

مجلة



البحوث الإعلامية

دورية علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

داخل العدد

- عادات وأنماط قراءة الصحف المصرية اليومية
لدى عضوات هيئة التدريس بجامعة الأزهر.
- اتجاهات النخبة حول تجديد الخطاب الديني.
- تغطية التقارير الإخبارية التليفزيونية لأحداث
الإرهاب.
- صورة الطفلة في مجلات الأطفال.
- تطوير التعليم في الصحافة المصرية، دراسة
تحليلية علي صحيفتي الأهرام والوفد..
- الملاحق الأسبوعية في الصحافة المصرية، دراسة
للمضمون والقائم بالاتصال..
- مدى مراعاة الضوابط الأخلاقية في الأغنية
العربية المصورة.
- دور الإعلام في تكوين تصورات النخبة حول
مفهوم الإرهاب.

العدد

الثامن عشر

أكتوبر ٢٠٠٢م

دار البيان



للطباعة
والنشر
والتوزيع

٧،٤ عمارات الجبل الأخضر

أمام نادي السكة الحديد

مدينة نصر

تليفاكس: ٤٨٢٢٤٨٧

ت : ٤٨٣٤٣٢٧

رقم الإيداع :

٦٥٥٥

العدد الثامن عشر

م ٢٠٠٢

مجلة



البحوث الإعلامية

دورية علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

رئيس مجلس الإدارة

الأستاذ الدكتور: أحمد عمر هاشم

رئيس التحرير

أ.د. محيي الدين عبد الحليم

مدير التحرير

أ.د. شعبان أبو اليزيد شمس

رئيس قسم الصحافة والإعلام

سكرتير التحرير

د. أحمد منصور هيبية

توجه باسم الدكتور/ مدير التحرير على العنوان التالي

جامعة الأزهر - كلية اللغة العربية بالقاهرة قسم الصحافة والإعلام

تليفون: ٥١٠١٤٦٦

المراسلات

هيئة تحكيم المجلة

أ.د. جيهان رشدي

أ.د. فاروق أبووزيد

أ.د. علي جودة

أ.د. محيي الدين عبد الحليم

أ.د. ماجي الحانوي

أ.د. عادل رضيا

أ.د. حمادي حسن محمود

أ.د. أشرف صالح

أ.د. محمود يوسف مصطفى

أ.د. شعبان أبو الوالي زيد شمس

جميع الآراء الواردة في هذه المجلة تعبر عن رأي صاحبها ولا تعبر عن رأي المجلة.

العدد الثامن عشر

أكتوبر ٢٠٠٢م

الملاحق الأسبوعية في الصحافة المصرية

دراسة للمضمون والقائم بالاتصال

د. محمد الجواد سعيد محمد ربيع

مدرس الصحافة

كلية الآداب - جامعة المنوفية

مقدمة :

في مواجهة تنوع اهتمامات القراء ورغباتهم وتعددتها، يسعى المضمون الصحفي بفئاته المختلفة إلى تلبية هذه الاهتمامات من خلال الأقسام المتخصصة بالجريدة والتي يتم توزيع منتجها الصحفي من أخبار وموضوعات وصور ورسوم على أجزاء الجريدة اليومية المختلفة.

وقد زاد عدد صفحات الجريدة في السنوات الأخيرة، ودفع هذا بعض الجرائد إلى تقسيم صفحاتها إلى أقسام Sections أو وحدات رئيسية للمضمون، وفي داخل كل قسم أبواب وأركان وصفحات للمواد المتخصصة وتنتشر بعض هذه الأبواب والأركان والصفحات يومياً أو أسبوعياً، أو في ملاحق الصحيفة الأسبوعية، أو تلك التي تصدر في شكل مجلة وتوزع مع العدد.

ويعتبر كل باب أو ركن أو صفحة أو ملحق متخصص بمثابة جريدة صغيرة متخصصة داخل الجريدة العامة الكبيرة، توظف داخلها الأشكال الصحفية المختلفة لعرض هذه الصفحات المتخصصة المجمعة، كلون من ألوان الخدمات التي تقدم للقارئ في إطار تلبية اهتماماته المتنوعة.

وفي هذا الإطار يشير كلا من الدكتور محمود علم الدين والدكتورة ليلى عبد المجيد إلى أن هناك خمس دوائر متداخلة يمثل كل منها شكلاً أو قالباً صحفياً مجمَعاً يعالج من خلاله المضمون الصحفي المتخصص المجمع على النحو التالي^(١).

الدائرة الأولى:

الأكثر اتساعاً هي الملحق Supplement الذي يضم مجموعة من الأقسام المتشابهة في المضمون أو المتقاربة أو التي لا يجمعها فقط سوى أنها مواد متخصصة ومتنوعة.

الدائرة الثانية:

الأقل اتساعاً هي القسم Section الذي يضم مجموعة من الصفحات المتخصصة التي تعالج مواد متشابهة في تخصصها أو أركان متخصصة أو أبواب متخصصة.

الدائرة الثالثة:

أقل اتساعاً من السابقة وهي الصفحة أو الصفحات المتخصصة
Specialized Pages وتعالج مواداً متشابهة في المضمون، وتضم أركاناً أو أبواباً
متخصصة تعالج مضموناً واحداً كالإدب، أو الفن، أو الرياضة.

الدائرة الرابعة:

وهي أضيق من الدائرتين الثالثة، وهي الركن الثابت المتخصص الذي يحتل
جزءاً أقل من الصفحة، ويعالج مضموناً متخصصاً واحداً مستخدماً أشكال صحفية
مختلفة.

الدائرة الخامسة:

وهي أضيق النواثر شدتلاً ومضموناً، وهي الباب الثابت المتخصص الذي
يعالج مضموناً متخصصاً من خلال شكل صحفي واحد أو عدة أشكال صحفية مثل
باب رسائل القراء، أو عمود أخبار رياضة وله عنوان ثابت.

وتدور دراستنا هذه في إطار الدائرة الأولى وهي الخاصة بالملاحق
Supplement حيث لفت انتباه الباحث ظاهرة صحفية أفرزتها سوق الصحافة
المصرية، خلال الأعوام الثلاثة الأخيرة، حيث اهتمت الصحف القومية اليومية
الصباحية على صدور الملاحق الصحفية مع الأعداد الأسبوعية لها، فنجد مع العدد
الأسبوعي لصحيفة الأهرام الصادر يوم الجمعة فبالإضافة إلى ملحق الجمعة الذي
يصدر مع العدد نجد هناك ملحق "سوق السيارات"، ملحق "أيامنا الحلوة" وبالنسبة
لصحيفة الأخبار، نجد مع العدد الأسبوعي لها وهو "أخبار اليوم" الذي يصدر يوم
السبت ملحق "صبيان وبنات"، "تجوم الرياضة"، "الآداب والفنون"، "السيارات"، ومع
العدد الأسبوعي لصحيفة الجمهورية والصادر يوم الخميس نجد ملحق "محبوبيتي"،
ومع عدد صحيفة الجمهورية الصادر يوم السبت نجد ملحق "تموع الندم".

وفي هذا الإطار فإن هذه الملاحق تسعى إلى تقديم الخصائص والسمات التي
تميز المضمون التحريري الذي تتضمنه ومن خلال القائم بالاتصال الذي يساهم
ويشارك في تحديد السمات والخصائص التي تميز هذا المضمون، والذي من
المفترض أنه يختلف عن الصحيفة التي يصدر معها في حالة تخصصه، أو يتفق

ويتشابه معها في حالة تنوعه للمضمون الصحفي الذي يحتويه، الأمر الذي يزيد من اهتمام الباحث بإجراء هذه الدراسة.

الدراسات السابقة:

في ضوء تحديد موضوع الدراسة والخاص بدراسة المضمون والقائم بالاتصال في الملاحق الصحفية الأسبوعية التي تصدرها الصحف المصرية، لم يجد الباحث أي دراسة تناولت هذا الموضوع من قبل، أما بالنسبة للتراث العلمي الأجنبي في هذا الموضوع، فيمكن الإشارة إليها على النحو التالي:

1- The Development of Newspapers-Based Supplemental Reading Program.⁽²⁾

حيث استهدفت هذه الدراسة كيفية استخدام الصحافة كوسيلة تعليمية في تعلم قراءة المفردات وزيادة المهارات الخاصة بالفهم والإدراك، وذلك على النحو التالي:

- ١- تطوير الملاحق الصحيفة التي تقدم برامج خاصة بالقراءة.
- ٢- تقييم تأثير هذه البرامج على طلاب المرحلة الخامسة في ضوء تطوير قدراتهم في قراءة المفردات وزيادة مهارات النهم والإدراك.
- ٣- التعرف على كل من موقف الطلاب والمدرسين تجاه هذه البرامج ومدى اهتمامهم بها.

وقدمت الدراسة خطوات لتطوير هذه البرامج ومنها:

- ١- الإعداد لما قد يؤدي إلى زيادة مهارات الفهم والإدراك من خلال قراءة الملاحق.

٢- التمهيد لإجراء اختبارات في هذه الملاحق.

٣- إجراء مراجعة للبرامج المقترحة في الملاحق.

٤- إجراء الاختبارات للطلبة من خلال البرامج المقترحة في الملاحق.

وتعتبر هذه الدراسة الخطوة الأخيرة لتقييم وتأثير هذه المواد في تطوير قراءة

المفردات وزيادة مهارات الفهم.

وقد تم إجراء البحث على ٢١٠ من طلاب المرحلة الخامسة من ٦ مدارس

من مدارس العاصمة ممثلين لمختلف المستويات الاقتصادية والاجتماعية.

وكان من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة، أن اتجاه كل من الطلاب والمدرسين إلى الملاحق إيجابي راعترها المدرسين بأنها وسيلة سهلة للاستخدام وبها دافع كبير في القراءة والاستفادة منها.

2- How Newspapers Handle Since News Coverage.⁽³⁾

حيث استهدفت هذه الدراسة التعرف على تأثير صدور بعض الملاحق العلمية المتخصصة في الجرائد الأسبوعية التي تحتوي على موضوعات علمية وتكنولوجيا في أبواب أو مقالات داخلية، كما استهدفت أيضاً دراسة تأثير تخصيص ملاحق علمية متخصصة في الجرائد اليومية على التغطية العلمية لموضوعات العلوم في الجرائد الأخرى.

وقد أوضحت الدراسة أن لصحف التي تنشر ملحقاً متخصصاً عن أخبار العلوم تزيد فيها كم المساحات المخصصة لتغطية موضوعات العلوم والتكنولوجيا كما يزيد فيها القصص والأخبار والادتماعات العلمية والتكنولوجيا التي تغطي هذا الملحق.

3- A study of Changes From women; Sections To Featuey – Entertainment Sections in Daily Newspapers Fram 1960-1990.

حيث استهدفت هذه الدراسة التعرف على التغيير في محتوى المضمون التحريري لأبواب المرأة خلال الفترة من ١٩٦٠ إلى ١٩٩٠، وتوصلت الدراسة إلى حدوث تغيير في الأقسام والأبواب، التحريرية الخاصة بالمرأة التي كانت تصدر بصفة أسبوعية في الجرائد اليومية، كما تم تخصيص أبواب تحريرية خاصة بالرجل بالإضافة إلى تخصيص أبواب تحريرية لمواد التسلية، وكان ذلك كله على حساب تقليص الموضوعات الاجتماعية لأخرى.

4- Is the Answer “Xtreme “Can Ayouth Selection Aimed At Teenagers Effectinely Attract People – Age 15 – 18 To Adaily Newspapers.⁽⁵⁾

حيث استهدفت هذه الدراسة اكتشاف إذا ما كانت الأقسام الأسبوعية المخصصة لشباب في الصحف اليومية تجذب إليها جمهور المراهقين وذلك من خلال الإجابة على الأسئلة التالية:

١- عادات استخدام جمهور المراهقين وتعاملها مع هذه الأقسام.

- ٢- ما هي بدايات ظهور هذه الأقسام.
 ٣- هل من الضروري قيام الصحف بالاهتمام بهذه الأقسام.
 ٤- هل بالفعل تشبع هذه الأقسام حاجات المراهقين.
 وقد أجريت الدراسة على ٣٥ طالب من المدارس العامة الحكومية وتراوح أعمارهم ما بين ١٥ - ١٨ سنة.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة النتائج على النحو التالي:

- ١- أن المراهقين يتعاملون مع هذه الأقسام بهدف:
 أ- قراءة الأعمدة التي تتناول المشاكل الخاصة بالمراهقين.
 ب- قراءة مواد التسلية.
 ج- قراءة المواد الصحفية الخاصة بالخدمات.
 ٢- يفضل المراهقين أن يكون إخراج الأبواب والأقسام التحريرية الخاصة بهم يتناسب مع المرحلة العمرية التي يعيشونها.
 ٣- كما أشار المراهقين إلى ضرورة أن تقوم للصحف بإصدار ملاحق صحفية مع الصحف خاصة بهم وتتناول قضاياهم ومشاكلهم.

5- Disseminating Crop Variety Trial Results via Agricultural Newspapers Supplements.⁽⁶⁾

حيث استهدفت هذه الدراسة التعرف على مدى استفادة المزارعين من الملاحق الصحفية التي تصدر مع الصحف الزراعية، حيث تم أخذ رأي عينة من المبحوثين عدد ٤٦ مبحوث وهم من المشتركين بالفعل في هذه الصحف الزراعية، حيث توصلت الدراسة إلى أن ٥٧% من المشتركين في هذه الصحف قد استفادوا من المعلومات التي تتضمنها الملاحق الصادرة مع هذه الصحف في مجال زراعة محاصيلهم، وقد عارض ٢٩% من المبحوثين نشر إعلانات مع المحتوى التحريري لهذه الملاحق وأشاروا على أن تكون الملاحق الصحفية الصادرة، مع هذه الصحف إلا تحتوي على نسبة إعلانات كبيرة إذا كان من الضروري نشر إعلانات بها.

التعليق على الدراسات السابقة:

- ١- ركزت هذه الدراسات على جانب واحد فقط بالنسبة للملاحق الصحفية وهو مدخل الاستخدامات والإشباعات ونون تناول العملية التحريرية أو الإخراجية لهذه الملاحق.
- ٢- سطحية التعامل مع النتائج وتوضح ذلك من خلال الاهتمام بالربط بين النتائج وبين العوامل المؤثرة عليها صحفياً ومهنياً.
- ٣- لم تتناول القائم بالاتصال في الملاحق الصحفية وسماته وخصائصه وانعكاس ذلك على مضمون المادة التحريرية وإخراجها.
- ٤- ضيق الإطار النظري لها والذي يقوم أساساً أو معاييراً علمية يمكن القياس عليها وتطبيق المقارنة بين الأقسام والأبواب الأسبوعية في الصحف اليومية والملاحق التي تصدرها الصحف الأسبوعية.

تحديد المشكلة البحثية وأهميتها:

تعالج الدراسة موضوع الملاحق الصحفية المصرية التي تصدر مع الجرائد اليومية اليومية، ويتبلور جوهر المشكلة البحثية في التعرف على خصائص وسمات المضمون التحريري لهذه الملاحق والمعايير والخصائص المميزة للقائم بالاتصال في هذه الملاحق وانعكاس ذلك على الأسلوب التحريري المتبع في هذه الملاحق. وبناء عليه تتضح أهمية الموضوع، والاحتياج إلى القيام بدراسة علمية تطلعاً للوضع الأمثل الذي يمكن أن يكون عليه الأسلوب التحريري لهذه الملاحق لإشباع احتياجات قراءة هذه الملاحق من المواد والأبواب التحريرية التي تغطي اهتمامات القراء، بما يتطابق والسمات الخاصة للقائم بالاتصال في هذه الملاحق والمعايير التي يتم بناء عليها تقييم الأداء.

ومما يزيد من تلك الأهمية عدم وجود دراسة من قبل تناولت موضوع الملاحق الصحفية التي تصدرها الصحف المصرية، وهو في مقامة الاعتبارات التي دعت إلى اختيار الموضوع، هذا إلى جانب أن الدراسة تتكون من شقين إحداهما تحليلي وهو خاص بالمضمون التحريري لهذه الملاحق، ثانيها ميداني وهو خاص بالقائمين بالاتصال في هذه الملاحق، وبناء على ذلك يمكننا تحديد المشكلة البحثية فيما يلي:

في ضوء إصدارات الجرائد القومية للعديد من الملاحق الأسبوعية التي تغطي مختلف المجالات والتي يفترض أنها صدرت من أجل تغطية مجالات لا تغطيها تلك الجرائد أو أنها جاءت لاستكمالها فما هي السمات والخصائص التحريرية المتبعة فيها ورؤية القائمين بالاتصال لهذه الظاهرة التي تشهدها السوق الصحفية المصرية في ضوء هذه السمات التحريرية.

أهداف الدراسة:

تستهدف الدراسة رصد وتوصيف وتحليل الملاحق الصحفية الأسبوعية الصادرة مع الصحف القومية للتعرف على الخصائص والسمات الخاصة بالأساليب التحريرية المستخدمة في معالجة هذه المضامين التي تناولتها خلال فترة البحث، كما تهدف الدراسة من جانب آخر إلى التعرف على خصائص القائم بالاتصال في هذه الملاحق ورؤيته والمعايير التي يراها مناسبة للأداء الصحفي في الملاحق المدروسة وعلاقة ذلك بأدائه المهني ورضائه الوظيفي بصفة عامة.

وانطلاقاً من هذا الهدف، تتفرع عدة أهداف فرعية تسعى الدراسة إلى تحقيقها وذلك على النحو التالي:

- ١- وصف وتحليل وتفسير العلاقة بين الصيغة التحريرية المتبعة في الملاحق المدروسة وبين الأشكال الصحفية المستخدمة بها.
- ٢- وصف وتحليل وتفسير العلاقة بين السمات الخاصة بالأساليب التحريرية المستخدمة، وبين السمات وخصائص القائمين، بالاتصال فيها.
- ٣- وصف وتحليل وتفسير العلاقة بين الموضوعات المنشورة في الملاحق المدروسة وبين الأشكال الصحفية المستخدمة في معالجتها.
- ٤- وصف وتحليل وتفسير العلاقة بين الموضوعات المنشورة في الملاحق المدروسة وبين الأشكال والفنون غير الصحفية المستخدمة فيها.
- ٥- وصف وتحليل وتفسير العلاقة بين المصادر التي اعتمد عليها كل من القائم بالاتصال، والملاحق في الحصول على المعلومات والبيانات الخاصة بالموضوعات المنشورة بها وبين الأشكال الصحفية المستخدمة في معالجتها تحريرياً.

- ٦- التعرف على المعايير التي يجب أن تتوفر في القائم بالاتصال في الملحق الأسبوعي.
- ٧- التعرف على المعايير التي تتم على أساسها اختيار المضامين التحريرية في الملاحق الصحفية من وجهة نظر القائم بالاتصال.
- ٨- التعرف على المعايير الخاصة بتقييم الأداء الصحفي في الملاحق الصحفية كما يراها القائم بالاتصال بها.
- ٩- التعرف على ترتيب الأشكال الصحفية وغير الصحفية لمستخدمة في المعالجات التحريرية للموضوعات المنشورة بالملاحق كما يراها القائم بالاتصال.
- ١٠- التعرف على المعوقات التي تعترض الأداء الصحفي في الملاحق الصحفية كما يراها القائم بالاتصال.

تساؤلات الدراسة:

وفي ضوء أهداف الدراسة يمكن طرح مجموعة من التساؤلات التي يسعى البحث للإجابة عنها:

أولاً: تساؤلات خاصة بالدراسة التحليلية:

- ١- ما أهم المضامين التي تعرضت لها الملاحق الصحفية المدروسة خلال فترة البحث؟
- ٢- ما الأشكال والفنون الصحفية التي تستخدم في تحرير الموضوعات المنشورة بالملاحق الصحفية المدروسة؟
- ٣- هل هناك علاقة بين الأشكال الصحفية المستخدمة في الملاحق المدروسة وبين الموضوعات المنشورة في هذه الملاحق؟
- ٤- ما المصادر التي اعتمد عليها كل من القائم بالاتصال، والملاحق الصحفية في الحصول على المعلومات والبيانات الخاصة بالمادة التحريرية؟
- ٥- ما الأشكال والفنون غير الصحفية المستخدمة في الملاحق الصحفية خلال فترة البحث؟
- ٦- هل هناك علاقة بين الأشكال الصحفية المستخدمة، والصيغة التحريرية للملاحق الصحفية المستخدمة بها؟

٧- هل هناك علاقة بين الأشكال غير الصحفية المستخدمة، والملاحق الصحفية المستخدمة بها؟

٨- هل هناك علاقة بين المصادر التي اعتمد عليها القائم بالاتصال، في الحصول على المعلومات والملاحق الصحفية المدروسة؟

٩- هل هناك علاقة بين المصادر التي اعتمدت عليها الملاحق الصحفية المدروسة في الحصول على المعلومات؟

ثانياً: تساؤلات خاصة بالقائم بالاتصال:

١- ما المعايير التي يجب أن تتوفر في القائم بالاتصال بالملحق الأسبوعي؟

٢- ما المعايير التي يقوم على أساسها القائم بالاتصال باختيار المضامين التحريرية في الملاحق الأسبوعية؟

٣- ما المعايير التي يتم على أساسها تقييم الأء الصحفي في الملحق الأسبوعي من وجهة نظر القائم بالاتصال؟

٤- ما الأشكال الصحفية المناسبة من وجهة نظر القائم بالاتصال لتحرير موضوعات الملحق الأسبوعي؟

٥- ما أهم الموضوعات التي يجب أن تتناولها الملاحق الأسبوعية من وجهة نظر القائم بالاتصال؟

٦- ما تأثير السياسة التحريرية للملحق الصحفي على المضمون الذي يقدمه القائم بالاتصال؟

٧- ما هي طبيعة المعوقات التي يتعرض لها القائمون بالاتصال في الملاحق الأسبوعية وتأثير ذلك على أدائهم المهني وعلى رضائهم الوظيفي بصفة عامة؟

نوع الدراسة والمناهج المستخدمة:

نظراً لحدائثة الموضوع وعدم وجود دراسات سابقة تتصل مباشرة بموضوع الدراسة فقد أجري الباحث في البداية تحليلاً مبدئياً اعتمد على أسس للدراسة الاستطلاعية وهو عبارة عن تحليل كفي تم على عينات صغيرة من الملاحق الصحفية المدروسة، استهدف تحديد العناصر المكونة لوحدات التحليل النهائي التي

استقر عليها الباحث كأساس للتصنيف، وقد أدت الدراسة الاستطلاعية إلى استفادة الباحث بوضع برنامج التحليل النهائي في الحصول على البيانات المطلوبة. من هذا المنطلق فإن هذه الدراسة تنتمي إلى نوعية الدراسات الوصفية المقارنة، ويتم في هذا الإطار استخدام التحليل في وصف محتوى الملاحق الصحفية المدروسة والاستفادة من هذه المعلومات في التعرف على مواقع الاتفاق أو الاختلاف بين خصائص الكتابة والتحرير الصحفي في الملاحق الصحفية المدروسة، وذلك بما يشكل قاعدة معرفية للاستدلال مثل التعرف على الصيغ الصحفية الواقعية أو اتجاهات المضمون أو تقييم أثر العوامل المختلفة على الكتابة والتحرير. وقد أدى لنتاء الدراسة إلى هذه النوعية، ونظراً لكم ونوع البيانات المطلوبة فقد اعتمدت الدراسة على المناهج التالية:

١- منهج المسح الإعلامي Survey

ويقصد بالمنهج المسحي المحاولة المنظمة لتقرير وتحليل وتفسير الوضع الراهن للظاهرة، وهو يستهدف الوصول إلى بيانات يمكن تصنيفها وتعميمها وفي هذا الإطار فإن أهم خاصية لمنهج المسح أنه غير مرتبط بتكنيك محدد لجمع البيانات حيث يمكن استخدام المقابلة والملاحظة والاستبيان وتحليل المضمون بحرية^(٧). وفي هذا الإطار اعتمد الباحث على أسلوبين رئيسيين للمسح تتفقان مع طبيعة الدراسة وهما:

المسح الوصفي Discriptive Survey

وذلك لدراسة الوضع الراهن للسمات والخصائص الخاصة بالأساليب التحريرية المتبعة في الملاحق الصحفية المدروسة.

المسح التحليلي Analytical Survey

ومن خلاله يضمن الباحث شرح وتفسير فنون الكتابة الصحفية في الملاحق الصحفية المدروسة ومدى علاقتها بالمتغيرات الأخرى سواء كانت مجتمعية أو صحفية من خلال الاستدلالات التفسيرية.

وفي إطار المنهج المسحي اعتمد الباحث على:

مسح المحتوى Content Survey

وهو المسح الذي يسعى إلى اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى والعلاقات الارتباطية بهذه المعاني من خلال البحث الكمي وأيضاً الكيفي - الموضوعي والمنظم

للسمات الظاهرة في هذا المحتوى، واستخدمه الباحث لتحليل فنون الكتابة الصحفية في الملاحق الصحفي المدروسة وللتعرف على أوجه الاتفاق أو الاختلاف بينهما فيما يتعلق بتفضيل فنون صحفية بعينها، مصاحبة لمضامين الفنون المختلفة وصولاً إلى وصف تحليلي لهذا المحتوى وبما يترتب عليه إتاحة إجراء المقارنة بين هذه الفنون في الملاحق الصحفية المدروسة، ويفيد مسح المحتوى في نظرتة لفنون الكتابة الصحفية بوصفها عنصراً من عناصر العملية الصحفية التي تعمل في إطارها مما ينتج افتراض علاقة ارتباطية للمحتوى بعناصر هذه العملية وتؤثر هذه العلاقة على فنون الكتابة الصحفية في الملاحق الصحفية المدروسة.^(٨)

٢- منهج دراسة الحالة Case Study

حيث تم تطبيق منهج دراسة الحالة عند دراسة الملاحق الصحفية التي تصدرها كل صحيفة من الصحف التي تصدر هذه الملاحق، وذلك على اعتبار أن كل منها تمثل مفردة واحدة لها سياقها وأطرها المجتمعية والصحفية مما ساعد الباحث على إجابة بعض التساؤلات التي طرحها في بداية الدراسة، وذلك فيما يتعلق بوصف وتحليل العلاقة بين المحتوى التحريري لكل ملحق على حدة، وبين السياسة التحريرية الخاصة بكل صحيفة من الصحف التي تصدر عنها هذه الملاحق، لذلك وجد الباحث أن منهج دراسة الحالة يمكن توظيفه في دراسته الوصفية التحليلية، وبصفة خاصة في إطار هدف وصف الظاهرة محل الدراسة وهي الفنون والأشكال الصحفية بكل ملحق والعلاقات التي تؤثر فيها وتتأثر بها لكل ملحق على حدة وصولاً إلى استنتاجات واستدلالات أشمل من الحالة المدروسة.

٣- المنهج المقارن:

حيث تكون الاستفادة من المنهج المقارن في هذه الدراسة من البيانات الكمية والمعلومات الكيفية التي حصل عليها الباحث من خلال منهج المسح الإعلامي ودراسة الحالة في دراسة العوامل المؤثرة على الأشكال الصحفية وغير الصحفية بالملاحق الصحفية المدروسة والعلاقات المتبادلة بينهما وصولاً إلى توضيح أوجه الاختلاف أو الاتفاق بين الملاحق المدروسة بما يتعلق بالأشكال والفنون الصحفية وغير الصحفية والعوامل المؤثرة عليها.

وفي هذا الإطار تحددت أدوات جمع البيانات باستخدام أداتي تحليل المضمون، والاستبيان، وإجراء المقابلات لمتابعة المبحوثين في الإجابة على التساؤلات الموجهة لهم.

الإطار الإجرائي:

أ- مجتمع الدراسة التحليلية:

١- عينة الصحف:

وفي إطار محاولة الكشف عما تسعى إليه مشكلة الدراسة وسعيًا للإجابة على التساؤلات المطروحة وبناء على أسس الدراسة الاستطلاعية اختار الباحث الملاحق الأسبوعية التي تصدرها صحف الأهرام، أخبار اليوم، الجمهورية وهي:

١- ملاحق صحيفة الأهرام وتشمل: ملحق الجمعة - ملحق أيامنا الحلوة - ملحق سوق السيارات.

٢- ملاحق صحيفة أخبار اليوم وتشمل ملحق صبيان وبنات - ملحق نجوم الرياضة - ملحق الفنون والآداب - ملحق السيارات.

٣- ملاحق صحيفة الجمهورية وتشمل: ملحق نموع الندم - ملحق محبوبتي. وبذلك يبلغ عدد الملاحق الصحفية المدروسة تسعة ملاحق صحفية.

٢- العينة الزمنية:

لما كانت الدراسة آنية فقد رأى الباحث أن تكون فترة الدراسة ستة شهور نتيجة لطبيعة البحث والمواد الخاضعة للتحليل وأساليب هذا التحليل ومستوياته. ونظراً لأن صدور هذه الملاحق بدأ من عام ٢٠٠٠، قد اختار الباحث العينة الزمنية للدراسة بداية من يناير ٢٠٠٢ وحتى نهاية يوليو ٢٠٠٢ كمجال زمني لإجراء الدراسة وحتى يكون قد مضى فترة زمنية كافية على إصدار الملاحق وقد اعتمد الباحث على أسلوب الحصر الشامل لكل أعداد الملاحق الصادرة خلال تلك الفترة، وبلغ إجمالي حجم أعداد الملاحق الصحفية التي خضعت للتحليل ٢١٨ ملحق موزعة على النحو التالي:

١- ملاحق صحيفة الأهرام ٧٣ ملحق.

٢- ملاحق صحيفة أخبار اليوم ٩٧ ملحق.

٣- ملاحق صحيفة الجمهورية ٤٨ ملحق.

ب- مجتمع الدراسة الميدانية:

طبقت استمارة الاستبيان بأسلوب الحصر الشامل (المسح) على القائمين بالاتصال بالملاحق الصحفية المدروسة، باستثناء من تعذر الوصول لهم لظروف السفر أو الانشغال وأحياناً التهرب، فقد بلغ إجمالي المبحوثين ٧٥ صحفياً بواقع ٢٩ صحفياً بملاحق صحيفة أخبار اليوم، و ٢٥ صحفياً بملاحق صحيفة الأهرام، و ٢١ صحفياً بملاحق صحيفة الجمهورية، ونشير إلى أن قائمة المبحوثين ضمت بجانب المحررين سكرتارية التحرير الفنية والمشرفين على الملاحق، وتم تطبيق الاستبيان عقب الانتهاء من تحليل المضمون، واستغرق ذلك شهرين هما شهري مايو ويونيو ٢٠٠٢.

