

أنماط وعادات تعرض جمهور محافظة كربلاء المقدسة
للنشريات الإخبارية
في إذاعة كربلاء

للفترة من ٢٠١١/٧/١ لغاية ٢٠١١/٩/٣٠

م.م عامر صبار علي

كلية التربية للعلوم الإنسانية

جامعة كربلاء

م.م حيدر شلال متعب

قسم الاعلام والعلاقات

جامعة كربلاء

خلاصة البحث

تناولت الدراسة (أنماط وعادات تعرض جمهور محافظة كربلاء المقدسة للنشرات الإخبارية في إذاعة كربلاء أنموذجاً) استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي

وتهدف الدراسة إلى تحقيق عدة أهداف منها:

- ١) التعرف على الأماكن التي يستمع فيها الجمهور للإذاعة.
- ٢) ما الوقت المخصص للاستماع للنشرات الإخبارية.
- ٣) أين يتابع الجمهور النشرات الإخبارية.
- ٤) ما الموضوعات التي يفضلها الجمهور أو يميل إليها.
- ٥) ما هو تفضيل الجمهور لجنس المذيع الناجح.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان أبرزها.

١. إن الفئة العمرية الأكثر تعرض هي بين (٤٦-٥٥) سنة ونسبة ٢٨%.
٢. إن أكثر المتعرضين لنشرات أخبار إذاعة كربلاء ضمن عينة البحث هم ربات البيوت ممن كان تحصيلهم الدراسي بين (البكلوريوس والدبلوم والاعدادية والمتوسطة) ونسبة ٣٢%.
٣. إن الفترة الصباحية هي أكثر فترات الاستماع للنشرات الأخبار في إذاعة كربلاء.
٤. اتفق كل أفراد العينة بان تسبق وتختتم النشرة الإخبارية بموجز لكي يتسنى لهم مراجعة النشرة ونسبة ١٠٠%.

the patterns and habits that Expose Kerbala citizens to the News of Kerbala Broadcasting station,,

Haider shalal mitib & Amer Sabbar ali

Summary

This study is about (the modes and types which the audience in the holy province of Kerbala is interested in while listening to the news bulletin of Kerbala Broadcasting Station). The researcher has adopted the descriptive analysis as it is the most efficient approach in addressing the methodology of this study.

The main aims of this study are to: find out where the audience listens to the Broadcasting Station;

- know how long they listen to the news;
- investigate where the public follows the news;
- know the topics the public prefers or is interested in; and finally
- identify the sex of the successful broadcaster the public prefers.

The main results of this study are: the highest number of listeners to the station are of ages 55-66 at 28%;

- the highest number of listeners to the bulletin news are households with primary school education at 32%;
- the best time of listening to the news bulletin of Kerbala Broadcasting Station is in the morning; and finally
- the participants have agreed at 100% in this study that each news bulletin should be preceded by a summary in order to be able to revise the news.

مقدمة

بعد التاسع من نيسان ٢٠٠٣ تزايدت محطات الإذاعة بشكل واسع وتزايدت فترات البث بصورة لم يسبق لها مثيل من قبل وبسبب الانفتاح الاعلامي والتطور التقني في مجال الإرسال الإذاعي وتطور الأحداث حاولت هذه الإذاعات مواكبة الأحداث السياسية المتسارعة بعد ان أصبح لها جمهور واسع يريد ان يعرف ما يدور حوله من أحداث ويواكب التطورات الحاصلة في مختلف مجالات الحياة

هذه الإذاعات اضفت بعداً جديداً على انماط وعادات التعرض واصبح امام المستمع العراقي اعتبارات متعددة ومفتوحة ازاء مايمكن سماعه من برامجها المتنوعة ولم تقتصر هذه العادات على منطقة دون الاخرى وانما شملت محافظات العراق التي شهدت انفتاحاً في عملية التعرض للإذاعات المحلية لاسيما النشرات الاخبارية التي تعد من اهم البرامج الاخبارية التي تقدمها الإذاعة لذلك فقد جاء البحث ليسلط الضوء على (انماط وعادات تعرض جمهور محافظة كربلاء للنشرات الاخبارية في اذاعة كربلاء) يدرس البحث ظاهرة التعرض الاتصالي للإذاعات والتي اصبحت من اهم وحدث الظواهر الاتصالية

اقتضت ضرورات البحث العلمي بأن يشمل البحث ست محاور جاء المحور الاول ليحدد الإطار المنهجي للبحث اما المحور الثاني تضمن مميزات وخصائص الإذاعة فيما تضمن المحور الثالث التعرض لوسائل الاعلام والمحور الرابع تطرق فيه الباحث الى نشرات الاخبار في الإذاعة والمحور الخامس تضمن نشأة وتطور اذاعة كربلاء والمحور الاخير تناول الدراسة الميدانية للبحث وقد خرج الباحث بجملة من النتائج

المحور الأول/الإطار المنهجي للبحث

١. مشكلة البحث:

يمكن تحديد مشكلة البحث بالإجابة عن التساؤل الرئيس لهذه المشكلة وهو (ما أنماط تعرض جمهور محافظة كربلاء المقدسة لنشرات أخبار إذاعة كربلاء) ولأيجاد اجابة علمية عن هذا السؤال فقد وضعت عدد من الاسئلة الفرعية وعلى النحو الاتي:-

- ١- ما هي اراء وانطباعات وتفضيلات الجمهور اتجاه النشرة الاخبارية؟
- ٢- ما الوقت المخصص للاستماع للنشرات الإخبارية؟
- ٣- أين يتابع الجمهور النشرات الإخبارية؟
- ٤- ما الموضوعات التي يفضلها الجمهور أو يميل إليها؟
- ٥- ما هو تفضيل الجمهور لجنس المذيع الناجح؟

٢- أهداف البحث:

١. التعرف على دور إذاعة كربلاء في تقديم الاخبار التي تهتم المجتمع الكربلائي.
- ٢ التعرف على معدل الوقت الذي يقضيه الجمهور في الاستماع.

