

## مواجيز الأخبار ودورها في فهم الجمهور لضمين الأخبار في الفضائيات العراقية

أ.م.د رعد جاسم - د. علي عباس  
جامعة بغداد / كلية الإعلام

### المستخلص :

تقف موجيز الأخبار في مقدمة الأشكال الإخبارية القريبة من اهتمام الجمهور لما تقدمه من مضامين إخبارية سريعة بأجهاين :

١- سرعتها في تلخيص الأحداث بجملة واحدة أو جملتين سهلة الفهم والادراك .

٢- إبراز أهم محتويات عروض او نشرات الاخبار .

أحس الباحثان أن أهمية هذه الموجيز قياسا لنشرات الأخبار والأخبار العاجلة والشريط الإخباري ما زالت محل غموض وكذلك لضمينها المفضلة فيها .

أختار الباحثان مدينة بغداد مجتمعا للبحث وإعداد إستمارة إستبيان تتضمن ( ١١ ) سؤالاً ووزعت الإستمارات على عينة طبقية غير نسبية تتألف من ( ١٥٠ ) مبحوثاً يمثلون طبقات أوفئات مجتمع بغداد .

وقد حدد الباحثان عدة أهداف منها معرفة أهم الفئات التي تهتم بالمواجيز وكذلك أهم المضامين المفضلة ومعرفة الفضائيات العراقية التي تشاهدها طبقات المجتمع العراقي .

ويمكن أن تكون أهم النتائج التي توصل إليها الباحثان هي :

إن عدد الذين يشاهدون موجيز القنوات الفضائية العراقية في بغداد ( ٨٧ ٪ ) من المبحوثين , وأكثرهم من الذكور ومن طبقة الموظفين .

بيد أن أهم أسباب عدم مشاهدة الموجيز أنه لا يعطي تفاصيل كاملة عن الخبر ... وجاءت قناة العراقية أولاً بين القنوات التي يشاهدها الجمهور.. فيما أكد ( ١٩ ٪ ) من المبحوثين أن الموجيز تُعد مصدراً رئيساً للمعلومات إزاء النشرة الرئيسية ... فيما جاءت المضامين السياسية والأمنية الأكثر مشاهدة من قبل الجمهور ...

## المقدمة :

لا تزال الدراسات الإعلامية التي تبحث في أشكال ومضامين نشرات الأخبار تكاد تقتصر على دراسة الأخبار والتقارير الإخبارية والمقابلات وبقية العناصر أو المفردات الداخلة في العروض الإخبارية دونما تركيز على أهمية مواجيز الأخبار وزيادة فهم وسرعة استيعاب الجمهور لمضامينها .

وقد وجد الباحثان ان الدراسات بهذا الصدد قليلة ان لم تكن نادرة . وهذا البحث يساهم في تقديم تصورات علمية عن واقع تعرض جمهور مدينة بغداد لمواجيز الأخبار في الفضائيات العراقية ومعرفة أثر ذلك على زيادة فهمهم لمضامين الأخبار والقيم التي تحملها .

وانطلاقا مما تقدم جاء هذا البحث الذي يرمي إلى تشخيص الغموض في معرفة مدى مشاهدة مواجيز الأخبار وأهمية هذه المواجيز بين أوساط فئات المجتمع العراقي في بغداد . واشتملت الدراسة على الإطار المنهجي والمتضمن مشكلة البحث وأهميته وأهدافه ومجالاته ومجتمع البحث وعينته المتمثلة بـ ( ١٥٠ ) مبحوثا من سكان بغداد مع استخدام المنهج المسحي . ومن ثم الإطار النظري الذي تطرق إلى تعريف موجز الأخبار وخصائصه , وكذلك اهتمام الجمهور بالبرامج الإخبارية , فضلا عن علاقة موجز الأخبار بالبرامج الإخبارية . ومن ثم كان الإطار العملي والمتمثل بتفسير النتائج التي توصلنا إليها عبر المبحوثين .. وأخيرا تم وضع إستنتاجات وتوصيات عبر النتائج التي تم التوصل إليها ...

## الإطار المنهجي :

### -مشكلة البحث :

تتمثل مشكلة البحث بإحساس الباحثين بأن هنالك غموضا في معرفة مدى مشاهدة مواجيز الأخبار وأهمية هذه المواجيز بين جمهور مشاهدي الفضائيات العراقية في بغداد , ويمكن تحديد المشكلة بالإجابة على التساؤلات الآتية :

- ١-ما مدى مشاهدة جمهور مدينة بغداد لمواجيز الأخبار في القنوات الفضائية العراقية .
- ٢-ما الفضائيات التي يشاهدها الجمهور العراقي في بغداد
- ٣-ما العلاقة بين جنس الجمهور في بغداد ومشاهدة المواجيز الإخبارية .
- ٤-ما العلاقة بين أعمار الجمهور في بغداد ومشاهدة المواجيز الإخبارية .
- ٥-ما العلاقة بين فئة أو مهنة الجمهور في بغداد ومشاهدة المواجيز الإخبارية

### -أهمية البحث :

للمجتمع : يمكن أن تحدد أهمية البحث للمجتمع في معرفة المنافذ الإعلامية التي يعتمد عليها الجمهور العراقي ومن ثم معرفة كيفية الوصول إلى هذا الجمهور وتقديم الرسائل الإعلامية إليه . للإختصاص : يقدم هذا البحث تصورا علميا إزاء أهمية مواجيز الأخبار لدى فئات المجتمع العراقي ومن ثم يساهم في تحديد أولويات الأشكال الإخبارية لدى الجمهور .

### -أهداف البحث :

يمكن تحديد أهداف هذا البحث بالآتي:

- ١-معرفة مدى مشاهدة مواجيز الأخبار في القنوات الفضائية العراقية .
- ٢-تحديد تسلسل مشاهدة فئات المجتمع العراقي في بغداد للفضائيات العراقية .

- ٣- معرفة تسلسل الفضائيات العراقية المشاهدة مواجيزها لدى الجمهور العراقي في بغداد .
- ٤- معرفة المضامين المفضلة في الفضائيات العراقية لدى الجمهور العراقي في بغداد .
- ٥- معرفة نوع العلاقة بين جنس الجمهور في بغداد ومشاهدة المواجيز الإخبارية .
- ٦- معرفة نوع العلاقة بين أعمار الجمهور في بغداد ومشاهدة المواجيز الإخبارية .
- ٧- معرفة نوع العلاقة بين فئة أو مهنة الجمهور في بغداد ومشاهدة المواجيز الإخبارية .

#### -مجالات البحث :

- ١-المجال المكاني : مدينة بغداد .
- ٢-المجال الزمني : ما بين ٢٠١٣/٥/١ ولغاية ٢٠١٣/٥/٣١ .
- ٣-المجال البشري : سكان مدينة بغداد .

#### -منهج البحث :

اعتمد البحث ( المنهج المسحي ) للملائمة موضوع البحث .

#### -مجتمع البحث :

تمثل مجتمع البحث بسكان مدينة بغداد , وقد أعتمد على تقسيم الجمهور بالاستناد إلى آراء خبراء في الإحصاء بهذا الصدد(١) .

#### -عينة البحث :

عينة ( طبقية غير نسبية ) وذلك باعتماد استمارة تم توزيعها على فئات مختلفة من المجتمع العراقي الساكنين في بغداد وكانت ( ١٥٠ ) استمارة ومن ثم إعادة جمعها .