أساليب التحليل:

اعتمدت دراسة تحليل المضمون وتطبيق الاستبيان على أسلوب التحليل الكمي للبيانات، وإحصاء التكرارات والنسب في صورة رقمية، ثم التحليل الكيفي للحصول على نتائج وتفسير لدلالاتها واستخلاص بعض العلاقات الارتباطية، وفي هذا الإطار استخدم الباحث:

- اختبار الاستقلال المتغيرين وصفيين (اختبار كاي^٢) ويستهدف قياس العلاقة بين متغيرين وصفيين ضمن فئات التحليل التي تضمنتها استمارة التحليل.
- مجموع الأوزان المرجح لبيان الفنون الصحفية وغير الصحفية حسب أهميتها للملاحق وجهة نظر المبحوثي: (مج س × و)

مج و

- معدل الثبات بطريقة هولستي لاختبار الثبات: (٢ت)

$$ن + ١ ن$$

الخطوات المنهجية المتصلة بأسلوب تحليل المحتوى:

أولاً: استمارة تحليل المضمون:

١- تصنيف المحتوى وتحديد الفئات:

ويقصد بهذا الإجراء تقسيم المحتوى إلى أجزاء ذات خصائص أو مواصفات بناء على الإطار النظري لمشكلة البحث وما تطرحه من تساؤلات وما تدرج تحته فئات التحليل.

٢- تحديد وحدات التحليل:

وهي الوحدات التي يتم عليها العد والقياس مباشرة، وقد استقر الباحث على وحدة الفكرة كوحدة للتحليل لأن تناولها يفيد في تحديد أكثر الفئات استخداماً في الكشف عما يقوله المحتوى.

٣- تصميم استمارة التحليل:

وهي الأداة المستخدمة في إطار منهج المسح الإعلامي، حيث قام الباحث بتصميم هيكلها العام، يعد أن تم عرضها على مجموعة من المحكمين، حيث تم إضافة فئات، وحذف فئات أخرى إلى أن أصبحت في صورتها النهائية وقد تضمنت الاستمارة:

أ- البيانات الأولية عن الملاحق الصحفية المدروسة.

ب- فئات التحليل.

ج- وحدات التحليل.

د- ملاحظات يسجل فيها الباحث البيانات الكيفية التي لم تسمح الاستمارة في تصميمها بتسجيلها كميًا.

٤- تحديد أسلوب العد والقياس:

حيث استقر الباحث على التكرار النسبي كمقياس لوحدة التحليل، وأتبعه بعدد من الاختبارات الإحصائية السابقة الإشارة إليها.

٥- جمع البيانات الكمية والكيفية:

حيث تمت عملية جمع البيانات الكمية على مرحلتين:

أ- استخدام استمارة التحليل لجمع البيانات الخاصة بكل عدد من أعداد الملاحق المدروسة.

ب- تفرغ البيانات في جداول تفرغية لاستخراج النتائج وعرضها إحصائياً.

٦- إجراء اختبارات الصدق والثبات:

أولاً: اختبار الصدق:

حيث عرض الباحث استمارة التحليل على عدد من الأساتذة والمتخصصين في مجالي التحرير الصحفي ومناهج البحث^(٩)، حيث أبلوا عدداً من الملاحظات العلمية خاصة بشكل ومحتوى الاستمارة مما أسفر عن إخال عدد من التعديلات عليها لضمان تحقيق صدق الاستمارة بما يضمن أكثر درجات الثقة فيها.

ثانياً: اختبار الثبات:

حيث اعتمد الباحث على حساب معامل الثبات بطريقة هولستي Holsti

٢

معامل الثبات =

$$n + 1$$

وأجرى الباحث اختبار الثبات على النحو التالي:

أ- مستوى الباحث نفسه، حيث قام الباحث بإعادة التحليل في عديدين من الملاحق التي تصدرها كل صحيفة، وذلك بعد شهر من انتهائه من عملية التحليل، وتوصل إلى أن معامل ثبات التحليل في ملاحق الدراسة، كان على النحو التالي:

- ١- الملاحق الصحفية التي تصدرها صحيفة الأهرام ٩٦,٣%.
- ٢- الملاحق الصحفية التي تصدرها صحيفة أخبار اليوم ٩٤,٤%.
- ٣- الملاحق الصحفية التي تصدرها صحيفة الجمهورية ٩٢,٣%.

ب- مستوى باحث آخر، حيث استعان الباحث بأحد الباحثين^(١٠) في مجال الصحافة لتحليل عديدين من أعداد الملاحق فتوصل إلى أن معامل ثبات التحليل في

ملاحق الدراسة، كان على النحو التالي:

- ١- الملاحق الصحفية التي تصدرها صحيفة الأهرام ٨٩,٤%.
- ٢- الملاحق لصحيفة التي تصدرها صحيفة أخبار اليوم ٨٧,٧%.
- ٣- الملاحق الصحفية التي تصدرها صحيفة الجمهورية ٨٦,٦%.

ثانياً: استمارة الاستبيان:

حيث استخدمت استمارة الاستبيان كأداة من خلالها يتم التعرف على معلومات وآراء وأفكار القائمين بالاتصال في الملاحق الصحفية المدروسة، حول موضوع

الدراسة ولقد استخدمت كوسيلة لجمع البيانات الميدانية عن طريق المقابلة الشخصية وتحتوي الاستمارة على نوعين من الأسئلة:

أ- أسئلة مفتوحة: وهي التي يترك فيها الباحث للمبحوث حرية الإجابة عليها بلغته وطريقته وأسلوبه دون التقيد بإجابات محتملة يكون الباحث قد أعدها مسبقاً.

ب- أسئلة مغلقة وهي التي يحدد فيها الباحث مسبقاً مجموعة من الإجابات البديلة ويدونها في صحيفة الاستقصاء بعد السؤال مباشرة على أساس أن يقوم المبحوث باختيار إجابة أو أكثر على أنها الإجابة المناسبة من وجهة نظره.

وعلى ضوء ذلك تم حصر الأبعاد الرئيسية للموضوع محل الدراسة ومفردات المعلومات اللازمة لتغطيتها وترجمتها إلى أسئلة روعي فيها كافة ما ينصح به المختصون من قواعد وتعليمات وتم مراجعة الاستبيان وإخال تعديلات تمثلت في حذف بعض الأسئلة وتعديل وإضافة أسئلة جديدة بعد عرضها على المحكمين في تخصصات الصحافة والاجتماع وعلم النفس والإحصاء.^(١١)

وقد تم تحديد المجال الجغرافي للدراسة بمؤسسات الأهرام، أخبار اليوم، الجمهورية، كما تم استخدام الملاحظة العلمية في الدراسة الميدانية، وذلك لتسجيل وجهات النظر والآراء حول بعض نقاط البحث والتي لا تتضمنها استمارة الاستبيان.

دليل التعريفات الإجرائية الخاصة باستمارة تحليل المضمون^(١٢).

١- فئة الموضوع

وتتضمن نوع ومضمون النص الصحفي ويشمل:

١/١ سياسي: ويتضمن كل ما يتعلق بالشئون السياسية سواء الداخلية أو الخارجية.

٢/١ اقتصادي: ويتضمن كل ما يتعلق بالشئون الاقتصادية والتجارية والصناعية والزراعية والمالية سواء الداخلية أو الخارجية.

٣/١ اجتماعي: ويتضمن كل ما يتعلق بالأنشطة والمجالات والخدمات الاجتماعية التي تدور في نطاق الأسرة والمجتمع وكافة الظواهر الاجتماعية ونقد الظواهر السلبية في المجتمع.

٤/١ ثقافي: ويتضمن كل ما يتعلق بالأنشطة الثقافية مثل الأدب والمسرح والشعر والآثار ومختلف فروع ومجالات الثقافة في شتى الميادين.

- ٥/١ عسكري: ويتضمن كل ما يتعلق بالأنشطة والمجالات العسكرية المختلفة وعلى كافة المستويات والمجالات.
- ٦/١ ديني: ويتضمن كل ما يتعلق بالأديان السماوية والعبادات والعقائد والسير وكل ما من شأنه يدخل في نطاق المجال الديني من أنشطة واحتفالات.
- ٧/١ فني: ويتضمن كل ما يتعلق بمختلف الفنون من تمثيل، رسم، نحت، تصوير، وكافة المجالات الفنية المختلفة.
- ٨/١ رياضي: ويتضمن كل ما يتعلق بالأنشطة الرياضية المختلفة في كل المجالات ومختلف الألعاب والأنشطة والمسابقات الرياضية.
- ٩/١ جرائم وحوادث: ويتضمن كل ما يتعلق بالجرائم على اختلاف أنواعها وكذلك الحوادث.
- ١٠/١ جنس وفصائح: وتتضمن كل ما يتعلق بموضوعات الفصائح والجنس في مختلف المجالات.
- ١١/١ تعليم: وتتضمن كل ما يتعلق بشئون التعليم في كافة المراحل المختلفة.
- ١٢/١ علوم: وتتضمن كل ما يتعلق بمختلف المجالات العلوم والتكنولوجيا في مجال الاختراعات أو الاكتشافات.
- ١٣/١ مرأة وطفل: وتتضمن كل ما يتعلق بشئون المرأة والأسرة.
- ١٤/١ خدمي: وتتضمن كل ما يتعلق بتقديم الخدمات في مختلف المجالات.
- ١٥/١ تاريخي وسير وتراجم: وتتضمن كل ما يتعلق بالموضوعات التاريخية والسير والتراجم الخاصة بالشخصيات والأماكن التاريخية.
- ٢- فئة فنون الكتابة والتحرير الصحفي، وتتضمن:
- ١/٢ الأشكال والفنون التحريرية التي تعرض المواد الإخبارية وتتضمن:
- ١/١/٢ خبر: الخبر الذي يروي واقعة بسيطة.
- ٢/١/٢ التقرير: ويقوم على عرض وقائع الحدث وتفصيله مع خلفياته.

- ٣/١/٢ قصة إخبارية: وهي عبارة عن تقارير حالته عن الأحداث المهمة وتحتوي على تفاصيل الخبر وجوانبه وتجب على التساؤلات في أكثر من فقرتين.
- ٤/١/٢ القصة الإخبارية الجانبية، لخلفية وهي قصص تحتوي على معلومات وخلفيات تاريخية أو جغرافية أو الأسباب وراء الحدث.
- ١/٤/١/٢ قصة إخبارية جانبية إنسانية وتتضمن خلق التعاطف بتقديم نموذج إنساني من خلال قصة إخبارية جادة.
- ٢/٤/١/٢ قصة جانبية باسمه أو مسلية وهي التي يغلب عليها أسلوب الفكاهة والسخرية.
- ٣/٤/١/٢ قصة إخبارية سريعة قصيرة وهي التي تركز على المدخل التفسيري للحدث الرياضي.
- ٤/٤/١/٢ قصة إخبارية ذات طابع تمهيدي وهي التي تقدم معلومات تمهيدية عن الحدث المقبل.
- ٣- فئة القيم الخبرية وتتضمن مجموعة الخصائص التي تميزت بها المادة الإخبارية وتشمل:
- ١/٣ المصالحة: وتوفر هذه الخاصية عندما يتضمن المادة الإخبارية معلومات تمس مصالح عدد كبير من القراء.
- ٢/٣ التوقيت: وتشير إلى أن توقيت وقوع الحدث قد يضيف إليه أهمية مضاعفة.
- ٣/٣ التوقع: وتشير إلى أن أهمية المادة الإخبارية تكمن في مدى ما تثيره لدى القارئ من توقع لما ينتج عنه أو ما يثيره من احتمالات.
- ٤/٣ الصراع: مثل تناول أخبار الحروب والثورات والانقلابات وكذلك الانتخابات.
- ٥/٣ الشهرة: وتتضمن زيادة الاهتمام بمعلومات عن رئيس أو ملك أو زعيم أو نجم من نجوم المجتمع والرياضة والفن فكلما زادت شهرة الشخص الذي يتناوله الحدث زادت أهمية الحدث.
- ٦/٣ الإثارة: وتتضمن لفت انتباه القارئ ومخاطبة بعض غرائزه الدفينة.

- ٧/٣ الأهمية: وهذه الخاصية تنتج عن اتخاذ مجموعة من العناصر الأخرى التي يتميز بها المادة الخبرية مع بعضها البعض فمثلاً اتحاد عنصر الشهرة مع عنصر الضخامة يؤدي إلى خلق عنصر جديد هو عنصر الأهمية.
- ٨/٣ المنافسة: والتي تتوفر في أخبار المسابقات والمباريات الرياضية.
- ٩/٣ التشويق: المادة الخبرية المشوقة هي التي تدفع القارئ إلى متابعة تفاصيلها للوقوف على تطوراتها.
- ١٠/٣ الضخامة: المادة الخبرية الضخمة هي التي تثير اهتمام أكبر عدد من القراء.
- ١١/٣ اهتمامات إنسانية: مثل الأخبار التي تثير وتحرك العواطف الإنسانية مدى القارئ سواء بالحب أو العطف أو الثقة أو الكره.
- ١٢/٣ طرافة وغرابة: الغرابة والطفرة في الخبر هي التي تشير إلى الجانب غير المألوف في مضمون الخبر.
- ١٣/٣ الجدة: تعني أنه من الضروري أن يكون الخبر مجارياً للأحداث.
- ٤- فئة الأشكال الصحفية التي تعرض مواد الخدمات:
- ١/٤ القصة الإخبارية المباشرة وهي قصة تتضمن معلومات تفيد القارئ وتقدم له نصائح.
- ٢/٤ الموضوع الصحفي ويركز على زاوية كيفية عمل الأشياء المفيدة.
- ٥- فئة الأشكال التي تعرض مواد الرأي، وتتضمن:
- ١/٥ العمود الصحفي: وهو المساحة المحدودة التي لا تزيد عن عمود تضعها الصحفية تحت تصرف أحد كبار الكتاب بها يعبر فيها عما يراه من آراء أو خواطر.
- ٢/٥ المقال النقدي: وهو الذي يقوم على عرض وتفسير وتحليل وتقيد الإنتاج العلمي والأدبي والفني.
- ٣/٥ رسائل القراء: وهي الرسائل التي تتلقاها الجريدة يومياً من قرائها بالبريد أو باليد أو من خلال الفاكس وتتضمن تعليقات، أو شكاوي أو مشكلات، أو أخبار جديدة أو آراء.

- ٤/٥ الكاريكاتير: وهو رسم ساخر ناقد يغالي في إبراز العيوب الخاصة بالظواهر المنتشرة في المجتمع.
- ٥/٥ مقال تحليلي: وهو الذي يقوم على التحليل العميق للأحداث والقضايا والظواهر التي تشغل الرأي العام.
- ٦- فئة هدف مادة الرأي، ويتضمن::
- ١/٦ تقديم معلومات جديدة في الموضوع الذي يدور حوله المقال.
- ٢/٦ شرح وتفسير لإبعاد وجواب موضوع المقال.
- ٣/٦ تثقيف، بمعنى تقديم أو إضافة بيانات تثقيفية تفيد القارئ.
- ٤/٦ رصد وجهة نظر الكاتب في الموضوع الذي يتضمنه المقال.
- ٥/٦ تسليية القارئ من خلال تقديم طرائف ضمن الموضوع.
- ٧- فئة الأشكال التحريرية التفسيرية
- ١/٧ فئة الحديث الصحفي، وهو عبارة عن لقاء يتم بين المحرر أو أكثر وبين شخصية أو أكثر للحصول على معلومات حول بعض الموضوعات في مختلف المجالات وينقسم إلى:
- ١/١/٧ حديث مباشر: أي مع الشخصية المراد الحديث معها.
- ٢/١/٧ مؤتمر صحفي: ويكون مع الشخصية أو الشخصيات ومجموعة المحررين وتكون في ختام زيارة أو لتوضيح وجهة نظر ما.
- ٣/١/٧ الندوة الصحفية: وتدور حول سؤال واحد يقوم بالإجابة عليها متخصصون في كافة المجالات التي تتصل بموضع السؤال ويديرها أحد الصحفيين.
- ٨- فئة هدف الحديث، وتتضمن:
- ١/٨ الحصول على البيانات.
- ٢/٨ الحصول على آراء ومواقف.
- ٣/٨ استعراض الخبرات الذاتية والتجارب الشخصية.
- ٩- فئة قوالب كتابة الحديث الصحفي، وتتضمن:
- ١/٩ الطريقة التقليدية التي تقود على سرد السؤال والإجابة عليها (س، ج)
- ٢/٩ طريقة حذف الأسئلة وإعادة صياغة الإجابة.

- ٣/٩ طريقة الاقتباس من أقوال المتحدث.
 ٤/٩ المزج بين الاقتباس من أقوال المتحدث وتلخيص المحرر لبعض الفقرات التي تربط بين هذه التصريحات.
 ٥/٩ السرد أي صياغة الحديث الحديث في شكل سردي أقرب ما يكون إلى المقال.

١٠- فئة التحقيق الصحفي:

وهو عبارة عن تحري ودراسة وبحث حول قضية معينة تشغل إهتمام الجماهير ويحاول الإجابة عن كافة التساؤلات التي تشغل بال الجماهير حولها مستخدماً في ذلك اللقاءات والبحث في الوثائق والتقارير والملفات، وينقسم إلى:

١/١٠ تحقيق طويل مفصل يعتمد على الكلمة والصورة.

٢/١٠ تحقيق سريع ريبورتاج.

١١- فئة هدف التحقيق، وتتضمن:

١/١١ تحقيق الخلفية، ويستهدف في شرح وتحليل الأحداث الجارية.

٢/١١ تحقيق الاستعلام، يستهدف إلقاء الضوء على قضية تشغل بال الرأي العام.

٣/١١ تحقيق الهروب ويستهدف تسلية القارئ.

١٢- فئة قوالب كتابة التحقيق الصحفي، وتتضمن:

١/١٢ قالب العرض أي تقوم بعرض تفاصيل التحقيق.

٢/١٢ قالب القصة أي يقوم بعرض التحقيق في أسلوب قصصي.

٣/١٢ قالب الوصف أي يقوم بوصف كافة تفاصيل القضية من خلال

التحقيق.

١٣- فئة الأشكال والفنون غير الصحفية، وتتضمن:

١/١٣ القصة القصيرة.

٢/١٣ الشعر.

٣/١٣ قصة مسلسلة.

٤/١٣ عرض كتاب.

٥/١٣ أشكال مسلية مثل (الكلمات المتقاطعة - المسابقات - الألغاز).

- ٦/١٣ صور مجمعة تتضمن (حفل زفاف - عيد ميلاد).
- ٧/١٣ حكايات للأطفال.
- ١٤- فئة مصدر المادة التحريرية:
- ١/١٤ المحررين: ويقصد بهم المحررين العاملين في المؤسسة الصحفية التي تصدر الملحق.
- ٢/١٤ المراسلين ويقصد بهم المراسلين العاملين في المؤسسة الصحفية التي تصدر الملحق.
- ٣/١٤ كتاب صحفيين: ويقصد بهم كبار الكتاب العاملين في المؤسسة الصحفية التي تصدر الملحق، أو في المؤسسات الصحفية الأخرى.
- ٤/١٤ وكالات أنباء: ويقصد بها وكالات الأنباء التي يشترك فيها الصحف في مختلف أنحاء العالم.
- ٥/١٤ المصاحفين: ويقصد بهم الكتاب الذين يكتبون في الملحق، ولا يعملون بها أو بغيرها.
- ٦/١٤ مجهولة المصدر: هي المادة التي تنشر في الملحق وغير محددة مصدرها.
- ٧/١٤ القراء: ويقصد بهم قراء الملحق الصحفي، والذين يرسلون بآرائهم ووجهات نظرهم إلى الملحق.
- ١٥- فئة مصادر الصحفي في الحصول على المعلومات:
- ١/١٥ المسئولون الحكوميون: ويقصد بهم المسئولون العاملون في الوزارات والهيئات والمصالح الحكومية.
- ٢/١٥ مسئولون حزبيون: ويقصد بهم المسئولون الذين ينتمون إلى الأحزاب السياسية المختلفة وهم في نفس الوقت في موقع المسئولين.
- ٣/١٥ متخصصون وعلماء: ويقصد بهم المتخصصون والعلماء في المجالات المختلفة.
- ٤/١٥ منظمات وهيئات: ويقصد بها المنظمات والهيئات في المجالات المختلفة داخل الوطن وخارجه.

٥/١٥ إحصائيات وبيانات ويقصد بها البيانات والأرقام والنسب المئوية الخاصة بكل ما ينشر في الملحق.

٦/١٥ المؤتمرات ويقصد بها المؤتمرات التي تتناول والمجالات التي ينشر عنها مواد تحريرية في الملحق.

٧/١٥ جمهور عام ويقصد به الجمهور الذي تتعامل معه الصحافة في أخذ معلومات منه حول قضية ما.

تحديد المفاهيم الأساسية

بإيجاز يقتضيه مقام الدراسة، نعرض فيما يلي لأهم ما يثيره موضوعها من مفاهيم واصطلاحات علمية، والأخذ في ذلك بما استجد من تعديلات، وبيان ذلك:

الملاحق الصحفية Supplements Newspapers

الملحق يضم مجموعة من الأقسام المتشابهة أو المتقاربة في المضمون الذي تحويه (مثل ملحق صبيان وبنات في صحيفة أخبار اليوم)، وقد لا تتشابه بل يكون ما يجمعها هو أنها مواد متخصصة متنوعة فقط (مثل ملحق صحيفة الأهرام يوم الجمعة)^(١٣).

كما يعرف الملحق بأنه مادة تصدر عادة بصورة منفصلة تكمل مادة سبق نشرها عن طريق تحديث أو إكمال الأصيل أو بالاشتغال على ملامح خاصة غير مضمونه في الأصيل، وللملحق علاقة رسمية مع الأصيل، متغير عنها بالتأليف المشترك والعنوان أو العنوان الفرعي أو النية لإكمال أو الإلحاق بالأصيل.^(١٤)

الصحف القومية National Pres

هي الصحافة التي تصدر في بلد ما، ولا تمثل حزباً معيناً، أو تعتنق أفكار حزبية خاصة، أو تمثل مصالح فئة واحدة من فئات المجتمع، بل هي الصحف التي تصدر داخل بلد ما وتمثل المجتمع كله، وهذا النوع من الصحافة شائع في بعض بلاد العالم الثالث حيث الصحف موجهة من الحكومة إلى المواطنين جميعاً.^(١٥)

الصحف الأسبوعية Weekly

وهي الصحف التي تصدر بصفة دورية أسبوعية مثل الجرائد والمجلات التي تصدر في يوم معين من كل أسبوع مثل أهرام الجمعة، أخبار اليوم يوم السبت، جمهورية الخميس، روزاليوسف يوم الأحد ... إلخ^(١٦).

مداخل نظرية:

١- ماهية فن التحرير الصحفي

هناك العديد من المؤلفات التي تعرضت لفن التحرير الصحفي، من جانب كبار علماء الصحافة، حيث تشير الدكتورة إجلال خليفة، إلى التحرير الصحفي بأنه فن تحويل الأحداث والأفكار والخبرات والقضايا الإنسانية ومظاهر الكون والحياة إلى مادة صحفية مطبوعة ومفهومة، سواء عند صاحب الثقافة العالية والذكاء الخارق، وصاحب الثقافة المتوسطة والذكاء العادي، وعند رجل الشارع الذي يقرأ ليفهم ويعرف.^(١٧)

فالأساس في التحرير الصحفي هو الإفهام أولاً، والتعريف بما يجري من حول القارئ ثانياً، وهو جذب القارئ وتشويقه للقراءة ثالثاً، ثم التأثير والإقناع والإرشاد ولاتوجيه رابعاً.

ويعرفه كلا من الدكتور محمود علم الدين والدكتورة ليلي عبد المجيد، بأنه هو العلمية اليومية أو الأسبوعية حسب دورية الإصدار والتي يقوم فيها المحرر الصحفي بالصياغة الفنية والكتابة الصحفية أو المعالجة لمضمون المدة الصحفية أو المعلومات التي جمعها من المصادر المختلفة في الأشكال أو القوالب الصحفية المناسبة والمتعارف عليها كقوالب فنية تحريرية للصحيفة ثم المراجعة الدقيقة وإعادة الصياغة لها.^(١٨)

أسلوب التحرير الصحفي

يشير الدكتور محمود خليل^(١٩)، إلى أن الأسلوب الصحفي هو القالب اللغوي والفني الذي يصيغ فيه الصحفي المعلومات والآراء والوقائع التي يريد نقلها للقارئ وهذا الأسلوب إما أن يعكس شخصية الصحفية أو شخصية الصحفي في الكتابة والتحرير، وينطوي هذا التعريف للأسلوب على جانبين هما:

(أ) جانب البناء الفني

وهو يتعلق بتقنيات الكتابة الصحفية المختلفة، والتي توظف داخل النص الصحفي والتي تشمل العمليات التي يقوم بها المندوب الصحفي لكتابة المادة التي يحصل عليها والمتعلقة بالأحداث والنشاطات المختلفة داخل مجال التغطية الخاصة به لنشرها على القراء، ويتبلور البناء الفني للنص من خلال أشكال وأساليب وقوالب الكتابة الصحفية.

(ب) جانب البناء اللغوي

وهو يتعلق بتقنيات التحرير الصحفي المختلفة المستخدمة في صياغة النص الصحفي وذلك عن طريق صقل المادة الصحفية وتصحيح الأخطاء اللغوية والتعبيرية، والتي يمكن أن تظهر على مستوى كل وحدة من وحدات النص الصحفي.

المستويات التعبيرية لأسلوب التحرير الصحفي:

تختلف المستويات التعبيرية لأسلوب التحرير الصحفي، باختلاف الفنون والأنماط والأطر، حيث تقترب حيناً من المستوى الأدبي، وتتغير في حين آخر عنه، كما تقترب حيناً من المستوى العلمي، وتتغير في حين آخر عنه، وهكذا، وحيث نجد أمامنا في النهاية هذه المستويات الكتابية أو التحريرية أو البيانية الصحفية بما لها من خصائص، ومعالم وأسس فنية، هي (٢٠):

١- المستوى الصحفي (الإخباري)

ويشير للأخبار الصغيرة والمتوسطة والكبيرة قبل غيرها من المواد والفنون الأخرى.

٢- المستوى الصحفي (التسجيلي)

ويمكن أن يطلق عليه أيضاً (التقريبي) وتختص به أساليب تحرير القصص والموضوعات والتقارير الإخبارية أولاً وقبل غيرها من المواد والفنون الأخرى، ويليهما في ذلك بعض أنواع (الأحاديث الصحفية).

٣- المستوى الصحفي (التفسيري)

وتختص به بدرجة متقاربة بعض أساليب تحرير أنواع الأحاديث الأخرى، وبعض أنواع التقارير ذات الاتجاهات الحديثة في الكتابة، والتي لا

يقتنع أصحابها بلجانب التسجيلي فقط، وكذا أساليب تحرير أجزاء من التحقيقات الصحفية، ولكن طابعه يغلب قبل ذلك كله على عدد من أساليب تحرير المقالات أو أجزاء من مقالات (كالمقال الافتتاحي الشارح المفسر، التعليق، التفسير، القائد، أو الموقع، التحليلي).

(٤) المستوى الصحفي (الوصفي)

وهو يتداخل مع عدد من المستويات السابقة، ويغلب عليه طابع أساليب التحرير (الماجرياتي بأنواعها)، وكذا بعض جوانب (الأحاديث - التقارير - التحقيق)، إلى جانب (مقالات الأعمدة اليومية) خاصة تلك التي تتجه بمضمونها العالم نحو (الرحلات، الخواطر والتأملات، المناسبات، والاعتراقات) قبل غيرها.

(٥) المستوى الصحفي (المتأدب)

حيث يضيف المحرر هنا على كتابته سمة من الأدب أو قدراً من الذوق الأدبي، لا يزيد عن الحد المعقول كما يبدو من خلال كابع وأساليب تحرير بعض أنواع العناوين والمقدمات والنهايات للأحاديث والتقارير المصورة والتحقيقات الصحفية عامة وما يتصل منها بالمجلات خاصة، كما نشاهده أيضاً ضمن مادة أو صلب هذه الأنواع وكذا تحرير مقالات الأعمدة واليوميات الصحفية خاصة ما يتصل منه بالجانب الذاتي.

(٦) المستوى الصحفي (العلمي)

وهو الذي يغلب أو ينبغي أن يغلب على طابع وأساليب تحرير المواد المتخصصة كالعلوم والزراعة والاقتصاد والطب والتكنولوجيا والعسكرية.

(٧) المستوى الصحفي (العام)

ويمكن أن يجمع فيه كاتبه بين أكثر من مستوى من المستويات السابقة، ويستخدم مع التحقيقات الصحفية، الدراسات الصحفية، الحملات الصحفية، المقالات الموقعة، اليوميات الصحفية، المقالات التحليلية.

أشكال التحرير الصحفي

تأخذ عملية التحرير الصحفي أكثر من شكل (قالب أو نمط) صحفي تسمى أشكال التحرير الصحفي أو الأنماط أو القوالب الصحفية أو اللغة الصحفية

الفنية، ويمكن تصنيف الأشكال الصحفية وفقاً للمضمون الذي تقوم بعرضه، كما يلي: (٢١)

- ١- أولاً: مجموعة الأشكال الصحفية التي تعرض المادة الإخبارية.
 - ٢- ثانياً: مجموعة الأشكال الصحفية التي تعرض المواد التفسيرية والاستقصائية.
 - ٣- ثالثاً: مجموعة الأشكال الصحفية التي تعرض المواد الخاصة بالرأي.
 - ٤- رابعاً: مجموعة الأشكال الصحفية التي تعرض المواد الخاصة بالخدمات.
 - ٥- خامساً: مجموعة الأشكال الصحفية التي تعرض المواد المتخصصة المجمععة.
 - ٦- سادساً: مجموعة الأشكال الصحفية التي تعرض المواد الخاصة بالتسلية.
 - ٧- سابعاً: مجموعة الأشكال الصحفية التي تعرض المواد الإعلانية.
 - ٨- ثامناً: مجموعة الأشكال الصحفية التي تعرض المواد المصورة.
- وينطبق هذا التقسيم لأشكال التحرير الصحفي، من حقيقة أساسية تعتمد على المصادر التي يستمد منها المحرر الصحفي أفكاره الصحفية، التي تتمثل في الأحداث، القضايا، والمشكلات، والآراء التي تحيط بالبيئة أو المجتمع الذي يعمل فيه الصحفي.