٣.الكشف عن طبيعة وعادات ونمط استماع جمهور محافظة كربلاء للنشرات الاخبارية.

٤.التعرف على تفضيلات الجمهور لجنس المذيع الناجح.

٥.الكشف عن آراء واتجاهات الجمهور إزاء تلك النشرات.

٣-منهج البحث:

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تعتبر من أكثر أنواع البحوث استخداما في مجال العلوم السلوكية لذلك استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي باعتباره أكفأ المناهج لتلبية احتياجات إجراء مثل هذا البحث.

٤-حدود البحث:

أ. المجال الزمني : الفترة من ٢٠١١/٧/١ لغاية ٢٠١١/٩/٣٠

ب.المجال المكاني:وهو إذاعة كربلاء ونشرات الأخبار التي تبث في الأوقات الثابتة

ج.المجال البشري:شمل البحث جمهور محافظة كربلاء وضواحيها حيث تم توزيع (١٥٠) استمارة استبيان بشكل عشوائي في مجال المجتمع المتباين في خصائصه الاجتماعية والثقافية والمهنية والتعليمية....

٥-عينة البحث

تم إختيار العينة العشوائية البسيطة وذلك لضمان توفير فرص الظهور لجميع أفراد العينة بشكل متساوي والعينة هي(١٥٠)مبحوث بشكل عشوائي.ويأختلاف اعمارهم ووظائفهم وعند تحليل استمارات الاستبيان التي وزعت على المبحوثين تبين ان (٢٠) مبحوث من افراد عينة البحث لا يتابعون النشرات الاخبارية وبذلك اصبحت العينة (١٣٠) مبحوث من المتابعين للنشرة الاخبارية التي تبثها إذاعة كربلاء ،منهم (٦٧) من الذكور و(٦٣) من الاناث

المحور الثاني/ مميزات وخصائص الإذاعة

الإذاعة المسموعة(الراديو)

يعتبر عام ١٨٩٠ البداية الصحيحة لمحاولة نقل الصوت عبر الأثير، وفي عام ١٩٠١ نجح (ماركوني) في إتمام أول محطة للإرسال اللاسلكي، وفي عام ١٩٢٠ تمكن (فرانك كونارد) الأمريكي من تشغيل أول محطة إذاعية بشكل منتظم.

والإذاعة تعني البث والإرسال في جميع الاتجاهات، ويمكن إنتاج موجات كهربائية تبنى خصيصا وهي تتمتع بميزة خاصة تمكنها من الانتقال عبر مسافات واسعة.

وقد حرصت الدول على إقامة محطات للبث في أراضي دول أخرى أو في سفن تستقر في حوض البحار والمحيطات كي هيئة الإذاعة (BBC). يسهل منها بث وتقوية الإرسال الى المستمعين في مناطق شاسعة من العالم كما تفعل (١) البريطانية

مميزات الإذاعة (الراديو):

يمتاز بعدة مميزات يمكن أن نجمل منها (٢):

١. سهولة نقل جهاز الاستقبال من مكان الى آخر وذلك لصغر حجمه وخاصة بعد إكتشاف الترانسسور.

٢. تصل موجات الإذاعة الى أبعد نقطة في العالم.

٣. يوحى الى المستمع بالجسامة والقرب والبعد والعلو والإنخفاض.

٤. يمتاز بتنوع البرامج وشموليتها.

٥. إنتشاره الواسع في المجتمعات ووجوده في البيوت وأماكن العمل ووسائل النقل.

٦. يعتمد على الصوت فقط.

٧. يحتاج الى تخطيط دقيق.

ثانيا: خصائص الراديو (المذياع):

مما لاشك فيه إن لكل وسيلة من وسائل الإعلام مقدرة على الإقناع تختلف باختلاف الهدف أو الرسالة الموجهة للجمهور. وتشير التجارب إن الإتصال الموجه أكثره مقدرة على الإقناع من الراديو وإن الراديو أكثر فاعلية من المطبوع. وأن أهم خصائص الراديو والتي يمكن للقارئ أن يأخذها بنظر الإعتبار وهي (٣):-

١. يعد الراديو وسيلة إتصال قوية تستطيع الوصول الى مختلف الأفراد والجماعات والمناطق لأن الإرسال الإذاعي يتخطى الصعوبات الطبيعية والإصطناعية.

ويتغلب الإرسال الإذاعي على الصعوبات الطبيعية كالجبال والوديان والسهول والمحيطات والصحاري إذ لا يحول من إنتشار الموجات الإذاعية عن طريق أجهزة الإرسال المتطورة والمرتبطة بالأقمار الصناعية ، كما يتخطى الصعوبات الإصطناعية كسوء العلاقات السياسية بين الدول وقلة المواصلات. وقد إتخذت بعض الدول حرمان شعوبها من الإذاعات الموجهة أليها من خلال مايلي (٤):

٢. فرض حظر الإستماع.

٣. حرمان الشعب من أجهزة الراديو.

٤. التشويش على موجات الراديو.

