

Sultan Qaboos University
Journal of Arts & Social Sciences



جامعة السلطان قابوس
مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية

خصائص المضمون التحريري والإعلاني في الصفحة الأولى للصحف العمانية العربية اليومية والعوامل المؤثرة فيها: دراسة في المضمون والقائم بالاتصال

منى بنت سليمان الزدجالي

باحثة، ماجستير في الإعلام
من جامعة السلطان قابوس
m860216@squ.edu.om

عبدالله بن خميس الكندي

أستاذ مشارك، قسم الإعلام
كلية الآداب والعلوم الاجتماعية
جامعة السلطان قابوس
kindik@squ.edu.om

تاريخ الاستلام: ٢٠١٢/١١/١٤

تاريخ القبول للنشر: ٢٠١٣/٠٤/٠٣

خصائص المضمون التحريري والإعلاني في الصفحة الأولى للصحف العمانية العربية اليومية والعوامل المؤثرة فيها: دراسة في المضمون والقائم بالاتصال

عبدالله بن خميس الكندي و منى بنت سليمان الزدجالي

مستخلص:

تسعى هذه الدراسة الى تحديد خصائص مضامين الصفحة الأولى في الصحف العمانية العربية اليومية، وتحديدًا صحف الوطن، عُمان، الشببية، والزمن. إلى جانب تحديد خصائص محرري الصفحات الأولى في تلك الصحف وتشخيص اتجاهاتهم وسياسات النشر تجاه ما ينشر في الصفحة الأولى. تعتمد الدراسة على منهج المسح الإعلامي باستخدام أداتي تحليل المضمون والمقابلة غير المقننة لدراسة المضمون التحريري والمضمون الإعلاني في الصفحات الأولى للصحف عينة الدراسة، إلى جانب ملامح السياسات التحريرية، والضغوط التي تواجه القائمين بالاتصال، التي تؤثر على المضامين المنشورة. وأظهرت نتائج الدراسة تفوق مساحة المضمون التحريري على المضمون الإعلاني في الصفحات الأولى للصحف العمانية العربية اليومية؛ إذ بلغت نسبة الأول 67% ونسبة الثاني 33%. وأكدت الدراسة أن الصحف الخاصة أكثر اهتماماً بالمضمون الإعلاني من الصحيفة الحكومية. كما أشارت النتائج إلى اعتماد صحف الدراسة على مصادرها الذاتية في جمع أخبار الصفحة الأولى بنسبة إجمالية لم تتجاوز 25% فقط، وهذه نسبة قليلة في الصفحة الأولى التي تمثل واجهة هذه الصحف، كما أشارت الدراسة إلى أن 4% من الأخبار المنشورة في الصفحات الأولى ظهرت دون مصدر أو مجهولة المصدر.

الكلمات الدالة: الصحافة العمانية، المضمون الصحفي والإعلاني، الصفحة الأولى

Characteristics of the Editorial and Advertisement Content of the Omani Arabic Dailies Front Page: A Study on Content and Communicator

Abdullah Khamis Al Kindi & Muna Sulaiman Abdullah Al- Zadjali

Abstract:

This study aims to identify the characteristics of the editorial and advertisement content of the Omani Arabic dailies front page. It explores the characteristics and attitudes of front page editors and journalists. The study adopts a media survey methodology and uses content analysis in addition to the unstructured interview to study both the editorial and advertisement contents. The study also studies the nature of the editorial policies affecting content published in the front page of the newspapers in question. The results reveal the dominance of editorial content over advertisement content in the front page, with 67% for editorial content, and only 33% for advertisement content. The study shows that private newspapers are more interested in advertisement content than public newspapers. The results also indicate that newspapers rely on their own sources in gathering news for the front page. The study shows that 4% of the news published on the front page appeared with anonymous sources.

Keywords: Omani Newspapers, Editorial and Advertisement Content, Front Page

مقدمة

تقليدياً وعلى جانب كبير من الأهمية عند دراسة خصائص تلك الوسائل، وأساليب إدارتها، وعلاقتها بجمهورها. وانطلاقاً من عناصر الأهمية المرتبطة بالصفحة الأولى والمشار إليها آنفاً، تأتي هذه الدراسة لتتناول خصائص الصفحة الأولى في الصحف العمانية العربية اليومية.

تاريخياً، ارتبط استخدام المضمون التحريري ببدايات الصحف في العالم التي كان المضمون فيها -ولا يزال- يمثل الرسالة الأساسية. ومن خلال المضمون الذي يقدم بقوالب مختلفة تحقق وسائل الإعلام أغلب أهدافها الاتصالية، كما يمكن بشكل كبير الحكم على اتجاهات ومواقف ومهنية تلك الوسائل من خلال تحليل مضمونها الصحفي. أما المضمون الإعلاني، فهو كذلك ارتبط ببدايات الصحافة في العالم؛ إذ تشير الدراسات التاريخية إلى أن صحيفة ذا ويكلي نيوز (The Weekly News) البريطانية، كانت قد نشرت أول إعلان صحفي في عام ١٦٢٢ (العلاق، ٢٠١٠: ١٢). وفي فرنسا ظهر أول إعلان مطبوع في عام ١٦٣١ في صحيفة لا جازيت دي فرانس (La Gazette de France) (صابات، ١٩٨٧: ٣٥). والاكتر من ذلك أن الصحف المطبوعة الأولى في دولة كالمانيا كانت صحفاً إعلانية.

الصحافة العمانية اليومية المعاصرة

من الناحية التاريخية أثبتت العديد من الدراسات إصدار بعض الشخصيات العمانية لعدد من الصحف العربية في جزيرة زنجبار بشرق أفريقيا، وصنفت تلك الإصدارات ضمن الآثار الحضارية والثقافية للوجود العماني في شرق قارة أفريقيا (الكندي، محسن: ٢٠٠١ والكندي، عبد الله: ٢٠٠٤). أما البدايات المعاصرة للصحافة العمانية اليومية فتعود إلى عام ١٩٧١ عندما تأسست صحيفة الوطن داخل الحدود الجغرافية للسلطنة وتحديداً بإصدار العدد الأول منها بتاريخ ٢٨ يناير ١٩٧١. وتؤكد الدراسات والإحصائيات المتوفرة عن الصحافة العمانية المعاصرة والتي تشمل الفترة الممتدة من عام ١٩٧١ إلى اليوم؛ ٢٠١٢، أن هذه الصحافة شهدت العديد من التطورات الكمية والنوعية، فيما يتعلق بأعدادها، وتخصصاتها، ومضامينها، وسياساتها التحريرية، وفتاتها الإدارية والتحريرية والفنية. وفي الوقت الراهن يصدر في سلطنة عمان تسع صحف يومية، خمس منها باللغة العربية هي: الوطن، وعمان، والشبيبة، والزمن، والرؤية. كما يصدر في السلطنة أربع صحف يومية باللغة الإنجليزية هي: تايمز أوف عمان (Times of Oman)، وعمان أوبزيرفر (Oman Observer)، وعمان تريبيون (Oman Tribune) ومسقط ديلي (Muscat Daily). وفي الوقت الذي تعود فيه ملكية صحيفتين من الصحف العمانية اليومية التسع إلى مؤسسة حكومية، فإن باقي الصحف السبع تعود ملكيتها لشركات ومؤسسات خاصة.

وعلى الرغم من تعدد الدراسات ووفرتها عن الصحافة العمانية المعاصرة، إلا أنه لا توجد -حسب علم الباحثين- دراسة كلية شاملة لخصائص مضمون وإخراج الصحافة العمانية بشكل عام، كما لا توجد دراسة علمية واحدة تناولت خصائص الصفحة الأولى في هذه الصحف، على الرغم من الأهمية النظرية والتطبيقية لهذا

عرفت الصفحة الأولى تاريخياً بأنها الواجهة التي تجذب أنظار القراء وعامة الجمهور، وهي النافذة الأساسية والأولى للصحف، فيها تنشر الصحف أهم أخبارها، وتقدم الإشارات الأساسية إلى أهم المواد في الصفحات الداخلية. وتختلف مضامين الصفحات الأولى وعناصرها، حسب توجهات الصحف التي تنتجها ومدارسها، فالصحف المحافظة أو النخبوية، تستخدم الصفحات الأولى لنشر أهم أخبارها وبخاصة الأخبار الجادة منها، لأن قراءها متجانسون وهم غالباً من فئة المثقفين والمتعلمين، الذين تستهويهم تلك النوعية من الأخبار. أما الصحف الشعبية التي تخاطب العامة من الشعب وأنصاف المتعلمين؛ فتقوم بعرض الأخبار المشوقة والقصيرة في الصفحة الأولى، حيث تختلف عادات قراء هذه الصحف، خاصة ما يتعلق بعدم الرغبة في قراءة التفاصيل الكثيرة وسرعة تسرب الملل إليهم. ومن ثم تعدد الصحف الشعبية إلى الإكثار من الصور والرسوم والألوان والعناوين الكبيرة والقصص المشوقة في الصفحات الأولى (همام، ١٩٨٤: ٣١).

تشير الأدبيات إلى أن الصفحة الأولى منذ نهايات القرن التاسع عشر، عندما كان رواد الصحافة الأوائل أمثال جوزيف بوليتزر Joseph Pulitzer يؤسسون مبادئ العمل الصحفي وقواعده، كانت أول جزء يقرأ وينظر إليه في الصحيفة، بل إن بوليتزر ذهب إلى أبعد من ذلك، فقد بدأ يعود القراء ويدربهم على الاهتمام بالنظر إلى العمود في أقصى يمين الصفحة الأولى حيث ينشر هناك أهم الأخبار الصحفية اليومية (Leonard, 1995: 23). وتؤكد الأدبيات أن الصفحات الأولى تستقطب نسبة قراء أكبر من الصفحات الأخرى، وتذهب أبعد من ذلك عندما تشير إلى إن الصفحات الأولى قد يقرأها أو يطلع عليها أشخاص لا يقرأون أصلاً، أو قد يكونوا قراء غير منتظمين، عندما ينظر هؤلاء إلى العناصر والمكونات الظاهرية ولا يقرأون المضامين. (Bogart, 1984: 711).

من الناحية الفنية والإخراجية تقوم الصفحة الأولى في الصحف مقام أغلفة المجالات التي تمثل بدورها واجهات أساسية وعناصر جذب للقراء، ويدرك المهتمون والباحثون في شؤون الصحافة وقرائها بشكل عام أهمية صفحة الغلاف وضرورة الاعتناء بها لتحقيق نسبة قرائية كبيرة وأرقام توزيع واسعة. ومن ناحية المكونات والعناصر الأساسية التي تضمها الصفحة الأولى عادة - في أي صحيفة - فهي اسم الصحيفة وشعارها اللفظي والصور، ومعلومات أساسية عن رئيس أو مدير تحريرها أو كليهما معاً، كما تشمل سعر بيعها وتوزيعها، إلى جانب أنواع مختلفة من الفنون الصحفية خاصة الخبر. وبعد أن كان المقال الافتتاحي تقليدياً، يأخذ حيزاً ثابتاً في الصفحات الأولى، أصبحت الصحف حول العالم تتفاوت في وضع المقال الافتتاحي في الصفحة الأولى أو في غيرها من الصفحات. ينقسم المضمون الذي تقدمه وسائل الإعلام، وعلى رأسها الصحافة، إلى مضمون تحريري وآخر إعلاني؛ إذ يؤدي هذا المضمون بنوعيه وظائف الاتصال المعروفة كالإخبار والتنقيف والتسويق والترويج والتسليّة والترفيه. ويعد التنافس على مساحة الصحف وأوقات البث الإذاعي والتلفزيوني، بل في كل وسائل الإعلام الجماهيرية، بين نوعي المضمون الأساسي (التحريري والإعلاني)، موضوعاً

مجلة خليجية عربية تخاطب الشباب. واستمرت في الصدور ٧٥ أسبوعاً وتوقفت في ١٨ ديسمبر ١٩٩٠م. أما صحيفة الشبيبة اليومية الحالية فهي تصدر عن دار مسقط للصحافة والنشر والتوزيع، وكانت في بداياتها صحيفة يومية تحاول الاستمرار في المشروع الذي بدأته كمجلة رياضية شبابية متخصصة، لكنها بمرور الوقت بدأت في التحول إلى صحيفة يومية سياسية ثقافية شاملة، تصدر بشكل يومي ما عدا يوم الجمعة. أدخلت الشبيبة تغيرات جذرية على تصميمها وشكلها الإخراجي اعتباراً من تاريخ ٤ إبريل ٢٠١٠، وأصبحت تتألف من ستة (٦) أجزاء رئيسية هي: الأولى، والمؤشر، والحدث، والجماهير، ومزاج، وأسواق. وتعكس هذه الأجزاء أبعاداً يومية ثابتة ومجالات تخصصية تقدمها الصحيفة بشكل يومي. فالجزء الأول من الصحيفة يضم الصفحة الأولى ويسمى من الصفحة الثانية إلى نهايته ب (بلادنا) حيث يقدم الأخبار المحلية، والمؤشر هو الملحق الاقتصادي اليومي، والجماهير هو الملحق الرياضي اليومي، والأسواق ملحق إعلاني يومي أيضاً. ويلاحظ أن الصحيفة ابتكرت أسماء مختلفة وغير نمطية لملاحقها المتخصصة لتنفرد بهذه الأسماء على المستوى المحلي.

صحيفة الزمن

صدر العدد الأول من الزمن في ١٢ أغسطس ٢٠٠٨، كصحيفة شاملة في (٤٠) صفحة، وتصدر كل أيام الأسبوع عدا يوم الجمعة. وتعدّ الزمن الصحيفة الوحيدة من الصحف العمانية اليومية الناطقة باللغة العربية، التي تصدر بحجم نصف (تابلويد). ويضم العدد اليومي للصحيفة أبواباً مختلفة ومتنوعة مثل: أخبار سياسية، وأخبار عمان، واقتصاد، وفنون، ومنوعات، وتسالي، و رياضة. وتصدر صحيفة الزمن عدداً من الملاحق المتخصصة التي تتراوح صفحاتها من صفحة واحدة إلى صفحتين، وتشمل تخصصات تلك الملاحق: الشعر النبطي، وحديث العدسة، والسيارات، وعلوم وتكنولوجيا، وصدى الشركات، وطب وصحة.

