشريط الإخباري التلفزيوني في أنه يتابع الأحداث أول بأول ويمكن المشاهد من متابعة هذه الأحداث دون انتظار لوقت محدد لمتابعة نشرة الأخبار، فالمعلومة المقدمة عبر الشريط الإخباري تكون متاحة للمشاهد في كل الأوقات، كما أنه يتيح المجال لرفده بالمعلومات الإضافية حول أحداث عند وقوعها وتعديل أخبار نتيجة تطور حدث ما ويندرج الشريط الإخباري ضمن خدمة الأخبار العاجلة ([www.iraqirabita.org](http://www.iraqirabita.org))

والشريط الإخباري هو خدمة إخبارية مستحدثة منذ حرب الخليج الثانية عام ١٩٩٠ وكانت شبكة الأخبار الأمريكية CNN لها سبق في هذه الخدمة تبعتها المحطات الإخبارية المتخصصة والمحطات العامة سواء كانت العربية أو الأجنبية في تقديم هذه الخدمة للمشاهدين، حتى أصبح الشريط الإخباري منتجاً أساسياً في الخدمة الإخبارية اليومية في معظم القنوات الأرضية والفضائية. ولعل أهم ما يميز هذه الخدمة إنها سريعة ويمكن أن تحقق سبق في ملاحقة الأخبار وتوصيلها بكل تطوراتها لحظة بلحظة للمتلقي بفارق زمني ملحوظ قبل القطع على الهواء وتقديم أهم الأنباء.

ويتطلب تحقيق ذلك الأمر من الناحية التحريرية ثلاثة أمور مهمة وهي:

١. اليقظة لتحقيق السرعة المطلوبة في ملاحقة الأخبار.
  ٢. الصياغة اللغوية والنحوية المختصرة للأحداث التي ترد تباعاً من وكالات الأنباء أو من مصادر الأخبار التقليدية الأخرى من المراسلين بالداخل أو الخارج أو من غير التقليدية التي يكونها رجل الأخبار من دوائره الخاصة بالداخل والخارج.
- امتلاك مهارة التعبير باللغة العربية إذ أن اللغة العربية تتميز بأنها لغة غنية بالمفردات وربما هذه الميزة جعلت البعض يستسهل عن طريق الاستطراد في عرض الخبر والتلاعب بالألفاظ دون حاجة حتى ولو كان بعضها يقود إلى المعنى نفسه ولذا فإن الشريط الإخباري يجب أن يكون جماً أسمية وليست فعلية وأن تكون الأفعال في زمن المضارع وليس الماضي ([www.kenanonline.com](http://www.kenanonline.com))



ويعود أول استخدام للشريط الإخباري ، عندما استخدم التلفزيون البريطاني طريقة القلم الإلكتروني لإذاعة نشرة الاخبار لمن فقدوا حاسة السمع وذلك في ابريل عام ١٩٦٩ ( الكعبي وايمان عبد الرحمن ، ٢٠٠٨ ، ص ١١١ ) .

#### سادساً : الخصائص المهنية للشريط الإخباري :-

يتميز الشريط الإخباري التلفزيوني بعدد من الخصائص التي لها الدور الكبير بتثبيت معلومات الشريط

وهي:

١. تكرار العرض: يتميز الشريط الإخباري على المحطة التلفزيونية بتكرار عرض مضمونه لعدة ساعات من اليوم ويتمثل التكرار فيما يأتي:
  - يعتمد على التكرار المتتالي لفترة زمنية ليست بالقصيرة والتكرار وسيلة من وسائل تثبيت المعلومة، الفكرة، الرأي، المواقف كما أن التكرار أيضاً هو أحد ادوات الإقناع وإذا حصل ذلك تتغير المواقف والاتجاهات.
  - يكون العرض بشكل متحرك من اليسار إلى اليمين أو بالعكس بما ويتلائم وقراءة العين بعكس مسار حركة الشريط.
  - يكون العرض بطيئاً نسبياً من حيث حركة الشريط وهذا يمكن القارئ من التمعن في مضمون الشريط الإخباري.
  - مدة عرض الشريط في المرة الواحدة لا تتجاوز (٣) دقائق في حين ان معدل مشاهدة الشخص للتلفزيون يبلغ ساعة في جلسة المشاهدة الواحدة وهذا لا يعني ان يتعرض بمعدل ٢٠ مرة في الساعة لقراءة مضمون الشريط الإخباري.
٢. التكثيف: يتميز الشريط الإخباري بتكثيف المضمون ويتمثل بصياغة الخبر بجملة إخبارية قصيرة مكثفة المعلومات المباشرة الواضحة بما لا يتجاوز عشر كلمات.
٣. الكم: يلاحظ أن الشريط الإخباري يتميز بعدد من الأخبار المنفصلة ذات المضمون والسياق الواحد.
٤. قصر المدة الزمنية (السرعة): أن مدة عرض الخبر الواحد على الشريط الإخباري في المرة الواحدة لا يتجاوز (١٥) ثانية وهي مدة قصيرة جداً مقارنة بعرض الخبر نفسه في النشرة الإخبارية العادية قد يتجاوز الـ (٦٠) ثانية.
٥. اللون و الحركة: يتميز الشريط الإخباري بخاصيتي اللون والحركة وهما من عوامل جذب انتباه المشاهد وتعميق تركيزه على المضمون فالمضمون عادة يكتب على خلفية ملونة.
- ٦- اللغة: الصياغة اللغوية لمضمون الشريط الإخباري تكون مختصرة وتعبّر عن كلام قليل بدلالة عميقة وتصاغ بفعل مضارع وليس الماضي ([www.iraqirabita.org](http://www.iraqirabita.org)).

لذلك ينبغي الانتباه الى الاستخدام الامثل للكلمات ومراعاة اساليب الكتابة الواضحة البسيطة عبر توظيف نمط الجملة الاسمية (مبتدأ + لجملة الفعلية ) يستخدم للتعبير عن فورية الحدث واستمراريته ولفت الانتباه الى المسند اليه بتقديمه على فعله لأهميته وابعاده للمشاهد بوصفه محور الخبر في حين ان الفعل المضارع المسند الى الاسم الواقع قبله يدل على حالة وقوع الحدث واستمرار وقوعه حتى وقت اذاعة نشرة الاخبار ( الكعبي وايمان عبد الرحمن ، ٢٠٠٨ ، ص١١٥ )

وبناءً على ما تقدم يمكن استنتاج ان الشريط الإخباري أو ما يعرف بـ (السبتايتل) هو يمثل ظاهرة رافقت ظهور القنوات الفضائية وتطورت بتطورها وهذه الظاهرة صارت تحتل أهمية متزايدة في الفضائيات وهذا الشريط يخدم أغراضاً متعددة، فضلاً عن دوره التعزيزي في تكثيف الخبر المصور بصورة مقروءة، نجد أن هذا الشريط صار يستخدم لجذب انتباه المتلقي من خلال خدمة الخبر العاجل (باللون الأحمر، ذي الدلالات الخطرة والمثيرة عادة) هذا بالإضافة إلى استخدامه في الإعلانات التجارية وعروض البيع.

لذلك فإن السبتايتل هو نوع جديد من الفن البصري المقروء وهو ينافس هنا الفن المصور المسموع، فكما كان تأثير أحدهما أقوى استأثر بعين المتلقي وأهمل الآخر.

ومما تقدم نلخص بان الخبر على الشريط الإخباري هو يحمل المواصفات والخصائص التالية:

١. معبر ودال على الحدث الذي وقع الآن او قبل قليل او سيقع في وقت لاحق اليوم أو الغد.
٢. مختصر لا يخل بالمعنى المراد تمريره للمتلقي ويحتوي على الشيء الجديد الذي يجب توضيحه بسرعة وموضوعية.
٣. أقرب ما يكون للعنوان التلغرافي في شكل جملة اسمية.
٤. مراعاة الصياغة اللغوية وعدم استخدام الألفاظ الغريبة أو التراكيب المعقدة او الجمل الطويلة والاعتراضية.
٥. مراعاة قواعد الصرف والنحو خاصة في المضاف إليه والمجرور والمثنى والجمع والأرقام والأعداد المركبة وغيرها.