٥. تزايد الإستماع الى الراديو حتى يمكن القول بأن الإستماع الى الراديو سلوك إتصالي شائع وخاصة في المجتمع الغربي لأن الإذاعة تلاحق الإنسان منذ إستيقاظه وحتى منامه.

٦. تساهم الإذاعة برسم الإطار النفسي للمستمع مثل البرامج الصباحية التي تهئ الناس لليقظة والعمل والتفاؤل بينما برامج السهرة تقوم بالترفيه والإمتاع.

٧. لا يحتاج الإستماع الى الراديو معرفة القراءة والكتابة مما يجعله وسيلة ملائمة لكل المجتمعات.

٨. لا يتطلب الإستماع للراديو جهداً عضلياً أو عقلياً ولا يعوق المستمع عن أداء عمله ولا سيما اليدوية.

٩. يجمع الراديو ثلاثة أنواع من الإتصال: الإتصال الجماهيري، والأقليمي، والطبقي في آن واحد. إذ يرسل برامجه الى الملايين من الناس في وقت واحد والى الدول المجاورة والطبقات الإجتماعية.

١٠. يعتبر الراديو من وسائل الإتصال الحارة وفقاً لتقسيم (ماكلوهان) للوسائل الإتصالية.

المحور الثالث: التعرض لوسائل الاعلام

١. مفهوم التعرض

إن أصل كلمة تعرض في اللغة العربية هي عرض وتعني لغوياً أظهر الشيء وأراد إيابه ويمكن تفسير أصل مفهوم (التعرض) بصيغة الفعل الماضي أو فعل الأمر إلا انه فعل لا يكتمل إلا بوجود فاعل ومفعول به وهذا ما يجعلنا نقرب من العملية الاتصالية التي تحتاج إلى فاعل (المصدر) وفعل (الاستقبال) ومفعول به (المتلقي). وباللاتينية تعني كلمة (تعريض) تعني بيان الشيء عادة عن طريق الكتابة أو النشر من خلال توضيح منظم ومقنع للحقائق Exposesuer تعرض (والأفكار. وتشير البحوث التي أجريت إلى الدور الحاسم لوسائل الإعلام إذ إن التعرض يقود المجتمعات إلى التغيير. ويقول (روجرز) إن وسائل الإعلام هي الموارد الأساسية للمجتمعات التي تسعى بسرعة إلى التنمية. كما إن تعرض المجتمع يتحدد جزئياً بطريقة الاستقبال ومدى تعرض الفرد الذي يتعلق بالخصائص الخلفية وطريقة الاستقبال والدوافع والحالات التي ترافق عمليات التعرض وكذلك المضامين التي تقدمها تلك الوسائل الاتصالية، بل إن تحديد معدلات الاستماع والمشاهدة والهدف في اكتشاف قنوات الاستماع والمشاهدة. فضلاً عن ذلك ان دراسة تعرض الجمهور تؤدي الى تقويم التخطيط واعادة بناء البيانات ودراسة واكتشاف الدوافع ومبررات عملية التعرض (٥) وقد عرفت التعرض الدكتور جيهان رشتي (هو معرفة الأفراد بالأخبار التي تنقلها وسائل الاتصال الجماهيري) (٦).

٢. أشكال التعرض:

١. التعرض المباشر:

ويعني وصول المعلومات بصورة مباشرة إلى الأفراد دون وسيط مثل قراءة المطبوعات أو الاستماع إلى الراديو أو مشاهدة التلفزيون. ولهذا التعرض بعض التأثيرات مثل التأثير على المعلومات والانطباعات والأفكار والاتجاهات والصور الذهنية ، فهو عبارة عن وصف موجز أو تصور موحد لشعب أو دولة أو حكومة(٧).

٢. التعرض غير المباشر:

تعني وجود حركة انتقال للمعلومات عبر مرحلتين أساسيتين الأولى انتقال المعلومات من وسائل الاتصال الجماهيرية إلى الأفراد الذين يمتلكون كما جيدا من المعلومات وغالبا ما يتعرضون لهذه الوسائل ويشمل التعرض المباشر وغير المباشر وهو ما يسمى التعرض الانتقائي .

٣. التعرض الانتقائي:

وهو يشمل ميل الأفراد إلى تعرض أنفسهم اختيارنا لوسيلة عن طريق وسائل الإعلام التي يهتمون بها أو التي يجدونها ملائمة لاتجاهاتهم أو آرائهم وقد يتبنون شعورا أو لاشعورا برسائل ووسائل الإعلام التي قد تكون مثيرة أو التي لا تفيد أو تلائم واتجاهاتهم . ويقوم التعرض الانتقائي على الناس الذين يبحثون عن المعلومات التي تتفق ومخزونهم المعرفي ويتعرضون لها ويتجنبون المعلومات التي تتعارض مع أفكارهم ومواقفهم وميولهم ومعتقداتهم(٨).

