



بسم الله وبعد: تم الرفع بحمد الله من طرف

بن عيسى قرمزي متخرج من جامعة المدية

تخصص: إعلام آلي

التخصص الثاني: حفظ التراث بنفس الجامعة

1983/08/28 بالمدية – الجزائر-

الجنسية الجزائر وليس لي وطن فأنا مسلم

للتواصل **وطلب المذكرات** مجاناً وبدون مقابل

هاتف : +213(0)771.08.79.69

بريدي إلكتروني: benaisa.inf@gmail.com

MSN : benaisa.inf@hotmail.com

فيس بوك: <http://www.facebook.com/benaisa.inf>

سكايب: benaisa20082

دعوة صالحة بظهر الغيب فر بما يصلك ملفي وأنا في التراب

أن يعفو عنا وأن يدخلنا جنته وأن يرزقنا الإخلاص في القول والعمل..

ملاحظة: أي طالب أو باحث يضع نسخاً لصق لكامل المذكرة ثم يزعم أنه المذكرة له

فحسبنا الله وسوف يسأل يوم القيامة وما همدنا إلا النفع حيث كان لا أن تنبئ أعمال

الغير والله الموفق وهو نعم المولى ونعم الوكيل....

لا تنسوا الصلاة على النبي صلى الله عليه وسلم

صلى على النبي – سبحانه الله وبحمده سبحانه الله العظيم-

بن عيسى قرمزي 2012

القيم الإخبارية في صحيفة الغد الأردنية

خلال الفترة من: (2009-2010)

"دراسة تحليلية"

في الصفحة الأولى من الصحيفة

News Values in "Alghad" Jordanian Newspaper in the

period: (2009-2010)

An Analytical Study

In the First Page of the Newspaper

إعداد الطالب:

إبراهيم حسين عبيد الله العزازمة

الرقم الجامعي:

400810046

إشراف

الدكتور كامل خورشيد مراد

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

كلية الإعلام

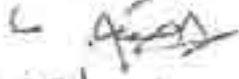
جامعة الشرق الأوسط

أيار 2012

التفويض

أنا الموقع أدناه إبراهيم حسين عبيد الله العزازمة، أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي؛ للمكتبات، أو المؤسسات، أو الهيئات أو الأشخاص، المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: إبراهيم حسين عبيد الله العزازمة

التوقيع: 
التاريخ: ٢٠١٤/٦/٢١

قرار لجنة المناقشة

لوقنت هذه الرسالة وغاؤها: القيم الإخبارية في صحيفة الغد الأردنية خلال الفترة من (٢٠٠٩-٢٠١٠) دراسة تحليلية، بتاريخ: ٩ / ٥ / ٢٠١٢، وأجيزت بتاريخ: ٩ / ٥ / ٢٠١٢.

أعضاء لجنة المناقشة:

ت	أعضاء لجنة المناقشة	الرتبة	التوقيع
١.	الأستاذة الدكتورة حميدة سميسم - رئيساً	أستاذة	
٢.	الأستاذ الدكتور عبد الرزاق الدليمي - عضواً خارجياً	أستاذ	
٣.	الدكتور كامل خورشيد مزاد - مشرفاً	أستاذ مساعد	

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على اشرف الخلق أجمعين، سيدنا وشفيعنا محمد رسول الله، صلى الله عليه وسلم، وبعد:

بادئ ذي بدء، أتقدم بوافر شكري وتقديري للمشرف الدكتور كامل خورشيد الأكرم، الذي ردني للدرب الصواب كلما زلت خطاي، وما بخل علي بالنصح والإرشاد والتوجيه، فكان نعم المعين بعد الله تعالى. ولا يفوتني أن أرفع إلى مقام العلماء الأجلاء، الذين تكرموا عليّ بوقتهم وجهدهم وعلمهم، فكانوا نعم المعين بعد الله تعالى، وأخص بالذكر: الأستاذ الدكتور عبد الجبار البياتي، والأستاذة الدكتورة حميدة سميسم، والأستاذ الدكتور حلمي ساري، والأستاذ الدكتور صالح أبو أصبع، والأستاذ الدكتور عبد الرزاق الدليمي، والأستاذ الدكتور تيسير أبو عرجه، والأستاذ الدكتور محمد القضاة، والدكتور زهير الطاهات والدكتور محمد صاحب سلطان، والدكتور عبد الكريم الدبيسي، والدكتور حاتم علاونة. أما أساتذتي في جامعتي الحبيبة بكلية الإعلام فلهم الشكر والعرفان، وفاء لهم على ما بذلوه من جهد في تعليمي وإنصافي، وإنارة الطريق أمامي.

والشكر من قبل ومن بعد الله تعالى.

الباحث إبراهيم العزازمة

أيار 2012

الإهداء

إلى كل الطيور

(الطائرة)..

قائمة المحتويات

رقم الصفحة	المحتوى
أ	عنوان الرسالة
ب	التفويض
ج	قرار لجنة المناقشة
د	شكر وتقدير
هـ	الإهداء
و	قائمة المحتويات
ط	قائمة الجداول
ي	قائمة الملاحق
م	الملخص بالعربية
ن	الملخص بالإنجليزية
1	الفصل الأول: مشكلة الدراسة وأهميتها
2	1. مقدمة
3	2. مشكلة الدراسة
4	3. أهداف الدراسة
4	4. أسئلة الدراسة
5	5. أهمية الدراسة
5	6. حدود الدراسة
6	7. محددات الدراسة
6	8. مصطلحات الدراسة
8	الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة
9	1. مفهوم القيم الاخبارية
9	أولاً: القيم في اللغة
9	ثانياً: القيم في الفلسفة
10	ثالثاً: القيم في الإعلام
11	2. مفهوم الخبر الصحفي
11	أولاً: مفهوم الخبر لغةً واصطلاحاً

12	ثانيا: مفهوم الخبر الصحفي
14	3. القيم الإخبارية
14	اولا : تعريف القيم الإخبارية
16	ثانيا : عناصر القيم الإخبارية
22	ثالثا : نقد القيم الإخبارية
23	4. الصحافة الأردنية: النشأة والتطور
23	مقدمة
25	مراحل تطور الصحافة الأردنية
25	أولا: مرحلة العشرينيات
26	ثانيا: مرحلة الثلاثينيات
27	ثالثا: مرحلة الاربعينيات
28	رابعا: مرحلة الخمسينيات
29	خامسا: مرحلة الستينيات
30	سادسا: مرحلة السبعينيات
31	سابعا: مرحلة الثمانينيات
32	ثامنا: مرحلة التسعينيات
33	تاسعا: مرحلة العهد الجديد
34	5. صحيفة الغد الأهمية والموقع الاعلامي
40	6. الأدب النظري و النظريات الملائمة لهذه الدراسة
40	اولا : نظرية حارس البوابة
41	ثانيا : نظرية ترتيب الأجندة (الأولويات)
44	7. الدراسات السابقة
50	الفصل الثالث :منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)
51	1. منهج البحث
52	2. مجتمع الدراسة
53	3. عينة الدراسة
55	4. وحدات التحليل
59	5. فئات التحليل

64	6. أداة الدراسة
65	7. صدق الاداة
66	8. ثبات الاداة
67	الفصل الرابع: نتائج الدراسة
68	أولاً: النتائج الخاصة بالسؤال الأول
70	ثانياً: النتائج الخاصة بالسؤال الثاني
76	ثالثاً: النتائج الخاصة بالسؤال الثالث
80	رابعاً: النتائج الخاصة بالسؤال الرابع
84	خامساً : النتائج الخاصة بالسؤال الخامس
87	سادساً: النتائج الخاصة بالسؤال السادس
91	الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات
92	أولاً: مناقشة النتائج
95	ثانياً: التوصيات
97	المراجع
107	الملاحق

فهرس الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
68	جدول رقم (1) التكرار والنسبة المئوية لعناصر القيم الاخبارية	1
71	جدول رقم (2) التكرار والنسبة المئوية لموضوع الخبر	2
78	جدول رقم (3) التكرار والنسبة المئوية لجغرافية المكان	3
81	جدول رقم (4) التكرار والنسبة المئوية لمصدر الخبر	4
85	جدول رقم (5) التكرار والنسبة المئوية للعنصر المؤثر	5
88	جدول رقم (6) التكرار والنسبة المئوية لموقع النشر	6

فهرس الملاحق

رقم الصفحة	عنوان الملحق	رقم الملحق
109	ملحق رقم (1) الهيكل التنظيمي في صحيفة الغد	1
110	ملحق رقم (2) مدونة السلوك المهني لصحافبي الغد	2
114	ملحق رقم (3) أعداد عينة الدراسة	3
117	ملحق رقم (4) قائمة باسمااء المحكمين	4
118	ملحق رقم (5) استمارة تحليل المضمون	5
120	ملحق رقم (6) التكرار والنسبة المئوية لعناصر القيم الاخبارية	6
120	ملحق رقم (7) التكرار والنسبة المئوية لموضوع الخبر السياسي	7
121	ملحق رقم (8) التكرار والنسبة المئوية لموضوع الخبر الاجتماعي	8
121	ملحق رقم (9) التكرار والنسبة المئوية لموضوع الخبر حوادث وجرائم	9
122	ملحق رقم (10) التكرار والنسبة المئوية لموضوع الخبر الاقتصادي	10
122	ملحق رقم (11) التكرار والنسبة المئوية لموضوع الخبر الرياضي	11
123	ملحق رقم (12) التكرار والنسبة المئوية لموضوع الخبر اخرى	12
123	ملحق رقم (13) التكرار والنسبة المئوية لموضوع الخبر الثقافي	13
124	ملحق رقم (14) التكرار والنسبة المئوية لموضوع الخبر العلمي	14

124	ملحق رقم (15) التكرار والنسبة المئوية لموضوع الخبر الديني	15
125	ملحق رقم (16) التكرار والنسبة المئوية لجغرافية المكان محلي اردني	16
125	ملحق رقم (17) التكرار والنسبة المئوية لجغرافية المكان عربي	17
126	ملحق رقم (18) التكرار والنسبة المئوية لجغرافية المكان دولي	18
126	ملحق رقم (19) التكرار والنسبة المئوية لجغرافية المكان اخرى	19
127	ملحق رقم (20) التكرار والنسبة المئوية لمصدر الخبر فئة الصحيفة نفسها	20
127	ملحق رقم (21) التكرار والنسبة المئوية لمصدر الخبر فئة وكالة الانباء الاردنية بترا	21
128	ملحق رقم (22) التكرار والنسبة المئوية لمصدر الخبر فئة وكالات اجنبية	22
128	ملحق رقم (23) التكرار والنسبة المئوية لمصدر الخبر فئة وكالات عربية	23
129	ملحق رقم (24) التكرار والنسبة المئوية لمصدر الخبر فئة اخرى	24
129	ملحق رقم (25) التكرار والنسبة المئوية للعنصر المؤثر فئة عنوان رئيسي	25
130	ملحق رقم (26) التكرار والنسبة المئوية للعنصر المؤثر فئة صور ورسومات	26

130	ملحق رقم (27) التكرار والنسبة المئوية للعنصر المؤثر فئة عنوان ثانوي	27
131	ملحق رقم (28) التكرار والنسبة المئوية لموقع النشر اعلى الصفحة	28
131	ملحق رقم (29) التكرار والنسبة المئوية لموقع النشر منتصف الصفحة	29
132	ملحق رقم (30) التكرار والنسبة المئوية لموقع النشر اسفل الصفحة	30

الملخص بالعربية

القيم الإخبارية في صحيفة الغد الأردنية خلال الفترة من: (2009-2010) دراسة تحليلية

News Values in Alghad Jordanian Newspaper in the period An Analytical Study (2009-2010)

إعداد إبراهيم حسين عبيد الله العزازمة

إشراف الدكتور كامل خورشيد مراد

جامعة الشرق الاوسط- كلية الاعلام

كانون الاول 2011

هدفت الدراسة إلى الكشف عن القيم الإخبارية التي تتحكم بنشر الأخبار في صحيفة الغد الأردنية، خلال الفترة (2009-2010)، وتم تحديد مجتمع الدراسة، بجميع أعداد صحيفة الغد الأردنية الصادرة في العامين (2009-2010)، وتم تحديد عينة من (91) عدداً، لتناول مشكلة البحث. استخدم البحث منهج التحليل الوصفي، عبر أسلوب تحليل المضمون ، وذلك بإعداد كشف لتحليل المضمون، احتوى على خمس فئات رئيسية، و(23) فئة فرعية، واستخدم التحليل الإحصائي لحساب التكرارات والنسب لما تم تفصيله في الكشف. وتوصلت الدراسة؛ إلى أن اهتمام صحيفة الغد، بنشر أخبارها كان وفق منهجية متوازنة ، من حيث؛ التركيز على الجديد من الأخبار، إذ احتلت قيمة الجودة الصادرة في النتائج ، وعلى عكسها كانت قيمة الغرابة والطرافة متراجعة إلى الحد الأدنى . وتشير هذه النتائج الى سعي الصحيفة للاهتمام بنشر الأخبار المترنة التي يتقبلها عقل المواطن الأردني، والبعد عن التهويل والتزويق الصحفي. كما أظهرت النتائج ؛ تقدم الخبر السياسي، على باقي الأخبار الأخرى ، وكذلك تقدم الخبر المحلي أيضا على غيره من الأماكن الجغرافية المستهدفة، بالإضافة إلى ارتفاع نسبة اعتماد الصحيفة على مصادرها الذاتية الخاصة بها، وأوصت الدراسة بإعداد المزيد من الدراسات التي تعنى بالقيم الإخبارية في الصحافة الأردنية، وإيجاد تقسيم مناسب لهذه القيم، لتكون دستورا يحتكم إليه الصحفيون، ويعملون وفقا له.

News Values in “Alghad” Jordanian Newspaper in the period

(2009-2010)

An Analytical Study

Preparation

Ibrahim Hussein Obaidullah Azazma

Supervision

Dr. kamel Khurshid Murad

The study aimed to reveal the news values that control the deployment of the news in Al Ghad, Jordan during the period (2009-2010), and set the population of the study, all the numbers issued by the Jordanian Al-Ghad newspaper in two years (2009-2010), were identified from a sample (91) number, to address the research problem.

Used descriptive analysis approach, through content analysis method, by preparing a form for content analysis, contains five main categories, and (23) sub-category, statistical analysis was used to calculate the frequencies and percentages of what has been detailed in the application form.

The study; to the attention of Al-Ghad newspaper, to publish news according to the methodology of balanced, in terms of; focus on the news, as the percentage of the value of the grandmother (100%), and the least value of the strangeness and wit, and reached (5.1%), and this shows on the pursuit of the paper interesting published news that accept balanced mind of the Jordanian citizen, and away from the hype and press flourishes.

The results also showed; provides political news, on the other other news, as the percentage of recurrence (29.6%), and showed the progress of a local story to other geographic locations of the target, in addition to the high rate of adoption of the same newspaper as a source of news.

The study recommended the preparation of further studies that deal with news values in the Jordanian press, and find an appropriate division of these values, to be invoked by the constitution, journalists, and are working according to it.

الفصل الأول : مشكلة الدراسة وأهميتها

1. مشكلة الدراسة وأهميتها
2. مقدمة
3. مشكلة الدراسة
4. أهداف الدراسة
5. أسئلة الدراسة
6. أهمية الدراسة
7. حدود الدراسة
8. محددات الدراسة
9. مصطلحات الدراسة

الفصل الأول: مشكلة الدراسة وأهميتها

1. مقدمة:

تعد صحيفة "الغد" الأردنية اليومية التي صدر العدد الأول منها في عمان، في الأول من آب من عام ألفين وأربعة، إحدى الصحف اليومية المعروفة في الأردن، التي تعتمد في عملها على ذوي الخبرة المهنية والتجربة الطويلة في العمل الصحفي، كما أنها تتمتع، إلى حد ما باستقلال مالي وإداري ذاتيين، وهذا ما أهلها أن تستمر في منأى عن أجواء الضغوط، وأن تقدم نفسها على أنها تمثل صوتا مستقلا في الفضاء الإعلامي الأردني.

وتصدر "الغد" يوميا في أربعة أجزاء، الأول هو الجزء الرئيسي، الذي يحتوي على الأخبار المحلية والسياسية، يتبعه ثلاثة ملاحق هي: ملحق سوق ومال، الذي يختص بالأخبار الاقتصادية، وملحق التحدي، الذي يختص بالأخبار الرياضية، وملحق حياتنا، الذي يختص بالأخبار والتقارير الفنية والصحية والترفيهية. وتتميز "الغد" بطابع فني خاص بها، ويتم إخراجها بألوان جذابة وتصميم مريح للعين.

إن بروز جريدة "الغد" في الساحة الأردنية، وتصديها للشؤون المحلية والإقليمية والدولية، وبما لها من جمهور وقراء ومتابعين، هو الذي حدا بالباحث إلى أن يختار هذه الصحيفة لدراسة القيم الإخبارية في أخبارها، والقيم الإخبارية في عالم الصحافة تعني

المعايير التي تتحكم بالسياسة التحريرية، وهي العناصر التي تتحدد أهلية حدث ما كي يكون خبرا تنشره الصحيفة وتهتم به.

2. مشكلة الدراسة:

تتبع مشكلة الدراسة؛ في التعرف على المعايير التي يتحول بمقتضاها حدث ما إلى خبر صحفي يحظى بالنشر في صحيفة الغد، وهذه المعايير أو العناصر هي التي تسمى في الصحافة بالقيم الإخبارية، ونظرا لما تشكله الصفحة الأولى من أي جريدة عامة من أهمية لإبراز أهم الأخبار والموضوعات، فإن الباحث ارتأى بعد استشارة عدد من الخبراء والمختصين، إلى اختيار الصفحة الأولى من الجريدة لتحليل الموضوعات الإخبارية، للوصول إلى تحليل مشكلة الدراسة.

3. أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى:

1. تحديد القيم الإخبارية التي تتحكم في عملية نشر فن الخبر الصحفي في صحيفة الغد الأردنية وتحليلها.
2. تحديد ترتيب هذه القيم، وأي منها يتقدم على القيم الأخرى.
3. بيان تكرار ظهور القيم الإخبارية، في موضوعات الأخبار المتناولة في الصفحات الأولى.
4. تحديد الأماكن الجغرافية الأكثر تناولا، وبروزا في القيم الإخبارية.

5. بيان المصادر التي تعتمد عليها صحيفة الغد في أخبارها.
6. بيان عناصر الإبراز المستخدمة لتطبيق القيم الإخبارية التي يعمل وفقاً لها الصحفيون و المحررون.

4. أسئلة الدراسة:

تتناول الدراسة تحليل عينة من المواد الإخبارية في الصفحة الأولى من صحيفة الغد الأردنية للبحث عن إجابة السؤال الرئيسي لهذه الرسالة وهو: ما القيم الإخبارية التي تحكم عملية نشر الأخبار في الصفحة الأولى في صحيفة الغد الأردنية من حيث المحاور/ الأسئلة الآتية:

1. ما القيم الإخبارية في صحيفة الغد؟
2. ما طبيعة الأخبار المنشورة في الغد وموضوعات هذه الأخبار؟
3. ما الأماكن الجغرافية المستهدفة بالتغطية الصحفية؟
4. ما مصادر الصحيفة؟
5. ما العناصر التيبوغرافية؟
6. ما موقع نشر الأخبار؟

5. أهمية الدراسة:

جاءت الفكرة لتناول موضوع القيم الإخبارية، وتناول الأحداث في العامين: (2009-2010)، لتكون المرأة التي نرى من خلالها كيفية تعامل صحيفة الغد اليومية الأردنية مع الأحداث المحيطة، سواء أكانت محلية، أم عربية، أم دولية.

وتكمن أهمية الدراسة؛ في الحاجة الماسة للوقوف على واقع القيم الإخبارية في صحيفة الغد، وهذا ما يتطلبه واقع الصحافة الأردنية، لمثل هذه الدراسة، للسير في ركب الصحافة الحديثة في ثورة من التقنيات، توازيها ثورة في الأفكار، والكفاءات، وجمهور يزداد وعياً بما يجري حوله، ويقف على أخبار العالم من وسائل اتصال متعددة ومتنوعة، في الشكل والمضمون.

كما تسعى الدراسة إلى إفادة العاملين في الصحافة، في رسم سياستهم التحريرية، وترتيب أولوياتهم، من خلال ما خلصت إليه الدراسة من نتائج، التي هي بالأصل من نتاج عملهم، وما طرحوه لجمهورهم.

6. حدود الدراسة:

1. الحدود الزمنية: العامان (2009-2010).
2. الحدود المكانية: صحيفة الغد الأردنية.
3. الحدود الموضوعية: يتناول البحث القيم الإخبارية في فن الخبر الصحفي المنشور في الصفحة الأولى.

7. محددات الدراسة:

تتناول الدراسة القيم الإخبارية في الصفحة الأولى من أعداد صحيفة الغد الأردنية للعامين: (2009-2010)، وهذا يعني أن النتائج لا يمكن أن تعمم على باقي الصفحات الداخلية، أو أعداد سابقة أو لاحقة للفترة الزمنية المحددة للدراسة، وهذا يعني أن النتائج أيضاً لا يمكن أن تعمم على باقي الصحف الأردنية، أو العربية، كما يقتصر التحليل على الخبر الصحفي فقط فإن النتائج لا تعمم على بقية الفنون الصحفية الأخرى.

8. مصطلحات الدراسة:

القيمة Value: عرفها كلاكهون بأنها: " تصور واضح، أو مضمر، يميز الفرد أو الجماعة، ويحدد ما هو مرغوب فيه، بحيث يسمح لنا بالاختيار من بين الأساليب" (نقلا عن: مراد، د.ت:1535).

صحيفة الغد: "صحيفة أردنية، يومية، ليبرالية، تعتمد في مصادرها على كادرها وصحفيها في العثور على المعلومات، صدر العدد الأول منها في 2004/8/1" (ابو حجلة، 2011).

القيم الإخبارية (News Values): "هي الأهمية الصحفية أو الإخبارية للمادة الخبرية" (عزت، 1984:228)، وهي بتعبير آخر المعايير والمحددات التي تحكم حارس البوابة في نشر أو حجب المادة الصحفية.

التغطية الصحفية الإخبارية (News Coverage): هي "عملية الحصول على بيانات، وتفاصيل حدث معين، والمعلومات المتعلقة به، والإحاطة بأسبابه، ومكان وقوعه، وأسماء المشتركين فيه، وكيف وقع ومتى وقع وغير ذلك من المعلومات التي تجعل الحدث مالكا للمقومات، والعناصر التي تجعله صالحا للنشر" (عزت، 1984:228).

المنهج الوصفي (Descriptive approach): هو المنهج الذي يهتم في تصوير الوضع الراهن، وتحديد العلاقة بين الظواهر، والاتجاهات، التي تسير في طريق النمو، أو التطور أو التغيير" (القاضي، 1979: 107).

المنهج التاريخي (The historical method): "مجموعة من الأساليب والخطوات التي تتبعها الباحث التاريخي للوصول إلى الحقيقة التاريخية وإعادة بناء الماضي بكل وقائعه وأحداثه في حدود الزمان والمكان التي وقعت فيه تلك الأحداث " (النعيمي ، وآخرون، 2009:265).

وهو أيضاً "ذلك البحث الذي يصف ويسجل ما مضى من وقائع وأحداث الماضي ويدرسها ويفسرها ويحللها على أسس علمية منهجية ودقيقة؛ بقصد التوصل إلى حقائق وتعميمات تساعدنا في فهم الحاضر على ضوء الماضي والتنبؤ بالمستقبل". (عسكر، وآخرون، 1992م: 10).

أسلوب تحليل المضمون (content analysis): "أداة بحث لوصف المضمون الظاهر للاتصال بشكل موضوعي ومنتظم وكمي". (Berelson, 1952:2). نقلاً عن (الكسواني، 2007).

وهو: "أحد أساليب البحث العلمي الشائعة الاستخدام في مجال دراسة مواد الاتصال. ويهدف هذا الأسلوب إلى التعرف - بطريقة علمية منظمة - على اتجاهات المادة التي يتم تحليلها" (عبيدات، 2005:147).

الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة

1. مفهوم القيم الإخبارية
2. مفهوم الخبر الصحفي
3. القيم الإخبارية
4. الصحافة الاردنية النشأة والتطور
5. تعريف بصحيفة الغد
6. نظريات الاتصال
7. الدراسات السابقة

الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة

1. مفهوم القيم الإخبارية

أولاً : القيم في اللغة

أوردت بعض معاجم اللغة معنى القيم فهي من " قام يقوم قوما وقياماً وقومة وقامة، والقومة: المرة الواحدة" (ابن منظور، 1988:496). و" ومن المجاز قام (الأمر) قوما: (اعتدل) واستوى (كاستقام)" (الزبيدي، د.ت:35) . " و" القوام العدل، قال تعالى: إن هذا القرآن يهدي للتي هي أقوم" (القرآن الكريم، سورة الإسراء آية رقم 9). والقيم أيضاً: " جمع قيمة" (الفيروز أبادي، د.ت: 168) . و" قام الأمر: اعتدل واستوى" (قاموس المعتمد، د.ت:651).

ومن التعريفات المهمة للمصطلح أيضا تعريف كلاهون (C.KLUKHOUN):
فالقيمة هي تصور واضح، أو مضمر، يميز الفرد أو الجماعة، ويحدد ما هو مرغوب
فيه، بحيث يسمح لنا بالاختيار من بين الأساليب" (نقلاً عن مراد، د.ت: 1538).

ثانياً : القيم في الفلسفة

تناول العلماء والدارسون مصطلح القيم؛ لما له من أهمية بارزة في تطور هذه
العلوم وتقدمها، والقيم بوصفها أحكاماً مكتسبة من الظروف الاجتماعية، يتشربها الفرد،
ويحكم بها، وتحدد مجالات تفكيره وتحدد سلوكه وتؤثر في تعلمه، لا بد إلا أن تكون
موضع جدل واختلاف بين الفلاسفة والعلماء، لذلك نجد أن هناك من يرى أن دراسة
القيم هي دراسة فلسفية الأصل (نقلاً عن: مراد، د.ت: 1573).

ويرى باحثون أن الدراسات تشير إلى "أن أول من استخدم ونشر المفهوم
الفلسفي للقيم باللغة الألمانية هو (لوتز) واللاهوتي (رينش) وعلماء الاقتصاد النمساويون
أمثال: (هانجر) و(فون وايزر) و(فون بوم باتريك)، ورسخ هذا المفهوم ونشره بين
المتقنين (نينشه) فاحتلت نظريات القيمة المرتبة الأولى من اهتمامات الدراسات الفلسفية
الألمانية عام 1900" (التميمي، 2008، 46).

تُعرف المعاجم الفلسفية القيم بأنها "ظاهرة مادية، أو روحية، تلبى متطلبات
معينة للإنسان (أو الطبقة، المجتمع) وتخدم مصالحه، وأهدافه، فالبشر لا يدركون
صفات الأشياء فحسب، بل وقيمونها من زاوية منفعتها، أو ضررها بالنسبة لحياتهم،
وتتسم القيم في نهاية المطاف بطابع اجتماعي؛ فهي تظهر في مجرى نشاط الناس
العملي" (سلوم، 1986: 381).

ثالثاً : القيم في الإعلام

يورد محمد منير حجاب في الموسوعة الإعلامية معنى القيمة فهي "المبدأ، أو المستوى، أو الخاصية. التي تعد ثمينة، أو مرغوباً فيها، والتي تساعدنا على تحديد ما إذا كانت بعض الموضوعات جيدة، أو رديئة، حسنة أو سيئة ، صحيحة أو خاطئة، مفيدة أو عديمة، مهمة أم عديمة الأهمية" (حجاب، 2003: 976).

أما المعجم الإعلامي لمحمد جمال الفار، فيكشف أن القيم ماهي إلا " الأفكار العامة التي يشترك فيها الناس حول ما هو جيد، أو غير جيد، أو خطأ، أو صحيح، أو مرغوب، أو غير مرغوب" (الفار، 2006: 262).

