

"معالجة الصحافة الأردنية اليومية للشأن الاقتصادي"

دراسة تحليلية

(2008/3/30 – 2007/4/1)

"Handling the Economic issues by Jordanian Daily
Press"

Content Analysis Study

(1/4/2007-30/3/2008)

قدّمت هذه الأطروحة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير

من الطالبة منى عيد أبو جامع

إشراف أ.د حميدة سميسم

جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا

كلية الآداب

قسم الإعلام

يناير 2009

تفويض

أفوض أنا منى محمد عبد الرحمن أبو جامع جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا
بتزويد نسخ من رسالتي للمكتبات والمؤسسات والهيئات والأشخاص عند طلبها لغايات

البحث العلمي

الاسم: منى محمد عبد الرحمن أبو جامع

التوقيع

التاريخ: 2008/1/15

قرار لجنة المناقشة

نوقشت رسالة الطالبة منى عيد أبو جامع، الموسومة:

"معالجة الصحافة الأردنية اليومية للشأن الاقتصادي؛ دراسة تحليلية"

(2007/4/1 – 2008/3/30)

Handling the Economic issues by Jordanian Daily Press

Content Analysis Study

(1/4/2007-30/3/2008)

وقد أجزت بتاريخ

وقد تكونت لجنة المناقشة من الأساتذة المبينة أسماؤهم تالياً:

الاسم

أعضاء لجنة

التوقيع

الأستاذة الدكتورة حميدة مهدي سميسو

رئيساً



الأستاذ الدكتور عصام الموسى

عضواً



الأستاذ الدكتور تيسير أبو عرجة

مناقشاً خارجياً



الدكتور عزت حجاب

مناقشاً خارجياً



الشكر والامتنان

{ الحمد لله الذي هدانا لهذا وما كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله }

إلى والديّ اللذان أمدّقا في الدعاء أطال الله عمرهما

شكري وامتناني إلى القنديل الذي أنار وينير دربي دائما

ويحيطني بنوره ودفئه ويدفعني للأمام أبقاه لي المولى ذخراً ورعاه

شريك حياتي الأستاذ عماد محمد عبد المولى

إلى زهراتي الثلاث بسمه وخالد وأسامة والذين تدفعني فرحتهم

بنجاحي إلى التطلع للمزيد وإكمال الطريق بإذن الله.

إهداء

أهدي هذا العمل إلى شهداء الكلمة والصورة الحرة
إلى دماء الصحفيين والمصورين الأحرار الذين أبوا إلا أن يوصلوا
الحقيقة من أماكن الحروب والصراعات إلى أبصار ومسامع العالم
إلى كل من يعمل منهم على أرض الرباط وإلى شهدائهم على هذه

الأرض

والى كل من يود الاستفادة من هذه الدراسة
ويعتقد أنها يمكن أن تضيف إلى معلوماته
وأن تساعد في تحسين أداؤه
إلى كل صحفي ومحرري الوطن العربي

تمهيد

لكل عصر لغة، ولغة هذا العصر هي المال والإعلام. وإن النجاح في إدارة اقتصاديات الإعلام تستلزم بالضرورة النجاح في إدارة إعلام الاقتصاد، كونه أحد مكونات المنظومة الإعلامية.

وإن كانت الدراسات قليلة نسبياً في الأولى، فهي نادرة في الثانية سواء على مستوى الأردن بشكل خاص أو الوطن العربي بشكل عام. ولأهمية الإعلام الاقتصادي، وبشكل خاص الصحافة المطبوعة ودورها في تنمية ورفاهية الشعوب. وندرة الدراسات التي تعدد شخصية هذه الصحافة وسمايتها ووظائفها ومنهجية عملها تأتي هذه الدراسة لتساهم في وضع إطار عام لهذه الصحافة و لفتح الأنظار للقضايا والمجالات التي تحتاج إلى دراسة وبحث للوصول إلى رسم نهج وتحديد معالم واضحة وثوابت راسخة للصحافة الاقتصادية.

وأشكر في هذا السياق الأستاذة الدكتورة حميدة سميسم حيث أبدت تشجيعها لهذه الدراسة ولم تألوا جهداً في متابعتها وتوجيه العمل فيها والإشراف عليها. والشكر والتقدير لأستاذة الإعلام الدكتور تيسير أبو عرجة والدكتور علي القضاة الذين لم يبخلوا بالنصح والإرشاد في تحكيم استبيانات الدراسة.

والمفانمين على كل من صحيفة "الدستور" و"الرأي" و"الغد" لما أبدوه من تعاون وتشجيع للقيام بأول دراسة تحليلية في الصحافة الأردنية الاقتصادية المتخصصة.

قائمة الملاحق

الموضوع	الصفحة
تعريف بمحتويات الملحق.....	134
ملحق (أ).....	135
نتائج التحليل الإحصائي الكمي لصفحة الدراسة.....	136
ملحق (ب).....	222
نتائج التحليل الإحصائي الكيفي لصفحة الدراسة.....	223
ملحق (ج).....	285
نتائج التحليل الإحصائي لإستطلاع رأي قراء صفحة الدراسة.....	286
ملحق (د).....	305
نموذج لإستمارة تحليل مضمون كمي.....	306
نموذج لإستمارة تحليل مضمون كيفي.....	309
نموذج لإستمارة استطلاع رأي القراء.....	316

قائمة المحتويات

الموضوع	الصفحة
تفويض.....	بج
قرار لجنة المناقشة.....	بم
شكر.....	ك
إهداء.....	هـ
تمهيد.....	و
قائمة الملاحق.....	ز
قائمة المحتويات.....	ح
ملخص الدراسة بالعربية.....	ل
ملخص الدراسة بالانجليزية.....	م
الفصل الأول: مشكلة الدراسة والإجراءات المنهجية.....	
1.....	1
2.....	2
5.....	5
6.....	6
7.....	7

8.....	- مددات الدراسة
9.....	- مصطلحات الدراسة
11.....	- الإسناد النظري للدراسة
15.....	- الدراسات السابقة
20.....	- منهجية الدراسة
27.....	الفصل الثاني: الإعلام والصحافة المتخصصة والاقتصادية
28.....	المبحث الأول: الإعلام المتخصص
28.....	أهميته
29.....	وظائفه ووسائله
30.....	المبحث الثاني: الصحافة المتخصصة
30.....	نشأتها
31.....	مستوياتها
32.....	وظائفها
33.....	المبحث الثالث: الصحافة الاقتصادية
35.....	مفهومها
36.....	مستوياتها
36.....	وظائفها
38.....	المحرر الاقتصادي وسماته
40.....	المادة التحريرية الاقتصادية

41.....	مصادرها
42.....	أشكال معالجتها
44.....	معدلات معالجتها
48.....	المبحث الرابع: الصحافة الأردنية الاقتصادية
50	الفصل الثالث: التعريف بالأساس العملي للدراسة
51.....	المبحث الأول: تحليل المحتوى
52.....	تعريفه وخطواته المنهجية
53.....	فئات ومؤشرات التحليل
67.....	اختبار الصدق والثبات
69.....	المبحث الثاني: استطلاع القراء
69.....	تعريفه وأنواعه
70.....	تصميم صحيفة الاستطلاع
71.....	طرقه
74.....	- المبحث الثالث: المقابلة
74.....	تعريفها
74.....	تنظيمها وأسئلتها
76.....	الفصل الرابع: نتائج التحليل الإحصائي
77.....	المبحث الأول: نتائج التحليل الإحصائي لمضمون الصحف
77.....	نتائج تحليل المضمون الكمي

94.....	نتائج تحليل المضمون الكيفي
108.....	المبحث الثاني: نتائج استطلاع القراء
113.....	المبحث الثالث: نتائج المقابلة
116.....	الفصل الخامس: اختبارات أسئلة الدراسة والتوصيات
117.....	المبحث الأول: اختبارات أسئلة تحليل المضمون
123.....	المبحث الثاني: اختبارات أسئلة استطلاع القراء
124.....	المبحث الثالث : اختبارات أسئلة نتائج المقابلة
125.....	المبحث الرابع: التوصيات
129.....	قائمة المراجع
133.....	ملاحق الدراسة

ملخص الدراسة

تعد الصحافة الاقتصادية من الصحافة المتخصصة الحية والتي تتطلب العديد من المقومات لتقوم بدورها بالدقة والسرعة المطلوبة، ونظراً لأهميتها ولدورها في التنمية الاقتصادية في كافة المجتمعات، جاءت هذه الدراسة بهدف تقييم معالجة وتناول الصحف اليومية الأردنية للشأن الاقتصادي. وهذه الدراسة لا تهدف الى النقد بقدر ما تهدف الى محاولة الوصول الى نقاط الضعف إن وجدت والصعوبات التي تواجهها وتحول دون قيامها بدورها المطلوب، والبحث في طرق حل هذه الصعوبات وتطوير أداء هذه الصحافة . وقد اتبعت الدراسة في سبيل تحقيق هدفها المنهج الوصفي مستخدمة أسلوب تحليل المضمون ومسح القراء. وقد توصلت الدراسة الى العديد من النتائج حول التغطية الكمية والكيفية للصحف اليومية الأردنية للشأن الاقتصادي، ورأي القراء في هذه التغطية. وتمثلت أهم الصعوبات حسب النتائج في ندرة الصحفيين الاقتصاديين المتخصصين وندرة قواعد البيانات الأساسية والمساحة. والتي تم مناقشة أسبابها ونتائجها وقدمت بعض المقترحات لرفع مستوى أدائها، كما تمت التوصية بضرورة القيام بدراسات تبحث في بعض القضايا التي لم يكن بالإمكان التطرق لها في ذات الدراسة. ومن أهم التوصيات؛ ضرورة إعادة ترتيب أجندة الصحف بما يتعلق بما تقدمه للقارئ من هذه المواد الاقتصادية سواء من حيث الكم والكيف وأن لا يكون المحدد في ذلك إمكانيات الصحف إنما التوازن في المصالح، مما يتطلب إعادة هيكلة الإستثمار وإدارة المؤسسة الإعلامية وإعادة هيكلة التوظيف للصحفيين والمحترفين المختصين.

Abstract

Editing the economics in media is a specialized branch of media and therefore requires many elements in order to live up to its role as an accurate and fast paced constituent of everyday life.

Due to the importance of economics journalism' role in economical development in all societies this study was done to address and assess the Jordanian daily newspapers' coverage of the economy. Through this study the challenges faced by the Jordanian press in reporting the economy have been addressed, as well as ways to overcome and prevent such challenges. This study has also researched ways to further develop media economics in the Jordanian press.

In order to achieve a unique approach, this study was done using descriptive content analysis as well as surveying readers. The results of this study unfolded both the quantitative and qualitative aspects of the media coverage of the Jordanian economy, as well as the readers' opinions of this coverage.

The main difficulties faced were in the scarcity of economic specialists and journalists as well as the scarcity of basic data in the field. The causes and consequences of these difficulties have been discussed along with proposals in how to raise the level of performance covering both direct and indirect causes. The points raised address issues that could be further examined and studied further helping the consolidation of the foundation of a sound economic press.

الفصل الأول

مشكلة الدراسة والإجراءات المنهجية

- مقدمة
- مشكلة الدراسة
- هدف الدراسة وأسئلتها
- أهمية الدراسة
- محدودات الدراسة
- مصطلحات الدراسة
- الإطار النظري للدراسة
- الدراسات السابقة
- منهجية الدراسة

المقدمة

يعد الإعلام بكافة وسائله من أهم وسائل التنمية في العصر الحديث. ولم تعد مسألة تأثير الإعلام ودوره على المجتمعات أفراداً ودولاً مثاراً للجدل. بل عكفت الدراسات الإعلامية على بحث أفضل الخيارات المتاحة لإيصال الرسائل الإعلامية المختلفة وبفعالية إلى الجمهور المستهدف. وتساهم وسائل الإعلام في تحقيق التنمية بمجالاتها المختلفة من خلال توفير المعلومة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والدينية والرياضية والعلمية الخ.

ومع اتجاه العالم بكافة قطاعاته ومجالاته نحو التخصص، تزايد الاهتمام بالإعلام المتخصص و'الذي يعد تعبيراً عن التقسيم الاجتماعي للعمل، و يرتبط بدوره بمستوى التطور الحضاري العام للمجتمع، وتطور قوى الإنتاج وعلاقاته، واتساع مجالات المعرفة التي من ضمنها موضوعات المعرفة التي يقدمها الإعلام بشكل عام والصحافة المطبوعة بشكل خاص، والتي ارتبط ظهورها بالاقتصاد والسياسة. عدا عن اتساع الإطار الجغرافي الذي تشملته التغطية الإعلامية.' (خضور، 2005، ص7-11)

ويُعد الإعلام أداة استراتيجية لدفع الاقتصاد وعامل من عوامل التنمية الحقيقية في بلدان العالم كافة حيث يحتل الاقتصاد مكانة كبيرة نظراً لتداخله مع العديد من المجالات فالمعلومة الاقتصادية أساس كل الإنجازات الذي يبني عليها الاقتصاد الوطني.' (أبو العلا، 2007، ص20)

ولكل هذه الأسباب لم يعد الإعلام العام قادراً على تقديم المعالجة المطلوبة ووفق المستوى المطلوب، الأمر الذي دعا إلى ظهور إعلام متخصص 'يستطيع أن يقدم معالجة نوعية تتميز بمستوى من الجدية والعمق والشمولية. دعم ذلك انتشار التعليم واتساع مجالاته وانتشار الثقافة العامة وتنوع حاجات الشرائح المتعلمة والمتقفة ورغباتها. وكانت السياسة من أولى مجالات التخصص ومن ثم ظهرت الصحافة المتخصصة الثقافية والرياضية والبيئية والصحية.' (خضور، مصدر سابق، ص15)

والصحافة المتخصصة الناجحة هي التي تظهر في موعدها وفي مكانها المناسبين بمعنى أنها تظهر في درجة معينة من تطور الحياة في مجالها وغناها ولا تظهر قبل الوصول الى هذا المستوى المحدد لأنها حينها لن يكون هناك قارئٌ ولا مادة تلبي حاجة موضوعية، كما لا تتأخر وتقوت

فرصة أن تكون أول من يصل وأول من يؤثر. وبالنسبة للصحافة الاقتصادية فإنها تظهر في مرحلة من تطور الحياة الاقتصادية في المجتمع تتسم بالتكامل والنضوج. (المصدر نفسه، ص7-11).

ومن أهم عوامل ظهور الإعلام الاقتصادي وتطوره ازدياد ثقل الحياة الاقتصادية وتقدم الموضوع الاقتصادي على سلم الأولويات السياسية والاجتماعية والعسكرية، ومع اتساع الطبقة الوسطى والتي تعد المحرك الرئيسي في المجتمعات، ولأهمية الاقتصاد حاولت هذه الطبقة القيام بدور فاعل ومؤثر في الحياة الاقتصادية إذ أصبح الموضوع الاقتصادي غير قاصر على طبقة دون أخرى وأصبح جماهيرياً يشكل منظومة متكاملة تتضمن ثلاث منظومات رئيسية: المنظومة الصحفية الاقتصادية والمنظومة الإذاعية الاقتصادية والمنظومة التلفزيونية الاقتصادية. (المصدر نفسه، 91-93)

وباعتبار أن المجتمع الأردني قد وصل إلى مرحلة معينة من التكامل والنضوج أصبح معها الإعلام المتخصص ضرورة، كما إن القضايا والأحداث الاقتصادية أصبحت من أهم أولويات المواطنين والقائمين على وضع السياسات الاقتصادية بشكل عام ومعالجة القضايا والأزمات المستجدة بشكل خاص.

وفي هذه المرحلة التي يمر بها الأردن بتغييرات وتحولات تنموية كبيرة كما ونوعاً، إضافة إلى المؤثرات العالمية، لا بد للوسائل الإعلامية الأردنية أن تضطلع بالدور المنتظر منها. لأن التنمية الشاملة والمستدامة التي يسعى الأردن منذ سنوات لتحقيقها في سبيل تحسين المستويات المعيشية للأفراد تتطلب زيادة الوعي بالمعطيات ذات العلاقة لدى كافة أفراد المجتمع بمختلف الأعمار والاهتمامات والتخصصات.

ويعوّل على الصحافة اليومية الأردنية الاقتصادية المساهمة بتحقيق هذا الوعي بوضع القارئ ضمن منظومة الاقتصاد الوطني فهو إما مستهلك، أو مستثمر، أو منتج. فالإعلام الاقتصادي يوفر المعلومات للعامة وللمتخصصين حول الأوضاع الاقتصادية محلياً وعالمياً وتأثيراتها المتوقعة على المدى القريب والبعيد، إضافة إلى فرص الاستثمار المتوفرة ومجالاته وقوانينه وإجراءاته. وفرص العمالة والتشغيل وحركة التبادل التجارية الدولية وتوعية المواطنين بحقوقهم ضد الممارسات المنافية للقانون من احتكار وغش وتهريب وغيره. (عمر، 1997، ص 50-51) ذلك أن 'الصحافة المتخصصة يفترض أن تنجز وظيفتها بصورة أكثر عمقاً في المجال المتخصص إذ يمكن

للخبراء والمختصين الاقتراب من القراء وتقديم ما لديهم من معلومات وخبرة بما يحقق فائدة أكبر وعدم الاقتصار على الذين يلمون إماماً عاماً بالموضوع.‘ (عبد اللطيف، 2004، ص 22)

ونجاح هذا الدور المنتظر من الإعلام المتخصص له محددات ومتطلبات عديدة قد يؤدي عدم توافر بعضها أو عدم ملائمتها لواقع المجتمع الذي تعمل به إلى عدم نجاح أهدافها. ومن أهم هذه المحددات: ‘اهتمامات الجمهور المتلقي والأطر المرجعية الخاصة به، النظم الاجتماعية والسياسية والثقافية والاقتصادية التي يعمل الإعلام في بيئتها، والوسائل الإعلامية ذاتها سواء من حيث إمكانياتها وكوادرها المتخصصة والمتدربة في المجالات الصحفية المختلفة، وقدرة القائمين عليها بالتخطيط الإعلامي ضمن رؤية واضحة لأهداف ومتطلبات كل مرحلة، واستيعاب خصائص كل وسيلة، والرسائل التي تلائمها أكثر من غيرها وفق محددات عديدة، إضافة إلى توافر مصادر المعلومات.‘ (عمر، مصدر سابق ص 41-43)

وعليه فإن تقييم الكيفية التي تتناول فيها الصحافة الاقتصادية الأردنية اليومية الشأن الاقتصادي ومدى قدرتها على أن تكون عنصراً فاعلاً في تحقيق التنمية المستدامة يتطلب النظر إلى هذه المحددات. وقد تم إجراء بعض الدراسات على بعض هذه المحددات من ضمنها دراسة المجلس الأعلى للإعلام لكوادر المؤسسات الإعلامية في الأردن وتدريبها، ودراسة أخرى لهيكلية المحتوى الإعلامي للوسائل. إلا أن هذه الدراسات الكمية رغم أهمية الدلالات التي تشير إليها لا تعد كافية ولا تفي بالغرض.

في حين أن التحليل الكيفي لمضمون المادة الإعلامية الاقتصادية ودراسة حاجات الجمهور المتلقي لهذه الرسالة الإعلامية ورغباته هو الوسيلة للوصول إلى معرفة فعاليتها في أداء ذلك الدور. إضافة إلى ضرورة الإلمام بظروف كل دولة ومعرفة أسباب الأحداث الخاصة بها ومعطياتها. وبمعرفة المزايا والعيوب، وأوجه النقص ومواطن الخلل سواء من حيث التغطية الكمية أو الكيفية للمادة التحريرية. يمكن فيما بعد تقديم الحلول التي ترفع من مستوى الكتابة الاقتصادية بما يساعد القارئ على استيعاب مجريات الأمور واتخاذ القرار السليم.

مشكلة البحث

تكمن مشكلة الدراسة في محاولة معرفة مدى قدرة الصحافة الأردنية اليومية الاقتصادية على القيام بدورها الأساسي والمتمثل في توفير المعلومة - الخبر والتعليق والتقرير والتحقيق والمقال - بما يفسر ويوضح ويوجد الحلول، ويساعد القارئ العادي وليس المتخصص على استيعاب المستجدات والأحداث في كافة المجالات والنشاطات الاقتصادية، مع إعطاء الأولوية النسبية لما تمثله هذه المجالات في الاقتصاد القومي وعدم اهمال أي نشاط مهما بلغ صغر حجمه.

وذلك استناداً للنظرية البنائية الوظيفية التي ترى أنه لاستقرار المجتمعات لا بد للنظم المكونة لهذه المجتمعات القيام بالأنشطة والوظائف الموزعة عليها والتي تعتبر النشاط الإعلامي أحد هذه النظم. ومن خلال هذا المدخل الوظيفي يمكن دراسة التوازن أو الاختلال في تحقيق هذه الوظائف، وعلاقته بالسياسات الإعلامية التي ترسم أهدافاً ووظائف تسعى إلى تحقيقها من خلال آليات الممارسة المهنية. مما يعكس أجندة الوسيلة الإعلامية وترتيبها للوظائف والأفكار التي تسعى إلى نشرها. ودراسة العلاقة بين تحقيق هذه الوظائف والحاجات الأساسية التي يستهدفها جمهور المتلقين. والتي ترسم العلاقة بين استخدام الجمهور لوسائل الإعلام وتلبية هذه الوسائل لحاجاتهم في إطار نظرية الاستخدامات والاشباع. (عبد الحميد، 2004، ص 31-33) 'إضافة إلى معرفة مدى قدرة هذه الصحف على التأثير على قرائها وإقناعهم برسائلها الإعلامية، والمدى الذي يعتمد فيه هؤلاء القراء على هذه الصحف بإعمال نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام. والتي مفادها 'أن قدرة وسائل الإعلام على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز مكثف. وهذا الاحتمال - أي التأثير - سوف تزيد قوته في حال تواجد عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير،' (إسماعيل، 2003، ص 279)

وفي هذه الدراسة يتمثل التغيير في الغموض وعدم دقة المعلومات التي تكتنف النشاط الاقتصادي مثل فرض رسوم أو ضرائب جديدة، أو ارتفاعات في أسعار السلع إلى غيرها من موضوعات تتطلب الإيضاح.

وتعد الأزمة المالية العالمية الحالية أكبر مثلاً على ما نحن بصدد الحديث عنه. إذ أن التذبذبات الحادة في أسعار السلع الأساسية العالمية بصورة غير مبررة والغموض الذي ساد

الأسواق، خاصة وأن الأمر لم يعد خاضعاً لقوى العرض والطلب وتعدى قدرة التدابير والسياسات النقدية والمالية على إيجاد الحلول أو التخفيف من وطأة الأزمة. بل وصل حد مطالبة الكثيرين بتغيير في النظريات والمبادئ التي اتبعتها اقتصاديات الدول المختلفة.

واقترنت الصحافة الاقتصادية الأردنية في بداية الأزمة على طمأننة المودعين أولاً، وكافة قطاعاتها الاقتصادية ثانياً. موضحة الكيفية التي يجب التعامل بها للخروج من هذه الأزمة بأقل الخسائر. تماماً كما الإرشادات التي يُعرّف بها المواطنين في حال حدوث زلزال وأهمها الهدوء والتصرف بحكمة. لأن التسرع في اتخاذ القرار دون أن تبنى تلك القرارات على حقائق علمية حيث تسود الشائعات والمضاربات في مثل هذه الأزمات يؤدي إلى خسارات متتالية لأن الاقتصاد عبارة عن سلسلة من الحلقات المتداخلة يصعب فصل ما يحدث في قطاع عن قطاعٍ آخر. وتفاوتت الأهمية النسبية التي حظيت بها الأزمة في تغطية الوسائل الإعلامية المختلفة منذ بداية 2007 مع بروز أزمة الرهن العقاري، وتم الإشارة لها في الصحافة المطبوعة الأردنية اليومية من خلال ورود أنباء عن خسارة بنك ما في أمريكا أو أوروبا أو إفلاس شركة مالية كبيرة. إذ تخصص معظم هذه الصحف جزءاً من مساحة صفحاتها لأخبار الوكالات الأجنبية وجزءاً عن أخبار الاقتصاد العالمي. ورغم أن هدف الدراسة ليس بحث هذه الأزمة ولكن معرفة واقع الصحافة الأردنية الاقتصادية والكيفية التي تتناول بها الشأن الاقتصادي وتعالجه من خلال تحليل مضمونها يمكننا من الوقوف على ملامح هذه الصحافة وأجندتها وأولوياتها وكيفية تناولها لما يطرأ من مستجدات مثال هذه الأزمة.

أهداف الدراسة وأسئلتها

تسعى هذه الدراسة لتقييم معالجة الصحافة اليومية للشأن الاقتصادي بشكل عام. وصولاً إلى مدى مواظمتها لمتطلبات مراحل التطور والتغير التي يمر بها الأردن. وذلك من خلال الإجابة على السؤال الرئيسي: ما هي المعالجة الصحافية اليومية للشأن الاقتصادي؟ ويتفرع إلى:

1- ما هي المحددات الأساسية لكتابة الصحافة الاقتصادية، وما مدى توافرها في الصحافة

اليومية الأردنية؟

2- ما هي أولويات المعالجة للقطاعات والمجالات الاقتصادية المختلفة في الصحافة اليومية الأردنية؟

3- ما هي خصائص قراء هذه الصحافة، فئاتهم، مستوى تعليمهم، مهنتهم، دوافعهم، تقييمهم ومدى إشباعها لحاجاتهم؟

4- مدى موازنة مستوى الكتابة الصحفية الاقتصادية وتوافر محدداتها في أولاً، مع أولويات المعالجة للقطاعات في ثانياً، ومتطلبات الجمهور وتقييمهم لأداء الصحف في ثالثاً؟

أهمية الدراسة

تعد الدراسات الأكاديمية المتعمقة في الصحافة المتخصصة بشكل عام والاقتصادية بشكل خاص قليلة نسبياً. وهي إن وجدت تتناول التحليل الهيكلي لمضمون الصحف وتفضيلات القراء دون التطرق للتحليل الكيفي لمحتوى المادة الصحفية الاقتصادية وتقييم أداء هذا المحتوى من حيث توافر المحددات الأساسية وإشباع حاجات القراء.

ومع تداخل العديد من الأمور التي تؤثر على هذا الأداء، سواء إمكانات الصحف وكوادرها، أو رغبات المعلنين، أو السياسات العامة للصحيفة وللقائمين عليها، نقول مع هذا التداخل قد لا تصل الرسالة الإعلامية للقارئ كما يفترض أن تصل إليه. والمعيار هنا هو القارئ نفسه من خلال المسح الميداني. إضافة إلى ما سنتوصل إليه الدراسة من نتائج التحليل الكيفي للمحتوى. ومن خلال أعمال نظريات الاتصال ذات العلاقة يمكننا الوصول إلى الأجندة التي تعمل من خلالها هذه الصحف. وتحديد أولوياتها من بين تنقيف الجمهور وتزويده بالمعلومات اللازمة ومن ثم العمل ضمن منظومة التنمية الاقتصادية الشاملة والمستدامة، أم مصلحة المعلن ومن ثم ربحية المؤسسة الإعلامية... إلخ وأياً كانت الأجندة تسعى الدراسة للمشاركة في وضع أساسيات للكتابة الصحفية الاقتصادية. ومقارنة ما هو كائن بما يجب أن يكون. للوقوف على الخلل إن وجد ومحاولة إيجاد قاعدة للصحفي تسهم في التطوير النوعي لهذه الكتابة. وقد ذكر (جراهام واتس) في مقالته "قد يكون اقتصاد.. لكنه لا يزال صحافة" خلال حديثه عن أهمية الصحافة الاقتصادية "يمكن إيجاد مادة اقتصادية مفيدة وتجذب القارئ وفي ذات الوقت هي موضوعية ودقيقة"

(<http://www2.gsb.columbia.edu/ipd>)

ولا يتوقف ذلك على كيفية الكتابة وإنما على المصادر التي يستقي منها الصحفي مادته والجمهور الذي سيوجه إليه الرسالة الإعلامية. بمعنى النظر إلى الموضوع بشكل متكامل مرسل ورسالة ومستقبل.

محددات الدراسة

المحددات الزمنية: تغطي الدراسة الفترة من 2007/4/1 – 2008/3/30.

المحددات المكانية: ستطبق الدراسة على المجتمع الأردني، وتم اختيار عينة احتمالية طبقية من مجتمع العاصمة عمان.

مصطلحات الدراسة

فيما يلي تعريف للمصطلحات الأساسية الواردة في الدراسة. وهذه التعريفات بعضها بنائية وأخرى وظيفية. وبعضها الآخر إجرائية بما يخدم الهدف من استخدام المصطلح في هذه الدراسة.

الصحافة المتخصصة

هي الصحافة التي تعنى بجانب واحد من اهتمامات القراء في التطلع نحو المعرفة والاستزادة منها. ولها عدة مستويات والمستوى الذي يعنينا في هذه الدراسة هو الذي يوجد في الصفحات اليومية العامة والمجلات الأسبوعية العامة. وهذه الصفحات موجهة للقارئ العادي الذي غالباً ما يحصل على ثقافته من خلال ما تنشره الصحف اليومية والأسبوعية من معلومات حول مجالات النشاط الإنساني المتعددة كالسياسة والاقتصاد والاجتماع والأدب والعلم والفكر والدين. وقد أصبحت هذه المعلومات التي تنشرها الصفحات المتخصصة تشكل جوهر الثقافة العامة التي يحصل عليها المواطن العادي للقارئ للصحف (شفيق، 2005، ص31).

الصحفي المتخصص

هو الصحفي الذي يقوم بالكتابة أو تحرير الموضوعات الصحفية التي تستهدف جمهوراً متخصصاً أو تلبي احتياجات خاصة للقارئ العام، سواء كانت هذه الموضوعات تصدر في صفحة متخصصة في صحيفة عامة أو في صحيفة أو مجلة متخصصة (ابراهيم، 2001، ص14).

الصحافة الاقتصادية

هي تلك الصحافة التي تهتم بالمضمون الاقتصادي بكل قضاياها الرئيسية والفرعية، وتركز عليه بشكل مباشر، وعلى تأثيراته المختلفة على جوانب الحياة المتعددة ولها عدة مستويات. وما يعنينا في هذه الدراسة هو المستوى المتمثل في الأبواب أو الصفحات الاقتصادية في الصحف العامة مثل الصحف اليومية والأسبوعية والمجلات العامة (المصدر نفسه، ص 275).

الشأن الاقتصادي

يعرف الباحث الشأن الاقتصادي إجرائياً بأنه بكافة النشاطات والأعمال ذات العلاقة بالاقتصاد والمال سواء كان ضمن النشاط الاسمي أو الحقيقي، وفي المجالات المختلفة من صناعة، عقار، نقل، تكنولوجيا المعلومات، اتصالات، بنوك ومصارف، زراعة، وخدمات... شاملاً نشاط القطاع الخاص والحكومي، والأنشطة ذات الطابع الاقتصادي التي تقوم بها الهيئات والمنظمات المدنية والمؤسسات الخيرية. والمنشآت والمؤتمرات والندوات ذات العلاقة، والتشريعات والقوانين وما يتصل بها من فرض رسوم وضرائب سواء كان النشاط محلياً أو إقليمياً أو عالمياً.

محددات الكتابة للصحافة الاقتصادية

ويعرفها الباحث إجرائياً بأنها المعايير والعناصر الواجب توافرها في المادة التحريرية الاقتصادية والتي يمكن من خلالها تحقيق الهدف والوظيفة من الرسائل الإعلامية والمتمثل أهمها في هذا المجال في التفسير والشرح إضافة إلى الإخبار مما يؤدي على المدى الطويل إلى تثقيف الأفراد في المجتمع بالمعطيات الاقتصادية، والاستفادة من المعلومات الواردة بالرسائل الإعلامية في تحسين حياة الأفراد والمجتمعات وتطويرها.

وبعض هذه المعايير هي معايير عامة لكتابة أي مادة صحفية أياً كان مجالها وتكون أكثر أهمية وعمقاً في حال الصحافة المتخصصة. وعدم تواجدها بالدقة والصحة الكافية يؤثر بشكل أكبر في حال كانت المادة اقتصادية عن لو كانت المادة تخدم مجالاً آخر.

معالجة الصحافة للشأن الاقتصادي

يقصد الباحث بالمعالجة الكيفية التي تتناول بها الصحافة اليومية الأردنية الأخبار والقضايا الاقتصادية بما يحقق هدفها الأساسي. وهذه الكيفية تعني البحث في العديد من الأمور التي تبين الأهمية النسبية المعطاة من الصحف للعديد من المعطيات. كأولوية القطاعات التي تنشر المواد ذات العلاقة بها، والمجالات المتعددة، والمصادر الصحفية التي تعتمد عليها في توفير هذه المواد، ومدى توافر محددات وأساسيات العمل الصحفي الاقتصادي.

الإسناد النظري للدراسة

يتفق معظم الباحثين في مجال الاتصال والإعلام على وجود دور لوسائل الإعلام في التأثير على جماهيرها، مع اختلاف في درجة التأثير وعمقه والتي تتأثر بالعديد من العوامل الوسيطة والظروف المحيطة. وعكف الباحثون على إجراء التجارب والدراسات في محاولة لتفسير أسباب هذا التأثير وقوته.. إلى غيرها من أمور تتعلق بالوسيلة الإعلامية أو الجمهور المتلقي أو الرسالة ذاتها ووضع الفرضيات واختبارها للوصول الى نظريات يجري تعميمها على الحالات المماثلة في الظروف المماثلة.

وتمكن هذه النظريات القائمين بالاتصال من تصميم رسائل أكثر فاعلية وتأثيراً باستخدام الوسائل المناسبة في التوقيت المناسب (ابو اصبح، 2006، ص121).

وتعمل هذه النظريات جميعها على أقطاب العملية الاتصالية الرئيسية المرسل والرسالة والمستقبل.

حيث أن موضوع الدراسة يتركز في تقييم أداء الصحف اليومية الأردنية في معالجتها للشأن الاقتصادي من خلال تحليل مضمون الرسالة الإعلامية ذاتها ومسح رأي الجمهور عن هذا الأداء. فإن أكثر النظريات التي تساعد الباحث في هذا الشأن هي نظريات ترتيب الأجنحة والاعتماد على وسائل الإعلام ونموذج الاستخدام والأشباع.

أولاً: نظرية ترتيب الأجنحة

يتركز مفهوم هذه النظرية بأن 'هناك علاقة وثيقة بين الطريقة التي تعرض بها وسائل الإعلام الإخبارية الموضوعات، وبين ترتيب أهمية هذه الموضوعات كما يراها الذين يتابعون الأخبار. وأن العلاقة إيجابية بين ترتيب أولويات الوسيلة الإعلامية وأولويات اهتمامات الجمهور. فمدى اهتمام الصحيفة بقضايا معينة وإبرازها والتركيز عليها شكلاً ومضموناً تتوقع الصحيفة أن تكون تلك القضايا في مقدمة اهتمامات الجمهور نتيجة لقراءته الصحيفة.' (اسماعيل، مصدر سابق، ص 272)

وتقوم بحوث الأجنحة بشكل عام ببحث العلاقة الارتباطية بين الترتيب الناتج لمفردات المحتوى من خلال التحليل والترتيب الذي يقدمه الجمهور من وجهة نظره من خلال الإجراءات

المنهجية للمسح. أخذة في الاعتبار العوامل والتغيرات الأخرى المؤثرة على هذا الترتيب والتي تشمل كما حددها (ماكوم) في كتاب محمود اسماعيل (المصدر نفسه، ص 274) 'عوامل متعلقة بالفرد تتضمن مستوى التعرض لوسائل الإعلام، واتجاهات الفرد، معدل النقاشات الشخصية والتكيف مع الظروف المحيط، والتوجه السياسي. أما العوامل المتعلقة بالوسيلة فتشمل طبيعة القضايا المطروحة، مستوى تغطية وسائل الاتصال، ونوع الوسائل وطبيعة النظام السياسي.'

ويتحدث (ماكومبس) و(شو) في كتاب الاتصال والإعلام (أبو إصبع، مصدر سابق، ص 147) حول دور الجمهور في ترتيب الأولويات "بينما تلعب وسائل الإعلام دوراً رئيسياً في تحديد القضايا العامة اليومية، إلا أنها ليست - كلياً - المحددة لأولويات أجندة الجمهور، إذ أن هناك تفاعلاً بين الصحافة ومصادرها التي تؤثر على أولويات أجندة الصحافة، وأهم من هذا وجود التفاعلات بين الصحافة والجمهور التي تؤثر على ما هو مقبول باعتباره أولويات أجندة الجمهور."

وهذا ما يتضح تماماً في حال المواد التحريرية الاقتصادية فالوسيلة تحدد أجندة الجمهور أخذة في الاعتبار رغبات مصادرها ومتطلباتها سواء كانوا معلنين (شركات خاصة) أو جهات حكومية... إلى غيرهم من مصادر الصحيفة. وفي الوقت ذاته فإن جمهور الصحافة الاقتصادية له دور في تحديد ما تنتجه الصحيفة من مواد ويتوقف ذلك الدور على قوة التفاعل بين الصحيفة وقرائها.

ثانياً: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

تقوم هذه النظرية 'على أساس وجود علاقة قوية بين الجمهور والإعلام والنظام الاجتماعي إذ يعتمد الجمهور على وسائل الإعلام لتزويده بالمعلومات التي تلبى حاجاته وتساعد في تحقيق هذه الاحتياجات من خلال تحقيق ثلاثة تأثيرات: معرفية، وعاطفية، وسلوكية. إذ أن ما يشعر به الفرد من غموض تجاه بعض القضايا يدفعه إلى البحث عن معلومات جديدة تليها وسائل الإعلام عادة. وفي المرحلة الثانية تتشكل المواقف وفيها تلعب العوامل الوسيطة والانتقائية دوراً مهماً تجاه قضية ما. ثم يبدأ الإعلام من خلال التخطيط المدروس لطرح القضايا بدفع الأفراد إلى اختيار المعلومات وتحليلها بالشكل الذي يناسب احتياجاتهم النفسية والاجتماعية. ومن ثم التأثير على المخزون المعرفي لديهم وتحديد مواقفهم النهائية من المواضيع المختلفة.' (الموسى، 2003، ص 164)

ويعتبر بسيوني حمادة نقلاً عن محمود اسماعيل (اسماعيل، مصدر سابق، ص 282) إن هذه النظرية هي شاملة إذ تقدم نظرة كلية للعلاقة بين الاتصال والرأي العام. وتتجنب الأسئلة البسيطة عما إذا كانت وسائل الاتصال لها تأثير كبير على المجتمع. وأهم ما أضافته هذه النظرية أن المجتمع يؤثر في وسائل الاتصال، إذ تعكس النظرية الميل العلمي السائد في العلوم الاجتماعية الحديثة للنظر إلى الحياة كمنظومة مركبة من العناصر المتفاعلة وليست مجرد نماذج منفصلة من الأسباب والنتائج.

وبمعنى آخر فإن قدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف، وهذا الاحتمال يزيد في فترات الصراع والتغيير. إضافة إلى أن فكرة تغيير سلوك الجمهور ومعارفه ووجدانه يمكن أن تصبح تأثيراً مرتداً لتغيير كل من المجتمع ووسائل الاتصال. وهذا ما يفسر العلاقة الثلاثية بين وسائل الاتصال والجمهور والمجتمع. وهذه النظرية ستساعد الباحث في مسح آراء الجمهور ومعرفة الحاجات والمتطلبات التي يسعى لإشباعها من المادة الصحفية الاقتصادية وهل استطاعت الصحف تحقيق ذلك؟ وتأثير جمهور القراء على الصحيفة وعلى المجتمع نتيجة تلك الرسائل الإعلامية. لهذا رأينا أن هذه النظرية ستعطي مفهوماً أشمل خلال مسح القراء وربطه بتحليل المضمون.

ثالثاً: نظرية الاستخدام والإشباع

يفسر اليهو كاتز ورفاقه هذه النظرية في كتاب صالح أبو اصبع (أبو اصبع، مصدر سابق، ص 142-143) من مدخل أن المتلقي هو محور التركيز في العملية الاتصالية وهو يستخدم وسائل الاتصال كاستجابة منه لتحقيق حاجات يسعى إليها مثل الاسترخاء وقضاء الوقت والترفيه. فالمتلقي عنصر فعال ويفترض بأنه المستهدف لكن تضع هذه النظرية قيوداً على التأثير المباشر لمضمون وسائل الإعلام على المواقف والسلوك فهو أي المتلقي يستخدم تلك الوسائل لتحقيق إشباعاته لديه تبعاً لظروفه الاجتماعية والنفسية. كما يجب على وسائل الإعلام أن تأخذ في حسابها تلك الوسائل البديلة التي تنافسها في عملية الإشباع لدى الأفراد.

وقد تختلف الاشباعات للحاجات المختلفة باختلاف الوسيلة وباختلاف الحاجة فاحتياجات التسلية يمكن اشباعها من أي وسيلة، فيما احتياجات المعرفة والمعرفة المتخصصة تحديداً وهو مجال دراستنا يحتاج إلى اختيار. وهذا الاختيار له مبررات ودوافع سنتعرف عليها من خلال استطلاع رأي القراء حول المجالات الاقتصادية التي يتابعونها في الصحف التي يختارون مطالعتها وتقييمهم لأداء هذه الصحف. كما إن تزامن الأزمة المالية العالمية مع وقت إجراء الدراسة ربما يمكننا من التعرف بشكل أعمق على المدى الذي تحققه هذه الصحف من اشباع للقارئ من المعرفة المتخصصة ومدى اعتماده على وسائل الإعلام والكيفية التي واجهت بها هذه الصحافة الأزمة وهو ما يعرف بإعلام الأزمات. حيث يرى مكاي (مكاي، 2005، ص146) 'أن التطور الاقتصادي الذي شهده القرن العشرين واندماج المؤسسات والشركات في كيانات عملاقة حتمّ عليها استحداث أساليب اتصالية تواكب انفتاح الأسواق العالمية، تتيح تدفق المعلومات وتبادلها بشكل فوري، وقد واجهت هذه المنظمات الرغبة في تزويد وسائل الإعلام بالمعلومات بسرعة ودون أن تكون مغلوبة أو غير متكاملة نتيجة وجود الفروع في أماكن متفرقة من العالم إذ أن حجب المعلومات يؤدي إلى فقدان ثقة المستثمرين ومن ثم تأثر أسعار الأسهم هبوطاً مما يضاعف آثار الأزمة.' ولوسائل الإعلام أهمية حينها في السيطرة على الشائعات والتي يكون لها تداعيات سلبية وهذا ما حدث في الأزمة المالية الحالية.

الدراسات السابقة

مع تزايد الاهتمام بالصحافة المتخصصة ظهرت عدة دراسات تناولت المعالجة الصحفية لكثير من المجالات مثل البيئة والرياضة والطفل والمرأة وأخبار الجريمة والحوادث... إلا أن المجال الاقتصادي ورغم أهميته لم ينل نصيباً من هذه الدراسات يتناسب مع تلك الأهمية وتأثيره في المجتمعات. وقد تناولت هذه الدراسات تحليل المضمون الهيكلي للصحف بشكل عام، أو تحليل العمليات الإدراكية لدى القراء تجاه الفنون الصحفية والمجالات المختلفة ومن ضمنها المجال الاقتصادي. فيما خلت من التحليل الكيفي لمضمون المادة الاقتصادية.

فرغم أهمية الدلالات والنتائج التي يشير إليها التحليل الهيكلي أو الكمي، إلا أن الفائدة لا تكتمل إلا بالتحليل الكيفي إذ يفيد في تحسين الأداء والتطور العملي في الكتابة للصحافة الاقتصادية، ومع محدودية هذه الدراسات حاول الباحث الاطلاع على الدراسات ذات الصلة من حيث معالجة الصحافة المتخصصة ومنها:

- المسألة الصحية في الصحف السورية، صحيفة تشرين أنموذجاً.
- تغطية الصحف العربية اليومية للمشاكل البيئية.
- مكانة البيئة في الإعلام، أنموذج الصحافة الأردنية.
- دور الصحافة الليبية المحلية في التوعية بقضايا التنمية البشرية، دراسة مسحية للمضمون، الجمهور، والقائم بالاتصال للفترة (2004-2005) ومن نتائج الدراسة مايلي:
 - 1- ركزت الصحف الليبية المحلية على استخدام الأشكال الصحفية لمواد الرأي بالدرجة الأولى في معالجتها لقضايا التنمية البشرية ومؤشراتها، والأشكال الإخبارية بالدرجة الثانية، يليها الأشكال الخدمية، الأشكال الاستقصائية، فالمصورة، وأخيراً الأشكال الصحفية للتسلية.
 - 2- إن أكثر كتاب قضايا التنمية في الصحف هم المحرر ورئيس التحرير ومسؤول رسمي وهم غير متخصصين في قضايا التنمية البشرية.
 - 3- أن السبب الأول وراء قراءة المبحوثين للصحف الليبية هو فهم ما يجري في المجتمع المحلي وزيادة ثقافتهم بقضاياهم ويليه اكتساب الخبرات والمعارف.إن نسبة كبيرة من المبحوثين يستفيدون من المواد المنشورة عن قضايا التنمية.

4- معظم القائمين بالاتصال جاء تعيينهم بالصحف من الجهات المختصة بناء على رغبتهم الشخصية وأن الاحترام والتقدير الأدبي من أهم أسباب الرضا الوظيفي.

5- حرص القائم بالاتصال على نشر قضايا التنمية البشرية رغم اختلافها مع اهتمامات الجمهور.

أما الدراسات الخاصة بمعالجة الشأن الاقتصادي فقد تناولت الموضوع ضمن معالجة الصحف وتغطيتها للمواضيع المختلفة بشكل عام، اعتماداً على التحليل الهيكلي، أو من خلال دراسة عوامل التفضيل لدى القراء تجاه أشكال القوالب أو المجالات المختلفة، ومنها الاقتصادية.

فيما يظهر اهتمام الجهات الأكاديمية الأجنبية بالصحافة الاقتصادية من خلال الندوات والمحاضرات وأوراق العمل المقدمة في حلقات النقاش التي تدور حول كيفية الكتابة للصحافة الاقتصادية إذ تركز على الجانب العملي وتدريب الصحفيين على تغطية الأحداث والقضايا الاقتصادية في المواقع المختلفة.

ونذكر فيما يلي تلخيصاً لأهم الدراسات العربية ذات العلاقة:

أولاً: دراسة علي أسامة عبد الرحيم (2003) بعنوان "فنون الكتابة الصحفية والعمليات الإدراكية لدى القراء". وقد تناولت الدراسة عوامل الاهتمام والتفضيل والعمليات الإدراكية وعلاقتها بالفنون الصحفية والموضوعات المختلفة ومن بينها الموضوعات الاقتصادية، مستخدمة المنهج الوصفي واعتمدت المسح بنوعيه الوصفي والتحليلي على أربعمئة مفردة من المجتمع المصري ومن نتائج الدراسة:

1- أن فن الخبر يأتي في مقدمة الفنون الصحفية التي يفضلها القراء في الموضوعات الاقتصادية وذلك بنسبة 46.8 بالمائة (وفق مقياس دائماً)، ويأتي الحديث في المرتبة الثانية بنسبة 32.3 بالمائة وفسر ذلك بأن الموضوعات الاقتصادية من الموضوعات الصعبة التي تحتاج في إدراكها وفهمها إلى أن توضع في شكل سؤال وجواب، ويتم تبسيطها من خلال إحدى الشخصيات المتخصصة. يليه التحقيق بنسبة 31.5 بالمائة، ومن ثم التقرير بنسبة 26.3 بالمائة والمقال بنسبة 22.3 بالمائة. ومن النتائج التفصيلية ارتفعت نسبة تفضيل الإناث لفن الخبر الاقتصادي (بنسبة 50

بالمائة) عن الذكور (بنسبة 43 بالمائة). فيما يفضل الذكور الفنون الصحفية الأخرى بنسب أعلى من الإناث.

2- أكدت النتائج الخاصة بتفضيل الجمهور للفنون الصحفية في الموضوعات الاقتصادية على ارتباط الجمهور بالموضوعات. وانعكاس تفضيل الموضوع على تفصيل الأشكال الصحفية التي تعرضه به. فحينما يتم تفضيل الموضوع بدرجة كبيرة تزداد درجة تفضيل الأشكال الصحفية التي تؤدي وظيفة تحليل الأحداث بشكل أكثر عمقاً.

3- أن تفضيل المبحوثين لفن الخبر الاقتصادي بنسبة أكبر من الفنون الأخرى ترجع إلى الأسباب التالية:

معرفة القضايا الاقتصادية من مصادر أخرى، وأن إخراج الصفحة الاقتصادية غير جذاب. وعدم وجود وقت لقراءة القوالب الصحفية الأخرى، والاكتفاء بالخبر لأنه يلبي الحاجة في المعرفة الاقتصادية. كما اتضح أن المتخصصين في الاقتصاد يقرؤون كل ما يقدم في صفحة الاقتصاد من فنون صحفية.

4- احتلت المعاني الاقتصادية المرتبة الأولى في إدراك الجمهور بنسبة 90.75 بالمائة. وقد فسرت هذه النتيجة غير المتوقعة من قبل الباحث بتكرار هذه المعاني والمفاهيم في وسائل الإعلام المختلفة، وأن طبيعة جمهور الدراسة من ذوي التعليم العالي كما أن المشكلة الأساسية في مصر هي المشكلة الاقتصادية.

5- توجد علاقة ارتباطيه وقوية بين تفضيل الفنون الصحفية وبعضها البعض في الموضوعات الاقتصادية.

ثانياً: دراسة المجلس الأعلى للإعلام (2005) بعنوان "تحليل المضمون الهيكلي للصحف اليومية الأردنية ووكالة الأنباء الأردنية بتر". تناولت الدراسة تحليل المضمون الهيكلي لسبعة صحف يومية أردنية (87 عدد)، إضافة إلى وكالة بتر خلال الفترة 2005/6/15 إلى الفترة 2005/9/15. ومن ضمن نتائج الدراسة مايلي:

1- ارتفاع نسبة التغطية للشأن الاقتصادي المحلي (58 بالمائة) مقارنة بالشأن العربي والدولي. وتتفاوت هذه النسبة من صحيفة إلى أخرى فهي تتراوح في بعضها 76.08 بالمائة، وبعضها الآخر 19,81 بالمائة. يليها الشأن الاقتصادي الدولي فالعربي.

2- أن الموضوعات الاقتصادية التي توردها الصحف تعتمد على مراسليها كمصدر بنسبة 15 بالمائة، وعلى وكالة بئرا بنسبة 12 بالمائة. مع اختلافات بين صحيفة وأخرى. أما الاعتماد على وكالات الأنباء العربية فقد كان متدنياً إلى نسبة 0.68 بالمائة. فيما الاعتماد على وكالات الأنباء الدولية كان بنسبة 22.17 بالمائة. وتوزعت بقية النسب على المصادر الأخرى.

3- أما بالنسبة إلى أشكال الفنون الصحفية فقد استحوذ الخبر على 32.88 بالمائة من إجمالي الفنون التي غطت المادة الاقتصادية. والتقارير بنسبة 25,29 بالمائة. فيما كانت نسبة المقابلات الاقتصادية مع خبراء أو مسؤولين اقتصاديين في كافة الصحف 1,40 بالمائة. وقد خلت ثلاث صحف من هذه المقابلات خلواً تماماً خلال فترة الدراسة. بينما النشرات الثابتة الخاصة بأسعار العملات والبورصات فقد مثلت ما نسبته 25,29 بالمائة. أما الدراسات والترجمات فقد بلغت 2,47 بالمائة من إجمالي الموضوعات الاقتصادية وخلت ثلاث صحف تماماً من هذه الدراسات.

4- أما فيما يتعلق بوكالة الأنباء الأردنية فقد احتلت الموضوعات الاقتصادية المرتبة الثالثة بنسبة 16.31 بالمائة بعد الاجتماعية والسياسية. مركزة على المجال المحلي بنسبة 73.48 بالمائة.

5- وأما من حيث القالب الصحفي فقد طغى الخبر على المادة الاقتصادية مع انعدام أشكال الفنون الأخرى.

6- من حيث المصدر اعتمدت الأخبار الاقتصادية على 13.01 بالمائة على مراسليها بينما توزعت النسب الباقية على الوكالات والإنترنت والفضائيات إلى غيرها من وسائل.

ثالثاً: دراسة المجلس الأعلى للإعلام "تحليل المضمون الهيكلي للصحف الأسبوعية الأردنية" للفترة (2005/12/18 - 2006/12/18) وقد استخدمت الدراسة منهجية البحث ذاته المستخدمة في الدراسة الخاصة بتحليل المضمون الهيكلي للصحف اليومية. وكان من نتائجها مايلي:

1- مثل الشأن الاقتصادي ما نسبته 7,61 بالمائة من اجمالي مساحة الصحف الخاضعة للدراسة. واحتل الشأن الاقتصادي المحلي المرتبة الأولى (59,11 بالمائة) مقارنة بالشأن الاقتصادي العربي والعالمي. وكان معدوما تماما في بعض الصحف.

2- تغلبت الأخبار على القوالب الصحفية الأخرى كما في الصحف اليومية وذلك بنسبة 37,17 بالمائة. تليها التحقيقات بنسبة 9,67 بالمائة. فالمقالات 9,61 بالمائة. والأحاديث 5,19 بالمائة.

3- لم تحدد الصحف الأسبوعية مصدرها في 47,03 بالمائة من الموضوعات الاقتصادية. فيما حددت المحرر كمصدر بنسبة 20,45 بالمائة. والمراسل بنسبة 10,36 بالمائة. وتدنّت نسبة الاعتماد على بترإ إلى 1.71 بالمائة. والوكالات العربية 0.03 بالمائة. ووكالات الأنباء الدولية 0,92 بالمائة.

رابعاً: دراسة المجلس الأعلى للإعلام بعنوان "الاحتياجات الخاصة في القطاع الإعلامي الأردني" في شباط 2007 وكان من نتائج الدراسة ما يلي:

مثل مجال الصحافة المتخصصة ما نسبته 17,24 بالمائة من اجمالي المجالات التي عقدت دورات تدريبية خاصة بها وعددها 26 مجالاً. ولم تفصح الدراسة عن مجالات التخصص. وإن كانت هذه النسبة تعطي انطباعاً بزيادة الاهتمام بمسألة التخصص من قبل الصحيفة. فيما لم يطالب الصحفيون بدورات في هذا المجال سوى بنسبة 5,5 بالمائة من اجمالي مواضيع الدورات الأخرى. ورأى 3,64 بالمائة من مدراء تحرير الصحف ورؤسائها حاجة محرريهم وصحفيهم إلى دورات في هذا المجال.

ونستخلص من نتائج هذه الدراسات ما يلي:

ر

-1

غم فائدة هذه الدراسات التي تعتمد على التحليل الهيكلي في إعطاء دلالات معينة للباحث إذ تمثل قاعدة للبحث الكيفي. إلا أنها لم تناقش النتائج التي توصلت إليها للوقوف على الأسباب أو تقديم الحلول. على سبيل المثال ارتفاع بنسبة الأخبار التي لم يتم تحديد مصدرها. هذا الأمر له دلالات

كثيرة لدى القارئ ومؤثر على مصداقيتها. كذلك الأمر بالنسبة لتدني نسبة المعالجة للمواضيع الاقتصادية (7,61 بالمائة) بالنسبة لاجمالي مساحة الصحف الأسبوعية، والتي يفترض أن يكون فيها مساحة أكبر للتفسير والتحليل والتعليق والشرح حول الأحداث والقضايا الاقتصادية اليومية، وانخفاض نسبة القوالب الصحفية التي تعنى بهذا التفسير وسيطرة الخبر سواء في الصحافة اليومية أو الأسبوعية. وتدني نسبة معالجة الشأن الاقتصادي العربي والمحلي، بل خلو بعضها من هذه المعالجة تماماً. إذ لا يمكن قبول هذا مع التطور والنمو في الاقتصاد الذي يشمل اتفاقيات ومؤتمرات وحركات رؤوس أموال وسلع بين الأردن ودول العالم، فحركة الاقتصاد ليست محلية فقط. وهذا ما يعني عدم وجود سياسة مرسومة وأهداف وخطط واضحة لهذه الصحف تجاه هذا الشأن. كما أنها لم تعالج التغطية للقطاعات الاقتصادية المختلفة داخل الدولة لمعرفة أوجه النشاط والاستثمار والعمالة وما تعطيه من مدلولات.

وعليه ستبحث هذه الدراسة كافة النتائج التي يتم التوصل إليها سواء من التحليل الكيفي لمضمون الصحف أو لمسح آراء القراء للوقوف على أسبابها ومحاولة إيجاد البدائل والحلول لها.

منهجية البحث

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي مستخدمة أسلوب تحليل المضمون ومسح جمهور الإعلام بما يعرف ببحوث الدور.

وفيما يتعلق بتحليل المضمون فهو من أكثر أساليب المسح المتبعة في الدراسات الإعلامية. وتكمن قيمة البحوث الإعلامية التي تعتمد هذا الأسلوب في واقعيتها وارتباطها بموضوعات ومشكلات بحثية يعيشها الإنسان في حياته العملية. كما أن معلوماتها وبياناتها تجيء تعبيراً عن الواقع، ومصادر هذه المعلومات هي الواقع نفسه. وهذا ما يجعل لنتائجها قيمة علمية وعملية حيث يمكن الاستفادة منها في تطوير الواقع نحو الأفضل (عمر، مصدر سابق، ص214).

وحسب ما ذكر السيد أحمد مصطفى عمر (عمر، مصدر سابق، ص214) فإن المسح ينصب على دراسة أشياء موجودة بالفعل وقت إجراء الدراسة، وفي مكان معين، وفي زمان معين. ويتجه إلى توضيح الطبيعة الحقيقية للأشياء أو المشكلات أو الأوضاع الاجتماعية، وتحليل تلك الأوضاع للوقوف على الظروف المحيطة بها أو الأسباب الدافعة إلى ظهورها. وتعتمد هذه الدراسة على

المسح التفسيري الذي يتعدى هدف الحصول على المعلومات والحقائق التي تساعد على فهم الظاهرة إلى الوصف التفسيري الذي يصدر الأحكام ويقدم الحلول.

وترى حميدة سميسم (سميسم، مصدر سابق، 2002) 'أن التحليل الكيفي يتقدم خطوة أكثر من التحليل الكمي والذي يعنى بتكرار المرات التي يساق فيها رمز معين، وعن التحليل النوعي أيضا الذي يتساءل عن وجود صفة ما من عدمها. ولا يكتفي بذلك إنما يحاول الإجابة على سؤال: كيف حدث الوصول إلى تلك الصفة؟ فهو يتابع الحقيقة الاتصالية كعملية تطور ومن ثم يسعى إلى التعمق في حقيقة العملية النفسية التي تتستر خلف الكلمات والرموز.'

ويعود استخدام الإجراءات المنهجية لتحليل المحتوى إلى سنوات سابقة على بداية القرن العشرين واقترن تطبيقه بفكرة التجزيء أو التقسيم للرموز اللفظية لمحتوى الصحف، وعد هذه الأجزاء والأقسام، ووصف المحتوى من خلال نتائج العد والقياس. إضافة إلى تصنيف المحتوى على المساحات التي يحتلها على الصفحات، وموقعه على هذه الصفحات. وهذه الأفكار تم تطويرها فيما بعد في عدد من الخطوات المنهجية التي تميز هذا المنهج عن غيره من المناهج. وهي الخطوات التي أعطت له صفة الكمية في مقابل التحليل الكيفي أو ما يسمى أحيانا بالانطباعي الذي يقوم على قراءة الانطباعات الذاتية عن المحتوى المنشور وتسجيلها.

'وفي كلا حالتي الكمي والكيفي يتفق التطبيق مع المفهوم العلمي للتحليل الذي يستهدف إدراك الأشياء والظواهرات من خلال عزل عناصرها بعضها عن بعض - التقسيم أو التجزيء - ومعرفة خصائص أو سمات هذه العناصر وطبيعة العلاقات بينها. مثل تقسيم المحتوى إلى أعداد من الجمل أو الكلمات التي تحمل صفات مشتركة، وتصنيف المحتوى بناء على هذه الصفات وتقرير العلاقات بينها، والعلاقات مع غيرها من عناصر العملية الإعلامية' (عبد الحميد، 2004، ص 215-216). وستعتمد الدراسة على أسلوب التحليل الكمي والكيفي معاً.

الخطوات المنهجية لتحليل المحتوى

'يعتمد تحليل المحتوى في خطواته الرئيسية على الإحساس بالمشكلة وتحديدها وتحليل مبدئي لعينة مصغرة من المادة موضع التحليل وصياغة الفروض العلمية أو طرح التساؤلات ومن ثم تحديد نظام العينات المتبعة' (المصدر نفسه، ص 227). وقد تم تحديد مشكلة البحث بداية في محاولة

معرفة مدى قدرة الصحافة الأردنية اليومية الاقتصادية على القيام بدورها الأساسي والمتمثل في توفير المادة التحريرية التي تساعد القارئ العادي وليس المتخصص على اتخاذ القرار واستيعاب المستجدات والأحداث الاقتصادية. وتم طرح التساؤل الرئيسي في الدراسة: ما مدى معالجة الصحافة اليومية الأردنية للشأن الاقتصادي؟ كما تم إجراء تحليل مبدئي على عينة مصغرة من أعداد الصحف موضع البحث للاقترب أكثر من المشكلة العلمية وفروضها ليتمكن الباحث من تحديد العينات والتي تمت كالآتي:

مجتمع الدراسة والعينة

أولاً: بالنسبة للصحف

1- يتمثل مجتمع الدراسة في محتوى المادة الصحفية الاقتصادية في عينة من الصحف اليومية الأردنية العامة الصادرة بالعربية (الدستور، الرأي، الغد). وأجمع عدد من أساتذة الإعلام أن العينة والمكونة من ثلاث صحف تعد رئيسية وأكثر توزيعاً وانقرائية في الأردن هي كافية. ولا تشمل الدراسة الصحف المتخصصة، ذلك أن الدراسة تهتم بالدرجة الأولى بمستوى التوعية والتثقيف لدى عامة القراء والتي توفره لهم هذه الصحافة في الأمور والقضايا الاقتصادية التي تمس حياتهم اليومية. وهذا لا ينفي أنها توفر المعلومات أيضاً للمتخصصين وأصحاب المال والأعمال. ولكن قد تلجأ هذه الفئة المتخصصة إلى مصادر أخرى أكثر تخصصاً كمجلات أسبوعية أو علمية متخصصة إضافة إلى مواقع الانترنت. فيما تقدم هذه المادة الاقتصادية للقارئ بكافة فئاته وتخصصاته ومستويات التعليم المختلفة ضمن منظومة صحفية متكاملة تحوي كافة المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية

2- تتناول الدراسة الفترة الزمنية 2007 /4/1 وحتى 2008/3/30. وقد تم اختيار هذه الفترة باعتبارها أقرب فترة زمنية من وقت إجراء الدراسة لمعرفة آخر التطورات النوعية في أداء الصحافة الاقتصادية. إضافة إلى أنها - أي الفترة - شهدت سياسات وتشريعات وتطورات عديدة في الشأن الاقتصادي المحلي والعالمي.

3- تشمل الدراسة 52 عدداً وذلك بعد أن تم تطبيق الأسبوع الصناعي. واستبعاد أعداد يوم السبت والجمعة نظراً لانخفاض حجم المادة الاقتصادية في هذين اليومين كونهما إجازة أسبوعية. فتبدأ الأحد من أول أسبوع...الاثنين من ثاني أسبوع وهكذا. بواقع 52 عدداً من كل صحيفة. أي أن الأعداد التي سيتم دراستها 156 عدد.

4- يغطي تحليل المضمون الكمي كافة الأعداد موضع الدراسة بمختلف الفنون الصحفية من خبر أو تحقيق أو تقرير... وفي كافة المجالات من صناعة ومصارف وتجارة واستثمار وتمويل وعقار... وسواء كان ضمن نشاط القطاع الحكومي أو الخاص. وسواء نشرت المادة داخل صفحات اقتصادية متخصصة أو ضمن صفحات أخرى. أما التحليل الكيفي فسيتم سحب عينة بمعدل 100 مادة من مواد كل صحيفة. وبعد إجراء تجربة استطلاعية ومسح عينة من المواد الاقتصادية لمجموعة أعداد من الصحف الثلاث وجد أن متوسط عدد المواد الاقتصادية في كل عدد هو 27 مادة من مختلف الفنون والقوالب. بمعنى أن المواد التي ستخضع للتحليل الكمي هي 4212 مادة تقريباً. فيما تخضع 300 مادة تحريرية للتحليل الكيفي وسيراعى فيها الوزن النسبي للمجالات المختلفة ومصادر المادة والفنون الصحفية المستخدمة ... إلى غيرها من نتائج التحليل الكمي.

ثانياً: مسح رأي جمهور الإعلام

يعد مسح رأي جمهور الإعلام أحد أساليب المنهج الوصفي والتي نشأت في بداياتها لخدمة السوق التجاري والذي يهتم بمعرفة حجم الجمهور وتكوينه وما يفضله وما لا يفضله. ويعلق السيد أحمد مصطفى عمر على مسح جمهور الإعلام (عمر، مصدر سابق، ص 229 - 230) 'بأنه على الرغم من أن وسائل الإعلام تعمل على إيجاد حد أدنى من الخصائص للجمهور المتعامل معها، ولكن من المغالاة الحديث عن جمهور لوسائل الإعلام مهمته ابتلاع القوالب الجامدة التي تنتجها تلك الوسائل ولذلك من الخطأ أن نتعامل مع جمهور متجانس، فنميز بين الفئات الاجتماعية والمهنية ومستوى التعليم والسن والخبرة والجنس.. والتي تشكل سمات خاصة تختلف من فرد لآخر في إطار الجمهور الواحد. كما أن الدراسات المسحية لجمهور الإعلام لا تقف عند الخصائص السابقة بل تمتد لمعرفة العديد من التفاصيل التي تكشف عن جوانب أخرى لا تقل في أهميتها عن الخصائص

الشخصية لأفراد الجمهور منها التعرف على الاختلاف في درجة الفهم والاستيعاب للرسائل الإعلامية من قبل الجمهور، وقياس دور العناصر الإيضاحية المصاحبة للمادة المكتوبة أو المسموعة أو المرئية في فهم هذه الرسائل. والتعرف على أنماط المشاهدة ومواقف الجمهور إزاء القضايا المختلفة محلية كانت أو عالمية. والتعرف على مواقف الجمهور إزاء برامج أو صفحات وأبواب معينة وأرائهم في مضمونها.

وفي هذه الدراسة سيتم استطلاع رأي عينة من قراء المواد الاقتصادية في الصحف اليومية الأردنية وتقييمهم لأداء هذه الصحف والمقارنة بين هذا التقييم وبما تم التوصل إليه من نتائج تحليل المحتوى.

وتشمل عينة القراء التي تمكن الباحث من سؤالهم 145 قارئ من العاصمة الأردنية عمان. هذه العينة تم اختيارها كعينة احتمالية طبقية، ويتم في هذا النوع من العينات وفق حميدة سميم (سميسم، مصدر سابق، ص54-55) اختيار العينة داخل كل طبقة من طبقات المجتمع بطريقة عشوائية، وبذلك يتم ضمان تمثيل العينة لكافة طبقات المجتمع المتباينة، لذا فإن هذه الطريقة تعد من أكثر الطرق استخداماً نظراً لعدم تجانس الأفراد في المجتمع ويختلفون في مستوياتهم الثقافية والاجتماعية والاقتصادية، حيث يتم تقسيم المجتمع إلى طبقات محددة تتصف بالتناسق والتقارب والتشابه في الصفات والخصائص ذات الصلة بموضوع البحث. ويتم اختيار العينة وفق التوزيع المتساوي أو المتناسب أو الأمثل. وتتسم العينة الاحتمالية بإتاحتها الفرص المتكافئة لكل فرد من أفراد المجتمع الكلي التمثيل في العينة وبالتالي فإن التمثيل الصحيح لا بد أن يقدم البيانات التي نستطيع من خلالها تعميم نتائجها على المجتمع الكلي الذي نستطلع الرأي العام فيه.

ثالثاً: بالنسبة للمقابلة

تعرف المقابلة بأنها "تفاعل لفظي منظم بين الباحث والمبحوث أو المبحوثين لتحقيق هدف معين. وتقسم المقابلة إلى مقابلة مقننة وهي ذات الخطوات والإجراءات والأسئلة المحددة مسبقاً، وغير مقننة وهي تلك التي تتسم بالمرونة وتوجيه الأسئلة في إطار الخطوط والأهداف العامة لتنظيم المقابلة. كما تقسم إلى فردية وجماعية" (عبد الحميد، 2004، ص 292-240).

وستجرى المقابلة في هذه الدراسة مع بعض الصحفيين القائمين على إنتاج المادة الإعلامية في هذه الصحف بأسلوب فردي وغير مقنن للاطلاع على الإستراتيجية العامة للصفحات الاقتصادية وأولويات المعالجة للمواضيع المختلفة، ووجهات نظرهم وتعليقهم على النتائج التي سيتم التوصل إليها في تحليل المحتوى ومسح الجمهور.

مصادر وأدوات جمع البيانات

سيتم جمع البيانات من مصادر بشرية (القراء والقائمين على إنتاج الرسالة الإعلامية). ومن مصادر مادية ومجالها الصحف التي سيتم تحليل محتواها، ومصادر الإسناد النظري من كتب ومجلات علمية ومواقع إلكترونية.

وتتمثل أدوات جمع البيانات في الاستبانة والمقابلة، وجدول تحليل المضمون، وتعد الجملة وحدة التحليل. أما فئات التحليل الكمي فتشمل:

المصدر وجغرافية المادة والقالب الصحفي والنشاط أو المجال والقطاع.

أما وحدة التحليل الكيفي فهي الفقرة، وتتمثل فئاته في:

صحة ودقة المصطلحات والمفاهيم الاقتصادية وشرح المفاهيم وتوضيحها وتوافر البيانات الأساسية وتوافر المصادر والتعريف بمكونات المادة ووجود جداول ورسوم توضيحية وتنظيم وصياغة البيانات.

هيكلية الدراسة

تقسم الأطروحة الى خمسة فصول وفق الآتي:

الفصل الأول ويحتوي على: مقدمة ومشكلة الدراسة وأهدافها وأسئلتها وأهميتها وفرضياتها، ومحدداتها وتعريف مصطلحات الدراسة والإطار النظري والدراسات السابقة ومنهجية الدراسة وهيكلية الدراسة.

الفصل الثاني ويشمل: نبذة عن الإعلام المتخصص والصحافة المتخصصة والصحافة

الاقتصادية والمحرف الاقتصادي والمادة التحريرية الاقتصادية والصحافة الاقتصادية الأردنية.

الفصل الثالث ويشمل: منهج الدراسة وطريقتها وأدواتها بالتفصيل

XXالفصل الرابع ويفصل فيه: نتائج التحليل الإحصائي لمحتوى الصحف واستطلاع الرأي

والمقابلة.

الفصل الخامس ويتضمن: النتائج العامة للدراسة واختبار أسئلة الدراسة والتوصيات.

الفصل الثاني

الصحافة المتخصصة نشأتها وأهميتها

- المبحث الأول

الإعلام المتخصص

أهميته، وظائفه، وسائله

- المبحث الثاني

الصحافة المتخصصة

مستوياتها، وظائفها

- المبحث الثالث

الصحافة الاقتصادية

تعريفها وسماتها، مستوياتها، وظائفها

المحرر الاقتصادي وسماته

المادة التحريرية الاقتصادية

مصادرها، أشكال معالجتها، معدلات معالجتها

- المبحث الرابع

الصحافة الأردنية الاقتصادية.

المبحث الأول الإعلام المتخصص

يعد الإعلام المتخصص نمطاً إعلامياً معلوماً يتم عبر وسائل الإعلام المختلفة، ويعطي كل اهتمامه لمجال معين من مجالات المعرفة. ويتوجه إلى جمهور عام وخاص. مستخدماً كافة فنون الإعلام من كلمات وصور ورسوم وألوان وصوت وموسيقى ومؤثرات فنية أخرى. ويكون معتمداً على المعلومات والحقائق والأفكار المتخصصة والتي يفترض أن تُعرض بموضوعية. وبهذا المفهوم يهدف الإعلام المتخصص إلى نشر ثقافة متعمقة ومتخصصة مستخدماً كافة الإمكانيات الفنية والتقنية لوسائل الإعلام المختلفة ليكون أكثر جذباً وانتشاراً وتأثيراً وإقناعاً. ومن أكثر ما يميز هذا الإعلام أنه موجه إلى جمهور عام وخاص (شفيق، 2006، ص 12).

وهذا ما نؤكد عليه دوماً في دراستنا بأن الدراسة تتناول الصحافة الاقتصادية الموجهة للجمهور العام والمتخصص فيمكن لخبر عن إفلاس بنك أو شركة أن يجذب اهتمام تاجر أو معلم أو مهندس لقراءته. فربما أحدهم يمتلك أسهم في تلك الشركة، أو مورد لمدخلات إنتاجها، وآخر مستهلك ودافع ضريبة... الخ. كذلك الأمر بالنسبة لفرض الرسوم والضرائب أو التغييرات في أسعار السلع.

أهمية الإعلام المتخصص

إن عملية توظيف وسائل الإعلام في مجال الإعلام المتخصص لا تخرج عن طبيعة الدور الهام والعام لهذه الوسائل. ذلك أن بناء نظام إعلامي متكامل يشكل الإعلام المتخصص جزءاً منه وأحد دعائمه الأساسية يعتبر من أهم المهام التي تطلع بها وسائل الإعلام في المجالات المختلفة. ومن هنا تظهر أهمية الإعلام المتخصص في تناوله مجالات بعينها. وهو إن بُني على أسس سليمة ومدروسة وموظفة توظيفاً علمياً فهذا من شأنه أن يزيد من قوة المشاركة الجماهيرية لخدمة قضايا مجتمعاتهم باعتبار أن الإعلام يلعب دوراً في بناء رأي عام موحد تجاه تلك القضايا. إضافة إلى أن

هذا الإعلام يعد مدخلاً مناسباً للارتقاء بالعقول وبقدر بساطة الأسلوب والعرض للموضوعات يكون التفاعل الجماهيري مع ما هو مطروح وهو وإن كان يقدم عن طريق متخصصين كل في مجاله إلا أنه يمكن للمتخصصين وللعمامة قراءته. وهو يهدف إلى تضييق الهوة بين الثقافة العامة والمعرفة العلمية المتخصصة. والتي تمثل حكراً على المتخصصين في مجالها. كما يزود الجماهير بكل ما من شأنه أن يساعدهم لمسايرة التطور والتقدم التكنولوجي في الميادين المختلفة على المستويات العالمية والمحلية. ويعد علامة من علامات الانتقال من مرحلة التقليدية إلى المرحلة المتطورة (المصدر نفسه، ص 13-14).

وظائف الإعلام المتخصص ووسائله

تعتبر وظائف الإعلام العام هي ذاتها ووظائف الإعلام المتخصص والمتمثلة في الإعلام والإرشاد والتوجيه والتسليية ولكنها تتجه لمجال مخصص بعينه وتهدف إلى تحقيق الاستجابة لدى الجمهور المتلقي للتأثير عليه ومعاونته وإقناعه باتخاذ موقف أو تكوين رأي معين. ولنجاح هذه الوظيفة لا بد من مراعاة عدة أمور أهمها: التخطيط العلمي لدور الإعلام المتخصص إذ تختلف المجالات فيما بينها من حيث متطلباتها من مرحلة إلى أخرى. والأخذ بالاعتبار كفاءة المؤسسة الإعلامية وإمكانياتها وكفاءة الكوادر المتخصصة فيها.