المحور الرابع/ نشرات الأخبار في الإذاعة

تعد نشرات الأخبار من أهم اشكال البرامج الاخبارية التي تحرض على تقديمها الإذاعة ويرجع ذلك لكونها تمد المتلقي يوميا ولعدة مرات بأخبار أهم الأحداث الجارية لذلك فإن هناك من يعرفها بأنها: تلك البرامج التي تهدف إلى الأخبار عما يحدث الآن على مستوى المجتمع المحلي وعلى مستوى الوطن العربي وعلى مستوى العالم.(٩)

وهي عبارة عن إطار فني يضم مجموعة من الأخبار المحلية والإقليمية والدولية تقدمها الخدمات الإذاعية وفي فترات زمنية محددة ومتعددة ومتقاربة(كل ساعة تقريبا) وتأتي النشرة الإخبارية ضمن برنامج إخباري الهدف منه تزويد المستمعين بالمعلومات الضرورية التي تساعدهم على معرفة حقائق ومجريات الأحداث، وعلى مختلف الأصعدة السياسية والعسكرية والاقتصادية والفنية والرياضية وغيرها من المجالات.(١٠)

وتتفاوت المادة المخصصة لنشرات الأخبار من إذاعة إلى أخرى وان كان النمط الأكثر شيوعا هو نشرات الأخبار ما بين (٥-١٥) دقيقة وتصل أحيانا إلى نصف ساعة. ويجب ان تكون الأخبار داخل النشرة منظمة وهذا يتم بعدة أساليب منها ترتيب الأخبار حسب أهميتها للجمهور أو حسب أهميتها للجهة القائمة على الإذاعة. وتدرج الأخبار داخل النشرة من الأهم فالمهم فالأقل أهمية وهناك محطات إذاعية تقسم الأخبار إلى أخبار محلية وإقليمية ودولية ويتم ترتيب أخبار كل فئة وفقا لأهميتها ومحطات أخرى ترتب الأخبار في النشرة حسب نوعيتها(السياسية-الاقتصادية-الاجتماعية والرياضية وأخبار الطقس وغيرها).(١١)

وتتنوع طرق وأساليب تقديم النشرات الإخبارية الإذاعية إذ يتم تقديم الأخبار تقديما مباشرا وبصوت مذيع أو أكثر وتتخل هذه الأخبار تقارير المراسلين أو إجراء مقابلة إخبارية سريعة أو تصريح لأحد المسؤولين أو بعض التعليقات والتحليلات عن الأحداث التي تغطيها الأخبار.(١٢)

فيما محطات إذاعية أخرى تقدم تقارير المراسلين والتحليلات والتعليقات الإخبارية بالإضافة لاستعراض ما نشرته الصحف المحلية والدولية بعد نشره الأخبار مباشرة، وتخصص لهذه الفقرات مدة أطول من الزمن المحدد للأخبار ذاتها في إطار تغطية (شاملة ومتكاملة للأحداث. ١٣)

المحور الخامس/نشأة وتطور إذاعة كربلاء

بدأت إذاعة كربلاء بثها التجريبي بتاريخ ٢٠٠٣/١٠/٧ كأول بث لإذاعة محلية في تاريخ كربلاء على الموجة (بتردد (٩٩,١)ميگاهيرتز بواقع بث لا يتجاوز سبع ساعات يوميا ويشمل بثها برامج سياسية وثقافية ودينية FM القصيرة) وتغطية شاملة للمناسبات والزيارات الدينية في المحافظة أما عدد كادرها فهو لا يتجاوز خمسة موظفين من بينهم عنصر نسوي ومن ذوي الخبرة الإعلامية والكفاءة المهنية والأدبية.

(بتردد (١٧-١)كيلوهرتز للارتباط مع البث على AM و بتاريخ ٢٠٠٦/١٠/٧ استحدثت موجة متوسطة للإذاعة (FM.موجة)

حاليا تخضع الإذاعة لدورة برمجية لمدة ثلاثة أشهر تتضمن برامج سياسية واجتماعية وثقافية واخرى متنوعة وتبث الإذاعة برامجها المتنوعة من الساعة صباحا إلى تمام الساعة العاشرة مساءا بكادر لا يتجاوز (٤٠)منتسبا من مختلف الاختصاصات الإعلامية والفنية.

إذاعة كربلاء مستقلة ماليا وإداريا عن الوزارات والمؤسسات الحكومية الرسمية واتخذت من حي الحسين في وسط كربلاء مقرا لها أسسها وقام بتمويلها اللواء(عامر مخيف الجبوري) (*1).

_ اما مواعيد بث نشراتها الإخبارية فهي في الأوقات التالية:

١	١١:٠٠	٥	١١:٠٥ موجز الأخبار
٢	١٢:٠٠	٦	١٢:٢٥ نشرة الأخبار
٣	٠٣:٠٠	٧	٠٣:٢٥ نشرة الأخبار
٤	٠٧:٠٠	٨	٠٧:٢٥ نشرة الأخبار

المحور السادس/الدراسة الميدانية

جدول رقم (١) يبين مدى متابعة أفراد العينة للنشرات الإخبارية في إذاعة كربلاء

متابعة نشرات الأخبار في إذاعة كربلاء	التكرار	النسبة المئوية
نعم	١٣٠	٨٦,٦٦%
كلا	٢٠	١٣,٣٣%

^١ أحد أقطاب المعارضة العراقية ضد النظام السابق وأحد المشاركين في الانتفاضة الشعبانية المباركة عام ١٩٩١ في محافظة بابل

المجموع	١٥٠	%١٠٠
---------	-----	------

١. المهتمين بنشرات الأخبار

تتم توزيع استمارات الاستبيان الخاصة بعينة البحث التي تم اختيارها بشكل عشوائي وبسيط وبلغ العدد الكلي للاستمارات (١٥٠) استمارة على مختلف الطبقات الاجتماعية في محافظة كربلاء المقدسة وأظهرت النتائج بأن (٦٧) مبحوث من أفراد العينة هم يتابعون النشرات الاخبارية في إذاعة كربلاء ونسبة ٨٦,٦٦%.