المداخل العلمية لدراسة القائم بالاتصال (٢٢)

تتعدد هذه المداخل، ونركز على أبرز نماذجها التي اعتمدت عليها الدراسة الميدانية في هذا الإطار:

- **نظرية الأداء الوظيفي:** وتنتج إلى أن دور القائم بالاتصال تحده القيم الاجتماعية، والتقاليد بكل متطلباتها، هذا من جانب، وشخصية القائم بالاتصال من جانب آخر، ويبدو أثر ذلك في أداء المحررين ارتباطاً بطبيعة المادة الصحفية وأسلوب معالجتها.
- **نظرية الابتكار (الإبداع):** ومحورها أن القائم بالاتصال له رؤية فكرية وفنية مبدعة في الأساس، وهو ما تم أخذه في الاعتبار عند استطلاع رؤية المحررين العاملين في الملاحق الصحفية المدروسة لا سيما بالنسبة لصياغة القصص والتقارير الإخبارية ونظرتهم للمعايير التي ينبغي أن تكون عليها أساليب المعالجة الصحفية للمضامين التحريرية في الملاحق التي يعملون بها.

- نظرية الدعم وتتلور في دعم صلة القارئ بالاتصال بالقراء على أساس معرفة احتياجاتهم والاستجابة لهم في طلب نشر البيانات والمعلومات أو الاستفسارات المختلفة.

نتائج الدراسة

أولاً: نتائج الدراسة التحليلية:

١- امضون المستخدم في الملاحق الصحفية المدروسة خلال فترة البحث:

تشير نتائج الجدول رقم (١) إلى نوع المضمون المستخدم في الملاحق الصحفية المدروسة خلال فترة البحث.

حيث يتضح من خلال النتائج أن إجمالي مضمون الموضوعات التي تضمنتها ملاحق الدراسة خلال فترة البحث قد بلغت ٣٦٦٢ موضوعاً، حيث بلغت في الملاحق الصادرة مع صحيفة الأهرام ١٥٣٢ موضوعاً بنسبة ٤١,٨% من إجمالي الموضوعات المنشورة، وبلغت في الملاحق الصادرة مع صحيفة أخبار اليوم ١١٩٣ موضوعاً بنسبة ٣٢,٦%، وبلغت في الملاحق الصادرة مع صحيفة الجمهورية ٩٣٧ موضوعاً بنسبة ٢٥,٦% من إجمالي الموضوعات المنشورة.

وقد جاءت الموضوعات الخاصة بالجرائم والحوادث في المرتبة الأولى من حيث النشر في ملاحق الدراسة حيث بلغت نسبتها ١١,٢% من إجمالي الموضوعات المنشورة وكانت موزعة على ملاحق "دموع الندم" و "أيامنا الحلوة" وتركزت أعلى نسبة فيها في ملاحق "دموع الندم" ويتفق ذلك وطبيعة الموضوعات المنشورة فيه حيث إن اهتمامه الأساسي في المعالجة الصحفية للحوادث والجرائم والقضايا.

وتأتي الموضوعات الاقتصادية في المرتبة الثانية، حيث بلغت نسبتها ١٠,٨% من إجمالي الموضوعات المنشورة في ملاحق الدراسة خلال فترة البحث وتركزت في ملاحق "الجمعة"، "سوق السيارات"، و"السيارات" ويمكن تفسير ذلك بأن ملاحق "الجمعة" يخصص أبواب تحريرية لمعالجة الموضوعات

الاقتصادية إلى جانب الطبيعة التحريرية للنصوص الصحفية المنشورة في ملحق "سوق السيارات"، وملحق "السيارات".

أما الموضوعات ذات المضمون الثقافي فقد جاءت في المرتبة الثالثة، حيث بلغت نسبتها ١٠,٢% من إجمالي الموضوعات المنشورة، وتركزت في ملحق "الجمعة" "صبيان وبنات"، "الفنون والآداب"، ويمكن تفسير ذلك بما يتضمنه ملحق "الجمعة" من صفحتان "للآداب والثقافة"، وما يتضمنه ملحق "صبيان وبنات" من مواد ذات طبيعة أدبية وثقافية مثل "عرض الكتب"، "القصة القصيرة"، "الشعر"، وما يتضمنه ملحق "الفنون والآداب" من أخبار وموضوعات أدبية وثقافية ودينية في مختلف المجالات.

أما الموضوعات الخاصة "بالمرأة والطفل" فقد جاءت في المرتبة الرابعة، حيث بلغت نسبتها ٩,٣% من إجمالي الموضوعات المنشورة، وتركزت في كل من ملحق "الجمعة" ملحق محبوبتي، ويمكن تفسير ذلك بأن ملحق "الجمعة" ينفرد بنشر صفحتان أسبوعياً لقضايا المرأة والطفل، وملحق "محبوتي" حيث تم إصداره في الأساس من أجل القضايا والموضوعات الخاصة بالمرأة، ويتم تخصيص صفحات الملحق بالكامل لمعالجة الموضوعات الخاصة بالمرأة حيث بلغت نسبة الموضوعات المنشورة فيه ٧٨,٥% من إجمالي الموضوعات المنشورة في كل من ملحق "الجمعة" وملحق محبوبتي والخاصة بالمرأة.

وتأتي الموضوعات الخاصة "بالخدمات" في المرتبة الخامسة من حيث النشر، حيث بلغت نسبتها ٩% من إجمالي الموضوعات المنشورة، وتركزت هذه الموضوعات في ملحق "أيامنا الحلوة" في صورة وظائف شاغرة للخريجين، وفي ملحق "سوق السيارات" في صورة الإشارة إلى كيفية الاعتناء بالسيارات وأماكن توفير قطع الغيار الخاصة بها، وأيضاً ملحق "محبوتي" حيث تضمن الموضوعات المنشورة به نصائح وإرشادات لربة البيت والمرأة العاملة وكانت هذه الخدمات عبارة عن طرق عمل الوجبات، الأزياء، والاعتناء بالمنزل، تربية الأطفال.

أما الموضوعات الرياضية فقد جاءت في المرتبة السادسة من حيث النشر، حيث بلغت ٨,٩% من إجمالي الموضوعات المنشورة، وتركزت هذه

الموضوعات في ملاحق "أيامنا الحلوة"، "صبيان وبنات"، "تجوم الرياضة" ويمكن تفسير ذلك بأن ملحق "أيامنا الحلوة" يتضمن أبواب خاصة بالذكريات في مجال الرياضة سواء من خلال حديث مع لاعب قديم أو مدرب لعبة سابق، وفي ملحق "صبيان وبنات" هناك أبواب خاصة بالمسابقات وأخبار عن المباريات الرياضية في مختلف المجالات، أما ملحق "تجوم الرياضة" فقد تضمن أعلى نسبة نشر للموضوعات الرياضية حيث بلغت ٦٩,٣% من إجمالي الموضوعات المنشورة في الملاحق الثلاث المشار إليها يرجع ذلك إلى تخصص صفحات الملحق بالكامل في معالجة الموضوعات الرياضية في مختلف المجالات.

وبالنسبة للموضوعات الاجتماعية فقد جاءت في المرتبة السابعة حيث نسبتها ٨,٢% من إجمالي الموضوعات المنشورة، وتركزت هذه الموضوعات في ملاحق "الجمعة"، "وأيامنا الحلوة"، "صبيان وبنات"، "محبوبتي" وتناولت قضايا خاصة بتربية الأطفال، والتنشئة الاجتماعية السليمة، وموضوعات عن الزواج والطلاق، والموروثات الثقافية، والعادات والتقاليد السائدة في المجتمع، مشاكل الأمية، وختان الإناث وغيرها من المشكلات والقضايا الاجتماعية المختلفة.

أما الموضوعات العلمية فقد جاءت في المرتبة الثامنة حيث بلغت نسبتها ٦,٣% من إجمالي الموضوعات المنشورة، وتركزت في ملاحق "أيامنا الحلوة"، "وصبيان وبنات"، حيث تناولت موضوعات خاصة باكتشاف أدوية جديدة لعلاج بعض الأمراض أو التوصل لطرق علاج حديثة وتركز ذلك في ملحق "أيامنا الحلوة" واهتم ملحق "صبيان وبنات" بالاكشافات والاختراعات الحديثة في مجالات العلوم الطبيعية المختلفة. أما الموضوعات الدينية فقد جاءت في المرتبة التاسعة، حيث بلغت ٥,٣% من إجمالي الموضوعات المنشورة، وتركزت في ملاحق "الجمعة"، "محبوبتي" حيث يخصص ملحق الجمعة صفحة كاملة للموضوعات الدينية وفي بعض الأحيان نصف صفحة تتناولها الموضوعات الخاصة بالفتاوى والأحكام الخاصة بالشريعة الإسلامية في مختلف المجالات إلى جانب أخبار عن المؤتمرات والندوات والحلقات النقاشية الخاصة بمختلف القضايا الدينية، أما ملحق "محبوبتي" تركزت موضوعاته على الفتاوى والأحكام الخاصة

بالمرأة مثل فترة العدة، الحداد على الزوج المتوفي، الحجاب، قراءة القرآن، الصلاة، وكل ما يخص المرأة المسلمة في مجال حياتها.

أما بالنسبة للموضوعات الخاصة بالسير والتراجم والأحداث التاريخية فقد جاءت في المرتبة العاشرة بنسبة ٣,٥% من إجمالي الموضوعات المنشورة، وتركزت في ملاحق "الجمعة"، "صبيان وبنات"، "الفنون والآداب"، وتوعدت هذه الموضوعات ما بين تقارير عن أماكن أثرية لها مكانتها السياحية كما في ملحق "الجمعة"، عرض كتب تتناول سيرة أحد العلماء أو الأباء البارزين كما في ملحق "صبيان وبنات"، تناول موضوعات خاصة بالتراجم كما في ملحق "الفنون والآداب".

وتأتي الموضوعات الخاصة "بالجنس والفضائح" في المرتبة الحادية عشرة بنسبة ٣,٣% وتركزت في ملحق "دموع الندم" مثل تناول حوادث الاغتصاب والتفاصيل الخاصة بها أو الممارسات الجنسية الشاذة ولم تقتصر هذه الموضوعات على الحوادث التي تقع داخل المجتمع، بل تعداها إلى الحوادث التي تقع في العالم، والنقل من صحف عالمية.

أما الموضوعات الخاصة بالقضايا السياسية فقد جاءت في المرتبة الثانية عشرة بنسبة ٢,٣% من إجمالي الموضوعات المنشورة، وتركزت فقط في ملحق "الجمعة" حيث تتضمن الملحق صفحة خاصة بالموضوعات والتقارير والمقالات والدراسات السياسية حول الأحداث الجارية والتي يحررها المفكرين والكتاب من العاملين بمركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام.

وأخيراً الموضوعات العسكرية، حيث جاءت في المرتبة الثالثة عشرة بنسبة ١,٢% من إجمالي الموضوعات المنشورة، وتركزت في ملحق "الجمعة"، "أيامنا الحلوة" وتناولت موضوعات خاصة باختراع أسلحة جديدة أو إجراء تجارب عليها.

وبفحص بيانات الجدول نجد أن هناك علاقة بين السمات التحريرية لملاحق الدراسة، والمضامين المختلفة للموضوعات التي تناولتها حيث بلغت قيمة كا^٢ = ٢٥٩٢,٨٩٩، ودرجة الحرية ٢٨، عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠، وبلغ

معامل التوافق ٠,٦٧٥ الأمر الذي يشير إلى أن طبيعة الموضوعات المنشورة بكل ملحوظ تتفق والأسلوب التحريري الذي يميز الصيغة التحريرية للملحق.

٢- الأشكال التحريرية المستخدمة في الملاحق الصحفية المدروسة خلال فترة البحث:

يتضح من بيانات الجدول رقم (٢) أن إجمالي الأشكال التحريرية المستخدمة في الملاحق الصحفية المدروسة خلال فترة البحث قد بلغت ٣٦٦٢ شكلاً تحريراً موزعة على النحو التالي:

أ- الأشكال التحريرية لخاصة بالمواد الصحفية الإخبارية:

بلغت ٢٣٧٧ شكلاً تحريراً إخبارية بنسبة ٦٤,٩% من إجمالي الأشكال التحريرية المنشورة، وهي موزعة كما يلي:

١- الأخبار الصحفية بلغت ١١٤١ خبراً بنسبة ٤٨,١% من إجمالي الأشكال التحريرية التي تعرض المواد الإخبارية المستخدمة في الملاحق الصحفية المدروسة خلال فترة الدراسة، حيث بلغت نسبة استخدام الأخبار في ملاحق صحفية أخبار اليوم ٣٧,٨ من إجمالي الأخبار المستخدمة، وبلغت نسبة استخدام الأخبار في ملاحق صحيفة الأهرام ٣٤,٧، في حين بلغت نسبة استخدام الأخبار في ملاحق صحيفة الجمهورية ٢٧,٥% من إجمالي الأخبار المستخدمة في ملاحق الدراسة.

٢- أما التقارير الإخبارية فقد بلغت ٣٠٤ تقريراً بنسبة ١٢,٧% من إجمالي الأشكال التحريرية التي تعرض المواد الإخبارية، وقد بلغت نسبة استخدام التقارير الإخبارية في ملاحق صحيفة أخبار اليوم ٤٣,٧% من إجمالي التقارير الإخبارية المستخدمة، وبلغت نسبة استخدام التقارير الإخبارية في ملاحق صحيفة الأهرام ٣٢,٢%، أما في ملاحق صحيفة الجمهورية فقد بلغت ٢٤,١% من إجمالي التقارير المستخدمة.

٣- وبالنسبة للقصص الإخبارية المستخدمة فقد بلغت ٩٣٢ قصة خبرية، بنسبة ٣٩,٢% من إجمالي الأشكال التحريرية التي تعرض المواد الإخبارية، وقد بلغت نسبة استخدام القصص الإخبارية في ملاحق صحيفة أخبار اليوم ٣٥,٤% يليها ملاحق صحيفة الجمهورية بنسبة

٣٢,٧%، ثم ملاحق صحيفة الأهرام بنسبة ٣١,٩% من إجمالي القصص الإخبارية المستخدمة.

ب- الأشكال التحريرية الخاصة بمواد الرأي:

فقد بلغت ٤٨٧ شكلاً تحريرياً بنسبة ١٣,٢% من إجمالي الأشكال التحريرية المنشورة، وهي موزعة كالتالي:

١- بالنسبة لاستخدام الكاريكاتير فقد بلغ ١٤٤ كاريكاتير بنسبة ٢٩,٥% من إجمالي الأشكال الصحفية التي تعرض مراد الرأي.

٢- أما بريد القراء فقد بلغ ١٣٧ رسالة بنسبة ٢٨,١% من إجمالي الأشكال الصحفية التي تعرض مواد الرأي.

٣- يأتي بعد ذلك المقال النقدي حيث بلغ ٨١ مقالاً بنسبة ١٦,٦%.

٤- أما العمود الصحفي فقد بلغ ٨٠ عموداً بنسبة ١٦,٤% من إجمالي مواد الرأي المستخدمة.

٥- المقال التحليلي، حيث بلغ ٤٥ مقالاً بنسبة ٩,٢% من إجمالي مواد الرأي المستخدمة.

ج- الأشكال التحريرية الاستفسارية والاستقصائية:

حيث بلغت ٤٦٥ شكلاً تحريرياً بنسبة ١٢,٦% من إجمالي الأشكال الصحفية المستخدمة في الملاحق الصحفية المدروسة، والتي اقتصرت على نشر الحديث والتحقيق فقط، ولم تتضمن ملاحق الدراسة الحملات الصحفية.

١- يأتي الحديث الصحفي في المقدمة حيث بلغ ٢٤٠ حديثاً بنسبة ٥١,٦% من إجمالي الأشكال التحريرية الاستقصائية المستخدمة.

٢- أما التحقيق الصحفي فقد بلغ ٢٢٥ تحقيقاً بنسبة ٤٨,٤% من إجمالي الأشكال التحريرية الاستقصائية المستخدمة.

د- الأشكال التحريرية الخاصة بمواد الخدمات:

فقد بلغت ٣٣٣ شكلاً بنسبة ٩,٣% من إجمالي الأشكال الصحفية المنشورة، وهي موزعة كالتالي:

١- القصة الإخبارية المباشرة، بلغت ١٦٧ قصة بنسبة ٥٠,٢% من إجمالي

الأشكال الصحفية الخاصة بمواد الخدمات.

٢- الموضوع الصحفي، فقد بلغ ١٦٦ موضوعاً بنسبة ٤٩,٨% من إجمالي الأشكال الصحفية الخاصة بمواد الخدمات.

أ- الأشكال التحريرية الخاصة بالمواد الصحفية الإخبارية:
 بفحص بيانات الجدول رقم (٢) نجد أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الملاحق الصحفية المدروسة في استخدام الأشكال التحريرية التي تعرض مواد الخدمات وذلك عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠، ودرجة حرية ٤، حيث بلغت قيمة كا ٢١٢,١٨٨، ومعامل التوافق ٠,٢٧٧، الأمر الذي يعكس مدى اهتمام الملاحق الصحفية المدروسة بتقديم الجديد والحديث من أخبار وتقارير حديثة عن الأحداث التي تهتم بها قطاعات عريضة من جمهور قراء هذه الملاحق والذين هم في الأصل قراء للصحف التي تصدر هذه الملاحق، حيث يتم انتقاء هذه الأحداث واختيارها في ضوء السياسة التحريرية للصحف التي تصدر هذه الملاحق بالإضافة إلى الهدف الذي صدر من أجله الملاحق.

وتتضح هذه العلاقة الإحصائية كما تشير بيانات الجدول رقم (٢)، فبالنسبة للأخبار الصحفية المستخدمة نجد أن نسبة استخدام الأخبار في ملاحق صحيفة الأهرام قد بلغت ٥٠,٢% من إجمالي الأخبار المستخدمة في الملاحق الصحفية المدروسة تليها ملاحق صحيفة أخبار اليوم بنسبة ٤٨,٣%، ثم ملاحق صحيفة الجمهورية بنسبة ٤٥,٣%.

كما يتضح اهتمام الملاحق الصحفية المدروسة بالأخبار الصحفية كشكل أو نمط تحريري من الأشكال التي تعرض المواد الإخبارية من تناول القيم الخبرية التي احتوت عليها الأخبار المنشورة في ملاحق الصحف الثلاث خلال فترة البحث كما تشير بيانات الجدول رقم (٣) حيث توجد علاقة بين الملاحق الصحفية المدروسة في استخدامها للقيم الخبرية بالنسبة للأخبار المنشورة بها وذلك عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠، ودرجة حرية ٢٢٨، حيث بلغت قيمة كا ٢٥٩٢,٨٩٩، ومعامل التوافق ٠,٦٧٥، حيث بلغت نسبة استخدام القيم الخبرية في ملاحق صحيفة الأهرام ٣٩,٧%، وفي ملاحق صحيفة أخبار اليوم ٣٨,٥%، وفي ملاحق صحيفة الجمهورية ٢١,٨% وبفحص بيانات الجدول نجد

أن عنصر التشويق يأتي في المقدمة بنسبة ١٤,٣% من إجمالي القيم الخبرية المستخجمة في الأخبار المنشورة بملاحق الصحيفة المدروسة.

يأتي ملحق "أيامنا الحلوة" الذي تصدره صحيفة الأهرام في المرتبة الأولى من حيث استخدام عنصر التشويق، حيث بلغت نسبة استخدامه في الملحق ٤٣,٢% من إجمالي استخدام الملاحق الصحفية لهذا العنصر، وهذا يتفق وما أشار إليه الأستاذ إبراهيم نافع* رئيس مجلس الإدارة ورئيس تحرير الأهرام في أول عدد يصدر للملحق إلى أن الملحق اهتمامه الرئيسي هو رسم البسمة وروح التفاؤل والأمل لقراء الأهرام، حيث يهتم الملحق بالموضوعات التي يغلب عليها روح الفكاهة والابتسام إلى جانب اهتمامه بنشر الأخبار الخاصة بالاكشافات العلمية والصحية في مجال المحافظة على صحة الإنسان ويظهر ذلك بوضوح في الصفحة الأولى من الملحق، هذا بالإضافة إلى اهتمام الملحق بمساعدة شباب الخريجين في مختلف التخصصات في إيجاد فرصة عمل لهم.

أما ملحق "صبيان وبنات" الذي تصدره صحيفة أخبار اليوم فيأتي في المرتبة الثانية من حيث استخدام عنصر التشويق، حيث بلغت نسبة استخدامه ٢٧,٣% وفي هذا الصدد تشير السيدة أمال عثمان المشرفة على الملحق (٢٢). بأن سياسة الملحق تقوم على الاهتمام وإشباع رغبات الشباب والمراهقين من الجنسين في المعرفة والإلمام بالعديد من الموضوعات في مختلف مجالات الحياة سواء الاختراعات والاكشافات ونشر أخبار عن المتفوقين من الشباب في مختلف أنحاء العالم بالإضافة إلى نشر القصص المسلسلة والمسابقات والاهتمام بكل ما هو جديد في مختلف العلوم الأمر الذي يتطلب من القائمين على تحريره من الاهتمام بعنصر الجذب والتشويق.

وبالنسبة لملحق "محبوتي" الذي تصدره صحيفة الجمهورية فيأتي في المرتبة الثالثة من حيث استخدام عنصر التشويق، حيث بلغت نسبة استخدامه في الملحق ١٣,٢% وتشير الأستاذة ناهد المنشاوي المشرفة على الملحق^(٢٣)، إلى أن ملحق محبوتي يهتم بالموضوعات التي تهتم المرأة في مختلف المجالات وخاصة السيدات الناجحات في أعمالهن والشهيرات منهن وذلك بهدف إلقاء الضوء على هذه النماذج لتكون قدوة ومثل يحتذى به، وبالتالي فإن استخدام عنصر التشويق

في هذه الموضوعات بهدف جذب الانتباه والاهتمام بالموضوع. أما ملحق الجمعة فكانت نسبة استخدامه لعنصر التشويق ١٦%، نظراً لتنوع مادته التحريرية وتوجه لمختلف شرائح القراء.

ويأتي عنصر الفائدة في المرتبة الثانية في مجال اهتمام الملاحق الصحفية المدروسة بالقيم الخبرية حيث بلغت نسبة استخدامه ١٣,٥% من إجمالي القيم الخبرية المستخدمة خلال فترة البحث، ويأتي ملحق "الجمعة" في مقدمة الملاحق الصحفية المدروسة اهتماماً بعنصر الفائدة، حيث بلغت نسبة استخدامه ٢٣,٢%، ويمكن تفسير ذلك إلى ما يتضمنه ملحق الجمعة من مادة صحفية تشتمل على معلومات وبيانات تمس مصالح عدد كبير من القراء على اختلاف مستوياتهم واهتماماتهم سواء كانت هذه المصالح سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية. يلي ملحق "الجمعة" في الاهتمام بعنصر الفائدة ملحق "السيارات"، و"سوق السيارات" حيث بلغت نسبة استخدامه فيهما ١٩%، و ١٨,٥% وذلك نظراً لكونها يهتمان بنشر معلومات وبيانات عن كل ما يخص عالم السيارات سواء في مجال الصيانة أو البيع أو الشراء أو الاستبدال وهي بلا شك معلومات تهم عدد كبير من القراء ثم يأتي بعد ذلك ملحق "محبوبيتي" حيث بلغت نسبة استخدام عنصر الفائدة به ١٤,٥%، حيث يتضمن الملحق بيانات ومعلومات تهم الفتيات والسيدات في مختلف شئون الحياة العائلية والخاصة، ثم يأتي بعد ذلك ملحق أيامنا الحلوة حيث بلغت استخدام عنصر الفائدة فيه ١٣,٩%، ونظراً لكونه يهتم بنشر الأخبار الخاصة بالوظائف والأعمال وفتح مجالات للعمل أمام الشباب، وأيضاً اهتمامه بنشر أخبار تتضمن اكتشافات عقاقير طبية لعلاج الأمراض الخطيرة.

وأخيراً يأتي ملحق الآداب والفنون حيث بلغت نسبة استخدام عنصر الفائدة فيه ١٠,٥%، حيث يتضمن ملحق الآداب والفنون أخبار خاصة بأهم الأعمال الأدبية والفنية التي سوف تعرض على شاشات التلفزيون أو السينما.

بعد ذلك يأتي عنصر المنافسة بنسبة استخدام ١٣,١% من إجمالي القيم الخبرية المستخدمة في أخبار الملاحق الصحفية المدروسة، وتشير نتائج الدراسة إلى أن ملحق "تجوم الرياضة" يأتي في مقدمة الملاحق المدروسة في استخدام

عنصر المنافسة وذلك بنسبة ٣٥,٨% من إجمالي استخدام الملاحق المدروسة لعنصر المنافسة ويتفق ذلك مع طبيعة استخدام هذا العنصر الذي يتحقق في أخبار المسابقات والمباريات الرياضية، وغيرها من ألوان المنافسة التي تجذب اهتمام القارئ بالخبر. ثم بعد ذلك تأتي الملاحق "سوق السيارات" في المرتبة الثانية من حيث استخدام عنصر المنافسة في الأخبار التي تنشرها، وذلك نظراً لاهتمامها بنشر الموضوعات التي تتعلق بإنتاج الشركات المختلفة للسيارات وتنافسها في إظهار أفضل الماركات العالمية من السيارات، ويؤكد ذلك على أهمية استفادة القراء من الملاحق الخاصة بالسيارات كمصدر للمعلومات وكوسيلة إعلام واتصال وكذلك اتجاهاتهم نحو مضمونها وأبوابها وأسلوب تحريرها وإخراجها وكذلك نحو سوق السيارات في مصر والعالم.

يأتي بعد ذلك عنصر الطرافة والغرابة بنسبة استخدام ١١,٨% من إجمالي القيم الخيرية المستخدمة في الملاحق الصحفية المدروسة وكانت أعلى نسبة استخدام له في ملحق "أيامنا الحلوة" حيث بلغت نسبة استخدامه ٤٠,٩% ثم ملحق "صبيان وبنات" بنسبة استخدام ٣٢%، ويتفق ذلك والأسلوب التحريري المستخدم في الملحقين نظراً لاعتمادهما على البسمة والتفاؤل في موضوعاتها كما سبق الإشارة. ثم يأتي ملحق "دموع الندم" في المرتبة التالية من حيث استخدام عنصر الطرافة والغرابة وذلك بنسبة ٢٧%، وذلك نظراً لاعتماد الملحق على نشر بعض الحوادث والأخبار التي من شأنها أن تجذب اهتمام القارئ إلى الخبر لما فيه من خروج على المألوف.

وقد بلغت نسبة استخدام عنصر الشهرة ١١,٧% من إجمالي القيم الخيرية المستخدمة في الملاحق الصحفية المدروسة وكانت أعلى نسبة استخدام له في ملحق "الآداب والفنون" و"نجوم الرياضة" حيث بلغت ٢٥%، ٢١% ويتفق ذلك وطبيعة القراء الذين يميلون إلى تتبع أخبار اللامعين من نجوم المجتمع ورجال الآداب والفن والفكر والرياضة والبارزين في كل مجال.

ويأتي بعد ذلك عنصر الإثارة حيث نسبة استخدامه ١٠,٥% من إجمالي القيم الخيرية المستخدمة في الملاحق الصحفية المدروسة، ويأتي ملحق "دموع الندم" في مقدمة الملاحق التي استخدمت هذا العنصر وذلك بنسبة ٤٠% يليه

ملحق أيامنا الحلوة بنسبة ٢٤% ثم ملحق نجوم الرياضة بنسبة ٢٠% ثم ملحق صبيان وبنات بنسبة ١٦%. ويمكن تفسير ذلك إلى أن استخدام عنصر الإثارة يأتي في بعض الوقائع والأحداث التي تتعلق بالجرائم أو الجنس أو الفضائح، وغير ذلك من الجوانب المثيرة في حياة بعض الناس والتي تكتسبها جاذبية شديدة إلى لفت انتباه القارئ ومخاطبة بعض غرائزه الدفينة، وهو ما يوفر في غالبية الموضوعات الخاصة بملحق "دموع الندم" أما باقي الملاحق فقد تبن من خلال الدراسة أن كل من ملحق أيامنا الحلوة وصبيان وبنات تركز على بعض الموضوعات التي تتصف بالطابع الدرامي في الحياة، وبالنسبة لملحق نجوم الرياضة حيث يتركز فيه عنصر الإثارة في عرض المباريات أو اللقاءات الرياضية في مختلف المجالات وما تتميز به من صراع من أجل الفوز.

أما عنصر الاهتمامات الإنسانية فقد بلغت نسبة استخدامه ١٠,٣% من إجمالي القين الخبرية المستخدمة في الملاحق الصحفية المدروسة، ويأتي ملحق "دموع الندم" في مقدمة الملاحق الصحفية التي استخدمت هذا العنصر حيث بلغت نسبة استخدامه ٤٧%، ويمكن تفسير ذلك بأن طبيعة المضمون التحريري للملحق والذي يعتمد على أخبار الحادث والجرائم، فغالبية هذه الموضوعات يتوفر فيها العنصر الإنساني الذي يثير أو يحرك العواطف الإنسانية عند القارئ سواء بالحب أو العطف أو الشفقة أو الكره أو الخوف وغير ذلك من العواطف الإنسانية المتباينة، حيث يشمل هذا العنصر كل ما يمكن أن يطلق عليه بالخلفيات العاطفية.

وبالنسبة لعنصر الجدة أو الحداثة قد بلغت نسبة استخدامه ٤,٣% من إجماع القيم الخبرية المستخدمة، وكانت أعلى نسبة استخدام له في ملحق "أيامنا الحلوة" حيث بلغت نسبة استخدامه ٤١,٦%، حيث يتميز المضمون التحريري للملحق بالاهتمام بنشر الأخبار الخاصة بالاكشافات الحديثة في مجالات الطب والعلوم المختلفة التي تهتم بصحة الإنسان.