#### -أداة البحث :

تم اعتماد استمارة الإستبيان كأداة لجمع بيانات البحث ومعلوماته وذلك لملائمتها لبحث مثل هذا النوع .

#### الإطار النظري :

أولاً : موجز الأخبار : تعريفه وخصائصه :

لموجز الأخبار أو موجز الأنباء تعاريف عدة منها من أشار إلى أنه :  
نشرة إخبارية لها مواصفات خاصة أبرزها الإيجاز وترك التفاصيل لإذاعتها في النشرات العامة , فلا يمكن أن يأتي بتفاصيل الخبر , ومن أهم خصائصه هو موعد إذاعته في أوقات متقاربة تتخلل النشرات الإخبارية عادة<sup>(١)</sup>

وأن عرضه له تأثير في المشاهدين إذ يجعلهم يرون الحدث قبل التفاصيل<sup>(٢)</sup>  
وهو عادة ما يتضمن أهم ما في النشرة من أخبار , ويكون في بداية النشرة أو نهايتها أو يكون مستقل عنها ويتضمن جملة مفيدة من صلب الموضوع<sup>(٣)</sup>  
ويمكن أن يكون نشرة موجزة تقتصر على عناوين الأخبار التي وردت في النشرات السابقة أو الأخبار التي ترد بين مواعيد النشرات الرئيسية, ويهدف إلى تحقيق نوع من الخدمات الإخبارية إلى المشاهد الذي لا يتمكن أحياناً من مشاهدة النشرات في مواعيدها المعتادة<sup>(٤)</sup>  
أما موجز الأخبار الأخير فينبغي أن يتضمن آخر الأخبار وكل ما ورد في النشرات الإخبارية الأخيرة بعد صياغته بطريقة البرقيات<sup>(٥)</sup>

كما يمكن تعريف الموجز بأنه شكل توضع به الأخبار المهمة بأسلوب ملخص ومختصر تترك

تفاصيله لتذاع في النشرات العامة<sup>(٧)</sup>.

وهناك نوعان من الموجز الإخباري هما<sup>(٨)</sup>:

-الأول : موجز مستقل بذاته عن النشرة الإخبارية ويقدم في أوقات محددة وتتراوح مدتها تقريبا(٥) دقائق .

-الثاني : الموجز الذي يتصدر نشرات الأخبار مستعرضا أهم ما فيها من أخبار , ولا يستغرق هذا الموجز أكثر من ( ٩٠ ) ثانية , وعادة تختتم كل نشرة إخبارية بتقديم إعادة لموجزها .

### ثانيا - اهتمام الجمهور بالبرامج الإخبارية :

تحتل البرامج الإخبارية مكانا متميزا في خارطة البرامج الإذاعية والتلفزيونية فمن خلالها يمكن توصيل المعلومات والأخبار والرأي إلى المشاهد<sup>(٩)</sup>.

فالأخبار شكل إعلامي متميز يقبل الجمهور على متابعته لذلك ظهرت قنوات إخبارية متخصصة تبث على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع . فالإستمرارية أحد السمات الأساسية لصناعة الأخبار التلفزيونية<sup>(١٠)</sup> التي تتميز عن باقي الأخبار بخاصية الوسيلة نفسها , إذ يستطيع التلفزيون أن ينقل الأحداث صورة وصوت مباشرة إلى المشاهد أينما يكون ومن ثم يصل بمعاني الأحداث إلى قلب المشاهد وعقله , وبذلك ينفرد الخبر التلفزيوني بخاصية تكوين الأثر العاطفي لدى المشاهد والتي لا يتسنى للوسائل الأخرى أن تثيرها وبالقدر نفسه , فمع الصورة يتكون الأثر العاطفي<sup>(١١)</sup> . إن جمهور وسائل الإعلام يبدو وكأنه سلسلة متصلة الحلقات يوجد عند احد طرفيها المشاهد النشط الذي يدمن مشاهدة الأخبار وفي الطرف الآخر المشاهد الخامل الذي يشاهد الأخبار بلا مبالاة . وبين هذا وذاك يمكن وضع أعداد متباينة أخرى من المشاهدين بحسب درجة اهتمامهم أو لا أبايتهم بالأخبار<sup>(١٢)</sup>.

لذلك تسعى الفضائيات الكبيرة الى خلق عناصر إثارة وتشويق في طريقة تقديم البرامج أو اخراجها فضلا عن تميزها بما تقدمه من تقارير وقصص إخبارية تمتاز بالأهمية والجاذبية لجذب جمهورها وإدخاله طرفا في علاقة محددة هي علاقة المشاهدة , فالجمهور يعد مشاهدا أو شاهدا غير مرئي , ففي النشرات الإخبارية يحصل المشاهد على الأخبار بشكل فوري<sup>(١٣)</sup> . إذ أن عنصر الزمن يعد من أهم القيم لجذب انتباه الجمهور, فالأخبار معلومة تصبح أقل أهمية لو عرفها الجمهور غداً بدلاً من اليوم<sup>(١٤)</sup> وبهذا فإن الأحداث أوالمواضيع يجب أن ترتب بطريقة معينة لكي تقدم للمشاهدين قصة منطقية معقولة<sup>(١٥)</sup> . ولكي ينظر المشاهد إليها باعتبارها انعكاسا موضوعيا غير متحيز للعالم من حولنا فينبغي أن تقدم تفسيرات للعالم الاجتماعي متفقة مع الخبرات الحياتية التي يعيشها جمهور المشاهدين<sup>(١٦)</sup>.

### ثالثا - موجز الأخبار والبرامج الإخبارية :

إن أهمية الأخبار جعلت كثيرا من القنوات الفضائية تستحدث أشكالاً أو فنونا لإيصال مادتها إلى الجمهور وفق الأطر السليمة التي تحقق أهدافها .

ونظرا لتباعد مواعيد النشرات الإخبارية وضرورة إمداد الجمهور بأخر الأخبار وتطوراتها فقد عمدت تلك القنوات إلى إذاعة موجيز للأخبار خلال الأوقات التي تخلو منها النشرات أو البرامج الإخبارية فضلا عن الأسباب التي ذكرت مسبقا فيما يخص تلك الموجيز من خصائص ومميزات وأنواع<sup>(١٧)</sup>.

مع مراعاة ألا يكون عدد الموجيز كبيراً , لأن ذلك سيجعل من الأخبار في مستوى واحد من الأهمية وهذا غير معقول . إن أهمية الموجيز الإخبارية هي لإبراز الأخبار المهمة وشد الجمهور إلى متابعة النشرة أو البرنامج الإخباري لذلك يجب أن تكتب وتعد بطريقة تعمل على ذلك<sup>(١٨)</sup> ولكن يبقى الترتيب بتسلسل حسب الموضوعات , وحسب الأهمية , وحسب الموقع , وحسب ترابط هذه الموضوعات<sup>(١٩)</sup>.

فالأخبار التلفزيونية تعد مضمونا إعلاميا على درجة عالية من الأهمية في الخريطة البرمجية في معظم القنوات التلفزيونية<sup>(٢٠)</sup>.