وأما الذين لا يتابعون نشرات أخبار إذاعة كربلاء فقد بلغ عددهم (٢٠) ونسبتهم ١٣,٣٣% وأوعزوا الأسباب في متابعتهم لنشرات إخبارية في وسائل اعلامية اخرى وكما موضح في الجدول رقم (١):

جدول رقم (٢)

يبين جنس أفراد العينة

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
%٥١,٥٤	٦٧	ذكور
%٤٨,٤٦	٦٣	إناث
%١٠٠	١٣٠	المجموع

٢. الجنس:

اما عدد الاناث فيما يخص الجنس فأن النسبة ظهرت متقاربة جدا حيث بلغ عدد الذكور (٦٧) ونسبة ٥١,٥٤% فبلغ ٦٣ ونسبة ٤٨,٤٦% من العينة الكلية للبحث ويعزى سبب ذلك هو تواجد الرجال في كل الأماكن وفي جميع الأوقات. وإن تعرض الذكور الى نشرات الأخبار أكثر قليلا من الإناث وكما موضح في الجدول رقم (٢)

جدول رقم (٣) يبين الفئات العمرية للأفراد الذين يستمعون للنشرة الإخبارية

النسبة المئوية	التكرار	الفئات العمرية
%٤٥,٢٥	٣٣	٥٥ فأكثر
%٢٨,٤٢	٣٧	٥٥-٤٦ سنة
%١٨,٥٤	٢٤	٤٥-٣٦ سنة
%١٥,٣٦	٢٠	٣٥-٢٦ سنة
%١٢,٣٠	١٦	٢٥-١٦ سنة
%١٠٠	١٣٠	المجموع

٣. العمر:

إن نسبة المستمعين الى الراديو من الفئة ٥٥-٤٦ سنة جاءت بالمرتبة الاولى ونسبة ٢٨,٤٤% والفئة أكثر من ٥٥ سنة فإن نسبتهم تأتي بالدرجة الثانية ٢٥,٤٥% وبعدها تأتي فئة الأعمار من ٤٥-٣٦ كانت بنسبة ١٨,٤٥% وفئة

الأعمار من ٢٦-٣٥ بلغت نسبتهم ١٥,٣٦% والفئة الأخيرة من ١٦-٢٥ سنة بلغت نسبتهم ١٢,٣٠% وحسب الجدول رقم (٣)

الجدول رقم (٤) يبين التحصيل الدراسي للذين يستمعون للنشرة الإخبارية من أفراد العينة

التحصيل الدراسي	التكرار	النسبة المئوية
البكالوريوس	٣٣	٢٥,٣٨%
الدبلوم	٢٦	٢٠%
الإعدادية	٢٢	١٦,٩٢%
الماجستير	١٧	١٣,٠٧%
الدكتوراه	١٠	٧,٦٩%
المتوسطة	٩	٦,٩٢%
ابتدائية	٧	٥,٣٨%
يقرا ويكتب	٦	٤,٦١%
المجموع	١٣٠	١٠٠%

٤. التحصيل الدراسي

يشير الجدول رقم (٤) ان خريجي البكالوريوس الذين يستمعون للنشرة الإخبارية يشكلون نسبة ٢٥,٣٨% من العينة الكلية، ويأتي بعدها خريجي دراسة الدبلوم بنسبة ٢٠% ثم خريجي الإعدادية يشكلون ١٦,٩٢% بعدهم حملة شهادة الماجستير يشكلون ١٣,٠٧% اما حملة شهادة الدكتوراه فنسبتهم ٧,٦٩% والمتوسطة ٦,٩٢% اما الذين الابتدائية فنسبتهم ٥,٣٨%

جدول رقم (٥) يبين مهنة أفراد العينة

مستوى التعليم	التكرار	النسبة المئوية
ربة البيت	٤٢	٣٢,٣٠%
موظفين	٢٤	١٨,٤٦%
طلاب	٢٣	١٧,٢٥%
كسبه	٢٢	١٦,٢٥%
فلاحين	١٩	١٤,٦١%
المجموع	١٣٠	١٠٠%

٥. المهنة:

أظهرت نتائج البحث إن مهنة ربة البيت بلغت نسبتهم ٣٢,٣٠% (بحكم تواجدهن في البيت في أكثر الاوقات) ومهنة الموظفين بلغت نسبة ١٨,٤٦% اما الطلبة فبلغت نسبتهم هي ١٧,٢٥% وبلغت مهنة الفلاحين نسبة ١٦,٢٥%. اما عن نسبة الطلبة فبلغت ١٤,٦١% وكما موضح في الجدول رقم (٥).

الجدول رقم (٦) يوضح فترات الاستماع لنشرات الأخبار في إذاعة كربلاء

النسبة المئوية	العدد	العينة
٢٣,٦٩%	٩٠	صباحا
٣٠,٧٦%	٤٠	مساء
%	لا يوجد	اوقات أخرى
١٠٠%	١٣٠	المجموع

٦. فترات الاستماع

اظهرت نتائج الاستبيان ان الذين يفضلون متابعة نشرات اخبار الصباح فقد بلغت نسبتهم ٥٣,٨٣% والذين يتابعون نشرات اخبار المساء ٣٠,٧٦% ويعزى سبب ارتفاع نسبة مشاهدي اخبار الصباح هم من الفلاحين وربات البيوت والعمال وحسب الجدول رقم (٦)