الإجراءات المنهجية:

مشكلة الدراسة

تتلخص مشكلة الدراسة الحالية في السعي للتعرف على خصائص المضمون الصحفي والإعلاني المنشور في الصفحات الأولى للصحف العمانية العربية اليومية، والعوامل المؤثرة في ذلك المضمون، إلى جانب دراسة القائمين بالاتصال في الصفحة الأولى للصحف الدراسة وتحديد خصائصهم المهنية والمعايير التي تحكم عملية انتقائهم للمواد الصحفية المنشورة في الصفحة الأولى. وتتعزز مشكلة هذه الدراسة في ظل الحاجة الماسة لرسم صورة مقربة عن الصحافة العمانية ولاسيما مع غياب الدراسات التي تحدد تلك الخصائص أو تتناول هذه الجوانب.

أهمية الدراسة

١- غياب أو ندرة الدراسات العلمية التي تتناول الخصائص العامة (المضمون والشكل)، للصحف العمانية وسواء مستوى كامل

النوع من الدراسات. ومن هذا المنطلق تتناول الدراسة الحالية خصائص المضمون الصحفي والإعلاني للصفحات الأولى في الصحف العمانية العربية اليومية، بالتحديد صحف الوطن، وعمان، والشبيبة، والزمن، وهي جميع مفردات مجتمع الصحافة العمانية العربية اليومية باستثناء صحيفة الرؤية التي لم تكمل عامها الأول (٢٠٠٩)، وهو العام الذي أخذت فيه عينة الدراسة. وفيما يلي تعريف موجز بصحف الدراسة.

صحيفة الوطن

صدر العدد الأول من صحيفة الوطن في ٢٨ يناير ١٩٧١م، وأسسها نصر بن محمد الطائي، ومرت الصحيفة في تاريخها ١٩٧١-٢٠١٢ بالعديد من مراحل التطوير والتغيير. فبعد البدايات الأولى على شكل جريدة أسبوعية تطبع خارج السلطنة بسبب عدم توفر خدمات طباعية مناسبة، أصبحت هذه الصحيفة مؤسسة صحفية كبيرة تملك مطبعتها الخاصة، إضافة إلى العديد من التطورات الفنية على مستوى عدد الصفحات ونوعية الورق وجودة الطباعة وتنوع الموضوعات، وصولاً إلى استخدام الحاسب الآلي في كل عمليات إنتاج الصحيفة ونشرها، ووضع نسختها الإلكترونية على الشبكة العالمية للمعلومات. في الوقت الراهن، يضم العدد اليومي من الصحيفة إلى جانب الصفحة الأولى عدداً من الأبواب الرئيسية، هي: المحليات، وبريد واستراحة، وأخبار، وآراء، وثقافة وفن، ومنوعات. وإلى جانب هذه الأبواب اليومية الثابتة تصدر الوطن عدداً من الملاحق اليومية والأسبوعية. حيث تصدر الصحيفة ملحقين يوميين، الأول اقتصادي والثاني رياضي. ومن الملاحق الأسبوعية مرافئ وأشعة الوطن.

صحيفة عمان

صدر العدد الأول من صحيفة عمان في ١٨ نوفمبر ١٩٧٢م، في ثمانية صفحات، وبدأت الصحيفة إصدارها بشكل أسبوعي وتحديدًا يوم السبت، عن المديرية العامة للإعلام والسياحة. وفي ١٨ نوفمبر ١٩٧٥م، بدأت الصحيفة تصدر مرتين في الأسبوع، وذلك في يومي السبت والثلاثاء. وأصبحت الصحيفة تصدر بشكل يومي إلا يوم الجمعة بدءاً من تاريخ ١٨ نوفمبر ١٩٨٠، إلا أنها أصبحت تصدر بشكل يومي دون استثناء بدءاً من ١٨ نوفمبر ١٩٨٢. وإلى جانب الصفحة الأولى، يضم العدد اليومي للصحيفة عدداً من الأبواب اليومية والأسبوعية، هي: عمان اليوم، قضايا وآراء، العرب والعالم، قضايا، المجلة، و صدق الدنيا. وتصدر الصحيفة ملحقين يوميين الأول اقتصادي والثاني رياضي، وعدداً من الملاحق الأسبوعية، أهمها: مرآيا عمان، واليوم السادس، وطب وتغذية، وقرارات، وانترنت وتكنولوجيا، وفنون، وإشراقات.

صحيفة الشبيبة

صدر العدد الأول من الصحيفة في ٢ يناير ١٩٩٣م، كجريدة يومية تهتم بالشباب والرياضة. وتعدّ الصحيفة استمراراً لمشروع مجلة رياضية تحمل نفس الاسم صدرت لأول مرة في ٤ يونيو ١٩٩٠، كأول

الصفحات ومستوى صفحات بعينها.

٢-المساهمة في رسم الملامح العامة للصحف العمانية العربية اليومية من ناحية المضمين الصحفية والإعلانية وتحديد المؤثرات التي تحدد عمل المحررين والصحفيين المشرفين على الصفحات الأولى.

أهداف الدراسة

٣-تحديد ووصف خصائص الصفحات الأولى للصحف العمانية العربية اليومية من الناحيتين التحريرية والإعلانية.

٤-تحديد خصائص الصحفيين والمحررين المشرفين على الصفحات الأولى في الصحف العمانية العربية اليومية،

٥-تحديد العوامل المؤثرة على مضمين المواد التحريرية والإعلانية في الصفحات الأولى للصحف العمانية العربية اليومية واتجاهات الصحفيين والمحررين فيها.

الأدبيات السابقة

لا توجد حسب علم الباحثين، دراسة واحدة تفصيلية وشاملة تناولت خصائص الصفحة الأولى أو الصفحات الداخلية في الصحف العمانية العربية اليومية، لكن توجد العديد من الدراسات العربية والاجنبية ذات الصلة بالدراسة الحالية. من الدراسات الأولى والمتقدمة التي تناولت الصفحة الأولى في الصحافة العربية دراسة أحمد حسين الصاوي بعنوان «الصفحة الأولى في الصحف الأمريكية مع دراسة لتطور الصفحة الأولى في الصحف المصرية» (الصاوي، ١٩٥٨). انقسمت دراسة الصاوي إلى قسمين أساسيين؛ تناول الأول «الصفحة الأولى في الصحف الأمريكية»، وتم التركيز فيه على العناصر الطبوغرافية لتلك الصحف. أما القسم الثاني فتناول «تطور الصفحة الأولى في الصحف المصرية»، وفيه تناول الصاوي العناصر الطبوغرافية للصفحة الأولى إلى جانب وصف المواد التحريرية المنشورة بها. وتظل دراسة الصاوي من الدراسات الأساسية في موضوع الصفحة الأولى وسواء الناحية التحريرية والإخراجية. تناولت دراسة الصاوي العناصر الإخراجية المختلفة وتأثير الاهتمام بها على مضمون الصحيفة بشكل عام وعلى الصفحة الأولى بشكل خاص، إلى جانب دور الصفحة الأولى في الترويج للصحيفة وزيادة توزيعها.

ومن الدراسات العربية المتقدمة أيضاً عن الصفحة الأولى دراسة فوزي عبد الغني خلاف بعنوان «العلاقة بين شكل الصحيفة ومضمونها: دراسة ميدانية على جمهور القراء والمخرجين الصحفيين بالجراند اليومية تجاه الصفحة الأولى». توصلت هذه الدراسة إلى عدد من النتائج المهمة، وسوف نعرض بعض تلك النتائج المتعلقة بالمضمون، لارتباطها الوثيق بالدراسة الحالية:

-تأكيد الأهمية المطلقة للصفحة الأولى بالنسبة لجمهور القراء على باقي الصفحات.

-الصفحة الأولى أكثر الصفحات حاجة لتوافق الشكل والمضمون؛ لأن الإخفاق في ذلك يصيب الجريدة بالفشل.

-أغلب مفردات العينة يفضلون الأخبار السياسية ثم الرياضية، فالاجتماعية، فالاقتصادية، فالأدبية، فالحوادث، فالفنية،

فالدينية.

-جاء ترتيب الاهتمام بالإطار الجغرافي للأخبار المنشورة في الصفحة الأولى على النحو الآتي: المحلية، والعالمية، وأخيراً العربية.

-جمهور الصفحة الأولى يفضلون اختفاء الإعلان منها نهائياً (خلاف، ١٩٨٣: ٣٩٨-٤٠٧).

وتناولت دراسة أخرى أجراها عصام الدين سيد عبد الهادي بعنوان «تحرير الصفحة الأولى في الجريدة المسائية: دراسة تطبيقية على جريدتي القاهرة والمساء»، الفنون الصحفية المستخدمة في الصفحة الأولى للصحف المسائية، وموضوعات المواد الصحفية المنشورة بها، والإطار الجغرافي الذي تشمله تلك المواد، وفئات تحليل أخرى ترتبط ببناء المواد الصحفية المنشورة في تلك الصفحات. وقد توصلت هذه الدراسة إلى عدد من النتائج المهمة، لعل أبرزها: -تفوق موضوعات الشؤون السياسية في الصفحة الأولى بنسبة تزيد عن النصف.

-ارتفاع نسبة الخبر في الصفحة الأولى مقارنة بالفنون الصحفية الأخرى.

-انخفاض نسبة الأخبار المحلية لصالح الأخبار الخارجية عامة والعربية خاصة (عبد الهادي، ١٩٨٧: ٢٦٥-٢٨٠).

ومن الدراسات القريبة الصلة بالدراسة الحالية، تلك التي أجراها أحمد صلاح الدين نفاذي بعنوان «أخبار الصفحة الأولى: دراسة مقارنة في المضمون والقائمين بالاتصال في صحف الاتحاد والخليج والبيان بدولة الإمارات العربية المتحدة». تناولت الدراسة التحليلية لمضمون الصفحة الأولى في صحف الدراسة عدداً من المحاور هي: نوعية الأخبار، ومصادرها، ومجالها الجغرافي، والشخصيات المحورية في الأخبار، وموضوعات الأخبار، واستخدام الصور. أما في الدراسة التحليلية للقائمين بالاتصال في الصفحة الأولى فتناولت الدراسة سماتهم، وخصائصهم المهنية، وعلاقتهم بالسياسات التحريرية. وتوصلت دراسة نفاذي إلى عدد من النتائج المهمة، مثل:

-تشكل الأخبار السياسية وأخبار الحرب والأمن قائمة اهتمامات موضوعات صحف الدراسة.

-اهتمت صحف الدراسة بالقضايا المحلية أولاً ثم العربية ثم العالمية.

-اعتمدت صحف الدراسة على مصادر الأخبار العالمية بشكل كبير.

-اقتصر استخدام الصورة على الصور الإخبارية والشخصية.

-نشرت صحف الدراسة الكثير من الأخبار دون تحديد أو ذكر لمصادرها.

-ضرورة إلمام محرري الصفحات الأولى بسياسة الدولة.

-تنوعت الضغوط التي يواجهها محررو الصفحات الأولى ابتداءً من السياسة التحريرية، ومصادر الأخبار، وعدم تقدير الرؤساء، وزيادة ساعات العمل، وسيطرة الإعلانات ونفوذ المعلنين، وموقف الدولة تجاه بعض القضايا (نفاذي، ١٩٨٧: ٢٠٣-٢١١).

واقترنت دراسة عن الصحافة الخليجية من الدراسة الحالية عندما تناولت ثلاثة عناصر ضمن خصائص مضمون الصفحة الأولى في ست (٦) صحف خليجية يومية، من بينها صحيفة عمان، إحدى صحف هذه الدراسة (خطاب، ١٩٩٢: ١٣-٦٩). وطرحت هذه الدراسة

حضوراً، تلتها الأخبار التي تزخر بقيم البروز والشهرة. واقترحت الدراسة في خاتمتها ضرورة إجراء المزيد من الدراسات لتحديد خصائص وسائل الإعلام والعاملين فيها، والمجتمعات التي تخدمها تلك الوسائل، إلى جانب ضرورة أن تشمل الدراسات المستقبلية وسائل إعلام أخرى ولا تقتصر على الصحف. وعادت هذه الباحثة - بالاشتراك مع باحث آخر- بعد عشر سنوات تقريباً لدراسة نفس الموضوع وفي نفس الصحف التي تمت دراستها سابقاً، لكن بعنوان مختلف هذه المرة «Changes in News Use on the Front Pages of the American Daily Newspaper, 1993-1986» وتغيرت استخدام الأخبار في الصفحات الأولى للصحف اليومية الأمريكية 1986-1993». وبالإضافة إلى الهدفين الرئيسيين للدراسة المشار إليهما آنفاً، أضاف الباحثان هنا هدفاً ثالثاً تمثل في رغبة الكشف عن التغيرات التي حدثت في مضامين الصفحة الأولى للصحف اليومية الأمريكية منذ انتهاء الدراسة السابقة عام 1986. وتقلصت عينة الدراسة الحالية لتصل إلى ستة وتسعين (96) صحيفة فقط مقارنةً بمئة وصحيفة واحدة (101) في الدراسة السابقة، بسبب عدم توفر بعض الصحف لتوقفها أو عدم القدرة على توفير أعدادها للتحليل. وتوصلت الدراسة إلى أن التغيرات التي حدثت في خصائص الصفحة الأولى في الصحف الأمريكية في فترة امتدت عشر (10) سنوات، كانت قليلة ومحدودة جداً. وجاء ترتيب القيم الخيرية الأكثر حضوراً في الأخبار التي تم نشرها في الصفحة الأولى على النحو الآتي: القرب النفسي والمكاني، والحدثة، والشهرة، والتأثير. وظلت الأخبار الجادة هي الأكثر حضوراً في الصفحات الأولى (Janet A. and Lamar, 1998).