أما وسائل الإعلام المتخصص فتتعدد وأهمها الصحافة المكتوبة المتخصصة والبرامج المرئية المتخصصة والبرامج المسموعة المتخصصة (المصدر نفسه، ص 15)

المبحث الثاني

الصحافة المتخصصة

ذكر تقرير لليونسكو نقلاً عن حسنين شفيق (شفيق، م س، ص 27) بأن 'الصحافة المتخصصة ازدهرت وتزايدت أهميتها في وقت تزايدت فيه صعوبات الصحافة العامة. حيث قسم التقرير الصحافة الدورية إلى صحافة ذات اهتمامات عامة واسعة تستهدف التوزيع الجماهيري، ومطبوعات تخاطب جمهوراً من نوع خاص. وقد تعرض النوع الأول خلال السنوات الأخيرة إلى مصاعب عديدة أهمها مصاعب مالية وفشل بعضها وتوقف بعضها عن الصدور. فيما ازدهرت بصفة عامة ذات الاهتمام الخاص والتي تخاطب جمهوراً بعينه. وأكد التقرير ذاته على أهمية الصحافة المتخصصة كونها تقوم بما هو أكثر من مجرد نقل المعلومات إذ تهيء منبراً للمناقشة ونشر الأفكار والمبتكرات ولتبادل الخبرات والتجارب. وظهرت الصحافة المتخصصة وترسخت بداية في الدول المتقدمة بسبب مبدأ التخصص وتقسيم العمل. وقد سجلت الدراسات الإعلامية التاريخية أن أول مجلة متخصصة علمية ظهرت في فرنسا عام 1665 باسم (العلماء) وذلك في عصر النهضة. إذ أدى انتشار الطباعة إلى ظهور صحافة متخصصة في أخبار النبلاء والسياسيين وتحركاتهم. وأخبار الأسواق وحركة المال والبورصة..

إلا أن الصحافة المتخصصة بمعناها الصحيح وأنماطها وأهدافها الحديثة ظهرت في القرن التاسع عشر. وترسخت أكثر مع بداية القرن العشرين خاصة مع زيادة حجم الإعلان الذي اجتذبه هذه الصحافة مقارنة بالصحافة العامة. وطال هذا التخصص مجالات عدة منها السياسة والآداب والفنون وعلوم الطبيعة والحياة والتكنولوجيا والأعمال والتجارة.

ووصف شفيق (شفيق، المصدر نفسه، ص 20) هذا النوع من الصحافة بأنها نمط تحريري متجانس يجمعه إطار صحفي واحد. وقد يكون هذا الإطار مجلة أو صحيفة أو دورية شهرية أو ربع سنوية أو نصف سنوية. ويحرر هذه الصحافة محررون متخصصون في مجالها وتنصب اهتماماتها في تقديم صورة واضحة لملامح التخصص وطبيعته ودوره في الحياة العامة. وتتسم باتجاهها المهني وتوجهها الثقافي ونهجها الأكاديمي وبعدها الجغرافي. وتعكس التنوع الثقافي والفكري

والعلمي داخل المجتمع. وهي جزءٌ من حركات المجتمعات الثقافية والفكرية وتخدم مجالات التنمية والتحديث والتطوير وتضييق الفجوة بين الثقافة العامة والحياة المتخصصة. وقد عرفها بأنها الصحيفة أو المجلة أو الدورية التي تعطي أكبر قدر من اهتمامها لفرع واحد من فروع التخصصات التي يهتم بها نوع معين من القراء، بحيث يكون نشاطها في جميع الأخبار والتحليلات وكتابة المقالات والتحقيقات يدور حول هذا الفرع.

مستويات الصحافة المتخصصة

قسم فاروق أبو زيد (أبو زيد، 1986، ص5-6) الصحافة المتخصصة الى ثلاث مستويات: المستوى الأول: ويوجد في الصفحات المتخصصة في الصحف اليومية العامة والمجلات الأسبوعية العامة وهي موجهة للقارئ العادي الذي غالباً ما يحصل على ثقافته من خلال ما تنشره الصحف اليومية والأسبوعية من معلومات حول مجالات النشاط الإنساني المتعددة كالسياسة والاقتصاد والاجتماع والأدب والعلم والفكر والدين. وتشكل المعلومات التي تنشرها الصفحات المتخصصة جوهر الثقافة العامة التي يحصل عليها المواطن العادي القاريء للصحف. ومن هذه الصحافة: الصحافة النسائية و صحافة الطفل و صحافة الفكاهة و الصحافة الرياضية و الصحافة الطبية.

المستوى الثاني: ويوجد في الصحف المتخصصة الأسبوعية أو الشهرية وتقدم مادتها للقارئ المتوسط الثقافة الذي لا يكتفي بما تنشره الصحف العامة اليومية أو الأسبوعية عن نشاط أو مجال ما.

المستوى الثالث: ويوجد في الصحف والمجلات العلمية المتخصصة وعادة تكون شهرية أو فصلية أو نصف سنوية وهي تتابع نشر أحدث الأبحاث والدراسات الجديدة في مجال تخصصها. وهي موجهة إلى القارئ المثقف ثقافة عالية وقد تكون بديلاً عن الكتاب مثل الصحف المختصة للطب والهندسة والقانون.

وفيما يتعلق بدراستنا فهي تختص بالمستوى الأول وتحديداً الصحافة الاقتصادية.

وظائف الصحافة المتخصصة

تقوم الصحافة المتخصصة بوظائف الصحافة المتعارف عليها ولكن بصورة أكثر عمقاً في المجال الخاص بها. وهي الإعلام والتنقيف والتسليية. ويعد العمق في المعالجة السبب الرئيسي في انتشار الصحافة المتخصصة مع وجود اهتمامات خاصة لدى القراء والتطورات التي واكبت العالم في مختلف المجالات ومنها فنون الطباعة ليصبح من الضروري أن تعبر الصحافة عن هذه الاهتمامات الخاصة باستخدام تلك التطورات وتم تحديد وظائفها بما يلي (شفيق، م س، ص 33-34):

1- تقديم الأخبار والمعلومات الدقيقة والتفصيلية حول موضوعات محددة تهم فئة معينة من القراء سواء أكانوا متخصصين أم لهم اهتمامات حول هذه الموضوعات بما يحقق لهم الفائدة العلمية ومن ذلك ما تنشره الصحف والمجلات المتخصصة في مجال العلوم والتكنولوجيا والرياضة والنقد والأدب.

2- المساعدة على التربية والتنقيف وشغل الوقت بطريقة مفيدة تنمي القدرات الذهنية مثل ما تقدمه صحافة الأطفال والشباب.

3- إحاطة القراء بتطورات العصر الذي يعيشونه ودوافعه في مختلف أنحاء العالم بنشر أحدث المبتكرات في مجال التخصص.

4- إعطاء الفرصة للمتخصصين والخبراء للاقتراب من القراء وتقديم ما لديهم من معلومات وخبرة وبما يحقق فائدة أكبر وعدم الاقتصار على الصحفيين الذين يلمون إماماً عاماً بالموضوع الذي يكتبون فيه وهذا ما يساعد على صنع محررين متخصصين.

5- تجديد فنون الإخراج الصحفي وأساليبه حسب كل مجال من حيث الألوان والصور... إلى غيرها من أمور الإخراج الصحفي.

والحديث عن مدى قدرة الوسيلة الإعلامية على تنفيذ هذه الوظائف الموكلة إليها هو في حد ذاته تقييم للوسيلة الإعلامية المتخصصة. وتكمن الإجابة على سؤال الدراسة التي نحن بصددتها في البحث عن المدى الذي حقته الصحافة اليومية الأردنية الاقتصادية من تنفيذ هذه الوظائف والتي سيأتي الحديث عنها لاحقاً.

المبحث الثالث

الصناعة الاقتصادية

يساعد علم الاقتصاد على فهم الطريقة التي ينسق بها المجتمع بين امكانياته وحاجياته. فالإنسان سواء كان مستهلكاً أو منتجاً أو مستثمراً فإنه يواجه باستمرار قضية اتخاذ قرارات اقتصادية مختلفة. ذلك أن الموارد الإنتاجية محدودة، في حين أن حاجات الإنسان ورغباته متجددة ومتعددة. وعليه فإن استخدام هذه الموارد الاستخدام الأمثل بما يحقق أكبر قدر ممكن من هذه الحاجات هو أساس علم الاقتصاد. فهو علم الاختيار بين البدائل وقد لخص (سامويلسون) المجالات التي يغطيها علم الاقتصاد في كتاب (النصر وشامية، 1998، ص 17-18) بما يلي:

1- الفعاليات التي تتعلق بالإنتاج والتبادل بين الأفراد

2- اتجاهات الأسعار والإنتاج ومستويات البطالة والتشغيل وأثرها على مستوى الاقتصاد

العام.

3- علم الاختيار بين البدائل ضمن الامكانيات والموارد المتاحة لإنتاج ما يحتاجه المجتمع من

سلع وخدمات.

4- تنظيم العلاقات الاقتصادية بين الأفراد في المجتمع وبين الدول.

وتعد الوسائل الإعلامية أحد القنوات التي تتدفق من خلالها المعلومات المتعلقة بهذه المجالات وبمعنى آخر هي مصدر من المصادر التي يعتمد عليها الأطراف المختلفة في الوصول إلى المعلومات المتعلقة بهذه المجالات.

وهذه المجالات هي جزء من منظومة الاقتصاد العالمي الذي يعمل في فلكه العديد من النظريات والنماذج. ومن وجهة نظر الباحث أياً كانت النظريات والنماذج المتبعة في الأنظمة الاقتصادية المختلفة فإنه لا بد من فهم أساسيات هذا العلم لنتمكن فيما بعد من إعمالها وفق النظريات والأنظمة المختارة في أي دولة.

ولعل النقاش الدائر حالياً بين أنصار النظريات الاقتصادية المختلفة حول الأزمة المالية العالمية هي أكبر مثال على ذلك. فمن جهة يطرح مناصرو كل نظرية من النظريات عيوب هذه النظريات والأسباب التي أدت إلى تلك الأزمة والتي تكمن غالباً في كيفية تطبيق معطيات المفاهيم

الاقتصادية وليس في المفهوم الاقتصادي ذاته. ومن جهة أخرى لم يعد مقبولاً من دولنا - الدول النامية - أن تبقى متخذة موقف المتفرج منتظرةً ما تقرره الدول المتقدمة، وإن كان لها نظرتها وتحليلها الخاص بها ودولنا ليست بعيدة عن هذا التحليل إذ اتبعت معظمها نفس النظريات والمذاهب. لكنه من الأجدى أن يكون العلاج جذرياً وهذا يعني أن يكون نابعاً من الداخل آخذاً في الاعتبار ظروف كل دولة. وهذا من وظيفة النظم المكونة للمجتمعات والمتمثلة في القيام بالأنشطة والوظائف الموزعة عليها والذي يعتبر النشاط الإعلامي أحد هذه النظم. ولا أحد يختلف على دور الإعلام خاصة في وقت الأزمات. فإذا كان يتطلب منه دور كبير وعميق في الأوقات العادية من نقل المعلومة الصحيحة والدقيقة وفي الوقت المناسب للأفراد أياً كانوا مسنهلكين أو منتجين أو مستثمرين فإن هذه المهمة تكون أجدى إذا ما نفذت على وجهها الأكمل في وقت الأزمات. إذ أن الأفراد يزداد طلبهم على المعلومة عن طريق وسائل الإعلام في أوقات الأزمات وفق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام .

وفي هذا الشأن يقول الاقتصادي (ستيوارت تشيز) منقولاً من (شرف، 2003، ص139-140) "إذا أمكننا أن نتبين أن الاقتصاد ليس إلا جانباً واحداً من علم الإنسان، يتصل اتصالاً وثيقاً بمفهوم الثقافة وعلم النفس الاجتماعي، أمكننا أن نتخلى عن محاولتنا الصيبانية للبحث عن أسواق مثالية، وتوازن مثالي، ودول مثالية، وقصرنا جهدنا على أساليب إيقاف هذا الهبوط، وذلك التضخم والتخلص من سوء التغذية هنا، والتوفيق بين ظروف المصنع ورغبات العمل هناك، وإعداد العدة للتصنيع الكامل، ورفع مستويات المعيشة كلما ارتفع المنحنى البياني التكنولوجي.."

ويرى الكاتب (شرف، المصدر نفسه، ص 141) أنه 'ليست هناك حاجة بالمحرر الصحفي أن يتخرج من كلية التجارة حتى يستطيع أن يكون محرراً ناجحاً في الشؤون المالية. فالحديث هنا عن المحرر الذي يستطيع أن يقدم مادة تتسم بالتكامل والدقة والموضوعية بالقدر الذي يمكن القارئ العادي من فهم المادة التحريرية، وليس باستخدام المصطلحات الفنية والمتخصصة الدقيقة التي لا يفهمها سوى الاقتصاديين، وهي مهمة تكاد تكون أصعب من الكتابة للمتخصصين'.

ولا يقصد بالمادة الحدث أو الخبر فقط، إنما تشمل التعليق والتحقيق والشرح والتنبؤ ولعل هذا الأخير هو أهم ما يحتاج إليه القارئ في مجال يعد أكثر تخصصية من غيره. بمعنى أنه إذا استطاعت الصحافة أن تقوم بالوظائف الموكلة إليها في مجال الاقتصاد من تقديم الأخبار والمعلومات الدقيقة والتفصيلية وإحاطة القراء بتطورات هذا المجال ... إلى غيرها من وظائف الصحافة المتخصصة السابقة الذكر، فإنه يمكن القول أنها حققت وظيفتها في ذلك النظام الذي تنتمي إليه. والعلاقة وثيقة بين النظام الإعلامي والنظام الاقتصادي العالمي الجديد واللذين بدورهما يقومان على الكيانات والإمبراطوريات والاندماجات والتي وحدة بنائها الأساسية المعلومة الدقيقة والسريعة. وهما من أهم الأنظمة المكونة للنظام العالمي الجديد.

واعتبر (ولبير شرام) منقولاً عن عبد الستار جواد (جواد، 2001، ص55) أن الخبر الاقتصادي من الأخبار التي تقع ضمن أخبار الثواب المؤجل بقوله " أعتقد أنه غني عن البيان أن المرء عندما يختار نبأ ما يتوقع ثواباً ما."

تعريف الصحافة الاقتصادية وسماتها

يعرف اسماعيل ابراهيم الصحافة الاقتصادية (ابراهيم، مصدر سابق، 275) بأنها 'تلك التي تهتم بالمضمون الاقتصادي بكل قضاياها الرئيسية والفرعية، وتركز عليه بشكل مباشر، وعلى تأثيراته المختلفة على جوانب الحياة المتعددة. وتتمس بأنها جادة تتعامل مع مضمون جاد، وتعتمد بشكل أساسي على المعلومات والبيانات والإحصاءات والأرقام، وهي تتخطى الحدث إلى تحليله وتفسيره وربطه بغيره من الأحداث أو المسببات والنتائج'.

وتمكن هذه السمات الصحافة الاقتصادية من أداء مهمتها ووظائفها إذا ما أخذت في اعتبارها عدة أمور منها: طبيعة المشكلات الاقتصادية والتنموية التي تعاني منها الدولة، لأن لكل مجتمع ظروفه الخاصة ومتطلباته واحتياجاته وتحديات يتعين عليه مواجهتها. وواقع الاحتياجات والمطالب الفعلية للتنمية وأولويات هذه الاحتياجات والمطالب. وتحديد القيم والمعايير التي تستهدف الصحافة الاقتصادية التأكيد عليها. مع التنسيق والتكامل مع السياسات الاتصالية للدولة حتى لا يحدث تعارض وتخبط في الأهداف. إضافة إلى التعرف المستمر على رد فعل القراء. والتغيرات التي

تطراً عليهم وخصائصهم وسماتهم واحتياجاتهم حتى تحقق الصحافة الاقتصادية هدفها ولا تسير بمعزل عن الجمهور الذي توجه إليه. مع وجود استراتيجية وخطة منهجية للعمل من حيث تحديد القضايا الاقتصادية الملحة وأسلوب تناولها والإعداد الجيد لها، بما يضمن الاستمرارية في تناول حتى تحقق الحملة الصحفية أهدافها وألا يكون الأمر مجرد جهد فردي يتلاشى ويتبدد بعد حين. وألا تكون هذه الصفحات مجرد متابع وتابع للأحداث. بل لا بد أن تكون فاعلة للحدث الاقتصادي وصانعة له. وتقود الحياة الاقتصادية إلى الأفضل وإلى تحقيق معدلات أعلى للتنمية" (ابراهيم، 2001، ص 277-278).

مستويات الصحافة الاقتصادية

- قسمت مستويات الصحافة الاقتصادية تبعاً لتقسيم الصحافة المتخصصة إلى المستويات التالية:
- 1- الأبواب والصفحات الاقتصادية في الصحف العامة مثل الجرائد اليومية، والجرائد الأسبوعية، والمجلات العامة.
 - 2- الصحف الاقتصادية العامة وهي الجرائد والمجلات التي تركز بشكل أساسي على المادة الاقتصادية وتتوجه إلى جمهور عام من القراء العاديين المتنوعين في خصائصهم وسماتهم العمرية والمهنية التعليمية والجنسية. وغالباً تصدر أسبوعية أو نصف شهرية ومن أمثلتها جريدة (العالم اليوم) ومجلة (الأهرام الاقتصادي) وصحيفة (الاقتصادية السعودية).
 - 3- الصحف الاقتصادية المتخصصة وتتوجه إلى جمهور متخصص من الدارسين والأكاديميين في مجال الاقتصاد ومعظم ما ينشر بها عبارة عن دراسات علمية أكاديمية، ويندر فيها استخدام الأشكال الصحفية كالخبر أو التحقيق أو الحديث، وتصدر غالباً شهرية أو فصلية ومن أمثلتها مجلة إدارة الأعمال.

وظائف الصحافة الاقتصادية

ذكرنا سابقاً أن وظيفة الصحافة المتخصصة هي ذاتها وظيفتها الصحافة بشكل عام ولكنها تكون أكثر عمقاً في مجال تخصصها، وتحدثنا عن الكيفية التي تساعد من خلالها الصحافة علم الاقتصاد

على تحقيق أهدافه إذا نفذت وظائفها الموكلة إليها في مجالها المتخصص وهو هنا الاقتصاد. وقد حدد اسماعيل عدة مهام للصحافة الاقتصادية (إبراهيم، مصدر سابق، 276-277) تتمثل في:

- 1- تغطية الأحداث الاقتصادية بشكل دقيق وصحيح وشامل.
- 2- تقديم الخلفيات والتفسيرات التي توضح الأحداث الاقتصادية وتضعها في سياقها السليم.
- 3- طرح كافة الآراء حول القضايا الاقتصادية المختلفة ومساعدة القراء من خلال النقاش والحوار على تكوين رأي وفهم سليم حول هذه القضايا.
- 4- تقديم المادة التي تساعد القراء في التعرف على كيفية الحصول على الخدمات المتاحة في المجتمع من استهلاكية وصحية وتعليمية وصيانة والحصول على القروض والائتمانات البنكية ... إلى غيرها.
- 5- حث الجماهير وتوعيدها على المشاركة في إدارة مجتمعها والمساهمة في النشاط الاقتصادي بشكل يجعلها مشاركة في القرار الاقتصادي.
- 6- الاسهام في دعم ومؤازرة قضايا التنمية الشاملة للمجتمع في كافة المجالات وذلك من خلال تقديم جميع المعلومات الصحيحة والكاملة التي تكفل مشاركة المواطنين في اتخاذ القرارات التنموية والمشاركة في وضع الخطط التنموية والاعتماد على الموارد الذاتية وتطويرها وتقليل الاعتماد على الموارد الخارجية إضافة إلى النقد الموضوعي الجاد لتطبيق خطط التنمية دون التشهير والتأثير على المدى الطويل على اتجاهات الناس والكشف عن الفساد والمعوقات التي تعترض طريق الإنتاج.

هذه الوظائف المتجسدة ينظم عملها أربعة محاور وفق ما يرى خضور (خضور، م س، ص 97-98):

- 1- السياسة العامة لمالك الوسيلة الإعلامية وأهدافه والمصالح التي يسعى لخدمتها.
- 2- خصائص الوسيلة الإعلامية المستخدمة لتقديم الرسالة الإعلامية الاقتصادية.
- 3- الواقع الموضوعي التي تعمل فيه الوسيلة الإعلامية
- 4- طبيعة الجمهور المستهدف ودرجة تعليمه وثقافته ودرجة اهتمامه وحاجاته الإعلامية وخبراته الاتصالية وموقفه من القضايا والسياسات المطروحة.

وتحديد هذه المحاور من شأنه أن يساعد القائمين على الصحيفة تحديد السياسة العامة التي تكفل تحقيق أهدافها، وتحديد البنية الهيكلية للصفحة ونوعية الموضوعات وأساليب المعالجة والشكل الذي سيصدر من خلاله المضمون، والكادر الصحفي الذي يعمل على تحقيق هذا كله.

وفيما يتعلق بالسياسة العامة فعادة تكون خليطاً من المصالح يتصدرها الربح وهذا بدوره يعني مصلحة المعلن ومن ثم مصلحة المالك. أو تحقيق التنمية أو الثقافة العامة أو ترسيخ مذاهب معينة أو فكر معين كل ذلك يتوقف على أهداف مالك الصحيفة. أما فيما يتعلق بخصائص الوسيلة فمن أهم خصائص الصحافة المطبوعة هي المساحة الكافية نسبياً، وفنون الكتابة التي تخدم تحقيق أهداف ووظائف الصحافة الاقتصادية. وأما الواقع الموضوعي فإن الصحافة الاقتصادية لا تضع سياسات ولا تتخذ قرارات اقتصادية إنما تساهم وتساعد في تنفيذ وتطبيق هذه القرارات التي اتخذتها القوى السياسية والاقتصادية والاجتماعية. وهذا يتطلب وقفة وفهم وتحديد لأهداف ومتطلبات كل مرحلة تمر بها الدولة.

وكون العملية الاتصالية في الصحافة الاقتصادية شأنها شأن أي عملية اتصالية إعلامية أخرى ترتكز على الأقطاب الرئيسية الثلاثة المرسل والرسالة والمستقبل. فإننا نفرد فيما يلي بشيء من التفصيل الحديث عن المحرر أو الصحفي الاقتصادي باعتباره تجسيدا لمرسل الرسالة الإعلامية الاقتصادية، وعن المادة التحريرية الاقتصادية.

المحرر الاقتصادي

الصحفي أو المحرر الاقتصادي هو الذي يقوم بتغطية أنباء المال والاقتصاد ومناقشة القضايا والمشكلات الاقتصادية الرئيسية والفرعية ومدى تأثيرها على جوانب الحياة المختلفة ومحاولة الوصول إلى حلول لها بهدف دفع مسيرة التنمية الشاملة، وإيجاد الوعي الاقتصادي والتنموي السليم لدى الأفراد مسؤولين ومواطنين.

ورغم اتجاه الصحافة العربية اليومية إلى الاهتمام بالتخصص فنجد الصحفيين السياسيين والرياضيين وآخرين يعتنون بالصحة والأسرة والطفل، إلا أن مجال الاقتصاد لا يزال يفتقد إلى التخصص إلا فيما ندر. وليس المطلوب أن يكون من يكتب للصحافة الاقتصادية هو اقتصادي ولكن على الأقل أن تتوافر لديه بعض الأمور إضافة إلى ما يجب أن يتمتع به الصحفي بشكل عام أيًا كان

مجال التغطية التي يعمل بها من تمكنه من أدواته التحريرية والتقنيات الحديثة واللغات المتعددة والثقافة العامة وسرعة البديهة والقدرة على اتخاذ القرارات السريعة في المواقف المختلفة ومن هذه الأمور ما ذكر (ابراهيم، مصدر سابق، ص 278-280):

1- أن يكون قادراً على جعل أنباء المال والاقتصاد مفهومة ومثيرة للاهتمام وشرح ما يعرضه على القارئ من أحداث لذلك يجب أن يكون نفسه فاهماً للمادة التي سيشرحها بمعنى إن لم يكن اقتصادياً فليكن ملماً إماماً كافياً وعميقاً. وهذا يتطلب فهماً للمصطلحات الاقتصادية المختلفة ليستطيع تبسيطها للقارئ وشرحها دون أن يخل بالمعنى وأن يكون على دراية بموارد الدولة وامكانياتها وصادراتها و وارداتها وحجم الانتاج والاستيراد من السلع المختلفة على الأقل الأساسي منها والمزايا النسبية في قطاعات معينة دون غيرها وتطور هذه القطاعات ودرجة التنمية المتحققة في كل منها والمشاريع التنموية وما نفذ منها وما هو في طور التنفيذ وقضايا العمالة وحجمها ونوعيتها والرواتب والأجور ومفردات الأسواق المالية وصناديق الاستثمار الى غيرها من أمور مالية.

2- أن يتمتع المحرر بالدقة الشديدة إذ يصعب تدارك الأخطاء والمضار التي قد تصيب الأفراد والمؤسسات نتيجة خطأ أو عدم دقة في الأرقام والبيانات المنشورة حتى لو تم تصحيحها في عدد لاحق. فربما علامة عشرية واحدة توضع في مكان غير صحيح تفقد القراء ملايين خاصة أولئك الذين يعتمدون في قراراتهم المالية على النشرات الصحفية لأسواق المال خاصة في وقت الأزمات، ووقت الاعتماد على الإشاعات إذ لا بد أن يكون للصحفي دور في إفادة القراء بالمعلومة الصحيحة ودرء الإشاعة خاصة إذا كان الصحفي يتمتع بمصداقية عالية تراكمية لدى القراء.

3- يجب أن يتصف بالأمانة العلمية في جمع المعلومات وتحليلها وتفسيرها فهو في هذا شأنه شأن الباحث العلمي وأن تكون مصلحة القارئ نصب عينيه أولاً وليس المعلن أو النظام، وإن كانت لا توجد صحافة إلا وتأخذ في اعتبارها رغبات الأنظمة السياسية والمعلنين وسياسات الصحيفة ولكن الصحفي المتميز يستطيع أن يحافظ على كافة المصالح دون المساس بمصلحة القارئ. فيجب أن يكون ملماً بسياسية ونهج الصحيفة التي يعمل لديها وأن يتمتع بعلاقة جيدة مع مصادر المعلومات من رجال أعمال وشركات وهيئات ومنظمات حكومية أو خاصة وأن يتمتع بثقة عاليه

لديهم, كما لا بد أن يراعي مفردات النظام السياسي والاجتماعي الذي يعمل فيه. وأن يكون الهدف هو إيصال المعلومة الصحيحة والدقيقة والكشف عن الفساد والانحراف ومعوقات التنمية دون الإضرار بجهة ما أو شخص ما فالهدف يصب في وضع الأمور في نصابها والمساعدة في تحقيق التنمية وليس التشهير. و وفي هذا الصدد لا بد أن يراعي الصحفي عدم تضخيم الأمور والمبالغة فيها وإعطاءها حجماً أكبر من حجمها , كذلك عدم التهاون والتقليل من أهمية الأحداث والقضايا التي تمس المواطن ووضع الأمور في نصابها الصحيح.

المادة التحريرية الاقتصادية

على مدى العصور الإنسانية وفي مختلف مراحل تطورها قلما نجد نشاطاً أو عملاً إنسانياً لا يتصل به العامل الاقتصادي. إلا أن هذا العامل يتفاوت في أهميته من أمر إلى آخر ومعظم الأمور الحياتية التي تغطيها الصحافة قد يكون بها جانب اقتصادي ولكن ما هو الحد أو الفاصل الذي يمكن معه اعتبار المادة التحريرية اقتصادية ومتخصصة وتحتاج إلى معرفة خاصة لتظهر للقارئ في أسلوب صحيح ودقيق؟ في الواقع أنه لا يوجد حد فاصل تماماً، ولكن هناك بعض النشاطات لا يختلف اثنان عن كونها اقتصادية مالية بحتة مثل نشاطات الأسواق المالية والتجارية والصناعية والسياحية والزراعية والعقارية والاستثمار وما يتصل بها من شركات وبنوك ومؤسسات تمويل ودراسات واستشارات وما يتصل بها من نشاطات فرعية.

ولكن هناك من الأنشطة الاقتصادية ذات العلاقة بقطاعات معينة وهي ليست دائمة بل عرضية ومع ذلك تعالج من ضمن المواد التحريرية الاقتصادية، مثل التطورات المالية والاقتصادية في القطاع الطبي مثل بناء مستشفى، توسعة مباني، استيراد أجهزة، مشاكل أجور العمالة، فالبناء نشاط اقتصادي يتصل بمقاول وعمالة وتكلفة واستيراد الأجهزة تعني أن هناك صفقة وجهة موردة والأجور، كل هذا يعد مادة اقتصادية. كذلك المنح والمساعدات داخلية أو خارجية وسواء لقطاع اقتصادي أو لجهة خيرية أو منظمة ومؤسسة إنسانية فهي ذات طابع تمويلي وهو في حد ذاته أهم عامل في نشاط هذه المؤسسات. والمادة التحريرية تعامل كوحدة واحدة بمكوناتها من نص المادة وعناوين سواء فرعية أو رئيسية وجداول ورسوم بيانية.

ومن أهم الأمور ذات العلاقة بالمادة التحريرية مصدر المادة ومحددات التحرير.

مصادر المادة الصحفية الاقتصادية

تمثل بعض المجالات مصادر هامة أكثر من غيرها كمادة تحريرية للصحفي ومن ثم للقراء، ومن أهم هذه المجالات وفق (مارجي فرينالي) (فريني، 2004، ص11) مايلي:

- 1- المعاملات والمبيعات العقارية وخاصة الإنشاءات الجديدة.
- 2- النشاط المصرفي والتمويل وخاصة ما يتعلق بسياسات القروض وأسعار الفائدة وإنشاء مصارف جديدة.
- 3- الابتكارات التكنولوجية في مختلف القطاعات الصناعية والزراعية والعقارات والخدمات الترفيهية والتجزئة.
- 4- المتغيرات في سوق العمل وما يتعلق بالتوظيف والأجور والتشريعات والقوانين المتعلقة بهذه السوق.
- 5- السياحة والفندقة وكل ما يتعلق بتحسينات البنية التحتية وعوامل جذب السياح.
- 6- قطاع التجزئة شاملة متاجر الملابس وبيوت التجميل ومتاجر اللعب وخدمات التنظيف ومنافذ الفيديو والموسيقى ومتاجر الأثاث إلى غيرها من مستلزمات استهلاكية.
- 7- قطاع الزراعة والتصنيع الغذائي.

أما المصادر الحية والتي يمكن أن تفصح عن الأحداث والتغيرات في هذه المجالات والتي دوماً يُنصح الصحفي بأن يرتبط معها بعلاقة طيبة ولكن يجب ألا يتمادى في هذه العلاقة بما يؤثر على مصداقيته.

وكما يرى نصر (نصر، 2004، ص 95) إن علاقة المخبر الصحفي بمصادره يجب أن تحدها حدود المصلحة المشتركة وأن تكون أقرب إلى العلاقة التجارية التبادلية التي يقوم فيها المصدر بإمداد الصحفي بالمعلومات والأخبار في مقابل ما يجنيه من وراء نشر هذه الأخبار من منافع مثل إبراز شهرته وتعد الأخبار المنشورة بمثابة إعلان غير مباشر للجهة ذات العلاقة بالخبر. ومن هذه المصادر الحية التي ذكرها اسماعيل (ابراهيم، 2001، ص 281):

- 1- وزراء وكبار المسؤولين في المجموعة الاقتصادية وهذه الوزارات هي وزارة التخطيط والاقتصاد والمالية والتمويل والتجارة الداخلية والصناعة والبتترول والثروة المعدنية والسياحة.
- 2- المدراء والمسؤولون عن المؤسسات المالية والاقتصادية والشركات الصناعية والإنتاجية.

- 3- أفراد البعثات الاقتصادية والصناعية والفنية المتصلة بشؤون الإنتاج والصناعة المرسلة خارج البلاد.
 - 4- المراكز والأقسام الاقتصادية التابعة للجهات المختلفة.
 - 5- مكاتب الخبراء الاقتصاديين والمحاسبين التجاريين والقانونيين وأساتذة الجامعات ورجال الجمارك والضرائب.
 - 6- المؤتمرات الاقتصادية والصناعية والإنتاجية والمعارض في الداخل والخارج.
 - 7- النقابات والتجمعات المهنية ذات العلاقة واتحادات العمال.
 - 8- رجال المصارف والبنوك والأسواق المالية.
 - 9- جماهير المستهلكين والمتعاملين في مختلف الدوائر الاقتصادية.
 - 10- اجتماعات مجالس إدارات الشركات والمصارف وما تتخذه من قرارات وتوصيات.
- إضافة إلى التقارير والأبحاث والمجلات التي تصدرها مراكز البحوث وكليات التجارة والاقتصاد وإدارة الأعمال والجهات المتصلة بالأنشطة التنموية والاقتصادية. ومراكز المعلومات. والتقارير السنوية التي تبين موازنة الدولة وميزانيات الوزارات المختلفة.

أشكال المعالجة الصحفية للشؤون الاقتصادية

تستخدم كافة الفنون الصحفية في تغطية الشؤون الاقتصادية ومعالجتها من خبر وتقرير وتحقيق وحوار ومقال. وصنف ابراهيم (ابراهيم، م س، ص 288-290) الأشكال الصحفية المستخدمة في هذا الشأن إلى:

- 1- أشكال إخبارية: وتركز على التقارير الإخبارية التي تقوم على عرض الوقائع والأحداث الاقتصادية مع خلفياتها التاريخية والوثائقية والقيام بتقييم موضوعي لهذه البيانات والمعلومات ووضعها في إطارها العلمي والوصول إلى خلاصات واستنتاجات لدلالات الحدث. والاستعانة بالقصة الخبرية الشاملة التي تقوم بتغطية شاملة لأحداث متعددة متشابهة. ويفضل تجنب الأخبار القصيرة السريعة إذ لا تقدم إجابات كاملة عن كل جوانب الخبر.
- 2- الأشكال التفسيرية والاستقصائية: وتشمل التحقيقات المدروسة التي تتناول ظواهر أو مشكلات معينة والاهتمام بالحملات المخططة والتي توظف التحقيق والمقال والحوار لتحقيق

أهدافها المحددة مسبقاً وتقييمها. وهذه الأشكال التفسيرية تمكن المحرر الاقتصادي من مهمته الرقابية.

3- أشكال مادة الرأي: وتركز على استخدام المقال التحليلي الذي يحلل الظواهر تحليلاً دقيقاً باستخدام الاحصائيات والبيانات ذات العلاقة. وتخصيص مساحة لتعليقات القراء وانطباعاتهم وردود أفعالهم تجاه الأحداث والمشكلات والقضايا الاقتصادية.

4- أشكال مواد الخدمات: وتشمل القصص الاخبارية التي تقدم نماذج اقتصادية ناجحة، إضافة إلى خدمات القوائم مثل أسعار العملات والمعادن وحركة تداول الأوراق المالية، وأسعار السلع الأساسية.

ويقول خالد المقبول خلال ورشة عمل حول "الملحق الاقتصادي" في معرض حديثه عن الكيفية التي يمكن أن تعالج من خلالها القضايا والشأن الاقتصادي بما يحقق أقصى فائدة ممكنة للقراء (المقبول، 1427، ص4) 'أنه لا بد من تسليط الضوء على القضايا الاقتصادية الساخنة ودعوة المختصين لمعالجتها باستفاضة كجزء ثابت من مواد الصفحات الاقتصادية والترويج لها بحيث يتربق القراء ما سيطرح حول الموضوع مع ضرورة تناول القطاعات الاقتصادية المختلفة ومحاولة معالجة بعض الأمور للقارئ غير المتخصص وشرحها مثل ماذا يعني نزدك ونيكاي عدا عن تغطية أسعار السلع الاستهلاكية والقضايا المعيشية اليومية وتحليل تغيرات هذه الأسعار، مع استهداف قطاع الأعمال ورؤوس الأموال والجوانب الثقافية بنشر معلومات عن أسعار صرف العملات والسياسات النقدية. إضافة الى ضرورة الاهتمام بالجانب الاخراجي والتصميمي وتحسين الطباعة والألوان والاهتمام برفع قدرات وتدريب الكوادر الصحفية الاقتصادية.'

وهذا يعني أن المقبول يدعو لاستخدام كافة أشكال المعالجة الصحفية السابق ذكرها بشكل متكامل وشامل بما يحقق الهدف من وجود هذه الصحافة.

محددات المعالجة الصحفية الاقتصادية

يرى الباحث أن هناك محددات أو بعض القواعد التي يجب على الصحفي أخذها في الاعتبار عند معالجة المادة الاقتصادية وكتابتها أياً كان الشكل الذي يعالج به الصحفي المادة الاقتصادية، ولكن كون الدراسة التي نحن بصددتها تختص بتحرير المواد الاقتصادية الناشئة عن الخبر مستثنية المعالجة الخدمية سواء في نشرات أسعار العملات والسلع الرئيسية والأسواق المالية. أو الخدمات المبوبة. فإن المحددات التالية تكون بشكل أكثر تركيزاً على معالجة المواد الإخبارية والتفسيرية:

1- ضرورة تعريف المصطلحات والمفاهيم الاقتصادية فقد تكون مفهومة للصحفي أو المحرر ولكن يجب أن يتذكر دوماً أن هذه المادة مقدمة إلى جمهور عام من القراء. ويجب أن تعرف بكلمات متداولة قدر الإمكان دون أن ينطوي التبسيط على إخلال بالمعنى. وقد تنطوي المادة على أكثر من مفهوم أو مصطلح اقتصادي وقد يجد المحرر أنه من الصعب أن يعرفها جميعها في سياق النص. حينها يتوقف الأمر على تقدير المحرر باختيار أهم مصطلح ذا علاقة أقرب بحديثات المادة وأكثرها تأثيراً لتعريفه. ولا بد من أن يتأكد المحرر من صحة المفهوم الاقتصادي المستخدم في السياق ودقته.

2- تمثل الأرقام والإحصائيات روح المادة الاقتصادية، وبعض هذه الأرقام يكون ذكرها ضرورياً بل إن عدم وجودها يمثل خللاً في التحرير، ويتوقف ذلك على العنصر الرئيسي في الخبر وحاجته إلى ذكر معلومات حوله. مثل عنصر التكلفة أياً كانت هذه التكلفة انشاء مباني، استيراد معدات، شراء أدوية. أو مبالغ عن الاستثمار كسواء أسهم، صفقات الاندماج، عجز الموازنات أو فائضها. أو عن منح ومساعدات. أو تغير في سعر سلعة ما ارتفاعاً أو هبوطاً. وقد يدعم المادة أحياناً بعض الإحصائيات المتسلسلة خاصة في التقارير أو قد يكون أساس المادة الخبرية مقارنة مفهوم ما من مفاهيم الاقتصاد خلال عدد من السنوات مثل التغير في استهلاك سلعة أو استيرادها أو تصديرها أو إنتاجها. هذا يتطلب إحصائيات كثيرة قد لا يكون كتابتها داخل نص المادة مريحاً للقارئ فيمكن إيرادها في شكل جدول أو رسم بياني بحيث تصل المعلومة التي يود إيصالها الصحفي للقارئ حين النظر إلى الرسم من الوهلة الأولى.

ولا يفوت المحرر أن يشرح دلالة التغيرات في تلك الأرقام دون الإطالة ودون الإخلال بالمعنى. كما لا يفوته التأكد من صحتها ودقتها لأنها تعني الكثير لكثير من فئات القراء مستهلكين أو منتجين أو مستثمرين.

3- تنطوي بعض المواد على نسب مئوية، هذه النسب مدلولاتها لا تقل أهمية عن الأرقام والإحصائيات ويسري عليها ما ذكر سابقاً عن الأرقام. وتتضمن أحياناً المادة التحريرية أرقاماً ونسباً في الوقت ذاته. فيجب على الصحفي التأكد من صحتها ومقارنتها. فمثلاً إذا كان الحديث عن متوسط الأجور في قطاع ما للعام الحالي هو 545 دينار بزيادة مقدارها 4% عن العام السابق حيث كان متوسط الأجور 522. فهذه المعلومة غير دقيقة إذ أن الزيادة بهذه النسبة في متوسط الأجور في العام السابق تعني أن المتوسط في العام الحالي هو 542,88 ديناراً. ومن غير المقبول أن يخمن الصحفي ويقدر الأرقام والنسب بل يجب احتسابها.

4- ذكرنا سابقاً أنه يفضل إدراج الإحصائيات والبيانات المالية لمتغيرات اقتصادية خلال سلسلة زمنية في جدول أو رسوم بيانية. وإضافة إلى ضرورة أن تكون الأرقام أو النسب أو المؤشرات صحيحة ودقيقة يجب مراعاة الوضوح خاصة إذا تم استخدام أكثر من متغير تابع مع متغير مستقل. بمعنى إذا كان الرسم البياني يبين الإنفاق الاستهلاكي والاستثماري للعام خلال عدد من السنوات فيفضل عدم استخدام الأعمدة لأن وجود ثلاثة أعمدة للدلالة على إجمالي الإنفاق خلال سنة للقطاعات الثلاثة مرهق نسبياً لنظر القارئ ويفضل استخدام المنحنيات فهي أكثر وضوحاً. وتدخّل عوامل الصورة والألوان في وضوح الرسوم البيانية والجداول.

ومن الضروري ذكر مصدر البيانات والمعلومات الواردة في هذ الجداول لما يعزز مصداقيتها. ويراعى في إدراج هذه البيانات أن تكون متسلسلة بمعنى إذا كانت الإحصائية خلال 7 أعوام من 2000-2007 ولم تتوافر احصائية عام من أعوام الفترة فإن الرسم البياني لا يكون دقيقاً ويفضل الاستغناء عنه. أما إذا كان وجوده ضرورة للمادة فينوه عن عدم وجود الإحصائية في مكان بارز للفت انتباه القارئ. إضافة إلى ضرورة تفادي الأخطاء التي قد تنتشر مثل كتابة دينار بدلاً من دولار والعكس. أو دينار بدلاً من مليون دينار، أو فرداً مكان دينار والعكس.....

5- تمثل البيانات والمعلومات الموسعة وخلفيات الأحداث من الأمور الهامة للمادة الصحفية بشكل عام وللمادة الاقتصادية بشكل خاص. خاصة فيما يتعلق بالأشكال التفسيرية مثل التقارير فلا

بد أن تحوي المادة على أكبر قدر ممكن من المعلومات وأن يسعى الصحفي ويستقصي عنها ولا يكتفي بما ترسله البيانات الصحفية التي توزع على الوسائل الإعلامية والمؤتمرات الصحفية المخططة مسبقاً. وإن وردت إليه مثل هذه البيانات يحاول البحث فيما وراء ما ذكر ويستفسر ويقدم للقارئ الإجابة عن التساؤلات التي قد تطرأ بذهنه. ويحاول ذكر الأسباب والنتائج وعدم ترك الأمور معلقة للاستنتاجات. فمثلاً نشر خبر عن ارتفاع الرقم القياسي لأسعار السلع الاستهلاكية أو ما يعرف بالرقم القياسي لأسعار المستهلك. بداية وبعد شرح مفهوم هذا الرقم وذكر سلة السلع التي يتم احتساب هذا الرقم على أساسها. لا بد من شرح الأسباب وراء ارتفاع هذا الرقم ومعرفة السلع التي تغير سعرها مما أدى إلى رفعه ونسبة الارتفاع والسبب في هذا الارتفاع والتوقعات المستقبلية ومقارنته بالفترات السابقة.

6- يكتفي بعض الصحفيين بوجود المعلومة دون الاهتمام بورودها على لسان أحد المصادر الحية، مع أن وجود هذا المصدر يعطي للمادة إضافة إلى المصدقية نوعاً من الإنسانية ويشعر القارئ باهتمام الصحفي بالموضوع ذي العلاقة ويخفف من حدة المادة الاقتصادية وصعوبتها وجمودها.

7- كما أن وجود مصادر متعددة تغطي كافة أطراف الموضوع تعد من أهم أساسيات الصحافة بحيث يعطي الصحفي لكافة الأطراف حق التعبير عن آرائها أو إخبار ما لديها من معلومات وبيانات.

8- تحتوي المادة التحريرية الاقتصادية عادة على العديد من أسماء الأشخاص والشركات والمنظمات والهيئات المحلية والإقليمية والخاصة. ويغفل بعض المحررين عن التعريف بهؤلاء الأشخاص أو نشاط الشركات ومكانها الجغرافي أو المنظمات ويكتفي أحياناً بمختصرات لأسماء هذه المنظمات اعتماداً على انتشارها. ويجب على المحرر أن يعرف بهذه الأسماء مهما كانت معروفة أو منتشرة ففي حال المسؤولين في الشركات لا بد من ذكر المنصب على سبيل المثال مدير عام ..، رئيس مجلس إدارة ..، نقيب المهندسين ..، سكرتير عام وزارة ..، وفي حال الشركات يذكر اسمها بالكامل وليس اختصاراً ونشاطها ومكانها الجغرافي ومقرها الرئيسي في حال تواجد فروع في أكثر من دولة. أما في حال المنظمات والهيئات الدولية أو الإقليمية أو المحلية فلا بد من التعريف بها ونشاطها ومقرها الرئيسي.

9- أيضاً الحديث عن قوانين وتشريعات أو رسوم وضرائب أو إجراءات لا بد من تفصيل نص هذه القوانين والتشريعات وعدم الاكتفاء بمسمياتها. كذلك الأمر فيما يتعلق بالموتمرات والمعارض لا بد من تفصيل أسمائها دون الاكتفاء بالمختصرات.

10- تختلف ظروف كل دولة من حيث مواردها وامكانياتها ومشكلاتها وقضاياها عن الدول الأخرى. وبالتالي تختلف الأولوية في تناول تلك القضايا أو معالجتها أو الاهتمام بقطاعات دون غيرها. إلا أن هناك بعض القطاعات التي تحتل جزءاً كبيراً من مساحة الصفحات الاقتصادية واهتمامها في معظم الدول والأنظمة وفي مختلف الأوقات والظروف منها على سبيل المثال أخبار الشركات، والاستثمار الأجنبي، والموازنات العامة. إضافة إلى ذلك يجب على الصحفي أن يكون دائم الاتصال بالقطاعات التي يعتمد عليها الاقتصاد بشكل نسبي أكثر من غيرها. فهناك دول تعتمد على النفط، وأخرى على السياحة، وغيرها على صناعة سلع معينة مثل الأرز، القطن، السيارات،... بحيث يكون دائم الاطلاع على المستجدات في القطاع الرئيسي وبحث أثر التغيرات الحاصلة فيه على القطاعات الأخرى والعمالة والتصدير وعلى الاقتصاد الكلي بشكل عام.

11- الشمولية في تغطية الأحداث والقضايا الاقتصادية. فقد تفرض أحداث معينة أو ظهور ظاهرة معينة في مجال ما إلى التوسع في تغطيتها في تلك الفترة ولكن يجب ألا يكون ذلك على حساب التغطية في المجالات الأخرى وأن تعطى الاهتمام حسب أهميتها النسبية للمواطن وللاقتصاد الكلي بشكل عام. وأن تكون الصحافة انعكاساً لمتطلبات المواطنين والاقتصاد الوطني وليس متطلبات المعلنين فقط.

المبحث الرابع الصحافة الاقتصادية الأردنية

بدأت الصحافة الأردنية الاقتصادية بمفهومها الحديث بالظهور في بداية التسعينات إذ كانت قبل هذا العقد تكتب ضمن أخبار وأحداث متفرقة مختلطة بالجوانب السياسية أحياناً وبالاجتماعية أحياناً أخرى. وُمع بداية التسعينات شهدت المملكة الأردنية انفتاحاً وتطوراً اقتصادياً في مجالات عديدة واتسمت هذه الفترة بجذب الاستثمارات المحلية والأجنبية والخصخصة وتطورات البنية التحتية، ونما دور القطاع الخاص وأنشطة الشركات وبدأت الصحافة توجه إليها الاهتمام ومع تزايد حجم الأنشطة بدأت بعض الصحف تخصص صفحات للأنشطة الاقتصادية. مما شجع على ظهور أول صحيفة اقتصادية متخصصة "الأسواق" في 1992 وكانت في بداية صدورها أسبوعية ثم تحولت إلى يومية في عام 1993، وتوقف صدورها في 2002. ورغم أنها توقفت إلا أنها كانت قد شجعت الصحف اليومية الأخرى على الاهتمام أكثر بالشأن الاقتصادي وأنشأت هذه الصحف دوائر أو أقسام اقتصادية كما خلقت جيلاً من الصحفيين الاقتصاديين يعملون في 40 مجالاً داخل الصحافة الاقتصادية مثل السيارات، الاتصالات، تكنولوجيا المعلومات، الزراعة، الغذاء، المياه، البنوك، العقار....' (الداود، مقابلة شخصية، 8 يناير 2009)

وتصدر الصحافة اليومية الأردنية الاقتصادية من خلال عدة صحف أهمها "الرأي" و"الغد" و"الدستور" و"العرب اليوم". محاولة القيام بدورها الذي تمت الإشارة إليه سابقاً والمتمثل في توفير المعلومة بكافة أشكالها (الخبر، التقرير، التحقيق،....) ومجالاتها التي تخدم كافة الأطراف المستهلك والمنتج والمستثمر باستخدام لغة إعلامية اقتصادية يمكن للقارئ العادي والمتخصص الاستفادة منها. وهذه هي المعادلة الصعبة التي يحاول تحقيقها القائمون على إنتاج هذه الرسائل الإعلامية بتناول كافة أنواع المعالجة الصحفية الإخبارية، والتفسيرية، والرأي، والخدمات ويختلف مدى الاهتمام الذي توليه الصحف المختلفة لهذه الأنواع من المعالجة وفق أهدافها واستراتيجياتها وأولوياتها. فجميعها يحتوي على صفحات نشرات أسعار السلع والعملات والمعادن ونشرات السوق المالية الخاصة بالشركات، وصفحات خدمات الإعلان المبوبة، وتولي أهمية كبيرة للمعالجة الإخبارية وبدرجة أقل للمعالجة التفسيرية والرأي.

ورغم التطور الذي حققته الصحف محل الدراسة في هذا المجال إلا أنه لا تزال تعاني من معوقات عديدة تقف أمام تحقيق الدور المطلوب منها بالشكل المتسارع الذي تتسم به طبيعة المواد الاقتصادية والذي تتطلبه المرحلة الحالية وهذه المعوقات تختص بعضها بالمرسل والآخر بالرسالة الإعلامية وتعمل جاهدة على التغلب عليها باستخدام كافة الإمكانيات والتقنيات المتاحة البشرية والمادية (الداوود، مصدر سابق، 2008)

الفصل الثالث

التعريف بالأساس العملي للدراسة

- المبحث الأول

تحليل المحتوى

تعريفه وخطواته المنهجية

- المبحث الثاني

استطلاع القراء

تعريفه وطرقه وأنواعه وخطواته المنهجية

- المبحث الثالث

المقابلة

تعريفها وتنظيمها وأسئلتها

المبحث الأول

تحليل المحتوى

يعد استخدام أسلوب تحليل المحتوى الكمي والكيفي الأسلوب الأمثل لتحقيق الهدف من هذه الدراسة. وهو الإجابة عن التساؤل حول الكيفية التي تتناول أو تعالج بها الصحافة اليومية الأردنية الشأن الاقتصادي. في وقت تعاضم فيه دور الإعلام المتخصص وبرزت أزمة اقتصادية عالمية تعد أكبر الأزمات التي تعرض لها الاقتصاد منذ قرن تقريباً. وإن كنا تحدثنا سابقاً عن الدور المطلوب من الصحافة الاقتصادية في العملية التنموية الأردنية المستدامة، فإن هذا الدور يصبح أكثر إلحاحاً في هذه الفترة. وهي الفترة التي تم إجراء الدراسة فيها إذ أشارت بعض المواد الاقتصادية في هذه الصحف بشكل مباشر أو غير مباشر للأزمة ولكن كانت في معظمها إن لم يكن جميعها واردة عن وكالات أجنبية وربما نشرت بمحض الصدفة إذ تخصص كل صحيفة نسبة من مساحتها للمواد الصادرة عن الوكالات الأجنبية.

أما الحديث عن تبعات هذه الأزمة وأثرها على الاقتصاد المحلي الأردني لم يتعد سوى إشارات بسيطة من هنا أو من هناك والتي سادتها دوماً التطمينات والإشادة بقوة الاقتصاد المحلي. في حين نجد أن اللهجة قد تغيرت مع الانهيار الكبير في المنتصف الثاني من عام 2008. وإن كان هذا التغير ليس بدرجة كافية من الشفافية المطلوبة إلا أنه يعد نوعاً من الاستجابة لما يجب أن يكون عليه الإعلام.

وهذه الدراسة لا تناقش تناول الصحافة الاقتصادية الأردنية للأزمة المالية العالمية تحديداً. وإنما تتناول معالجتها للشأن الاقتصادي بشكل عام والوقوف على حيثياتها وصولاً لأجندة واستراتيجية هذه الصحف. والتي قد تعطينا تفسيراً للكيفية التي تتناول بها القضايا المختلفة كالأزمة المالية، وذلك من خلال تحليل المحتوى أو المضمون للمواد الصحفية المنشورة.

تعريف تحليل المحتوى وخطواته المنهجية

عرف محمد عبد الحميد (عبد الحميد، م س، ص 220) تحليل المحتوى بأنه " مجموعة الخطوات المنهجية التي تسعى إلى اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى والعلاقات الارتباطية بهذه المعاني من خلال البحث الكمي الموضوعي والمنظم للسمات الظاهرة في هذا المحتوى".

ولقد تعددت تعريفات تحليل المحتوى وفق نظرة الباحثين فمنهم من يعده أسلوباً وطريقة لجمع المعلومات والبيانات، ومنهم من يعده منهجاً مستقلاً في الدراسات الاجتماعية. وهذا الخلاف ظهر في البحوث العربية فقط في حين اعتبرته كلاً من المدرسة الأمريكية والفرنسية منهجاً وإن كانت الأولى قد اهتمت بالجوانب الكمية في حين اهتمت الثانية بالجوانب الكيفية. ولكن هذا الخلاف كما تراه حميدة سميسم (سميسم، مصدر سابق، ص 68-70) ' هو جزء من خلافات عديدة في علوم الاتصال الجماهيري والإعلام ولن يعيق هذا الخلاف الباحثين عن البحث في القضايا والمشكلات الإعلامية واستخدام تحليل المحتوى بأنواعه بما يتوافق مع موضوع الدراسة محل البحث. ووجدت سميسم أنه من الأفضل بمكان أن ينظر إلى كلمتي "تحليل" و"مضمون" كل على حدة.

فالأولى تعني عملية إدراك الأشياء والظواهر بوضوح من خلال عزل عناصرها بعضها عن بعض ومعرفة خصائص أو سمات هذه العناصر وطبيعة العلاقات التي تقوم بينها. فيما تعني كلمة مضمون أو محتوى في العلوم الاتصالية كل ما يقوله الفرد أو يكتبه ليحقق من خلاله أهدافاً اتصالية مع آخرين، فهو عبارة عن رموز لغوية يتم تنظيمها بطريقة معينة ترتبط بشخصية الفرد وسماته الاجتماعية، فيصبح مظهراً من مظاهر السلوك يميزه من غيره من الأفراد ويستهدف جمهوراً محدداً بسماته واحتياجاته واهتماماته ليدرك ما في المضمون من معانٍ وأفكار فيتحقق اللقاء بين المصدر والجمهور.

وكما اختلف الباحثون في إيجاد التعريف فقد تعددت تقسيمات تحليل المحتوى. وإن كانت هذه التقسيمات متداخلة وغير منفصلة عن بعضها. إلا أنه يمكن للباحث أن يلجأ لاتباع التقسيم الذي يحقق هدفه ويجيب عن أسئلة دراسته.

ونجد أن الأقرب والأفضل في دراستنا هذه اعتماد التحليل الكمي والكيفي. 'ويمكن التحليل الكمي الباحث من معرفة مواصفات المادة مثل حجمها وما يتصل بعنصر الشكل وهي ما عرفت بأسئلة ما ذا قيل؟ فيما يُمكن التحليل الكيفي من التعرف على اتجاهات المادة وعناصرها الرئيسية

بما عرف بأسئلة كيف قيل؟ وحينها يمكن للباحث أن يتوصل الى معرفة الأثر المتوقع للمادة على المستقبل كنتيجة ملازمة للكلم والكيف للتعرف على الصورة الانفعالية ورد الفعل الذي أحدثته في المستقبل بما يمكن التوصل إلى مقاصد منتجي المادة أي هدف المرسل أو المصدر. بمعنى أنه يمكن أن نتعرف على أجندة الصحف اليومية الأردنية الخاصة بمعالجتها للمواد الاقتصادية ومعرفة أثرها على الجمهور أياً كان هدف هذه الأجنداث، مصلحة القارئ ومحاولة تضيق الفجوة المعرفية في إطار تحقيق التنمية المستدامة. أو مصلحة المعلن أو خليط من هذا وذاك. ويعتمد هذا الأسلوب على التكرارات التجريبية كنتاج لعملية القياس وتصنيف المحتوى في الفئات المخصصة لذلك. وهي تكرارات ذات دلالات لفظية تكشف عن المحتوى حيث يمكن إخضاعها إلى معاملات إحصائية. ويعد التحليل الكمي الأساس الذي يقوم عليه التحليل الكيفي وهما مكملان لبعضهما البعض (عمر، مصدر سابق، ص 237)

فئات ومؤشرات التحليل

الفئات هي التصنيفات التي يضعها الباحث استناداً إلى طبيعة الموضوع ومشكلة البحث، كوسيلة يعتمد عليها في حساب تكرارات المعاني. وأما المؤشرات فهي المفهوم أو التعريف الذي تعنيه كل فئة والإطار الذي يحدد استخدامها في القياس ويبين للباحث حدود هذا الاستخدام. وتنقسم الفئات في معظم الدراسات الإعلامية إلى فئتين تتضمن الأولى الإجابة على سؤال ماذا قيل؟ والثانية تجيب على كيف قيل؟ (عمر، مصدر سابق، ص 238)

وتتعدد الفئات وفقاً لنوعية الوسيلة الإعلامية والمضمون الخاضع للدراسة فعلى سبيل المثال: فئة الموضوع: سياسي، اقتصادي، اجتماعي. وفئة اتجاه المضمون: مؤيد أو معارض أو محايد. فئة القيم: التي يتناولها المضمون كالحرية، الديمقراطية، الانتماء. فئة المصدر: أو الجهة التي استقت الوسيلة الإعلامية معلوماتها مثل جهات رسمية أو محطات إذاعية أو وكالات أنباء أو مراسلون. فئة الموقع الجغرافي: البيئة التي يتناولها المضمون محلية أو عربية أو دولية. (الربيعي، 2007، ص 15)

وفيما يتعلق بالدراسة فقد تم تحديد خمس فئات يقوم على أساسها التحليل الكمي لكافة المواد الاقتصادية المنشورة في أعداد الصحف موضع البحث وذلك بغية التوصل إلى أهم المجالات

والقطاعات التي تعالجها هذه الصحف وتوليها اهتمامها وعلاقة ذلك بمصادرها وجغرافيتها وفنون الكتابة المختلفة. وتشمل هذه الفئات: الفن الصحفي، المصدر، القطاع، المجال، جغرافية المادة. تمهيداً لإجراء التحليل الكيفي والذي تم تحديد سبع فئات تمكن الباحث من خلالها الحكم على أداء هذه المواد. وتتضمن دقة المصطلحات المستخدمة وصحتها، شرح المصطلحات، توافر البيانات، توافر المصادر، تعريفات مكونات المادة، توافر الرسوم البيانية ومصادرها، صياغة المادة التحريرية وتنظيمها. وفيما يلي تعريف لكل فئة من هذه الفئات والهدف منها.

أولاً: فئة الفن الصحفي

ويقصد بالفنون الإعلامية أو الفنون الصحفية الأشكال التي تأخذها المادة الإعلامية عند تقديمها للجمهور وهي متنوعة ويتم التمييز بينها وفق عدة أسس (نصر، 2004، ص36). وقد تم تحديد سبعة أنواع من الفنون الصحفية في هذه الفئة تعتمد أساسها على الخبر من خلال المسح المبدئي لعينة مصغرة من الصحف الخاضعة للدراسة وهي:

1- الخبر وهو تقرير يصف في دقة وموضوعية حادثة أو واقعة أو فكرة صحيحة تمس مصالح أكبر عدد من القراء وهي تثير اهتمامهم بقدر ما تسهم في تنمية المجتمع وترقيته. (نصر، مصدر سابق، ص 54)

2- التقرير وهو الفن التحريري الذي يقدم في شكل موضوعي ومتوازن مجموعة من الوقائع والمعلومات والآراء حول حدث أو قضية أو شخصية من الشخصيات أو أكثر من عنصر من هذه العناصر - مع وجود دافع إخباري - ويسمح لمحرره بالوصف أو التفسير أو فقرات التعليق والربط بين الأحداث والمواقف وردود الأفعال ويكون عادة مصحوباً بالصور الموضوعية أو الشخصية أو الرسوم التوضيحية أو البيانية. (علي، 2002، ص117)

3- التحقيق ويقوم على خبر أو فكرة أو مشكلة أو قضية يلتقطها الصحفي من المجتمع الذي يعيش فيه، ثم يقوم بجمع المادة من بيانات أو آراء وغيرها، ثم يزوج بينها للوصول إلى الحل لعلاج القضية أو المشكلة أو الفكرة التي يطرحها التحقيق. (علي، مصدر سابق، ص118)

- 4- الحديث الصحفي ويعرفه الباحث إجرائياً بالبيانات أو المعلومات التي يدلي بها المتحدث باسم المؤسسة ذات العلاقة للصحيفة عن الخبر أو القضية المطروحة ويستتوي هذا الفن القراء لما فيه من ذاتية وتشعرهم بأنهم ليس أمام مادة جافة بل أمام انسان يتبادل الحوار مع كل منهم.
- 5- المقال ويعرف إجرائياً بأنه من الفنون الصحفية التي تعتمد على الرأي وليس على الخبر، ويطرح فيها الكاتب وجهة نظر معينة حول قضية أو فكرة مستنداً الى معلومات ذات مصادر موثوق فيها حول الموضوع الذي يكتب فيه.
- 6- المقابلة الصحفية وإن كان البعض يعتبرها ذاتها الحديث الصحفي إلا أنه تم التفريق في هذا التصنيف بين المقابلات التي تجريها الصحيفة مع المختصين وأصحاب العلاقة بغرض كشف النقاب عن قضية ما أو تفسير مستجدات حول خبر ما وتوضيحها وبين ما يدلي به ذوو العلاقة حول القضايا محل النشر في مؤتمرات صحفية أو بيانات ... الخ.
- 7- عرض التقارير وهو ما يمكن تسميته بإعادة عرض تقرير صادر عن جهة ما مختصة دون إضافة أي تعليق أو رأي أو معلومات من قبل الصحيفة.

ثانياً: فئة المصدر

ويقصد بمصدر المادة الصحفية الأشخاص والمؤسسات ووسائل الإعلام المختلفة التي تحصل الوسيلة الإعلامية على الأخبار منها. وتتعد التقسيمات لمصادر الخبر وفق عدة أسس فمنها مصادر صانعة وناقلة للخبر ومنها من قسمها إلى مصادر ذاتية وخارجية (نصر، مصدر سابق، ص91)

وهذه التقسيمات غالباً ما تكون متداخلة فيمكن أن تكون مصادر ناقلة وخارجية في الوقت ذاته أو ناقلة وذاتية فالمراسل يعتبر مصدر ناقل للخبر وقد يكون ذاتياً أي يعمل لحساب الصحيفة فقط، وقد يكون متعاوناً مع أكثر من جهة من خارج المدينة أو الدولة أو حتى في ذات المدينة لكنه ليس تابعاً للصحيفة فقط. وقد توصل الباحث إلى تحديد تسع فئات من خلال المسح المبدئي لعينة مصغرة من المواد التحريرية المنشورة في الصحف موضع البحث وتتمثل في:

- 1- مراسل الصحيفة أو المندوب أو المخبر الصحفي فهو الذي يعمل لحساب الصحيفة سواء كان في نفس الدولة التي تصدر منها الصحيفة أو من خارجها وسواء كان يعمل لحساب الصحيفة فقط أو لأكثر من وسيلة إعلامية.

2- وكالة الأنباء الأردنية بترا.

3- وكالات أنباء عربية.

4- وكالات أنباء أجنبية .

وقد عرف حسني نصر وآخرون وكالة الأنباء (نصر، مصدر سابق، 129) بأنها إحدى الصناعات المغذية لوسائل الإعلام، تقوم بجمع المواد الإعلامية وتوزيعها على الصحف المشتركة فيها، وتسعى إما إلى تحقيق الربح أو تحقيق أهداف سياسية وأيديولوجية. ومنها المحلي والإقليمي والدولي. وينظر ابراهيم امام (امام، 1984، ص20) إلى وكالة الأنباء بأنها ممثل للصحف وهي بمثابة جمعية تعاونية تشترك فيها الصحف لجمع الأخبار لأن كل صحيفة بمفردها لا تستطيع القيام بهذا العمل ولا بد من المشاركة في النفقات.

5- محطات إذاعية وفضائيات

6- صحف أخرى

7- مراسل الصحيفة ومصدر آخر كوكالة أو صحيفة أخرى..

8- لم يتم تحديد المصدر

9- الصحيفة بدون مراسل مثال (الرأي - تونس)

ثالثاً: فئة القطاع

يعرف الباحث القطاع اجرائياً بأنه الجهة التي تنتمي إليها المؤسسة أو الشركة ذات العلاقة في المادة الصحفية وهي إما قطاع حكومي أو قطاع خاص. ولكن مع التداخل الكبير في الأنشطة الاقتصادية بات من الصعب أن يتم الفصل بين المؤسسات على هذا النحو. فقلما يكون نشاطاً أو خبراً تابعاً لقطاع بمفرده، كما أن هناك من النشاطات الاقتصادية والمجالات تتعلق بالاقتصاد الكلي ومع ذلك يعطي هذا التصنيف مؤشراً عن مدى دعم واهتمام الصحيفة بهذين القطاعين وبالاقتصاد العام وتسليط الضوء على الأنشطة الخاصة به، خاصة إذا تم دراسة العلاقة بين هذه الفئة وفئات أخرى مثل الفن الصحفي كما سنرى فيما بعد. ويتم تحديد فئة القطاع وفق الوزن النسبي للأثر الناجم عن ذلك النشاط أو الخبر. وتم تحديدها بأربعة قطاعات:

- 1- خاص ويشمل الشركات والمؤسسات والهيئات والمنظمات التابعة للقطاع الخاص
- 2- حكومي ويشمل الشركات والمؤسسات والهيئات والمنظمات التابعة لقطاع الحكومة. وما ينتج عن هذه المؤسسات من أنشطة مثال توريد معدات، وتوقيع اتفاقيات، وإجراءات البنك المركزي وعملياته والتغيير في سعر الفائدة وأسعار الصرف... إلى غيرها من أعمال.
- 3- خاص حكومي أي أن النشاط الذي يجمع بين القطاعين السابقين.
- 4- عام وذلك في حال المادة الصحفية تتناول قضية عامة ذات علاقة بالاقتصاد الكلي، والمؤشرات العامة مثل التضخم، أداء الأسواق، والعمالة، والتقدم التكنولوجي... الخ

رابعاً: فئة جغرافية المادة

ويقصد بها المكان ذا العلاقة بالمادة الخبرية. فعلى سبيل المثال قد يتم توقيع اتفاقية تعاون اقتصادية بين الأردن ومصر في تركيا، فهذا الخبر يعد محلياً عربياً. فيما لو تم منح الأردن مساعدة اقتصادية من ألمانيا تم التوقيع عليها في مؤتمر دولي عقد في أبو ظبي فهي مادة محلية عالمية. وفي مثال آخر استيراد مصر معدات من فرنسا تعد مادة عربية دولية. وعليه تم تصنيف جغرافية المادة الى:

- 1- محلية.
- 2- عربية.
- 3- دولية.
- 4- محلية عربية.
- 5- محلية دولية.
- 6- عربية دولية.

ويهدف هذا التصنيف لمعرفة الأهمية النسبية التي توليها الصحف للأنشطة والأخبار والقضايا الاقتصادية في مختلف أنحاء العالم، خاصة وأنه لم يعد من المقبول التركيز على الشأن المحلي فلم تكن المصالح والأنشطة الاقتصادية على درجة عالية من التشابك والتداخل على مدى التاريخ كما هي عليه الآن. ويتضح ذلك أكثر من خلال ربط هذه الفئة بفئات أخرى مثل الفن الصحفي والمجالات وغيرها.

خامساً: فئة المجال

ويقصد بالمجال النشاط الاقتصادي الذي تتناوله المادة التحريرية. وتداخل المجالات يعد سمة الاقتصاديات الحديثة، وبزيادة تطورها يزداد هذا التداخل. وتم تصنيف المواد ضمن المجالات المختلفة بناء على الأثر من هذا النشاط. فمثلاً توقيع اتفاقية بين شركة اتصالات مع بنك ما لتشغيل نظام معين تدرج ضمن مجال الاتصالات وليس البنوك. وبناء على المسح المبدئي للعينة المصغرة تم حصر 22 مجالاً. وأضيفت إليها حين الدراسة مجالات أخرى لتصل الى 28 مجالاً وهي:

1- مجال العقار والإنشاءات والخدمات المساندة متضمنة إنتاج مواد البناء وتجارتها، وعمل البناء ذاته سواء كان سكنياً أو تجارياً أو صناعياً أو سياحياً.

2- مجال النقل والمواصلات متضمن ما يتعلق بالمركبات المختلفة والطرق والموانئ والمطارات.

3- الاتصالات بكافة أنواعها السلكية واللاسلكية، وما يتعلق بها من أنشطة وصفقات وتطور وإنشاء مشاريع واتفاقيات.

4- البنوك والمصارف وشركات التمويل وصناديق الاستثمار وأنشطتها والتطورات الحاصلة فيها.

5- أنشطة الشركات الداخلية وما يدخل في عملها الداخلي من تغيرات في رأس المال، توسعة أو الغاء أنشطة، تغيير مقرات أو افتتاح فروع ...

6- الطاقة بكافة أنواعها من كهرباء وغاز ومنتجات البترول والمعادن، وتشمل أسعارها وأنشطة انتاجها واكتشافاتها واستغلالها والقضايا المتعلقة بسوق كل منها.

7- العملات المختلفة تشمل التغيير في أسعارها هبوطاً وصعوداً وأسباب والنتائج المترتبة على ذلك.

8- الزراعة والثروة الحيوانية والمياه بكافة مصادرها، والقضايا المتعلقة بها.

9- التأمين وكل ما يتعلق بصناعة التأمين كنشاط وعلاقته بكافة الأنشطة الأخرى.

10- السياحة والفندقة وكل ما له علاقة من عوامل تنشيط وجذب وتغييرات في تطور ونمو هذه الصناعة ارتفاعاً وهبوطاً وأسبابها. أما ما يتعلق بإنشائها أو توسعتها فيدخل ضمن نشاط العقار.

- 11- المنتديات والمؤتمرات واللقاءات والمشاورات والاتفاقيات التي تعقد بين الأفراد والشركات والدول والهيئات والمنظمات المختلفة والتي تشمل أنشطة كافة المجالات الأخرى، بمعنى المؤتمرات الخاصة بالطاقة على سبيل المثال، أو معرض خاص بتكنولوجيا الاتصالات أو لقاء بين ممثل شركة نقل ومسؤول حكومي حول عطاء معين، تعد جميعها ضمن اللقاءات.
- 12 - الإجراءات والقوانين والرسوم والجمارك والمواصفات والضرائب والتشريعات المتعلقة بتنظيم أنشطة كافة المجالات الاقتصادية، سواء فرض تشريعات جديدة أو إلغائها أو تعديلها.
- 13- تكنولوجيا المعلومات والتطورات في أساليبها المستخدمة في كافة المجالات والقضايا المتعلقة بالملكية الفكرية.
- 14- الدراسات والتقارير والنشرات والمقترحات والاحصائيات الصادرة عن الجهات المختلفة والتي من شأنها اعطاء مؤشرات عن أداء الأسواق والشركات والاقتصادات بشكل عام أو قطاعات وأنشطتها بعينها.
- 15- المجال الطبي وما يتصل به من أنشطة اقتصادية من توسعات، توريد معدات وأجهزه وأدوية، شراء خبرات..
- 16- الغذاء والتموين. وكل ما يتعلق بقضايا التموين والغذاء من السلع المختلفة.
- 17- التعليم والتدريب وتشمل الأنشطة الاقتصادية لكافة الجهات التعليمية الخاصة والحكومية والهيئات من المنظمات الدولية والاقليمية والمحلية.
- 18- صناعات مختلفة ويتضمن أنشطة الصناعات غير الواردة ضمن التصنيفات الأخرى.
- 19- الخدمات مثل الصيانة... وغيره. ويشمل نشاط الخدمات غير الواردة في بنود أخرى فقد يصنف البعض التعليم والتدريب، والاتصالات والنقل وغيرها على أنها خدمات ولكن أفردت في بنود خاصة بمفردها نظراً للوزن النسبي الذي تستحوذ عليه في نشاطات الاقتصاد الكلي ولقيمتها المضافة فيه فيكون من المفيد دراستها على حدة.
- 20- الإعلان وكافة الأنشطة المتعلقة به كصناعة.
- 21- العمالة وما له علاقة بالرواتب والزيادات والمكافآت والضمان والتحويلات.
- 22- البورصات والأسواق المالية.
- 23- أنشطة الإعلام والنشر.

- 24- أخبار متنوعة مثل الأنشطة الاجتماعية التي تقوم بها الشركات سواء لموظفيها أو العملاء. وتعد أخبار ترويجية وتحمل أهمية كبيرة من اجمالي ما ينشر.
- 25- الأنشطة المتعلقة بالبيئة وتتضمن الاتفاقيات والمشاريع التي تقوم بها الأنشطة والمشاريع بمختلف مجالاتها بما يحقق تحسناً للبيئة.
- 26- تطبيق القوانين والإجراءات والمواصفات وضبط المخالفات والقضايا التجارية أمام المحاكم.
- 27- الاستراتيجيات والمبادرات المختلفة المقترحة والتي تطرح للنقاش في سبيل تحسين الأداء الاقتصادي على مستوى كلي أو جزئي.
- 28- ما يتعلق بأراء القراء والنقاش حول القضايا المختلفة.

فئات التحليل الكيفي

تم تحديد فئات التحليل الكيفي بناء على تحديد الهدف منها وهو الوصول إلى مدى وجود المحددات التي تعد أساس تحرير المواد الاقتصادية من عدمه، وتتمثل فيما يلي:

1- فئة صحة المصطلح والمفاهيم الاقتصادية الواردة في المادة التحريرية. وقد قسمت الى ثلاثة مستويات:

1- كافة المفاهيم الواردة في المادة التحريرية صحيحة.

2- يوجد خطأ واحد بالمادة.

3- يوجد أكثر من خطأ.

ومعيار الصحة والخطأ هنا هو الدلالة التي يعبر عنها المفهوم في سياق المادة. مثال الحديث عن الإنفاق ومفرداته في إحدى المواد واعتبار أن الإنفاق يشمل: إنفاقاً استهلاكياً و حكومياً وفي أساسيات علم الاقتصاد مكونات الإنفاق هو انفاق استهلاكي واستثماري أما مصارفه أو القائم بالإنفاق هو إما حكومي أو خاص. والقول بأن الانفاق يشمل إنفاقاً استهلاكياً و حكومياً يصور أن القطاع الخاص ينفق فقط على الاستهلاك والقطاع الحكومي ينفق فقط على الاستثمار، وإن كان كاتب المادة التحريرية لم يعن ذلك.

2- شرح المفاهيم وتوضيحها، فأحياناً قد لا يجد المحرر ضرورة لشرح وتعريف المفاهيم الاقتصادية الواردة في المادة إذ يعتبر أن كافة القراء على معرفة بها. وفي الواقع أن معظم المفاهيم الاقتصادية غير معروفة لدى كافة القراء وهذا شيء لا خلاف عليه كون هذه الصحافة اليومية تتعامل مع شرائح متعددة من مستويات التعليم والمهن وكونها ذات أهداف متعددة من بينها التوعية والتعليم بهذه المعطيات الجديدة. لا بد للمحرر أن يأخذ ذلك بالاعتبار فإن كان يجد من الصعوبة بمكان أن يعرف للقارئ ما هو التضخم أو حجم التداول أو الموازنة العامة...وقد يؤدي تكرار هذه المفاهيم والحديث عنها إلى المعرفة بها من خلال سياق الحديث عنها. ولكن هناك بعض المفاهيم لا بد من شرحها وهي مفاهيم حديثة على القاموس الاقتصادي - إذا جاز لنا التعبير - وهي مفاهيم ليست أساسية على الاقتصاد إنما أستخدمت حسب حاجة القطاعات والأسواق مثل اتفاقية نسب مدخلات الإنتاج. فقد يكون مفهوم نسب مدخلات الإنتاج متداولاً ومعروفاً للبعض دون البعض الآخر. ولكن ما هي الاتفاقية التي تدور حول هذه النسب بين دولة ومجموعة الدول الأخرى الموقعة على الاتفاقية. ومثال آخر المؤشر القياسي الصناعي، مؤشر الرقم القياسي لأسعار المستهلك.... إلى غيرها من مفاهيم، وقد تم إعطاء هذه الفئة أربعة مستويات:

- 1- كافة المفاهيم الواردة في المادة التحريرية تم شرحها وتوضيحها بشكل كامل.
- 2- شرحت بمعدل متوسط.
- 3- شرحت بمعدل ضعيف.
- 4- لم تشرح تماماً.