ونجد في معجم الإعلام المرئي والمسموع والمكتوب لغريد الشيخ ثلاثة معانٍ تحت مصطلح القيمة وهي:

1. خاصية تجعل الأشياء مرغوباً فيها.
2. ما يعلّق عليه الإنسان، أو مجموعة من الناس، أهمية كبرى ليكون مبدأ من مبادئ السلوك الأخلاقي، أو الإيمان الديني، أو الفلسفي، ويكون هذا بطبيعة الحال شيئاً مجرداً، ونسبياً في رأي بعضهم مثال ذلك: الحرية بوصفها قيمة من قيم الديمقراطية.
3. أساس ما يسمى بالحكم التقويمي، أي ذلك الحكم الذي يمنح المدح أو الذم لصفات يراها المصدر للحكم في المفاضلة بين شيئين أو أكثر" (الشيخ، 2007: 308 - 309).

2. مفهوم الخبر الصحفي

اولاً : مفهوم الخبر لغةً واصطلاحاً:

الإعلاميين والباحثين في مجال وضع تعريف جامع مانع للخبر إلى القول (أهون على المرء أن يشير إلى الخبر بإبهامه من أن يضع تعريفا له (خزعل , 2003).

ويرد عبد الفتاح إبراهيم فيرد أسباب عدم الوصول إلى تعريف واضح للخبر إلى أن كل صاحب تعريف، يحاول أن يقرن تعريفه بعنصر، أو أكثر من عناصر الخبر الصحفي، أما السبب الثاني، والأكثر أهمية في تباين التعريفات الخاصة بالخبر الصحفي، فيعود إلى تباين النظم الاجتماعية التي تعمل في إطارها المؤسسات الإعلامية. (عبد النبي، 1989).

ويمكن الإشارة إلى رأي الباحث عبد الستار جواد، الذي يؤكد عدم الوصول إلى تعريف جامع للخبر مشيراً إلى أن تعريفات الخبر غير مقنعة، أو غير كافية، وهذا ما لا يشكل خطراً على العملية الإخبارية، ما دام ثمة مفهوم عام، متعارف عليه خلاصته أن الخبر هو ما يثير اهتمام الناس . (جواد، 2001: 45).

ويورد جواد تعريفاً لهيئة الإذاعة البريطانية (BBC)، مشيراً إلى أن التعريف من إعداد لجنة استشارية، واصفاً التعريف بأنه يقع في جملة طريفة واحدة " الخبر معلومات حديثة تنقل بأمانة، ودقة عن أحداث جارية، أياً كان نوعها وفي مكان من العالم، تقارن بمعلومات أساسية أخرى ، رويت بأمانة، ودقة، وجمعت على شكل خبر، وقد اختيرت بموضوعية، ولكن دونما موازنة مصطنعة، أو دافع سياسي، أو تزويق تحريري من قبل الصحفيين المحترفين، تتضمنها نشرة إخبارية لأنها ممتعة، ومهمة، أو لأنها تناسب جمهور النشرة من وجهة نظر صحفية، وتقدم بموضوعية ودونما خوف مع مراعاتها

للقانون والقواعد الخاصة بهيئة الإذاعة البريطانية فيما يخص الذوق ومستويات التحرير". (جواد، 2001: 46).

والخبر الصحفي برأي وورن هو " الحادث الذي من شأنه التأثير في العلاقات الاجتماعية، أو الاقتصادية، أو السياسية، أو تغييرها على نحو ما". (warren, 1959: p119).

وبرأي الباحث فقد أحسنت الموسوعة الإعلامية لمحمد منير حجاب تعريف الخبر، فجمع هذا التعريف بين الشمول في المعنى والإيجاز باللفظ، لذا يعتمد هذا التعريف في البحث. وعرفته بأنه " الوظيفة الأولى للصحافة بكافة أنواعها، والمهمة الأساسية لها. وتعتبر كلمة أخبار عن مواد يتم نشرها من خلال المرسل لتشكل معلومات بالنسبة للمستقبل" (حجاب، 2003: 967).

3. القيم الإخبارية

أولاً: تعريف القيم الإخبارية

يتكون مصطلح القيم الإخبارية من مفردتين: الأولى: القيم. والثانية: الإخبار، ومثلما أثارت هاتان المفردتان إشكالية في تعريف كل منهما، فإن المصطلح الجديد المكون من هاتين المفردتين؛ يثير أيضاً إشكالية بين المختصين في علوم الإعلام والصحافة، أول هذه الإشكاليات؛ هي إشكالية التسمية للحد الذي وصل في بعض الدارسين إلى تجنب استخدام هذا المصطلح؛ بدعوى أنه غربي ومستورد، ثم إشكالية التعريف؛ و لهذا تعددت التعريفات للقيم الإخبارية، وتباينت فيما بينها، ولم يخل الأمر

من خلط واضح لهذا المفهوم مع مفاهيم إعلامية أخرى كخصائص الخبر، وعناصر وصفاته ومقوماته والأسس العامة له وسماته الرئيسية.

ويعرف قاموس المصطلحات الإعلامية القيم الإخبارية بأنها " تقدير أهمية الخبر ومدى مساهمته لسياسة الصحيفة، والمصلحة العامة، وعلى هذا الأساس يتحدد مكان نشره بالصحيفة، أو المساحة التي ينشر عليها" (شلبي، 1988: 399).

نرى أن هذا التعريف يتسم بالاتساع؛ واستخدم مفردات تقديرية غير محددة (تقدير، مدى، المصلحة العام، ينشر).

ويورد هاشم التميمي تعريفا اقترحه من مجموعة من التعريفات يرى أنه شامل للاشترطات المنهجية للاصطلاح العلمي ويلبي المتطلبات التجريبية لدراسة القيم الإخبارية، (التميمي، 2008: 66).

القيمة الإخبارية من الناحية الذاتية، هي الإطار الإدراكي أو الدلالي - الصريح أو الضمني - الذي يجعل القائم بالاتصال " فرداً أو مجموعة أفراداً أو مؤسسة" قادراً على إدراك وانتقاء القيم الإخبارية الأكثر أهمية من بين عدد كبير من الوقائع أو المعلومات وله القدرة على صياغتها وتشكيل وإنشاء عناصرها في ترتيب إخباري خاص، ومنحها فرصة الظهور عبر إحدى وسائل الإعلام بدرجات من البروز تستمد من طبيعة الوسائل وظرفها الخاص والعام . والقيمة من الناحية الموضوعية تعني مجموعة المكونات الجوهرية التي تتشكل منها الأخبار وتتميز بتميزها وتغيب بغياب أبرزها، ويجد حراس البوابات والجمهور أنها مثيرة للاهتمام وتستحق التفضيل والإبراز في وسائل الإعلام في زمان ومكان معينين.

وتعرف القيم الإخبارية بأنها " مزيج من القيم الأخلاقية، السائدة في المجتمعات، وهي قيم تسعى الحكومات إلى ربطها بالمصالح الوطنية، التي تختلف من دولة إلى أخرى، وهي بهذا لا يمكن بأي حال أن تكون موحدة لاختلاف الأعراف واللغات والعادات، والتقاليد التي تنبثق منها هذه القيم. (يعقوب، 2001: 17).

أما حلمي خضر ساري فيعرف القيم الإخبارية بأنها " المعيار الذي بموجبه يمارس المحترفون في وسائل الاتصال أحكامهم التقويمية وتفصيلاتهم لشيء على شيء ، مما يوجه عملية جمع الأخبار وانتقائها وتقديمها " (ساري، 1988: 183). وهو التعريف الذي يرى الباحث أنه جمع ما بين الشمول من حيث المعنى، والإيجاز من حيث الشكل لذا يعتمد عليه الباحث تعريفاً جاداً وشاملاً للقيم الإخبارية.

ثانياً : عناصر القيم الإخبارية:

أورد الدكتور عبد اللطيف حمزة في كتابه (المدخل في فن التحرير الصحفي) فصلاً بعنوان (تقويم الخبر)، وتجنّب الخوض في الاصطلاح الجديد، وتحدث عن الخصائص الواجب توافرها في الخبر حتى يكون مهماً، والخصائص ذاتها هي الأسس التي تقدم خبراً على آخر. وهي : (حمزة، د. ت: 74- 82).

1- الجدة أو " عنصر الزمان.

2- المحلية أو " عنصر المكان".

3- عنصر الإيحاء .

4- عنصر الضخامة.

5- الدراما أو المسرح (أو مركز الاهتمام في الإنسان).

6- سياسة الصحافة.

أما الدكتور فاروق أبو زيد فتحدث عن عناصر الخبر وعرفها بأنها " هي مجموعة من الخصائص التي يتميز بها الخبر.. وهي خصائص أمكن حصرها - تاريخيا - من خلال ملاحظة الأخبار التي تنشرها الصحف.. والأخبار التي تذيعها محطات الراديو والتلفزيون " (أبو زيد، 1984).

بحسب هذا التعريف يتضح لنا أن رأي أبي زيد لا يتوافق مع رأي الدكتور عبد اللطيف حمزة الذي لم يجزم بحصر هذه الخصائص، بينما يتفق كل منهما في عدم إيجاد تسمية لهذه العناصر، أو مفهوم تنطوي تحته. " ولا يسعنا إلا أن نتعرف بغياب أي مفهوم متميز لعناصر الخبر في المؤلفات التي صدرت في المجتمعات النامية، ذلك أن أكثر المحاولات التي قدمت في هذا المجال لم تخرج عن كونها ترديداً لمفهوم من مفاهيم المدارس الصحفية الغربية الثلاث" (أبو زيد، 1984).

والعناصر الأساسية للخبر بحسب التصور الخاص لفاروق أبو زيد هي : (أبو زيد، 1984: 92- 101)

1- الجدة أو الحالية (Freshness Newness).

2- الفائدة أو المصلحة الشخصية أو المصلحة العامة: (Personal or puplical benefit).

3- التوقيت: (Timeliness).

4- الضخامة أو العدد والحجم. (Numbers or size).

5- التشويق: (Suspence).

- 6- الصراع: (Conflict).
- 7- المنافسة: (Competition- Contest).
- 8- التوقع أو النتائج: (Consequence).
- 9-10 الغرابة والطرافة: (Novelty, Humor).
- 11- الشهرة: (Prominence).
- 12- الاهتمامات الإنسانية: (Human interest).
- 13- الأهمية: (Importance).
- 14- الإثارة: (Excitement).

أما رأي محمود أدهم فهو لا يبتعد عن الرأيين المستعرضين سابقا , بدءاً من إشكالية التسمية، وصولاً إلى تقسيم هذه العناصر. لم يذكر الباحث أدهم أن هذه المعايير هي عناصر القيم الإخبارية، وتجنب الخوض في التسمية وركز على ماهية هذه العناصر وتقسيماتها " إذا كان , كل مؤلف أو صحفي قد أطلق عليها تعبيراً مختلفاً، فإننا لا نرى خلافاً بينهم ، كما لا تهمنا التعبيرات أو المسميات كثيراً.. وإنما يهمننا الاتفاق شبه الكامل على نوعية هذه المعايير " (ادهم، د.ت: 540)

قام الباحث أدهم في كتابه (فن الخبر) بتقسيم عناصر القيم إلى أربعة أصناف في كل صنف عدد من المعايير التي تحتكم إليها عملية اختيار الأخبار، وهي: المعايير الزمنية وتشمل عنصري الجودة وعنصر الأثر الزمني المستمر. ومعايير صحفية وفنية وتشمل عناصر الأهمية والقرب والتشويق وسياسة الصحيفة. ومعايير إنسانية وتشمل

عناصر الشهرة والدراما والصراع والإحساسات والجنس والتقدم، وأخيرا المعايير الأخلاقية وتشمل الصدق والدقة والموضوعية. (محمود ادهم، د.ت: 541-581).

أما الباحث أديب خضور فقد تحدث عن القيم الإخبارية، وعدها نتاج التجربة الإنسانية الصحفية، كما وعد هذه العناصر أسسا، وشروطا للخبر، وأهمها: الواقعية، الجودة، المكان، الضخامة، سياسة الصحيفة، النتائج والآثار، الشهرة أو التبريز، الغرابة، الصراع، تنوع عناصر استمالة القارئ. (خضور، 1982: 15).

وفي كتابه (مدخل إلى الصحافة) يرى الباحث نفسه إنه "غالبا ما يطلق على هذه الأسس أو الشروط، أو المفاهيم اسم "القيم الإخبارية" التي يمكن تحديد أبرزها على النحو التالي: (خضور، 2000: 75-76).

- 1- الجودة.
- 2- القرب.
- 3- البروز.
- 4- النتائج والآثار.
- 5- الاهتمام الإنساني.
- 6- الأسماء البارزة.
- 7- الصراع.
- 8- الغرابة والبعد عن المؤلف.
- 9- تحقيق زيادة التوزيع.
- 10- السرعة.

11- الصدق.

12- الحقيقة.

13- الملموسية.

14- الوضوح.

15- الموضوعية.

16- الدقة والأمانة والشمولية.

17- اللغة البسيطة والواضحة والأسلوب العلمي الموجز والمختصر، وطريقة العرض

المباشرة والواضحة.

لم يجزم الباحث خضور بالتسمية بل عدها (غالبا ما)، كما ونلاحظ هنا اختلاف تقسيم الباحث من وقت لآخر ، ويدل هذا على أن القيم متجددة، ومتغيرة ذلك لاحتكامها لعدة جهات تؤثر فيها. وفي كل من التقسيمين؛ نرى أن بعض العناصر قد تغيرت مكانتها في السلم.

يرى الباحث عبد الفتاح إبراهيم عبد النبي في كتابه (سيبولوجيا الخبر الصحفي)، أن هناك "ثمة إجماع على مجموعة من القيم الإخبارية التي توجه المعالجة الإخبارية في الأنظمة الاشتراكية وهي: (عبد النبي، 1989: 34).

1- الالتزام الفكري.

2- نشاط الحزب.

3- المسؤولية المجتمعية.

4- التفقين المذهبي.

5- الاهتمام الإنساني.

وبغض النظر عن أية اعتبارات، تتوفر لدى الصحف، معايير متشابهة، يحددون من خلالها الأهمية الإخبارية للأحداث وتمييزها عن غيرها، من الأحداث غير الجديرة بالنشر، وعلى الرغم من الاختلاف في التسمية والترتيب والإبراز؛ فإن القيم الإخبارية، الحاسمة والمحددة، التي يوافق عليها المحررون ومؤلفو كتب تعليم الصحافة، هي:

1. الجدة (Timeliness) .

2. القرب (Proximity) .

3. البروز (Prominence) .

4. النتائج (Consequences) .

5. الاهتمام الإنساني (Human interest) . (makdogal, 2000:89-92).

وكلما ضم الخبر عنصراً مهماً سواء كان هذا العنصر شخصية أو مكاناً أو نوعاً من الصراع؛ كان خبراً مهماً، وكلما تعددت هذه العناصر؛ ازدادت أهمية الخبر بالنسبة للقارئ. (Mouri, 1952: p.27).

وبعكس ما يزعم الصحفيون؛ أن الأخبار هي (مرآة) ترفع أمام المجتمع، إلا أنها في الواقع، عملية انتقائية للأحداث، فالأخبار؛ بناء يتكون من رواية للواقع تشكلها إلى حد كبير المعايير والقواعد الصحفية، وذلك من خلال الأطر التي يوظفها الصحفيون ودور التحكم الذي يمارسونه في نشر الأخبار، وبالتالي يساعد الصحفيون في تشكيل الرأي العام. (Graber, McQuail, Norris. 1998:35).

ثالثا : نقد القيم الإخبارية

تعددت وجهات النظر حول القيم الإخبارية كعناصر للخبر، لا يصح إلا بها ولا ينشر دونما أن يخضع للمرور عليها، لذا تعامل العلماء والدارسون بحذر مع هذا المصطلح الجديد لعناصر الخبر، بل وتم تهميشه لدرجة عدم ذكره؛ ويتضح هذا عند بعض الدارسين مثل عبد اللطيف حمزة وفاروق أبو زيد ومحمود أدهم وغيرهم، واهتم كل منهم في ماهية هذه العناصر وآلية ترتيبها وأثرها.

وهناك من الباحثين والدارسين من رفع صوته في نقد القيم الإخبارية، ورفضها جملة وتفصيلا، بدعوى أنها مصطلح غربي دخيل لا يتناسب والقيم الإخبارية السائدة في العالم الثالث.

وتبريرا لما سبق يرى سليمان صالح أن (صالح،1998: 70)" هذه المعايير تم وضعها في الغرب ، وتبريرها بشكل واسع اعتمادا على الصبغة التجارية لوسائل الإعلام، والرغبة في إعطاء الجمهور ما يريد، ورغبة في زيادة توزيع الصحف، وقد تكون بعض هذه المبررات ذات طابع تجاري ، أو تهدف إلى تحقيق أهداف تجارية، لكن من المؤكد أيضا أنها تهدف إلى تحقيق أغراض سياسية وثقافية."

ربما تكون هذه المبررات مشروعة، التي يرى فيها صالح أنها معايير غربية، ونتفق معه في أن هذه القيم لم يتم تفصيلها على مقياس العالم الثالث.

ومن سلبيات القيم الإخبارية بحسب صالح أن منظومة القيم الخبرية الغربية في تدفق الأنباء على مستوى العالم كله، مضيئا أن الكثير من الاختلافات في تصنيف هذه القيم الخبرية وحتى الآن فإن الدراسات الأكاديمية ما زالت أسيرة للإطار التوصيفي

بالنسبة لهذه القيم الخبرية ، ولم يتم تناولها قي إطار نقدي إلا في دراسات قليلة.
(صالح،1998:70-71) .

أما الباحث عبد الجواد سعيد ربيع فقد وجّه نقدا لاذعا للقيم الإخبارية، والاحتكام لها برأيه عمل من شأنه تشويه العملية الإخبارية، والخبر هو من يفرض نفسه لا عناصر يحتكم إليها. كما أن استخدام مقاييس محددة من قبل، لتصنيف الموضوعات الإخبارية يؤدي إلى تشويه الحدث الأصلي. (ربيع، 2005: 213).

كما أن تبني هذه القيم يؤدي إلى إيجاد عقلية كربونية متشابهة بين الصحفيين، ولم يتوقف عند هذا الحد بل قام باتباع أشهر عناصر القيم الإخبارية، وتناولها بالنقد. نجد هنا مبالغة من الباحث في نقده للقيم الإخبارية، وربما يكون سبب هذا هو تفريق الباحث ووضعه فاصلاً كبيراً بين الخبر وعناصره. على الرغم من أن كلاً منهما يبني على الآخر.

4. الصحافة الأردنية.. النشأة والتطور

مقدمة

تؤدي وسائل الاتصال دوراً فعالاً في حياة الأمم والشعوب، وهي تشبه المرآة التي تعكس الواقع الذي تعيشه هذه الشعوب، كما أنها تعبر عن مستوى الوعي الذي وصلت إليه، من خلال المواد الإعلامية المطروحة، والمقدمة للجمهور، نحاول في هذا المبحث أن نعرض سريعاً لمراحل نشأة الصحافة الأردنية وتطورها، وتعريفاً موجزاً عن صحيفة الغد وهي الصحيفة موضع الدراسة.

يكاد يجمع الباحثون على حداثة الصحافة الأردنية، مقارنة مع مثيلاتها في الدول العربية، ويرجع السبب في ذلك إلى حداثة ولادة الدولة الأردنية. فقد أصدر الملك عبد الله الأول- إبان قدومه من الحجاز- نشرة في معان باسم "الحق يعلو بتاريخ 1921/3/7" (أبو صوفه، 1996: 28) لتسجل بذلك سبقا تاريخيا ويحسب لها أنها الصحيفة الأولى في الأردن، في الوقت الذي كانت فيه الصحف اليومية توزع في القاهرة وبغداد وبيروت، وهذا ما يؤكد أديب مروة (مروة، 1961:346) في أن "تاريخ الصحافة في هذه البلاد العربية بدأ منذ تأسيس الإمارة، ولم تعرف عمان وسائر البلاد الأردنية أي نشاط صحافي بارز على عهد العثمانيين".

وبتجاوز مرحلة البداية وعثراتها نجد أن الصحافة الأردنية مرت بظروف استثنائية: سياسية واجتماعية جعلتها تحمل خصوصية عن باقي الأنظمة الصحفية العربية، فما لبثت الإمارة أن تعافت من استقلالها(1946/5/25م) حتى جاءت نكبة فلسطين (1948م) ونزوح عدد كبير منهم إلى الأردن.

وأخذت على عاتقها باكرا الدفاع عن هوية الأمة، ومكتسباتها، والمطالبة بإطلاق الحريات، وتحرير الأوطان العربية المحتلة، على الرغم من التضييق الذي مارسته الحكومات الأردنية المتعاقبة، المتمثل في سن قوانين عرفية تحد من تطور الصحافة وتقدمها بالإضافة إلى الأحداث التي كانت تعصف بالمنطقة.

وقد عد (رور)، الصحافة الأردنية حسب تقسيماته من الصحافة الموالية، مع تونس، والسعودية، والبحرين، وقطر، والإمارات.(رور، 1989).

ويمكن الإشارة هنا إلى العوامل التي أسهمت في ضعف الصحافة الأردنية، مثل قلة الحريات الصحفية، والرقابة، والتمويل، والأجواء السياسية العامة، إضافة إلى القوانين والتشريعات الصحفية، وستكون حال الصحافة ومستواها المهني أفضل بكثير لو تخلصت من مثل هذه الضغوط، التي تعد عوامل خارجية، ليست ناتجة عن مهنة الصحافة، ولا مهنية الصحفيين وتفهمهم لعملهم، لكنها أثرت في الصحافة كمهنة، وبالطريقة التي تقدم بها. (القضاة، 81).

مراحل تطور الصحافة الأردنية

ويمكن أن نوجز مراحل تطور الصحافة الأردنية فيما يلي:

أولاً : مرحلة العشرينيات

يمثل عقد العشرينيات بداية نشأة الصحافة الأردنية ، وفي هذا العقد، ركزت مضامين الصحف في أخبارها، وتعليقاتها، ومقالاتها، على مواضيع محاربة الاستعمار الأجنبي، والانتداب والصهيونية، ومحاربة قرارات كبت الحريات، والمناداة بالديمقراطية، ورفضت المحسوبية والرشوة والفساد الأخلاقي، والإقليمية، ودعت إلى التغيير والحداثة والتنمية، مضامين الصحف حول موضوعات رئيسة ثلاثة هي: السياسة، وقضايا الناس الخدمية، والآداب.(عبيدات،2003: 44).

ويمكن الإشارة هنا إلى صحيفة (الحق يعلو)، كأول صحيفة أردنية، أصدرها الأمير عبد الله بن الحسين عند قدومه من الحجاز في معان، تولّى تحريرها محمد الأنسي، وعبد اللطيف شاكر، وكان شعارها؛ " جريدة عربية ثورية"، وكتب تحت عنوانها؛ " الحق يعلو ولا يعلى عليه"، وكانت تصدر مرة في الأسبوع، وتضم أبياتا

شعرية منسوبة للأمير عبد الله، صدر منها أربعة أعداد في معان، وعددان في عمان، ثم توقفت عن الصدور. (حجي، 2002: 39).

وبخصوص دورية الصدور، للصحف الأردنية الصادرة خلال العشرينات كانت محدودة جداً، وصعبة؛ بسبب الأحوال الاقتصادية، والأمنية آنذاك، فالبعض توقف نتيجة للعجز في التمويل، والبعض الآخر توقف لأسباب غير معروفة، وأخرى بسبب موقف سلطات الانتداب البريطاني المعادي للحركة الفكرية في الصحافة، وأن هذه المرحلة تميزت بنوع من التخلف الثقافي، والاقتصادي الذي تركه الحكم العثماني في المنطقة، مما أدى إلى وجود عدد قليل من القراء وأيضاً عدد محدود من حملة الأقلام" (شريم، 1984).

ومن أبرز المطبوعات الصادرة في عقد العشرينيات: صحيفة الحق يعلو، 1920، وصحيفة الشرق العربي، 1923، وجريدة الأردن، 1923، ومجلة الحمامة، 1923، وجريدة الشريعة، 1927، وجريدة جزيرة العرب، وجريدة صدى العرب، 1927. (عبيدات، 2003).

ثانياً : مرحلة الثلاثينيات

رافقت مرحلة الثلاثينيات زيادة الأطماع الصهيونية في فلسطين، واتساع رقعة المقاومة لهذه الأطماع التي يساندها ويدعمها الاستعمار البريطاني، الذي كان يحكم ويسيطر آنذاك، ولم تكن الصحافة الأردنية غائبة عما يجري حولها، فوجهت سهام أقلامها لمقاومة المستعمر، ودعم الشعوب العربية لنيل الاستقلال، والمطالبة بتحقيق التنمية وتعميم التعليم، وحملت مضامين الصحافة في تلك الفترة؛ استتكار الحركة

الصهيونية، ومقاومتها، وتحليل الأوضاع السياسية، والموقف من المعاهدة البريطانية، والمطالبة بإعفاء القرى من الضرائب، بسبب العوز، والجفاف، والمطالبة بتعميم التعليم الابتدائي، وإنشاء مدارس ثانوية في المدن، ونقل التعليم إلى العشائر الرحل. (عبيدات، 2003: 46).

كما صدر في هذه الفترة قانونان للمطبوعات والنشر: الأول عام 1933م، وكان معدلاً لقانون عام 1928م، وقانون مراقبة المطبوعات لعام 1939م على أثر الحرب العالمية الثانية لحماية البلاد من أخطار الحرب. (شريم، 1984).

وتميز عقد الثلاثينيات بندرة الصحف والدوريات، وظهور المجالات المتخصصة، وذلك نتيجة تشدد السلطات، وصدور قانونين لتنظيم الصحف، وبرزت عدة عراقيل أمام صدور الدوريات حيث كان للصحافة السياسية دورها الفاعل في نشر الوعي، ومواجهة المستعمر الغاصب. (شهاب، 1988: 23).

ومن أهم المطبوعات الصادرة في هذا العقد: جريدة الدفاع، 1933، وجريدة الميثاق، 1933، وجريدة الجزيرة، 1939. (عبيدات، 2003).

ثالثاً : مرحلة الأربعينيات

شهدت الأربعينيات أحداثاً سياسية في غاية الأهمية منها استقلال المملكة الأردنية الهاشمية عام 1946م، ونكبة فلسطين عام 1948م، وتداعيات هذه الأحداث من عدم استقرار، وبخاصة في النصف الثاني من هذا العقد وفيه "تجمعت العديد من الأحداث التي أثرت على الأردن، فنجد هناك تزايداً في أعداد الدوريات عما هو في الفترة السابقة؛ وتميزت معظمها بمعالجة الآراء، والأفكار السياسية السائدة آنذاك.

وقد كثرت الآراء المعبرة من خلال الأقلام الكاتبة وبرزت فيها الروح الوطنية بوضوح وأدت هذه التغييرات إلى إيجاد العديد من الأحزاب السياسية الوطنية، أثرت فيما بعد على حركة الصحف والمجلات التي صدر البعض منها ناطقا باسم الأحزاب، ويمثل تقريباََ آراء ومبادئ هذا الحزب " (شريم، 1984: 41).

وفي هذه الفترة ازدادت الصحف والمجلات ، وتطورت الصحافة الأردنية، وظهر هذا التطور في القفزة النوعية في شكلها ومضمونها، وقد استدعى ذلك إحداث قوانين تتماشى مع هذا التطور، فصدر قانون لتنظيم صحافة هذه الفترة، الأول في 17/10/1945م، والثاني 10/5/1948. (شهاب، 1988: 25).

كما اهتمت مضامين صحف الأربعينيات بمهاجمة الاستعمار، والانتداب البريطاني، والدعوة إلى الاستقلال، وتوجيه النقد للحكومات، واهتمت بطرح الآراء الفكرية، والسياسية، السائدة، وبدأ تأثير الأحزاب ينعكس على المقالات ، وتوسعت في المطالبة بطرد المستعمرين ودعم القضية الفلسطينية والتنبيه إلى الخطر الصهيوني المترص بفلسطين ونقل أخبار الحرب العالمية الثانية، وطالبت بإطلاق الحريات وخاصة الصحفية وإجراء انتخابات نيابية ديمقراطية ودعت إلى دعم الثورات ضد الاستعمار الفرنسي في سوريا والجزائر. (عبيدات، 2003: 48).