### المبحث الثالث : ( الاطار العملي ) تفرغ استثمار الاستبيان وشرح الجداول وتفسيرها

#### اولاً : تفرغ استثمار الاستبيان :

في سياق تحليل المؤشرات الكمية المستقاة من إجابات المبحوثين المستخلصة من استمارات الاستبيان، تم تقسيم الجداول على وفق مجموعة من المحاور العامة والتفصيلية في جانب من التنظيم والتبويب تسهيلاً لعملية التحليل والتغيير للبيانات والمؤشرات المستخلصة.

#### ثانياً : تحليل النتائج

١. السمات العامة للمبحوثين : توزعت السمات العامة للمبحوثين على محاور عدة (جدول ١) إذ كانت أعمارهم كالاتي من (٣٠-٢٠) %٥٥ ومن (٤٠-٣٠) %٣٥ ومن (٦٠-٤٠) %١٠.

الأعمار	العدد	النسبة المئوية	المرتبة
من (٣٠-٢٠)	١١٠	%٥٥	الأولى
من (٤٠-٣٠)	٧٠	%٣٥	الثانية
من (٦٠-٤٠)	٢٠	%١٠	الثالثة
المجموع	٢٠٠	١٠٠	

جدول (١) يوضح المبحوثين حسب أعمارهم

وعلى صعيد الجنس جدول (٢)، إذ بلغ عدد الذكور منهم (٦٠%) والإناث (٤٠%)

الجنس	العدد	النسبة المئوية	المرتبة
الذكور	١٢٠	%٦٠	الأولى
الإناث	٨٠	%٤٠	الثانية
المجموع	٢٠٠	١٠٠	

جدول (٢) يوضح جنس المبحوثين

٢. التعرض للقنوات الفضائية العراقية : فجاءت بالمرتبة الأولى جميع أعداد المبحوثين بأنهم يتعرضون للشريط

الإخباري السبتائيل في القنوات الفضائية العراقية ونسبة %١٠٠ وهي كما مبين في الجدول (٣)

التعرض للقنوات الفضائية العراقية	العدد	النسبة المئوية	المرتبة
نعم	١٠٠	%١٠٠	الأولى
كلا	-	-	الثانية
المجموع	٢٠٠	-	

جدول (٣) يبين أعداد المبحوثين الذين يتعرضون للشريط الإخباري

❖ وقت المشاهدة المفضلة للجمهور بمتابعة الشريط الاخباري :

أشارت محصلة إجابات المبحوثين بشأن التساؤل عن وقت مشاهدة الجمهور للشريط الإخباري في القنوات الفضائية العراقية إلى أن الغالبية بواقع (٤٥%) وبعدد تكرارات بلغت (٩٠) من المبحوثين يشاهدون السبتائيل في وقت المساء وقت الذروة من الساعة (٦-٩) مساءً وجاءت بالمرتبة الثانية ليلاً من الساعة (٩-١٢)

وبعد تكرارات بلغت (٦٠) ، وجاءت في المرتبة الثالثة وقت الصباح من (٩-١٢) ظهرًا بعدد تكرارات بلغت (٣٠) ونسبة مئوية (١٥%) ، وحلت في المرتبة الرابعة وقت الظهيرة من (٣-١٢) عصرًا بعدد تكرارات بلغت (٢٠) تكرارا ونسبة مئوية (١٠%) وكما مبين في الجدول (٤).

المرتبة	النسبة المئوية	العدد	وقت المشاهدة
الأولى	٤٥%	٩٠	فترة المساء من (٩-٦)
الثانية	٣٠%	٦٠	فترة الليل من (١٢-٩)
الثالثة	١٥%	٣٠	فترة الصباح من (١٢-٩)
الرابعة	١٠%	٢٠	فترة الظهيرة من (٣-١٢)
المجموع	١٠٠%	٢٠٠	

جدول (٤) يبين أوقات مشاهدة المبحوثين للشريط الإخباري

٣. مستويات التفضيل لدى الجمهور العراقي في متابعة الشريط الإخباري في القنوات الفضائية العراقية عبر المبحوثين عن وجهات نظر متعددة بشأن التفضيل بين القنوات الفضائية العراقية في مسألة متابعة شريطها الإخباري وجاءت النتائج كما يلي:

أ. القنوات الفضائية العراقية المفضلة : توزعت إجابات المبحوثين بشأن التفضيل ما بين القنوات الفضائية العراقية فيما يخص تناولها للأحداث المختلفة عبر شريطها الإخباري، حيث جاءت قناة العراقية بالمرتبة الأولى بنسبة (٤٩%) وبعدد تكرارات بلغت (٩٨) وتلتها قناة الشرقية بنسبة (٣٢%) بعدد تكرارات بلغت (٦٤) ، بينما حلت قناة السومرية بالمرتبة الثالثة بنسبة (١١%) وبعدد تكرارات بلغت (٢٢) ، بينما حلت قناة دجلة بالمرتبة الرابعة بنسبة (٥%) وبعدد تكرارات بلغت (١٠) تكرارات ، أما قناة الرشيد فجاء بالمرتبة الأخيرة وهي الخامسة بنسبة (٣%) وبعدد تكرارات بلغت (٦) تكرارات فقط. وكما مبين في الجدول (٦)

المرتبة	النسبة المئوية	عدد المشاهدات	القنوات
الأولى	٤٩%	٩٨	العراقية
الثانية	٣٢%	٦٤	الشرقية
الثالثة	١١%	٢٢	السومرية
الرابعة	٥%	١٠	دجلة
الخامسة	٣%	٦	الرشيد

المجموع	٢٠٠	%١٠٠
---------	-----	------

جدول (٦) يوضح مستويات تفضيل المشاهدة لدى الجمهور العراقي للقنوات الفضائية المحلية

### ب. مزايا التفضيل للجمهور العراقي للشريط الإخباري في القنوات الفضائية المحلية:

كانت وراء عملية التفضيل للجمهور العراقي في متابعة الشريط الإخباري أسباب ومبررات عديدة أكدت ميول الجمهور لقنوات معينة التي تم ذكرها سابقا المتمثلة بالخمس القنوات ، لذلك جعلت تقديرات الجمهور تفوق هذه القنوات او قناة معينة على الأخرى وذلك عن طريق مجموعة من المحاور انظر الجدول (٧).

١. لأنها موضوعية في تناول الأحداث

أشار جميع المبحوثين بأنهم (يتفقون تماماً) على أهمية هذا المتغير في عملية التفضيل حيث أكد ذلك (٣٠%).

٢. لأنها حيادية في تناول الأحداث: حيث أشار (١٩%) من المبحوثين إلى إنهم يتفقون تماماً، كما أشار (٦%) إلى أنهم يمكن أن يتفقوا أو لا يتفقوا .

المبررات	اتفق تماماً	النسبة	اتفق إلى حد ما	النسبة	اتفق أو لا اتفق	النسبة	لا اتفق إلى حد ما	النسبة	لا اتفق تماماً	المجموع	النسبة
موضوعية في تناول الأحداث	٦٠	%٣٠	-	-	-	-	-	-	-	٦٠	%٣٠
حيادية في تناول الأحداث	٣٨	%١٩	-	-	١٢	%٦	-	-	-	٥٠	%٢٥
دقيقة في تناول الأحداث	-	-	٢٠	%١٠	١٥	%٧.٥	-	-	١٠	٤٥	%٢٢.٥
غير منحازة في تناول الأحداث	١٦	%٨	-	-	٨	%٤	٦	%٣	-	٣٠	%١٥
مستقلة في تمويلها	-	-	٨	%٤	٤	%٢	٣	%١.٥	-	١٥	%٧.٥

جدول (٧) يبين مزايا التفضيل للجمهور العراقي للشريط الإخباري في القنوات الفضائية المحلية

١. لأنها غير منحازة في تناول الأحداث: حيث أشار (٨%) بأنهم يتفقون تماماً مع هذا الرأي ، بينما

أشار (٤%) منهم بأنهم (يتفقون او لا يتفقون) مع هذا الرأي.

٢. لأنها دقيقة في تناول الأحداث: حيث أشار (١٠%) من المبحوثين بأنهم يتفقون إلى حد ما مع هذا

الرأي، بينما نجد ان (٧.٥%) يتفق أو لا يتفق مع هذا الرأي.