نوع القص الإخبارية المستخدمة في الملاحق الصحفية المدروسة خلال فترة البحث:

تشير نتائج الدراسة التحليلية من خلال الجدول رقم (٤) إلى أن القصص الإخبارية المستخدمة في الملاحق الصحفية المدروسة خلال فترة البحث تتضمن:

١- قصص إخبارية **News Stories** وهي عبارة عن تقارير آنية عن الأحداث وهي تحتوي على تفاصيل "خبر وجوانبه وتجب على التساؤلات الرئيسية وذلك في أكثر من فقرتين، وقد بلغت نسبة استخدامها ٣٦,٥% من إجمالي القصص الإخبارية المستخدمة في الملاحق الصحفية المدروسة خلال فترة البحث.

٢- قصة إخبارية جانبية خلفية **Backgrounders** وهي قصص إخبارية تحتوي على معلومات وخلفيات تاريخية أو جغرافية حول الأحداث، وقد بلغت نسبة استخدامها ١٦,٧%.

٣- قصة إخبارية جانبية باسم **Bright** وهي قصص إخبارية قصيرة يغلب على أسلوبها الفكاهة والسخرية وهدفها بعث الأمل والتفاعل والإشراق لدى جمهور القراء، وقد بلغت نسبة استخدامها ١٦,٤%.

٤- قصة إخبارية سريعة قصيرة، وهي التي تركز على المدخل التفسيري للحدث، وقد بلغت نسبة استخدامها ١٠,٧%.

٥- قصة إخبارية ذات طابع تمهيدي **Adnace Navy Stories**، وتستخدم مع المضمون التحريري الرياضي حيث تقدم معلومات تمهيدية عن المباريات المقبلة، وقد بلغت نسبة استخدامها ٨,٣%.

٦- قصة إخبارية جانبية إنسانية **Empathy**، وهدفها خلق التعاطف بتقديم نموذج إنساني من خلال قصة إخبارية جادة، وقد بلغت نسبة استخدامها ١١,٤%.

وتشير بيانات الجدول رقم (٤) إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الملاحق الصحفية المدروسة خلال فترة البحث حيث بلغت قيمة مستوى المعنوي ٠,٠٥٢، عند درجة حرية ١١، كما بلغت قيمة كا^٢ ١٧٥,٨١٢، ومعامل التوافق ٠,٨١٥، حيث بلغت نسبة استخدام ملاحق صحيفة أخبار اليوم للقصص

الإخبارية ٣٥,٣% من إجمالي القصص الإخبارية المستخدمة، يليها ملاحق صحيفة الجمهورية بنسبة ٣٢,٧%، ثم ملاحق صحيفة الأهرام بنسبة ٣١,٩%. ويلاحظ من خلال بيانات الجدول المشار إليه إلى تفوق استخدام القصص الإخبارية في معظم الملاحق الصحفية المدروسة حيث بلغت نسبة استخدامها في ملحق "محبوبتي" ٢٧,٨%، وفي ملحق الجمعة ٢٤,٩%، وفي ملحق "دموع الندم" ١٣,٤%، وفي ملحق "أيامنا الحلوة" ٩,٩%، ثم ملحق الآداب والفنون بنسبة ٩%، ثم ملحق سوق السيارات ٧,٩%، ثم ملحق السيارات ٦,٧%، ويمكن تفسير ذلك إلى أن القصص الإخبارية من أكثر الأشكال الصحفية الإخبارية التي تتوافق والمضمون التحريري للملاحق الصحفية حيث أنها تحتوي على تفاصيل الخبر وجوانبه بالإضافة إلى أنها تجيب على التساؤلات الرئيسية فيه وذلك في أكثر من فقرتين.

يأتي بعد ذلك استخدام القصص الإخبارية الجانبية الخلفية، بنسبة ١٦,٧% وتشير نتائج الدراسة إلى أن استخدام هذا النوع من القصص الإخبارية بلغت نسبة استخدامه في ملحق "محبوبتي" ٣٧% من إجمالي استخدام الملاحق الصحفية المدروسة له حيث تركز استخدامه في الموضوعات التي تحتوي على معلومات والبيانات والخلفيات الخاصة بإلقاء الضوء على نجاح شخصية من الشخصيات النسائية سواء في الحياة العملية أو العامة وأسباب هذا النجاح ومن الملاحظ أن هذا الشكل يكثر استخدامه في الصحف الأسبوعية أكثر من استخدامه في الصحف اليومية ثم يلي ذلك ملحق الجمعة حيث بلغت نسبة استخدامه لهذا النوع من القصص ٣٦,٣% وذلك من خلال نشر الدراسات والتقارير التي تحتوي على معلومات وبيانات تاريخية أو جغرافية حول مكان ما أو حدث ما، أما بالنسبة لملحق "صبيان وبنات" فكانت نسبة استخدامه لهذا النوع من القصص الإخبارية ٢٦,٦% وتركز استخدامها في التقارير والدراسات التي تتناول المعارك والغزوات التاريخية وأماكنها وأبطالها.

أما القصص الإخبارية الجانبية الباسمة فقد بلغت نسبة استخدامها ١٦,٤% وتشير نتائج الدراسة إلى أن استخدام هذا النوع من القصص الإخبارية بلغت نسبتها في ملحق "أيامنا الحلوة" ٦٣%، وفي ملحق "صبيان وبنات"

٣٦,٨% ويتفق ذلك والمضمون التحريري لملاحق "أيامنا الحلوة" الذي يغلب على أسلوبه الفكاهة والسخرية، وهدفه بعث الأمل والتفاؤل والإشراق لدى جمهور القراء، وبالنسبة لملاحق "صبيان وبنات" أيضاً حيث تعمل على تسلية القراء وتحقيق نوع من الاسترخاء النفسي والارتياح لهم.

وقد لاحظ الباحث من خلال الدراسة التحليلية أن هذا النوع من القصص الإخبارية يستخدم في تحرير بعضها أسلوب الهرم المقلوب، حيث تبدأ بمقدمة تحتوي على أهم ما في القصة ثم فقرة انتقال بالتفاصيل فخاتمة أكثر مرحاً، وأن كان يتبع في كتابه بعضها الآخر الأسلوب السردى الروائي حيث يحتفظ في النهاية بالمفاجئة في الخاتمة، وتروي المقدمة بداية الحدث فتفاصيل ثم ذروة الحدث وهو أكثر أحداثه مرحاً وإثارة لاهتمام القارئ.

وبالنسبة للقصة الإخبارية السريعة القصيرة، فقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن الملاحق الوحيد الذي استخدمها هو ملاحق "تجوم الرياضة" حيث بلغت نسبة استخدامه لها ١٠٠% ويتفق ذلك وطبيعة هذا النوع من القصص الإخبارية والتي تركز على المدخل التفسيري للحدث الرياضي، وفي هذا الإطار يرى الدكتور محمود علم الدين والدكتورة ليلى عبد المجيد أنه من الضروري عند إعداد المادة الصحفية المتخصصة المتجمعة لقسم أو ملاحق رياضي فإن التركيز على المدخل التفسيري في الكتابة للموضوعات الرياضية هامة لمواجهة تأثيرات التلفزيون في هذا الصدد^(٢٤).

أيضاً كان استخدام القصة الإخبارية ذات الطابع التمهيدي يقتصر على ملاحق تجوم الرياضة بنسبة ١٠٠%، ويتفق ذلك وطبيعة السمة التحريرية لها حيث أنها تقدم معلومات تمهيدية عن المباريات المقبلة، وتوقعات المدربين والمنافسة بين الفرق وتخمين وتوقع ما سوف يحدث عندما يتبارى خصوم أقوى مع التركيز على المدخل التفسيري أيضاً.

أما القصة الإخبارية الجانبية الإنسانية فقد انفرد بها ملاحق "دموع الندم" وكانت نسبة استخدامه لها ١٠٠%، وذلك من خلال تقديم الملاحق لبعض الحوادث التي تتضمن نموذج أو جانب إنساني من خلال قصة إخبارية جادة وكان على

سبيل المثال قصة إخراج طفلة صغيرة أو حية من تحت أنقاض المنزل المنهار بمنطقة روض الفرج بعد مرور عشرين ساعة وهي في أحضان والدتها المتوفاة.

ب- الأشكال التحريرية التي تعرض المواد الصحفية الاستقصائية المستخدمة في الملاحق الصحفية المدروسة:

تشير بيانات الجدول رقم (٢) إلى أن نسبة استخدام الأشكال التحريرية التي تعرض المواد الصحفية الاستقصائية المستخدمة في الملاحق الصحفية المدروسة خلال فترة البحث قد بلغت ١٢,٦% من إجمالي الأشكال التحريرية المستخدمة.

كما يتضح من خلال البيانات الإحصائية للجدول، أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الملاحق الصحفية المدروسة في استخدامها للأشكال التحريرية الاستقصائية وذلك عند درجة حرية ٦، ومستوى معنوية ٠,٠٠٠، حيث بلغت قيمة كاي^٢ ٣٥,٣٣٤، ومعامل التوافق ٠,٦٩٠، ويمكن تفسير ذلك بأن الملاحق الصحفية المدروسة تصدر أسبوعية مع الصحف الخاصة بها، ويتفق صدور الدورية الأسبوعية مع مضمون الأشكال التحريرية الاستقصائية سواء كان الحديث أو التحقيق الصحفي، حيث أنها تشرح وتفسر وتبحث في الأسباب والعوامل الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية أو الفكرية التي تكمن وراء القضية أو الظاهرة التي يدور حولها أحد هذه الفنون، فعلى سبيل المثال يقوم فن التحقيق الصحفي على التفسير الاجتماعي للأحداث وللأشخاص الذين اشتركوا في هذه الأحداث إلى جانب استعانتة بالصور الفوتوغرافية أو الرسوم التوضيحية أو الكاريكاتير.

١- الحديث الصحفي في الملاحق الصحفية المدروسة.

بلغت نسبة استخدام الحديث الصحفي في الملاحق الصحفية المدروسة خلال فترة البحث ٥١,٦% من إجمالي الأشكال التحريرية الاستقصائية المستخدمة.

وتأتي ملاحق صحيفة الأهرام في الترتيب الأول من حيث استخدام الأحاديث الصحفية حيث بلغت نسبتها ٣٥,٤%، يليها ملاحق صحيفة الجمهورية حيث بلغت نسبة استخدامها للأحاديث الصحفية ٣٤,٥%، ثم ملاحق صحيفة

أخبار اليوم، حيث بلغت نسبة استخدامها للأحاديث الصحفية ٣٠% (انظر الجدول رقم (٢)).

ويمكن تفسير ذلك بأن ملاحق صحيفة الأهرام تتضمن ملحق "الجمعة" والذي يصدر مع العدد الأسبوعي وبه مادة تحريرية متنوعة ما بين السياسة والاقتصاد والثقافة والفكر والحياة الاجتماعية، ونظراً لهذا التنوع في مضمون الملحق، والذي يتطابق مع تنوع اهتمامات القارئ ورغباته وتعددتها، حيث يسعى مضمون الملحق بفئاته المختلفة إلى تلبية هذه الاهتمامات، حيث يتم توظيف كافة الأشكال الصحفية المختلفة لنقل هذه المادة الصحفية المجمع داخل هذا الإطار، كلون من ألوان الخدمات التي تقدم للقارئ وتلبية اهتماماته المتنوعة، هذا بالإضافة إلى ملحق "أيامنا الحلوة" الذي يتبين من خلال الدراسة التحليلية اهتماماته بأحاديث التسلية والإمتاع وذلك من خلال تركيز المضمون التحريري للأحاديث المنشورة على الطريف في المجتمع سواء كان في الشخص أو الموضوع، أما بالنسبة للملحق "سوق السيارات" حيث تميزت الأحاديث الصحفية المنشورة به كما لاحظ الباحث من خلال الدراسة التحليلية بالتركيز على الحصول على آراء أهل الخبرة في مجال صناعة السيارات وعمليات بيعها أو شرائها أو استبدالها.

أما بالنسبة لملاحق صحيفة الجمهورية، فنجد أن السمات الخاصة بالمضمون التحريري لكل ملحق قد أثرت في تحديد نوعية الأحاديث الصحفية المنشورة به. فنجد أن ملحق "محبوبي" والذي يهتم بشؤون المرأة في مختلف مجالات الحياة تبين من خلال الدراسة اهتمامه بالأحاديث الشخصية، والتي تركز على إلقاء الضوء على الشخصيات النسائية الناجحة أو القيادية في مجال من المجالات، والإشارة إلى السمات المختلفة التي تميزها.

بخلاف ملحق "دموع الندم" الذي اهتم بالأحاديث الخاصة بالحصول على معلومات وأخبار وحقائق حول القضايا والحوادث المختلفة، بما يتفق وطبيعة المضمون التحريري للملحق الذي تهتم بالحوادث والجرائم وإبرازها من أجل تحقيق هدف أن الجريمة لا تفيده.

وتأتي ملاحق صحيفة أخبار اليوم في المرتبة الأخيرة من حيث اهتمامها بالأحاديث الصحفية، ويمكن تفسير ذلك بأن طبيعة المضمون التحريري لكل ملحق من ملاحق الصحيفة أثرت في نسبة استخدامه للحديث الصحفي، فنجد أن ملحق "صبيان وبنات" يتميز مضمونه وأسلوبه التحريري بالاهتمام بعرض التقارير الخبرية التي تتضمن أخبار الاكتشافات العلمية وأخبار النجوم في مختلف المجالات إلى جانب نشر القصص والمسلسلات المصورة وعرض الكتب ونشر القصائد الشعرية والاهتمام بالموضوعات التي تناسب جمهور الملحق من الشباب وفي أعداد قليلة كما تبين من الدراسة التحليلية نشر الملحق لبعض الأحاديث الشخصية مع نجوم المجتمع أو الفن أو الرياضة كنوع من التسلية والترفيه. وبالنسبة لملحق "الآداب والفنون" فنجد أن تخصص الملحق في مجالين فقط هما الآداب والفن أيضاً فقد كان التركيز على الأحاديث الشخصية إلى جانب غلبة المادة الخبرية على الملحق، كذلك بالنسبة لملحق نجوم الرياضة حدث كان التركيز على التغطية الإخبارية للمباريات الرياضية بجانب مواد الرأي الممثلة في الأعمدة الصحفية. ويختلف ملحق "السيارات" عن باقي ملاحق صحيفة أخبار اليوم حيث إن المضمون التحريري لمادته تتطلب التنوع والاهتمام بفن الحديث الصحفي حيث تبين من خلال الدراسة استخدام الأحاديث الخبرية وأحاديث الرأي مطرح مختلف المعلومات والبيانات على قراء الملحق فيما يتعلق بالسيارات.

نوع الحديث الصحفي المستخدم في الملاحق الصحفية المدروسة:

يشير الجدول رقم (٥) إلى نوعية الأحاديث الصحفية المستخدمة في الملاحق الصحفية المدروسة خلال فترة البحث.

حيث تشير بيانات الجدول إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الملاحق الصحفية المدروسة في استخدامها للحديث المباشر سواء كان خبري أو شخصي وذلك عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠، ودرجة حرية ٤، حيث بلغت كلاً ٣٥,٣٣٤، ومعامل التوافق ٠,٣٣٦، وبفحص بيانات الجدول يتبين أن نسبة استخدام الحديث الشخصي في الملاحق الصحفية المدروسة خلال فترة الدراسة قد بلغت ٩٣,٣% من إجمالي الأحاديث الصحفية المستخدمة، كما تشير العلاقة الإحصائية إلى تقارب نسب استخدام الحديث المباشر في الملاحق الصحفية

المدروسة، حيث نجد أن نسبة استخدامه في ملاحق صحيفة الجمهورية قد بلغت ٣٧% وبلغت نسبة استخدامه في ملاحق صحيفة الأهرام ٣٠,٨%. وتشير بيانات الجدول إلى تميز ملاحق صحيفة الأهرام باستخدام ملحق "الجمعة" ويمكن تفسير ذلك بتتبع مادة المضمون التحريري الملحق الجمعة في مختلف المجالات، حيث تعتبر الندوة الصحفية من السمات التحريرية المميزة وأحد المعالم التي يتميز بها ملحق الجمعة بصحيفة الأهرام، حيث يفرد لها صفحة كاملة ومما لا شك فيه أن هذا التمييز للملحق عن باقي الإصدارات الصحفية الأخرى يزيد من أهميته وحرص القراء على متابعته خاصة وأن الندوة تطرح قضايا حيوية تتعلق بمصالح القراء. أما المؤتمر الصحفي، فقد لاحظ الباحث من خلال الدراسة التحليلية تنوع ملحق الجمعة في تناول القضايا التي تناولتها المؤتمرات الصحفية المنشورة في الملحق خلال فترة الدراسة ما بين قضايا تهم الرأي العام المحلي أو الدولي أو الإدلاء بأخبار تمس حدثاً من الأحداث الهامة، حيث تميزت صفحة الفكر الديني التي تصدر في ملحق الجمعة بالاهتمام بهذا الفن الصحفي في معالجة مختلف القضايا التي تناولتها الصفحة، وكان أبرزها قضية تصحيح صورة الإسلام والمسلمين لدى العالم بعد أحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠١.

هدف المضمون التحريري للأحاديث الصحفية المستخدمة في الملاحق الصحفية المدروسة:

بفحص بيانات رقم (٦) يتضح وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الملاحق الصحفية المدروسة خلال فترة البحث في هدف المضمون التحريري للأحاديث الصحفية المنشورة بها، وذلك عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠، ودرجة حرية ٦، حيث بلغت قيمة كا^٢ ٥٥,٤٧١، ومعامل التوافق ٠,٤٣٥.

حيث يتبين من الجدول أن هناك تقارب في النسب الخاصة بحرص الملاحق الصحفية في الحصول على بيانات ومعلومات من إجراء الحديث بما يفيد القراء من المصادر التي تملك تفاصيل هذه المعلومات، فنجد أن نسبة اهتمام ملاحق صحيفة الأهرام بهذا الهدف قد بلغت ٣٦%، وملاحق صحيفة الجمهورية ٣٣%، وملاحق صحيفة أخبار اليوم ٣٠,٨% كما يتضح من الجدول أيضاً أن هناك تقارب في نسب استخدام هدف الحصول على آراء ومواقف من الأشخاص

والمصادر التي يتم إجراء الحوارات الصحفية معها والمنشورة في الملاحق الصحفية المدروسة، حيث بلغت نسبته في ملاحق صحيفة الأهرام ٣٧,٢% وفي ملاحق صحيفة أخبار اليوم ٣٢,٥%، وفي ملاحق صحيفة الجمهورية ٣٠,٢%. أما بالنسبة للهدف الخاص باستعراض الخبرات والتجارب الشخصية، فتشير بيانات الجدول إلى تميز ملاحق صحيفة الجمهورية قليلاً في استخدام هذا الهدف حيث بلغت نسبة استخدامه ٤٠,٩%، وفي ملاحق صحيفة الأهرام ٣٢,٧%، وفي ملاحق صحيفة أخبار اليوم ٢٦,٢%، ويمكن تفسير ذلك إلى تركيز الحوارات التي نشرت في ملحق "محبوبيتي" خلال فترة الدراسة على إجراء الحوارات الصحفية مع الشخصيات والقيادات النسائية الناجحة والمميزة في مختلف التخصصات لعرض تجربتهن وخبرتهن كنموذج يجسد اهتمام مؤسسات الدولة بأهمية وحيوية دور المرأة في خدمة مجتمعها وبيئتها.

القوالب الفنية المستخدمة في صياغة الأحاديث الصحفية بالملاحق الصحفية المدروسة:

تشير بيانات الجدول رقم (٧) إلى أهم الطرق والقوالب الفنية المستخدمة في صياغة الحوارات الصحفية المنشورة بالملاحق الصحفية المدروسة خلال فترة البحث، حيث يتبين من فحص بيانات الجدول وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدامات الملاحق الصحفية المدروسة لطرق وقوالب الكتابة الخاصة بالحديث الصحفي وذلك عند مستوى معنوية ٠,٠٠١، ودرجة حرية ٨، حيث بلغت قيمة كا^٢ ٢٢٣,٦٢٣، ومعامل التوافق ٠,٣١٩.

وتشير بيانات الجدول إلى أن استخدام الملاحق الصحفية المدروسة للطريقة التقليدية في صياغة الحديث بأسلوب س، ج قد جاءت في المرتبة الأولى حيث بلغت نسبة استخدامها بين ملاحق الصحف المدروسة ٤٦,٤% من إجمالي القوالب والطرق الفنية المستخدمة، ويمكن تفسير ذلك باعتماد هذه الطريقة على قالب الهرم المقلوب، حيث ينقسم الحديث إلى مقدمة وجسم، وتتضمن المقدمة أهم ما في الحديث من أخبار في حالة الحديث الخبري أو آراء في حالة حديث الرأي، في حين يحتوي الجسم على النص الكامل للحديث، حيث تحتل التفاصيل مكانها حسب أهميتها الأهم ثم المهم.

ثم يأتي بعد ذلك طريقة حذف الأسئلة وصياغة الإجابة فقط، في الترتيب الثاني، حيث بلغت نسبة استخدامها بين الملاحق الصحفية المدروسة ٢٥,١%، وتتشابه هذه الطريقة وأسلوب قالب الهرم المقلوب المتدرج حيث ينقسم الحديث إلى مقدمة تتضمن أهم المعلومات أو الآراء وجسم يتضمن نص الحديث الذي يكتب على شكل فقرات متعددة تتابع على أساس تلخيص ثم اقتباس وترتيب على أساس الأهمية .. الأهم ثم المهم.

أما طريقة السرد، والتي تعتمد على استخدام قالب الهرم المعتدل فقد جاءت في الترتيب الثالث، حيث بلغت نسبة استخدامها بين الملاحق الصحفية المدروسة ١٦,٢%، حيث ينقسم الحديث إلى مقدمة تعد القارئ للحوار بأن تشير إلى موضوع أو تصف المتحدث أو المكان أو جو الحوار وظروفه، وجسم يحتوي على نص الحديث بترتيب الأهم ثم المهم، وخاتمة تحتوي على تلخيص لأهم الأخبار أو الآراء التي ذكرها المتحدث أو تقييم المحرر لأقوال المتحدث أو انطباعات المحرر عن شخصية المتحدث.

وبالنسبة لطريقة الاقتباس، فقد جاءت في الترتيب الرابع، من حيث استخدام الملاحق الصحفية المدروسة لها، حيث بلغت نسبة استخدامها ١٢,٥% حيث يتم خلال تقسيم الحديث إلى مقدمة وجسم وخاتمة مع ملاحظة أن الجسم يتكون من فقرات تتنوع بين التلخيص والاقتباس.

وقد اتضح للباحث من خلال إجراء الدراسة التحليلية، تفوق استخدام ملحق "الجمعة" للطريقة التقليدية التي تعتمد على سؤال وجواب للمتحدث، يليه ملحق "الأداب والفنون" ثم ملحق "محبوبي".

ويمكن تفسير ذلك بتنوع وجدية الموضوعات والقضايا التي تتناولها الحوارات المنشورة في هذه الملاحق وأيضاً الشخصيات والمصادر التي تجري معها هذه الحوارات والتي تتطلب الدقة في الصياغة ونشر المعلومات.

أما بالنسبة لطريقة الاقتباس، وطريقة السرد، والتي تعتمد على استخدام قالب الهرم المعتدل، والهرم المعتدل، المتدرج، فقد كانت أعلى نسبة استخدامها لهما في ملاحق "صبيان وبنات"، "أيامنا الحلوة"، "دموع الندم" حيث يعتمد

الأسلوب التحريري لها على تشويق القارئ وجذب الانتباه لقراءة مضمون الحوار إلى النهاية والتي تحمل أهم الآراء أو الأخبار التي تمثل ذروة الحديث.

٢- التحقيق الصحفي في الملاحق الصحفية المدروسة:

يعرف التحقيق الصحفي على أنه فن صحفي يقوم على التفسير الاجتماعي للأحداث وللأشخاص الذين اشتركوا في هذه الأحداث.

وقد بلغت نسبة استخدام التحقيق الصحفي في الملاحق الصحفية المدروسة خلال فترة البحث ٤٨,٤% من إجمالي الأشكال التحريرية الاستقصائية وتأتي ملاحق صحيفة الأهرام في الترتيب الأول من حيث استخدام التحقيقات الصحفية، حيث بلغت نسلة استخدامها ٤٠%، يليها ملاحق صحيفة الجمهورية بنسبة ٣٣,٣% ثم ملاحق صحيفة أخبار اليوم بنسبة ٢٦,٧% (انظر الجدول رقم (٢)).

وكما تشير بيانات الجدول رقم (٨)، فقد جاء استخدام التحقيق الطويل المفصل لجميع الملاحق الصحفية المدروسة في الترتيب الأول بنسبة ٧٧,٧%، يليه التحقيق السريع الريبورتاج بنسبة ٢٢,٣%، ويؤكد ذلك وجود علاقة دالة إحصائية بين استخدام التحقيقات الصحفية المشار إليها عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠، ودرجة حرية ٢، حيث بلغت قيمة χ^2 ١٧,٢٣٤، ومعامل التوافق ٠,٣٥٤، ويمكن تفسير ذلك بأن التحقيق الطويل المفصل تكون فيه الكلمة هي الأساس تعاونها المواد المصورة (صور - رسوم - أشكال توضيحية، وبيدل المحرر قصارة جهده في الالتقاء بالمصادر، وقراءة الوثائق والاستعانة بكل وجهات النظر والآراء المؤيدة والمخالفة لوجهة نظر المحرر، وذلك يعكس التحقيق السريع الذي يعتمد على المواد المصورة كعنصر أساسي وتعد الكلمة أو المتن هنا عاملاً مساعداً.

وبتحليل نتائج الجدول رقم (٨) نجد أن ارتفاع نسبة استخدام النوع الأول من التحقيق وهو التحقيق الطويل المفصل منطقية إذ نظرنا إلى طبيعة المضمون التحريري للملاحق الصحفية المدروسة، حيث نجد أن ملحق الجمعة، السيارات، نجوم الرياضة، الآداب والفنون، سوق السيارات، محبوبتي، دموع الندم تعتمد بالدرجة الأولى على استخدام الكلمة إلى جانب الصورة كعامل مساعد نظراً

لتناولها مختلف القضايا والأحداث في جميع المجالات سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو ثقافية أو رياضة أو فنية أو دينية.

أما ملحق "صبيان وبنات"، و"أيامنا الحلوة" فنظراً لأن أسلوب تحريرها يغلب عليه طابع التسلية والترفيه فيأتي اهتمامها بالمواد المصورة هنا في المقام الأول ويليه الكلمة.

هدف التحقيق الصحفي المستخدم في الملاحق الصحفية المدروسة:

تشير بيانات الجدول رقم (٩) إلى أن نسبة استخدام تحقيق الخلفية في الملاحق الصحفية المدروسة جاءت في الترتيب الأول بنسبة ٣٨,٦%، يليها تحقيق الهروب بنسبة ٣٢,٤%، ثم تحقيق الاستعلام أو التحري بنسبة ٢٩% ويؤكد هذه النتائج وجود علاقة إحصائية بين استخدام الملاحق الصحفية المدروسة للأهداف التي تتضمنها التحقيقات الصحفية المنشورة في الملاحق المدروسة، وذلك بمستوى معنوية ٠,٠٠٠، ودرجة حرية ٤، حيث بلغت قيمة كاسي ٣٧,٢٧١، ومعامل التوافق ٠,٤٨٧، ويمكن تفسير ذلك بأن ارتفاع نسبة استخدام تحقيق الخلفية في ملاحق الدراسة وذلك نظراً لاعتماده على شرح الأحداث وتحليلها والكشف عن دلالاتها وأبعادها، وتقديم الحقائق والمعلومات للقراء، وتبين من خلال الدراسة التحليلية اهتمام ملاحق الجمعة، الآداب والفنون، ومحبوبيتي، ودموع الندم، السيارات، وسوق السيارات بالمضمون التحريري لتحقيقات الخلفية حيث تهتم هذه الملاحق بمختلف القضايا الرئيسية التي تتطلب المزيد من البيانات والمعلومات حولها.

أما تحقيق الهروب، فقد أشارت نتائج الجدول إلى ارتفاع نسبة استخدامه في ملاحق صحيفة أخبار اليوم، ملاحق صحيفة الأهرام، حيث لاحظ الباحث خلال الدراسة التحليلية اعتماد ملحق صبيان وبنات، وملحق أيامنا الحلوة على استخدامه، ويتفق ذلك وطبيعة المضمون التحريري لهذه الملاحق حيث إن تحقيق الهروب يشد القارئ بعيداً عن مشاكله ويهرب به من اهتماماته في مختلف شؤون الحياة، وذلك بتقديم الجوانب الطريفة والمسلية.

القوالب الفنية المستخدمة في كتابة التحقيقات الصحفية المستخدمة في الملاحق الصحفية المدروسة:

تشير بيانات الجدول رقم (١٠) إلى القوالب الفنية المستخدمة في صياغة التحقيقات الصحفية المستخدمة في الملاحق الصحفية المدروسة خلال فترة البحث، حيث تؤكد بيانات الجدول على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الملاحق الصحفية المدروسة في استخدام القوالب الفنية الخاصة بصياغة المضمون التحريري للتحقيقات المنشورة به وذلك عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠، ودرجة حرية ٨، حيث بلغت قيمة χ^2 ٤٠,١٨٣، ومعامل التوافق ٠,٥٤٧، ومما يؤكد هذه العلاقة هو تقارب النسب المئوية الخاصة باستخدامات هذه القوالب حيث يأتي استخدام قالب الهرم المعتدل المبني على العرض الموضوعي في الترتيب الأول بنسبة ٤٦,٦%، حيث بلغت نسبة استخدامه في ملاحق صحيفة الأهرام ٤٨,٢% وفي ملاحق صحيفة الجمهورية ٤٦,٩%، وفي ملاحق صحيفة أخبار اليوم ٤٤,٤%، ويتفق ذلك والطبيعة الفنية لهذا القالب الذي يصلح للمضمون التحريري المستخدم مع معظم الملاحق الصحفية المدروسة حيث يعرض المحرر القضية موضوع التحقيق بشكل موضوعي وذلك من خلال مقدمة يستثير فيها اهتمام القارئ، بينما يقدم جسم التحقيق باقي الزوايا وتقدم الخاتمة الآراء والحلول للقضية.