3- توافر البيانات الأساسية وتختلف البيانات الضرورية للمادة التحريرية باختلاف المادة موضع التغطية إضافة إلى اختلاف الفن المستخدم في تغطيتها. مثال المادة التحريرية الخاصة بتغطية توقيع عقد اتفاقية انشاء منشأة سكنية أو تجارية أو صناعية للقطاع الخاص أو الحكومي. من البيانات الأساسية لهذه التغطية الجهتان المبرمة للعقد، قيمة العقد، وقت التنفيذ، الجهات أو الشركات الوسيطة إن وجدت. جهة التمويل إذا كان التمويل أو جزء منه خارجي، الخدمات المساندة هل هي ضمن العقد أم أعطيت لشركات أخرى، تسويق الوحدات إن كان تم إسناده لجهة ما في حال ان الوحدة ليست لاستخدام الجهة المبرمة للعقد. بيانات عن المنشأة نفسها مثل مساحتها، عدد الوحدات

ومساحتها التفصيلية وأسعارها المتوقعة، إن كانت سكنية عدد الشقق أو الفلل....أو تجارية عدد المكاتب أو العيادات...

هذه البيانات وتفصيلاتها تتوقف على ما يستطيع الصحفي الحصول عليه من المصدر ولكن قد يكون من المقبول عدم ذكر الشركة المسوقة للمشروع أو أسماء الشركات الوسيطة لكن لن يكون من المقبول أبداً إغفال التكلفة ومدة تنفيذ العقد ومكان المشروع. ومثال آخر في حال صدور إجراءات تنظيمية أو فرض رسوم وضرائب. بداية لا بد من ذكر نص القانون أو الإجراء سواء كان إصدار جديد أو تعديل. المؤسسات أو السلع، أو الأفراد ذات العلاقة بالإجراء، وقت بدء تنفيذ الإجراء، الجهة المسؤولة عن التنفيذ. والأسباب التي أدت لصدور الإجراء أو التعديل عليه. وقد تم وضع تصنيف هذ الفئة وفق البيانات الأساسية وليست الفرعية.

1- كافة البيانات متوفرة

2- متوافرة بمعدل متوسط

3- متوافرة بمعدل منخفض

4- غير متوافرة.

4- توافر المصادر ومثل أي مادة تحريرية لا بد من مصادر حية تدعم الخبر وعدم الاكتفاء بالبيانات المكتوبة والمرسلة للصحف. وتتطلب طبيعة المواد الاقتصادية عادة مصادر تمثل الجوانب والأطراف المتعددة. والمصادر لا تتوقف على المشاريع والصفقات وأخبار الشركات والمؤتمرات والمعارض. بل حتى الأخبار أو التقارير التي ترد عن مؤشرات الأداء. فإن كانت لشركات أو مؤسسات بعينها فإن المصدر غالباً يكون من داخل هذه المؤسسة أما إذا كان عن الأداء العام أو قطاع بأكمله، فلا بد لوجود مصدر يمثل الجانب الذي أصدر الدراسة أو التقرير أو مؤشرات الأداء، يتناول شرحها وأسبابها ونتائجها. إضافة الى مصدر خارجي يتناول هذه البيانات ويعطي تقييماً لها. والمسألة ليست بعدد المصادر وإنما بتمثيل هذه المصادر للجوانب الأساسية للموضوع المطروح. فمثلاً في تقرير عن عدم توافر مخزون كافي من سلعة معينة يواجه الطلب المحلي، لا يكفي أن يتحدث عشرة مصادر من المستهلكين عن هذا النقص، لا بد من مصدر من مصادر توريد هذه

السلعة أو تصنيعها إضافة إلى موزع أو أكثر، وطرف خارجي محايد مثل لجنة مراقبة الأسعار،
وزارة التموين، حماية المستهلك. وقد قسمت الى مستويات:

1- المصادر اللازمة متوافرة جميعها.

2- المصادر متوافرة بمعدل متوسط.

3- المصادر متوافرة بمعدل منخفض.

4- المصادر غير متوافرة.

5- التعريف بمكونات المادة، وتشمل المادة الاقتصادية على أطراف عديدة من شركات،
منظمات، ومؤتمرات، وأشخاص ولا بد من تعريف لجميع هذه الأطراف وعدم الإكتفاء
بالمختصرات والتعريف لا يعني الأسماء فقط، ففي حال الشركات أو المنظمات والهيئات لا بد من
ذكر اسمها كاملاً ونشاطها ومقرها الرئيسي. وفي حال المؤتمرات لا بد من ذكر اسم المؤتمر
ومكان انعقاده والجهات المشاركة فيه والهدف منه. ويعتمد بعض المحررين على تداول اسم
معرض أو منتدى معين ويفترضون معرفة القراء المسبقة به وهذا افتراض غير صحيح. وتعددت
مستوياتها وفق ما يلي:

1- عرفت جميعها

2- تم تعريف معظمها

3- تم تعريف بعضها

4- لم تعرف

6- الجداول والرسوم البيانية، ولهذه الرسوم والجداول العديد من المهام فهي فضلاً عن
إعطاء الصفحة شكلاً حيويًا بعيداً عن الملل الذي تصيب به الصفحات المليئة بالنصوص. فهي
تجعل المادة أكثر تسلسلاً وانسياباً سواء أثناء كتابة المحرر للمادة أو أثناء اطلاع القارئ عليها. إذ
يتم التعليق على الأرقام والنسب وذكر البعض منها أو المتوسط أو المؤشر العام للنمو مثلاً فيما تبقى
التفاصيل في الرسوم والجداول لمن يريد معرفة بالتفاصيل. ولكن يجب عدم إغفال ذكر مصدر هذه
الأرقام المكونة للجداول والرسوم. وأحياناً قد يعتري هذه الجداول بعض الأخطاء أو نقص في
البيانات أو عدم وضوحها . وقسمت الى مستويات:

- 1- توجد رسوم بيانية وذكر مصدرها
- 2- توجد رسوم وجداول بيانية ولم يذكر المصدر
- 3- لا توجد رسوم وجداول رغم أفضلية وجودها
- 4- المادة ليست بحاجة للرسوم
- 5- وجدت وغير واضحة أو بها خطأ أونقص.
- 7- تنظيم البيانات وصياغتها وإن كان هذا من ضرورات أي مادة تحريرية فإن المادة الاقتصادية تكون أكثر حاجة لهذا التنظيم لأنها تعد مادة جامدة وصعبة الفهم إضافة الى وجود الأرقام العديدة فإن الاهتمام بصياغتها يعطى أهمية أكبر، وقد قسمت إلى:

1- منظمة بنسبة كبيرة.

2- منظمة بنسبة متوسطة.

3- غير منظم.

وتعد هذه الفئات المستخدمة في تحليل المحتوى الكيفي للخبر هي ذاتها المستخدمة في الفنون الأخرى ولكن قد تكون بشكل أعمق حسب حاجة المادة وطبيعتها. فالتقرير يحتاج إلى مصادر وبيانات وإحصائيات وأرقام أكثر مما يحتاج الخبر، والتحقيق أيضاً تكون متطلباته أكثر كما وكيفاً من الخبر والتقرير...ومعالجته أعمق وهكذا.

وقد أشار كارول ريتش في المذكرة التي أصدرتها صحيفة The wall street journal لمحريها (جواد، 2006 ب، ص503) وهي صحيفة تعنى بأمور التجارة والمال، والتي تتضمن إرشادات أسلوبية يتبعها محرروها ومحررو عدة صحف أخرى بما عرف بقالب وول ستريت. ذكرت المذكرة أن للأخبار بشكل عام فكرة واحدة أو نقطة مركزية واحدة وهذه توضع عادة في خلاصة تضمنها فقرة أو فقرتان في أعلى الخبر، أما بقية الخبر فتتربط أجزاءه سوياً بالعودة إلى الفكرة المركزية ويجب أن ينظم الخبر ويتمحور حول الخط المركزي لهذه الفكرة و"يجب ألا تسلك طريقاً متعرجاً دون ترتيب معقول".

وذكر أيضاً أن الخبر يجب أن يروى من وجهة نظر محددة وليست عامة أو غامضة ومن ذلك حشد الخبر بنفاصيل كثيرة وقد أعطى مثلاً أنه لا يكفي إطلاق تصريح عام إن هناك تضخماً في بلد معين حتى الخمسينات ثم بدأت الأسعار بالتدني، بل يجب تحديد ذلك بالأرقام من خلال

النشرة الرسمية لأسعار الجملة والمفرد وبيان الزيادة في الخمسينيات ثم آخر انخفاض في الأسعار، وإضافة الى أهمية الحديث من خلال أرقام حقيقية من الأفضل أن يتم الاستشهاد بذكر أسعار بضائع نموذجية خلال سنوات المقارنة.

وفي المواد التحريرية المنشورة في صحف عينة الدراسة كثيراً ما استعان المحررون بعبارة أكد خبراء، أكد رجال أعمال، صرح مصدر رفض ذكر اسمه أن..... عدا أنه من الضروري ذكر اسم المصدر فلا بد أن يعطي المبررات والأسباب والنتائج.

وفي كافة الفئات السابقة يقيم الأداء للمادة إما متكامل أو متوسط أو ضعيف عن طريق تحديد الأداء المتكامل لكل مادة - ما يجب أن تكون عليه المادة - من حيث المعطيات الأساسية متضمنة المفاهيم والمصطلحات التي تشملها المادة، البيانات الأساسية الضرورية للمادة، المصادر التي تعبر عن البيانات الأساسية، ومن ثم ينظر إذا ما تمت معالجة هذه المعطيات بشكل كامل أم توافر بعضها والبعض الآخر لم يتوافر، وتعطى التصنيف في الفئة حسب الوزن النسبي للمعطيات الأساسية. مثال ذلك تقرير يبحث في أسباب نقص سلعة الاسمنت من السوق خلال فترة معينة وفق ما ذكر بعض المستهلكين أو الموزعين. هذا التقرير يستلزم بداية التأكد من وجود نقص في السلعة بالنزول الى السوق. ومن ثم يبدأ العمل بشكل ممنهج بحيث تتوافر معلومات عن الاستهلاك الفعلي للسوق المحلية من السلعة، وما هو متوافر حالياً، والمقارنة بينهما لمعرفة نسبة النقص وسببه من خلال الاتصال بالموردين والموزعين (الوسطاء) والتجار وهل الارتفاع من بلد المنشأ، ارتفاع تكلفة النقل العالمية أو التخزين المحلية ومن ثم تم تخفيض الكمية أو أنه لا تغيير في هذه المرحلة. انما الموزعون يشترون بكميات كبيرة ويبيعون نسبة معينة لا تقابل الطلب بغية رفع الأسعار. أم أن الأمور تسير طبيعية ولكن زيادة الطلب نتيجة ارتفاع الطلب على العقار لسبب أو لآخر مع عدم قدرة الموردين على مجابهة هذه النسبة أدت لوجود فجوة تمثلت في انخفاض المعروض... والاتصال مع لجنة مراقبة الأسواق للمساعدة بالوصول الى السبب الحقيقي من هذه الأسباب.

فهذا التقرير بشكل رئيسي يحتاج الى ثلاثة مصادر رئيسية: موردين وموزعين ومراقبة الأسواق أما المستهلك النهائي فلا يعد مصدراً رئيسياً هنا وإن كان هو المتضرر النهائي من رفع الأسعار. ولكن الهدف هنا هو البحث في سبب الرفع والمستهلك يمكن أن يكون مصدراً وأن يقدم

رأيه خاصة أصحاب المشاريع العملاقة ولكن وجوده ليس أساسياً بقدر المصادر الأخرى وعوده وجوده لا يضر التقرير ولكن وجوده يفيد. وبالتالي فإن النظر إلى تصنيف هذه الفئة إلى توافر المصادر الأساسية.

كذلك الحال بالنسبة للبيانات، فالبيانات السابقة هي أساسية لمعرفة حجم الطلب للسنة الحالية و.... هي أساسية ولكن من المفيد ذكر حجم الطلب في السنوات السابقة والمتوقعة لأن ذلك يعطي دلالة ومؤشراً فوجودها مفيد ولكن عدم وجودها لا ينقص من التقرير. وفي هذه الحالة يفضل وضع تلك الإحصائيات في رسم بياني يعطي دلالة على تطور حجم الطلب. وهكذا فإن توفر جميع ما هو أساسي يضع الفئة في التصنيف الأول وإذا تنافى وجود أحدها تصبح متوافرة بشكل متوسط وفي حال غياب أكثر من واحد يعتبر متوافرة بشكل ضعيف. وهكذا الحال بالنسبة لبقية الفئات.

وبشكل أكثر تحديداً فإن المسألة تحسب كنسبة مئوية من إجمالي ما تتطلبه المادة؛

أقل من 50% غير متوافر

(50-75%) ضعيف أو منخفض

(أكثر من 75-85%) جيد أو متوسط

(أكثر من 85-100%) متكامل أو متوافر تماماً.

وحدة التحليل

ويقصد بها الوحدة التي يستخدمها الباحث في تحليله للموضوع أي أداة العد وقد تكون: الكلمة أو الجملة أو الفقرة، أو وحدة الموضوع أو الفكرة وهي أهم وحدات التحليل وأكثرها إفادة ويقصد بها الفكرة التي يدور حولها موضوع التحليل. إضافة إلى وحدة الشخصية، ووحدة الزمن.

وبعد تحديد فئات التحليل ووحداتها لا بد للباحث من إجراء التحليل المبدئي على عينة مصغرة من العينة الأصلية وهو دراسة استطلاعية يقوم بها الباحث قبل الشروع في التحليل للوقوف على مدى ملائمة فئات التحليل ووحداته لأهداف الدراسة كما يساعد على إعادة صياغة التساؤلات والفروض والفئات وإضافة فئات أو حذف بعضها (الربيعي، م س، ص 15) وتعد وحدة التحليل في هذه الدراسة هي الفقرة.

استمارة التحليل

يتم تصميم استمارة التحليل بحيث تشمل على بيانات تفصيلية لمضمون المادة وشكلها بما يتفق وتساؤلات الدراسة. وعادة ما تتضمن جزءاً للبيانات الأولية مثل تاريخ العدد ورقمه واسم الصحيفة، وجزءاً للفئات الرئيسية والفرعية. وتضم الدراسة نماذج لاستمارات تحليل المضمون الكيفي والكمي.

اختبار الصدق والثبات

يقصد بالصدق الظاهري صلاحية الأداة لقياس ما هو مراد قياسه وبالتالي صلاحيتها لتحقيق أهداف الدراسة ومن ثم ارتفاع مستوى الثقة فيما يتوصل إليه الباحث من نتائج. أما الثبات فيقصد به الوصول الى ذات النتائج من خلال عدد من المحللين أو الاختلاف الزمني للتحليل بتطبيق نفس فئات التحليل ووحداته على نفس المضمون مما يعطي الثقة العالية بالنتائج وعادة ما يتم ذلك من خلال محكمين من ذوي الاختصاص للحكم على مدى صلاحية الاستمارة في التحليل. (الربيعي، مصدر سابق، ص15).

ويتم حساب معدل الثبات وفق معادلة هولستي (عبد الحميد، مصدر سابق، ص 240-241)

$$\text{معامل الثبات} = \frac{2\text{م}^2}{\text{م}^2 + 1\text{م}}$$

حيث م = عدد الحالات المتفق عليها.

م¹ = عدد الحالات التي رمزها المحكم الأول.

م² = عدد الحالات التي رمزها المحكم الثاني.

ووفق عبد الحميد فإنه لا يوجد حتى الآن مستوى معين لمعامل الثبات يمكن قبوله أو رفضه ولكن يرى حسب كل من كابلان وجولدسون أن معامل الثبات في تحليل المحتوى التي تصل الى 90 بالمائة تعتبر مستوى عال يمكن الاطمئنان إلى مستوى الثقة في النتائج، بينما لا تعتبر 75 بالمائة نسبة مرضية يمكن الاعتماد عليها.

وقد تم اخضاع 10 مواد تحريرية للاختبار من قبل المحكمين الدكتور علي منعم القضاة
والدكتور أحمد طوالبه وحيث أن فئات التحليل هي 7 فئات فإن عدد التصنيفات المرمزة هي 70
اتفق المحكمان في 63 تصنيفا وعليه تكون المعادلة
معامل الثبات = $2(63) = 70 + 70 = 90\%$. بمعنى أن قيمة معامل الثبات
تعطي مستوى مطمئن وثقة عالية في النتائج.

المبحث الثاني

استطلاع رأي القراء

تستخدم الدراسة أسلوب استطلاع رأي قراء الصحف موضع الدراسة لتقييم تغطيتها للشأن الاقتصادي والوصول من خلاله ونتائج تحليل المحتوى إلى الإجابة على السؤال الرئيسي في الدراسة والمتمثل في ما مدى معالجة الصحافة اليومية الأردنية للشأن الاقتصادي؟ وعرفت حميدة سميسم (سميسم، مصدر سابق، ص49) استطلاع الرأي بأنه مجموعة من الاختبارات والطرائق، القصد منها الوقوف على اتجاهات الرأي العام، حيال العديد من المشاكل العامة، التي تتفعل بها جماهير الرأي العام في المجالات السياسية والاجتماعية والاقتصادية كافة. ووفق سميسم تتلخص هذه الطريقة في اختيار عينة من جمهور الرأي العام يتم اختيارها بدقة بالغة وتوجه إليها العديد من الأسئلة التي تحوي موجزاً كاملاً عن المشكلة العامة المراد قياس اتجاهات الرأي العام حيالها وتوضع هذه الأسئلة طبقاً لخطة معدة سلفاً بكل دقة ويجري استخلاص النتائج من إجابات الأفراد عن هذه الأسئلة.

ومن مزايا هذه الطريقة تقديم مجموعة واسعة من المعلومات مقارنة ببطء أدوات البحث الأخرى، وسهولة استخدامها لعدد كبير من المجيبين والاقتصاد في الجهد والمال والوقت وسهولة تحليل النتائج ومعالجتها إحصائياً.

ومن أنواع الاستفتاء: المقيد والمفتوح ونوع يجمع بين كليهما. ويجمع الاستطلاع المستخدم في هذه الدراسة بين النوعين إذ يعطي الباحث للمبحوث خيارات الإجابة عن الأسئلة مع ترك المجال مفتوحاً أمامه لخيار غير مطروح من قبل الباحث.

وقد تم وضع الأسئلة التي يرغب الباحث في استطلاع رأي المبحوثين حولها بدقة وتركيز، وتدور حول رأي القارئ للصحف اليومية الأردنية الصادرة بالعربية وتحديداً للمواد الاقتصادية المنشورة فيها في أسلوب معالجة القائمين على إنتاج هذه المواد ومزايا هذا الأسلوب وعيوبه، والمدى الذي استطاعت الصحف من خلال تقديم هذه المواد في اشباع حاجات القارئ ورغباته من

معلومات منشورة في تلك المواد باختلاف مجالاتها وأنشطتها الاقتصادية ومصادرها ومناطقها الجغرافية.

إضافة إلى مدلولات نتائج هذا الاستطلاع حول رأي القراء، فإنه سيتمكن القارئ من مقارنة نتائجه بنتائج التحليل الكمي والكيفي لمحتوى الصحف للخروج بنتائج ودلالات مفيدة.

تصميم صحيفة الاستطلاع

يتم تصميم صحيفة الاستطلاع وفق عمر (عمر، مصدر سابق، 304_305) وفق خطوات منهجية يتم تحديدها وفق نوع وحجم البيانات المطلوب جمعها وتتلخص فيما يلي:

- 1- تحديد كمية البيانات المطلوبة ونوعها عن طريق المراجعة الدقيقة لمشكلة البحث وفروعه.
- 2- تحديد الهيكل العام لصحيفة الاستطلاع عن طريق تقسيم المعلومات وتصنيفها وتبويبها وترتيبها بطريقة منطقية بحيث تبدو كمجموعة من الوحدات المتتابعة.
- 3- إعداد الصحيفة في صورتها الأولية وذلك بتحويل الوحدات إلى أسئلة متتابعة تشكل في مجموعها صورة أولية للصحيفة.
- 4- اختبار الصحيفة للتأكد من صلاحيتها منطقياً وتجريبياً بعرضها على مجموعة من الأساتذة والخبراء والمختصين للاستفادة من ملاحظاتهم، والقيام بتجربة أولية على عينة محدودة ومماثلة للعينة الأصلية للتأكد من صلاحيتها.
- 5- إعداد صحيفة الاستطلاع في صورتها النهائية وتصدير الصحيفة بمقدمة تتضمن فكرة البحث والجهة القائمة به.

وفيما يتعلق بالدراسة فقد تم تحديد البيانات المطلوب جمعها بشكل دقيق والتمثل في أربع مجموعات من البيانات تم تحويلها إلى أسئلة مترابطة ومتسلسلة بشكل منطقي:

- 1- تحديد الصحف التي يفضل المبحوث قراءة المواد الاقتصادية منها، وتحديد أكثر المجالات والأنشطة التي يتابعها فيها، وأكثر المناطق الجغرافية التي تلقى اهتماماً من قبل القارئ، والمصادر و الفنون الصحفية التي يفضلها.

2- الجزء الثاني من البيانات يتركز في تقييم القارئ للمادة التحريرية الاقتصادية من حيث مدى توافر المحددات الأساسية لكتابة المواد التحريرية عموماً والاقتصادية بشكل خاص من خلال سؤاله عن الدرجة التي يراها متوفرة في كل محدد من هذه المحددات.

3- أما الجزء الثالث من البيانات فيختص بالأزمة المالية العالمية تحديداً وتقييم القارئ لتغطية الصحيفة التي اختارها لهذه الأزمة، ومدى تأثير متابعة تلك التغطية على قراراته المالية الخاصة.

4- والجزء الرابع يتضمن بيانات ديموغرافية تشمل المستوى التعليمي ومجال العمل والعمر.

وبعد صياغة الصحيفة الاستطلاعية في صورتها الأولية تم تجربتها على مجموعة من أفراد العينة المستهدفة قوامها 20 فرداً. وأخذ في الاعتبار الاستفسارات التي وجهت من قبلهم ونقاط الضعف التي قد تحد من فهم القارئ للسؤال. ثم أعيدت صياغتها وعرضت على محكمين من أساتذة الإعلام هم: تيسير أبو عرجة وأحمد طوالبه وعلي القضاة ومحمد بني دومي، وقد أبدوا ملاحظات عديدة منها ما له علاقة بصياغة الأسئلة وطريقة طرحها كما تم حذف بعض النقاط ليبقى القارئ حاضر الذهن حول البيانات التي تمثل في مجموعها الهدف الأساسي من الاستطلاع دون أن ينتشتت. وهي ذاتها البيانات التي تمكن الباحث من الوصول الى الإجابة على أسئلة الدراسة الأساسية.

وبعد صياغة الاستطلاع في صورته النهائية تم اجراء الاستطلاع وفق الطريقة المناسبة. ويتضمن ملحق الدراسة نموذج الاستمارة.

طرق استطلاع الرأي

ترتبط الوسيلة المستخدمة في الاستقصاء بالعينة المستهدفة. ومن الطرق الأكثر شيوعاً: (عبد الحميد، مصدر سابق، ص356-359)

1- الاستقصاء البريدي مما يوفر الوقت والجهد والتكلفة إضافة الى ما يوفره من سرية المعلومات التي يحصل عليها المبحوث. ويجب أن تكون الأسئلة المطروحة واضحة وبسيطة لأنه لن يتسنى للباحث الشرح والتوضيح للمبحوث. ولكن يعد هذا النوع من الاستقصاء من الأنواع التي

تتصف بانخفاض الاستثمارات المرتدة. ويتوقف معدل الاستجابة على الجهة التي تقوم بعمل الاستقصاء فكلما كانت محددة ومعروفة مثل الجهات الرسمية والأكاديمية التي لا تهدف إلى الربح كلما ارتفع معدل الاستجابة، إضافة إلى اقتناع المبحوث بالاستطلاع واستثارة الباحث للمبحوث من خلال شرح أهداف البحث وأهميته. كما يؤثر شكل الاستمارة ونوع الورق وطريقة الطباعة وتصميم الاستمارة في المبحوث ويفضل ألا يزيد طول الاستمارة عن أربع أو خمس صفحات.

2- الاستقصاء غير البريدي ويجنب الباحث الكثير من عيوب الاستقصاء البريدي فهو يقع وسطاً بينه وبين المقابلة حيث لا يتدخل الباحث في توجيه الإجابات ولكنه يسلم الاستمارة ويقوم بشرح الأسئلة التي قد تحتاج لتوضيح. ويضمن هذا الأسلوب نسبة أكبر من الاستجابات ويناسب الأفراد ذوي المستويات التعليمية الأقل إلا أنه لا يصلح مع العينات الكبيرة لحاجتها إلى عدد من مساعدي الباحثين ويحتاج ذلك إلى تكلفة أعلى خاصة في حالة العينات ذات الأعداد الكبيرة.

3- أسلوب المفكرات المنتظمة وهي قريبة من الاستقصاء البريدي وتتميز أن المبحوث معروف لدى الباحث ويستخدم نظام المفكرة التي تودع لدى عينة متطوعة يتم استيفاء بيانات معينة منها ثم ترسل للباحث لتفريغها وتبويبها وتحليلها.

4- الاستقصاء التلفوني ويجمع بين مزايا الاستقصاء والمقابلة فيعد مقابلة كون الباحث والمبحوث يلتقيان من خلال الحديث التلفوني ويعد استطلاعاً كون المحادثة تدور حول أسئلة معينة مقننة. ويتميز كونه يوفر الوقت والجهد ويحقق نسبة استجابات أعلى وأسرع من الاستقصاء البريدي.

ولكون عينة الدراسة مستهدفة بمن يقرؤون المواد الاقتصادية المنشورة في الصحف اليومية تحديداً وهي فئة صعب الوصول إليها بشكل نسبي. فلم يتم الاستعانة بالاستقصاء البريدي لأن الشريحة المطلوبة لا تتوفر عنها قاعدة بيانات يمكن الاعتماد عليها. فإذا تم الإرسال للأطباء والمحامين والمهندسين والتجار من القوائم المتوفرة فإنه ليس بالضرورة أن جميعهم يقرؤون الصفحات الاقتصادية وتكون نسبة الاسترجاع ضئيلة. كما أن الدراسة تشمل مستويات التعليم والمهن المختلفة ولا تتوفر حولها قاعدة بيانات معينة.

إنما تم الاستعانة باثنين من مساعدي الباحثين وتم شرح الأسئلة التي تضمنتها الاستمارة لهم والتأكد من أنهم قادرين على إجابة أي استفسارات قد يطرحها المبحوث. وتم مراعاة وضع الأسئلة

بحيث لا تكون طويلة ولم تتعد الاستمارة أربع صفحات وتم شرح الهدف من الدراسة والجهة التي تكفل الاستقصاء وزودت برقم هاتف للاستفسار وللمصادقية.

وقد تم استطلاع رأي 145 فردا كعينة احتمالية طبقية، وكان قد تم سؤال 435 فرداً ذكوراً وإناثاً ومن مستويات تعليمية مختلفة ومن مهن مختلفة عما اذا كانوا يطالعون الصفحات الاقتصادية وأجابوا معظمهم بالرفض وجزء ممن أجاب بالقبول ظن أن المقصود نشرات الأسهم وأسعار العملات والمعادن وبعد شرح المقصود بالمواد الاقتصادية التحريرية أجاب 146 فردا على الاستطلاع، وتم تفرغ البيانات ثم تم اجراء التحليل الإحصائي. بمعنى آخر يمكن القول أن نسبة الاطلاع على المواد التحريرية الاقتصادية المنشورة في الصحف اليومية الأردنية هي 33.3 بالمائة.

المبحث الثالث

المقابلة

- تعد المقابلة أسلوباً من أساليب جميع البيانات بجانب مسح المضمون ومسح القراء وتتسم المقابلة في الدراسات الإعلامية بعدة صفات (عبد الحميد، مصدر سابق، 392)
- 1- تعرف المقابلة بأنها تفاعل لفظي يسمح فيها للمبحوث بحرية الإجابة على أسئلة الباحث بالطريقة التي يراها مناسبة للتعبير عن آرائه وأفكاره ومعتقداته.
 - 2- تعد المقابلة أسلوباً منظماً، يقوم على مجموعة من الخطوات الإجرائية والمنهجية العلمية التي تنظم وتدير الحوار في إطار الأهداف البحثية لتنظيم المقابلة.
 - 3- إن المقابلة لها هدف محدد يرتبط بطبيعة المشكلة أو الظاهرة محل الدراسة، وبطبيعة البيانات المطلوب الحصول عليها وخصائص الأفراد المبحوثين.

تنظيم المقابلة

تم اختيار أسلوب المقابلة كطريقة لجمع البيانات الخاصة بأجندة واستراتيجية وأهداف القائم بالاتصال لأنها الأسلوب الوحيد الذي يمكن الباحث من ذلك. لأن البيانات والمعلومات المطلوبة لا يمكن الحصول عليها من خلال استمارة استطلاع مثلاً ومهما تركت الإجابة مفتوحة للمبحوث فإنها لن تكون كافية، لأن الحوار المفتوح والنقاش عن كل نقطة قد يفتح نقاشات حول أمور عديدة وقضايا لم تكن مطروحة من قبل الباحث أصلاً. وهذا يعمق الحوار ويفيد في تحقيق الهدف الأساسي من البيانات المطلوبة وتتمثل تحديداً في ماهية الأهداف الرئيسية وترتيب الأولويات في الصحيفة اليومية الأردنية فيما يتعلق بالتغطية الاقتصادية، المشكلات والعوائق التي تقف حائلاً دون تحقيق هذه الأولويات، الخطة التي تضعها الصحيفة في سبيل التطور وتذليل هذه العقبات ونظرتها المستقبلية للصحافة الاقتصادية اليومية الأردنية.

ووفقاً لهذا الهدف تم اختيار المسؤولين عن الصفحات التحريرية الاقتصادية في الصحف موضع البحث لأنهم القادرون على الإجابة عن هذه التساؤلات أيّاً كان المسمى الوظيفي فربما هو مدير تحرير في أحدها ومسؤول صفحات في الصحيفة الأخرى.

أما استمارة المقابلة فشملت على أسئلة رئيسية استرشادية لتفقد الحوار تمتثلت في:

1- ماهية القطاعات والمجالات والفئات والمناطق الجغرافية المستهدفة من الرسائل الإعلامية الاقتصادية المنشورة؟

2- ماهي أهم المصادر التي تعتمد عليها الصحيفة في توفير المعلومات والبيانات التي تبنى عليها الرسالة الإعلامية والأسباب وراء الاعتماد بنسبة أكبر على مصدر دون آخر؟

3- ماهي مبررات استخدام فنون صحفية دون أخرى؟

4- ماهية المعوقات التي تحول دون أداء نوعي أفضل لهذه الرسائل الإعلامية؟ وكيف يعمل القائمون على إنتاج هذه المواد في تذييل هذه المعوقات وتطوير الأداء؟

5- كيف يرون مستقبل الصحافة الاقتصادية المطبوعة مقارنة بما وصلت إليه مثيلاتها الإلكترونية؟ وهل تؤثر هذه الأخيرة على الطلب على المطبوعة في الأجل القريب؟

6- هل يرون أن الرسالة الإعلامية الموجهة من قبلهم تحقق الدور المطلوب منهم في التوعية والشرح و... كصحافة يومية موجهة للقارئ العادي غير المتخصص؟

إن هذه الأسئلة هي بمثابة مفاتيح للحوار وسيتم خلالها طرح نتائج تحليل المضمون الكمي والكيفي إضافة إلى نتائج استطلاع رأي القراء حول أداء هذه الصحف لمناقشتها ومعرفة أسبابها والكيفية لمعالجة الخلل إن وجد؟ وتدعيم وتطوير ما يؤدي منها إلى تحقيق الدور الرئيسي المطلوب منها.

الفصل الرابع

نتائج التحليل الإحصائي

- المبحث الأول

نتائج التحليل الإحصائي لمضمون الصحف

- نتائج تحليل المضمون الكمي

- نتائج تحليل المضمون الكيفي

- المبحث الثاني

نتائج التحليل الإحصائي لاستطلاع القراء

- خصائص القراء

- تقييم القراء للصحف

- المبحث الثالث

نتائج المقابلة

المبحث الأول

نتائج تحليل المضمون للصحف

أولاً: التحليل الكمي للمضمون

تم تحليل المواد التحريرية الاقتصادية المنشورة في أعداد العينة المحددة مسبقاً من صحف الدراسة " الرأي" و"الغد" و"الدستور" وفق فئات التحليل المحددة في استمارتي التحليل الكمي والكيفي، وبلغ عدد المواد التي جرى عليها التحليل الكمي 4052 مادة تحريرية موزعة كما يلي: 1376 مادة من صحيفة الدستور، 1301 مادة من صحيفة الرأي، و1375 مادة من صحيفة الغد. وكانت نتائج التحليل كما يلي:

أولاً: الفن الصحفي

فيما يتعلق بالفنون الصحفية المستخدمة في عرض هذه المواد كان الخبر مسيطراً في كافة الصحف بنسبة مقاربة 88.7%، و90.4%، و89.4% في كل من الدستور والرأي والغد على التوالي.

فيما اختلفت الأهمية النسبية للفنون الأخرى في كل صحيفة. ففي الدستور جاء التقرير بالمرتبة الثانية بعد الخبر بنسبة 6.9%، يليه المقالة بنسبة 2%، وعرض للتقارير الصادرة عن الهيئات والمؤسسات المختلفة بنسبة 1.3%، والتحقيق بنسبة 0.6%، وكل من الحديث الصحفي والمقابلة بنسبة 0.2%. أما صحيفة الرأي فقد استحوذت المقالة على نصيب أكبر من التقرير بنسبة 5%، و3.3% على التوالي، وكانت نسبة عرض التقارير الصادرة عن المؤسسات المختلفة بنسبة 1.3%. وفي صحيفة الغد جاء التقرير بنسبة 6.8% يليه عرض التقارير بنسبة 2.9%، ثم المقالة بنسبة 0.7% وتمثلت المقابلة والأحاديث الصحفية بنسبة 0.1%.

ويتضح من خلال هذه النسب أن كلا من صحيفتي الغد والدستور تتجه للاهتمام بالتقرير بعد الخبر، والذي يرى العديد من المختصين أنه من أكثر الفنون انتشاراً حالياً في الصحافة الاقتصادية إذ أن طبيعة هذا المجال تتطلب إضافة بعض التفاصيل والخلفية عن محتوى الخبر الأساسي وهو تقرير غير مطول وأوسع نسبياً من الخبر. أما عرض التقارير الصادرة عن منظمات وهيئات سواء

كانت محلية أو اقليمية أو دولية فقد ارتأى الباحث أفراد بند خاص بها في حال نشر كافة تفاصيل التقرير أما في حال الإشارة اليه بشكل مختصر فاعتبر خبراً. كما لا يمكن اعتباره تقريراً كون المعد له ليس الصحيفة أو من يمثلها. وقد جاء هذا العرض بنسب مماثلة في كل من الرأي والدستور فيما تضاعفت تقريباً عنهما في الغد.

أما التحقيقات فقد اختفت تماماً من عينة صحيفتي الغد والرأي فيما ظهرت بنسبة بسيطة جداً (0.6%) في صحيفة الدستور. رغم الأهمية التي تحتلها التحقيقات في الصحافة في الكشف عن الظواهر والقضايا والمشاكل التي تظهر في المجتمعات ومحاولة تسليط الضوء على أسبابها ومعالجتها واقتراح الحلول المناسبة لها. كذلك الأمر بالنسبة للمقابلات الصحفية التي من شأنها أن تجيب على كافة التساؤلات وأن توضح كافة الغموض وتطرح كل ما له علاقة بقضية ما من خلال مسؤول أو خبير بالموضوع المطروح.

وتبين الجداول التالية بالتفصيل الفنون التحريرية المختلفة المستخدمة في صحف الدراسة

الفنون الصحفية في صحيفة الدستور

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
d	Vali	الخبر 1	1221	88.7	88.7	88.7
		التقرير 2	95	6.9	6.9	95.6
		المقالة 3	28	2	2	97.7
		التحقيق 4	8	0.6	0.6	98.3
		الحديث 5	3	0.2	0.2	98.5
		المقابلة 6	3	0.2	0.2	98.7
		عرض التقرير 7	18	1.3	1.3	100
		Total	1376	100	100	

الفنون الصحفية في صحيفة الرأي

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
id	Val	الخبر 1	1,176	90.4	90.4	90.4
		التقرير 2	43	3.3	3.3	93.7
		المقالة 3	65	5.0	5.0	98.7
		عرض التقرير 7	17	1.3	1.3	100.0
		Total	1,301	100.0	100.0	

الفنون الصحفية في صحيفة الغد

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 الخبر	1,229	89.4	89.4	89.4
	2 التقرير	93	6.8	6.8	96.1
	3 المقالة	10	0.7	0.7	96.9
	5 الحديث	1	0.1	0.1	96.9
	6 المقابلة	2	0.1	0.1	97.1
	7 عرض التقرير	40	2.9	2.9	100.0
	Total	1,375	100.0	100.0	

علاقة الفن الصحفي بالقطاع

تناولت أخبار صحيفة الغد بالدرجة الأولى القطاع الخاص يليه الحكومي ومن ثم أخبار الاقتصاد الكلي ومؤشراته. كذلك كان للقطاع الخاص ما يقارب نصف تقاريرها (47.30%) من إجمالي التقارير رغم انخفاض عددها، يليها التقارير المتعلقة بمعطيات الاقتصاد الكلي بنسبة (25.80%)، واستحوذ الأخير على معظم المقالات وعرض التقارير الصادرة بشأنه من جهات أخرى.

وتتفق الدستور مع الغد في ترتيب القطاعات من حصة الخبر بينما تعطي أهمية للقطاع الخاص فالعام فالحكومي في تقاريرها بنسب (34.10%)، (28.20%)، (23.50%) على التوالي. ويستحوذ القطاع العام على نسبة كبيرة من التقارير المعروضة من جهات أخرى غير الصحيفة (55.60%). فيما تولي الرأي الأهمية للقطاع الخاص فالعام فالحكومي في أخبارها (57.70%)، و(18.20%)، (15%) على التوالي. وتعطي القطاع العام النسبة الأكبر من التقارير يليه الحكومي فالخاص. وتبين جداول (ف-ق1) و(ف-ق2) و(ف-ق3) في ملحق (أ) الفنون الصحفية التي استخدمتها الصحف الثلاث في معالجة الشؤون الاقتصادية في القطاعات المختلفة.

علاقة الفن الصحفي بالمجال

كانت أكثر المجالات التي استحوذت على الخبر كفن صحفي في صحيفة "الرأي" أخبار المعارض والمؤتمرات والمنتديات (17.50%) وأخبار الشركات من تعيينات وتوسعات ورفع رأس مال (14.70%) إضافة إلى أخبارها الترويجية (9.40%) وأسواق المال (7.40%). تلتها أهمية

أخبار النفط والطاقة والقوانين والتشريعات والاجراءات والدراسات والإحصائيات والمؤشرات الخاصة بكافة القطاعات.

فيما أكثر التقارير كانت من نصيب الإحصائيات والدراسات الخاصة بأداء الإنتاج والأسواق (16.30%) تلتها الطاقة والمعادن والنقل والعقار. أما المقالات فكانت من نصيب أداء الأسواق المالية (10.80%) والاستراتيجيات والمقترحات العامة للاقتصاد الكلي (12.30%)، وبنسبة (9.20%) لكل من أداء البنوك واستراتيجياتها والإجراءات التنظيمية للمجالات المختلفة والضرائب والقوانين والتشريعات المفروضة.

بالنسبة لصحيفة الدستور تناولت معظم الأخبار المعارض والمنتديات (14%) وأنشطة الطاقة والمعادن (8.40%) والدراسات (7%)، والأخبار الترويجية (5.80%) والاجراءات والتشريعات (5.10%)، تليها البنوك والاتصالات والنقل والعقار. أما التقارير فجااء اهتمام الدستور بالبورصات بنسبة (12.80%)، فالطاقة والمعادن بنسبة (10.60%) والدراسات ومجال التمويل بما فيه من مشاكل وقضايا وحيثيات تهم المواطن والجهات ذات العلاقة والعقار بنسبة (9.60%) لكل منهم.

وتميزت الدستور بالتنوع أكثر من غيرها في المجالات التي يطرقها كتاب المقال. فأعطت اهتمام للعمالة (14.30%) والسياحة (10.70%) وتطبيق التشريعات والقوانين وتنفيذها وما ينشأ عنها من خلافات وأزمات وأحكام، إضافة إلى الطاقة والمؤتمرات والنقل والعقار.

وتناولت الدستور في تحقيقاتها مجالات الغذاء والتمويل والطاقة والبنوك والاتصالات.

أما الغد فمعظم أخبارها حول مجالات المعارض (10.20%) والطاقة والمعادن (9.20%) والنقل (8.10%) ونتائج الدراسات والإحصائيات (7.80%) والبنوك (6.80%) تليها أخبار الشركات الداخلية والترويجية.

أما التقارير فتمحورت بنسبة كبيرة حول الطاقة والدراسات بنسبة (15.10%) لكل منهما والعقار (12.90%) يليها البورصات ومن ثم الزراعة والسياحة. أما المقالة فرغم انخفاض تناول الموضوعات من خلالها بالمقارنة مع الفنون الأخرى في هذه الصحيفة إلا أنها تناولت البنوك والمعارض والدراسات والغذاء والتمويل والمجال الطبي والاستراتيجيات والبورصات بمعدل مقالة لكل مجال خلال فترة الدراسة وفي العينة موضع البحث. كذلك الأمر بالنسبة للمقابلات والأحاديث الصحفية فقد كانت منخفضة ومن نصيب قطاع النقل والاستراتيجيات العامة.

فيما الرأي تمحور معظم أخبارها عن شركات القطاع الخاص وجزء كبير منها ترويجي بلغ عددها 110 خبر في مقابل 173 خبر عن الأنشطة الفعلية لهذه الشركات، أي 9.44% مقابل 14.70% نسبة كل منهما من إجمالي التغطية الإخبارية. تلتها المعارض والمؤتمرات فالدراسات. وأما التقارير رغم انخفاضها كان معظمها من نصيب المعارض والطاقة والنقل بنسبة (9.30%) فالبنوك (7%) والاتصالات (4.70%).

وتناول كتاب المقالة عدة مجالات من أهمها الاستراتيجيات العامة للاقتصاد القومي والدراسات ومؤشرات الأداء (32.30%) والبنوك (9.20%) والبورصات (10.80%).

وتبين الجداول (ف-م1) و (ف-م2) و (ف-م3) ملحق (أ) الأهمية النسبية للمجالات التي حظيت بمعالجة الفنون المختلفة في صحف الدراسة.

علاقة الفن الصحفي بالمصدر

معظم الأخبار التي تم ذكر مصدرها في صحيفة "الغد" كانت واردة من قبل وكالات أنباء أجنبية (24.80%) يليها مراسلو الصحيفة (18.30%) ومن ثم عن طريق وكالة الأنباء الأردنية (12%). والنسبة الأكبر (44.80%) من إجمالي الأخبار لم يحدد مصدرها.

أما التقارير فمعظم ما ذكر مصدرها جاء عن طريق مراسلو الصحيفة بنسبة 81.70%. فيما التقارير المعروضة كانت عن طريق المراسلين يليهم وكالات الأنباء الأجنبية فوكالة بترا.

أما صحيفة الدستور فمعظم الأخبار التي تم ذكر مصدرها كانت من خلال مراسلي الصحيفة (27.40%) فالوكالات الأجنبية (10.40%) فبترا (7.50%). كذلك التقارير فمعظمها من مراسلي الصحيفة (69.50%) وبنسب بسيطة من خلال الوكالات الأجنبية وبترا.

أما الرأي فجاءت أخبارها المنشورة والتي ذكر مصدرها من قبل وكالة الأنباء الأردنية بترا (15%) يليها مراسلو الصحيفة (12.10%) ثم وكالات الأنباء الأجنبية (7.80%). أما التقارير التي تم ذكر مصدرها فمعظمها عن طريقة مراسلي الصحيفة (67.40%) وبنسبة بسيطة من خلال بترا (7%). أما التقارير المعروضة فكانت من قبل المراسلين بنسبة 41.20% وبنفس النسبة تماما عرضت الصحيفة تقارير صادرة عن جهات مختلفة دون ذكر الجهة التي تناولت عرض تلك التقارير. و (96.90%) من المقالات هي بطبيعة الحال من خلال كتاب لصحيفة الرأي بينما نشرت

مقالات بنسبة (3%) دون ذكر اسم أو جهة ما. ويمكن مراجعة الجداول (ف-ص1) و(ف-ص2) و(ف-ص3) في الملحق (أ).

علاقة الفن الصحفي بجغرافية المادة

مثلت الأخبار المحلية (69.40%) من إجمالي الأخبار المنشورة في صحيفة الرأي، يليه الخبر الدولي (11.60%)، فالعربي (7.70%)، ونشرت أخبار تناولت بطبيعتها الشأن المحلي والدولي في آن واحد بنسبة (6.40%) ومن ثم أخبار محلية عربية بنسبة (3.40%) أما الأخبار العربية العالمية فجاءت بنسبة بسيطة جداً (1.60%).

كذلك الحال بالنسبة للفنون الأخرى ويعكس ذلك تركيز الصحيفة على الشأن المحلي فمثلت التقارير والمقالات وعرض التقارير التي تناولت الشأن المحلي النسب التالية على التوالي (74.40%)، (83.10%)، (94.10%).

وركزت صحيفة الدستور على الشأن المحلي بكافة فنونه فكان نصيبه من الخبر والتقارير والمقالة والتحقيق والحديث والمقابلة وعرض التقرير على التوالي بنسب (62.70%)، (66.30%)، (64.30%)، (100%)، (66.70%)، (66.70%)، (44.40%) وتوزعت باقي النسب على الشأن الدولي والعربي والشأن المشترك.

وتركزت نسبة كبيرة من عرض التقرير للشأن الدولي (50%) ونسبة (33.30%) من الأحاديث للشأن العربي.

وفي صحيفة الغد تناول الحديث والمقابلة الشأن المحلي فقط وركزت عليه في كل من المقالة والتقارير بنسب كبيرة (90%) و(89.20%) على التوالي. أما الخبر فكانت حصة الموضوعات المحلية (51.40%) فالدولي (19.70%) فالعربي (15.80%).

وتظهر الفنون المستخدمة في الشؤون الاقتصادية المحلية والعربية والدولية بشكل تفصيلي في جداول (ف-ج1) و(ف-ج2) و(ف-ج3) في الملحق (أ).

ثانياً: القطاعات المعالجة

تركز اهتمام كافة الصحف الخاضعة للدراسة على تغطية القطاع الخاص بنسب تراوحت بين 45.9% و 54.3%. فيما غطت المواد الخاصة بالقطاع الحكومي بنسب تراوحت بين 9.1% و 26.3%. فيما كانت التغطية للمواد التي يشترك فيها القطاع الحكومي والخاص تتراوح بين 14.3% و 21.3%. أما المواد الخاصة بالموشرات والاستراتيجيات والقضايا المتعلقة بالاقتصاد العام فتتراوحت بين 13.5% و 21.3% ويعكس هذا التباين توجهات الصحف نحو القطاعين ونحو الاهتمام بالقضايا العامة.

وتبين الجداول التالية (ق-1) و(ق-2) و(ق-3) بشكل تفصيلي نسب أو حصص القطاعات المختلفة التي عالجت صحف الدراسة شؤونها الاقتصادية.

القطاعات المعالجة في صحيفة الدستور

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 خاص	596	43.3	45.9	45.9
	2 حكومي	341	24.8	26.3	72.2
	3 خاص وحكومي	186	13.5	14.3	86.5
	4 عام	175	12.7	13.5	100
	Total	1298	94.3	100	
Missing	99	78	5.7		
Total		1376	100		

القطاعات المعالجة في صحيفة الرأي

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 خاص	706	54.3	54.3	54.3
	2 حكومي	200	15.4	15.4	69.6
	3 خاص وحكومي	118	9.1	9.1	78.7
	4 عام	277	21.3	21.3	100.0
	Total	1,301	100.0	100.0	

القطاعات المعالجة في صحيفة الغد

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

d	Vali	خاص 1	706	51.3	51.3	51.3
		حكومي 2	282	20.5	20.5	71.9
		خاص وحكومي 3	135	9.8	9.8	81.7
		عام 4	252	18.3	18.3	100.0
		Total	1,375	100.0	100.0	

علاقة القطاع بالمجالات المعالجة

وتتمثل أهم المجالات المعالجة في القطاع الخاص أخبار الشركات الداخلية والترويجية والمعارض واللقاءات وحلقات النقاش والندوات والبنوك والعقار والاتصالات والنقل. أما القطاع الحكومي فكان أهم المجالات المعالجة المؤتمرات والاجتماعات واللقاءات، والطاقة والمعادن، وقطاع البنوك متمثل معظمها في البنك المركزي واجراءاته، والاجراءات والقوانين والتشريعات وتطبيقها، والاستراتيجيات والمقترحات العامة. أما المجالات المشتركة بين القطاعين العام والخاص فكانت الاتصالات والنقل والطاقة والمؤتمرات والتشريعات الضريبية وتطبيق هذه التشريعات وضبط المخالفات. أما المعالجة التي تناولت الاقتصاد العام فكان أهمها يتعلق بالعملة والطاقة والمؤتمرات الأسواق المالية والدراسات. وان اختلفت الصحف موضع البحث في ترتيب أولوية هذه المجالات ولكنها كانت متقاربة. وتوضح الأهمية النسبية للمجالات المختلفة التي تم تناولها من قبل الصحف في كل قطاع على حدة في الجداول (ق-1) و(ق-2) و(ق-3) ي الملحق (أ).

علاقة القطاع بالمصدر

تجاوزت نسبة المواد التي لم يذكر مصدر محدد لها واكتفي بذكر اسم الصحيفة والدولة أو عواصم ووكالات 70% من مواد القطاع الخاص في صحيفة الرأي. بينما توزعت النسبة الباقية على وكالة بترا بالدرجة الأولى تليها مراسلي الصحيفة فالوكالات الأجنبية. أما القطاع الحكومي فقد بلغت نسبة المواد غير المحدد مصدرها 33.5% فيما توزعت النسبة المتبقية على المراسلين بالدرجة الأولى فوكالة بترا فالوكالات الأجنبية. وقد يعكس هذا اهتمام صحيفة الرأي بالشأن الاقتصادي الحكومي، فالمواد التي يغطيها المراسلين للقطاع الخاص تمثل 10.1% فيما يغطي

المراسلون ما نسبته 33.5% من القطاع الحكومي. أما المؤشرات والأداء المتعلق بالاقتصاد العام فيتم تغطية 25.30% من قبل المرسلين و 21.30% من قبل وكالات الأنباء الأجنبية وهذا يعكس تناول الأداء العام والأسواق المالية والمؤشرات ذات العلاقة باقتصاد الأردن من قبل منظمات دولية صندوق النقد الدولي والبنك الدولي والدراسات التي تؤديها بعض الهيئات التابعة لمنظمات دولية خاصة وحكومية.

كذلك الأمر بالنسبة لصحيفة الدستور فالمراسلون يغطون 19.80% من مواد القطاع الخاص في مقابل 39.30% من مواد القطاع الحكومي، فيما الغد تولي أهمية أكبر للقطاع الحكومي من حيث تغطية مراسليها فهم يغطون 24.80% من مواد هذا القطاع فيما يغطون 18.60% من مواد القطاع الخاص. وذلك رغم أن نصيب القطاع الخاص في صحيفة الرأي 54.3% والقطاع الحكومي 15.4%، وفي الدستور 45.9% للقطاع الخاص و 26.3% للقطاع الحكومي. ووضحت هذه النسب في الجداول (ق-ص1) و(ق-ص2) و(ق-ص3) في الملحق (أ).

علاقة القطاع بجغرافية المادة

معظم التغطية لمواد القطاع الخاص في صحيفة "الرأي" هي من الاقتصاد المحلي وهي بنسبة 69.30% يليها الاقتصاد الدولي بنسبة 11.5% يليها الاقتصاد العربي 7.40%. أما القطاع الحكومي فتمثل مواد الاقتصاد المحلي 74% من إجمالي المواد يليها المواد التي تغطي الاقتصاد المحلي والدولي معاً، تليها المواد المحلية العربية. أما المواد المشتركة بين القطاع الخاص والحكومي فتمثل 92.40% بالمائة منها الشأن المحلي. ومواد القطاع العام 62.10% محلية و 21.70% دولية و 10.80% عربية. وتقاربت نسب الصحيفتين الأخرتين ويظهر ذلك في ملحق (أ) في الجداول (ق-ج1) و(ق-ج2) و(ق-ج3)

ثالثاً: جغرافية المواد المعالجة

تقاربت أولويات صحف العينة في تغطيتها للأحداث والقضايا الاقتصادية من حيث المنطقة الجغرافية فكان أهمها التغطية للأحداث المحلية مع فارق في النسبة فقد تراوحت بين 54% و 70.6% وجاء الشأن الدولي في المرتبة الثانية بنسب تراوحت بين 11.2% و 19.1%. أما الشأن

العربي فتراوح بين 7.2% في صحيفة الرأي و14.8% في الغد. وتوالت بعد ذلك المواد التي تجمع بين الشأن المحلي والعربي أو المحلي والدولي أو العربي والدولي.

وهي موضحة بالتفصيل في الجداول التالية (ج-1) و(ج-2) و(ج-3).

جغرافية المواد المعالجة لصحيفة الدستور

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 محلية	867	63	63	63
	2 عربية	162	11.8	11.8	74.8
	3 دولية	179	13	13	87.8
	4 محلية عربية	68	4.9	4.9	92.7
	5 محلية دولية	72	5.2	5.2	98
	6 عربية دولية	28	2	2	100
	Total	1376	100	100	

جغرافية المواد المعالجة في صحيفة الرأي

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 محلية	918	70.6	70.6	70.6
	2 عربية	94	7.2	7.2	77.8
	3 دولية	146	11.2	11.2	89.0
	4 محلية عربية	42	3.2	3.2	92.2
	5 محلية دولية	82	6.3	6.3	98.5
	6 عربية دولية	19	1.5	1.5	100.0
	Total	1,301	100.0	100.0	

جغرافية المواد المعالجة في صحيفة الغد

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 محلية	743	54.0	54.0	54.0
	2 عربية	204	14.8	14.8	68.9
	3 دولية	262	19.1	19.1	87.9
	4 محلية عربية	46	3.3	3.3	91.3
	5 محلية دولية	63	4.6	4.6	95.9
	6 عربية دولية	57	4.1	4.1	100.0
	Total	1,375	100.0	100.0	

علاقة جغرافية المادة بالمجال

أكثر المجالات التي تم معالجتها محلياً بالنسبة لصحيفة الغد هي البورصات والدراسات والمؤشرات المالية وأخبار الشركات الداخلية والترويجية يليها الطاقة والعقار والنقل والبنوك. أما الدستور فأكثر المجالات المحلية المعالجة هي المعارض والمنتديات والمؤتمرات وأخبار الشركات الترويجية يليها البنوك والاتصالات والطاقة والقوانين والتشريعات.

أما الرأي فأكثر المجالات المحلية المعالجة أخبار الشركات الداخلية والترويجية والمعارض والمنتديات يليها القوانين والتشريعات

أما الشأن العربي فأكثر المجالات تغطية كانت المعارض والمؤتمرات يليها الاتصالات في الرأي. والبنوك والطاقة والمعارض والدراسات والاستراتيجيات في الغد. والبنوك والطاقة والعملات والمعارض يليها العقار والنقل والاتصالات في الدستور. أما المجالات الدولية فأهمها الطاقة والمعادن والبورصات والمعارض في الدستور، المعادن والطاقة والعملات والمعارض وأخبار الشركات الداخلية والنقل في الغد. وأما الرأي فكانت الطاقة والعملات والشركات. أما نسب هذه المجالات فهي موضحة بالتفصيل في الجداول (ج-م1) و(ج-م2) و(ج-م3) في الملحق (أ).

علاقة جغرافية المادة بالمصدر

مثلت المواد التي لم تحدد مصدرها نسبة كبيرة من اجمالي المواد المنشورة في كافة الصحف سواء كانت محلية أو عربية أو دولية. وبالنسبة للمواد التي ذكر مصدرها غطى المراسلون في صحيفة الدستور من المواد المحلية والعربية والدولية بنسب (37.70%)، (20%)، (19%)، فيما غطت وكالة الأنباء الأردنية بترامع مراعاة نفس الترتيب من هذه المواد بالنسب (7.70%)، (4.90%)، (2.20%) وغطت وكالات الأنباء الأجنبية (0.20%)، (29.60%)، (38.50%) على التوالي.

أما صحيفة الرأي فقد غطى مراسلوها من المواد المحلية والعربية والدولية بنسب (22.70%)، (6.40%)، (6.80%)، وغطت بترا (14.30%)، (12.80%)، (4.110%)، أما وكالات الأنباء الأجنبية فقد غطت (0.40%)، (26.60%)، (41.10%).

أما صحيفة الغد فقد غطى مراسلوها (38.40%)، (2.90%)، (3.10%)، أما بترا فقد غطت (15.50%)، (4.90%)، (1.50%)، وغطت وكالات الأنباء الأجنبية (0.80%)، (61.80%)، (53.10%).

ويتزايد دور المراسلين ووكالة بترا في تغطية المواد المحلية العربية والمالية الدولية ويتزايد دور وكالات الأنباء الأجنبية في تغطية المواد الدولية والدولية العربية. وهذه المواد موضحة في الملحق (أ) في الجداول (ج-م1) و(ج-م2) و(ج-م3).

رابعاً: المجالات

توزعت تغطية الصحف على كافة المجالات والأنشطة الاقتصادية. وقد تم حصرها في 27 مجالاً. مثلت المؤتمرات والمنتديات واللقاءات وحلقات النقاش والمعارض أكثر المجالات تغطية في كافة الصحف ويعود زيادة الوزن النسبي لهذه اللقاءات من مساحة التغطية الاجمالية للتداخل الكبير بين القطاعات والمجالات المختلفة وهي من سمات التقدم الاقتصادي حيث التشابك بين المؤسسات المختلفة والتخصص وتقسيم العمل ومحاولة معرفة آخر التطورات التكنولوجية كل في مجاله ومناقشة القضايا التي تواجه كل مجال. تلتها في الأهمية الدراسات والاحصائيات والنشرات الاقتصادية الصادرة عن الجهات المختلفة والتي تقيم أداء الأسواق والقطاعات المختلفة. وتقارب الاهتمام بنشاط البنوك والأسواق المالية والعقار والصناعات الإنشائية والنقل والاتصالات والطاقة والمعادن، وقد يعكس هذا الاهتمام التطور والحركة النشطة التي تشهدها هذه المجالات. فيما كان التغطية أقل بكثير بالنسبة لأنشطة السياحة والبيئة والعمالة والخدمات والإعلان والزراعة والتمويل والقطاع الطبي والنشر والإعلام وتكنولوجيا المعلومات والتعليم والتدريب والتأمين والاستراتيجيات والمقترحات. بينما حظيت أخبار الشركات بمختلف مجالاتها بتغطية متوسطة شاملة أخبار التغيرات في رأس المال، التعيينات، افتتاح فروع، اعتماد سياسات جديدة،... إلى غيرها من أمور. كما

أعطت الصحف مساحة لا بأس بها 5.4% و 8.5% لأخبار الشركات الترويجية والتي تغطي أنشطتها الإنسانية والاجتماعية والتبرعات والمنح ورعاية البرامج والمعارض والمنتديات واقامة الحفلات. ويطلق البعض على هذه الأخبار إعلانات غير مدفوعة من شأنها أن تجذب إعلانات مدفوعة. وتبين الجداول (م-1) و(م-2) و(م-3) نسب هذه المجالات بشكل أكثر تحديداً.

المجالات المعالجة في صحيفة الدستور

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 عقار	64	4.7	4.7	4.7
	2نقل	58	4.2	4.2	8.9
	3اتصالات	78	5.7	5.7	14.5
	4بنوك	114	8.3	8.3	22.8
	5شركات	56	4.1	4.1	26.9
	6طاقة ومعادن	116	8.4	8.4	35.3
	7عملات	26	1.9	1.9	37.2
	8زراعة	16	1.2	1.2	38.4
	9تأمين	6	0.4	0.4	38.8
	10سياحة	21	1.5	1.5	40.4
	11معارض	182	13.2	13.2	53.6
	12اجراءات وقوانين	65	4.7	4.7	58.3
	13تكنولوجيا معلومات	48	3.5	3.5	61.8
	14دراسات	105	7.6	7.6	69.5
	15المجال الطبي	12	0.9	0.9	70.3
	16غذاء وتموين	44	3.2	3.2	73.5
	17تعليم وتدريب	32	2.3	2.3	75.9
	18صناعات مختلفة	31	2.3	2.3	78.1
	19خدمات	9	0.7	0.7	78.8
	20اعلان	6	0.4	0.4	79.2
	21عمالة	29	2.1	2.1	81.3
	22بورصات	95	6.9	6.9	88.2
	23صحافة واعلام	14	1	1	89.2
	24اخبار اجتماعية	83	6	6	95.3
	25البيئة	15	1.1	1.1	96.4
	26تطبيق القوانين	15	1.1	1.1	97.5
	27استراتيجيات	35	2.5	2.5	100
	Total	1375	99.9	100	
Missing	99	1	0.1		
	Total	1376	100		

المجالات المعالجة في صحيفة الرأي

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 عقار	36	2.8	2.8	2.8
	2نقل	49	3.8	3.8	6.5
	3اتصالات	46	3.5	3.5	10.1
	4بنوك	61	4.7	4.7	14.8
	5شركات	173	13.3	13.3	28.1
	6طاقة ومعادن	86	6.6	6.6	34.7

7 عملات	21	1.6	1.6	36.3
8 زراعة	11	0.8	0.8	37.1
9 تأمين	2	0.2	0.2	37.3
10 سياحة	11	0.8	0.8	38.1
11 معارض	213	16.4	16.4	54.5
12 اجراءات وقوانين	62	4.8	4.8	59.3
13 تكنولوجيا معلومات	24	1.8	1.8	61.1
14 دراسات	114	8.8	8.8	69.9
15 المجال الطبي	3	0.2	0.2	70.1
16 غذاء وتموين	22	1.7	1.7	71.8
17 تعليم وتدريب	19	1.5	1.5	73.3
18 صناعات مختلفة	19	1.5	1.5	74.7
19 خدمات	7	0.5	0.5	75.2
20 اعلان	2	0.2	0.2	75.4
21 عمالة	4	0.3	0.3	75.7
22 بورصات	102	7.8	7.8	83.6
23 صحافة واعلام	29	2.2	2.2	85.8
24 اخبار اجتماعية	111	8.5	8.5	94.3
25 البيئة	11	0.8	0.8	95.2
26 تطبيق القوانين	23	1.8	1.8	96.9
27 استراتيجيات	37	2.8	2.8	99.8
28 نقاش القراء	3	0.2	0.2	100.0
Total	1,301	100.0	100.0	

المجال Q3 لصحيفة الغد

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 عقار	61	4.4	4.4	4.4
	2 نقل	101	7.3	7.4	11.8
	3 اتصالات	59	4.3	4.3	16.1
	4 بنوك	90	6.5	6.6	22.6
	5 شركات	126	9.2	9.2	31.8
	6 طاقة ومعادن	127	9.2	9.2	41.0
	7 عملات	29	2.1	2.1	43.2
	8 زراعة	18	1.3	1.3	44.5
	9 تأمين	4	0.3	0.3	44.8
	10 سياحة	63	4.6	4.6	49.3
	11 معارض	130	9.5	9.5	58.8
	12 اجراءات وقوانين	39	2.8	2.8	61.6
	13 تكنولوجيا معلومات	23	1.7	1.7	63.3
	14 دراسات	129	9.4	9.4	72.7
	15 المجال الطبي	2	0.1	0.1	72.9
	16 غذاء وتموين	36	2.6	2.6	75.5
	17 تعليم وتدريب	20	1.5	1.5	76.9
	18 صناعات مختلفة	22	1.6	1.6	78.5
	19 خدمات	6	0.4	0.4	79.0
	20 اعلان	11	0.8	0.8	79.8
	21 عمالة	38	2.8	2.8	82.5
	22 بورصات	79	5.7	5.7	88.3
	23 صحافة واعلام	9	0.7	0.7	88.9
	24 اخبار اجتماعية	74	5.4	5.4	94.3

	البينة 25	3	0.2	0.2	94.5
	تطبيق القوانين 26	20	1.5	1.5	96.0
	استراتيجيات 27	55	4.0	4.0	100.0
	Total	1,374	99.9	100.0	
Missing	99	1	0.1		
	Total	1,375	100.0		

علاقة المجالات المعالجة بالفن الصحفي

ذكرنا سابقاً أكثر المجالات التي نالت أهمية التغطية من قبل كل فن من الفنون الصحفية ولكن بشكل أكثر تحديداً وجد أن المجالات التي أجري فيها تحقيقات في صحيفة الدستور هي الاتصالات والبنوك والطاقة والمعادن والغذاء والتمويل. فيما خلت أعداد عينة الرأي والغد من التحقيقات. أما المقابلة والحوار الصحفي فقد أجرتها صحيفة الغد في مجال النقل والمؤشرات العامة والاستراتيجيات. وخلت منها الرأي، فيما تناولت الدستور مجال الطاقة والاتصالات والبنوك والعمالة والاستراتيجيات العامة في المقابلات والأحاديث الصحفية، بمعدل مقابلة أو حديث واحد لكل مجال.

أما التقارير وباعتبار أنها أكثر الفنون مناسبة لواقع الصحافة الاقتصادية رغم انخفاض استخدامها من قبل الصحف موضع البحث، فنجد أن المجالات التي تم تناولها في تقارير بنسبة مرتفعة بالمقارنة مع المجالات الأخرى من ضمن الفنون الأخرى _ بعد الخبر بطبيعة الحال _ هي الزراعة تليها العقار والتصنيع والعمالة والبيئة والاستراتيجيات العامة وذلك في صحيفة الدستور وكلها مجالات حيوية تحتاج إلى لقاء الضوء عليها. أما صحيفة الرأي فقد كان مجال الإعلان تليها العقار والنقل ثم الاتصالات والبنوك. أما الغد فكانت مجالات الزراعة والعقار والغذاء والتمويل ومن ثم الطاقة والبنوك والسياحة والعملات والاجراءات والقوانين والدراسات والاستراتيجيات. أما حصص هذه المجالات تحديداً فموضحة في الجداول (م-ف1) و(م-ف2) و(م-ف3) في الملحق (أ).

علاقة المجالات الاقتصادية مع المصدر

يعكس تغطية المصادر المختلفة للمجالات والأنشطة الاقتصادية المتعددة الوضع الاقتصادي في المنطقة الجغرافية. فنجد أن المراسلين يغطون المجالات ذات الثقل النسبي محلياً فيما تغطي وكالات الأنباء الأجنبية المجالات ذات التطورات والتغيرات دولياً. فعلى سبيل المثال غطى مراسلو الغد مجال كل من العقار والنقل والاتصالات والعمالة والسياحة والطاقة والاستراتيجيات العامة. وهذه المجالات اتسمت بالتطور والتغيرات السريعة خلال فترة الدراسة خاصة النقل والعقار والطاقة.

فيما غطت بترأ أخبار الشركات والنقل والقوانين والتشريعات الضريبية وما يتعلق بتطبيقها والاستراتيجيات. أما الوكالات الأجنبية فغطت العملات والدراسات والشركات والبنوك والنقل. وغطى مراسلو الدستور بشكل أساسي الطاقة والعمالة والمعارض والدراسات والاستراتيجيات والقوانين والتشريعات الضريبية والتنظيمية

أما بترأ فأهم المجالات التي غطتها كانت البنوك والاستراتيجيات والطاقة والعمالة. والوكالات الأجنبية غطت مجالات البنوك والطاقة والعملات والدراسات والمؤتمرات أكثر من غيرها. وتظهر هذه المجالات في علاقتها مع المصادر المختلفة في جداول ولم تختلف صحيفة الرأي كثيراً عن الدستور والغد وبطبيعة الحال تركزت تغطية الوكالات الأجنبية في العملات والطاقة والدراسات والمؤتمرات والمنتديات. (م-ص1) و(م-ص2) و(م-ص3) في الملحق (أ).

خامساً: المصدر

تباينت الصحف في اعتمادها على المصادر المختلفة في امدادها بالمادة الاقتصادية. ولكن من اللافت للانتباه أن جميع الصحف نشرت نسبة كبيرة من موادها الاقتصادية دون ذكر مصدر محدد واكتفت بذكر اسم الصحيفة أحياناً وأحياناً بعبارة وكالات وعوالم. وتجاوزت هذه النسبة في صحيفة الرأي 60% فيما تجاوزت في الدستور 50% وفي الغد 40% رغم أن هذا الأمر يزرع الثقة والمصدقية في تلك المواد المنشورة. وقد تكون هذه المواد من مراسلين يعملون بالقطعة مع

أكثر من جهة إعلامية أو تُوفّر للصحيفة من خلال اتفاقيات تعاون بين محطات أو صحف أو شركات صحفية لنشر المعلومات.

أما اعتماد الصحف على مراسليها في كافة الفنون الصحفية فكانت الدستور أكثر الصحف بنسبة 32.4% تلتها الغد بنسبة 23.9% فالرأي 18.5%. أما وكالة الأنباء الأردنية فاعتبرت المصدر الثاني في الأهمية بالنسبة للرأي فيما اعتبرت المصدر الثالث بالنسبة لصحيفتي الدستور والغد. ووضحت هذه النسب بشكل محدد أكثر في الجداول التالية (ص-1) و(ص-2) و(ص-3) ومثلت وكالات الأنباء الأجنبية المصدر الثاني لهاتين الأخيرتين والثالث بالنسبة لصحيفة الرأي. وشملت وكالات الأنباء الأجنبية بشكل أساسي وكالة رويتر والألمانية (د ب أ) والفرنسية (أ ف ب). فيما لم تعتمد هذه الصحف في عينة الدراسة على أي وكالة أنباء عربية ولو حتى بخبر واحد. وقد تكون من ضمن ما عبر عنه بوكالات وعواصم ولكن لم يشر إلى أي منها صراحة.

مصادر المواد التحريرية للصحيفة الدستور

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 المراسل	446	32.4	32.4	32.4
	2 وكالة بتر	99	7.2	7.2	39.6
	4 وكالات أجنبية	134	9.7	9.7	49.3
	5 محطات وإذاعات	1	0.1	0.1	49.4
	7 مراسل ومصدر آخر	7	0.5	0.5	49.9
	8 لم يذكر	42	3.1	3.1	53
	9 الصحيفة بدون مراسل أو وكالات وعواصم	647	47	47	100
	Total	1376	100	100	

مصادر المواد التحريرية لصحيفة الرأي

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 المراسل	241	18.5	18.5	18.5
	2 وكالة بتر	181	13.9	13.9	32.4
	4 وكالات أجنبية	92	7.1	7.1	39.5
	8 لم يذكر	280	21.5	21.5	61.0
	9 وكالات الصحيفة بدون مراسل أو وعواصم	507	39.0	39.0	100.0
	Total	1,301	100.0	100.0	

مصادر المواد التحريرية لصحيفة الغد

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 المراسل	329	23.9	23.9	23.9
	2 وكالة بتر	152	11.1	11.1	35.0
	4 وكالات أجنبية	310	22.5	22.5	57.5

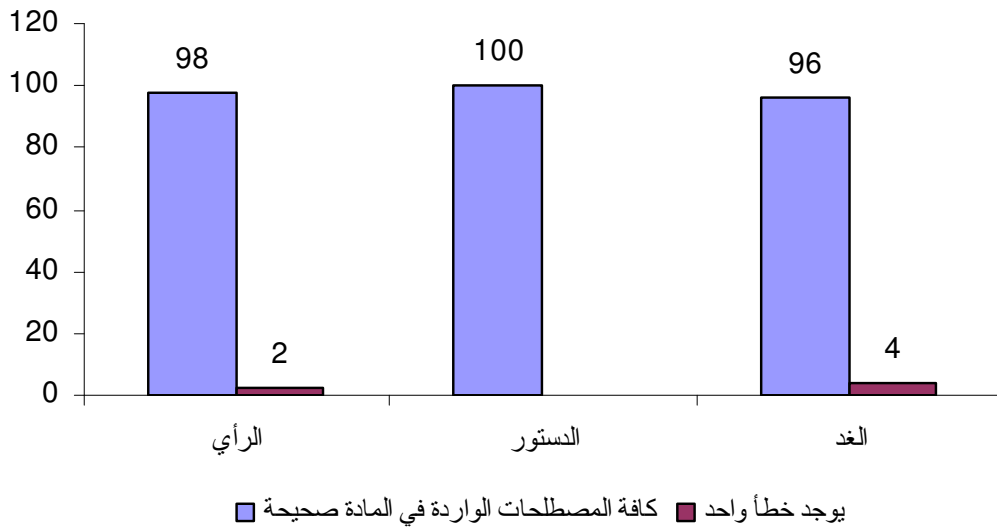
مراسل ومصدر آخر	7	0.1	0.1	57.7
لم يذكر	8	553	40.2	97.9
الصحيفة بدون مراسل او وكالات وعواصم	9	29	2.1	100.0
Total	1,375	100.0	100.0	

ثانياً: نتائج تحليل المضمون الكيفي

تعددت التعريفات الخاصة بتحليل المحتوى الكيفي للرسائل الإعلامية واختلف على اعتبارها منهجاً أو أسلوباً... ولكن هناك اتفاق بين الباحثين في هذا المجال أن هذا التحليل معني بالإجابة عن سؤال كيف قيل؟ والأسباب وراء الكيفية التي "قيلت" أو جاءت بها الرسالة الإعلامية ونتائج هذه الكيفية.

وقد تم سابقاً تحديد الفئات التي من خلالها سنجيب على هذا السؤال، بتطبيقها على عينة من 300 مادة تحريرية وكانت النتائج كما يلي:

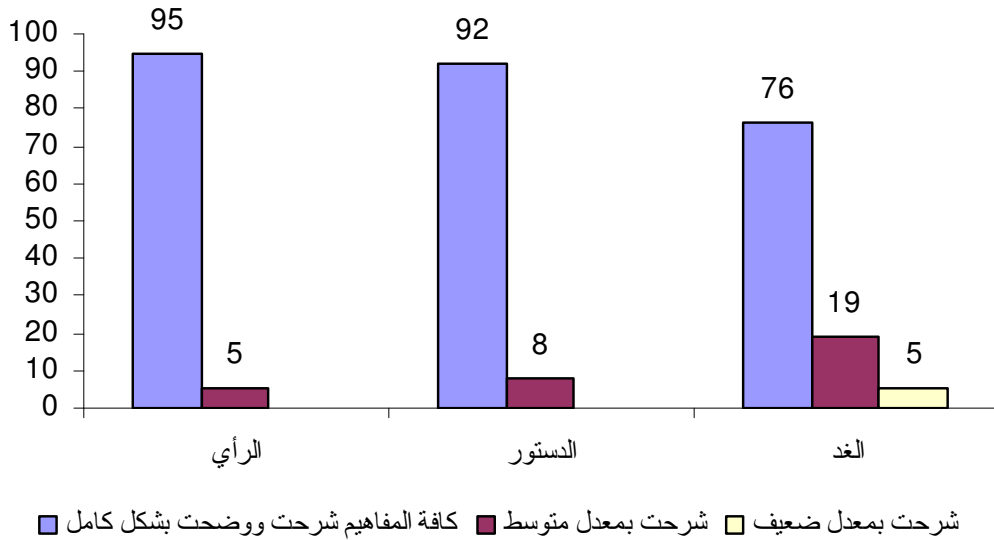
وأولها صحة المفاهيم الاقتصادية المذكورة في المادة التحريرية الاقتصادية موضع البحث ودقتها.



