

شخصنة الأخبار الصحفية بين الصحافة الورقية والإلكترونية

دراسة تحليلية مقارنة بين صحيفتي النهار الورقية والإلكترونية

Personalization of Press News: Paper Press Vs Electronic Press An Analytical Study of An-Nahar Papers

عزوزي عادل¹، نجاعي سامية²

¹ جامعة باتنة 1- azzouzi.adil@univ-batna.dz

² جامعة محمد خيضر-بسكرة، samia.nedjai@univ-biskra.dz

تاريخ الإرسال	2020/04/22م	تاريخ القبول	2020/06/30م
---------------	-------------	--------------	-------------

ملخص

تعتبر قيمة الشخصنة من بين القيم الخيرية التي تهتم بها وسائل الإعلام عامة والصحافة المطبوعة والإلكترونية بصفة خاصة في تقديمها للأخبار، حيث سعت هذه الدراسة للتعرف على أهمية قيمة الشخصنة في التأثير على الأخبار المنشورة على مستوى صفحات الجرائد ومحاولة إجراء المقارنة بين نسب هذه القيمة في كل من صحيفتي النهار "الورقية والإلكترونية"، ولغرض الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي وأداة تحليل المضمون لجمع البيانات. خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها: اعتبار معيار الشهرة (الشخصانية) عاملا مهما تركز عليه كل من الصحف الورقية والإلكترونية في نشرها لأخبارها. وتوصلت إلى عدم وجود اختلافات جوهرية في تناول صحيفة النهار الورقية للإخبار المشخصة عن نظيرتها الإلكترونية سوى ما تعلق ببعض الاختلافات الطفيفة المرتبطة بالجوانب الإخراجية.

الكلمات المفتاحية: الشخصنة؛ الأخبار الصحفية؛ الصحافة المطبوعة؛ الصحافة الإلكترونية.

Abstract

The value of personalization is among news values interested in media in general, and to print and electronic journalism in particular in its reporting news. the present study identifies importance of personalization value in influencing published news at newspaper page level. It also aims at comparing percentages of this value in AlNahar paper in both printed and electronic papers. A descriptive analytical approach is used and procedures put in application for collecting the data of this study. It concluded that considering fame criterion (personality) is important factor relied by both printed and electronic papers in publishing their news. There are no fundamental differences in dealing news in An-Nahar in both printed and electronic news

Keywords: personalization; press news; printed press; electronic journalism

* المؤلف المرسل

1 مقدمة

فرضت تكنولوجيا الإعلام والاتصال واقعا ديناميكيا مختلفا للتعامل مع مختلف المجالات الحياتية مما سهل أداء الكثير من الوظائف التي كان من الصعب أو يستحيل القيام بها سواء من ناحية الوقت، الجهد، التكلفة... الخ، لكن ومع التقدم التكنولوجي والانفجار المعرفي الهائلين ساهم بشكل كبير في تغيير نظرة الأفراد لكيفية ونمط التعامل مع مختلف الأنشطة والمهن. والصحافة كغيرها من المجالات قد حظيت هي الأخرى بنصيب وافر من الامتزاج التقني مع مختلف وسائلها مما فرض واقعا إعلاميا مختلفا عما ألفه العاملون في هذا الميدان.

وتعد الصحافة الإلكترونية أهم ما نتج عن التكنولوجيا الحديثة بما حملته من إيديولوجيات مختلفة للواقع الإعلامي التقليدي الذي لازال لحد اليوم يتفق مع الإعلام الجديد في المبادئ والغايات إلا أنهما يختلفان في تميز الأخير وحاجته لمواكبة العصر من خلال وسيلة مهمة ألا وهي الانترنت؛ هذه الوسيلة التي تتطلب مهارات وآليات معينة من قبل القائمين بالاتصال للتمكن من تحرير الخبر ونشره بطريقة تتوافق ومعطيات العصر الجديد. فالحديث اليوم عن النشر الإلكتروني لا يتضمن ما ينشره الصحفي الإلكتروني فقط وإنما يتجاوز ذلك بكثير ليشمل نوع آخر من الصحافة يدعى بـصحافة المواطن التي أضحت منافسا قويا للصحافة الإلكترونية كوسيلة إعلامية حديثة لازال ينقصها الكثير سواء من الناحية التشريعية القانونية التي تكفل كل من حقوق وواجبات الصحفي الإلكتروني لكون ما جاء به قانون 2012 لم يفصل بشكل كبير في الممارسة الإعلامية الإلكترونية سوى ما تضمنه من قوانين

متعلقة بالصحافة الإلكترونية في الباب السادس وبعض الممارسات الإعلامية هذا من جهة، ومن جهة أخرى ما يشوب هذا النوع من الممارسة الإعلامية الحديثة من أخلاقيات تحدد المسار الإعلامي، كل هذه الجزئيات وغيرها يتم مراعاتها من قبل الإعلاميين سواء التقليديين أو الإلكترونية ليتمكنوا في الأخير من تحديد مصفوفة من الأخبار القابلة للنشر وصياغتها بالطريقة التي تتناسب واهتمامات الجمهور.