جدول رقم (٧) يبين اماكن الإستماع لنشرات أخبار إذاعة كربلاء

النسبة المئوية	العدد	العينة
٤٣,٦٠%	٥٦	البيت
٣٣,١%	٤٣	اماكن اخرى
٣٢,٨٢%	٣١	مكان العمل
١٠٠%	١٣٠	المجموع

٧. اماكن الاستماع

اوضح الاستبيان ان اماكن الاستماع لنشرات الاخبار في البيوت نسبتها ٤٣,٦٠% من العينة الكلية اما نسبة الاماكن الاخرى ٣٣,١% واماكن العمل ٣٢,٨٢% ويعزى سبب ذلك الى اماكن الاستماع في البيوت اكثر من قبل ربات البيوت والعاظلين عن العمل وحسب الجدول رقم (٧)

جدول رقم (٨) يبين طبيعة الاستماع للنشرة الاخبارية

النسبة المئوية	التكرار	نسب الاستماع
٥٠%	٦٥	جماعي

فردى	٦٥	%٥٠
المجموع	١٣٠	%١٠٠

٨. طبيعة الاستماع

اظهرت نتائج الدراسة ان هناك توازن في نسبة الاستماع الجماعي عن نسبة الاستماع الفردي وبنسبة ٥٠% لكل منهما وكما مبين في الجدول رقم (٨)

جدول رقم (٩) يبين رأي الجمهور في ملائمة او عدم ملائمة وقت بث النشرة

النسبة المئوية	التكرار	العينة
%١٠٠	١٣٠	ملائمة
-----	لا يوجد	غير ملائمة
%١٠٠	١٣٠	المجموع

٩. مدى ملائمة اوقات بث النشرة

اظهرت نتائج تحليل الاستمارات بأن جميع افراد عينة البحث هم راضين عن مواعيد تقديم النشرة الاخبارية وبنسبة ١٠٠% وكما مبين في الجدول رقم (٩)

جدول رقم (١٠) يوضح الزمن الذي تستغرقه نشرات الاخبار حسب رأي الجمهور

النسبة المئوية	التكرار	العينة
%٥٣,٨٤	٧٠	١٥ دقيقة
%٣٠,٧٦	٤٠	٥ دقائق
%١٥,٣٨	٢٠	٥-٢٥ دقيقة
%١٠٠	١٣٠	المجموع

١٠. الزمن الذي تستغرقه النشرة

أما اوقات استغراق نشرات الاخبار فأن اكثر المبحوثين يفضلون ان تكون الاخبار المفصلة ١٥ دقيقة ونسبتهم ٥٣,٨٤% اما الذين يفضلون موجز الاخبار باقل من ٥ دقائق فنسبتهم ٣٠,٧٦% اما الذين يفضلون نشرات من ٥-٢٥ دقيقة نسبتهم ١٥,٣٨% من العينة الكلية وكما موضح في الجدول رقم (١٠)

جدول رقم (١١) يوضح اساليب عرض النشرات الاخبارية في اذاعة كربلاء

النسبة المئوية	التكرار	العينة
%٨٥,٤٦	٧٦	رسائل المندوبين والمراسلين
%٢٧,٦٩	٣٦	التقارير والتحليل الاخبارية
%١٠,٧٦	١٤	الحوارات والمقابلات

المجموع	١٣٠	%١٠٠
---------	-----	------

١١. اساليب عرض النشرة

افصح الكثير من المبحوثين بأن الاسلوب الافضل في عرض اخبار النشرة عن طريق رسائل المندوبين والمراسلين ونسبتهم ٥٨,٤٦% من العينة الكلية من البحث اما الذين يفضلون تغطية النشرة بالتقارير والتحليل الاخبارية بلغت نسبتهم ٢٧,٦٩% اما الذين يرغبون بالاخبار على شكل حوارات ومقابلات بلغت نسبتهم ١٠,٧٦% وكما مبين في الجدول رقم (١١)

جدول رقم (١١) يوضح مدى تفضيل الجمهور للموجز في النشرة الإخبارية

النسبة المئوية	التكرار	العينة
%١٠٠	١٣٠	مستمعون يفضلون ان تسبق وتختتم النشرة الاخبارية بموجز
-----	لا يوجد	مستمعون يفضلون ان لا تسبق وتختتم النشرة الاخبارية بموجز
%١٠٠	١٣٠	المجموع

١٢. مدى ضرورة الموجز الاخباري في النشرة

أظهرت نتائج استمارات الاستبيان بأن كل أفراد عينة البحث يفضلون ان تسبق وتختتم النشرة الاخبارية بموجز وقد جاءت النسبة ١٠٠% وذلك ليتسنى لهم مراجعة النشرة وكما موضح في الجدول رقم (١٢)

جدول رقم (١٢) يبين تفضيل افراد العينة لجنس مقدم نشرة الاخبار

النسبة المئوية	التكرار	العينة
%٦٦,١٥	٨٦	مذيع ومذيعه
%١٩,٢٣	٢٥	مذيعه فقط
%١٤,٦١	١٩	مذيع فقط
%١٠٠	١٣٠	المجموع

١٣. جنس مقدم النشرة

اظهرت نتائج الاستبيان الذين يفضلون الاستماع الى نشرة الاخبار بصوت مذيع او مذيعه نسبتهم ٦٦,١٥% اما الذين

يفضلون صوت مذيع فنسبتهم ١٤,٦١% والذين يفضلون صوت مذيعة نسبتهم ١٩,٢٣% من العينة الكلية اما فئة الذين لا يهتمهم التقديم بصوت مذيع او مذيعة فلن ترد الاجابة عليها في جميع الاستمارات والجدول رقم (١٣) يوضح ذلك