وقد اتسمت هذه المفاهيم بالصحة والدقة الكاملة في كافة المواد المنشورة في عينة صحيفة الدستور فيما كانت صحيحة بنسبة 96% في الغد وفي الرأي بنسبة 98%، في مقابل 4 مواد في الغد ومادتين في الرأي تضمنت مفاهيم غير دقيقة أو غير صحيحة من ضمن المواد الخاضعة للدراسة، ويتضح ذلك في الجدول التالي.

دقة وصحة المصطلح			
الغد	الدستور	الرأي	كافة المصطلحات الواردة في المادة
96	100	98	صحيحة
4		2	يوجد خطأ واحد
100	100	100	Total

أما شرح هذه المفاهيم وتوضيحها للقارئ

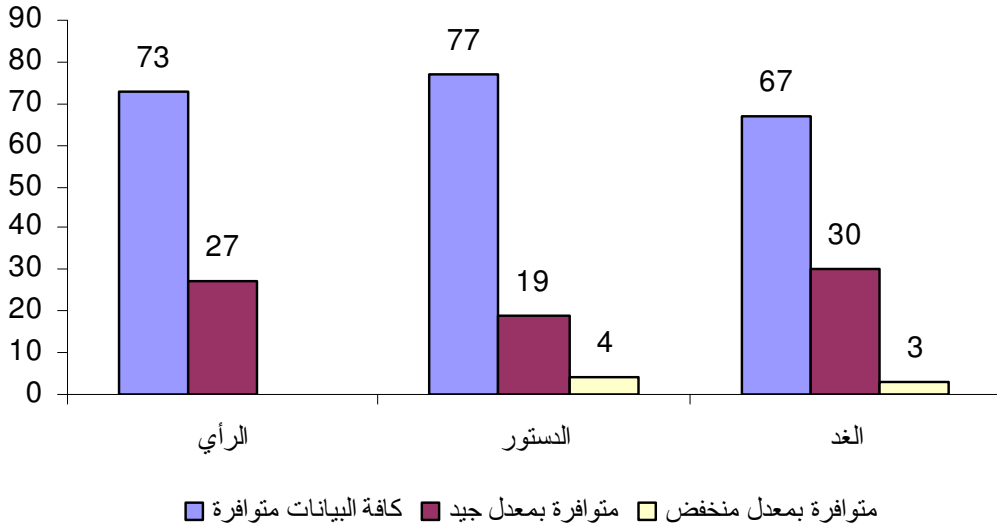


فقد تناولت الرأي شرح المفاهيم المنشورة في موادها بشكل كامل بنسبة 95% فيما شرحت وأوضحت 5% بمعدل متوسط ويقصد بالشرح المتوسط أنها لم تتناول شرح كافة المفاهيم الواردة في المادة بل اكتفت ببعضها وتركزت البعض الآخر. فيما أوضحت الدستور ما نسبتها 92% بشكل كامل و 8% بشكل متوسط. وأما الغد فقد مثلت نسبة المواد التي تم شرحها بالكامل 76% من إجمالي المواد و 19% من المواد تم شرحها بشكل متوسط و 5% بمعدل ضعيف، وتتضح هذه النسب في الجدول أدناه.

شرح المصطلح			
الغد	الدستور	الرأي	كافة المفاهيم شرحت ووضحت بشكل كامل
76	92	95	

19	8	5	شرحت بمعدل متوسط
5			شرحت بمعدل ضعيف
100	100	100	Total

ومن حيث توافر البيانات



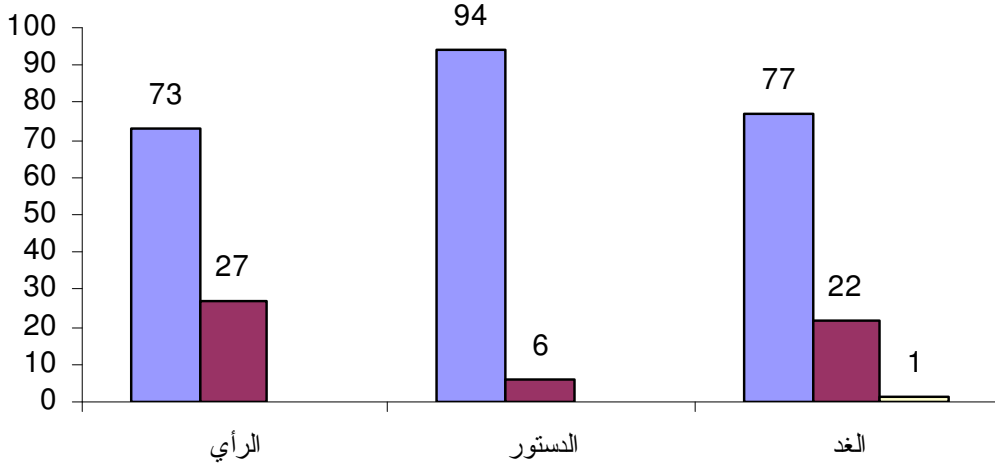
فقد اعتبر ما نسبته 73% من مواد "الرأي" متكاملة البيانات فيما 27% توافرت البيانات بشكل متوسط، أي توافرت الأساسيات فيما المساندة لم تتوافر ولا نقصد بالمساندة خلفية الخبر إنما هي تفاصيل الأساسيات التي تضيف أهمية للخبر وتوسع قاعدة المستفيدين من الرسالة الإعلامية. مثال ذلك ما تم ذكره سابقاً عن المعلومات حول الشركات الوسيطة في تنفيذ المشاريع أو الانشاءات وهل تم اسناد الخدمات اللوجستية لأي منها أم لا؟ هذه المعلومة تفيد أصحاب هذه الشركات والتجار العاملين في القطاع وبمثابة تسويق غير مباشر وتقدم خدمات لهذه الشركات.

أما صحيفة الدستور فقد جاء ما نسبته 77% من المواد متوافرة البيانات بشكل كامل و 19% بشكل جيد و 6% بشكل ضعيف. والضعف هنا يقصد به نقص في الأساسيات، وهو بنسبة 3% في الغد و 30% بشكل جيد و 67% بشكل كامل كما هو في الجدول أدناه.

توافر البيانات			
الغد	الدستور	الرأي	
67	77	73	كافة البيانات متوافرة
30	19	27	متوافرة بمعدل جيد

3	4		متوافرة بمعدل منخفض
100	100	100	Total

وأما توافر المصادر



■ متوافرة بمعدل منخفض □ متوافرة بمعدل جيد ■ المصادر اللازمة لتكامل المادة متوافرة جميعها

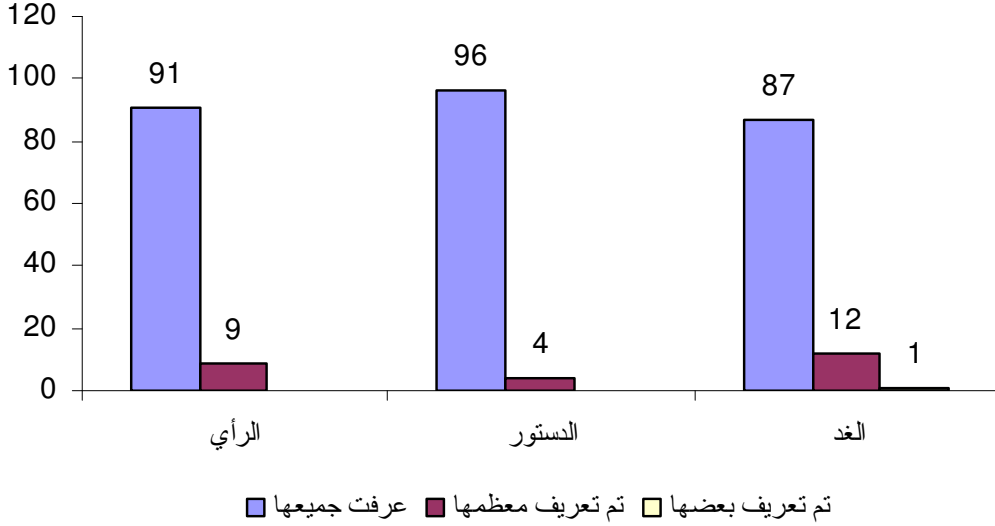
فيتضح أن الرأي والغد قد اقتربتا من بعضهما بنسبة 73-77% فيما الدستور حققت نسبة مرتفعة وصلت إلى 94% متوافرة بشكل كامل و6% وفرت المصادر بشكل جيد ومقبول.

توافر المصادر			
الغد	الدستور	الرأي	المصادر اللازمة لتكامل المادة متوافرة جميعها
77	94	73	متوافرة بمعدل جيد
22	6	27	متوافرة بمعدل منخفض
1			Total
100	100	100	

ونشير هنا إلى أن مسألة توافر المصادر شيء وتوفر البيانات في المادة التحريرية شيء آخر، فقد يتمكن الصحفي من الحديث مع عدة مصادر تغطي كافة جوانب الموضوع ولكن قد لا ينجح في الحصول على المعلومات التي يمكن أن تفيد القارئ من هذه المصادر.

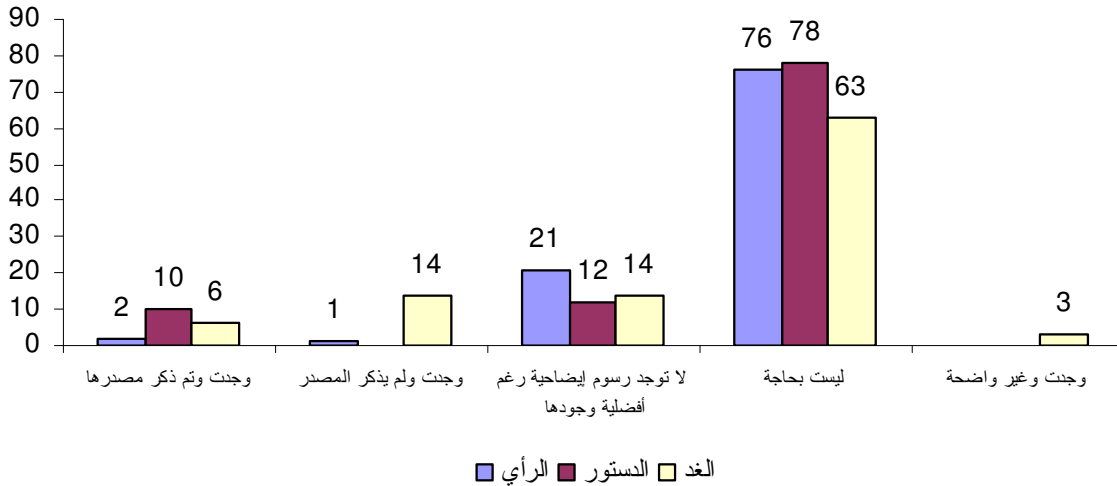
التعريف بمكونات المادة التحريرية

تصدرت الدستور أيضاً - من خلال الجدول - التعريف بمكونات المادة التحريرية بنسبة 96% من موادها، بينما هي 91% في الرأي و87% في الغد.



الغد	الدستور	الرأي	
87	96	91	عرفت جميعها
12	4	9	تم تعريف معظمها
1			تم تعريف بعضها
100	100	100	Total

المعالجة بالجدول والرسوم البيانية



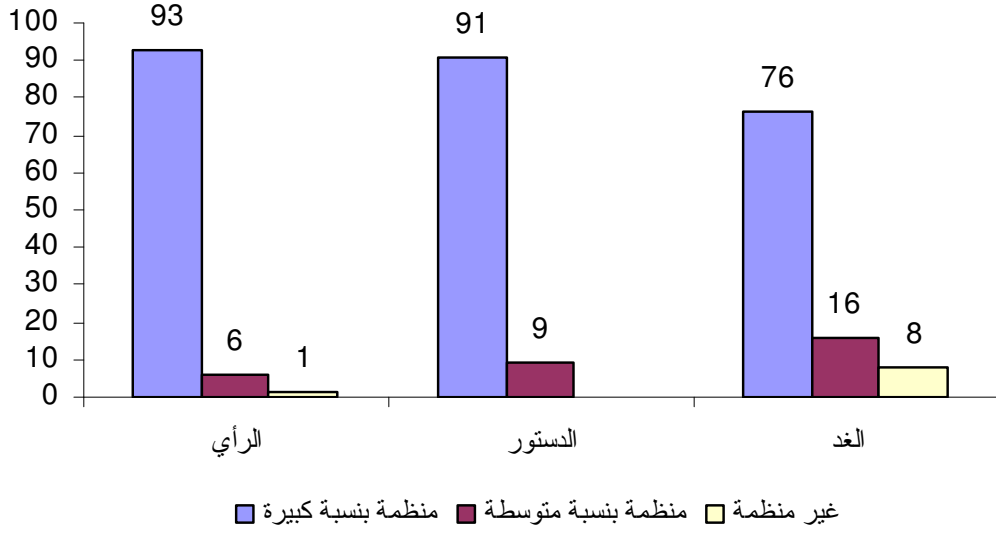
فوجد أن صحيفة الدستور قد نشرت جداول ورسوم مرافقة لـ 10% من موادها المنشورة في عينة الدراسة وجميعها كانت واضحة وتم ذكر مصدرها ولم يعترضها أي خطأ أو غموض، فيما طبعة 78% من مواد العينة لم تكن بحاجة الى الرسوم والجداول. و12% من المواد لم تصاحب بهذه الرسوم رغم أن وجودها كان أفضل. والمقصود بالأفضلية هو وجود أرقام وإحصائيات في المادة لو وضعت في جدول لكان أكثر إفادة وراحة للقارئ. أما الرأي فما نسبته 76% من موادها لم تكن بحاجة و21% من المواد كان يفضل وجود رسوم بيانية، فيما انخفضت المواد التي احتوت على الرسوم الى 3% و1% منها لم يتم ذكر مصدره. أما صحيفة الغد فما نسبته 63% لم يكن بحاجة لرسوم فيما 14% كان من الأفضل لو تم إدراجها. ورافقت 23% من المواد ولكن 3% منها كانت غير واضحة أو تحتوي على أخطاء، و14% لم يتم ذكر مصدرها.

ويرجع نسبة ارتفاع المواد التي لا تحتاج الى رسوم وجداول كون معظم العينة من فن الخبر وعادة ما تقترن الاحصائيات والأرقام ذات السلاسل الزمنية مع التقارير والتحقيقات. ومع ذلك فقد انخفضت بشكل لافت في الرأي وقد علل القائمون على تحرير هذه المواد في الصحيفة أن سبب ذلك هو انحصار المساحة.

وجود الرسوم البيانية

الغد	الدستور	الرأي	
6	10	2	وجدت وتم ذكر مصدرها
14		1	وجدت ولم يذكر المصدر
14	12	21	لا توجد رسوم إيضاحية رغم أفضلية وجودها
63	78	76	ليست بحاجة
3			وجدت وغير واضحة
100	100	100	Total

الصياغة والتنظيم



لقد أبدت كل من الرأي والدستور نسباً عاليةً في صياغة المادة الصحفية وتنظيمه تراوحت بين 91-93% وانخفضت في صحيفة الغد الى 76%.

الصياغة والتنظيم			
الغد	الدستور	الرأي	
76	91	93	منظمة بنسبة كبيرة
16	9	6	منظمة بنسبة متوسطة
8		1	غير منظمة
100	100	100	Total

علاقة محددات الكتابة بالمصدر

ذكرنا سابقاً أن كافة المصطلحات والمفاهيم الاقتصادية الواردة في المواد موضع الدراسة في صحيفة الدستور كانت صحيحة أياً كان مصدرها. أما صحيفة الرأي فقد كانت كافة المفاهيم المنشورة بالمواد من المصادر المختلفة صحيحة فيما عدا 10% من المواد التي مصدرها مراسل من الصحيفة، والتي تمثل بالأصل 18 بالمائة فقط من إجمالي المواد. وكذلك هو الحال بالنسبة للغد فلم ترد أخطاء سوى في المواد التي مصدرها مراسل الصحيفة والتي هي بالأصل تمثل 52% من إجمالي المصادر وهذه الأخطاء بنسبة 7.70% من هذه المواد.

أما فيما يتعلق بشرح هذه المفاهيم فقد تم شرح 98% من هذه المفاهيم بشكل متكامل في صحيفة الدستور. وإذا ما نظرنا إلى مصادر هذه المواد فإننا نجد أن 92.30% من المواد التي مصدرها مراسل الصحيفة تم شرح المفاهيم الواردة فيها بشكل كامل بينما 7.70% شرح بمعدل متوسط. أما المواد التي مصدرها وكالة الأنباء الأردنية بترافقت شرح المفاهيم الواردة فيها بنسبة 88.90% بشكل كامل و11.10% بشكل متوسط، فيما شرحت بشكل كامل كافة المفاهيم الواردة في المواد المنشورة الصادرة عن الوكالات الأجنبية. أما المواد التي لم يحدد مصدرها والتي تكون من وكالات أنباء متنوعة أو مراسلي العواصم المختلفة فقد شرحت مفاهيم 9.40% من المواد بشكل متوسط والنسبة المتبقية بشكل تام.

أما صحيفة الرأي فقد تم شرح المفاهيم بشكل متوسط بنسب 5%، 18.20%، 11.90% في كل من المواد التي مصدرها المراسل، وكالات أجنبية، والتي لم يحدد مصدر معين لها. والتي بالأصل نسبتها من إجمالي المواد 20%، 11%، 40% على التوالي. والنسب الباقية بشكل كامل. فيما الغد شرحت المفاهيم بمعدل متوسط في 15.40% من المواد التي مصدرها المراسل و7.70% بمعدل ضعيف ونسبة المراسلين من إجمالي التغطية 52%. فيما المواد التي مصدرها بترافقت والوكالات الأجنبية وغير المحددة المصدر شرحت بمعدل متوسط بنسب 36.40%، 19%، 18.80% والتي نصيبها من إجمالي المصادر 11%، 21%، 16% على التوالي. كما شرحت بمعدل ضعيف 6.30% من التي لم يحدد مصدرها.

أما مدى توافر البيانات فنجد أن 71.20% من المواد التي غطاها المراسلون كانت بياناتها متوافرة بشكل كامل في صحيفة الغد، فيما توافرت بنسبة 26.90% بمعدل جيد و1.90% بمعدل منخفض. أما التي تم تغطيتها من قبل وكالة الأنباء الأردنية فتوافرت البيانات بشكل تام في 45.50% منها وبالنسبة ذاتها توافرت بمعدل جيد، وبنسبة 9.10% بمعدل ضعيف. أما الوكالات الأجنبية فقد غطت بشكل كامل بيانات 76.20% من المواد. وبمعدل جيد في 23.80% من المواد. بينما في التي لم يذكر مصدرها 56.30% منها توافرت بمعدل كامل و37.50% بمعدل جيد. وبمعدل ضعيف في 6.30%.

أما صحيفة الرأي فالمواد التي تم تغطيتها من قبل المرسلون توافرت البيانات بشكل كامل في 85% وبمعدل جيد في 15%. أما المواد التي غطتها بئرا فكانت البيانات متوافرة بكامل المواد. كذلك التي غطتها الوكالات الأجنبية والمصادر غير المحددة.

فيما الدستور غطي مراسلوه مواد بياناتها متكاملة بنسبة 84.60% من المواد وبمعدل متوسط بنسبة 15.40%. أما وكالة بئرا فقد غطت 55.60% من المواد بشكل كامل للبيانات و 27.80% بمعدل جيد و 16.70% بمعدل ضعيف. أما الوكالات الأجنبية فقد غطت 81.80% من المواد بشكل متكامل، و 18.20% بمعدل جيد، والمصادر التي لم تحدد غطت بشكل كامل ما نسبته 78.10%، و 18.20% بمعدل جيد، و 3.10% بمعدل ضعيف.

أما توافر المصادر ففي صحيفة الدستور توافرت المصادر المطلوب تواجدها بشكل أساسي بالمادة بنسبة 92.30% من اجمالي المواد التي غطاها المرسلون فيما توافرت بشكل معتدل، وتوافرت بشكل معتدل بنسبة 7.70%. أما التي غطتها وكالات الأنباء الأجنبية فكانت متوافرة بشكل كامل في 90.90% و 9.10% بشكل معتدل. والمصادر التي لم تحدد توافرت المصادر في 93.80% بشكل كامل وبشكل معتدل في 6.30%. اما وكالة الأنباء الأردنية فقد توافرت بشكل كامل في كافة المواد التي غطتها.

أما صحيفة الرأي فقد توافرت المصادر الضرورية بشكل كامل في 70% من اجمالي المواد و 30% كانت المصادر متوافرة بمعدل جيد. وأما التي غطتها بئرا فتوافرت المصادر بشكل كامل في 79.30% وبشكل معتدل بنسبة 20.70% والوكالات الأجنبية غطت 81.80% بشكل كامل والباقي بشكل معتدل. والتي لم يحدد مصدرها توافرات المصادر بشكل كامل في 67.5% وبشكل معتدل في 32.5%.

وفي صحيفة الغد توافرت المصادر الأساسية في 75% من المواد التي غطاها مراسلو الصحيفة وبمعدل معتدل بالنسبة الباقية، أما التي غطتها كل من بئرا والوكالات الأجنبية بشكل متكامل كانت 81.80% و 85.70% على التوالي والنسب الباقية بشكل معتدل. فيما المصادر غير المحددة بنسبة 68.80% بشكل كامل و 25% بشكل معتدل و 6.30% بشكل ضعيف.

أما تعريف مكونات المادة التحريرية من أفراد وشركات ومنظمات وهيئات... فقد تم تعريفها بشكل كامل في 82.70% من المواد التي غطاها المراسلون في صحيفة الغد، وتم تعريف معظمها في 15.40% وبعضها في 1.90%. أما بترا فقد عرفت 81.80% بشكل كامل والنسبة الباقية عرفت فيها معظمها، والوكالات الأجنبية والمصادر التي لم تحدد بنسب 95.20% و 93.80% على التوالي والنسب الباقية عرفت معظمها.

وفي صحيفة الرأي عرف المراسلون مكونات كافة المواد التي قاموا بتغطيتها. فيما عرفت بترا والوكالات الأجنبية والمصادر التي لم تحدد ومصدر العواصم والوكالات مكونات المواد بشكل كامل بنسب 96.60%، و 72.70%، و 91.70%، و 85.70% على التوالي. وتم تعريف معظمها بنسب 3.40%، و 27.30%، و 8.30%، و 14.30% على الترتيب.

أما الدستور فعرف مكونات المادة بشكل كامل المراسلون وبترا والوكالات الأجنبية والتي لم تحدد بنسب 97.40%، و 94.40%، و 100%، و 93.80% على التوالي. وبالنسب الباقية عرفت معظمها.

أما الرسوم البيانية والجداول فقد كانت نسبة استخدامها في الرأي بسيطة وفي النسبة التي توافر فيها رسوم وكانت مغطاة من قبل مراسلين تم ذكر مصدر نصفها ولم يتم ذكر مصدر نصفها الآخر. أما التي وجدت في مواد مصادرها لم تحدد فقد حددت مصدر الرسوم بنسبة كاملة. وفي الدستور فكافة المواد التي غطاها المراسلون أو بترا أو الوكالات الأجنبية أو غير المحددة المصدر واحتوت على رسوم تم ذكر مصدرها ولم تحتوِ على أخطاء أو غموض ما، مع اختلاف في نسب المواد التي غطتها هذه المصادر.

وصحيفة الغد من ضمن المواد التي تواجد بها رسوم بيانية وغطت من قبل مراسلين تم ذكر مصادر 22.7% وكانت واضحة وصحيحة فيما 63.6% وجدت ولم يذكر مصدرها و 13.60% غير واضحة أو تحتوي أخطاء. أما المواد التي وردت عن طريق مصادر أخرى فمعظمها لم تحوِ على جداول فيما عدا مادة واحدة لم يحدد مصدرها وكان الرسم البياني صحيح وُذكر مصدره.

أما **الصياغة والتنظيم** فقد كانت المواد المنشورة منظمة بنسبة كبيرة ومتكاملة في صحيفة الدستور والتي تم تغطيتها من قبل المراسلين وبترا والوكالات الأجنبية وغير المحددة المصدر بنسب 87.20%، 94.40%، 90.90%، 93.80% على التوالي. والنسب المتبقية كانت الصياغة منظمة بمعدل متوسط.

وفي الرأي كانت المواد مصاغة ومنظمة بشكل تام بنسب 80%، و89.70% للمواد التي وردت من المراسلين وبترا على التوالي وبصياغة متوسطة بنسب 20%، 6.90% على الترتيب. و3.40% مصاغة بشكل ضعيف من قبل بترا. فيما كانت صياغة الوكالات الأجنبية والمصادر المتعددة الأخرى وغير المحددة من وكالات وعواصم للمواد الصادرة عنها منظمة بشكل تام. أما صحيفة الغد فقد كانت كافة المواد التي وردت عن بترا مصاغة بشكل منظم جداً. أما المنشورة عن المراسلين والوكالات الأجنبية وغير المحددة فقد كانت منظمة جيداً بنسب 61.50%، 95.20%، 81.30% على التوالي. والنسب الباقية مصاغة بشكل متوسط. ووردت مواد غير منظمة ومصاغة بشكل غير جيد بنسبة 15.40% من المواد التي وردت عن المراسلين.

وتوضح كافة هذه العلاقات في الجداول (ك_ص1) و(ك_ص2) و(ك_ص3) في الملحق (ب).

علاقة محددات الكتابة الصحفية بالفنون الصحفية

تم اختيار المواد التي سيجرى عليها التحليل الكيفي وفق نتائج التحليل الكمي، والتي أظهرت سيطرة الخبر على الفنون الصحفية وعليه فإن معظم الحديث سيتناول الخبر بالدرجة الأولى يليه التقرير.

بالنسبة لمحدد **صحة المصطلحات** فقد كانت جميعها صحيحة في المواد المنشورة في صحيفة الدستور. وأما شرح المصطلحات فقد شرحت مفاهيم (91.10%) من الأخبار بشكل تام والنسبة الباقية بشكل متوسط، وتوافرت البيانات الأساسية بشكل كامل في (76.70%) من هذه الأخبار، وبشكل متوسط في (18.90%) والنسبة الباقية بشكل ضعيف. وأما توافر المصادر فقد توافرت بشكل تام في (93.30%) وبشكل متوسط في (6.70%). ومن حيث تعريف مكونات المادة فقد تم تعريفها بشكل تام في (95.60%) وبالنسبة المتبقية بمعدل متوسط. وأما الرسوم البيانية فقد كانت

جميعها المصاحبة للأخبار صحيحة وذكر مصدرها ومفهومة. ومن حيث التنظيم وصياغة النص كان (93.30%) منها مصاغة ومنظمة بنسبة كبيرة.

ويما يتعلق بصحيفة الرأي فإن كافة المصطلحات الواردة في الأخبار كانت صحيحة.

أما من حيث شرح هذه المفاهيم فقد تم شرحها بشكل تام في (95.10%) من الأخبار والنسبة المتبقية بشكل متوسط، وتوافرت البيانات الأساسية في (68.30%) منها والنسبة المتبقية بمعدل متوسط. وتوافرت المصادر الأساسية بنسبة (70.70%). وعرفت مكونات الخبر بشكل تام في (89%) من المواد. وفي الأخبار التي ورد فيها رسوم أو جداول تم ذكر مصدرها وكانت خالية من الأخطاء أو الغموض. وكانت (96.30) مصاغة بشكل منظم وتام.

أما صحيفة الغد فقد ورد خطأ في مفاهيم (1.40%) من أخبارها المنشورة والنسبة المتبقية صحيحة. أما شرح هذه المفاهيم وتوضيحها فقد كان تاما في (79.70%) من الأخبار وبمعدل ضعيف في (2.70%) منها والنسبة المتبقية بمعدل متوسط. وتوافرت البيانات بشكل تام في (63.50%) وبمعدل منخفض في (2.70%) والباقي بشكل متوسط. وعرفت مكونات (89.20%) بشكل تام. و(9.50%) عرفت معظم مكوناتها، والباقي بشكل ضعيف. وقد رافقت الرسوم البيانية (9%) من الأخبار تم ذكر مصدر (11.11%) وبذات النسبة لم تكن واضحة، فيما (77.77%) لم يذكر مصدرها. أما الصياغة فكانت منظمة بشكل تام في (82.40%) من أخبارها و(13.50%) بشكل متوسط والنسبة الباقية بمعدل ضعيف.

وأما التقارير المنشورة في صحيفة الرأي فكانت (90.90%) منها مصطلحاتها صحيحة، وبذات النسبة تم شرح هذه المفاهيم والمصطلحات وتوافر البيانات، فيما توافرت المصادر بنسبة (72.70%) وعرفت مكوناتها بشكل كامل في كافة التقارير المنشورة. كما ذكرت مصادر الجداول المرافقة للمواد. ومن حيث الصياغة كانت متسلسلة ومنطقية ومنظمة في (81.80%) منها، وبمعدل متوسط في (9.10%) وبذات النسبة بمعدل ضعيف.

وفي الدستور كانت كافة المفاهيم في كافة التقارير المنشورة صحيحة، كما شرحت كافة المفاهيم بشكل متكامل وتوافرت المصادر المطلوبة وعرفت المكونات بشكل تام. أما توافر البيانات

فقد توافرت بشكل تام في (83.30%) من هذه البيانات، وبنفس النسبة كانت التقارير منظمة الصياغة.

وفي صحيفة الغد وردت أخطاء ومفاهيم غير دقيقة في (13%) من تقاريرها، وبذات النسبة شرحت المفاهيم الواردة فيها بمعدل ضعيف وبنسبة (21.70%) بمعدل متوسط. أما توافر البيانات فتوافر في بعضها بشكل ضعيف وبعضها الآخر بشكل متوسط بالنسب التالية على التوالي (4.30%)، و(21.70%)، وتوافرت المصادر بشكل متوسط في (34.80%) من اجمالي التقارير والنسبة المتبقية بشكل تام. أما تعريف المكونات فقد عرف (78.30%) بشكل تام والنسبة المتبقية بمعدل ضعيف. ومن اجمالي التقارير التي رافقتها جداول ورسوم بيانية (50%) لم يذكر مصدرها و(14%) كانت غير واضحة أو ورد بها أخطاء. وكانت صياغة (21.70%) ضعيفة وغير متسلسلة و(26.10%) مصاغة بمعدل متوسط. ووضحت هذه العلاقات في الجداول (ك-ف1) و(ك-ف2) و(ك-ف3) في الملحق (ب).

علاقة محددات الكتابة بالمجال

شملت عينة المواد التي خضعت للدراسة في صحيفة الرأي 22 مجالاً، وكانت المفاهيم والمصطلحات الواردة في 98% منها تتسم بالدقة والصحة فيما ورد خطأين في مجالي العقار ومجال الاستراتيجيات والمبادرات. أما من حيث شرح المفاهيم الواردة فقد كان معظمها مشروحاً فيما 5% منها لم يتم شرحه وكانت في مجالات البنوك والسياحة والعملات والمؤتمرات والمنتديات. ومن حيث توافر البيانات فقد كانت 27% من المواد لم تتوافر البيانات اللازمة بشكل متكامل تماماً ولكن كانت مقبولة ومعظمها في مجال الطاقة والدراسات ومؤشرات الأداء تليها النقل والعقار والعمالة ثم البنوك والاتصالات والزراعة والسياحة والمعارض والغذاء والتمويل وتكنولوجيا المعلومات والتصنيع والصحافة والإعلام والاستراتيجيات وتطبيق القوانين. ويعكس مدى توافر البيانات بشكل نسبي توافر المصادر لذا جاءت نسبة المواد التي لم تتوافر فيها المصادر بشكل كامل 27% وكان عدم توافر المصادر بشكل متكامل في مجال الدراسات تليه مجالات الطاقة والمعارض وتطبيق القوانين والعمالة والاتصالات ونقل وعقار واتصالات وتكنولوجيا المعلومات

والمجال الطبي والغذاء والتمويل والخدمات والاستراتيجيات والمبادرات والاتصالات والبنوك والشركات.

أما تعريف المحرر لمكونات المادة فقد احتوت 9% من المواد على مكونات غير معرفة شملت مجالات معارض وأخبار الشركات والاتصالات والبنوك وتكنولوجيا المعلومات والدراسات والخدمات. أما الرسوم البيانية فقد جاء استخدامها بسيطاً من قبل مواد الرأي فيما فضل استخدامها في 21% من اجمالي مواد العينة وكانت في مجالات الدراسات والعمالة والخدمات والطاقة والاتصالات والعقار ومعظمها كانت تقارير.

أما الصياغة والتنظيم فقد تمتعت الرأي بنسبة عالية ولم تتعد المواد التي لم تكن منظمة في العينة سوى مادة واحدة وكان مجالها العقار و6 مواد بدرجة متوسطة في مجال الدراسات والاستراتيجيات وتطبيق القوانين والطاقة، فيما البقية كانت منظمة بشكل تام.

وتتمثل هذه العلاقات لصحف الدراسة الثلاث في الجداول (ك-م1) (ك-م2) (ك-م3) في

الملحق (ب).

المبحث الثاني نتائج استطلاع رأي القراء

تمثل نتائج استطلاع رأي القراء الإجابة على أحد أسئلة الدراسة الرئيسية والمتمثل في: ما هي خصائص قراء هذه الصحافة، فئاتهم، مستوى تعليمهم، مهنتهم، دوافعهم، تقييمهم لمدى إشباعها لحاجاتهم؟ كما ستمكن المقارنة بين نتائج هذا الاستطلاع ونتائج تحليل المضمون الإجابة على السؤال الرئيسي للدراسة.

ونتناول فيما يلي خصائص قراء المواد التحريرية الاقتصادية التي شملتهم العينة وعددهم 145 قارئاً تم اختيارهم وفق العينة الاحتمالية الطبقية وأجري معهم الاستطلاع خلال شهري نوفمبر وديسمبر من عام 2008. ومن ثم تقييمهم لأداء الصحف.

خصائص القراء

وجد أن معظم قراء هذه المواد (44.1%) تتراوح أعمارهم بين 20-30 عاماً وهي تعكس فئة الشباب الذين يبدوون حياتهم العملية. وتقل نسبة الاطلاع مع التقدم في الفئة العمرية فنجد نسبة القراء الذين أعمارهم بين 30-40 عاماً هي (33%)، ونسبة الذين تزيد أعمارهم عن 40% هي (17.9%) كما هي بالجدول التالي

الفئة العمرية Q11					
		Freque ncy	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 20 عاماً وما دون	3	2.1	2.1	2.1
	2 30-20 عاماً أكثر	64	44.1	44.1	46.2
	3 40-30 أكثر من 30 عاماً	49	33.8	33.8	80.0
	4 40 عاماً أكثر من	26	17.9	17.9	97.9
	اجابة لا يوجد 99	3	2.1	2.1	100.0
	Total	145	100.0	100.0	

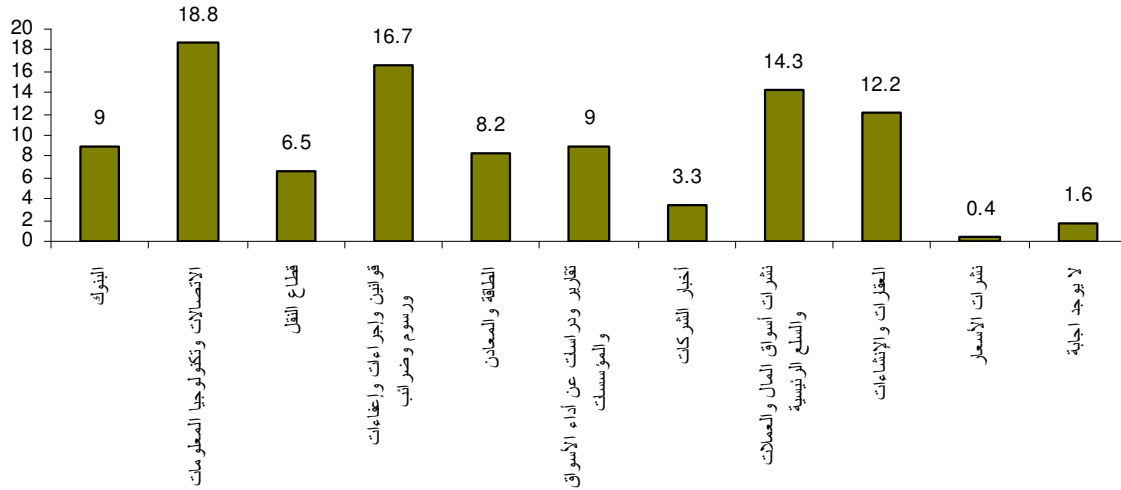
ومن حيث المستوى التعليمي فقد كان (54.50%) من القراء في العينة تقريباً من الحاصلين على درجة البكالوريوس يليهم حملة الدبلوم فالثانوية العامة ومن ثم حملة الدكتوراة.

المستوى التعليمي Q10					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ثانوية 1 وأقل عامة	22	15.2	15.2	15.2
	دبلوم 2	34	23.4	23.4	38.6
	بكالوريوس 3	79	54.5	54.5	93.1
	ماجستير 4	5	3.4	3.4	96.6
	لا يوجد 99 اجابة	5	3.4	3.4	100.0
	Total	145	100.0	100.0	

وقد حدد هؤلاء القراء الصحف اليومية التي يتابعون فيها المواد الاقتصادية بأربع صحف كانت النسبة الأكبر لصحيفة الرأي (35.9%) تليها الدستور والغد بنفس النسبة (24.8%) ومن ثم العرب اليوم بنسبة (14.5%).

الصحيفة التي أختارها لمتابعة Q1 الأمور الاقتصادية					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	الرأي 1	52	35.9	35.9	35.9
	الغد 2	36	24.8	24.8	60.7
	الدستور 3	36	24.8	24.8	85.5
	العرب اليوم 4	21	14.5	14.5	100.0
	Total	145	100.0	100.0	

وأما المجالات التي يتابعها القراء فكان أهمها الاتصالات (18.8%) والقوانين والتشريعات والرسوم والضرائب (16.7%) ونشرات الأسواق والمال والعملات والسلع الرئيسية (14.3%) فالعقارات (12.2%) والدراسات والإحصائيات الخاصة بمؤشرات أداء الأسواق والقطاعات المختلفة (9%) ومن ثم المواد الخاصة بالطاقة والمعادن (8.2%) والنقل (6.5%).



وأكثر المناطق الجغرافية التي يتابع القراء أخبارها الاقتصادية هي المنطقة المحلية (57.5%) ومن ثم الدولية والعربية بنسب متقاربة جداً (21.5%) و(21%) على التوالي

جغرافية المواد المتابعة من قبل القراء			
		العدد	%
بمتابعة الأمور الاقتصادية أهتم Q3.	المحلية 1	104	57.5
	العربية 2	38	21.0
	العالمية 3	39	21.5
المجموع		181	100.0

ومن حيث مصدر التغطية فنصف القراء تقريباً أبدوا أنهم يتابعون المواد بغض النظر عن مصدر المادة، فيما يفضل (19.1%) متابعة الأخبار الواردة من بترا، وبنسبة أقل (16.7%) يفضلون المواد التي مصدرها مراسلون محددون. ومن ثم المواد الواردة عن طريق وكالات الأنباء الأجنبية (11.7%).

مصادر الصحف المتابعة			
		العدد	%
التغطية الصحفية الاقتصادية التي مصدرها أتابع Q4.	الصحيفة مراسل 1	27	16.7
	الأردنية بترا وكالة الأنباء 2	31	19.1
	الأجنبية وكالات الأنباء 3	19	11.7
	المادة أياً كان مصدر 4	85	52.5
المجموع		162	100.0

ومن حيث اختيار الفنون الصحفية فقد فضل (49.7%) من القراء الأخبار القصيرة والنسب الباقية لأشكال المعالجة التفسيرية والرأي من أحاديث وتقارير وتحقيقات وتحليلات ومقالات.

الفنون الصحفية التي يفضلها القراء			
		العدد	%
Q5. أفضل قراءة ومتابعة المواد الاقتصادية في صورة	1 أخبار قصيرة	91	49.7
	2 أحاديث صحفية ومقابلات	27	14.8
	3 تقارير وتحقيقات	30	16.4
	4 تحليلات اقتصادية ومقالات	35	19.1
المجموع		183	100.0

تقييم القراء للصحف

ويقصد بتقييم الصحف مدى توافر محددات الكتابة التحريرية الاقتصادية السابق الإشارة إليها في المواد التي يتابعها القراء بمجالاتها المختلفة. وقد كانت الدرجة المتوسطة هي السائدة التي قيم القراء بها تلك المحددات. وتتمثل تلك المحددات في شرح المفاهيم والمصطلحات الاقتصادية. وتوافر المصادر

وتوافر البيانات الموثوقة، وتوافر الرسوم والجدول، وإتاحة الفرصة للقراء لمناقشة القضايا المطروحة وإبداء آرائهم، مواكبة التغطية الصحفية لما يهم المواطن الاهتمام بالتقارير والتحقيقات والمقابلات والأحاديث مع الخبراء. ويظهر ذلك في جداول الملحق (ج)

وعن سؤالهم عن تغطية الصحف للأزمة المالية العالمية أبدى (58.6%) منهم أن ما تقدمه هذه الصحف من معلومات غير كاف، ومع ذلك ورغم عدم اكتفائهم بما ينشر حولها فقد أثر ما نشر على قرارات (55.9%) منهم بشكل متوسط وعلى قرارات (23.4%) بشكل كبير.

وأرجع من أبدوا نقص هذه المعلومات وعدم كفايتها إلى أن المفاهيم التي تذكر في التغطية غير واضحة بنسبة (10.95%) وعدم كفاية ما يقدم من مقابلات وأحاديث صحفية بنسبة (17.9%)، بينما حتى ما يقدم من تحليلات ومقالات لا يقدم مضمونها ما يجب من تحليل وتفسير، فيما لجأ نسبة كبيرة منهم (31.9%) إلى وسائل الإعلام المسموعة والمرئية التي يجدون فيها

معلومات وتحليلات ونقاشات أكثر كماً ونوعاً، في حين علّق نسبة (6.6%) أنهم يعتقدون أن الأزمة أساساً لا تخص اقتصاد الأردن ومن غير المجدي متابعتها.

ويمكن متابعة نتائج التحليل الإحصائي لهذا الاستطلاع بشكل عام وبشكل تفصيلي لكل صحيفة على حدة من ملحق مجموعة الجداول (ج).

ولكن يجدر بنا هنا أن نلفت النظر الى أن هذه البيانات بمثابة مؤشرات عامة وليست للمقارنة بين الصحف. إذ أن المقارنة تتطلب تثبيت عدد أفراد العينة من كل صحيفة، ونسب الأفراد في هذه الدراسة ليست متساوية لكل صحيفة.

المبحث الثالث

نتائج المقابلة

تم طرح المعطيات التي تم التوصل إليها من خلال تحليل المضمون واستطلاع رأي القراء على القائمين على تحرير الصفحات الاقتصادية في الصحف اليومية الأردنية ومن الأمور الأساسية التي توصلت إليها المقابلة:

1- تعمل هذه الصحف وفق استراتيجية عامة تشمل تغطية الأخبار والأحداث الاقتصادية المحلية بالدرجة الأولى مع اعطاء بعض الاهتمام للشأن العربي والدولي حسب الأولوية وأهمية الخبر وبما يتوافر من مساحات على صفحات الصحيفة اليومية وفق عصام قضماني مسؤول الصفحات الاقتصادية في صحيفة الرأي (قضماني، مقابلة شخصية، 30 ديسمبر 2008).

2- تعطي هذه الصحف الأولوية للخبر مع سعيها إلى زيادة مساحة المعالجة التفسيرية والرأي من خلال محاولة تذليل المعوقات والمشاكل الرئيسية المؤدية إلى انخفاض هذه المعالجة والمتمثلة بشكل رئيسي في ندرة الكادر الصحفي الاقتصادي المتخصص، ولكن الأولوية حسب عوني الداود مدير تحرير دائرة الاقتصاد في صحيفة الدستور (مقابلة، م س) هي للخبر رغم أن التنقيف الاقتصادي للمواطن مطلوب وضروري ولكنه على أرض الواقع ليس أولوية.

3- تقر صفح الدراسة بوجود المشكلة وتحاول حلها من خلال توفير دورات تدريبية للصحفيين سواء داخل الأردن أو خارجها. وغالباً ما تعقد الدورات التدريبية داخل الأردن من قبل المجلس الأعلى للإعلام ووكالة الأنباء الأردنية للأنباء "بترا"، وقد عقد المجلس الأعلى للإعلام (المجلس الأعلى للإعلام، 2008، ص1) ما يقارب 36 دورة تدريبية خلال الأعوام 2005-2008، تناولت تدريب الكوادر في كافة وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمقروءة وفي مختلف الموضوعات ولكنها خلت من أي دورة تدريبية للصحافة الاقتصادية المتخصصة.

فيما عقد مركز تدريب الصحفيين التابع لوكالة الأنباء الأردنية دورات للصحافة المتخصصة من بينها دورة "تغطية الأخبار الاقتصادية" وكانت هذه الدورة (بترا نت، 2008، ص1) تستهدف الصحفيين الجدد وطلبة كليات الصحافة والإعلام بهدف التعرف على مفهوم الخبر الاقتصادي وكتابته.

ورغم ما يعول على هذه الدورات في ايجاد صحفيين متخصصين إلا أن عوني الداوود في صحيفة الدستور (الداوود، م س) يؤكد أن الدورات ليست كافية بل إن الأمر بيد الصحفي ولا بد أن يعمل على تطوير معرفته بأساسيات الاقتصاد خاصة إذا ما اختار الكتابة عن مجال معين مثل التحليل للسوق المالي، أو الكمبيوتر، أو السيارات، أو الميزانيات العامة، أو المؤشرات.....إلى غيرها من مجالات متعددة في مجال الاقتصاد خاصة أن لكل سوق من هذه الأسواق معطيات.

4- أن ندرة الكادر المتخصص هي محور كافة القصور أو الانتقادات التي تتعرض لها المواد التحريرية الاقتصادية في هذه الصحف مثل انخفاض نسبة المعالجة التفسيرية والتقارير والتحقيقات التي تعالج القضايا الحيوية التي تهم المواطن - وفق معطيات كل دولة على حدة ومن الحلول التي طرحت في هذا الشأن (أخبار اليوم، 1427، ص 2-5) ما تناوله المشاركون في ورشة عمل خاصة حول تجربة الملحق الاقتصادي 'بضرورة إتاحة المجال أمام المختصين الاقتصاديين في المجالات الصناعية والزراعية والتجارية والخدمية بتقديم خبراتهم وتحليلهم للصحافة لتحقيق ليس فقط الإخبار إنما التثقيف وتبسيط الضوء على مشكلاته وتعريفه بالأزمات ومناقشة كافة القضايا التي تمس المواطن العادي مهما بدت صغيرة وربطه بالمجتمع الاقتصادي الإقليمي والدولي ومساعدته على أخذ القرار'. وهذا ما افتقدته الصحف اليومية الأردنية في تغطيتها للأمور الاقتصادية وما طالب به القراء في استطلاع الرأي فهناك غياب واضح لهؤلاء الخبراء والمختصين وإن وجدوا فهم لا يناقشون إلا القضايا الظاهرة على السطح.

وهذه المشكلة تعاني منها الصحافة الاقتصادية في كافة الوطن العربي وإن كانت بنسب مختلفة وفق الأنظمة السائدة وأهداف أصحاب الوسائل الإعلامية، فيقول أحد الكتاب في اقتصاد الغد (اقتصاد الغد، 2007، ص1) "من المهم أن تعكس الصفحات الاقتصادية أحوال الناس اليومية ومشكلاتهم جنباً إلى جنب مع الاهتمامات بالأداء الاقتصادي للحكومة في القطاعات المختلفة، فأسعار البورصات مهمة ولكن قد تكون أسعار الطماطم أهم بالنسبة للمواطن العادي".

5- إضافة إلى ندرة الكوادر تعاني الصحافة الاقتصادية من ندرة قواعد بيانات ثابتة وموثوقة يمكن أن تكون أساساً لتقارير وتحقيقات وخدمات للقراء حسب قضماني (قضماني، مصدر سابق) وهي -أي الصحف - تعمل على حلها من خلال اتفاقيات مع الجهات ذات العلاقة لضمان استمرارية هذه الخدمات.

6- تعوض هذه الصحف القصور في المعالجة التفسيرية من خلال إصدار الملفات التي ترافق الأزمات أو مناسبات معينة. والتي يتاح فيها مساحات أكثر للخبراء والمختصين في المجال المطروح للنقاش وابداء الرأي والتفسير والتعليق. ويرى قضماني أن صحيفة "الرأي" تعمل على تحقيق التنقيف على المدى الطويل من خلال الاستمرارية في تناول قضايا معينة، كما أن هذا التنقيف لا يقف عند حد المواطن بل من خلال ما تطرحه بشكل مستمر وثابت على صفحاتها حول القضايا الملحة والتي ليس بالضروري أن تكون طافية على السطح. يعد نوعاً من الصحافة الوقائية قد تلفت أنظار المختصين والمسؤولين في الجهات ذات العلاقة سواء حكومية أو خاصة مثل ما حدث من طرح المستجدات حول شركات التداول الحديثة ومؤسساتها وعن مصداقيتها والخطر الذي يمكن أن يلحق بالمواطنين المتداولين والذين ليس لديهم خبرة في أسواق المال.

7- رغم التحديات الكبيرة التي تواجه القائمين على انتاج هذه الرسائل الاعلامية فإنهم مطمئنون لمستقبل الصحافة الاقتصادية الأردنية المطبوعة ويرون أنها تتطور ولا يجدون عليها خطورة من منافسة الصحافة الالكترونية الاقتصادية رغم ما تتميز به الأخيرة من سمات. فهم يجدون أن هذه المنافسة كما العديد من الوسائل الإعلامية الأخرى تقوي وتحفز على التطور على حد قول الداوود، وأن للصحافة المطبوعة في الدول النامية على الأقل بريقاً ومزايا مما يجعل من الصعب أن يقال أن وسيلة أخرى ستلغيها على الأقل على المدى القريب. كما أن متطلبات الصحافة الاقتصادية الالكترونية هي ذاتها متطلبات الصحافة الاقتصادية المطبوعة خاصة فيما يتعلق بالكوادر وقواعد البيانات.

الفصل الخامس

اختبارات أسئلة الدراسة والتوصيات

- المبحث الأول

اختبارات أسئلة تحليل المضمون

- المبحث الثاني

اختبارات أسئلة استطلاع القراء

- المبحث الثالث

اختبارات أسئلة المقابلة

- المبحث الرابع

التوصيات

المبحث الأول

نتائج اختبارات أسئلة تحليل المضمون

تحيب نتائج التحليل الكمي والكيفي عن سؤالين من أسئلة الدراسة الرئيسية والمتمثل في:

ما هي أولويات المعالجة للقطاعات والمجالات الاقتصادية المختلفة في الصحافة اليومية

الأردنية؟

وما هي المحددات الأساسية لكتابة الصحافة الاقتصادية، وما مدى توافرها في الصحافة

اليومية الأردنية؟

أولاً: وجدت الدراسة انخفاض نسبة المعالجة التفسيرية في تناول المادة التحريرية الاقتصادية في الصحف الأردنية اليومية محل البحث مع تفاوت بسيط بينها. رغم أهمية دور هذه المعالجة في الصحافة المتخصصة المتمثل في الشرح والتفسير والتعليل في القضايا الملحة والمستجدة، وفي مجال كمجال الاقتصاد الذي يتسم بالتطور السريع والمتداخل تزداد الحاجة إلى هذا النوع من المعالجة. ولهذا علاقة وطيدة بانخفاض عدد المراسلين المتاحين للقيام بهذا الدور إذ أشارت الدراسة إلى اعتماد الصحف على مصادر غير محددة بنسبة كبيرة والمتمثلة غالباً في البيانات التي تصدرها الجهة صاحبة العلاقة أو مراسلين يعملون لأكثر من جهة. فيما تراوحت نسبة الاعتماد على مراسلي الصحف التابعين لها حول 18 و32% تقريباً. وتحتاج المعالجة التفسيرية إلى مراسلين يعرفون القضايا المطروحة وتفاصيل حيثياتها ليتمكنوا من مناقشتها واختيار المسؤولين والخبراء ذوي العلاقة والاتصال بالمصادر التي يحتاجها الموضوع.

وأياً كانت الأساليب التي تتبعها الصحيفة في الحصول على معلوماتها من شبكة معلومات أو وكالات... فهذا لا يغني أي صحيفة عن وجود عدد كافٍ من المراسلين يمكن أن يقدموا حداً أدنى من الموضوعات المتميزة للصحيفة. فرغم انخفاض نسبة التقارير إلا أن معظمها جاء من قبل مراسلين بطبيعة الحال لأن التقرير غالباً ما يكون محلياً برغبة من الصحيفة والمراسل في توسيع موضوع خبر معين وذكر خلفياته واستطلاع آراء الأطراف ذات العلاقة وهو في الصحافة الاقتصادية اليومية الأردنية بدأ يحل محل التحقيق فهو عبارة عن تحقيق مقتضب. فيما التقارير الواردة من وكالات الأنباء وجهات غير محددة غالباً ما تكون متعلقة بالأداء العام للاقتصاديات

الكلية أو الصناعات الأساسية في دول ما مثل صناعة السيارات في اليابان أو الطاقة الشمسية في ألمانيا... وهكذا.

ثانياً: تظهر الدراسة تزايد الاهتمام بتغطية القطاع الخاص وهذا يعكس ادراك القطاع نفسه لأهمية الاعلام مع اختلاف مجالاته وحجم شركاته ومؤسساته، ويظهر ذلك في ارتفاع نسبة أخبار الشركات الداخلية على سبيل المثال. كما تظهر في ارتفاع نسبة أخبار الشركات الترويجية والتي لا تعكس أنشطة حقيقية لهذه الشركات ولكنها ضمن المصالح المتبادلة في مقابل توفير أخبار الشركة للصحيفة والإعلانات المدفوعة. كما يعكس ارتفاع حصة هذا القطاع من اجمالي التغطية الخبرية لتتراوح حول 50% في الصحف محل الدراسة بالنسبة لتغطية القطاع الحكومي والعام والقطاع المشترك يعكس النمو الذي حققه في السنوات الأخيرة وزيادة الاستثمارات سواء المحلية أو الأجنبية بسبب قوانين تشجيع وجذب الاستثمار والتشريعات والقوانين والاعفاءات الضريبية والدعم الذي يقدم للصناعات ذات القيمة المضافة.

فيما ترتفع حصة القطاع العام من كتابات المقالة وعرض التقارير، ذلك أن الكتاب عادة ما يبدون وجهة نظرهم تجاه نتائج الدراسات والاحصائيات ومؤشرات الأداء للاقتصاد الكلي مثل التضخم والعمالة والسياسات المالية والنقدية المطروحة، وتركز صحيفة الرأي في مقالاتها على هذا القطاع 56.90%، فيما هي أقل في الغد 40% وفي الدستور 22% إذ أن هذه الأخيرة تتوزع المقالات فيها على القطاع الخاص والعام أيضاً. وهذا يعكس جزءاً من أجندة هذه الصحف.

أما التغطية الخبرية فهي وإن كانت النسبة الكبرى للقطاع الخاص فللحكومة نصيب تراوح بين 18 و26% في صحف الدراسة، كما ان هناك اهتمام بالأخبار المشتركة بين القطاعين، وأما القطاع العام فله حصة لا بأس بها ذلك أنه محصلة نشاط القطاع الخاص والحكومي بمفرداته المختلفة لتقييم أداء الاقتصاد أولاً بأول والوقوف على مدى تحقيق الأهداف والخطط وما نفذ منها ومالم ينفذ وأسباب التأخير والمعوقات والعمل على إصلاحها في الوقت المناسب لأن الرقابة الوقائية أو المبكرة من شأنها تلافي الأخطاء أو حتى اصلاحها فور وقوعها منعاً لحدوث تراكمات من الأخطاء التي تستنزف موارد وإمكانيات الدولة والشعب، وباعتبار الصحافة السلطة الرابعة فدورها هنا مهم على الأقل للتوجيه وتسليط الضوء ووضع اليد على الجرح ان وجد.

واللافت للنظر في هذا السياق أن نسبة كبيرة من التغطية للقطاع الحكومي يتم عن طريق مراسلين بما لا تعكس حصة القطاع من اجمالي المواد المعالجة، فمثلاً في الرأي نسبة مواد القطاع الحكومي 15.4% تم تغطية 33.50% منها بواسطة مراسلين، بينما مواد القطاع الخاص 54.30% بالمائة من اجمالي المواد وتم تغطية 10.10% منها بواسطة مراسلين. قد يعكس هذا سهولة وتعاون أكبر من قبل القطاع الخاص وارسالهم للمعلومات للصحيفة دون الحاجة لوجود مراسل بالقدر الذي يحتاجه القطاع الحكومي من جهد في التغطية، وقد يكون العكس.

ثالثاً: معظم التغطية بكافة قطاعاتها الخاص والحكومي والعام هي تغطية للشأن المحلي في كافة صحف الدراسة ويبرر ذلك كون الصحف محلية بالدرجة الأولى، أما تناولها للشأن العربي والدولي فاختلف من صحيفة لأخرى ويتوقف ذلك على أولويات الصحيفة وأهمية الخبر ومدى علاقة الأردن بالخبر وتأثره بها فنسبة لا بأس بها هي أخبار محلية عربية أو محلية دولية. ومع ذلك فإن الأخبار المنشورة لا تعكس أهمية للخبر بقدر ما تعكس سهولة الوصول إلى الخبر وتوفره من خلال وكالات الأنباء.

رابعاً: تشابهت الصحف الثلاث في المجالات الرئيسية التي تحظى بنسبة كبيرة من التغطية فعلى مستوى القطاع الخاص تمثلت في أخبار الشركات وخاصة أخبارها الترويجية مع اختلاف المسميات فبعض الصحف تجمع الأخبار الترويجية لتضعها تحت مسمى نادي الأعمال، وأخرى.... الشركات وهكذا، إضافة إلى المعارض والمنتديات والمؤتمرات تليها العقار والنقل والاتصالات ويعكس اهتمام التغطية لهذين المجالين نظراً لتزايد حجم أنشطتها وذلك يعود الى:

- 1- تزايد قوة الأردن الاقتصادية على الساحة الدولية.
 - 2- الاهتمام المتزايد بأهمية الاتصال والحوار والنقاش بين الشركات في القطاع الواحد وبين القطاع الحكومي والخاص من جهة وبين الشركات والمؤسسات الأردنية سواء خاصة أو حكومية وبين غير الأردني سواء عربية أو عالمية من جهة أخرى.
- وعلى المستوى الحكومي كان معظمها متركزاً في المؤتمرات والتشريعات والقوانين والاستراتيجيات العامة والخاصة. فيما القطاع المشترك تركز حول القوانين والتشريعات التنظيمية

والضريبية وتطبيقها والاتصالات والطاقة والنقل وهي أكثر القطاعات الحيوية التي شهدت نشاطاً أكثر من غيرها خلال السنوات الماضية. أما على مستوى الاقتصاد العام فتركزت في الأسواق المالية والعملات والدراسات والإحصائيات والمؤشرات.

وهذه الصورة تعكس صورة الاقتصاد العالمي فاقتصاد الأردن جزء من هذا الاقتصاد وما حدث من تغيرات في أسعار النفط وتأثيرات الأزمة المالية وما تضمنها من مشاكل المودعين والتسهيلات الائتمانية لا بد أن ينعكس بشكل أو آخر على الصحف المحلية. عدا عن السياسات المالية والنقدية التي يمكن أن تتخذها الحكومات في مثل هذه الظروف. ويجب أن تخصص الصحافة مساحة وكادر يفي بغرض التفسير والشرح للقراء على سبيل المثال أسباب تقييد الانفاق في مجالات معينة ورفع الدعم عن سلع معينة وكمية الدعم الذي رفع والأسباب والبدائل المطروحة أو تحرير أسعار سلعة معينة إلى غيرها من أمور.

كما إن نقل صورة النشاط الاقتصادي وبيئة الاستثمار من خلال أخبار الشركات بمختلف أنشطتها زراعية صناعية تجارية أو خدماتية، والتغيرات في رفع رأس المال وزيادة منتجاتها والتحسين في التقنيات المستخدمة ورفع التصدير ومستوى أرباحها هذا من شأنه أن يوجّه مصارف الاستثمار. إضافة إلى الاهتمام بنشر التشريعات التنظيمية التي تمثل جزءاً مهماً من دراسة جدوى أي مشروع. كما إن الاهتمام بقطاع النقل مما يعكس البنية التحتية المتوفرة بالدولة من موانئ ومطارات كونها جزءاً من تكلفة أي مشروع سواء تكلفة السلعة النهائية أو تكلفة السلع الوسيطة مدخلات الإنتاج، عدا عن الحركة الداخلية.

مما سبق نخلص إلى:

1- أن الصحافة الاقتصادية اليومية الأردنية ترتب أجندتها وأولوياتها وبالتالي أجندة القارئ وجزء من أجندة الاقتصاد القومي وفق إمكانياتها وأهدافها وما هو متاح بين يديها. وبشكل أكثر تفصيلاً تولي هذه الصحافة الاهتمام في تغطيتها للشأن الاقتصادي للمجالات والأنشطة والقطاعات ذات الأهمية والثقل النسبي الآني في الاقتصاد الكلي. وهو أمر مطلوب بل وضروري ولكن من المطلوب أيضاً والأهم أن تعطي جزءاً من اهتمامها في الوقت ذاته لمجالات وقطاعات أخرى ذات أهمية نسبية كبيرة في الاقتصاد الكلي على المدى الطويل مثل قضايا العمالة والزراعة والمياه والسياحة والغذاء والتموين. وليس فقط المجالات التي تتوافر

عنها كم هائل من المعلومات المتدفقة بسبب التطورات الداخلية في تلك المجالات مثل الطاقة والائتمان...، أو المجالات التي يمكن أن ينتج عن تسليط الضوء عليها تدفق اعلاني مدفوع. والعمل وفق هذا المنظور يعني غياب استراتيجية واضحة ومحددة ذات دور وهدف واضح ومحدد. فالصحيفة لا ترتب أجندة القارئ كمواطن أو مستهلك فقط إنما المستثمر والمنتج، إذ تعد البيانات والمعلومات المنشورة في الصحيفة من مصادر المعلومات لهذين الأخيرين خاصة في الاقتصاديات النامية التي لا تتوافر فيها قواعد للبيانات عن كافة متطلبات الأنشطة الاقتصادية. كما أن تكلفة الحصول عليها مرتفعة.

ويجب على هذه الصحافة أن تدرك أن كما للإعلان أهمية في بقاء هذه الصحافة واستمرارها، فإن الأساس الذي يختار وفقه المعلن الجهة التي يعلن بها هو القارئ (أرقام التوزيع) الذي لا بد أن تسعى الصحيفة لبقائه قبل المعلن وذلك من خلال المادة التي توفرها له وفق حاجته ومتطلباته وأن تكون معبرة عنه. ومن الأمثلة الواضحة في هذا السياق قضية العمالة، فرغم أن البطالة من المشكلات الملحة في الأردن لم تصدر أي مادة تفسيرية أو تحليلية تخص هذه المسألة وتناقش حيثياتها إنما اقتصر الأمر في هذا المجال على الحديث عن تحويلات العاملين في الخارج أو رفع مستوى الرواتب والأجور والزيادات وصناديق الدعم الخ

2- يتطلب ماسبق إضافة إلى الاهتمام بماهية المجالات والقطاعات المعالجة الاهتمام أيضاً بالكادر القائم على إنتاج هذه المعلومة والاهتمام بتطوير وتحسين أداء الصحفيين والمراسلين وعدم الاكتفاء بالقدرات والكفاءات المتاحة وإن كان ذلك يزيد من تكلفة الصحف إلا أن المردود أعلى بكثير إذا كانت تحسن التعامل مع اقتصاديات الإعلام.

ومما يعمق ضرورة الاهتمام بهذه الكفاءات نتائج التحليل الكيفي التي أظهرت العديد من القصور في المحددات الصحفية من نقص في البيانات والمصادر وعدم شرح للمفاهيم وسوء الصياغة وعدم القدرة على التعامل مع الأرقام والإحصائيات، وإن كانت هذه الأمور تعد من أساسيات الصحافة بشكل عام، عدا عن ضرورة قدرة الصحفي على التنبؤ بمتطلبات المادة الاقتصادية وتفسير ماورد فيها من مفاهيم وأرقام. ذلك أن المحررين أو الصحفيين يعملون في غياب تحديد واضح من قبل مديريهم بالحد الأدنى الضروري توافره لتقديم معلومة اقتصادية

مفيدة للمتخصص والقارئ، وتركها للاجتهادات الشخصية. وقد سلط القائمون على هذه الصحافة الضوء على أن محتوى الدورات الصحافية الاقتصادية التي ينضم إليها الصحفيون والمراسلون غير مجد بالشكل المتوقع. ويرجع ذلك الى أن من يعطون الدورات إما اقتصاديون لا خبرة لهم في متطلبات الكتابة الإعلامية، أو إعلاميون ليس لديهم ما يكفي من المعلومات الاقتصادية بمعنى أن المشكلة مركبة فهناك ندرة كوادر صحفية اقتصادية وندرة مدربين في هذا المجال. وبالتالي أصبحت نوعية الدورات ومن يقدمونها هي التي يفترض أن تلقى الدراسة والاهتمام وليس كم هذه الدورات.

وتجدر الإشارة إلى أن القصور موجود في كافة المجالات وكافة أشكال المعالجة التفسيرية ومن قبل كافة المصادر. فالأمور تترك للاجتهادات الشخصية ومحاولة اختيار الأكثر صلاحية من قبل الوكالات. وهذه تعد واحدة من سلبيات - إذا جاز لنا التعبير - التكنولوجيا الحديثة بحيث يمكن الصحفي أمام شاشة الكمبيوتر خاصته يبحث عن خبر من هنا أو هناك لتعبئة صفحات جريدته دون تكلف عناء البحث والتحقيق والاستقصاء.

وفيما يختار المحرر خبر ما ورد على وكالة أنباء ويهتم بأن يكون متكامل المعلومات والمصادر والبيانات مفهومة وواضحة وقد يحاول إضافة بعض البيانات أو الخلفية أو التأكد من مصدر ما وشرح مصطلح غير معتاد من القارئ العادي. قد يتم وضع الخبر نفسه كما ورد من الوكالة في صحيفة أخرى. مما يؤكد أن المسألة تتركز في رغبة القائمين على إنتاج الرسالة الإعلامية بتقديم الأفضل.

3- يظهر من نتائج التحليل الكيفي عدم الاهتمام الكافي من قبل بعض الصحف بمسألة الإخراج الصحفي وإعطائه الأهمية الكافية للتخفيف من حدة المادة الاقتصادية باستخدام الجداول والرسوم البيانية، التي من شأنها إضافة إلى إعطاء الشكل والتصميم الجذاب للصفحة مساعدة القارئ على فهم الأرقام واستيعابها بشكل أسرع وأدق من قراءة الأرقام المتسلسلة الطويلة.

المبحث الثاني

اختبار أسئلة استطلاع القراء

تم في الفصل السابق استعراض نتائج التحليل الاحصائي لاستطلاع رأي عينة من القراء حول التغطية الاقتصادية التي يتابعونها في الصحف اليومية الأردنية بالتركيز على نقاط أو أمور معينة، وهي ذات النقاط التي تم تحليل محتوى الصحف على أساسها لنتمكن من المقارنة بين ما تؤديه هذه الصحف وبين ما يرغبه ويطلبه القراء. وبإجراء هذه المقارنة وجد أن:

1- ترتيب المجالات التي ذكر القراء أنهم يتابعونها من حيث أهميتها يتناسب مع أهم المجالات التي تغطيها الصحف موضع الدراسة، وإن طالب البعض منهم بمجالات أخرى مثل نشرات الأسعار والسلع الاستهلاكية.

والحال هو نفسه فيما يتعلق بجغرافية المواد التي يتابعون تغطيتها، والفنون الصحفية وبتوزيع للنسب يكاد يكون متقاربا، فهم يتابعون الأخبار القصيرة ومن ثم التحليلات والمقالات والتقارير ولا ينفي هذا أن العديد من القراء أبدوا رغبتهم في زيادة المساحات المخصصة للتقارير المفصلة والتحقيقات التي تساهم في معالجة المشاكل وتطرح الحلول بشكل أكثر عملية وواقعية وعدم الاكتفاء بالمناقشة السطحية.

كذلك فيما يتعلق بمصدر المادة فنسبة (52%) من القراء بينوا أنهم يقرؤون المادة التي يرغبونها في المجالات المختلفة أيا كان مصدرها أو إن لم يحدد مصدرها ثم تأتي نسبة التفضيل لوكالة بترافالمراسلون فالوكالات الأجنبية. وهذه المعطيات تؤكد مايلي:

1- أن الصحف اليومية الأردنية ترتب أجندة القراء الذين يتابعونها بشكل كبير نسبياً، رغم أنهم لا يجدون الأشباع المتوقع من معرفة ومعلومات عن طريق هذه التغطية مع لجوء نسبة منهم لوسائل إعلامية أخرى، وظهر ذلك في التقييم الذي أعطوه لمحددات التغطية الصحفية.

2- بالرغم من أن ما تقدمه التغطية الصحفية عن الأزمة المالية لم يكن كافياً - وهي مثال كأي حدث يمكن الاستشهاد به - إلا أن ما قدم من تغطية قد أثر بدرجة أو بأخرى على القرارات المالية للمتابعين لهذه التغطية وهذا إعمالاً لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لأنها تعد في هذه الفترة مصدر مهم من مصادر المعلومات للأفراد.

المبحث الثالث

اختبار أسئلة المقابلة

تم اجراء المقابلة مع القائمين على إنتاج الرسالة الإعلامية حتى لا تتوقف الدراسة على إظهار نتائج الاستطلاع وتحليل المضمون دون الوقوف عند أسبابها وتقديم الحلول لها. فبعد مقارنة نتائج تحليل المضمون بنتائج استطلاع القراء وجدنا أن الصحف اليومية الأردنية تحقق الإشباع بشكل نسبي لقرائها الذين يعتمدون عليها إضافة إلى مصادر أخرى في الحصول على المعلومات. وأنها استطاعت أن ترتب أجندة القارئ وفق أجندتها التي أشرنا إليها مسبقاً والمنظمة وفق امكانياتها ولكن مع الأخذ في الاعتبار نتائج المقابلة وما أبداه القائمون على إنتاج هذه الرسائل الإعلامية من العمل في برامج وخطط تطوير استجابة لمتطلبات واحتياجات القراء يمكن القول إن الصحافة اليومية الأردنية الاقتصادية يمكن أن تحقق دوراً أكبر وفعالاً في اقتصاد نام إذا ما اعتمدت خطة متكاملة للتطوير فهي تسابق الزمن.

وبهذا نكون أجبنا على السؤال الرابع من أسئلة الدراسة والمتمثل في مدى مواءمة مستوى الكتابة الصحفية الاقتصادية مع أولوية المعالجة ومتطلبات الجمهور؟
ومن خلال المباحث الثلاثة التي تضمنها هذا الفصل نكون قد أجبنا على التساؤل الرئيسي في هذه الدراسة وهو؛ ماهية معالجة الصحافة اليومية الأردنية للشأن الاقتصادي؟

المبحث الرابع

التوصيات

بناءً على ما كل ما تقدم نوصي بالآتي:

1- ضرورة أن تعمل الصحافة الاقتصادية الأردنية اليومية على تحديد استراتيجية واضحة ومحددة الأهداف على المدى الطويل والقصير، وأن تكون هذه الاستراتيجية واضحة لكافة العاملين فيها وألا تترك الأمور في غياب القواعد والمحددات والثوابت وأن تراعي الكيف بجانب الكم.

كما يجب أن تكون هذه الاستراتيجية واقعية يمكن تنفيذها والأخذ في الاعتبار كافة العوامل والظروف المحيطة، فكما يقول ماكفيل (ماكفيل، 2005، 61) "إن متطلبات الصحافة الناشئة تختلف عن متطلبات الصحافة الناضجة، وبالتالي فإن محاولة فرض النماذج القانونية أو الاقتصادية أو التنظيمية لواحدة منها على الأخرى سوف تفشل في تفسير الاختلافات الأساسية الناتجة عن مجموعة من العوامل التاريخية والثقافية." فعلى سبيل المثال مراعاة حدود الحرية التي تطالب بها الصحافة بحيث ألا يؤدي النشر إلى إلحاق الضرر بجهة ما أو بالاقتصاد القومي وأن يضبط بمعيار المسؤولية الاجتماعية.

2- تكثفي الصحافة اليومية الأردنية الاقتصادية بوظيفة الإخبار وتقوم بها بشكل جيد من حيث الكم، أما من حيث الكيف ففيها تفصيل وقد سبق أن وجدنا من خلال الدراسة تركيز الصحف على مجالات معينة تتسم بزخم من المعلومات المتوافرة لتغطيتها، فيما تهمل مجالات أخرى لا تقل حيوية وأهمية على المدى الطويل، ومن الأهمية بمكان أن يكون التوازن الكمي والكيفي في تغطية المجالات المختلفة ضمن استراتيجية الصحف على المدى الطويل.

3- لا بد للصحافة الأردنية أن تقوم بالوظائف الأخرى الموكلة إليها من تثقيف ونشر الوعي وتغيير في البنية التحتية من حيث أنماط الاستهلاك والإنتاج والادخار والاستثمار من خلال بناء المعرفة التراكمية لدى الأفراد بما يخدم الاقتصاد الكلي وزيادة الدخل القومي ورفاهية الشعوب على المدى الطويل، ويرى الباحث أنه يجب أن تعمل الوسيلة الإعلامية إلى جانب الوسائل الأخرى التي يعتمد عليها في التغيير والتثقيف والتأثير أن تعمل على تغيير القيم

والمعتقدات والسلوك التي من شأنها مقاومة التغيير (التغيير الإيجابي) وقبول أساليب أفضل في التعامل مع متغيرات الاستهلاك والإنتاج بما يحسن الأداء الإنتاجي وبالتالي يدفع الاقتصاديات نحو النمو. ذلك 'أن العديد من أنماط الحياة والتي تنتشر بين الشعوب لأسباب وعوامل عديدة منها ما هو سياسي وثقافي واجتماعي وديني لا بد من تغييرها لدفع عجلة النمو والتقدم الاقتصادي' (محيي الدين، 1976، ص140-152). وعلى العكس من ذلك تقوم بعض الصحف بهذه الوظيفة بشكل سلبي - إذا جاز لنا التعبير- من خلال الإعلان، والإعلان يمثل خدمة من الخدمات التي تقدمها الصحف للقارئ ويعد أهم مصدر من مصادر تمويل الصحيفة إذا كان في حدود النسبة المعقولة، ولكن إذا أضحت الصحيفة وكأنها تصدر لنشر الإعلان ولم تراع التوازن بين المادة التحريرية والإعلانية بل وجزء كبير من المواد التحريرية هو بمثابة إعلان غير مدفوع لا بد أن تقف الصحيفة وتعيد حساباتها. وقد نصت عدة مواثيق صحفية دولية تنظم العلاقة بين المعلنين والصحيفة (صالح، 2005، ص485-495) ومنها ألا يتجاوز الإعلان النسبة المتعارف عليها دولياً على حساب المادة التحريرية، وضرورة الفصل بوضوح بين الإعلانات والتحرير، وحظر تدخل المعلنين في شؤون التحرير أو التأثير على القرارات التحريرية، وعدم عمل الصحفيين في مجال الإعلانات، وتلتزم بعض من صحف الدراسة ببعض هذه المبادئ وتهمل بعضها الآخر.