٣. لأنها مستقلة في تمويلها. نجد أن نسبة (٤%) يؤيدون هذا الرأي بأنهم يتفقون إلى حد ما بهذا الرأي.  
بينما جاءت لا يتفقون إلى حد ما بالمرتبة الثانية بنسبة (٢%).

#### ٤. المقارنة مع قنوات فضائية محلية أخرى :

يلجأ الجمهور في أوقات معينة إلى مقارنة ما يتلقاه من أخبار ومعلومات عبر القنوات الفضائية إلى المقارنة ما بين هذه القنوات لغرض التحقيق والتأكد من المعلومة ، إذ جاءت النتائج المقارنة مع قنوات فضائية أخرى مرتفعة كمجموع كلي لجميع فئات المقياس بـ (٨٠%) من مشاهدي قناة العراقية و (٦٠ %) من مشاهدي قناة الشرقية بـ (٢٨%) لمشاهدي قناة دجلة وبنسبة (١٨%) لمشاهدي قناة الرشيد واخيرا بنسبة (١٤%) لمشاهدي قناة الرشيد وكما موضح في الجدول (٨) بشكل تفصيلي لفئات المقارنة والرئيسة والفرعية للقنوات المحلية .

القنوات	كثيراً ما أقارن	قليلاً ما أقارن	النسبة	يمكن أن أقارن أو لا أقارن	النسبة	لا أقارن إلا قليلاً	النسبة	لا أقارن أبداً	النسبة	المجموع	النسبة
قناة العراقية	-	-	-	-	-	٦٠	٣٠%	٢٠	١٠%	٨٠	٤٠%
قناة الشرقية	-	٤٠	٢٠%	٢٠	١٠%	-	-	-	-	٦٠	٣٠%
قناة السومرية	-	٢٠	١٠%	-	-	٨	٤%	-	-	٢٨	١٤%
قناة دجلة	-	-	-	-	-	-	-	١٨	٩%	١٨	٩%
قناة الرشيد	١٤	-	-	-	-	-	-	-	-	١٤	٧%
المجموع	٢٠٠	١٠٠									١٠٠

جدول (٨) يوضح فيه مدى مقارنة مشاهدي القنوات الفضائية العراقية مع قنوات أخرى.

#### ٥-الثقة بالقنوات الفضائية العراقية :

توزعت ثقة الجمهور بالقنوات الفضائية العراقية وكانت النسبة الأكبر من المبحوثين بنسبة (٦٠%) وبعدها تكرارات بلغت (١٢٠) سجلوا موقفهم في سياق (أثق جداً) وهي تؤشر مدى ثقة الجمهور العراقي بالقنوات العراقية

وكانت معظم إجابات هذا المستوى تمثل جمهور قناة العراقية، بينما جاءت بالمرتبة الثانية للمستوى (أثق، إلى حد ما) بنسبة (٣٠%) وكانت لمشاهدي قناة السومرية بعدد تكرارات بلغت (٦٠) تكرارا، وحلت رابعا قناة الشرقية بنسبة بلغت (٦%) وبعدها تكرارات بلغت (١٢) تكرارا، وجاءت في المرتبة الأولى للمستوى (يمكن أن أثق أولا أثق) لمشاهدي قناة الشرقية بنسبة (٤%) وبعدها تكرارات بلغت (٨) تكرارات وحول ذلك ينظر الجدول (٩).

القنوات	أثق جداً	النسبة	أثق إلى حد ما	النسبة	يمكن أن أثق أو لا أثق	النسبة	لا أثق إلى حد ما	النسبة	لا أثق أبداً	النسبة	المجموع	النسبة
العراقية	١٢٠	%٦٠	-	-	-	-	-	-	-	-	١٢٠	%٦٠
السومرية	-	-	٦٠	%٣٠	-	-	-	-	-	-	٦٠	%٣٠
الشرقية	-	-	١٢	%٦	٨	%٤	-	-	-	-	٢٠	%١٠
دجلة	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
الرشيد	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
المجموع	٢٠٠	١٠٠	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

