

مقرونية الصحافة الالكترونية العراقية دراسة ميدانية لطلبة كلية الإعلام

أ.م.د. ليث بدر يوسف

جامعة بغداد/ كلية الإعلام

المقدمة

يعد الجمهور الهدف الرئيس لأية وسيلة إعلام تقصد إرسال رسالة اتصالية معينة ، فالهدف الأول لوسائل الإعلام هو كسب اكبر عدد من المتلقين سواء بقصد تحقيق وظائفها الرئيسة وهي (الإعلام بقصد الإخبار ، أو التثقيف أو التسلية أو الإعلان) كوسائل إعلام .. أو بقصد التأثير فيهم . ومثلما لوسائل الإعلام أهدافها تجاه الجمهور .. كذلك الجمهور لديه أهدافه التي تتمثل باحتياجاته أولاً والتي تتحول إلى دوافع تحركه لسلوك معين سعياً لإشباعها عن طريق وسائل الإعلام كافة أو وسيلة إعلامية محددة ترضي حاجاته ، أو عن طريق وسائل أخرى كالزيارات أو الذهاب إلى أماكن معينة أو ممارسة أعمال محددة، سعياً لإشباع الحاجات.

ومن هنا بدأت وسائل الإعلام وكل بحسب تقنياتها وقدراتها السعي لالتماس حاجات الجماهير من اجل إرضائها وكسب ثقتها بها ، فقامت بعض الوسائل الإعلامية بإجراء استطلاعات لآراء الجمهور من اجل الوقوف على أهم الحاجات التي تسعى لإشباعها. غير أن تعدد الوسائل الإعلامية في وقتنا الحاضر وتعدد الحاجات لدى الجماهير وعدم قدرة وسائل الإعلام الشاملة لمضامين إعلامية متنوعة على تقديم الأخبار بشكل موسع جعل من الوسائل تبذل جهداً اكبر لكسب اكبر عدد من المتلقين لرسائلها الاتصالية، ومن هنا ظهر التخصص في وسائل الإعلام لاسيما بعد الصحافة الالكترونية التي تعدت الحدود الجغرافية وجعلت المتلقي في أقصى العالم باستطاعته أن يستقبل رسائلها الاتصالية .

والصحافة الالكترونية هي الصحافة اللالورية التي يتم نشرها على شبكة الانترنت ويقوم الجمهور القارئ باستدعائها وتصفحها والبحث داخلها فضلاً عن حفظ المادة التي يريدونها منها وطبع ما يرغب في طباعته .

ومن مميزات الصحافة الالكترونية إمكانية توزيعها وبالتالي تعرض القارئ لها على مدى الأربع والعشرين ساعة وكذلك إمكانية متابعة الجديد من الأخبار في أي وقت خاصة مع وجود خدمة

التحديث التي يتم إدخالها على الصحيفة الالكترونية على مدار اليوم، ومن أهم المميزات التي تتمتع بها الصحافة الالكترونية أنها جمعت بين وسائل الإعلام الأخرى ضمن الإطار الالكتروني للصحافة .

ومن خلال اطلاعنا على المواقع الالكترونية للصحافة العراقية واهم الصحف التي استطاعت كسب القارئ العراقي استطاع الباحث تحديد أهم الجوانب التي سيبحثها عن طريق السعي للتعرف على مدى تعرض جمهور البحث لمقرونية الصحف الالكترونية في العراق، وعادات التعرض للموضوعات والأخبار التي نشرت فيها، إذ يتضمن بحثنا هذا أولاً الإطار المنهجي للبحث الذي يعد المبحث الأول و يوضح أهمية البحث وضرورات القيام به ، ثم تحديد مشكلة البحث ، و الفروض التي قام عليها البحث ، ونوع البحث ومنهجه الملائم لطبيعة البحث أما الإطار النظري للبحث فينقسم إلى ثلاثة محاور رئيسة ضمن المبحث الثاني .. حيث تناول المحور الأول تعرض الجمهور لوسائل الإعلام بدءاً بنظرية الاستخدامات والاشباع والتى قام على أساسها بحثنا هذا، فجمهور وسائل الإعلام جمهور نشط يبحث عن الوسيلة التي تشبع حاجاته ، والمحور الثاني نعرض فيه مفهوم الجمهور وعلاقته بوسائل الإعلام والعوامل المؤثرة على تعرضه لها . أما المحور الثالث فقد اشتمل على نشوء وتطور الصحافة الالكترونية ومميزاتها والتعريف بأهم المواقع الالكترونية للصحافة العراقية ضمن مدة البحث.

أما المبحث الثالث فقد اختص بالإطار الميداني للبحث ، وفيه الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية من تحديد مجتمع البحث و عينة البحث و إعداد استمارة الاستبيان التي عرضت على مجتمع البحث ... هذا كمحور أول ، والمحور الثاني اشتمل على تحليل وتفسير بيانات البحث التي حصل عليها الباحث من العينة المبحوثة ، والمحور الثالث يتضمن اختبار فروض البحث التي وضعها الباحث لمعرفة العلاقة بين متغيرات محددة ، وأخيراً أهم النتائج التي خرج بها البحث ، ثم التوصيات التي وضعها الباحث .

المبحث الأول

الإطار المنهجي للدراسة

1 - أهمية البحث

تعد بحوث الجمهور من البحوث المهمة للتعرف على عادات الجمهور في التعرض لوسائل الإعلام وكيفية استخدامه لها وتفضيله وأهم دوافعه واشباعاته المتحققة من التعرض لهذه الوسائل ، لاسيما وان مهمة وسائل الاعلام هي التعرف على الاحتياجات الحقيقية للجمهور وإرضاء رغباته

ويتم ذلك عن طريق أساليب خاصة قام على تطويرها كبار علماء النفس ، وعندما تنجح وسائل الاعلام في إرضاء هذه الاحتياجات فأنها تضمن إقبالا وتجاوب(1).

وقد جاءت الصحافة الالكترونية لتخلق عادات جديدة تتماشى وكثرة الصحف الالكترونية ومضامينها المختلفة والحاجة لهذه المضامين الإخبارية والترفيهية والتثقيفية وغيرها من قبل الجمهور العراقي والاشباع التي تحققها هذه المضامين.

وفي ضوء التغييرات الحاصلة بعد تاريخ 9-4-2003م من تغييرات سياسية وما تبعها أصبح المستهلك العراقي بحاجة إلى التعرف على الأخبار سواء كانت الأخبار السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية وغيرها من الأخبار على الأصعدة العالمية والإقليمية والمحلية ، وما ساعده على إشباع هذه الحاجات، توفر صحف الكترونية عديدة سواء كانت حكومية أو مستقلة، صحف عامة تشمل مختلف المضامين بما فيها الأخبار .. ومواقع اخبارية متخصصة تقدم الموضوعات التي تلائم أهدافها وتقدم الاخبار السياسية (وهي تخصصها الأساس) والأخبار الاقتصادية والاجتماعية على مدار أربع وعشرين ساعة ، وقد يفرز هذا التخصص في الصحافة الالكترونية عن نشوء عادات جديدة في التعرض نظرا لتوافر المادة الإخبارية في أية لحظة يحتاجها القارئ ، هذا فضلاً عن النقل المباشر للأحداث ، ذلك إن أهم الاحتياجات التي تسدها وسائل الاتصال عامة والصحافة الالكترونية خاصة هي (2) :

1- الاحتياجات المعرفية : أي الحاجة إلى الخبر والمعرفة بشكل عام ، إذ إن الخبر أهم سلعة

(حية) تنفرد في تقديمها وسائل الاتصال وذلك سر ارتباط الجمهور بها .

2- احتياجات تحقيق الذات والاحتياجات الترفيهية .

ويسعى البحث إلى التعرف على أهم المواقع الالكترونية للصحافة العراقية التي يتعرض لها جمهور بغداد وعادات التعرض لأخبار صحيفتي الصباح والزمان .. واهم دوافع التعرض لأخبار هذه الصحف واهم الاشباع المتحققة منها وعلاقة كل من المتغيرات (الجنس - السن - الحالة العلمية) بالانتظام في التعرض لمجتمع البحث وبالمعدل الزمني للتعرض لها ، وعلاقة دوافع التعرض لإخبارهما بالاشباع المتحققة منها في الوطن العربي بشكل عام ، وفي العراق بشكل خاص ، فكانت هذه الأحداث بؤرة اهتمام الصحافة الالكترونية ، وهذا ما يعكس أهمية التطورات الحاصلة على جميع المستويات ، وما قد تخلق من عادات جديدة في للقراءة .

لذلك يمكن إجمال أهمية البحث بالاتي:-

1- تعد الأخبار من المضامين المهمة في وسائل الإعلام، إذ دلت الدراسات والأبحاث الإعلامية المتعددة إن للأخبار قراء عديدين وأدى هذا إلى البحث المستمر عن وسائل تخدم أغراض إيصال الأخبار بوسائل أسرع(3).

2- أهمية التعرف على كيفية تعرض جمهور البحث للمواقع الالكترونية للصحافة العراقية وعادات تعرضه للأخبار والموضوعات في صحف البحث ، وذلك في ظل الأحداث التي يعيشها العراق بشكل خاص ، واهم صحفه المفضلة وكثافة التعرض لها وحدود ثقته بها ، واهم دوافعه واشباعاته المتحققة من التعرض لها ، وما يضيفه هذا البحث للمكتبة الإعلامية في اطار بحوث الجمهور ، والوقوف على اوجه القصور (إن وجدت) التي ستكتشف عن طريق استجابات الجمهور المبحوث .

2- مشكلة البحث

إن المشكلة البحثية هي ((موقف غامض أو موقف يعتريه الشك أو ظاهرة تحتاج إلى تفسير ، او هي كل قضية ممكن إدراكها أو ملاحظتها ويحيط بها شيء من الغموض أي إنها حاجة لم تشبع أو وجود عقبة أمام إشباع حاجتنا أو سؤالاً مميزاً أو رغبة في الوصول إلى حل الغموض أو إشباع النقص)) (4).

ويمكن هنا تحديد مشكلة البحث في (التعرف على كيفية تعرض طلبة كلية الاعلام / جامعة بغداد/ للصحافة الالكترونية ، ورصد عادات التعرض للمواقع الالكترونية لصحيفتي الصباح والزمان واهم دوافع التعرض لأخبارهما والاشباعات المتحققة من التعرض لهما) .