4- تعد ندرة الكادر المتخصص من أكثر المعوقات التي تقف أمام رفع الأداء النوعي للصحف. ونقترح فيما يتعلق بالكوادر أنه حتى تكون الدورات التدريبية فاعلة يجب أن تصمم وتدار وفق متطلبات واحتياجات الصحفيين ووفق المعلومات التي يرى الصحفي أنه بحاجة إليها. فيجب أن يلم الصحفي بحد أدنى من المعلومات الاقتصادية العامة ومن ثم التخصص في مجال معين. بمعنى أن التدريب على الكتابة في مجال معين من المجالات الاقتصادية كالتحليل المالي للبورصات، أو الأسهم، أو تكنولوجيا المعلومات، السيارات، الزراعة، قوانين الاستثمار، القوائم المالية، موازين المدفوعات، والمؤشرات التي تقيّم أداء مكونات الاقتصاد الكلي..... نقول إن الدراية بهذه المجالات هو ضرورة ولكنه غير كاف إذ لا بد للصحفي أن يكون على علم بالأساسيات.

فقد تتطلب الكتابة في مجال ما كـمجال السيارات، أو الغذاء والتموين، أو الأسواق المالية خبرة بمعطيات هذه المجالات ولكن لا بد أن يكون الصحفي على دراية بأبجديات الاقتصاد مثال الطلب، العرض، الإنتاج الكلي، المحلي، الادخار، الاستثمار، الديون المعدومة الدين العام الفرص البديلة، والقيمة المضافة. كما أن هناك العديد من المفاهيم التي استحدثت والتي يتم ذكرها في نص المواد التحريرية دون تفصيل لمعناها مثل الرقم القياسي الصناعي، اتفاقية مدخلات الانتاج. كل هذه المفاهيم لا بد للصحفي والمحرر أن يكون على علم بمعناها ليتمكن من شرح بطريقة مبسطة للقارئ.

5- تمثل ندرة مصادر المعلومات وقواعد البيانات العائق الثاني أمام التطور النوعي ويجب أن تعمل الصحف على الاستثمار في هذا المجال لأنها وإن كانت تكلفه إنشاء هذه القواعد عالية إلا أن جدواها على المدى الطويل مجزي جداً والتجارب عديدة في هذا المجال سواء المؤسسات الصحفية الأجنبية أو العربية كمؤسسة الأهرام على سبيل المثال. لأن استمرارية الصحف تعني استمرارية الاحتفاظ بالقارئ وهو عامل الجذب الحقيقي للمعلن ولبقاء القارئ لا بد من تقديم أفضل خدمة نوعية. إضافة إلى تجربة داوو جونز والنجاح الذي حققته بسبب المعلومات المالية التي كانت متاحة لها من خلال الخدمات الداخلية (فينبي، 1999، ص185)

وليس المطلوب من إدارة المؤسسات الإعلامية على اختلاف أنواعها عدم الاهتمام بالربح والمعلنين بل على العكس فمن دون تحقيق المؤسسة لأرباح و مبيعات عالية لن تتمكن المؤسسة من تقديم خدماتها لقرائها بالشكل المطلوب فهذه الإيرادات هي أساس الانفاق على الكوادر وتدريبها ومصاريف المراسلين والاتفاقيات التي تبرم مع وكالات الأنباء ومصادر الأخبار الأخرى والمصاريف التقنية والورق والطباعة والمصاريف الإدارية إلى غيرها.

ولكن المطلوب هو الموازنة خاصة وان هذه الإعلانات وهي مصدر الإيراد الرئيسي بجانب المبيعات لن تحصل عليها الصحيفة دون رقم مرتفع يعبر عن التوزيع وارتفاع عدد القراء فلا بد أن تقدم الصحيفة ما يحتاجه القراء من خدمات وتحليلات وأخبار لتدفع الأفراد الى طلبها ويجب أن توازن بين المعادلة.

6- اعتادت الصحف على وجود دليل صحفي ارشادي للقواعد العامة لكتابة المواد التحريرية، ويجب أن تسعى الصحف على دليل ارشادي داخلي للصحفيين المتخصصين كل في مجاله، والحديث في هذا المقام عن دليل اقتصادي يشمل العناصر والمحددات الأساسية لكتابة المادة الاقتصادية تذكر الصحفي والمحرر بشكل مستمر بالمتطلبات الرئيسية لكتابة المادة التحريرية الاقتصادية ويفضل أن توجد محددات اقتصادية عامة، وخاص لكل مجال على حدة، يتم وضعها من قبل إعلاميين اقتصاديين متخصصين. مثال ذلك ضرورة التعريف بمكونات المادة التحريرية والتعريف بالمفاهيم والمصطلحات والتأكد من صحتها، التأكد من الأرقام وذكر مصدرها. والبيانات التي يحتاجها كل مجال.

7- أشارت هذه الدراسة إلى عدة نقاط وبطبيعة الحال من الصعب أن يتم البحث فيها بشكل متكامل وعميق في دراسة واحدة، لذا نوصي بإجراء دراسات متعمقة في أكثر من مجال. وإن كان الهدف من هذه الدراسة تحليل محتوى المواد التحريرية الاقتصادية الكمي والكيفي بحيث تم معرفة معالجة الصحف موضع الدراسة للقطاعات والمجالات المختلفة ضمن أكثر من نطاق جغرافي والمصادر المتعددة التي اعتمدت عليها هذه الصحف ومدى توافر المحددات الرئيسية وصولاً إلى الأداء النوعي لهذه الصحافة. ومعرفة الأسباب وراء عدم القدرة على مستوى أفضل من الأداء والنتائج التي أدت إليها هذه الأسباب. وعليه فإن تخصيص دراسات متعددة تبحث كل منها في مجال من المجالات الاقتصادية بشكل أكثر تخصصاً قد يفيد ذلك في الارتقاء بهذه الصحافة المتخصصة، مثال ذلك دراسة تتناول الفنون الصحفية ووضع أسس للتحقيقات والتقارير الاقتصادية. إضافة إلى دراسات تتناول التحليل الكيفي للمجالات المختلفة كلاً على حدة والوقوف على الأسباب وراء المعالجة السطحية للمواد الاقتصادية وعدم متابعة الأخبار والأحداث ونتائجها على المواطن العادي.

8- يمكن أن تتدرك كليات الصحافة والإعلام كافة القصور في الكتابة المتخصصة ومن ضمنها الاقتصادية، ورفع مستوى الأداء النوعي من خلال تدريسها في مناهجها وتدريب الطلاب عليها.

قائمة المراجع

أولاً: الكتب

1. أبو اصبع، صالح. الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة. عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2004.
2. أبو العلا، يسري. إستراتيجية الإعلام والتنمية. الاسكندرية: دار الفكر الجامعي، 2007.
3. أبو زيد، فاروق. الصحافة المتخصصة. القاهرة: عالم الكتب، 1986.
4. ابراهيم، اسماعيل. الصحفي المتخصص. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2001.
5. اسماعيل، محمود. مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير. القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2003.
6. امام، ابراهيم. وكالات الأنباء. القاهرة: دار الفكر العربي، 1984.
7. جواد، عبد الستار. فن كتابة الأخبار. الطبعة الثانية؛ عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2001.
8. خصور، أديب. الإعلام المتخصص. الطبعة الثانية؛ دمشق: المكتبة الإعلامية، 2005.

10. ريتش، كارول. كتابة الأخبار والتقارير الصحفية. ترجمة عبد الستار جواد. غزة: دار الكتاب الجامعي، 2006.
11. سميسم، حميدة. الرأي العام وطرق قياسه. عمان: دار حامد للنشر والتوزيع، 2002.
12. شرف، عبد العزيز. الصحافة المتخصصة ووحدة المعرفة. القاهرة: عالم الكتب، 2003.
13. شفيق، حسنين. الصحافة المتخصصة المطبوعة والإلكترونية. القاهرة: رحمة برس للطباعة والنشر، 2006.
14. شيفرين، أنيا. ومارجي فريني. الكتابة الصحفية التجارية والاقتصادية. ترجمة صلاح أبو النجا. واشنطن: المركز الدولي للصحفيين، 2004.
15. صالح، سليمان. أخلاقيات الإعلام. الطبعة الثانية؛ عمان: دار حنين للنشر والتوزيع، 2005.
16. عبد الحميد، محمد. البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. القاهرة: عالم الكتب، 2004.
17. عبد اللطيف، صلاح. الصحافة المتخصصة. الإسكندرية، 2004.
18. علي، أسامة. فنون الكتابة الصحفية والعمليات الإدراكية لدى القراء. القاهرة: ايتراك للنشر والتوزيع، 2003.
19. عمر، السيد. الإعلام المتخصص دراسة وتطبيق. بنغازي: جامعة قارونس، 2003.

20. ----- . البحث الإعلامي. عمان: دار حنين للنشر والتوزيع، 2008.
21. فينبي، جوناثان. الإعلام الدولي. ترجمة أحمد البشبيشي. دار المعرفة الجامعية، 1999.
22. ماكفيل، توماس. الإعلام الدولي. ترجمة حسني نصر. دار الكتاب الجامعي، العين، 2005.
23. محي الدين، عمرو. التخلف والتنمية. بيروت: دار النهضة العربية، 1976 .
24. مكاوي، حسن. الإعلام ومعالجة الأزمات. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2005.
25. الموسى، عصام. المدخل في الاتصال الجماهيري. الطبعة الخامسة؛ اربد: الكتاني للنشر والتوزيع، 2003.
26. نصر، حسني، وسناء عبد الرحمن. الخبر الصحفي. الطبعة الثانية؛ العين: دار الكتاب الجامعي، 2004.
27. النصر، محمد، وعبد الله شامية. مبادئ الاقتصاد الجزئي. الطبعة الخامسة؛ عمان: دار اليازوري العلمية، 1997.

ثانياً: المقالات

1. الربيعي، علي. " تحليل المضمون وتطبيقاته في الدراسات الإعلامية،" مجلة البحوث الإعلامية، 40 (2007)، ص 12-19.
2. حنفي، خالد. "نحو صحافة اقتصادية للمواطن"، اقتصاد الغد، 2007/2/13، ص3.

3. المقبول، خالد. "أخبار اليوم تنظم ورشة خاصة حول الملحق الاقتصادي"، أخبار اليوم، 1427/1/7، ص4.

ثالثاً: المقابلات

1. الداوود، عوني، مدير تحرير دائرة الاقتصاد، صحيفة الدستور، مقابلة شخصية، عمان، 8 يناير، 2009

2. قزمانى، عصام، مدير تحرير الشؤون الاقتصادية، صحيفة الرأي، مقابلة شخصية، عمان، 30 ديسمبر، 2008

رابعاً: الدراسات المنشورة

1. المجلس الأعلى للإعلام، الاحتياجات الخاصة فى القطاع الاعلامى الأردنى، 2007.

خامساً: المواقع الإلكترونية

1. (<http://www2.gsb.columbia.edu/ipd>)
2. (<http://www.petra.gov.jo/pageinfo.aspx?lng>)

ملاحق الدراسة

تمديد قائمة الملاحق

- 1- تم تحليل نتائج تحليل المضمون الكيفي والكمي ونتائج استطلاع رأي القراء إحصائياً بواسطة برنامج التحليل الإحصائي SPSS من قبل وحدة التحليل الإحصائي في مركز الدراسات الإستراتيجية في الجامعة الأردنية في عمان.
- 2- تم إعطاء رموز للجدول ليسهل الرجوع إليها ومقارنة ما هو وارد بالنص مع القيم في الجدول، إضافة إلى إمكانية الاستزادة ومعرفة تفاصيل أكثر لأنه من الصعب ذكر كافة الأرقام من خلال النص وإنما تم الاكتفاء بأهمها مع الإشارة أحياناً إلى المتوسط.
- 3- أعطيت صحيفة "الدستور" رقم 1 وصحيفة "الرأي" رقم 2 وصحيفة "الغد" رقم 3 وفق الأبجدية.
- 4- يرمز للفن الصحفي (ف) وللقطاع (ق) وللمصدر (ص) وللمجال (م) وللجغرافية (ج) ولمحددات الكتابة في التحليل الكيفي (ك) على سبيل المثال (ف-ق3) تمثل الجدول الذي يبين علاقة الفن الصحفي بالقطاعات المعالجة في صحيفة الغد.
- أو (ك-ص2) تمثل الجدول الذي يوضح علاقة محدّدات الكتابة الصحفية الكيفية بمصدر المادة التحريرية في صحيفة الدستور.

ملحق (أ)

نتائج التحليل الإحصائي الكمي لصحف الدراسة صحيفة الدستور

(ف-ق1)							
			القطاع Q2				Total
			1 خاص	2 حكومي	3 خاص وحكومي	4 عام	
الصحفي الفن Q1	الخبر 1	Count	549	306	167	133	1155
		% within Q1 الصحفي الفن	47.5%	26.5%	14.5%	11.5%	100.0%
		% of Total	42.3%	23.6%	12.9%	10.2%	89.0%
	التقرير 2	Count	29	20	12	24	85
		% within Q1 الصحفي الفن	34.1%	23.5%	14.1%	28.2%	100.0%
		% of Total	2.2%	1.5%	.9%	1.8%	6.5%
	المقالة 3	Count	9	8	4	6	27
		% within Q1 الصحفي الفن	33.3%	29.6%	14.8%	22.2%	100.0%
		% of Total	.7%	.6%	.3%	.5%	2.1%
	التحقيق 4	Count	3	2	2	1	8
		% within Q1 الصحفي الفن	37.5%	25.0%	25.0%	12.5%	100.0%
		% of Total	.2%	.2%	.2%	.1%	.6%
	الحديث 5	Count	2	1	0	0	3
		% within Q1 الصحفي الفن	66.7%	33.3%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	.2%	.1%	.0%	.0%	.2%
	المقابلة 6	Count	0	0	1	1	2
		% within Q1 الصحفي الفن	.0%	.0%	50.0%	50.0%	100.0%

	% of Total	.0%	.0%	.1%	.1%	.2%
التقرير عرض 7	Count	4	4	0	10	18
	% within Q1 الصحفي الفن	22.2%	22.2%	.0%	55.6%	100.0%
	% of Total	.3%	.3%	.0%	.8%	1.4%
Total	Count	596	341	186	175	1298
	% within Q1 الصحفي الفن	45.9%	26.3%	14.3%	13.5%	100.0%
	% of Total	45.9%	26.3%	14.3%	13.5%	100.0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	58.799(a)	18	.000
Likelihood Ratio	49.009	18	.000
Linear-by-Linear Association	25.125	1	.000
N of Valid Cases	1298		

a 17 cells (60.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .27.

(فام-1)																														
المجال Q3																														
			عقار 1	نقل 2	اتصالات 3	بنوك 4	شركات 5	طاقة 6 ومعادن	عمليات 7	زراعة 8	تأمين 9	سياحة 10	معارض 11	اجراءات 12 القوانين	تكنولوجيا 13 معلومات	دراسات 14	المجال 15 الطبي	غذاء 16 وتغذية	تعليم 17 وتدريب	صناعات 18 مختلفة	خدمات 19	اعلان 20	عمالة 21	بورصات 22	صحافة 23 واعلام	اخبار 24 اجتماعية	البيئة 25	تطبيق 26 القوانين	استراتيجيات 27	Total
C	r	Con	5	55	72	103	56	102	25	12	6	16	171	62	44	85	11	34	32	26	8	6	19	76	14	83	13	12	27	1221

	nt	1																												
	% within Q1 الفن اطلاق في	4.2%	4.5%	5.9%	8.4%	4.6%	8.4%	2.0%	1.0%	.5%	1.3%	14.0%	5.1%	3.6%	7.0%	.9%	2.8%	2.6%	2.1%	.7%	.5%	1.6%	6.2%	1.1%	6.8%	1.1%	1.0%	2.2%	100.0%	
	% of Total	3.7%	4.0%	5.2%	7.5%	4.1%	7.4%	1.8%	.9%	.4%	1.2%	12.4%	4.5%	3.2%	6.2%	.8%	2.5%	2.3%	1.9%	.6%	.4%	1.4%	5.5%	1.0%	6.0%	.9%	.9%	2.0%	88.8%	
التقرير 2	Count	9	2	4	6	0	10	1	4	0	1	8	1	2	9	0	9	0	4	0	0	4	12	0	0	2	1	5	94	
	% within Q1 الفن اطلاق في	9.6%	2.1%	4.3%	6.4%	.0%	10.6%	1.1%	4.3%	.0%	1.1%	8.5%	1.1%	2.1%	9.6%	.0%	9.6%	.0%	4.3%	.0%	.0%	4.3%	12.8%	.0%	.0%	2.1%	1.1%	5.3%	100.0%	
	% of Total	.7%	.1%	.3%	.4%	.0%	.7%	.1%	.3%	.0%	.1%	.6%	.1%	.1%	.7%	.0%	.7%	.0%	.3%	.0%	.0%	.3%	.9%	.0%	.0%	.1%	.1%	.4%	6.8%	
المقالة 3	Count	1	1	0	1	0	2	0	0	0	3	3	2	1	3	0	0	0	1	0	0	4	2	0	0	0	2	2	28	
	% within Q1 الفن اطلاق في	3.6%	3.6%	.0%	3.6%	.0%	7.1%	.0%	.0%	.0%	10.7%	10.7%	7.1%	3.6%	10.7%	.0%	.0%	.0%	3.6%	.0%	.0%	14.3%	7.1%	.0%	.0%	.0%	7.1%	7.1%	100.0%	
	% of Total	.1%	.1%	.0%	.1%	.0%	.1%	.0%	.0%	.0%	.2%	.2%	.1%	.1%	.2%	.0%	.0%	.0%	.1%	.0%	.0%	.3%	.1%	.0%	.0%	.0%	.1%	.1%	2.0%	
المقالة 3	Count	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	4	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8	

		% within Q1 الفن الصلا في	.0%	.0%	12.5%	12.5%	.0%	12.5%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	50.0%	.0%	12.5%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
		% of Total	.0%	.0%	.1%	.1%	.0%	.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.3%	.0%	.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.6%
الحديث 5	Count	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	3	
	% within Q1 الفن الصلا في	.0%	.0%	33.3%	33.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	33.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
	% of Total	.0%	.0%	.1%	.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.2%	
عرض 7	Count	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	3
	% within Q1 الفن الصلا في	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	33.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	33.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	33.3%	100.0%
	% of Total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	.1%	.2%
عرض 7	التقرير	3	0	0	2	0	0	0	0	0	1	0	0	1	4	1	0	0	0	0	0	1	5	0	0	0	0	18

		% within Q1 الفن في الصلا																										
			16.7%	.0%	.0%	11.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	5.6%	.0%	.0%	5.6%	22.2%	5.6%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	5.6%	27.8%	.0%	.0%	.0%	.0%
Total	Count	% of Total																										
		.2%	.0%	.0%	.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.1%	.0%	.0%	.1%	.3%	.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.1%	.4%	.0%	.0%	.0%	.0%
Total	Count	% within Q1 الفن في الصلا																										
		4.7%	4.2%	5.7%	8.3%	4.1%	8.4%	1.9%	1.2%	.4%	1.5%	13.2%	4.7%	3.5%	7.6%	.9%	3.2%	2.3%	2.3%	.7%	.4%	2.1%	6.9%	1.0%	6.0%	1.1%	1.1%	2.5%
Total	Count	% of Total																										
		4.7%	4.2%	5.7%	8.3%	4.1%	8.4%	1.9%	1.2%	.4%	1.5%	13.2%	4.7%	3.5%	7.6%	.9%	3.2%	2.3%	2.3%	.7%	.4%	2.1%	6.9%	1.0%	6.0%	1.1%	1.1%	2.5%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	283.139(a)	156	.000
Likelihood Ratio	203.571	156	.006
Linear-by-Linear Association	2.784	1	.095
N of Valid Cases	1375		
a 155 cells (82.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .01.			

(ف-ص1)

			المصدر Q4						و عواصم الصحيفه بدون مراسل او وكالات 9	Total
			1 المراسل	2 وكالة بترا	4 وكالات اجنبية	5 محطات واذاعات	7 مراسل ومصدر آخر	8 لم يذكر		
الصحفي الفن Q1	الخبر 1	Count	335	92	127	1	5	38	623	1221
		% within Q1 الصحفي الفن	27.4%	7.5%	10.4%	.1%	.4%	3.1%	51.0%	100.0%
		% of Total	24.3%	6.7%	9.2%	.1%	.4%	2.8%	45.3%	88.7%
	التقرير 2	Count	66	6	5	0	2	1	15	95
		% within Q1 الصحفي الفن	69.5%	6.3%	5.3%	.0%	2.1%	1.1%	15.8%	100.0%
		% of Total	4.8%	.4%	.4%	.0%	.1%	.1%	1.1%	6.9%
	المقالة 3	Count	27	0	0	0	0	0	1	28
		% within Q1 الصحفي الفن	96.4%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	3.6%	100.0%
		% of Total	2.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.1%	2.0%
	التحقيق 4	Count	8	0	0	0	0	0	0	8
		% within Q1 الصحفي الفن	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	.6%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.6%
	الحديث 5	Count	2	0	0	0	0	0	1	3
		% within Q1 الصحفي الفن	66.7%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	33.3%	100.0%
		% of Total	.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.1%	.2%
	المقابله 6	Count	3	0	0	0	0	0	0	3
		% within Q1 الصحفي الفن	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	.2%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.2%
	التقرير عرض 7	Count	5	1	2	0	0	3	7	18
		% within Q1 الصحفي الفن	27.8%	5.6%	11.1%	.0%	.0%	16.7%	38.9%	100.0%
		% of Total	.4%	.1%	.1%	.0%	.0%	.2%	.5%	1.3%

Total	Count	446	99	134	1	7	42	647	1376
	% within Q1 الصحفي الفن	32.4%	7.2%	9.7%	.1%	.5%	3.1%	47.0%	100.0%
	% of Total	32.4%	7.2%	9.7%	.1%	.5%	3.1%	47.0%	100.0%

(ف-ج1)									
			المادة جغرافية Q5						Total
			محلية 1	عربية 2	دولية 3	محلية عربية 4	محلية دولية 5	عربية دولية 6	
الصحفي الفن Q1	الخبر 1	Count	766	145	150	65	67	28	1221
		% within Q1 الصحفي الفن	62.7%	11.9%	12.3%	5.3%	5.5%	2.3%	100.0%
		% of Total	55.7%	10.5%	10.9%	4.7%	4.9%	2.0%	88.7%
	التقرير 2	Count	63	12	16	2	2	0	95
		% within Q1 الصحفي الفن	66.3%	12.6%	16.8%	2.1%	2.1%	.0%	100.0%
		% of Total	4.6%	.9%	1.2%	.1%	.1%	.0%	6.9%
	المقالة 3	Count	18	3	3	1	3	0	28
		% within Q1 الصحفي الفن	64.3%	10.7%	10.7%	3.6%	10.7%	.0%	100.0%
		% of Total	1.3%	.2%	.2%	.1%	.2%	.0%	2.0%
التحقيق 4	Count	8	0	0	0	0	0	8	
	% within Q1 الصحفي الفن	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
	% of Total	.6%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.6%	
الحديث 5	Count	2	1	0	0	0	0	3	
	% within Q1 الصحفي الفن	66.7%	33.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
	% of Total	.1%	.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	.2%	
المقابلة 6	Count	2	0	1	0	0	0	3	

		% within Q1 الصحفي الفن	66.7%	.0%	33.3%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	.1%	.0%	.1%	.0%	.0%	.0%	.2%
	التقرير عرض 7	Count	8	1	9	0	0	0	18
		% within Q1 الصحفي الفن	44.4%	5.6%	50.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	.6%	.1%	.7%	.0%	.0%	.0%	1.3%
Total		Count	867	162	179	68	72	28	1376
		% within Q1 الصحفي الفن	63.0%	11.8%	13.0%	4.9%	5.2%	2.0%	100.0%
		% of Total	63.0%	11.8%	13.0%	4.9%	5.2%	2.0%	100.0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	41.443(a)	30	.080
Likelihood Ratio	42.351	30	.067
Linear-by-Linear Association	.385	1	.535
N of Valid Cases	1376		

a 30 cells (71.4%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .06.

(ق-م1)

		المجال Q3																										Total	
		1 عقار	2 نقل	3 اتصالات	4 بنوك	5 شركات	6 طاقة ومعالن	7 صلاات	8 زراعة	9 تأمين و	10 سياحة	11 ممرض	12 اجراءات وقوانين	13 تقنيات معلومات	14 دراسات	15 المجال الطبي	16 غداء وتعمير	17 تعليم وتدريب	18 صناعات مختلفة	19 خدمات	20 اعلان	21 عمالة	22 بورصات	23 صحافة واعلام	24 اخبار اجتماعية	25 البيئة	26 تطبيق القوانين	استراتيجيات	
المجال Q3 القطاع	خاص 1	47	36	49	70	43	18	1	3	6	13	68	6	27	36	7	17	21	24	7	6	3	3	12	65	4	1	3	596
	% within Q2 القطاع	7.9%	6.0%	8.2%	11.7%	7.2%	3.0%	.2%	.5%	1.0%	2.2%	11.4%	1.0%	4.5%	6.0%	1.2%	2.9%	3.5%	4.0%	1.2%	1.0%	.5%	.5%	2.0%	10.9%	.7%	.2%	.5%	100.0%
	% of Total	3.6%	2.8%	3.8%	5.4%	3.3%	1.4%	.1%	.2%	.5%	1.0%	5.2%	.5%	2.1%	2.8%	.5%	1.3%	1.6%	1.8%	.5%	.5%	.2%	.2%	.9%	5.0%	.3%	.1%	.2%	45.9%
المجال Q3 القطاع	حكومي 2	2	9	16	30	6	49	9	4	0	1	62	47	8	27	2	9	4	2	0	0	10	3	0	6	3	10	22	341
	% within Q2 القطاع	.6%	2.6%	4.7%	8.8%	1.8%	14.4%	2.6%	1.2%	.0%	.3%	18.2%	13.8%	2.3%	7.9%	.6%	2.6%	1.2%	.6%	.0%	.0%	2.9%	.9%	.0%	1.8%	.9%	2.9%	6.5%	100.0%
	% of Total	.2%	.7%	1.2%	2.3%	.5%	3.8%	.7%	.3%	.0%	.1%	4.8%	3.6%	.6%	2.1%	.2%	.7%	.3%	.2%	.0%	.0%	.8%	.2%	.0%	.5%	.2%	.8%	1.7%	26.3%
المجال Q3 القطاع	حكومي خاص 3	8	10	9	10	2	22	0	4	0	6	32	9	7	10	2	14	6	4	2	0	7	1	1	7	5	3	5	186
	% within Q2 القطاع	4.3%	5.4%	4.8%	5.4%	1.1%	11.8%	.0%	2.2%	.0%	3.2%	17.2%	4.8%	3.8%	5.4%	1.1%	7.5%	3.2%	2.2%	1.1%	.0%	3.8%	.5%	.5%	3.8%	2.7%	1.6%	2.7%	100.0%

	% of Total	.6%	.8%	.7%	.8%	.2%	1.7%	.0%	.3%	.0%	.5%	2.5%	.7%	.5%	.8%	.2%	1.1%	.5%	.3%	.2%	.0%	.5%	.1%	.1%	.5%	.4%	.2%	.4%	14.3%
عام 4	Count	7	3	4	4	1	13	7	5	0	0	18	3	3	26	1	2	1	1	0	0	4	59	1	4	2	1	5	175
	% within Q2 القطاع	4.0%	1.7%	2.3%	2.3%	.6%	7.4%	4.0%	2.9%	.0%	.0%	10.3%	1.7%	1.7%	14.9%	.6%	1.1%	.6%	.6%	.0%	.0%	2.3%	33.7%	.6%	2.3%	1.1%	.6%	2.9%	100.0%
	% of Total	.5%	.2%	.3%	.3%	.1%	1.0%	.5%	.4%	.0%	.0%	1.4%	.2%	.2%	2.0%	.1%	.2%	.1%	.1%	.0%	.0%	.3%	4.5%	.1%	.3%	.2%	.1%	.4%	13.5%
Total	Count	64	58	78	114	52	102	17	16	6	20	180	65	45	99	12	42	32	31	9	6	24	66	14	82	14	15	35	1298
	% within Q2 القطاع	4.9%	4.5%	6.0%	8.8%	4.0%	7.9%	1.3%	1.2%	.5%	1.5%	13.9%	5.0%	3.5%	7.6%	.9%	3.2%	2.5%	2.4%	.7%	.5%	1.8%	5.1%	1.1%	6.3%	1.1%	1.2%	2.7%	100.0%
	% of Total	4.9%	4.5%	6.0%	8.8%	4.0%	7.9%	1.3%	1.2%	.5%	1.5%	13.9%	5.0%	3.5%	7.6%	.9%	3.2%	2.5%	2.4%	.7%	.5%	1.8%	5.1%	1.1%	6.3%	1.1%	1.2%	2.7%	100.0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	283.139(a)	156	.000
Likelihood Ratio	203.571	156	.006
Linear-by-Linear Association	2.784	1	.095
N of Valid Cases	1375		

a 155 cells (82.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .01.

(ف-ص1)										
			المصدر Q4						Total	
			1 المراسل	2 وكالة بترا	4 وكالات أجنبية	5 محطات وإذاعات	7 مراسل ومصدر آخر	8 لم يذكر		9 وعواصم الصحافة بدون مراسل او وكالات
الصحفي الفن Q1	الخبر 1	Count	335	92	127	1	5	38	623	1221
		% within Q1 الصحفي الفن	27.4%	7.5%	10.4%	.1%	.4%	3.1%	51.0%	100.0%
		% of Total	24.3%	6.7%	9.2%	.1%	.4%	2.8%	45.3%	88.7%
	التقرير 2	Count	66	6	5	0	2	1	15	95
		% within Q1 الصحفي الفن	69.5%	6.3%	5.3%	.0%	2.1%	1.1%	15.8%	100.0%
		% of Total	4.8%	.4%	.4%	.0%	.1%	.1%	1.1%	6.9%
	المقالة 3	Count	27	0	0	0	0	0	1	28
		% within Q1 الصحفي الفن	96.4%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	3.6%	100.0%
		% of Total	2.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.1%	2.0%
التحقيق 4	Count	8	0	0	0	0	0	0	8	
	% within Q1 الصحفي الفن	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
	% of Total	.6%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.6%	

	5 الحديث	Count	2	0	0	0	0	0	1	3
		% within Q1 الصحفي الفن	66.7%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	33.3%	100.0%
		% of Total	.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.1%	.2%
	6 المقابلة	Count	3	0	0	0	0	0	0	3
		% within Q1 الصحفي الفن	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	.2%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.2%
	7 التقرير عرض	Count	5	1	2	0	0	3	7	18
		% within Q1 الصحفي الفن	27.8%	5.6%	11.1%	.0%	.0%	16.7%	38.9%	100.0%
		% of Total	.4%	.1%	.1%	.0%	.0%	.2%	.5%	1.3%
Total	Count	446	99	134	1	7	42	647	1376	
	% within Q1 الصحفي الفن	32.4%	7.2%	9.7%	.1%	.5%	3.1%	47.0%	100.0%	
	% of Total	32.4%	7.2%	9.7%	.1%	.5%	3.1%	47.0%	100.0%	

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	171.266(a)	36	.000
Likelihood Ratio	165.337	36	.000
Linear-by-Linear Association	31.025	1	.000
N of Valid Cases	1376		

a 35 cells (71.4%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .00.

(ف-ج1)									
			المادة جغرافية Q5					Total	
			محلية 1	عربية 2	دولية 3	محلية عربية 4	محلية دولية 5		عربية دولية 6
الصحفي الفن Q1	الخبر 1	Count	766	145	150	65	67	28	1221
		% within Q1 الصحفي الفن	62.7%	11.9%	12.3%	5.3%	5.5%	2.3%	100.0%
		% of Total	55.7%	10.5%	10.9%	4.7%	4.9%	2.0%	88.7%
	التقرير 2	Count	63	12	16	2	2	0	95
		% within Q1 الصحفي الفن	66.3%	12.6%	16.8%	2.1%	2.1%	.0%	100.0%
		% of Total	4.6%	.9%	1.2%	.1%	.1%	.0%	6.9%
	المقالة 3	Count	18	3	3	1	3	0	28
		% within Q1 الصحفي الفن	64.3%	10.7%	10.7%	3.6%	10.7%	.0%	100.0%
		% of Total	1.3%	.2%	.2%	.1%	.2%	.0%	2.0%
	التحقيق 4	Count	8	0	0	0	0	0	8
		% within Q1 الصحفي الفن	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	.6%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.6%
	الحديث 5	Count	2	1	0	0	0	0	3
		% within Q1 الصحفي الفن	66.7%	33.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	.1%	.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	.2%
	المقابلة 6	Count	2	0	1	0	0	0	3
		% within Q1 الصحفي الفن	66.7%	.0%	33.3%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	.1%	.0%	.1%	.0%	.0%	.0%	.2%
	التقرير عرض 7	Count	8	1	9	0	0	0	18
		% within Q1 الصحفي الفن	44.4%	5.6%	50.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	.6%	.1%	.7%	.0%	.0%	.0%	1.3%
Total		Count	867	162	179	68	72	28	1376

	% within Q1 الصحفي الفن	63.0%	11.8%	13.0%	4.9%	5.2%	2.0%	100.0%
	% of Total	63.0%	11.8%	13.0%	4.9%	5.2%	2.0%	100.0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	41.443(a)	30	.080
Likelihood Ratio	42.351	30	.067
Linear-by-Linear Association	.385	1	.535
N of Valid Cases	1376		
a 30 cells (71.4%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .06.			

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	766.727(a)	78	.000
Likelihood Ratio	661.827	78	.000
Linear-by-Linear Association	39.657	1	.000
N of Valid Cases	1298		
a 39 cells (36.1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .81.			

(ق-ص1)										
			المصدر Q4						Total	
			1 المراسل	2 وكالة بترا	4 وكالات أجنبية	5 محطات وإذاعات	7 مراسل ومصدر آخر	8 لم يذكر		9 وعواصم الصحافة بدون مراسل او وكالات
القطاع Q2	خاص 1	Count	118	35	36	0	0	20	387	596
		% within Q2 القطاع	19.8%	5.9%	6.0%	.0%	.0%	3.4%	64.9%	100.0%
		% of Total	9.1%	2.7%	2.8%	.0%	.0%	1.5%	29.8%	45.9%
	حكومي 2	Count	134	35	44	1	2	6	119	341
		% within Q2 القطاع	39.3%	10.3%	12.9%	.3%	.6%	1.8%	34.9%	100.0%
		% of Total	10.3%	2.7%	3.4%	.1%	.2%	.5%	9.2%	26.3%
	وحكومي خاص 3	Count	90	19	9	0	2	2	64	186
		% within Q2 القطاع	48.4%	10.2%	4.8%	.0%	1.1%	1.1%	34.4%	100.0%
		% of Total	6.9%	1.5%	.7%	.0%	.2%	.2%	4.9%	14.3%
	عام 4	Count	80	9	19	0	3	14	50	175
		% within Q2 القطاع	45.7%	5.1%	10.9%	.0%	1.7%	8.0%	28.6%	100.0%
		% of Total	6.2%	.7%	1.5%	.0%	.2%	1.1%	3.9%	13.5%
Total	Count	422	98	108	1	7	42	620	1298	
	% within Q2 القطاع	32.5%	7.6%	8.3%	.1%	.5%	3.2%	47.8%	100.0%	
	% of Total	32.5%	7.6%	8.3%	.1%	.5%	3.2%	47.8%	100.0%	

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	181.120(a)	18	.000
Likelihood Ratio	181.598	18	.000
Linear-by-Linear Association	91.717	1	.000
N of Valid Cases	1298		

a 8 cells (28.6%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .13.

(ف-ج1)									
			المادة جغرافية Q5						Total
			محلية 1	عربية 2	دولية 3	محلية عربية 4	محلية دولية 5	عربية دولية 6	
القطاع Q2	خاص 1	Count	401	68	67	23	27	10	596
		% within Q2 القطاع	67.3%	11.4%	11.2%	3.9%	4.5%	1.7%	100.0%
		% of Total	30.9%	5.2%	5.2%	1.8%	2.1%	.8%	45.9%
	حكومي 2	Count	190	46	32	30	32	11	341
		% within Q2 القطاع	55.7%	13.5%	9.4%	8.8%	9.4%	3.2%	100.0%
		% of Total	14.6%	3.5%	2.5%	2.3%	2.5%	.8%	26.3%
	وحكومي خاص 3	Count	141	7	15	10	8	5	186
		% within Q2 القطاع	75.8%	3.8%	8.1%	5.4%	4.3%	2.7%	100.0%
		% of Total	10.9%	.5%	1.2%	.8%	.6%	.4%	14.3%
	عام 4	Count	103	27	34	5	4	2	175
		% within Q2 القطاع	58.9%	15.4%	19.4%	2.9%	2.3%	1.1%	100.0%
		% of Total	7.9%	2.1%	2.6%	.4%	.3%	.2%	13.5%

Total	Count	835	148	148	68	71	28	1298
	% within Q2 القطع	64.3%	11.4%	11.4%	5.2%	5.5%	2.2%	100.0%
	% of Total	64.3%	11.4%	11.4%	5.2%	5.5%	2.2%	100.0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	65.659(a)	15	.000
Likelihood Ratio	65.725	15	.000
Linear-by-Linear Association	.104	1	.747
N of Valid Cases	1298		
a 2 cells (8.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3.78.			

		المجال Q3 (ج 1)																								Total							
		المجال Q5																								Total							
		المادة جغرافية Q5																								Total							
عربية 2	Count	جغرافية Q5	محلية 1																								Count	جغرافية Q5	% of Total	Count			
			1 عقار	2 نقل	3 اتصالات	4 بنوك	5 شركات	6 طاقة ومعادن	7 عملات	8 زراعة	9 تأمين	10 سياحة	11 معارض	12 اجراءات وقوانين	13 تكنولوجيا معلومات	14 دراسات	15 المجال الطبي	16 غذاء وتموين	17 تعليم وتدريب	18 صناعات مختلفة	19 خدمات	20 اعلان	21 عمالة	22 بورصات	23 صحافة واعلام	24 اخبار اجتماعية					25 الية	26 تطبيق القوانين	استراتيجيات
	8	5.0 %	3.6 %	5.7 %	3.8 %	4.5 %	2.8 %	4.1 %	.3 %	.7 %	.4 %	.8 %	6.0 %	3.9 %	5.5 %	.4 %	2.6 %	1.9 %	1.6 %	.5 %	.4 %	1.9 %	3.6 %	.7 %	5.1 %	.9 %	1.7 %	63.1 %	8	5.0 %	100.0 %	8	5.0 %
	8	5.0 %	2.3 %	3.6 %	4.5 %	2.8 %	4.1 %	.3 %	.7 %	.4 %	.8 %	6.0 %	3.9 %	5.5 %	.4 %	2.6 %	1.9 %	1.6 %	.5 %	.4 %	1.9 %	3.6 %	.7 %	5.1 %	.9 %	1.7 %	63.1 %	8	5.0 %	100.0 %	8	5.0 %	
	8	5.0 %	3.8 %	6.0 %	4.5 %	2.8 %	4.1 %	.3 %	.7 %	.4 %	.8 %	6.0 %	3.9 %	5.5 %	.4 %	2.6 %	1.9 %	1.6 %	.5 %	.4 %	1.9 %	3.6 %	.7 %	5.1 %	.9 %	1.7 %	63.1 %	8	5.0 %	100.0 %	8	5.0 %	
	21	13.0 %	4.5 %	7.2 %	4.5 %	2.8 %	4.1 %	.3 %	.7 %	.4 %	.8 %	6.0 %	3.9 %	5.5 %	.4 %	2.6 %	1.9 %	1.6 %	.5 %	.4 %	1.9 %	3.6 %	.7 %	5.1 %	.9 %	1.7 %	63.1 %	21	13.0 %	100.0 %	21	13.0 %	
	6	3.7 %	2.8 %	4.4 %	2.8 %	2.8 %	4.1 %	.3 %	.7 %	.4 %	.8 %	6.0 %	3.9 %	5.5 %	.4 %	2.6 %	1.9 %	1.6 %	.5 %	.4 %	1.9 %	3.6 %	.7 %	5.1 %	.9 %	1.7 %	63.1 %	6	3.7 %	100.0 %	6	3.7 %	
	12	7.5 %	4.1 %	6.6 %	4.1 %	4.1 %	4.1 %	.3 %	.7 %	.4 %	.8 %	6.0 %	3.9 %	5.5 %	.4 %	2.6 %	1.9 %	1.6 %	.5 %	.4 %	1.9 %	3.6 %	.7 %	5.1 %	.9 %	1.7 %	63.1 %	12	7.5 %	100.0 %	12	7.5 %	
	10	6.2 %	.3 %	.5 %	.3 %	.3 %	.3 %	.3 %	.3 %	.3 %	.3 %	.3 %	.3 %	.3 %	.3 %	.3 %	.3 %	.3 %	.3 %	.3 %	.3 %	.3 %	.3 %	.3 %	.3 %	.3 %	.3 %	.3 %	10	6.2 %	100.0 %	10	6.2 %
	5	3.1 %	.7 %	1.2 %	.7 %	.7 %	.7 %	.7 %	.7 %	.7 %	.7 %	.7 %	.7 %	.7 %	.7 %	.7 %	.7 %	.7 %	.7 %	.7 %	.7 %	.7 %	.7 %	.7 %	.7 %	.7 %	.7 %	.7 %	5	3.1 %	100.0 %	5	3.1 %
	0	.0 %	.4 %	.7 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	0	.0 %	100.0 %	0	.0 %
	5	3.1 %	6.0 %	9.5 %	6.0 %	6.0 %	6.0 %	6.0 %	6.0 %	6.0 %	6.0 %	6.0 %	6.0 %	6.0 %	6.0 %	6.0 %	6.0 %	6.0 %	6.0 %	6.0 %	6.0 %	6.0 %	6.0 %	6.0 %	6.0 %	6.0 %	6.0 %	5	3.1 %	100.0 %	5	3.1 %	
	5	3.1 %	3.9 %	6.2 %	3.9 %	3.9 %	3.9 %	3.9 %	3.9 %	3.9 %	3.9 %	3.9 %	3.9 %	3.9 %	3.9 %	3.9 %	3.9 %	3.9 %	3.9 %	3.9 %	3.9 %	3.9 %	3.9 %	3.9 %	3.9 %	3.9 %	3.9 %	5	3.1 %	100.0 %	5	3.1 %	
	18	11.2 %	6.0 %	9.5 %	6.0 %	6.0 %	6.0 %	6.0 %	6.0 %	6.0 %	6.0 %	6.0 %	6.0 %	6.0 %	6.0 %	6.0 %	6.0 %	6.0 %	6.0 %	6.0 %	6.0 %	6.0 %	6.0 %	6.0 %	6.0 %	6.0 %	6.0 %	18	11.2 %	100.0 %	18	11.2 %	
	2	1.2 %	3.9 %	6.2 %	3.9 %	3.9 %	3.9 %	3.9 %	3.9 %	3.9 %	3.9 %	3.9 %	3.9 %	3.9 %	3.9 %	3.9 %	3.9 %	3.9 %	3.9 %	3.9 %	3.9 %	3.9 %	3.9 %	3.9 %	3.9 %	3.9 %	3.9 %	2	1.2 %	100.0 %	2	1.2 %	
	4	2.5 %	2.3 %	3.7 %	2.3 %	2.3 %	2.3 %	2.3 %	2.3 %	2.3 %	2.3 %	2.3 %	2.3 %	2.3 %	2.3 %	2.3 %	2.3 %	2.3 %	2.3 %	2.3 %	2.3 %	2.3 %	2.3 %	2.3 %	2.3 %	2.3 %	2.3 %	4	2.5 %	100.0 %	4	2.5 %	
	11	6.8 %	5.5 %	8.8 %	5.5 %	5.5 %	5.5 %	5.5 %	5.5 %	5.5 %	5.5 %	5.5 %	5.5 %	5.5 %	5.5 %	5.5 %	5.5 %	5.5 %	5.5 %	5.5 %	5.5 %	5.5 %	5.5 %	5.5 %	5.5 %	5.5 %	5.5 %	11	6.8 %	100.0 %	11	6.8 %	
	0	.0 %	.4 %	.7 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	0	.0 %	100.0 %	0	.0 %
	1	.6 %	2.6 %	4.2 %	2.6 %	2.6 %	2.6 %	2.6 %	2.6 %	2.6 %	2.6 %	2.6 %	2.6 %	2.6 %	2.6 %	2.6 %	2.6 %	2.6 %	2.6 %	2.6 %	2.6 %	2.6 %	2.6 %	2.6 %	2.6 %	2.6 %	2.6 %	1	.6 %	100.0 %	1	.6 %	
	2	1.2 %	1.9 %	3.0 %	1.9 %	1.9 %	1.9 %	1.9 %	1.9 %	1.9 %	1.9 %	1.9 %	1.9 %	1.9 %	1.9 %	1.9 %	1.9 %	1.9 %	1.9 %	1.9 %	1.9 %	1.9 %	1.9 %	1.9 %	1.9 %	1.9 %	1.9 %	2	1.2 %	100.0 %	2	1.2 %	
	2	1.2 %	1.6 %	2.5 %	1.6 %	1.6 %	1.6 %	1.6 %	1.6 %	1.6 %	1.6 %	1.6 %	1.6 %	1.6 %	1.6 %	1.6 %	1.6 %	1.6 %	1.6 %	1.6 %	1.6 %	1.6 %	1.6 %	1.6 %	1.6 %	1.6 %	1.6 %	2	1.2 %	100.0 %	2	1.2 %	
	0	.0 %	.5 %	.8 %	.5 %	.5 %	.5 %	.5 %	.5 %	.5 %	.5 %	.5 %	.5 %	.5 %	.5 %	.5 %	.5 %	.5 %	.5 %	.5 %	.5 %	.5 %	.5 %	.5 %	.5 %	.5 %	.5 %	.5 %	0	.0 %	100.0 %	0	.0 %
	0	.0 %	.4 %	.6 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	.4 %	0	.0 %	100.0 %	0	.0 %
	0	.0 %	1.9 %	3.0 %	1.9 %	1.9 %	1.9 %	1.9 %	1.9 %	1.9 %	1.9 %	1.9 %	1.9 %	1.9 %	1.9 %	1.9 %	1.9 %	1.9 %	1.9 %	1.9 %	1.9 %	1.9 %	1.9 %	1.9 %	1.9 %	1.9 %	1.9 %	0	.0 %	100.0 %	0	.0 %	
	26	16.1 %	3.6 %	5.7 %	3.6 %	3.6 %	3.6 %	3.6 %	3.6 %	3.6 %	3.6 %	3.6 %	3.6 %	3.6 %	3.6 %	3.6 %	3.6 %	3.6 %	3.6 %	3.6 %	3.6 %	3.6 %	3.6 %	3.6 %	3.6 %	3.6 %	3.6 %	26	16.1 %	100.0 %	26	16.1 %	
	1	.6 %	.7 %	1.0 %	.7 %	.7 %	.7 %	.7 %	.7 %	.7 %	.7 %	.7 %	.7 %	.7 %	.7 %	.7 %	.7 %	.7 %	.7 %	.7 %	.7 %	.7 %	.7 %	.7 %	.7 %	.7 %	.7 %	.7 %	1	.6 %	100.0 %	1	.6 %
	4	2.5 %	5.1 %	8.1 %	5.1 %	5.1 %	5.1 %	5.1 %	5.1 %	5.1 %	5.1 %	5.1 %	5.1 %	5.1 %	5.1 %	5.1 %	5.1 %	5.1 %	5.1 %	5.1 %	5.1 %	5.1 %	5.1 %	5.1 %	5.1 %	5.1 %	5.1 %	4	2.5 %	100.0 %	4	2.5 %	
	0	.0 %	.9 %	1.4 %	.9 %	.9 %	.9 %	.9 %	.9 %	.9 %	.9 %	.9 %	.9 %	.9 %	.9 %	.9 %	.9 %	.9 %	.9 %	.9 %	.9 %	.9 %	.9 %	.9 %	.9 %	.9 %	.9 %	.9 %	0	.0 %	100.0 %	0	.0 %
	2	1.2 %	.9 %	1.4 %	.9 %	.9 %	.9 %	.9 %	.9 %	.9 %	.9 %	.9 %	.9 %	.9 %	.9 %	.9 %	.9 %	.9 %	.9 %	.9 %	.9 %	.9 %	.9 %	.9 %	.9 %	.9 %	.9 %	.9 %	2	1.2 %	100.0 %	2	1.2 %
	5	3.1 %	1.7 %	2.7 %	1.7 %	1.7 %	1.7 %	1.7 %	1.7 %	1.7 %	1.7 %	1.7 %	1.7 %	1.7 %	1.7 %	1.7 %	1.7 %	1.7 %	1.7 %	1.7 %	1.7 %	1.7 %	1.7 %	1.7 %	1.7 %	1.7 %	1.7 %	5	3.1 %	100.0 %	5	3.1 %	
	161	100.0 %	63.1 %	100.0 %	63.1 %	63.1 %	63.1 %	63.1 %	63.1 %	63.1 %	63.1 %	63.1 %	63.1 %	63.1 %	63.1 %	63.1 %	63.1 %	63.1 %	63.1 %	63.1 %	63.1 %	63.1 %	63.1 %	63.1 %	63.1 %	63.1 %	63.1 %	161	100.0 %	100.0 %	161	100.0 %	

Total	دولية محلية 5																												
	Count	جغرافية Q5																											
	Count	% of Total																											
Count	64	58	78	114	56	116	26	16	6	21	182	65	48	105	12	44	32	31	9	6	29	95	14	83	15	15	35	1375	
Count	0	3	1	3	1	4	0	0	0	0	13	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	28
Count	1	3	1	2	3	5	0	0	0	3	35	0	4	1	4	3	1	1	0	0	1	0	0	2	0	0	2	72	
Count	1.4%	4.2%	1.4%	2.8%	4.2%	6.9%	.0%	.0%	.0%	4.2%	48.6%	.0%	5.6%	1.4%	5.6%	4.2%	1.4%	1.4%	.0%	.0%	1.4%	.0%	.0%	2.8%	.0%	.0%	2.8%	100.0%	
Count	.1%	.2%	.1%	.1%	.2%	.4%	.0%	.0%	.0%	.2%	2.5%	.0%	.3%	.1%	.3%	.2%	.1%	.1%	.0%	.0%	.1%	.0%	.0%	.1%	.0%	.0%	.1%	5.2%	
Count	0	3	1	3	1	4	0	0	0	0	13	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	28	
Count	.0%	10.7%	3.6%	10.7%	3.6%	14.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	46.4%	.0%	3.6%	7.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
Count	.0%	.2%	.1%	.2%	.1%	.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	.9%	.0%	.1%	.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	2.0%	

	% within	4.7%	4.2%	5.7%	8.3%	4.1%	8.4%	1.9%	1.2%	.4%	1.5%	13.2%	4.7%	3.5%	7.6%	.9%	3.2%	2.3%	2.3%	.7%	.4%	2.1%	6.9%	1.0%	6.0%	1.1%	1.1%	2.5%	100.0%
	% of Total	4.7%	4.2%	5.7%	8.3%	4.1%	8.4%	1.9%	1.2%	.4%	1.5%	13.2%	4.7%	3.5%	7.6%	.9%	3.2%	2.3%	2.3%	.7%	.4%	2.1%	6.9%	1.0%	6.0%	1.1%	1.1%	2.5%	100.0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	387.124(a)	130	.000
Likelihood Ratio	380.033	130	.000
Linear-by-Linear Association	17.003	1	.000
N of Valid Cases	1375		

a 103 cells (63.6%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .12.

(ج-1)										
			المصدر Q4						Total	
			1 المراسل	2 وكالة بترا	4 وكالات أجنبية	5 محطات وإذاعات	7 مراسل ومصدر آخر	8 لم يذكر		9 وعواصم الصحافة بدون مراسل او وكالات
المادة جغرافية Q5	محلية 1	Count	327	67	2	0	4	15	452	867
		% within Q5 المادة جغرافية	37.7%	7.7%	.2%	.0%	.5%	1.7%	52.1%	100.0%

		% of Total	23.8%	4.9%	.1%	.0%	.3%	1.1%	32.8%	63.0%
عربية 2		Count	33	8	48	0	0	13	60	162
		% within Q5 المادة جغرافية	20.4%	4.9%	29.6%	.0%	.0%	8.0%	37.0%	100.0%
		% of Total	2.4%	.6%	3.5%	.0%	.0%	.9%	4.4%	11.8%
دولية 3		Count	34	4	69	1	1	13	57	179
		% within Q5 المادة جغرافية	19.0%	2.2%	38.5%	.6%	.6%	7.3%	31.8%	100.0%
		% of Total	2.5%	.3%	5.0%	.1%	.1%	.9%	4.1%	13.0%
عربية محلية 4		Count	27	10	1	0	1	0	29	68
		% within Q5 المادة جغرافية	39.7%	14.7%	1.5%	.0%	1.5%	.0%	42.6%	100.0%
		% of Total	2.0%	.7%	.1%	.0%	.1%	.0%	2.1%	4.9%
دولية محلية 5		Count	20	7	1	0	1	1	42	72
		% within Q5 المادة جغرافية	27.8%	9.7%	1.4%	.0%	1.4%	1.4%	58.3%	100.0%
		% of Total	1.5%	.5%	.1%	.0%	.1%	.1%	3.1%	5.2%
دولية عربية 6		Count	5	3	13	0	0	0	7	28
		% within Q5 المادة جغرافية	17.9%	10.7%	46.4%	.0%	.0%	.0%	25.0%	100.0%
		% of Total	.4%	.2%	.9%	.0%	.0%	.0%	.5%	2.0%
Total		Count	446	99	134	1	7	42	647	1376
		% within Q5 المادة جغرافية	32.4%	7.2%	9.7%	.1%	.5%	3.1%	47.0%	100.0%
		% of Total	32.4%	7.2%	9.7%	.1%	.5%	3.1%	47.0%	100.0%

(ج-1م)

			المصدر Q4						Total	
			1 المراسل	2 وكالة بترا	4 وكالات أجنبية	5 محطات وإذاعات	7 مراسل ومصدر آخر	8 لم يذكر		9 وعواصم الصحيفة بدون مراسل او وكالات
المادة جغرافية Q5	محلية 1	Count	327	67	2	0	4	15	452	867
		% within Q5 المادة جغرافية	37.7%	7.7%	.2%	.0%	.5%	1.7%	52.1%	100.0%

	% of Total	23.8%	4.9%	.1%	.0%	.3%	1.1%	32.8%	63.0%
عربية 2	Count	33	8	48	0	0	13	60	162
	% within Q5 المادة جغرافية	20.4%	4.9%	29.6%	.0%	.0%	8.0%	37.0%	100.0%
	% of Total	2.4%	.6%	3.5%	.0%	.0%	.9%	4.4%	11.8%
دولية 3	Count	34	4	69	1	1	13	57	179
	% within Q5 المادة جغرافية	19.0%	2.2%	38.5%	.6%	.6%	7.3%	31.8%	100.0%
	% of Total	2.5%	.3%	5.0%	.1%	.1%	.9%	4.1%	13.0%
عربية محلية 4	Count	27	10	1	0	1	0	29	68
	% within Q5 المادة جغرافية	39.7%	14.7%	1.5%	.0%	1.5%	.0%	42.6%	100.0%
	% of Total	2.0%	.7%	.1%	.0%	.1%	.0%	2.1%	4.9%
دولية محلية 5	Count	20	7	1	0	1	1	42	72
	% within Q5 المادة جغرافية	27.8%	9.7%	1.4%	.0%	1.4%	1.4%	58.3%	100.0%
	% of Total	1.5%	.5%	.1%	.0%	.1%	.1%	3.1%	5.2%
دولية عربية 6	Count	5	3	13	0	0	0	7	28
	% within Q5 المادة جغرافية	17.9%	10.7%	46.4%	.0%	.0%	.0%	25.0%	100.0%
	% of Total	.4%	.2%	.9%	.0%	.0%	.0%	.5%	2.0%
Total	Count	446	99	134	1	7	42	647	1376
	% within Q5 المادة جغرافية	32.4%	7.2%	9.7%	.1%	.5%	3.1%	47.0%	100.0%
	% of Total	32.4%	7.2%	9.7%	.1%	.5%	3.1%	47.0%	100.0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	453.936(a)	30	.000
Likelihood Ratio	421.218	30	.000
Linear-by-Linear Association	.306	1	.580

N of Valid Cases	1376	
a 19 cells (45.2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .02.		

(م-ف1)										
			الفن الصحفي Q1							Total
			الخبر 1	التقرير 2	المقالة 3	التحقيق 4	الحديث 5	المقابلة 6	عرض التقرير 7	
المجال Q3	عقار 1	Count	51	9	1	0	0	0	3	64
		% within Q3 المجال	79.7%	14.1%	1.6%	.0%	.0%	.0%	4.7%	100.0%
		% of Total	3.7%	.7%	.1%	.0%	.0%	.0%	.2%	4.7%
	نقل 2	Count	55	2	1	0	0	0	0	58
		% within Q3 المجال	94.8%	3.4%	1.7%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	4.0%	.1%	.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	4.2%
	اتصالات 3	Count	72	4	0	1	1	0	0	78
		% within Q3 المجال	92.3%	5.1%	.0%	1.3%	1.3%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	5.2%	.3%	.0%	.1%	.1%	.0%	.0%	5.7%
	بنوك 4	Count	103	6	1	1	1	0	2	114
		% within Q3 المجال	90.4%	5.3%	.9%	.9%	.9%	.0%	1.8%	100.0%
		% of Total	7.5%	.4%	.1%	.1%	.1%	.0%	.1%	8.3%
	شركات 5	Count	56	0	0	0	0	0	0	56
		% within Q3 المجال	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	4.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	4.1%
	ومعادن طاقة 6	Count	102	10	2	1	0	1	0	116
		% within Q3 المجال	87.9%	8.6%	1.7%	.9%	.0%	.9%	.0%	100.0%
		% of Total	7.4%	.7%	.1%	.1%	.0%	.1%	.0%	8.4%
	7	عملات 7	Count	25	1	0	0	0	0	26

	% within Q3 المجال	96.2%	3.8%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total	1.8%	.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.9%
زراعة 8	Count	12	4	0	0	0	0	0	16
	% within Q3 المجال	75.0%	25.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total	.9%	.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.2%
تأمين 9	Count	6	0	0	0	0	0	0	6
	% within Q3 المجال	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total	.4%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.4%
سياحة 10	Count	16	1	3	0	0	0	1	21
	% within Q3 المجال	76.2%	4.8%	14.3%	.0%	.0%	.0%	4.8%	100.0%
	% of Total	1.2%	.1%	.2%	.0%	.0%	.0%	.1%	1.5%
معارض 11	Count	171	8	3	0	0	0	0	182
	% within Q3 المجال	94.0%	4.4%	1.6%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total	12.4%	.6%	.2%	.0%	.0%	.0%	.0%	13.2%
وقوانين اجراءات 12	Count	62	1	2	0	0	0	0	65
	% within Q3 المجال	95.4%	1.5%	3.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total	4.5%	.1%	.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	4.7%
معلومات تكنولوجيا 13	Count	44	2	1	0	0	0	1	48
	% within Q3 المجال	91.7%	4.2%	2.1%	.0%	.0%	.0%	2.1%	100.0%
	% of Total	3.2%	.1%	.1%	.0%	.0%	.0%	.1%	3.5%
دراسات 14	Count	85	9	3	4	0	0	4	105
	% within Q3 المجال	81.0%	8.6%	2.9%	3.8%	.0%	.0%	3.8%	100.0%
	% of Total	6.2%	.7%	.2%	.3%	.0%	.0%	.3%	7.6%
الطبي المجال 15	Count	11	0	0	0	0	0	1	12
	% within Q3 المجال	91.7%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	8.3%	100.0%

	% of Total	.8%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.1%	.9%
16 وتموين غذاء	Count	34	9	0	1	0	0	0	44
	% within Q3 المجال	77.3%	20.5%	.0%	2.3%	.0%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total	2.5%	.7%	.0%	.1%	.0%	.0%	.0%	3.2%
17 وتدريب تعليم	Count	32	0	0	0	0	0	0	32
	% within Q3 المجال	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total	2.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	2.3%
18 مختلفة صناعات	Count	26	4	1	0	0	0	0	31
	% within Q3 المجال	83.9%	12.9%	3.2%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total	1.9%	.3%	.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	2.3%
19 خدمات	Count	8	0	0	0	1	0	0	9
	% within Q3 المجال	88.9%	.0%	.0%	.0%	11.1%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total	.6%	.0%	.0%	.0%	.1%	.0%	.0%	.7%
20 اعلان	Count	6	0	0	0	0	0	0	6
	% within Q3 المجال	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total	.4%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.4%
21 عمالة	Count	19	4	4	0	0	1	1	29
	% within Q3 المجال	65.5%	13.8%	13.8%	.0%	.0%	3.4%	3.4%	100.0%
	% of Total	1.4%	.3%	.3%	.0%	.0%	.1%	.1%	2.1%
22 بورصات	Count	76	12	2	0	0	0	5	95
	% within Q3 المجال	80.0%	12.6%	2.1%	.0%	.0%	.0%	5.3%	100.0%
	% of Total	5.5%	.9%	.1%	.0%	.0%	.0%	.4%	6.9%
23 واعلام صحافة	Count	14	0	0	0	0	0	0	14
	% within Q3 المجال	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total	1.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.0%

	اجتماعية أخبار 24	Count	83	0	0	0	0	0	0	83	
		% within Q3 المجال	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	6.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	6.0%
	البيئة 25	Count	13	2	0	0	0	0	0	0	15
		% within Q3 المجال	86.7%	13.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	.9%	.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.1%
	القوانين تطبيق 26	Count	12	1	2	0	0	0	0	0	15
		% within Q3 المجال	80.0%	6.7%	13.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	.9%	.1%	.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.1%
	استراتيجيات 27	Count	27	5	2	0	0	1	0	0	35
		% within Q3 المجال	77.1%	14.3%	5.7%	.0%	.0%	2.9%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	2.0%	.4%	.1%	.0%	.0%	.1%	.0%	.0%	2.5%
Total	Count	1221	94	28	8	3	3	18	1375		
	% within Q3 المجال	88.8%	6.8%	2.0%	.6%	.2%	.2%	1.3%	100.0%		
	% of Total	88.8%	6.8%	2.0%	.6%	.2%	.2%	1.3%	100.0%		

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	283.139(a)	156	.000
Likelihood Ratio	203.571	156	.006
Linear-by-Linear Association	2.784	1	.095
N of Valid Cases	1375		

a 155 cells (82.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .01.

(م-ص1)

		المصدر Q4							Total	
		المراسل 1	وكالة بترا 2	وكالات أجنبية 4	محطات واذاعات 5	مراسل ومصدر آخر 7	لم يذكر 8	وعواصم الصحيفه بدون مراسل او وكالات 9		
المجال Q3	عقار 1	Count	28	6	4	0	0	0	26	64
		% within Q3 المجال	43.8%	9.4%	6.3%	.0%	.0%	.0%	40.6%	100.0%
		% of Total	2.0%	.4%	.3%	.0%	.0%	.0%	1.9%	4.7%
نقل 2	نقل 2	Count	10	3	7	1	1	1	35	58
		% within Q3 المجال	17.2%	5.2%	12.1%	1.7%	1.7%	1.7%	60.3%	100.0%
		% of Total	.7%	.2%	.5%	.1%	.1%	.1%	2.5%	4.2%
اتصالات 3	اتصالات 3	Count	25	2	6	0	1	1	43	78
		% within Q3 المجال	32.1%	2.6%	7.7%	.0%	1.3%	1.3%	55.1%	100.0%
		% of Total	1.8%	.1%	.4%	.0%	.1%	.1%	3.1%	5.7%
بنوك 4	بنوك 4	Count	27	11	19	0	0	4	53	114
		% within Q3 المجال	23.7%	9.6%	16.7%	.0%	.0%	3.5%	46.5%	100.0%
		% of Total	2.0%	.8%	1.4%	.0%	.0%	.3%	3.9%	8.3%
شركات 5	شركات 5	Count	9	6	3	0	0	5	33	56
		% within Q3 المجال	16.1%	10.7%	5.4%	.0%	.0%	8.9%	58.9%	100.0%
		% of Total	.7%	.4%	.2%	.0%	.0%	.4%	2.4%	4.1%
ومعادن طاقة 6	ومعادن طاقة 6	Count	55	4	31	0	1	4	21	116
		% within Q3 المجال	47.4%	3.4%	26.7%	.0%	.9%	3.4%	18.1%	100.0%
		% of Total	4.0%	.3%	2.3%	.0%	.1%	.3%	1.5%	8.4%
عملات 7	عملات 7	Count	8	0	16	0	0	0	2	26
		% within Q3 المجال	30.8%	.0%	61.5%	.0%	.0%	.0%	7.7%	100.0%
		% of Total	.6%	.0%	1.2%	.0%	.0%	.0%	.1%	1.9%
زراعة 8	زراعة 8	Count	8	1	2	0	0	1	4	16

	% within Q3 المجال	50.0%	6.3%	12.5%	.0%	.0%	6.3%	25.0%	100.0%
	% of Total	.6%	.1%	.1%	.0%	.0%	.1%	.3%	1.2%
تأمين 9	Count	1	0	0	0	0	0	5	6
	% within Q3 المجال	16.7%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	83.3%	100.0%
	% of Total	.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.4%	.4%
سياحة 10	Count	10	1	1	0	0	0	9	21
	% within Q3 المجال	47.6%	4.8%	4.8%	.0%	.0%	.0%	42.9%	100.0%
	% of Total	.7%	.1%	.1%	.0%	.0%	.0%	.7%	1.5%
معارض 11	Count	63	16	6	0	1	4	92	182
	% within Q3 المجال	34.6%	8.8%	3.3%	.0%	.5%	2.2%	50.5%	100.0%
	% of Total	4.6%	1.2%	.4%	.0%	.1%	.3%	6.7%	13.2%
وقوانين اجراءات 12	Count	28	8	2	0	0	1	26	65
	% within Q3 المجال	43.1%	12.3%	3.1%	.0%	.0%	1.5%	40.0%	100.0%
	% of Total	2.0%	.6%	.1%	.0%	.0%	.1%	1.9%	4.7%
معلومات تكنولوجيا 13	Count	10	5	1	0	0	1	31	48
	% within Q3 المجال	20.8%	10.4%	2.1%	.0%	.0%	2.1%	64.6%	100.0%
	% of Total	.7%	.4%	.1%	.0%	.0%	.1%	2.3%	3.5%
دراسات 14	Count	44	10	9	0	1	8	33	105
	% within Q3 المجال	41.9%	9.5%	8.6%	.0%	1.0%	7.6%	31.4%	100.0%
	% of Total	3.2%	.7%	.7%	.0%	.1%	.6%	2.4%	7.6%
الطبي المجال 15	Count	0	0	0	0	0	1	11	12
	% within Q3 المجال	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	8.3%	91.7%	100.0%
	% of Total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.1%	.8%	.9%
وتموين غذاء 16	Count	26	3	1	0	0	0	14	44
	% within Q3 المجال	59.1%	6.8%	2.3%	.0%	.0%	.0%	31.8%	100.0%

	% of Total	1.9%	.2%	.1%	.0%	.0%	.0%	1.0%	3.2%
17 وتدريب تعليم	Count	2	4	0	0	0	4	22	32
	% within Q3 المجال	6.3%	12.5%	.0%	.0%	.0%	12.5%	68.8%	100.0%
	% of Total	.1%	.3%	.0%	.0%	.0%	.3%	1.6%	2.3%
18 مختلفة صناعات	Count	10	3	1	0	0	0	17	31
	% within Q3 المجال	32.3%	9.7%	3.2%	.0%	.0%	.0%	54.8%	100.0%
	% of Total	.7%	.2%	.1%	.0%	.0%	.0%	1.2%	2.3%
19 خدمات	Count	2	0	1	0	0	0	6	9
	% within Q3 المجال	22.2%	.0%	11.1%	.0%	.0%	.0%	66.7%	100.0%
	% of Total	.1%	.0%	.1%	.0%	.0%	.0%	.4%	.7%
20 اعلان	Count	1	0	0	0	0	0	5	6
	% within Q3 المجال	16.7%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	83.3%	100.0%
	% of Total	.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.4%	.4%
21 عمالة	Count	21	3	2	0	0	1	2	29
	% within Q3 المجال	72.4%	10.3%	6.9%	.0%	.0%	3.4%	6.9%	100.0%
	% of Total	1.5%	.2%	.1%	.0%	.0%	.1%	.1%	2.1%
22 بورصات	Count	23	0	17	0	0	3	52	95
	% within Q3 المجال	24.2%	.0%	17.9%	.0%	.0%	3.2%	54.7%	100.0%
	% of Total	1.7%	.0%	1.2%	.0%	.0%	.2%	3.8%	6.9%
23 واعلام صحافة	Count	1	0	1	0	0	0	12	14
	% within Q3 المجال	7.1%	.0%	7.1%	.0%	.0%	.0%	85.7%	100.0%
	% of Total	.1%	.0%	.1%	.0%	.0%	.0%	.9%	1.0%
24 اجتماعية أخبار	Count	4	4	0	0	0	2	73	83
	% within Q3 المجال	4.8%	4.8%	.0%	.0%	.0%	2.4%	88.0%	100.0%
	% of Total	.3%	.3%	.0%	.0%	.0%	.1%	5.3%	6.0%

25 البيئة	Count	5	0	1	0	2	0	7	15
	% within Q3 المجال	33.3%	.0%	6.7%	.0%	13.3%	.0%	46.7%	100.0%
	% of Total	.4%	.0%	.1%	.0%	.1%	.0%	.5%	1.1%
26 القوانين تطبق	Count	6	2	2	0	0	0	5	15
	% within Q3 المجال	40.0%	13.3%	13.3%	.0%	.0%	.0%	33.3%	100.0%
	% of Total	.4%	.1%	.1%	.0%	.0%	.0%	.4%	1.1%
27 استراتيجيات	Count	19	7	0	0	0	1	8	35
	% within Q3 المجال	54.3%	20.0%	.0%	.0%	.0%	2.9%	22.9%	100.0%
	% of Total	1.4%	.5%	.0%	.0%	.0%	.1%	.6%	2.5%
Total	Count	446	99	133	1	7	42	647	1375
	% within Q3 المجال	32.4%	7.2%	9.7%	.1%	.5%	3.1%	47.1%	100.0%
	% of Total	32.4%	7.2%	9.7%	.1%	.5%	3.1%	47.1%	100.0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	516.444(a)	156	.000
Likelihood Ratio	467.154	156	.000
Linear-by-Linear Association	6.506	1	.011
N of Valid Cases	1375		

a 126 cells (66.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .00.

صحيفة الرأي

(ف-ق2)							
			القطاع Q2				Total
			خاص 1	حكومي 2	خاص وحكومي 3	عام 4	
الصحفي الفن Q1	الخبر 1	Count	679	176	107	214	1176
		% within Q1 الصحفي الفن	57.7%	15.0%	9.1%	18.2%	100.0%
		% of Total	52.2%	13.5%	8.2%	16.4%	90.4%
	التقرير 2	Count	10	12	7	14	43
		% within Q1 الصحفي الفن	23.3%	27.9%	16.3%	32.6%	100.0%
		% of Total	.8%	.9%	.5%	1.1%	3.3%
	المقالة 3	Count	16	10	2	37	65
		% within Q1 الصحفي الفن	24.6%	15.4%	3.1%	56.9%	100.0%
		% of Total	1.2%	.8%	.2%	2.8%	5.0%
	التقرير عرض 7	Count	1	2	2	12	17
		% within Q1 الصحفي الفن	5.9%	11.8%	11.8%	70.6%	100.0%
		% of Total	.1%	.2%	.2%	.9%	1.3%
Total	Count	706	200	118	277	1301	
	% within Q1 الصحفي الفن	54.3%	15.4%	9.1%	21.3%	100.0%	
	% of Total	54.3%	15.4%	9.1%	21.3%	100.0%	

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	103.952(a)	9	.000
Likelihood Ratio	93.155	9	.000
Linear-by-Linear Association	71.742	1	.000
N of Valid Cases	1301		

a 4 cells (25.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.54.

		(فام-2)																												
		المجال Q3																												
		عقار 1	نقل 2	اتصالات 3	بنوك 4	شركات 5	طاقة 6 ومعادن	عمليات 7	زراعة 8	تأمين 9	سياحة 10	معارض 11	إجراءات 12 وقوانين	تكنولوجيا 13 معلومات	دراسات 14	المجال 15 الطبي	غذاء 16 وتصنيع	تعليم 17 وتدريب	صناعات 18 مختلفة	خدمات 19	إعلان 20	عمالة 21	بورصات 22	صحافة 23 واعلام	أخبار 24 اجتماعية	البيئة 25	تطبيق 26 القوانين	استراتيجيات 27	القراء	Total
الفن Q1 الصحفي	الخبر 1	30	45	44	52	173	81	17	10	2	8	206	55	22	80	3	21	19	18	7	1	3	87	25	110	11	23	20	3	1176

المقالة 3	% within Q1 الفئ الصفحي	2.6 %	3.8 %	3.7 %	4.4 %	14.7 %	6.9 %	1.4 %	.9%	.2 %	.7%	17.5 %	4.7 %	1.9 %	6.8 %	.3 %	1.8 %	1.6 %	1.5 %	.6 %	.1%	.3%	7.4 %	2.1 %	9.4 %	.9 %	2.0 %	1.7%	.3 %	100.0 %
	% of Total	2.3 %	3.5 %	3.4 %	4.0 %	13.3 %	6.2 %	1.3 %	.8%	.2 %	.6%	15.8 %	4.2 %	1.7 %	6.1 %	.2 %	1.6 %	1.5 %	1.4 %	.5 %	.1%	.2%	6.7 %	1.9 %	8.5 %	.8 %	1.8 %	1.5%	.2 %	90.4 %
	Count	4	4	2	3	0	4	3	0	0	0	4	1	0	7	0	0	0	0	0	1	0	2	1	1	0	0	6	0	43
	% within Q1 الفئ الصفحي	9.3 %	9.3 %	4.7 %	7.0 %	.0%	9.3 %	7.0 %	.0%	.0 %	.0%	9.3 %	2.3 %	.0%	16.3 %	.0 %	.0%	.0%	.0%	.0 %	2.3 %	.0%	4.7 %	2.3 %	2.3 %	.0 %	.0%	14.0 %	.0 %	100.0 %
	% of Total	.3 %	.3 %	.2%	.2%	.0%	.3%	.2%	.0%	.0 %	.0%	.3%	.1%	.0%	.5%	.0 %	.0%	.0%	.0%	.0 %	.1%	.0%	.2%	.1%	.1%	.0 %	.0%	.5%	.0 %	3.3%
	Count	1	0	0	6	0	1	1	1	0	3	3	6	1	21	0	1	0	1	0	0	1	7	3	0	0	0	8	0	65
% within Q1 الفئ الصفحي	1.5 %	.0 %	.0%	9.2 %	.0%	1.5 %	1.5 %	1.5 %	.0 %	4.6 %	4.6 %	9.2 %	1.5 %	32.3 %	.0 %	1.5 %	.0%	1.5 %	.0 %	.0%	1.5 %	10.8 %	4.6 %	.0%	.0 %	.0%	12.3 %	.0 %	100.0 %	

التقرير عرض 7	% of Total	.1%	.0%	.0%	.5%	.0%	.1%	.1%	.1%	.0%	.2%	.2%	.5%	.1%	1.6%	.0%	.1%	.0%	.1%	.0%	.0%	.1%	.5%	.2%	.0%	.0%	.6%	.0%	5.0%	
	Count	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	6	0	0	0	0	0	0	0	6	0	0	0	3	0	17	
	% within Q1 الصفحي	5.9%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	5.9%	35.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	35.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	17.6%	.0%	100.0%	
	% of Total	.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.1%	.5%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.5%	.0%	.0%	.0%	.2%	.0%	1.3%	
Total	Count	36	49	46	61	173	86	21	11	2	11	213	62	24	114	3	22	19	19	7	2	4	102	29	111	11	23	37	3	1301
	% within Q1 الصفحي	2.8%	3.8%	3.5%	4.7%	13.3%	6.6%	1.6%	.8%	.2%	.8%	16.4%	4.8%	1.8%	8.8%	.2%	1.7%	1.5%	1.5%	.5%	.2%	.3%	7.8%	2.2%	8.5%	.8%	1.8%	2.8%	.2%	100.0%
	% of Total	2.8%	3.8%	3.5%	4.7%	13.3%	6.6%	1.6%	.8%	.2%	.8%	16.4%	4.8%	1.8%	8.8%	.2%	1.7%	1.5%	1.5%	.5%	.2%	.3%	7.8%	2.2%	8.5%	.8%	1.8%	2.8%	.2%	100.0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	258.941(a)	81	.000
Likelihood Ratio	228.027	81	.000
Linear-by-Linear Association	16.913	1	.000
N of Valid Cases	1301		

a 82 cells (73.2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .03.