ويأتي قالب الهرم المعتدل المبني على الوصف التفصيلي في المرتبة التالية من حيث الاستخام وذلك بنسبة ٣٢,٢%، وقد تركز استخدامه في ملاحق أخبار اليوم، وملاحق صحيفة الأهرام وقد تبين للباحث من خلال الدراسة التحليلية اعتماد ملحق نجوم الرياضة، ملحق الآداب والفنون، ملحق الجمعة على استخدامه ويتفق ذلك وطبيعة هذا القالب الفني والذي يصلح للمسابقات الرياضية والندوات والمهرجانات، حيث يقدم فيه المحرر صورة عامة سريعة للحدث من خلال المقدمة، أو يصف جزء بارز منه، ثم يقدم الجسم وصفاً تفصيلياً للحدث، بينما تربط الخاتمة بين التفاصيل المتناثرة لصورة الحدث بحيث تقدم صورة متكاملة له أو تقتصر على الانطباعات الأخيرة للمحرر عن الحدث.

أما القالب الأخير وهو قالب الهرم المعتدل المبني على السرد القصصي فقد جاء في الترتيب الأخير حيث بلغت نسبة استخدامه ٢١,٢%، وقد لاحظ الباحث من خلال الدراسة التحليلية تركيز ملاحق دموع الندم، وأيامنا الحطوة على استخدامه، ويتفق ذلك والطبيعة الفنية لهذا القالب حيث يستخدم في الموضوعات الإنسانية والحوادث وبعض الجرائم، حيث يكتب المحرر التحقيق كأنه يكتب قصة بحيث يكون له بداية وعقدة ونهاية وأن كان يلتزم بالوقائع الحقيقية لا الخيالية.

ج- الأشكال التحريرية الخاصة بمواد الرأي في الملاحق الصحفية المدروسة:

تشير بيانات الجدول رقم (٢) إلى أن نسبة استخدام الأشكال التحريرية الخاصة بمواد الرأي في الملاحق الصحفية المدروسة خلال فترة البحث قد بلغت ١٣,٢% من إجمالي الأشكال التحريرية المستخدمة.

وتشير بيانات الدراسة الإحصائية إلى أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الملاحق الصحفية المدروسة في استخدام للأشكال التحريرية التي تعرض مواد الرأي، وذلك عند درجة حرية ٨، ومستوى معنوية ٠,٠٠٠، حيث بلغت قيمة كاسي ٣٩٠,٢١٣، ومعامل التوافق ٠,٥٥٢، ونستخلص من وجود هذه العلاقة بأن اهتمام الملاحق الصحفية المدروسة بالأشكال التحريرية التي تعرض مواد الرأي يتطابق والسمات التحريرية التي يتصف بها الكتابة لهذا النوع من الفنون الصحفية، والتي يمكن إيجازها فيما يلي:

١- معايشة الاهتمامات أو الأحداث التي تشغل ذهن قراء الملاحق الصحفية

على اختلاف سماتهم من وجهة نظر القائمين على تحرير الملاحق.

٢- مراعاة القائم بالاتصال في مادة الرأي لعنصر الحالية.

٣- مراعاة القائم بالاتصال في مادة الرأي بالملاحق الصحفي الذي تصدره

الصحيفة في كتابته وعرضه لموضوعه بأن يكون في متناول فكر القارئ

العام، أن كان المقال عاماً وفي مستوى اهتمام قارئ الصحيفة

المتخصص، إذا كان موجهاً للقارئ الذي يقرأ في الملحق مقالاً على قدر

من المعالجة التخصصية.

٤- اتصاف مادة الرأي بالحيوية سواء من ناحية طريقة الكاتب في تناول الموضوع أو من حيث طريقة الملحق في تنسيق هذا الموضوع. وقد جاء استخدام الكاريكاتير في الترتيب الأول بنسبة ٢٩,٥%، يليه بريد القراء بنسبة ٢٨,١%، ثم المقال النقدي بنسبة ١٦,٦%، ثم العمود الصحفي بنسبة ١٦,٤% ثم المقال التحليلي بنسبة ٩,٢% من إجمالي مواد الرأي المنشورة في ملاحق الدراسة.

ويمكن تفسير ذلك في ضوء نتائج الدراسة التحليلية، حيث إن ملاحق الدراسة تضم ملحقان هما "أيامنا الحلوة" الذي يصدر مع صحيفة الأهرام، "وصبيان وبنات" الذي يصدر مع صحيفة أخبار اليوم، حيث تعتمد السياسة التحريرية لهما على الكاريكاتير وأن كان هذا التركيز يظهر بصفة أساسية في ملحق "أيامنا الحلوة"، وعلى هذا الأساس تشير نتائج الدراسة التحليلية إلى أن نسبة استخدام للكاريكاتير في ملاحق صحيفة الأهرام بلغت ٦٤,٥% وهي أعلى نسبة استخدام للكاريكاتير في الملاحق الصحفية المدروسة، وهذا ما يؤكد ما أشار إليه الأستاذ إبراهيم نافع في بداية صدور العدد الأول من ملحق "أيامنا الحلوة"، بأن الهدف من إصدار هذا الملحق هو رسم الابتسامة على وجوه القراء وإضفاء روح من الفكاهة والمرح على مواد الملحق.

وفي هذا الصدد، يرى الدكتور محمود علم الدين^(٢٥)، أن الكاريكاتير وهو أحد أشكال الرسوم الساخرة، يعتبر مكوناً مهماً من مادة الرأي في الصحيفة عامة، ومكوناً أساسياً من مكونات صفحة الرأي بها، ويملك قدرة على إعطاء تأثيرات جمالية وفكاهية للأخبار والموضوعات التي تصحبها أو تعبير عنها.

أما بالنسبة لبريد القراء حيث بلغت نسبة استخدام ٢٨,١%، وجاء في الترتيب الثاني ويمكن تفسير ذلك باقتناع القائمين على تحرير الملاحق الصحفية، بقيام بريد القراء بتأدية وظيفة مهمة من وظائف الملحق كأحد وسائل الاتصال بالجمهور بإيجاد منبر للتعبير عن رأي الجمهور أيضاً، وأهمية ذلك في أنها تزود الملحق بفرصة ذهبية لاستطلاع واستشكاف اتجاهات وآراء قراء الملحق في ما ينشر فيه، اتجاه الأداء العام للملحق، إلى جانب القضايا العامة والخاصة التي يثيرها الملحق على صفحاته.

وقد لاحظ الباحث خلال الدراسة التحليلية زيادة اهتمام ملحق "صبيان وبنات" الذي يصدر مع صحيفة أخبار اليوم ببريد القراء، حيث تشير الأستاذة أمال عثمان المشرفة على الملحق^(٢٦)، إلى أن السياسة التحريرية للملحق تهتم بإعطاء فرصة لقرائه من الأولاد والبنات والشباب من الجنسين في تحرير جزء كبير من موضوعاته، بالإضافة إلى أبواب الكاريكاتير والرسوم الساخرة والتي تتفق فكرتها وميول الشباب من الجنسين.

يأتي بعد ذلك المقال النقدي، حيث بلغت نسبة استخدامه ١٦,٦% من إجمالي مواد الرأي المستخدمة في الملاحق الصحفية المدروسة، وقد جاءت ملاحق صحيفة أخبار اليوم في الترتيب الأول من حيث استخدام هذا الشكل التحريري من أشكال مواد الرأي وذلك بنسبة ٦٥,٤%، ويمكن تفسير ذلك بأن ملاحق صحيفة أخبار اليوم، تتضمن كلا من "ملحق الآداب والفنون"، وملحق "تجوم الرياضة" والذي يتضمن مضمونها التحريري المواد الخاصة بالأعمال الفنية والأدبية والرياضية والتي تصلح كعادة للتقييم من قبل النقاد وكبار الصحفيين، وهو ما يتفق وطبيعة المجالات التي يتناولها المقال النقدي، الذي يقوم على عرض وتفسير وتحليل وتقويم الإنتاج الخاص بكل مجال من هذه المجالات من أجل توعية وتبصير القارئ بأهمية هذا الإنتاج، ومساعدته في اختيار ما يناسبه من أعمال.

وبالنسبة للعمود الصحفي، فقد بلغت نسبة استخدامه ١٦,٤% من إجمالي مواد الرأي المستخدمة في الملاحق الصحفية المدروسة، حيث جاءت ملاحق صحيفة أخبار اليوم في الترتيب الأول من حيث استخدام العمود الصحفي يليها ملاحق صحيفة الجمهورية ويلاحظ هنا تنوع واختلاف المادة التحريرية للعمود الصحفي وما تشكله صفات كاتب العمود الصحفي من أهمية معرفته بالميدان الذي يتناوله بالكتابة وذلك التحديد لا يأتي فقط عن طريق ملاحقة الأحداث من المطبوعات، وإنما يأتي عن طريق رحلات العمل الصحفي ودعم علاقاته بالمصادر الحية، أيضاً وفقاً للاعتبارات التي تحكم الشكل والأسلوب خاصة في الملحق الأسبوعي، فمما لا شك فيه أن المادة التحريرية للعمود الصحفي تشكل عنصر هام، إلا أن الشكل الذي يظهر فيه العمود والأسلوب الذي يكتب به هامان

للغاية، فمن حيث الشكل يجب أن يأتي العمود الصحفي منسجماً مع المادة الأخرى التي تحيط به، وإلا يأتي في شكل المادة المعارضة لسياق المواد الأخرى، ويرتبط شكل العمود الصحفي وأسلوبه بمستوى الكتابة الأدبية من ناحية، ومستوى الطباعة من ناحية، واتجاهات قراء الملحق ونوعيتهم من ناحية

ثالثة

وإذا تناولنا الأسلوب التحريري الذي يكتب به العمود الصحفي في الملحق الصحفي الذي يصدر مع الصحيفة، فقط لاحظ الباحث خلال إجراء الدراسة التحليلية، تأثير العمود الصحفي المنشور في الملحق بالسياسة العاملة للصحيفة التي تصدر معها، وكذلك بالإمكانيات وطريقة عمل الصحيفة ذاتها وما توفره لكتابتها من مصادر معلومات وحرية الحركة والكتابة، وهذا ما انعكس على الأعمدة الصحفية المنشورة في الملحق الصحيفة المدروسة فنجد كثرة استخدام أعمدة التسلية والأعمدة الخاصة بالتجارب الذاتية لكتابتها وذلك في ملحق أيامنا الحلوة، وصبيان وبنات ودموع الندم.

كما يثبت من الدراسة التحليلية اهتمام ملحق محبوبتي وملحق الجمعة بالثئون العامة. ويأتي استخدام المقال التحليلي في الترتيب الأخير بنسبة ٩,٢% من إجمالي مواد الرأي المنشورة في الملحق الصحفية المدروسة، وبلغت أعلى نسبة استخدام له في ملحق صحيفة الأهرام وبصفة خاصة ملحق الجمعة، حيث بلغت نسبة استخدامه ٤٤,٥%، وملحق صحيفة أخبار اليوم وبصفة خاصة ملحق الآداب والفنون، حيث بلغت نسبة استخدامه ٤٠%، وأخيراً ملحق صحيفة الجمهورية ١٥,٥%.

ويمكن تفسير ذلك بأن مجال المقال التحليلي يهتم بمختلف مجالات النشاط الإنساني من سياسة واقتصاد واجتماع وثقافة وفكر وجريمة وعلوم، بشرط أن تكون الموضوعات التي يتناولها الكاتب مرتبطة بالأحداث الجارية ومفسرة وشارحة لها، وهو ما يتفق والسمات التحريرية الخاصة بالمواد التي تحتويها ملحق الجمعة، ملحق الآداب والفنون، وملحق دموع الندم.

هدف مادة الرأي المستخدمة في الملاحق الصحفية المدروسة

تشير بيانات الجدول رقم (١١) إلى الأهداف التي سعت إلى تحقيقها الأشكال التحريرية الخاصة بمواد الرأي المنشورة في الملاحق الصحفية المدروسة، حيث يتبين من البيانات الإحصائية التي يضمها الجدول وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الملاحق الصحفية المدروسة في تحقيقها لهذه الأهداف، وذلك عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠، ودرجة حرية ٦، حيث بلغت قيمة كاً ١٥٨,١٩٦٥، ومعامل التوافق ٠,٢٥٩، حيث تشير نتائج الجدول إلى أن الهدف الخاص "بتقديم معلومات جديدة" قد جاء في الترتيب الأول بنسبة ٣٨,٦%، وقد جاءت ملاحق صحيفة الأهرام في المقدمة بنسبة ٤٤,٣%، يليها ملاحق صحيفة أخبار اليوم بنسبة ٣٩,٨%، ثم ملاحق صحيفة الجمهورية بنسبة ١٥,٩%، ويمكن تفسير ذلك بأن المضمون التحريري لمواد الرأي في ملاحق صحيفة الأهرام ممثلة في ملحق أيامنا الحلوة ملحق الجمعة، ملحق سوق السيارات حيث لاحظ الباحث خلال الدراسة التحليلية اهتمامها بالإشارة إلى الحديث والجديد في مجالات الفكر والأدب والسياسة وتصنيع السيارات وقطع غيارها .. إلخ.

أيضاً بالنسبة لملاحق صبيان وبنات، نجوم الرياضة، الآداب والفنون، السيارات الاهتمام بالجديد في مجال الاكتشافات العلمية والاختراعات واستخدامات الحاسبات الآلية وشبكات الإنترنت، والإنتاج الأدبي والفني والتعليق عليها.

وجاء الهدف الخاص بتسليية القارئ في الترتيب الثاني من حيث الاستخدام بنسبة ٢٤,٢% واقتصر استخدامه على مواد الرأي المنشورة في ملاحق صحيفة الأهرام، وملاحق صحيفة أخبار اليوم، ويمكن تفسير ذلك بارتفاع نسبة استخدام الكاريكاتير في ملحق أيامنا الحلوة حيث بلغت نسبة ٦٤,٥% من إجمالي رسومات الكاريكاتير المستخدمة في ملاحق الدراسة، يليه ملحق صبيان وبنات بنسبة ٢٤,٣%. كما يتضح من الجدول رقم (٢).

أما الهدف الخاص بالتنقيف فقد جاء في الترتيب الثالث من حيث الاستخدام بنسبة ١٣,٥%، وكانت أعلى نسبة استخدام له في مواد الرأي المنشورة بملاحق صحيفة الجمهورية "محبوتي"، "دموع الندم"، حيث يتبين

للباحث من خلال الدراسة التحليلية تركيز المضمون التحريري لمواد الرأي المنشورة في ملحق محبوبتي على الاهتمام بتوعية المرأة بمشاكلها وكيفية حلها والاهتمام بأسرتها وحمايتها وأهمية التعليم ومحو الأمية:

كما تضمنت المادة التحريرية لمواد الرأي في ملحق "دموع الندم" التحذير من الوقوع في مختلف مجالات الجريمة والقضايا مع التركيز على الحقوق القانونية للمرأة في مجال الأحوال الشخصية وكيفية تنفيذ أحكامها والطرق والأساليب السليمة لسير الدعاوي القضائية الخاصة بمشاكل المرأة.

ثم تأتي بعد ذلك ملاحق صحيفة أخبار اليوم بنسبة ١٣,٣%، وتبين من الدراسة التحليلية اهتمام ملحق صبيان وبنات بهذا الهدف أكثر من الملاحق الصحفية الأخرى حيث إن الاهتمام بزيادة الوعي والمعرفة لدى الأولاد والبنات في مجالات استخدام الحاسبات الآلية وشبكة الإنترنت وكيفية الاستفادة منها إلى جانب المعلومات العامة في مختلف المجالات، بالإضافة إلى المسابقات والألغاز التي ينشرها الملحق.

أما ملاحق صحيفة الأهرام فقد كانت نسبة استخدامها لهذا الهدف ٨,٥% وتركزت كلها كما تبين من خلال الدراسة التحليلية في ملحق الجمعة حيث يتضمن صفحة كاملة للثقافة والآداب، الفكر الديني، الدارسات السياسية والاستراتيجية أما الهدف الخاص بعرض وجهة نظر الكاتب فقد كانت نسبة استخدامه ١٢,٥% وكانت أعلى نسبة استخدام له في ملاحق صحيفة أخبار اليوم حيث بلغت ٣٧,٧% يليها ملاحق صحيفة الأهرام بنسبة ٣٤,٣%، ثم ملاحق صحيفة الجمهورية ٢٧,٨%، ويمكن تفسير ذلك بارتفاع نسبة استخدام العمود الصحفي في ملاحق صحيفة أخبار اليوم حيث بلغت ٤٧,٥% كما تشير بيانات الجدول رقم (٢)، ويتفق ذلك مع ما يشير إليه الدكتور محمود علم الدين^(٢٧) بأن معظم الأعمدة الصحفية عبارة عن حوار شخصي بين كاتب وقرائه، يعبر من خلاله عن مكونات نفسه، وذاته، ويبدو صريحاً واقعياً، ذاتياً، يرى ذكرياته وخبراته، وتجاربه، ويقدم نصائحه.

أما الهدف الخاص بالشرح والتفسير فقد جاء في الترتيب الأخير بنسبة ١١,٢%، وكانت أعلى نسبة استخدام له في ملاحق صحيفة الأهرام، حيث بلغت

٥١,٨%، يليها ملاحق صحيفة الجمهورية بنسبة ٢٥,٩%، ثم ملاحق صحيفة أخبار اليوم بنسبة ٢٢,٢% ويرجع ذلك إلى ارتفاع نسبة استخدام المقال التحليلي في ملاحق صحيفة الأهرام حيث بلغت ٤٤,٥%، كما تشير بيانات الجدول رقم (٢) ونظراً لتنوع مادة المضمون التحريري المقدمة في ملحقات الجمعة في مختلف المجالات وقيام المقال التحليلي طبقاً للوظائف بتحليل الأحداث الجارية والكشف عن أبعادها ودلالاتها وأسبابها المختلفة.

٤- الأشكال التحريرية الخاصة بمواد الخدمات المنشورة في الملاحق الصحفية خلال فترة البحث:

تشير نتائج الدراسة التحليلية إلى أن تركيز الملاحق الصحفية بالنسبة للأشكال التحريرية الخاصة بمواد الخدمات كان يهتم بنوعين هما: (٢٨)

١- قصة إخبارية مباشرة Straight Nevy Story

وهي قصة إخبارية تحتوي على معلومات تفيد القارئ وتقدم له نصائح أو نماذج تصلح كسلوك مستقبلي وذلك بشكل مباشر.

٢- الموضوع الصحفي Feature

ويركز على زاوية أو محور كيفية إتمام الشيء أو كيفية أداء أشياء معينة في ظروف مشابهة لتلك التي تم إنجاز هذا الشيء فيها. وتشير نتائج الجدول رقم (٢) إلى أن استخدام ملاحق الدراسة للقصة الإخبارية المباشرة قد جاءت في الترتيب الأول بنسبة ٥٠,٢% ثم يليها الموضوع الصحفي بنسبة ٤٩,٨%.

ويمكن تفسير ذلك بأن معظم ملاحق الدراسة هي ملاحق خدمات تهتم بمختلف المجالات التي تتصل بحياة القراء ويتضح ذلك من خلال فحص نتائج الجدول، حيث تشير بيانات الجدول إلى أن أعلى نسبة استخدام للقصة الإخبارية المباشرة كانت لملاحق صحيفة الجمهورية "حبيبتي"، "دموع الندم" حيث بلغت نسبتها ٤٣,٢% حيث كان تركيز ملحقات "حبيبتي" على تقديم نماذج خاصة بخدمات وشئون المنزل والأزياء وإعداد الأطعمة وتقديم النصائح للعرائس والتي تفيدهم في حياتهم الزوجية المقبلة.

في حين كان تركيز ملحق "موع الندم" على تقديم نماذج لمختلف أنواع الجرائم والقضايا وتحذير القراء من هذا السلوك الذي لا يقره المجتمع ولا الدين، أما ملاحق صحيفة الأهرام فقد جاءت في المرتبة الثانية من حيث استخدام القصة الإخبارية المباشرة ضم مواد الخدمات التي قدمها حيث بلغت نسبتها ٣٢,٣% وكانت تتركز في ملاحق "الجمعة" من خلال صفحتي المرأة والطفل، وملحق "أيامنا الحلوة".

حيث اقتصر استخدام ملحق الجمعة لهذا الفن في صفحتي المرأة والطفل بصفة خاصة حيث كان التركيز على تقديم نصائح وإرشادات للمرأة في شئون المنزل والأثاث والأزياء والمشكلات الصحية الخاصة بالمرأة والطفل معاً وبالنسبة لملاحق أيامنا الحلوة فذان التركيز فيه على نشر نصائح وإرشادات خاصة بالاهتمام بالصحة والجديد في عالم الاكتشافات الطبية الحديثة في معالجة مختلف الأمراض والأدوية الجديدة التي تم اكتشافها إتاحة فرص عمل للشباب متداولة بالأسواق.

أما ملاحق صحيفة أخبار ليوم فقد جاءت في المرتبة الثالثة من حيث استخدام هذا الشكل التحريري لمواد الخدمات وذلك بنسبة ٢٤,٥% وكانت تتركز في ملحق "صبيان وبنات" حيث كان الاهتمام بتقديم نصائح نماذج تدعم من الالتزام بالسلوك والعادات والتقاليد الخاصة بالمجتمع والتي تساهم في التنشئة الاجتماعية السليمة للشباب.

وبالنسبة للموضوع الصحفي فقد بلغت أعلى نسبة استخدام له في ملاحق صحيفة الأهرام وتركزت في ملحق "سوق السيارات" ثم ملحق "أيامنا الحلوة" حيث بلغت نسبة استخدامه ٥٢,٤% يليه ملاحق صحيفة أخبار اليوم وملحق "السيارات"، وملحق "صبيان وبنات"، بلغت نسبة استخدامه ٤٧,٦%. وكانت الفكرة الرئيسية له تدور حول كيفية إتمام شيء معين مثل صيانة أجزاء من السيارة وكيفية القيام بها أو عمل أو إصلاح شيء في المنزل وكيفية القيام به وصيانته دون اللجوء إلى المخصصين فيه. وتشير نتائج الدراسة التحليلية إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الملاحق الصحفية المدروسة في استخدامها للأشكال التحريرية التي تعرض مواد

الخدمات وذلك عند درجة حرية ١، ومستوى معنوية ٠,٠٠٤، حيث بلغت قيمة كا^٢، ومعامل التوافق ٠,٠٣٤١.

ويمكن تفسير ذلك بأن الهدف من إصدار الملاحق الصحفية هو تلبية احتياجات القراء سواء من ناحية الخدمات التي تقدمها لهم أو تقديم أبواب ومواد تحريرية لا تتضمنها صفحات الجريدة التي تصدرها لزيادة ونشر المعرفة والثقافة بينهم في مختلف المجالات، وقد لاحظ الباحث من خلال إجراء الدراسة التحليلية اعتماد ملاحق "أيامنا الحلوة"، "صبيان وبنات" على استخدام القصة الإخبارية المباشرة حيث كان الهدف منها مخاطبة الشباب من الجنسين في ضرورة الالتزام بالمبادئ والتعاليم والعادات والتقاليد الخاصة بالمجتمع والبيئة المحيطة بهم أيضاً كان تركيز ملاحق "صبيان وبنات" على عرض نماذج من الشباب النابغين والمتفوقين في مختلف دول العالم وعرض اختراعاتهم وتفوقهم العلمي.

بينما ركزت ملاحق "محبوتي" و"الجمعة" من خلال الموضوعات الخاصة بالمرأة والطفل على استخدام الموضوع الصحفي Feature الذي يهدف إلى تعليم المرأة وربية البيت واكتساب خبرات جديدة ومفيدة في شؤون المنزل والأسرة بصفة عامة.

٣- منتج المضمون التحريري (مصدر المادة التحريرية في الملاحق الصحفية المدروسة):

تشير بيانات الجدول رقم (١٢) إلى المصادر التي اعتمدت عليها الملاحق الصحفية المدروسة في الحصول على المادة التحريرية بها، حيث جاءت فئة المحررين في الترتيب الأول بنسبة ٤٣,٤% من اعتماد الملاحق الصحفية عليها في الحصول على المادة التحريرية، ويفسر ذلك اهتمام الملاحق الصحفية المدروسة بالمادة الإخبارية التي بلغت ٦٤,٩% من الأشكال التحريرية التي تضمنها ملاحق الدراسة. جاء في الترتيب الثاني الكتاب الصحفيين من داخل الصحيفة التي تصدر الملاحق، حيث بلغت نسبة استخدامها ١٢,٩%، يليهم في الترتيب المصاحفين من خارج الصحيفة التي تصدر الملاحق، حيث بلغت نسبة استخدامها ٩,٩% ويتطابق ذلك مع مجيء مواد الرأي في الترتيب الثاني من

استخدام الأشكال التحريرية في الملاحق الصحفية بعد المادة الإخبارية. يأتي بعد ذلك القراء بنسبة ١٠,٩%، حيث يتطابق ذلك مع ارتفاع نسبة استخدام بريد القراء كمادة من مواد الرأي التي استخدمتها الملاحق الصحفية المدروسة والتي بلغت ٢٨,١% وجاءت في الترتيب الثاني بعد الكاريكاتير.

ثم وكالات الأنباء في الترتيب الخامس بنسبة ٨,٥%، المرسلين في الترتيب السادس بنسبة ٧,٨%، ويأتي هذين المصدرين في المراكز الأخيرة نظراً لأن طبيعة المادة التحريرية في معظم الملاحق الصحفية المدروسة خاصة بموضوعات محلية، وتعتمد الملاحق الصحفية المدروسة في المعالجات الخاصة بالموضوعات الخارجية على قسم الترجمة والشئون الخارجية في الصحيفة التي تصدر الملاحق. (٢٩)

أما فئة الموضوعات المجهولة المصدر فقد جاء في المركز الأخير بنسبة ٦,٦%، وقد تبين من خلال الدراسة التحليلية أن الموضوعات الخاصة بهذه الفئة كانت عبارة عن موضوعات مترجمة وخاصة بأحداث خارجية وأن كان لم يشير الملاحق إلى مصدرها.

٤ - مصادر القائم بالاتصال في الحصول على المعلومات والبيانات:

تشير بيانات الجدول رقم (١٣) إلى أن اعتماد القائم بالاتصال في الملاحق الصحفية المدروسة على المسئولون الحكوميون، قد جاءت في الترتيب الأول بنسبة ٢٨,٤% حيث يرجع ذلك لأنهم يملكون أكبر كم من المعلومات في مختلف الموضوعات والمجالات التي تتضمنها مواد الملاحق الصحفية المدروسة وبصفة خاصة ملاحق "الجمعة" و "سوق السيارات"، "تجوم الرياضة"، "الآداب والفنون"، "محبوتي"، "دموع الندم".

يأتي بعد ذلك في الترتيب الثاني المتخصصون والعلماء حيث بلغت نسبة الاعتماد عليهم من قبل المحررين في الملاحق المدروسة ٢٧,٣%، وذلك نظراً لتخصص المادة التحريرية لبعض الملاحق الصحفية المدروسة مثل "سوق السيارات"، "السيارات"، "تجوم الرياضة"، "الآداب والفنون"، "دموع الندم". أما المنظمات والهيئات فقد جاءت في الترتيب الثالث بنسبة ١٣,٥%، حيث تبين من خلال الدراسة التحليلية اعتماد ملاحق "سوق السيارات"، "السيارات على

المؤسسات والشركات التي تنتج وتصنع السيارات وقطع غيارها في الحصول على المعلومات والبيانات الخاصة بها، وكذلك نجد ملاحق "الآداب والفنون"، و"نجوم الرياضة" حيث التقارير والموضوعات الصحفية الخاصة بالهيئات الدولية المتخصصة في هذه المجالات وتتضمن بيانات ومعلومات تتفق والمضمون التحريري لهذه الملاحق. يأتي بعد ذلك الجمهور العام والممثل في القراء على مختلف انتمائهم وتوجهاتهم حيث بلغت نسبة اعتماد الملاحق الصحفية المدروسة عليهم كمصدر للمعلومات والبيانات من خلال بريد القراء ١٠,٣%. أما "المؤتمرات" كمصدر للمعلومات للقائم بالاتصال في الملاحق الصحفية المدروسة فقد بلغت نسبة استخدامها ٩,٧%، موزعة على جميع الملاحق الصحفية المدروسة، تأتي بعد ذلك الإحصائيات والبيانات بنسبة ٦,٣% وكانت أعلى نسبة استخدام لها في ملحق الجمعة حيث بلغت ١٦,٢% وذلك نظراً لما يحتويه ملحق الجمعة من أبواب تحريرية خاصة بالمجال الاقتصادي إلى جانب أنه في أغلب الأحيان ما تكون ندوة الجمعة التي يحتويها الملحق يدور موضوعها حول الموضوعات والمجالات الخاصة بالاقتصاد والبنوك والاستثمار. وأخيراً يأتي المسؤولون الحزبيون في الترتيب الأخير من حيث اعتماد القائم بالاتصال في الملاحق الصحفية المدروسة عليهم في الحصول على المعلومات والبيانات، وذلك بنسبة ٤,٥%، وكانت أعلى نسبة لاعتماد القائم بالاتصال على المسؤولون الحزبيون في ملحق الجمعة حيث بلغت ٦٢,٦%، ويمكن تفسير ذلك بتنوع المجالات والاهتمامات التي يتضمنها الملحق في مختلف مجالات الفكر والسياسة والاقتصاد والتي يكون فيها لأصحاب الفكر والأيدلوجيات والتوجهات السياسية والحزبية المختلفة ثقل في إبداء الآراء ومختلف وجهات النظر.