سواء أكانت تقدم مضامين أخرى على القنوات العامة , أو كونها مضمونا أساسيا في القنوات الإخبارية المتخصصة , وفي الحالتين يجب أن تكون هنالك معايير تحكم عملية انتقاء الأخبار وجمعها وتخريها , لذلك تفنن القائمون على البرامج الإخبارية وسخروا إمكانياتهم من أجل تحقيق تلك الأهداف<sup>(٢١)</sup>.

#### -الإطار العملي :

#### -تفسير النتائج :

بعد أن تم تحليل البيانات من إجابات الباحثين يمكن إستعراض النتائج على وفق الآتي :  
أولا : خصائص الباحثين :

١-جنس الباحثين : احتل الذكور المرتبة الأولى وبواقع ( ١٦,١٧ ٪ ) من مجتمع البحث الكلي مقارنة بنسبة ( الإناث ) والتي كانت بالمرتبة الثانية وبواقع ( ٣٣,٣٣ ٪ ) . ينظر جدول رقم ( ١ ) .

جدول رقم ( ١ )

يوضح جنس الباحثين

نوعية الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	١٠٠	٪١٦,١٧
أنثى	٥٠	٪٣٣,٣٣
المجموع	١٥٠	٪ ١٠٠

٢-أعمار الباحثين : بحسب الفئات العمرية التي تكونت من عينة البحث المرتبة الأولى كانت للفئة العمرية ( ١٧ - ٢٦ سنة ) وبواقع ( ٤١,٣٣ ٪ ) , وفي المرتبة الثانية جاءت الفئة العمرية ( ٢٧ - ٣٦ سنة ) ونسبة ( ٢٤ ٪ ) , أما المرتبة الثالثة فكانت للفئة العمرية ( ٣٧ - ٤٦ سنة ) ونسبة ( ١٤ ٪ ) , فيما حصلت الفئة العمرية ( ٥٧ - ٦٦ سنة ) على المرتبة الرابعة ونسبة ( ٨ ٪ ) , أما المرتبة الخامسة فكانت من نصيب الفئة العمرية ( ٦٧ - ٧٥ سنة ) ونسبة ( ٦,١٧ ٪ ) , بينما حصلت على المرتبة الأخيرة الفئة العمرية ( ٤٧ - ٥٦ سنة ) ونسبة ( ٦ ٪ ) .

وبذلك فقد شملت عينة البحث غالبية الفئات العمرية التي يمكن أن تشاهد مثل هكذا مواد تلفزيونية مما يساعد على إعطاء نتائج دقيقة للبحث . ينظر جدول رقم ( ٢ ) .

جدول رقم ( ٢ )  
يوضح أعمار المبحوثين

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	فئة العمر
الأولى	٪ ٤١,٣٣	٦٢	١٧ - ٢٦ سنة
الثانية	٪ ٢٤	٣٦	٢٧ - ٣٦ سنة
الثالثة	٪ ١٤	٢١	٣٧ - ٤٦ سنة
السادسة	٪ ٦	٩	٤٧ - ٥٦ سنة
الرابعة	٪ ٨	١٢	٥٧ - ٦٦ سنة
الخامسة	٪ ٦,٦٧	١٠	٦٧ - ٧٥ سنة
	٪ ١٠٠	١٥٠	المجموع

٣- مهنة المبحوثين : أظهرت بيانات الأستمارة فيما يخص مهن المبحوثين . إن مهنة ( موظف ) جاءت بالمرتبة الأولى وبنسبة ( ٢٦,٦٧ ٪ ) , أما المرتبة الثانية فكانت لمهنة ( كاسب ) وبنسبة ( ٢٣,٣٣ ٪ ) , فيما حصلت مهنة ( طالب ) على المرتبة الثالثة وبنسبة ( ٢٠ ٪ ) . بينما المرتبة الرابعة كانت لمهنة ( ربة بيت ) وبنسبة ( ١٣,٣٣ ٪ ) . فيما جاءت بعد ذلك مهنة ( متقاعد ) بالمرتبة الخامسة وبنسبة ( ١٠ ٪ ) . أما المرتبة الأخيرة فكانت لمهنة ( عاطل ) وبنسبة ( ٦,٦٧ ٪ ) . وبهذه النتائج يتضح أن البحث قد شمل كل المهن الموجودة تقريبا في المجتمع العراقي للذكور والإناث . مما يساعد على إعطاء نتائج دقيقة إزاء موضوع البحث . علما وزعت الإستمارات على هذه الفئات وفقا لتقسيم اللجنة الوطنية للسياسات السكانية في العراق . ينظر جدول رقم ( ٣ ) .

جدول رقم ( ٣ )  
يوضح المبحوثين موزعين حسب المهنة

المهنة	التكرار	النسبة المئوية
موظف	٤٠	٪ ٢٦,٦٧
كاسب	٣٥	٪ ٢٣,٣٣
طالب	٣٠	٪ ٢٠
ربة بيت	٢٠	٪ ١٣,٣٣
متقاعد	١٥	٪ ١٠
عاطل	١٠	٪ ٦,٦٧
المجموع	١٥٠	٪ ١٠٠

## ثانياً مشاهدة مواجهيز الأخبار :

١-مشاهدة الفضائيات العراقية : أظهرت اجابات الباحثين ان ( ٨٧,٣٣ % ) منهم يشاهدون الفضائيات العراقية . بينما ذكر ( ١٢,٦٧ % ) منهم انهم لا يشاهدون تلك الفضائيات . وهذا الأمر يكشف وجود عدد من الباحثين لا يشاهدون القنوات الفضائية العراقية وهم بالتالي لا يشاهدون مواجهيز الأخبار أصلاً .  
لذلك سوف يتم استبعادهم من الفقرات التالية للتحليل . ينظر جدول رقم ( ٤ ) .

جدول رقم ( ٤ )

يوضح مشاهدة الباحثين للقنوات الفضائية العراقية

النسبة المئوية	التكرار	مشاهدة الباحثين
٨٧,٣٣ %	١٣١	نعم
١٢,٦٧ %	١٩	لا
١٠٠ %	١٥٠	المجموع

٢-مدى مشاهدة مواجهيز الأخبار : أتضح عبر النتائج التي تم التوصل إليها بخصوص مشاهدة الباحثين لمواجهيز الأخبار بأن الذين يشاهدون تلك المواجهيز نالوا المرتبة الأولى وبواقع ( ٨٧,٧٩ % ) مقارنة بالذين لا يشاهدونها إذ حصلوا على المرتبة الثانية وبنسبة ( ١٢,٢١ % ) وهذا يوضح بأن نسبة مهمة من الباحثين الذين يشاهدون القنوات الفضائية العراقية يشاهدون مواجهيز الأخبار فيها وهذا يوضح أهمية المواجهيز الإخبارية لدى الجمهور .  
ووفق النتائج سوف يتم استبعاد الذين لا يشاهدون المواجهيز عن الإجابات التالية في الدراسة العملية للبحث واعتماد نسبة الذين يشاهدون فقط . ينظر الجدول رقم ( ٥ ) .