ومن أهم المطبوعات التي صدرت في الأربعينيات: جريدة الأنباء العربية، 1941، وجريدة الجهاد، 1947، وجريدة الحق، 1947، وجريدة البعث، 1948، وجريدة الحرية، 1948. (عبيدات، 2003).

رابعا : مرحلة الخمسينيات

تعدّ الخمسينيات مرحلة مهمة وخطوة متقدمة في الصحافة الأردنية، ففي هذا العقد صدر الدستور الأردني، وتأسست نقابة الصحفيين الأردنيين، وأثناءه بدأت الصحافة تتطرق نحو حرية الرأي والفكر، بالإضافة إلى تشجيع الإنتاج الفكري بمختلف جوانبه وأشكاله سواء عن طريق الكتابة في الصحف والمجلات، وتأليف الكتب، وتوزيع النشرات، والدوريات المختلفة، أو عن طريق الإذاعة. (شهاب، 1988: 27).

ويمكن عدّ هذا العقد فترة ازدهار للنشاط الصحفي ككل، وخاصة في الأعداد المتزايدة من الصحف، والمجلات، بالإضافة إلى النوعيات المختلفة، فقد ظهرت دوريات متخصصة في مختلف المواضيع الاقتصادية، والثقافية، والاجتماعية، والصحية. (شريم، 1984: 41)

كما ويمثل عقد الخمسينيات انطلاقة جديدة، 1950 صحافة الأردنية، وخاصة بعد صدور الدستور عام 1952م، وإعلان الاستقلال، وتنامي التيارات الفكرية الشيوعية، والقومية، والناصرية، والإخوان المسلمين، وتأسيس نقابة الصحفيين 1953/3/17م، حيث ازدادت أعداد الصحف والمجلات، وتميزت بمضامينها؛ السياسية، والفكرية، والثقافية، والاجتماعية، وعكست مختلف الميول، والاتجاهات الفكرية وبشكل خاص الحزبية، والعقائدية، فكانت تعكس الأوضاع المحلية، والعربية والعالمية" (عبيدات، 2003: 50).

ومن أبرز الصحف الصادرة في الخمسينيات، جريدة الأردن الجديد، 1950 ، وجريدة آخر خبر، 1950، وجريدة الأخبار، 1950. (عبيدات، 2003).

خامسا : مرحلة الستينيات

يمثل عقد الستينيات عقد الصحافة التنموية، على الرغم من الأحداث التي عصفت به، وبالمنطقة جراء حرب عام 1967م، واندحار العرب بعد الهزيمة المرعبة التي لحقت بهم، بالمقابل كانت الصحافة الأردنية تنمو نموا طبيعيا مع الدولة، التي أولت التنمية الجانب الأكبر من اهتماماتها في شتى المجالات، فكان تأسيس الجامعة الأردنية عام 1963م، لتكون الصرح العلمي الأول في الدولة، والداعم الرئيس لرفد الدولة بالمتعلمين وتأهيلهم.

كما امتازت صحف هذه الفترة بمعالجة مختلف القضايا الوطنية، والقومية، بعد أن خفت حدة نشاط الأحزاب، وإصدار مطبوعات دورية تنطق بلسانها، بالإضافة إلى ذلك فقد نمت فكرة الدوريات المتخصصة بشكل ملحوظ وعالجت مختلف القضايا والمواضيع، ولابد من الإشارة إلى أن كثيرا من الصحف والمجلات قد توقفت عن الصدور على أثر صدور قانون المطبوعات المؤقت لسنة 1967م. (شريم، 1984: 64).

ومن أهم الصحف الصادرة في هذا العقد؛ جريدة عمان المساء، 1962، وجريدة أخبار اليوم، 1962، وجريدة الحوادث، 1963، وجريدة الصحفي، 1964، وجريدة السياسة، 1964، وجريدة الدستور، 1967. (عبيدات، 2003).

سادسا : مرحلة السبعينيات

يمثل عقد السبعينيات مرحلة النضوج للصحافة الأردنية، لتكون البداية الحقيقية والجادة لها، كما أنها أخذت تعالج جميع مشاكل البلاد بانطلاق وأسلوب جديد، وأصبحت تعنى بأخبار العالم العربي ، والعالم على العموم بشكل أوسع، وازداد نشاطها، وكثرت أبوابها، كما زاد توزيعها واتسع انتشارها، وقوي نفوذها، وأدخلت معها نهضة طباعية

لموسسة، بما استقدمته من آلات الطباعة الحديثة حتى يمكن القول: إن صحافة الأردن كانت أسبق من صحافة سوريا إلى تحقيق تطور صناعي، ومهني لا بأس به. (مروة، 1961: 346-347).

اتسمت صحافة السبعينيات بنوع من الاستقرار، والاستمرارية، بالإضافة إلى النمو والتطور في وسائل إيصال المعلومات، وكذلك الطباعة، والنشر، والتوزيع، أي أن هناك تحسناً في العوامل التي تدعم خروج الفكرة المكتوبة على صفحات الدورية، ومن ثم إيصالها للقارئ. (شريم، 1984: 70).

كما جاءت مضامين صحف السبعينيات داعمة للقضية الفلسطينية وخاصة بعد انتهاء الأزمة بين الحكومة الأردنية والمنظمات الفلسطينية، ومرحلة باستقلال الدول العربية من الاستعمار، لذلك ارتقت الصحافة الأردنية في الشكل والمضمون، فاقتربت مضامين الصحف من مضامين الصحافة العالمية فالفهم السياسي والحزبي لم يعد شاغلاها الوحيد، لذلك اتجهت إلى نقل الأخبار والتقارير العربية والدولية وظهرت الصفحات المتخصصة، كما عالجت القضايا التي تهم الناس والخدمات اليومية كالصحة والترفيه والتعليم. (عبيدات، 2003: 54_55).

ومن أهم ما صدر من صحف في عقد السبعينيات؛ جريدة الرأي، 1971، جريدة الأخبار، 1975، وجريدة الشعب، 1976. (عبيدات، 2008).

سابعاً : مرحلة الثمانينيات

استمرت مضامين صحف الثمانينيات بمعالجة قضايا المواطنين، دون التعرض مباشرة للحكومات، فنقلت الأخبار الرسمية للملك، والعائلة المالكة، والحكومة،

ورجالاتها، وغلب على المضامين قالب التتموي الرسمي في الصحف اليومية باستثناء بعض المقالات هنا وهناك والتي سلطت الأضواء على قصور في أجهزة الدولة، ولا بد من التأكيد على أن هذا العقد قد شهد كبتاً للحريات وتضييقاً على أصحاب الأقلام النزيهة، فأغلقت صحف لخبر تعلق بزيادة الرواتب أو لمعارضة وزير الإعلام أو لعدم إدانة أحداث معينة كجامعة اليرموك. (عبيدات، 2003).

وترى أميمة شريم (شريم، 1984: 72) أن "السمة البارزة لهذه الفترة هي الصحافة المتخصصة، وهناك سمة أخرى وهي زيادة الحجم، والمطبوع، من كل دورية، أي زيادة في الكمية المطبوعة، وكذلك في التوزيع، مقارنة مع ما كانت عليه في الفترات السابقة خلال هذه الفترة ظهر النشاط الفردي في إصدار الدوريات".

ومن أهم المطبوعات في عقد الثمانينيات، مجلة الأفق الاقتصادي، 1982، وجريدة شيحان، 1984. (عبيدات، 2003).

ثامنا : مرحلة التسعينيات

يمثل عقد التسعينيات مرحلة الانطلاقة الديمقراطية، خاصة وأنه بدأ برفع الأحكام العرفية، وإطلاق الحريات، فشهد هذا العقد صدور صحف جديدة بشكل لافت، ويرى الباحث علي منعم القضاة أن مرحلة التسعينيات هي الفترة التي يمكن أن نقول أنها تمثل التطور الفعلي للصحافة الأردنية الحالية، فقد نشأت فيها العديد من الصحف اليومية، وبدأ النشر في المدن الأردنية خارج عمان. (القضاة، 2008: 73)

وفي هذه المرحلة اتسعت التيارات الفكرية، وتم نشرها بكل حرية مسؤولة فنشرت الصحف الحزبية أفكارها، ومبادئها، وانتقدت المعارضة الحكومات، وعادت الصحف

الحزبية العريفة التي توقفت عدة مرات وخاصة عام 1957م بعد حظر الأحزاب للظهور كالجماهير الشيوعية. (عبيدات، 2003: 59).

ومن أبرز ما صدر من مطبوعات في عقد التسعينات؛ عودة الجماهير الشيوعية، 1993، وجريدة الحياة، 1996، وجريدة الميثاق، 1997، وجريدة الأسواق، 1997، وجريدة العرب اليوم، 1997. (عبيدات، 2003).

ولا بد من الإشارة إلى ازدياد سوق الصحافة بصحف جديدة، أسبوعية ويومية، متعددة الميول والمشارب، تسعى كلها لاجتذاب القارئ، وهذا ما أوجد حالة من التنافس بينها، دفع ببعضها إلى المغالاة في طبيعة المنشور، مستفيدة بذلك من هامش الحرية العريض الذي أتاحه قانون المطبوعات المعدل لعام (1993)، لذا أخذت العديد من الصحف الأسبوعية تعتمد إلى تقديم مواد حافلة بعدم الدقة، تعتمد الإشاعات، والنقد الحاد، واستخدام مواد وعناوين حافلة بالإثارة، واستخدام تعابير غير مألوفة يرفضها الذوق العام. (الموسى، 1998: 70).

تاسعا : مرحلة العهد الجديد

وهي الفترة الممتدة من بداية الألفية، وقد تزامنت مع استلام جلالة الملك عبد الله الثاني لسلطاته الدستورية، وقد أولى الصحافة والإعلام في بلدة اهتماماً بالغاً، ففي تصريح له أعلن أن حرية الصحافة والإعلام حدها السماء، ليكون دستوراً لكل صاحب قلم ويتوق للحرية، وقد فرض على هذه المرحلة التطور التكنولوجي واتساع مصادر المعلومات، مما أفقد الحكومات السيطرة على هذه المصادر، ولم يكن أي خيار آخر سوى إطلاق الحريات، والحد من القوانين العرفية المقيدة لحرية الصحافة والإعلام.

ومن أهم الصحف التي تصدر وتتصدر السوق الأردني: صحيفة الغد، وصحيفة العرب اليوم، وجريدة الرأي، وجريدة السبيل، وصحيفة الدستور.

5. صحيفة الغد : الأهمية والموقع الإعلامي

أ _____ النشأة:

مبكراً خطت صحيفة الغد لنفسها طريقاً لتسير عليه، ولهذا أعدت العدة بالكفاءات والمعدات اللازمة لتبدأ بهذا المشروع، ويرى فؤاد أبو حجلة، رئيس تحرير الغد أن ولادة الغد كفكرة في أوائل الألفية الثالثة ، لكي تكون صحيفة ليبرالية تضيف نكهة جديدة إلى الصحافة الأردنية، تم العمل على البدء بالمشروع عام 2003، حيث بُدئ تجهيز الكادر المهني، والتعاقد مع الزملاء الصحفيين والصحفيات، وقد تزامن ذلك مع تجهيز مبنى الصحيفة بالأدوات والمعدات والأجهزة اللازمة، صدر العدد الأول من الغد في 2004/8/1، ومنذ ذلك التاريخ واصلت صحيفة الغد صدورها بانتظام، ولم تتوقف إلا في العطل الرسمية التي تحتجب فيها الصحف عن الصدور.

ب _____ الرسالة:

إن الغد بحسب القائمين عليها تحمل رسالة تنويرية تقوم على أساس احترام حق المجتمع في المعرفة، وعلى أساس الإحساس بواجب الصحيفة كجزءاً من الإعلام الأردني، بمواجهة مشكلات المجتمع والدولة، والمساهمة في تقديم الحلول لها، على

قاعدة الوضوح، والتعاطي مع الحقائق بعيداً عن المواقف المسبقة من أي قضية باستثناء؛
التمسك بموقف الصحيفة الثابت في الدفاع عن الأردن دولة وشعباً، وفي التصدي للعدو
الصهيوني الذي لا مجال للمساومة على خط الصحيفة في معاداته.

ج ————— الأهداف:

أما عن الأهداف التي تسعى إليها الغد فهي برأي رئاسة تحريرها ؛ تهدف إلى
تقديم الحقيقة، وتغطية الواقع بكل إيجابياته وسلبياته، وطرح التنوع الفكري والسياسي في
المجتمع الأردني، كما وتهدف إلى تقديم نموذج ليبرالي للصحافة اليومية، والتشجيع على
نشر التقنيات الجديدة في التواصل، بعد ذلك جزءاً من آليات الإعلام.

د ————— السياسة التحريرية:

تعتمد الغد سياسة تحريرية ملتزمة بالحقيقة، وبعيدة عن الإنشاء، وحريصة على
الإلمام بكل ما يحدث في البلاد، ولا تستثني أخباراً لاعتبارات سياسية أو فكرية، كما
أنها لا تقدم أخباراً لهذا السبب فقط، كما أن السياسة التحريرية للصحيفة تحرص على
الموضوعية والحياد في نقل الخبر واستكمالها بكافة عناصره وتقديم رؤى ومواقف
الأطراف التي يتعلق بها الخبر دون استثناء أي منها. (ابو حجلة، 2011)

ه ————— مميزاتها:

أما ما يميّز الغد عن الصحف الأردنية، بحسب ما لاحظته الباحث خلال تحليله
أعداد السنتين موضع البحث أنها تتميز بتقديم أنموذج أكثر حداثة من حيث الشكل

والمضمون، فهي تعتمد أسلوباً تحريرياً مختلفاً؛ يتجلى اختلافه في نوعية المادة الصحفية المنتقاة، وفي طريقة وشكل تقديمها، كما تعتمد الغد على تدعيم الوقائع بالتحليلات المعززة بالتوضيحات الفنية. وقد كانت الصحيفة رائدة في هذا المجال على مستوى الأردن كما عبّر عن ذلك رئيس التحرير.

ويضيف رئيس التحرير: " إن الغد صوت ليبرالي خرج عن الأطر المألوفة سابقاً في الأردن، وهي التي صنفت الصحف بين صحف الموالاة؛ التي تصدر من تحت عباءة السلطة، وصحف المعارضة؛ التي تهاجم السلطة من أطراف الأرصفة". (ابو حجلة، 2011).

و ————— الهيكل التنظيمي لجهاز التحرير:

للغد رئيس مجلس إدارة، وهو في نفس الوقت رئيس هيئة التحرير، يليه رئيس التحرير المسؤول، يليه رئيس التحرير؛ وله نائبان، ويرتبط معه مدير دوائر التحرير وهي: دائرة المحليات، ودائرة الاقتصاد، ودائرة المحافظات، ودائرة حياتنا، ودائرة التحدي، ودائرة الأفكار والآراء، ودائرة الترجمة، ودائرة الأرشيف، ودائرة التدقيق، ودائرة التصوير. (ملحق رقم 1)

ويعالج رئيس التحرير مجريات العمل اليومي، ويرأس اجتماعين لمجلس التحرير الذي يضم مديري الدوائر، إحداهما صباحي والآخر مسائي، ويوجه العمل، ويقوم بتكليف المديرين المعنيين بإعداد وإنجاز المواد المطلوبة، كما يتخذ القرارات الإدارية المتعلقة بالكادر التحريري؛ سواء أكانت إجراءات ثوابية أو عقابية، ويسهم مع الناشر ورئيس التحرير المسؤول في رسم السياسة العامة للصحيفة.

ز — المصادر:

تعتمد الغد في مصادرها على كادرها وصحفييها في العثور على المعلومات، ورصدها وخلق شبكة من المصادر التي تكون عادة رجال سياسة واقتصاد وثقافة، ومسؤولين في الدولة، وفي منظمات المجتمع المدني، وفي مقدمتها الأحزاب السياسية والنقابات المهنية.

كما تعتمد الغد على الاشتراك في وكالات الأنباء التي تقدم الأخبار أولاً بأول ومنها: وكالة رويترز، ووكالة الصحافة الفرنسية، ووكالة الأنباء الأردنية بتر، ووكالة افي الاسبانية، إضافة إلى وكالات أخرى متخصصة بالصور والرسومات التوضيحية ومنها وكالة (ام سي تي)، ووكالة (جرافيك نيوز).

ح — العلاقة مع السلطة الحكومة ومجلس النواب:

علاقة الغد بالحكومة والمجلس متذبذبة، وهذا الأمر لا يتعلق بالغد؛ بقدر ما يتعلق بردود أفعال الحكومات والمجالس النيابية، إذ إنها تغضب أحيانا من تغطية معينة، أو خبر ما، ولكن لن يغير أسلوب الغد في التغطية بحسب رئيس التحرير ولن يوقف نشر الأخبار فيها .

ط — المعوقات:

تعاني الغد من معوقات مجتمعية في معظم الأحيان؛ وهي تتعلق بالقراءة التأويلية للخبر من قِبَلِ الشرائح المنخرطة في التصنيف العشائري، ومن قِبَلِ الفئات المصنفة في نطاق المحافظين والتقليديين، ومعوقات حكومية في بعض الأحيان؛ تتمثل في محاولة حجب المعلومة من قبل بعض المسؤولين .

ي ————— الموقع الإلكتروني:

يقدم الموقع الإلكتروني (www.alghad.net) الخبر الطازج للقراء، ويختلف عن النسخة المطبوعة؛ بقدرته على الوصول إلى القراء من خارج الأردن، كما أنه يقدم منبرا متاحا للقراء للتفاعل مع محتوى الصحيفة ومع القضايا العامة، وتعطي الصحيفة اهتماما كبيرا لآراء القراء، ويتم نشرها ورقيا، وتحاول الغد أن تطبق الكثير من الاقتراحات والأفكار التي يقدمها القراء، لكن هذا لا يعني أنها تخضع لمفهوم شبك التذاكر، بمعنى أنها تمارس دورها التوعوي دون الرضوخ لانحيازات واضحة في الشارع.

وتسعى الغد إلى تحويل الموقع الإلكتروني، إلى موقع وتلفزيون وإذاعة، وهذا ممكن بشريا وتقنيا، وهذا التحول ممكن أن يغني عن تحويل الصحيفة إلى صحيفة دولية، لصعوبتها من حيث كلفة الشحن والتوزيع. (ابو حجلة، 2011)

ك ————— ميثاق الشرف:

لدى صحيفة الغد ميثاق شرف، تحت عنوان " مدونة السلوك المهني لصحافيي الغد " ملحق رقم (2)، وبحسب أبو حجلة فقد تم وضعه في الصحيفة، ويلتزم العاملون في الصحيفة بالعمل به، ويتضمن أهم القيم التي يجب أن تتجسد في الإعلام، وهي المصداقية والموضوعية.

ل ————— الملاحق التي تصدرها صحيفة الغد:

اولا : ملحق سوق ومال: ويحتوي على الأخبار الاقتصادية المحلية والعربية والدولية.
ثانيا : ملحق حياتنا: يحتوي على الأخبار الفنية والترفيهية.

ثالثا : ملحق التحدي: يحتوي على الأخبار الرياضية المحلية والدولية.
كل ملحق منها في ثماني صفحات، وفي حالات استثنائية (12) صفحة.

م ——— مكاتب الغد:

لدى الغد مكاتب في كافة محافظات الأردن، ولديها مكاتب خارجية في: رام الله،
والقدس، والناصره، وغزة، كما ولديها متعاونون في القاهرة والإمارات.
الاشتراكات والمبيعات:

لدى الغد 45000 اشتراك، أما أعداد المبيعات فهو غير محصور. (ابو حجلة، 2011).

ن ——— رؤساء التحرير السابقون:

توالى على رئاسة تحرير الغد عدد من الصحفيين الأردنيين وهم حسب الأسبوعية :

أولا : الأستاذ عماد الحمود

ثانيا : الأستاذ أيمن الصفدي

ثالثا : الأستاذ جورج حواتمة

رابعا : الأستاذ موسى برهومة

خامسا : الأستاذ مصطفى صالح

ويتأس التحرير حاليا الصحافية جمانة غنيمات كأول صحفية تدير صحيفة يومية .

6. الأدب النظري والنظريات الملائمة لهذه الدراسة

أ — نظرية حارس البوابة

تعدّ نظرية حارس البوابة من النظريات المهمة في علم الإعلام، وتتخلص فلسفة هذه النظرية؛ بأن هناك أمكنة، تتوقف فيها الرسالة الإعلامية، وتمر عبر عدة أبواب، قبل عرضها للجمهور، تتعرض المادة الإخبارية خلالها؛ إلى إعادة توجيهه، بما يخدم ويتوافق مع النظام الذي تحتكم له الصحيفة.

وتعرف نظرية حارس البوابة بأنها "طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية، حتى تصل إلى الجمهور المستهدف توجد نقاط (بوابات) يتم فيها اتخاذ القرار بما يدخل وما يخرج، وكلما طالت المراحل التي تقطعها الأخبار حتى تظهر في الوسيلة الإعلامية تزداد المواقع التي يصبح فيها من سلطة فرد أو عدة أفراد تقرير ما إذا كانت الرسالة ستنتقل أم لا". (حسن مكاوي, ليلي السيد، 1998).

و يرى كورت لوين أن المادة الإعلامية تمر بمراحل أو نقاط طويلة، قبل أن تصل إلى الجمهور، وخلال هذه المراحل، أو النقاط التي يسميها البوابات، يقرر ما يمكن أن يدخل، وما لا يمكنه ذلك، وفي حال كانت هذه المواد الإعلامية طويلة المراحل؛ ازدادت سلطة الفرد أو الأفراد على هذه المواد، بحيث يسمحون لأنفسهم بأن يقتطعوا أو يضيفوا

التعديلات التي يرونها مناسبة على المادة الإعلامية، وهؤلاء الأفراد يطلق عليهم لقب حراس البوابة الإعلامية. (رشتي، 1978 :294).

ويعرّف محمد الموسوي حراس البوابات؛ بأنهم " الصحفيون الذين يقومون بجمع الأنباء، وهم مصادر الأنباء الذين يزودون الصحفيين بالأنباء، وهم أفراد الجمهور الذين يؤثرون على إدراك واهتمام أفراد آخرين من الجمهور للمواد الإعلامية، كل أولئك حراس بوابة، في نقطة ما، أو مرحلة من المراحل التي تقطعها الأنباء". (الموسوي، د.ت : 19).

أما العوامل المؤثرة على عمل حراس البوابة، (السيد ومكاوي، 1998:177):

- 1- معايير المجتمع وقيمه وتقاليد.
- 2- معايير ذاتية وتشمل: التنشئة الاجتماعية، والتعليم ، والاتجاهات والميول والانتماءات والجماعات المرجعية.
- 3- معايير مهنية وتشمل:سياسة الوسيلة الإعلامية، ومصادر الأخبار المتاحة، وعلاقات العمل وضغوطه.
- 4- معايير النظم السياسية.

ولدى تحليل الباحث لعينات الأخبار المبحوثة لاحظ فعالية هذه النظرية لدى الانتاج النهائي لهذه الأخبار ، اذ لا بد وأن تتعرض الأصول الأولى للأخبار إلى التحرير من حذف واختصار وتعديل وإهمال وإبراز لكي تصل الى القارئ مثلما عليه عند النشر ، وهذا ما سيتم توضيحه في فصل التحليل .

ب ————— نظرية ترتيب الأجندة (الأولويات)

يرجع باحثون أصول نظرية ترتيب الأجندة إلى أن أول إشارة مباشرة إلى وظيفة وضع الأجندة " ترتيب الأولويات" ظهرت عام 1958م في مقال (نورتون لونج) (Norton long) إلا أن أفضل تصريح حول هذه الوظيفة، ظهر لدى (برنارد كوهين) (Bernard Cohen) في كتابه (الصحافة والسياسة الخارجية) عام 1963م، والذي قال بأن الصحافة يمكن ألا تكون ناجحة كثيراً في أن تقول للناس: ماذا يفكرون، ولكنها ناجحة إلى حد كبير في أن تقول للقراء عن الأشياء التي يفكرون حولها. (أبو إصبع، 2006: 144).

ويعرف (Lyengar & Simon) نظرية وضع الأجندة بأنها " قدرة المواد الإخبارية التي تبثها وسائل الإعلام المختلفة على معرفة وتحديد القضايا المهمة خلال فترة زمنية معينة" أما (Harper) فيعرف نظرية ترتيب بأنها "عبارة عن تحديد وسائل الإعلام لما يجب أن يفكر فيه الجمهور، ويشمل ذلك كلاً من الأحداث أو قضايا معينة أو أفكاراً أو قيماً اجتماعية". (احمد، 2009: 8-13).

وتتطلب نظرية ترتيب الأولويات (Agenda Setting) من فرضية تفيد بأن لوسائل الإعلام تأثيراً كبيراً في تركيز انتباه الجمهور، نحو الاهتمام بموضوعات، وأحداث، وقضايا معينة، وطرح رؤى تراعي المساواة في النوع، ويمكن أن يؤدي هذا إلى اهتمام الجمهور بهذه القضايا، ووفق هذه النظرية؛ يرتب الإعلام أولويات الجمهور من حيث: أولويات القضايا (المستوى الأول) وجزئيات القضايا (المستوى الثاني)، وتدعمها نظريتا الإبراز (Priming) والتأطير (Framing)، وهي بمجموعها، تؤكد بشكل يصعب التشكيك فيه أن الإعلام يحدد الأولويات، ويرسم الصور الذهنية، ويؤطر

وجهات النظر، وأن الناس عبر الزمن، تنتشر هذه الرؤى بشكل كبير، ويصبح كثير منهم أسرى لها في تفكيرهم وقراراتهم.(ensanyat.Com).

وتختلف طريقة التعامل مع هذه النظرية بين الدول الديمقراطية والدول النامية، ففي الدول الديمقراطية يتم توجيهها لخدمة الجمهور، من حيث: الاهتمام بمدخلات الجماهير، والأخذ برأيهم، وذلك لوضع السياسات، وصناعة القرار، في شتى مجالات الحياة. وبالمقابل تتعامل الدول غير الديمقراطية مع نظرية ترتيب الأجندة على أنها وسيلة للسيطرة على الرأي العام ، وتوجيهه بما يخدم مصالح هذه الدول. (حمادة، 2008: 179-180).

ويكون البروز في هذه النظرية لقضايا كاملة، يتم دفعها لدائرة اهتمام الجمهور من فترة لأخرى، فنجد فروض النظرية تقول؛ إن اهتمامات الجمهور بقضايا معينة، تتبع اهتمامات وسائل الاتصال في تلك القضايا، وأن التغير في اهتمامات وسائل الاتصال؛ يتبعه تغييراً في اهتمامات الجمهور، مثال هذا نجد أن الصحف تركز على عدد من القضايا، وتستخدم طرقاً مختلفة في عرض هذه القضايا، من خلال إبراز القضية في موقع مميز من الصفحة، أو إعطائها مساحة أكبر من المناقشة على قضايا أخرى.(عبد القادر، 2007).

وبما أن صحيفة الغد مطبوع يصدر في دولة من دول العالم الثالث الساعية نحو النمو والتطور فإن سياسة المطبوع لا بد وأن تتأثر بشكل ما بنظرية ترتيب الأجندة ؛ تبعاً لاحتياجات الجمهور من أخبار ومعلومات ، إن نظرية ترتيب الأجندة لا تصلح

لصحيفة الغد فقط ، بل لمعظم الصحف في العالم ، لأن الأجندة محدد أساسي من محددات توجيه صحيفة ما نحو تحقيق أهدافها .

7. الدراسات السابقة

أ — دراسة فاروق أبو زيد (1984)

أجرى الباحث فاروق أبو زيد عام (1984)، دراسة للقيم الإخبارية، مفرداً لها فصلاً كاملاً في كتابه الموسوم بـ"فن الخبر الصحفي"، وتعد هذه الدراسة من أوائل الدراسات التي درست القيم الإخبارية بطريقة تحليلية منهجية، دون الإشارة إليها بهذا المصطلح، بل تحت مسمى عناصر الخبر الصحفي، وقد تناول أبو زيد الصحف المحافظة، والمعتدلة، والشعبية، في المجتمعات المتقدمة، واختار المجتمع البريطاني ليكون ممثلاً لهذه المجتمعات، أما المجتمعات النامية؛ فتناول المجتمع المصري ليكون ممثلاً عن هذه المجتمعات.