وتتبع من مشكلة البحث تساؤلات يسعى البحث للإجابة عنها واهم هذه التساؤلات هي:

1- ما مدى الانتظام في قراءة الصحف الالكترونية في العراق لدى جمهور البحث؟

2- ما أنماط التعرض للصحف الالكترونية في العراق لدى الجمهور المستهدف؟

3- ما أهم أسباب التعرض للمواقع الالكترونية لصحف البحث ؟

4- ما أسباب عدم التعرض لصحيفتي الصباح والزمان (لغير المتعرضين) لدى مجتمع البحث؟

3- فروض البحث

يعرف الفرض بأنه "استنتاج ذكي يتوصل اليه الباحث ويتمسك به بشكل مؤقت، فهو اشبه برأي الباحث المبدئي في حل المشكلة" ، أي إن الفرض ليس تفسيراً عشوائياً وإنما يستند إلى بعض المعلومات والخبرة والخلفيات ، وهو مؤقت وليس ثابت يتمسك به الباحث حتى نهاية البحث وعندها يتحقق من صحة الفروض أو عدمها (5)، واستخدم الباحث هنا نوع الفروض المباشرة

ومن هنا استطاع الباحث صياغة فروضه على النحو التالي :

الفرض الأول : هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعات المختلفة لمتغيرات البحث (

الجنس - السن - الحالة العلمية) والانتظام في التعرض لقراءة الصحافة الالكترونية.

الفرض الثاني : هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعات المختلفة لمتغيرات البحث

(الجنس - السن - الحالة العلمية) والمعدل الزمني للتعرض لقراءة الصحافة الالكترونية .

5- نوع البحث ومنهجه

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تستهدف إعطاء معلومات كافية ودقيقة حول الظاهرة موضوع البحث ، واعتمدنا على أحد مناهج البحوث الوصفية وهو منهج المسح الذي يعد "جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث" (6) ،

ونستخدم هنا احد فروع منهج المسح وهو مسح جمهور وسائل الاعلام للتعرف على الخصائص الأساسية التي يتميز بها جمهور القراء وتفضيلات القراء المختلفة ، وتفيد هذه البيانات في التعرف على سلوك الجمهور فيما يتعلق باستقبال الرسالة الإعلامية لدى مجموعات معينة من الجماهير تبعا للهدف من إجراء المسح (7) .

ويرى الباحث إن منهج المسح هو الأنسب لجمع البيانات والمعلومات من الأفراد المبحوثين (عينة البحث) حول مقرونية الصحافة الالكترونية في العراق، عن طريق الإجابة عن تساؤلات البحث التي عدت سلفا تحقيقا لأهداف البحث وسيتم استخدام استمارة الاستبيان كأداة مناسبة تتضمن تساؤلات البحث لمسح الجمهور والتعرف على تفضيلاته ودوافعه واشباعاته.

المبحث الثاني

أولاً- جمهور وسائل الإعلام

الجمهور (Audience (mass "هو اصطلاح فني يقصد به جماعة من الناس تتميز عن غيرها بصفات خاصة كما يرتبط أفرادها بروابط معينة وهذه الجماعة من الناس تقع في محيط المنشأة أو التنظيم أو المؤسسة الإعلامية ، او قد يكون هذا المحيط مدينة أو إقليما أو العالم بأسره ، تؤثر فيه وتتأثر به ، أي ان هناك تفاعلا متبادلا بين الطرفين ومصالحة مشتركة بين هؤلاء الناس" (8) .

وجمهور المتلقين (Audience) "هم حشد من الافراد يتركز إنتباههم على مؤثر خارجي كجمهور مشاهدي السينما والتلفزيون ، ويكون الاتصال لدى هذا الحشد في إتجاه واحد أي من المؤثر الى أفراد الحشد"(9).

ويرى الباحث أن مصطلح (حشد) كدلالة على جمهور المتلقين لا يعبر عن المعنى الحقيقي للمصطلح وأن مصطلح (أعداد الناس) هو الانسب للتعبير عن معنى جمهور المتلقين ذلك أنهم متفرقين وليسوا في مكان واحد .

أما بالنسبة لتكوين الجمهور (audience composition) فيصنف وفقا لسمات عديدة وهي كالآتي(10):

- 1- السمات الشخصية : يقسم الجمهور وفقا للسن والجنس والجنسية ومكان الميلاد ، وهي السمات التي لا دخل للفرد في اكتسابها .
- 2- السمات القابلة للتغيير: فيقسم وفقا للتعليم والدخل والحالة الاجتماعية واللغة والدين والوظيفة والإقامة.
- 3- السمات الاجتماعية : ويقسم الجمهور فيها وفقا للإتجاه نحو الموضوع الى مؤيد أو معارض أو محايد .
- 4- المعايير الثقافية : يقسم وفقا الى أمة وعادي وجمهور المفكرين .
- 5- الإستعداد للإقتناع : يصنف الى فئات الاستعداد المرتفع والاستعداد المنخفض للإقتناع.
- 6- السمات الإجتماعية العامة : يقسم الى جمهور عنيد وغامض وبسيط وذواق وجاهل إلخ.

وبذلك فإن الجمهور أو جمهور الإعلام (Mass audience) يتألف من أعداد كبيرة من الافراد مختلفين في مستوياتهم الثقافية والاجتماعية وينتشرون على رقعة واسعة من الارض ، ويتألف من الكبير والصغير ، والمتعلم وغير المتعلم ، والفقير والغني ، والمزارع والموظف والعامل والطالب وربة البيت ، وهؤلاء وغيرهم يؤلفون الجمهور الذي يتوجه الى وسائل الإعلام (11).

ثانيا- مفهوم التعرض لوسائل الإعلام

يعد التعرض أحد أركان العملية الإتصالية لا سيما وأنه يحقق إستقبال الافراد للوسائل والرسائل في إطار عملية مقصودة تستلزم إمتلاك المتعرضين لمهارات إتصالية (12)، ويختلف الافراد في مدى تعرضهم لوسائل الإعلام وكلما زاد عمق التعرض دل على وعي الجمهور برسالة

الإعلام (13) ، والتعرض لوسائل الإعلام قد يكون اختيارياً أو غير اختياري ، كما ان عملية اشباع الحاجات من المعلومات تتم عن طريق(14):-

- 1- التعرض لوسيلة اعلامية محددة .
 - 2- السياق الاجتماعي الذي تستخدم فيه الوسيلة ، كالاستماع الى الراديو بأفراد أو مشاهدة التلفزيون مع الجماعة وقراءة الصحف في ظروف معينة .
- ويتضح ان التعرض يعبر عن اكتمال العملية الاتصالية ، وعن استجابة الجمهور النسبية للرسالة واهتمامه بها ، أي انه يعبر عن حدوث الصلة بين وسائل ورسائل الاتصال الجماهيري من جهة والجمهور من جهة أخرى (15)، وان استجابة المتلقي المحدودة لما تنتشره وسائل الإعلام يرجع الى عدد من العوامل التي تتداخل بين الرسالة الإعلامية والطبيعة البشرية ، وان الاستجابة تتوقف على اتجاهات وقيم وحاجات ودوافع المتلقي (16) ذلك ان انتقاء التعرض وانتقاء الادراك وانتقاء التذكر هي العمليات التي تعاون الفرد على حماية معتقداته ، فالفرد يتجنب في حياته الخاصة عادة من يختلف معه في الرأي ويصادق من يتفق معه ، وهذا ما يتبعه الفرد في تعرضه لوسائل الإعلام فيتعرض للرسائل التي تتفق في اتجاهها معه(17).
- ثالثا- العوامل المؤثرة على التعرض لوسائل الإعلام
- إن العوامل المؤثرة على التعرض لوسائل الإعلام تتعلق بتفضيل الجمهور لوسيلة إعلامية معينة على غيرها، او مضمون محدد ، أي ما يخص تكوين الجمهور وتأثيره على الاختيار، وغيرها من المؤثرات التي يرى الباحث أن من الضروري إيرادها ، وهنا سنأتي على توضيح هذه العوامل :-

3- التعليم : اتفقت الدراسات على أنه كلما ارتفع المستوى التعليمي لدى الانسان كلما زاد

استخدامه لوسائل الإعلام ، فيزيد الاقبال على قراءة الصحف مع ارتفاع المستوى التعليمي(18).

4- السن : تتباين حاجات الناس واهتماماتهم الترفيهية والاجتماعية والسياسية باختلاف

مراحلهم العمرية، فكل مرحلة عمرية لها توجه خاص في اختيار رسائل ووسائل الإعلام(19).

5- الجنس : ان الاختلافات بين الرجل والمرأة نابعة من اختلاف وظائف كل منهما

واهتماماتهم الاجتماعية والتربوية والثقافية وكذلك اختلافات تتعلق باوقات فراغ كل منهما(20)

6- **الدخل** : ان عامل الدخل له ايضا علاقة باستخدام وسائل الإعلام ، ذلك انه كلما زاد دخل الإنسان زاد استخدامه لوسائل الإعلام ، وهذا ينطبق على قراء الصحف اكثر مما ينطبق على مستمعي ومشاهدي الإذاعة والتلفزيون(21) .

7- **الأدوار والظروف والمكانة الاجتماعية** : تؤدي الى تشكيل صورة نموذجية عن استخدام وسائل الإعلام بالشكل المقبول اجتماعيا.

وبما ان التعرض تتحكم به الظروف الخارجية والصدف فضلاً عن لعوامل اخرى فأن استمرارية التعرض لأشكال معينة من المواد الإعلامية تشكل مؤشرا على اهمية إرضاء الحاجات الإنسانية ، وهذا الإرضاء يشكل عاملاً في تقوية هذا السلوك من التعرض واستمراريته(22) .

8- **الوقت** : كلما ارتقى الإنسان في سلم الحضارة كلما زاد وقت فراغه لاسيما وان المخترعات الحديثة تعمل على زيادة وقت الفراغ ، ووقت الفراغ هذا هو من نتاج المجتمع الصناعي وتلعب وسائل الإعلام دورا كبيرا في شغل اوقات الفراغ(23).

9- **الثقة بالمصدر** : ان الثقة بالمصدر هي درجة الصدق التي يوليها المستقبل للمصدر او الرسالة الاتصالية ، وان الثقة بالمصدر تهئ لاستهواء الجمهور مما يدفعهم الى قبول المضمون ولذلك تسعى مصادر الاتصال المختلفة الى نيل ثقة جماهيرها بأساليب مختلفة(24).