جدول رقم ( ٥ )

يوضح مشاهدة الباحثين لمواجهيز الأخبار في

القنوات الفضائية العراقية

النسبة المئوية	التكرار	مشاهدة مواجهيز الأخبار
٨٧,٧٩ %	١١٥	نعم
١٢,٢١ %	١٦	لا
١٠٠ %	١٣١	المجموع

٣-أسباب عدم مشاهدة مواجهيز الأخبار : اختلفت أسباب عدم مشاهدة الباحثين لمواجهيز الأخبار في القنوات الفضائية العراقية فقد كان السبب الأول هو أن الموجز ( لا يعطي تفاصيل كاملة عن الخبر ) والذي جاء بالمرتبة الأولى وبواقع ( ٢٩,٤٢ % ) , أما السبب الآخر والذي حصل على المرتبة الثانية هو ( عدم مصداقية المواجهيز ) وبواقع ( ١٤,٧١ % ) , في حين حصل سبب ( العمل وارتباطات الأسرة الكثيرة ) على المرتبة الثالثة وبواقع ( ١١,٧٧ % ) , بينما أشار الباحثين وبالمرتبة الرابعة وبنسبة ( ٥,٨٨ % ) إلى كل من الأسباب المتمثلة بـ ( أشاهد النشرات لأنها تكون أوسع وأعم ) والمواجهيز

تكون ( خالية من التقارير ) و ( لا أشاهد الأخبار أساساً ) و ( الرتابة والغموض في عرض الموجز ) و ( إنحياز أخبار الموجيز لصالح السياسيين ) , فيما جاءت الأسباب المتمثلة بـ ( وقت عرض الموجيز غير مناسب ) و ( اختلاف مضمون الموجيز بين القنوات الفضائية ) و ( كثرة الأحداث السياسية بالعراق ) و ( كثرة الموجيز الإخبارية ) و ( أوقات عرض الموجيز غير معلومة وغير ثابتة ) بالمرتبة الأخيرة وبواقع ( ٢,٩٤ ٪ ) .

ويتضح من النسب التي تم التوصل إليها بأن أكثر المبحوثين الذين لا يشاهدون الموجيز الإخبارية لأن التفاصيل فيها قليلة وبذلك تكون بعيدة أحيانا عن إعطاء الفكرة الكاملة للخبر لدى المشاهد , يضاف إلى ذلك فقدان الجمهور لمصداقية الموجيز الإخبارية وأسباب أخرى . ينظر جدول رقم (٦) .

جدول رقم (٦)

يوضح أسباب عدم مشاهدة المبحوثين لمواجيز الأخبار

النسبة المئوية	التكرار	الأسباب
٪ ٢٩,٤٢	١٠	الموجز لا يعطي تفاصيل كاملة عن الخبر
٪ ١٤,٧١	٥	عدم مصداقية الموجيز
٪ ١١,٧٧	٤	بسبب العمل وكثرة الارتباطات الأسرية
٪ ٥,٨٨	٢	أشاهد النشرات الإخبارية لأنها تكون أوسع وأعم
٪ ٥,٨٨	٢	تكون خالية من التقارير
٪ ٥,٨٨	٢	لا أشاهد الأخبار أساساً
٪ ٥,٨٨	٢	الرتابة والغموض في عرض الموجز
٪ ٥,٨٨	٢	انحياز أخبار الموجيز لصالح السياسيين
٪ ٢,٩٤	١	وقت عرض الموجيز غير مناسب
٪ ٢,٩٤	١	اختلاف مضمون الموجيز بين القنوات الفضائية
٪ ٢,٩٤	١	كثرة الأحداث السياسية في العراق
٪ ٢,٩٤	١	كثرة الموجيز الإخبارية
٪ ٢,٩٤	١	أوقات عرض الموجيز غير معلومة وغير ثابتة
٪ ١٠٠	٣٤	المجموع

٤-القنوات الفضائية العراقية المفضلة : كانت للمبحوثين قنوات فضائية عراقية مفضلة لمشاهدة مواجيز الأخبار , فقد حصلت قناة (العراقية الفضائية) على المرتبة الأولى بنسبة المشاهدة وبواقع ( ٢٢,٧١ ٪ ) , بينما جاءت قناة (الشرقية) بالمرتبة الثانية وبواقع ( ١٨,٩٨ ٪ ) , فيما حلت قناة (السومرية) بالمرتبة الثالثة وبواقع ( ١٥,٩٣ ٪ ) , أما المرتبة الرابعة فكانت من نصيب قناة (البغدادية) وبواقع ( ١٣,٩٠ ٪ ) , وبعدها حلت قناة (الفرات) بالمرتبة الخامسة وبواقع ( ٤,٧٤ ٪ ) مع وجود فرق كبير نسبيا عن القنوات التي سبقتها , وأما المرتبة السادسة فكانت لقناة (الإجّاه) وبواقع ( ٤,٤١ ٪ ) ثم جاءت بعدها قناة (المسار) بالمرتبة السابعة وبواقع ( ٣,٧٣ ٪ ) , بعدها قناة (بغداد) بالمرتبة الثامنة وبواقع ( ٣,٠٥ ٪ ) , ومن ثم قناة (الرشيد) بالمرتبة التاسعة وبنسبة ( ٢,٧١ ٪ ) , وبالمرتبة العاشرة كانت قناة (الفيحاء) وبنسبة ( ١,٦٩ ٪ ) , ثم على التوالي وبالمرتبة الحادية عشر حلت القنوات ( الحرية , العهد , بلادي) وبنسبة ( ١,٣٦ ٪ ) , أما المرتبة الثانية عشر فكانت قناة (البابلية) وبنسبة ( ١,٠١ ٪ ) , بعدها قناتي(العراقية الرياضية ,وأفاق) بالمرتبة الثالثة عشر وبنسبة ( ٠,٦٨ ٪ ) , وكانت المرتبة الأخيرة من نصيب القنوات ( الرافدين , عشتار , الديار , الغدير , الأنبار ) وبنسبة ( ٠,٣٤ ٪ ) .

ويتضح من النتائج هذه أن القنوات الكبيرة ذات الإمكانيات المادية والتقنية المتطورة وذات الشعبية هي أكثر القنوات التي يتم من خلالها مشاهدة مواجيز الأخبار , لذلك جاءت في المراتب الأربعة المتقدمة . ينظر جدول رقم (٧) .

جدول رقم (٧)

يوضح القنوات الفضائية العراقية المفضلة لدى المبحوثين

القنوات الفضائية العراقية	التكرار	النسبة المئوية
العراقية	٦٧	٪ ٢٢,٧١
الشرقية	٥٦	٪ ١٨,٩٨
السومرية	٤٧	٪ ١٥,٩٣
البغدادية	٤١	٪ ١٣,٩٠
الفرات	١٤	٪ ٤,٧٤
الإتجاه	١٣	٪ ٤,٤١
المسار	١١	٪ ٣,٧٣
بغداد	٩	٪ ٣,٠٥
الرشيد	٨	٪ ٢,٧١
الفيحاء	٥	٪ ١,٦٩
الحرية	٤	٪ ١,٣٦
العهد	٤	٪ ١,٣٦
بلادي	٤	٪ ١,٣٦
البابلية	٣	٪ ١,٠١
العراقية الرياضية	٢	٪ ٠,٦٨
أفاق	٢	٪ ٠,٦٨
الرافدين	١	٪ ٠,٣٤
عشتار	١	٪ ٠,٣٤
الديار	١	٪ ٠,٣٤
الغدير	١	٪ ٠,٣٤
الانبار	١	٪ ٠,٣٤
المجموع	٢٩٥	٪ ١٠٠

### ثالثاً - الموجيز مصدراً لدى الجمهور :

١- الموجيز والبرامج الإخبارية الأخرى : أتضح من النسب التي تم التوصل إليها إزاء هذه الفقرة والتي تتضمن قياس الموجيز الإخبارية كمصدر للمعلومات إزاء البرامج الأخرى , فقد جاء بالمرتبة الأولى