وفي هذا الإطار تعد شخصنة الأخبار من بين أهم المعايير التي تتحكم في اختيار الأخبار سواء في الصحافة الورقية أو الإلكترونية على حد سواء باعتبار أن الشخصيات المهمة أو البارزة هي التي تصنع الحدث وفق المنظور الإعلامي، وعليه سنسعى من خلال هذه الدراسة إلى محاولة الكشف عن مدى اعتماد كلتا الصحافتين على مثل هذا المعيار في نشرها لأخبارها، وعلى أساس ذلك جاء التساؤل الرئيسي للدراسة على نحو التالي: ما طبيعة اهتمام صحيفتي النهار الورقية والإلكترونية بقيمة الشخصنة في أخبارهما؟

وفي إطار هذا الطرح تندرج مجموعة من الأسئلة الفرعية المتمثلة فيما يلي:
1- ما نوع المادة الصحفية الإخبارية التي تحتوي على قيمة الشخصنة في صحيفتي الدراسة؟

2- ما هي اللغة التي تستخدمها صحيفتي الدراسة في أخبارهما المشخصنة؟
3- ما هي العناصر التبوغرافية التي اعتمدت عليها صحيفتي الدراسة في أخبارهما المشخصنة؟

4- ما هو موقع الأخبار المشخصنة في صحيفتي الدراسة؟
5- ما هي الشخصيات التي اعتمدت عليها صحيفتي الدراسة في أخبارهما؟

- 6- ما هي أهداف صحيفتي الدراسة في أخبارهما المشخصنة؟
- 7- ما هو الجمهور المستهدف من طرف صحيفتي الدراسة في أخبارهما المشخصنة؟
- أما أهدافها فتسعى الدراسة إلى تحقيق ما يلي:
- 1- التعرف على نوع المادة الصحفية الإخبارية التي تحتوي على قيمة الشخصنة في صحيفتي الدراسة.
 - 2- الكشف عن طبيعة اللغة التي تستخدمها صحيفتي الدراسة في أخبارهما المشخصنة.
 - 3- التعرف على العناصر الطبوغرافية التي اعتمدت عليها صحيفتي الدراسة في إبراز أخبارهما المشخصنة.
 - 4- الكشف موقع الأخبار المشخصنة في صحيفتي الدراسة.
 - 5- التعرف على الشخصيات التي اعتمدت عليها صحيفتي الدراسة في أخبارهما.
 - 6- الكشف عن أهداف صحيفتي الدراسة في أخبارهما المشخصنة.
 - 7- التعرف على الجمهور المستهدف من طرف صحيفتي الدراسة في أخبارهما المشخصنة.
- ويمكن استشفاف أهمية هذه الدراسة كونها تتعرض للمادة الخبرية التي تعتبر من أهم المضامين الإعلامية التي تبنى على أساسها باقي أنواع الصحفية الأخرى، وكما تكتسي أهميتها كذلك لتناول قيمة الشخصنة (الشهرة) التي تعد من بين القيم التي تهتم بها وسائل الإعلام حيث يزداد الخبر أهميته كلما ازدادت شهرة ومكانة الشخص الذي تناوله، لذا تسعى وسائل الإعلام بصفة عامة والصحف المطبوعة والإلكترونية خاصة إلى تتبع ونشر الأخبار التي ترتبط بأسماء معينة لها وزنها وشهرتها.

وتندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التحليلية التي تهدف إلى تصوير وتحليل وتقديم خصائص ظاهرة أو مجموعة من الظواهر، ويعرفها "هوينتي" بأنها "تلك الأبحاث التي تتضمن دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو الأوضاع". (حجاب، 2002، صفحة 86).

أما بالنسبة لأداة الدراسة فقد تم استخدام تحليل المحتوى، والذي يعرفه "بيرلسون" بأنه "أحد الأساليب البحثية التي تستخدم المحتوى الظاهر أو المضمون الصريح للمادة الإعلامية وصفا موضوعيا وكميا"، (العبد، 2007، صفحة 46) وقد تم تحديد مجموعة من فئات ووحدات التحليل بما يتناسب مع أهداف الدراسة وكذا تساؤلها الرئيس، ويأتي استخدام تحليل المضمون من خلال إنجاز استمارة التحليل، والتي تتمثل في أشكال هندسية في معظم الحالات ينجزها الباحث ليصب فيها نتائج الحسابات التي قام بها، ثم يجمعها ليتم تفريغ محتواها في جداول التحليل الكمي لتحليل بيانات عينة الدراسة. (تمار، 2007، صفحة 57).