٥- الأشكال غير الصحفية في الملاحق المدروسة:

تشير بيانات الجدول رقم (١٤) إلى أن "الشعر" جاء في الترتيب الأول من حيث النشر في الملاحق الصحفية المدروسة خلال فترة الدراسة، حيث بلغت نسبة استخدامه ٤٦,٩%، وكانت أعلى نسبة استخدام له في ملاحق صحيفة الأهرام حيث بلغت ٧٩,٤% يليه ملحق "صبيان وبنات" بنسبة ١٤%، ثم ملحق "محبوبتي" بنسبة ٦,٥%، ويمكن تفسير ذلك أن ملحق "الجمعة" يتضمن صفحة

خاصة بالأداب، وصفحة أخرى خاصة بالفكر والثقافة وكلاهما يحتويان على دراسات في الشعر والأدب، هذا بالإضافة إلى ملحق "أيامنا الحلوة" والذي يتضمن زجل، وشعر بالعامية لنقد السلبيات الاجتماعية.

يأتي بعد ذلك في المرتبة الثانية "القصة المسلسلة" حيث نسبة استخدامها ١٤,٤% وكانت أعلى نسبة استخدام لها في ملحق "صبيان وبنات" ٣٩,٣%، يليه ملحق "أيامنا الحلوة" بنسبة ٣٣,٣%، ثم ملحق الجمعة بنسبة ٢٧,٢%، ويمكن تفسير ذلك بأن ملحق "صبيان وبنات" يخصص ثلاث صفحات من صفحاته البالغة ٨ صفحات للقصة المسلسلة وكذلك ملحق "أيامنا الحلوة". يأتي بعد ذلك القصة بنسبة ١١,٤%، وبلغت أعلى نسبة استخدام لها في ملحق "أيامنا الحلوة" ثم ملحق "صبيان وبنات"، ثم أشكال التسلية والتي تتضمن المسابقات والكلمات المتقاطعة والألغاز بنسبة ١٠,٥% وكذلك حكايات الأطفال بنسبة ٧,٤%، واقتصرت فقط على ملحق صبيان وبنات أما عرض الكتب فقد بلغت نسبته ٣,٢% واقتصر على ملحق نظراً لما يتضمن صفحتين للفكر والأدب والثقافة كما سبق الإشارة. وبلغت نسبة استخدام الصور المجمع ٦,٥% واقتصرت فقط على ملحق "محبوبتي" حيث تضمن نشر صور حفلات الزفاف والخطوبة، واحتفالات نجوم المجتمع.

ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية

١- حجم العينة الخاصة بالقائمين بالاتصال في الملاحق الصحفية المدروسة

تشير البيانات الخاصة بالجدول رقم (١٥) إلى أن عدد أفراد عينة القائمين بالاتصال الذين تم توزيع استمارة الدراسة الميدانية عليهم في الملاحق الصحفية المدروسة، بلغ ٧٥ صحفياً موزعين على النحو التالي:

١- بلغ عدد أفراد عينة القائمين بالاتصال في الملاحق الصحفية التي تصدرها صحيفة أخبار اليوم ٢٩ صحفياً بنسبة ٣٨% من إجمالي أفراد العينة.

٢- بلغ عدد أفراد عينة القائمين بالاتصال في الملاحق الصحفية التي تصدرها صحيفة الأهرام ٢٥ صحفياً بنسبة ٣٣% من إجمالي أفراد العينة.

٣- بلغ عدد أفراد عينة القائمين بالاتصال في الملاحق الصحفية التي تصدرها صحيفة الجمهورية ٢١ صحفياً بنسبة ٢٩% من إجمالي أفراد العينة.

٢- المعايير التي يجب أن تتوفر في محرر الملاحق الأسبوعي من وجهة نظر أفراد العينة:

يوضح الجدول رقم (١٦) المعايير التي يجب أن تتوفر في محرر الملاحق الأسبوعي الذي تصدره الصحيفة اليومية كما يراها أفراد العينة، على النحو التالي:

حيث أشار ٢٩% من أفراد العينة على أهمية تمتع محرر الملاحق الأسبوعي بمهارة الكتابة الصحفية المتخصصة، وقد تبين من إجاباتهم ولقاءات الباحث معهم أن اقتناعهم بهذا المعيار يأتي من كون أن معظم هذه الملاحق تغطي مجالات معينة مثل الرياضة - الآداب - الفن - الحوادث - السيارات - التسلية .. إلخ بينما جاء في الترتيب الثاني المعيار الخاص بضرورة أن يتمتع محرر الملاحق الأسبوعي بالوعي والإلمام باهتمامات الجمهور، وذلك بنسبة ٢٤%، حيث يتفق هذا المعيار من وجهة نظرهم وأهمية إشباع حاجات الجمهور من المعرفة في المجال الذي يتخصص فيه الملاحق، في حين جاء المعيار الخاص بالافتناع بأن الملاحق الأسبوعي يهتم ببعض المجالات التي لا تقوم بتغطيتها الصحيفة اليومية في الترتيب الثالث بنسبة ٢١%، حيث يرى الباحثون أن هناك مجالات لا تقوم بتغطيتها الصحيفة اليومية التي تصدر الملاحق، وعلى سبيل المثال مجال السيارات، مجال الخدمات، الموضوعات الخاصة بالأولاد والشباب من الجنسين .. إلخ.

أما المعيار الخاص بالافتناع بأهمية الملاحق الأسبوعي حيث أنه يتوافق صدوره مع نهاية الأسبوع أو بدايته والتي تمثل وقت أجازة لشرائح مختلفة من القراء، فقد جاء في الترتيب الرابع بنسبة ١٦%، حيث أشار الباحثون إلى أن

أيام الخميس والجمعة والسبت تمثل أيام أجازات لشرائح مختلفة من القراء ولذلك يجد القراء عند شراء صحيفته المفضلة في أي من هذا اليوم ما يشبع رغبته وأسرته في زيادة مجالات المعرفة لديه أو يجد ما يرفقه به عن نفسه من أشكال التسلية التي تضمها هذه الملاحق.

ويأتي المعيار الخاص بتعلم اللغات الأجنبية والكمبيوتر في الترتيب الخامس بنسبة ١٠% حيث أشار المبحوثين أن هذا المعيار ليس بالضرورة من المعايير الهامة في تحرير وصياغة الموضوعات الخاصة بمواد الملحق الأسبوعي وقد لاحظ الباحث من خلال إجابات المبحوثين على هذا المعيار أنه يمثل صعوبة بالنسبة لبعضهم دون أن يشيروا إلى ذلك كتابة لأن هذا المعيار يتطلب قدرات ومهارات غير متوفرة في معظمهم.

٣- المعايير التي يتم على أساسها اختبار الموضوعات التي تنشر بالملاحق كما يراها المبحوثين.

تشير بيانات الجدول رقم (١٧) إلى المعايير التي يتم على أساسها اختبار الموضوعات التي تنشر بالملاحق كما يراها المبحوثون، حيث جاء المعيار الخاصة بأهمية أن تتطابق الموضوعات التي تنشر بالملاحق مع ما يحتاجه جمهور القراء وميولهم وإشباع رغباتهم في الترتيب الأول بنسبة ٣٣,٤%، حيث يرى المبحوثون أن اهتمامات القراء ورغباتهم يجب أن تأتي في المقدمة من حيث نشر الموضوعات التي تشبع رغباتهم، في حين يرى ٢٦,٢% من أفراد العينة أن اتفاق الموضوعات التي تنشر بالملاحق مع أخلاقيات المهنة هام من وجهة نظرهم، بينما أشار ٢٢,٦% من أفراد العينة إلى أن عملية نشر الموضوعات الخاصة بالملاحق يجب أن تتفق وما يراه القارئ على الملحق مناسباً للهدف الذي صدر من أجله ويرى ١٧% من أفراد العينة أنه يجب أن تساهم الموضوعات المنشورة في الملحق في زيادة نسبة الإعلانات به.

٤- الدورات التدريبية التي حصل عليها المبحوثين من العاملين في الملاحق الصحفية المدروسة:

تشير بيانات الجدول رقم (١٨) إلى الدورات التدريبية التي حصل عليها المبحوثين من العاملين في الملاحق الصحفية المدروسة، حيث تشير بيانات

الجدول إلى أن الذين حصلوا على دورات تدريبية في مختلف مجالات فنون العمل الصحفي قد بلغوا ١٢ صحفياً من إجمالي عدد المبحوثين العاملين في الملاحق الصحفية المدروسة والبالغ عددهم ٧٥ صحفياً وذلك بنسبة ١٦% فقط، الأمر الذي يشير ضعف اهتمام القائمين على الملاحق الصحفية المدروسة بأهمية أعداد الكوادر وتدريبهم في مجال العمل الصحفي بالملاحق.

وبفحص بيانات الجدول نجد أنه على الرغم من ضعف نسبة الذين تم إعدادهم وتدريبهم في هذا المجال، نجد أن القائمين بالاتصال في الملاحق الصحفية التي تصدرها صحيفة الأهرام قد جاءوا في الترتيب الأول من حيث الاهتمامات بالدورات التدريبية وذلك بنسبة ١٠,٧%، ويمكن تفسير ذلك بالإمكانات الفنية والتكنولوجية والخبرات المؤهلة للقيام بتدريب الكوادر، التي تمتلكها مؤسسة الأهرام مقارنة بالمؤسسات الصحفية الأخرى، حيث يتبين من بيانات الجدول تنوع موضوعات الدورات التدريبية التي حصل عليها المتدربين ما بين دورات في التحرير والصياغة، والإخراج الصحفي، استخدامات اللغة في الإعلام، استخدامات الإنترنت، مع ملاحظة أن الدورات الخاصة بالصياغة والتحرير الصحفي كانت تغطي مجالات الصحافة المتخصصة، وهو ما يلائم ويناسب مضمون والموضوعات التي يهتم بمجالها ملحق الجمعة بصفة عامة.

يأتي بعد ذلك الدورات التدريبية التي حصل عليها القائمين بالاتصال في الملاحق الصحفية التي تصدرها صحيفة الجمهورية، حيث بلغت نسبتها ٤%، ويلاحظ من بيانات الجدول أن هذه الدورات كانت في الصياغة والكتابة الصحفية والتي تتفق وتخصص الملحق الذي تصدره الصحيفة، حيث تم تنظيم الاشتراك في دورة خاصة بأخلاقيات النشر، وكان المشترك فيها هو المشرف على ملحق "دموع الندم"، وهو في نفس الوقت رئيس تحرير صحيفة المساء.

أما الدورة الثانية وهي الخاصة بالكتابة الصحفية التي تتناول شئون المرأة وكانت المشتركة فيها هي المشرفة على ملحق "محبوبتي" الأستاذة ناهد المنشاوي.

يأتي في المرتبة الأخيرة ملحق صحيفة أخبار اليوم، بنسبة ١,٣%، وكانت خاصة بملحق واحد فقط، هو ملحق "نجوم الرياضة" وكان المشترك هو

المشرف على الملحق الأستاذ فتحي سند وكانت متخصصة في الكتابة في مجال الشئون الرياضية.

٥- أسباب قراءة المبحوثين للملاحق الصحفية التي يصدرها الملحق الأخرى:

تشير بيانات الجدول رقم (١٩) إلى الأسباب التي تدفع المبحوثين من القارئ بالاتصال في الملحق الصحفية المدروسة إلى قراءة الملحق الصحفية التي تصدرها الصحف الأخرى، حيث أشار ٣٠,٦% من المبحوثين إلى أن من أهم أسباب قراءتهم الصحفية التي تصدرها الصحف الأخرى هو منافستها الصحفية للملاحق التي تصدرها صحفهم خاصة وإذا كانت تتناول مضمون مشابهة مثل ملحق "سوق السيارات" الذي تصدره صحيفة الأهرام، وملحق "السيارات" الذي تصدره صحيفة "أخبار اليوم"، وكذلك ملحق "أيامنا الحلوة" الذي تصدرها صحيفة الأهرام أيضاً، ملحق "صبيان وبنات" الذي تصدره صحيفة "أخبار اليوم"، بينما أشار ٢٤,١% من المبحوثين إلى أن أسباب قرائهم للملاحق الصحفية الأخرى هو أنها تساعدهم في تطوير مستوى أدائهم المهني، في حين أشار ٢٠,١% من المبحوثين إلى أنهم يقرأون الملحق الصحفية الأخرى من أجل التعرف على نقاط الابتكار في زوايا التغطية والمعالجة الصحفية بها، كما أشار ١٤,٦% من المبحوثين إلى أنهم يقرأون الملحق الأخرى من أجل التعرف على الأساليب والطرق الإخراجية المستخدمة في الملحق بواسطة الكمبيوتر، كما أشار ١٠,٦% من المبحوثين إلى أنهم يقرأون الملحق الأخرى ليتعلموا من الأخطاء المهنية لزملائهم بها وحتى لا يكررونها في الملحق التي يعلمون بها.

٦- المعايير الخاصة بتقييم الأداء الصحفي للقائم بالاتصال في الملاحق الصحفية من وجهة نظر المبحوثين:

توضح بيانات الجدول رقم (٢٠) المعايير الخاصة بتقييم الأداء الصحفي للقائم بالاتصال في الملاحق الصحفية من وجهة نظر المبحوثين، حيث أشار ٢٦,٦% من المبحوثين إلى أن تقييم العمل في الملحق يتم على أساس مساحة ما ينشر بالملحق، في حين أشار ٢٢,٦% من المبحوثين إلى أن تقييم العمل يتم على أساس ما يتضمنه كشف الإنتاج الخاص بالصحفي، كما أشار ٢٠,٢% منهم بأن

تقيم العمل في الملحق يتم بناء على ساعات العمل التي يقدّمها الصحفي في إنجاز ما يسند إليه من أعمال، بينما أشار ١٧,٣% من المبحوثين بأن إعجاب الرؤساء في العمل بينما يقدمونه من أعمال جيدة هو المعيار الرئيسي في تقييم أعمالهم. في حين أشار ١٣,٣% منهم بأن رسائل القراء التي تأتي إلى الملحق وتشيد بأعمال الصحفيين العاملين فيه هي من وجهة نظرهم تقيم بنجاح عملهم.

٧- ترتيب الفنون والأشكال الصحفية وغير الصحفية حسب أهميتها للملحق الأسبوعي من وجهة نظر المبحوثين:

تشير بيانات الجدول رقم (٢١) إلى آراء المبحوثين في ترتيب الفنون والأشكال الصحفية وغير الصحفية حسب أهميتها للملحق الأسبوعي، وبفحص بيانات الجدول نجد أن ترتيب هذه الفنون جاء طبقاً لهذه الآراء وباستخدام معادلة الوسط الحسابي المرجح بمجموع أوزانها، ثبت أن الترتيب على النحو التالي:

أولاً: الأشكال التحريرية الخاصة بالمواد الإخبارية.

ثانياً: الأشكال التحريرية الخاصة بمواد الرأي.

ثالثاً: الأشكال التحريرية الخاصة بالمواد الاستفسارية والاستقصائية.

رابعاً: الأشكال التحريرية الخاصة بمواد الخدمات.

خامساً: الفنون الأدبية التي تتضمن: الشعر، القصة القصيرة، المسلسل.

سادساً: أشكال التسلية.

سابعاً: حكايات الأطفال.

ثامناً: الصور المجمعّة.

تاسعاً: عرض الكتب.

ومن الملاحظ، أن هذا الترتيب الذي يوضح آراء المبحوثين في الفنون والأشكال الصحفية وغير الصحفية المستخدمة في الملحق الأسبوعي حسب أهميتها من وجهة نظرهم، يتفق ونتائج الدراسة التحليلية التي تم التوصل إليها في هذا الإطار (انظر الجدول رقم ٢)، الجدول رقم (١٤).

المعوقات التي تعترض العمل في الملاحق الصحفية من وجهة نظر المبحوثين:

يوضح الجدول رقم (٢٢) المعوقات التي تعترض العمل الصحفي في الملاحق المدروسة من وجهة نظر المبحوثين، وذلك على النحو التالي:

أ- الرؤساء في العمل:

حيث أشار ١٧,٣% من المبحوثين إلى أن أهم المعوقات التي تعترض العمل في الملاحق الصحفي هي اختلاف وجهات النظر بين الرؤساء والمرؤوسين، بينما أشار ٩,٣% منهم بأن تضارب القرارات الصادرة عن الرؤساء في العمل هو الذي يعوق العمل، في حين أشار ٦,٦% منهم بأن صعوبة لقاءهم برؤسائهم في العمل يمثل في رأيهم معوق في العمل.

ب- نظائرهم من الصحفيين:

حيث أشار ١٤,٧% من المبحوثين إلى أن حرص زملائهم من الصحفيين على إرضاء رؤسائهم تحت أي ظرف، يمثل في رأيهم إعاقة في العمل، في حين أشار ١٢% منهم إلى أن المنافسة المهنية بين الزملاء تعوق العمل.

ج- المصادر التي يحصل منها الصحفي على المعلومات:

أشار ١٠,٦% من المبحوثين إلى أن عدم اقتناع المصادر التي يحصلون منها على المعلومات الخاصة بموضوعاتهم - باختلاف مضمون الملاحق عن الصحيفة، مما يعوق أدائهم الصحفي، في حين أشار ٨% منهم بأن عدم تعاون المصادر معهم يعوق عملهم.

د- جمهور القراء:

أشار ١٦,٢% من المبحوثين إلى أن عدم وجود دراسات وأبحاث تشير إلى الاهتمامات والرغبات التي يريدها قراء الملاحق من المادة التحريرية المنشورة به تمثل عائق بالنسبة لهم، في حين أشار ٥,٣% منهم إلى أن صعوبة معرفتهم بدقة عن رد فعل القراء تجاه ما ينشر بالملاحق يمثل عائق في العمل.

٩- رأي المبحوثين في بعض الحقائق المتعلقة بالعمل في الملحق الصحفي:

يشير الجدول رقم (٢٣) إلى آراء المبحوثين في بعض الحقائق المتعلقة بالعمل في الملحق الصحفي، حيث جاءت هذه الآراء على النحو التالي:

أ- الملاحق الأسبوعية للصحف المصرية لا تعرف جمهورها:
أشار ٥٣,٣% من المبحوثين بمعارضة هذه المقولة في حين أشار ٢٦,٧% منهم بالحياد، وأشار ٢٠% منهم بالموافقة على ذلك.

ب- لا تحتل المواد الجادة من حيث العمق والتفسير المرتبة الأولى بالملاحق الأسبوعية:

أشار ٢٦,٧% من المبحوثين بالموافقة على هذه المقولة، وأشار ٣١,٧% منهم بلحياد، وأشار ٤١,٧% منهم بأنهم لا يوافقون على ذلك.

ج- لا تؤثر السياسة الإعلانية على التحرير والأداء الصحفي بالملحق الذي يعمل فيه:

أجاب ٤١,٧% من المبحوثين بمعارضة هذه المقولة، بينما أشار ٣٦,٧% منهم بالموافقة عليها، في حين التزم ٢١,٧% منهم بالحياد.

د- التحرير والصياغة الصحفية من أهم العوامل المؤثرة في الأداء الصحفي للملاحق الأسبوعية المصرية:

وافق على ذلك ٨١,٧% من المبحوثين، وعارض ٥% منهم، في حين التزم ١٣,٣% منهم بالحياد.

هـ- استعانة الملحق الصحفي الأسبوعي بكبار الكتاب والمتخصصين يؤثر إيجابياً في أداءها الصحفي:

وافق على ذلك ٨٦,٧% من المبحوثين وعارض ٦,٧%، والتزم بالحياد ٦,٧% أيضاً.

و- عند تقديمك لموضوعاتك في الملحق الأسبوعي لا تهتم إلا بما يرضي قياداتك:

وافق على ذلك ١٠% من المبحوثين، بينما عارض ذلك ٨٠% منهم، والتزم بالحياد ١٠% أيضاً.

ز- لا يتأثر الأداء الصحفي في الملحق الأسبوعي الذي تعمل فيه بدراستك للصحافة:

عارض ذلك ٤٦,٧%، بينما وافق ٣١,٧%، والتزم الحياد ٢١,٧%.

التعليق على نتائج الدراسة:

من خلال العرض السابق لنتائج كل من الدراسة التحليلية والدراسة الميدانية، يتضح لنا الملاحظات التالية:

١- بالنسبة لنوع المضمون المستخدم في الملحق الصحفية محل الدراسة:

تبين من خلال الدراسة التحليلية أن استخدام الموضوعات الخاصة بالحوادث والجرائم جاءت في الترتيب الأول من حيث الاستخدام بنسبة ١١,٢% من إجمالي الموضوعات المنشورة، ويمكن القول بأن هذه الموضوعات تنال تقديراً عالياً لدى القراء المنتظمين للصحيفة، لأن نشر أخبار الحوادث والجرائم ضرورة اجتماعية، لأنه يمكن الصحفية من أداء وظيفتها الإخبارية في تلبية احتياجات القارئ في الإحاطة بما يجري حوله من أحداث، ومن الملاحظ أن هذا النوع من المضمون يناسب القراء العاديين، وذوي التعليم الأقل، وأيضاً القراء من صغار السن والمراهقين، والذين يمثلون شريحة هامة لقراء الملحق الذي ينشر أخبار الجريمة.

يأتي بعد ذلك الموضوعات الثقافية والفنية ويأتي اهتمام الملاحق الصحفية المدروسة والممثلة في ملحق "الجمعة"، "الأدب والفنون"، حيث تهتم في تغطيتها الصحفية بالفنون ذات الإقبال الجماهيري مثل التلفزيون، السينما، المسرح، ثم تأتي بعد ذلك باقي الفنون، حيث إن الشغف الجماهيري بالفن والفنانين ومتابعة أخبارهم من أهم الأسباب التي جعلت الصحف تهتم به.

يأتي بعد ذلك المضمون الرياضي، حيث تعتبر صفحات الرياضة من أثر الصفحات جذباً لاهتمام القراء في مجتمعاتنا، حيث تشير نتائج دراسة علمية ميدانية أن ٦٥% من قراء الصحف المصرية يهتمون بصفحة الرياضة، وأن ٢٦,٥% منهم تأتي صفحة الرياضة عندهم في المرتبة الأولى مقارنة بالصفحات الأخرى في هذه الصحف. (٣٠)

ومن الملاحظ هنا في هذا الصدد انخفاض نسبة استخدام مضمون المواد التعليمية والعلمية وربما يأتي ذلك بقلّة عدد المحررين العلميين الذين يستطيعون تبسيط المواد العلمية المنشورة بأسلوب يناسب القراء العاديين.

٢- بالنسبة للأشكال والفنون الصحفية المستخدمة في الملاحق الصحفية المدروسة:

خلال فترة البحث، أشارت نتائج الدراسة التحليلية إلى ارتفاع نسبة استخدام الفنون التحريرية التي تعرض المواد الإخبارية، حيث بلغت نسبة استخدامها ٦٤,٩% من إجمالي الأشكال التحريرية المستخدمة في الملاحق المدروسة، ويمكن تفسير ذلك لعدة أسباب على النحو التالي:

١- يلبي الخبر الحاجات المعرفية لدى القارئ في معرفة آخر الأحداث وتطوراتها الداخلية والخارجية.

٢- تشبع الأخبار لدى الجمهور حب الاستطلاع والحاجات المعرفية، وهذا ما بينته دراسات عديدة، مثل دراسة جيودي بورجن Judee Burgen وآخرون، والتي أوضحت أن معظم القراء ينجذبون للصحف لأنها تغطي الأخبار الجادة والأخبار ذات التأثير الإنساني. (٢١)

٣- يوضح تفضيل الجمهور للأخبار في المجالات أنهم يتوقعون الفائدة من القصص الإخبارية أكثر من غيرها، وهذا ما يطلق عليه الباحثون

المففعة الوسيطة Instrumental utility.

٤- كما يعتبر التركيز على الأسباب والنتائج في الخبر من أهم النقاط التي تجذب الانتباه إليه لأن دراسات تثبت العين أثناء القراءة، توصلت إلى أن تثبت العين لمدة أطول يكون على المعلومات المتعلقة بالأسباب أكثر من المعلومات الفرعية والثانوية. (٢٢)

٣- بالنسبة للقيم الخبرية المستخدمة في الأشكال التحريرية التي تعرض المواد الإخبارية:

تفسير نتائج الدراسة التحليلية إلى ارتفاع نسبة استخدام القيم الخبرية التالية في المواد الإخبارية المنشورة في الملاحق الصحفية المدروسة:

١- التشويق بنسبة ١٤,٣%.

- ٢- الفائدة بنسبة ١٣,٥%.
- ٣- المنافسة بنسبة ١٣,١%.
- ٤- الطرافة والغرابية بنسبة ١١,٨%.
- ٥- الشهرة ١١,٧%.
- ٦- الإثارة بنسبة ١٠,٥%.
- ٧- الاهتمامات الإنسانية بنسبة ١٠,٣%.

وإذا نظرنا إلى هذه القيم نجد أن ارتفاع نسب استخدامها هنا ما يناسب المضمون التحريري للملاحق الصحفية المدروسة، ويتطابق مع السياسة التحريرية لهذه الملاحق.

فمن حيث التشويق والطرافة والغرابية نجد أنهما يتوفران في ملاحق "أيامنا الحلوة"، "صبيان وبنات"، "دموع الندم"، ومن حيث الفائدة نجد أنها تتوفر في ملاحق "السيارات"، ومن حيث المنافسة نجد أنها تتوفر في ملحق "تجوم الرياضة"، ومن حيث الشهرة نجد أنها تتوفر في ملاحق "الأداب والفنون"، و"تجوم الرياضة"، ومن حيث الإثارة نجد أنها تتوفر في ملحق "دموع الندم" ومن حيث الاهتمامات الإنسانية نجد أنها تتوفر في ملاحق "محبوبتي"، و"دموع الندم".

٤- بالنسبة للقصاص الإخبارية المستخدمة في الملاحق الصحفية المدروسة:

حيث تشير نتائج الدراسة التحليلية إلى أنها تأتي في المرتبة الثانية بعد الخبر من حيث الاستخدام وذلك بنسبة ٣٩,٢%، فالقصة الإخبارية تزود القارئ بمعلومات عن خليات الحدث والظروف المحيطة به والأشخاص الذين اشتركوا فيه، والاهتمام بالربط بين الحقائق التي تقدمها وتطلها، أي أنها تسير مع القارئ خطوة بخطوة من تسلسل واضح ودقيق.

٥- بالنسبة للأشكال التحريرية التي تعرض المواد الاستقصائية (الحديث - التحقيق):

بلغت نسبة استخدام الحديث الصحفي في الملاحق الصحفية المدروسة خلال فترة البحث ٥١,٦% وقد جاءت نسبة استخدام الحديث الشخصي أعلى نسبة حيث بلغت ٩٣,٣%، ويناسب الحديث الشخصي The Profile المضمون

التحريري للملاحق الصحفية، حيث أنه يستهوي القراء أكثر من غيره، نظراً لأنه عبارة عن دراما مصغرة، ومزيج من الوصف من خلال الكلمات، والأحداث التي تدلي بها الشخصية، حيث أنه تتضمن عدة عناصر تساعد على جذب انتباه القارئ مثل: إعطاء خلفية عن الشخصية كالنشأة، الطفولة، التعليم، الوظيفة، أيضاً يشير إلى النوازل في حياة الشخصية، هذا بالإضافة إلى ما يحتويه من اقتباسات مناسبة تدعم الجوانب الشخصية، واستخدام الأخبار في تدعيم الحديث، كذلك يمكن الاستعانة بمجموعة من الصور الفوتوغرافية التي توضح الجوانب المختلفة في حياة الشخصية.

أما بالنسبة للتحقيق الصحفي، فقد بلغت نسبة استخدامه ٤٨,٤%، وتأتي نسبة استخام التحقيق الصحفي في المرتبة الثانية بعد الحديث بالنسبة للأشكال التحريرية الاستقصائية المستخدمة في الملاحق الصحفية المدروسة، نظراً لأن التحقيق الصحفي يمثل أحد الفنون الصحفية التي تناسب قارئاً معيناً وهو القارئ الأفضل تعليماً وثقافة والذي يستطيع أو يوازن بين الآراء، والذي تتوفر لديه الحاجة إلى الشرح والتفسير وكشف الغموض.

٦- بالنسبة للأشكال الصحفية التي تعرض مواد الرأي:

تشير نتائج الدراسة التحليلية إلى تفوق استخدام فن الكاريكاتور في الملاحق الصحفية المدروسة، مما لا شك فيه أن الكاريكاتور يمثل عملية اتصالية متكاملة لها هدف محدد، وهو إحداث التأثير في المتلقي، حيث يشير عمرو عبد السميع إلى أن الكاريكاتور يستهدف مردوداً محدداً يتمثل في رجوع الصدى الذي قد يؤدي إلى التصاق الرمز بالمقصود أو التردد الجماعي للنكته.^(٣٤)

واستخدام الكاريكاتور في الملاحق الصحفية الأسبوعية، يؤدي إلى تحقيق مجموعة من الوظائف كما يرى الدكتور محمود علم الدين مثل:^(٣٥)

- ١- أن يجعل المواطنين يفكرون.
- ٢- أن يدير حواراً بين الناس.
- ٣- أن يبسط أي قضية إلى الحد الذي يصبح فيه أسلوب الرسالة مفهوماً بهدف الحصول على موافقة أو رفض الجمهور.

ويأتي بعد ذلك العمود الصحفي، وفي هذا الإطار يمكن القول بأن القراء ينتبهون لفن العمود الصحفي أكثر من أنواع المقالات الأخرى، لأن كاتب العمود يتحدث للقارئ كصديق، كما أن الأعمدة تعبر عن التجربة الذاتية للكاتب، وتعكس شخصيته وثقافته المتميزة، وتعطي القارئ تنوعاً في الأسلوب ينذر أن يكون في المقالات الأخرى؛ وتساعد طبيعة المضمون التحريري للملاحق الصحفي على أن يستغل الكاتب هذه الصفة حتى يجذب إليه أكبر عدد ممكن من القراء، حيث يدرك قراء الملاحق أن طبيعة العمود الصحفي وخصائصه تتواءم مع طبيعة العصر وإيقاعه السريع كما تتناسب مع ظروف وأحوال قارئ الملاحق، وحاجته إلى المزيد من المعرفة في أسرع وقت ممكن.

أما المقال التحليلي فقد جاء في الترتيب الأخير من حيث نسبة الاستخدام، نظراً لأن المقال التحليلي يعتمد على تحليل الفكرة وتقسيمها وتصنيفها إلى مجموعة عناصر أكثر تبسيطاً يسهل على القارئ فهمها وتذكرها، كما أنه يعتمد على تفسير الحدث بطريقة تعتمد على المقدمات والنتائج وإيجاد علاقة ارتباطية بين الظواهر والأحداث من وجهة نظر كاتبه، وهو بالتالي في حاجة إلى قارئ ذو ثقافة وتعليم عال حتى يستطيع استيعاب مضمونه.