حدد الباحث فرضين قامت عليهما الدراسة وهما:

الأول: أن عناصر الخبر الصحفي، وأنواعه، ومصادره، وتغطيته الصحفية تختلف في

الصحف المحافظة عنها في الصحف الشعبية، عنها في الصحف المعتدلة.

أما الفرض الثاني فيقول إن: عناصر الخبر الصحفي، وأنواعه، ومصادره، وتغطيته

الصحفية، تختلف في الصحف التي تصدر في المجتمعات المتقدمة، عنها في الصحف

التي تصدر في المجتمعات النامية، كما واختار الباحث عينة من ست صحف؛ ثلاث منها

من المجتمعات المتقدمة، وهي صحف بريطانية، والثلاث الأخرى من المجتمعات النامية

وهي صحف مصرية.

ومن أهم النتائج التي خلصت إليها الدراسة؛ الانخفاض العام في نسبة عناصر

الخبر، في الصحف التي تصدر في المجتمعات النامية، عن مثيلتها في الصحف التي

تصدر في المجتمعات المتقدمة.

وعلى الرغم من أن هذه الدراسة هي الأولى التي تتحدث عن عناصر الخبر

الصحفي، إلا أنها تجنبت ذكر مصطلح القيم الإخبارية، بل تم التحليل تحت اسم عناصر

الخبر الصحفي، وربما يعود ذلك لموقف الباحث من التسمية، فهو يرى أنه يمكننا أن

نتعرف بغياب أي مفهوم متميز لعناصر الخبر في المؤلفات التي صدرت في المجتمعات

النامية؛ ذلك أن أكثر المحاولات التي قدمت في هذا المجال لم تخرج عن كونها ترديداً

لمفهوم من مفاهيم المدارس الصحفية الغربية الثلاث" (أبو زيد، 1984: 91).

ب ————— دراسة صابر حسن محمد عمر (2006)

أجرى عمر (2006)، دراسة بعنوان: (التغطية الإخبارية في القنوات الإخبارية

الفضائية: دراسة مقارنة بين القنوات العربية والأجنبية)، هدفت إلى التعرف والمقارنة

لموضوعات وأشكال ومصادر التغطية الإخبارية، والقيم الإخبارية التي تحكم تلك التغطية؛ بين القنوات الإخبارية الفضائية، العربية والأجنبية، وأوجه الاختلاف بينهما. وخلصت الدراسة إلى أن الموضوعات السياسية، والحكومية المحلية، كانت أكثر الموضوعات تناولا، تليها موضوعات الاقتصاد، ثم موضوعات (الأعمال الإرهابية)، ثم موضوعات الرياضة، تليها موضوعات الحوادث والكوارث، وأقلها الموضوعات التي تعنى بالتعليم، والاهتمام بالطفل، وبيّنت الدراسة أن أكثر المناطق الجغرافية تناولا؛ كانت العراق، تليها الولايات الأمريكية المتحدة، كما بيّنت الدراسة اعتماد هذه القنوات في مصادرها، على ذاتها بنسبة (96.7%).

ج ————— دراسة هاشم التميمي

تناول الباحث هاشم حسن التميمي، عام (2008) القيم الإخبارية، في دراسته الموسومة بـ "فلسفة الخبر الصحفي دراسة لمفهوم القيم الإخبارية"، وتعد من أهم الدراسات العربية، إن لم تكن أولها التي تنفرد بموضوع القيم الإخبارية، إذ قام الباحث بدراسة القيم الإخبارية في الصحافة العراقية على مدى مئة وتسع عشرة سنة، وتناول فيها بالتحليل ما يزيد على خمسة وعشرين ألف خبر صحفي؛ من عينة تاريخية طبقية تكوّنت من أربع عشرة صحيفة عراقية، عبر استمارة تحليل مضمون احتوت على اثنتي عشرة قيمة إخبارية في ثلاثة مستويات هي: قيم الذروة، والقيم المتوسطة، والقيم الثانوية.

وهدفت دراسة التميمي إلى:

معرفة التوزيع الرتبي للقيم الإخبارية في الصحافة العراقية.

معرفة مستوى الاهتمام بالقيم الإخبارية في الصحافة العراقية، عبر مراحلها التاريخية.

معرفة مستوى الاهتمام بالقيم الإخبارية لدى الصحف العراقية.

إيجاد التصنيف المناسب للقيم الإخبارية في الصحافة العراقية.

معرفة المساحات المخصصة لنشر الأخبار وتكرارها وموقعها من الصفحة، وعلاقتها

بالاهتمام بالقيم الإخبارية.

وخلصت دراسة التميمي إلى :

العديد من الباحثين والقائمين بالاتصال، لا يدركون مفهوم القيم الإخبارية.

تأكد للباحث وضوح مفهوم القيم الإخبارية في العالمين الأول والثاني وغيابه عن العالم

الثالث.

غياب مفهوم موحد في البلدان النامية للقيم الإخبارية. طغت الصفة السلبية في العالم

الثالث على القيم الإخبارية، من خلال أخبار النكبات، والأزمات، والانقلابات، وأعمال

العنف، والحوادث.

د — دراسة إسماعيل، ورحمون، وبلعدي

أجرت إسماعيل، ورحمون، وبلعدي (2008)، دراسة بعنوان: (القيم الإخبارية

والعوامل المؤثرة فيها)، هدفت ، في التعرف على القيم الإخبارية المختلفة بين الإعلام

الغربي والإعلام العربي، من خلال ثلاث قنوات فضائية هي: الجزيرة الفضائية، وtf

الفرنسية، والتلفزيون الجزائري الرسمي، وتفسير هذه القيم في القنوات التلفزيونية

الثلاث، في إطار العوامل المؤثرة فيها؛ من النظام السياسي، والاقتصادي، والإطار

الاجتماعي، والثقافي، ودراسة الارتباط بين عناصر القيمة الخبرية في كل قناة؛ وبين توجهها، وتفسير العوامل المؤثرة فيها.

وخلصت الدراسة إلى تقدم عنصر الجودة والحدثة، على باقي القيم الإخبارية المتناولة، إذ بلغ تكراره (90%)، في قناة الجزيرة، و(78%) في الفرنسية، و(68%) في التلفزيون الجزائري الرسمي، أما عنصر الشهرة فبلغ (71%) و(71%) و(74%) على التوالي في القنوات الثلاث. أما الصراع فبلغ (80%) و(73%) و(35%) على التوالي في القنوات الثلاث.

ه ————— دراسة حنان الكسواني

أجرت الكسواني (2009)، دراسة بعنوان (دور الصحافة الأردنية اليومية في التوعية الصحية دراسة في تحليل المضمون)، هدفت إلى معرفة دور الصحافة اليومية في التوعية الصحية، تناولت فيها مضامين ثلاث صحف يومية هي الرأي والدستور والغد، واستخدمت أداة لتحليل المضمون احتوت على ثماني فئات رئيسية، وخلصت الدراسة إلى أن الاهتمام بالمواضيع الصحية في الصحف اليومية قد تزايد بشكل ملحوظ، بعد بدء حملات التوعية الخاصة بمكافحة الأمراض السارية وغير السارية، إلى جانب زيادة الاهتمام بموضوعات الصحة الإنجابية، وأشارت إلى غياب برنامج واضح لدى

الصحف اليومية الأردنية في تغطية الموضوعات الصحية، كما وأشارت إلى تراجع دور وكالة الأنباء الأردنية (بترا) مصدراً لأخبار الصحف اليومية.

و ——— دراسة محمد النعيمات

أجرى النعيمات (2010)، دراسة بعنوان (دور الصحافة الأردنية في التنمية السياسية)، هدفت إلى التعرف على دور الصحافة الأردنية في التنمية السياسية، من خلال صحيفتي: (الرأي والعرب اليوم)، استخدم فيها الباحث أداة تحليل المضمون، عبر عشر فئات رئيسية، وخلصت الدراسة إلى قلة الاهتمام بالتنمية السياسية، إذ بلغ مجموعها (8,8%)، من حجم المقالات المنشورة، كما خلصت إلى عدم الاهتمام بوزارة التنمية السياسية، من خلال عدم ربطها بالمقالات المنشورة.

ز ——— دراسة محمد القرعان

أجرى القرعان (2010)، دراسة بعنوان (الصحافة اليومية الأردنية ومسؤوليتها في نشر القيم الوطنية في المجتمع)، هدفت الدراسة إلى الكشف عن مسؤولية الصحافة الأردنية المطبوعة في نشر القيم الوطنية في المجتمع، من خلال صحيفتي: (الرأي والغد)، استخدم فيها الباحث أداة تحليل المضمون، وخلصت الدراسة إلى أن لصحيفتي الرأي والغد اليوميين، دوراً بارزاً في تعزيز القيم الوطنية، وبلغت نسبة إبراز القيم الوطنية الواردة في الصحافة الأردنية بين (2% و 15%)، أعلاها قيمة الولاء، وأقلها

قيمة التمسك بالثوابت الإسلامية، كما أظهرت الدراسة أن صحيفة الغد كانت الأكثر تعزيزاً للقيم الوطنية.

الفصل الثالث :منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

1. منهج البحث
2. مجتمع البحث
3. عينة الدراسة
4. وحدات التحليل
5. فئات التحليل
6. أداة الدراسة
7. صدق الأداة
8. ثبات الأداة

الفصل الثالث :منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

1. منهج البحث

منهج البحث الوصفي

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي، باستخدام أسلوب "تحليل المضمون"، وتكون أعداد الصحيفة المرشحة للبحث هي مادة التحليل، ويتم من خلال هذا الأسلوب، قياس ومعرفة المساحة الممنوحة، لكل من المواد المنشورة، التي تحكمت في نشرها القيم الإخبارية، والتي تحكم سياسة التحرير في الصحيفة.

ويعد أسلوب تحليل المضمون من الأساليب التي أثبتت مصداقيتها في دراسات محتوى الإعلام ، للدرجة التي جعلته يعد منهاجا مستقلا عند بعض الباحثين إذ تعرفه فوزية فهيم (حسب عبد الحميد ،1983: 21) بأنه "منهج من مناهج البحث العلمي يسعى عن طريق المقارنة الكمية المنهجية للمضمون الظاهر للمواد الاتصالية إلى الحصول على الاستدلالات الكيفية ". كما ويعدده الباحث حاتم علاونة، منهاجا من مناهج البحث العلمي(مقابلة مع علاونة:2011).

وما يخالف هذا الرأي تعريف محمد الوفائي لأسلوب تحليل المضمون في قوله: " إنه طريقة مقننة ، وليست منهاجا كما يسميه بعضهم، فهو ليس منهج تفكير، وإنما هو وسيلة لجمع البيانات ".(الوفائي، 1989: 213).

ويعرفه محمد عبد الحميد (عبد الحميد ،1983: 22) بأنه "مجموعة الخطوات المنهجية التي تسعى إلى اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى والعلاقات الارتباطية بهذه

المعاني ،من خلال البحث الكمي الموضوعي والمنظم للسّمات الظاهرة في هذا المحتوى".

كما ويعرف بأنه "الطريقة المنهجية التي نستخدمها لكي نصف مضمون الاتصال، سواء كان هذا المضمون شفهيًا أو مكتوبًا، أو إذاعيًا، أو تلفزيونيًا، وصفا كميًا، وموضوعيًا بطريقة منظمة منهجية، بغرض اختبار فروض علمية أو الإجابة عن تساؤلات بحثية" (الجمال، 1999م، 220).

كما ويعد هذا الأسلوب " أداة منهجية للدراسة الكمية والكيفية لمضمون وسيلة الاتصال، وهو أداة للملاحظة ووصف مادة الاتصال وأداة لاختيار فروض معينة عن مادة الاتصال وأداة التنبؤ ". (عبد الرحمن وآخرون، 1982: 19).

وهو أيضا " أسلوب كمي، ومنهجي، وموضوعي؛ لوصف وتحليل محتوى الاتصال" (الحمداني وآخرون، 2006: 121).

ويورد محمد عبد الحميد (عبد الحميد، 1983: 23) متطلبات (شروط) لتحليل المضمون وهي:

التنظيم أو المنهجية (Systematic)

الموضوعية و الحياد (Objectivity & Neutrality)

التعميم (Generality)

الاستخدام الكمي أو شرط العد (Quantitative)

2. مجتمع الدراسة:

أعداد صحيفة الغد الأردنية في العامين: (2009-2010).

3. عينة الدراسة:

تعدّ العينة أحد أركان مجتمع البحث العلمي، ويعرف محمد عبد الحميد (عبد الحميد، 1983: 91) العينة بأنها " جزء من المجتمع الكلي (The Total Population)، المراد تحديد سماته، ممثلة بنسبة مئوية، يتم حسابها طبقا للمعايير الإحصائية وطبيعة مشكلة البحث ومصادر بياناته ".

كما ويجب أن يتوافر في العينة عنصران أساسيان هما:

أن تكون العينة ممثلة لكافة مجتمع البحث ، الذي يأمل الباحث تعميم نتائج بحثه عليه. والعنصر الآخر، هو أن تكون العينة كافية من حيث الحجم. (الجمال، 1999: 126).

تم اختيار عينة من مجتمع الدراسة، تتمثل في أعداد الصحيفة المبحوثة للفترة المحددة ، وذلك عبر أسلوب الدورة الذي يتم من خلاله اختيار عينة بشكل منتظم ومتسلسل، باختيار يوم عشوائي من الأسبوع الأول، ثم اختيار اليوم الذي يليه من الأسبوع الثاني، ثم اليوم الذي يليه من الأسبوع الثالث، وهكذا إلى نهاية الفترة الزمنية للبحث، ويحقق هذا الأسلوب العديد من المزايا حسب محمد عبد الحميد (عبد الحميد، 1983، 101):

إعطاء فرصة متساوية لجميع أيام الصدور.

بناء الفترات الصناعية المنتظمة (أسبوع، أسبوعين، شهر مثلا).

تمثيل كل الأعداد في أيام الصدور.

تم اختيار يوم الأحد 2009/1/4م، للابتداء به لتحديد العينة، وتم الحصول على واحد وتسعين عدد من مجتمع الدراسة البالغ عددها (730) عدداً، وتشكل هذه العينة ما نسبته 12 % من المجموع الكلي للأعداد المعنية بالدراسة، ملحق رقم (1).

ولدى مراجعة أرشيف الصحيفة، استطاع الباحث الحصول على (86) عدداً، وغابت خمسة أعداد، منها ثلاثة أعداد غابت الصحيفة فيها عن الصدور، في الأعياد الدينية، وهناك عدنان لم تصدر فيها الصحيفة بصيغة تجعل الباحث ينتفع منها.

أما سبب اختيار الباحث للصفحة الأولى دون غيرها من الصفحات؛ ذلك لما تنفرد به الصفحة الأولى من مميزات تجعلها مكاناً خصباً لعناصر القيم الإخبارية، وهذا ما تفرضه طبيعة البحث، كما أن "الجرائد عادة ما تنتقي من الأخبار ما ترتفع قيمته إلى مستوى النشر في صفحاتها الأولى". (عبد الحميد، 1982: 191).

وقد تناول الباحث فاروق أبو زيد الصفحة الأولى في دراسته (فن الخبر الصحفي) معللاً ذلك بأن " الصفحة الأولى هي واجهة الصحيفة، وتبرز فيها شخصيتها أكثر من غيرها من صفحات الجريدة" (أبو زيد 1983: 20).

كما تناول الباحث هاشم حسن التميمي الصفحة الأولى في دراسته الموسومة بـ " فلسفة الخبر الصحفي"، معللاً ذلك بأنه " يمثل نشر الخبر في الصفحة الأولى أعلى مستويات الاهتمام بالقيم الإخبارية" (التميمي، 2008: 22).

هذه الخصوصية، والعلاقة البنائية، بين الصفحة الأولى، والقيم الإخبارية، وفلسفتها، هي التي فرضت نفسها على الباحث، ليتناولها من صحيفة الغد، دون الصفحات الداخلية؛ لأنها مهما حملت من قيم إخبارية؛ فإنها لن تكون أكثر أهمية من الأخبار المنشورة في الصفحة الأولى.

4. وحدات التحليل :

تُعرف وحدات التحليل، بأنها "وحدات المحتوى التي يمكن إخضاعها للعد والقياس بسهولة، ويعطي وجودها أو غيابها وتكرارها أو إبرازها دلالات تفيد الباحث في تفسير النتائج الكمية". (عبد الحميد، 1982 : 36).

ويذهب الخبراء إلى أن هناك خمس وحدات رئيسية في تحليل المضمون (حسين، 1983 : 258) هي:

1. الكلمة (Word)

2. الموضوع أو الفكرة (Theme)

3. الشخصية (Character)

4. الوحدة الطبيعية للوحدة الإعلامية (Item)

5. مقاييس المساحة والزمن (Space Time)

اختار الباحث وحدة الموضوع، أو الفكرة؛ لتكون وحدة تحليل، ووحدة قياس في الوقت نفسه، ويقصد بها في هذا البحث: تكرار ظهور القيم الإخبارية المحددة في الخبر الصحفي المنشور في الصفحة الأولى من صحيفة الغد الأردنية للفترة الزمنية المحددة للبحث.

وتعرّف وحدة الموضوع بأنها " فكرة تدور حول مسألة معينة ، وهي من أهم وحدات التحليل في تحليل المضمون لأنها تكشف عن الآراء والاتجاهات الرئيسية في مادة الاتصال " (عبد الرحمن وآخرون، 1982: 238).

ويعرف (بيرلسون) وحدة الموضوع (حسب سمير محمد حسين ، 261، 260-1983) بأنها " عبارة عن جملة، أو عبارة تتضمن الفكرة التي يدور حولها موضوع التحليل، وتكون عادة جملة مختصرة محددة؛ تتضمن مجموعة الأفكار التي يحتوي عليها موضوع التحليل".

يقودنا هذا التعريف إلى التحديد الدقيق لوحدة التحليل وكيفية ملاحظتها وتحديدها، لتحقيق أكبر قدر ممكن من الصحة والثبات في النتائج.

قام الباحث بإجراء دراسة استطلاعية لملاحظة القيم الإخبارية التي تحكم النشر في صحيفة الغد؛ وذلك لاستخلاص هذه القيم، والإفادة منها في تحديد جدول يحتوي على أهم القيم لتعدادها وفق تكرارها في الخبر الواحد، وبعد المراجعة المحكمة* - ملحق رقم (3)،- للعديد من القيم الإخبارية وتعريفاتها الإجرائية ، وصل الباحث إلى تحديد عدد من القيم الإخبارية ، رأى أنها تلائم البحث وظروفه وهي:

أولا : الجدة أو الحداثة: وتعني أن يكون الخبر " مجاريا للأحداث، فالخبر هو أسرع مادة للتلف والفساد بمجرد مرور ساعات قليلة على وقوعه". (أبو زيد، 1984: 92) أما **إجرائيا؛ فتعرف لغايات البحث بأنها:** هي آنية الخبر وحداثته وحاليته، ويكون الوقت هو العامل الرئيس في جدارة الخبر للنشر أو عدم النشر.

ثانيا : الأهمية: وهي " كل ما يهمّ القراء ويجدون فيه فائدة أو مصلحة شخصية أو عامة أو معلومات وبيانات تثير اهتمامهم"(التميمي،2008:28). أما إجرائيا؛ فتعرف لغايات البحث بأنها: الأخبار التي تتعلق بمصائر أكبر عدد من الجمهور.

ثالثا : الإثارة: " الإشارة إلى تلك الخاصة التي توجد في بعض الوقائع والأحداث، التي تحمل جاذبية شديدة إلى لفت انتباه القارئ ومخاطبة بعض غرائزه الدفينة"(التميمي،2008: 28). أما إجرائيا؛ فتعرف لغايات البحث بأنها: الخبر الذي يحمل في محتواه ما هو غير مألوف، بشكل يثير جاذبية شديدة لدى الجمهور.

رابعا : الشهرة: هي الأخبار التي تحمل في مضمونها "ما يتعلق بالمشاهير من وقائع ومعلومات ووثائق، ولا تقتصر هذه القيمة على الأشخاص فقط بل تشمل الآثار والأماكن المعروفة في العالم والقضايا والأحداث وكل الأشياء المشهورة"(التميمي،2008: 28). أما إجرائيا فتعرف لغايات البحث بأنها: الخبر الذي يتعلق بالمشاهير أفراداً أو مؤسسات، ولذاتهم تم نشر الخبر.

خامسا : الصراع: يرى هاشم التميمي (التميمي 2008: 36) أن للصراع أنواعاً كثيرة منها الصراع الاجتماعي، والصراع الإنسان مع الطبيعة ، والحروب والثورات والانقلابات وكذلك المنافسات بأنواعها أما إجرائيا فتعرف لغايات البحث بأنها: الأخبار التي تتعلق بالنزاعات بين طرفين أو أكثر من حروب ونزاعات وفعاليات فيها ندية وصراع ومنافسة.

سادسا : القرب: وتعرف إجرائيا لغايات البحث ويقصد به القرب المكاني والقرب النفسي لدى الجمهور.

سابعاً : الاستمرارية: وتعرف إجرائياً لغايات البحث الأحداث التي تنصدر الأخبار وتواصل صدارتها برغم تكرارها.

ثامناً : الغرابة والطرافة: عرّفها هاشم التميمي ب" احتواء الخبر على جوانب غير مألوفة لم يعتد عليها الناس فنتثير دهشتهم واستغرابهم" (التميمي، 2008: 36).

أما إجرائياً فتعرف لغايات البحث بأنها: الأخبار التي تحمل في محتواها ما يثير الدهشة والمفاجأة لدى الجمهور.

تاسعاً : الزعيم: عرف هاشم التميمي هذه القيمة بأنها تتحدد بالأخبار التي تتعلق بالرجل الأول الذي يمثل قمة الهرم السياسي في الدولة.

أما إجرائياً فتعرف لغايات البحث بأنها: الأخبار المتعلقة بالرجل الأول في الدولة، ويمثلها في هذا البحث الأخبار التي تتعلق بالملك عبد الله الثاني بن الحسين.

عاشراً : الضخامة: وتعرف إجرائياً؛ لغايات البحث بأنها: الأخبار التي لها صدى ضخم بحجمها أو نتائجها، وتحمل أرقاماً تفوق التوقع، وتثير انتباه القارئ لضخامتها.

ويرى بيرلسون (حسب سمير محمد حسين) أنه يمكن تقسيم الفكرة إلى

عناصر (حسين، 1983: 266):

1.الموضوع الذي ترتكز عليه الفكرة.

2.الجوانب التي تتناولها الفكرة.

3.القيم المتضمنة في الفكرة.

4. الطريقة أو الأسلوب المتبع في عرض الفكرة.

يتضح لنا من خلال هذا التقسيم؛ أن الأنسب لموضوع البحث هو تناول الفكرة/ الموضوع، كما اختار الباحث القيم التي يتضمنها الموضوع /الفكرة موضع التحليل، لذا قام الباحث بعد وحدات التحليل التي تتضمنها عينة الدراسة، ومن ثم تعداد القيم الواردة في هذه الوحدات.

بلغت وحدات التحليل (1081) مفردة خبرية، من (86) عدد، أي بمعدل (12.5) مفردة خبرية لكل عدد.

5. فئات التحليل:

حاول الباحث اختيار الفئات المناسبة للبحث ، وبما يعطي أبعاداً أخرى لقياس قيمة ومحتوى المادة الإعلامية موضع التحليل، علماً أن استخدام فئات كثيرة، ومنقرعة، ومتشابهة قد يؤدي إلى تشابك الموضوع، والصعوبة في قراءة نتائجه، لذا اختار الباحث من الفئات ما يراه أنها تثري البحث وتعزز نتائجه.

يعرف سمير محمد حسين، (حسين، 1983: 88) فئات التحليل بأنها "مجموعة من التصنيفات، أو الفصائل التي يقوم الباحث بإعدادها طبقاً لنوعية المضمون ومحتواه، وهدف التحليل، لكي يستخدمها في وصف هذا المضمون، وتصنيفه بأعلى نسبة ممكنة من الموضوعية والشمول، بما يتيح إمكانية التحليل، واستخراج النتائج بأسلوب سهل وميسور".

وقد استخدم الباحث الفئات التالية مع تعريف إجرائي لكل منها:

أولاً: فئات الموضوع: تعدّ فئة الموضوع من الفئات التي تجيب عن السؤال ماذا قيل؟ وهي "تستهدف الإجابة عن السؤال علام يدور موضوع المحتوى، وتفيد في الكشف عن

مراكز الاهتمام في المحتوى" (عبد الحميد، 1983: 120-121). وهي "الفئة الأكثر استخداما في دراسات تحليل المضمون التي تقوم بتصنيفه وفقا لموضوعاته" (حسين، 1983: 88). وتعرف إجرائيا؛ لغايات البحث بأنها: الفئة التي تكشف عن موضوع الخبر الصحفي المراد تناوله في هذه الدراسة.

ويندرج تحت هذه الفئة الرئيسية مجموعة من الفئات الفرعية هي:

1/1. الخبر السياسي: يعرف إجرائيا؛ لغايات البحث بأنه: الخبر الذي يحمل في مضمونه معلومات سياسية، تعنى بنشاطات أجهزة الدولة، ومؤسساتها، وشخصياتها، ذات الطابع السياسي.

2/1. الخبر الرياضي: يعرف إجرائيا؛ لغايات البحث بأنه: الخبر الذي يحمل في مضمونه معلومات تعنى بالشأن الرياضي، من شخصيات، ولاعبين، ومؤسسات، وأندية، ومباريات، وأي نشاطات ترفيهية، التي تخص رياضة ما.

3/1. الخبر الاقتصادي: يعرف إجرائيا؛ لغايات البحث بأنه: الخبر الذي يحمل في مضمونه معلومات اقتصادية، كارتفاع الأسعار، وهبوط البورصة، وصفقات بيع الشركات، واستيفاء ضريبة من المواطنين.

4/1. الخبر الاجتماعي: يعرف إجرائيا؛ لغايات البحث بأنه: الخبر الذي يحمل في مضمونه معلومات، عن مجتمع ما، بشخصه، ومؤسساته، ونشاطاته، وتطلعاته.

5/1. الخبر الثقافي: يعرف إجرائيا؛ لغايات البحث بأنه: الخبر الذي يحمل في مضمونه معلومات تعنى بالشأن الثقافي، كأخبار الفنانين، والأدباء، وإصداراتهم، وأخبار المؤسسات الثقافية، وفعاليتها، وأي نشاطات ذات طابع ثقافي.

6/1. **الخبر الديني: يعرف إجرائياً؛ لغايات البحث بأنه:** الخبر الذي يحمل في مضمونه معلومات دينية، كأخبار رجال الدين، ودور العبادة، والأماكن المقدسة، والاحتفالات الدينية.

7/1. **الخبر العلمي: يعرف إجرائياً؛ لغايات البحث بأنه:** الخبر الذي يحمل في مضمونه معلومات ذات طابع علمي، كأخبار الاختراعات، والاكتشافات، وأي من ميادين البحث العلمي، وميادين العلوم التطبيقية.

8/1. **أخبار الحوادث والجرائم: يعرف إجرائياً؛ لغايات البحث بأنه:** الخبر الذي يحمل في مضمونه معلومات، عن الجرائم والنزاعات الشخصية أو العائلية، التي تؤدي للقتل، أو الإيذاء، وأخبار الحوادث المقصودة، أو المفاجئة، وتحتوي أخباراً عن خسائر في الأرواح.

9/1. **أخبار أخرى:** وهو الخبر المنشور في صحيفة الغد والذي يحمل في مضمونه أخباراً ليست من المضامين السابقة.

ثانياً: فئات جغرافية الخبر: وتستخدم هذه الفئة " في الكشف عن اهتمام وسائل الإعلام، بالأحداث التي تنشأ، أو تقع في أقاليم أو مناطق جغرافية التي تمثل اهتماماً في سياساتها" (عبد الحميد 1983، 131). وتساعد هذه الفئة في إعطاء الموضوع أبعاداً أكثر شمولية في عملية التحليل، لأنها تساعد الباحث في الإجابة عن تساؤلاته بشأن الاتجاه، والصدق، والتعميم، وتكشف أيضاً عن التوزيع الجغرافي للاهتمامات الصحفية، والمناطق التي تركز عليها (حسين، 1995: 267).