وتناولت دراسة أخرى أيضاً موضوع القيم الخيرية في أخبار الصفحة الأولى لعينة من الصحف الأمريكية القومية والإقليمية، وكانت بعنوان «الإجماع على ترميز القيم الإخبارية في مقدمات أخبار الصفحة الأولى» Value Coding Consensus in Front Page News Leads أجراها دينس جوريجان Dennis Corrigan لعينة من الصحف الأمريكية القومية والإقليمية. استخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون لتحليل الصفحات الأولى لصحيفتين أمريكيتين قوميتين هما نيويورك تايمز New York Times و واشنطن بوست Washington Post وصحيفتين إقليميتين هما ديس مومينس ريجستر Des Moines Register و ايوا سيتي برس سياتن Iowa City Press Citizen. وتوصلت الدراسة إلى أن الأخبار في الصفحات الأولى من صحف عينة الدراسة تتأثر بالقيم الإخبارية المعروفة مثل الصراع والشهرة والقرب النفسي والمكاني، أكثر من تأثرها أو اعتمادها على توفر إجابات للأسئلة الأساسية المعروفة (من، ماذا، لماذا، متى، أين، وكيف). وأكدت الدراسة على أن الصحفيين يعتمدون عادةً على ترميز موحد للقيم الإخبارية المعروفة بنسبة تقارب 98% في اتخاذ قراراتهم الخاصة بنشر أخبار الصفحة الأولى (Corrigan, 1990).

وتناولت دراسة علمية أخرى بعنوان «تغطية الأخبار الخارجية في بعض الصحف الأمريكية 1927-1997» Foreign News Coverage A Content Analysis: 1997-in Selected U.S Newspapers 1927

أسئلة عن مصادر الأخبار المنشورة في الصفحات الأولى والداخلية في صحف الدراسة، إلى جانب تحديد نوعية تلك الأخبار والمناطق الجغرافية التي تنتمي إليها. وتوصلت هذه الدراسة إلى أن 81% من الأخبار المنشورة في الصفحة الأولى لصحيفة عمان اعتمدت على مصادر أجنبية، مقابل 14% اعتمدت على مصادر محلية. وتوصلت الدراسة كذلك إلى أن 47% من الأخبار التي نشرتها جريدة عمان في صفحتها الأولى كانت سياسية، ثم العسكرية بنسبة 21%، ثم الاضطرابات والقتال بنسبة 16%، ثم باقي الموضوعات بنسب متفاوتة. وأشارت هذه الدراسة إلى أن 50% من الأخبار التي نشرتها جريدة عمان في صفحتها الأولى كانت أخباراً عالمية تغطي مناطق مختلفة من العالم، و 40% من تلك الأخبار غطت العالم العربي، بينما لم تتجاوز نسبة الأخبار المحلية 9% في الصفحة الأولى.

في المقابل، تزخر الأدبيات الأجنبية والغربية خاصة، بالكثير من الدراسات التي تناولت الصفحة الأولى من حيث خصائص مضامينها، أو من حيث استخدامها كأداة أو مجال لدراسة موضوعات أخرى ليست ذات صلة مباشرة بالصحافة. ومن الدراسات الغربية المتقدمة التي اطلع عليها الباحثان في هذا الموضوع دراسة أجراها مجموعة من الباحثين بعنوان «الصفحة الأولى المتغيرة لصحيفة نيويورك تايمز 1970-1900 The Changing Front Page of "The New York Times, 1900-1970"» (Ogan, et al.1975: 340). وعلى الرغم من أن هذه الدراسة نشرتها مجلة Journalism Quarterly ضمن قسم "بحوث مختصرة" ولم تتجاوز صفحاتها أربع صفحات فقط، إلا أنها تعد من المقالات العلمية المتقدمة والمهمة فيما يتعلق بدراسة الصفحة الأولى، بسبب تركيزها على خصائص الصفحة الأولى بشكل مباشر وبسبب الفترة الزمنية التي تغطيها والممتدة لسبعة عقود. اعتمدت هذه الدراسة على منهج تحليل المضمون، وتم اختيار العينة بطريقة الأسبوع الصناعي بمعدل أسبوع واحد لكل خمس سنوات، وركزت على فئات تحليل هي: نوع المادة الصحفية في الصفحة الأولى، مصادرها الإخبارية، ومراكزها الجغرافية، ومعدل المواد الصحفية والصور في تلك الصفحة والتيمات التي يشار إليها في الصفحة الأولى ويتم استكمالها في الصفحات الداخلية.

وفي دراسة أخرى بعنوان «News Use on the Front Pages of the American Daily Newspaper» استخدمت الباحثة مضامين الصفحة الأولى في مائة وصحيفة واحدة من الصحف (101) الأمريكية التي تنتمي لسبع وثلاثين (37) ولاية أمريكية، إلى جانب تحديد القيم الإخبارية الأكثر توفراً وحضوراً في الأخبار التي نشرت في الصفحات الأولى لتلك الصحف (Janet A., 1989). اعتمدت الدراسة على منهج تحليل المضمون وحددت عينتها باستخدام الأسبوع الصناعي. توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج المهمة، أبرزها أن 85% من مساحة الصفحات الأولى في صحف الدراسة خصصت للأخبار وبخاصة الأخبار الجادة، وتوزعت النسبة الباقية على مواد غير إخبارية ومن ضمنها الإعلانات. أما على مستوى القيم الخيرية، فتوصلت الدراسة إلى أن الأخبار المتعددة القيم هي الأكثر

الصفحة الأولى والصفحات الداخلية يتشابه إلى حد كبير ولاسيما عندما تكون الأحداث المحلية والعالمية عادية وطبيعية. وحققت الدراسة أحد أهدافها الأساسية المتمثل في توثيق الموضوعات التي اهتمت بها الصحيفة سواء صفحاتها الأولى والداخلية في فترة زمنية بلغت ثماني سنوات، وهو هدف توثيقي مهم لإجراء المزيد من الدراسات المستقبلية (Wolfe, Boydston, and Baumgartner, 2009).

تناولت دراسة أجراها مجموعة من الباحثين اتجاهات تحديد الأولويات في الصفحة الأولى في أربع صحف هندية رئيسية باللغة الإنجليزية هي: The Hindustan Times, The Indian Express, The Times of India, and The Hindu. استخدمت الدراسة منهج تحليل المضمون النقدي بالتركيز على عدد من فئات التحليل هي: العناوين، والموضوعات، والصور، والإعلانات. انطلقت الدراسة من ملاحظة أساسية تمثلت في توجه الكثير من الصحف الهندية ناحية التعامل مع الأخبار والمواد الصحفية بصيغة تجارية للاستهلاك الجماهيري من خلال التركيز على الجرائم، والمشاكل القانونية والخلافات السياسية، وغيرها من الموضوعات. وسعت الدراسة إلى معرفة كيفية تأثير الطابع التجاري للأخبار الذي قاد النموذج الصحفي الأمريكي ما بعد العولمة على الصحافة الهندية اليومية الناطقة باللغة الإنجليزية. وطرحنا الدراسة عدداً من الأسئلة المهمة كان أبرزها: هل تأثرت الصحافة الهندية اليومية الناطقة باللغة الإنجليزية بنظرية التوجهات التجارية في اختياراتها للأخبار والمواد الصحفية ونشرها؟ هل أثرت نظرية التوجهات التجارية للصحافة على ممارسات اختيارات الصحافة الهندية اليومية الناطقة باللغة الإنجليزية للأخبار والمواد الصحفية؟ هل لا تزال الصحف الهندية اليومية باللغة الإنجليزية تهتم بحاجات الجمهور بغض النظر عن أولويات النظرية التجارية للأخبار؟ وتوصلنا هذه الدراسة، إلى أن صحف الدراسة تأثرت بالاتجاه التجاري للأخبار والمواد الصحفية من حيث المضمون والإخراج في صفحاتها الأولى ولو بشكل متفاوت ونسبي بينها (Murthy, Ramakrishna, and Melkote, 2010).

وقارنت دراسة أجرتها إليزابيث لي Elisabeth Le، بين العناوين في الصفحات الأولى لجريدة لوموند Le Monde الفرنسية وتلك المنشورة في موقعها الإلكتروني. وكان السؤال الرئيس الذي طرحته هذه الدراسة هو: هل تغيرت لغة العناوين في الصفحة الأولى المطبوعة من الصحيفة عن تلك اللغة المستخدمة في النسخة الإلكترونية منها؟ وهل يرتبط ذلك الاختلاف بالجانب الإلكتروني والتقني فقط، أم بسبب اختلاف مفهوم العمل الصحفي بين النسختين المطبوعة والإلكترونية من الصحيفة؟ حللت الدراسة عينة من الصحيفة في نسختيها المطبوعة والإلكترونية في ستة أسابيع صناعية في الفترة من سبتمبر ٢٠١٠ إلى فبراير ٢٠١١. وركزت الدراسة على كيفية اختيار نسختي الصحيفة للأخبار، والفاعلين الأساسيين في الأخبار. وتوصلت الدراسة إلى أن العناوين الأبرز في النسختين المطبوعة والإلكترونية من صحيفة لوموند تشترك في الموضوعات والجوانب التي تركز عليها. وأظهرت النتائج

، الأخبار الخارجية في الصفحات الأولى من الصحف الأمريكية. وركزت الدراسة على ثلاث (٣) صحف أمريكية إقليمية هي بورتلاند أوريغونيان The Portland Oregonian، كليف لاند بلاين ديلر The Cleveland plain Dealer، وممفس كومرشل أبيل The Memphis Commercial Appeal. وتم اختيار العينة بطريقة الأسبوع الصناعي بمعدل أسبوعين لكل عام من أعوام ١٩٢٧، ١٩٤٧، ١٩٧٧، ١٩٩٧. وحسب الدراسة تم اختيار هذه الأعوام بسبب تمتع العالم بسلام نسبي وتقلص حدة الحروب والاضطرابات. وطرحنا الدراسة عدداً من الأسئلة، أهمها: ما نسبة تغطية الأخبار الخارجية في صحف الدراسة؟ وهل تغيرت كمية تلك الأخبار ونسبتها على امتداد فترة الدراسة؟ ما نوعية التغطيات التي نشرتها صحف الدراسة؟ وما الدول التي تم التركيز عليها؟ وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أبرزها أن تغطية الأخبار الخارجية في الصفحات الأولى للصحف الأمريكية في هذه الدراسة ارتفعت في الفترة من ١٩٢٧-١٩٩٧، وبلغت ذروتها في عام ١٩٤٧ (Allen, 2005).

وتعرضت دراسة أخرى إلى اتجاهات المضامين وأساليب فرز المواد الصحفية ونشرها في الصفحات الأولى في أكثر خمسة عشر (١٥) صحيفة توزيعاً في الولايات المتحدة الأمريكية، وتنتمي لأقاليم جغرافية مختلفة هي شرق وغرب ووسط الولايات المتحدة الأمريكية. ومن الصحف التي شملتها هذه الدراسة نيويورك تايمز New York Times، واشنطن بوست Washington post، شيكاغو تريبيون Chicago Tribune، لوس انجلوس تايمز Los Angeles Times، و صحف أخرى. واعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون، وطرحنا عدداً من الأسئلة الأساسية مثل: ما اتجاهات الصحف في نشر مضامين الصفحة الأولى، وما نسبة المضامين المحلية التي قدمتها صحف الدراسة. وعلى الرغم من أن الدراسة تعرضت لمجموعات مختلفة من الصحف من حيث نمط الملكية وحجم السوق الإعلامية الذي تعمل فيه تلك الصحف، إلا أن النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة أشارت إلى أن ممارسات فرز الأخبار واختيارها ونشرها في الصفحات الأولى متشابهة بفرق تظهر من منطقة إلى أخرى بسبب الرغبة في تلبية متطلبات القراء، كما توصلت الدراسة إلى أن الصحف التي تضع الكثير من مواردها لتلبية احتياجات قرائها تمتلك فرصة أكبر للحفاظ على قرائتها وقدرتها على المنافسة لفرات قادمة (Schroeder, 2006). كما قارنت دراسة أخرى أجراها مجموعة من الباحثين بين موضوعات الصفحة الأولى وموضوعات الصحيفة في باقي الصفحات في صحيفة نيويورك تايمز New York Times في فترة امتدت ثماني (٨) سنوات، لتحقيق ثلاثة أهداف رئيسية هي: معرفة كيفية بناء الصحف لترتيب أولويات الجمهور، وتوثيق الموضوعات التي نشرتها الصحيفة في فترة زمنية ممتدة، ومقارنة الموضوعات التي تم نشرها في الصفحات الأولى وتلك المنشورة في الصفحات الداخلية. ومن أهم نتائج هذه الدراسة تركيز الأخبار السياسية وأخبار الحروب والأخبار الدبلوماسية في الصفحات الأولى، مقابل كثافة الأخبار الاقتصادية والفنية والأدبية والترفيهية في الصفحات الداخلية. وتوصلت الدراسة كذلك إلى أن ترتيب الصحيفة لأولوياتها في

- مصادر الإعلانات في الصفحات الأولى
- جمهور الإعلانات في الصفحات الأولى
- ٤- ما أهم خصائص الصحفيين والمحررين المشرفين على الصفحات الأولى في صحف الدراسة؟ وكيف تؤثر تلك الخصائص على تحرير تلك الصفحات؟
- ٥- ما ملامح السياسات التحريرية التي تعتمدها صحف الدراسة في تحرير الصفحات الأولى؟
- ٦- ما ضغوط العمل المؤثرة على تحرير الصفحات الأولى؟
- ٧- ما محددات نشر الإعلان في الصفحات الأولى لصحف الدراسة؟
- ٨- كيف تقيم الصحف العمل الصحفي اليومي في الصفحات الأولى؟
- ٩- ما أهم مقترحات تطوير العمل في تلك الصفحات؟

منهج الدراسة وفئات التحليل:

تستخدم الدراسة منهم المسح الإعلامي من خلال الاعتماد على أداتي تحليل المضمون لتحديد خصائص المضمون التحريري والإعلاني للصفحات الأولى في الصحف العمانية العربية اليومية، والمقابلة غير المقننة لتحديد خصائص القائم بالاتصال في الصفحات الأولى لصحف الدراسة، والسياسات التحريرية التي يتبناها القائم بالاتصال وتوثر بدورها على مضمون الصفحات الأولى. وقد صمم الباحثان استمارة تحليل المضمون الخاصة بهذه الدراسة والتي ضمت فئات المضمون التحريري الإعلاني (انظر ملحق رقم ١). وألحقت هذه الاستمارة بجداول للتعريفات الإجرائية لفئات التحليل (انظر ملحق رقم ٢). كما صمم الباحثان أيضاً استمارة المقابلة المقننة مع الصحفيين والمحررين المشرفين على الصفحات الأولى في صحف الدراسة (انظر ملحق رقم ٣).