2- مجتمع البحث وعينة الدراسة

يقصد بمجتمع البحث في تحليل المضمون: مجموع المصادر التي نشر أو أذيع فيها المحتوى المراد دراسته خلال الإطار الزمني للبحث (الحميد، 2009، صفحة 91)، كما يعرفه "موريس أنجرس" "هو مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي تركز عليها الملاحظات" (أنجرس، 2006، صفحة 298). وعليه فمجتمع البحث

في دراستنا يتكون من جميع الأعداد التي صدرت عن صحيفة النهار خلال الفترة الممتدة من 01 إلى غاية 30 نوفمبر 2020.

العينة في البحث العلمي هي "الجزء الذي يختاره الباحث وفق طريقة محددة ليمثل مجتمع البحث تمثيلا علميا سليما" (أحمد، 2005، صفحة 170). وتستخدم طريقة العينة في البحث في حالات المجتمعات الكبيرة، حيث يتعذر إجراء الدراسة عن طريق الحصر الشامل، وفي دراستنا استخدمنا العينة العشوائية البسيطة لكل من صحيفة النهار الورقية والإلكترونية حيث وقع الاختيار على 06 أعداد لكل صحيفة.

3- تحديد المفاهيم

1-3 الشخصية (الشخصانية) وهي قيمة إخبارية ترتكز على قاعدة صحفية أساسية مفادها أن الأسماء هي التي تصنع الأخبار، وتقوم في الأخبار التي تعتمد على حركات وأفعال وأحداث تصنعها الأسماء الكبيرة أو الشخصيات ذات الشهرة العريضة، وتمتد لتشمل الأخبار التي تتعلق بالأماكن البارزة والأشياء والقضايا الشهيرة.

وتؤثر شهرة الأسماء الواردة في الأخبار في تفضيل خبر على آخر، وكلما كانت الأسماء (الأشخاص، أو أماكن أو أشياء أو قضايا) مشهورة ومعروفة كلما كانت فرصة نشر الخبر أكبر. (العاني، 2012، صفحة 46)

2-3 الأخبار الصحفية ويعرف بأنه: "العملية التي يتم من خلالها تزويد الأفراد بالمعرفة الحقيقية حول جوهر ما يجري من أحداث في النواحي المختلفة بالمجتمع في فترة زمنية معينة. (الفتاح، 1989، صفحة 24).

3-3 الصحافة التقليدية (المطبوعة) واعتبرها الدكتور إجلال خليفة بأنها: "قسم من أقسام الصحافة، والتي تتكون من الصحف اليومية والنصف أسبوعية، والمجلات بأنواعها الكثيرة المتعددة الدورية

والأهداف والسياسات، والكتب والكتيبات ومنشورات وملصقات وما إليها". (عياش، 2008، صفحة 21).

3-4 الصحافة الإلكترونية هي كيان إخباري رقمي مرتبط بتواتر الأحداث ويقوم بإنتاج ونشر الأخبار والمقالات والصور والتصاميم الفنية الرقمية والوثائق السمعية أو البصرية والنصية ذات العلاقة بالحدث (كلياً أو جزئياً) معتمداً على التحديث الدائم للمعلومات المنشورة بما ينسجم مع تواتر الأحداث وينشر عبر الإنترنت ووسائله كافة. (محمد، 2011، صفحة 223).

4- تحديد وحدات وفئات التحليل

1-4 تحديد وحدات التحليل

المقصود بالوحدات جوانب الاتصال التي سيتم إخضاعها للتحليل، وسيتم عليها القياس أو العد مباشرة، حيث حدد بارلسون (05) وحدات أساسية للتحليل وهي: وحدة الموضوع أو الفكرة، وحدة الشخصية، وحدة طبيعة المادة الإعلامية، وحدة القياس أو الزمن، وفي دراستنا سنعتمد على وحدة الموضوع أو الفكرة.

2-4 تحديد فئات التحليل

1-2-4 فئات كيف قيل (فئات الشكل)

- فئة طبيعة الأخبار المشخصة يقصد بهذه الفئة نوع المادة الإخبارية التي تحتوي على قيمة الشخصنة في صحيفتي الدراسة، وتضم المؤشرات التالية: الأخبار البسيطة، الأخبار المركبة.

- فئة اللغة المستخدمة يقصد بها اللغة التي وضفتها صحيفتي الدراسة في تقديم الأخبار التي تحتوي على قيمة الشخصنة والتي حددت على النحو التالي: اللغة الفصحى، اللهجة العامية، اللغة الأجنبية.

- فئة العناصر الطبوغرافية يقصد بهذه الفئة "الكيفية التي يتم بها إخراج المادة الصحفية"، ووقع الاختيار من بين فئتيها: خبر بصورة، خبر بدون صورة.

- فئة الموقع هي الفئة التي تهتم بموقع الموضوع أو الفكرة محل الدراسة، تم تقسيم هذه الفئة حسب مكان النشر في الصفحة إلى: أعلى الصفحة، وسط الصفحة، أسفل الصفحة.

2-2-4 فئات ماذا قيل (فئة المضمون)

- فئة نوع الشخصيات وتضم هذه الفئة المؤشرات التالية: الشخصيات المعروفة، الشخصيات غير معروفة.