باعتباره (مصدر رئيس) إزاء (النشرة الرئيسية) وبواقع (١٩,١٣٪). إلى أنه يكون (مصدر ثانوي) وبواقع (٤,٣٥٪). بينما (لا أعرف) كانت نسبتها (١,٥٢٪). أما المرتبة الثانية فكانت (للعاجل) باعتبار المواجه (مصدر رئيس) له بنسبة (١٦,٧٤٪). إلى أنه يكون (مصدر ثانوي) وبواقع (٤,١٣٪), أما (لا أعرف) فكانت نسبتها (٤,١٣٪). أما المرتبة الثالثة فقد أكد عليها الباحثون والتي تمثلت بـ (التايتل), إذ أكدوا أن المواجه (مصدر رئيس) وبواقع (١١,٥٢٪), أما (المصدر الثانوي) فكانت نسبتها (١٠,٢٢٪). أما (لا أعرف) فكانت بواقع (٣,٢٦٪). أما المرتبة الأخيرة فكانت للحصاد الإخباري في نهاية الأسبوع فقد أكد الباحثون أن المواجه (مصدر رئيس) وبنسبة (٢,٨٣٪), أما فئة (مصدر ثانوي) فقد أكد عليها (١١,٥٢٪) من الباحثين, وأما فئة (لا أعرف) فقد أكد عليها كثير من الباحثين وبنسبة (١٠,٦٥٪).

ويتضح من ذلك بأن موجيز الأخبار تعد مصدرا مهما ورئيسا للمعلومات التي تصل إلى المشاهد مقارنة بكثير من البرامج والأشكال الإخبارية الأخرى. ينظر جدول رقم (٨).

جدول رقم (٨)

يوضح قياس موجيز الأخبار كمصدر للمعلومات

إزاء البرامج والأشكال الأخرى

مصدر المعلومات	مصدر رئيس		مصدر ثانوي		لا اعرف		المجموع
	التكرار	٪	التكرار	٪	التكرار	٪	
النشرة الرئيسية	٨٨	٪١٩,١٣	٢٠	٤,٣٥	٧	٪١,٥٢	١١٥
العاجل	٧٧	٪١٦,٧٤	١٩	٤,١٣	١٩	٪٤,١٣	١١٥
التايتل (الشريط في اسفل الشاشة)	٥٣	٪١١,٥٢	٤٧	١٠,٢٢	١٥	٪٣,٢٦	١١٥
الحصاد الإخباري في نهاية الأسبوع	١٣	٪٢,٨٣	٥٣	١١,٥٢	٤٩	٪١٠,٦٥	١١٥
المجموع	٢٣١	٪٥٠,٢٢	١٣٩	٣٠,٢٢	٩٠	٪١٩,٥٦	٤٦٠

## ٢- مساهمة المواجه في فهم الأخبار:

أوضح عبر النتائج التي تم التوصل إليها إزاء مساهمة المواجه في فهم الأخبار, تأكيد (٨٩,٥٦٪) من الباحثين أنها (تسهل) بذلك فكانت لهم المرتبة الأولى, أما المرتبة الثانية فحصل من (لا رأي لي) إزاء ذلك وبواقع (٦,٠٩٪), أما المرتبة الثالثة والأخيرة فكانت للذين أكدوا بأن المواجه (لا تسهل) في زيادة فهم الأخبار وبواقع (٤,٣٥٪).

وهذا يوضح بأن للمواجه دوراً واضحاً في فهم الأخبار وذلك عبر النسب الواضحة التي تم التوصل إليها, وبذلك سوف يتم إستبعاد الباحثين الذين ذكروا بأن المواجه (لا تسهل) وكذلك من ذكر بأن (لا رأي لي) عن الإجابات أو الفقرات التالية من الدراسة العملية. ينظر جدول رقم (٩).

جدول رقم ( ٩ )

يوضح مساهمة الموجيز في زيادة فهم الأخبار

النسبة المئوية	التكرار	مساهمة الموجيز
٪ ٨٩,٥٦	١٠٣	تسههم
٪ ٦,٠٩	٧	لا رأي لي
٪ ٤,٣٥	٥	لا تسههم
٪ ١٠٠	١١٥	المجموع

### ٣- المجالات التي تسههم الموجيز فيها بزيادة فهم الأخبار :

أتضح عبر إجابات الباحثين التي توصلنا إليها إزاء المجالات التي تسههم الموجيز فيها في زيادة فهم الأخبار , إن ( المواضيع السياسية ) كانت في مقدمتها وقد احتلت المرتبة الأولى إذ أكد الباحثون أن الموجيز ( تسههم ) بذلك وبواقع ( ١١,٥٣ ٪ ) , أما فئة ( لا تسههم ) فقد كانت بواقع ( ٠,٣٦ ٪ ) , بينما من ( لا رأي لي ) من الباحثين فجاءت بواقع ( ٠,٦١ ٪ ) . أما المرتبة الثانية فقد حصلت عليها ( المواضيع الأمنية ) إذ أكد عدد من الباحثين إلى أن الموجيز ( تسههم ) في هذا المجال وبواقع ( ١٠,١٩ ٪ ) , وأما ( لا تسههم ) فكانت نسبتها ( ٠,٩٧ ٪ ) ومن ( لا رأي لي ) بنسبة ( ١,٣٤ ٪ ) . والمرتبة الثالثة كانت من نصيب ( المواضيع الدينية ) إذ أكد ( ٨,٣٧ ٪ ) من الباحثين إلى أن الموجيز ( تسههم ) في زيادة فهم الأخبار في هذه المواضيع أو المجالات , أما ( لا تسههم ) فكانت بواقع ( ١,٤٦ ٪ ) , بينما من ( لا رأي لي ) فكانت نسبتهم ( ٢,١٧ ٪ ) . ونالت ( المواضيع الاجتماعية ) المرتبة الرابعة إذ أكد ( ٧,٦٥ ٪ ) من الباحثين أن الموجيز ( تسههم ) بهذا المجال , بينما أكد ( ٢,٤٣ ٪ ) منهم أن الموجيز ( لا تسههم ) بهذا المجال , وأما من ( لا رأي لي ) فكانت نسبتهم ( ٢,٤٢ ٪ ) . جاءت ( المواضيع الثقافية ) بالمرتبة الخامسة وبواقع ( ٧,١٦ ٪ ) لمن أكدوا أن الموجيز ( تسههم ) بهذا المجال , أما ( لا تسههم ) فقد أكد عليها ( ٢,١٨ ٪ ) من الباحثين , ومن ( لا رأي لي ) نسبتهم كانت ( ٣,١٦ ٪ ) . ثم جاءت بعد ذلك وبالمرتبة السادسة ( المواضيع الرياضية ) إذ أكد عدد من الباحثين وبواقع ( ٦,١٩ ٪ ) أنها ( تسههم ) بذلك , بينما أكد ( ١,٩٤ ٪ ) من الباحثين أنها ( لا تسههم ) بهذا المجال , وأكد ( ٤,٣٧ ٪ ) من الباحثين أنه ( لا رأي لي ) بهذا المجال . واحتلت ( المواضيع الاقتصادية ) المرتبة السابعة وبواقع ( ٥,١٠ ٪ ) لمن أكدوا أن الموجيز تسههم ( بهذه المواضيع , بينما أكد ( ٤,١٣ ٪ ) من الباحثين أنها ( لا تسههم ) , أما من ( لا رأي لي ) بهذا المجال فقد أكد عليها ( ٣,٢٧ ٪ ) من الباحثين . وكانت المرتبة الأخيرة من نصيب ( المواضيع الفنية ) حيث أكد ( ٤,٨٥ ٪ ) من الباحثين أن الموجيز ( تسههم ) في زيادة فهم الأخبار في هذا الموضوع أو المجال , بينما أكد ( ٢,٧٩ ٪ ) منهم أنها ( لا تسههم ) بذلك , أما من ( لا رأي لي ) فكانت بواقع ( ٤,٨٦ ٪ ) وهذا ما أكد عليه الباحثون .