10- **عادات* التعرض** : تعني عادات التعرض الإجابة عن الأسئلة الخاصة بكيفية القراءة او الاستماع او المشاهدة (25)، وان الفرد يكيف تعرضه لوسائل الإعلام بالشكل الذي ييسر له عملية التعرض إذ يبذل اقل جهد ممكن فهو يختار الوقت والمكان المناسب بالشكل الذي يتفق مع سماته العامة والسمات الاجتماعية والفردية(26).

11- **الخصائص النفسية** : لا يمكن إهمال الخصائص النفسية التي تؤدي الى الاقتناع او عدمه ، كخصائص تقدير الذات ، والقلق ، والتفتح الذهني ، والتأثر بالآخرين ، وهي خصائص لها دور في التأثر والاقتناع بالرسائل الإعلامية .

رابعا: التعريف بصحف البحث (الصباح ، الزمان)

اولا: جريدة الصباح:

جريدة سياسية يومية عامة تصدر عن شبكة الاعلام العراقي التي تأسست في نيسان من عام 2003م تحت اشراف سلطة الاحتلال في العراق، ثم تحولت فيما بعد الى ادارة الحكومة العراقية في 28 حزيران من عام 2004م.

صدر العدد الأول منها في 17 ايار (مايس) 2003م، وكان صاحب الامتياز ورئيس تحريرها الصحفي العراقي اسماعيل زاير الذي عمل فيها حتى 4 ايار (مايس) من عام 2004م، ومن ثم انفصل عن الصباح "ليصدر الصباح الجديد يومية سياسية ب 12 صفحة من الحجم الكبير وبالألوان، وتولى رئاسة تحريرها، واصبح محمد عبد الجبار الشبوط رئيساً لتحرير (الصباح) بدلا عنه" (27)، وبعدها حل محله جمعة الحلفي منذ مطلع شهر تموز من عام 2004م وحتى مطلع شهر تشرين الأول من عام 2005م، ليعود محمد عبد الجبار الى رئاسة التحرير ثانية حتى تعيين فلاح المشعل لتولي مهام هذا المنصب في 20 حزيران من عام 2006م.

ظهرت جريدة الصباح أول أمرها ب (8) صفحات وبحجم اقل من الحجم الكبير الذي تصدر به في الوقت الحاضر بحوالي (2 سم)، وكانت تصدر مرتين في الاسبوع يومي (الاثنين والاربعاء)، ومن ثم اخذت تصدر ثلاث مرات اسبوعيا في الايام (الاحد والثلاثاء والخميس) وابتداء من 3 تموز 2003م، حتى أخذت تصدر بشكل يومي منتظم في 3 آب 2003م وبواقع (12) صفحة من الحجم الكبير ، ثم ازداد عدد صفحاتها الى (24) صفحة واستمرت على هذا الحال حتى اعداد هذا البحث.

تصدر اعداد جريدة الصباح وهي تضم ست صفحات ملونة منها الاولى والثامنة والتاسعة والسادسة عشرة والسابعة عشرة والرابعة والعشرين في حين تظهر بقية صفحاتها باللونين الاسود والابيض.

تحتوي الصفحات من الاولى وحتى الصفحة الثامنة على الاخبار والتقارير الاخبارية الخاصة بالشأن العراقي وكذلك الاخبار والتقارير الاخبارية العربية والعالمية ذات العلاقة بالقضايا العراقية، وتحمل جميع هذه الصفحات تسمية (العراق).

اما الصفحتان التاسعة والعاشر فتضم التحقيقات والمقابلات الصحفية، في حين خصصت الصفحة الحادية عشرة للشؤون الثقافية، والصفحتان الثانية عشرة والثالثة عشرة للآراء والمقالات وتليها الصفحة الرابعة عشرة للشؤون الاقتصادية والصفحة الخامسة عشرة لقضايا الناس وتحمل اسم "الباب المفتوح"، في حين خصصت الصفحة السادسة عشرة للاخبار المنوعة والشؤون الفنية وتأتي بعدها الصفحات من السابعة عشرة وحتى الصفحة الرابعة والعشرين لتحمل الاخبار والتقارير

الرياضية. ويصادف ان تصدر جريدة الصباح في بعض الاحيان بـ (28) صفحة، وقد جرت العادة ان تخصص الصفحات الاضافية من الصفحة الخامسة والعشرين وحتى الثامنة والعشرين للاعلانات، على الرغم من ان الاعلانات تأخذ حيزا ليس بالقليل في جميع صفحات الجريدة.

تمول جريدة الصباح من المال العام العراقي (وزارة المالية)، الا انها غير ناطقة رسميا باسم الحكومة، وتمثل عوائد الاعلانات المنشورة في صفحاتها موردا هاما من الموارد المالية للجريدة. وتعتمد الجريدة على مصادر عدة للمعلومات، اذا انها ترتبط بالاشتراك مع وكالات عالمية مثل وكالة الانباء الفرنسية ووكالة انباء رويترز، وكذلك مع وكالات عراقية مثل وكالة انباء نينا ووكالة اصوات العراق، وهي تمتلك منظومة من المراسلين في مدن وعواصم عالمية وعربية مثل واشنطن والقاهرة ودمشق والكويت وعمان، وكذلك في مدن ومحافظات عراقية، فضلا عن مجموعة من المندوبين المتحركين بشكل يومي(28).

ويؤكد رئيس تحرير الجريدة ان ارقام الطبع الخاصة بالجريدة قد وصلت الى 60.000 نسخة يوميا ، لكنه اكد حصول بعض التراجع في توزيع الجريدة ، بسبب اضطراب الوضع الامني وتزايد عمليات التهجير والعنف، مما جعل ارقام الطبع تهبط الى 45.000 نسخة.

وتُصدر الجريدة مع اعدادها اليومية مجموعة من الملاحق الاسبوعية المتخصصة التي تتناول موضوعات عديدة، فضلا عن اصدارها ملحقاً شهرياً يحمل اسم (كتاب في جريدة) ، الذي ينشر بحجم التابلويد، وهو مشروع الجريدة مع منظمة التربية والثقافة والعلوم (اليونسكو)، إذ يظهر هذا الملحق المعني بنشر مؤلفات الكتاب والمفكرين العراقيين في (20) جريدة من الجرائد الاولى في الوطن العربي، وتصدر الجريدة أيضاً كتاباً شهرياً باسم (الصباح الثقافي) الذي يعنى بالقضايا الثقافية والفكرية المتنوعة.

ويحمل رأس الصفحة الاولى (الترويسة)* في جريدة الصباح، اسم الجريدة مطبوعاً باللون الاحمر يعلوه شعار الجريدة وهو عبارة عن رسم يرمز الى الشمس، وبينهما تستقر كلمة الصباح باللغة الانكليزية مع عنوان الموقع الالكتروني الخاص بالجريدة، والى اليمين من اسم الجريدة يظهر اسم رئيس التحرير ، اما من جهة اليسار فيظهر عدد صفحات الجريدة مكتوباً بالانكليزية ومعه اسماء الملاحق الصادرة في ذلك اليوم.

وتحتل الصور حيزاً واسعاً من مساحة الصفحة الاولى، اذ تصدر النصف الاعلى منها في الغالب صورة كبيرة، فضلا عن الاعلانات الملونة التي تأخذ في العادة الجزء الاكبر من

النصف السفلي للصفحة الاولى، مما يجعلها منافسا قويا وحقيقيا للاخبار المنشورة في تلك الصفحة والتي تأتي في معظم الاحيان قليلة العدد. ومن الملاحظ ان الموقع الالكتروني للصحاح يحمل نفس الترويسة والعناوين الموجودة في الطبعة الورقية.

ثانيا: جريدة الزمان

جريدة يومية تصدر عن مؤسسة الزمان العراقية الدولية للصحافة والنشر والمعلومات التي اسسها ويرأس مجلس ادارتها الكاتب والاعلامي العراقي سعد البزاز* ، و تضم هذه المؤسسة الاعلامية ايضا قناة الشرقية الفضائية**، فضلا عن مجموعة من المواقع الالكترونية على شبكة المعلومات الدولية (الانترنت). ويعمل في المؤسسة التي تتوزع مكاتبها في عواصم عربية وعالمية اكثر من 500 صحفي وفني.

ويصدر عن المؤسسة نفسها فضلا عن جريدة الزمان السياسية، جريدة الزمان الرياضية ومجلد فصلي باسم (الف ياء) يضم في سبعمائة صفحة المنتخب من الاعمال الابداعية والفكرية، فضلا عن مجلة سياسية شهرية عامة تحمل اسم (الزمان الجديد).

صدر العدد الاول من جريدة الزمان الدولية خارج العراق في مدينة لندن بتاريخ 10 نيسان من عام 1997م وهو التاريخ ذاته الذي تأسست فيه مؤسسة الزمان الاعلامية التي تصدر عنها الجريدة، وقد وزعت طبعة لندن في جميع مدن المملكة المتحدة وكذلك في بعض الدول الاوربية المجاورة التي تتواجد فيها جاليات عراقية وعربية، وكان للجريدة مراسلان اثنان يعملان في العراق، أحدهما في مدينة اربيل والاخر في مدينة زاخو، فضلا عن مجموعة المراسلين المنتشرين في معظم انحاء العالم.

وقد صدرت جريدة الزمان فيما بعد بطبعات دولية وفي اكثر من دولة من بينها (طبعة منامة) التي يتم طبعتها في مطابع الايام بمملكة البحرين وتوزع في عدد من دول الخليج، وقد اطلقت صحيفة الزمان في 15 اذار 2007م طبعة جديدة باسم طبعة (دمشق وعمان) التي يجري طبعتها في مدينة بيروت وتوزع في الجمهورية العربية السورية والمملكة الاردنية الهاشمية، وتتجه الجريدة في الوقت الحاضر لاصدار طبعة اخرى باسم طبعة (نيويورك وكندا) والتي من المؤمل ان توزع في الولايات المتحدة الامريكية وكندا. اما في العراق فقد صدرت جريدة الزمان لأول مرة في مدينة البصرة بتاريخ 8 نيسان 2003م بطبعة تحمل اسم (طبعة البصرة) التي جرى توزيعها في مدن العراق الجنوبية واستمرت بالصدور نحو عامين ثم دمجت مع طبعة بغداد التي صدرت اول

مرة بتاريخ 29 نيسان 2003م، واصبحت جريدة الزمان تصدر في العراق بطبعة واحدة تحمل اسم (طبعة العراق) التي ظهرت اول مرة بتاريخ 24 اذار 2007م(29).