- فئة مجال الشخصيات تضم المؤشرات التالية: شخصيات سياسية، اجتماعية، دينية، ثقافية، رياضية، عادية.

- فئة الأهداف وهو ما تسعى إليه صحيفتي الدراسة من خلال المضامين التي تضم قيمة الشخصنة، وتضم المؤشرات التالية: أهداف سياسية، اجتماعية، اقتصادية، دينية، ثقافية، توعوية، وترفيهية.

- فئة الجمهور تم تقسيم هذه الفئة إلى: الجمهور العام، والجمهور الخاص.

5 عرض وتحليل نتائج الدراسة

1-5- فئات الشكل

- الجدول رقم (01) فئة الأخبار المشخصة بالنسبة لبقية الأخبار

الصحيفة		فئة نوع الأخبار
صحيفة النهار الإلكترونية	صحيفة النهار الورقية	

تكرار/نسبة مئوية	ك	ن م	ك	ن م
الأخبار الخاصة بالشخصيات	81	14.43	102	36.95
بقية الأخبار	480	85.56	174	63.04
المجموع	561	100	276	100

أثبتت نتائج الجدول رقم (1) اهتمام صحيفتي الدراسة بالأخبار التي تحمل قيمة الشخصية، حيث بلغت نسبتها في صحيفة النهار الورقية 14.43%، أما في النهار الإلكترونية فقد بلغت 36.95% وهي نسب تشير إلى الاهتمام صحيفتي الدراسة بهذا النوع من الأخبار، ويعود سبب ذلك إلى التأثير الكبير الذي تمارسه الشخصيات في نفسية متابعيهم مما يجعل من أخبارهم شيئاً هاماً بالنسبة إليهم ما يدفع بالصحفيين لاستغلال هذه النقطة كعامل رئيسي في لفت انتباه الجماهير للاطلاع على أعدادها. وهو نفس ما أشار إليه الدكتور فاضل محمد حسني البدراني الذي يرى بأن: "إضفاء الطابع الشخصي على الأحداث يكسبها جاذبية خاصة، إذ أن الأسماء تصنع الأخبار News Makes Names" ويمكن تفسير ذلك بسبب أن الأحداث التي يكون محور اهتمامها شخصيات مشهورة تحمل بعداً تأثيرياً أكبر من نظيراتها من الأخبار الأخرى. كما أشار الخبير التلفزيوني هوارد سميث Smth Howard إلى أن الخبير التلفزيوني هو "صورة وكلمة وشخصية". (حسني، 2014، الصفحات ، 88-89) وهو نفس ما يمكن إسقاطه كل من الصحافة المطبوعة والإلكترونية على حد سواء.

-جدول رقم (2) فئة طبيعة المادة الإخبارية المشخصة في صحيفتي الدراسة

شخصنة الأخبار الصحفية بين الصحافة الورقية والإلكترونية

الصحيفة				فئة طبيعة المادة المستعملة	
صحيفة النهار الإلكترونية		صحيفة النهار الورقية			
ن م	ك	ن م	ك	تكرار/نسبة مئوية	
74.03	77	64.19	52	خبر بسيط	شكل الخبر
25.96	27	35.80	29	خبر مركب	
100	104	100	81	المجموع	

أشارت نتائج الدراسة إلى اعتماد صحيفتي الدراسة على الأخبار البسيطة بشكل أكبر، حيث شكلت نسبتها 64.19% بالنسبة لصحيفة النهار الورقية فيما قدرت نسبتها في النسخة الإلكترونية بـ 74.03%. ويرجع تركيز الصحيفتين على الأخبار البسيطة لما تتمتع به من بساطة فكرية كونها تقوم على وصف واقعة واحدة ومحددة وبالتالي لا تترك القارئ أثناء قراءته لها ولا تضيق منه بعض المعلومات، وكما يمكن تبرير عدم اهتمام الصحيفتين بنسبة أكبر بالأخبار المركبة في المضامين التي تتعلق بالشخصيات المشهورة إلى غياب المعلومات عن هذه الشخصيات والتي تسمح بالتعمق أكثر في تفاصيل الخبر وربطه بالأحداث الأخرى.