عينة الدراسة:

تركز هذه الدراسة على الصحف العمانية العربية اليومية وبالتحديد الوطن، عمان، الشبيبة، والزمن. واستبعدت الدراسة صحيفة الرؤية لأنها كانت قد بدأت الإصدار في نهاية عام ٢٠٠٩، وهو العام الذي بدأ فيه الباحثان اختيار عينة الدراسة. في هذه الدراسة تم اختيار مفردات العينة، من يناير ٢٠٠٩ حتى ديسمبر ٢٠٠٩، وفق نظام العينة العشوائية المنتظمة، باستخدام أسلوب الأسبوع الصناعي، لضمان تمثيل كل أيام الأسبوع. ووقعت القرعة على اختيار يوم الأحد كيوم أول لعينة الدراسة في شهر يناير، ويوم الاثنين في شهر فبراير، ويوم الثلاثاء في شهر مارس، وهكذا دواليك حتى يوم السبت، وبعدها تبدأ الدورة من جديد حتى تنتهي شهور السنة في ديسمبر ٢٠٠٩ (انظر ملحق رقم ٤).

ثانياً: نتائج الدراسة ومناقشتها

ينقسم هذا الجزء من الدراسة إلى قسمين أساسيين هما:

- ٢-١ نتائج تحليل مضمون الصفحات الأولى لصحف الدراسة
- ٢-٢ نتائج تحليل المقابلة غير المقننة لمحرري الصفحات الأولى في صحف الدراسة

كذلك أن عناوين النسخة الإلكترونية ظهرت أقل "نخبية" من تلك العناوين في النسخة المطبوعة. وافترحت الدراسة في خاتمتها ضرورة فصل المحررين العاملين في النسخة المطبوعة عن أولئك العاملين في النسخة الإلكترونية للحفاظ على الصحافة الغربية المطبوعة التي تتسم بالجودة (Le, 2012).

تعليقات على الدراسات السابقة:

- تنتمي دراسات الصفحة الأولى إلى دراسات خصائص الصحافة التي تتناول المضمون أو الشكل بصورة منفردة أو كليهما معاً، أو قضية بعينها شكلية أو مضمونية أو مهنية في تلك الصفحة.
- تزخر الأدبيات الأجنبية والعربية بدرجة أقل بالعديد من الدراسات التي تناولت الصفحة الأولى بالدراسة والتحليل.
- اتخذت بعض الدراسات الأجنبية السابقة اتجاهها يدرس الصفحات الأولى في فترة تاريخية تمتد لقربة مائة عام أو خمسين عاماً، أو حتى عشرة أعوام.
- ركزت أغلب الدراسات السابقة على استخدام تحليل المضمون كمنهج مستقل أو كأداة ضمن منهج في دراسة خصائص الصفحة الأولى، وقد استفادت الدراسة الحالية من التطبيقات المختلفة لتحليل المضمون في الدراسات السابقة لإنجاز الدراسة الحالية.
- تعرضت بعض الدراسات السابقة لتأثير محرري الصفحة الأولى على مضامينها المختلفة، وذلك باستخدام أداة المقابلة المقننة أو غير المقننة. واستفادت الدراسة الحالية من هذا الجانب أيضاً في صياغة أسئلة المقابلة المقننة لمحرري الصفحات الأولى في الصحف العمانية محل الدراسة.
- أكدت أغلب الدراسات السابقة أن الموضوع السياسي هو الموضوع الأكثر حضوراً في الصفحات الأولى كما أن الخبر هو الفن الأبرز والأكثر استخداماً.

أسئلة الدراسة

تطرح هذه الدراسة الأسئلة الرئيسة الآتية:

- ١- ما نسبة مساحة المواد التحريرية إلى مساحة المواد الإعلانية في الصفحات الأولى لصحف الدراسة؟
- ٢- ما خصائص المواد التحريرية التي نشرتها صحف الدراسة في صفحاتها الأولى؟ ويتناول هذا السؤال فئات فرعية هي:
 - موضوعات المواد الصحفية في الصفحات الأولى
 - نوع التغطية الصحفية في الصفحات الأولى
 - مراكز التغطية في الصفحات الأولى
 - قوالب المواد الصحفية في الصفحات الأولى
 - مصادر المواد الصحفية في الصفحات الأولى
 - الفاعل الرئيس في المواد الصحفية في الصفحات الأولى
 - أنواع الصور في الصفحات الأولى
- ٣- ما خصائص المواد الإعلانية التي نشرتها صحف الدراسة في صفحاتها الأولى؟ ويتناول هذا السؤال فئات فرعية هي:
 - أنواع الإعلانات في الصفحات الأولى
 - موضوعات الإعلانات في الصفحات الأولى

حادثة نشأتها لم تمكنها بعد من زيادة المضمون الإعلاني على مستوى الصفحة الأولى ولا على مستوى كل الصحيفة من خلال ملاحظة الباحثين لها خلال فترة الدراسة.

٢-١-٢ موضوعات المضامين الصحفية في صحف الدراسة يستعرض هذا الجزء من التحليل موضوعات المضامين الصحفية التي تقدمها صحف الدراسة على صفحاتها الأولى. وتشير النتائج التي يقدمها الجدول رقم (٢) في الأسفل إلى أن الموضوعات السياسية تحتل المرتبة الأولى في الصفحات الأولى للصحف العمانية، إذ بلغت النسبة الإجمالية للموضوعات السياسية ٥٦,٩٤٪، واحتلت الموضوعات الاقتصادية المرتبة الثانية بنسبة إجمالية بلغت ٩٪. ومن النتائج المهمة فيما يتعلق بمواضيع الصفحات الأولى في الصحف العمانية اليومية، نسبة اهتمام هذه الصحف بموضوعات الأحوال المناخية التي بلغت نسبتها الإجمالية في صحف الدراسة قرابة ٦٪ وهي ذات النسبة التي بلغت في الموضوعات الاجتماعية في صحف الدراسة. وتعد صحيفة الزمن أكثر صحف العينة اهتماماً بموضوعات الأحوال المناخية؛ إذ تخصص عادة مساحة أقرب ما تكون إلى المساحة الثابتة في أسفل الصفحة الأولى.

في الوقت الذي تشابهت فيه درجات اهتمام صحف الدراسة بالموضوعات السياسية والاقتصادية في صفحاتها الأولى في فترة الدراسة، تفاوتت في درجات اهتمامها بالموضوعات الأخرى. وحسب النتائج التي يشير إليها الجدول رقم (٢)، يتضح أن صحيفة عمان اهتمت بالموضوعات الدينية على صفحاتها الأولى وقد بلغت نسبة مساحة تلك الموضوعات ٦٪، إلى جانب اهتمامها بالموضوعات الصحية التي بلغت نسبة مساحتها الإجمالية ٤٪. أما الموضوعات التي جاءت في الترتيبين الثالث والرابع في صحيفة الوطن فكانت الموضوعات الصحية التي بلغت نسبة مساحتها الإجمالية ٥٪، ثم الموضوعات الدينية التي بلغت مساحتها الإجمالية ٤٪. واختلف الوضع في صحيفة الشبيبة التي اهتمت بالموضوعات الاجتماعية؛ إذ بلغت نسبة مساحتها الإجمالية ٧٪، وهي درجة اهتمام فاقت اهتمام الصحيفة بالموضوعات الاقتصادية. كما اهتمت الصحيفة بالموضوعات الدينية التي جاءت في المرتبة الرابعة من درجة اهتمام الصحف بالموضوعات المنشورة فيها. أما صحيفة الزمن فقد اهتمت بموضوعات الأحوال المناخية أكثر من اهتمامها بالموضوعات الاقتصادية، كما أن هذه الأخيرة تساوت درجة الاهتمام و مع الموضوعات البيئية. وبهذه النتيجة حققت الزمن ترتيباً جديداً لدرجات اهتمام الصحف العمانية بالموضوعات التي تنشرها على

٢-١ نتائج تحليل مضمون الصفحات الأولى لصحف الدراسة

١-١-٢ مساحة المواد التحريرية والمواد الإعلانية

يعد سؤال نسبة مساحة المواد التحريرية قياساً على نسبة مساحة المواد الإعلانية من المساحة الإجمالية لأي وسيلة إعلامية مطبوعة أو إلكترونية، سؤالاً جوهرياً؛ ومن ثم أصبحت إجابة هذا السؤال مهمة لتحديد خصائص الوسيلة الإعلامية. في الدراسة الحالية قام الباحثان بتحديد مساحة المواد التحريرية والإعلانية ونسبة كل منهما من المساحة الإجمالية في صحف الدراسة على مستوى الصفحة الأولى. يقدم الجدول رقم (١)، عرضاً لمساحة المواد التحريرية والإعلانية في صحف الدراسة.

يتضح من الجدول رقم (١)، أن إجمالي نسبة مساحة المضمون التحريري في صحف الدراسة يتفوق باستمرار على المضمون الإعلاني. وتفاوتت صحف الدراسة في درجة اهتمامها بالمضمون التحريري والإعلاني في صفحاتها الأولى؛ إذ كانت صحيفة الزمن أكثر صحف الدراسة اهتماماً بالمضمون التحريري، بلغت نسبة مساحته الإجمالية فيها ٨٧,٦٧٪، وتلتها بالمرتبة الثانية صحيفة عُمان بنسبة (٧٦,٨٢٪). وفي حين يمكن رؤية تفوق المضمون التحريري في صحيفة الزمن منطقياً من منطلق أن الصحيفة حديثة النشأة (صدر العدد الأول منها في ١٢ أغسطس ٢٠٠٨)، إلا أن هذه النتيجة ليست منطقية بالنسبة لجريدة عمان التي مضى على تأسيسها قرابة ثمانية وثلاثين عاماً (صدر العدد الأول منها في ١٨-١١-١٩٧٢). لكن يبدو أن الملكية الحكومية للصحيفة التي تكفل توفير الموارد اللازمة لها، وقلة إقبال المعلنين عليها هي الأسباب الفعلية وراء انخفاض نسبة المادة الإعلانية فيها.

في المقابل تظهر النتائج أن صحيفة الوطن كانت أكثر صحف الدراسة اهتماماً بالمضمون الإعلاني في صفحاتها الأولى؛ إذ بلغت النسبة الإجمالية للمضمون الإعلاني في فترة الدراسة في الصحيفة ٤٦,٧٢٪، وجاءت صحيفة الشبيبة في المرتبة الثانية في مستوى حضور المضمون الإعلاني حيث بلغت نسبة مساحته الإجمالية في فترة الدراسة ٤١,٩٥٪.

تشير هذه النتائج إلى أن الصحف العمانية العربية اليومية في صفحاتها الأولى تغلب المضمون التحريري الذي بلغت نسبته الإجمالية ٦٧٪ فيما بلغت نسبة المواد الإعلانية ٣٣٪. كما تشير النتائج كذلك إلى أن الصحف الخاصة (الوطن، الشبيبة) أكثر اهتماماً بالمضمون الإعلاني على الصفحة الأولى من الصحيفة الحكومية (عمان). والاستثناء الواضح من هذه النتيجة كان صحيفة الزمن التي هي صحيفة مملوكة للقطاع الخاص لكن

جدول (١): نوع المضامين في صحف الدراسة

م	الصحيفة	عمان		الوطن		الشبيبة		الزمن		اجمالي المساحة / سم ^٢	اجمالي المساحة / سم ^٢	النسبة %
		النسبة %	المساحة / سم ^٢	النسبة %	المساحة / سم ^٢	النسبة %	المساحة / سم ^٢	النسبة %	المساحة / سم ^٢			
١	المضمون التحريري	٧٦,٨٢	١٦٤٢٧,٢٥	٥٢,٢٨	١٣٩٢٢,٧٥	٦١,٧١	١٣٩٢٢,٩٣	٩٥٧٢,٥	٨٧,٦٧	٥١٢٢٦,٤٣	٦٧,٣٠	
٢	المضمون الإعلاني	٢٣,١٨	٤٩٥٦,٧٥	٤٦,٧٢	٩٩٩١,٢٥	٣٨,٢٩	٨١٤٥,٠٧	١٣٤٦,٥	١٢,٢٣	٢٤٩٢٩,٥٧	٣٢,٧٠	
	المجموع	١٠٠,٠٠	٢١٣٨٤	١٠٠,٠٠	٢٣٥٧٨	١٠٠,٠٠	٢٣٥٧٨	١٠٩٢٠	١٠٠,٠٠	٧٦٣٦٦	١٠٠,٠٠	

فترة هذه الدراسة. ومن أبرز النتائج التي يشير إليها الجدول رقم (٣) انخفاض إجمالي نسبة التغطية التمهيدية في الصحف العمانية اليومية؛ إذ لم تتجاوز تلك النسبة ٤٪ فقط، بينما بلغت نسبة إجمالي التغطية التسجيلية في هذه الصحف ٧٣٪.

وعلى الرغم من تفاوت صحف الدراسة في إجمالي نسبة كل نوع من أنواع التغطية التي تقدمها في صفحاتها الأولى إلا أنها تتفق جميعاً في انخفاض نسبة التغطية التمهيدية مقابل النسبة العالية للتغطية التسجيلية. وتفوقت صحيفة الوطن على الصحف الأخرى في نسبة التغطية التمهيدية في صفحاتها الأولى التي بلغت ٥,٥٪، مقابل ضعف مستوى ذلك النوع من التغطية في صحيفة الشببية؛ إذ لم تتجاوز نسبة التغطية التمهيدية فيها ١,٨٪ فقط. وتشير هذه النتائج إلى ضعف اهتمام الصحف العمانية العربية اليومية في صفحاتها الأولى بصناعة الأخبار الجديدة وتقديمها للقراء والاكتفاء بتقرير وتسجيل أحداث انتهت فعاليتها؛ ومن ثم يصبح دور هذه الصحف تسجيلياً. كما تشير هذه النتائج أيضاً إلى قلة اهتمام الصحف العمانية العربية اليومية بفكرة «السبق الصحفي» للحصول على أخبار جديدة أو متوقعة في المستقبل، مما يضعف قدرتها على منافسة وسائل الإعلام الأخرى خاصة الشبكة العالمية للمعلومات (الإنترنت)، والأخبار على مدار الساعة في الإذاعة والتلفزيون.