وتعرف إجرائياً؛ لغايات البحث بأنها: الفئات التي تكشف عن مكان وقوع الحدث، وتحدد جغرافية الخبر.

وتقسم هذه الفئة إلى الفئات التالية:

1/2. محلي/ أردني: تعرف إجرائيا؛ لغايات البحث بأنها: الفئة التي تكشف عن الخبر الذي حدثت وقائعه في الأردن.

2/2. عربي: تعرف إجرائيا؛ لغايات البحث بأنها: الفئة التي تكشف عن الخبر الذي حدثت وقائعه في أحد الدول العربية.

3/2. دولي عالمي: تعرف إجرائيا؛ لغايات البحث بأنها: الفئة التي تكشف عن الخبر الذي حدثت وقائعه في إحدى دول العالم غير الدول العربية.

4/2. معروف: تعرف إجرائيا؛ لغايات البحث بأنها: الفئة التي تكشف عن الخبر الذي لم يعرف مكان حدوثه، أو لم يتحدد بعد.

ثالثا: فئات المصدر: تعرف فئة المصدر بأنها "الفئة الخاصة بالكشف عن الشخص أو المجموعة أو الجهة مصدر المعلومة" (حسين، 1995: 267): تعرف إجرائيا؛ لغايات البحث بأنها: الفئة التي تكشف عن مصدر الخبر، وتحدد حراس البوابات الإعلامية، التي مر فيها الخبر.

وتقسم هذه الفئة إلى الفئات التالية:

1/3. الصحيفة نفسها: تعرف إجرائيا؛ لغايات البحث بأنها: الفئة التي تكشف عن مصدر الخبر، الذي تكون الصحيفة نفسها مصدر الخبر؛ سواء عن طريق مراسليها، أو مندوبيها، أو المحررين فيها، أو المتعاونين معها، مصادر للخبر الصحفي .

2/3. وكالة الأنباء الأردنية (بترا): تعرف إجرائيا؛ لغايات البحث بأنها: الفئة التي تكشف عن مصدر الخبر، الذي تكون وكالة الأنباء الأردنية، (بترا)، هي مصدره.

3/3. وكالات الأنباء العربية: تعرف إجرائيا؛ لغايات البحث بأنها: الفئة التي تكشف عن مصدر الخبر، الذي تكون وكالات الأنباء العربية، هي مصدره.

4/3. وكالات الأنباء العالمية والدولية: تعرف إجرائيا؛ لغايات البحث بأنها: الفئة التي تكشف عن مصدر الخبر، الذي تكون وكالات الأنباء العالمية، هي مصدره.

5/3. غير معروف/محدد: تعرف إجرائيا؛ لغايات البحث بأنها: الفئة التي تكشف عن مصدر الخبر، الذي لم تعرف مصادره، بقصد أو بدون قصد، أو يكون منسوبا لجهة غير التي احتوتها الفئات السابقة.

رابعا: فئة العناصر التيبوغرافية : " وهي المعالجة الطباعية للمادة الإعلامية ، والتي يمكن باستخدامها تحقيق تأثير ضخم على القراء وتكوين انطباع معين لديهم؛ مرتبط بأهمية الموضوع." (حسين، 1995: 267)، وتعرف إجرائيا؛ لغايات البحث بأنها: الفئة التي تكشف عن المعالجة التيبوغرافية للخبر، ومدى اهتمام المرسل، بالتأثير في الجمهور.

وتقسم هذه الفئة إلى الفئات التالية:

1/4. استخدام عناوين رئيسية: تعرف إجرائيا؛ لغايات البحث بأنها: الفئة التي تكشف عن استخدام عنوان رئيسي للخبر، ويكون هذا العنوان بخط غامق، وأكثر بروزا من متن الخبر.

2/4. استخدام عناوين ثانوية: تعرف إجرائيا؛ لغايات البحث بأنها: الفئة التي تكشف عن استخدام عناوين ثانوية؛ للشرح أو التوضيح، أو التأكيد، التي تعزز المادة الصحفية وتثريها، وتثير انتباه القارئ إليها.

3/4. استخدام الصور والألوان والرسومات: تعرف إجرائيا؛ لغايات البحث بأنها: الفئة التي تكشف عن استخدام أشياء توضيحية، كالصور، والرسومات، والألوان في الخبر، وكلها تعطي الخبر زيادة في البروز، وتزيد من جذب انتباه القارئ لها.

خامسا: فئات الموقع: وهي من "الفئات الشكلية التي توضح مدى الاهتمام بعرض الموضوع" (حسين، 1995: 270). وتعرف إجرائيا؛ لغايات البحث بأنها: الفئة التي تكشف عن المكان الذي نشر فيه الخبر - موضع التحليل - في الصفحة الأولى.

وتم تقسيم فئة الموقع إلى ثلاثة أقسام تبعا لتقسيم الصفحة الأولى في صحيفة الغد:

1/5. فئة الموقع الأهم: وتعرف إجرائيا؛ لغايات البحث بأنها: الفئة التي تكشف عن مكان نشر الخبر، الذي نُشر في الموقع العلوي، وبشكل ثلث الصفحة الأولى.

2/5. فئة الموقع المتوسط الأهمية: وتعرف إجرائيا؛ لغايات البحث بأنها: الفئة التي تكشف عن مكان نشر الخبر، الذي نُشر في منتصف الصفحة الأولى، وبشكل الثلث المتوسط منها.

3/5. فئة الموقع الأقل أهمية: وتعرف إجرائيا؛ لغايات البحث بأنها: الفئة التي تكشف عن مكان نشر الخبر، الذي نُشر في أسفل الصفحة الأولى، وبشكل ثلثها الأسفل.

6. أداة الدراسة:

قام الباحث بتصميم كشاف لتحليل النصوص الإخبارية لصحيفة الغد الأردنية خلال

المدة (2009-2010)، انظر الملحق رقم (4).

أولاً: فئات الموضوع:

- 1/1. الخبر السياسي 2/1. الخبر الرياضي 3/1. الخبر الاقتصادي
- 4/1. الاجتماعي 5/1 5/1. الخبر الثقافي 6/1. الخبر الديني
- 7/1. العلمي 8/1 8/1. أخبار الحوادث والجرائم 9/1. أخبار أخرى

ثانياً: فئات جغرافية الخبر

- 1/2. محلي / أردني. 2/2. عربي 3/2. دولي عالمي 4/2. غير معروف

ثالثاً: فئات المصدر

- 1/3. الصحيفة نفسها 2/3. وكالة الأنباء الأردنية (بترا)
- 3/3. وكالات الأنباء العربية 4/3. وكالات الأنباء العالمية والدولية
- 5/3. غير معروف/محدد:

رابعاً: فئة العناصر

- 1/4. استخدام عناوين رئيسية 2/4. استخدام عناوين ثانوية
- 3/4. استخدام الصور والألوان والرسومات

خامساً: فئات الموقع:

- 1/5. فئة الموقع الأهم 2/5. فئة الموقع المتوسط الأهمية
- 3/5. فئة الموقع الأقل أهمية

7. صدق الأداة:

قام الباحث بعرض استمارة تحليل المضمون على مجموعة من المحكمين* في مجال الإعلام والإحصاء، والاجتماع، للتأكد من صحتها العلمية، تم الأخذ بتوجيهاتهم حتى بلغت الاستمارة صورتها النهائية، ثم أجرى الباحث في خطوة لاحقة إخضاع عينة من الأخبار للدراسة الاستطلاعية للتأكد من صدق الأداة.

8. ثبات الأداة:

وللتأكد من ثبات أداة التحليل ؛ قام الباحث بإجراء اختبار بعدي باستخدام معادلة

هوليستي، والتي تنص على :

$$N1+n2$$

$$\text{الثبات} = \frac{\quad}{\quad}$$

$$2M$$

$$40$$

$$20+20$$

$$\%83.3 = \frac{40}{48} = \frac{20+20}{2 \times 24} =$$

وترمز **M** في المعادلة إلى عدد قرارات الترميز، التي يتفق عليها المرمران*، وتمثل **N** عدد قرارات المرمرين 1 و 2 على التوالي، وقد قام المحللان بتفريغ ما نسبته 10%، من العينة وقد انفقا على ما مجموع نسبته، 83.3%، وهي نسبة مرتفعة، وتدل على ثبات أداة التحليل.

المرمران:

1. الأستاذ نواف الزين: ماجستير إعلام ، جامعة الشرق الأوسط .
2. الأستاذ خالد قبيلات: معد ومقدم برامج في التلفزيون الأردني.

الفصل الرابع: نتائج الدراسة

أولاً: النتائج الخاصة بالسؤال الأول: القيم الإخبارية

- ثانيا : النتائج الخاصة بالسؤال الثاني: طبيعة الأخبار
- ثالثا: النتائج الخاصة بالسؤال الثالث: الأماكن الجغرافية المستهدفة
- رابعا : النتائج الخاصة بالسؤال الرابع: مصادر الصحيفة
- خامسا : النتائج الخاصة بالسؤال الخامس: العناصر التيبوغرافية
- سادسا : النتائج الخاصة بالسؤال السادس: موقع نشر الأخبار

الفصل الرابع: نتائج الدراسة

يعرض هذا الفصل نتائج الدراسة، وتسهيلا لعرضها؛ صُنفت وفق أسئلة الدراسة:

أولا:النتائج الخاصة بالسؤال الأول

ما القيم الإخبارية التي تحكم عملية نشر الأخبار في الصفحة الأولى في صحيفة الغد الأردنية؟ للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب التكرارات والنسب الخاصة بالقيم

الإخبارية، المنشورة في صحيفة الغد الأردنية، كما هو موضح في الجدول رقم (1).

الجدول رقم (1)؛ التكرارات، والرتب، والنسب المئوية، الخاصة بالقيم الإخبارية،

الرتبة	القيمة	التكرار	النسبة
1.	الجدّة أو الحدّثة	1081	100%
2.	الأهمّية	623	57.6%
3.	الاستمرارية	393	36.3%
4.	الصراع	291	26.9%
5.	الشهرة	277	25.6%
6.	القرب	201	18.5%
7.	الضخامة	177	16.3%
8.	الزعيم	109	10%
9.	الإثارة	92	8.1%
10.	الغرابة والطرافة	56	5.1%
	المجموع	3286	

يوضّح الجدول رقم (1)؛ التكرارات، والنسب المئوية، الخاصة بالقيم الإخبارية،

المنشورة في صحيفة الغد، بلغ المجموع الإجمالي للقيم الإخبارية بلغت (3286) تكرارا/

قيمة، في (1081) وحدة تحليل/ مفردة خبرية، أي ما نسبته (3.04%) تكراراً/ قيمة، لكل وحدة تحليل / مفردة خبرية.

وحصلت قيمة الجودة والحدثة، على أعلى نسبة تكرار بلغت (1081) تكراراً، وبنسبة بلغت (100%)، تليها قيمة الأهمية، بنسبة تكرار بلغت (623) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (57.6%)، تليها قيمة الاستمرارية، بنسبة تكرار بلغت (393) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (36.3%)، تليها قيمة الصراع، بنسبة تكرار بلغت (291) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (26.9%)، تليها قيمة الشهرة، بنسبة تكرار بلغت (277) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (25.6%)، تليها قيمة القرب، بنسبة تكرار بلغت (201) تكرار، وبنسبة مئوية بلغت (18.5%)، تليها قيمة الضخامة، بنسبة تكرار بلغت (177) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (16.3%)، تليها قيمة الزعيم، بنسبة تكرار بلغت (109) تكرارات، وبنسبة مئوية بلغت (10%)، تليها قيمة الإثارة، بنسبة تكرار بلغت (92) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (8.1%)، أما قيمة الغرابة والطرافة، فسجلت أقل نسبة تكرار بلغت (56) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (5.1%). ويوضح هذا الرسم البياني في الملحق رقم (6).

ثانياً: النتائج الخاصة بالسؤال الثاني

2. ما طبيعة الأخبار المنشورة في الغد وموضوعات هذه الأخبار؟

للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب التكرارات والنسب الخاصة بالموضوعات المحددة، للقيم الإخبارية، كما هو موضح في الجدول رقم (2).

يوضح الجدول رقم (2) التكرارات والنسب المئوية الخاصة بالموضوعات

الإخبارية، وكانت على النحو التالي:

سجل الخبر السياسي أعلى نسبة تكرار بلغ مجموعها (968) تكراراً/ قيمة، وبنسبة مئوية بلغت (29.6%)، سجلت قيمة الجدة والحادثة أعلى نسبة تكرار، بلغت (298) تكراراً، من (298) وحدة/ خبراً سياسياً، وبنسبة مئوية بلغت (100%)، تليها قيمة الأهمية، بتكرار بلغ (170) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (57%)، تليها قيمة الاستمرارية، بتكرار بلغ (106) تكرارات، وبنسبة مئوية بلغت (35.5%)، تليها قيمة الصراع، بتكرار بلغ (97) تكراراً، وبسبة مئوية بلغت (32.5%)، ثم قيمة الشهرة بتكرار بلغ (94) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (31.5%)، تليها قيمة الزعيم، بتكرار بلغ (70) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (23.4%)، تليها قيمة القرب، بتكرار بلغ (62) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (20.8%)، ثم قيمة الضخامة، بتكرار بلغ (51) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (17.1%)، تليها قيمة الإثارة، بتكرار بلغ (11) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (3.6%)، أما القيمة الأقل

حضوراً في الخبر السياسي، فكانت قيمة الغرابة والطرافة، بتكرار بلغ (9) تكرارات، وبنسبة مئوية بلغت (3%)، ويوضح هذا الرسم البياني في الملحق رقم (7).

جدول رقم (2) التكرار والنسبة المئوية لموضوع الخبر

الضخامة		الزعيم		الغرابية والطرافة		الاستمرارية		القرب		الصراع		الشهرة		الإثارة		الأهمية	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
17.1	51	23.4	70	3	9	35.5	106	20.8	62	33	97	31.5	94	3.6	11	57	170
1.9	4	0.9	2	8.4	17	43.7	88	25.8	52	38.3	77	40.2	81	10.4	21	65.1	131
28.8	51	—	—	11.8	21	47.4	84	14.6	26	22	39	11.8	21	15.8	28	46.3	82
36.2	42	10.3	12	—	—	44.8	52	31.8	37	27.5	32	23.2	27	10.3	12	84.4	98
12.3	12	9.2	9	—	—	45.7	43	12.3	12	32	31	32.9	32	5.1	5	70.1	68
4.4	4	6.6	6	—	—	4.4	4	5.5	5	4.4	4	4.4	4	0.9	1	44.4	40
—	—	2.7	3	—	—	8.3	9	—	—	2.7	3	19.3	12	7.4	8	10.1	11
17.3	4	—	—	39.1	9	21.7	5	—	—	—	—	17.3	4	—	—	73.9	17
52.9	9	17.6	3	—	—	11.6	2	41.1	7	47	8	11.6	2	11.6	2	35.2	6
16.3	177	10	109	5.10	56	36.3	393	18.5	201	26.9	291	25.6	277	8.1	88	57.6	623

أما الخبر الاجتماعي، فسجل نسبة تكرار بلغ مجموعها (674) تكراراً/قيمة،
وبنسبة مئوية بلغت (20.5%)، بلغ عدد الوحدات (201) وحدة/ خبراً اجتماعياً، كانت
قيمة الجودة والحدثة أعلى القيم، بتكرار بلغ (201) تكرار، وبنسبة مئوية بلغت
(100%)، تليها قيمة الأهمية، بتكرار بلغ (131) تكراراً، وبنسبة مئوية

بلغت (65.1%)، تليها قيمة الاستمرارية، بتكرار بلغ (88) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (43.7%)، تليها قيمة الشهرة، بتكرار بلغ (81) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (40.2%)، ثم قيمة الصراع، بتكرار بلغ (77) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (38.3%)، تليها قيمة القرب، بتكرار بلغ (52) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (25.8%)، ثم قيمة الإثارة، بتكرار بلغ (21) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (10.4%)، تليها قيمة الغرابة والطرافة، بتكرار بلغ (17) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (8.4%)، ثم قيمة الضخامة، بتكرار بلغ (4) تكرارات، وبنسبة مئوية بلغت (1.9%)، وسجلت قيمة الزعيم، تكراراً بلغ (2) تكرارين، وبنسبة مئوية بلغت (0.9%). ويوضح هذا الرسم البياني في الملحق رقم (8).

وسجل الخبر حوادث وجرائم، نسبة تكرار بلغ مجموعها (529) تكراراً/ قيمة، وبنسبة مئوية بلغت (16%)، بلغ عدد الوحدات (177) وحدة/ خبراً حوادث وجرائم، كانت قيمة الجودة والحدثة أعلى القيم، بتكرار بلغ (177) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (100%)، تليها قيمة الاستمرارية، بتكرار بلغ (84) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (47.4%)، تليها قيمة الأهمية، بتكرار بلغ (82) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (46.3%)، تليها قيمة الضخامة، بتكرار بلغ (51) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (28.8%)، ثم قيمة الصراع، بتكرار بلغ (39) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (22%)، تليها قيمة الإثارة، بتكرار بلغ (28) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (15.8%)، ثم قيمة القرب، بتكرار بلغ (26) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (14.6%)، تليها قيمة الغرابة والطرافة، بتكرار بلغ (21) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (11.8%)، ثم قيمة الشهرة،

بتكرار بلغ (21) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (11.8%)، ولم تسجل قيمة الزعيم تكراراً واحداً في وحدة أخبار حوادث وجرائم. ويوضح هذا الرسم البياني الملحق رقم (9).

أما الخبر الاقتصادي، فسجل نسبة تكرار بلغ مجموعها (428) تكراراً/ قيمة، وبنسبة مئوية بلغت (13%)، بلغ عدد الوحدات (116) وحدة/ خبراً اقتصادياً، كانت قيمة الجودة والحدثة أعلى القيم، بتكرار بلغ (116) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (100%)، تليها قيمة الأهمية، بتكرار بلغ (98) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (84.4%)، تليها قيمة الاستمرارية، بتكرار بلغ (52) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (44.8%)، تليها قيمة الضخامة، بتكرار بلغ (42) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (36.2%)، ثم قيمة القرب، بتكرار بلغ (37) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (31.8%)، تليها قيمة الصراع، بتكرار بلغ (32) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (27.5%)، ثم قيمة الشهرة، بتكرار بلغ (27) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (23.2%)، تليها قيمة الإثارة، بتكرار بلغ (12) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (10.3%)، ثم قيمة الزعيم، بتكرار بلغ (12) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (10.3%)، ولم تسجل قيمة الغرابة والطرافة أي حضور في وحدات الخبر الاقتصادي. ويوضح هذا الرسم البياني الملحق رقم (10).

وسجل الخبر الرياضي، نسبة تكرار بلغ مجموعها (309) تكراراً/ قيمة، وبنسبة مئوية بلغت (9.4%)، بلغ عدد الوحدات (97) وحدة/ خبراً رياضياً، كانت قيمة الجودة والحدثة أعلى القيم، بتكرار بلغ (97) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (100%)، تليها قيمة الأهمية، بتكرار بلغ (68) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (70.1%)، تليها قيمة

الاستمرارية، بتكرار بلغ (43) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (45.7%)، تليها قيمة الشهرة، بتكرار بلغ (32) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (32.9%)، ثم قيمة الصراع، بتكرار بلغ (31) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (32%)، تليها قيمة القرب، بتكرار بلغ (12) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (12.3%)، ثم قيمة الضخامة، بتكرار بلغ (12) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (12.3%)، تليها قيمة الزعيم، بتكرار بلغ (9) تكرارات، وبنسبة مئوية بلغت (9.2%)، ثم قيمة الإثارة، بتكرار بلغ (5) تكرارات، وبنسبة مئوية بلغت (5.1%)، ولم تسجل قيمة الغرابة والطرافة أي حضور في وحدات الخبر الرياضي. ويوضح هذا الرسم البياني في الملحق رقم (11).

أما فئة الخبر أخرى، فسجلت نسبة تكرار بلغ مجموعها (158) تكراراً/ قيمة، وبنسبة مئوية بلغت (4.8%)، بلغ عدد الوحدات (90) وحدة/ خبراً غير مصنف، كانت قيمة الجودة والحدثة أعلى القيم، بتكرار بلغ (90) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (100%)، تليها قيمة الأهمية، بتكرار بلغ (40) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (44.4%)، تليها قيمة الزعيم، بتكرار بلغ (6) تكرارات، وبنسبة مئوية بلغت (6.6%)، تليها قيمة القرب، بتكرار بلغ (5) تكرارات، وبنسبة مئوية بلغت (5.5%)، وتساوت قيمة الصراع، وقيمة الشهرة، وقيمة الاستمرارية، وقيمة الضخامة، بتكرار بلغ (4) تكرارات، وبنسبة مئوية بلغت (4.4%)، تليها قيمة الإثارة، بتكرار بلغ (1) تكراراً واحداً، وبنسبة مئوية بلغت (0.9%)، ولم تسجل قيمة الغرابة والطرافة أي حضور في وحدات الخبر أخرى. ويوضح هذا الرسم البياني في الملحق رقم (12).

أما **الخبر الثقافي**، فسجل نسبة تكرار بلغ مجموعها (108) تكراراً/ قيمة، وبنسبة مئوية بلغت (3.2%)، بلغ عدد الوحدات (62) وحدة/ خبراً ثقافياً، كانت قيمة الجودة والحدثة أعلى القيم، بتكرار بلغ (62) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (100%)، تليها قيمة الشهرة، بتكرار بلغ (12) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (19.3%)، تليها قيمة الأهمية، بتكرار بلغ (11) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (10.1%)، تليها قيمة الاستمرارية، بتكرار بلغ (9) تكرارات، وبنسبة مئوية بلغت (8.3%)، ثم قيمة الإثارة، بتكرار بلغ (8) تكرارات، وبنسبة مئوية بلغت (7.4%)، تليها قيمتا الزعيم والصراع، بتكرار بلغ (3) تكرارات، وبنسبة مئوية بلغت (2.7%)، ولم تسجل قيم الغرابة والطرافة، والضخامة، والقرب أي حضور في وحدات الخبر الثقافي. ويوضح هذا الرسم البياني في الملحق رقم (13).

وسجل **الخبر العلمي**، نسبة تكرار بلغت (62) تكراراً/ قيمة، وبنسبة مئوية بلغت (1.8%)، بلغ عدد الوحدات (23) وحدة/ خبراً علمياً، كانت قيمة الجودة والحدثة اعلى القيم، بتكرار بلغ (23) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (100%)، تليها قيمة الأهمية، بتكرار بلغ (17) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (73.9%)، تليها قيمة الغرابة والطرافة، بتكرار بلغ (9) تكرارات، وبنسبة مئوية بلغت (39.1%)، تليها قيمة الاستمرارية، بتكرار بلغ (5) تكرارات، وبنسبة مئوية بلغت (21.7%)، وتساوت قيمتا الضخامة والشهرة، بتكرار بلغ (4) تكرارات، وبنسبة مئوية بلغت (17.3%)، ولم تسجل قيم الصراع، والقرب، والزعيم، والإثارة، أي حضور في وحدات الخبر العلمي. ويوضح هذا الرسم البياني في الملحق رقم (14).

أما الخبر الديني، فسجل نسبة تكرار بلغ مجموعها (60) تكراراً/ قيمة، وبنسبة مئوية بلغت (1.8%)، بلغ عدد الوحدات (17) وحدة/ خبراً دينياً، كانت قيمة الجودة والحداثة أعلى القيم، بتكرار بلغ (17) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (100%)، تليها قيمة الضخامة، بتكرار بلغ (9) تكرارات، وبنسبة مئوية بلغت (52.9%)، تليها قيمة الصراع، بتكرار بلغ (8) تكرارات، وبنسبة مئوية بلغت (47%)، تليها قيمة القرب، بتكرار بلغ (7) تكرارات، وبنسبة مئوية بلغت (41.1%)، تليها قيمة الأهمية، بتكرار بلغ (6) تكرارات، وبنسبة مئوية بلغت (35.2%)، تليها قيمة الزعيم، بتكرار بلغ (3) تكرارات، وبنسبة مئوية بلغت (17.6%)، وتساوت قيم الاستمرارية، والشهرة، والإثارة، بتكرار بلغ (2) تكرارين، وبنسبة مئوية بلغت (11.6%)، ولم تسجل قيمة الغرابة والطرافة أي حضور في وحدات الخبر الديني. ويوضح هذا الرسم البياني في الملحق رقم (15).

ثالثاً: النتائج الخاصة بالسؤال الثالث

ما الأماكن الجغرافية المستهدفة بالتغطية الصحفية

للإجابة عن هذا السؤال؛ تم حساب التكرارات والنسب المئوية بالمناطق الجغرافية، للقيم الإخبارية، كما هو موضح في الجدول رقم (3). يوضح الجدول رقم (3) التكرارات، والنسب المئوية للأماكن الجغرافية المستهدفة بالتغطية الصحفية، وكانت على النحو التالي:

سجلت المملكة أعلى نسبة تكرار بلغت (1868) تكراراً/ قيمة، وبنسبة مئوية بلغت (56.4%)، بلغ عدد الوحدات (634) وحدة/ خبراً محلياً، كانت قيمة الجودة والحداثة

أعلى القيم، بتكرار بلغ (634) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (100%)، تليها قيمة الأهمية، بتكرار بلغ (458) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (72.2%)، تليها قيمة الشهرة، بتكرار بلغ (195) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (30.3%)، تليها قيمة الاستمرارية، بتكرار بلغ (192) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (30.2%)، تليها قيمتا الصراع، والقرب، بتكرار بلغ (138) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (21.7%)، تليها قيمة الإثارة، بتكرار بلغ (58) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (9.1%)، تليها قيمة الزعيم، بتكرار بلغ (57) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (8.9%)، تليها قيمة الضخامة، بتكرار بلغ (51) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (8%)، تليها قيمة الغرابة والطرافة، بتكرار بلغ (47) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (7.4%). ويوضح هذا الرسم البياني في الملحق رقم (16).

أما فئة عربي، فسجلت نسبة تكرار بلغ مجموعها (705) تكرارات/ قيمة، وبنسبة مئوية بلغت (21.2%)، بلغ عدد الوحدات (223) وحدة/ خبراً عربياً، كانت قيمة الجودة والحدثة أعلى القيم، بتكرار بلغ (223) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (100%)، تليها قيمة الأهمية، بتكرار بلغ (138) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (61.8%)، تليها قيمة الصراع، بتكرار بلغ (94) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (42.1%)، تليها قيمة الاستمرارية، بتكرار بلغ (74) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (33.1%)، تليها قيمة الشهرة، بتكرار بلغ (57) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (25.5%)، تليها قيمة الضخامة، بتكرار بلغ (47) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (21%)، تليها قيمة القرب، بتكرار بلغ (34) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (15.2%)، تليها قيمة الزعيم، بتكرار بلغ (24) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (10.7%)، تليها قيمة الإثارة، بتكرار بلغ (11) تكراراً،

وبنسبة مئوية بلغت (4.9%)، وسجلت قيمة الغرابة والطرافة أقل حضور في الخبر العربي، بتكرار بلغ (3) تكرارات، وبنسبة مئوية بلغت (1.3%). ويوضح هذا الرسم البياني في الملحق رقم (17).

جدول رقم (3) التكرار والنسبة المئوية لجغرافية المكان

جدول رقم (3) التكرارات والنسب المئوية لـ

73

المكان	الجددة والحدثة		الأهمية		الإثارة		الشهرة		الصراع		القرب	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
محلي/ أردني	100	634	72.2	458	9.1	58	30.3	195	21.7	138	21.7	138
عربي	100	223	61.8	138	4.9	11	25.5	57	42.1	94	15.2	34
دولي / عالمي	100	198	61.1	121	9	18	10.6	21	24.7	49	14.6	29
اخرى (غير معروف)	100	26	23	6	19.2	5	---	---	---	---	---	---
المجموع	100	1081	100	623	100	88	100	277	100	291	100	201

أما فئة دولي/ عالمي، فسجلت نسبة تكرار بلغت (686) تكراراً/ قيمة، وبنسبة مئوية بلغت (20.7%)، بلغ عدد الوحدات (198) وحدة/ خيراً دولياً/ عالمياً، كانت قيمة الجودة والحدائثة أعلى القيم، بتكرار بلغ (198) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (100%)، تليها قيمة الأهمية، بتكرار بلغ (121) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (61.1%)، تليها قيمة الاستمرارية، بتكرار بلغ (82) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (41.4%)، تليها قيمة الضخامة، بتكرار بلغ (72) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (36.3%)، تليها قيمة الصراع، بتكرار بلغ (49) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (24.7%)، تليها قيمة القرب، بتكرار بلغ (29) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (14.6%)، تليها قيمة الزعيم، بتكرار بلغ (28) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (14.1%)، تليها قيمة الشهرة، بتكرار بلغ (21) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (10.6%)، تليها قيمة الإثارة، بتكرار بلغ (18) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (9%)، وسجلت قيمة الغرابة والطرافة أقل حضور في الخبر العربي، بتكرار بلغ (5) تكرارات، وبنسبة مئوية بلغت (2.5%). ويوضح هذا الرسم البياني الملحق رقم (18).