جدول رقم (3) اللغة المستخدمة في المادة الخبيرة المشخصة في صحيفتي الدراسة

الصحيفة				فئة طبيعة اللغة المستعملة	
صحيفة النهار الإلكترونية		صحيفة النهار الورقية			
100	98	100	77	لغة فصحي	اللغة
00	00	00	00	لهجة عامية	
00	00	00	00	لغة أجنبية	

100	98	100	77	المجموع
-----	----	-----	----	---------

فيما اعتمدت كلتا الصحيفتين على اللغة العربية الفصحى وهو ما أكدته نتائج الدراسة والتي تتميز بسهولة الأسلوب وبساطته لكي يفهم من قبل عامة الناس، بغض النظر عن مستواهم التعليمي، والتي لم تختلف خصائصها في الصحيفة الورقية عن نظيرتها الإلكترونية. وفي هذا الصدد يقول بعض أستاذة الصحافة وباحثيها أنه: «مادامت الصحافة تتجه بالخبر إلى الطبقات الديمقراطية في الشعب، ومادامت هذه الطبقات تتزايد في كل بلد من بلاد العالم يوماً بعد يوم، فلا مفر من مسايرة اللغة الصحفية مسايرة تامة لهذه الطبقات، ومعنى ذلك أننا نكتب ليفهمنا الناس". (حمزة، 1956، صفحة، 152)

جدول رقم (4): موقع المادة الإخبارية المشخصة في صحيفتي الدراسة

الصحيفة				فئة الموقع	
صحيفة النهار الإلكترونية		صحيفة النهار الورقية			
ن م	ك	ن م	ك	تكرار/نسبة مئوية	
17.82	18	37.03	30	أعلى الصفحة	الموقع
22.77	23	28.39	23	وسط الصفحة	
59.40	60	34.56	28	أسفل الصفحة	
100	101	100	81	المجموع	

اتجهت كل من صحيفة النهار الورقية والإلكترونية إلى التوزيع المتباين للأخبار المشخصة على مستوى صفحاتها، حيث اعتمدت صحيفة النهار الورقية بشكل أكبر على نشر الأخبار المشخصة في أعلى الصفحة والتي بلغت 37.03%، في المقابل أولت صحيفة النهار الإلكترونية اهتمامها بصفة أكبر في نشر أخبارها المشخصة على موقع

أسفل الصفحة وذلك بنسبة مئوية مقدرة بـ59.40%، فيما لم يحض موقع وسط الصفحة باهتمام كبير من الصحيفتين في نشرهما للأخبار المشخصة، ذلك ما يبرز اختلاف توجهات النشر بين الصحافة المطبوعة والإلكترونية بسبب الخاصية التي تتميز بها كل وسيلة.

جدول رقم (5) استخدام الصورة في عرض المواضيع المشخصة في صحيفتي الدراسة

الصحيفة				فئة الصورة	
صحيفة النهار الإلكترونية		صحيفة النهار الورقية		الصور	خبر مع صورة
92.15	94	80.72	67		
7.84	8	19.27	16		خبر دون صورة
100	102	100	83	المجموع	

أما فيما يتعلق بإرفاق الخبر بالصورة، فقد أشارت النتائج إلى اعتماد كلتا الوصيلتين على الأخبار المرفقة بالصور بشكل كبير في عرضها للأخبار المشخصة والتي بلغت نسبتها 80.72% في جريدة النهار الورقية و92.15% في صحيفة النهار الإلكترونية، ويعود سبب ذلك إلى التأثير الكبير الذي تحمله الصور على نفسية الجمهور خاصة عندما يتعلق الأمر بأحد الشخصيات المشهورة فإن صورته يكون لها وقع خاص في

لفت انتباه القارئ للاطلاع على الخبر، بالإضافة إلى أن الصورة تلعب في الكثير من الأحيان الدور التعريفي بالشخصيات التي يتعلق بها الخبر؛ بمعنى تعريف الجمهور بالشخصية التي تكون محور الحدث وقد تكون مجهولة لدى بعض الأفراد، ويكمن كذلك تأثير الأخبار المرفقة بالصور في كون هذه الأخيرة تعد من أهم الرموز الاتصالية الأساسية التي تعتمد عليها الصحف في صياغة رسائلها التي تتفق وخصائص جمهور المتلقين ولا يقف دورها عند وظيفة جذب اهتمام القارئ أو إثارة اهتمامه، ولكن يتم قراءة الرموز التي تتكون منها الصورة وما تحمله من أفكار أو معان أو ما يجسد أبعادا مضافة، أو يركز على شخصيات ووقائع معينة وغيرها من الوظائف الاتصالية". (بهنسي، 2004، صفحة 26) أما الأخبار غير المرفقة بالصور فلم يكن لها وجود كبير على مستوى صفحات الصحفيتين والتي لم تتجاوز نسبتها 19.27% في صحيفة النهار الورقية و7.84% في صحيفة النهار الإلكترونية.