وتهتم جريدة الزمان الصادرة في العراق بالأخبار المحلية العراقية بشكل كبير فضلا عن الاخبار العربية والدولية ذات العلاقة بالشأن العراقي والتي تنشرها الصحف او وكالات الانباء العالمية او مواقع الانترنت، وتهتم الجريدة أيضاً بالتاكيد على ذكر مصادر اخبارها.

وتصدر جريدة الزمان بـ (20) صفحة من الحجم الكبير وباللونين الاسود والابيض باستثناء الصفحتين الاولى والاخيرة الملونتين، وتتوسط ترويسة جريدة الزمان اسم الجريدة والى الاسفل منه باتجاه اليمين تستقر عبارة "عربية دولية يومية مستقلة"، في حين يظهر عنوان الموقع الالكتروني الخاص بالجريدة تحت الاسم مباشرة.

والى اليمين من اسم الجريدة يظهر رمز مؤسسة الزمان المتمثل بصورة صقر فاردا جناحيه ويحمل في قدميه شعار المؤسسة، والى الاسفل منه تستقر عبارة (طبعة العراق).

وتحتوي الصفحات من الاولى وحتى الصفحة الثامنة على الاخبار والتقارير الاخبارية ما عدا الصفحة السابعة التي تعنى بنشر قضايا الناس وتحمل الاسم نفسه.

والصفحات من التاسعة وحتى الصفحة الثانية عشرة مخصصة للملحق الثقافي (الف ياء) الذي يعنى بنشر النصوص القصصية والروائية والشعرية، فضلا عن الاخبار الثقافية والدراسات والاعمال الادبية والفنية والنقدية.

اما الصفحة الثالثة عشرة فتضم اعمال القراء ومشاركاتهم وتحمل اسم (اغلبية صامتة)، في حين تحتوي الصفحة الرابعة عشرة في العادة على حلقات من سير او وثائق تاريخية او فصول من كتاب، وتحمل اسم (وثائق وكتب)، اما الصفحة الخامسة عشرة فتحمل اسم (اراء ومقالات) وتخصص للغرض نفسه، تليها الصفحة السادسة عشرة المخصصة للمقابلات والتحقيقات ، ومن ثم الصفحة السابعة عشرة التي تحتوي على الموضوعات والدراسات الاقتصادية ومتابعة حركة اسواق المال وتحمل اسم (مال واعمال) ، في حين تضم الصفحة الثامنة عشرة الموضوعات والاخبار العلمية الحديثة وتحمل اسم (علوم وتكنولوجيا)، والصفحتان التاسعة عشرة والعشرون تضمان الأخبار والتقارير المنوعة التي يغلب عليها الطابع الفني والترفيهي، وبأخذ الأعلان حيزا متباينا في عدد من صفحات الجريدة.

وتعتمد جريدة الزمان في استقاء أنبائها على مجموعة كبيرة من المندوبين والمراسلين الصحفيين في المدن والمحافظات العراقية، فضلا عن شبكة من المراسلين المنتشرين في عدد كبير

من العواصم العربية والاجنبية بما فيها واشنطن ولندن، وان للجريدة اشتراك في عدد من وكالات الانباء العالمية للحصول على خدماتها، مثل وكالة انباء رويترز، والفرانس بريس، ووكالة الانباء الالمانية. وتشكل عوائد الاعلانات المنشورة في صفحاتها وحجم المبيعات التي تحققها، مصادر اساسية في عملية تمويلها(30).

وتنتهج جريدة الزمان صيغة تقريرية من حيث اسلوب العمل المتبع في كتابة الاخبار، اذ يتولى سكرتير التحرير الذي انيطت به مهمة تحرير الاخبار، تجميع المعلومات المتشابهة والمتعلقة بقضية او موضوع معين، من اكثر من مصدر، سواء أكانت عن طريق مجموعة المندوبين او المراسلين الاخباريين المرتبطين به بشكل مباشر، او عن طريق الاخبار التي ترسلها وكالات الانباء العالمية، ثم يقوم بصياغتها في خبر واحد يشتمل على المعلومات والبيانات المتوفرة عن ذلك الموضوع.

المبحث الثالث

الإطار الميداني للبحث

أولاً: الإجراءات المنهجية للبحث وتشمل الآتي :-

1-مجتمع البحث

- يعرف مجتمع البحث بأنه المجتمع الذي يستطيع الباحث أن يختار منه عينة البحث ، والذي يرغب في تعميم النتائج عليه (31)، ويعد حصر مجتمع البحث امر ضروري للاعتبارات الآتية(32) :
- تبرير الاقتصار على العينة بدلا من تطبيق البحث الأصل كله ، وهذا عندما يكون مجتمع البحث كبيرا (كجمهور مدينة بغداد) ، وان تطبيقه على كل مفردة من المجتمع الأصل يتطلب مالا ووقتاً وجهداً كبيراً .
 - معرفة مدى قابلية نتائج البحث ، فتعميم النتائج يقتضي معرفة الإطار العام لمجتمع البحث الذي لا يتجاوز تعميم النتائج .
 - تأكيد تمثيل العينة لمجتمع البحث ، فيشترط لصدق تعميم نتائج البحث إن تكون العينة ممثلة لمجتمع البحث .
- وهنا يمثل (طلبة كلية الإعلام /جامعة بغداد) المجتمع الأصل للمبحوثين الذين تتراوح أعمارهم من 19* سنة فما فوق ، والمستخدمين الانترنت حصرا .

2-حدود البحث:

تتمثل حدود البحث المكانية في العاصمة بغداد وتحديدًا طلبة كلية الاعلام. أما حدود البحث الزمنية فتتمتد من 10/1 و لغاية 2010/11/1 أي مدة شهر واحد.

3- نوع العينة

هناك أسلوبان لاختيار عينة البحث هما : أسلوب العينة الاحتمالية ، وأسلوب العينة غير الاحتمالية ، ففي أسلوب العينة العشوائية يختار الباحث أفرادًا ممثلين للمجتمع الأصلي كي يستطيع تعميم النتائج عليه ، وفي هذه الحالة يكون جميع أفراد المجتمع الأصلي للبحث معروفين ومحددتين .

أما في أسلوب العينة غير العشوائية يمكن استخدامه في حالة عدم معرفة جميع أفراد المجتمع الأصلي (33) .

وتتدرج نوع العينة العمدية (القصدية) تحت أسلوب العينات غير الاحتمالية التي اعتمدها في هذا البحث، ذلك إن هذا النوع من العينات يختاره الباحث على أساس حاجته من المعلومات بحيث يختار عينة البحث اختيارًا حرا على أساس أنها تحقق إغراض البحث عن طريق توافر البيانات اللازمة للباحث في أفراد هذه العينة(34) ، ولذلك فقد تم اختيار هذا النوع من العينة العمدية لضمان عدم الخروج عن حدود البحث ، وتحديد الأفراد من سن 19 سنة فما فوق دون سواهم ، والتحكم في اختيار المجال الجغرافي الذي يتلائم مع المبحوثين الذين سيتم استيفاء معلوماتهم .

4- حجم العينة

يختلف حجم العينة المختارة من باحث إلى آخر ومن دراسة إلى أخرى وبشكل عام يمكن القول إن هناك مجموعة اعتبارات يتوقف عليها اختيار حجم العينة هي : درجة تجانس وتباين وحدات مجتمع الدراسة ، طبيعة المشكلة المدروسة ، ومدى الثقة التي يريد البحث التزامها ، والوقت والجهد والكلفة اللازمة لاختيار العينة (35)، وقد بلغ حجم عينة هذا البحث (300) مبحثًا من طلبة كلية الاعلام ، وقد تم اعتماد هذا الحجم على أساس اعتماد هذا البحث على ثلاث متغيرات (الجنس - السن - الحالة العلمية) بحيث يكون لكل متغير (100) مفردة ، وبما إن نوع عينة البحث عينة عمدية فقد قصد الطلبة المبحوثين في أقسام كلية الاعلام .

5- أداة جمع البيانات

اعتمد الباحث استمارة الاستبيان (الاستقصاء) كأداة لجمع البيانات والمعلومات من المبحوثين بعدها الأداة الأنسب التي تمكن الباحث من تحقيق أهدافه بالإجابة عن تساؤلات البحث.

ويرى الباحث إن نوع الاستبيان المغلق المفتوح للإجابة عن تساؤلات البحث مع ايراد اسئلة تتضمن بدائل من الإجابات من حق المبحوث إن يجيب اجابتين ، وكذلك يتضمن اجابة تحت عنوان (اخرى تذكر) للتعبير عن الرأي الشخصي للمبحوث ، هو الأنسب وذلك لسهولة تفرغ الأسئلة المغلقة من ناحية ، وأعطاء حرية للمبحوث في الإجابة عن الأسئلة المفتوحة .. والأسئلة المغلقة ذات الإجابة المفتوحة (اخرى تذكر) .

جدول رقم (1) توزيع نسبة الذكور والإناث ومن لم يبين اجابته في عينة البحث

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	156	52%
انثى	105	35%
لم يبين	5	1.7%
اهملت (*)	20	6.7%
لم تعاد (**)	14	4.6%
المجموع	300	100%

يشير الجدول رقم (1) الى توزيع نسبة الذكور والإناث في عينة البحث وتبين ان تكرار (الذكور) من مجموع العينة كان (156) ونسبته (52%) ، على حين بلغ تكرار (الإناث) (105) ونسبة (35 %) من اصل العينة وتكرار الذين (لم تبين) اجابتهم فكان (5) ونسبة (1.7%) .

س 2 : السن :

جدول رقم (2) توزيع نسب الفئات العمرية في عينة البحث

الفئات العمرية	التكرار	النسبة المئوية
19	80	30%
20-29	80	30%
30-39	56	21.1%
40-49	34	12.8%
50-59	9	3.4%
60- فما فوق	2	0.8%
لم يبين	5	1.9%
المجموع	266	100%

يشير الجدول رقم (2) توزيع الفئات العمرية في اطار عينة البحث ان الفئة العمرية (19) كانت الاعلى وحصلت على (80) تكراراً ونسبة (30%) بين الفئات العمرية في حين حصلت الفئة العمرية (20-29) على تكرار ونسبة مماثلة، وحصلت الفئة العمرية (30-39) على (56) تكرار ونسبة (21.1%) ، كما حصلت الفئة العمرية (40-49) على (34) تكراراً ونسبة (12.8%) ثم

جاءت الفئة العمرية (50-59) وحصلت على (9) تكرار ونسبة (3.4%) فيما حصلت الفئة العمرية (60- فما فوق) على (2) تكراراً ونسبة (0.8%) في حين من (لم يبين) إجاباتهم كانوا بتكرار قدره (5) ونسبة (1.9%).