أما فئة أخرى/ غير معروف، فسجلت نسبة تكرار بلغت (52) تكراراً/ قيمة، وبنسبة مئوية بلغت (1.5%)، بلغ عدد الوحدات (26) وحدة/ خيراً غير معروف، كانت قيمة الجودة والحدائثة أعلى القيم، بتكرار بلغ (26) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (100%)، تليها قيمة الاستمرارية، بتكرار بلغ (7) تكرارات، وبنسبة مئوية بلغت (26.9%)، تليها

قيمة الضخامة، بتكرار بلغ (7) تكرارات، وبنسبة مئوية بلغت (26.9%)، تليها قيمة الأهمية، بتكرار بلغ (6) تكرارات، وبنسبة مئوية بلغت (23%)، تليها قيمة الإثارة، بتكرار بلغ (5) تكرارات، وبنسبة مئوية بلغت (19.2%)، ولم تسجل قيم الشهرة، والصراع، والقرب، والزعيم، أي حضور في فئة غير معروف. ويوضح هذا الرسم البياني في الملحق رقم (19).

رابعاً: النتائج الخاصة بالسؤال الرابع : ما مصادر الصحيفة؟

للإجابة عن هذا السؤال؛ تم حساب التكرارات والنسب المئوية بالمصادر الإخبارية، للقيم الإخبارية، كما هو موضح الجدول رقم (4)، وكانت على النحو التالي:

سجلت **الصحيفة نفسها** مصدراً للاخبار، أعلى نسبة تكرار بلغ مجموعها (1647) تكراراً/ قيمة، وبنسبة مئوية بلغت (50%)، بلغ عدد الوحدات (559) وحدة/ خيراً مصدره الصحيفة نفسها، كانت قيمة الجدة والحادثة أعلى القيم، بتكرار بلغ (559) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (100%)، تليها قيمة الأهمية، بتكرار بلغ (329) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (58.8%)، تليها قيمة الشهرة، بتكرار بلغ (155) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (47.1%)، تليها قيمة الاستمرارية، بتكرار بلغ (144) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (43.7%)، وسجلنا قيمة الصراع، بتكرار بلغ (143) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (43.4%)، تليها قيمة القرب، بتكرار بلغ (119) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (36.1%)، تليها قيمة الإثارة، بتكرار بلغ (61) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (18.5%)، تليها قيمة الضخامة، بتكرار بلغ (58) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (17.6%)، تليها قيمة الزعيم، بتكرار بلغ (48) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (14.5%)، وسجلت قيمة الغرابة والطرافة أقل حضور في فئة الصحيفة نفسها، بتكرار بلغ (31)

تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (9.4%). ويوضح هذا الرسم البياني في الملحق رقماً (20).

الصراع		الشهرة		الإثارة		الأهمية		الجدة والحدائثة		المصدر
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
43.4	143	47.1	155	18.5	61	58.8	329	100	559	الصحيفة نفسها
28.5	72	38.4	97	8.7	22	63	159	100	252	بترا
26.8	54	7.4	15	3.4	7	48.2	97	100	201	وكالات أجنبية
21.4	12	19.6	11	-	-	57.1	32	100	56	وكالات عربية
—	—	—	—	15.3	2	46.1	6	100	13	اخرى (غير معروف)
100	291	100	277	100	88	100	623	100	1081	المجموع

أما وكالة بترا، فسجلت نسبة تكرار بلغ مجموعها (875) تكراراً/قيمة، وبنسبة مئوية بلغت (26.5%)، بلغ عدد الوحدات (252) وحدة/ خيراً مصدره وكالة بترا، كانت قيمة الجدة والحدائثة أعلى القيم، بتكرار بلغ (252) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت

(100%)، تليها قيمة الأهمية، بتكرار بلغ (159) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (63%)، تليها قيمة الاستمرارية، بتكرار بلغ (99) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (39.2%)، تليها قيمة الشهرة، بتكرار بلغ (97) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (38.4%)، تليها قيمة الصراع، بتكرار بلغ (72) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (28.5%)، تليها قيمة الزعيم، بتكرار بلغ (61) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (24.2%)، تليها قيمة القرب، بتكرار بلغ (57) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (22.6%)، تليها قيمة الضخامة، بتكرار بلغ (42) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (16.6%)، تليها قيمة الإثارة، بتكرار بلغ (22) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (8.7%)، وسجلت قيمة الغرابة والطرافة أقل حضور في فئة وكالة بترا مصدراً للأخبار في صحيفة الغد، بتكرار بلغ (14) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (5.5%). ويوضح هذا الرسم البياني في الملحق رقم (21).

وسجلت فئة وكالات أجنبية، نسبة تكرار بلغ مجموعها (572) تكراراً/ قيمة، وبنسبة مئوية بلغت (17.3%)، بلغ عدد الوحدات (201) وحدة/ خبراً مصدره وكالات أجنبية، كانت قيمة الجودة والحدثة اعلى القيم، بتكرار بلغ (201) تكرار، وبنسبة مئوية بلغت (100%)، تليها قيمة الاستمرارية، بتكرار بلغ (107) تكرارات، وبنسبة مئوية بلغت (53.2%)، تليها قيمة الأهمية، بتكرار بلغ (97) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (48.2%)، تليها قيمة الضخامة، بتكرار بلغ (65) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (32.3%)، تليها قيمة الصراع، بتكرار بلغ (54) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (26.8%)، وتساوت قيمتا القرب والشهرة، بتكرار بلغ (15) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (7.4%)، تليها قيمة الغرابة والطرافة، بتكرار بلغ (11) تكراراً، وبنسبة مئوية

بلغت (5.4%)، تليها قيمة الإثارة، بتكرار بلغ (7) تكرارات، وبنسبة مئوية بلغت (3.4%)، وخلت هذه الفئة من قيمة الزعيم . ويوضح هذا الرسم البياني في الملحق رقم (22).

وسجلت فئة وكالات عربية، نسبة تكرار بلغ مجموعها (166) تكراراً/ قيمة، وبنسبة مئوية بلغت (5%)، بلغ عدد الوحدات (56) وحدة/ خبراً مصدره وكالات عربية، كانت قيمة الجودة والحدائثة أعلى القيم، بتكرار بلغ (56) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (100%)، تليها قيمة الاستمرارية، بتكرار بلغ (35) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (62.5%)، تليها قيمة الأهمية، بتكرار بلغ (32) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (57.1%)، تليها قيمتي الضخامة والصراع، بتكرار بلغ (12) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (21.4%)، تليها قيمة الشهرة، بتكرار بلغ (11) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (19.6%)، تليها قيمة القرب، بتكرار بلغ (8)، وبنسبة مئوية بلغت (14.2%)، وخلت هذه الفئة من قيم الإثارة، والغرابية والطرافة، والزعيم. ويوضح هذا الرسم البياني في الملحق رقم (23).

وسجلت فئة أخرى/ غير معروف، نسبة تكرار بلغ مجموعها (31) تكراراً/ قيمة، وبنسبة مئوية بلغت (0.9%)، بلغ عدد الوحدات (13) وحدة/ خبراً مصدره غير معروف، كانت قيمة الجودة والحدائثة أعلى القيم، بتكرار بلغ (13) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (100%)، تليها قيمة الاستمرارية، بتكرار بلغ (8) تكرارات، وبنسبة مئوية بلغت (61.5%)، تليها قيمة الأهمية، بتكرار بلغ (6) تكرارات، وبنسبة مئوية بلغت (46.1%)، تليها قيمتي الإثارة والقرب، بتكرار بلغ (2) تكرارين، وبنسبة مئوية بلغت

(15.3%)، وختلت هذه الفئة من قيم الشهرة، والصراع، والغرابية والطرافة، والزعيم.

ويوضح هذا الرسم البياني في الملحق رقم (24).

خامسا : النتائج الخاصة بالسؤال الخامس

ما العناصر التيبوغرافية؟

للإجابة عن هذا السؤال؛ تم حساب التكرارات، والنسب المئوية، لظهور القيم الإخبارية في العناصر التيبوغرافية، كما هو موضح في الجدول رقم (5)، وكانت على النحو التالي:

سجلت فئة عنوان رئيسي، أعلى نسبة تكرار بلغ مجموعها (3286) تكراراً/ قيمة، وبنسبة مئوية بلغت (100%)، بلغ عدد الوحدات (1081) وحدة/ خيراً احتوى على عنوان رئيسي، كانت قيمة الجدة والحدائثة أعلى القيم، بتكرار بلغ (1081) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (100%)، تليها قيمة الأهمية، بتكرار بلغ (623) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (57.6%)، تليها قيمة الاستمرارية، بتكرار بلغ (393) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (63%)، تليها قيمة الصراع، بتكرار بلغ (291) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (46.7%)، تليها قيمة الشهرة، بتكرار بلغ (277) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (44.4%)، تليها قيمة القرب، بتكرار بلغ (201) وتكرار واحد، وبنسبة مئوية بلغت (32.2%)، تليها قيمة الضخامة، بتكرار بلغ (177) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (28.4%)، تليها قيمة الزعيم، بتكرار بلغ (109) تكرارات، وبنسبة مئوية بلغت (17.4%)، تليها قيمة الإثارة، بتكرار بلغ (92) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (14.7%)، وسجلت قيمة الغرابية والطرافة، أقل نسبة حضور في فئة عنوان رئيسي،

بتكرار بلغ (56) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (8.9%). ويوضح هذا الرسم البياني في الملحق رقم (25).

الجدول رقم (5) التكرارات والنسب المئوية، للعناصر التيبوغرافية المستخدمة

80

الصراع		الشهرة		الإثارة		الأهمية		الجددة والحدثة		المصدر
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
46.7	291	44.4	277	14.7	92	57.6	623	100	1081	عنوان رئيسي
53.4	92	53.4	92	10.4	18	30.2	52	100	172	صور ورسومات
53.1	84	53.1	84	8.2	13	48.7	77	100	158	عنوان فرعي

أما فئة صور ورسومات، فسجلت نسبة تكرار بلغ مجموعها (771) تكراراً/ قيمة، وبنسبة مئوية بلغت (23.4%)، بلغ عدد الوحدات (172) وحدة/ خيراً احتوى على صور ورسومات، كانت قيمة الجدة والحدثة أعلى القيم، بتكرار بلغ (172) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (100%)، تليها قيمة الضخامة، بتكرار بلغ (117) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (68%)، تليها قيمة الاستمرارية، بتكرار بلغ (101) تكرار واحد، وبنسبة مئوية بلغت (58.7%)، تليها قيمتا الصراع، والشهرة، بتكرار بلغ (92) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (53.4%)، تليها قيمة الزعيم، بتكرار بلغ (79) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (45.9%)، تليها قيمة الأهمية، بتكرار بلغ (52) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (30.2%)، تليها قيمة

القرب، بتكرار بلغ (42) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (24.4%)، تليها قيمة الإثارة، بتكرار بلغ (18) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (10.4%)، وسجلت قيمة الغرابة والطرافة، أقل نسبة حضور في فئة صور ورسومات، بتكرار بلغ (6) تكرارات، وبنسبة مئوية بلغت (3.4%). ويوضح هذا الرسم البياني في الملحق رقم (26).

وسجلت فئة عنوان فرعي، نسبة تكرار بلغ مجموعها (767) تكراراً/ قيمة، وبنسبة مئوية بلغت (23.2%)، بلغ عدد الوحدات (158) وحدة/ خبراً احتوى على عنوان فرعي، كانت قيمة الجدة والحدائث أعلى القيم، بتكرار بلغ (158) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (100%)، تليها قيمة الاستمرارية، بتكرار بلغ (114) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (72.1%)، تليها قيمة الضخامة، بتكرار بلغ (102) وتكرارين، وبنسبة مئوية بلغت (64.5%)، وتساوت قيم، الشهرة، والصراع، والزعيم، بتكرار بلغ (84) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (53.1%)، تليها قيمة الأهمية، بتكرار بلغ (77) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (48.7%)، تليها قيمة القرب، بتكرار بلغ (51) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (32.2%)، تليها قيمة الإثارة، بتكرار بلغ (13) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (8.2%)، وخلت هذه الفئة من قيمة الغرابة والطرافة. ويوضح هذا الرسم البياني في الملحق رقم (27).

سادساً: النتائج الخاصة بالسؤال السادس

ما موقع نشر الأخبار؟

للإجابة عن هذا السؤال؛ تم حساب التكرارات، والنسب المئوية، لظهور القيم الإخبارية، في موقع نشر الخبر، كما هو موضح في الجدول رقم (6)، وكانت على النحو التالي:

سجلت فئة أعلى الصفحة، أعلى نسبة تكرار بلغ مجموعها (1473) تكراراً/ قيمة، وبنسبة مئوية بلغت (44.2%)، بلغ عدد الوحدات (434) وحدة/ خبراً مكانه في الموقع الأهم وهو أعلى الصفحة، كانت قيمة الجودة والحدثة أعلى القيم، بتكرار بلغ (434) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (100%)، تليها قيمة الأهمية، بتكرار بلغ (282) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (64.9%)، تليها قيمة الاستمرارية، بتكرار بلغ (158) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (36.4%)، تليها قيمة الضخامة، بتكرار بلغ (122) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (28.1%)، وتساوت قيمتا الصراع، والشهرة، بتكرار بلغ (113) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (26%)، تليها قيمة الزعيم، بتكرار بلغ (104) تكرارات، وبنسبة مئوية بلغت (23.9%)، تليها قيمة القرب، بتكرار بلغ (83) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (19.1%)، تليها قيمة الإثارة، بتكرار بلغ (41) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (9.4%)، وسجلت قيمة الغرابة والطرافة، أقل نسبة حضور في فئة أعلى الصفحة، بتكرار بلغ (23) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (5.2%). ويوضح هذا الرسم البياني في الملحق رقم (28).

جدول رقم (6) التكرار والنسبة المئوية لموقع النشر

جدول رقم (6) تكرارات والنسب المئوية لموقع النشر

88

الصراع		الشهرة		الإثارة		الأهمية		الجدة والحدثة		المكان
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	

26	113	26	113	9.4	41	64.9	282	100	434	اعلى الصفحة
26.5	109	25.7	106	6.5	27	60.5	249	100	411	منتصف الصفحة
25	59	22.8	54	10.1	24	68.6	162	100	236	أسفل الصفحة
100	291	100	277	100	88	100	623	100	1081	المجموع

أما فئة منتصف الصفحة، فسجلت نسبة تكرار بلغ مجموعها (1161) تكراراً/ قيمة، وبنسبة مئوية بلغت (34.6%)، بلغ عدد الوحدات (411) وحدة/ خبراً مكانه في منتصف الصفحة، كانت قيمة الجودة والحدثة أعلى القيم، بتكرار بلغ (411) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (100%)، تليها قيمة الأهمية، بتكرار بلغ (249) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (60.5%)، تليها قيمة الاستمرارية، بتكرار بلغ (129) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (31.3%)، تليها قيمة الصراع، بتكرار بلغ (109) تكرارات، وبنسبة مئوية بلغت (26.5%)، تليها قيمة الشهرة، بتكرار بلغ (106) تكرارات، وبنسبة مئوية بلغت (25.7%)، تليها قيمة القرب، بتكرار بلغ (69) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (16.7%)، تليها قيمة الضخامة، بتكرار بلغ (37) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (9%)، تليها قيمة الإثارة، بتكرار بلغ (27) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (6.5%)، تليها قيمة الغرابة والطرافة، بتكرار بلغ (19) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (4.6%)، وسجلت قيمة الزعيم أقل نسبة تكرار في فئة منتصف الصفحة، بتكرار بلغ (5) تكرارات، وبنسبة مئوية بلغت (1.2%). ويوضح هذا الرسم البياني في الملحق رقم (29).

أما فئة أسفل الصفحة، فسجلت نسبة تكرار بلغ مجموعها (712) تكراراً/ قيمة، وبنسبة مئوية بلغت (21.2%)، بلغ عدد الوحدات (236) وحدة/ خبراً مكانه في أسفل الصفحة، كانت قيمة الجودة والحدائثة أعلى القيم، بتكرار بلغ (236) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (100%)، تليها قيمة الأهمية، بتكرار بلغ (162) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (68.6%)، تليها قيمة الاستمرارية، بتكرار بلغ (96) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (40.6%)، تليها قيمة الصراع، بتكرار بلغ (59) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (25%)، تليها قيمة الشهرة، بتكرار بلغ (54) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (22.8%)، تليها قيمة القرب، بتكرار بلغ (49) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (20.7%)، تليها قيمة الإثارة، بتكرار بلغ (24) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (10.1%)، تليها قيمة الضخامة، بتكرار بلغ (18) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (7.6%)، تليها قيمة الغرابة والطرافة، بتكرار بلغ (14) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (5.9%)، وخلت هذه الفئة من قيمة الزعيم.

ويوضح هذا الرسم البياني في الملحق رقم (30).

الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات

أولاً: مناقشة النتائج

ثانياً : التوصيات

الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات

أولاً: مناقشة النتائج

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

1. تهتم صحيفة الغد بالأخبار الجديدة وتحرص على أن تكون الجدة إحدى سمات أخبارها، وبلغت نسبتها 100%، في العينة المتناولة، وهي أعلى نسبة تكرار. تليها قيمة الأهمية، بنسبة مئوية بلغت (57.6%) ، وتعني اهتمام الصحيفة بأكبر قدر ممكن من الأخبار التي تهتم الجمهور وتتعلق بمصائره. تليها قيمة الاستمرارية ، بنسبة مئوية بلغت (36.3%) ، وهذا يدل على متابعة الصحيفة لأخبارها المنشورة، وفي هذا احترام لجمهورها ومتابعيها.

تلاها قيمة الصراع بنسبة مئوية بلغت (26.9%) ، تليها قيمة الشهرة ، بنسبة مئوية بلغت (25.6%) ، تليها قيمة القرب، بنسبة مئوية بلغت (18.5%) ، تليها قيمة الضخامة ، بنسبة مئوية بلغت (16.3%) ، تليها قيمة الزعيم ، بنسبة مئوية بلغت (10%) ، تليها قيمة الإثارة ، بنسبة مئوية بلغت (8.1%) ، أما قيمة الغرابة والطفرة، فسجلت أقل مئوية بلغت (5.1%) ، ويمكن تحليل تدني النسبة المئوية لقيمة الغرابة والطفرة ، بابتعادها عن الأخبار الغريبة عن القراء، والميل إلى الأخبار التي فيها ألفة للقراء.

2. تفوق الخبر السياسي، كموضوع للأخبار على باقي موضوعات الأخبار المحدد، وبلغت نسبة الخبر السياسي أعلى نسبة مئوية بلغت (29.6%) ، ويمكن تحليل هذا التفوق؛ باهتمام صحيفة الغد بالشأن السياسي كونه الهم الرئيس الذي يسيطر على الجمهور الأردني. يليه الخبر الاجتماعي (20.6%)، ثم الخبر جرائم وحوادث (16.1%) ، يليه الخبر الاقتصادي (13%) ، ثم الخبر الرياضي (9.4%) ، يليه الخبر أخرى (4.8%) ، ثم الخبر الثقافي (3.4%) ، يليه الخبر العلمي (1.8%) ، أما الخبر الديني فسجل أقل حضوراً في القيم الإخبارية وبنسبة مئوية بلغت (1.8%).
3. برزت المملكة، كأكثر الأماكن الجغرافية المستهدفة بالتغطية الإخبارية، وسجلت أعلى نسبة بلغت (56.4%) ، وهذا يدل على اهتمام الصحيفة بالشأن المحلي ،وتفوقه على الأحداث العربية والدولية. تليها الدول العربية (21.2%) ، ثم الدول العالمية (20.7%) ، وسجلت أخرى اقل نسبة بلغت (1.5%).
4. تعتمد صحيفة الغد على نفسها في مصادر أخبارها، وسجلت الصحيفة نفسها مصدراً للأخبار، أعلى نسبة بلغت (50%)، ويمكن تفسير هذا بالإمكانات التي تقدمها الصحيفة لمراسليها ومندوبيها، أما وكالة الأنباء الأردنية، فسجلت نسبة (26.5%) ، وهي نسبة مرتفعة ويمكن الإشارة هنا إلى دور وكالة بترا في نقل الأخبار الرسمية، والتي تكون حكرها لها، تليها الوكالات الأجنبية بسبة (17.3%) ، ثم الوكالات العربية (5%) ، وأخيراً المصادر غير المعروفة بنسبة بلغت (0.9%).

5. استخدام عنوان رئيسي، أعلى نسبة (100%)، ثم فئة استخدام الصور، والألوان بنسبة (23.4%) ، أما فئة استخدام عناوين ثانوية، فسجلت ما نسبته (23.2%) من مجموع الأخبار.

6. سجل الموقع الأهم النسبة الأعلى في ظهور القيم الإخبارية، وبنسبة بلغت (44.2%) ، أما الموقع المتوسط الأهمية، فسجل نسبة (34.6%) ، وسجل الموقع الأقل أهمية. أقل نسبة بلغت (21.2%).

يقابل هذه النتائج ما نصت عليه نظرية حارس البوابة، وأثر هؤلاء الحراس في التأثير على الجمهور، فالمصادر الرئيسة للصحيفة؛ هم الصحفيون الذين يعملون فيها، وهم حراس بوابات وإدارتهم والقائمين على التحرير كذلك هم حراس بوابات، ولهم الأثر في توجيه الجمهور، من خلال ما يطرحون أو يحجبون عنهم، وهذا ما يؤكد رئيس التحرير في الصحيفة عندما أشار إلى أن من مصادر الصحيفة أيضاً رجال أحزاب، وشخصيات ثقافية، تعتمد عليهم الصحيفة، وبناء عليه تتأكد فرضية نظرية حارس البوابة الإعلامية، بالدور الذي يقوم به القائمون بالاتصال في التأثير على إدراك واهتمام الجمهور.

ويرتبط بالنتائج أيضاً ما نصت عليه نظرية ترتيب الأولويات، التي ترى أن الدور الذي يقوم به القائم في الاتصال، ما هو إلا ترتيب لأولويات واهتمامات الجمهور، كجلب انتباههم نحو قضايا ما، أو صرفها - إلى حد ما - عن أخرى.

ثانياً: التوصيات

توصي الدراسة بما يلي:

1. إجراء المزيد من الدراسات التي تعنى بالقيم الإخبارية، في الصحافة الأردنية، للوصول إلى ترتيب منتظم للقيم، تسير على هداة الصحافة الأردنية، وإجراء بحوث مستقبلية، لمعرفة الاختلافات الجوهرية في القيم الإخبارية، بين الصحف الأردنية نفسها.
2. التوعية بضرورة الالتزام بالقيم الإخبارية، وكيفية التعامل معها، والتمييز بين قيم العالم العربي الاسلامي، والقيم الإخبارية الغربية.
3. التعامل مع القيم الإخبارية على أنها ضوابط منظمة للعمل الصحفي، لا أشياء شكلية، تبقى أسيرة للكتب العلمية، ودارسي الإعلام.
4. تضمين موائيق الشرف الصحفي، القيم الأخبائية، ووضع تعريف محدد لها، ومحاولة حصرها، أو دمجها في أخرى.
5. توعية الصحفيين بالقيم الإخبارية وضرورة الالتزام بها والعمل وفق هذه القيم التي تناسب الذوق وتتألف مع المجتمع الأردني.

6. التركيز على الاعتماد الذاتي للمؤسسة الصحفية في مصادر أخبارها، ويحقق هذا مصداقية أكثر من الوكالات الأجنبية.
7. التواصل مع الجمهور، من خلال إعطاء مساحة أكبر على صفحات الصحيفة، تخصص لاستقبال آراء الجمهور، وتلبية احتياجاتهم، ومنحهم شعور بأن الصحيفة هي الصوت الذي يمثلهم، والمصدر الذي يلبي احتياجاتهم للأخبار.
8. عقد الدورات والندوات التي تناقش أبرز المستجدات على القيم الإخبارية، والاطلاع على آخر ما توصل إليه العلم الحديث في تفسير ماهية هذه القيم الإخبارية. مؤسسات المجتمع المحلي، ومؤسسات التعليم، كالجامعات ومراكز البحوث، والمؤسسات الفكرية، لإعداد الدراسات والبحوث التي تعنى بالقيم الإخبارية .

5. أبو صوفه، محمد عبد اللطيف (1996). الصحافة في الأردن : (1920-1986).

ط1، عمان: منشورات وزارة الثقافة.

6. أدهم، محمود (د.ت). فن الخبر. ط2، (د.ن).

7. التميمي، هاشم حسن (2008). فلسفة الخبر الصحفي. ط1، عمان: دار ورد.

8. الجمال، راسم محمد (1999). مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الإعلامية. ط1،

القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح.

9. جواد، عبد الستار (2001). فن كتابة الأخبار: عرض شامل للقوالب الصحفية. ط2،

عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.

10. حجاب ، محمد منير(2003) . الموسوعة الإعلامية. ط1، القاهرة: دار الفجر

للنشر والتوزيع.

11. حسن مكاوي، ليلي السيد (1998). الاتصال ونظرياته. ط2، القاهرة: الدار

المصرية اللبنانية

12. حسام الدين، محمد (2003). المسؤولية الاجتماعية للصحافة. ط1، القاهرة: الدار

المصرية اللبنانية.

13. حسين، سمير محمد (1995). دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث

الإعلام. ط2، القاهرة: عالم الكتب.

15. الحمداني، موفق الجادري، عدنان قنديلجي، عامر بني هاني، عبد الرزاق أبو زينة،

فريد (2006). مناهج البحث العلمي، الكتاب الأول: أساسيات البحث العلمي. ط1،

عمان: جامعة عمان للدراسات العليا.

16. حمزة، عبد اللطيف (1968). المدخل في فن التحرير الصحفي. ط1، القاهرة: دار

المعارف للنشر والتوزيع.

17. خزعل، عبد النبي (2003). فن تحرير الأخبار: في الإذاعات الدولية، بين

التوظيف والموضوعية. ط1، القاهرة: دار الكتب العلمية.

18. خضور، أديب (1982). الخبر الصحفي. ط1، دمشق: مطابع دار البعث.

19. خضور، أديب (1994). مدخل إلى الصحافة: نظرية وممارسة. ط1، دمشق:

سلسلة المكتبة الإعلامية.

20. ربيع، عبد الجواد سعيد محمد (2005). فن الخبر الصحفي. ط1، القاهرة: دار

الفجر للنشر والتوزيع.

21. رشتي، جيهان (1978). الأسس العلمية لنظريات الإعلام. ط2، القاهرة: دار الفكر

العربي

22. الزبيدي، مرتضى (د.ت). تاج العروس من جواهر القاموس.

23. رو، وليم (1989). الصحافة العربية: الإعلام الإخباري وعجلة السياسة في العالم

العربي. ط2، ترجمة موسى الكيلاني، عمان: دار مركز الكتب.

24. روجر ويمر وجوزيف دومينيك (1983). مناهج البحث الإعلامي. ط1، ترجمة

صالح أبو إصبع. دمشق: دار صبرا للطباعة والنشر.

25. ساري، حلمي خضر (1988). صورة العرب في الصحافة البريطانية. ترجمة:

عطا عبد الوهاب. بيروت: مركز دراسات الوحدة.

26. شريم، أميمه (1984). الصحافة الأردنية وعلاقتها بقوانين المطبوعات والنشر

(1920-1983). ط1، عمان: (د.ن).

27. شلبي، كرم (1988). الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية. ط1، جدة: دار

الشروق.