٤-١-٢ مراكز التغطية الصحفية في صحف الدراسة

يقدم تحليل مراكز التغطية التي تهتم بها أي وسيلة من وسائل الإعلام صورة مقربة لطريقة ترتيب هذه الوسيلة لاهتماماتها وقيمها الإخبارية التي تعتمد عليها. ولطالما كانت قيمة «القرب

صفحاتها الأولى؛ ففي الوقت الذي اعتادت فيه هذه الصحف التركيز على الموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والعسكرية وغيرها من الموضوعات التقليدية، اتجهت صحيفة الزمن إلى الاهتمام بموضوعات الأحوال المناخية والموضوعات البيئية والصحية. بشكل عام يمكن القول إن الصحف العمانية العربية اليومية باستثناء الزمن حديثة النشأة، لا تزال ترتب درجات اهتمامها بالموضوعات التي تنشرها على الصفحات الأولى بشكل تقليدي؛ السياسية، فالاقتصادية، فالدينية، فالاجتماعية، الخ. وفي هذا الاتجاه انخفضت درجات اهتمام هذه الصحف بالمواضيع المنوعة، والموضوعات الفنية، والقانونية، والعلمية، والسياحية، والثقافية.

٣-١-٢ نوع التغطية الصحفية في صحف الدراسة

يعد سؤال نوع التغطية الصحفية التي تقدمها الصحف في صفحاتها كلها بشكل عام وفي الصفحات الأولى بشكل خاص من الأسئلة المتعلقة بالأداء المهني لهذه الصحف. وتنقسم التغطية التي تقدمها الصحف وغيرها من وسائل الإعلام إلى نوعين أساسيين هما:

- (١) تغطية تمهيدية تسبق الحدث وتستخدم عادة كمؤشر لمستوى إسهام الصحيفة في صناعة الحدث وتحويله إلى مادة صحفية.
- (٢) تغطية تسجيلية، وهي على الرغم من أهميتها تعتمد على تقرير حدث قد انتهى، كما أن المؤسسات المعنية بذلك الحدث يصبح من مهامها الحرص على نشر تلك التغطية التسجيلية بالحدث الخاص بها.

يوضح الجدول رقم (٣) نتائج تحليل نوع التغطية الصحفية التي قدمتها الصحف العربية العمانية اليومية في صفحاتها الأولى في

جدول (٢): موضوعات المضمين الصحفية في صحف الدراسة

م	الصحيفة	عمان		الوطن		الشببية		الزمن		اجمالي النسبة
		النسبة/ %	المساحة/ سم ^٢	النسبة/ %	المساحة/ سم ^٢	النسبة/ %	المساحة/ سم ^٢	النسبة/ %	المساحة/ سم ^٢	
١	سياسية	٦٠,٨٢	٨٨٢,٦٢٥	٦٥,٤٢	٧٨٤,٥٨	٦٥,٨٢	٧٨٤,٥٨	٢٨,٢٠	٢٤١٥,٤٥	٥٦,٩٤
٢	اقتصادية	١٠,٦٤	١٥٤,٢٥	٨,٦٤	٧٢٨,٤٨	٦,١٧	٨٨٩,٨	١٠,٣٩	٨٨٩,٨	٨,٩٧
٣	اجتماعية	٣,٦٤	٥٣١,٨٧٥	٢,٨٢	٨٢١,٥٢	٦,٩٥	٨٢١,٥٢	٥,١٨	٤٤٣,٥	٤,٦٤
٤	ثقافية وأدبية	١,٠٧	١٥٦	٢,٠٠	٢٦٢,٥	٢,١٩	٢٦٢,٥	١,٠٨	٩٢,٥	١,٥٧
٥	دينية	٥,٩٠	٨٦٢,٢٥	٤,٢٥	٦٨٨,٥	٥,٧٦	٦٨٨,٥	٠,٦١	٥٢,٥	٤,٥٠
٦	فنية	٠,٢٣	٢٤	٠,٤٢	٨٤,٦٥	٠,٧١	٨٤,٦٥	٠,٥٢	٤٥,٥	٠,٤٦
٧	رياضية	٢,٥٨	٣٧٧,١٢٥	٢,٤٧	٢٤١,١٢	٠,٨٠	٩٥,٥	٤,٦٢	٣٩٧	٢,٤٧
٨	صحية	٤,١٢	٦٠٢	٥,١٥	٢٥٥,٨٨	٢,١٤	٢٥٥,٨٨	٧,١٨	٦١٤,٧٥	٤,٤٠
٩	تعليمية	٢,١٥	٣١٤	٠,٧٠	٦٨,٢٥	١,٩١	٢٢٨,٢٨	٠,٧٤	٦٢	١,٥٠
١٠	علوم وتقنية	١,٦١	٢٢٤,٧٥	١,٥٥	١٥١,٧٥	١,١٨	١٤٠,٧	٢,٦١	٢٢٢,٦	١,٦٧
١١	بيئة	٠,٥٢	٧٦,٥	٢,٣٣	٢٢٧,٧٥	٢,٦٠	٣١٠,٤٨	١٠,٣٧	٨٨٨,١٥	٣,٣٥
١٢	أحوال مناخية	٢,٨٣	٤١٣,٢٥	٠,٦٤	٦٣	٠,٣٦	٤٢,٧٥	١٨,١٤	١٥٥٢,٥	٤,٦١
١٣	أمنية وعسكرية	١,٤٨	٢١٦,٧٥	٢,٢٣	٢١٧,٧٥	٠,١٦	١٩,٢٥	٥,٣٢	٤٥٥,٧٥	٢,٠٢
١٤	قانونية	٠,٤٩	٧٢	-	-	١,٢٢	١٤٦,٩٥	-	-	٠,٤٩
١٥	سياحية	١,٨٤	٣٦٨,٨٧٥	٠,٨٦	٨٤	-	-	٥,٠٢	٤٣٠,٥	١,٧٤
١٦	منوعات	٠,٠٥	٧	٠,٥٠	٤٩,٣٥	٢,٠٢	٢٤١,٩	-	-	٠,٦٦
	المجموع	١٠٠,٠٠	١٤٦٠٣,٢٥	١٠٠,٠٠	٩٧٧٨,٧٥	١٠٠,٠٠	١١٩٦١,٩٢	١٠٠,٠٠	٨٥٦٥,٥	١٠٠,٠٠

جدول (٣): نوع التغطية الصحفية في صحف الدراسة

م	الصحيفة	عمان		الوطن		الشبيبة		الزمن		اجمالي المساحة / سم ^٢	اجمالي النسبة %
		النسبة %	المساحة / سم ^٢	النسبة %	المساحة / سم ^٢	النسبة %	المساحة / سم ^٢	النسبة %	المساحة / سم ^٢		
١	تمهيدية	٤,٦٤	٦٧٨	٥,٥١	٥٢٩,٢٥	١,٨٦	٢٢٢,٩	٣,٩٥	٣٣٨	١٧٧٨,١٥	٣,٩٦
٢	تسجيلية	٧٣,٨٣	١٠٧٨١	٧٣,٣١	٧١٦٩,١٥	٨٢,٣٦	٩٨٥١,٣٥	٦٠,٢٧	٥١٦٢,٢	٣٢٩٦٣,٦	٧٣,٤٠
٣	تمهيدية وتسجيلية	٥,٦٧	٨٢٨,٢٥	٨,٣٢	٨١٣,٢٥	٨,٨١	١٠٥٢,٦٨	١٧,٨٨	١٥٣١,٨	٤٢٣٦,٩٨	٩,٤١
٤	أخرى	١٥,٨٦	٢٣١٦	١٢,٨٦	١٢٥٧,١	٦,٩٧	٨٢٤,١	١٧,٩٠	١٥٣٣,٥	٥٩٤٠,٧	١٣,٢٣
	المجموع	١٠٠,٠٠	١٤٦٠٢,٢٥	١٠٠,٠٠	٩٧٧٨,٧٥	١٠٠,٠٠	١١٩٦١,٩٢	١٠٠,٠٠	٨٥٦٥,٥	٤٤٩٠٩,٤٣	١٠٠,٠٠

جدول (٤): مراكز التغطية الصحفية في صحف الدراسة

م	الصحيفة	عمان		الوطن		الشبيبة		الزمن		اجمالي المساحة / سم ^٢	اجمالي النسبة %
		النسبة %	المساحة / سم ^٢	النسبة %	المساحة / سم ^٢	النسبة %	المساحة / سم ^٢	النسبة %	المساحة / سم ^٢		
١	محلية	٤١,٩٢	٦١٢١,٠٧	٣٧,٤٨	٣٦٥٠,٢٣	٣٤,٦١	٤١٢٩,٧٦	٧٧,٢١	٦٦١٣,٥	٢٠٥٢٩,٥٦	٤٥,٧٤
٢	خليجية	٢,٥٠	٣٦٥,٥	١,٨٠	١٧٥,٨	٥,٠٦	٦٠٥,٣	-	-	١١٤٦,٦	٢,٥٥
٣	عربية	١١,٦٥	١٧٠١,٨	١٤,٨٨	١٤٥٥,٢	١٨,١٣	٢١٦٨,٢٥	-	-	٥٢٢٤,٦٣	١١,٨٦
٤	دولية	١٣,٦٦	١٩٥١,٢٥	٩,٧٥	٩٥٣,٤	٣٦,١٥	٣١٢٨,٢٢	٤,٨٩	٤١٨,٥	٦٤٥١,٢٧	١٤,٢٧
٥	أكثر من مركز	٧,٢٧	١٠٦١,٢٥	١٤,٦١	١٤٢٩,٠٥	٨,٤٨	١٠٤٠,٥	-	-	٣٥٠٤,٢٥	٧,٨٠
٦	بلا مركز	٧,٤٤	١٠٨٧	٨,٦٢	٨٤٢,٩٧	٠,٦٠	٧٢,٢٥	-	-	٢٠٠٢,٢٢	٤,٤٦
٧	أخرى	١٥,٨٦	٢٣١٦	١٢,٨٦	١٢٥٧,١	٦,٩٧	٨٢٤,١	١٧,٩٠	١٥٣٣,٥	٥٩٤٠,٧	١٣,٢٣
	المجموع	١٠٠,٠٠	١٤٦٠٢,٢٥	١٠٠,٠٠	٩٧٧٨,٧٥	١٠٠,٠٠	١١٩٦١,٩٢	١٠٠,٠٠	٨٥٦٥,٥	٤٤٩٠٩,٤٣	١٠٠,٠٠

اهتمام الصحافة العمانية بالشؤون المختلفة تكون الصحف العمانية العربية اليومية قد اختلفت مع قيم إخبارية راسخة ترتبط بالقرب المكاني والنفسي، فالأخبار والمواد الصحفية الدولية نسبتها الإجمالية أكبر من تلك المرتبطة بالشؤون العربية، وهذه الأخيرة نسبتها الإجمالية أكبر من الأخبار والمواد الصحفية المرتبطة بالشؤون الخليجية. لكن هذه الصحف أيضاً قد تفسر هذا الترتيب الجديد لمراكز التغطية الصحفية لها باعتبارها على قيم إخبارية أخرى أكثر أهمية وتأثيراً مثل الأهمية، والجدة والحداثة، والحجم، والصراع، وغيرها.

٥-١-٢ الأنماط الصحفية في صحف الدراسة

يستعرض هذا الجزء من التحليل الأنماط الصحفية التي اعتمدت عليها الصحف العمانية العربية اليومية لتقديم مادتها الصحفية في صفحاتها الأولى. حيث يقدم الجدول رقم (٥) في الأسفل عرضاً إحصائياً للأنماط التي تم الاعتماد عليها في فترة الدراسة. ويظهر الجدول رقم (٥) بعض النتائج المنطقية عن الأنماط التي استخدمتها الصحف العمانية لتقديم مادتها في الصفحات الأولى؛ إذ إن الخبر حقق نسبة إجمالية بلغت ٨٣٪، في مقابل نسبة إجمالية لم تصل إلى ١٪ لفنون التحقيق والحديث الصحفي. وهي نتائج منطقية قياساً على أهمية الخبر ومكانته الصحفية أولاً والحيز المكاني الذي يحتله عادةً، ولا سيما أن الحديث هنا عن الصفحة الأولى. في المقابل فإن التحقيق والحديث كفنون صحفية تحتاج إلى مساحة أكبر من تلك التي يحتاجها الخبر عادةً. لكن يمكن للصفحة الأولى أن تقدم أجزاءً من تحقيقات وأحداث صحفية مهمة تستكمل في الصفحات الداخلية كما تستكمل بعض الأخبار أيضاً. وهذا ما حاولت صحيفة واحدة الشبيبة من صحف الدراسة القيام به؛ إذ

المكاني» و «النفسي» من القيم الإخبارية المهمة التي تعتمد عليها وسائل الإعلام عامة في قرار الاهتمام بحدث من الأحداث وتحديد أهميته بالنسبة للوسيلة الإعلامية. في هذه الدراسة تم تقسيم مراكز التغطية في الصفحات الأولى للصحف العمانية العربية اليومية إلى أربع فئات رئيسية هي: المحلي، والخليجي، والعربي، والدولي، إلى جانب ثلاث فئات أخرى هي أكثر من مركز، و بلا مركز، وأخرى. ويوضح الجدول رقم (٤) التحليل الإحصائي لمراكز التغطية الصحفية في الدراسة الحالية.

تشير النتائج التي يقدمها الجدول رقم (٤) إلى أن صحف الدراسة ركزت في مادتها الصحفية على الشأن المحلي؛ إذ بلغت النسبة الإجمالية لمساحة المواد الصحفية المحلية في الصفحات الأولى لصفح الدراسة ٤٦٪، وتوزعت النسبة المتبقية على مراكز جغرافية أخرى؛ خليجية، وعربية، وعالية، وأكثر من مركز. وتفاوتت صحف الدراسة فيما بينها في درجات الاهتمام بكل مركز من هذه المراكز؛ إذ حققت صحيفة الزمن أعلى درجة اهتمام بالإطار الجغرافي المحلي في صفحاتها الأولى بنسبة إجمالية بلغت ٧٧٪، تلتها صحيفة عمان بنسبة بلغت ٤٢٪، ثم صحيفة الوطن بنسبة بلغت ٣٧٪، وأخيراً صحيفة الشبيبة بنسبة بلغت ٣٥٪.