س3 : الحالة العلمية :

جدول رقم (3) توزيع نسبة فئات الحالة العلمية في عينة البحث

الحالة العلمية	التكرار	النسبة المئوية
بكالوريوس	236	88.7%
دراسات عليا	28	10.5%
لم يبين	2	0.7%
المجموع	266	100%

يتضح من الجدول رقم (3) إن أعلى تكرار كان (236) ونسبة (88.7%) لأصحاب (البكالوريوس) يليهم بتكرار (28) ونسبة (10.5%) من العينة طلبة (الدراسات العليا)، ثم (لم يبين) إجابته من العينة بتكرار (2) ونسبة (0.7%) ولو رتبنا الحالة العلمية في عينة الدراسة نجد أنها سنترتب كالاتي من الأعلى للأقل تكراراً : بكالوريوس — دراسات عليا.

س4 : هل تقرأ الصحف الالكترونية العراقية ؟

جدول رقم (4) تعرض عينة البحث للصحافة الالكترونية العراقية .

الانتظام في المقرونية	التكرار	النسبة المئوية
أقرأ دائماً	133	50%
أقرأ أحياناً	113	42.5%
أقرأ نادراً	20	7.5%
المجموع	266	100%

يوضح الجدول رقم (4) ان اعلى تكراراً كان (133) تكراراً وبنسبة (50%) للتعرض بانتظام أي (دائماً) وهذا يعني ان الصحف الالكترونية العراقية قد حازت على ثقة القارئ العراقي لاسيما وان الوضع الحالي سواء السياسي او الاجتماعي او الاقتصادي ... الخ في العراق يجعل لدى المواطن العراقي حاجة للتعرض لهذه الصحف باستمرار .

اما التعرض بدون انتظام اي (أحياناً) فكان بتكرار (113) ونسبة (42.5%) وهي ايضاً نسبة كبيرة وقد تكون تلك النسبة الكبيرة للتعرض بدون الانتظام الى انقطاع التيار الكهربائي بشكل كبير او قد يكون الرغبة في متابعة الصحف الالكترونية الأخرى التي تقدم نوع المضامين المقدم

في المواقع الإخبارية او التعرض للصحف العراقية الالكترونية او الورقية او وسائل الإعلام الأخرى او التعرض لمضامين أخرى غير المضامين الإخبارية والسياسية وغيرها
واقل تكرار كان (20) ونسبة (7.5%) لغير المتصفح للصحف الالكترونية وهذا قد يعود إلى تعرض هذه النسبة من العينة للصحف العراقية او عدم رغبة في التعرض للمضامين الإخبارية وهي على كل حال فهي نسبة ضعيفة مقارنة بالنسب أعلاه.

س5 : اذا كنت لا تقرأ الصحف الالكترونية العراقية ،لماذا ؟ (يمكن اختيار اكثر من جواب)

جدول رقم (5) أسباب عدم تعرض عينة البحث للصحف الالكترونية العراقية

أسباب عدم التعرض للصحف الالكترونية العراقية	التكرار	النسبة المئوية
1- اكتفي بقراءة الصحف الورقية العراقية	7	21.9%
2- لا أحب موضوعات هذه الصحف	9	28.1%
3- ليس لدي الوقت الكافي	7	21.9%
4- اعتمد على القنوات والإذاعات	2	6.2%
5- لا أثق بهذه الصحف	4	12.5%
6- أخرى	3	9.4%
المجموع	32 *	100%

يبين الجدول رقم (5) ان اهم اسباب عدم التعرض للصحف الالكترونية العراقية هي (لا احب موضوعات هذه الصحف) وكان بتكرار (9) ونسبة (28.1%)، اما بتكرار (7) ونسبة (21.9%) من العينة فكانت اجاباتها (اكتفي بقراءة الصحف الورقية العراقية) وبنفس التكرار والنسبة من العينة اجابت (ليس لدي الوقت الكافي) وهناك من اجاب (لا اثق بهذه الصحف) من العينة بتكرار (4) وبنسبة (12.5%) وايضاً (اسباب اخرى) ذكرتها العينة وكانت بتكرار (3) ونسبة (9.4%) ،اما اقل اجابات من قبل العينة كانت بتكرار (2) وبنسبة (6.2%) وهي (اعتمد على القنوات والاذاعات او كليهما).

س6 : ما الصحف الالكترونية التي تقرأها ؟ (يمكن اختيار أكثر من جواب)

جدول رقم (6) الصحف الالكترونية في العراق التي تتعرض لها عينة البحث

التعرض للصحف الالكترونية العراقية	التكرار	النسبة المئوية
الزمان	160	53%
الصباح	104	35%
المشرق	16	5%
المدى	10	3%
البيان	5	2%
صحف أخرى	5	2%

المجموع	300	%100
---------	-----	------

يوضح الجدول رقم (6) الصحف الالكترونية العراقية التي تتعرض لها عينة الدراسة وكان للعينة الحق في اختيار اكثر من صحيفة وتبين أن صحيفة الزمان هي الحائزة على اعلى نسبة تعرض من بين الصحف الالكترونية وذلك بتكرار (160) ونسبة (53%) تليها صحيفة الصباح بتكرار (104) ونسبة (35%) ، ولعل اهم اسباب تفوق صحيفة الزمان نسبياً على الصباح هو الانتقادات الكثيرة التي وجهت للصباح كونها تمثل وجهة نظر الحكومة ، اما الزمان فكانت تركز على الشأن العراقي بعد 2003/4/9 ، فحاولت الزمان كسب المتلقي العراقي .

وتلي الزمان والصباح في التعرض صحيفة المشرق وذلك بالمرتبة الثالثة بتكرار (16) ونسبة (5%) وهي ايضاً نسبة لاباس بها واهم اهدافها هي نقل وجهة نظر مغايرة لبقية الصحف . اما في المرتبة الرابعة فقد جاءت صحيفة المدى بتكرار (10) ونسبة (3%) . ثم تأتي البيان بتكرار (5) ونسبة (2%) ويمثلها التكرار والنسبة (صحف اخرى) .

س7 : ما هي اخبار والموضوعات التي تقرأها في الصحافة الالكترونية العراقية ؟ (يمكن اختيار اكثر من جواب) .

جدول رقم (7) الأخبار والموضوعات التي تتعرض لها عينة البحث في الصحف الالكترونية العراقية

الأخبار والموضوعات	التكرار	النسبة المئوية
الأخبار المحلية والعربية	202	39.6%
الموضوعات السياسية	107	21%
الموضوعات الوثائقية	92	18.1%
الموضوعات الدينية	52	10.1%
الموضوعات الرياضية	48	9.4%
اخرى	9	1.8%
المجموع	510	100%

يوضح الجدول (7) والذي كان عن اجابة المبحوثين حول السؤال اعلاه ، الآتي

1- حازت (الأخبار المحلية والعربية) على (202) تكرار ونسبة (39.6%) وهي اعلى نسبة

بين المضامين الأخرى التي تتعرض لها عينة الدراسة .

2- حازت (الموضوعات السياسية) على تكرار (107) ونسبة (21%) وهي تلي الأخبار

المحلية والعربية في نسبة التعرض وهي اي الموضوعات السياسية تعد من اهم

الموضوعات في الصحافة الالكترونية التي تقدم اكثر من وجهة نظر لتشبع حاجة اكبر عدد من المتلقين وتعرفهم على وجهات نظر وآراء مختلفة .

3- اما (الموضوعات الوثائقية) فكانت بتكرار (92) ونسبة (18.1%) وهي نسبة كبيرة ايضاً إذ انها تلقى قبولاً من المتلقي وحازت على كسبه في الصحف الالكترونية .

4- حصلت (الموضوعات الدينية) على تكرار (52) ونسبة (10.1%) وهي كذلك نسبة كبيرة ، ذلك ان الموضوعات الدينية في الصحافة الالكترونية اخذت شكلاً مغايراً لما كان سائداً سابقاً من حيث الشكل ومن حيث المواضيع المعروضة الأكثر جرأة عما كان يعرض .

5- اما (الموضوعات الرياضية) فقد حازت على تكرار (48) ونسبة (9.4%) من بين الموضوعات الأخرى .

6- اما (الموضوعات الأخرى) التي يتعرض لها المبحوثين فكانت بتكرار (9) ونسبتها (1.8%) واختصت بالموضوعات العلمية والاقتصادية والمقابلات والتقارير حسب إجابات المبحوثين .

س8 : كم تقضي من الوقت في متابعة الصحافة الالكترونية العراقية ؟

جدول رقم (8) كثافة تعرض عينة البحث للصحافة الالكترونية العراقية

النسبة المئوية	التكرار	المدى الزمني للتعرض للصحافة الالكترونية العراقية
24%	59	اقل من نصف ساعة
37.4%	92	نصف ساعة الى ساعة
24.8%	61	اكثر من ساعة الى ساعتين
8.5%	21	اكثر من ساعتين لثلاث ساعات
4.9%	12	اكثر من ثلاث ساعات
0.4%	1	لم يبين
100%	246	المجموع

يوضح الجدول رقم (8) كثافة التعرض من قبل العينة للصحف الالكترونية العراقية وكان اعلى زمن يتعرض فيه المبحوثون للصحف الالكترونية هو (نصف ساعة الى ساعة) بتكرار (92) ونسبة (37.4%) ولعل هذه النسبة قد تكون لتعدد الصحف الالكترونية التي تقدم مضامين وأخبار او قد تكون لتعرضهم لمضامين اخرى غير الإخبارية كالترفيهية والتنقيفية والاجتماعية وغيرها او

تعرضهم للصحافة الالكترونية العراقية التي تقدم اخباراً وموضوعات اكثر تماس مع المتلقي وأكثر محلية.

اما المدى الزمني (اكثر من ساعة لساعتين) فكان بتكرار (61) ونسبة (24.8%) وهي نسبة كبيرة وتشير الى اهتمام العينة بما تقدمه الصحف الالكترونية وان هذه الصحف استطاعت كسب ود القارئ وإشباع حاجاته للأخبار والموضوعات الأخرى .