جدول رقم (١٣) يبين آراء الجمهور حول القيم الإخبارية وأهميتها

النسبة المئوية	التكرار	العينة
٣٠,٧٦%	٤٠	الحدثة
٢٣,٠٧%	٣٠	القرب
١٦,١٠%	٢١	الموضوعية
١٥,٣٨%	٢٠	الاهمية
٦,٦٢%	٩	التشويق
٤,١٥%	٦	سياسة الإذاعة
٣,٨٤%	٥	قيم اخرى
١٠٠%	١٣٠	المجموع

١٤. القيم الإخبارية التي تتضمنها اخبار النشرة

اما القيم الإخبارية التي يراها المبحوثين في تقديم نشرات الاخبار فقد احتلت الدرجة الاولى الحدثة وبلغت نسبتها ٣٠,٧٦% اما القرب المكاني فنسبته ٢٣,٠٧% والموضوعية جاءت في المرتبة الثالثة ونسبتها ١٦,١٠% امم لأهمية الحدث فقد كانت النسبة ١٥,٣٨% والتشويق جاء بالمرتبة الخامسة بنسبة ٦,٦٢% واعطى المبحوثين الدرجة السادسة لسياسة الإذاعة بنسبة ٤,١٥% اما القيم الأخرى فقد احتلت المرتبة الأخيرة بنسبة ٣,٨٤% وحسب ماموضح في جدول رقم (١٤)

جدول رقم (١٥) يوضح تفضيلات الجمهور للموضوعات التي تتضمنها النشرة الإخبارية

النسبة المئوية	التكرار	الموضوعات
٥٦,١٥%	٧٣	السياسية

الدينية	٢٧	%٢٠,٧٦
الاقتصادية	١٢	%٩,٢٣
الاجتماعية	١٠	%٧,٦٩
مواضيع اخرى	٩	%٦,٩٢
المجموع	١٣٠	%١٠٠

١٥. موضوعات اخبار النشرة

اما تغطية مواضيع النشرة فقد ظهرت من خلال نتائج الاستبيان أن التغطية تظهر حسب أهمية الحدث سواء كان سياسيا اجتماعيا دينيا ثقافي... وحسب النسب التالية فالسياسية نسبتها ٥٦,٥١% والدينية نسبتها ٢٠,٧٦% والاقتصادية ٩,٢٣% والاجتماعية ٧,٦٩% اما مواضيع اخرى فاخذت نسبة ٦,٩٢% وحسب الجدول رقم (١٥)

نتائج البحث

١. أظهرت نتائج البحث بأن غالبية أفراد العينة التي وزعت لها أستمارات الاستبيان هم من المتابعين للنشرات الإخبارية في إذاعة كربلاء وينسبة ٨٦,١٦% ونسبة ١٣,٣٣% من الذين لا يتابعون النشرة الاخبارية.

٢. إن أولويات تعرض جمهور كربلاء لنشرات أخبار إذاعة وفقا لمتغير الجنس مختلفة فبلغت نسبة الذكور ٥١,٥٤% ونسبة الاناث ٤٨,٤٦%.

٣. إن الفئة العمرية الأكثر تعرض هي (٤٦-٥٥) وينسبة ٢٨,٤٢% وقل هذا التعرض عند الفئة (١٦-٢٥) وينسبة ١٢,٣٠%.

٤. إن أكثر المتعرضين لنشرات أخبار إذاعة كربلاء هم ربات البيوت ممن كان تحصيلهم الدراسي بين (البكالوريوس والاعدادية والمتوسطة والابتدائية) وينسبة ٣٢,٣٠% من أفراد العينة وسبب ذلك هو تواجدهن في المنزل لساعات طويلة.

٥. إن الفترة الصباحية هي أكثر فترات الاستماع للنشرات الإخبارية في إذاعة كربلاء حيث تفضل أفراد العينة ذلك وكانت النسبة ٥٣,٨٢% لان أكثر المستمعين هم من ربات البيوت المتواجدين في المنزل صباحا.

٦. المنزل هو أكثر أماكن التعرض لأفراد عينة البحث وينسبة ٤٣,٦٠%.

٧. كشفت نتائج الدراسة إن هناك توازن في نسبة الاستماع الجماعي مع الاستماع الفردي حيث شكل كل منها ٥٠% عند المستمعين واجمع أفراد العينة بان مواعيد بث النشرة الإخبارية هي ملائمة.

٨. إن أكثر أفراد عينة البحث يفضلون أن تكون نشرات الأخبار المفصلة ب ١٥ دقيقة وقد بلغت نسبتهم ٥٣,٨٤%.

٩. اتفق كل أفراد عينة البحث بأن تسبق وتختتم النشرة الإخبارية التي تقدمها إذاعة كربلاء بموجز لكي يتسنى لهم مراجعة النشرة وجاءت النسبة ١٠٠%

١٠. إن نسبة المبحوثين الذين يفضلون تقديم النشرة بصوت مذب ومذبعة هي الأعلى فقد بلغت ٦٦,١٥% والذين يفضلون تقديم النشرة بصوت مذبعة هي الثانية بنسبة ١٩,٢٣% وبصوت مذب فقط جاءت اخيراً ١٤,٦١%.
١١. إن أهم القيم الإخبارية التي يرغب بها أفراد العينة في إن تتضمنها النشرات الإخبارية والتي تصدرت في المرتبة الأولى هي الحدائة وبلغت نسبتها ٣٠,٧٦%.
١٢. إن الموضوعات السياسية هي التي تقدمت تفضيلات أفراد عينة البحث لموضوعات الأخبار حيث أخذت نسبة ٥٦,١٥% بينما أخذت اقل نسبة تفضيل هي الموضوعات الفنية وبنسبة ٣,٨٤%.