ويتضح من النسب التي توصلنا إليها وحسب إجابات الباحثين أن أكثر المجالات التي تسههم الموجيز فيها في فهم الأخبار هي ( السياسية ) و ( الأمنية ) وهذا يوضح اهتمام المشاهد بهذه المجالات ومتابعتها بشكل أعمق نظر للظروف السياسية والأمنية غير المستقرة في البلد وأثرها على الحياة اليومية للمواطن . ينظر جدول رقم ( ١٠ ) .

جدول رقم ( ١٠ )

يوضح المجالات التي تسهم فيها المواجيز الإخبارية في فهم الأخبار

المجالات	تسهم		لا تسهم		لا رأي لي		المجموع
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	
السياسية	٩٥	%١١,٥٣	٣	%٠,٣٦	٥	%٠,٦١	١٠٣
الأمنية	٨٤	%١٠,١٩	٨	%٠,٩٧	١١	%١,٣٤	١٠٣
الدينية	٦٩	%٨,٣٧	١٢	%١,٤٦	٢٢	%٢,٦٧	١٠٣
الاجتماعية	٦٣	%٧,٦٥	٢٠	%٢,٤٣	٢٠	%٢,٤٢	١٠٣
الثقافية	٥٩	%٧,١٦	١٨	%٢,١٨	٢٦	%٣,١٦	١٠٣
الرياضية	٥١	%٦,١٩	١٦	%١,٩٤	٣٦	%٤,٣٧	١٠٣
الاقتصادية	٤٢	%٥,١٠	٣٤	%٤,١٣	٢٧	%٣,٢٧	١٠٣
الفنية	٤٠	%٤,٨٥	٢٣	%٢,٧٩	٤٠	%٤,٨٦	١٠٣
المجموع	٥٠٣	%٦١,١٠٤	١٣٤	%١٦,٢٦	١٨٧	%٢٢,٧٠	٨٢٤

٤-أسباب عدم مساهمة المواجيز في فهم الأخبار كما يرى الجمهور :

أتضح من إجابات الباحثين عن الأسباب التي تجعل من المواجيز الإخبارية لا تسهم في فهم الأخبار , بأن السبب الأول هو أن المواجيز ( تكون سريعة ) فجاء هذا السبب بالمرتبة الأولى وبواقع ( ٢٦,٠٩ % ) , بينما المرتبة الثانية كانت من نصيب من ذكروا بأنها ( تكون مختصرة ) وبواقع ( ٢١,٧٤ % ) , وفي المرتبة الثالثة أكد الباحثون إن المواجيز ( لا تعطي فكرة كاملة عن الخبر ) وبواقع ( ١٧,٣٩ % ) , في حين أشار ( ١٣,٠٤ % ) منهم أن المواجيز ( تعتمد على حاسة السمع أكثر من النظر ) وكذلك ( عدم وجود التقارير التي توضح الخبر ) , أما المرتبة الأخيرة فكانت للأسباب التي تشير إن المواجيز ( مشوشة وتؤثر على فكر المشاهد ) و ( لا يستطيع المشاهد مشاهدتها بتركيز ) وبواقع ( ٤,٣٥ % ) . ويتضح مما تم ذكره أن أهم الأسباب التي تبعد المواجيز الإخبارية عن المساهمة بدورها في فهم الجمهور للأخبار تركزت على أن المواجيز تكون سريعة ومختصرة فضلا عن عدم وجود المعادلات الصورية في بعض الأحيان أو التقارير التي يمكن أن تعطي فكرة كاملة عن الخبر . ينظر جدول رقم ( ١١ ) .

جدول رقم ( ١١ )

يوضح أسباب عدم مساهمة المواجيز

الأسباب	التكرار	النسبة المئوية
المواجيز تكون سريعة	٦	٪ ٢٦,٠٩
تكون مختصرة	٥	٪ ٢١,٧٤
لا تعطى فكرة كاملة عن الخبر	٤	٪ ١٧,٣٩
عدم وجود التقارير التي توضح الخبر	٣	٪ ١٣,٠٤
تعتمد على حاسة السمع أكثر من النظر	٣	٪ ١٣,٠٤
مشوشة وتؤثر على فكر المشاهد	١	٪ ٤,٣٥
لا يستطيع المشاهد مشاهدتها بتركيز	١	٪ ٤,٣٥
المجموع	٢٣	٪ ١٠٠

رابعاً - توصيفات الجمهور المشاهد للمواجيز الإخبارية :

١-علاقة جنس الباحثين بمشاهدة مواجيز الأخبار : حسب النسب التي توصلنا إليها إزاء هذه العلاقة كانت المرتبة الأولى لجنس ( الذكور ) وبنسبة ( ٦٥,٢٢ ٪ ) للذين يشاهدون مواجيز الأخبار من الباحثين , أما المرتبة الثانية فكانت لجنس ( الإناث ) وبنسبة ( ٣٤,٧٨ ٪ ) . وهذا يوضح بأن الذكور هم أكثر ميلاً لمشاهدة مواجيز الأخبار من الإناث وذلك لأن الرجال أكثر اهتماماً بالأخبار من النساء اللاتي بحسب الدراسات أكثر اهتماماً بالترفيه . ينظر جدول رقم (١٢)

جدول رقم ( ١٢ )

يوضح جنس الباحثين الذين يشاهدون

جنس الباحثين	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	٧٥	٦٥,٢٢
أنثى	٤٠	٣٤,٧٨
المجموع	١١٥	٪ ١٠٠

٢-علاقة أعمار الباحثين بمشاهدة مواجيز الأخبار :

أوضح من النسب التي توصلنا إليها إزاء هذه العلاقة , أن أكثر الباحثين الذين يتعرضون لمواجيز الأخبار هم من أعمار ( ١٧ - ٢٦ سنة ) وبنسبة ( ٤٠,٨٧ ٪ ) وهم بالمرتبة الأولى , أما المرتبة الثانية فكانت للفئة العمرية ( ٢٧ - ٣٦ سنة ) وبنسبة ( ٢٠,٨٧ ٪ ) , وكانت الفئة العمرية ( ٣٧ - ٤٦ سنة ) في المرتبة الثالثة بنسبة ( ١٨,٢٦ ٪ ) , وجاءت الفئة العمرية ( ٥٧ - ٦٦ سنة ) وبنسبة ( ١٠,٤٣ ٪ ) بالمرتبة الرابعة , بينما حصلت الفئة العمرية ( ٤٧ - ٥٦ سنة ) وبنسبة ( ٦,٠٩ ٪ ) على المرتبة

مواجيز الأخبار ودورها في فهم الجمهور لمضامين الأخبار في الفضائيات العراقية أ.م.د. رعد جاسم - د. علي عباس

الخامسة , أما المرتبة الأخيرة إزاء العلاقة بين أعمار المبحوثين ومشاهدة موجيز الأخبار فكانت للفئة العمرية ( ٦٦ - ٧٥ سنة ) وبنسبة ( ٣,٤٨ ٪ ) . ويتضح من هذه النسب أن الشباب هم أكثر من يشاهد أو يهتم بالأخبار من كل طبقات المجتمع في بغداد مقارنة بالفئات العمرية الأخرى , وهذا يوضح بان الأخبار أو الموجيز لها دور واضح في حياتهم ومستقبلهم . ينظر جدول رقم (١٣).