اما المرتبة الثالثة فقد كانت للزمن (اقل من نصف ساعة) وهي بتكرار (59) ونسبة (24%) ولعل هذه النسبة قد تكون للتعرض للأخبار القصيرة والتقارير الإخبارية وما قد يشغل هذه النسبة القصيرة من الزمن .

اما المرتبة الرابعة فكانت (اكثر من ساعتين لثلاث ساعات) بتكرار (21) ونسبتها في التعرض (8.5%) ولعل هذه المدة الزمنية الكبيرة والنسبة التي حصلت عليها جيدة الى حد ما لو اخذنا في الاعتبار تعدد الصحف الالكترونية والمضامين . يليها المدى الزمني (اكثر من ثلاث ساعات) فحصل على تكرار (12) ونسبة (4.9%) وهي اقل نسبة لأعلى مدة زمنية للتعرض، يليها تكرار (1) ونسبة (0.4%) لمن (لم يبين) اجابته.

س9 : ما هي اسباب تصفحك للصحافة الالكترونية العراقية ؟

جدول رقم (9) اسباب تعرض عينة البحث للصحف الالكترونية العراقية

اسباب التعرض للصحف الالكترونية العراقية	التكرار	النسبة المئوية
1- اكتساب معارف جديدة	61	15.4%
2- للقضاء على وقت الفراغ	21	5.3%
3- مراقبة أوضاع البلاد	163	41%
4- لأني تعودت القراءة	7	1.8%
5- التعرف على أخبار العالم	83	20.9%
6- الترويج عن النفس	8	2.1%
7- التعرف على مستجدات الأحداث	45	11.3%
8- إيجاد مادة للتحدث مع الآخرين	8	2%
9- لم يبين	1	0.2%
المجموع	397	100%

يشير الجدول رقم (9) الى اسباب تعرض العينة للصحف الالكترونية العراقية ويبين عدة بدائل لأسباب التعرض مع امكانية اختيار اكثر من بديل وحاز الجواب (مراقبة اوضاع البلاد)

على اعلى تكرار (163) ونسبة (41%) ولعل تفسير هذه النسبة الكبيرة لهذا الجواب واضحاً ذلك ان الوضع الراهن في العراق وتوتر الاوضاع اصبح الشغل الشاغل للمتلقي الذي يسعى عن طريق هذه الصحف الالكترونية وغيرها الى التعرف على اهم احداث بلده وأخر التطورات والمستجدات فكان الدافع الرئيس لهم هو مراقبة اوضاع البلاد .

اما التكرار (83) والنسبة (20.9%) فكانت للسبب او الإجابة (التعرف على اخبار العالم) وهي ايضاً تفسر لجوء المتلقي للصحف الالكترونية غاية في التعرف على آخر الأخبار في الوطن العربي او العالم او العراق وذلك ان التطورات والأحداث الحاصلة في انحاء العالم المختلفة تدفع المتلقي للتعرف عليها عن طريق الانترنت التي تقدم تغطيات سريعة لكافة الموضوعات . وجاء التكرار (61) والنسبة (15.4%) للإجابة (اكتساب معارف جديدة) ذلك ان الصحف الالكترونية تقدم العديد من الموضوعات التي تقدم معلومات ومعارف. اما (التعرف على مستجدات العالم) فحصل على تكرار (45) ونسبة (11.3%) اي التعرف على كل ما هو جديد على مستوى العالم يثير فضول القارئ . اما (القضاء على وقت الفراغ) فحصلت على تكرار (21) ونسبة (5.3%) وتليها الإجابة (الترويح عن النفس) بتكرار (8) ونسبة (2.1%) والإجابة (ايجاد مادة للتحدث مع الآخرين) فحصلت على تكرار (8) ونسبة (2%) ايضاً ، وأخيراً الإجابة (لأنني تعودت القراءة) والتي حصلت على تكرار (7) ونسبة (1.8%) وبتكرار (1) ونسبة (0.2%) لمن (لم يبين) اجابته .

وهذه التكرارات والنسب تبين ان التعرض لدى اطار عينه الدراسة هو تعرض انتقائي وان المتصفح والمتابع للصحافة الالكترونية يتعرض لما يشبع حاجاته ولا يتعرض لمجرد التعرض او التعود على التعرض.

س10 : اذا كنت من قراء صحيفة الصباح او الزمان او كليهما فأيهما تفضل ؟

جدول رقم (10) تفضيل الصحيفة الالكترونية من قبل عينة البحث

الصحيفة المفضلة	التكرار	النسبة المئوية
الصباح	64	26%
الزمان	134	54.5%
كلتا الصحفتين	10	4.1%
لا يفضل أيهما	38	15.4%
المجموع	*246	100%

يوضح الجدول رقم (10) الصحيفة التي يفضلها افراد العينة وهي (الزمان) او (الصباح) او (كلاهما) او من (لا يفضلهما كليهما) ويتبين من هذا الجدول ان اعلى تكرار كان (134) ونسبة (54.5%) لصحيفة الزمان تليها الصباح بتكرار (64) ونسبة (26%) التي حازت على نسبة اقل من الزمان ، اما من (لا يفضل اي من صحيفتي الزمان والصباح) فكان بتكرار (38) ونسبة (15.4%) و تعد هذه النسبة كبيرة ،اما النسبة الأقل فتفضل الزمان والصباح معاً بتكرار (10) ونسبة (4.1%) .

ولعل ما تقدم يشير الى تقدم كبير لصحيفة الزمان التي استطاعت ان تحوز على اعجاب القراء في مدينة بغداد و تكسب اهتمامهم وتشبع حاجتهم للتعرف على الأخبار والموضوعات الأخرى.

س11 : اذا كنت لا تقرا أي من الصحيفتين (الصباح،الزمان) فلماذا ؟

جدول رقم (11) اسباب عدم تعرض عينة البحث لصحيفتي الصباح والزمان .

اسباب عدم التعرض لصحيفتي الصباح والزمان	التكرار	النسبة المئوية
1- لا اثق بهاتين الصحيفتين	20	44.3%
2- اكتفي بمتابعة صحف الكترونية اخرى	8	18.8%
3- ابتعادهما عن الشأن المحلي العراقي	2	4.5%
4- بسبب الانتقادات الموجهة لهما	5	11.3%
5- اسباب اخرى	8	18.8%
6- لم يبين	1	2.3%
المجموع	44	100%

يوضح الجدول (11) ان اهم اسباب عدم التعرض لاي من صحيفتي الزمان والصباح (لا اثق بهاتين الصحيفتين) وحصل على تكرار (20) ونسبة (44.3%) اي ان عدم ثقة المجيبين عن السؤال بهاتين الصحيفتين هو من اهم الأسباب ولعل ذلك يعود الى الانتقادات التي توجه لكلا الصحيفتين وتناولها الشأن العراقي من جوانب مختلفة قد لا تروق للمتلقي العراقي الذي اصبح بعد التاسع من نيسان 2003 م قادراً على اختيار الوسيلة الاعلامية التي تتوافق وآراءه واتجاهاته او التي تشبع حاجاته فهو غير مضطر للتعرض لصحيفة الكترونية او صحيفتين ما دامت البدائل عديدة امامه يختار ما يروق له منها .

اما (اسباب اخرى) فحصلت على تكرار (8) ونسبة (18.8%) وهو ما ذكرناه اعلاه اي ان توفر البدائل التي تعني المتلقي عن التعرض لهذه الصحيفة او تلك فيتعرض للصحيفة التي يرى انها تلبي حاجته .

وبتكرار (5) ونسبة (11.3%) للإجابة (بسبب الانتقادات الموجهة لهما) اي ان هذه الانتقادات قد اثرت في التعرض لهذه الصحف الالكترونية بغض النظر عن صحة او خطأ هذه الانتقادات فكانت احد الأسباب التي ابعدت المتلقي العراقي عن التعرض لهما ،أما (ابتعادهما عن الشأن المحلي العراقي) فقد حصلت على تكرار (2) ونسبة (4.5%)، ومن (لم يبين) اجابته فكان بتكرار (1) ونسبة (2.3%) وذلك قد يكون خوفاً من الإدلاء بإجابته وذلك بسبب سوء الاوضاع التي يمر بها العراق .

س15 : متى تقرأ الصحف الالكترونية(الصباح،الزمان) ؟

جدول رقم (12) الانتظام في تعرض عينة البحث لصفح البحث .

النسبة المئوية	التكرار	الانتظام في التعرض للصباح والزمان
50.5%	49	يوماً
18.6%	18	في بعض الأيام
11.3%	11	بحسب أوقات الفراغ
12.4%	12	فقط عند تصاعد الأحداث
7.2%	7	بالصدفة
100%	97	المجموع

يشير الجدول رقم (12) الى الانتظام او عدمه من قبل عينة الدراسة في التعرض لصحب البحث ويتبين ان التعرض (يوماً) كان الأعلى بتكرار (49) ونسبة (50.5%) اي تقريباً نصف افراد العينة التي تفضل التعرض لأخبار هذه الصحف هي منتظمة التعرض ، وهذا يشير الى الاهتمام اليومي بالأخبار التي تقدمها هذه الصحف وقد يعود ذلك الى الحاجة لمعرفة الأخبار بصفة يومية ذلك ان تطور الأحداث في العراق بشكل خاص والعالم بشكل عام اصبح سريعاً جداً وأصبح حاجة ملحة لدى الجمهور العراقي يتم اشباعها عن طريق التعرض للأخبار، اما التعرض (في بعض الأيام) فحصل على تكرار (18) ونسبة (18.6%) ويعني التعرض بصفة غير منتظمة وقد يعود ذلك الى تعدد المصادر الاخبارية التي تتعرض لها العينة او انقطاع التيار الكهربائي او عدم الرغبة في التعرض بانتظام للأخبار أو التعرض لمضامين اخرى غير اخبارية.

اما التعرض (بحسب اوقات الفراغ) فحصل على (11) تكرار ونسبة (11.3%) وقد يعود ذلك الى عدم وجود الوقت الكافي لدى العينة للتعرض الى الأخبار الا في اوقات الفراغ .
اما التعرض (فقط عند تصاعد الإحداث) فحصل على(12) تكرار ونسبة (12.4%) يليها التعرض (بالصدفة) الذي حصل على (7) تكرارات ونسبة (7.2%).