الاستنتاجات

- ١- كان للاذاعة أهداف ثابتة تسعى إلى تحقيقها مثل زيادة الوعي اولا والتعرض لأزمات ومشاكل الجمهور ثانياً
- ٢- إن اذاعة كربلاء ملتزمة بأخلاقيات المهنة ولا تنذع خبر دون التحقق من دوافعه وآثاره على الرأي العام
- ٣- تزايد مدة الوقت الذي يقضيه المستمعين للتعرض لنشرات اخبار الاذاعات المحلية لاسيما اذاعة كربلاء وتوازن الاستماع الفردي مع الاستماع الجماعي
- ٤- الاذاعات المحلية العراقية لها دور هام من خلال تأثيرها على كافة شرائح المجتمع والتعرض لهذه الاذاعات له دور كبير في تكوين الرأي والمعتقدات والتصورات والافكار حيال أي موضوع يطرأ على الشارع العراقي
- ٥- ان اكثر المتعرضين لنشرات اخبار اذاعة كربلاء حسب مظهرت نتائج تحليل استمارات الاستبيان هم ربات البيوت بحكم تواجدهن في المنزل لأطول فترة ممكنة وبالرغم من انشغالهن في امور المنزل
- ٦- ان الفترة الصباحية هي الاكثر استماعاً للاذاعات من الفترة المسائية وذلك بسبب انشغال اكثر المبحوثين بأعمال تسمح لهم لمتابعة النشرات الاخبارية مثل الاعمال التي تقوم بها ربات البيوت وسواق الاجرة

التوصيات

- ١- ضرورة ان تقوم الجهات المسؤولة في الاذاعة بدراسة جمهور المستمعين للوقوف على طبيعة وكيفية مخاطبته وتحقيق الاقناع له
- ٢- ضرورة الاعتماد وبشكل كبير على معلومات واحصاءات دقيقة قادرة على تحقيق قدر اكبر من التفاعل بين الرسالة والمتلقي
- ٣- على الاذاعة القيام بتاهيل كادر كفوء من مقدمي النشرات الاخبارية وممن يتميزون باللباقة وسرعة البديهية والثقافة التي تؤهلهم لشغل هذا المنصب
- ٤- على الاذاعة ان تؤكد على اهمية وجهة نظر الاخر بغية تحقيق قدر عال من الدقة والموضوعية
- ٥- ضرورة اعداد نشرات اخبارية هادفة وبالشكل الذي يليي رغبات وميول جمهور محافظة كربلاء ويجعلهم اكثر استماع للاذاعة

٦- ضرورة اختيار الاوقات المفضلة لدى المستمعين لبث النشرات الاخبارية وكذلك الاوقات التي يتواجد فيها
اكثر عدد من المستمعين

هوامش البحث

١. مجلة بحوث إذاعية-خصائص وعادات المجتمع العربي في التعرض-المركز العربي لبحوث المستمعين
والمشاهدين-بغداد-١٩٨٨-ص ٨٧
٢. وهاب فهد يوسف - أهمية الموقع في تخطيط المدينة - رسالة ماجستير غير منشورة- جامعة بغداد كلية
التربية- ١٩٨١ - ص ٩٢
٣. د. إبراهيم الداوق - الأنظمة الإذاعية وزارة التعليم العالي والبحث العلمي - جامعة بغداد - ١٩٨٥ - ص ١٩٦
٤. باسم وحيد موسى - وسائل الإتصال الجماهيري -كلية الإعلام - جامعة بغداد- ٢٠٠٨ ص ٣٨
٥. صالح خليل أبو إصبع - الإتصال الإعلام في المجتمعات المعاصرة - عمان - دار أرام للدراسات والنشر والتوزيع
١٩٩٥ - ص ١٢ .
٦. سمير عبد الرحيم - معجم التعابير الأجنبية - متاب مترجم - بغداد - دار المأمون للترجمة والنشر ١٩٨٧ ص
١١٧ .
٧. شاهيناز طلعت - وسائل الإعلام والتنمية الإجتماعية - القاهرة - ١٩٨٦ - ١٠٦ .
٨. فلاح المحنا :برامج التلفزيون /جامعة بغداد بيت الحكمة - ١٩٨٩- ص ١٤٠
٩. عماد حسن مكايي ، انتاج البرامج للراديو النظرية والتطبيق : القاهرة مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٨٩ ، ص ٣٠٥-
ص ٣٠٦
١٠. فلاح المحنا ، البرامج الاذاعية والتلفزيونية ، بغداد ، دار الحكمة ، ١٩٨٨ ، ص ٦١٤
١١. عبد الستار جواد ، صناعة الاخبار ، بغداد ، دار الكتب للطباعة والنشر ، ٢٠٠٠ ، ص ٣٢-٣٣
١٢. كرم شلبي ، فن الكتابة للراديو والتلفزيون ، جدة ، دار الشروق ، ١٩٨٧ ، ص ١٢٦
- ١٣ . فلاح المحنا وسؤدد القادري ، الفنون الاذاعية والتلفزيونية ، بغداد دار الحكمة ، ١٩٩٠ ، ص ١٤١