جدول (٩) يوضح مستويات الثقة للجمهور بالنسبة للقنوات الفضائية العراقية

#### ٦-الموضوعات المفضلة للجمهور العراقي في الشريط الإخباري :

تراوحت مستويات التفضيل لطبيعة الموضوعات التي يتابعها الجمهور العراقي في الشريط الإخباري ما بين السياسي والاقتصادي والرياضي والثقافي، اذ جاءت بالمرتبة الأولى للموضوعات السياسية في قناة العراقية بنسبة (٤٥%) وبعدها تكرارات بلغت (٩٠) تكرارا وتلتها قناة الشرقية بنسبة (٢٥%) وبتكرارات بلغت (٥٠) تكرارا، بينما حلت ثالثاً قناة السومرية بنسبة مئوية بلغت (٢٠%) وبعدها تكرارات بلغت (٤٠) تكرارا، وحلت رابعا قناة دجلة بنسبة مئوية بلغت (٦%) وبعدها تكرارات بلغت (١٢) تكرارا وجاءت خامسا واخيرا قناة الرشيد بنسبة مئوية بلغت (٤%) وعدد تكرارات (٨) فقط. وجاءت الموضوعات الاقتصادية لقناة الشرقية اولاً بنسبة بلغت (٣٩%) وبعدها تكرارات بلغت (٧٨) تكرارا، بينما حلت ثانيا قناة العراقية بنسبة (٣٥%) وجاءت قناة السومرية ثالثاً بنسبة (١٥%) بينما جاءت قناة دجلة الرشيد بنسبة (٦%) واخيرا وخامسا لقناة دجلة بنسبة مئوية بلغت (٥%) أما الموضوعات الرياضية فحظيت باهتمام جمهور قناة العراقية أيضاً وجاءت اولاً بنسبة بلغت (٤٠%) وهي نسبة مرتفعة إلى حد ما بينما جاءت قناة السومرية ثانياً بنسبة (٢٥%) وقناة الشرقية ثالثاً بنسبة بلغت (٢٠%) وقناة دجلة رابعا بنسبة (١٠%) واخيرا قناة الرشيد بنسبة (٥%)

بينما الموضوعات الثقافية فجاءت بالمرتبة الاولى قناة الشرقية بنسبة ٤٥%) من عدد تكرارات بلغت (٩٠) تكرارا وحلت ثانيا قناة السومرية بنسبة (٤٠%) وثالثا قناة العراقية بنسبة (١٠%) ورابعا قناة الرشيد بنسبة (٥%) ، بينما

النسبة	التكرار	الموضوع	النسبة	التكرار	الموضوع	النسبة	التكرار	الموضوع	النسبة	التكرار	الموضوع	النسبة	التكرار	الموضوع	
-	-	الديني	%١٠	٢٠	الثقافي	%٤٠	٨٠	الرياضي	%٣٥	٧٠	الاقتصادي	%٤٥	٩٠	السياسي	العراقية
-	-	الديني	%٤٥	٩٠	الثقافي	%٢٠	٤٠	الرياضي	%٣٩	٧٨	الاقتصادي	%٢٥	٥٠	السياسي	الشرقية
-	-	الديني	%٤٠	٨٠	الثقافي	%٢٥	٥٠	الرياضي	%١٥	٣٠	الاقتصادي	%٢٠	٤٠	السياسي	السومرية
-	-	الديني	-	-	الثقافي	%١٠	٢٠	الرياضي	%٥	١٠	الاقتصادي	%٦	١٢	السياسي	دجلة
-	-	الديني	%٥	١٠	الثقافي	%٥	١٠	الرياضي	%٦	١٢	الاقتصادي	%٤	٨	السياسي	الرشيد
-	-		١٠٠ %	٢٠٠		١٠٠ %	٢٠ ٠		١٠٠ %	٢٠٠		١٠٠ %	٢٠٠		المجموع

جدول (١٠) يوضح اهتمامات الجمهور بطبيعة الموضوعات في الشريط الإخباري

لم تحصل قناة دجلة على اي نسبة ولا تكرارات . ينظر الجدول (١٠) حول ذلك .