س16 : ما الوقت المفضل لقراءة الصحافة الالكترونية ؟

جدول رقم (13) الفترة المفضلة لتعرض عينة البحث لصحف البحث .

النسبة المئوية	التكرار	الفترة المفضلة
6.2%	6	الصباح
72.2%	70	الظهيرة
11.3%	11	المساء
7.2%	7	السهرة
3.1%	3	لم يبين
100%	97	المجموع

يشير الجدول رقم (15) الى المدة المفضلة التي يتعرض فيها افراد العينة للصحف الالكترونية ، ان (فترة الظهيرة) فاقت كل الأوقات المشار اليها في الجدول وبتكرار عالٍ جداً قدره (70) ونسبة (72.2). ثم جاءت المدة المفضلة الثانية هي (فترة المساء) بتكرار (11) ونسبة (11.3%) تليها وقت السهرة التي حصلت على (7) تكرارات ونسبة (7.2%) ثم حصلت المدة الصباحية على (6) تكرارات ونسبة (6.2%) في التعرض . اما من (لم يبين) اجابته فكان بتكرار (3) ونسبة (3.1%).

س24 : هل تثق بأخبار الصحافة الالكترونية العراقية ؟

جدول رقم (22) مدى ثقة عينة البحث بأخبار الصحف الالكترونية .

النسبة المئوية	التكرار	الثقة بأخبار الصحف الالكترونية
27.8%	27	اثق دائماً
41.2%	40	اثق احياناً
16.5%	16	لا ادري
4.2%	4	لا اثق
10.3%	10	لم يبين
100%	97	المجموع

يوضح الجدول رقم (22) ان (40) تكراراً ونسبة (41.2%) من عينة الدراسة اجاب (اثق احياناً) باخبار الصحافة الالكترونية وقد تعد هذه النسبة عالية نظراً لما يثار من انتقادات حول الصحافة الالكترونية إذ اثرت هذه الانتقادات في الثقة المطلقة باخبار الصحيفة الالكترونية لعدم وجود الرقابة عليها او قد يكون ذلك لان المتلقي العراقي قد مر بحروب وازمات عديدة وتعرض

لمصادر اخبارية كثيرة أثناء تلك الاحداث منها ما كان اخباراً صادقة ومنها كاذبة وملفقة فاصبحت ثقته بالأخبار غير مطلقة وهذا ما دعى هذه النسبة الكبيرة تثق احياناً باخبار الصحف الالكترونية وبتكرار قدره (27) ونسبة (27.8%) من اجاب (اثق دائماً) باخبار هذه الصحف وهي نسبة جيدة وقد تكون هذه الثقة نظراً لانهم يفضلون هذه الصحف على غيرها ويولونها اهتماماً وتشبع حاجتهم للأخبار فكانت ثقتهم بها عالية. وبتكرار قدره (16) ونسبة (16.5%) من العينة فكانت اجابتهم (لا ادري) وقد تكون اجابتهم هذه لانهم قد تخوفوا من الإجابة على هذا السؤال نظراً لتوتر الأوضاع في البلاد او انهم لا يولون الأخبار اهمية الثقة او عدم الثقة بها فهم يتعرضون لأية اخبار . وبتكرار قدره (10) ونسبة (10.3%) من (لم يبين) اجابته من العينة وقد يعود هذا ايضا الى القلق والتخوف من الإدلاء بالإجابة او عدم الرغبة بالإعلان عن رأيهم ، وبتكرار قدره (4) ونسبة (4.2%) هم من اجاب (لا اثق) بأخبار هذه الصحف وهذا يبين ان التعرض هنا قد يكون تعرض للتعرف على كيفية صياغة الأخبار في الصحيفة وموازنتها باخبار مصادر اخرى وقد يكون (تعرض نقدي) للوصول الى فكرة تقديم الأخبار في الصحف الالكترونية وعلى كل حال فإن النسبة هنا صغيرة مقارنة بالنسب السابقة ، وهذا يوضح بعد ان تعرفنا على الإجابات ان النسبة الاعلى من العينة كانت اجابتهما (اثق احياناً) وتليها نسبة من اجابوا (اثق دائماً) وهذا يعني ان تفضيل الصحافة الالكترونية قد لا يكون بسبب الثقة المطلقة باخبارها بل قد تكون ثقة نسبية وقد يعود ذلك لتضارب الأخبار او عدم دقتها من قبل العديد من المصادر الإخبارية لاسيما في ظرف متأزم سياسياً كالعراق.

الاستنتاجات

اولا : الاستنتاجات العامة للبحث

- 1- ان نسبة (50%) من عينة البحث تتعرض (دائماً) للصحافة الالكترونية العراقية ، في حين أن نسبة (42.5%) يتعرضون (أحياناً) للصحافة الالكترونية العراقية ، في حين جاءت (نادراً) بنسبة (7.5%)
- 2- جاءت نسبة (لا أحب موضوعات الصحافة الالكترونية العراقية) (28.1%) ، و اكتفي بقراءة الصحف الورقية العراقية بنسبة (21.9%) ، و ليس لدي الوقت الكافي بنسبة (21.9% أيضا ، اما من أجاب لا أثق بهذه الصحف فكانت نسبتهم (12.5%) ، و (أسباب أخرى) كانت نسبتهم (9.4%) ، وبنسبة (6.2%) أجاب اعتمد على القنوات او الإذاعات او كليهما.

3- ان اكبر نسبة تعرض للصحافة الالكترونية العراقية كانت من نصيب صحيفة الزمان بنسبة (53%) ، تليها الصباح بنسبة (35%) ، ثم جاءت المشرق بنسبة (5%) ، ثم التعرض لصحيفة المدى بنسبة (3%) ، وصحيفة البيان بنسبة (2%) ، والنسبة نفسها لصحف أخرى ذكرتها العينة .

4- الأخبار التي تتعرض لها عينة البحث من الصحافة الالكترونية العراقية كانت كالاتي : يتعرض (39.6%) للأخبار المحلية والعربية ، (21%) للموضوعات السياسية ، (18.1%) الموضوعات الوثائقية ، (10.1%) للموضوعات الدينية ، (4.4%) للموضوعات الرياضية ، (1.8%) لموضوعات أخرى .

5- كثافة التعرض للصحف الالكترونية العراقية من قبل عينة البحث كان كالاتي : يتعرض بنسبة (37.4%) من نصف ساعة الى ساعة ، (24.8%) أكثر من ساعة الى ساعتين ، (24%) اقل من نصف ساعة ، (8.5%) أكثر من ساعتين الى ثلاث ساعات ، (4.9%) أكثر من ثلاث ساعات .

6- أسباب تعرض عينة البحث للصحف الالكترونية العراقية كالاتي : (41%) مراقبة أوضاع البلاد ، (20.9%) التعرف على أخبار العالم ، (15.4%) اكتساب معارف جديدة ، (11.3%) التعرف على مستجدات الاحداث ، (5.3%) للقضاء على وقت الفراغ ، (2.1%) للترويح عن النفس ، (2%) إيجاد مادة للتحدث مع الآخرين ، (1.8%) لأني تعودت على القراءة .

7- الصحيفة المفضلة لدى عينة البحث كانت بنسبة (54.5%) لصحيفة الزمان ، (26%) للصباح ، (15.4%) لا يفضل أيهما ، (4.1%) يفضل كلا الصحفيتين .

8- عن مدى ثقة عينة البحث بأخبار الصحف الالكترونية جاءت كالاتي : نسبة(41.2%) كانت من حصة اثق احيانا ، نسبة (27.8%) اثق دائما ، نسبة (16.5%) كان الجواب لا ادري ، لا اثق حصلت على نسبة(4.2%) .

ثانياً : نتائج اختبار فروض البحث

1- ثبت قبول الفرض الأول جزئياً القائل : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيرات البحث (الجنس - السن - الحالة العلمية) والانتظام في التعرض للصحافة الالكترونية العراقية ، إذ تبين بعد إخضاع الفرض لاختبار (كا²) الآتي :

- لا يوجد فرق دال إحصائياً بين متغير الجنس (ذكر - أنثى) والانتظام في مقروئية الصحف الالكترونية العراقية.

_ هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير السن والانتظام في التعرض للصحافة الالكترونية العراقية .

_ هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الحالة العلمية والانتظام في التعرض للصحافة الالكترونية العراقية.

2- ثبت قبول الفرض الثاني جزئياً القائل : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيرات البحث (الجنس - السن - الحالة العلمية) وكثافة التعرض للصحافة الالكترونية العراقية ، إذ تبين بعد استخدام اختبار (كا²) ان :

_ هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس و كثافة التعرض للصحافة الالكترونية العراقية .

_ هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير السن وكثافة التعرض للصحافة الالكترونية العراقية .

3- لم تثبت صحة الفرض الأول القائل : هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيرات البحث (الجنس - السن - الحالة العلمية) والانتظام في التعرض لأخبار صحف البحث ، إذ أتضح بعد إخضاع الفرض لاختبار (كا²) انه :

_ لا توجد فروق دالة إحصائياً بين متغير الجنس والانتظام في التعرض لأخبار صحيفة الزمان.

_ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير السن والانتظام في التعرض لأخبار الزمان .

_ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الحالة العلمية والانتظام في التعرض لأخبار الزمان .

4- ثبت صحة الفرض الثالث وهو : هناك علاقة ارتباط بين دوافع التعرض لصحف البحث و الاشباعات المتحققة من التعرض . فتبين بعد استخدام معامل ارتباط (سبيرمان) أن هناك علاقة ارتباط ايجابي عالٍ بين دوافع التعرض والاشباعات المتحققة منها .

5- ثبت صحة الفرض الخامس القائل : هناك علاقة ارتباط بين الدوافع الطقوسية للتعرض واشباعات العملية المتحققة . إذ ثبت باستخدام معامل ارتباط (سبيرمان) ان هناك علاقة ارتباط ايجابي عالٍ بين الدوافع الطقوسية اشباعات العملية المتحققة من التعرض.