يتضح من هذه النتائج أن الصحيفة الأحدث -الزمن- من حيث النشأة التاريخية تحاول أن تستحوذ على اهتمام القراء المحليين بالتركيز على الشأن المحلي. ويمكن القول إن هذه الصحيفة بحكم نشأتها الحديثة حاولت تحقيق عنصر تفوق على الصحف المحلية المتقدمة عليها بالتركيز على الشأن المحلي، كما يتضح من النتائج التي يقدمها الجدول رقم (٤) أن دوائر اهتمام الصحف العمانية العربية اليومية في صفحاتها الأولى تنطلق من الشأن المحلي، ثم الدولي، ثم العربي، ثم الخليجي. وبهذه النتائج المرتبطة بدرجات

جدول (5): الأنماط الصحفية في صحف الدراسة

م	الصحيفة	عمان		الوطن		الشبيبة		الزمن		اجمالي النسبة %
		النسبة %	المساحة / سم ²	النسبة %	المساحة / سم ²	النسبة %	المساحة / سم ²	النسبة %	المساحة / سم ²	
١	الخبر	٨٣,٥٣	١٣١٩٧,٥	٨٧,١٤	٨٥٢١,٦٥	٨٠,٠٨	٩٥٧٩,٦٦	٦٧٧٢	٢٧٩,٠٦	٨٢,٥٥
٢	التحقيق	-	-	-	-	١,٦٣	١٩٥,٤٥	-	-	٠,٤٤
٣	الحديث	-	-	-	-	٠,٣٣	٤٠	-	-	٠,٠٩
٤	التقرير	٠,٤٥	٦٥	-	-	٦,٦٨	٧٩٨,٦٢	٢٠٧,٥	٢,٤٢	٢,٣٩
٥	المقال	٠,١٧	٢٤,٧٥	-	-	٤,٣٠	٥١٤,١	٥٣,٥	٠,٦١	١,٣٢
٦	الإشارات والإحالات	١١,٥٣	١٦٨٢,٧٥	١٢,٨٦	١٣٥٧,١	٦,٨٨	٨٢٢,٨٥	١٥٣٣,٥	١٧,٩٠	١١,٨٠
٧	المعلومات	٤,٣٣	٦٣٢,٢٥	-	-	٠,٠٩	١١,٢٥	-	-	١,٤٣
	المجموع	١٠٠,٠٠	١٤٦٠٣,٢٥	١٠٠,٠٠	٩٧٧٨,٧٥	١٠٠,٠٠	١١٩٦١,٩٣	٨٥٦٥,٥	١٠٠,٠٠	٤٤٩٠٩,٤٣

العربية اليومية في صفحاتها الأولى، قللة استخدام المقال الصحفي، ومنها المقال «الافتتاحي» تحديداً. لكن هذا الغياب للمقال من الصفحات الأولى لا يعني غيابه الكامل في هذه الصحف؛ فإن صحف الدراسة باستثناء الشبيبة، تنشر مقالاتها الافتتاحية في الصفحات الداخلية؛ ومن ثم اختفى المقال من الصفحات الأولى لهذه الصحف باستثناءات قليلة ومحدودة.

٦-١-٢ مصادر التغطية الصحفية في صحف الدراسة

يمكن تقسيم مصادر التغطية الصحفية التي اعتمدت عليها الصحف العمانية العربية اليومية في صفحاتها الأولى إلى مصادر ذاتية تتمثل في: المحرر، والمراسل، والمندوب، وأخرى خارجية هي: وكالات الأنباء المحلية والدولية، والخدمات الصحفية. ويشير الجدول رقم (٦)، إلى عدد من النتائج المهمة فيما يتعلق بمصادر التغطية الصحفية في الصفحات الأولى للصحف العمانية العربية اليومية في فترة هذه الدراسة.

ومن النتائج المهمة التي توصلت إليها هذه الدراسة أن صحف الدراسة اعتمدت على مصادرها الذاتية (المحرر، والمراسل، والمندوب) بنسبة إجمالية بلغت ٢٢,٩١٪ فقط، فيما توزعت النسبة المتبقية على مصادر أخرى. ويتضح من الجدول رقم (٦) أن وكالة الأنباء المحلية تستحوذ على أعلى نسبة من بين مصادر التغطية الأخرى في صحف الدراسة؛ إذ يبلغ إجمالي نسبة المساحة لوكالة الأنباء

نشرت أجزاء بسيطة من تحقيقات وأحاديث صحفية في الصفحة الأولى واستكملتها في الصفحات الداخلية. وكان يمكن للصحف العمانية أن تكثف من استخدام أنماط صحفية مختلفة في الصفحات الأولى بدلاً من التركيز على نمط الخبر الصحفي فقط. إذ إن مثل هذا التنوع يمكن أن يخرج هذه الصحف من النمطية المعتادة في تقديم المادة الصحفية في الصفحة الأولى بالتركيز على نمط الخبر الصحفي، كما أن تقديم أجزاء من التحقيقات والأحاديث الصحفية في الصفحات الأولى يشجع على تطوير هذه الفنون وتعويد القراء على الاهتمام بها ابتداءً من الصفحة الأولى.

ومن الفنون الصحفية التي لم توظفها الصحف العمانية العربية اليومية في صفحاتها الأولى فن القصة الإخبارية؛ إذ تظهر النتائج في الجدول رقم (٥) أن صحف الدراسة لم تستخدم فن القصة الإخبارية على الإطلاق. وكان يمكن للقصة الإخبارية أيضاً تحقيق التنوع في استخدام الفنون الصحفية في الصحف الأولى للصحف العمانية العربية اليومية، لكن هذه الصحف لم تستخدم فن القصة الإخبارية طوال فترة الدراسة الحالية. ويمكن تفسير هذا الغياب الكامل لفن القصة الإخبارية من الصفحات الأولى للصحف العمانية المدروسة بعدم وجود القدرات المهنية اللازمة لكتابة هذا الفن لأنه يحتاج إلى قدرات أدبية ومهنية خاصة تتجاوز فكرة الكتابة الوظيفية المجردة للخبر. ومن الملاحظات المهمة الأخرى فيما يتعلق بأنماط الفنون الصحفية التي استخدمتها الصحف العمانية

جدول (٦): مصادر التغطية الصحفية في صحف الدراسة

م	الصحيفة	عمان		الوطن		الشبيبة		الزمن		اجمالي النسبة %
		النسبة %	المساحة / سم ²	النسبة %	المساحة / سم ²	النسبة %	المساحة / سم ²	النسبة %	المساحة / سم ²	
١	المحرر	-	-	٥,١٥	٥٠٢,٨	١٦,٩٥	٢٠٢٧,٠٤	٣٦٤٠,٢٥	٤٢,٥٠	١٣,٧٤
٢	المراسل	-	-	-	-	٥,٣٠	٦٣٤,٣٣	-	-	١,٤١
٣	المندوب	١١,٤٨	١٦٧٥,٧٥	٤,٢٧	٤١٧,٥	٤,١٠	٤٩٠,٠٥	٩٠٠,٨	١٠,٥٢	٧,٧٦
٤	وكالة الأنباء المحلية	٣٢,٢٧	٤٧١٢,٨٢	٢٣,٩٦	٢٣٤٢,٠٧	١٩,٢١	٢٢٩٧,٩٢	١٨٥٠,٩٥	٢١,٦١	٢٤,٩٥
٥	وكالات الأنباء الدولية	٢٠,١٨	٢٩٤٧,١٨	٣,٤٦	٣٣٨,٣٥	١٨,٩٣	٢٣٦٤,٤٤	-	-	١٣,٣٦
٦	خدمات صحفية	-	-	-	-	٤,٨١	٥٧٥,٧٥	-	-	١,٢٨
٧	أكثر من مصدر	١٢,٧٦	١٨٦٣,٥	٤٠,٥٣	٣٩٦٣,٢٥	٢٣,١٢	٢٧٦٦,٠٥	٦٤٠	٧,٤٧	٢٠,٥٦
٨	مجهولة المصدر	٧,٤٥	١٠٨٨	٩,٧٧	٩٥٥,٧٨	٠,٦٠	٧٢,٢٥	-	-	٤,٧١
٩	أخرى	١٥,٨٦	٢٣١٦	١٢,٨٦	١٣٥٧,١	٦,٩٧	٨٢٤,١	١٥٣٣,٥	١٧,٩٠	١٣,٢٣
	المجموع	١٠٠,٠٠	١٤٦٠٣,٢٥	١٠٠,٠٠	٩٧٧٨,٧٥	١٠٠,٠٠	١١٩٦١,٩٣	٨٥٦٥,٥	١٠٠,٠٠	٤٤٩٠٩,٤٣

٧-١-٢ الفاعل الرئيس في المادة الصحفية بصحف الدراسة تذهب بعض الدراسات الإعلامية إلى تحديد فئة الفاعل في المواد الإعلامية أو الصحفية المنشورة بغرض معرفة الشخصيات أو الجهات التي تركز عليها تلك المواد كونها صانعة للأحداث. ويتم تحديد الفاعل في المادة الصحفية عادةً من خلال النص الذي يقدم إشارة واضحة للشخصية أو الجهة (محور الحدث). تقسم الدراسة الحالية فئات الفاعل في المواد الصحفية المنشورة في الصفحات الأولى من الصحف العمانية العربية اليومية في فترة الدراسة إلى ست عشرة فئة. ويمكن تقسيم هذه الفئات إلى ثلاثة أقسام رئيسية: فئات الفاعل الرسمي والحكومي (١١ فئة)، وفئات الفاعل غير الرسمي (فئتان)، وفئات عامة (٣ فئات). ويشير الجدول رقم (٧) إلى عدد من النتائج المهمة فيما يتعلق بالفاعل في المواد الصحفية في الصفحات الأولى لصحف الدراسة.

تشير نتائج الدراسة الحالية إلى تصدر فئات الفاعل الرسمي والحكومي محلياً كان أو غير محلي في المواد الصحفية التي نشرتها صحف الدراسة في فترة الدراسة؛ إذ بلغت النسبة الإجمالية لتلك الفئات الإحدى عشرة، قرابة ٦٦,٤٪. وبالنظر إلى النتائج التفصيلية التي يقدمها الجدول رقم (٧) عن الفاعل في المواد الصحفية المنشورة، يتضح أن فئة «رئيس الدولة» تعدّ الفاعل الأبرز في الصفحة الأولى لصحف الدراسة؛ إذ بلغ إجمالي نسبة مساحة المواد الصحفية التي كان فيها الفاعل «رئيس الدولة» قرابة (١٧,١٦٪). وكانت صحيفة عمان أكثر الصحف اهتماماً بهذه الفئة؛ إذ بلغت نسبة مساحة المواد المنشورة فيها وكان الفاعل فيها «رئيس الدولة» قرابة (٢١,٧١٪)، بينما كانت صحيفة الشبيبة الأقل اهتماماً بهذه الفئة؛ إذ لم تتجاوز نسبة المواد الصحفية التي كان فيها الفاعل «رئيس الدولة» (١١,٠٣٪).

وتشير هذه النتائج إلى سيطرة الطابع الرسمي والحكومي على الصفحات الأولى في صحف الدراسة. وعلى الرغم من اختلاف ملكية صحف الدراسة بين الحكومية والخاصة لم تختلف في سيطرة حضور الفاعل الرسمي الحكومي في المواد الصحفية التي نشرتها الصحف في صفحاتها الأولى. وتؤكد نتائج الدراسة أيضاً، أن رئيس الدولة يعدّ الفاعل الرئيس في إجمالي مساحة صحف الدراسة، في حين تتفق صحيفة عمان والوطن والشبيبة، في أن أقل نسبة للفاعل الرئيس تكمن في فئة المؤسسات المحلية الخاصة وفئة الفاعل غير المحدد، وتوافقها صحيفة الزمن في فئة الفاعل «غير المحدد».

٨-١-٢ نوع الصورة الصحفية بصحف الدراسة تمثل العناصر المرئية بشكل عام والصورة بشكل خاص عنصراً مهماً في الاتجاه الإخراجي الذي تتبناه أي صحيفة من الصحف، ويظل هذا العنصر مجالاً للمقارنة والتمييز بين صحيفة وأخرى. ومما يزيد من أهمية الصورة في هذه الدراسة، تركيز هذه الأخيرة على الصفحة الأولى التي تمثل واجهة الصحيفة (أية صحيفة) وعنوانها الأساسي. وكشفت الدراسة الحالية عن عدد من النتائج المهمة فيما يتعلق بالصورة الصحفية في الصفحات الأولى لصحف

المحلية (٢٤,٩٥٪)، في حين تحصل الخدمات الصحفية والمراسلين على أقل النسب في صحف الدراسة، وذلك بنسبة (١,٢٨٪) للخدمات الصحفية، و(١,٤١٪) للمراسلين. وبالنظر إلى النتائج الخاصة بكل صحيفة من صحف الدراسة فيما يتعلق بمصادر التغطية الصحفية، أوضحت نتائج الدراسة أن وكالة الأنباء العمانية كانت من المصادر الأساسية لصحيفة عمان؛ إذ بلغت نسبة المواد الصحفية التي نشرتها الصحيفة منسوبةً إلى وكالة الأنباء العمانية ٣٢,٢٧٪، في حين لم تنشر الصحيفة أي مواد صحفية منسوبة إلى محرري أو مراسلي الصحيفة. وتشير هذه النتائج إلى أن الصحيفة لا تعتمد على مصادرها الذاتية في صفحاتها الأولى، الأمر الذي يؤثر على قوة الصحيفة ومهنتها فيما يتعلق بصناعة الصحيفة لأخبارها ومادتها الصحفية بشكل عام وفي صفحاتها الأولى بشكل خاص. أما صحيفة الوطن فنسبت أكثر موادها الصحفية إلى «أكثر من مصدر»؛ إذ بلغت نسبة الأخبار المنسوبة إلى هذه الفئة ٤٠,٥٣٪. وتشير هذه النتيجة إلى الجهد التحريري الذي يبذله محررو الصفحات الأولى في الصحيفة كما نسبت الصحيفة ٢٣,٩٦٪ من موادها الصحفية في صفحاتها الأولى إلى وكالة الأنباء العمانية. ولم تنسب صحيفة الوطن أيضاً أيّاً من موادها الصحفية في صفحاتها الأولى في فترة الدراسة إلى مراسليها.