(ف-ص2)								
			المصدر Q4				Total	
			المراسل 1	وكالة بتر 2	وكالات أجنبية 4	لم يذكر 8		وعواصم الصحفية بدون مراسل او وكالات 9
الصحفي الفن Q1	الخبر 1	Count	142	176	92	276	490	1176
		% within Q1 الصحفي الفن	12.1%	15.0%	7.8%	23.5%	41.7%	100.0%
		% of Total	10.9%	13.5%	7.1%	21.2%	37.7%	90.4%
	التقرير 2	Count	29	3	0	2	9	43
		% within Q1 الصحفي الفن	67.4%	7.0%	.0%	4.7%	20.9%	100.0%
		% of Total	2.2%	.2%	.0%	.2%	.7%	3.3%
	المقالة 3	Count	63	0	0	1	1	65
		% within Q1 الصحفي الفن	96.9%	.0%	.0%	1.5%	1.5%	100.0%
		% of Total	4.8%	.0%	.0%	.1%	.1%	5.0%
	التقرير عرض 7	Count	7	2	0	1	7	17
		% within Q1 الصحفي الفن	41.2%	11.8%	.0%	5.9%	41.2%	100.0%
		% of Total	.5%	.2%	.0%	.1%	.5%	1.3%
Total		Count	241	181	92	280	507	1301

	% within Q1 الصحفي الفن	18.5%	13.9%	7.1%	21.5%		39.0%	100.0%
	% of Total	18.5%	13.9%	7.1%	21.5%		39.0%	100.0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	374.565(a)	12	.000
Likelihood Ratio	295.079	12	.000
Linear-by-Linear Association	74.816	1	.000
N of Valid Cases	1301		

a 6 cells (30.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.20.

(ف-ج2)									
			المادة جغرافية Q5					Total	
			محلية 1	عربية 2	دولية 3	محلية عربية 4	محلية دولية 5		عربية دولية 6
الصحفي الفن Q1	الخبر 1	Count	816	90	136	40	75	19	1176
		% within Q1 الصحفي الفن	69.4%	7.7%	11.6%	3.4%	6.4%	1.6%	100.0%
		% of Total	62.7%	6.9%	10.5%	3.1%	5.8%	1.5%	90.4%
	التقرير 2	Count	32	2	4	2	3	0	43
		% within Q1 الصحفي الفن	74.4%	4.7%	9.3%	4.7%	7.0%	.0%	100.0%
		% of Total	2.5%	.2%	.3%	.2%	.2%	.0%	3.3%
	المقالة 3	Count	54	2	6	0	3	0	65
		% within Q1 الصحفي الفن	83.1%	3.1%	9.2%	.0%	4.6%	.0%	100.0%
		% of Total	4.2%	.2%	.5%	.0%	.2%	.0%	5.0%
	التقرير عرض 7	Count	16	0	0	0	1	0	17

		% within Q1 الصحفي الفن	94.1%	.0%	.0%	.0%	5.9%	.0%	100.0%
		% of Total	1.2%	.0%	.0%	.0%	.1%	.0%	1.3%
Total		Count	918	94	146	42	82	19	1301
		% within Q1 الصحفي الفن	70.6%	7.2%	11.2%	3.2%	6.3%	1.5%	100.0%
		% of Total	70.6%	7.2%	11.2%	3.2%	6.3%	1.5%	100.0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	14.356(a)	15	.499
Likelihood Ratio	22.250	15	.101
Linear-by-Linear Association	6.127	1	.013
N of Valid Cases	1301		

a 14 cells (58.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .25.

		(ق-م2)																													
		المجال Q3																													
		1 عقار	2 نقل	3 اتصالات	4 بنوك	5 شركات	6 طاقة ومعدن	7 عملات	8 زراعة	9 تأمين	10 سياحة	11 معارض	12 اجراءات وقوانين	13 تكنولوجيا معلومات	14 دراسات	15 المجال الطبي	16 غذاء	17 تعليم وتموين	18 صناعات وتدريب مختلفة	19 خدمات	20 اعلان	21 عمالة	22 بورصات	23 صحافة واعلام	24 اخبار اجتماعية	25 البيئة	26 تطبيق القوانين	27 استراتيجيات	القراء	Total	
القطاع Q2	1 خاص	Count	23	29	32	45	162	25	3	1	1	7	117	10	17	46	3	7	15	16	4	2	2	5	19	99	4	8	3	1	706

		% of Total	.5%	.9%	.6%	.1%	.2%	.8%	.0%	.0%	.1%	.0%	1.2%	1.5%	.3%	.2%	.0%	.2%	.2%	.2%	.1%	.0%	.1%	.0%	.5%	.3%	.3%	.5%	.4%	.0%	9.1%
	عام 4	Count	1	0	0	7	2	35	18	1	0	3	29	7	2	49	0	7	0	0	0	0	1	97	1	5	2	2	7	1	277
		% within Q2 القطاع	.4%	.0%	.0%	2.5%	.7%	12.6%	6.5%	.4%	.0%	1.1%	10.5%	2.5%	.7%	17.7%	.0%	2.5%	.0%	.0%	.0%	.0%	.4%	35.0%	.4%	1.8%	.7%	.7%	2.5%	.4%	100.0%
		% of Total	.1%	.0%	.0%	.5%	.2%	2.7%	1.4%	.1%	.0%	.2%	2.2%	.5%	.2%	3.8%	.0%	.5%	.0%	.0%	.0%	.0%	.1%	7.5%	.1%	.4%	.2%	.2%	.5%	.1%	21.3%
Total		Count	36	49	46	61	173	86	21	11	2	11	213	62	24	114	3	22	19	19	7	2	4	102	29	111	11	23	37	3	1301
		% within Q2 القطاع	2.8%	3.8%	3.5%	4.7%	13.3%	6.6%	1.6%	.8%	.2%	.8%	16.4%	4.8%	1.8%	8.8%	.2%	1.7%	1.5%	1.5%	.5%	.2%	.3%	7.8%	2.2%	8.5%	.8%	1.8%	2.8%	.2%	100.0%
		% of Total	2.8%	3.8%	3.5%	4.7%	13.3%	6.6%	1.6%	.8%	.2%	.8%	16.4%	4.8%	1.8%	8.8%	.2%	1.7%	1.5%	1.5%	.5%	.2%	.3%	7.8%	2.2%	8.5%	.8%	1.8%	2.8%	.2%	100.0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	947.212(a)	81	.000
Likelihood Ratio	893.970	81	.000
Linear-by-Linear Association	53.963	1	.000
N of Valid Cases	1301		

a 56 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .18.

(ق-ص2)								
			المصدر Q4				Total	
			1 المراسل	2 وكالة بترا	4 وكالات أجنبية	8 لم يذكر		9 وعواصم الصحفية بدون مراسل او وكالات
القطاع Q2	خاص 1	Count	71	82	20	256	277	706
		% within Q2 القطاع	10.1%	11.6%	2.8%	36.3%	39.2%	100.0%
		% of Total	5.5%	6.3%	1.5%	19.7%	21.3%	54.3%
	حكومي 2	Count	67	55	11	9	58	200
		% within Q2 القطاع	33.5%	27.5%	5.5%	4.5%	29.0%	100.0%
		% of Total	5.1%	4.2%	.8%	.7%	4.5%	15.4%
	وحكومي خاص 3	Count	33	23	2	5	55	118
		% within Q2 القطاع	28.0%	19.5%	1.7%	4.2%	46.6%	100.0%
		% of Total	2.5%	1.8%	.2%	.4%	4.2%	9.1%
	عام 4	Count	70	21	59	10	117	277
		% within Q2 القطاع	25.3%	7.6%	21.3%	3.6%	42.2%	100.0%
		% of Total	5.4%	1.6%	4.5%	.8%	9.0%	21.3%

Total	Count	241	181	92	280	507	1301
	% within Q2 القطاع	18.5%	13.9%	7.1%	21.5%	39.0%	100.0%
	% of Total	18.5%	13.9%	7.1%	21.5%	39.0%	100.0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	370.123(a)	12	.000
Likelihood Ratio	375.935	12	.000
Linear-by-Linear Association	51.369	1	.000
N of Valid Cases	1301		

a 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8.34.

(ق-ج2)									
			المادة جغرافية Q5					Total	
			محلية 1	عربية 2	دولية 3	محلية عربية 4	محلية دولية 5		عربية دولية 6
القطاع Q2	خاص 1	Count	489	52	81	27	46	11	706
		% within Q2 القطاع	69.3%	7.4%	11.5%	3.8%	6.5%	1.6%	100.0%
		% of Total	37.6%	4.0%	6.2%	2.1%	3.5%	.8%	54.3%
	حكومي 2	Count	148	8	5	11	25	3	200
		% within Q2 القطاع	74.0%	4.0%	2.5%	5.5%	12.5%	1.5%	100.0%
		% of Total	11.4%	.6%	.4%	.8%	1.9%	.2%	15.4%
	وحكومي خاص 3	Count	109	4	0	2	1	2	118
		% within Q2 القطاع	92.4%	3.4%	.0%	1.7%	.8%	1.7%	100.0%
		% of Total	8.4%	.3%	.0%	.2%	.1%	.2%	9.1%

عام 4	Count	172	30	60	2	10	3	277
	% within Q2 القطاع	62.1%	10.8%	21.7%	.7%	3.6%	1.1%	100.0%
	% of Total	13.2%	2.3%	4.6%	.2%	.8%	.2%	21.3%
Total	Count	918	94	146	42	82	19	1301
	% within Q2 القطاع	70.6%	7.2%	11.2%	3.2%	6.3%	1.5%	100.0%
	% of Total	70.6%	7.2%	11.2%	3.2%	6.3%	1.5%	100.0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	106.875(a)	15	.000
Likelihood Ratio	123.750	15	.000
Linear-by-Linear Association	1.253	1	.263
N of Valid Cases	1301		

a 4 cells (16.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.72.

		(ج 2)																												
		المجال Q3																												
		1 عقار	2 نقل	3 اتصالات	4 بنوك	5 شركات	6 طاقة ومعالن	7 عملات	8 زراعة	9 تأمين	10 سياحة	11 معارض	12 اجراءات وقوانين	13 تكنولوجيا	14 دراسات	15 المجال الطبى	16 غذاء	17 تعليم وتموين	18 صناعات مختلفة	19 خدمات	20 اعلان	21 عمالة	22 بورصات	23 صحافة واعلام	24 اخبار اجتماعية	25 البيئة	26 تطبيق القوانين	27 استراتيجيات القراء	Total	
جغرافية Q5 المادة	محلية 1	30	31	27	43	135	49	0	7	2	8	112	59	18	97	1	19	11	10	6	0	3	70	22	94	8	22	31	3	918
	Count																													

	دولية عربية 6																																
	Count	% within Q5 جغرافية Q5 العادة																															
	0	0	1	1	1	1	0	2	0	1	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	19
	.0%	.0%	5.3%	5.3%	5.3%	5.3%	.0%	10.5%	.0%	5.3%	47.4%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	5.3%	.0%	.0%	.0%	5.3%	5.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
	.0%	.0%	.1%	.1%	.1%	.1%	.0%	.2%	.0%	.1%	.7%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.1%	.0%	.0%	.0%	.1%	.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.5%
Total	Count	% within Q5 جغرافية Q5 العادة																															
		36	49	46	61	173	86	21	11	2	11	213	62	24	114	3	22	19	19	7	2	4	102	29	111	11	23	37	3	1301			
	2.8%	3.8%	3.5%	4.7%	13.3%	6.6%	1.6%	.8%	.2%	.8%	16.4%	4.8%	1.8%	8.8%	.2%	1.7%	1.5%	1.5%	.5%	.2%	.3%	7.8%	2.2%	8.5%	.8%	1.8%	2.8%	.2%	.2%	.2%	100.0%		
	2.8%	3.8%	3.5%	4.7%	13.3%	6.6%	1.6%	.8%	.2%	.8%	16.4%	4.8%	1.8%	8.8%	.2%	1.7%	1.5%	1.5%	.5%	.2%	.3%	7.8%	2.2%	8.5%	.8%	1.8%	2.8%	.2%	.2%	.2%	100.0%		

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	537.107(a)	135	.000
Likelihood Ratio	438.938	135	.000
Linear-by-Linear Association	8.867	1	.003
N of Valid Cases	1301		

a 122 cells (72.6%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .03.

(ج-ص2)								
			المصدر Q4					Total
			المراسل 1	وكالة بتر 2	وكالات أجنبية 4	لم يذكر 8	وعواصم الصحيفة بدون مراسل او وكالات 9	
المادة جغرافية Q5	محلية 1	Count	208	131	4	176	399	918
		% within Q5 المادة جغرافية Q5	22.7%	14.3%	.4%	19.2%	43.5%	100.0%
		% of Total	16.0%	10.1%	.3%	13.5%	30.7%	70.6%
	عربية 2	Count	6	12	25	22	29	94
		% within Q5 المادة جغرافية Q5	6.4%	12.8%	26.6%	23.4%	30.9%	100.0%
		% of Total	.5%	.9%	1.9%	1.7%	2.2%	7.2%
	دولية 3	Count	10	6	60	51	19	146
		% within Q5 المادة جغرافية Q5	6.8%	4.1%	41.1%	34.9%	13.0%	100.0%
		% of Total	.8%	.5%	4.6%	3.9%	1.5%	11.2%
	عربية محلية 4	Count	5	12	0	5	20	42
		% within Q5 المادة جغرافية Q5	11.9%	28.6%	.0%	11.9%	47.6%	100.0%
		% of Total	.4%	.9%	.0%	.4%	1.5%	3.2%
	دولية محلية 5	Count	10	17	0	20	35	82

		% within Q5 المادة جغرافية	12.2%	20.7%	.0%	24.4%	42.7%	100.0%
		% of Total	.8%	1.3%	.0%	1.5%	2.7%	6.3%
	دولية عربية 6	Count	2	3	3	6	5	19
		% within Q5 المادة جغرافية	10.5%	15.8%	15.8%	31.6%	26.3%	100.0%
		% of Total	.2%	.2%	.2%	.5%	.4%	1.5%
Total		Count	241	181	92	280	507	1301
		% within Q5 المادة جغرافية	18.5%	13.9%	7.1%	21.5%	39.0%	100.0%
		% of Total	18.5%	13.9%	7.1%	21.5%	39.0%	100.0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	458.493(a)	20	.000
Likelihood Ratio	375.963	20	.000
Linear-by-Linear Association	.100	1	.752
N of Valid Cases	1301		

a 5 cells (16.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.34.

(د-ف2)							
			الفن الصحفي Q1				Total
			الخبر 1	التقرير 2	المقالة 3	عرض التقرير 7	
المجال Q3	عقار 1	Count	30	4	1	1	36
		% within Q3 المجال	83.3%	11.1%	2.8%	2.8%	100.0%
		% of Total	2.3%	.3%	.1%	.1%	2.8%
	نقل 2	Count	45	4	0	0	49

	% within Q3 المجال	91.8%	8.2%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total	3.5%	.3%	.0%	.0%	3.8%
اتصالات 3	Count	44	2	0	0	46
	% within Q3 المجال	95.7%	4.3%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total	3.4%	.2%	.0%	.0%	3.5%
بنوك 4	Count	52	3	6	0	61
	% within Q3 المجال	85.2%	4.9%	9.8%	.0%	100.0%
	% of Total	4.0%	.2%	.5%	.0%	4.7%
شركات 5	Count	173	0	0	0	173
	% within Q3 المجال	100.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total	13.3%	.0%	.0%	.0%	13.3%
ومعادن طاقة 6	Count	81	4	1	0	86
	% within Q3 المجال	94.2%	4.7%	1.2%	.0%	100.0%
	% of Total	6.2%	.3%	.1%	.0%	6.6%
عملات 7	Count	17	3	1	0	21
	% within Q3 المجال	81.0%	14.3%	4.8%	.0%	100.0%
	% of Total	1.3%	.2%	.1%	.0%	1.6%
زراعة 8	Count	10	0	1	0	11
	% within Q3 المجال	90.9%	.0%	9.1%	.0%	100.0%
	% of Total	.8%	.0%	.1%	.0%	.8%
تأمين 9	Count	2	0	0	0	2
	% within Q3 المجال	100.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total	.2%	.0%	.0%	.0%	.2%
سياحة 10	Count	8	0	3	0	11
	% within Q3 المجال	72.7%	.0%	27.3%	.0%	100.0%

	% of Total	.6%	.0%	.2%	.0%	.8%
معارض 11	Count	206	4	3	0	213
	% within Q3 المجال	96.7%	1.9%	1.4%	.0%	100.0%
	% of Total	15.8%	.3%	.2%	.0%	16.4%
وقوانين اجراءات 12	Count	55	1	6	0	62
	% within Q3 المجال	88.7%	1.6%	9.7%	.0%	100.0%
	% of Total	4.2%	.1%	.5%	.0%	4.8%
معلومات تكنولوجيا 13	Count	22	0	1	1	24
	% within Q3 المجال	91.7%	.0%	4.2%	4.2%	100.0%
	% of Total	1.7%	.0%	.1%	.1%	1.8%
دراسات 14	Count	80	7	21	6	114
	% within Q3 المجال	70.2%	6.1%	18.4%	5.3%	100.0%
	% of Total	6.1%	.5%	1.6%	.5%	8.8%
الطبي المجال 15	Count	3	0	0	0	3
	% within Q3 المجال	100.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total	.2%	.0%	.0%	.0%	.2%
وتموين غذاء 16	Count	21	0	1	0	22
	% within Q3 المجال	95.5%	.0%	4.5%	.0%	100.0%
	% of Total	1.6%	.0%	.1%	.0%	1.7%
وتدريب تعليم 17	Count	19	0	0	0	19
	% within Q3 المجال	100.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total	1.5%	.0%	.0%	.0%	1.5%
مختلفة صناعات 18	Count	18	0	1	0	19
	% within Q3 المجال	94.7%	.0%	5.3%	.0%	100.0%
	% of Total	1.4%	.0%	.1%	.0%	1.5%

19 خدمات	Count	7	0	0	0	7
	% within Q3 المجال	100.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total	.5%	.0%	.0%	.0%	.5%
20 اعلان	Count	1	1	0	0	2
	% within Q3 المجال	50.0%	50.0%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total	.1%	.1%	.0%	.0%	.2%
21 عمالة	Count	3	0	1	0	4
	% within Q3 المجال	75.0%	.0%	25.0%	.0%	100.0%
	% of Total	.2%	.0%	.1%	.0%	.3%
22 بورصات	Count	87	2	7	6	102
	% within Q3 المجال	85.3%	2.0%	6.9%	5.9%	100.0%
	% of Total	6.7%	.2%	.5%	.5%	7.8%
23 واعلام صحافة	Count	25	1	3	0	29
	% within Q3 المجال	86.2%	3.4%	10.3%	.0%	100.0%
	% of Total	1.9%	.1%	.2%	.0%	2.2%
24 اجتماعية أخبار	Count	110	1	0	0	111
	% within Q3 المجال	99.1%	.9%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total	8.5%	.1%	.0%	.0%	8.5%
25 البيئة	Count	11	0	0	0	11
	% within Q3 المجال	100.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total	.8%	.0%	.0%	.0%	.8%
26 القوانين تطبيق	Count	23	0	0	0	23
	% within Q3 المجال	100.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total	1.8%	.0%	.0%	.0%	1.8%
27 استراتيجيات	Count	20	6	8	3	37

		% within Q3 المجال	54.1%	16.2%	21.6%	8.1%	100.0%
		% of Total	1.5%	.5%	.6%	.2%	2.8%
	القراء نقاش 28	Count	3	0	0	0	3
		% within Q3 المجال	100.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	.2%	.0%	.0%	.0%	.2%
Total		Count	1176	43	65	17	1301
		% within Q3 المجال	90.4%	3.3%	5.0%	1.3%	100.0%
		% of Total	90.4%	3.3%	5.0%	1.3%	100.0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	258.941(a)	81	.000
Likelihood Ratio	228.027	81	.000
Linear-by-Linear Association	16.913	1	.000
N of Valid Cases	1301		

a 82 cells (73.2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .03.

(م-ص2)								
			المصدر Q4				Total	
			1 المراسل	2 وكالة بترا	4 وكالات أجنبية	8 لم يذكر		9 وعواصم الصحيفه بدون مراسل او وكالات
المجال Q3	عقار 1	Count	10	5	2	2	17	36
		% within Q3 المجال	27.8%	13.9%	5.6%	5.6%	47.2%	100.0%
		% of Total	.8%	.4%	.2%	.2%	1.3%	2.8%
	نقل 2	Count	16	7	2	12	12	49

	% within Q3 المجال	32.7%	14.3%	4.1%	24.5%	24.5%	100.0%
	% of Total	1.2%	.5%	.2%	.9%	.9%	3.8%
اتصالات 3	Count	10	4	4	16	12	46
	% within Q3 المجال	21.7%	8.7%	8.7%	34.8%	26.1%	100.0%
	% of Total	.8%	.3%	.3%	1.2%	.9%	3.5%
بنوك 4	Count	8	11	5	13	24	61
	% within Q3 المجال	13.1%	18.0%	8.2%	21.3%	39.3%	100.0%
	% of Total	.6%	.8%	.4%	1.0%	1.8%	4.7%
شركات 5	Count	2	18	3	65	85	173
	% within Q3 المجال	1.2%	10.4%	1.7%	37.6%	49.1%	100.0%
	% of Total	.2%	1.4%	.2%	5.0%	6.5%	13.3%
ومعادن طاقة 6	Count	28	15	24	3	16	86
	% within Q3 المجال	32.6%	17.4%	27.9%	3.5%	18.6%	100.0%
	% of Total	2.2%	1.2%	1.8%	.2%	1.2%	6.6%
عملات 7	Count	5	0	13	1	2	21
	% within Q3 المجال	23.8%	.0%	61.9%	4.8%	9.5%	100.0%
	% of Total	.4%	.0%	1.0%	.1%	.2%	1.6%
زراعة 8	Count	5	2	3	0	1	11
	% within Q3 المجال	45.5%	18.2%	27.3%	.0%	9.1%	100.0%
	% of Total	.4%	.2%	.2%	.0%	.1%	.8%
تأمين 9	Count	1	0	0	0	1	2
	% within Q3 المجال	50.0%	.0%	.0%	.0%	50.0%	100.0%
	% of Total	.1%	.0%	.0%	.0%	.1%	.2%
سياحة 10	Count	4	2	0	3	2	11
	% within Q3 المجال	36.4%	18.2%	.0%	27.3%	18.2%	100.0%

	% of Total	.3%	.2%	.0%	.2%	.2%	.8%
11 معارض	Count	15	50	3	40	105	213
	% within Q3 المجال	7.0%	23.5%	1.4%	18.8%	49.3%	100.0%
	% of Total	1.2%	3.8%	.2%	3.1%	8.1%	16.4%
12 وقوانين اجراءات	Count	22	14	2	1	23	62
	% within Q3 المجال	35.5%	22.6%	3.2%	1.6%	37.1%	100.0%
	% of Total	1.7%	1.1%	.2%	.1%	1.8%	4.8%
13 معلومات تكنولوجيا	Count	3	4	0	7	10	24
	% within Q3 المجال	12.5%	16.7%	.0%	29.2%	41.7%	100.0%
	% of Total	.2%	.3%	.0%	.5%	.8%	1.8%
14 دراسات	Count	48	12	9	2	43	114
	% within Q3 المجال	42.1%	10.5%	7.9%	1.8%	37.7%	100.0%
	% of Total	3.7%	.9%	.7%	.2%	3.3%	8.8%
15 الطبي المجال	Count	0	1	0	1	1	3
	% within Q3 المجال	.0%	33.3%	.0%	33.3%	33.3%	100.0%
	% of Total	.0%	.1%	.0%	.1%	.1%	.2%
16 وتموين غذاء	Count	2	5	1	2	12	22
	% within Q3 المجال	9.1%	22.7%	4.5%	9.1%	54.5%	100.0%
	% of Total	.2%	.4%	.1%	.2%	.9%	1.7%
17 وتدريب تعليم	Count	3	2	0	5	9	19
	% within Q3 المجال	15.8%	10.5%	.0%	26.3%	47.4%	100.0%
	% of Total	.2%	.2%	.0%	.4%	.7%	1.5%
18 مختلفة صناعات	Count	3	4	0	6	6	19
	% within Q3 المجال	15.8%	21.1%	.0%	31.6%	31.6%	100.0%
	% of Total	.2%	.3%	.0%	.5%	.5%	1.5%

19 خدمات	Count	3	1	0	0	3	7
	% within Q3 المجال	42.9%	14.3%	.0%	.0%	42.9%	100.0%
	% of Total	.2%	.1%	.0%	.0%	.2%	.5%
20 اعلان	Count	0	0	0	1	1	2
	% within Q3 المجال	.0%	.0%	.0%	50.0%	50.0%	100.0%
	% of Total	.0%	.0%	.0%	.1%	.1%	.2%
21 عمالة	Count	3	0	0	1	0	4
	% within Q3 المجال	75.0%	.0%	.0%	25.0%	.0%	100.0%
	% of Total	.2%	.0%	.0%	.1%	.0%	.3%
22 بورصات	Count	9	1	19	3	70	102
	% within Q3 المجال	8.8%	1.0%	18.6%	2.9%	68.6%	100.0%
	% of Total	.7%	.1%	1.5%	.2%	5.4%	7.8%
23 واعلام صحافة	Count	11	6	0	3	9	29
	% within Q3 المجال	37.9%	20.7%	.0%	10.3%	31.0%	100.0%
	% of Total	.8%	.5%	.0%	.2%	.7%	2.2%
24 اجتماعية أخبار	Count	1	5	1	84	20	111
	% within Q3 المجال	.9%	4.5%	.9%	75.7%	18.0%	100.0%
	% of Total	.1%	.4%	.1%	6.5%	1.5%	8.5%
25 البيئة	Count	0	2	0	5	4	11
	% within Q3 المجال	.0%	18.2%	.0%	45.5%	36.4%	100.0%
	% of Total	.0%	.2%	.0%	.4%	.3%	.8%
26 القوانين تطبيق	Count	6	5	0	1	11	23
	% within Q3 المجال	26.1%	21.7%	.0%	4.3%	47.8%	100.0%
	% of Total	.5%	.4%	.0%	.1%	.8%	1.8%
27 استراتيجيات	Count	22	5	1	2	7	37

		% within Q3 المجال	59.5%	13.5%	2.7%	5.4%	18.9%	100.0%
		% of Total	1.7%	.4%	.1%	.2%	.5%	2.8%
	القراء نقاش 28	Count	1	0	0	1	1	3
		% within Q3 المجال	33.3%	.0%	.0%	33.3%	33.3%	100.0%
		% of Total	.1%	.0%	.0%	.1%	.1%	.2%
Total		Count	241	181	92	280	507	1301
		% within Q3 المجال	18.5%	13.9%	7.1%	21.5%	39.0%	100.0%
		% of Total	18.5%	13.9%	7.1%	21.5%	39.0%	100.0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	790.249(a)	108	.000
Likelihood Ratio	741.128	108	.000
Linear-by-Linear Association	1.939	1	.164
N of Valid Cases	1301		
a 76 cells (54.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .14.			

صحيفة الغد

(ف-ق3)							
			القطاع Q2			Total	
			خاص 1	حكومي 2	خاص وحكومي 3		عام 4
الصحفي الفن Q1	الخبر 1	Count	654	257	122	196	1229
		% within Q1 الصحفي الفن	53.2%	20.9%	9.9%	15.9%	100.0%
		% of Total	47.6%	18.7%	8.9%	14.3%	89.4%
	التقرير 2	Count	44	15	10	24	93
		% within Q1 الصحفي الفن	47.3%	16.1%	10.8%	25.8%	100.0%
		% of Total	3.2%	1.1%	.7%	1.7%	6.8%
	المقالة 3	Count	3	2	1	4	10
		% within Q1 الصحفي الفن	30.0%	20.0%	10.0%	40.0%	100.0%
		% of Total	.2%	.1%	.1%	.3%	.7%
	الحديث 5	Count	0	0	1	0	1
		% within Q1 الصحفي الفن	.0%	.0%	100.0%	.0%	100.0%
		% of Total	.0%	.0%	.1%	.0%	.1%
	المقابلة 6	Count	0	0	0	2	2
		% within Q1 الصحفي الفن	.0%	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% of Total	.0%	.0%	.0%	.1%	.1%
	التقرير عرض 7	Count	5	8	1	26	40
		% within Q1 الصحفي الفن	12.5%	20.0%	2.5%	65.0%	100.0%
		% of Total	.4%	.6%	.1%	1.9%	2.9%

Total	Count	706	282	135	252	1375
	% within Q1 الصحفي الفن	51.3%	20.5%	9.8%	18.3%	100.0%
	% of Total	51.3%	20.5%	9.8%	18.3%	100.0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	91.865(a)	15	.000
Likelihood Ratio	71.698	15	.000
Linear-by-Linear Association	61.181	1	.000
N of Valid Cases	1375		

a 12 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .10.

		(ف-3)																											
		المجال Q3																											
		1 عقار	2 نقل	3 اتصالات	4 بنوك	5 شركات	6 طاقة ومعادن	7 عملات	8 زراعة	9 تأمين	10 سياحة	11 معارض	12 اجراءات وقوانين	13 تكنولوجيا معلومات	14 دراسات	15 المجال الطبي	16 غذاء وتموين	17 تعليم وتدريب	18 صناعات مختلفة	19 خدمات	20 اعلان	21 عمالة	22 بورصات	23 صحافة و اعلام	24 اخبار اجتماعية	25 البيئة	26 تطبيق القوانين	استر اتيجيات	Total
الفن الصحفي	Count	48	99	55	84	125	113	18	14	4	55	125	35	22	96	1	28	20	21	5	10	36	66	9	73	3	18	45	1228

التقرير 2	% within Q1 الفئ الصفحي	3.9%	8.1%	4.5%	6.8%	10.2%	9.2%	1.5%	1.1%	.3%	4.5%	10.2%	2.9%	1.8%	7.8%	.1%	2.3%	1.6%	1.7%	.4%	.8%	2.9%	5.4%	.7%	5.9%	.2%	1.5%	3.7%	100.0%
	% of Total	3.5%	7.2%	4.0%	6.1%	9.1%	8.2%	1.3%	1.0%	.3%	4.0%	9.1%	2.5%	1.6%	7.0%	.1%	2.0%	1.5%	1.5%	.4%	.7%	2.6%	4.8%	.7%	5.3%	.2%	1.3%	3.3%	89.4%
	Count	12	0	3	4	0	14	3	4	0	7	4	4	1	14	0	6	0	1	1	1	1	6	0	0	0	2	5	93
	% within Q1 الفئ الصفحي	12.9%	.0%	3.2%	4.3%	.0%	15.1%	3.2%	4.3%	.0%	7.5%	4.3%	4.3%	1.1%	15.1%	.0%	6.5%	.0%	1.1%	1.1%	1.1%	1.1%	6.5%	.0%	.0%	.0%	2.2%	5.4%	100.0%
	% of Total	.9%	.0%	.2%	.3%	.0%	1.0%	.2%	.3%	.0%	.5%	.3%	.3%	.1%	1.0%	.0%	.4%	.0%	.1%	.1%	.1%	.1%	.4%	.0%	.0%	.0%	.1%	.4%	6.8%
	Count	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	2	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	10
المقالة 3	% within Q1 الفئ الصفحي	.0%	.0%	.0%	10.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	10.0%	10.0%	.0%	.0%	20.0%	10.0%	10.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	10.0%	.0%	10.0%	.0%	.0%	10.0%	
	% of Total	.0%	.0%	.0%	10.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	10.0%	10.0%	.0%	.0%	20.0%	10.0%	10.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	10.0%	.0%	10.0%	.0%	.0%	10.0%	
	Count	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	2	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	
	% within Q1 الفئ الصفحي	.0%	.0%	.0%	10.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	10.0%	10.0%	.0%	.0%	20.0%	10.0%	10.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	10.0%	.0%	10.0%	.0%	.0%	10.0%	
	% of Total	.0%	.0%	.0%	10.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	10.0%	10.0%	.0%	.0%	20.0%	10.0%	10.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	10.0%	.0%	10.0%	.0%	.0%	10.0%	
	Count	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	2	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	

	التقرير عرض 7	Count	1	1	1	1	1	0	8	0	0	0	0	0	0	16	0	1	0	0	0	0	1	6	0	0	0	0	3	40
		% within Q1 الصفحي	2.5%	2.5%	2.5%	2.5%	2.5%	.0%	20.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	40.0%	.0%	2.5%	.0%	.0%	.0%	.0%	2.5%	15.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	7.5%	100.0%
		% of Total	.1%	.1%	.1%	.1%	.1%	.0%	.6%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.2%	.0%	.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.1%	.4%	.0%	.0%	.0%	.0%	.2%
Total	Count	61	101	59	90	126	127	29	18	4	63	130	39	23	129	2	36	20	22	6	11	38	79	9	74	3	20	55	1374	
	% within Q1 الصفحي	4.4%	7.4%	4.3%	6.6%	9.2%	9.2%	2.1%	1.3%	.3%	4.6%	9.5%	2.8%	1.7%	9.4%	.1%	2.6%	1.5%	1.6%	.4%	.8%	2.8%	5.7%	.7%	5.4%	.2%	1.5%	4.0%	100.0%	
	% of Total	4.4%	7.4%	4.3%	6.6%	9.2%	9.2%	2.1%	1.3%	.3%	4.6%	9.5%	2.8%	1.7%	9.4%	.1%	2.6%	1.5%	1.6%	.4%	.8%	2.8%	5.7%	.7%	5.4%	.2%	1.5%	4.0%	100.0%	

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	313.995(a)	130	.000
Likelihood Ratio	215.256	130	.000
Linear-by-Linear Association	5.289	1	.021
N of Valid Cases	1374		

a 130 cells (80.2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .00.

(ف-ص3)									
			المصدر Q4					Total	
			المراسل 1	وكالة بترا 2	وكالات أجنبية 4	مراسل ومصدر آخر 7	لم يذكر 8		وعواصم الصحافة بدون مراسل او وكالات 9
الصحفي الفن Q1	الخبر 1	Count	225	147	305	1	525	26	1229
		% within Q1 الصحفي الفن	18.3%	12.0%	24.8%	.1%	42.7%	2.1%	100.0%
		% of Total	16.4%	10.7%	22.2%	.1%	38.2%	1.9%	89.4%
	التقرير 2	Count	76	3	0	1	11	2	93
		% within Q1 الصحفي الفن	81.7%	3.2%	.0%	1.1%	11.8%	2.2%	100.0%
		% of Total	5.5%	.2%	.0%	.1%	.8%	.1%	6.8%
	المقالة 3	Count	9	0	0	0	1	0	10
		% within Q1 الصحفي الفن	90.0%	.0%	.0%	.0%	10.0%	.0%	100.0%
		% of Total	.7%	.0%	.0%	.0%	.1%	.0%	.7%
	الحديث 5	Count	1	0	0	0	0	0	1
		% within Q1 الصحفي الفن	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%

		% of Total	.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.1%
المقابلة 6	Count		2	0	0	0	0	0	2
	% within Q1 الصحفي الفن		100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total		.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.1%
التقرير عرض 7	Count		16	2	5	0	16	1	40
	% within Q1 الصحفي الفن		40.0%	5.0%	12.5%	.0%	40.0%	2.5%	100.0%
	% of Total		1.2%	.1%	.4%	.0%	1.2%	.1%	2.9%
Total	Count		329	152	310	2	553	29	1375
	% within Q1 الصحفي الفن		23.9%	11.1%	22.5%	.1%	40.2%	2.1%	100.0%
	% of Total		23.9%	11.1%	22.5%	.1%	40.2%	2.1%	100.0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	243.476(a)	25	.000
Likelihood Ratio	217.207	25	.000
Linear-by-Linear Association	14.593	1	.000
N of Valid Cases	1375		

a 24 cells (66.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .00.

(ف-ج3)									
			المادة جغرافية Q5					Total	
			محلية 1	عربية 2	دولية 3	محلية عربية 4	محلية دولية 5		عربية دولية 6
الصحفي الفن Q1	الخبر 1	Count	632	194	242	44	60	57	1229

	% within Q1 الصحفي الفن	51.4%	15.8%	19.7%	3.6%	4.9%	4.6%	100.0%
	% of Total	46.0%	14.1%	17.6%	3.2%	4.4%	4.1%	89.4%
التقرير 2	Count	83	2	5	1	2	0	93
	% within Q1 الصحفي الفن	89.2%	2.2%	5.4%	1.1%	2.2%	.0%	100.0%
	% of Total	6.0%	.1%	.4%	.1%	.1%	.0%	6.8%
المقالة 3	Count	9	0	0	1	0	0	10
	% within Q1 الصحفي الفن	90.0%	.0%	.0%	10.0%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total	.7%	.0%	.0%	.1%	.0%	.0%	.7%
الحديث 5	Count	1	0	0	0	0	0	1
	% within Q1 الصحفي الفن	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total	.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.1%
المقابلة 6	Count	2	0	0	0	0	0	2
	% within Q1 الصحفي الفن	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total	.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.1%
التقرير عرض 7	Count	16	8	15	0	1	0	40
	% within Q1 الصحفي الفن	40.0%	20.0%	37.5%	.0%	2.5%	.0%	100.0%
	% of Total	1.2%	.6%	1.1%	.0%	.1%	.0%	2.9%
Total	Count	743	204	262	46	63	57	1375
	% within Q1 الصحفي الفن	54.0%	14.8%	19.1%	3.3%	4.6%	4.1%	100.0%
	% of Total	54.0%	14.8%	19.1%	3.3%	4.6%	4.1%	100.0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	73.992(a)	25	.000

Likelihood Ratio	90.629	25	.000
Linear-by-Linear Association	2.920	1	.087
N of Valid Cases	1375		
a 23 cells (63.9%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .03.			

		المجال Q3 (ق-3)																								Total																																																													
		القطاع Q2																								Total																																																													
حكومي 2	Count	خاص 1																								Total																																																													
		عقل 1	نقل 2	اتصالات 3	بنوك 4	شركات 5	طاقة ومعدن 6	عملات 7	زراعة 8	تأمين 9	سياحة 10	معارض 11	اجراءات وقوانين 12	تكنولوجيا 13	دراسات 14	المجال الطبي 15	غذاء 16	تموين 17	تعليم 18	صناعات مختلفة 19	خدمات 20	اعلان 21	عمالة 22	بورصات 23	صحافة واطلام 24		اخبار اجتماعية 25	البنية 26	تطبيق القوانين 27	استراتيجيات																																																									
	Count	% within القطاع Q2	% of Total	Count	% within القطاع Q2	% of Total	Count	% within القطاع Q2	% of Total	Count	% within القطاع Q2	% of Total	Count	% within القطاع Q2	% of Total	Count	% within القطاع Q2	% of Total	Count	% within القطاع Q2	% of Total	Count	% within القطاع Q2	% of Total	Count	% within القطاع Q2	% of Total	Count	% within القطاع Q2	% of Total	Count	% within القطاع Q2	% of Total																																																						
	8	5.8%	3.0%	41	8.6%	4.4%	61	5.8%	3.0%	41	9.2%	4.7%	65	16.4%	8.4%	26	3.7%	1.9%	1	.1%	.1%	5	.7%	.4%	2	.3%	.1%	40	5.7%	2.9%	58	8.2%	4.2%	7	1.0%	.5%	16	2.3%	1.2%	43	6.1%	3.1%	0	.0%	.0%	16	2.3%	1.2%	15	2.1%	1.1%	21	3.0%	1.5%	6	.8%	.4%	10	1.4%	.7%	18	2.5%	1.3%	9	1.3%	.7%	9	1.3%	.7%	69	9.8%	5.0%	1	.1%	.1%	5	.7%	.4%	5	.7%	.4%	5	.7%	.4%	706	100.0%	51.4%

	القطاع Q2 within %	2.8 %	6.7%	3.5 %	6.4 %	1.4%	17.4 %	4.6 %	3.2 %	.4 %	3.5 %	13.5 %	7.1 %	1.4 %	6.4%	.0%	3.5 %	.7%	.0%	.0 %	.0%	2.8 %	.7%	.0%	.7%	.0 %	1.4 %	11.7 %	100.0 %
و حكومي خاص 3	Count	9	17	8	3	5	15	0	3	1	6	15	9	2	1	2	5	2	0	0	1	8	3	0	1	1	11	7	135
	القطاع Q2 within %	6.7 %	12.6 %	5.9 %	2.2 %	3.7%	11.1 %	.0%	2.2 %	.7 %	4.4 %	11.1 %	6.7 %	1.5 %	.7%	1.5 %	3.7 %	1.5 %	.0%	.0 %	.7%	5.9 %	2.2%	.0%	.7%	.7 %	8.1 %	5.2%	100.0 %
	% of Total	.7 %	1.2%	.6%	.2%	.4%	1.1%	.0%	.2%	.1 %	.4%	1.1%	.7%	.1%	.1%	.1%	.4%	.1%	.0%	.0 %	.1%	.6%	.2%	.0%	.1%	.1 %	.8%	.5%	9.8%
عام 4	Count	3	4	0	4	1	37	15	1	0	7	19	3	1	67	0	5	1	1	0	0	4	65	0	2	1	0	10	251
	القطاع Q2 within %	1.2 %	1.6%	.0%	1.6 %	.4%	14.7 %	6.0 %	.4%	.0 %	2.8 %	7.6%	1.2 %	.4%	26.7 %	.0%	2.0 %	.4%	.4%	.0 %	.0%	1.6 %	25.9 %	.0%	.8%	.4 %	.0%	4.0%	100.0 %

		% of Total	.2%	.3%	.0%	.3%	.1%	2.7%	1.1%	.1%	.0%	.5%	1.4%	.2%	.1%	4.9%	.0%	.4%	.1%	.1%	.0%	.0%	.3%	4.7%	.0%	.1%	.1%	.0%	.7%	18.3%
Total	Count	61	101	59	90	126	127	29	18	4	63	130	39	23	129	2	36	20	22	6	11	38	79	9	74	3	20	55	1374	
	% within Q2 (القبلي Q2)	4.4%	7.4%	4.3%	6.6%	9.2%	9.2%	2.1%	1.3%	.3%	4.6%	9.5%	2.8%	1.7%	9.4%	.1%	2.6%	1.5%	1.6%	.4%	.8%	2.8%	5.7%	.7%	5.4%	.2%	1.5%	4.0%	100.0%	
	% of Total	4.4%	7.4%	4.3%	6.6%	9.2%	9.2%	2.1%	1.3%	.3%	4.6%	9.5%	2.8%	1.7%	9.4%	.1%	2.6%	1.5%	1.6%	.4%	.8%	2.8%	5.7%	.7%	5.4%	.2%	1.5%	4.0%	100.0%	

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	864.937(a)	78	.000
Likelihood Ratio	822.990	78	.000
Linear-by-Linear Association	47.798	1	.000
N of Valid Cases	1374		
a 42 cells (38.9%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .20.			

(ق-ص3)									
			المصدر Q4					Total	
			1 المراسل	2 وكالة بترا	4 وكالات أجنبية	7 مراسل ومصدر آخر	8 لم يذكر		9 وعواصم الصحفية بدون مراسل او وكالات
القطاع Q2	خاص 1	Count	131	51	112	0	410	2	706
		% within Q2 القطاع	18.6%	7.2%	15.9%	.0%	58.1%	.3%	100.0%
		% of Total	9.5%	3.7%	8.1%	.0%	29.8%	.1%	51.3%
	حكومي 2	Count	70	58	90	1	55	8	282
		% within Q2 القطاع	24.8%	20.6%	31.9%	.4%	19.5%	2.8%	100.0%
		% of Total	5.1%	4.2%	6.5%	.1%	4.0%	.6%	20.5%
	وحكومي خاص 3	Count	52	24	25	0	31	3	135
		% within Q2 القطاع	38.5%	17.8%	18.5%	.0%	23.0%	2.2%	100.0%
		% of Total	3.8%	1.7%	1.8%	.0%	2.3%	.2%	9.8%
	عام 4	Count	76	19	83	1	57	16	252
		% within Q2 القطاع	30.2%	7.5%	32.9%	.4%	22.6%	6.3%	100.0%
		% of Total	5.5%	1.4%	6.0%	.1%	4.1%	1.2%	18.3%
Total	Count	329	152	310	2	553	29	1375	
	% within Q2 القطاع	23.9%	11.1%	22.5%	.1%	40.2%	2.1%	100.0%	
	% of Total	23.9%	11.1%	22.5%	.1%	40.2%	2.1%	100.0%	

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	255.481(a)	15	.000

Likelihood Ratio	254.398	15	.000
Linear-by-Linear Association	70.163	1	.000
N of Valid Cases	1375		

a 5 cells (20.8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .20.

(ف-ج3)									
			المادة جغرافية Q5						Total
			محلية 1	عربية 2	دولية 3	محلية عربية 4	محلية دولية 5	عربية دولية 6	
القطاع Q2	خاص 1	Count	415	96	120	25	22	28	706
		% within Q2 القطاع	58.8%	13.6%	17.0%	3.5%	3.1%	4.0%	100.0%
		% of Total	30.2%	7.0%	8.7%	1.8%	1.6%	2.0%	51.3%
	حكومي 2	Count	132	52	36	12	31	19	282
		% within Q2 القطاع	46.8%	18.4%	12.8%	4.3%	11.0%	6.7%	100.0%
		% of Total	9.6%	3.8%	2.6%	.9%	2.3%	1.4%	20.5%
	وحكومي خاص 3	Count	91	15	10	5	7	7	135
		% within Q2 القطاع	67.4%	11.1%	7.4%	3.7%	5.2%	5.2%	100.0%
		% of Total	6.6%	1.1%	.7%	.4%	.5%	.5%	9.8%
	عام 4	Count	105	41	96	4	3	3	252
		% within Q2 القطاع	41.7%	16.3%	38.1%	1.6%	1.2%	1.2%	100.0%
		% of Total	7.6%	3.0%	7.0%	.3%	.2%	.2%	18.3%
Total	Count	743	204	262	46	63	57	1375	
	% within Q2 القطاع	54.0%	14.8%	19.1%	3.3%	4.6%	4.1%	100.0%	
	% of Total	54.0%	14.8%	19.1%	3.3%	4.6%	4.1%	100.0%	

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	135.545(a)	15	.000
Likelihood Ratio	126.464	15	.000
Linear-by-Linear Association	2.082	1	.149
N of Valid Cases	1375		

a 1 cells (4.2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4.52.

		المجال Q3 (ج 3م)																							Total					
		المجال Q3																							Total					
		عقار 1	نقل 2	اتصالات 3	بنوك 4	شركات 5	طاقة ومعادن 6	عملات 7	زراعة 8	تأمين 9	سياحة 10	معارض 11	اجراءات وقوانين 12	تكنولوجيا 13	دراسات 14	المجال الطبي 15	غذاء 16	وتعمير 17	تعليم وتدريب 18	صناعات مختلفة 19	خدمات 20	اعلان 21	عمالة 22	بورصات 23	صحافة واعلام 24	اخبار اجتماعية 25	البنية 26	تطبيق القوانين 27	استراتيجيات 28	Total
المادة جغرافية Q5	محلية 1	39	44	33	42	72	40	4	10	2	45	49	32	12	71	1	31	18	15	4	8	27	48	5	49	2	17	23	743	
	% within جغرافية Q5 المادة	5.2%	5.9%	4.4%	5.7%	9.7%	5.4%	.5%	1.3%	.3%	6.1%	6.6%	4.3%	1.6%	9.6%	.1%	4.2%	2.4%	2.0%	.5%	1.1%	3.6%	6.5%	.7%	6.6%	.3%	2.3%	3.1%	100.0%	
	% of Total	2.8%	3.2%	2.4%	3.1%	5.2%	2.9%	.3%	.7%	.1%	3.3%	3.6%	2.3%	.9%	5.2%	.1%	2.3%	1.3%	1.1%	.3%	.6%	2.0%	3.5%	.4%	3.6%	.1%	1.2%	1.7%	54.1%	

عربية 2	Count	11	15	10	25	16	29	10	3	0	4	21	1	1	14	0	1	0	2	1	0	6	16	1	6	0	1	9	203
	% within جغرافية Q5 المادة	5.4%	7.4%	4.9%	12.3%	7.9%	14.3%	4.9%	1.5%	.0%	2.0%	10.3%	.5%	.5%	6.9%	.0%	.5%	.0%	1.0%	.5%	.0%	3.0%	7.9%	.5%	3.0%	.0%	.5%	4.4%	100.0%
	% of Total	.8%	1.1%	.7%	1.8%	1.2%	2.1%	.7%	.2%	.0%	.3%	1.5%	.1%	.1%	1.0%	.0%	.1%	.0%	.1%	.1%	.0%	.4%	1.2%	.1%	.4%	.0%	.1%	.7%	14.8%
دولية 3	Count	4	25	12	14	22	36	15	1	0	3	26	3	6	42	0	1	0	5	1	2	4	13	1	12	1	2	11	262
	% within جغرافية Q5 المادة	1.5%	9.5%	4.6%	5.3%	8.4%	13.7%	5.7%	.4%	.0%	1.1%	9.9%	1.1%	2.3%	16.0%	.0%	.4%	.0%	1.9%	.4%	.8%	1.5%	5.0%	.4%	4.6%	.4%	.8%	4.2%	100.0%
	% of Total	.3%	1.8%	.9%	1.0%	1.6%	2.6%	1.1%	.1%	.0%	.2%	1.9%	.2%	.4%	3.1%	.0%	.1%	.0%	.4%	.1%	.1%	.3%	.9%	.1%	.9%	.1%	.1%	.8%	19.1%
محبية 4 عامة	Count	2	4	3	1	8	4	0	3	0	3	7	2	1	1	1	2	0	0	0	0	0	1	0	2	0	0	1	46

	% within جغرافية Q5 المادة	4.3%	8.7%	6.5%	2.2%	17.4%	8.7%	.0%	6.5%	.0%	6.5%	15.2%	4.3%	2.2%	2.2%	4.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	2.2%	.0%	4.3%	.0%	.0%	2.2%	100.0%	
	% of Total	.1%	.3%	.2%	.1%	.6%	.3%	.0%	.2%	.0%	.2%	.5%	.1%	.1%	.1%	.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	.1%	.0%	.1%	.0%	.0%	.1%	3.3%		
دولية محلية 5	Count	1	7	0	1	3	4	0	1	0	5	22	0	2	0	0	1	2	0	0	0	0	1	4	0	0	9	63	
	% within جغرافية Q5 المادة	1.6%	11.1%	.0%	1.6%	4.8%	6.3%	.0%	1.6%	.0%	7.9%	34.9%	.0%	3.2%	.0%	.0%	1.6%	3.2%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.6%	6.3%	.0%	.0%	14.3%	100.0%	
	% of Total	.1%	.5%	.0%	.1%	.2%	.3%	.0%	.1%	.0%	.4%	1.6%	.0%	.1%	.0%	.0%	.1%	.1%	.0%	.0%	.0%	.1%	.3%	.0%	.0%	.7%	4.6%		
دولية عربية 6	Count	4	6	1	7	5	14	0	0	2	3	5	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	2	57
	% within جغرافية Q5 المادة	7.0%	10.5%	1.8%	12.3%	8.8%	24.6%	.0%	.0%	3.5%	5.3%	8.8%	1.8%	1.8%	1.8%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.8%	1.8%	1.8%	1.8%	1.8%	.0%	.0%	3.5%	100.0%

Total	Count	جزءية Q5 المادة % within	% of Total																																		
			% of Total																																		
	61	4.4%	.3%	.4%	.1%	.5%	.4%	1.0%	.0%	.0%	.1%	.2%	.4%	.1%	.1%	.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.1%	.1%	.1%	.1%	.1%	.0%	.0%	.1%	.1%	.1%	.0%	.0%	.1%	4.1%		
	101	7.4%	4.3%	6.6%	9.2%	9.2%	2.1%	1.3%	.3%	4.6%	9.5%	2.8%	1.7%	9.4%	.1%	2.6%	1.5%	1.6%	.4%	.8%	2.8%	5.7%	.7%	5.4%	.2%	1.5%	4.0%	100.0%									
	59	4.3%	6.6%	9.2%	9.2%	2.1%	1.3%	.3%	4.6%	9.5%	2.8%	1.7%	9.4%	.1%	2.6%	1.5%	1.6%	.4%	.8%	2.8%	5.7%	.7%	5.4%	.2%	1.5%	4.0%	100.0%										
	90	6.6%	9.2%	9.2%	2.1%	1.3%	.3%	4.6%	9.5%	2.8%	1.7%	9.4%	.1%	2.6%	1.5%	1.6%	.4%	.8%	2.8%	5.7%	.7%	5.4%	.2%	1.5%	4.0%	100.0%											
	126	9.2%	9.2%	2.1%	1.3%	.3%	4.6%	9.5%	2.8%	1.7%	9.4%	.1%	2.6%	1.5%	1.6%	.4%	.8%	2.8%	5.7%	.7%	5.4%	.2%	1.5%	4.0%	100.0%												
	127	9.2%	2.1%	1.3%	.3%	4.6%	9.5%	2.8%	1.7%	9.4%	.1%	2.6%	1.5%	1.6%	.4%	.8%	2.8%	5.7%	.7%	5.4%	.2%	1.5%	4.0%	100.0%													
	29	2.1%	1.3%	.3%	4.6%	9.5%	2.8%	1.7%	9.4%	.1%	2.6%	1.5%	1.6%	.4%	.8%	2.8%	5.7%	.7%	5.4%	.2%	1.5%	4.0%	100.0%														
	18	1.3%	.3%	4.6%	9.5%	2.8%	1.7%	9.4%	.1%	2.6%	1.5%	1.6%	.4%	.8%	2.8%	5.7%	.7%	5.4%	.2%	1.5%	4.0%	100.0%															
	4	.3%	4.6%	9.5%	2.8%	1.7%	9.4%	.1%	2.6%	1.5%	1.6%	.4%	.8%	2.8%	5.7%	.7%	5.4%	.2%	1.5%	4.0%	100.0%																
	63	4.6%	9.5%	2.8%	1.7%	9.4%	.1%	2.6%	1.5%	1.6%	.4%	.8%	2.8%	5.7%	.7%	5.4%	.2%	1.5%	4.0%	100.0%																	
	130	9.5%	2.8%	1.7%	9.4%	.1%	2.6%	1.5%	1.6%	.4%	.8%	2.8%	5.7%	.7%	5.4%	.2%	1.5%	4.0%	100.0%																		
	39	2.8%	1.7%	9.4%	.1%	2.6%	1.5%	1.6%	.4%	.8%	2.8%	5.7%	.7%	5.4%	.2%	1.5%	4.0%	100.0%																			
	23	1.7%	9.4%	.1%	2.6%	1.5%	1.6%	.4%	.8%	2.8%	5.7%	.7%	5.4%	.2%	1.5%	4.0%	100.0%																				
	129	9.4%	.1%	2.6%	1.5%	1.6%	.4%	.8%	2.8%	5.7%	.7%	5.4%	.2%	1.5%	4.0%	100.0%																					
	2	.1%	2.6%	1.5%	1.6%	.4%	.8%	2.8%	5.7%	.7%	5.4%	.2%	1.5%	4.0%	100.0%																						
	36	2.6%	1.5%	1.6%	.4%	.8%	2.8%	5.7%	.7%	5.4%	.2%	1.5%	4.0%	100.0%																							
	20	1.5%	1.6%	.4%	.8%	2.8%	5.7%	.7%	5.4%	.2%	1.5%	4.0%	100.0%																								
	22	1.6%	.4%	.8%	2.8%	5.7%	.7%	5.4%	.2%	1.5%	4.0%	100.0%																									
	6	.4%	.8%	2.8%	5.7%	.7%	5.4%	.2%	1.5%	4.0%	100.0%																										
	11	.8%	2.8%	5.7%	.7%	5.4%	.2%	1.5%	4.0%	100.0%																											
	38	2.8%	5.7%	.7%	5.4%	.2%	1.5%	4.0%	100.0%																												
	79	5.7%	.7%	5.4%	.2%	1.5%	4.0%	100.0%																													
	9	.7%	5.4%	.2%	1.5%	4.0%	100.0%																														
	74	5.4%	.2%	1.5%	4.0%	100.0%																															
	3	.2%	1.5%	4.0%	100.0%																																
	20	1.5%	4.0%	100.0%																																	
	55	4.0%	100.0%																																		
	1374	100.0%																																			

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	368.336(a)	130	.000
Likelihood Ratio	362.768	130	.000
Linear-by-Linear Association	12.657	1	.000
N of Valid Cases	1374		

a. 101 cells (62.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .07.

(ج-ص3)

			المصدر Q4					و عواصم الصحيفة بدون مراسل او وكالات 9	Total
			المراسل 1	وكالة يترا 2	وكالات أجنبية 4	مراسل ومصدر آخر 7	لم يذكر 8		
المادة جغرافية Q5	محلية 1	Count	285	115	6	1	335	1	743
		% within Q5 المادة جغرافية	38.4%	15.5%	.8%	.1%	45.1%	.1%	100.0%
		% of Total	20.7%	8.4%	.4%	.1%	24.4%	.1%	54.0%
	عربية 2	Count	6	10	126	0	57	5	204
		% within Q5 المادة جغرافية	2.9%	4.9%	61.8%	.0%	27.9%	2.5%	100.0%
		% of Total	.4%	.7%	9.2%	.0%	4.1%	.4%	14.8%
	دولية 3	Count	8	4	139	1	88	22	262
		% within Q5 المادة جغرافية	3.1%	1.5%	53.1%	.4%	33.6%	8.4%	100.0%
		% of Total	.6%	.3%	10.1%	.1%	6.4%	1.6%	19.1%
	عربية محلية 4	Count	16	6	0	0	24	0	46
		% within Q5 المادة جغرافية	34.8%	13.0%	.0%	.0%	52.2%	.0%	100.0%
		% of Total	1.2%	.4%	.0%	.0%	1.7%	.0%	3.3%
	دولية محلية 5	Count	12	16	1	0	33	1	63
		% within Q5 المادة جغرافية	19.0%	25.4%	1.6%	.0%	52.4%	1.6%	100.0%
		% of Total	.9%	1.2%	.1%	.0%	2.4%	.1%	4.6%
	دولية عربية 6	Count	2	1	38	0	16	0	57
		% within Q5 المادة جغرافية	3.5%	1.8%	66.7%	.0%	28.1%	.0%	100.0%
		% of Total	.1%	.1%	2.8%	.0%	1.2%	.0%	4.1%
	Total	Count	329	152	310	2	553	29	1375
		% within Q5 المادة جغرافية	23.9%	11.1%	22.5%	.1%	40.2%	2.1%	100.0%
		% of Total	23.9%	11.1%	22.5%	.1%	40.2%	2.1%	100.0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	783.373(a)	25	.000
Likelihood Ratio	888.730	25	.000
Linear-by-Linear Association	17.722	1	.000
N of Valid Cases	1375		

a 10 cells (27.8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .07.

(م-3)									
			الفن الصحفي Q1					عرض التقرير 7	Total
			الخبر 1	التقرير 2	المقالة 3	الحديث 5	المقابلة 6		
المجال Q3	عقار 1	Count	48	12	0	0	0	1	61
		% within Q3 المجال	78.7%	19.7%	.0%	.0%	.0%	1.6%	100.0%
		% of Total	3.5%	.9%	.0%	.0%	.0%	.1%	4.4%
	نقل 2	Count	99	0	0	1	0	1	101
		% within Q3 المجال	98.0%	.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	100.0%
		% of Total	7.2%	.0%	.0%	.1%	.0%	.1%	7.4%
	اتصالات 3	Count	55	3	0	0	0	1	59
		% within Q3 المجال	93.2%	5.1%	.0%	.0%	.0%	1.7%	100.0%
		% of Total	4.0%	.2%	.0%	.0%	.0%	.1%	4.3%
	بنوك 4	Count	84	4	1	0	0	1	90
		% within Q3 المجال	93.3%	4.4%	1.1%	.0%	.0%	1.1%	100.0%
		% of Total	6.1%	.3%	.1%	.0%	.0%	.1%	6.6%
	شركات 5	Count	125	0	0	0	0	1	126

	% within Q3 المجال	99.2%	.0%	.0%	.0%	.0%	.8%	100.0%
	% of Total	9.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	.1%	9.2%
6 ومعادن طاقة	Count	113	14	0	0	0	0	127
	% within Q3 المجال	89.0%	11.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total	8.2%	1.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	9.2%
7 عملات	Count	18	3	0	0	0	8	29
	% within Q3 المجال	62.1%	10.3%	.0%	.0%	.0%	27.6%	100.0%
	% of Total	1.3%	.2%	.0%	.0%	.0%	.6%	2.1%
8 زراعة	Count	14	4	0	0	0	0	18
	% within Q3 المجال	77.8%	22.2%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total	1.0%	.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.3%
9 تأمين	Count	4	0	0	0	0	0	4
	% within Q3 المجال	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total	.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.3%
10 سياحة	Count	55	7	1	0	0	0	63
	% within Q3 المجال	87.3%	11.1%	1.6%	.0%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total	4.0%	.5%	.1%	.0%	.0%	.0%	4.6%
11 معارض	Count	125	4	1	0	0	0	130
	% within Q3 المجال	96.2%	3.1%	.8%	.0%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total	9.1%	.3%	.1%	.0%	.0%	.0%	9.5%
12 وقوانين اجراءات	Count	35	4	0	0	0	0	39
	% within Q3 المجال	89.7%	10.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total	2.5%	.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	2.8%
13 معلومات تكنولوجيا	Count	22	1	0	0	0	0	23
	% within Q3 المجال	95.7%	4.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%

	% of Total	1.6%	.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.7%
دراسات 14	Count	96	14	2	0	1	16	129
	% within Q3 المجال	74.4%	10.9%	1.6%	.0%	.8%	12.4%	100.0%
	% of Total	7.0%	1.0%	.1%	.0%	.1%	1.2%	9.4%
الطبي المجال 15	Count	1	0	1	0	0	0	2
	% within Q3 المجال	50.0%	.0%	50.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total	.1%	.0%	.1%	.0%	.0%	.0%	.1%
وتموين غذاء 16	Count	28	6	1	0	0	1	36
	% within Q3 المجال	77.8%	16.7%	2.8%	.0%	.0%	2.8%	100.0%
	% of Total	2.0%	.4%	.1%	.0%	.0%	.1%	2.6%
وتدريب تعليم 17	Count	20	0	0	0	0	0	20
	% within Q3 المجال	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total	1.5%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.5%
مختلفة صناعات 18	Count	21	1	0	0	0	0	22
	% within Q3 المجال	95.5%	4.5%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total	1.5%	.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.6%
خدمات 19	Count	5	1	0	0	0	0	6
	% within Q3 المجال	83.3%	16.7%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total	.4%	.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	.4%
اعلان 20	Count	10	1	0	0	0	0	11
	% within Q3 المجال	90.9%	9.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total	.7%	.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	.8%
عمالة 21	Count	36	1	0	0	0	1	38
	% within Q3 المجال	94.7%	2.6%	.0%	.0%	.0%	2.6%	100.0%
	% of Total	2.6%	.1%	.0%	.0%	.0%	.1%	2.8%

22 بورصات	Count	66	6	1	0	0	6	79
	% within Q3 المجال	83.5%	7.6%	1.3%	.0%	.0%	7.6%	100.0%
	% of Total	4.8%	.4%	.1%	.0%	.0%	.4%	5.7%
23 واعلام صحافة	Count	9	0	0	0	0	0	9
	% within Q3 المجال	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total	.7%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.7%
24 اجتماعية أخبار	Count	73	0	1	0	0	0	74
	% within Q3 المجال	98.6%	.0%	1.4%	.0%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total	5.3%	.0%	.1%	.0%	.0%	.0%	5.4%
25 البيئة	Count	3	0	0	0	0	0	3
	% within Q3 المجال	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total	.2%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.2%
26 القوانين تطبيق	Count	18	2	0	0	0	0	20
	% within Q3 المجال	90.0%	10.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total	1.3%	.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.5%
27 استراتيجيات	Count	45	5	1	0	1	3	55
	% within Q3 المجال	81.8%	9.1%	1.8%	.0%	1.8%	5.5%	100.0%
	% of Total	3.3%	.4%	.1%	.0%	.1%	.2%	4.0%
Total	Count	1228	93	10	1	2	40	1374
	% within Q3 المجال	89.4%	6.8%	.7%	.1%	.1%	2.9%	100.0%
	% of Total	89.4%	6.8%	.7%	.1%	.1%	2.9%	100.0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	313.995(a)	130	.000
Likelihood Ratio	215.256	130	.000
Linear-by-Linear Association	5.289	1	.021
N of Valid Cases	1374		

a 130 cells (80.2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .00.

Notes			
Output Created		18-JAN-2009 11:48:27	
Comments			
Input	Data	E:\Muna\Muna.sav	
	Filter	FILTER_\$ v1=3 (FILTER)	
	Weight	<none>	
	Split File	<none>	
	N of Rows in Working Data File		1375
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.	
	Cases Used	Statistics for each table are based on all the cases with valid data in the specified range(s) for all variables in each table.	
Syntax	CROSSTABS /TABLES=q3 BY q4 /FORMAT= AVALUE TABLES /STATISTIC=CHISQ /CELLS= COUNT ROW TOTAL .		
Resources	Elapsed Time		0:00:00.02
	Dimensions Requested		2

		Cells Available							116508
(م-ص3)									
			المصدر Q4					Total	
			1 المراسل	وكالة بترا 2	وكالات أجنبية 4	مراسل ومصدر آخر 7	لم يذكر 8		الصحيفة بدون مراسل او وكالات 9 وعواصم
المجال Q3	عقار 1	Count	18	6	12	0	24	1	61
		% within Q3 المجال	29.5%	9.8%	19.7%	.0%	39.3%	1.6%	100.0%
		% of Total	1.3%	.4%	.9%	.0%	1.7%	.1%	4.4%
	نقل 2	Count	27	14	22	0	38	0	101
		% within Q3 المجال	26.7%	13.9%	21.8%	.0%	37.6%	.0%	100.0%
		% of Total	2.0%	1.0%	1.6%	.0%	2.8%	.0%	7.4%
	اتصالات 3	Count	16	2	8	0	33	0	59
		% within Q3 المجال	27.1%	3.4%	13.6%	.0%	55.9%	.0%	100.0%
		% of Total	1.2%	.1%	.6%	.0%	2.4%	.0%	4.3%
	بنوك 4	Count	5	9	39	0	35	2	90
		% within Q3 المجال	5.6%	10.0%	43.3%	.0%	38.9%	2.2%	100.0%
		% of Total	.4%	.7%	2.8%	.0%	2.5%	.1%	6.6%
	شركات 5	Count	7	10	26	0	83	0	126
		% within Q3 المجال	5.6%	7.9%	20.6%	.0%	65.9%	.0%	100.0%
		% of Total	.5%	.7%	1.9%	.0%	6.0%	.0%	9.2%
	ومعادن طاقة 6	Count	34	6	59	2	10	16	127
		% within Q3 المجال	26.8%	4.7%	46.5%	1.6%	7.9%	12.6%	100.0%
		% of Total	2.5%	.4%	4.3%	.1%	.7%	1.2%	9.2%
	عمليات 7	Count	2	0	19	0	7	1	29
		% within Q3 المجال	6.9%	.0%	65.5%	.0%	24.1%	3.4%	100.0%

	% of Total	.1%	.0%	1.4%	.0%	.5%	.1%	2.1%
زراعة 8	Count	9	3	5	0	1	0	18
	% within Q3 المجال	50.0%	16.7%	27.8%	.0%	5.6%	.0%	100.0%
	% of Total	.7%	.2%	.4%	.0%	.1%	.0%	1.3%
تأمين 9	Count	1	1	2	0	0	0	4
	% within Q3 المجال	25.0%	25.0%	50.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total	.1%	.1%	.1%	.0%	.0%	.0%	.3%
سياحة 10	Count	25	5	5	0	27	1	63
	% within Q3 المجال	39.7%	7.9%	7.9%	.0%	42.9%	1.6%	100.0%
	% of Total	1.8%	.4%	.4%	.0%	2.0%	.1%	4.6%
معارض 11	Count	26	25	10	0	68	1	130
	% within Q3 المجال	20.0%	19.2%	7.7%	.0%	52.3%	.8%	100.0%
	% of Total	1.9%	1.8%	.7%	.0%	4.9%	.1%	9.5%
اجراءات وقوانين 12	Count	13	7	5	0	14	0	39
	% within Q3 المجال	33.3%	17.9%	12.8%	.0%	35.9%	.0%	100.0%
	% of Total	.9%	.5%	.4%	.0%	1.0%	.0%	2.8%
تكنولوجيا معلومات 13	Count	7	2	2	0	12	0	23
	% within Q3 المجال	30.4%	8.7%	8.7%	.0%	52.2%	.0%	100.0%
	% of Total	.5%	.1%	.1%	.0%	.9%	.0%	1.7%
دراسات 14	Count	40	20	48	0	21	0	129
	% within Q3 المجال	31.0%	15.5%	37.2%	.0%	16.3%	.0%	100.0%
	% of Total	2.9%	1.5%	3.5%	.0%	1.5%	.0%	9.4%
الطبي المجال 15	Count	1	0	0	0	1	0	2
	% within Q3 المجال	50.0%	.0%	.0%	.0%	50.0%	.0%	100.0%
	% of Total	.1%	.0%	.0%	.0%	.1%	.0%	.1%

16 وتموين غذاء	Count	15	10	2	0	9	0	36
	% within Q3 المجال	41.7%	27.8%	5.6%	.0%	25.0%	.0%	100.0%
	% of Total	1.1%	.7%	.1%	.0%	.7%	.0%	2.6%
17 وتدريب تعليم	Count	5	1	0	0	14	0	20
	% within Q3 المجال	25.0%	5.0%	.0%	.0%	70.0%	.0%	100.0%
	% of Total	.4%	.1%	.0%	.0%	1.0%	.0%	1.5%
18 مختلفة صناعات	Count	4	4	1	0	13	0	22
	% within Q3 المجال	18.2%	18.2%	4.5%	.0%	59.1%	.0%	100.0%
	% of Total	.3%	.3%	.1%	.0%	.9%	.0%	1.6%
19 خدمات	Count	1	0	1	0	4	0	6
	% within Q3 المجال	16.7%	.0%	16.7%	.0%	66.7%	.0%	100.0%
	% of Total	.1%	.0%	.1%	.0%	.3%	.0%	.4%
20 اعلان	Count	1	0	1	0	9	0	11
	% within Q3 المجال	9.1%	.0%	9.1%	.0%	81.8%	.0%	100.0%
	% of Total	.1%	.0%	.1%	.0%	.7%	.0%	.8%
21 عمالة	Count	13	7	9	0	9	0	38
	% within Q3 المجال	34.2%	18.4%	23.7%	.0%	23.7%	.0%	100.0%
	% of Total	.9%	.5%	.7%	.0%	.7%	.0%	2.8%
22 بورصات	Count	32	1	18	0	23	5	79
	% within Q3 المجال	40.5%	1.3%	22.8%	.0%	29.1%	6.3%	100.0%
	% of Total	2.3%	.1%	1.3%	.0%	1.7%	.4%	5.7%
23 واعلام صحافة	Count	1	0	0	0	8	0	9
	% within Q3 المجال	11.1%	.0%	.0%	.0%	88.9%	.0%	100.0%
	% of Total	.1%	.0%	.0%	.0%	.6%	.0%	.7%
24 اجتماعية أخبار	Count	0	3	2	0	69	0	74

		% within Q3 المجال	.0%	4.1%	2.7%	.0%	93.2%	.0%	100.0%
		% of Total	.0%	.2%	.1%	.0%	5.0%	.0%	5.4%
	البينة 25	Count	1	0	1	0	1	0	3
		% within Q3 المجال	33.3%	.0%	33.3%	.0%	33.3%	.0%	100.0%
		% of Total	.1%	.0%	.1%	.0%	.1%	.0%	.2%
	القوانين تطبيق 26	Count	7	7	3	0	3	0	20
		% within Q3 المجال	35.0%	35.0%	15.0%	.0%	15.0%	.0%	100.0%
		% of Total	.5%	.5%	.2%	.0%	.2%	.0%	1.5%
	استراتيجيات 27	Count	18	9	9	0	17	2	55
		% within Q3 المجال	32.7%	16.4%	16.4%	.0%	30.9%	3.6%	100.0%
		% of Total	1.3%	.7%	.7%	.0%	1.2%	.1%	4.0%
	Total	Count	329	152	309	2	553	29	1374
% within Q3 المجال		23.9%	11.1%	22.5%	.1%	40.2%	2.1%	100.0%	
% of Total		23.9%	11.1%	22.5%	.1%	40.2%	2.1%	100.0%	

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	580.004(a)	130	.000
Likelihood Ratio	592.248	130	.000
Linear-by-Linear Association	.022	1	.882
N of Valid Cases	1374		

a 94 cells (58.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .00.