- التوصيات

بعد الخروج في نهاية بحثنا هذا من الاستنتاجات التي وضعت كخلاصة ما توصل له الباحث للاستفادة منها في البحوث المستقبلية ، لا بد من الخروج ببعض التوصيات التي قد تسهم بتطوير بحوث الجمهور في العراق ، وتطوير عمل الصحافة الالكترونية من جهة اخرى، وأهم هذه التوصيات :

- 1- على صعيد بحوث الجمهور في العراق ، الاهتمام ببحث العلاقة بين الجمهور النوعي (الفئوي) كجمهور (المرأة ، الشباب ، المراهقون ، الأطفال ، كبار السن) والتعرف على اهم احتياجاتها والتعرض لوسائل الإعلام بشكل عام ... والصحافة الالكترونية بشكل خاص.
- 2- بحث العلاقة بين الجمهور في العراق بشكل عام والصحافة الالكترونية ، وذلك لأهمية هذه الوسيلة الاعلامية التي تجمع اصبحت شاملة لكل الوسائل الاعلامية فضلا عن ما تقدمه من مضامين خاصة لإشباع حاجات محددة لدى جمهورها .
- 3- الاهتمام ببحث العلاقة بين الجمهور في العراق والموضوعات الأخرى (السياسية ، الرياضية ، الوثائقية ، الدينية ..) التي تقدمها الصحافة الالكترونية بشكل عام وفي صحيفتي الصباح والزمان بشكل خاص .
- 4- الاهتمام بإنشاء صحف الكترونية عراقية تكون على مستوى الصحف الالكترونية العربية والعالمية لتشبع حاجات المتلقي في العراق وتخطب همومه ومشاكله بكافة جوانبها ، إذ تبين عن طريق نتائج البحث ان المتلقي في العراق يبحث عن اشباع حاجاته عن طريق موضوعات وأخبار الصحف الالكترونية، لاسيما وان هذه الصحف تعتمد بشكل كبير على موضوعات الشأن العراقي في مضامينها .
- 5- الاهتمام بالتعرف على اهم حاجات الجمهور في العراق عن طريق القيام بالإستطلاعات الخاصة بهذه الصحف لاسيما الصحف التي لم تلق نسب تعرض كبيرة ، هذا اضافة الى الصحف العراقية التي ذكرتها عينة البحث .
- 6- ان تراعي صحيفتي الصباح والزمان عرض الأخبار بعد التأكد من مصداقيتها لتعزيز ثقة المتلقي العراقي بها ، إذ تبين في نتائج البحث ان الثقة بأخبار الصحيفتين لم تكن مطلقة على الرغم من مقرونية الجمهور لها ، وهذا يشير الى زعزعة ثقة المتلقي في العراق بأخبار الصحيفتين .

الهوامش والمصادر

- (1) سعيد محمد السيد وحسن عماد مكاوي . الإخبار الإذاعية والتلفزيونية (القاهرة : مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح ، 1999م) ص 111 .
- (2) عبد الرحمن العزي . دراسات في نظرية الاتصال . ط1؛ سلسلة كتب المستقبل العربي (28) (بيروت : مركز دراسات الوحدة العربية ، 2003م) ص 115.
- (3) ثامر مهدي . " الأخبار والبرامج الخبرية " . في : مجلة البحوث . ع 25 (بغداد : اتحاد إذاعات الدول العربية ، نيسان 1989م) ص 118.
- (4) حميد جاعد الدليمي . أساسيات البحث المنهجي (بغداد : شركة الحضارة للطباعة والنشر ، 2004م) ج 1، ص 34 .
- (5) جبر مجيد حميد العتايي . طرق البحث الاجتماعي (الموصل : دار الكتب للطباعة والنشر ، 1991م) ص 57.
- (6) سمير محمد حسين . بحوث الإعلام . ط3 (القاهرة : عالم الكتب ، 1999م) ص 147
- (7) احمد بدر . أصول البحث العلمي ومناهجه (الكويت : وكالة المطبوعات ، 1986م) ص 299.
- (8) محمد منير حجاب . الموسوعة الإعلامية، (القاهرة : دار الفجر ، 2003 م) مج 1.. ص 959 .
- (9) أحمد زكي بدوي . معجم مصطلحات الإعلام . ط2 (القاهرة : دار الكتاب المصري ، بيروت : دار الكتاب اللبناني ، 1994م) ص 25.
- (10) محمد منير حجاب . المعجم الإعلامي (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، 2004م) . ص 168.
- (11) عصام سليمان موسى، المدخل في الاتصال الجماهيري . ط5 (عمان : مكتبة الكناني 2003م) ص 110.
- (12) أحمد زكي بدوي . معجم مصطلحات الإعلام (القاهرة : دار الكتاب المصري ، 1985م) ص 154.
- (13) محمد منير حجاب . المعجم الإعلامي . مرجع سابق . ص 150.
- (14) تيسير مشاركة . مدخل الى الدراسات الإعلامية : نظري . ط1 (رام الله : بيت المقدس للنشر والتوزيع ، 2002م) ص 88.
- (15) هادي نعمان إلهيتي . الاتصال الجماهيري : المنظور الجديد (بغداد : دار الشؤون الثقافية ، 1998م) . ص 42.
- (16) وليام ريفرز . الاتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر . ترجمة : أحمد طلعت (مصر : دار المعرفة الجامعية ، 2005م) ص 131 .
- (17) محمد منير حجاب . المعجم الإعلامي . مرجع سابق . ص 82.
- (*) الإدراك : هو العملية التي يقوم عن طريقها العقل بتحديد معاني الرسائل الحسية التي يستقبلها المخ.
- (18) وليام ريفرز وآخرون . مرجع سابق . ص 290.
- (19) مصطفى حميد الطائي . الفن الإذاعي والتلفزيوني . محاضرات مطبوعة لطلبة المرحلة الثانية (بغداد : قسم الإعلام ، كلية الآداب ، جامعة بغداد ، 2001م) ص 17.
- (20) مصطفى حميد الطائي . مرجع سابق . ص 17.
- (21) وليام ريفرز وآخرون . مرجع سابق . ص 290.
- (22) نور الدين عبد الجواد . الإعلام والرسالة التربوية . في : مجلة رسالة الخليج العربي . ع 7 . السنة 2 . 1983م . ص 72-73 .
- (23) المرجع السابق . ص 72.

- أحمد ديبش بدر يوسف
- (24) هادي نعمان الهيتي . "الاتصال الجماهيري في العراق : وسائله واتجاهاته السياسية " . اطروحة دكتوراه غير منشورة (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1980م) ص 21.
- (* العادة : هي سلسلة متعاقبة من الفعاليات يقوم بها الفرد بطريقة ثابتة وبشكل معين كلما توفر منبه معين يستلزم الاستجابة لها بذلك النمط من السلوك .
- (25) محمد عبد الحميد . دراسة الجمهور في بحوث الإعلام ، ط 1 (القاهرة : عالم الكتب ، 1993م) ص 106.
- (26) المرجع السابق . ص 106 .
- (27) سعد الدين خضر ، صحف العراق بعد العاشر من نيسان 2003 م تطبيق وتوثيق: اوسع دراسة ميدانية عن الصحافة الجديدة (الموصل: مكتب الفتى ، 2006م)، ص 32.
- (28) عبد الزهرة زكي، رئيس تحرير جريدة الصباح، مقابلة عبر الانترنت بتاريخ 2010 / 10 / 12.
- (* رأس الصفحة (الترويسة): وهي من المعالم التيبوغرافية في الصفحة وتمتد على اعمدة الصفحة واحيانا تنحصر الى (6) اعمدة او خمسة او اربعة اعمدة حسب سياسة الصحيفة ورغبتها في التجديد والتنوع من ناحية وفي الاستفادة من المساحة المتبقية لنشر عمود ثابت او اخبار مهمة من ناحية اخرى، وتحتل الترويسة اعلى مكان في الصفحة بشكل عام).
- (* اعلامي عراقي شغل مناصب عدة قبل مغادرته العراق، منها رئاسة تحرير جريدة الجمهورية اليومية البغدادية، وادارة الاذاعة والتلفزيون ووكالة الانباء العراقية المنحلة.
- انظر: سعد الدين خضر، صحف العراق بعد العاشر من نيسان 2003م، مصدر سبق ذكره، ص 21.
- (* *) قناة فضائية عراقية اخبارية ترفيهية ، مركزها الرئيس في مدينة دبي الاعلامية بدولة الامارات العربية المتحدة، ولها مكاتب في لندن وعمان ودمشق وبغداد واربييل. رئيس مجلس ادارتها سعد اليزاز ومديرها العام علاء الدهان. انطلق بثها الفضائي بتاريخ 2004 / 4 / 23، مستهدفا مناطق واسعة من القارات اسيا واوروبا وافريقيا عبر الاقمار الصناعية (نيل سات - عريسات - هوت بيرد) وتتم عملية انتاج البرامج المنوعة المختلفة وبرامج تلفزيون الواقع في مدينة عمان، في حين يتناوب بثها ما بين استوديوهاتها في دبي وعمان.
- (29) الدكتور احمد عبد المجيد، رئيس تحرير جريدة الزمان (طبعة العراق)، مقابلة أجراها الباحث معه في 10/3/2010.
- (30) د. احمد عبد المجيد ، رئيس تحرير جريدة الزمان (طبعة العراق)، مصدر سابق.
- (31) فرج الكامل . بحوث الإعلام والرأي العام : تصميمها واجراؤها وتحليلها (القاهرة : دار النشر للجامعات ، 2001م) ص 88.
- (32) علي ماهر خطاب . مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية والاجتماعية ، ط 1 (القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية والمكتبة الأكاديمية ، 2002م) ص 79.
- * باعتبار سن 19 هو سن عام مناسب عقليا لإدراك مضامين الإخبار .
- (33) ذوقان عبيدات وآخرون ، . البحث العلمي : مفهومه وأدواته وأساليبه . ط 6 (عمان : دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع ، 1998م) ص 116-117 .
- (34) رجاء وحيد دويدري، البحث العلمي : أساسياته النظرية وممارسته العملية . ط 1 (دمشق : دار الفكر ، 2000م). ص 315.
- (35) ربحي مصطفى عليان وعثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي : النظرية والتطبيق . ط 1 (عمان : دار الصفاء للنشر والتوزيع ، 200م) ص 138-139 .
- (*) أهمل الباحث (20) استمارة وذلك بسبب تضارب الأجوبة من قبل المبحوثين وعدم اتساقها فوجد الباحث عدم صلاحيتها للتحليل .

- (**) لم تعاد (14) استمارة للباحث بسبب التغيير المفاجئ لظروف للمبحوثين .
- (**) استثنى من المجموع من لا يشاهد القنوات الفضائية الإخبارية الناطقة بالعربية وهو موضح في الجدول رقم (4) ، ومن لم تعاد استماراتهم ومن أهملت إجاباتهم وذلك موضح في الجدول رقم (1).