5- 2 فئات المضمون

-الجدول رقم (6) نوع الشخصيات في أخبار صحيفتي الدراسة

الصحيفة				فئة نوع الشخصية
صحيفة النهار الإلكترونية		صحيفة النهار الورقية		
ن م	ك	ن م	ك	تكرار/نسبة مئوية
97.02	98	96.10	74	شخصيات معروفة
2.97	3	3.89	3	شخصيات غير معروفة
100	101	100	77	المجموع

أشارت نتائج الدراسة إلى إهتمام كل من صحيفة النهار الورقية والإلكترونية أكثر بالشخصيات المعروفة حيث بلغت نسبتها 96.10% في النسخة الورقية و97.02% في الصحيفة الإلكترونية، أما فئة الشخصيات غير المعروفة فقد كانت نسبتها ضئيلة جدا مقارنة بنظيرتها المعروفة والتي لم تتجاوز 3.89% في جريدة النهار الورقية و2.97% في جريدة النهار الإلكترونية، ويرجح سبب ذلك إلى أن الشخصيات المعروفة عادة ما يكون لها قاعدة جماهيرية كبيرة ما يجعلها تلعب دورا رياديا في التأثير على الأفراد هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإن ما يصدر عن هذه الشخصيات يعد أمرا مهما بالنسبة لمتابعيها مما يجعلها أحد أهم القيم التي ارتكزت عليها كل من صحيفة النهار الورقية والإلكترونية اللتين لم تختلفا في هذه النقطة. ما يمكن تفسير سبب ذلك أيضا إلى ما ذكره الدكتور عبد الستار جواد بأن النشاطات والأعمال المختلفة التي يقوم بها رجال السياسة ونجوم السينما وكبار الشخصيات تشكل عنصرا هاما من عناصر الخبر الذي ينال اهتمام الجمهور، وهو ما ينسجم مع المقولة المعروفة "إن الشخصية تصنع الحدث". (جواد، 2001، صفحة 48)

جدول رقم (7) ميدان الشخصيات في أخبار صحيفتي الدراسة

الصحيفة				فئة الشخصيات حسب الميدان
صحيفة النهار الإلكترونية		صحيفة النهار الورقية		
ن م	ك	ن م	ك	تكرار/نسبة مئوية
34.65	35	20.73	17	شخصيات سياسية
5.94	6	6.09	5	شخصيات اجتماعية
1.98	2	1.21	1	شخصيات دينية

7.92	8	00	00	شخصيات ثقافية
49.50	50	70.73	58	شخصيات رياضية
00	00	1.21	1	شخصيات عادية
100	101	100	82	المجموع

اعتمدت كل من الصحيفتين (النهار الورقية والإلكترونية) بنسبة أكبر على الشخصيات الرياضية وذلك بنسبة مئوية تقدر ب 70.73% في النسخة الورقية من صحيفة النهار ، فيما بلغت نسبتها في الصفحة الإلكترونية من صحيفة النهار 49.50%، متبوعة بالشخصيات السياسية في المرتبة الثانية بنسبة مئوية تقدر ب 20.73% في الصحيفة الورقية و 34.65% في النسخة الإلكترونية من صحيفة النهار، ذلك ما يفسر المكانة وقاعدة جماهيرية كبيرة التي تحتلها مشاهير الرياضة المحلية والعالمية لدى جماهير القراء مقارنة بشخصيات أخرى ، وكما أن للشخصيات ورجال السياسة وزن باعتبارها شخصيات المهمة والمؤثرة في المجتمع والرأي العام والتي في كثير من الأحيان ترتبط بقضايا جوهرية ومصيرية في المجتمع لذا تتسابق مختلف وسائل الإعلام إلى نشر أخبارها. أما باقي الشخصيات فقد ذكرت بنسب أقل في الصحيفتين. وهو ما يشير إلى انتهاج صحيفتي الدراسة نفس إتجاه في نشر الأخبار المتعلقة بالشخصيات. ومما يمكن أن نخلص إليه فإنه من "عادة ما يتشوق الجمهور بطبيعته لمعرفة أخبار المشاهير سواء كانوا من السياسيين أو من الرياضيين والفنانين والأدباء والأشخاص المشهورون بإنجازاتهم أوالذين اكتسبوا شهرة بأعمالهم الطيبة أو السيئة ويستقطبون الكثير من الاهتمام". (نصر، 2009، صفحة 77)

جدول رقم (08) فئة أهداف صحيفتي الدراسة في نشر الأخبار المشخصة

الصحيفة				فئة الأهداف
صحيفة النهار الإلكترونية		صحيفة النهار الورقية		
ن م	ك	ن م	ك	تكرار/نسبة مئوية
27.72	28	20.48	17	أهداف سياسية
9.90	10	6.02	5	أهداف اجتماعية
1.98	2	00	00	أهداف اقتصادية
1.98	2	00	00	أهداف دينية
1.98	2	1.20	1	أهداف ثقافية
0.99	1	2.40	2	أهداف توعوية
55.44	56	69.87	58	أهداف ترفيهية
100	101	100	83	المجموع

سعت كل من الصحيفتين (النهار الورقية والإلكترونية) إلى تحقيق عنصر الترفيه في نشرهما للأخبار التي تحتوي على قيمة الشهرة وهو ما أشارت إليه نتائج الدراسة (69.87% في صحيفة النهار الورقية، و55.44% في صحيفة النهار الإلكترونية)، والتي تعتبر من أهم الأهداف التي ركزت عليها الصحيفتين في نشرهما للأخبار المتعلقة بالشخصيات خاصة أخبار الرياضيين والفنانين الذين يمثلون فئة لها جماهير واسعة. تليها الأهداف السياسية بنسبة مئوية تقدر بـ20.48% في صحيفة النهار الورقية و27.72% في الصحيفة الإلكترونية للنهار، والغرض منها الحفاظ على الأمن و السيادة الوطنية، تحقيق الاستقرار... الخ. أما باقي الأهداف التي يمكن استخلاصها من الأخبار المشخصة فقد كانت موزعة ما بين الأهداف الدينية، التوعوية، والتثقيفية... الخ. ولم يتم تسجيل اختلافات

فارقة بين الصحيفتين على مستوى الأهداف التي يمكن تحقيقها من خلال الأخبار المشخصة.