طریق (بج)

نتائج التحليل الإحصائي الكيفي لصحف الدراسة

الدكتور - العلاقات مع المجال

Crosstabulation المجال Q10 * دقة وصحة المصطلح Q2																										
		المجال Q10																							Total	
		عقار 1	نقل 2	اتصالات 3	بنوك 4	شركات 5	طاقة ومعدن 6	زراعة 8	سياحة 10	معارض 11	اجراءات وقوانين 12	تكنولوجيا 13	دراسات 14	غذاء وتأمين 16	تعليم وتدريب 17	صناعات مختلفة 18	خدمات 19	بورصات 22	صحافة وعلام 23	أخبار اجتماعية 24	البيئة 25	تطبيق القوانين 26	استراتيجيات 27			
دقة وصحة Q2 المصطلح الواردة في المادة I صححة	Count	9	5	6	6	10	9	2	1	11	6	1	6	4	3	1	2	1	2	1	2	1	4	6	4	100
	% within دقة وصحة Q2 المصطلح	9.0%	5.0%	6.0%	6.0%	10.0%	9.0%	2.0%	1.0%	11.0%	6.0%	1.0%	6.0%	4.0%	3.0%	1.0%	2.0%	1.0%	2.0%	1.0%	2.0%	1.0%	4.0%	6.0%	4.0%	100.0%
	% of Total	9.0%	5.0%	6.0%	6.0%	10.0%	9.0%	2.0%	1.0%	11.0%	6.0%	1.0%	6.0%	4.0%	3.0%	1.0%	2.0%	1.0%	2.0%	1.0%	2.0%	1.0%	4.0%	6.0%	4.0%	100.0%
Total	Count	9	5	6	6	10	9	2	1	11	6	1	6	4	3	1	2	1	2	1	2	1	4	6	4	100
	% within دقة وصحة Q2 المصطلح	9.0%	5.0%	6.0%	6.0%	10.0%	9.0%	2.0%	1.0%	11.0%	6.0%	1.0%	6.0%	4.0%	3.0%	1.0%	2.0%	1.0%	2.0%	1.0%	2.0%	1.0%	4.0%	6.0%	4.0%	100.0%
	% of Total	9.0%	5.0%	6.0%	6.0%	10.0%	9.0%	2.0%	1.0%	11.0%	6.0%	1.0%	6.0%	4.0%	3.0%	1.0%	2.0%	1.0%	2.0%	1.0%	2.0%	1.0%	4.0%	6.0%	4.0%	100.0%

Q2 Crosstabulation * Q10 المجال * دقة وصحة المصطلح Q2

		المجال Q10																							Total
		1 عقار	2 نقل	3 اتصالات	4 بنوك	5 شركات	6 طاقة ومعادن	8 زراعة	10 سياحة	11 معارض	12 اجراءات وقوانين	13 تكنولوجيا معلومات	14 دراسات	16 غذاء وتعمير	17 تعليم وتدريب	18 صناعات مختلفة	19 خدمات	22 بورصات	23 صحافة واعلام	24 اخبار اجتماعية	25 البنية	26 تطبيق القوانين	27 استراتيجيات		
المصطلح دقة وصحة Q2 المصطلحات الواردة في المادة كافة I صحيحة	Count	9	5	6	6	10	9	2	1	11	6	1	6	4	3	1	2	1	2	1	4	6	4	100	
	within دقة Q2 وصحة	9.0%	5.0%	6.0%	6.0%	10.0%	9.0%	2.0%	1.0%	11.0%	6.0%	1.0%	6.0%	4.0%	3.0%	1.0%	2.0%	1.0%	2.0%	1.0%	4.0%	6.0%	4.0%	100.0%	
	% of Total	9.0%	5.0%	6.0%	6.0%	10.0%	9.0%	2.0%	1.0%	11.0%	6.0%	1.0%	6.0%	4.0%	3.0%	1.0%	2.0%	1.0%	2.0%	1.0%	4.0%	6.0%	4.0%	100.0%	
Total	Count	9	5	6	6	10	9	2	1	11	6	1	6	4	3	1	2	1	2	1	4	6	4	100	
	within دقة Q2 وصحة	9.0%	5.0%	6.0%	6.0%	10.0%	9.0%	2.0%	1.0%	11.0%	6.0%	1.0%	6.0%	4.0%	3.0%	1.0%	2.0%	1.0%	2.0%	1.0%	4.0%	6.0%	4.0%	100.0%	

	% of Total	9.0 %	5.0 %	6.0%	6.0 %	10.0 %	9.0%	2.0 %	1.0 %	11.0 %	6.0%	1.0%	6.0%	4.0%	3.0%	1.0%	2.0 %	1.0%	2.0%	1.0%	4.0 %	6.0%	4.0%	100.0 %
--	------------	-------	-------	------	-------	--------	------	-------	-------	--------	------	------	------	------	------	------	-------	------	------	------	-------	------	------	---------

Q3 المصطلح * Q10 المجال Crosstabulation

		المجال Q10																					Total		
		عقار 1	نقل 2	اتصالات 3	بنوك 4	شركات 5	طاقة ومعادن 6	زراعة 8	سياحة 10	معارض 11	اجراءات وقوانين 12	تكنولوجيا 13	دراسات 14	غذاء وتمويل 16	تعليم وتدريب 17	صناعات مختلفة 18	خدمات 19	بورصات 22	صحافة واعلام 23	اخبار اجتماعية 24	البيئة 25	تطبيق القوانين 26		استراتيجيات 27	
المصطلح شرح Q3	المفاهيم شرحت ووضعت بشكل كامل I	Count	8	5	6	4	10	9	2	0	10	5	1	5	4	3	1	2	1	2	1	3	6	4	92
	شرح Q3	% of Total	8.7%	5.4%	6.5%	4.3%	10.9%	9.8%	2.2%	.0%	10.9%	5.4%	1.1%	5.4%	4.3%	3.3%	1.1%	2.2%	1.1%	2.2%	1.1%	3.3%	6.5%	4.3%	100.0%
متوسط شرحت بمعدل 2	within Q3	Count	1	0	0	2	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	8
	شرح Q3	% of Total	12.5%	.0%	.0%	25.0%	.0%	.0%	.0%	12.5%	12.5%	12.5%	.0%	12.5%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	12.5%	.0%	.0%	100.0%

		% of Total	1.0%	.0%	.0%	2.0%	.0%	.0%	.0%	1.0%	1.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.0%	.0%	.0%	8.0%
Total		Count	9	5	6	6	10	9	2	1	11	6	1	6	4	3	1	2	1	2	1	4	6	4	100
		% within Q3 شرح المصطلح	9.0%	5.0%	6.0%	6.0%	10.0%	9.0%	2.0%	1.0%	11.0%	6.0%	1.0%	6.0%	4.0%	3.0%	1.0%	2.0%	1.0%	2.0%	1.0%	4.0%	6.0%	4.0%	100.0%
		% of Total	9.0%	5.0%	6.0%	6.0%	10.0%	9.0%	2.0%	1.0%	11.0%	6.0%	1.0%	6.0%	4.0%	3.0%	1.0%	2.0%	1.0%	2.0%	1.0%	4.0%	6.0%	4.0%	100.0%

Crosstabulation المجال Q10 * توافر البيانات Q4

توافر البيانات Q4 البيانات Count	المجال Q10																							Total
	عقار 1	نقل 2	اتصالات 3	بنوك 4	شركات 5	طاقة 6 ومعادن	زراعة 8	سياحة 10	معارض 11	اجراءات 12 وقوانين	تكنولوجيا 13 معلومات	دراسات 14	غذاء 16 وتمويل	تعليم 17 وتدريب	صناعات 18 مختلفة	خدمات 19	بورصات 22	صحافة 23 واعلام	اخبار 24 اجتماعية	البيئة 25	تطبيق 26 القوانين	استراتيجيات 27		
	7	4	4	3	10	8	2	0	9	4	1	3	2	2	1	2	0	2	1	3	6	3	77	

	بمعدل جيد متوافرة 2																							
	البيانات	% within Q4	% of Total	Count	البيانات	% within Q4	% of Total	Count	البيانات	% within Q4	% of Total	Count	البيانات	% within Q4	% of Total	Count	البيانات	% within Q4	% of Total	Count	البيانات	% within Q4	% of Total	Count
	9.1 %	5.2%	5.2%	3.9%	13.0 %	10.4 %	2.6 %	.0%	11.7 %	5.2%	1.3 %	3.9%	2.6%	2.6 %	1.3 %	2.6 %	.0%	2.6 %	1.3 %	3.9%	7.8 %	3.9 %	100.0 %	
	7.0 %	4.0%	4.0%	3.0%	10.0 %	8.0%	2.0 %	.0%	9.0%	4.0%	1.0 %	3.0%	2.0%	2.0 %	1.0 %	2.0 %	.0%	2.0 %	1.0 %	3.0%	6.0 %	3.0 %	77.0%	
	2	0	2	3	0	1	0	1	2	1	0	3	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	19	
	10.5 %	.0%	10.5 %	15.8 %	.0%	5.3%	.0%	5.3 %	10.5 %	5.3%	.0%	15.8 %	5.3%	5.3 %	.0%	.0%	5.3 %	.0%	.0%	.0%	.0%	5.3 %	100.0 %	
	2.0%	.0%	2.0%	3.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0 %	2.0%	1.0%	.0%	3.0%	1.0%	1.0 %	.0%	.0%	1.0 %	.0%	.0%	.0%	.0%	1.0 %	19.0%	
	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	4	
	.0 %	25.0 %	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	25.0 %	.0%	.0%	25.0 %	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	25.0 %	.0%	.0%	100.0 %	

		% of Total																																																																										
			Count	% within Q4 توافر السئات	% of Total																																																																							
Total		9.0%	9	9.0%	5.0%	5	5.0%	6.0%	6	6.0%	6.0%	6	6.0%	10.0%	10	10.0%	9.0%	9	9.0%	2.0%	2	2.0%	1.0%	1	1.0%	11.0%	11	11.0%	6.0%	6	6.0%	1.0%	1	1.0%	6.0%	6	6.0%	4.0%	4	4.0%	3.0%	3	3.0%	1.0%	1	1.0%	2.0%	2	2.0%	1.0%	1	1.0%	2.0%	2	2.0%	1.0%	1	1.0%	4.0%	4	4.0%	6.0%	6	6.0%	4.0%	4	4.0%	100.0%	100	100.0%	4.0%	4	4.0%	100.0%	100	100.0%

		Crosstabulation المجال Q10 * توافر المصادر Q5																								
		المجال Q10																								
			1 عقار	2 نقل	3 اتصالات	4 بنوك	5 شركات	6 طاقة ومعادن	8 زراعة	10 سياحة	11 معارض	12 اجراءات وقوانين	13 تكنولوجيا معلومات	14 دراسات	16 غذاء وتموين	17 تعليم وتدريب	18 صناعات مختلفة	19 خدمات	22 بورصات	23 صحافة واعلام	24 اخبار اجتماعية	25 البيئة	26 تطبيق القوانين	استراتيجيات	Total	
توافر Q5 المصادر	اللائمة لتكامل المادة متوافرة	Count	9	5	6	6	10	8	2	1	10	5	1	5	3	3	1	2	1	1	1	4	6	4	94	

% of Total	9.0 %	5.0 %	6.0 %	6.0 %	10.0 %	9.0%	2.0 %	1.0 %	11.0 %	6.0%	1.0 %	6.0%	4.0%	3.0 %	1.0 %	2.0 %	1.0 %	2.0%	1.0 %	4.0 %	6.0 %	4.0 %	100.0 %
------------	-------	-------	-------	-------	--------	------	-------	-------	--------	------	-------	------	------	-------	-------	-------	-------	------	-------	-------	-------	-------	---------

Crosstabulation المجال Q10 * تعريف المكونات Q6

		المجال Q10																						Total	
		عقار 1	نقل 2	اتصالات 3	بنوك 4	شركات 5	طاقة 6 ومعادن	زراعة 8	سياحة 10	معارض 11	اجراءات 12 وقوانين	تكنولوجيا 13 معلومات	دراسات 14	غذاء 16 وتغذية	تعليم 17 وتدريب	صناعات 18 مختلفة	خدمات 19	بورصات 22	صحافة 23 واعلام	اخبار 24 اجتماعية	البنية 25	تطبيق 26 القوانين	استراتيجيات 27		
المكونات تعريف Q6	جميعها عرفت 1	Count	9	5	6	6	10	8	2	1	10	6	1	5	4	3	1	2	1	2	1	4	5	4	96
	% within تعريف المكونات Q6		9.4%	5.2%	6.3%	6.3%	10.4%	8.3%	2.1%	1.0%	10.4%	6.3%	1.0%	5.2%	4.2%	3.1%	1.0%	2.1%	1.0%	2.1%	1.0%	4.2%	5.2%	4.2%	100.0%
	% of Total		9.0%	5.0%	6.0%	6.0%	10.0%	8.0%	2.0%	1.0%	10.0%	6.0%	1.0%	5.0%	4.0%	3.0%	1.0%	2.0%	1.0%	2.0%	1.0%	4.0%	5.0%	4.0%	96.0%
تعريف	Count		0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	4

		% within تعريف Q6 المكونات	Count	% within تعريف Q6 المكونات	% of Total	% within تعريف Q6 المكونات	% of Total	% within تعريف Q6 المكونات	% of Total	% within تعريف Q6 المكونات	% of Total	% within تعريف Q6 المكونات	% of Total	% within تعريف Q6 المكونات	% of Total	% within تعريف Q6 المكونات	% of Total	% within تعريف Q6 المكونات	% of Total	% within تعريف Q6 المكونات	% of Total	% within تعريف Q6 المكونات	% of Total	% within تعريف Q6 المكونات	% of Total
		.0%	9	9.0%	9.0%	.0%	9.0%	.0%	9.0%	.0%	9.0%	.0%	9.0%	.0%	9.0%	.0%	9.0%	.0%	9.0%	.0%	9.0%	.0%	9.0%	.0%	9.0%
		.0%	5	5.0%	5.0%	.0%	5.0%	.0%	5.0%	.0%	5.0%	.0%	5.0%	.0%	5.0%	.0%	5.0%	.0%	5.0%	.0%	5.0%	.0%	5.0%	.0%	5.0%
		.0%	6	6.0%	6.0%	.0%	6.0%	.0%	6.0%	.0%	6.0%	.0%	6.0%	.0%	6.0%	.0%	6.0%	.0%	6.0%	.0%	6.0%	.0%	6.0%	.0%	6.0%
		.0%	6	6.0%	6.0%	.0%	6.0%	.0%	6.0%	.0%	6.0%	.0%	6.0%	.0%	6.0%	.0%	6.0%	.0%	6.0%	.0%	6.0%	.0%	6.0%	.0%	6.0%
		.0%	10	10.0%	10.0%	.0%	10.0%	.0%	10.0%	.0%	10.0%	.0%	10.0%	.0%	10.0%	.0%	10.0%	.0%	10.0%	.0%	10.0%	.0%	10.0%	.0%	10.0%
		25.0%	9	9.0%	9.0%	1.0%	9.0%	2.0%	9.0%	1.0%	9.0%	1.0%	9.0%	1.0%	9.0%	1.0%	9.0%	1.0%	9.0%	1.0%	9.0%	1.0%	9.0%	1.0%	9.0%
		.0%	2	2.0%	2.0%	.0%	2.0%	.0%	2.0%	.0%	2.0%	.0%	2.0%	.0%	2.0%	.0%	2.0%	.0%	2.0%	.0%	2.0%	.0%	2.0%	.0%	2.0%
		.0%	1	1.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%
		25.0%	11	11.0%	11.0%	1.0%	11.0%	1.0%	11.0%	1.0%	11.0%	1.0%	11.0%	1.0%	11.0%	1.0%	11.0%	1.0%	11.0%	1.0%	11.0%	1.0%	11.0%	1.0%	11.0%
		.0%	6	6.0%	6.0%	.0%	6.0%	.0%	6.0%	.0%	6.0%	.0%	6.0%	.0%	6.0%	.0%	6.0%	.0%	6.0%	.0%	6.0%	.0%	6.0%	.0%	6.0%
		.0%	6	6.0%	6.0%	.0%	6.0%	.0%	6.0%	.0%	6.0%	.0%	6.0%	.0%	6.0%	.0%	6.0%	.0%	6.0%	.0%	6.0%	.0%	6.0%	.0%	6.0%
		.0%	4	4.0%	4.0%	.0%	4.0%	.0%	4.0%	.0%	4.0%	.0%	4.0%	.0%	4.0%	.0%	4.0%	.0%	4.0%	.0%	4.0%	.0%	4.0%	.0%	4.0%
		.0%	3	3.0%	3.0%	.0%	3.0%	.0%	3.0%	.0%	3.0%	.0%	3.0%	.0%	3.0%	.0%	3.0%	.0%	3.0%	.0%	3.0%	.0%	3.0%	.0%	3.0%
		.0%	1	1.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%
		.0%	2	2.0%	2.0%	.0%	2.0%	.0%	2.0%	.0%	2.0%	.0%	2.0%	.0%	2.0%	.0%	2.0%	.0%	2.0%	.0%	2.0%	.0%	2.0%	.0%	2.0%
		.0%	1	1.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%
		.0%	2	2.0%	2.0%	.0%	2.0%	.0%	2.0%	.0%	2.0%	.0%	2.0%	.0%	2.0%	.0%	2.0%	.0%	2.0%	.0%	2.0%	.0%	2.0%	.0%	2.0%
		.0%	1	1.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%
		.0%	2	2.0%	2.0%	.0%	2.0%	.0%	2.0%	.0%	2.0%	.0%	2.0%	.0%	2.0%	.0%	2.0%	.0%	2.0%	.0%	2.0%	.0%	2.0%	.0%	2.0%
		.0%	1	1.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%
		.0%	4	4.0%	4.0%	.0%	4.0%	.0%	4.0%	.0%	4.0%	.0%	4.0%	.0%	4.0%	.0%	4.0%	.0%	4.0%	.0%	4.0%	.0%	4.0%	.0%	4.0%
		25.0%	6	6.0%	6.0%	1.0%	6.0%	6.0%	6.0%	1.0%	6.0%	6.0%	6.0%	1.0%	6.0%	6.0%	6.0%	1.0%	6.0%	6.0%	6.0%	1.0%	6.0%	6.0%	6.0%
		.0%	4	4.0%	4.0%	.0%	4.0%	.0%	4.0%	.0%	4.0%	.0%	4.0%	.0%	4.0%	.0%	4.0%	.0%	4.0%	.0%	4.0%	.0%	4.0%	.0%	4.0%
		100.0%	100	100.0%	100.0%	4.0%	100.0%	100.0%	100.0%	4.0%	100.0%	100.0%	100.0%	4.0%	100.0%	100.0%	100.0%	4.0%	100.0%	100.0%	100.0%	4.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Crosstabulation المجال Q10 * وجود الرسوم البيانية Q7

		المجال Q10																				Total			
		عقار 1	نقل 2	اتصالات 3	بنوك 4	شركات 5	طاقة 6 ومعدن	زراعة 8	سياحة 10	معارض 11	اجراءات 12 وقوانين	تكنولوجيا 13 معلومات	دراسات 14	غذاء 16 وتموين	تعليم 17 وتدريب	صناعات 18 مختلفة	خدمات 19	بورصات 22	صحافة 23 واعلام	اخبار 24 اجتماعية	البيئة 25		تطبيق 26 القوانين	استراتيجيات 27	

الرسم البيانية وجود Q7	نكر مصدرها وجدت وتم 1																								
	Count	0	1	0	1	1	3	0	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	10
	% within وجود الرسوم البيانية Q7	.0%	10.0%	.0%	10.0%	10.0%	30.0%	.0%	.0%	20.0%	10.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	10.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total	.0%	1.0%	.0%	1.0%	1.0%	3.0%	.0%	.0%	2.0%	1.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.0%	.0%	.0%	.0%	10.0%
الرسم البيانية وجود Q7	رسم إيضاحية رغم أفضلية وجودها لا توجد 3																								
	Count	0	0	1	0	0	1	2	0	1	1	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	12
	% within وجود الرسوم البيانية Q7	.0%	.0%	8.3%	.0%	.0%	8.3%	16.7%	.0%	8.3%	8.3%	.0%	16.7%	8.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	16.7%	8.3%	100.0%
	% of Total	.0%	.0%	1.0%	.0%	.0%	1.0%	2.0%	.0%	1.0%	1.0%	.0%	2.0%	1.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	2.0%	1.0%	12.0%
Count	9	4	5	5	9	5	0	1	8	4	1	4	3	3	1	2	1	2	0	4	4	3	78		
بحاجة ليست 4																									

		% within Q7 وجود البيانية الرسوم	11.5 %	5.1 %	6.4 %	6.4%	11.5 %	6.4%	.0%	1.3 %	10.3 %	5.1%	1.3 %	5.1%	3.8 %	3.8 %	1.3 %	2.6 %	1.3 %	2.6 %	.0%	5.1 %	5.1%	3.8 %	100.0 %
		% of Total	9.0%	4.0 %	5.0 %	5.0%	9.0%	5.0%	.0%	1.0 %	8.0%	4.0%	1.0 %	4.0%	3.0 %	3.0 %	1.0 %	2.0 %	1.0 %	2.0 %	.0%	4.0 %	4.0%	3.0 %	78.0%
Total	Count		9	5	6	6	10	9	2	1	11	6	1	6	4	3	1	2	1	2	1	4	6	4	100
	% within Q7 وجود البيانية الرسوم		9.0%	5.0 %	6.0 %	6.0%	10.0 %	9.0%	2.0%	1.0 %	11.0 %	6.0%	1.0 %	6.0%	4.0 %	3.0 %	1.0 %	2.0 %	1.0 %	2.0 %	1.0%	4.0 %	6.0%	4.0 %	100.0 %
	% of Total		9.0%	5.0 %	6.0 %	6.0%	10.0 %	9.0%	2.0%	1.0 %	11.0 %	6.0%	1.0 %	6.0%	4.0 %	3.0 %	1.0 %	2.0 %	1.0 %	2.0 %	1.0%	4.0 %	6.0%	4.0 %	100.0 %

Crosstabulation المجال Q10 * الصياغة والتنظيم Q8

Q8 والتنظيم الصياغة Q8	متوسطة منظمة بنسبة 2	Count	within الصياغة Q8	المجال Q10																				Total						
				% of Total	% within الصياغة Q8 والتنظيم	Count	عقل 1	نقل 2	اتصالات 3	بنوك 4	شركات 5	طاقة 6 ومعادن	زراعة 8	سياحة 10	معارض 11	اجراءات 12 وقوانين	تكنولوجيا 13 معلومات	دراسات 14	غذاء 16 وتوطين	تعليم 17 وتدريب	صناعات 18 مختلفة	خدمات 19	بورصات 22		صحافة 23 واعلام	اخبار 24 اجتماعية	البيئة 25	تطبيق 26 القوانين	استراتيجيات 27	
							91.0%	100.0%	9	11.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	22.2%	11.1%	.0%	22.2%	11.1%	.0%	.0%	22.2%	.0%		.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
كبيرة منظمة بنسبة 1	متوسطة منظمة بنسبة 2	Count	within الصياغة Q8	8.0%	8.8%	1	11.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	22.2%	11.1%	.0%	.0%	22.2%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	9	91.0%	
كبيرة منظمة بنسبة 1	متوسطة منظمة بنسبة 2	Count	within الصياغة Q8 والتنظيم	91.0%	100.0%	8	100.0%	5.5%	6.6%	6.6%	11.0%	7.7%	1.1%	1.1%	9.9%	5.5%	1.1%	6.6%	2.2%	3.3%	1.1%	2.2%	1.1%	2.2%	1.1%	4.4%	6.6%	4.4%	4	100.0%

		% of Total	1.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	2.0%	1.0%	.0%	2.0%	1.0%	.0%	.0%	2.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	9.0%
Total	Count		9	5	6	6	10	9	2	1	11	6	1	6	4	3	1	2	1	2	1	4	6	4	100
	% within الصياغة Q8 والتنظيم		9.0%	5.0%	6.0%	6.0%	10.0%	9.0%	2.0%	1.0%	11.0%	6.0%	1.0%	6.0%	4.0%	3.0%	1.0%	2.0%	1.0%	2.0%	1.0%	4.0%	6.0%	4.0%	100.0%
	% of Total		9.0%	5.0%	6.0%	6.0%	10.0%	9.0%	2.0%	1.0%	11.0%	6.0%	1.0%	6.0%	4.0%	3.0%	1.0%	2.0%	1.0%	2.0%	1.0%	4.0%	6.0%	4.0%	100.0%

الدستور - العلاقات مع الفن

Crosstabulation الفن Q11 * دقة وصحة المصطلح Q2								
			الفن Q11				Total	
			الخبر 1	التقرير 2	المقالة 3	التحقيق 4		عرض التقرير 7
المصطلح دقة وصحة Q2	المصطلحات الواردة في المادة صحيحة كافة 1	Count	90	6	1	1	2	100
		% within Q2 المصطلح دقة وصحة Q2	90.0%	6.0%	1.0%	1.0%	2.0%	100.0%
		% of Total	90.0%	6.0%	1.0%	1.0%	2.0%	100.0%
Total		Count	90	6	1	1	2	100
		% within Q2 المصطلح دقة وصحة Q2	90.0%	6.0%	1.0%	1.0%	2.0%	100.0%
		% of Total	90.0%	6.0%	1.0%	1.0%	2.0%	100.0%

Crosstabulation الفن Q11 * دقة وصحة المصطلح Q2								
			الفن Q11				Total	
			الخبر 1	التقرير 2	المقالة 3	التحقيق 4		عرض التقرير 7
المصطلح دقة وصحة Q2	المصطلحات الواردة في المادة صحيحة كافة 1	Count	90	6	1	1	2	100
		% within Q2 المصطلح دقة وصحة Q2	90.0%	6.0%	1.0%	1.0%	2.0%	100.0%
		% of Total	90.0%	6.0%	1.0%	1.0%	2.0%	100.0%
Total		Count	90	6	1	1	2	100
		% within Q2 المصطلح دقة وصحة Q2	90.0%	6.0%	1.0%	1.0%	2.0%	100.0%
		% of Total	90.0%	6.0%	1.0%	1.0%	2.0%	100.0%

Crosstabulation الفن Q11 * شرح المصطلح Q3								
			الفن Q11					Total
			الخبر 1	التقرير 2	المقالة 3	التحقيق 4	عرض التقرير 7	
المصطلح شرح Q3	المفاهيم شرحت ووضحت بشكل كامل كافة 1	Count	82	6	1	1	2	92
		% within Q3 المصطلح شرح	89.1%	6.5%	1.1%	1.1%	2.2%	100.0%
		% of Total	82.0%	6.0%	1.0%	1.0%	2.0%	92.0%
	متوسط شرحت بمعدل 2	Count	8	0	0	0	0	8
		% within Q3 المصطلح شرح	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	8.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	8.0%
Total	Count	90	6	1	1	2	100	
	% within Q3 المصطلح شرح	90.0%	6.0%	1.0%	1.0%	2.0%	100.0%	
	% of Total	90.0%	6.0%	1.0%	1.0%	2.0%	100.0%	

Crosstabulation الفن Q11 * توافر البيانات Q4								
			الفن Q11					Total
			الخبر 1	التقرير 2	المقالة 3	التحقيق 4	عرض التقرير 7	
البيانات توافر Q4	البيانات متوافرة كافة 1	Count	69	5	0	1	2	77
		% within Q4 البيانات توافر	89.6%	6.5%	.0%	1.3%	2.6%	100.0%
		% of Total	69.0%	5.0%	.0%	1.0%	2.0%	77.0%
	بمعدل جيد متوافرة 2	Count	17	1	1	0	0	19
		% within Q4 البيانات توافر	89.5%	5.3%	5.3%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	17.0%	1.0%	1.0%	.0%	.0%	19.0%

	بمعدل منخفض متوافرة 3	Count	4	0	0	0	0	4
		% within Q4 البيانات توافر Q4	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	4.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	4.0%
Total		Count	90	6	1	1	2	100
		% within Q4 البيانات توافر Q4	90.0%	6.0%	1.0%	1.0%	2.0%	100.0%
		% of Total	90.0%	6.0%	1.0%	1.0%	2.0%	100.0%

Crosstabulation الفن Q11 * توافر المصادر Q5								
			الفن Q11					Total
			الخبر 1	التقرير 2	المقالة 3	التحقيق 4	عرض التقرير 7	
المصادر توافر Q5	اللازمة لتكامل المادة متوافرة جميعها المصادر 1	Count	84	6	1	1	2	94
		% within Q5 المصادر توافر Q5	89.4%	6.4%	1.1%	1.1%	2.1%	100.0%
		% of Total	84.0%	6.0%	1.0%	1.0%	2.0%	94.0%
	بمعدل جيد متوافرة 2	Count	6	0	0	0	0	6
		% within Q5 المصادر توافر Q5	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	6.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	6.0%
Total		Count	90	6	1	1	2	100
		% within Q5 المصادر توافر Q5	90.0%	6.0%	1.0%	1.0%	2.0%	100.0%
		% of Total	90.0%	6.0%	1.0%	1.0%	2.0%	100.0%

Crosstabulation Q11 الفن Q6 * تعريف المكونات Q6								
			الفن Q11					Total
			الخبر 1	التقرير 2	المقالة 3	التحقيق 4	عرض التقرير 7	
المكونات تعريف Q6	جميعها عرفت 1	Count	86	6	1	1	2	96
		% within Q6 المكونات تعريف	89.6%	6.3%	1.0%	1.0%	2.1%	100.0%
		% of Total	86.0%	6.0%	1.0%	1.0%	2.0%	96.0%
	معظمها تم تعريف 2	Count	4	0	0	0	0	4
		% within Q6 المكونات تعريف	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	4.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	4.0%
Total	Count	90	6	1	1	2	100	
	% within Q6 المكونات تعريف	90.0%	6.0%	1.0%	1.0%	2.0%	100.0%	
	% of Total	90.0%	6.0%	1.0%	1.0%	2.0%	100.0%	

Crosstabulation Q11 الفن Q7 * وجود الرسوم البيانية Q7								
			الفن Q11					Total
			الخبر 1	التقرير 2	المقالة 3	التحقيق 4	عرض التقرير 7	
الرسوم البيانية وجود Q7	ذكر مصدرها وجدت وتم 1	Count	10	0	0	0	0	10
		% within Q7 الرسوم البيانية وجود	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	10.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	10.0%
	رسوم إيضاحية رغم أفضلية وجودها لا توجد 3	Count	9	3	0	0	0	12
		% within Q7 الرسوم البيانية وجود	75.0%	25.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	9.0%	3.0%	.0%	.0%	.0%	12.0%
	بحاجة ليست 4	Count	71	3	1	1	2	78
		% within Q7 الرسوم البيانية وجود	100.0%	4.2%	1.4%	1.4%	2.8%	100.0%
		% of Total	71.0%	3.0%	1.0%	1.0%	2.0%	78.0%

		% within Q7 البيانية وجود الرسوم	91.0%	3.8%	1.3%	1.3%	2.6%	100.0%
		% of Total	71.0%	3.0%	1.0%	1.0%	2.0%	78.0%
Total		Count	90	6	1	1	2	100
		% within Q7 البيانية وجود الرسوم	90.0%	6.0%	1.0%	1.0%	2.0%	100.0%
		% of Total	90.0%	6.0%	1.0%	1.0%	2.0%	100.0%

Crosstabulation Q8 الصياغة والتنظيم * Q11 الفن								
			الفن Q11					Total
			الخبر 1	التقرير 2	المقالة 3	التحقيق 4	عرض التقرير 7	
Q8 والتنظيم الصياغة	كبيرة منظمة بنسبة 1	Count	84	5	1	0	1	91
		% within Q8 والتنظيم الصياغة	92.3%	5.5%	1.1%	.0%	1.1%	100.0%
		% of Total	84.0%	5.0%	1.0%	.0%	1.0%	91.0%
	متوسطة منظمة بنسبة 2	Count	6	1	0	1	1	9
		% within Q8 والتنظيم الصياغة	66.7%	11.1%	.0%	11.1%	11.1%	100.0%
		% of Total	6.0%	1.0%	.0%	1.0%	1.0%	9.0%
Total		Count	90	6	1	1	2	100
		% within Q8 والتنظيم الصياغة	90.0%	6.0%	1.0%	1.0%	2.0%	100.0%
		% of Total	90.0%	6.0%	1.0%	1.0%	2.0%	100.0%

الدستور - العلاقات مع المصدر

Crosstabulation المصدر Q9 * دقة وصحة المصطلح Q2							
			المصدر Q9				Total
			المراسل 1	وكالة بترا 2	وكالات أجنبية 4	لم يذكر 8	
المصطلح دقة وصحة Q2	المصطلحات الواردة في المادة صحيحة كافة 1	Count	39	18	11	32	100
		% within Q2 المصطلح دقة وصحة Q2	39.0%	18.0%	11.0%	32.0%	100.0%
		% of Total	39.0%	18.0%	11.0%	32.0%	100.0%
Total		Count	39	18	11	32	100
		% within Q2 المصطلح دقة وصحة Q2	39.0%	18.0%	11.0%	32.0%	100.0%
		% of Total	39.0%	18.0%	11.0%	32.0%	100.0%

Crosstabulation المصدر Q9 * دقة وصحة المصطلح Q2							
			المصدر Q9				Total
			المراسل 1	وكالة بترا 2	وكالات أجنبية 4	لم يذكر 8	
المصطلح دقة وصحة Q2	المصطلحات الواردة في المادة صحيحة كافة 1	Count	39	18	11	32	100
		% within Q2 المصطلح دقة وصحة Q2	39.0%	18.0%	11.0%	32.0%	100.0%
		% of Total	39.0%	18.0%	11.0%	32.0%	100.0%
Total		Count	39	18	11	32	100
		% within Q2 المصطلح دقة وصحة Q2	39.0%	18.0%	11.0%	32.0%	100.0%
		% of Total	39.0%	18.0%	11.0%	32.0%	100.0%

Crosstabulation المصدر Q9 * شرح المصطلح Q3							
			المصدر Q9				Total
			المراسل 1	وكالة بترا 2	وكالات أجنبية 4	لم يذكر 8	
المصطلح شرح Q3	المفاهيم شرحت ووضحت بشكل كامل كافة 1	Count	36	16	11	29	92
		% within Q3 المصطلح شرح	39.1%	17.4%	12.0%	31.5%	100.0%
		% of Total	36.0%	16.0%	11.0%	29.0%	92.0%
	متوسط شرحت بمعدل 2	Count	3	2	0	3	8
		% within Q3 المصطلح شرح	37.5%	25.0%	.0%	37.5%	100.0%
		% of Total	3.0%	2.0%	.0%	3.0%	8.0%
Total	Count	39	18	11	32	100	
	% within Q3 المصطلح شرح	39.0%	18.0%	11.0%	32.0%	100.0%	
	% of Total	39.0%	18.0%	11.0%	32.0%	100.0%	

Crosstabulation المصدر Q9 * توافر البيانات Q4							
			المصدر Q9				Total
			المراسل 1	وكالة بترا 2	وكالات أجنبية 4	لم يذكر 8	
البيانات توافر Q4	البيانات متوافرة كافة 1	Count	33	10	9	25	77
		% within Q4 البيانات توافر	42.9%	13.0%	11.7%	32.5%	100.0%
		% of Total	33.0%	10.0%	9.0%	25.0%	77.0%
	بمعدل جيد متوافرة 2	Count	6	5	2	6	19
		% within Q4 البيانات توافر	31.6%	26.3%	10.5%	31.6%	100.0%
		% of Total	6.0%	5.0%	2.0%	6.0%	19.0%
	بمعدل منخفض متوافرة 3	Count	0	3	0	1	4

		البيانات توافر Q4 within %	.0%	75.0%	.0%	25.0%	100.0%
		% of Total	.0%	3.0%	.0%	1.0%	4.0%
Total		Count	39	18	11	32	100
		البيانات توافر Q4 within %	39.0%	18.0%	11.0%	32.0%	100.0%
		% of Total	39.0%	18.0%	11.0%	32.0%	100.0%

Crosstabulation المصدر Q9 * توافر المصادر Q5							
			المصدر Q9				Total
			المراسل 1	وكالة بترا 2	وكالات أجنبية 4	لم يذكر 8	
المصادر توافر Q5	اللائمة لتكامل المادة متوافرة جميعها المصادر 1	Count	36	18	10	30	94
		% within Q5 المصادر توافر Q5	38.3%	19.1%	10.6%	31.9%	100.0%
		% of Total	36.0%	18.0%	10.0%	30.0%	94.0%
	بمعدل جيد متوافرة 2	Count	3	0	1	2	6
		% within Q5 المصادر توافر Q5	50.0%	.0%	16.7%	33.3%	100.0%
		% of Total	3.0%	.0%	1.0%	2.0%	6.0%
Total		Count	39	18	11	32	100
		% within Q5 المصادر توافر Q5	39.0%	18.0%	11.0%	32.0%	100.0%
		% of Total	39.0%	18.0%	11.0%	32.0%	100.0%

Crosstabulation المصدر Q9 * تعريف المكونات Q6							
			المصدر Q9				Total
			المراسل 1	وكالة بترا 2	وكالات أجنبية 4	لم يذكر 8	
المكونات تعريف Q6	جميعها عرفت 1	Count	38	17	11	30	96
		% within Q6 المكونات تعريف	39.6%	17.7%	11.5%	31.3%	100.0%
		% of Total	38.0%	17.0%	11.0%	30.0%	96.0%
	معظمها تم تعريف 2	Count	1	1	0	2	4
		% within Q6 المكونات تعريف	25.0%	25.0%	.0%	50.0%	100.0%
		% of Total	1.0%	1.0%	.0%	2.0%	4.0%
Total	Count	39	18	11	32	100	
	% within Q6 المكونات تعريف	39.0%	18.0%	11.0%	32.0%	100.0%	
	% of Total	39.0%	18.0%	11.0%	32.0%	100.0%	

Crosstabulation المصدر Q9 * وجود الرسوم البيانية Q7							
			المصدر Q9				Total
			المراسل 1	وكالة بترا 2	وكالات أجنبية 4	لم يذكر 8	
الرسوم البيانية وجود Q7	ذكر مصدرها وجدت وتم 1	Count	6	1	1	2	10
		% within Q7 الرسوم البيانية وجود	60.0%	10.0%	10.0%	20.0%	100.0%
		% of Total	6.0%	1.0%	1.0%	2.0%	10.0%
	رسوم إيضاحية رغم أفضلية وجودها لا توجد 3	Count	10	0	0	2	12
		% within Q7 الرسوم البيانية وجود	83.3%	.0%	.0%	16.7%	100.0%
		% of Total	10.0%	.0%	.0%	2.0%	12.0%
	بحاجة ليست 4	Count	23	17	10	28	78

		البيانية وجود الرسوم % within Q7	29.5%	21.8%	12.8%	35.9%	100.0%
		% of Total	23.0%	17.0%	10.0%	28.0%	78.0%
Total		Count	39	18	11	32	100
		البيانية وجود الرسوم % within Q7	39.0%	18.0%	11.0%	32.0%	100.0%
		% of Total	39.0%	18.0%	11.0%	32.0%	100.0%

Crosstabulation المصدر Q9 * الصياغة والتنظيم Q8							
			المصدر Q9				Total
			1 المراسل	2 وكالة بترا	4 وكالات أجنبية	8 لم يذكر	
Q8 والتنظيم الصياغة	كبيرة منظمة بنسبة 1	Count	34	17	10	30	91
		% within Q8 والتنظيم الصياغة	37.4%	18.7%	11.0%	33.0%	100.0%
		% of Total	34.0%	17.0%	10.0%	30.0%	91.0%
	متوسطة منظمة بنسبة 2	Count	5	1	1	2	9
		% within Q8 والتنظيم الصياغة	55.6%	11.1%	11.1%	22.2%	100.0%
		% of Total	5.0%	1.0%	1.0%	2.0%	9.0%
Total		Count	39	18	11	32	100
		% within Q8 والتنظيم الصياغة	39.0%	18.0%	11.0%	32.0%	100.0%
		% of Total	39.0%	18.0%	11.0%	32.0%	100.0%

الرأي - العلاقات مع المجال

Crosstabulation المجال Q10 * دقة وصحة المصطلح Q2

		المجال Q10																							Total
		1 عقار	2 نقل	3 اتصالات	4 بنوك	5 شركات	6 طاقة ومعالن	7 عملات	8 زراعة	10 سياحة	11 معارض	12 اجراءات وقوانين	13 تكنولوجيا معلومات	14 دراسات	15 المجال الطبي	16 غذاء وتموين	17 تعليم وتدريب	18 صناعات مختلفة	19 خدمات	21 عمالة	23 صحافة واعلام	26 تطبيق القوانين	27 استراتيجيات		
المصطلح حسب الوردية في المادة	Count	9	4	3	5	5	12	2	3	4	10	3	1	11	1	3	3	1	1	5	2	5	5	98	
	% within دقة وصحة المصطلح	9.2%	4.1%	3.1%	5.1%	5.1%	12.2%	2.0%	3.1%	4.1%	10.2%	3.1%	1.0%	11.2%	1.0%	3.1%	3.1%	1.0%	1.0%	5.1%	2.0%	5.1%	5.1%	100.0%	
	% of Total	9.0%	4.0%	3.0%	5.0%	5.0%	12.0%	2.0%	3.0%	4.0%	10.0%	3.0%	1.0%	11.0%	1.0%	3.0%	3.0%	1.0%	1.0%	5.0%	2.0%	5.0%	5.0%	98.0%	
واحد يوجد خطأ 2	Count	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	
	% within دقة وصحة المصطلح	50.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	50.0%	100.0%	
	% of Total	1.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.0%	2.0%	
Total	Count	10	4	3	5	5	12	2	3	4	10	3	1	11	1	3	3	1	1	5	2	5	6	100	
	% within دقة وصحة المصطلح	10.0%	4.0%	3.0%	5.0%	5.0%	12.0%	2.0%	3.0%	4.0%	10.0%	3.0%	1.0%	11.0%	1.0%	3.0%	3.0%	1.0%	1.0%	5.0%	2.0%	5.0%	6.0%	100.0%	
	% of Total	10.0%	4.0%	3.0%	5.0%	5.0%	12.0%	2.0%	3.0%	4.0%	10.0%	3.0%	1.0%	11.0%	1.0%	3.0%	3.0%	1.0%	1.0%	5.0%	2.0%	5.0%	6.0%	100.0%	

Q2 Crosstabulation المجال Q10 * دقة وصحة المصطلح

		المجال Q10																							Total
		عقل 1	نقل 2	اتصالات 3	بنوك 4	شركات 5	طاقة 6 ومعادن	عملات 7	زراعة 8	سياحة 10	معارض 11	اجراءات وقوانين 12	تكنولوجيا 13 معلومات	دراسات 14	المجال 15 الطبي	غذاء 16 وتموين	تعليم 17 وتدريب	صناعات 18 مختلفة	خدمات 19	عمالة 21	صحافة 23 واعلام	تطبيق 26 القوانين	استراتيجيات 27		
		المصطلح دقة وصحة Q2	المصطلحات الواردة كافة 1 في المادة صحيحة	Count	9	4	3	5	5	12	2	3	4	10	3	1	11	1	3	3	1	1	5	2	
% within دقة Q2 وصحة المصطلح		9.2%	4.1%	3.1%	5.1%	5.1%	12.2%	2.0%	3.1%	4.1%	10.2%	3.1%	1.0%	11.2%	1.0%	3.1%	3.1%	1.0%	1.0%	5.1%	2.0%	5.1%	5.1%	100.0%	
% of Total		9.0%	4.0%	3.0%	5.0%	5.0%	12.0%	2.0%	3.0%	4.0%	10.0%	3.0%	1.0%	11.0%	1.0%	3.0%	3.0%	1.0%	1.0%	5.0%	2.0%	5.0%	5.0%	98.0%	
واحد يوجد خطأ 2	Count	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	
% within دقة Q2 وصحة المصطلح		50.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	50.0%	100.0%	
% of Total		1.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.0%	2.0%	
Total	Count	10	4	3	5	5	12	2	3	4	10	3	1	11	1	3	3	1	1	5	2	5	6	100	
% within دقة Q2 وصحة المصطلح		10.0%	4.0%	3.0%	5.0%	5.0%	12.0%	2.0%	3.0%	4.0%	10.0%	3.0%	1.0%	11.0%	1.0%	3.0%	3.0%	1.0%	1.0%	5.0%	2.0%	5.0%	6.0%	100.0%	
% of Total		10.0%	4.0%	3.0%	5.0%	5.0%	12.0%	2.0%	3.0%	4.0%	10.0%	3.0%	1.0%	11.0%	1.0%	3.0%	3.0%	1.0%	1.0%	5.0%	2.0%	5.0%	6.0%	100.0%	

Crosstabulation المجال Q10 * شرح المصطلح Q3

		المجال Q10																							Total
		عقار 1	نقل 2	اتصالات 3	بنوك 4	شركات 5	طاقة 6 ومعادن	عملات 7	زراعة 8	سياحة 10	معارض 11	اجراءات 12 وقوانين	تكنولوجيا 13 معلومات	دراسات 14	المجال 15 الطبي	غذاء 16 وتموين	تعليم 17 وتدريب	صناعات 18 مختلفة	خدمات 19	عمالة 21	صحافة 23 وعلام	تطبيق 26 القوانين	استراتيجيات 27		
المصطلح شرح Q3	المفاهيم شرحت كافة 1 ووضعت بشكل كامل	Count	10	4	3	4	5	12	1	3	3	9	3	1	10	1	3	3	1	1	5	2	5	6	95
		% within شرح Q3 المصطلح	10.5%	4.2%	3.2%	4.2%	5.3%	12.6%	1.1%	3.2%	3.2%	9.5%	3.2%	1.1%	10.5%	1.1%	3.2%	3.2%	1.1%	1.1%	5.3%	2.1%	5.3%	6.3%	100.0%
		% of Total	10.0%	4.0%	3.0%	4.0%	5.0%	12.0%	1.0%	3.0%	3.0%	9.0%	3.0%	1.0%	10.0%	1.0%	3.0%	3.0%	1.0%	1.0%	5.0%	2.0%	5.0%	6.0%	95.0%
	متوسط شرحت بمعدل 2	Count	0	0	0	1	0	0	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
		% within شرح Q3 المصطلح	.0%	.0%	.0%	20.0%	.0%	.0%	20.0%	.0%	20.0%	20.0%	.0%	.0%	20.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	.0%	.0%	.0%	1.0%	.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	1.0%	.0%	.0%	1.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	5.0%
Total	Count	10	4	3	5	5	12	2	3	4	10	3	1	11	1	3	3	1	1	5	2	5	6	100	
	% within شرح Q3 المصطلح	10.0%	4.0%	3.0%	5.0%	5.0%	12.0%	2.0%	3.0%	4.0%	10.0%	3.0%	1.0%	11.0%	1.0%	3.0%	3.0%	1.0%	1.0%	5.0%	2.0%	5.0%	6.0%	100.0%	
	% of Total	10.0%	4.0%	3.0%	5.0%	5.0%	12.0%	2.0%	3.0%	4.0%	10.0%	3.0%	1.0%	11.0%	1.0%	3.0%	3.0%	1.0%	1.0%	5.0%	2.0%	5.0%	6.0%	100.0%	

Q4 Crosstabulation * المجال Q10 * توافر البيانات Q4

		المجال Q10																							Total
		عقار 1	نقل 2	اتصالات 3	بنوك 4	شركات 5	طاقة 6 ومعادن	عملات 7	زراعة 8	سياحة 10	معارض 11	اجراءات 12 وقوانين	تكنولوجيا 13 معلومات	دراسات 14	المجال 15 الطبي	غذاء 16 وتموين	تعليم 17 وتدريب	صناعات 18 مختلفة	خدمات 19	عمالة 21	صحافة 23 واعلام	تطبيق 26 القوانين L/	استراتيجيات		
البيانات متوافرة كافة 1	Count	8	2	2	4	5	6	2	2	3	9	3	0	7	1	2	3	0	1	3	1	4	5	73	
	% within Q4 توافر البيانات	11.0%	2.7%	2.7%	5.5%	6.8%	8.2%	2.7%	2.7%	4.1%	12.3%	4.1%	.0%	9.6%	1.4%	2.7%	4.1%	.0%	1.4%	4.1%	1.4%	5.5%	6.8%	100.0%	
	% of Total	8.0%	2.0%	2.0%	4.0%	5.0%	6.0%	2.0%	2.0%	3.0%	9.0%	3.0%	.0%	7.0%	1.0%	2.0%	3.0%	.0%	1.0%	3.0%	1.0%	4.0%	5.0%	73.0%	
	Count	2	2	1	1	0	6	0	1	1	1	0	1	4	0	1	0	1	0	2	1	1	1	27	
	% within Q4 توافر البيانات	7.4%	7.4%	3.7%	3.7%	.0%	22.2%	.0%	3.7%	3.7%	3.7%	.0%	3.7%	14.8%	.0%	3.7%	.0%	3.7%	.0%	7.4%	3.7%	3.7%	3.7%	100.0%	
	% of Total	2.0%	2.0%	1.0%	1.0%	.0%	6.0%	.0%	1.0%	1.0%	1.0%	.0%	1.0%	4.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	2.0%	1.0%	1.0%	1.0%	27.0%	
Total	Count	10	4	3	5	5	12	2	3	4	10	3	1	11	1	3	3	1	1	5	2	5	6	100	
	% within Q4 توافر البيانات	10.0%	4.0%	3.0%	5.0%	5.0%	12.0%	2.0%	3.0%	4.0%	10.0%	3.0%	1.0%	11.0%	1.0%	3.0%	3.0%	1.0%	1.0%	5.0%	2.0%	5.0%	6.0%	100.0%	
	% of Total	10.0%	4.0%	3.0%	5.0%	5.0%	12.0%	2.0%	3.0%	4.0%	10.0%	3.0%	1.0%	11.0%	1.0%	3.0%	3.0%	1.0%	1.0%	5.0%	2.0%	5.0%	6.0%	100.0%	

Q5 Crosstabulation المجال Q10 * توافر المصادر Q5

		المجال Q10																							Total
		عقار 1	نقل 2	اتصالات 3	بنوك 4	شركات 5	طاقة 6 ومعادن	عملات 7	زراعة 8	سياحة 10	معارض 11	اجراءات 12 وقوانين	تكنولوجيا 13 معلومات	دراسات 14	المجال 15 الطبي	غذاء 16 وتموين	تعليم 17 وتدريب	صناعات 18 مختلفة	خدمات 19	عمالة 21	صحافة 23 وعلام	تطبيق 26 القوانين	استراتيجيات 27		
المصادر توافر Q5	اللازمة لتكامل المصادر 1 المادة متوافرة جميعها	Count	9	3	1	4	4	9	2	3	4	7	2	0	6	0	2	3	1	0	3	2	3	5	73
		% within Q5 توافر المصادر	12.3%	4.1%	1.4%	5.5%	5.5%	12.3%	2.7%	4.1%	5.5%	9.6%	2.7%	.0%	8.2%	.0%	2.7%	4.1%	1.4%	.0%	4.1%	2.7%	4.1%	6.8%	100.0%
		% of Total	9.0%	3.0%	1.0%	4.0%	4.0%	9.0%	2.0%	3.0%	4.0%	7.0%	2.0%	.0%	6.0%	.0%	2.0%	3.0%	1.0%	.0%	3.0%	2.0%	3.0%	5.0%	73.0%
	بمعدل جيد متوافرة 2	Count	1	1	2	1	1	3	0	0	0	3	1	1	5	1	1	0	0	1	2	0	2	1	27
		% within Q5 توافر المصادر	3.7%	3.7%	7.4%	3.7%	3.7%	11.1%	.0%	.0%	.0%	11.1%	3.7%	3.7%	18.5%	3.7%	3.7%	.0%	.0%	3.7%	7.4%	.0%	7.4%	3.7%	100.0%
		% of Total	1.0%	1.0%	2.0%	1.0%	1.0%	3.0%	.0%	.0%	.0%	3.0%	1.0%	1.0%	5.0%	1.0%	1.0%	.0%	.0%	1.0%	2.0%	.0%	2.0%	1.0%	27.0%
Total	Count	10	4	3	5	5	12	2	3	4	10	3	1	11	1	3	3	1	1	5	2	5	6	100	
	% within Q5 توافر المصادر	10.0%	4.0%	3.0%	5.0%	5.0%	12.0%	2.0%	3.0%	4.0%	10.0%	3.0%	1.0%	11.0%	1.0%	3.0%	3.0%	1.0%	1.0%	5.0%	2.0%	5.0%	6.0%	100.0%	
	% of Total	10.0%	4.0%	3.0%	5.0%	5.0%	12.0%	2.0%	3.0%	4.0%	10.0%	3.0%	1.0%	11.0%	1.0%	3.0%	3.0%	1.0%	1.0%	5.0%	2.0%	5.0%	6.0%	100.0%	

Crosstabulation المجال Q10 * تعريف المكونات Q6

		المجال Q10																								Total																																										
		عقار 1	نقل 2	اتصالات 3	بنوك 4	شركات 5	طاقة ومعدن 6	عملات 7	زراعة 8	سياحة 10	معارض 11	اجراءات وقوانين 12	تكنولوجيا 13	دراسات 14	المجال الطبي 15	غذاء و ترمين 16	تعليم وتدريب 17	صناعات مختلفة 18	خدمات 19	عمالة 21	صحافة و اعلام 23	تطبيق القوانين 26	استراتيجيات 27																																													
		Count	% within تعريف المكونات Q6	% of Total	Count	% within تعريف المكونات Q6	% of Total	Count	% within تعريف المكونات Q6	% of Total	Count	% within تعريف المكونات Q6	% of Total	Count	% within تعريف المكونات Q6	% of Total	Count	% within تعريف المكونات Q6	% of Total	Count	% within تعريف المكونات Q6	% of Total	Count	% within تعريف المكونات Q6	% of Total																																											
المكونات تعريف Q6	جميعها عرفت 1	10	11.0%	10.0%	4	4.4%	4.0%	2	2.2%	2.0%	4	4.4%	4.0%	5	5.5%	5.0%	11	12.1%	11.0%	2	2.2%	2.0%	3	3.3%	3.0%	4	4.4%	4.0%	7	7.7%	7.0%	3	3.3%	3.0%	0	.0%	10	11.0%	10.0%	1	1.1%	1.0%	3	3.3%	3.0%	3	3.3%	3.0%	1	1.1%	1.0%	0	.0%	5	5.5%	5.0%	2	2.2%	2.0%	5	5.5%	5.0%	6	6.6%	6.0%	91	100.0%	91.0%
	معظمها تم تعريف 2	0	.0%	.0%	0	.0%	.0%	1	11.1%	1.0%	1	11.1%	1.0%	0	.0%	.0%	0	.0%	.0%	0	.0%	.0%	0	.0%	.0%	0	.0%	.0%	3	33.3%	3.0%	0	.0%	11.1%	11.1%	1.0%	1	11.1%	1.0%	0	.0%	.0%	0	.0%	.0%	0	.0%	.0%	0	.0%	.0%	0	.0%	.0%	9	100.0%	9.0%											
	Total	Count	10	10.0%	10.0%	4	4.0%	4.0%	3	3.0%	3.0%	5	5.0%	5.0%	5	5.0%	5.0%	12	12.0%	12.0%	2	2.0%	2.0%	3	3.0%	3.0%	4	4.0%	4.0%	10	10.0%	10.0%	3	3.0%	3.0%	1	1.0%	1.0%	11	11.0%	11.0%	1	1.0%	1.0%	3	3.0%	3.0%	3	3.0%	3.0%	1	1.0%	1.0%	5	5.0%	5.0%	2	2.0%	2.0%	5	5.0%	5.0%	6	6.0%	6.0%	100	100.0%	100.0%
	% within تعريف المكونات Q6	10.0%	4.0%	3.0%	5.0%	5.0%	12.0%	2.0%	3.0%	4.0%	10.0%	3.0%	1.0%	11.0%	1.0%	3.0%	3.0%	1.0%	1.0%	5.0%	2.0%	5.0%	6.0%	6.0%	6.0%	4.0%	4.0%	10.0%	3.0%	1.0%	11.0%	1.0%	3.0%	3.0%	1.0%	1.0%	5.0%	2.0%	5.0%	6.0%	6.0%	6.0%	5.0%	2.0%	5.0%	6.0%	6.0%	5.0%	2.0%	5.0%	6.0%	6.0%	100.0%	100.0%														
	% of Total	10.0%	4.0%	3.0%	5.0%	5.0%	12.0%	2.0%	3.0%	4.0%	10.0%	3.0%	1.0%	11.0%	1.0%	3.0%	3.0%	1.0%	1.0%	5.0%	2.0%	5.0%	6.0%	6.0%	6.0%	4.0%	4.0%	10.0%	3.0%	1.0%	11.0%	1.0%	3.0%	3.0%	1.0%	1.0%	5.0%	2.0%	5.0%	6.0%	6.0%	6.0%	5.0%	2.0%	5.0%	6.0%	6.0%	5.0%	2.0%	5.0%	6.0%	6.0%	100.0%	100.0%														

Q10 Crosstabulation * وجود الرسوم البيانية Q7

		المجال Q10																							Total
		عقار 1	نقل 2	اتصالات 3	بنوك 4	شركات 5	طاقة ومعالن 6	عملات 7	زراعة 8	سياحة 10	معارض 11	اجراءات وقوانين 12	تكنولوجيا معلومات 13	دراسات 14	المجال الطبي 15	غذاء وتموين 16	تعليم وتدريب 17	صناعات مختلفة 18	خدمات 19	عمالة 21	صحافة واعلام 23	تطبيق القوانين 26	استراتيجيات 27		
		الرسوم البيانية وجود Q7	ذكر وجدت وتم مصدرها 1	Count	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	
% within وجود الرسوم البيانية Q7	.0%			.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
% of Total	.0%			.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	2.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	2.0%
ذكر وجدت وتم المصدر 2	Count		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	% within وجود الرسوم البيانية Q7		.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total		.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.0%
إيضاحية رغم أفضلية	Count		2	0	2	0	0	4	1	0	1	0	0	6	0	0	1	1	0	3	0	0	0	0	21
	% within وجود الرسوم البيانية Q7		9.5%	.0%	9.5%	.0%	.0%	19.0%	4.8%	.0%	4.8%	.0%	.0%	28.6%	.0%	.0%	4.8%	4.8%	.0%	14.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
	% of Total		2.0%	.0%	2.0%	.0%	.0%	4.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	.0%	6.0%	.0%	.0%	1.0%	1.0%	.0%	3.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	21.0%
ليست بحاجة 4	Count		8	4	1	5	5	8	1	3	3	10	3	1	2	1	3	2	0	1	2	2	5	6	76
	% within وجود الرسوم البيانية Q7		10.5%	5.3%	1.3%	6.6%	6.6%	10.5%	1.3%	3.9%	3.9%	13.2%	3.9%	1.3%	2.6%	1.3%	3.9%	2.6%	.0%	1.3%	2.6%	2.6%	6.6%	7.9%	100.0%

		البيانية																								
		% of Total	8.0%	4.0%	1.0%	5.0%	5.0%	8.0%	1.0%	3.0%	3.0%	10.0%	3.0%	1.0%	2.0%	1.0%	3.0%	2.0%	.0%	1.0%	2.0%	2.0%	5.0%	6.0%	76.0%	
Total	Count	10	4	3	5	5	12	2	3	4	10	3	1	11	1	3	3	1	1	5	2	5	6	100		
	% within Q7 وجود الرسوم البيانية	10.0%	4.0%	3.0%	5.0%	5.0%	12.0%	2.0%	3.0%	4.0%	10.0%	3.0%	1.0%	11.0%	1.0%	3.0%	3.0%	1.0%	1.0%	5.0%	2.0%	5.0%	6.0%	100.0%		
	% of Total	10.0%	4.0%	3.0%	5.0%	5.0%	12.0%	2.0%	3.0%	4.0%	10.0%	3.0%	1.0%	11.0%	1.0%	3.0%	3.0%	1.0%	1.0%	5.0%	2.0%	5.0%	6.0%	100.0%		

Q8 Crosstabulation * Q10 الصياغة والتنظيم

		المجال Q10																									Total
		عقار 1	نقل 2	اتصالات 3	بنوك 4	شركات 5	طاقة ومعدات 6	عجلات 7	زراعة 8	سياحة 10	معرض 11	اجراءات وقوانين 12	تكنولوجيا 13	دراسات 14	المجال الطبي 15	غذاء 16	تعليم وتدريب 17	صناعات مختلفة 18	خدمات 19	عمالة 21	صحافة واعلام 23	تطبيق القوانين 26	استراتيجيات 27				
والتنظيم الصياغة Q8	كبيرة منظمة بنسبة 1	Count	9	4	3	5	5	11	2	3	4	10	3	1	9	1	3	3	1	1	5	2	4	4	93		
		% within Q8 الصياغة والتنظيم	9.7%	4.3%	3.2%	5.4%	5.4%	11.8%	2.2%	3.2%	4.3%	10.8%	3.2%	1.1%	9.7%	1.1%	3.2%	3.2%	1.1%	1.1%	5.4%	2.2%	4.3%	4.3%	100.0%		
		% of Total	9.0%	4.0%	3.0%	5.0%	5.0%	11.0%	2.0%	3.0%	4.0%	10.0%	3.0%	1.0%	9.0%	1.0%	3.0%	3.0%	1.0%	1.0%	5.0%	2.0%	4.0%	4.0%	93.0%		
منظمة 2 بنسبة متوسطة	منظمة 2 بنسبة متوسطة	Count	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	2	6		
		% within Q8	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	16.7%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	33.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	16.7%	33.3%	100.0%		

Q8

	الصياغة والتنظيم																								
	% of Total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	2.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.0%	2.0%	6.0%	
منظمة غير 3	Count	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	
	% within Q8 الصياغة والتنظيم	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
	% of Total	1.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.0%	
Total	Count	10	4	3	5	5	12	2	3	4	10	3	1	11	1	3	3	1	1	5	2	5	6	100	
	% within Q8 الصياغة والتنظيم	10.0%	4.0%	3.0%	5.0%	5.0%	12.0%	2.0%	3.0%	4.0%	10.0%	3.0%	1.0%	11.0%	1.0%	3.0%	3.0%	1.0%	1.0%	5.0%	2.0%	5.0%	6.0%	100.0%	
	% of Total	10.0%	4.0%	3.0%	5.0%	5.0%	12.0%	2.0%	3.0%	4.0%	10.0%	3.0%	1.0%	11.0%	1.0%	3.0%	3.0%	1.0%	1.0%	5.0%	2.0%	5.0%	6.0%	100.0%	

الرأي - العلاقات مع الفن

Crosstabulation الفن Q11 * دقة وصحة المصطلح Q2								
			الفن Q11				Total	
			الخبر 1	التقرير 2	المقالة 3	التحقيق 4		عرض التقرير 7
المصطلح دقة وصحة Q2	المصطلحات الواردة في المادة صحيحة كافة 1	Count	82	10	5	0	1	98
		% within Q2 المصطلح دقة وصحة	83.7%	10.2%	5.1%	.0%	1.0%	100.0%
		% of Total	82.0%	10.0%	5.0%	.0%	1.0%	98.0%
	واحد يوجد خطأ 2	Count	0	1	0	1	0	2
		% within Q2 المصطلح دقة وصحة	.0%	50.0%	.0%	50.0%	.0%	100.0%
		% of Total	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	2.0%
Total	Count	82	11	5	1	1	100	
	% within Q2 المصطلح دقة وصحة	82.0%	11.0%	5.0%	1.0%	1.0%	100.0%	
	% of Total	82.0%	11.0%	5.0%	1.0%	1.0%	100.0%	

Crosstabulation الفن Q11 * دقة وصحة المصطلح Q2								
			الفن Q11				Total	
			الخبر 1	التقرير 2	المقالة 3	التحقيق 4		عرض التقرير 7
المصطلح دقة وصحة Q2	المصطلحات الواردة في المادة صحيحة كافة 1	Count	82	10	5	0	1	98
		% within Q2 المصطلح دقة وصحة	83.7%	10.2%	5.1%	.0%	1.0%	100.0%
		% of Total	82.0%	10.0%	5.0%	.0%	1.0%	98.0%
	واحد يوجد خطأ 2	Count	0	1	0	1	0	2
		% within Q2 المصطلح دقة وصحة	.0%	50.0%	.0%	50.0%	.0%	100.0%
		% of Total	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	2.0%

Total	Count	82	11	5	1	1	100
	% within Q2 المصطلح دقة وصحة	82.0%	11.0%	5.0%	1.0%	1.0%	100.0%
	% of Total	82.0%	11.0%	5.0%	1.0%	1.0%	100.0%

Q3 المصطلح * Q11 الفن Crosstabulation								
			الفن Q11					Total
			الخبر 1	التقرير 2	المقالة 3	التحقيق 4	عرض التقرير 7	
Q3 المصطلح شرح	1 كافة	Count	78	10	5	1	1	95
		% within Q3 المصطلح شرح	82.1%	10.5%	5.3%	1.1%	1.1%	100.0%
		% of Total	78.0%	10.0%	5.0%	1.0%	1.0%	95.0%
	2 بمعدل	Count	4	1	0	0	0	5
		% within Q3 المصطلح شرح	80.0%	20.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	4.0%	1.0%	.0%	.0%	.0%	5.0%
Total	Count	82	11	5	1	1	100	
	% within Q3 المصطلح شرح	82.0%	11.0%	5.0%	1.0%	1.0%	100.0%	
	% of Total	82.0%	11.0%	5.0%	1.0%	1.0%	100.0%	

Q4 البيانات * Q11 الفن Crosstabulation								
			الفن Q11					Total
			الخبر 1	التقرير 2	المقالة 3	التحقيق 4	عرض التقرير 7	
Q4 البيانات توافر	1 كافة	Count	56	10	5	1	1	73
		% within Q4 البيانات توافر	76.7%	13.7%	6.8%	1.4%	1.4%	100.0%

		% of Total	56.0%	10.0%	5.0%	1.0%	1.0%	73.0%
	بمعدل جيد متوافرة 2	Count	26	1	0	0	0	27
		البيانات توافر Q4 within %	96.3%	3.7%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	26.0%	1.0%	.0%	.0%	.0%	27.0%
Total		Count	82	11	5	1	1	100
		البيانات توافر Q4 within %	82.0%	11.0%	5.0%	1.0%	1.0%	100.0%
		% of Total	82.0%	11.0%	5.0%	1.0%	1.0%	100.0%

Crosstabulation Q11 الفن * توافر المصادر Q5								
			الفن Q11					Total
			الخبر 1	التقرير 2	المقالة 3	التحقيق 4	عرض التقرير 7	
المصادر توافر Q5	اللازمة لتكامل المادة متوافرة جميعها المصادر 1	Count	58	8	5	1	1	73
		% within Q5 المصادر توافر	79.5%	11.0%	6.8%	1.4%	1.4%	100.0%
		% of Total	58.0%	8.0%	5.0%	1.0%	1.0%	73.0%
	بمعدل جيد متوافرة 2	Count	24	3	0	0	0	27
		% within Q5 المصادر توافر	88.9%	11.1%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	24.0%	3.0%	.0%	.0%	.0%	27.0%
Total		Count	82	11	5	1	1	100
		% within Q5 المصادر توافر	82.0%	11.0%	5.0%	1.0%	1.0%	100.0%
		% of Total	82.0%	11.0%	5.0%	1.0%	1.0%	100.0%

Crosstabulation الفن Q11 * تعريف المكونات Q6								
			الفن Q11					Total
			الخبر 1	التقرير 2	المقالة 3	التحقيق 4	عرض التقرير 7	
المكونات تعريف Q6	جميعها عرفت 1	Count	73	11	5	1	1	91
		% within Q6 تعريف المكونات	80.2%	12.1%	5.5%	1.1%	1.1%	100.0%
		% of Total	73.0%	11.0%	5.0%	1.0%	1.0%	91.0%
	معظمها تم تعريف 2	Count	9	0	0	0	0	9
		% within Q6 تعريف المكونات	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	9.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	9.0%
Total	Count	82	11	5	1	1	100	
	% within Q6 تعريف المكونات	82.0%	11.0%	5.0%	1.0%	1.0%	100.0%	
	% of Total	82.0%	11.0%	5.0%	1.0%	1.0%	100.0%	

Crosstabulation الفن Q11 * وجود الرسوم البيانية Q7								
			الفن Q11					Total
			الخبر 1	التقرير 2	المقالة 3	التحقيق 4	عرض التقرير 7	
الرسوم البيانية وجود Q7	ذكر مصدرها وجدت وتم 1	Count	0	2	0	0	0	2
		% within Q7 وجود الرسوم البيانية	.0%	100.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	.0%	2.0%	.0%	.0%	.0%	2.0%
	يذكر المصدر وجدت ولم 2	Count	1	0	0	0	0	1
		% within Q7 وجود الرسوم البيانية	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	1.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.0%

	رسوم إيضاحية رغم أفضلية وجودها لا توجد 3	Count	15	4	0	1	1	21
		% within Q7 البيانية وجود الرسوم	71.4%	19.0%	.0%	4.8%	4.8%	100.0%
		% of Total	15.0%	4.0%	.0%	1.0%	1.0%	21.0%
	بحاجة ليست 4	Count	66	5	5	0	0	76
		% within Q7 البيانية وجود الرسوم	86.8%	6.6%	6.6%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	66.0%	5.0%	5.0%	.0%	.0%	76.0%
Total	Count	82	11	5	1	1	100	
	% within Q7 البيانية وجود الرسوم	82.0%	11.0%	5.0%	1.0%	1.0%	100.0%	
	% of Total	82.0%	11.0%	5.0%	1.0%	1.0%	100.0%	

Crosstabulation الفن Q11 * الصياغة والتنظيم Q8								
			الفن Q11					Total
			الخبر 1	التقرير 2	المقالة 3	التحقيق 4	عرض التقرير 7	
Q8 والتنظيم الصياغة	كبيرة منظمة بنسبة 1	Count	79	9	3	1	1	93
		% within Q8 والتنظيم الصياغة	84.9%	9.7%	3.2%	1.1%	1.1%	100.0%
		% of Total	79.0%	9.0%	3.0%	1.0%	1.0%	93.0%
	متوسطة منظمة بنسبة 2	Count	3	1	2	0	0	6
		% within Q8 والتنظيم الصياغة	50.0%	16.7%	33.3%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	3.0%	1.0%	2.0%	.0%	.0%	6.0%
	منظمة غير 3	Count	0	1	0	0	0	1
		% within Q8 والتنظيم الصياغة	.0%	100.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	.0%	1.0%	.0%	.0%	.0%	1.0%
Total	Count	82	11	5	1	1	100	
	% within Q8 والتنظيم الصياغة	82.0%	11.0%	5.0%	1.0%	1.0%	100.0%	
	% of Total	82.0%	11.0%	5.0%	1.0%	1.0%	100.0%	

الرأي - العلاقات مع المصدر

Crosstabulation المصدر Q9 * دقة وصحة المصطلح Q2

			المصدر Q9					Total
			المراسل 1	وكالة بترا 2	وكالات أجنبية 4	لم يذكر 8	وعواصم الصحيفه بدون مراسل او وكالات 9	
المصطلح دقة وصحة Q2	المصطلحات الواردة في المادة صحيحة كافة 1	Count	18	29	11	12	28	98
		% within Q2 المصطلح دقة وصحة Q2	18.4%	29.6%	11.2%	12.2%	28.6%	100.0%
		% of Total	18.0%	29.0%	11.0%	12.0%	28.0%	98.0%
	واحد يوجد خطأ 2	Count	2	0	0	0	0	2
		% within Q2 المصطلح دقة وصحة Q2	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	2.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	2.0%
Total	Count	20	29	11	12	28	100	
	% within Q2 المصطلح دقة وصحة Q2	20.0%	29.0%	11.0%	12.0%	28.0%	100.0%	
	% of Total	20.0%	29.0%	11.0%	12.0%	28.0%	100.0%	

Crosstabulation المصدر Q9 * دقة وصحة المصطلح Q2

			المصدر Q9					Total
			المراسل 1	وكالة بترا 2	وكالات أجنبية 4	لم يذكر 8	وعواصم الصحيفه بدون مراسل او وكالات 9	
المصطلح دقة وصحة Q2	المصطلحات الواردة في المادة صحيحة كافة 1	Count	18	29	11	12	28	98
		% within Q2 المصطلح دقة وصحة Q2	18.4%	29.6%	11.2%	12.2%	28.6%	100.0%
		% of Total	18.0%	29.0%	11.0%	12.0%	28.0%	98.0%
	واحد يوجد خطأ 2	Count	2	0	0	0	0	2
		% within Q2 المصطلح دقة وصحة Q2	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	2.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	2.0%
Total	Count	20	29	11	12	28	100	

	المصطلح بدقة وصحة % within Q2	20.0%	29.0%	11.0%	12.0%	28.0%	100.0%
	% of Total	20.0%	29.0%	11.0%	12.0%	28.0%	100.0%

Crosstabulation المصدر Q9 * شرح المصطلح Q3								
			المصدر Q9				Total	
			المراسل 1	وكالة بترا 2	وكالات أجنبية 4	لم يذكر 8		وعواصم الصحافة بدون مراسل او وكالات 9
المصطلح شرح Q3	المفاهيم شرحت ووضحت بشكل كامل كافة 1	Count	19	29	9	11	27	95
		% within Q3 المصطلح شرح	20.0%	30.5%	9.5%	11.6%	28.4%	100.0%
		% of Total	19.0%	29.0%	9.0%	11.0%	27.0%	95.0%
	متوسط شرحت بمعدل 2	Count	1	0	2	1	1	5
		% within Q3 المصطلح شرح	20.0%	.0%	40.0%	20.0%	20.0%	100.0%
		% of Total	1.0%	.0%	2.0%	1.0%	1.0%	5.0%
Total	Count	20	29	11	12	28	100	
	% within Q3 المصطلح شرح	20.0%	29.0%	11.0%	12.0%	28.0%	100.0%	
	% of Total	20.0%	29.0%	11.0%	12.0%	28.0%	100.0%	

Crosstabulation المصدر Q9 * توافر البيانات Q4								
			المصدر Q9				Total	
			المراسل 1	وكالة بترا 2	وكالات أجنبية 4	لم يذكر 8		وعواصم الصحافة بدون مراسل او وكالات 9
البيانات توافر Q4	البيانات متوافرة كافة 1	Count	17	20	6	11	19	73
		% within Q4 البيانات توافر	23.3%	27.4%	8.2%	15.1%	26.0%	100.0%
		% of Total	17.0%	20.0%	6.0%	11.0%	19.0%	73.0%
	بمعدل جيد متوافرة 2	Count	3	9	5	1	9	27
		% within Q4 البيانات توافر	23.3%	27.4%	8.2%	15.1%	26.0%	100.0%

		% within Q4 توافر البيانات	11.1%	33.3%	18.5%	3.7%	33.3%	100.0%
		% of Total	3.0%	9.0%	5.0%	1.0%	9.0%	27.0%
Total		Count	20	29	11	12	28	100
		% within Q4 توافر البيانات	20.0%	29.0%	11.0%	12.0%	28.0%	100.0%
		% of Total	20.0%	29.0%	11.0%	12.0%	28.0%	100.0%

Crosstabulation المصدر Q9 * توافر المصادر Q5								
			المصدر Q9				Total	
			1 المراسل	2 وكالة بترا	4 وكالات أجنبية	8 لم يذكر		9 وعواصم الصحافة بدون مراسل او وكالات
المصادر توافر Q5	اللازمة لتكامل المادة متوافرة جميعها المصادر 1	Count	14	23	9	11	16	73
		% within Q5 توافر المصادر	19.2%	31.5%	12.3%	15.1%	21.9%	100.0%
		% of Total	14.0%	23.0%	9.0%	11.0%	16.0%	73.0%
	بمعدل جيد متوافرة 2	Count	6	6	2	1	12	27
		% within Q5 توافر المصادر	22.2%	22.2%	7.4%	3.7%	44.4%	100.0%
		% of Total	6.0%	6.0%	2.0%	1.0%	12.0%	27.0%
Total		Count	20	29	11	12	28	100
		% within Q5 توافر المصادر	20.0%	29.0%	11.0%	12.0%	28.0%	100.0%
		% of Total	20.0%	29.0%	11.0%	12.0%	28.0%	100.0%

Crosstabulation المصدر Q9 * تعريف المكونات Q6								
			المصدر Q9				Total	
			1 المراسل	2 وكالة بترا	4 وكالات أجنبية	8 لم يذكر		9 وعواصم الصحافة بدون مراسل او وكالات
المكونات تعريف Q6	جميعها عرفت 1	Count	20	28	8	11	24	91

		% within Q6 المكونات تعريف	22.0%	30.8%	8.8%	12.1%	26.4%	100.0%
		% of Total	20.0%	28.0%	8.0%	11.0%	24.0%	91.0%
	معظمها تم تعريف 2	Count	0	1	3	1	4	9
		% within Q6 المكونات تعريف	.0%	11.1%	33.3%	11.1%	44.4%	100.0%
		% of Total	.0%	1.0%	3.0%	1.0%	4.0%	9.0%
Total		Count	20	29	11	12	28	100
		% within Q6 المكونات تعريف	20.0%	29.0%	11.0%	12.0%	28.0%	100.0%
		% of Total	20.0%	29.0%	11.0%	12.0%	28.0%	100.0%

Crosstabulation المصدر Q9 * وجود الرسوم البيانية Q7								
			المصدر Q9				Total	
			المراسل 1	وكالة بتر 2	وكالات أجنبية 4	لم يذكر 8		الصحيفة بدون مراسل او وكالات 9 وعواصم
الرسوم وجود البيانية Q7	نذكر مصدرها وجدت وتم 1	Count	1	0	0	0	1	2
		% within Q7 وجود الرسوم البيانية	50.0%	.0%	.0%	.0%	50.0%	100.0%
		% of Total	1.0%	.0%	.0%	.0%	1.0%	2.0%
	يذكر المصدر وجدت ولم 2	Count	1	0	0	0	0	1
		% within Q7 وجود الرسوم البيانية	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	1.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.0%
	رسوم إيضاحية رغم أفضلية لا توجد 3 وجودها	Count	10	7	1	1	2	21
		% within Q7 وجود الرسوم البيانية	47.6%	33.3%	4.8%	4.8%	9.5%	100.0%
		% of Total	10.0%	7.0%	1.0%	1.0%	2.0%	21.0%
	بحاجة ليست 4	Count	8	22	10	11	25	76

		% within Q7 وجود الرسوم البيانية	10.5%	28.9%	13.2%	14.5%	32.9%	100.0%
		% of Total	8.0%	22.0%	10.0%	11.0%	25.0%	76.0%
Total		Count	20	29	11	12	28	100
		% within Q7 وجود الرسوم البيانية	20.0%	29.0%	11.0%	12.0%	28.0%	100.0%
		% of Total	20.0%	29.0%	11.0%	12.0%	28.0%	100.0%