٧- بالنسبة للأشكال التحريرية الخاصة بمواد الخدمات:

ركزت الملاحق الصحفية المدروسة على نوعين من الأشكال الصحفية التي تعرض المواد الخاصة بالخدمات، وهما القصة الإخبارية المباشرة، حيث بلغت نسبة استخدامها ٥٠,٢%، والموضوع الصحفي حيث بلغت نسبة استخدامه ٤٩,٨%، ويأتي اهتمام الملاحق الصحفية بهذا النوع من الأشكال الصحفية نتيجة لتطور صحافة الخدمات وبروزها كتيار أو اتجاه صحفي أو تصور أو رؤية توجه تحرك المنسوب أو المحرر الصحفي من البداية، وليس مجرد تغطية خدمات توجه لبعض الأقسام التقليدية داخل الملاحق الصحفي كأقسام المرأة والطفل، الفن، الثقافة، حيث برزت مجموعة من الأشكال الصحفية المستخدمة والتي تعرض من خلالها المواد الخاصة بالخدمات، وتعتمد كلها في الأساس على التنوع في شكل الموضوع الصحفي أو موضوع المعالم، وتأخذ عدة أشكال، فإلى

جانب القصة الإخبارية المباشرة، الموضوع الصحفي، هناك القوائم، موضوع لقد صنعوها وأنت تستطيع، وموضوع كيف تصنعها مباشرة.^(٣٦)

٨- مصادر المضمون التحريري في الملاحق الصحفية المدروسة:

اعتمدت الملاحق الصحفية في الحصول على المعلومات والبيانات الخاصة بالمضمون التحريري للمواد التي تنشرها على المحررين الصحفيين بها بصفة أساسية، وهذا ما يفسر كما سبق الإشارة إليه تفوق استخدام المادة الإخبارية، وكذلك استخدام القصة الإخبارية بأنواعها المختلفة، حيث إن المحرر الصحفي في الملحق الصحفي الأسبوعي يهتم بالقصة الإخبارية والتقارير الإخبارية وهي فنون تحريرية لا تقف عند حد ماذا حدث، وإنما تهتم بأبطال الحدث ودوافع صنعهم لوقائعه، ويغوص بحواسه واهتماماته جميعاً فيما وراء الخبر.

٩- مصادر القوائم بالاتصال في الحصول على المعلومات في الملاحق الصحفية المدروسة:

اعتمد القوائم بالاتصال في الملاحق الصحفية المدروسة على المسئولون الحكوميون والمتخصصون والعلماء في مختلف المجالات، وذلك لأن المسئولون الحكوميون يملكون الكم الأكبر من المعلومات، إلى جانب أن المتخصصون والعلماء يملكون أيضاً الكم المناسب من البيانات والمعلومات التي تتناسب مع المضمون التحريري لبعض الملاحق المتخصصة في مجالات الأدب والفن والرياضة والمرأة والحوادث. مثل ملاحق نجوم الرياضة، الآداب والفنون، محبوبتي، دموع الندم، السيارات.

١٠- بالنسبة للأشكال غير الصحفية المستخدمة في الملاحق المدروسة:

تأتي الفنون الأدبية مثل الشعر والقصة القصيرة وهذه الأشكال تقوم بمهمة الملحق الصحفي - كوسيلة اتصال - في الإمتاع والاسترخاء وقضاء أوقات الفراغ وخلق نوع من الإيقاع الهادئ المريح وأهتم بهذه الأشكال ملحق أيامنا الحلوة، كما اهتم ملحق "صبيان وبنات" بالقصص المسلسلة المرسومة حيث تبيين من خلال الدراسة قيام الملحق بنشر نوعين منها هما النوع الأول وهو الخاص بالقصص التراجيدية، حيث إن كل قصة منها لها بداية ووسط ونهاية وحدث وشخصيات وعقدة حل، ولكن التركيب أو أسلوب التعبير الأساسي يكون

للصور وتعاونها الكلمة في شكل شريط متتابع (سيناريو) يضم صوراً ورسوماً يستفيد جيداً من تقنيته سيناريو الفيلم السينمائي والمونتاج. أما النوع الثاني وهو القصص الكوميديّة، وهي تعتمد على الرسوم الهزلية الساخرة التي عادة ما تتضمن قصصاً ساخرة كوميدية أو خيالية يخلفها الرسام وكاتب القصة، ويتم وضع انتقادات لاذعة وساخرة للسلوك الإنساني، وتوصيل مضمون أخلاقي قيمى تربوي من خلالها إلى القارئ راشداً كان أو طفلاً وهكذا يحاول الملاحق سد كل اهتمامات القارئ المرتبطة لفئات السن المختلفة. وإلى جانب ذلك نجد أن من بين الأشكال الصحفية الخاصة بالتسلية واهتمت بها الملاحق الصحفية المدروسة نجد "الألعاب" وهي نوع من الرياضة الذهنية تستخدم الرسوم والأشكال الهندسية كالمربعات والدوائر والمسدسات، والمنحنيات، واستغلال بعض المعادلات الرياضية المبسطة والقوانين العلمية لتنشيط ذهن القارئ واختباره في عمليات هندسية أو رياضية مبسطة مفيدة خاصة للشباب.

١١ - بالنسبة للمعايير التي يجب أن تتوفر في محرر الملاحق الأسبوعي:

حيث يرى القائمين بالاتصال في الملاحق الصحفية المصرية أن مهارة التمتع بالكتابة الصحفية المتخصصة تعتبر من أهم المعايير التي يجب أن تتوفر في محرر الملاحق الأسبوعي حيث يرى الأستاذ رياض توفيق المشرف على ملحق الجمعة والذي تصدره صحيفة الأهرام^(٢٧) أن معظم الملاحق الصحفية التي تصدر مع الصحف المصرية هي متخصصة في مجال معين باستثناء ملاحق "السيارات" والتي تمثل المادة الإعلانية فيه هدف رئيسي وأساسي من إصدارها بخلاف ذلك نجد ملحق الجمعة وهو يتضمن بين صفحاته صفحات متخصصة في السياسة، الاقتصاد، الأدب والفكر والثقافة، المرأة والطفل، الفكر الديني وكلها أبواب تحريرية متخصصة في حاجة إلى محرر متخصص يستطيع صياغة المضمون التحريري بما يتوافق ويناسب فكر القارئ الذي سوف يقبل على قراءة هذا المضمون.

١٢- بالنسبة للمعايير التي يتم على أساسها اختيار الموضوعات التي تنشر بالملحق:

يرى القائمين بالاتصال في الملاحق الصحفية المصرية أن تلبية رغبات الجمهور وإشباع حاجاته من المادة التحريرية التي تنشر بالملحق هي المعيار الأساسي التي يجب أن يلتزم به القائمون على الملحق عند اختيارهم المادة التحريرية، وبتبريد ذلك من وجهة نظرهم كما يشير الأستاذ محمد زايد المشرف على ملحق "أيامنا الحلوة"^(٣٨) أنه على الرغم من ملحق "أيامنا الحلوة" يتميز بروح الفكاهة والسخرية الهادفة إلا أنه يركز على الموضوعات التي تعالج مشاكل الشباب وأهمها مشكلة البطالة وتقديم الحلول المقترحة لها وذلك من خلال طرح المشروعات التي يمكن أن تساهم في حل هذه المشكلة التي تزعج الشباب من الجنسين، وإلى جانب ذلك يقوم الملحق بإشباع حاجة القراء من المعلومات الخفيفة والطرافة الأدبية والشعرية إلى جانب السماح للقراء بالمشاركة في إبداء الرأي حول مختلف القضايا والموضوعات.

١٣- بالنسبة للمعوقات التي تعوق أداء العمل الصحفي في الملاحق الصحفية:

يرى القائمين بالاتصال في الملاحق الصحفية المدروسة أن من أهم المعوقات التي تعوق أدائهم الصحفي في الملحق الذين يعملون فيه هي على النحو التالي:

- ١- اختلاف وجهات النظر بينهم وبين رؤسائهم في العمل، بالإضافة إلى تضارب القرارات، وصعوبة لقاءهم برؤسائهم.
- ٢- المنافسة المهنية بين زملائهم أثناء العمل، والتي أحياناً تخرج عن النطاق المتعارف عليه.
- ٣- عدم تعاون المصادر مع الصحفيين بالصورة التي تلبي احتياجاتهم من المعلومات.
- ٤- عدم وجود دراسات وأبحاث متخصصة تشير إلى ما يحتاجه القراء من إشباعات وتلبية لرغباتهم، وكذلك رد فعلهم أو استجاباتهم ما ينشر من مواد.

توصيات ومقترحات الدراسة:

في إطار النتائج الخاصة بكل من الدراسة التحليلية، والدراسة الميدانية للبحث توصلت الدراسة إلى عدة مقترحات وتوصيات بشأن موضوع هذه الدراسة، وذلك على النحو التالي:

١- الاهتمام من جانب القيادات في المؤسسات الصحفية التي تصدر ملاحق أسبوعية بضرورة أعداد الكوادر الصحفية المدربة على العمل الصحفي الذي يناسب مضمون الملحق الذي تعمل به، وذلك عن طريق تأهيلهم وتدريبهم فنياً ومهنياً لهذا الغرض.

٢- الإقلال قدر الإمكان من كم الإعلانات الذي يصاحب بعض الملاحق التي تصدر مثل "السيارات"، "سوق السيارات" والاهتمام بالمضمون التحريري الخاص بالغرض أو الهدف الذي صدر من أجله الملحق وأن كان ولا بد من الإعلانات في مثل هذه النوعية من الملاحق فيمكن أن تصدر الصحيفة ملحق إعلاني خاص بها، أو يتم تجميع هذه الإعلانات في صفحة من صفحات الملحق، بدلاً من توزيعها على كل صفحات الملحق بطريقة توحى للقارئ بالاعتداء على حقه في المضمون التحريري.

٣- ضرورة الاهتمام أكثر بالأشكال الصحفية التي تعرض مواد الخدمات وبصفة خاصة في الملاحق التي يتفق طبيعتها مضمونها التحريري والخدمات التي يحتاجها معظم القراء.

٤- الاهتمام بعمل دراسات واستطلاعات للرأي بين قراء الملحق حتى يستطيع القائمين عليه معرفة أوجه القصور ومعالجتها، وأيضاً معرفة ما يريده الجمهور من أبواب ومواد تحريرية تلبي احتياجاته وتشبع رغباته.

٥- ضرورة تعاون مصادر المعلومات مع محرر الملحق الصحفي وتفهمهم لطبيعة مضمون الملحق حيث أنه يختلف عن الجريدة، وأن كان يلتزم بسياستها التحريرية، واقتناعهم بأهمية الملحق كوسيلة اتصال جماهيرية تلبي احتياجات شرائح مختلفة وقطاعات عديدة من القراء.

مراجع الدراسة

(١) محمود علم الدين & ليلى عبد المجيد، فن التحرير الصحفي: المفاهيم والأدوات - د.د - ١٩٩٥ - ص ٢٣٠ : ٢٣١.

(٢) King Donna, The Development of A Newspapers - Based Supplement Reading Program, Edd, Utah State University- 1984.

(٣) Renate Bader, How Newspapers Handle Science Nevy Coverage acase study in Jousnalism Quarterly - vol., 67 - N- 1 Spring 1990 - pp. 108-114.

(٤) Franklin Denise, A study of changes from Womens Sections To Featusy - Entertainment Sections in Sections in Daily Newspapers From State University, 1991.

(٥) Weston Margaret Philips is the Answer "Xtreme Can Ayouth Selection Aimeol At Teenagres Effectively A tract People Age: 15-18 to Adaily Newspapers - MA., University of Geosgie - 1998.

(٦) Fett, - Jhon; Mundy, - Paut, Disseminating Crop Variety Trial Resulty Via Agricultusal Newspapers Supplements - Jousmal of Applied Communications - Avoulalle from AcE-Coordinatoss, Univeristy of Flosida - 1995.

(٧) Blaxter Loraine et al, How to Research, Philadelphia: Open University Press, 1955- pp. 70-73.

- (٨) محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة - ط ١ - عالم الكتب - القاهرة - ١٩٩٢ - ص ٩٣.
- (٩) هؤلاء المحكمون هم:
 الأستاذة الدكتورة/ ليلى عبد المجيد عميد كلية الإعلام - جامعة ٦ أكتوبر، وأستاذ الصحافة بجامعة القاهرة.
 الأستاذ الدكتور/ فوزي عبد الغني أستاذ الصحافة والإعلام بجامعة جنوب الوادي.
 الأستاذ الدكتور/ عصام الدين فرج أستاذ الإعلام بجامعة ووكيل الوزارة بالمجلس الأعلى للصحافة.
 السيد الدكتور/ مرعي مذكور وكيل أكاديمية أخبار اليوم.
 السيد الدكتور: سعيد نجيده أستاذ الصحافة المساعد بكلية الآداب جامعة الزقازيق.
 السيد الأستاذ/ رياض توفيق المشرف على ملحق الجمعة بمؤسسة الأهرام.
 السيد الأستاذة/ أمال عثمان المشرفة على ملحق صبيان وبنات بمؤسسة أخبار اليوم.
 السيدة الأستاذة/ ناهد المنشاوي المشرفة على ملحق محبوبتي بمؤسسة دار التحرير للطبع والنشر.
 الباحث هو: أ. ندية القاضي المدرس المساعد بقسم الصحافة - آداب المنوفية.
- (١٠) هؤلاء المحكمون هم:
 أ.د. مختار التهامي عميد كلية الإعلام الأسبق جامعة القاهرة.
 أ.د. فوزي عبد الغني أستاذ الصحافة الإعلام بجامعة جنوب الوادي.
 أ.د. عبد المنعم شحاتة أستاذ ورئيس قسم علم النفس لكلية الآداب بجامعة المنوفية.
 أ.د. الدكتور على مراد أستاذ علم الاجتماع بكلية الآداب جامعة المنوفية.
 أ.د. منيرة حسين أستاذ الإحصاء بكلية التجارة جامعة المنوفية.

- (١٢) اعتمدت في إعداد دليل التعريفات الإجرائية لاستمارة تحليل المضمون على المراجع التالية:
- فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي - دراسة مقارنة بين الصحف في المجتمعات المتقدمة والنامية - دار الشروق - بيروت - ط ١ - ١٩٨٠.
- فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، دار المأمون للطباعة والنشر - القاهرة - ط ١ - ١٩٨١.
- محمود علم الدين & ليلى عبد المجيد - فن التحرير الصحفي - المفاهيم والأدوات - مرجع سابق.
- (١٣) محمود علم الدين، الصحافة في عصر المعلومات: الأساسيات والمستحدثات - القاهرة - بدون ناشر - ٢٠٠٠ - ص ١٤٦.
- (١٤) أحمد محمد الشامي & سيد حسب الله، المعجم الموسوعي لمصطلحات المكتبات والمعلومات - القاهرة - دار المريخ - ١٩٨٨ - ص ١٩٤.
- (١٥) كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية - القاهرة - دار الشروق - ١٩٨٩ - ص ٣٨٧.
- (١٦) راسم الجمال، ماجي الحلواني، وآخرون، مقنمة في وسائل الاتصال - مكتبة مصباح - جدة - ط ١ - ١٩٨٩ - ص ٢٤٠: ص ٢٤٤.
- (١٧) إجلال خليفة، اتجاهات حديثة في فن لالتحرير الصحفي - مكتبة الأنجلو المصرية - ط ٢ - ١٩٨١ - ص ١٣.
- (١٨) محمود علم الدين & ليلى عبد المجيد، فن التحرير الصحفي: المفاهيم والأدوات - مرجع سابق - ص ٧.
- (١٩) محمود خليل، انقراضية الخبر الصحفي اللغوية - رسالة ماجستير - غير منشورة - كلية الإعلام - جامعة القاهرة - ١٩٩٠ - ص ٩٩.
- (٢٠) محمود علم الدين & ليلى عبد المجيد، فن التحرير الصحفي - المفاهيم والأدوات - مرجع سابق ص ٢٥، ص ٢٦.
- (٢١) محمود علم الدين، الصحافة في عصر المعلومات - مرجع سابق - ص ١٣٣، ص ١٣٤.

- (٢٢) أسما حافظ، المعالجة الصحفية لأخبار الجرائم والانحرافات المتصلة بالطفل - دراسة للمضمون والقائم بالاتصال - المجلة المصرية لبحوث الرأي العام - العدد الثالث - المجلد الثاني، يولية - سبتمبر ٢٠٠١ - ص ٢١٦.
- * صدر العدد الأول من ملحق أيامنا الحلوة يوم ١٨ مايو ٢٠٠١.
- (٢٣) مقابلة أجراها الباحث مع الأستاذة ناهد المنشاوي المشرفة على ملحق محبوبتي في مكتبها بتاريخ ٥ يناير ٢٠٠٣.
- (٢٤) مقابلة أجراها الباحث مع الأستاذة أمال عثمان رئيس تحرير أخبار النجوم والمشرف على ملحق صبيان وبنات في مكتبها بتاريخ ٢٣ مايو ٢٠٠٢.
- (٢٥) محمود علم الدين & ليلة عبد المجيد، فن التحرير الصحفي: المفاهيم والأدوات - مرجع سابق ص ٢٣٦.
- (٢٦) محمود علم الدين، الصحافة في عصر المعلومات: الأساسيات والمستحدثات - القاهرة - دار الغد العربي ٢٠٠٠ - ص ١٤٤.
- (٢٧) مقابلة أجراها الباحث معها في مكتبها سبق الإشارة إليها.
- (٢٨) محمود علم الدين، الصحافة في عصر المعلومات ، مرجع سابق - ص ١٤٣.
- (٢٩) مقابلة أجراها الباحث مع الأستاذ خميس البكري - المشرف المساعد على ملحق أيامنا الحلوة - ٢٧ مايو ٢٠٠٢.
- (٣٠) Judee K. Burgoon, Mand Mirian Wilkinson:-
Predictosy of Newspapers Readesship: Jousnaluisn
Questesly Vol. 51 No. 4 Winter 1980, p. 547.
- (٣١) مديحة محمد الإمام، دور الصحافة في نشر الثقافة الرياضية عامة ، وألعاب القوى خاصة، رسالة دكتوراه غير منشورة - جامعة الإسكندرية كلية التربية الرياضية للبنات - ١٩٧٩ - ص ٢٥.

(٣٢) أسامة عبد الرحيم، العلاقة بين فنون الكتابة الصحفية والعمليات الإدراكية لدى جمهور قراء الصحف، رسالة دكتوراه غير منشورة - قسم الصحافة والإعلام - كلية اللغة العربية - جامعة الأزهر ٢٠٠٢ - ص ١٩٠.

(٣٣) Olle Flendahl and Brigatta Hoiger: Some characteristic of neny mamosy and comprehension, Journal of Broadcasting, Electronic Media, volume 29, Numles 4. Fall 1985, pp. 379-396.

(٣٤) عمرو عبد السميع الكاريكاتور السياسي المصري في السبعينات، دراسة تطبيقية على صحف الأهرام، الأخبار الجمهورية، ومجلات روزاليوسف، صباح الخير، المصور - دكتوراه غير منشورة - كلية الإعلام - جامعة القاهرة - ١٩٨٣ - ص ٢٣ : ٣٦.

(٣٥) محمود علم الدين، الصحافة في عصر المعلومات - مرجع سابق ص ١٨٣.

(٣٦) محمود علم الدين & ليلي عبد المجيد، فن التحرير الصحفي - المفاهيم والأدوات - مرجع سابق - ص ٢٢٦، ص ٢٢٧.

(٣٧) مقابلة مع الأستاذ رياض توفيق المشرف على ملحق الجمعة بمكتبة ومؤسسة الأهرام في ٢١ مايو ٢٠٠٢.

(٣٨) مقابلة أجراها الباحث مع الأستاذ محمد زايد المشرف على ملحق أيامنا الحلوة في ٤ يونية ٢٠٠٢.

جدول رقم (١)
يوضح نوع المضمون المستخدم في الملاحق الصحفية خلال فترة الدراسة

الإجمالي	ملاحق صحفية الجمهورية		ملاحق صحفية أخبار اليوم		ملاحق صحفية أخبار اليوم		ملاحق صحفية الأهرام		ملاحق صحفية الأهرام		ملاحق صحفية الأهرام		الملاحق الصحفية
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
		%		%		%		%		%		%	
الإجمالي	٣٦٦٢	١٠٠	٤٧٤	١٠٠	٤٦٣	١٠٠	٣٥٦	١٠٠	٢٠٥	١٠٠	٢٠٥	١٠٠	٤٦٣
%٣٠,٥	١٣٠	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	٤٦٣
%٩,٣	٣٣٣	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	٣٣٣
%٦,٣	٢٣٢	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	٢٣٢
%٤,٣	١٥٣	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	١٥٣
%٠,٣	١٢	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	١٢
%٣,٣	١٢٤	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	١٢٤
%١١,٢	٤١٢	٧٣,٨١	٣٥٠	-	-	-	-	-	-	-	-	-	٤١٢
%٨,٩	٣٢٦	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	٣٢٦
%١٠,٢	٣٦٨	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	٣٦٨
%٥,٣	١٩٥	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	١٩٥
%١,٢	٣٩	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	٣٩
%١٠,٢	٣٦٩	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	٣٦٩
%٨,٢	٣٠٠	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	٣٠٠
%١٠,٨	٣٩٩	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	٣٩٩
%٤,٣	١٥٣	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	١٥٣
%٢,٣	٨١	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	٨١
%٢,٣	٨١	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	٨١

٢٨ = درجة الحرية = ٢٥٩٢,٨٩٩ = ك٢٨

مستوى المعنوية = ٠,٠٠٠ = معامل التوافق = ٠,٦٧٥

جدول رقم (٢)
 يوضح الأشكال التفرعية المستخدمة في الملاحق الصحفية المدرسية خلال فترة البحث

الاشكال التفرعية	الاشكال التفرعية لحوار الخدمات			الاشكال التفرعية لحوار التلاميذ			الاشكال التفرعية لحوار المعلمين			الاشكال التفرعية لحوار الآباء			الاشكال التفرعية لحوار التلاميذ			الاشكال التفرعية لحوار الآباء			الاشكال التفرعية	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
ملاحق الصحفية	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠
ملاحق صحيفة التلاميذ	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠
ملاحق لائحة التلاميذ	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠
ملاحق سوق السيارات	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠
ملاحق صحيفة أفكار اليوم	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠
ملاحق سبوتات وبتك	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠
ملاحق لاجرم الوثيقة	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠
ملاحق الآداب والفنون	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠
ملاحق السيارات	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠
ملاحق صحيفة الجمهورية	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠
ملاحق صحف أخرى	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠
ملاحق متنوعة	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠
ملاحق متنوعة للعلم	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠
الإجمالي	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠	١٤,٣	١٠٠
١٤	١٠٠,٠٠٠																			
توزيع التفرعية	١																			
مستوى التفرعية	١٠٠,٠٠٠																			
معدل التوافق	١٠٠,٠٠٠																			

ملاحظة: هذا الجدول يوضح الأشكال التفرعية المستخدمة في الملاحق الصحفية المدرسية خلال فترة البحث.

جدول رقم (٢)
 يوضح نوع القيم الضريبية المستخدمة في الملحق الصحفية خلال فترة الدراسة

الإجمالي	ملحق صحيفة الجهورية		ملحق صحفية أخبار اليوم		ملحق الرياضة		نجوم الرياضة		صبيان وبنات		سوق السيارات		أيامنا الخوة		ملحق صحفية الأبرام		ملحق الجمعة		اللائق تصنيفية
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%٤,٣	٩٦	-	-	-	-	-	-	-	٧,٩	١٣	١,٨	١,٨	٩,٤	٤٠	-	-	-	-	الجمعة
%٣,٤	٨٣	-	-	-	-	-	-	-	-	-	٧,٩	%١٨,٦	%٤١,٦	-	-	-	-	-	الجمعة
%٣,٤	٨٣	-	-	-	-	-	-	-	-	-	٨,٩	%٢٠,٤	-	-	-	-	-	-	الجمعة
%٤,١	٥٨	٥,٨	-	-	١٦,٤	٣٨	%٢٥,٥	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	الجمعة
%٤,٧	١١٤	٨,٨	-	-	١٦,٢	٥٩	%٤٣,٨	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	الجمعة
%١١,٧	٢٨٠	-	-	-	١٩	٥٩	%٤١	-	-	-	٢٧	%٩,٦	٦,٤	٢٨	١٣,٢	٣١	٢٩,٨	-	الجمعة
%١٠,٥	٢٥٠	%٢٩,٤	-	-	١٦,٢	٥٠	%٢٠	١٣,٨	٤٠	%١٩	-	-	١٣,٧	٦٠	-	-	-	-	الجمعة
%١٣,١	٣١٢	-	-	-	٣٧	١١٢	%٣٥,٨	١٤,٩	٤٣	%١٢,٧	٣٦,٢	%٢٢	-	-	-	-	-	-	الجمعة
%١٣,٥	٣٢٣	-	-	-	٣١	٣٠	%٩,٦	-	-	-	٦٠	%١٨,٥	١٠,٤	٤٥	٢٣,٤	٧٥	%٤٥,٢	-	الجمعة
%١١,٣	٣٠٠	-	-	-	١٦	٢٥,٢	%١٠,٥	-	-	-	٣١,٤	-	١٣,٧	١١٧	١٧,٢	٥٥	%١٦	-	الجمعة
%١٠,٣	٢٤٠	١١,٣	٣١,٢	٥٦	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	الجمعة
%١١,٨	٢٨١	٢٢,٤	٧,٦	٢٧	-	-	-	٣١,٢	٤٥	%٢٢	-	-	٢٦,٤	١١٥	٢٢,٣	٧١	%٢٩,٥	-	الجمعة
١٠٠	٢٢٧٧	١٠٠	٣٣٩	١٨٠	١٣٤	١٠٠	٣٠,٩	١٠٠	٢٨٩	١٠٠	١٩١	١٠٠	٤٣٥	٣٤٧	١٠٠	٤٤٦	٣٢٠	١٠٠	الجمعة

معامل التوافق = ٠,٦٧٥ مستوى المعنوية = ٠,٠٠١ درجة الحرية = ٢٨ كآ = ٢٥٩٢,٨٩٩

جدول رقم (٥)

يوضح نوع الحديث الصحفي المستخدم في الملاحق الصحفية المدروسة

الإجمالي		ملاحق صحفية الجمهورية		ملاحق صحفية الأهرام		ملاحق صحفية أخبار اليوم		نوع الحديث الصحفي المستخدم في الملاحق الصحفية المدروسة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%٩٣,٣	٢٢	%١٠٠	٨٣	%٧٤,٩	٦٩	%١٠٠	٧٢	حديث
			%٣٧		%٣٠,٨		%٣٢,١	
%١,٦	٤	-	-	%٩,٤	٤	-	-	مؤتمر صحفي
					%١٠٠			
%٥,١	١٢	-	-	%١٧,٧	١٢	-	-	ندوة صحفية
					%١٠٠			
%١٠٠	٢٤٠	%١٠٠	٨٣	%١٠٠	٨٥	%٢٠٠	٧٢	الإجمالي
			٤٠,١٨٣					كأ
			٤					درجة الحرية
			٠,٠٠٠					مستوى المعنوية
			٠,٣٣٦					معامل التوافق

جدول رقم (٦)

يوضح هدف الحديث الصحفي المستخدم في الملاحق الصحفية المدروسة

الإجمالي		ملاحق صحفية الجمهورية		ملاحق صحفية الأهرام		ملاحق صحفية أخبار اليوم		هدف الحديث الصحفي المستخدم في الملاحق الصحفية المدروسة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%٥٦,٦	١٣٦	%٣٩,٧	٤٥	%٥٧,٧	٤٩	%٥٨,٣	٤٢	الحصول على بيانات ومعلومات
			%٣٣		%٣٦,٠		%٣٥,٨	
%١٨	٤٣	%٢١,٦	٤٥	%١٨,٨	١٦	%١٩,٤	١٤	الحصول على آراء ومواقف
			%٣٣		%٣٧,٢		%٣٥,٥	
%٢٥,٤	٦١	%٣٨,٧	٢٥	%٢٣,٥	٢٠	%٢٢,٣	١٦	استعراض خبرات شخصية
			%٤٠,٩		%٣٢,٧		%٢٦,٢	
%١٠٠	٢٤٠	%١٠٠	٨٣	%١٠٠	٨٥	%١٠٠	٧٢	الإجمالي
			٥٥,٤٧١					كأ
			٦					درجة الحرية
			٠,٠٠٠					مستوى المعنوية
			٠,٤٣٥					معامل التوافق

جدول رقم (٧)

يوضح أنواع القوالب المستخدمة في صياغة الحديث الصحفي المستخدم في الملاحق الصحفية المدروسة

الإجمالي		ملاحق صحفية الجمهورية		ملاحق صحفية الأهرام		ملاحق صحفية أخبار اليوم		القوالب الفنية المستخدمة في صياغة الحديث الصحفي
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%٢٥,١	٦٠	%٣١,٣	٢٦ %٤٣,٣	%٢٣,٥	٢ %٣٣,٣	%١٩,٤	١٤ %٢٣,٣	طريقة حذف الأسئلة وصياغة الإجابة
%٤٦,٤	١١١	٤٤,٦	١٦ %٤١	%١٧,٦	٤٢ %٣٨,٤	%٤٤,٤	٣٢ %٢٨,٨	الطريقة التقليدية س - ج
%١٦,٢	٣٩	-	١٦ %٤١	%١٧,٦	١٥ %٣٨,٤	%١١,٢	٨ %٢٠,٥	طريقة الاقتباس
%١٢,٥	٣٠	-	٤ %١٣,٣	%٩,٥	٨ %٢٦,٦	%٢٥	١٨ %٦٠	السرد
%١٠٠	٢٤٠	%١٠٠	٨٣	%١٠٠	٨٥	%١٠٠	٧٢	الإجمالي
٢٧,٦٢٣								كأ
٨								درجة الحرية
٠,٠٠١								مستوى المعنوية
٠,٣١٩								معامل التوافق

جدول رقم (٨)

يوضح أنواع التحقيق الصحفي المستخدم في الملاحق الصحفية

الإجمالي		ملاحق صحفية الجمهورية		ملاحق صحفية الأهرام		ملاحق صحفية أخبار اليوم		هدف التحقيق الصحفي المستخدم في الملاحق الصحفية
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%٧٧,٧	١٧٥	%٧٦	٥٧ %٣٢,٥	%٧٢,٢	٦٥ %٣٧,١	%٨٨,٣	٥٣ %٣٠,٣	تحقيق طويل مفضل
%٢٢,٣	٥٠	%٢٤	٣٣ %٣٦	%٢٧,٨	٢٥ %٥٠	%١١,٧	٧ %١١,٦	تحقيق سريع ريبورتاج
%١٠٠	٢٢٥	%١٠٠	٧٥	%١٠٠	٩٠	%١٠٠	٦٠	الإجمالي
١٧,٢٣٤								كأ
٢								درجة الحرية
٠,٠٠٠								مستوى المعنوية
٠,٣٥٤								معامل التوافق

جدول رقم (٩)

يوضح هدف التحقيق الصحفي المستخدم في الملاحق الصحفية

الإجمالي		ملاحق صحفية الجمهورية		ملاحق صحفية الأهرام		ملاحق صحفية أخبار اليوم		هدف التحقيق الصحفي المستخدم في الملاحق الصحفية
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%٣٨,٩	٨٧	%٤٦,٦	$\frac{٣٥}{\%٤٠,٢}$	%٣٣,٣	$\frac{٣٠}{\%٣٣,٤}$	%٣٩,٥	$\frac{٢٢}{\%٢٥,٢}$	تحقيق الخلفية
%٢٩	٦٥	%٣٦	$\frac{٢٧}{\%٤١,٥}$	%٢٧,٧	$\frac{٢٥}{\%٣٨,٤}$	%٢٢	$\frac{١٣}{\%٢٠}$	تحقيق الاستعلام أو التحري
%٣٢,٤	٧٣	%١٧,٣	$\frac{١٣}{\%١٧,٨}$	%٣٩	$\frac{٣٥}{\%٤٧,٥}$	%٤١,٥	$\frac{٢٥}{\%٣٤,٢}$	تحقيق الثروب
%١٠٠	٢٢٥	%١٠٠	٧٥	%١٠٠	٩٠	%١٠٠	٦٠	الإجمالي
٣٧,٢٧١								كأ
٤								درجة الحرية
٠,٠٠٠								مستوى المعنوية
٠,٤٨٧								معامل التوافق

جدول رقم (١٠)

يوضح أنواع القوالب المستخدمة في كتابة التحقيقات الصحفية المستخدمة في الملاحق الصحفية خلال فترة البحث .