28. شلبي، كرم (1994). معجم المصطلحات الإعلامية. ط2، القاهرة: دار الجيل للطبع

والنشر والتوزيع.

29. شهاب، أسامة يوسف (1988). صح، عمانجزيرة الأردنية ودورها في الحركة

الأدبية (1939-1954). ط، عمانن: منشورات وزارة الثقافة.

30. الشيخ، غريد (2007). معجم الإعلام المرئي والمسموع والمكتوب. ط1، بيروت:

دار النخبة للتأليف والترجمة والنشر.

31. صالح، سليمان (1998). صناعة الأخبار في العالم المعاصر. ط1، القاهرة: دار

النشر للجامعات.

32. عبد الحميد، محمد (2000). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. ط1. القاهرة:

عالم الكتب.

33. عبد الحميد، محمد (1983). تح، جدةالمحتوى في بحوث الإعلام. ط، جدة: دار

الشروق.

34. عبد الرحمن، عواطف وآخرون (1982). تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية.

ط1، القاهرة: دار الفكر العربي.

35. عبد النبي، عبد الفتاح إبراهيم (1989). سوسيولوجيا الخبر الصحفي : دراسة في

انتقاء ونشر الأخبار. ط1، القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع.

36. عب، عمان شفيق(2003). مسيرة الصحافة الأردنية:(1920-2000).

ط1، عمان: مطبوعات وزارة الثقافة.

37. عبيدات، محمد(2005). منهجية البحث العلمي: القواعد والتطبيقات. عمان: دار

ورد.

38. عزت، محمد فريد محمود (1984). مدخل إلى الصحافة. ط1، القاهرة: دار الكتب.

39. عسكر، علي وآخرون(1996) مقدمة في البحث العلمي. الكويت: مكتبة الفلاح

للنشر والتوزيع.

40. الفار، جمال (2006). المعجم الإعلامي. ط1، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

41. القاضي، يوسف مص(1979). (9). الرياض: لبحوث وكتابتها. ط1، الرياض : دار

المريخ للنشر والتوزيع.

42. القضاة، علي (2008). الصحافة الأردنية واتفاقيات السلام. ط1، عمان: دار كنوز

المعرفة العلمية للنشر والتوزيع.

43. كورتيس ماكدوغال (2000). مبادئ تحرير الأخبار. ترجمة أديب خضور. ط1،

دمشق: الناشر هو المترجم نفسه أديب خضور. العنوان الأصلي للكتاب هو

(Interpretative Reporting)، ط5 .

44. مراد، عبد الفتاح، (2008). موسوعة البحث العلمي وإعداد الرسائل والأبحاث

والمؤلفات. الإسكندرية: الناشر هو: المؤلف نفسه.

45. مروه، أديب (1961). الصحافة العربية نشأتها والحياة. 1، ط1، بيروت: دار مكتبة

الحياة .

46. الموسوي، محمد (د.ت). نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري. الدنمارك: من

منشورات الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك.

47. النعيمي وآخرون (2009). طرق ومناهج البحث العلمي. ط1، عمان: دار

الوراق.

48. وهبة والمهندس، 1984مجدى وكامل(1984). معجم المصطلحات العربية في

اللغة والأدب. ط2، بيروت: مكتبة لبنان.

49. يعقوب، عبد الحليم موسى (2008). الصحافة والقيم الإخبارية. ط1، عمان: دار

الحامد للنشر والتوزيع.

50. يعقوب، عبد الحليم موسى (2008). الموضوعية والقيم الإخبارية في الإعلام.

ط1. الجيزة: الدار العالمية للنشر والتوزيع.

ثالثاً: الرسائل والاطاريح:

1. إسماعيل، قاسمي و ارحمون لويزة، وبلعيدى سهير (2007). القيم الإخبارية والعوامل

المؤثرة فيها. (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الجزائر، الجزائر.

2. عمر، صابر حسن (2006). التغطية الإخبارية في القنوات الإخبارية الفضائية: دراسة

مقارنة بين القنوات العربية والأجنبية. (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الملك

سعود، الرياض، المملكة العربية السعودية.

3. القرعان، محمد كامل (2010). الصحافة اليومية الأردنية ومسئوليتها في نشر القيم

الوطنية في المجتمع. (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط، عمان،

الأردن.

4. الكسواني، حنان حسن (2009). دور الصحافة الأردنية اليومية في التوعية

الصحية. (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

5. النعيمات، محمد خليل (2010). دور الصحافة الأردنية في التنمية السياسية. (رسالة

ماجستير غير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

رابعاً: الصحف والمجلات

1. الغد الأردنية.

2. الرأي الأردنية.

3. الدستور الأردنية.

4. العرب اليوم الأردنية.

5. السبيل الأردنية.

خامساً: المقابلات العلمية

1. الدكتور حاتم علاونة، مقابلة علمية يوم الأربعاء الموافق 2011/6/8، بجامعة

اليرموك الأردنية.

2. الاستاذ فؤاد أبو حجلة، مقابلة علمية يوم 2001/6/8، صحيفة الغد الأردنية.

سادساً : المصادر باللغة الانجليزية

Mouri, frank, lauther. **The news in America**, Harvard University

press. U.S.A. (1959).

The politics of news: **The news of politics**, edited by: doris

grabber, denis mcquail and peppa Norris. U.S.A. (1998).

Warren, Carl. **Modern reporting**, harper, n.y.1959.

سابعاً: مصادر الانترنت

<http://worldub.blogspot.com/2007/07/blog-post>

ملاحق الدراسة

- ملحق رقم (1) الهيكل التنظيمي في صحيفة الغد
 ملحق رقم (2) مدونة السلوك المهني لصحفيي الغد
 ملحق رقم (3) اعداد عينة الدراسة
 ملحق رقم (4) قائمة بأسماء المحكمين
 ملحق رقم (5) كشاف تحليل المضمون
 ملحق رقم (6) التكرار والنسبة المئوية لعناصر القيم الإخبارية
 ملحق رقم (7) التكرار والنسبة المئوية لموضوع الخبر السياسي
 ملحق رقم (8) التكرار والنسبة المئوية لموضوع الخبر الاجتماعي
 ملحق رقم (9) التكرار والنسبة المئوية لموضوع الخبر حوادث وجرائم
 ملحق رقم (10) التكرار والنسبة المئوية لموضوع الخبر الاقتصادي
 ملحق رقم (11) التكرار والنسبة المئوية لموضوع الخبر الرياضي
 ملحق رقم (12) التكرار والنسبة المئوية لموضوع الخبر اخرى
 ملحق رقم (13) التكرار والنسبة المئوية لموضوع الخبر الثقافي
 ملحق رقم (14) التكرار والنسبة المئوية لموضوع الخبر العلمي
 ملحق رقم (15) التكرار والنسبة المئوية لموضوع الخبر الديني
 ملحق رقم (16) التكرار والنسبة المئوية لجغرافية المكان محلي اردني
 ملحق رقم (17) التكرار والنسبة المئوية لجغرافية المكان عربي
 ملحق رقم (18) التكرار والنسبة المئوية لجغرافية المكان دولي
 ملحق رقم (19) التكرار والنسبة المئوية لجغرافية المكان اخرى
 ملحق رقم (20) التكرار والنسبة المئوية لمصدر الخبر فئة الصحيفة نفسها
 ملحق رقم (21) التكرار والنسبة المئوية لمصدر الخبر فئة وكالة الانباء الاردنية بترا
 ملحق رقم (22) التكرار والنسبة المئوية لمصدر الخبر فئة وكالات اجنبية

- ملحق رقم (23) التكرار والنسبة المئوية لمصدر الخبر فئة وكالات عربية
- ملحق رقم (24) التكرار والنسبة المئوية لمصدر الخبر فئة اخرى
- ملحق رقم (25) التكرار والنسبة المئوية للعنصر المؤثر فئة عنوان رئيسي
- ملحق رقم (26) التكرار والنسبة المئوية للعنصر المؤثر فئة صور ورسومات
- ملحق رقم (27) التكرار والنسبة المئوية للعنصر المؤثر فئة عنوان ثانوي
- ملحق رقم (28) التكرار والنسبة المئوية لموقع النشر اعلى الصفحة
- ملحق رقم (29) التكرار والنسبة المئوية لموقع النشرمنتصف الصفحة
- ملحق رقم (30) التكرار والنسبة المئوية لموقع النشر اسفل الصفحة

ملحق رقم (2) مدونة السلوك المهني لصحافيي الغد

الغد» حق المعرفة

مدونة السلوك المهني لصحافيي "الغد"

للحرية الصحافية نور فاعل في التنمية، وبناء المجتمعات وتعزيز مفاهيم حقوق الإنسان. بيد أن الصحفي، وإن كان يتمتع بهذه الحرية التي كفلها الدستور الأردني، إلا أنه كأي صاحب مهنة أو سلطة، يتعين عليه الالتزام بأحكام الدستور والقانون وأخلاقيات العمل الصحفي، ليس خشية من العقاب، وإنما لوجوده في الرأسمال، وهو احترام قيم المجتمع وتقاليدته ومبادئه.

وهذه الضوابط التي تحكم عمل الصحفي، إنما تحول دون انحرافه عن أداء رسالته، أو الخروج على أخلاقيات المهنة وميثاق الشرف الصحفي، من أجل الحفاظ على حقوق وحريات الآخرين من جهة، وصيانة قيم المجتمع ومصالحه من جهة أخرى.

وللصحافة وهي "السلطة الرابعة" رسالة راقية تتبع من كونها مهنة تهدف إلى الإبقاء على المجتمعات وبث الفكر التنويري، وتحقيق التنمية عبر البحث عن جوانب الخلل من أجل إيجاد العلاج المناسب لها.

ولأن الصحافة تعمل على تثقيف وتفسير الرأي العام بما يدور حوله من أحداث، وتفسير ما يستقر من ظواهر وأزمات داخل المجتمع، وتسعى لإيجاد العلاج المناسب لها عن طريق طرح جميع الآراء والمقترحات التي يمكن أن تحقق ذلك، فإن هذه المهنة التي أحدثها "الغد" لجميع الكُتّاب والصحافيين فيها تتبع من إصدار الصحيفة بضرورة ممارسة مسؤوليتها الاجتماعية في التنوير والتغيير والبحث عن مصادر المعرفة المتعددة.

الغد

حق المعرفة

إن قيم الصحافة بهذا الدور التنويري يتم جبر مبادئ وأداب وأخلاقيات على الصحفي أن يلتزم بها ويعمل من أجل تحقيقها، أما للصحافة من دور اجتماعي ورسالة وطنية تؤنبها، فضلاً عن دورها في التأكيد على سيادة القانون ومساندة العدالة فيما يتصدى له القضاء، مع ضرورة الالتزام بالندوة والموضوعية والمهنية العالية، وعدم استغلال الصحفي لمهنته من أجل تحقيق مكاسب شخصية أو فئوية أو جهوية.

لذا يلتزم الصحفيون في "الغد" بمجموعة من المبادئ والأخلاقيات التي تحقق مصلحة المؤسسة وترفع من سوية العمل المهني الصحفي فيها، توردنا على النحو التالي:

1. التزم بممارسة عملي الصحفي من خلال تقديم الأخبار والمعلومات والتعليقات والصور والإسهام في نشر الفكر والثقافة والتنوير في حدود القانون.
2. التزم بالامتناع عن نشر ما يتعارض مع مبادئ الحرية والمسؤولية الوطنية وحقوق الإنسان.
3. التزم بعدم كتابة أي أخبار أو مقالات أو تحليلات أو معروضات أو تقارير أو رسوم أو صور تنسب إلى جلالة الملك أو الأسرة المالكة أو القوات المسلحة أو الأجهزة الأمنية.
4. التزم بعدم كتابة كل ما يشتم رؤساء الدول العربية أو الإسلامية أو الصديقة.
5. التزم بأن اعتمد في عملي الصحفي على دراسات واستبيانات علمية وحقيقية ومصادر موثوقة ومسؤولة، وأن أتبع منهجية علمية ومهنية في كل تحقيق أو عمل صحفي أقوم به وأمارسه.
6. التزم باحترام حرية الحياة الخاصة للأخرين وحرمتها، وحظر نشر ما يسيء لكرامة الأفراد وحرمتهم الشخصية، أو ما يتضمن معلومات أو إشاعات كاذبة يحقهم، والمحافظة على سعة الأسر والعائلات والأفراد وسرية الأمور الخاصة بالمواطنين.

7. التزم بالحفاظ على سرية مصادر معلوماتي والتحقق من الأخبار والمعلومات قبل نشرها، والابتعاد عن الأساليب الملتوية، وغير المشروعة وغير القانونية في الحصول على المعلومات، وعدم انتحال أي شخصية للحصول عليها، إلا إذا اقتضت الضرورة ذلك تحقيقاً للصالح العام.
8. التزم بالتحقق من كون المعلومات التي أرغب في نشرها لا تخدم أهدافاً شخصية أو فئوية أو جهوية أو طائفية أو تقصد إرهاب أشخاص أو هيئات أو مؤسسات أيا كانت.
9. التزم بعدم قبول الهبات أو الهدايا أو التبرعات المالية أو العينية أو المساعدات الأخرى مهما كان نوعها أو صورتها إذا كان الهدف منها التأثير على ما أنشره من أخبار أو معلومات أو تحقيقات في الصحيفة.
10. التزم بالتعريف عن نفسي صحافياً من "الغد" عند قيامي بعمل، وعدم استعمال المعلومات التي أحصل عليها قبل نشرها طمعاً في كسب خاص، كما امتنع عن الكتابة حول الأسهم والسندات إذا كان الهدف منها تحقيق فائدة أو ربح مالي لي أو لأقربى أو معارفي.
11. امتنع عن جلب الإعلانات أو الحصول عليها أيا كان نوعها ومهما بلغت قيمتها.
12. التزم بتصحيح ما نشر في الصحيفة إذا تبين وجود خطأ في المعلومات المنشورة فوراً ومهما كان هذا الخطأ بسيطاً، فضلاً عن إعطاء الحق في الرد على أي معلومة غير صحيحة للأفراد ومؤسسات المجتمع الرسمية والمنية.
13. التزم بعدم التحيز لأطرف دون آخر في المادة الصحافية التي أنشرها، ونشر الردود لجميع الأطراف على مسافة واحدة ومتساوية.
14. التزم بممارسة أقصى درجات الموضوعية في "عزو" المادة الصحافية إلى مصدرها، وعدم "العزو" إلى مصادر مجهولة إلا إذا طلب المصدر عدم نشر اسمه أو التعريف بهويته.
15. التزم بأن يكون عنوان المادة الصحافية معبراً بدقة وموضوعية وأمانة وإخلاص عن المادة الصحافية المنشورة، وبيان مكان الحدث ومصدره سواء كان داخل المملكة أو خارجها.

7. التزم بالحفاظ على سرية مصادر معلوماتي والتحقق من الأخبار والمعلومات قبل نشرها، والابتعاد عن الأساليب الملتوية، وغير المشروعة وغير القانونية في الحصول على المعلومات، وعدم انتحال أي شخصية للحصول عليها، إلا إذا اقتضت الضرورة ذلك تحقيقاً للصالح العام.
8. التزم بالتحقق من كون المعلومات التي أرغب في نشرها لا تخدم أهدافاً شخصية أو فئوية أو جهوية أو طائفية أو تقصد إهيب أشخاص أو هيئات أو مؤسسات أيا كانت.
9. التزم بعدم قبول الهبات أو الهدايا أو التبرعات المالية أو العينية أو المساعدات الأخرى مهما كان نوعها أو صورتها إذا كان الهدف منها التأثير على ما نشره من أخبار أو معلومات أو تحقيقات في الصحيفة.
10. التزم بالتعريف عن نفسي صحافياً من "الغد" عند قيامي بعمل، وعدم استعمال المعلومات التي أحصل عليها قبل نشرها طمعاً في كسب خاص، كما امتنع عن الكتابة حول الأسهم والسندات إذا كان الهدف منها تحقيق فائدة أو ربح مالي لي أو لأقاربي أو معارفي.
11. امتنع عن جلب الإعلانات أو الحصول عليها أيا كان نوعها ومهما بلغت قيمتها.
12. التزم بتصحيح ما نشر في الصحيفة إذا تبين وجود خطأ في المعلومات المنشورة فوراً ومهما كان هذا الخطأ بسيطاً، فضلاً عن إعطاء الحق في الرد على أي معلومة غير صحيحة للأفراد ومؤسسات المجتمع الرسمية والمدنية.
13. التزم بعدم التحيز لطرف دون آخر في المادة الصحفية التي أنشرها، ونشر الردود لجميع الأطراف على مسافة واحدة ومتساوية.
14. التزم بممارسة أقصى درجات الموضوعية في "عزو" المادة الصحفية إلى مصادرها، وعدم "العزو" إلى مصادر مجهولة إلا إذا طلب المصدر عدم نشر اسمه أو التعريف بهويته.
15. التزم بأن يكون عنوان المادة الصحفية معبراً بدقة وموضوعية وأمانة وإخلاص عن المادة الصحفية المنشورة، وبيان مكان الحدث ومصدره سواء كان داخل المملكة أو خارجها.

ملحق رقم (3) أعداد عينة الدراسة

التسلسل	اليوم	التاريخ
.1	الأحد	2009/1/4
.2	الاثنين	2009/1/12
.3	الثلاثاء	2009/1/20
.4	الأربعاء	2009/1/28
.5	الخميس	2009/2/5
.6	الجمعة	2009/2/13
.7	السبت	2009/2/21
.8	الأحد	2009/3/1
.9	الاثنين	2009/3/9
10.	الثلاثاء	2009/3/17
.11	الأربعاء	2009/3/25
.12	الخميس	2009/4/2
.13	الجمعة	2009/4/10
.14	السبت	2009/4/18
.15	الأحد	2009/4/26
.16	الاثنين	2009/5/4
.17	الثلاثاء	2009/5/12
.18	الأربعاء	2009/5/20
.19	الخميس	2009/5/28
.20	الجمعة	2009/6/5
.21	السبت	2009/6/13
.22	الأحد	2009/6/21
.23	الاثنين	2009/6/29
.24	الثلاثاء	2009/7/7
.25	الأربعاء	2009/7/15
.26	الخميس	2009/7/23
.27	الجمعة	2009/7/31
.28	السبت	2009/8/8
.29	الأحد	2009/8/16

2009/8/24	الاثنين	.30
2009/9/1	الثلاثاء	.31
2009/9/9	الأربعاء	.32
2009/9/17	الخميس	.33
2009/9/25	الجمعة	.34
2009/10/3	السبت	.35
2009/10/11	الأحد	.36
2009/10/19	الاثنين	.37
2009/10/27	الثلاثاء	.38
2009/11/4	الأربعاء	.39
2009/11/12	الخميس	.40
2009/11/20	الجمعة	.41
2009/11/28	السبت	.42
2009/12/6	الأحد	.43
2009/12/14	الاثنين	.44
2009/12/22	الثلاثاء	.45
2009/10/11	الأربعاء	.46
2010/1/7	الخميس	.47
2010/1/15	الجمعة	.48
2010/1/23	السبت	.49
2010/1/31	الأحد	.50
2010/2/8	الاثنين	.51
2010/2/16	الثلاثاء	.52
2010/2/24	الأربعاء	.53
2010/3/4	الخميس	.54
2010/3/12	الجمعة	.55
2010/3/20	السبت	.56
2010/3/28	الأحد	.57
2010/4/5	الاثنين	.58
2010/4/13	الثلاثاء	.59
2010/4/21	الأربعاء	.60
2010/4/29	الخميس	.61

2010/5/7	الجمعة	.62
2010/5/15	السبت	.63
2010/5/23	الأحد	.64
2010/5/31	الاثنين	.65
2010/6/8	الثلاثاء	.66
2010/6/16	الأربعاء	.67
2010/6/24	الخميس	.68
2010/7/2	الجمعة	.69
2010/7/10	السبت	.70
2010/7/18	الأحد	.71
2010/7/26	الاثنين	.72
2010/8/3	الثلاثاء	.73
2010/8/11	الأربعاء	.74
2010/8/19	الخميس	.75
2010/8/27	الجمعة	.76
2010/9/4	السبت	.77
2010/9/12	الأحد	.78
2010/9/20	الاثنين	.79
2010/9/28	الثلاثاء	.80
2010/10/6	الأربعاء	.81
2010/10/14	الخميس	.82
2010/10/22	الجمعة	.83
2010/10/30	السبت	.84
2010/11/7	الأحد	.85
2010/11/15	الاثنين	.86
2010/11/23	الثلاثاء	.87
2010/12/1	الأربعاء	.88
2010/12/9	الخميس	.89
2010/12/17	الجمعة	.90
2010/12/25	السبت	.91

ملحق رقم (4) قائمة باسماء المحكمين

الرقم	الاسم	الرتبة العلمية	التخصص	مكان العمل
.1	أ.د عبد الجبار البياتي	أستاذ	العلوم التربوية	MEU
.2	أ.د صالح خليل أبو أصبع	أستاذ	اتصال	نائب رئيس جامعة فيلادلفيا
.3	أ.د تيسير أبو عرجه	أستاذ	الصحافة والإعلام	رئيس قسم الصحافة والاعلام جامعة البترا
.4	أ.د عبد الرزاق الدليمي	أستاذ	الصحافة والإعلام	جامعة البترا
.5	د.حاتم علاونه	جامعة اليرموك	الصحافة والإعلام	رئيس قسم الصحافة والاعلام جامعة اليرموك

ملحق رقم (5) استمارة تحليل المضمون

الرقم	القيمة	الموضوع (1 - 9)	جغرافية الخبر (1 4)	مصدر الخبر (1-5)	العناصر المؤثرة (1-3)	موقع النشر (1-3)	ملاحظات

أولاً: فئات الموضوع:

- 1/1. الخبر السياسي 2/1. الخبر الرياضي 3/1. الخبر الاقتصادي
- 4/1. الخبر الاجتماعي 5/1. الخبر الثقافي 6/1. الخبر الديني
- 7/1. الخبر العلمي 8/1. أخبار الحوادث والجرائم 9/1. أخبار أخرى

ثانياً: فئات جغرافية الخبر

- 1/2. محلي / أردني. 2/2. عربي 3/2. دولي عالمي 4/2. غير معروف

ثالثاً: فئات المصدر

- 1/3. الصحيفة نفسها 2/3. وكالة الأنباء الأردنية (بترا)
- 3/3. وكالات الأنباء العربية 4/3. وكالات الأنباء العالمية والدولية
- 5/3. غير معروف/محدد:

رابعاً: فئة العناصر

- 1/4. استخدام عناوين رئيسية 2/4. استخدام عناوين ثانوية
- 3/4. استخدام الصور والألوان والرسومات

خامساً: فئات الموقع:

- 1/5. فئة الموقع الأهم 2/5. فئة الموقع المتوسط الأهمية

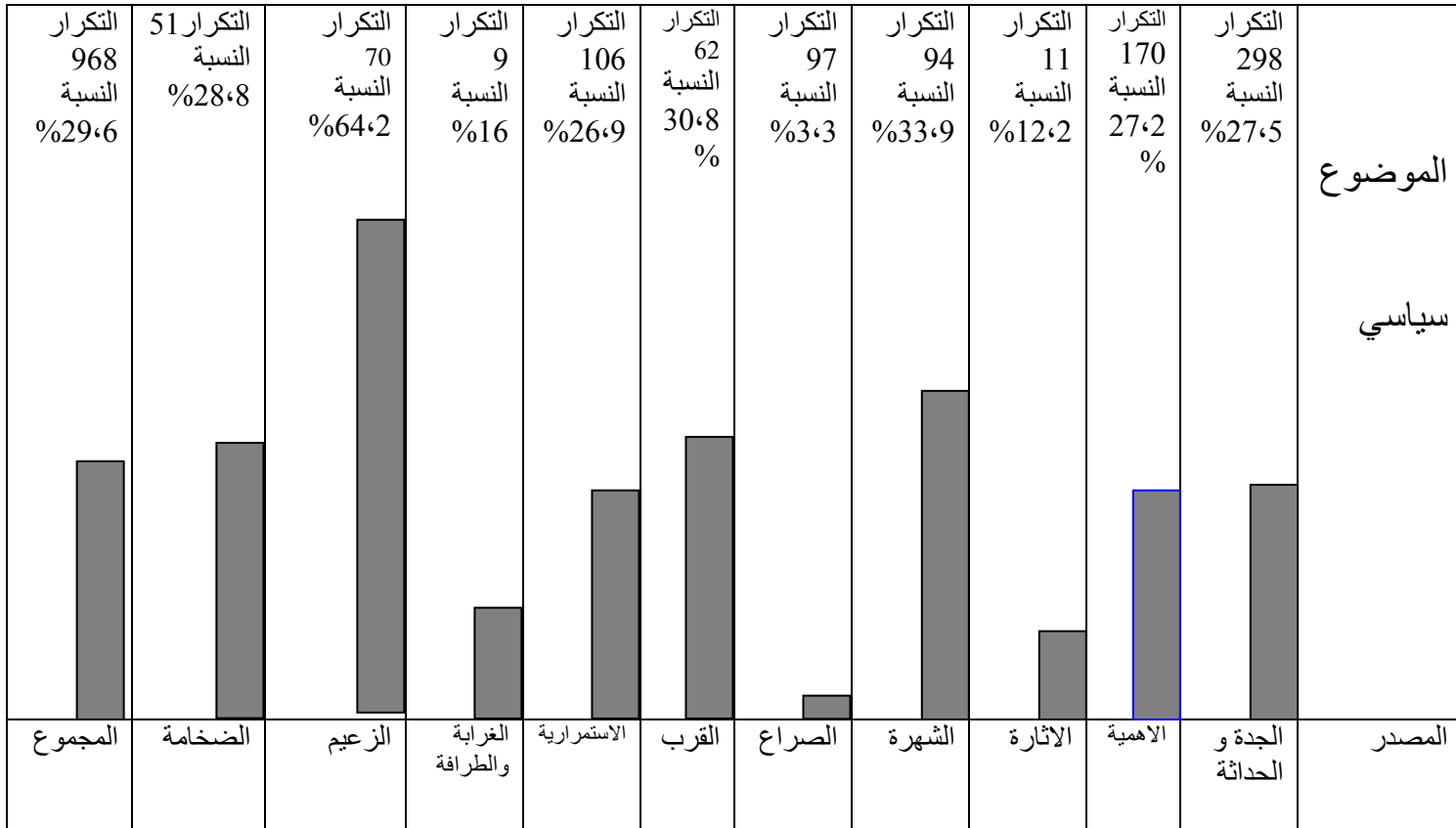
5

3/. فئة الموقع الأقل أهمية

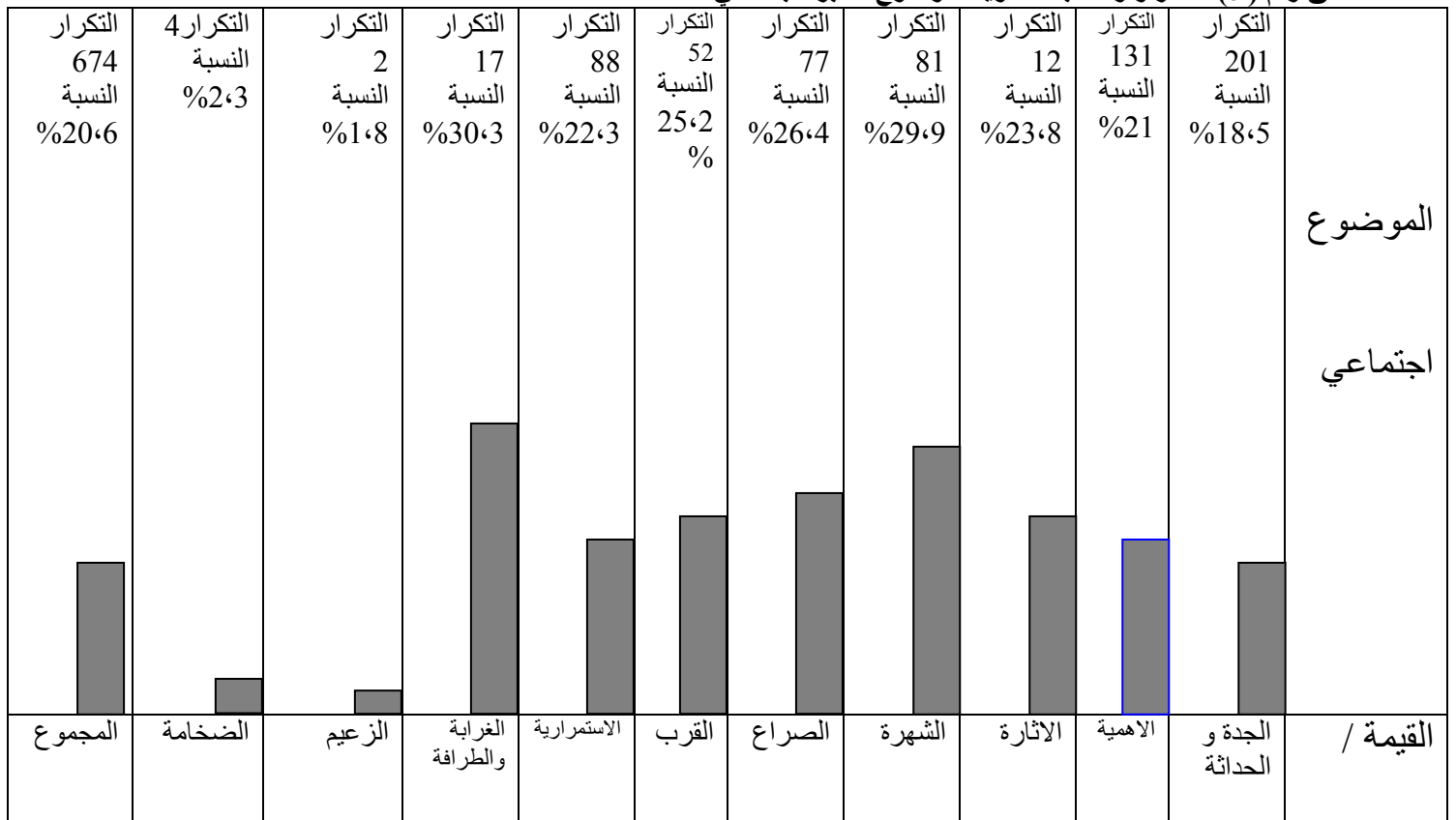
ملحق رقم (6) التكرار والنسبة المئوية لعناصر القيم الإخبارية