Crosstabulation المصدر Q9 * الصياغة والتنظيم Q8								
			المصدر Q9				Total	
			المراسل 1	وكالة بتر 2	وكالات أجنبية 4	لم يذكر 8		وعواصم الصحفية بدون مراسل او وكالات 9
Q8 والتنظيم الصياغة	كبيرة منظمة بنسبة 1	Count	16	26	11	12	28	93
		% within Q8 والتنظيم الصياغة	17.2%	28.0%	11.8%	12.9%	30.1%	100.0%
		% of Total	16.0%	26.0%	11.0%	12.0%	28.0%	93.0%
	متوسطة منظمة بنسبة 2	Count	4	2	0	0	0	6
		% within Q8 والتنظيم الصياغة	66.7%	33.3%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	4.0%	2.0%	.0%	.0%	.0%	6.0%
	منظمة غير 3	Count	0	1	0	0	0	1
		% within Q8 والتنظيم الصياغة	.0%	100.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	.0%	1.0%	.0%	.0%	.0%	1.0%
Total	Count	20	29	11	12	28	100	
	% within Q8 والتنظيم الصياغة	20.0%	29.0%	11.0%	12.0%	28.0%	100.0%	
	% of Total	20.0%	29.0%	11.0%	12.0%	28.0%	100.0%	

الغد - العلاقات مع المجال

Crosstabulation المجال Q10 * دقة وصحة المصطلح Q2

		المجال Q10																					Total	
		عقار 1	نقل 2	اتصالات 3	بنوك 4	شركات 5	طاقة ومعالن 6	عملات 7	زراعة 8	سياحة 10	معارض 11	اجراءات وقوانين 12	تكنولوجيا 13	دراسات 14	غذاء وتموين 16	صناعات مختلفة 18	اعلان 20	عمالة 21	بورصات 22	البيئة 25	تطبيق القوانين 26	استراتيجيات 27		
المصطلح دقة وصحة Q2	المصطلحات الواردة في المادة 1	Count	6	9	7	5	3	8	2	3	2	2	9	1	17	5	1	1	4	3	1	3	4	96
		% within Q2 دقة وصحة المصطلح	6.3%	9.4%	7.3%	5.2%	3.1%	8.3%	2.1%	3.1%	2.1%	2.1%	9.4%	1.0%	17.7%	5.2%	1.0%	1.0%	4.2%	3.1%	1.0%	3.1%	4.2%	100.0%
		% of Total	6.0%	9.0%	7.0%	5.0%	3.0%	8.0%	2.0%	3.0%	2.0%	2.0%	9.0%	1.0%	17.0%	5.0%	1.0%	1.0%	4.0%	3.0%	1.0%	3.0%	4.0%	96.0%
	واحد يوجد خطأ 2	Count	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	4
		% within Q2 دقة وصحة المصطلح	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	25.0%	.0%	25.0%	.0%	.0%	.0%	50.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	.0%	.0%	2.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	4.0%
Total	Count	6	9	7	5	3	8	3	3	3	2	9	1	19	5	1	1	4	3	1	3	4	100	
	% within Q2 دقة وصحة المصطلح	6.0%	9.0%	7.0%	5.0%	3.0%	8.0%	3.0%	3.0%	3.0%	2.0%	9.0%	1.0%	19.0%	5.0%	1.0%	1.0%	4.0%	3.0%	1.0%	3.0%	4.0%	100.0%	
	% of Total	6.0%	9.0%	7.0%	5.0%	3.0%	8.0%	3.0%	3.0%	3.0%	2.0%	9.0%	1.0%	19.0%	5.0%	1.0%	1.0%	4.0%	3.0%	1.0%	3.0%	4.0%	100.0%	

Crosstabulation المجال Q10 * دقة وصحة المصطلح Q2

		المجال Q10																				Total		
		عقار 1	نقل 2	اتصالات 3	بنوك 4	شركات 5	طاقة ومعالن 6	عملات 7	زراعة 8	سياحة 10	معارض 11	اجراءات 12 وقوانين	تكنولوجيا 13 معلومات	دراسات 14	غذاء 16 وتعمير	صناعات 18 مختلفة	اعلان 20	عمالة 21	بورصات 22	البنية 25	تطبيق القوانين 26		استراتيجيات 27	
المصطلح دقة وصحة Q2	المصطلحات الواردة كافة في المادة صحيحة 1	Count	6	9	7	5	3	8	2	3	2	2	9	1	17	5	1	1	4	3	1	3	4	96
		% within دقة وصحة المصطلح Q2	6.3%	9.4%	7.3%	5.2%	3.1%	8.3%	2.1%	3.1%	2.1%	2.1%	9.4%	1.0%	17.7%	5.2%	1.0%	1.0%	4.2%	3.1%	1.0%	3.1%	4.2%	100.0%
		% of Total	6.0%	9.0%	7.0%	5.0%	3.0%	8.0%	2.0%	3.0%	2.0%	2.0%	9.0%	1.0%	17.0%	5.0%	1.0%	1.0%	4.0%	3.0%	1.0%	3.0%	4.0%	96.0%
	واحد يوجد خطأ 2	Count	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	4
		% within دقة وصحة المصطلح Q2	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	25.0%	.0%	25.0%	.0%	.0%	.0%	50.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	.0%	.0%	2.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	4.0%
Total	Count	6	9	7	5	3	8	3	3	3	2	9	1	19	5	1	1	4	3	1	3	4	100	
	% within دقة وصحة المصطلح Q2	6.0%	9.0%	7.0%	5.0%	3.0%	8.0%	3.0%	3.0%	3.0%	2.0%	9.0%	1.0%	19.0%	5.0%	1.0%	1.0%	4.0%	3.0%	1.0%	3.0%	4.0%	100.0%	
	% of Total	6.0%	9.0%	7.0%	5.0%	3.0%	8.0%	3.0%	3.0%	3.0%	2.0%	9.0%	1.0%	19.0%	5.0%	1.0%	1.0%	4.0%	3.0%	1.0%	3.0%	4.0%	100.0%	

Q3 المصطلح * Q10 المجال Crosstabulation

		المجال Q10																						Total	
		عقار 1	نقل 2	اتصالات 3	بنوك 4	شركات 5	طاقة ومعادن 6	علايات 7	زراعة 8	سياحة 10	معارض 11	اجراءات وقوانين 12	تكنولوجيا معلومات 13	دراسات 14	غذاء وتعمير 16	صناعات مختلفة 18	اعلان 20	عمالة 21	بورصات 22	البيئة 25	تطبيق القوانين 26	استراتيجيات 27			
المصطلح شرح Q3	المفاهيم كافة 1 شرحت ووضعت بشكل كامل	Count	5	8	6	5	3	6	2	1	3	2	6	1	9	5	1	1	4	3	0	3	2	76	
		% within شرح Q3 المصطلح	6.6%	10.5%	7.9%	6.6%	3.9%	7.9%	2.6%	1.3%	3.9%	2.6%	7.9%	1.3%	11.8%	6.6%	1.3%	1.3%	5.3%	3.9%	.0%	3.9%	2.6%	100.0%	
		% of Total	5.0%	8.0%	6.0%	5.0%	3.0%	6.0%	2.0%	1.0%	3.0%	2.0%	6.0%	1.0%	9.0%	5.0%	1.0%	1.0%	4.0%	3.0%	.0%	3.0%	2.0%	76.0%	
	شرحت بمعدل 2 متوسط	Count	1	1	1	0	0	2	0	2	0	0	3	0	6	0	0	0	0	0	0	1	0	2	19
		% within شرح Q3 المصطلح	5.3%	5.3%	5.3%	.0%	.0%	10.5%	.0%	10.5%	.0%	.0%	15.8%	.0%	31.6%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	5.3%	.0%	10.5%	100.0%
		% of Total	1.0%	1.0%	1.0%	.0%	.0%	2.0%	.0%	2.0%	.0%	.0%	3.0%	.0%	6.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.0%	.0%	2.0%	19.0%
	شرحت بمعدل 3 ضعيف	Count	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
		% within شرح Q3 المصطلح	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	20.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	80.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	4.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	5.0%
Total	Count	6	9	7	5	3	8	3	3	3	2	9	1	19	5	1	1	4	3	1	3	4	100		
	% within شرح Q3 المصطلح	6.0%	9.0%	7.0%	5.0%	3.0%	8.0%	3.0%	3.0%	3.0%	2.0%	9.0%	1.0%	19.0%	5.0%	1.0%	1.0%	4.0%	3.0%	1.0%	3.0%	4.0%	100.0%		
	% of Total	6.0%	9.0%	7.0%	5.0%	3.0%	8.0%	3.0%	3.0%	3.0%	2.0%	9.0%	1.0%	19.0%	5.0%	1.0%	1.0%	4.0%	3.0%	1.0%	3.0%	4.0%	100.0%		

Crosstabulation المجال Q10 * توافر البيانات Q4

		المجال Q10																				Total		
		عقار 1	نقل 2	اتصالات 3	بنوك 4	شركات 5	طاقة 6 ومعادن	عملات 7	زراعة 8	سياحة 10	معارض 11	اجراءات وقوانين 12	تكنولوجيا 13 معلومات	دراسات 14	غذاء 16 وتموين	صناعات 18 مختلفة	اعلان 20	عمالة 21	بورصات 22	البيئة 25	تطبيق القوانين 26 Z1		استراتيجيات	
البيانات توافر Q4	البيانات متوافرة كافة 1	Count	3	6	4	2	2	4	3	1	2	2	5	1	15	2	0	1	4	3	1	2	4	67
		% within توافر Q4 البيانات	4.5%	9.0%	6.0%	3.0%	3.0%	6.0%	4.5%	1.5%	3.0%	3.0%	7.5%	1.5%	22.4%	3.0%	.0%	1.5%	6.0%	4.5%	1.5%	3.0%	6.0%	100.0%
		% of Total	3.0%	6.0%	4.0%	2.0%	2.0%	4.0%	3.0%	1.0%	2.0%	2.0%	5.0%	1.0%	15.0%	2.0%	.0%	1.0%	4.0%	3.0%	1.0%	2.0%	4.0%	67.0%
	بمعدل جيد متوافرة 2	Count	2	3	3	2	1	4	0	2	0	0	4	0	4	3	1	0	0	0	0	1	0	30
		% within توافر Q4 البيانات	6.7%	10.0%	10.0%	6.7%	3.3%	13.3%	.0%	6.7%	.0%	.0%	13.3%	.0%	13.3%	10.0%	3.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	3.3%	.0%	100.0%
		% of Total	2.0%	3.0%	3.0%	2.0%	1.0%	4.0%	.0%	2.0%	.0%	.0%	4.0%	.0%	4.0%	3.0%	1.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.0%	.0%	30.0%
	بمعدل متوافرة 3 منخفض	Count	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
		% within توافر Q4 البيانات	33.3%	.0%	.0%	33.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	33.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	1.0%	.0%	.0%	1.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	3.0%

Total	Count	6	9	7	5	3	8	3	3	3	2	9	1	19	5	1	1	4	3	1	3	4	100
	% within Q4 توافر البيانات	6.0%	9.0%	7.0%	5.0%	3.0%	8.0%	3.0%	3.0%	3.0%	2.0%	9.0%	1.0%	19.0%	5.0%	1.0%	1.0%	4.0%	3.0%	1.0%	3.0%	4.0%	100.0%
	% of Total	6.0%	9.0%	7.0%	5.0%	3.0%	8.0%	3.0%	3.0%	3.0%	2.0%	9.0%	1.0%	19.0%	5.0%	1.0%	1.0%	4.0%	3.0%	1.0%	3.0%	4.0%	100.0%

Crosstabulation المجال Q10 * توافر المصادر Q5

		المجال Q10																					Total		
		عقار 1	نقل 2	اتصالات 3	بنوك 4	شركات 5	طاقة ومعالن 6	عملات 7	زراعة 8	سياحة 10	معارض 11	اجراءات وقوانين 12	تكنولوجيا 13	دراسات 14	غذاء وتعمير 16	صناعات مختلفة 18	اعلان 20	عمالة 21	بورصات 22	البيئة 25	تطبيق القوانين 26	استراتيجيات 27			
المصادر توافر Q5	اللازمه المصادر I لتكامل المادة متوافرة جميعها	Count	4	8	6	2	3	6	3	2	2	2	6	1	15	2	0	1	4	3	1	2	4	77	
		% within Q5 توافر المصادر	5.2%	10.4%	7.8%	2.6%	3.9%	7.8%	3.9%	2.6%	2.6%	2.6%	7.8%	1.3%	19.5%	2.6%	.0%	1.3%	5.2%	3.9%	1.3%	2.6%	5.2%	100.0%	
		% of Total	4.0%	8.0%	6.0%	2.0%	3.0%	6.0%	3.0%	2.0%	2.0%	2.0%	6.0%	1.0%	15.0%	2.0%	.0%	1.0%	4.0%	3.0%	1.0%	2.0%	4.0%	77.0%	
	بمعدل جيد متوافرة 2	Count	2	1	1	2	0	2	0	1	1	0	3	0	4	3	1	0	0	0	0	0	1	0	22
		% within Q5 توافر المصادر	9.1%	4.5%	4.5%	9.1%	.0%	9.1%	.0%	4.5%	4.5%	.0%	13.6%	.0%	18.2%	13.6%	4.5%	.0%	.0%	.0%	.0%	4.5%	.0%	100.0%	
		% of Total	2.0%	1.0%	1.0%	2.0%	.0%	2.0%	.0%	1.0%	1.0%	.0%	3.0%	.0%	4.0%	3.0%	1.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.0%	.0%	22.0%	
	بمعدل متوافرة	Count	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
		% within Q5 توافر	.0%	.0%	.0%	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%

	المصادر																						
		% of Total	.0%	.0%	.0%	1.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.0%
Total	Count	6	9	7	5	3	8	3	3	3	2	9	1	19	5	1	1	4	3	1	3	4	100
	% within Q5 توافر المصادر	6.0%	9.0%	7.0%	5.0%	3.0%	8.0%	3.0%	3.0%	3.0%	2.0%	9.0%	1.0%	19.0%	5.0%	1.0%	1.0%	4.0%	3.0%	1.0%	3.0%	4.0%	100.0%
	% of Total	6.0%	9.0%	7.0%	5.0%	3.0%	8.0%	3.0%	3.0%	3.0%	2.0%	9.0%	1.0%	19.0%	5.0%	1.0%	1.0%	4.0%	3.0%	1.0%	3.0%	4.0%	100.0%

Crosstabulation المجال Q10 * تعريف المكونات Q6

		المجال Q10																						Total
		عقار 1	نقل 2	اتصالات 3	بنوك 4	شركات 5	طاقة ومعادن 6	عمليات 7	زراعة 8	سياحة 10	معارض 11	اجراءات وقرائين 12	تكنولوجيا 13	دراسات 14	غذاء وتموين 16	صناعات مختلفة 18	اعلان 20	عمالة 21	بورصات 22	البيئة 25	تطبيق القوانين 26	استراتيجيات 27		
المكونات تعريف Q6	جميعها 1 اعرفت	Count	4	8	6	5	3	7	2	3	2	2	8	1	17	4	1	0	4	3	0	3	4	87
		% within Q6 المكونات تعريف	4.6%	9.2%	6.9%	5.7%	3.4%	8.0%	2.3%	3.4%	2.3%	2.3%	9.2%	1.1%	19.5%	4.6%	1.1%	.0%	4.6%	3.4%	.0%	3.4%	4.6%	100.0%
		% of Total	4.0%	8.0%	6.0%	5.0%	3.0%	7.0%	2.0%	3.0%	2.0%	2.0%	8.0%	1.0%	17.0%	4.0%	1.0%	.0%	4.0%	3.0%	.0%	3.0%	4.0%	87.0%
	تم تعريف 2 معظمها	Count	2	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	12
		% within Q6 المكونات تعريف	16.7%	8.3%	8.3%	.0%	.0%	8.3%	8.3%	.0%	8.3%	.0%	8.3%	.0%	8.3%	8.3%	.0%	8.3%	.0%	.0%	8.3%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	2.0%	1.0%	1.0%	.0%	.0%	1.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	1.0%	1.0%	.0%	1.0%	.0%	.0%	1.0%	.0%	.0%	12.0%
	تم تعريف 3 بعضها	Count	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
		% within Q6 المكونات تعريف	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.0%

Total	Count	6	9	7	5	3	8	3	3	3	2	9	1	19	5	1	1	4	3	1	3	4	100
	% within Q6 المكونات تعريف	6.0%	9.0%	7.0%	5.0%	3.0%	8.0%	3.0%	3.0%	3.0%	2.0%	9.0%	1.0%	19.0%	5.0%	1.0%	1.0%	4.0%	3.0%	1.0%	3.0%	4.0%	100.0%
	% of Total	6.0%	9.0%	7.0%	5.0%	3.0%	8.0%	3.0%	3.0%	3.0%	2.0%	9.0%	1.0%	19.0%	5.0%	1.0%	1.0%	4.0%	3.0%	1.0%	3.0%	4.0%	100.0%

Crosstabulation المجال Q10 * وجود الرسوم البيانية Q7																									
		المجال Q10																							Total
		1 عقار	2 نقل	3 اتصالات	4 بنوك	5 شركات	6 طاقة ومعادن	7 عمالات	8 زراعة	10 سباحة	11 معارض	12 اجراءات وقوانين	13 تكنولوجيا معلومات	14 دراسات	16 غداء وتموين	18 صناعات مختلفة	20 اعلان	21 عمالة	22 بورصات	25 البنية	26 تطبيق القوانين	27 استراتيجيات			
الرسوم البيانية وجود Q7	تكرر مصدرها وجدت وتم 1	Count	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	2	0	0	1	0	0	0	0	0	1	6	
		% within Q7 وجود الرسوم البيانية	16.7%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	16.7%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	33.3%	.0%	.0%	16.7%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	16.7%	100.0%
		% of Total	1.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	2.0%	.0%	.0%	1.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.0%	6.0%
	يذكر المصدر وجدت ولم 2	Count	0	1	1	0	0	0	0	0	2	0	1	0	8	0	0	0	0	1	0	0	0	14	
		% within Q7 وجود الرسوم البيانية	.0%	7.1%	7.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	14.3%	.0%	7.1%	.0%	57.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	7.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	.0%	1.0%	1.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	2.0%	.0%	1.0%	.0%	8.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	14.0%
	Total	Count	1	1	1	0	0	1	0	2	0	1	0	0	2	3	1	0	0	0	1	0	0	14	

		% within Q7 وجود الرسوم البيانية	7.1%	7.1%	7.1%	.0%	.0%	7.1%	.0%	14.3%	.0%	7.1%	.0%	.0%	14.3%	21.4%	7.1%	.0%	.0%	.0%	7.1%	.0%	.0%	100.0%	
		% of Total	1.0%	1.0%	1.0%	.0%	.0%	1.0%	.0%	2.0%	.0%	1.0%	.0%	.0%	.0%	2.0%	3.0%	1.0%	.0%	.0%	.0%	1.0%	.0%	.0%	14.0%
		Count	4	7	5	5	3	7	1	1	1	1	8	1	6	2	0	0	3	2	0	3	3	3	63
	بحاجة ليست 4		% within Q7 وجود الرسوم البيانية	6.3%	11.1%	7.9%	7.9%	4.8%	11.1%	1.6%	1.6%	1.6%	1.6%	12.7%	1.6%	9.5%	3.2%	.0%	.0%	4.8%	3.2%	.0%	4.8%	4.8%	100.0%
			% of Total	4.0%	7.0%	5.0%	5.0%	3.0%	7.0%	1.0%	1.0%	1.0%	1.0%	8.0%	1.0%	6.0%	2.0%	.0%	.0%	3.0%	2.0%	.0%	3.0%	3.0%	63.0%
			Count	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0
	واضحة وجدت وغير 5		% within Q7 وجود الرسوم البيانية	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	33.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	33.3%	.0%	.0%	.0%	33.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
			% of Total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.0%	.0%	.0%	.0%	1.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	3.0%
			Count	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0
	Total		Count	6	9	7	5	3	8	3	3	3	2	9	1	19	5	1	1	4	3	1	3	4	100
			% within Q7 وجود الرسوم البيانية	6.0%	9.0%	7.0%	5.0%	3.0%	8.0%	3.0%	3.0%	3.0%	2.0%	9.0%	1.0%	19.0%	5.0%	1.0%	1.0%	4.0%	3.0%	1.0%	3.0%	4.0%	100.0%
			% of Total	6.0%	9.0%	7.0%	5.0%	3.0%	8.0%	3.0%	3.0%	3.0%	2.0%	9.0%	1.0%	19.0%	5.0%	1.0%	1.0%	4.0%	3.0%	1.0%	3.0%	4.0%	100.0%

Q8 الصياغة والتنظيم * المجال Q10 Crosstabulation

		المجال Q10																					Total	
		عقار 1	نقل 2	اتصالات 3	بنوك 4	شركات 5	طاقة ومعالن 6	عملات 7	زراعة 8	سياحة 10	معارض 11	اجراءات وقوانين 12	تكنولوجيا معلومات 13	دراسات 14	غذاء وتصميم 16	صناعات مختلفة 18	اعلان 20	عمالة 21	بورصات 22	البيئة 25	تطبيق القوانين / استراتيجيات 26			
والتنظيم الصياغة Q8	كبيرة منظمة نسبة 1	Count	4	8	6	2	3	6	3	2	2	2	8	1	12	2	0	1	3	3	1	3	4	76
		% within الصياغة Q8 والتنظيم	5.3%	10.5%	7.9%	2.6%	3.9%	7.9%	3.9%	2.6%	2.6%	2.6%	10.5%	1.3%	15.8%	2.6%	.0%	1.3%	3.9%	3.9%	1.3%	3.9%	5.3%	100.0%
		% of Total	4.0%	8.0%	6.0%	2.0%	3.0%	6.0%	3.0%	2.0%	2.0%	2.0%	8.0%	1.0%	12.0%	2.0%	.0%	1.0%	3.0%	3.0%	1.0%	3.0%	4.0%	76.0%
	منظمة نسبة 2 متوسطة	Count	1	1	1	3	0	2	0	0	0	0	1	0	5	1	0	0	1	0	0	0	0	16
		% within الصياغة Q8 والتنظيم	6.3%	6.3%	6.3%	18.8%	.0%	12.5%	.0%	.0%	.0%	.0%	6.3%	.0%	31.3%	6.3%	.0%	.0%	6.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	1.0%	1.0%	1.0%	3.0%	.0%	2.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.0%	.0%	5.0%	1.0%	.0%	.0%	1.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	16.0%
	منظمة غير 3	Count	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	2	2	1	0	0	0	0	0	0	8
		% within الصياغة Q8 والتنظيم	12.5%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	12.5%	12.5%	.0%	.0%	.0%	25.0%	25.0%	12.5%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	1.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.0%	1.0%	.0%	.0%	.0%	2.0%	2.0%	1.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	8.0%
Total	Count	6	9	7	5	3	8	3	3	3	2	9	1	19	5	1	1	4	3	1	3	4	100	
	% within الصياغة Q8 والتنظيم	6.0%	9.0%	7.0%	5.0%	3.0%	8.0%	3.0%	3.0%	3.0%	2.0%	9.0%	1.0%	19.0%	5.0%	1.0%	1.0%	4.0%	3.0%	1.0%	3.0%	4.0%	100.0%	
	% of Total	6.0%	9.0%	7.0%	5.0%	3.0%	8.0%	3.0%	3.0%	3.0%	2.0%	9.0%	1.0%	19.0%	5.0%	1.0%	1.0%	4.0%	3.0%	1.0%	3.0%	4.0%	100.0%	

الغد - العلاقات مع الفن

Crosstabulation الفن Q11 * دقة وصحة المصطلح Q2							
			الفن Q11				Total
			الخبر 1	التقرير 2	المقالة 3	عرض التقرير 7	
المصطلح دقة وصحة Q2	المصطلحات الواردة في المادة صحيحة كافة 1	Count	73	20	2	1	96
		% within Q2 المصطلح دقة وصحة Q2	76.0%	20.8%	2.1%	1.0%	100.0%
		% of Total	73.0%	20.0%	2.0%	1.0%	96.0%
	واحد يوجد خطأ 2	Count	1	3	0	0	4
		% within Q2 المصطلح دقة وصحة Q2	25.0%	75.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	1.0%	3.0%	.0%	.0%	4.0%
Total	Count	74	23	2	1	100	
	% within Q2 المصطلح دقة وصحة Q2	74.0%	23.0%	2.0%	1.0%	100.0%	
	% of Total	74.0%	23.0%	2.0%	1.0%	100.0%	

Crosstabulation الفن Q11 * دقة وصحة المصطلح Q2							
			الفن Q11				Total
			الخبر 1	التقرير 2	المقالة 3	عرض التقرير 7	
المصطلح دقة وصحة Q2	المصطلحات الواردة في المادة صحيحة كافة 1	Count	73	20	2	1	96
		% within Q2 المصطلح دقة وصحة Q2	76.0%	20.8%	2.1%	1.0%	100.0%
		% of Total	73.0%	20.0%	2.0%	1.0%	96.0%
	واحد يوجد خطأ 2	Count	1	3	0	0	4
		% within Q2 المصطلح دقة وصحة Q2	25.0%	75.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	1.0%	3.0%	.0%	.0%	4.0%

		% of Total	1.0%	3.0%	.0%	.0%	4.0%
Total		Count	74	23	2	1	100
		% within Q2 المصطلح بدقة وصحة	74.0%	23.0%	2.0%	1.0%	100.0%
		% of Total	74.0%	23.0%	2.0%	1.0%	100.0%

Crosstabulation Q11 الفن * شرح المصطلح Q3							
			الفن Q11			Total	
			الخبر 1	التقرير 2	المقالة 3		عرض التقرير 7
المصطلح شرح Q3	المفاهيم شرحت ووضحت بشكل كامل كافة 1	Count	59	15	1	1	76
		% within Q3 المصطلح شرح	77.6%	19.7%	1.3%	1.3%	100.0%
		% of Total	59.0%	15.0%	1.0%	1.0%	76.0%
	متوسط شرحت بمعدل 2	Count	13	5	1	0	19
		% within Q3 المصطلح شرح	68.4%	26.3%	5.3%	.0%	100.0%
		% of Total	13.0%	5.0%	1.0%	.0%	19.0%
	ضعيف شرحت بمعدل 3	Count	2	3	0	0	5
		% within Q3 المصطلح شرح	40.0%	60.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	2.0%	3.0%	.0%	.0%	5.0%
Total		Count	74	23	2	1	100
		% within Q3 المصطلح شرح	74.0%	23.0%	2.0%	1.0%	100.0%
		% of Total	74.0%	23.0%	2.0%	1.0%	100.0%

Crosstabulation Q11 الفن * توافر البيانات Q4							
			الفن Q11				Total
			الخبر 1	التقرير 2	المقالة 3	عرض التقرير 7	
Q4 توافر البيانات	البيانات متوافرة كافة 1	Count	47	17	2	1	67
		% within Q4 توافر البيانات	70.1%	25.4%	3.0%	1.5%	100.0%
		% of Total	47.0%	17.0%	2.0%	1.0%	67.0%
	بمعدل جيد متوافرة 2	Count	25	5	0	0	30
		% within Q4 توافر البيانات	83.3%	16.7%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	25.0%	5.0%	.0%	.0%	30.0%
	بمعدل منخفض متوافرة 3	Count	2	1	0	0	3
		% within Q4 توافر البيانات	66.7%	33.3%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	2.0%	1.0%	.0%	.0%	3.0%
Total	Count	74	23	2	1	100	
	% within Q4 توافر البيانات	74.0%	23.0%	2.0%	1.0%	100.0%	
	% of Total	74.0%	23.0%	2.0%	1.0%	100.0%	

Crosstabulation Q11 الفن * توافر المصادر Q5							
			الفن Q11				Total
			الخبر 1	التقرير 2	المقالة 3	عرض التقرير 7	
المصادر توافر Q5	اللازمة لتكامل المادة متوافرة جميعها المصادر 1	Count	59	15	2	1	77
		% within Q5 توافر المصادر	76.6%	19.5%	2.6%	1.3%	100.0%
		% of Total	59.0%	15.0%	2.0%	1.0%	77.0%
	بمعدل جيد متوافرة 2	Count	14	8	0	0	22
		% within Q5 توافر المصادر	63.6%	36.4%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	63.6%	36.4%	.0%	.0%	100.0%

		% of Total	14.0%	8.0%	.0%	.0%	22.0%
	بمعدل منخفض متوافرة 3	Count	1	0	0	0	1
		% within Q5 المصادر توافر	100.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	1.0%	.0%	.0%	.0%	1.0%
Total		Count	74	23	2	1	100
		% within Q5 المصادر توافر	74.0%	23.0%	2.0%	1.0%	100.0%
		% of Total	74.0%	23.0%	2.0%	1.0%	100.0%

Crosstabulation Q11 الفن * تعريف المكونات Q6							
			الفن Q11				Total
			الخبر 1	التقرير 2	المقالة 3	عرض التقرير 7	
المكونات تعريف Q6	جميعها عرفت 1	Count	66	18	2	1	87
		% within Q6 المكونات تعريف	75.9%	20.7%	2.3%	1.1%	100.0%
		% of Total	66.0%	18.0%	2.0%	1.0%	87.0%
	معظمها تم تعريف 2	Count	7	5	0	0	12
		% within Q6 المكونات تعريف	58.3%	41.7%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	7.0%	5.0%	.0%	.0%	12.0%
	بعضها تم تعريف 3	Count	1	0	0	0	1
		% within Q6 المكونات تعريف	100.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	1.0%	.0%	.0%	.0%	1.0%
Total		Count	74	23	2	1	100
		% within Q6 المكونات تعريف	74.0%	23.0%	2.0%	1.0%	100.0%
		% of Total	74.0%	23.0%	2.0%	1.0%	100.0%

Crosstabulation الفن Q11 * وجود الرسوم البيانية Q7							
			الفن Q11				Total
			الخبر 1	التقرير 2	المقالة 3	عرض التقرير 7	
الرسوم البيانية وجود Q7	نُكر مصدرها وجدت وتم 1	Count	1	5	0	0	6
		% within Q7 البيانية وجود الرسوم	16.7%	83.3%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	1.0%	5.0%	.0%	.0%	6.0%
	يذكر المصدر وجدت ولم 2	Count	7	7	0	0	14
		% within Q7 البيانية وجود الرسوم	50.0%	50.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	7.0%	7.0%	.0%	.0%	14.0%
	رسوم إيضاحية رغم أفضلية وجودها لا توجد 3	Count	8	6	0	0	14
		% within Q7 البيانية وجود الرسوم	57.1%	42.9%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	8.0%	6.0%	.0%	.0%	14.0%
	بحاجة ليست 4	Count	57	3	2	1	63
		% within Q7 البيانية وجود الرسوم	90.5%	4.8%	3.2%	1.6%	100.0%
		% of Total	57.0%	3.0%	2.0%	1.0%	63.0%
	واضحة وجدت وغير 5	Count	1	2	0	0	3
		% within Q7 البيانية وجود الرسوم	33.3%	66.7%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	1.0%	2.0%	.0%	.0%	3.0%
Total	Count	74	23	2	1	100	
	% within Q7 البيانية وجود الرسوم	74.0%	23.0%	2.0%	1.0%	100.0%	
	% of Total	74.0%	23.0%	2.0%	1.0%	100.0%	

Crosstabulation Q11 الفن * Q8 الصياغة والتنظيم							
			الفن Q11				Total
			الخبر 1	التقرير 2	المقالة 3	عرض التقرير 7	
Q8 والتنظيم الصياغة	كبيرة منظمة بنسبة 1	Count	61	12	2	1	76
		% within Q8 والتنظيم الصياغة	80.3%	15.8%	2.6%	1.3%	100.0%
		% of Total	61.0%	12.0%	2.0%	1.0%	76.0%
	متوسطة منظمة بنسبة 2	Count	10	6	0	0	16
		% within Q8 والتنظيم الصياغة	62.5%	37.5%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	10.0%	6.0%	.0%	.0%	16.0%
	منظمة غير 3	Count	3	5	0	0	8
		% within Q8 والتنظيم الصياغة	37.5%	62.5%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	3.0%	5.0%	.0%	.0%	8.0%
Total	Count	74	23	2	1	100	
	% within Q8 والتنظيم الصياغة	74.0%	23.0%	2.0%	1.0%	100.0%	
	% of Total	74.0%	23.0%	2.0%	1.0%	100.0%	

الغد - العلاقات مع المصدر

Crosstabulation المصدر Q9 * دقة وصحة المصطلح Q2							
			المصدر Q9				Total
			المراسل 1	وكالة بترا 2	وكالات أجنبية 4	لم يذكر 8	
المصطلح دقة وصحة Q2	المصطلحات الواردة في المادة صحيحة كافة 1	Count	48	11	21	16	96
		% within Q2 المصطلح دقة وصحة	50.0%	11.5%	21.9%	16.7%	100.0%
		% of Total	48.0%	11.0%	21.0%	16.0%	96.0%
	واحد يوجد خطأ 2	Count	4	0	0	0	4
		% within Q2 المصطلح دقة وصحة	100.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	4.0%	.0%	.0%	.0%	4.0%
Total	Count	52	11	21	16	100	
	% within Q2 المصطلح دقة وصحة	52.0%	11.0%	21.0%	16.0%	100.0%	
	% of Total	52.0%	11.0%	21.0%	16.0%	100.0%	

Crosstabulation المصدر Q9 * شرح المصطلح Q3							
			المصدر Q9				Total
			المراسل 1	وكالة بترا 2	وكالات أجنبية 4	لم يذكر 8	
المصطلح شرح Q3	المفاهيم شرحت ووضحت بشكل كامل كافة 1	Count	40	7	17	12	76
		% within Q3 المصطلح شرح	52.6%	9.2%	22.4%	15.8%	100.0%
		% of Total	40.0%	7.0%	17.0%	12.0%	76.0%
	متوسط شرحت بمعدل 2	Count	8	4	4	3	19
		% within Q3 المصطلح شرح	42.1%	21.1%	21.1%	15.8%	100.0%
		% of Total	42.1%	21.1%	21.1%	15.8%	100.0%

		% of Total	8.0%	4.0%	4.0%	3.0%	19.0%
	ضعيف شرحت بمعدل 3	Count	4	0	0	1	5
		المصطلح شرح Q3 % within	80.0%	.0%	.0%	20.0%	100.0%
		% of Total	4.0%	.0%	.0%	1.0%	5.0%
Total		Count	52	11	21	16	100
		المصطلح شرح Q3 % within	52.0%	11.0%	21.0%	16.0%	100.0%
		% of Total	52.0%	11.0%	21.0%	16.0%	100.0%

Crosstabulation المصدر Q9 * توافر البيانات Q4							
			المصدر Q9				Total
			المراسل 1	وكالة بتر 2	وكالات أجنبية 4	لم يذكر 8	
البيانات توافر Q4	البيانات متوافرة كافة 1	Count	37	5	16	9	67
		البيانات توافر Q4 % within	55.2%	7.5%	23.9%	13.4%	100.0%
		% of Total	37.0%	5.0%	16.0%	9.0%	67.0%
	بمعدل جيد متوافرة 2	Count	14	5	5	6	30
		البيانات توافر Q4 % within	46.7%	16.7%	16.7%	20.0%	100.0%
		% of Total	14.0%	5.0%	5.0%	6.0%	30.0%
	بمعدل منخفض متوافرة 3	Count	1	1	0	1	3
		البيانات توافر Q4 % within	33.3%	33.3%	.0%	33.3%	100.0%
		% of Total	1.0%	1.0%	.0%	1.0%	3.0%
Total		Count	52	11	21	16	100
		البيانات توافر Q4 % within	52.0%	11.0%	21.0%	16.0%	100.0%
		% of Total	52.0%	11.0%	21.0%	16.0%	100.0%

Crosstabulation المصدر Q9 * توافر المصادر Q5							
			المصدر Q9				Total
			المراسل 1	وكالة بترا 2	وكالات أجنبية 4	لم يذكر 8	
المصادر توافر Q5	1 اللازمة لتكامل المادة متوافرة جميعها المصادر	Count	39	9	18	11	77
		% within Q5 المصادر توافر Q5	50.6%	11.7%	23.4%	14.3%	100.0%
		% of Total	39.0%	9.0%	18.0%	11.0%	77.0%
	2 بمعدل جيد متوافرة	Count	13	2	3	4	22
		% within Q5 المصادر توافر Q5	59.1%	9.1%	13.6%	18.2%	100.0%
		% of Total	13.0%	2.0%	3.0%	4.0%	22.0%
	3 بمعدل منخفض متوافرة	Count	0	0	0	1	1
		% within Q5 المصادر توافر Q5	.0%	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		% of Total	.0%	.0%	.0%	1.0%	1.0%
Total	Count	52	11	21	16	100	
	% within Q5 المصادر توافر Q5	52.0%	11.0%	21.0%	16.0%	100.0%	
	% of Total	52.0%	11.0%	21.0%	16.0%	100.0%	

Crosstabulation المصدر Q9 * تعريف المكونات Q6							
			المصدر Q9				Total
			المراسل 1	وكالة بترا 2	وكالات أجنبية 4	لم يذكر 8	
المكونات تعريف Q6	1 جميعها عرفت	Count	43	9	20	15	87
		% within Q6 المكونات تعريف Q6	49.4%	10.3%	23.0%	17.2%	100.0%
		% of Total	43.0%	9.0%	20.0%	15.0%	87.0%
	2 معظمها تم تعريف	Count	8	2	1	1	12
		% within Q6 المكونات تعريف Q6	66.7%	16.7%	8.3%	8.3%	100.0%

		% of Total	8.0%	2.0%	1.0%	1.0%	12.0%
	بعضها تم تعريف 3	Count	1	0	0	0	1
		% within Q6 المكونات تعريف	100.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	1.0%	.0%	.0%	.0%	1.0%
Total		Count	52	11	21	16	100
		% within Q6 المكونات تعريف	52.0%	11.0%	21.0%	16.0%	100.0%
		% of Total	52.0%	11.0%	21.0%	16.0%	100.0%

Crosstabulation المصدر Q9 * وجود الرسوم البيانية Q7							
			المصدر Q9				Total
			المراسل 1	وكالة بتر 2	وكالات أجنبية 4	لم يذكر 8	
الرسوم البيانية وجود Q7	ذكر مصدرها وجدت وتم 1	Count	5	0	0	1	6
		% within Q7 الرسوم البيانية وجود	83.3%	.0%	.0%	16.7%	100.0%
		% of Total	5.0%	.0%	.0%	1.0%	6.0%
	يذكر المصدر وجدت ولم 2	Count	14	0	0	0	14
		% within Q7 الرسوم البيانية وجود	100.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	14.0%	.0%	.0%	.0%	14.0%
	رسوم إيضاحية رغم أفضلية وجودها لا توجد 3	Count	10	1	1	2	14
		% within Q7 الرسوم البيانية وجود	71.4%	7.1%	7.1%	14.3%	100.0%
		% of Total	10.0%	1.0%	1.0%	2.0%	14.0%
	بحاجة ليست 4	Count	20	10	20	13	63
		% within Q7 الرسوم البيانية وجود	31.7%	15.9%	31.7%	20.6%	100.0%
		% of Total	20.0%	10.0%	20.0%	13.0%	63.0%
واضحة وجدت وغير 5	Count	3	0	0	0	3	

		البيانية وجود الرسوم % within Q7	100.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	3.0%	.0%	.0%	.0%	3.0%
Total		Count	52	11	21	16	100
		البيانية وجود الرسوم % within Q7	52.0%	11.0%	21.0%	16.0%	100.0%
		% of Total	52.0%	11.0%	21.0%	16.0%	100.0%

Crosstabulation المصدر Q9 * الصياغة والتنظيم Q8							
			المصدر Q9				Total
			المراسل 1	وكالة بترا 2	وكالات أجنبية 4	لم يذكر 8	
Q8 والتنظيم الصياغة	كبيرة منظمة بنسبة 1	Count	32	11	20	13	76
		% within Q8 والتنظيم الصياغة	42.1%	14.5%	26.3%	17.1%	100.0%
		% of Total	32.0%	11.0%	20.0%	13.0%	76.0%
	متوسطة منظمة بنسبة 2	Count	12	0	1	3	16
		% within Q8 والتنظيم الصياغة	75.0%	.0%	6.3%	18.8%	100.0%
		% of Total	12.0%	.0%	1.0%	3.0%	16.0%
	منظمة غير 3	Count	8	0	0	0	8
		% within Q8 والتنظيم الصياغة	100.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% of Total	8.0%	.0%	.0%	.0%	8.0%
Total		Count	52	11	21	16	100
		% within Q8 والتنظيم الصياغة	52.0%	11.0%	21.0%	16.0%	100.0%
		% of Total	52.0%	11.0%	21.0%	16.0%	100.0%

ملحق (ج)

مجموعة جداول نتائج استطلاع رأي قراء صحف الدراسة

التي أتابعها في هذه الصحيفة أكثر المجالات الاقتصادية Q2						
		لمتابعة الأمور الاقتصادية الصحيفة التي أختارها				المجموع
		الرأي 1	الغد 2	الدستور 3	العرب اليوم 4	
وتكنولوجيا المعلومات الاتصالات 2	العدد	12	15	10	9	46
	%	14.3	24.6	14.7	28.1	18.8
وإجراءات وإعفاءات ورسوم وضرائب قوانين 4	العدد	13	13	13	2	41
	%	15.5	21.3	19.1	6.3	16.7
المال والعملات والسلع الرئيسية نشرات أسواق 8	العدد	15	8	8	4	35
	%	17.9	13.1	11.8	12.5	14.3
والإتشاءات العقارات 9	العدد	15	5	7	3	30
	%	17.9	8.2	10.3	9.4	12.2
البنوك 1	العدد	7	5	8	2	22
	%	8.3	8.2	11.8	6.3	9.0
ودراسات عن أداء الأسواق والمؤسسات تقارير 6	العدد	5	4	7	6	22
	%	6.0	6.6	10.3	18.8	9.0
والمعادن الطاقة 5	العدد	7	5	4	4	20
	%	8.3	8.2	5.9	12.5	8.2
النقل قطاع 3	العدد	5	3	7	1	16
	%	6.0	4.9	10.3	3.1	6.5
الشركات أخبار 7	العدد	3	1	3	1	8
	%	3.6	1.6	4.4	3.1	3.3
اجابة لا يوجد 99	العدد	2	1	1		4
	%	2.4	1.6	1.5		1.6

	الأسعار نشرات 10	العدد		1		1
		%		1.6		.4
المجموع	العدد	84	61	68	32	245
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

الاقتصادية أهتم بمتابعة الأمور Q3							
			لمتابعة الأمور الاقتصادية الصحيفة التي أختارها				المجموع
			1 الرأي	2 الغد	3 الدستور	4 العرب اليوم	
المحلية 1	العدد	39	23	27	15	104	
	%	60.0	52.3	58.7	57.7	57.5	
العالمية 3	العدد	16	11	7	5	39	
	%	24.6	25.0	15.2	19.2	21.5	
العربية 2	العدد	10	10	12	6	38	
	%	15.4	22.7	26.1	23.1	21.0	
المجموع	العدد	65	44	46	26	181	
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

الاقتصادية التي مصدرها أتابع التغطية الصحفية Q4						
		لمتابعة الأمور الاقتصادية الصحيفة التي أختارها				المجموع
		الرأي 1	الغد 2	الدستور 3	العرب اليوم 4	
مصدر المادة أياً كان 4	العدد	32	20	22	11	85
	%	58.2	50.0	51.2	45.8	52.5
الأنباء الأردنية بترا وكالة 2	العدد	11	3	10	7	31
	%	20.0	7.5	23.3	29.2	19.1
الصحيفة مراسل 1	العدد	5	10	7	5	27
	%	9.1	25.0	16.3	20.8	16.7
الأنباء الأجنبية وكالات 3	العدد	7	7	4	1	19
	%	12.7	17.5	9.3	4.2	11.7
المجموع	العدد	55	40	43	24	162
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

الاقتصادية في صورة أفضل قراءة ومتابعة المواد Q5						
		لمتابعة الأمور الاقتصادية الصحيفة التي أختارها				المجموع
		الرأي 1	الغد 2	الدستور 3	العرب اليوم 4	
قصيرة أخبار 1	العدد	34	20	23	14	91
	%	55.7	44.4	45.1	53.8	49.7
اقتصادية ومقالات تحليلات 4	العدد	14	8	10	3	35
	%	23.0	17.8	19.6	11.5	19.1
وتحقيقات تقارير 3	العدد	6	11	9	4	30
	%	9.8	24.4	17.6	15.4	16.4
صحفية ومقابلات أحاديث 2	العدد	7	6	9	5	27
	%	11.5	13.3	17.6	19.2	14.8
المجموع	العدد	61	45	51	26	183

Crosstab							
			لمتابعة الأمور الاقتصادية الصحفية التي أختارها Q1				Total
			الرأي 1	الغد 2	الدستور 3	العرب اليوم 4	
Q61 ومصطلحات التغطية الصحفية الاقتصادية بسيطة ومشروحة مفاهيم	بدرجة تامة متوافر 1	Count	6	10	8	7	31
		% within Q1 التي أختارها لمتابعة الأمور الاقتصادية الصحفية Q1	11.5%	27.8%	22.2%	33.3%	21.4%
		% of Total	4.1%	6.9%	5.5%	4.8%	21.4%
	بدرجة متوسطة متوافرة 2	Count	30	12	19	8	69
		% within Q1 التي أختارها لمتابعة الأمور الاقتصادية الصحفية Q1	57.7%	33.3%	52.8%	38.1%	47.6%
		% of Total	20.7%	8.3%	13.1%	5.5%	47.6%
	بدرجة منخفضة متوافرة 3	Count	4	2	3	3	12
		% within Q1 التي أختارها لمتابعة الأمور الاقتصادية الصحفية Q1	7.7%	5.6%	8.3%	14.3%	8.3%
		% of Total	2.8%	1.4%	2.1%	2.1%	8.3%
	متوافرة غير 4	Count	2	1	0	0	3
		% within Q1 التي أختارها لمتابعة الأمور الاقتصادية الصحفية Q1	3.8%	2.8%	.0%	.0%	2.1%
		% of Total	1.4%	.7%	.0%	.0%	2.1%
	اجابة لا يوجد 99	Count	10	11	6	3	30
		% within Q1 التي أختارها لمتابعة الأمور الاقتصادية الصحفية Q1	19.2%	30.6%	16.7%	14.3%	20.7%
		% of Total	6.9%	7.6%	4.1%	2.1%	20.7%
Total	Count	52	36	36	21	145	
	% within Q1 التي أختارها لمتابعة الأمور الاقتصادية الصحفية Q1	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
	% of Total	35.9%	24.8%	24.8%	14.5%	100.0%	

Chi-Square Tests		
	Value	df
		Asymp. Sig. (2-sided)

Pearson Chi-Square	13.480(a)	12	.335
Likelihood Ratio	14.565	12	.266
Linear-by-Linear Association	.444	1	.505
N of Valid Cases	145		
a 10 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .43.			

Crosstab							
			لمتابعة الأمور الاقتصادية الصحيفة التي أختارها Q1				Total
			الرأي 1	الغد 2	الدستور 3	العرب اليوم 4	
Q62 الصحيفة مدعمة بمصادر تمثل كافة جوانب المادة التغطية	بدرجة تامة متوافر 1	Count	3	6	2	3	14
		% within Q1 التي أختارها لمتابعة الأمور الاقتصادية الصحيفة	5.8%	16.7%	5.6%	14.3%	9.7%
		% of Total	2.1%	4.1%	1.4%	2.1%	9.7%
	بدرجة متوسطة متوافرة 2	Count	21	11	14	6	52
		% within Q1 التي أختارها لمتابعة الأمور الاقتصادية الصحيفة	40.4%	30.6%	38.9%	28.6%	35.9%
		% of Total	14.5%	7.6%	9.7%	4.1%	35.9%
	بدرجة منخفضة متوافرة 3	Count	14	9	8	6	37
		% within Q1 التي أختارها لمتابعة الأمور الاقتصادية الصحيفة	26.9%	25.0%	22.2%	28.6%	25.5%
		% of Total	9.7%	6.2%	5.5%	4.1%	25.5%
	متوافرة غير 4	Count	5	2	6	0	13
		% within Q1 التي أختارها لمتابعة الأمور الاقتصادية الصحيفة	9.6%	5.6%	16.7%	.0%	9.0%
		% of Total	3.4%	1.4%	4.1%	.0%	9.0%
	اجابة لا يوجد 99	Count	9	8	6	6	29
		% within Q1 التي أختارها لمتابعة الأمور الاقتصادية الصحيفة	17.3%	22.2%	16.7%	28.6%	20.0%

		% of Total	6.2%	5.5%	4.1%	4.1%	20.0%
Total		Count	52	36	36	21	145
		% within Q1 التي أختارها لمتابعة الأمور الاقتصادية الصحفية الاقتصادية	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		% of Total	35.9%	24.8%	24.8%	14.5%	100.0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	11.000(a)	12	.529
Likelihood Ratio	12.287	12	.423
Linear-by-Linear Association	.523	1	.469
N of Valid Cases	145		

a 8 cells (40.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.88.

Crosstab							
			لمتابعة الأمور الصحفية التي أختارها Q1 الاقتصادية الاقتصادية				Total
			الرأي 1	الغد 2	الدستور 3	العرب اليوم 4	
Q63 الصحفية تحتوي على بيانات وأرقام ذات مصدر موثوق التغطية به	بدرجة تامة متوافق 1	Count	8	5	8	4	25
		% within Q1 التي أختارها لمتابعة الأمور الاقتصادية الاقتصادية	15.4%	13.9%	22.2%	19.0%	17.2%
		% of Total	5.5%	3.4%	5.5%	2.8%	17.2%
	بدرجة متوافرة 2 متوسطة	Count	18	15	13	8	54
		% within Q1 التي أختارها لمتابعة الأمور الاقتصادية الاقتصادية	34.6%	41.7%	36.1%	38.1%	37.2%

		% of Total	12.4%	10.3%	9.0%	5.5%	37.2%
بدرجة متوافرة 3 منخفضة	Count		11	6	9	1	27
	% within Q1 التي أختارها لمتابعة الأمور الصحفية الاقتصادية		21.2%	16.7%	25.0%	4.8%	18.6%
	% of Total		7.6%	4.1%	6.2%	.7%	18.6%
متوافرة غير 4	Count		6	0	0	2	8
	% within Q1 التي أختارها لمتابعة الأمور الصحفية الاقتصادية		11.5%	.0%	.0%	9.5%	5.5%
	% of Total		4.1%	.0%	.0%	1.4%	5.5%
اجابة لا يوجد 99	Count		9	10	6	6	31
	% within Q1 التي أختارها لمتابعة الأمور الصحفية الاقتصادية		17.3%	27.8%	16.7%	28.6%	21.4%
	% of Total		6.2%	6.9%	4.1%	4.1%	21.4%
Total	Count		52	36	36	21	145
	% within Q1 التي أختارها لمتابعة الأمور الصحفية الاقتصادية		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	% of Total		35.9%	24.8%	24.8%	14.5%	100.0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	14.379(a)	12	.277
Likelihood Ratio	18.183	12	.110
Linear-by-Linear Association	.382	1	.537
N of Valid Cases	145		

a 7 cells (35.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.16.

Crosstab

			لمتابعة الأمور الصحفية التي أختارها Q1 الاقتصادية				Total
			الرأي 1	الغد 2	الدستور 3	العرب اليوم 4	
تحتوي رسوماً بيانية تساعد على فهم الأرقام الصحفية Q64 ومقارنتها.	بدرجة تامة متوافر 1	Count	11	7	5	4	27
		% within Q1 الاقتصادية التي أختارها لمتابعة الأمور الصحفية الاقتصادية	21.2%	19.4%	13.9%	19.0%	18.6%
		% of Total	7.6%	4.8%	3.4%	2.8%	18.6%
	بدرجة متوافرة 2 متوسطة	Count	16	7	12	7	42
		% within Q1 الاقتصادية التي أختارها لمتابعة الأمور الصحفية الاقتصادية	30.8%	19.4%	33.3%	33.3%	29.0%
		% of Total	11.0%	4.8%	8.3%	4.8%	29.0%
	بدرجة متوافرة 3 منخفضة	Count	10	9	10	3	32
		% within Q1 الاقتصادية التي أختارها لمتابعة الأمور الصحفية الاقتصادية	19.2%	25.0%	27.8%	14.3%	22.1%
		% of Total	6.9%	6.2%	6.9%	2.1%	22.1%
	متوافرة غير 4	Count	6	3	2	2	13
		% within Q1 الاقتصادية التي أختارها لمتابعة الأمور الصحفية الاقتصادية	11.5%	8.3%	5.6%	9.5%	9.0%
		% of Total	4.1%	2.1%	1.4%	1.4%	9.0%
	اجابة لا يوجد 99	Count	9	10	7	5	31
		% within Q1 الاقتصادية التي أختارها لمتابعة الأمور الصحفية الاقتصادية	17.3%	27.8%	19.4%	23.8%	21.4%
		% of Total	6.2%	6.9%	4.8%	3.4%	21.4%
Total	Count	52	36	36	21	145	
	% within Q1 الاقتصادية التي أختارها لمتابعة الأمور الصحفية الاقتصادية	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
	% of Total	35.9%	24.8%	24.8%	14.5%	100.0%	

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5.714(a)	12	.930
Likelihood Ratio	5.934	12	.919
Linear-by-Linear Association	.209	1	.648
N of Valid Cases	145		

a 7 cells (35.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.88.

Crosstab							
			لمتابعة الأمور الصحفية التي أختارها Q1 الاقتصادية				Total
			الرأي 1	الغد 2	الدستور 3	العرب اليوم 4	
الصحيفة للقراء فرصة تبادل الآراء والنقاش حول المواد والقضايا تتيح Q65 المطروحة.	بدرجة تامة متوافر 1	Count	7	8	3	3	21
		% within Q1 الاقتصادية التي أختارها لمتابعة الأمور الصحفية الاقتصادية	13.5%	22.2%	8.3%	14.3%	14.5%
		% of Total	4.8%	5.5%	2.1%	2.1%	14.5%
	بدرجة متوافرة 2 متوسطة	Count	14	6	8	6	34
		% within Q1 الاقتصادية التي أختارها لمتابعة الأمور الصحفية الاقتصادية	26.9%	16.7%	22.2%	28.6%	23.4%
		% of Total	9.7%	4.1%	5.5%	4.1%	23.4%
	بدرجة متوافرة 3 منخفضة	Count	15	6	11	2	34
		% within Q1 الاقتصادية التي أختارها لمتابعة الأمور الصحفية الاقتصادية	28.8%	16.7%	30.6%	9.5%	23.4%
		% of Total	10.3%	4.1%	7.6%	1.4%	23.4%

	متوافرة غير 4	Count	10	8	7	6	31
		% within Q1 التي أختارها لمتابعة الأمور الصحفية الاقتصادية	19.2%	22.2%	19.4%	28.6%	21.4%
		% of Total	6.9%	5.5%	4.8%	4.1%	21.4%
	اجابة لا يوجد 99	Count	6	8	7	4	25
		% within Q1 التي أختارها لمتابعة الأمور الصحفية الاقتصادية	11.5%	22.2%	19.4%	19.0%	17.2%
		% of Total	4.1%	5.5%	4.8%	2.8%	17.2%
Total	Count	52	36	36	21	145	
	% within Q1 التي أختارها لمتابعة الأمور الصحفية الاقتصادية	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
	% of Total	35.9%	24.8%	24.8%	14.5%	100.0%	

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	9.899(a)	12	.625
Likelihood Ratio	10.426	12	.579
Linear-by-Linear Association	.869	1	.351
N of Valid Cases	145		

a 5 cells (25.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3.04.

Crosstab						
			لمتابعة الأمور الاقتصادية الصحفية التي أختارها Q1			Total
			الرأي 1	الغد 2	الدستور 3	

Q66 التغطية الصحفية الاقتصادية لما يهم المواطن العادي مواكبة	بدرجة تامة متوافر 1	Count	8	9	5	8	30
		% within Q1 التي أختارها لمتابعة الأمور الاقتصادية الصحفية	15.4%	25.0%	13.9%	38.1%	20.7%
		% of Total	5.5%	6.2%	3.4%	5.5%	20.7%
	بدرجة متوسطة متوافرة 2	Count	19	12	10	3	44
		% within Q1 التي أختارها لمتابعة الأمور الاقتصادية الصحفية	36.5%	33.3%	27.8%	14.3%	30.3%
		% of Total	13.1%	8.3%	6.9%	2.1%	30.3%
	بدرجة منخفضة متوافرة 3	Count	11	2	13	3	29
		% within Q1 التي أختارها لمتابعة الأمور الاقتصادية الصحفية	21.2%	5.6%	36.1%	14.3%	20.0%
		% of Total	7.6%	1.4%	9.0%	2.1%	20.0%
	متوافرة غير 4	Count	6	3	2	2	13
		% within Q1 التي أختارها لمتابعة الأمور الاقتصادية الصحفية	11.5%	8.3%	5.6%	9.5%	9.0%
		% of Total	4.1%	2.1%	1.4%	1.4%	9.0%
	اجابة لا يوجد 99	Count	8	10	6	5	29
		% within Q1 التي أختارها لمتابعة الأمور الاقتصادية الصحفية	15.4%	27.8%	16.7%	23.8%	20.0%
		% of Total	5.5%	6.9%	4.1%	3.4%	20.0%
Total	Count	52	36	36	21	145	
	% within Q1 التي أختارها لمتابعة الأمور الاقتصادية الصحفية	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
	% of Total	35.9%	24.8%	24.8%	14.5%	100.0%	

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	19.211(a)	12	.084
Likelihood Ratio	19.770	12	.072
Linear-by-Linear Association	.272	1	.602
N of Valid Cases	145		

a 7 cells (35.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.88.

Crosstab							
			لمتابعة الأمور الصحفية التي أختارها Q1 الاقتصادية				Total
			الرأي 1	الغد 2	الدستور 3	العرب اليوم 4	
Q67 الصحيفة بالتقارير والتحقيقات التي تطرح القضايا الملحة لإيجاد تهتم Q67 المناسبة لها الحلول.	بدرجة تامة متوافر 1	Count	9	7	8	6	30
		% within Q1 الاقتصادية التي أختارها لمتابعة الأمور الصحفية الاقتصادية	17.3%	19.4%	22.2%	28.6%	20.7%
		% of Total	6.2%	4.8%	5.5%	4.1%	20.7%
	بدرجة متوافرة 2 متوسطة	Count	22	7	11	4	44
		% within Q1 الاقتصادية التي أختارها لمتابعة الأمور الصحفية الاقتصادية	42.3%	19.4%	30.6%	19.0%	30.3%
		% of Total	15.2%	4.8%	7.6%	2.8%	30.3%
	بدرجة متوافرة 3 منخفضة	Count	10	8	9	4	31
		% within Q1 الاقتصادية التي أختارها لمتابعة الأمور الصحفية الاقتصادية	19.2%	22.2%	25.0%	19.0%	21.4%
		% of Total	6.9%	5.5%	6.2%	2.8%	21.4%

	متوافرة غير 4	Count	3	5	1	1	10
		% within Q1 التي أختارها لمتابعة الأمور الصحفية الاقتصادية	5.8%	13.9%	2.8%	4.8%	6.9%
		% of Total	2.1%	3.4%	.7%	.7%	6.9%
	اجابة لا يوجد 99	Count	8	9	7	6	30
		% within Q1 التي أختارها لمتابعة الأمور الصحفية الاقتصادية	15.4%	25.0%	19.4%	28.6%	20.7%
		% of Total	5.5%	6.2%	4.8%	4.1%	20.7%
Total	Count	52	36	36	21	145	
	% within Q1 التي أختارها لمتابعة الأمور الصحفية الاقتصادية	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
	% of Total	35.9%	24.8%	24.8%	14.5%	100.0%	

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	11.490(a)	12	.487
Likelihood Ratio	11.187	12	.513
Linear-by-Linear Association	1.114	1	.291
N of Valid Cases	145		
a 7 cells (35.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.45.			

Crosstab							
			لمتابعة الأمور الصحفية التي أختارها Q1 الاقتصادية				Total
			الرأي 1	الغد 2	الدستور 3	العرب اليوم 4	
التغطية الصحفية بإجراء المقابلات والأحاديث مع المختصين والخبراء في تهتم Q68 المجالات والقضايا الاقتصادية المختلفة	بدرجة تامة متوافر 1	Count	10	9	3	6	28
		% within Q1 التي أختارها لمتابعة الصحيفة الاقتصادية الاقتصادية	19.2%	25.0%	8.3%	28.6%	19.3%
		% of Total	6.9%	6.2%	2.1%	4.1%	19.3%
	بدرجة متوافرة 2 متوسطة	Count	23	10	13	6	52
		% within Q1 التي أختارها لمتابعة الصحيفة الاقتصادية الاقتصادية	44.2%	27.8%	36.1%	28.6%	35.9%
		% of Total	15.9%	6.9%	9.0%	4.1%	35.9%
	بدرجة متوافرة 3 منخفضة	Count	6	2	9	2	19
		% within Q1 التي أختارها لمتابعة الصحيفة الاقتصادية الاقتصادية	11.5%	5.6%	25.0%	9.5%	13.1%
		% of Total	4.1%	1.4%	6.2%	1.4%	13.1%
	متوافرة غير 4	Count	3	4	3	1	11
		% within Q1 التي أختارها لمتابعة الصحيفة الاقتصادية الاقتصادية	5.8%	11.1%	8.3%	4.8%	7.6%
		% of Total	2.1%	2.8%	2.1%	.7%	7.6%
	اجابة لا يوجد 99	Count	10	11	8	6	35
		% within Q1 التي أختارها لمتابعة الصحيفة الاقتصادية الاقتصادية	19.2%	30.6%	22.2%	28.6%	24.1%
		% of Total	6.9%	7.6%	5.5%	4.1%	24.1%
Total	Count	52	36	36	21	145	
	% within Q1 التي أختارها لمتابعة الصحيفة الاقتصادية الاقتصادية	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

	% of Total	35.9%	24.8%	24.8%	14.5%	100.0%
--	------------	-------	-------	-------	-------	--------

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	13.944(a)	12	.304
Likelihood Ratio	13.994	12	.301
Linear-by-Linear Association	.460	1	.498
N of Valid Cases	145		

a 8 cells (40.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.59.

Crosstab							
			لمتابعة الأمور الصحفية التي أختارها Q1 الاقتصادية				Total
			الرأي 1	الغد 2	الدستور 3	العرب اليوم 4	
المعلومات التي توفرها الصحيفة عن الأزمة المالية العالمية الحالية تشرح إن Q7 أسبابها وحيثياتها	تام بشكل 1	Count	20	16	14	8	58
		% within Q1 الاقتصادية التي أختارها لمتابعة الأمور الصحفية Q1 الاقتصادية	38.5%	44.4%	38.9%	38.1%	40.0%
		% of Total	13.8%	11.0%	9.7%	5.5%	40.0%
	وغير بشكل منقوص 2 كافي	Count	31	19	22	13	85
		% within Q1 الاقتصادية التي أختارها لمتابعة الأمور الصحفية Q1 الاقتصادية	59.6%	52.8%	61.1%	61.9%	58.6%
		% of Total	21.4%	13.1%	15.2%	9.0%	58.6%

	اجابة لا يوجد 99	Count	1	1	0	0	2
		% within Q1 التي أختارها لمتابعة الأمور الصحفية الاقتصادية	1.9%	2.8%	.0%	.0%	1.4%
		% of Total	.7%	.7%	.0%	.0%	1.4%
Total		Count	52	36	36	21	145
		% within Q1 التي أختارها لمتابعة الأمور الصحفية الاقتصادية	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		% of Total	35.9%	24.8%	24.8%	14.5%	100.0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1.942(a)	6	.925
Likelihood Ratio	2.599	6	.857
Linear-by-Linear Association	.792	1	.373
N of Valid Cases	145		
a 4 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .29.			

Crosstab							
			لمتابعة الأمور الصحفية التي أختارها Q1 الاقتصادية				Total
			الرأي 1	الغد 2	الدستور 3	العرب اليوم 4	
متابعتي للتغطية الصحفية للأزمة المالية الحالية وما ينشر من تحليلات وتقارير إن Q8 أثرت على قراراتي المالية	كبير بشكل 1	Count	14	9	6	5	34
		% within Q1 التي أختارها لمتابعة الصحيفة الاقتصادية الاقتصادية	26.9%	25.0%	16.7%	23.8%	23.4%
		% of Total	9.7%	6.2%	4.1%	3.4%	23.4%
	متوسط بشكل 2	Count	26	22	21	12	81
		% within Q1 التي أختارها لمتابعة الصحيفة الاقتصادية الاقتصادية	50.0%	61.1%	58.3%	57.1%	55.9%
		% of Total	17.9%	15.2%	14.5%	8.3%	55.9%
	لم تؤثر على 3 الاطلاق	Count	11	5	9	4	29
		% within Q1 التي أختارها لمتابعة الصحيفة الاقتصادية الاقتصادية	21.2%	13.9%	25.0%	19.0%	20.0%
		% of Total	7.6%	3.4%	6.2%	2.8%	20.0%
	اجابة لا يوجد 99	Count	1	0	0	0	1
		% within Q1 التي أختارها لمتابعة الصحيفة الاقتصادية الاقتصادية	1.9%	.0%	.0%	.0%	.7%
		% of Total	.7%	.0%	.0%	.0%	.7%
Total	Count	52	36	36	21	145	
	% within Q1 التي أختارها لمتابعة الصحيفة الاقتصادية الاقتصادية	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
	% of Total	35.9%	24.8%	24.8%	14.5%	100.0%	

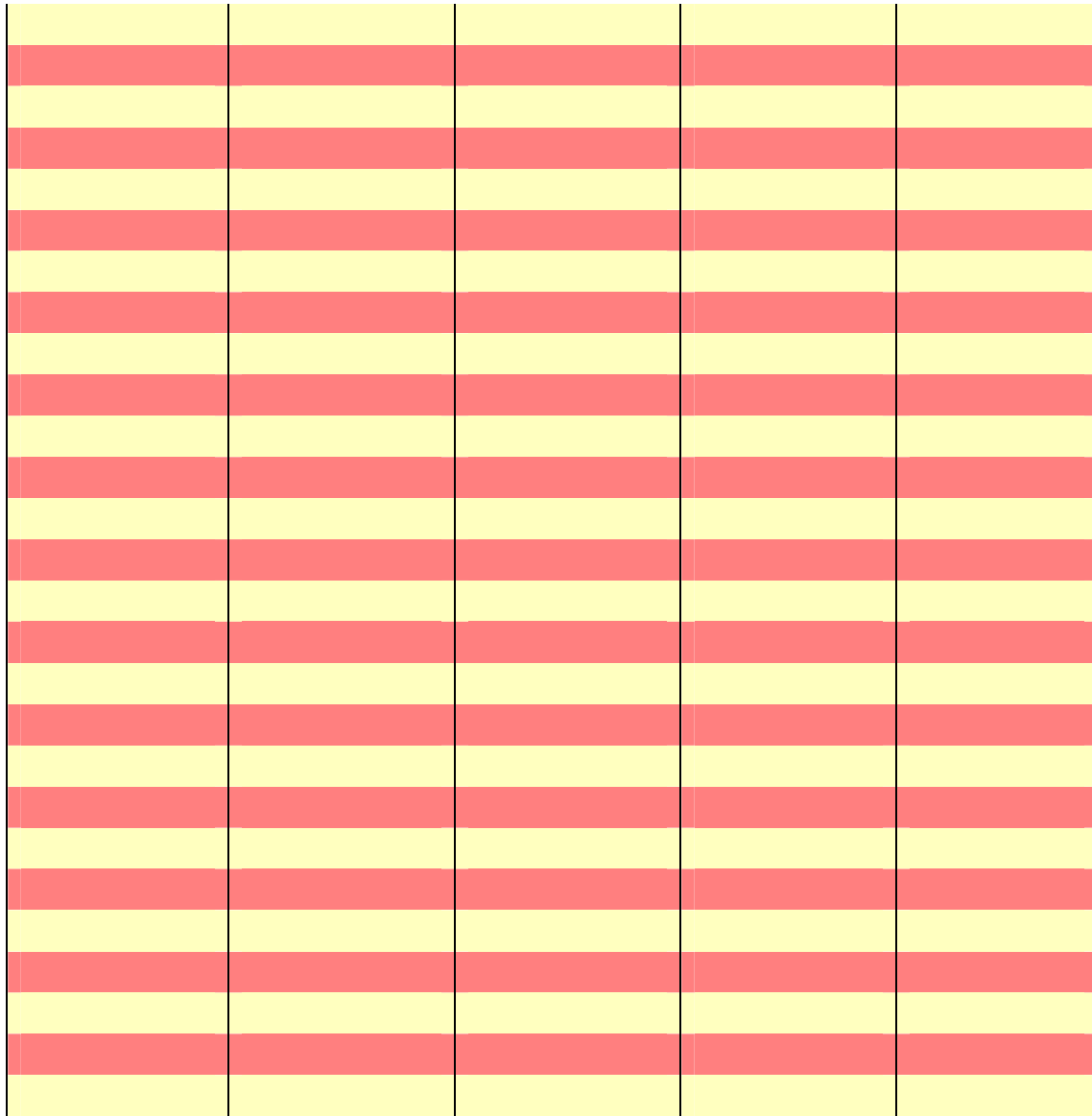
Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4.510(a)	9	.875
Likelihood Ratio	4.893	9	.844
Linear-by-Linear Association	1.096	1	.295
N of Valid Cases	145		

a 6 cells (37.5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .14.

الصحفية على تحقيق الفهم الكافي للأزمة , يرجع السبب الى في حال عدم قدرة التغطية Q9						
		لمتابعة الأمور الاقتصادية الصحفية التي أختارها				المجموع
		1 الرأي	2 الغد	3 الدستور	4 العرب اليوم	
يقدم في وسائل الإعلام المسموعة والمرئية أكثر إيضاح أجد أن ما 4	العدد	31	15	19	8	73
	%	40.3	28.3	33.3	19.0	31.9
مقالات وتحليلات لا يفي بالغرض ما يقدم من 3	العدد	13	10	15	10	48
	%	16.9	18.9	26.3	23.8	21.0
مقابلات مع مختصين وخبراء غير كافي ما يجري من 2	العدد	11	10	9	11	41

		%	14.3	18.9	15.8	26.2	17.9
	اجابة لا يوجد 99	العدد	9	6	6	6	27
		%	11.7	11.3	10.5	14.3	11.8
	التي تذكر في التغطية الصحفية غير واضحة المفاهيم 1	العدد	8	4	7	6	25
		%	10.4	7.5	12.3	14.3	10.9
	الازمة لا تخص الأردن وبالتالي ليس من الضروري معرف قناتي بأن 5	العدد	5	8	1	1	15
		%	6.5	15.1	1.8	2.4	6.6
المجموع	العدد		77	53	57	42	229
	%		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ملحق (د)



استمارة تحليل مضمون كفي/ صحيفة الدستور

استمارة تحليل مضمون كفي / صحيفة الدستور

التسلسل	تاريخ المادة	دقة وصحة المصطلح	شرح المصطلح	توافر البيانات	توافر المصادر	تعريف المكونات	وجود الرسوم البيانية	الصياغة والتنظيم	المصدر	المجال	جغرافية المادة	الملاحظات
1												
2												
3												
4												
5												
6												
7												
8												
9												

												10
												11
												12
												13
												14
												15
												16
												17
												18
												19
												20
												21
												22
												23
												24
												25

												26
												27
												28
												29
												30
												31
												32
												33
												34
												35
												36
												37
												38
												39
												40
												41

												42
												43
												44
												45
												46
												47
												48
												49
												50
												51
												52
												53
												54
												55
												56
												57

												58
												59
												60
												61
												62
												63
												64
												65
												66
												67
												68
												69
												70
												71
												72
												73

												74
												75
												76
												77
												78
												79
												80
												81
												82
												83
												84
												85
												86
												87
												88
												89

												90
												91
												92
												93
												94
												95
												96
												97
												98
												99

استطلاع رأي القراء

استطلاع رأي

قراء الصحف اليومية الأردنية حول المواد الاقتصادية الصادرة فيها

1- أكثر الصحف التي تطالعها والتي يدور الاستطلاع حول المواد ذات الطابع الاقتصادي الصادرة فيها:

الرأي الغد الدستور العرب اليوم

2- أكثر المجالات الاقتصادية التي تقرأها وتهتم بمتابعتها:

البنوك	التعليق على أداء الأسواق المالية
الطاقة	قوانين وإجراءات وإعفاءات ورسوم وضرائب
قطاع النقل	تقارير ودراسات عن الأسعار وأداء الأسواق
أخبار الشركات العامة	أخبار القطاع العام ونشاطاته واقتصاديات الدولة
العقارات والإنشاءات	النشرات الصادرة عن أسواق المال والعملات
والسلع الرئيسية	الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات
أخرى.....	

3- تُتابع هذه المواد الاقتصادية:

المحلية العربية العالمية

4- تُفضل قراءة المواد التي مصدرها:

مراسل الصحيفة
بترا
وكالات الأنباء الأجنبية
المادة تهملك
وكالة الأنباء الأردنية
أيما كان مصدرها طالما

5- تُفضل قراءة:

المواد والأخبار القصيرة
تقارير وتحقيقات تناقش وتوضح الأمور بشكل
أوسع

6- يفترض أن تشتمل هذه المواد على بعض العوامل التي تساعدك على فهم ومواكبة الأحداث الاقتصادية، واتخاذ القرارات وترتيب الأمور المالية مستهلكاً كنت، منتجاً، أو مستثمراً.

الرجاء تحديد نسبة مئوية لمدى توافر كل عامل من العوامل التالية في المواد التي تطالعها في الصحيفة التي اخترتها:

المفاهيم والمصطلحات بسيطة ومشروحة.....

المادة مدعمة بمصادر عديدة تمثل كافة جوانب المادة.....

تحتوي على بيانات وأرقام تدعم الموضوع وذات مصدر موثوق به.....

وجود صور في حال حاجة الموضوع لذلك يدعم مصداقيته.....

وجود رسوم بيانية تساعدك على استيعاب الأرقام ومقارنتها.....

وجود زاوية لتبادل الآراء والنقاش حول المواد والقضايا المطروحة.....

مواكبة ما تنشره الصحيفة لما يهم المواطن العادي بشرح التفاصيل في الوقت المناسب.....

اهتمام الصحيفة بالتقارير والتحقيقات الموسعة التي تطرح القضايا الملحة لإيجاد الحلول المناسبة..

الاهتمام بإجراء المقابلات والأحاديث مع المختصين والخبراء في المجالات والقضايا المحلية.....

7- من خلال متابعتك لما ينشر في هذه الصحيفة عن الأزمة المالية العالمية الحالية, هل ما قرأته واطلعت عليه فيها وفر لك المعرفة بهذه الأزمة وأسبابها ومجرياتها؟
نعم لا

8- في حال الإجابة بنعم هل أثر ما طرحته وما تداولته الصحيفة عن الأزمة على قراراتك المالية في هذه الفترة:
نعم لا

9- في حال الإجابة بلا ما هي العوامل التي ترى أنها السبب في عدم تحقيق الفهم الكافي للأزمة, وما يواكبها من أحداث؟
المفاهيم التي تذكر في المواد غير واضحة
ما ينشر من مقابلات مع مختصين ممثلين لمؤسسات وجهات مختلفة غير كافي.
قناعتك بأن الأزمة لا تخص الأردن وبالتالي ليس من الضروري فهم ما يجري.
أسباب أخرى

10- هل لجأت لوسائل إعلامية أخرى لمعرفة المزيد عن الأزمة؟ الرجاء حدها وما هي مزايا هذه الوسيلة التي مكنتك من تحقيق المعرفة الأفضل.
الوسيلة.....
المزايا.....
.....

11- مجال العمل

أو

12- مجال الدراسة.....

13- المستوى التعليمي

دكتوراه

بكالوريوس

ثانوية عامة وأقل

وأعلى

ماجستير

دبلوم

14- الفئة العمرية:

أكثر من 20-30

أقل من 20 عاماً

عاماً

أكثر من 40 عاماً

أكثر من 30-40 عاماً

تعليقات ومقترحات وملاحظات إن وجدت حول هذه المواد في الصحيفة التي
اخترتها:

.....
.....
.....

شاكرين حسن تعاونكم ودعمكم للبحث العلمي.

تم بحمد الله