جدول رقم ( ١٣ )

يوضح أعمار المبحوثين الذين يشاهدون  
مواجيز الأخبار

أعمار المبحوثين	التكرار	النسبة المئوية
١٧ - ٢٦ سنة	٤٧	٪ ٤٠,٨٧
٢٧ - ٣٦ سنة	٢٤	٪ ٢٠,٨٧
٣٧ - ٤٦ سنة	٢١	٪ ١٨,٢٦
٥٧ - ٦٦ سنة	١٢	٪ ١٠,٤٣
٤٧ - ٥٦ سنة	٧	٪ ٦,٠٩
٦٦ - ٧٥ سنة	٤	٪ ٣,٤٨
المجموع	١١٥	٪ ١٠٠

٣-علاقة مهنة المبحوثين بمشاهدة موجيز الأخبار :

أن النسب التي توصلنا إليها إزاء مهنة المبحوثين الذين يشاهدون موجيز الأخبار , أوضحت بأن (الموظفين) هم بالمرتبة الأولى وبنسبة ( ٣٠,٤٣ ٪ ) , أما المرتبة الثانية فكانت ( للطلبة ) وبنسبة ( ٢١,٧٤ ٪ ) , بينما حصل ( الكسبة ) وبنسبة ( ٢٠ ٪ ) على المرتبة الثالثة , أما ( ربات البيوت ) فقد نلنَّ المرتبة الرابعة وبنسبة ( ١١,٣٠ ٪ ) , وكانت المرتبة الخامسة من نصيب ( المتقاعدين ) وبنسبة ( ٨,٧٠ ٪ ) , وجاء ( العاطلون عن العمل ) بالمرتبة الأخيرة وبنسبة ( ٧,٨٣ ٪ ) . وهذه النتائج توضح أن الموظفين أكثر اهتماماً بالأخبار ولاسيما الموجيز لأنها تعطي أخبار الحكومة والأخبار الاقتصادية والاجتماعية وكافة الأخبار التي تتعلق بحياتهم سواء كانت داخلية أم خارجية وكل ما هو جديد إزاء ذلك وهذا ما ظهر جلياً عبر النسب التي توصلنا إليها . ينظر جدول رقم (١٤).

جدول رقم ( ١٤ )

يوضح مهن الباحثين الذين يشاهدون  
مواجيز الأخبار

النسبة المئوية	التكرار	مهن الباحثين
٪٣٠,٤٣	٣٥	موظف
٪٢١,٧٤	٢٥	طالب
٪٢٠	٢٣	كاسب
٪١١,٣٠	١٣	ربة بيت
٪٨,٧٠	١٠	متقاعد
٪٧,٨٣	٩	عاطل
٪١٠٠	١١٥	المجموع

-النتائج والإستنتاجات والتوصيات :

أولاً : النتائج :

تمثلت أبرز النتائج التي توصلنا إليها إزاء هذا البحث بالآتي :

١- كانت نسبة الباحثين ( الجمهور ) الذين يشاهدون القنوات الفضائية العراقية كبيرة وبواقع ( ٨٧,٣٣ ٪ ) . ونسبة الذين يشاهدون موجيز الأخبار في تلك الفضائيات كبيرة وبلغت نحو ( ٨٧,٧٩ ٪ ) .

٢- من الأسباب المهمة التي تسببت بعدم مشاهدة بعض الجمهور لمواجيز الأخبار هو إن ( الموجز لا يعطي تفاصيل كاملة عن الخبر ) وبنسبة ( ٢٩,٤٢ ٪ ) .

٣- حصلت قناة العراقية الفضائية على أعلى نسبة مشاهدة لمواجيز الأخبار فيها من قبل الجمهور مقارنة بالقنوات العراقية الأخرى وبواقع ( ٢٢,٧١ ٪ )

٤- أكد ( ١٩,١٣ ٪ ) من الباحثين أن الموجيز تعد ( مصدر رئيس ) للمعلومات إزاء ( النشرة الرئيسية ) وبأعلى نسبة مقارنة بالبرامج والأشكال الأخرى , ومصدر ( ثانوي ) بالنسبة ( للحصاد الإخباري الأسبوعي ) وبواقع ( ١١,٥٢ ٪ ) .

٥- أكد ( ٨٩,٥٦ ٪ ) من الباحثين أن الموجيز ( تسهم ) في زيادة فهمهم للأخبار وبذلك كانوا في المقدمة مقارنة بمن أشاروا إلى أنها ( لا تسهم ) أو فئة ( لا رأي لي ) .

٦- حصلت المواضيع ( السياسية ) على المرتبة الأولى ضمن فقرة أهم المجالات التي ( تسهم ) فيها الموجيز في فهم الأخبار , وبنسبة ( ١١,٥٣ ٪ ) , أما أعلى نسبة لمن أشاروا بأنها ( لا تسهم ) فقد كانت للمواضيع ( الاقتصادية ) وبواقع ( ٤,١٣ ٪ ) .

٧- أن أهم أسباب عدم مساهمة الموجيز في فهم الأخبار هو أنها ( تكون سريعة ) و ( مختصرة ) وعلى التوالي وبواقع ( ٢٦,٠٩ ٪ ) و ( ٢١,٧٤ ٪ ) , وهذا ما أكده الذين أشاروا إلى أنها ( لا تسهم )

بفهم الأخبار .

٨- حصول الذكور على أعلى نسبة مشاهدة للمواجيز الإخبارية في الفضائيات العراقية وبواقع ( ٦٥,٢٢ ٪ ) والحال نفسه بالنسبة الى طبقة أو فئة (الموظفين ) وبواقع ( ٣٠,٤٣ ٪ ) , كذلك الفئة العمرية ( ١٧ - ٢٦ سنة ) وبواقع ( ٤٠,٨٧ ٪ ) والتي شملت كثيراً من طبقات المجتمع العراقي في بغداد .

### ثانياً : الإستنتاجات :

أتضح من النتائج التي توصلنا إليها الإستنتاجات الآتية :

١-شمل البحث معظم الفئات العمرية التي من الممكن أن تتابع القنوات الفضائية العراقية وكذلك معظم طبقات المجتمع أوالمهن الموجودة في بغداد , ما يساعد على إعطاء نتائج علمية دقيقة ومتنوعة للبحث .

٢-أن مشاهدة جمهور واسع للقنوات الفضائية العراقية والمواجيز الإخبارية فيها وحسب النسب الكبيرة والواقعية التي ظهرت بالنتائج مقارنة بالذين لا يشاهدون والذي كانت نسبتهم قليلة , دليل على النهج الصحيح الذي تسلكه تلك القنوات وصولاً إلى جذب المتلقي , ولاسيما قنوات العراقية والشرقية والسومرية والبغدادية .