جدول رقم (09) فئة الجمهور المستهدف من صحيفتي الدراسة في نشر الاخبار المشخصة

الصحيفة				فئة الجمهور المستهدف
صحيفة النهار الإلكترونية		صحيفة النهار الورقية		
ن م	ك	ن م	ك	تكرار/نسبة مئوية
42.71	44	29.62	24	جمهور عام
57.28	59	70.37	57	جمهور خاص
100	103	100	81	المجموع

توجهت الأخبار المشخصة في صحيفتي الدراسة بصفة أكبر إلى الجمهور الخاص وذلك بنسبة مئوية تقدر بـ70.37% في صحيفة النهار الورقية و57.28% في الصحيفة الإلكترونية، وهي نسب كبيرة مقارنة بالأخبار الموجهة للجمهور العام والتي لم تتجاوز 29.62% في النهار الورقية و42.71% في النهار الإلكترونية، ويعود سبب ذلك إلى أن الأخبار المتعلقة بالشخصيات المشهورة عادة ما تكون موجهة إلى فئة معينة من الجمهور والتي تكون لها ميول في مشاهدتها ومتابعتها أخبارها خاصة ما تعلق منها بالشخصيات الرياضية، الفنانين والمشاهير الشخصيات الدينية مثل الدعاة... الخ.

6- النتائج العامة للدراسة

في ختام هذه الدراسة يمكن أن نوجز النتائج المتوصل إليها من خلال تحليل مضمون قيم الشخصية بين صحيفتي النهار "الورقية والإلكترونية" وفقا لإشكالية الدراسة وكذا أهدافها في النقاط التالية:

-شكلت الأخبار المشخصة حيزا كبيرا من مساحة النشر المعروضة لكل من صحيفة النهار الورقية والإلكترونية مقارنة ببقية الأخبار وهو ما أشارت إليه نتائج الدراسة التي أفضت لوجود اهتمام كبير من طرف كلا الوسيطتين بعرض هذا النوع من الأخبار ولم تختلف صحيفة النهار الورقية عن نظيرتها الإلكترونية في التركيز على نشر الأخبار المشخصة التي بلغت نسبة معتبرة مقارنة ببقية الأنواع الأخرى من الأخبار.

-اعتبرت الأخبار البسيطة أهم الأنواع الإخبارية التي اعتمدت عليها صحيفتي الدراسة في تناول الأخبار المشخصة باعتبارها عادة ما تحمل أنباء جديدة بسيطة عن الشخصيات المشهورة، تصريحات لهم... الخ، والتي لا تحتاج للأخبار المركبة والمعقدة في نقلها.

-أما اللغة التي استعملت بشكل كبير على مستوى كل من الوسيطتين فقد كانت اللغة العربية الفصحى البسيطة السهلة هي اللغة المهيمنة في نقل الأخبار الخاصة بالشخصيات المشهورة أو المؤثرة في المجتمع. ولم تختلف كلتا الوسيطتين عن بعضهما البعض فيما يتعلق بنوع الأخبار المنشورة واللغة المستخدمة.

-أثبتت نتائج الدراسة أن هناك اختلافات موجودة بين الصحيفتين "النهار الورقية والإلكترونية" في مكان عرض المادة الخبرية

التي تحمل قيمة الشخصنة، حيث نجد صحيفة النهار في نسختها الورقية وظفت هذا النوع من الأخبار بنسبة أكبر في أعلى صفحاتها في حين اعتمدت في نسختها الإلكترونية على النشر في موقع أسفل الصفحة، ويرجع ذلك إلى اختلاف طبيعة الإخراجية للوسيلتين.

- اعتماد صحيفتي الدراسة على العنصر التبوغرافي " الصورة " في أخبارهما المشخصة نظرا للأهمية والدور الذي تلعبه المادة المصورة في تدعيم المواضيع وإعطائها أبعادا إضافية لدى القارئ. بالإضافة إلى البعد التائيري الذي تمارسه على مستوى إدراك القارئ

- تركيز صحيفتي الدراسة أكثر على الشخصيات الرياضية في أخبارهما المشخصة مقارنة بشخصيات أخرى

-سعى القائمون بالاتصال من خلال الأخبار المشخصة في الصحيفتين إلى تحقيق جملة من الأهداف أهمها اشباع حاجات الجماهير الخاصة بالترفيه ويتجلى ذلك أكثر من خلال الاهتمام بالأخبار الخاصة بالرياضة والرياضيين، وفي هذا الصدد أشارت "ديانا موتز" أنه من العيب أن نتحدث عن الاختلاف بين الخبر والترفيه في هذا المشهد الإعلامي الحالي لأنه من الصعب جدا أن تحدد أين يبدأ الخبر وينتهي الترفيه والعكس وسوف يبقى الحال هكذا في السنوات القادمة». (ماكومز، 2012، صفحة 33).