3286 النسبة 100% %	التكرار 56 النسبة % 5,1	التكرار 92 النسبة %8,1	التكرار 109 النسبة %10	التكرار 177 النسبة %16,3	التكرار 201 النسبة % 18,5	التكرار 277 النسبة %25,6	التكرار 291 النسبة %26,9	التكرار 393 النسبة %36,3	التكرار 623 النسبة %57,6	التكرار 1081 النسبة 100% %
المجموع الكلي	الغرابية و الطرافة رتبة 10	الاثارة رتبة 9	الزعيم رتبة 8	الضخامة رتبة 7	القرب رتبة 6	الشهرة رتبة 5	الصراع رتبة 4	الاستمرارية رتبة 3	الاهمية رتبة 2	الجدة و الحداثة رتبة 1

ملحق رقم (7) التكرار والنسبة المئوية لموضوع الخبر السياسي



ملحق رقم (8) التكرار والنسبة المئوية لموضوع الخبر الاجتماعي



ملحق رقم (9) التكرار والنسبة المئوية لموضوع الخبر حوادث وجرانم

الموضوع	التكرار	النسبة
المجموع	529	%16,1
الضخامة	51	%28,8
الزعيم	0	النسبة 0
الغراية والطرافة	21	%37,5
الاستمرارية	84	%21,3
القرب	26	النسبة 12,9 %
الصراع	39	%13,8
الشهرة	21	%7,6
الاثارة	28	%31,8
الاهمية	82	النسبة 13,1 %
الجدة و الحداثة	177	%16,3
القيمة /		

ملحق رقم (10) التكرار والنسبة المنوية لموضوع الخبر الاقتصادي

الموضوع	التكرار	النسبة
المجموع	428	النسبة %13
الضخامة	42	%23,7
الزعيم	12	النسبة %11
الغراية والطرافة	0	النسبة 0
الاستمرارية	52	%13,2
القرب	37	النسبة 18,4 %
الصراع	32	%10,9
الشهرة	27	%9,8
الاثارة	12	%13,6
الاهمية	98	النسبة 15,7 %
الجدة و الحداثة	116	%10,7
القيمة /		

ملحق رقم (11) التكرار والنسبة المئوية لموضوع الخبر الرياضي

التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	الموضوع
309	12	9	0	43	12	31	32	5	68	97	رياضي
النسبة %9,4	النسبة %6,7	النسبة %8,2	النسبة 0	النسبة %10,9	النسبة 5,9 %	النسبة %10,6	النسبة %11,5	النسبة %5,6	النسبة 10,9 %	النسبة %8,9	
المجموع	الضخامة	الزعيم	الغراية والطرافة	الاستمرارية	القرب	الصراع	الشهرة	الاثارة	الاهمية	الجدة و الحدائثة	القيمة /

ملحق رقم (12) التكرار والنسبة المئوية لموضوع الخبر اخرى

التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	القيمة / الموضوع
158	4	6	0	4	5	4	4	1	40	90	اخرى
النسبة %4,8	النسبة %2,2	النسبة %5,5	النسبة 0	النسبة %1	النسبة 2,4 %	النسبة %1,4	النسبة %1,4	النسبة %1	النسبة 6,4 %	النسبة %8,3	

القيمة /	الجددة و الحدثة	الاهمية	الاثارة	الشهرة	الصراع	القرب	الاستمرارية	الغراية والطرافة	الزعيم	الضخامة	المجموع
----------	--------------------	---------	---------	--------	--------	-------	-------------	---------------------	--------	---------	---------

ملحق رقم (13) التكرار والنسبة المئوية لموضوع الخبر الثقافي

الموضوع ثقافي	التكرار 62 النسبة %5,7	التكرار 11 النسبة 1,7 %	التكرار 8 النسبة %9	التكرار 12 النسبة %4,3	التكرار 3 النسبة %1	التكرار 0 النسبة 0	التكرار 9 النسبة %2,2	التكرار 0 النسبة 0	التكرار 3 النسبة %2,7	التكرار 0 النسبة 0	التكرار 108 النسبة %3,4
القيمة /	الجددة و الحدثة	الاهمية	الاثارة	الشهرة	الصراع	القرب	الاستمرارية	الغراية والطرافة	الزعيم	الضخامة	المجموع

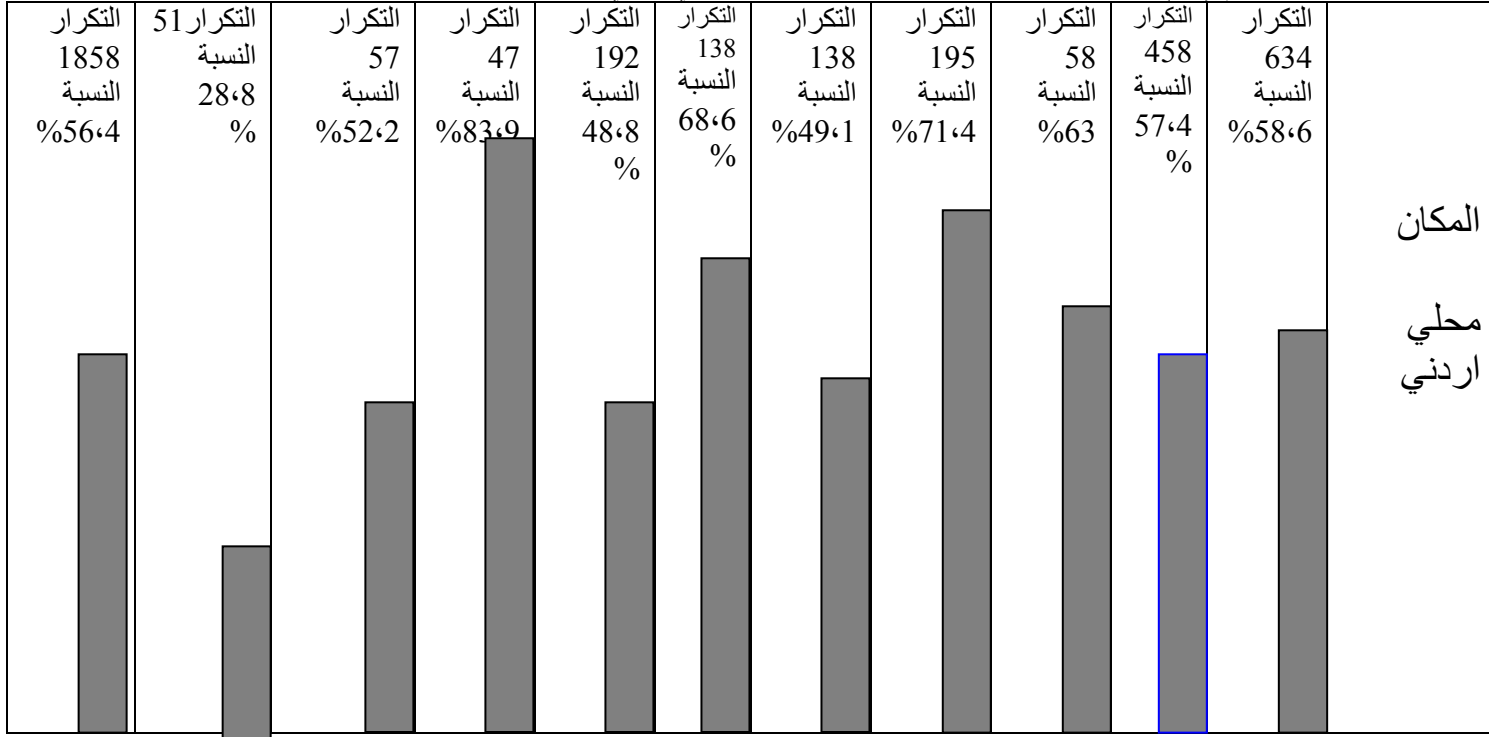
ملحق رقم (14) التكرار والنسبة المئوية لموضوع الخبر العلمي

الموضوع	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	القيمة /
الموضوع	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	القيمة /
علمي	23	2,1%	17	2,7%	0	0%	4	1,4%	0	0%	0	0%	المجموع
الجدّة و الحدائثة	23	2,1%	17	2,7%	0	0%	4	1,4%	0	0%	0	0%	المجموع
الاهمية	17	2,7%	0	0%	4	1,4%	0	0%	0	0%	0	0%	المجموع
الاثارة	0	0%	4	1,4%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	المجموع
الشهرة	4	1,4%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	المجموع
الصراع	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	المجموع
القرب	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	المجموع
الاستمرارية	5	1,2%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	المجموع
الغرابة والطرافة	9	16%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	المجموع
الزعيم	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	المجموع
الضخامة	4	2,2%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	المجموع
المجموع	62	1,8%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	المجموع

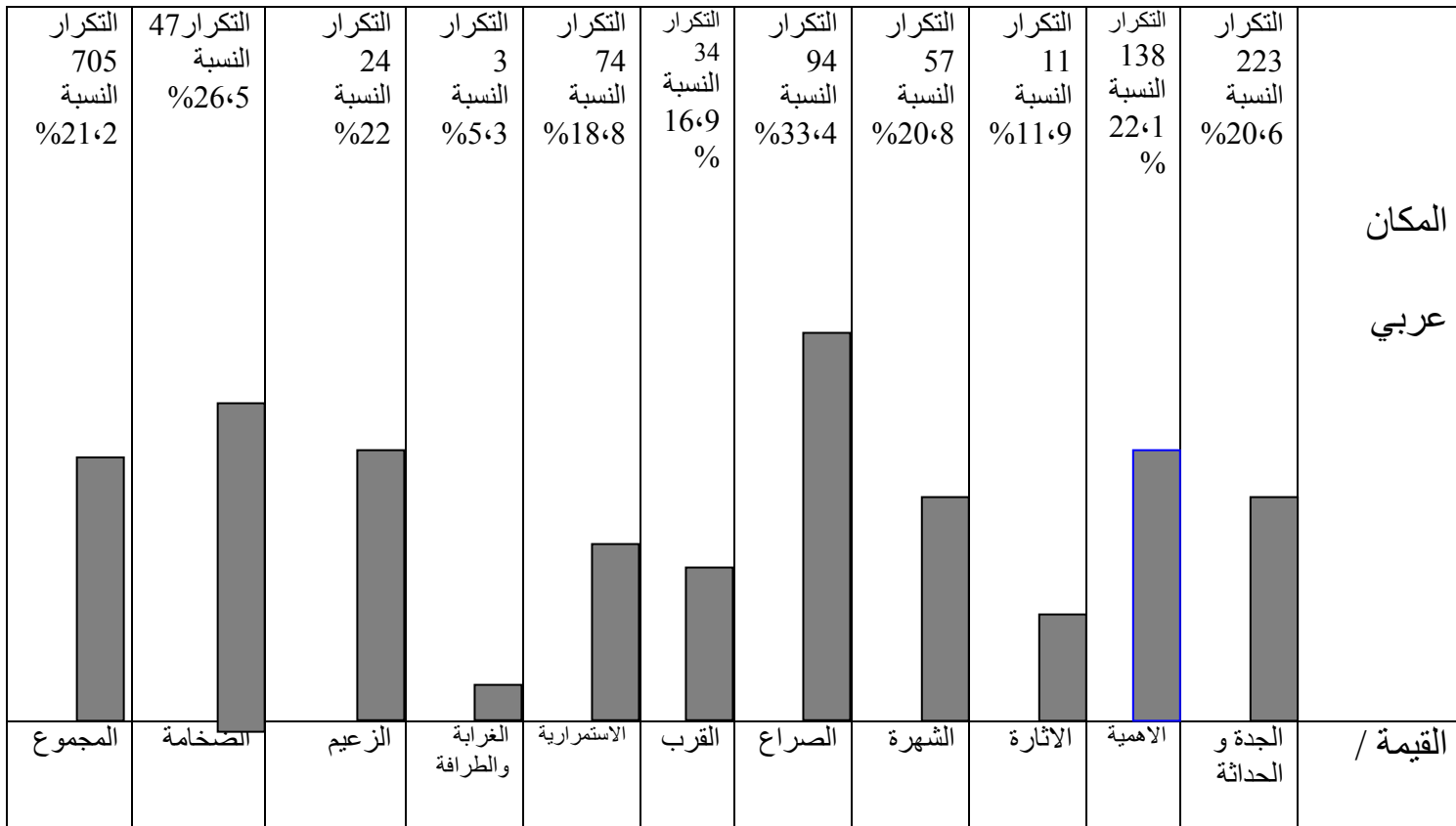
ملحق رقم (15) التكرار والنسبة المئوية لموضوع الخبر الديني

الموضوع	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	القيمة /
الموضوع	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	القيمة /
ديني	17	1,5%	6	9%	2	2,2%	2	7%	8	8,2%	7	3,4%	المجموع
الجدّة و الحدائثة	17	1,5%	6	9%	2	2,2%	2	7%	8	8,2%	7	3,4%	المجموع
الاهمية	6	9%	0	0%	2	2,2%	2	7%	8	8,2%	7	3,4%	المجموع
الاثارة	2	2,2%	0	0%	2	2,2%	0	0%	8	8,2%	7	3,4%	المجموع
الشهرة	2	7%	0	0%	0	0%	0	0%	8	8,2%	7	3,4%	المجموع
الصراع	8	8,2%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	المجموع
القرب	7	3,4%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	المجموع
الاستمرارية	2	5%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	المجموع
الغرابة والطرافة	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	المجموع
الزعيم	3	2,7%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	المجموع
الضخامة	9	5%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	المجموع
المجموع	60	1,8%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	المجموع

ملحق رقم (16) التكرار والنسبة المئوية لجغرافية المكان محلي اردني



ملحق رقم (17) التكرار والنسبة المئوية لجغرافية المكان عربي



ملحق رقم (18) التكرار والنسبة المئوية لجغرافية المكان دولي

التكرار 686 النسبة %20,7	التكرار 72 النسبة %40,6	التكرار 28 النسبة %25,6	التكرار 5 النسبة %8,9	التكرار 82 النسبة %20,8	التكرار 29 النسبة 14,4 %	التكرار 49 النسبة %17,4	التكرار 21 النسبة %7,6	التكرار 18 النسبة %19,5	التكرار 121 النسبة 19,4 %	التكرار 198 النسبة %18,3	المكان دولي عالمي
المجموع	الضخامة	الزعيم	الغرابية والطرافة	الاستمرارية	القرب	الصراع	الشهرة	الاثارة	الاهمية	الجدة و الحدثة	القيمة /

ملحق رقم (19) التكرار والنسبة المئوية لجغرافية المكان اخرى

القيمة /	الجددة و الحدثة	الاهمية	الاثارة	الشهرة	الصراع	القرب	الاستمرارية	الغراية والطرافة	الزعيم	الضخامة	المجموع
التكرار 26 النسبة %2,4	التكرار 6 النسبة %0,9	التكرار 5 النسبة %5,4	التكرار 0 النسبة 0	التكرار 0 النسبة 0	التكرار 0 النسبة 0	التكرار 7 النسبة %1,7	التكرار 7 النسبة %1,7	التكرار 1 النسبة %1,7	التكرار 0 النسبة 0	التكرار 7 النسبة %3,9	التكرار 52 النسبة %1,5
المكان اخرى (غير معروف)											

ملحق رقم (20) التكرار والنسبة المئوية لمصدر الخبر فئة الصحيفة نفسها

القيمة /	الجددة و الحدثة	الاهمية	الاثارة	الشهرة	الصراع	القرب	الاستمرارية	الغراية والطرافة	الزعيم	الضخامة	المجموع
التكرار 559 النسبة %55,4	التكرار 329 النسبة 52,8 %	التكرار 61 النسبة %66,3	التكرار 155 النسبة %56,7	التكرار 143 النسبة %50,8	التكرار 119 النسبة 59,2 %	التكرار 144 النسبة %36,3	التكرار 31 النسبة %55,3	التكرار 48 النسبة %44	التكرار 58 النسبة %32,7	التكرار 1647 النسبة %50	
الصحيفة نفسها											

ملحق رقم (21) التكرار والنسبة المئوية لمصدر الخبر فئة وكالة الانباء الاردنية بترا

التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	القيمة /
875	42	61	14	99	57	72	97	22	159	252	252	بترا
النسبة	النسبة	النسبة	النسبة	النسبة	النسبة	النسبة	النسبة	النسبة	النسبة	النسبة	النسبة	
%26,5	%23,7	%55,9	%55,3	%25	28,3 %	%25,7	%35,5	%23,9	25,5 %	%23,3		
المجموع	الضخامة	الزعيم	الغراية والطرافة	الاستمرارية	القرب	الصراع	الشهرة	الاثارة	الاهمية	الجدة و الحداثة		

ملحق رقم (22) التكرار والنسبة المئوية لمصدر الخبر فئة وكالات اجنبية

التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	القيمة /	
572	65	0	11	107	15	54	15	7	97	201	201	وكالات اجنبية
النسبة	النسبة	النسبة	النسبة	النسبة	النسبة	النسبة	النسبة	النسبة	النسبة	النسبة		
%17,3	%36,7	0	%19,6	%29,2	7,4 %	%19,2	%5,4	%7,6	15,5 %	%18,5		
المجموع	الضخامة	الزعيم	الغراية والطرافة	الاستمرارية	القرب	الصراع	الشهرة	الاثارة	الاهمية	الجدة و الحداثة		

القيمة /	الجددة و الحدثة	الاهمية	الاثارة	الشهرة	الصراع	القرب	الاستمرارية	الغرابية والطرافة	الزعيم	الضخامة	المجموع
----------	--------------------	---------	---------	--------	--------	-------	-------------	----------------------	--------	---------	---------

ملحق رقم (23) التكرار والنسبة المئوية لمصدر الخبر فئة وكالات عربية

التكرار 166 النسبة %5	التكرار 12 النسبة %6,7	التكرار 0 النسبة 0	التكرار 0 النسبة 0	التكرار 35 النسبة %8,9	التكرار 8 النسبة 3,9 %	التكرار 12 النسبة %4,2	التكرار 11 النسبة %4		التكرار 32 النسبة 5,1 %	التكرار 56 النسبة %6	وكالات عربية
المجموع	الضخامة	الزعيم	الغرابية والطرافة	الاستمرارية	القرب	الصراع	الشهرة	الاثارة	الاهمية	الجددة و الحدثة	القيمة /

ملحق رقم (24) التكرار والنسبة المئوية لمصدر الخبر فئة اخرى

التكرار 31 النسبة %٩	التكرار 0 النسبة 0	التكرار 0 النسبة 0	التكرار 0 النسبة 0	التكرار 8 النسبة %2	التكرار 2 النسبة %٩	التكرار 0 النسبة 0	التكرار 0 النسبة 0	التكرار 2 النسبة %2١	التكرار 6 النسبة %٩	التكرار 13 النسبة %1٢	اخرى (غير معروف)
المجموع	الضخامة	الزعيم	الغرابية والطرافة	الاستمرارية	القرب	الصراع	الشهرة	الاثارة	الاهمية	الجدة و الحدائة	القيمة /

ملحق رقم (25) التكرار والنسبة المنوية للعنصر المؤثر فئة عنوان رئيسي

التكرار 3286 النسبة %100	التكرار 177 النسبة %100	التكرار 109 النسبة %100	التكرار 56 النسبة %100	التكرار 393 النسبة %100	التكرار 201 النسبة %100	التكرار 291 النسبة %100	التكرار 277 النسبة %100	التكرار 92 النسبة %100	التكرار 623 النسبة %100	التكرار 1081 النسبة %100	القيمة العنصر المؤثر عنوان رئيسي
المجموع	الضخامة	الزعيم	الغرابية والطرافة	الاستمرارية	القرب	الصراع	الشهرة	الاثارة	الاهمية	الجدة و الحدائة	القيمة /

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

ملحق رقم (26) التكرار والنسبة المئوية للعنصر المؤثر فئة صور ورسومات

التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	القيمة العنصر المؤثر
771	117	79	6	101	42	92	92	18	52	172	صور ورسومات
النسبة %23,4	النسبة %66,1	النسبة %72,4	النسبة %10,7	النسبة %25,6	النسبة 20,8 %	النسبة %32,6	النسبة %33,6	النسبة %19,5	النسبة 8,3 %	النسبة %15,9	
المجموع	الضخامة	الزعيم	الغرابة والطفرة	الاستمرارية	القرب	الصراع	الشهرة	الاثارة	الاهمية	الجدة و الحداثة	القيمة /

ملحق رقم (27) التكرار والنسبة المئوية للعنصر المؤثر فئة عنوان ثانوي

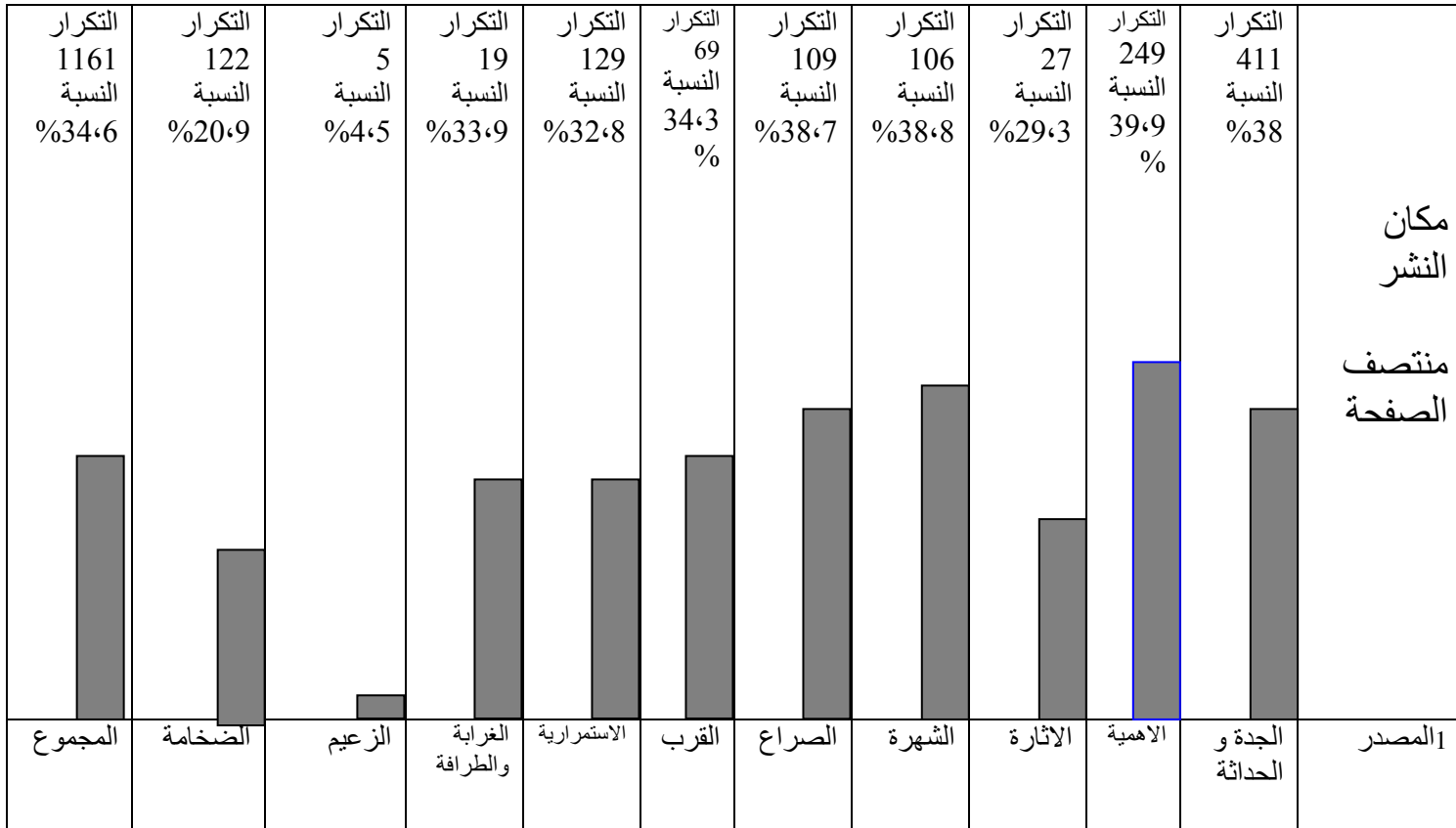
التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	القيمة العنصر المؤثر
767	102	84	0	114	51	84	84	13	77	158	عنوان ثانوي
النسبة %23,2	النسبة %57,6	النسبة %77	النسبة 0	النسبة %29	النسبة 25,3 %	النسبة %29,8	النسبة %30,7	النسبة %14,1	النسبة 12,3 %	النسبة %14,6	
المجموع	الضخامة	الزعيم	الغرابة والطفرة	الاستمرارية	القرب	الصراع	الشهرة	الاثارة	الاهمية	الجدة و الحداثة	القيمة /

القيمة /	الجددة و الحدثة	الاهمية	الاثارة	الشهرة	الصراع	القرب	الاستمرارية	الغراية والطرافة	الزعيم	الضخامة	المجموع
----------	--------------------	---------	---------	--------	--------	-------	-------------	---------------------	--------	---------	---------

ملحق رقم (28) التكرار والنسبة المئوية لموقع النشر اعلى الصفحة

مكان نشر الخبر	التكرار 434 النسبة %40,1	التكرار 282 النسبة 45,2 %	التكرار 41 النسبة %44,5	التكرار 113 النسبة %41,3	التكرار 113 النسبة %40,2	التكرار 83 النسبة 41,2 %	التكرار 158 النسبة %40,2	التكرار 23 النسبة %41	التكرار 104 النسبة %95,4	التكرار 122 النسبة %68,9	التكرار 1473 النسبة %44,2
اعلى الصفحة											
1 القيمة /	الجددة و الحدثة	الاهمية	الاثارة	الشهرة	الصراع	القرب	الاستمرارية	الغراية والطرافة	الزعيم	الضخامة	المجموع

ملحق رقم (29) التكرار والنسبة المئوية لموقع النشر منتصف الصفحة



ملحق رقم (30) التكرار والنسبة المئوية لموقع النشر اسفل الصفحة