الإجمالي		ملاحق صحفية الجمهورية		ملاحق صحفية الأهرام		ملاحق صحفية أخبار اليوم		القوالب المستخدمة في كتابة التحقيق الصحفي المستخدم في الملاحق الصحفية
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%٤٦,٦	١١٢	%٤٦,٩	$\frac{٣٩}{\%٣٤,٨}$	%٤٨,٢	$\frac{٤١}{\%٣٦,٦}$	%٤٤,٤	$\frac{٣٢}{\%٢٨,٥٠}$	قالب العرض
%٢١,٢	٥١	%٥٣,١	$\frac{٤٤}{\%٨٦,٢}$	%٨,٢	$\frac{٧}{\%١٣,٧}$			قالب القصة
%٣٢,٢	٧٧			%٤٣,٦	$\frac{٣٧}{\%٤٨}$	%٥٥,٦	$\frac{٤٠}{\%٥١,٩}$	قالب الوصف
%١٠٠	٢٤٠	%١٠٠	٨٣	%١٠٠	٨٥	%١٠٠	٧٢	الإجمالي
٤٠,١٨٣								كأ
٨								درجة الحرية
٠,٠٠٠								مستوى المعنوية
٠,٥٤٧								معامل التوافق

جدول رقم (١١)

يوضح هدف مادة الرأي المستخدمة في الملاحق الصحفية المدروسة

الإجمالي		ملاحق صحفية الجمهورية		ملاحق صحفية الأهرام		ملاحق صحفية أخبار اليوم		هدف مادة الرأي
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%٣٨,٦	١٨٨	%٢٥,٧	$\frac{30}{100,9}$	%٣٩,٥	$\frac{83}{44,3}$	%٣٩	$\frac{75}{39,8}$	تقديم معلومات جديدة
%١٢,٥	٦١	%٢٠,٤	$\frac{17}{27,8}$	%٩,٩	$\frac{21}{34,4}$	%١١,٩	$\frac{23}{37,7}$	عرض وجهة نظر الكاتب
%١١,٢	٥٤	%١٦,٦	$\frac{14}{25,9}$	%١٣,٢	$\frac{28}{51,8}$	%٦,٢	$\frac{12}{22,2}$	شرح وتفسير
%١٣,٥	٦٦	٢٧,٣	$\frac{23}{34,8}$	%٨,٥	$\frac{18}{27,2}$	%١٣,٣	$\frac{25}{37,8}$	تثقيف
%٢٤,٢	١١٨	-	—	%٢٨,٩	$\frac{61}{51,7}$	%٤٩,٦	$\frac{57}{48,3}$	تسليية القارئ
%١٠٠	٤٨٧	%١٠٠	٨٤	%١٠٠	٢١١	%١٠٠	١٩٢	الإجمالي
١٥٨,١٩٦٥								كأ
٦								درجة الحرية
٠,٠٠٠								مستوى المعنوية
٠,٢٥٩								معامل التوافق

جدول رقم (١٢) يوضح مصدر المادة التحريرية في الملاحق الصحفية المدروسة خلال فترة البحث

الإجمالي	ملاحق صحفية الجمهورية		ملاحق صحفية أخبار اليوم		ملاحق صحفية الأهرام		ملاحق صحفية الحرية		ملاحق صحفية	ملاحق صحفية	ملاحق صحفية
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
١٥٨٧	٤٠٤	٢٥٩	١٥٥	٦٩	٢١٥	٨٤	٩٥	٩٦	٢٣٥	١٤٤,٨	٢٣٥
%٤٣,٤	١٨,٤	%١٦,٣	%١٧,٩	٣٤,٨	%١٧,٩	%٥,٢	٣٧,٤	%٦	٢٧,٥	%١٤,٨	%١٤,٨
٢٨٦	٤٤	٣٨	٢٥	٨,٤	٣٥	٦	٢٥	٨	٢,٣	٢٦,٩	٧٧
%٧,٨	٨,٤	%١٣,٢	%٨,٧	٢٠,٢	%١٢,٢	%٢	٩,٨	%٢,٧	%٢,٧	%٢٦,٩	%٢٦,٩
٤٧٦	٤٨	٥٣	٨٨	٨,٩	٣٧	٢٥	٥,٨	٦٧	١١,٤	٢٦,٤	١٢٦
%١٢,٩	%١٠	%١١,١	%١٨,٤	١٠,٤	%٧,٧	%٥,٢	٥,٨	%١٤	%١٤	%٢٦,٤	%٢٦,٤
٣١٣	٨	١٣	٤٧	-	-	٥٤	-	٧٦	٢٢	٣٦,٥	١١٤
%٨,٥	%٢,٥	%٤,١	%١٥	٢٠,٤	%١٧,٣	%١٧,٣	٣٣,٣	%٢٤,٣	٣١	%٣٦,٥	%٣٦,٥
٣٦٤	٣٨	١٩	٣٠	٤,٣	١٨	-	٨٥	٨,٥	٤,٢	١٨,٦	٦٨
%٩,٩	%١٠,٤	%٥,٢	%٨,٢	١٣,٣	%٤,٩	%١٧,٣	٨٥	%٨,٥	١١,١	%١٨,٦	%١٨,٦
٢٢٧	٤٢	٣٥	١٣	-	-	٦٨	-	٢٩	٣٢	٤٠	٤٠
%٦,٦	%١٧,٧	%١٤,٧	%٥,٤	٢٥,٧	%٢٨,٥	%٢٨,٥	٣٣,٣	%١٦,٤	%١٦,٤	%١٦,٤	%١٦,٤
٤٠٠	٦٣	٥٦	٥٨	٩,٤	٢٨	٢٧	٣٥	٩٥	٣٢	١٣,٢	٣٢
%١٠,٩	%١٥,٧	%١٤	%١١,٥	١٠,٤	%٦,٧	%٦,٧	١٣,٧	%٨,٧	%٨,٧	%١٣,٢	%١٣,٢
٣٦٦٢	٥٣٩	٤٧٣	٤١٦	١٠٠	٤١٣	٦٦٤	١٠٠	٢٥٥	١٠٠	٧١٣	٧١٣
%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠

معامل التوافق = ٠,٤٣٠ مستوى العنوية = ٠,٠٠٠ درجة الحرية = ١٠

٠,٤٣٠ = معامل التوافق ٠,٠٠٠ = مستوى العنوية ١٠ = درجة الحرية

جدول رقم (١٤)

يوضح الأشكال غير الصحفية المستخدمة في الملاحق الصحفية المدرسية خلال فترة البحث

الإجمالي	ملاحق صحفية الجمهورية				ملاحق صحفية أخبار اليوم				ملاحق صحفية الأهرام				ملاحق الجريدة		ملاحق الصحفية
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
٢٢٨	-	-	٢٢	١٠٠	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	٨٦
%١٠٠	-	-	%١٠٠	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	%١٠٠
١٥	-	٦٨,٢	١٥	٦٨,٢	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	٧
%٦,٥	-	%٦٨,٢	%٦,٥	%٦٨,٢	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	%١٠٠
٢٣	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	٧
%٣,٢	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	%١٠٠
٢٦	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	٩
%١١,٤	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	%٢٧,٢
٣٣	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	١٣
%١٤,٤	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	%٥٠
١٧	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	١٣
%٧,٤	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	%٥٠
١٠,٧	-	٣١,٨	٧	٣١,٨	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	٥٧
%٤,٦,٩	-	%٣١,٨	%٧,٥	%٣١,٨	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	%٥٣,٢
١٥	-	-	٢٢	١٠٠	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	٥٧
%٦,٥	-	-	%٢٢	%١٠٠	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	%٥٣,٢
٢٢٨	-	-	٢٢	١٠٠	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	٨٦
%١٠٠	-	-	%٢٢	%١٠٠	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	%٨٦

١٠ = ١٩٠,٢٨٧ = ٢٤

مستوى المعنوية = ٠,٠٠٠ معامل التوافق = ٠,٦٨٠

نتائج الدراسة الميدانية

جدول رقم (١٥)

حجم العينة الخاصة بالقائمين بالاتصال في ملاحق الصحف الثلاث

النسبة المئوية	التكرار	ملاحق الصحف المدروسة
%٣٨	٣٩	١- ملاحق صحيفة أخبار اليوم وتتضمن (صيانة ونبات - نجوم الرياضة - الفنون والآداب - السيارات)
%٣٣	٢٥	٢- ملاحق صحيفة الأهرام وتتضمن : أماننا الحلوة - سوق السيارات - ملحق الجمعة
%٢٩	٢١	٣- ملاحق صحيفة الجمهورية وتتضمن (محبوبتي - دموع الندم)

جدول رقم (١٦)

يوضح وجهة نظر أفراد العينة في المعايير التي يجب أن تتوفر في مقرر الملحق الأسبوعي للصحفية

النسبة المئوية	التكرار	ملاحق الصحف المدروسة
%١٠	٨	١- تعلم اللغات الأجنبية والكمبيوتر .
%٢١	١٥	٢- الاقتناع بأن الملحق الأسبوعي يهتم ببعض المجالات التي لا تقوم بتغطيتها الصحفية اليومية
%٢٤	١٨	٣- الوعي والإمام باهتماماته الجمهور .
%٢٩	٢٢	٤- التمتع بمهارة الكتابة الصحفية المتخصصة
%١٦	١٢	٥- الاقتناع بأهمية الملحق الأسبوعي حيث أنه يتوافق صدوره مع نهاية الأسبوع أو بدائية والتي تمثل وقت أجازة لشرائح مختلفة من القراء
%١٠٠	٧٥	الإجمالي

جدول رقم (١٧)

يوضح المعايير التي يتم على أساسها اختيار الموضوعات التي تنشر بملاحق الصحف كما يراها أفراد العينة

النسبة المئوية	التكرار	معايير اختيار الموضوعات للنشر
%٢٢,٦	١٧	- تتفق وما يراه القائمون على الملحق مناسباً للهدف الذي صدر من أجله
%٣٣,٤	٢٥	- أن تتطابق مع ما يحتاجه جمهور القراء وميولهم
%٢٦,٦	٢٠	- تنفق وأخلاقيات المهنة
%١٧,٤	١٣	- المساهمة في زيادة الإعلانات
%١٠٠	٧٥	الإجمالي

جدول رقم (١٨)

يوضح الدورات التدريبية التي حصل عليها الباحثين من أفراد العينة

نسبة عدد المتدربين إلى إجمالي أفراد العينة البالغ عددهم ٧٥ صحفياً	عدد المتدربين		الجهة المنظمة	مدتها	اسم الدورة	اتملق
	%	ك				
%١٠,٧	%٣٣,٤	١	المجلس الأعلى للصحافة	شهر	١- الكتابة الصحفية في مجال الشؤون الاقتصادية	ملاحق صحيفة الأهرام أ- ملحق الجمعة
		١	المجلس الأعلى للصحافة	شهر	٢- الكتابة الصحفية في الشؤون الإفريقية	
		١	معهد الأهرام الإقليمي	شهر	٣- الإعلام واللغة	
%٤	%٣٣,٤	٢	نقابة الصحفيين	شهر	١- دورة متقدمة في الكمبيوتر والإنترنت	ب- ملحق إيماننا الحلوة
		٢	معهد الأهرام الإقليمي	شهر	٢- الإخراج الصحفي باستخدام الحاسب الآلي	
%٤	٨,٣	١	المجلس الأعلى للصحافة	شهر	١- أخلاقيات النشر	ملاحق صحيفة الجمهورية
	%١٦,٦	٢	المجلس الأعلى للصحافة	أسبوع	١- الكتابة الصحفية في شؤون المرأة	ب- ملحق محبوبتي
%١,٣	%٨,٣	١	المجلس الأعلى للصحافة	شهر	١- الكتابة الصحفية في مجال الشؤون الرياضية	ملاحق صحيفة أخبار اليوم أ- ملحق نجوم الرياضة
%١٦	١٠٠	١٢				الإجمالي

جدول رقم (١٩)

يوضح المعايير التي يتم على أساسها اختيار الموضوعات التي تنشر بملاحق الصحف كما يراها أفراد العينة

النسبة المئوية	التكرار	معايير اختيار الموضوعات للنشر
%٣٠,٦	٢٣	منافستها للملاحق التي تصدرها
%٢٤,١	١٨	تساهم في تطوير مستوى وأدائي الصحفي
%٢٠,١	١٥	التعرف على نقاط الابتكار في زوايا التغطية الصحفية بها
%١٤,٦	١١	التعرف على كيفية استخدامها للأساليب الإخراجية بواسطة الحاسب الآلي
%١٠,٦	٨	لعدم تكرار أوجه القصور بها في الملحق الذي أعدد به
%١٠٠	٧٥	الإجمالي

جدول رقم (٢٠)

يوضح المعايير الخاصة بتقييم أداء الصحفي الذي يعمل بالملاحق الصحفي من وجهة نظر أفراد العينة

النسبة المئوية	التكرار	المعايير
%٢٦,٦	٢٠	- مساحة النشر بالملاحق
%١٧,٣	١٣	- إعجاب الرؤساء
%٢٢,٦	١٧	- كشف الإنتاج
%١٣,٣	١٠	- رسائل القراء
%٢٠,٢	١٥	- ساعات العمل
%١٠٠	٧٥	الإجمالي

جدول رقم (٢١)

يوضح ترتيبها الفنون والأشكال الصحفية وغير الصحفية حسب أهميتها للملحق الأسبوعي من

وجهة نظر المبحوثين

الترتيب	مجموع مرجح بالأوزان	١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	٨	٩	الاختيار
		٩	٨	٧	٦	٥	٤	٣	٢	١	الأشكال الصحفية وغير الصحفية التي تنشر بالملحق
٣	٣٦٦				٥	٧	٥	٨	٩	١٧	الأشكال التحريرية الخاصة بالمواد الاستفسارية
٤	٢٣٦		٣		١	٤	٢	٧	٨	٩	الأشكال التحريرية الخاصة بمواد الخدمات
٥	١٨٦	٤		٥	٦		٤	٨		٧	الفنون الأدبية (شعر - قصة قصيرة - مسلسل)
٦	٨١	١		١	٢		٣	١	٢	٤	أشكال التسلية
١	٥٢٩				٧	٣	٥	١٢	١٥	٢٨	الأشكال التحريرية الخاصة بالمواد الأخبارية
٧	٦٢	١			٤		٢	١		٢	حكايات الأطفال
٢	٤٩٨				٦	٩	٧	١١	١٤	٢٢	الأشكال التحريرية الخاصة بمواد الرأي
٩	٥١		١		٢	٥		١		١	عرض الكتب
٨	٥٩		١				٤	١	١	٢	الصور الجمعة

جدول رقم (٢٢)

يوضح المعوقات التي تعترض العمل في الملاحق الصحفية الصادرة مع الصحف الأسبوعية من

وجهة نظر المبحوثين

الإجمالي	مع الجمهور مثل:		مع المصادر مثل:		مع الزملاء مثل:		مع الرؤساء في العمل مثل:			
	صعوبة معرفة رد فعل القراء فيما ينشر في الملحق	عدم توفر ما يشير إلى اهتمامهم	عدم توفر ما يشير إلى اهتمامهم	بافتقار مضمون الملحق عن الصحافة	عدم التعاون	أرضاء الرؤساء نعت أي طرف	الحرص على أرضاء الرؤساء	المنافسة المهنية	صعوبة تقديم	تضارب القرارات
٧٥	٤	١٢	٨	٦	١١	٩	٧	٥	١٣	ك
%١٠٠	%٥,٣	%١٦,٢	%١٠,٦	%٨	%١٤,٧	%١٢	%٦,٦	%٩,٣	%١٧,٣	%

جدول رقم (٢٣)

يوضح رأي المبحوثين في الحقائق التالية

الرأي						الاختيارات
معارض		محايد		موافق		
%	ك	%	ك	%	ك	
%٣٣,٣	٢	%٩,٨	٦	%٨٦,٧	٥٢	أن يتمتع الصحفي في عمله بالاستقلالية
%١٣,٣	٨	%٣٠	١٨	%٥٦,٧	٣٤	دخل الصحفي من عمله في الملحق الأسبوعي غير مناسب
%١٥	٩	%٢٠	١٢	%٦٥	٣٩	بصفة عامة مستوى الملحق الأسبوعي للصحف المصرية جيد
%٦٥	٣٩	%٢١,٧	١٣	%١٣,٣	٨	بصفة عامة أنت غير راضي عن عملك
%٢١,٣	١٣	%٢٩,٥	١٨	%٤٧,٥	٢٩	معايير تقييم العمل الصحفي بالملحق الأسبوعي الذي تعمل فيه جيدة وعادلة.
%٥٣,٣	٣٢	%٢٦,٧	١٦	%٢٠	١٢	الملحق الأسبوعي للصحف المصرية لا تعرف جمهورها
%٣٨,٣	٢٣	%١٢,٣	٨	%٤٨,٣	٢٩	بصفة عامة يخاطب الملحق الأسبوعي الذي تعمل فيه بصحيفتك جمهور الحفر بصفة أساسية
%٦٦,٧	٤٠	%٨,٣	٥	%٢٥	١٥	الملحق الأسبوعي لصحيفتك لا يهتم بمخاطبة كل فئات المجتمع المصري
-	-	%١٣,٣	٨	%٨٦,٧	٥٢	علاقتك بزمنك ورؤسائك جيدة
%٤١,٧	٢٥	%٣١,٧	١٩	%٢٦,٧	١٦	لا تحتل المواد الجادة المرتبة الأولى بالملحق الأسبوعي العمق والتفسير
%٤١,٧	٢٥	%٢١,٧	١٣	%٣٦,٧	٢٢	لا تؤثر السياسة الإعلانية على التحرير والأداء الصحفي بالملحق الذي تعمل فيه
%٥	٣	%١٣,٣	٨	%٨١,٧	٤٩	التحرير الصحفي أهم العوامل المؤثرة في الأداء الصحفي للملحق الأسبوعي المصرية
%٢١,٧	١٣	%٣٢,٨	٢٠	%٤٤,٣	٢٧	الصحفي الذي يعمل في الملحق الأسبوعي اختياره يتم وفق معايير قياسية
%٦,٧	٤	%٦,٧	٤	%٨٦,٧	٥٢	استعانة الملحق الأسبوعي بكبار الكتاب والمتخصصين يؤثر إيجابيا في أداءها الصحفي
%٨٠	٤٨	%١٠	٦	%١٠	٦	عند تقديمك لموضوعاتك في الملحق الأسبوعي لا تهتم إلا بأنها تلبى ما يراه رؤسائك فقط .
%٤٦,٧	٢٨	%٢١,٧	١٣	%٣١,٧	١٩	لا يكثر أداء الصحفي في الملحق الأسبوعي لصحيفتك بدراسته في مجال الصحافة والإعلان

استمارة مقابلة للقائم بالاتصال

خاصة يبحث بعنوان

الملاحق الأسبوعية في الصحافة المصرية

دراسة للمضمون والقائم بالاتصال

إعداد

دكتور/ عبد الجواد سعيد محمد ربيع

مدرس الصحافة

كلية الآداب - جامعة المنوفية

ملاحظة : بيانات هذه الاستمارة مخصصة لأغراض البحث العلمي

- س١ : ما هي المعايير والشروط اللازمة لمحرر الملحق الأسبوعي للصحفية ؟
- التمتع بمهارة الكتابة الصحفية المتخصصة .
 - الوعي والإلمام بنوعية الخدمات والمواد الصحفية التي يحتاجها الجمهور .
 - الافتناع بأن الملحق الأسبوعي يهتم بصورة أكبر ببعض المجالات التي لا تستطيع الصحيفة اليومية تغطيتها .
 - الإلمام باللغات الأجنبية والتعامل مع الكمبيوتر وتكنولوجيا المعلومات .
 - الامتناع بأهمية الملحق الأسبوعي حيث أنه يتوافق صدوره مع نهاية الأسبوع أو بدايته والتي لا تمثل وقت إجازة لنوعيات مختلفة من القراء .
- س٢ : ما هي الدورات التدريبية التي اشتركت فيها ، ومدتها ونوعيتها ؟

- س٣ : ما هي أسباب قراءتك لملاحق الصحيفة الأخرى ؟
- تساعدني في تطوير مستواي وأدائي المهني .
 - منافستها الصحفية للملاحق التي تصدرها صحيفتي .
 - تساعدني في التعرف على نقاط الابتكار في مجال التغطية الصحفية .
 - تعلمني الاستفادة من عدم الوقوع في الأخطاء المهنية التي يقع فيها الآخريين
 - تساعدني في التعرف على الأساليب الإخراجية الحديثة .
- س٤ : ما هي المعايير الخاصة بتقييم أداء الصحفي في الملحق الأسبوعي ؟
- مساحة ما ينشر لي بالملحق .
 - ساعات العمل .
 - كشف الإنتاج .
 - إعجاب الرؤساء في العمل .
 - بريد القراء .
- س٥ : معايير اختيار الموضوعات التي تنشر بالملحق ؟
- معايير تتصل بأخلاقيات المهنة .
 - معايير تتصل باحتياجات جمهور القراء وما يشبع رغباتهم .
 - زيادة نسبة الإعلانات .
 - مدى مناسبتها وتطابقها مع السياسة التحريرية للملحق .
- س٦ : ما هي المعوقات التي تواجهك في عملك ؟

----- مع الرؤساء مثل -----
----- مع الزملاء مثل -----
----- مع المصادر مثل -----
----- مع الجمهور مثل -----

- س٧ : رتب الفنون الصحفية الآتية حسب أهميتها للملحق الأسبوعي الذي تصدره صحيفتك من وجهة نظري ؟
- الأشكال التحريرية الخاصة بمواد الأخبارية .
 - الأشكال التحريرية الخاصة بمواد الرأي .

- الأشكال التحريرية الخاصة بالمواد الاستفسارية .
- الأشكال التحريرية التي تعرض مواد الخدمات .
- الفنون الأدبية (شعر - قصة قصيرة - سلسلة) .
- أشكال التسلية .
- حكايات الأطفال .
- عرض الكتب .
- الصور المجمعة .

س٨: هل تتفق هذه الفنون والأشكال مع الأسلوب التحريري للملحق الذي تعمل به؟
س٩: ما رأيك في المقولات التالية :

معارض	محايد	موافق	المقولات
			١- أن يتمتع الصحفي في عمله بالاستقلالية .
			٢- دخل الصحفي من عمله في الملحق الأسبوعي غير مناسب .
			٣- بصفة عامة مستوى الملاحق الأسبوعية للصحف المصرية جيد .
			٤- بصفة عامة أنت غير راضي عن عملك .
			٥- معايير تقييم العمل الصحفي بالملحق الأسبوعي الذي تعمل فيه جيدة وعادلة .
			٦- الملاحق الأسبوعية للصحف المصرية لا تعرف جمهورها .
			٧- بصفة عامة يخاطب الملحق الأسبوعي الذي تعمل فيه بصحيفتك جمهور الحضر بصفة أساسية .
			٨- الملحق الأسبوعي لصحيفتك لا يهتم بمخاطبة كل فئات المجتمع المصري .
			٩- علاقتك بزمنك ورؤسائك جيدة .
			١٠- لا تحتل المواد الجادة المرتبة الأولى بالملاحق الأسبوعية العمق والتفسير .
			١١- لا تؤثر السياسة الإعلامية على التحرير والأداء الصحفي بالملحق الذي تعمل فيه .
			١٢- التحرير الصحفي أهم العوامل المؤثرة في الأداء الصحفي للملاحق الأسبوعية المصرية .
			١٣- الصحفي الذي يعمل في الملاحق الأسبوعية اختياريه يتم وفق معايير قياسية .
			١٤- استعانة الملحق الأسبوعي بكبار الكتاب والمتخصصين يؤثر إيجابيا في أداءها الصحفي .
			١٥- عند تقديمك لموضوعاتك في الملحق الأسبوعي لا تهتم إلا بأنها تلبى ما يراه رؤسائك فقط .
			١٦- لا يتأثر أداء الصحفي في الملحق الأسبوعي بصحيفتك بدراسته في مجال الصحافة والإعلان .

الاسم : -----

النوع : ذكر / أنثى -----

الوظيفة : -----

المؤهل العلمي : -----

اللغات الأجنبية التي يجيدها : -----

نموذج استمارة تحليل المضمون

اسم الملحق :
تاريخ الصدور :

البيانات الشخصية للمضمون		البيانات الوصفية للمضمون	
عنوان المضمون		نوع المضمون	
المؤلف		الجهة المصدرة	
الموضوع		التاريخ	
المصدر	الذخ بين الأكتئاب والتفويض	المضمون	الذخ بين الأكتئاب والتفويض
	الأكتئاب		الأكتئاب
	الانتلّة وساعة الأجلية		الانتلّة وساعة الأجلية
	طريقة س . ص		طريقة س . ص
	استم من الحرات		استم من الحرات
	الحصول عن مواف		الحصول عن مواف
	الحصول عن معلومات		الحصول عن معلومات
	موتير صفى		موتير صفى
	نادوة صفية		نادوة صفية
	حديث شخصى		حديث شخصى
	المصاحفة		المصاحفة
	المصاحفة		المصاحفة
	الطرائف		الطرائف
	الأثارة		الأثارة
	الاجتماعات الأسبوعية		الاجتماعات الأسبوعية
	التشويق		التشويق
	المنافسة		المنافسة
	الشهرة		الشهرة
	الصراع		الصراع
	المصلحة		المصلحة
	التوقيت		التوقيت
	الأهمية		الأهمية
	الجدة		الجدة
	قصة إخبارية ذات طابع تمهيدي		قصة إخبارية ذات طابع تمهيدي
	قصة إخبارية سريعة لصيرة		قصة إخبارية سريعة لصيرة
	قصة إخبارية جنسية باسم		قصة إخبارية جنسية باسم
	قصة إخبارية جنسية نسائية		قصة إخبارية جنسية نسائية
	قصة إخبارية جنسية خفية		قصة إخبارية جنسية خفية
	قصة خبرية مباشرة		قصة خبرية مباشرة
	تقرير خبري		تقرير خبري
	خبر		خبر
	تاريخ وسير		تاريخ وسير
	مرأة ووطن		مرأة ووطن
	عسكري		عسكري
	جرائم وجنات		جرائم وجنات
	رياضي		رياضي
	فني		فني
	اقتصادي		اقتصادي
	علمي		علمي
	ثقافي		ثقافي
	اجتماعي		اجتماعي
	القصص		القصص
	سلسلي		سلسلي

ملاحظات		
ملاحظات على المصنف	صدر مجمعة	
	لتشكل نسبية	
	عمر من كتاب	
	قصة منسوبة	
	قصة تفسيره	
	حكايات أطفال	
	شعر	
	جمهور عام	
	مؤامرات	
	إحصائيات وبيانات	
ملاحظات على المصنف التاريخي	منظمات وهيئات	
	متخصصون وعلماء	
	مستولون حزبيين	
	مستولون حكوميين	
	مجموعة المنصر	
	القراء	
	مصادقين	
	وكالات انباء	
	كتاب صحفيين	
	مؤامرات	
ملاحظات على المصنف التاريخي الحديث	محررين	
	قصة اجترارية	
	الموضوع المنسحق	
	ملاحظات على المصنف التاريخي الحديث	تقديم معلومه حديثة
		تأليف
		شرح وتفسير
		عرض وجهة نظر الكاتب
		نسله العائلي
		بريد قراء
		كاريكاتير
مقال نقدي		
صدر صحف		
مقال تخليقي		
ملاحظات على المصنف التاريخي الحديث	قالب القصة	
	قالب الوصف	
	قالب العرض	
	تحقيق هروب	
	تحقيق استسلام	
	تحقيق خلية	
	تحقيق سريخ ريبورتاج	
	تحقيق طويل	