وعلى عكس الصحيفتين المتقدمتين، نسبت صحيفة الزمن ٤٢,٥٠٪ من موادها الصحفية المنشورة في صفحاتها الأولى إلى محرري الصحيفة، بشكل يشير إلى أن هذه الصحيفة كانت تسعى إلى تأكيد قدرتها على صناعة أخبارها وموادها الصحفية، ولا سيما أنها كانت آخر الصحف العمانية العربية اليومية وأحدثها نشأة في فترة إعداد الدراسة. أما صحيفة الشبيبة فنشرت ما يقرب من ٢٣,١٢٪ من موادها الصحفية في صفحاتها الأولى منسوبةً إلى «أكثر من مصدر»، بينما نشرت ما يقرب من ١٩,٢١٪ من تلك المواد منسوبةً إلى وكالة الأنباء العمانية. واعتمدت صحيفة الشبيبة في صفحاتها الأولى على مصادرها الذاتية ومن المراسلين والمندوبين والمحررين تحديداً بنسبة إجمالية بلغت ٢٦٪، كما اعتمدت الصحيفة أيضاً على الخدمات الصحفية بنسبة بلغت ٤,٨١٪.

وبالنظر إلى النتائج العامة للمصادر التي اعتمدت عليها الصحف العمانية العربية اليومية في موادها الصحفية في الصفحات الأولى يتضح أن النسبة الإجمالية للمصادر الذاتية (المحرر، والندوب، والمراسل) لهذه الصحف لم تتجاوز ٢٥٪ بشكل يشير إلى أن اتجاه صناعة الأخبار في هذه الصحف وبخاصة الصفحات الأولى لم يتشكل بصورة واضحة، كما اتضح من خلال نتائج التحليل أن هذه الصحف تعتمد على وكالة الأنباء العمانية كمصدر أساسي من مصادر الأخبار؛ إذ بلغ إجمالي نسبة الأخبار والمواد الصحفية المنسوبة لتلك الوكالة في هذه الصحف قرابة ٢٥٪. ومن النتائج المهمة في هذه الدراسة فيما يخص مصادر الأخبار نشر صحف الدراسة ما نسبته ٤٪ من أخبارها في الصفحات الأولى دون مصدر محدد أو مجهولة المصدر. ومما ضاعف من أهمية هذه النتيجة أن تلك الأخبار «المجهولة المصدر» نشرت في الصحف العمانية الأقدم تاريخاً والأطول عمراً من حيث المهنة وهي الوطن وعمان.

جدول (٧): الفاعل الرئيس في المادة الصحفية في صحف الدراسة

م	الصحيفة	عمان		الوطن		الشبيبة		الزمن		اجمالي النسبة %
		النسبة %	المساحة / سم ^٢	النسبة %	المساحة / سم ^٢	النسبة %	المساحة / سم ^٢	النسبة %	المساحة / سم ^٢	
١	رئيس الدولة	٢١,٧١	٢١٧٠,٨٢	١٥,٨٩	١٣١٩,٧٧	١١,٠٢	١٦٦١,٩٥	١٩,٤٠	٧٧٠٦,٥٤	١٧,١٦
٢	رؤساء دول خليجية	٠,٧٧	١١٢	٣,٤٦	٣٥٢,٣	٢,٩٥	-	-	٨٠٢,٨٧	١,٧٩
٣	رؤساء دول عربية	١,١٥	١٦٨	١,٤٨	٤٢٥,٧	٢,٥٦	-	-	٧٢٨,١١	١,٦٤
٤	رؤساء دول اجنبية	٣,٧٥	٥٤٧,٧٥	١,٩٩	٢٢٨,٧٥	٢,٧٥	١٠٥	١٠٥	١١٧٥,٦٥	٢,٦٢
٥	مسئولون حكوميون محليون	١٠,٣٧	١٥١٤,٥	٦,٥٧	٦٤٢,٥٥	١٢,٧٩	٨٦٤,٥	١٠,٠٩	٤٥٥١,٧٩	١٠,١٤
٦	مسئولون حكوميين غير محليون	١٣,٣٧	١٩٥١,٧٥	٩,٨٨	٩٦٦,٥٥	١٦,٣١	١٨٩	٢,٣١	٥٠٥٧,٩	١١,٢٦
٧	مؤسسات محلية حكومية	٣,٨١	٥٥٧	٥,٠٥	٤٩٣,٧٨	٧,٤٣	١٩١٠,٣	٢٢,٣٠	٣٨٤٩,٤٦	٨,٥٧
٨	مؤسسات محلية خاصة	١,٦٠	٢٣٢,٥	١,٨٤	١٧٩,٥٥	١,١٩	-	-	٥٥٥,٦٧	١,٢٤
٩	مؤسسات خارج نطاق الدولة	٤,١٢	٦٠١,٥	٢,٦٤	٢٥٨,٢٤	١٤,٨٠	٦٦,٥	٠,٧٨	٢١٩٦,٥١	٦,٠٠
١٠	مجالس ولجان محلية	٦,١٧	٩٠٠,٧٥	٦,٠٨	٥٥٥,٠٢	-	-	٢,٥٢	١٧١١,٥٢	٣,٨١
١١	مجالس ولجان غير محلية	٢,٩٤	٤٢٩,٧٥	٣,٨٧	٣٧٨,٥	١,٢٨	١٦٥	-	٩٧٢,٢٥	٢,١٧
١٢	متخصصون وخبراء محليون وغير محليون	٢,٦٩	٣٩٣	٥,٢٤	٥٢٢,٥٧	٥,٦٧	١٣٦٤,٥	١٤,٧٦	٢٨٥٨,٦٤	٦,٢٧
١٣	مواطنون محليون وغير محليون	١,١٥	١٦٨	١,١١	١٠٨,٢٥	٢,٧٨	٢٤٨,٥	٢,٩٠	٨٥٧,٥	١,٩١
١٤	أكثر من فاعل	١٠,٥٤	١٥٢٨,٩٢	٢١,٦١	٢١١٢,٥	١٠,١٣	٤٤٣	٥,١٧	٥٢٠٦,٨١	١١,٨٢
١٥	فاعل غير محدد	-	-	٠,٢٣	٣٢	٠,٢٦	٦٣	٠,٧٤	١٦٦,٥	٠,٢٨
١٦	أخرى	١٥,٨٦	٢٣٦٦	١٢,٨٦	١٢٥٧,١	٦,٩٧	٨٢٤,١	١٧,٩٠	٥٩٤٠,٧	١٢,٢٣
	المجموع	١٠٠,٠٠	١٤٦٠٣,٢٥	١٠٠,٠٠	٩٧٧٨,٧٥	١٠٠,٠٠	١١٩٦١,٩٢	١٠٠,٠٠	٤٤٩٠٩,٤٣	١٠٠,٠٠

جدول (٨): نوع الصورة الصحفية بصحف الدراسة

م	الصحيفة	عمان		الوطن		الشبيبة		الزمن		اجمالي النسبة %
		النسبة %	المساحة / سم ^٢	النسبة %	المساحة / سم ^٢	النسبة %	المساحة / سم ^٢	النسبة %	المساحة / سم ^٢	
١	فردية شخصية	٧,٨١	٢٤٤,٢٥	٥,٣٠	٤٢٨,٥	١٧,٩٠	١٥,٧٥	٠,٥٧	٨٢٠,٥	٧,٦١
٢	صورة الحدث	٩٠,٢٠	٢٨١٩,٢٥	١٨٤٤,٧٥	٧٤,٠٠	١٩٦٥,٧٥	٨٢,١٠	٩٩,٤٣	٩٣٧٨	٨٧,٠٢
٣	الرسوم	١,٠٩	٣٤	-	-	-	-	-	٣٤	٠,٣٢
٤	أخرى	٠,٩٠	٢٨	٥١٦	٢٠,٧٠	-	-	-	٥٤٤	٥,٠٥
	المجموع	١٠٠,٠٠	٣١٢٥,٥	٢٤٩٢,٧٥	٢٣٩٤,٢٥	١٠٠,٠٠	٣٧٦٤	١٠٠,٠٠	١٠٧٧٦,٥	١٠٠,٠٠

الدراسة كما يوضحها الجدول رقم ٨.

يوضح الجدول رقم (٨) أن صورة الحدث استحوذت على أعلى نسبة من بين أنواع الصور الأخرى في صحف الدراسة، إذ بلغ إجمالي نسبة المساحة التي خصصتها صحف الدراسة لصورة الحدث (٨٧,٠٢٪). في المقابل حصلت الرسوم على أقل النسب في صحف الدراسة؛ إذ لم تتجاوز المساحة الإجمالية التي خصصتها صحف الدراسة لهذه الرسوم (٠,٣٢٪). وتفاوتت صحف الدراسة في درجات اهتمامها بصور الحدث؛ ففي حين وصلت المساحة الإجمالية التي شغلتها هذه الصور في صحيفة الزمن ما نسبته (٩٩,٤٣٪)، وفي صحيفة عمان إلى (٩٠,٢٠٪)، وصحيفة الشبيبة (٨٢,١٠٪)، و في صحيفة الوطن (٧٤,٠٠٪). أما الصور الشخصية فلم تتجاوز المساحة الإجمالية لها في

كل صحف الدراسة (٧,٦١٪)، وبلغت أعلى نسبة حضور لها بين صحف الدراسة في صحيفة الشبيبة عندما حققت ما نسبته (١٧,٩٠٪)، وتلتها صحيفة عمان بنسبة (٧,٨١٪)، ثم صحيفة الوطن بنسبة (٥,٣٠٪)، في حين حققت أقل حضور لها في صحيفة الزمن بنسبة (٠,٥٧٪).

وإذا كانت مدرسة الصحافة التقليدية تعتمد على الصورة الشخصية الفردية بشكل أساسي ثم بمرور الوقت اعتمدت على صور الحدث، فإن المدارس الصحفية المعاصرة تقدم أشكالاً مختلفة من العناصر المرئية كالجداول والرسومات المعتمدة على الصورة أو المتكررة على أساس قراءة النص. أما بالنسبة للصحف العمانية في فترة الدراسة الحالية وفي صفحاتها الأولى على وجه الخصوص،

جدول (٩): نوع الإعلانات في صحف الدراسة

م	نوع الاعلان	عمان		الوطن		الشبيبة		الزمن		اجمالي المساحة / سم ^٢	اجمالي النسبة %
		النسبة %	المساحة / سم ^٢	النسبة %	المساحة / سم ^٢	النسبة %	المساحة / سم ^٢	النسبة %	المساحة / سم ^٢		
١	سلعة	١٩,٧٥	٢٤٨٨,٥	٢٤,٩١	١٠٧٥,٥	١٢,٤٤	٩٨	٧,٢٨	٤٦٤٠,٧٥	١٨,٦١	
٢	خدمة	٨٠,٢٥	٧٥٠٢,٧٥	٧٥,٠٩	٧٥٦٩,٥٧	٨٧,٥٦	١٢٤٨,٥	٩٢,٧٢	٢٠٢٩٨,٨٢	٨١,٣٩	
	المجموع	١٠٠,٠٠	٩٩٩١,٢٥	١٠٠,٠٠	٨٦٤٥,٠٧	١٠٠,٠٠	١٢٤٦,٥	١٠٠,٠٠	٢٤٩٢٩,٥٧	١٠٠,٠٠	

فيبدو أنها لا تزال تقليدية وإن ركزت على صور الحدث؛ إذ لم توظف هذه الصحف التقنيات المعاصرة في تقديم العناصر المرئية في صفحاتها الأولى.

تمثل الإعلانات في صحف الدراسة

تتمثل الإعلانات النوع الثاني من المواد الصحفية التي تنشرها الصحف عادةً. وتتفاوت الصحف في عدد ومساحة الإعلانات التي تنشرها في مختلف صفحاتها. وتختلف المدارس الصحفية حول العالم فيما يتعلق بنسبة مساحة الإعلانات في العدد الواحد من أي صحيفة وفي الأماكن التي تحتلها تلك الإعلانات؛ إذ تذهب بعض المدارس الصحفية إلى القول بأن مساحة الإعلانات تتراوح من ٢٥٪-٤٠٪ في كل عدد، بينما يذهب البعض الآخر إلى عدم التقيّد بأي نسبة لعدد الإعلانات أو مساحتها في العدد الواحد. ويستخدم الجدل أكثر بشأن عدد الإعلانات ومساحتها في الصفحات الأولى من الصحف، فهناك من يعتقد أن هذه الصفحات تمثل واجهة الصحف وتقدم من خلالها أهم موادها الصحفية وأقواها، ولا سيما تلك المواد تمثل الرسالة الأساسية لأي صحيفة وغايتها الأسمى والأهم. وفي المقابل تعتقد بعض الصحف ومعها بعض المعلنين أن الإعلان أيضاً وظيفة أساسية من وظائف الصحافة، ويمكن تأدية تلك الوظيفة في أي صفحة من الصفحات. ويعتقد هذا الفريق من الصحف والمعلنين أن شروط العمل التجاري المحكوم بمبادئ العرض والطلب هي التي تحدد مساحة الإعلانات وعددها في الصحف، ومواقع نشرها. وأشارت النتائج السابقة في هذه الدراسة إلى أن المساحة الإجمالية للإعلانات في الصفحات الأولى من صحف الدراسة لم تتجاوز ٣٣٪، في حين خصصت تلك الصحف المساحة المتبقية للمواد الصحفية التحريرية. أما نوع الإعلانات التي نشرتها صحف الدراسة في صفحاتها الأولى، فيقسمها الجدول رقم (٩)، إلى نوعين أساسيين: (١) إعلانات السلع وبلغت إجمالي مساحتها في صحف الدراسة ١٩٪، و (٢) إعلانات الخدمات التي بلغ إجمالي المساحة التي احتلتها في صحف الدراسة ٨١٪.