- فيما يتعلق بالجمهور المستهدف من قبل الأخبار المشخصة المنشورة على مستوى الصحيفتين، فقد أكدت نتائج الدراسة أنه موجه بالدرجة الأولى إلى الجمهور الخاص باعتبار الشخصيات المشهورة تكون ذات قاعدة جماهيرية معينة ولا يمكن لها أن تؤثر في كافة الجماهير بنفس المستوى والاهتمام نظرا لطبيعة واهتمامات كل فرد، أما الأخبار

المشخصة التي استهدفت جمهورا عاما فقد كانت في أغلبها ذات طابع سياسي عام أو ديني يتعلق بكافة الجماهير.

6. قائمة المراجع

1. البدراني فاضل. (2015). أسس التحرير الصحفي والتلفزيوني والإلكتروني. ط1، 109. الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع.
2. البدراني فاضل محمد حسني. (2014). أسس التحرير الصحفي والتلفزيوني والإلكتروني. ط1، 88-89. عمان الأردن: دار البداية ناشرون وموزعون.
3. انتصار ابراهيم عبد الرزاق وصفد حسام الساموك. (2011). الإعلام الجديد. 93. بغداد العراق: سلسلة مكتبة الإعلام والمجتمع.
4. بن مرسللي أحمد. (2005). مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. ط2، 170. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
5. حافظ علي حافظ أبو عياش. (2008). دولر الصحافة المحلية المطبوعة في التحول الديمقراطي في الضفة الغربية-جريدة القدس نموذجاً 2004-2007-أطروحة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول 6-على درجة الماجستير في التخطيط والتنمية السياسية. 21. نابلس فلسطين: كلية الدراسات العليا جامعة النجاح الوطنية.
6. حداد نبيل. (2002). في الكتابة الصحفية. 179. عمان الأردن: دار الكندي.
7. عاطف عدلي العبد. (2007). بحوث الإعلام والرأي العام وتصميمها وتنفيذها. 46. القاهرة مصر: دار الفكر العربي.
8. عبد الستار جواد. (2001). فن كتابة الأخبار. ط2، 48. عمان الأردن: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
9. عبد اللطيف حمزة. (1956). المدخل في فن التحرير الصحفي. ط4، 152. مصر: دار الفكر العربي.
10. عبد النبي عبد الفتاح. (1989). سوسيولوجيا الخبر الصحفي. 24. القاهرة مصر: العربي للنشر والتوزيع.
11. عظيم كامل الجميلي وثناء إسماعيل العاني. (2012). صناعة الأخبار الصحفية والتلفزيونية. ط1، 46. عمان الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع.
12. فاضل محمد حسني البدراني. (2014). أسس التحرير الصحفي والتلفزيوني والإلكتروني. ط1، 88-89. عمان الأردن: دار البداية للنشر والتوزيع.

13. محمد ذويب عثمان. (2019). لخبر الصحفي والإلكتروني. ط1، 51. عمان الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
14. محمد عبد الحميد. (2009). تحليل المحتوى في بحوث الإعلام. 91. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
15. محمد عبد الحميد والسيد بهنسي. (2004). تأثيرات الصورة الصحفية. ط1، 26. مصر: عالم الكتب.
16. محمد منير حجاب. (2002). أساسيات البحوث العلمية والاجتماعية. القاهرة، مصر: دار الفجر.
17. موريس أنجرس. (2006). منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية. ط2. الجزائر: دار القصبية للنشر والتوزيع.
18. نصر حسني، سناء عبد الرحمن. (2009). الخبر الصحفي-التحرير الصحفي في عصر المعلومات. 77-78. الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي.
19. نواف حازم خالد خليل ابراهيم محمد. (2011). الصحافة الإلكترونية ماهيتها والمسؤولية التقصيرية الناشئة عن نشاطها، جامعة الموصل، العراق: مجلة الشريعة والقانون، العدد46.
20. ماكس ماكومز وآخرون. (2012). ترجمة، محمد صفوت حسن أحمد، الأخبار والرأي العام. ط1، 33. القاهرة، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
21. وثناء عبد الرحمن حسني نصر. (2009). الخبر الصحفي-التحرير الصحفي في عصر المعلومات-. ط2، 77. الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي.
22. يوسف تمار. (2007). تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين. 57. الجزائر: طاكسي-كوم.