### ثالثاً : استنتاجات البحث :

١. ارتفاع عدد الباحثين الذين يشاهدون الشريط الإخباري السبتائيل في القنوات الفضائية العراقية وحلت قناة العراقية أولاً والشرقية ثانياً والسومرية ثالثاً.
٢. جاءت مبررات الجمهور العراقي في متابعة القنوات العراقية الفضائية بانها موضوعية في تناول الأحداث أولاً ولكونها حيادية في تناول الأحداث ثانياً ودقيقة في تناول الأحداث ثالثاً.
٣. أظهرت مستويات الثقة في القنوات الفضائية العراقية بالمرتبة الأولى قناة العراقية بينما حلت الشرقية ثانياً وقناة البغدادية ثالثاً.
٤. اهتمام الجمهور العراقي بالموضوعات السياسية في الشريط الإخباري لقناة العراقية أولاً وقناة الشرقية ثانياً وقناة السومرية ثالثاً. والاقتصادية قناة الشرقية حلت أولاً ، أما الموضوعات الرياضية فحلت العراقية أولاً والشرقية ثانياً والسومرية ثالثاً.
٥. اعتماد عدد كبير من الباحثين على الشريط الإخباري في متابعة الأحداث المختلفة على الأصدعة كافة.



٦. يعود السبب الرئيسي لمتابعة الجمهور للشريط الإخباري هو لمعرفة الأنباء العاجلة ومصداقيتها أولاً بأول بدلاً من اللجوء إلى التفاصيل في النشرات الإخبارية.
٧. بروز الخبر العاجل كعامل مؤثر ودافع قوي لجذب المبحوثين في متابعة الشريط الإخباري وتفوقه على باقي العوامل الأخرى.

### مصادر البحث

- جواد عبد الستار (٢٠٠٠)، صناعة الأخبار، بغداد: دار الكتب للطباعة والنشر.
- الحسن عبد الدائم عمر (١٩٩٨)، الكتابة والإنتاج الإذاعي بالراديو، عمان-الأردن: دار الفرقان، ص ٨٠.
- راضي وسام فاضل (٢٠١١)، مستويات التفضيل والثقة بوسائل الإعلام العراقية بين أوساط الجمهور العراقي (بحث منشور) في اتجاهات إعلامية، بيروت، مركز حمورابي للبحوث والدراسات الاستراتيجية .
- سعيد محمد ابو طالب (١٩٩٠)، علم مناهج البحث، بغداد: مطابع دار الحكمة للطباعة والنشر .
- سنو مي العبد الله (٢٠٠٤)، العرب والإعلام الفضائي، مجلة المستقبل العربي، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، آب أغسطس، العدد (٣٤) .
- السيد سعيد محمد وحسن عماد مكاوي (١٩٩٩)، الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، القاهرة: جامعة القاهرة .
- شرف عبد العزيز (١٩٨٠)، المدخل إلى وسائل الإعلام، القاهرة .
- شلبي كرم (٢٠٠٨)، الخبر الصحفي ووضايطه الإسلامية، بيروت، دار ومكتبة الهلال .
- شلبي كرم (٢٠٠٨)، الخبر الإذاعي، بيروت: دار مكتبة الهلال .
- العبد عاطف عبدلي (٢٠٠٧)، الدعاية والإقناع، القاهرة، دار الفكر العربي.
- قنديلجي ابراهيم عامر (١٩٩٢)، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، بغداد: دار الشؤون الثقافية العامة .
- الكعبي رعد جاسم وايمان عبد الرحمن (٢٠٠٨)، بناء الشريط الإخباري في القنوات الفضائية العربية، مجلة الباحث الاعلامي ( العدد ٤ )، كلية الاعلام جامعة بغداد .
- مرزوق يوسف (١٩٩٧)، المدخل إلى حرقية الفن الإذاعي، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.
- مقلد طه عبد الفتاح (١٩٧٥)، الحوار في القصة والمسرحية والإذاعة والتلفزيون، القاهرة: مكتبة الشباب
- الموقع الإلكتروني [www.iraqirabita.org](http://www.iraqirabita.org)
- الموقع الإلكتروني [www.kenanonline.com](http://www.kenanonline.com)
- الموقع الإلكتروني [www.iraqirabita.org](http://www.iraqirabita.org)
- الهيتي هادي نعمان (١٩٩٨)، الاتصال الجماهيري (المنظور الجديد)، بغداد: دار الكتب والوثائق .