٣-اتضح أهمية المواجيز ولاسيما بعد إن اعتبرها الجمهور مصدراً رئيساً للمعلومات إزاء النشر الإخبارية الرئيسية , وهذا يوضح إن الموجز يحتوي على الكثير من المعلومات التي تخص الخبر .

٤-إن النسبة الكبيرة التي أكد عليها الجمهور إزاء مساهمة الموجز في زيادة فهمهم للأخبار , دليل واضح على أن المواجيز لها دور كبير في تهيئة ذهن المتلقي للخبر وشد انتباهه وصولاً الى فهمه للخبر .

٥-حصول المواضيع ( السياسية ) و ( الأمنية ) على مراتب المقدمة في أهم المجالات التي ( تسهم ) فيها المواجيز في فهم الأخبار , يوضح أن الظروف السياسية والأمنية التي يعيشها العراق ألقت بظلالها على المشاهد ما جعله يتابع بدقة المواجيز التي تخص هذه الجوانب وصولاً الى زيادة في فهمه الأخبار .

٦-إن ابتعاد بعض الجمهور عن مشاهدة مواجيز الأخبار , دليل على رتابة المواجيز وعدم تحقيقها لغايتها أو طريقة التقديم وبذلك لا تسهم في إيصال الخبر أو فكرة عنه إلى المشاهد وهذا ينطبق أيضاً على عدم مساهمة الموجز في زيادة فهم الأخبار .

٧-حصول الذكور على أعلى نسبة مشاهدة لمواجيز الأخبار دليل على أن الذكور أكثر ميلاً لمتابعة الأخبار من الإناث , والحال ذاته بالنسبة لفئة الموظفين الذين يتابعون الأخبار اليومية بأنواعها المختلفة لما لها من أثر على حياتهم اليومية .

### ثالثاً : التوصيات :

بعد النتائج التي توصلنا إليها يوصي الباحثان بما يأتي :

١-العمل على التغيير المستمر لشكل المواجيز الإخبارية وطريقة تقديمها فضلاً عن الجوانب الفنية الأخرى , والعمل كذلك على تغيير مقدمي تلك المواجيز لإبعاد الرتابة والملل من الجمهور ووصولاً إلى مشاهدة أكبر .

٢-يجب أن يحتوي الموجز على معلومات دقيقة وواضحة ومختصرة عن الخبر من أجل إيصال فكرة

- واضحة للمشاهد (المختصر المفيد) .
- ٣- قدر الإمكان أن يدعم الموجز بمعادل صوري عن الخبر .
- ٤- إدخال الوسائل التقنية الحديثة في أعداد وصياغة وتقديم الموجيز , والعمل على الاستفادة من خبرات القنوات الفضائية الكبيرة في هذا المجال .
- ٥- العمل على تنويع المجالات أو المواضيع التي يتضمنها الموجز من أجل الحصول على مشاهدة أكبر من طبقات المجتمع والفئات العمرية الأخرى .
- ٦- أشراك القائمين على الأخبار لاسيما الموجيز في دورات تطويرية داخل القطر أو خارجه .
- ٧- إجراء استطلاعات مستمرة للجمهور للوقوف على مكامن القوة والضعف بالمواجيز الإخبارية .

#### الهوامش

- ١- لقاء العلوان , الخبير الإحصائي في جامعة بغداد , مقابلة أجراها الباحثان معها في بغداد , بتاريخ ٢٣ / ٣ / ٢٠١٣ .
- ٢- كرم شلبي , الخبر الإذاعي ( فنونه وخصائصه في الإذاعة والتلفزيون ) دار ومكتبة الهلال للطباعة والنشر , بيروت , ٢٠٠٨ , ص ٧٠ .
- ٣- عبد الستار جواد , صناعة الأخبار , دار الكتب للطباعة والنشر , بغداد , ٢٠٠٠ , ص ٢٩١ .
- ٤- يوسف مرزوق , المدخل الى حرفية الفن الإذاعي , دراسات إعلامية , مكتبة الأنجلو المصرية , القاهرة , ١٩٧٧ , ص ١٢٧ .
- ٥- كرم شلبي , مصدر سابق , ص ٢٥٦ .
- 6-Hough , George , news writing - ( Houghton milfin company ) USA , P.47 .
- نقلا عن كرم شلبي . مصدر سابق . ص ١٠١ .
- ٧- نبيل راغب , العمل الصحفي المقروء والمسموع والمرئي , الشركة المصرية للنشر , القاهرة , ١٩٩٩ , ص ١٢٧ .
- ٨- عبد النبي خزعل , فن تحرير الأخبار , دار الشروق للنشر , عمان , ٢٠٠٣ , ص ١٧١ .
- ٩- عبد الدائم عمر الحسن , إنتاج البرامج التلفزيونية , الدار القومية للثقافة والنشر , القاهرة , ص ٢١٦ .
- ١٠- نهى عاطف العبد , الإعلام الدولي , الدار العربية للنشر والتوزيع , القاهرة , ٢٠٠٩ , ص ٣٣ .
- ١١- كرم شلبي , مصدر سابق , ص ٧٧ .
- ١٢- ستيوارت آلان , ثقافة الأخبار , ترجمة : هدى فؤاد , مجموعة النيل العربية , القاهرة , ٢٠٠٨ , ص ٢٠٣ .
- ١٣- المصدر نفسه , ص ١٨٧ .
- 14-Ferguson , obet . Representing race : Ideology , Identity and the media ( London : Arohd publishers , 1998 ) p. 176.
- نقلا عن نهى عاطف العبد , مصدر سابق , ص ٧٢ .
- ١٥- ستيوارت آلان , مصدر سابق , ص ١٨٨ .
- ١٦- طارق موسى الخوري , فن تحرير الأخبار , المكتبة الوطنية , عمان , ٢٠١١ , ص ١٣٦ .
- ١٧- ماجي الحلواني و محمد مهنا , مقدمة في الفنون الإذاعية والسمعية , جامعة بغداد ,

مواجيز الأخبار ودورها في فهم الجمهور لمضامين الأخبار في الفضائيات العراقية أ.م.د رعد جاسم - د. علي عباس

مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح , ١٩٩٩ , ص ١٥٩ - ١٦٣ . نقلا عن حسين دبي , القنوات الفضائية والإعلام المتخصص , دار أسامة للنشر والتوزيع , عمان , ٢٠١٢ , ص ٦٦ - ٦٧ .  
١٨-فلاح كاظم و سوّدد القادري , الفنون الإذاعية والتلفزيونية , دار الحكمة للطباعة والنشر , الموصل , ١٩٩٠ , ص ١٢٩ .

١٩-عيسى محمود الحسن , البرامج الإخبارية في الإذاعة والتلفزيون , دار زهران للنشر والتوزيع , عمان , ٢٠١٣ , ص ٦٣ - ٦٧ .

20-Alam Haggerty , Ryen W. White , and Joemon M. Jose , News flash : Adaplive TV news delivery on the web .

نقلا عن (المكتبة الافتراضية العراقية : Iraqi virtual science library)

21-Branston , gill & Stafford , Roy-the media students book edition ( London , Routedge , 2002 ) . third

نقلاً عن نهى عاطف العبد . مصدر سابق . ص ٧١ .