١٠-١-٢ موضوعات الإعلانات في صحف الدراسة

يتضح من الجدول رقم (١٠) أن فئات إعلانات الخدمات في الصفحات الأولى لصحف الدراسة والتي بلغت إحدى عشر فئةً تتفوق بنسبة كبيرة على فئات إعلانات السلع البالغ عددها ست فئات. ففي حين لم يتجاوز إجمالي مساحة إعلانات السلع في كل صحف الدراسة ١٩٪ فقط، بلغ إجمالي نسبة إعلانات الخدمات ٨١٪.

توضح النتائج العامة لموضوعات الإعلانات المنشورة في صحف الدراسة تفوق إعلانات «الخدمات المالية»؛ إذ بلغت نسبتها الإجمالية في فترة الدراسة ٣٢٪. وجاءت إعلانات «الخدمات الطبية» في الترتيب الثاني بنسبة إجمالية بلغت ١٩,٣١٪. في المقابل جاءت إعلانات «خدمات التوظيف»، في الترتيب الأخير بنسبة ٠,٥١٪. وفيما يتعلق بالمواد الاستهلاكية، تفوقت إعلانات «المواد التجميلية» في صحف الدراسة؛ إذ بلغت نسبتها في فترة الدراسة ٨٪، أما أقل أنواع الإعلانات الاستهلاكية حضوراً في صحف الدراسة فكانت إعلانات «الأثاث والديكور» التي لم تتجاوز نسبتها الإجمالية في فترة الدراسة ١,١٪.

تشير هذه النتائج إلى قناعة المؤسسات المالية كالبنوك وشركات الاستثمار المختلفة بالإعلان عن خدماتها، كما تشير النتائج أيضاً إلى القدرة المالية لتلك المؤسسات في الترويج لخدماتها والإعلان عنها. وتوضح هذه القناعة والقدرة المالية للمؤسسات المالية والاستثمارية في الفرق الواضح بينها في نسبة حضور هذه الإعلانات في صحف الدراسة التي بلغت ٣٢٪ ونسبة حضور إعلانات «المواد التجميلية» التي بلغت ٨٪ فقط.

١١-١-٢ مصادر الإعلانات في صحف الدراسة

تشير النتائج التي يقدمها الجدول رقم (١١)، إلى تفوق القطاع الخاص في كونه مصدراً للإعلان في الصفحات الأولى لصحف الدراسة؛ إذ بلغ إجمالي نسبة مساحة الإعلانات التي كان القطاع الخاص مصدراً لها ٨٩٪، في مقابل ١٠٪ فقط كان مصدرها القطاع الحكومي، و ١٪ مصدرها أفراد أو أشخاص عاديون.

٩-١-٢ نوع الإعلانات في صحف الدراسة

تمثل الإعلانات النوع الثاني من المواد الصحفية التي تنشرها الصحف عادةً. وتتفاوت الصحف في عدد ومساحة الإعلانات التي تنشرها في مختلف صفحاتها. وتختلف المدارس الصحفية حول العالم فيما يتعلق بنسبة مساحة الإعلانات في العدد الواحد من أي صحيفة وفي الأماكن التي تحتلها تلك الإعلانات؛ إذ تذهب بعض المدارس الصحفية إلى القول بأن مساحة الإعلانات تتراوح من ٢٥٪-٤٠٪ في كل عدد، بينما يذهب البعض الآخر إلى عدم التقيّد بأي نسبة لعدد الإعلانات أو مساحتها في العدد الواحد. ويستخدم الجدل أكثر بشأن عدد الإعلانات ومساحتها في الصفحات الأولى من الصحف، فهناك من يعتقد أن هذه الصفحات تمثل واجهة الصحف وتقدم من خلالها أهم موادها الصحفية وأقواها، ولا سيما تلك المواد تمثل الرسالة الأساسية لأي صحيفة وغايتها الأسمى والأهم. وفي المقابل تعتقد بعض الصحف ومعها بعض المعلنين أن الإعلان أيضاً وظيفة أساسية من وظائف الصحافة، ويمكن تأدية تلك الوظيفة في أي صفحة من الصفحات. ويعتقد هذا الفريق من الصحف والمعلنين أن شروط العمل التجاري المحكوم بمبادئ العرض والطلب هي التي تحدد مساحة الإعلانات وعددها في الصحف، ومواقع نشرها. وأشارت النتائج السابقة في هذه الدراسة إلى أن المساحة الإجمالية للإعلانات في الصفحات الأولى من صحف الدراسة لم تتجاوز ٣٣٪، في حين خصصت تلك الصحف المساحة المتبقية للمواد الصحفية التحريرية. أما نوع الإعلانات التي نشرتها صحف الدراسة في صفحاتها الأولى، فيقسمها الجدول رقم (٩)، إلى نوعين أساسيين: (١) إعلانات السلع وبلغت إجمالي مساحتها في صحف الدراسة ١٩٪، و (٢) إعلانات الخدمات التي بلغ إجمالي المساحة التي احتلتها في صحف الدراسة ٨١٪.

وعلى الرغم من بعض الفروق البسيطة بين صحف الدراسة في درجة ومستوى الاهتمام بأنواع الإعلانات المنشورة فيها، إلا أن الاتجاه العام لهذه الصحف هو الاهتمام بإعلانات الخدمات بشكل كبير وواضح من اهتمامها بإعلانات السلع. وتشير هذه النتائج إلى بعض التفسيرات المهمة من قبيل عدم قناعة مؤسسات إنتاج السلع بالإعلان الصحفي للترويج عن السلع التي تنتجها تلك المؤسسات. وتفرز هذه القناعة المتدنية بأهمية الإعلان الصحفي تراجع

ومن ثم ينشر من خلالها ما يقرب من ٥٠٪ من إعلاناته لأسباب إدارية واتفاقات بينية على مستوى المؤسسات الحكومية، أو بسبب الثقة الكبرى في الصحيفة الحكومية لتحقيق انتشار تلك الإعلانات وتحقيق التأثير المتوقع منها. واختفت الإعلانات الحكومية من صحيفة الزمن التي كانت في فترة اختيار عينة الدراسة الحالية، حديثة النشأة. في المقابل انفردت صحيفتا الوطن والشبيبة

تشير النتائج التي توصلت لها الدراسة الحالية والمشار إليها في الجدول رقم (١١) أن ٤٩٪ من إعلانات القطاع الحكومي نشرت في صحيفة عمان، بينما نشرت ٣٢٪ منها في صحيفة الوطن، ونشرت ١٩٪ منها في صحيفة الشبيبة. ولم يقدم القطاع الحكومي أي إعلانات لصحيفة الزمن. وتبدو هذه النتيجة طبيعة ومتوقعة؛ إذ إن القطاع الحكومي يعامل صحيفة عمان معاملة المؤسسات الحكومية،

جدول (١٠): موضوعات المضمين الإعلانية في صحف الدراسة

م	الصحيفة	عمان		الوطن		الشبيبة		الزمن		اجمالي النسبة %
		النسبة %	المساحة / سم ^٢	النسبة %	المساحة / سم ^٢	النسبة %	المساحة / سم ^٢	النسبة %	المساحة / سم ^٢	
١	مواد استهلاكية	٠,٦٠	٢٩,٧٥	٣,٣٠	١٥٧,٥	١,٨٢	١٥٧,٥	٩٨	٧,٢٨	٢,٤٦
٢	مواد طبية	-	-	٤,٢٣	٤٢٣,٥	-	-	-	-	١,٦٩
٣	مواد تجميلية	١١,٧٤	٥٨١,٧٥	١٣,٣٧	١٣٣٦,٢٥	-	-	-	-	٧,٦٩
٤	الكزونيات	٥,٧١	٢٨٢,٢٥	٠,٤٠	٤٠	-	-	-	-	١,٣٠
٥	اثاث وديكور	٠,٥٦	٢٨	٢,٥٦	٢٥٥,٧٥	-	-	-	-	١,١٤
٦	مطاعم	-	-	١,٠٥	١٠٤,٧٥	١٠,٠٢	٨٦٧	-	-	٣,٩٠
٧	خدمات عقارية	١,١٣	٥٦	٢,٤٦	٢٤٦,٢٥	٤,١٤	٣٥٨	-	-	٢,٦٥
٨	خدمات طبية	-	-	١٣,٥٨	١٣٥٧,٢٥	٣٩,٧٠	٣٤٣٢,٥	-	-	١٩,٢١
٩	خدمات مالية	٣٧,٧٦	١٨٧١,٥	٣٧,٧٧	٣٧٧٢,٥	١٦,٥٩	١٤٣٤,٥٧	٨٥٨	٦٣,٧٢	٣١,٨٣
١٠	خدمات تعليمية	٥,٠٠	٢٤٨	٣,٦٧	٣٦٧	٦,٨٠	٥٨٨	-	-	٤,٨٢
١١	خدمات ثقافية	١,١٣	٥٦	٠,١٦	١٦	٥,٦٢	٤٨٦	-	-	٢,٢٤
١٢	خدمات خيرية	٦,٣٥	٣١٤,٧٥	-	-	-	-	-	-	١,٣٦
١٣	خدمات اتصالية	١٧,٦٤	٨٧٤,٢٥	٦,٥٤	٦٥٣,٧٥	-	-	٣٣٨	٢٥,١٠	٧,٤٨
١٤	خدمات عامة	١,١٣	٥٦	٣,٧٠	٣٦٩,٢٥	٩,٣٨	٨١١	-	-	٤,٩٦
١٥	خدمات سياحة وطيران	١,١٣	٥٦	-	-	٥,٣٦	٤٦٣,٧٥	-	-	٢,٠٨
١٦	خدمات توعوية	٨,٩٩	٤٤٥,٥	٦,٤٨	٦٤٧,٥	٠,٥٤	٤٦,٧٥	٥٢,٥	٣,٩٠	٤,٧٨
١٧	خدمات توظيف	١,١٣	٥٦	٠,٧٢	٧٢,٢٥	-	-	-	-	٠,٥١
	المجموع	١٠٠	٤٩٥٦,٧٥	١٠٠,٠٠	٩٩٩١,٢٥	١٠٠,٠٠	٨٦٤٥,٠٧	١٣٤٦,٥	١٠٠,٠٠	٢٤٩٣٩,٥٧

جدول (١١): مصادر الإعلانات في صحف الدراسة

م	الصحيفة	عمان		الوطن		الشبيبة		الزمن		اجمالي النسبة %
		النسبة %	المساحة / سم ^٢	النسبة %	المساحة / سم ^٢	النسبة %	المساحة / سم ^٢	النسبة %	المساحة / سم ^٢	
١	قطاع حكومي	٢٥,١٣	١٢٤٥	٨,٠٧	٨٠٦,٢٥	٥,٦٢	٤٨٦	-	-	١٠,١٧
٢	قطاع خاص	٧٢,٧٥	٣٦٥٥,٧٥	٩٠,٣٧	٩٠٢٨,٧٥	٩٤,٣٨	٨١٥٩,٠٧	١٠٠,٠٠	١٣٤٦,٥	٨٨,٩٨
٣	شخصي	١,١٣	٥٦	١,٥٦	١٥٦,٢٥	-	-	-	-	٠,٨٥
	المجموع	١٠٠,٠٠	٤٩٥٦,٧٥	١٠٠,٠٠	٩٩٩١,٢٥	١٠٠,٠٠	٨٦٤٥,٠٧	١٣٤٦,٥	١٠٠,٠٠	٢٤٩٣٩,٥٧

جدول (١٢): نوع الجمهور الذي يخاطبه الاعلان في صحف الدراسة

م	الصحيفة	عمان		الوطن		الشبيبة		الزمن		اجمالي النسبة %
		النسبة %	المساحة / سم ^٢	النسبة %	المساحة / سم ^٢	النسبة %	المساحة / سم ^٢	النسبة %	المساحة / سم ^٢	
١	عام	٨٨,٣٦	٤٣٧٥	٨١,٣	٨٠٩٥,٥	٩٩,٣٣	٨٥٨٦,٥٧	١٠٠,٠٠	١٣٤٦,٥	٨٩,٨٣
٢	رجال	١١,٧٤	٥٨١,٧٥	١٣,٨٤	١٣٨٣,٢٥	٠,٦٨	٥٨,٥	-	-	٨,١١
٣	سيدات	-	-	٥,١٣	٥١٣,٥	-	-	-	-	٢,٠٥
	المجموع	١٠٠,٠٠	٤٩٥٦,٧٥	١٠٠,٠٠	٩٩٩١,٢٥	١٠٠,٠٠	٨٦٤٥,٠٧	١٣٤٦,٥	١٠٠,٠٠	٢٤٩٣٩,٥٧

- إذ تناولت هذه المقابلة ستة عناصر أساسية، هي:
- (١) البيانات الشخصية والمهنية.
 - (٢) ملامح السياسة التحريرية للصحفية.
 - (٣) تنفيذ السياسة التحريرية في الصفحة الأولى.
 - (٤) الإعلان في الصفحة الأولى.
 - (٥) ضغوط العمل الصحفي في الصفحة الأولى.
 - (٦) اقتراحات لتطوير الصفحة الأولى.

١-٢-٢ البيانات الشخصية والمهنية

تعرضت المقابلة غير المقننة لعدد من العناصر المتعلقة بالبيانات الشخصية والمهنية للصحفيين والمحررين القائمين على الصفحات الأولى في صحف الدراسة. يقدم الجدول رقم (١٣)، ملخصاً للبيانات الشخصية والمهنية لصحف الدراسة.

يوضح الجدول رقم (١٣)، فروقاً أساسية بين القائمين على تحرير الصفحات الأولى في صحف الدراسة والذين تمت مقابلاتهم لأغراض الحصول على إجابات للدراسة الحالية. وعلى الرغم من الاتفاق في بعض العناصر بين هؤلاء المحررين فيما يتعلق بالجنس مثلاً، فجميعهم ذكور، وتفرغ جمعهم للعمل الصحفي، فإنهم يختلفون في العمر، والعمر المهني والاسم الوظيفي. ويختلفون إلى حد ما في الخصائص الواجب توفرها في الصحفي أو المحرر المشرف على الصفحات الأولى. ويمكن لهذه الفروق الشخصية والمهنية أن تؤدي إلى فروق على مستوى الأداء في الصفحات الأولى لهذه الصحف.

وتفاوتت صحف الدراسة في الاسم الخاص بالصحفيين أو المحررين المشرفين على الصفحات الأولى فيها، ففي الوقت الذي يطلق عليه في جريدة عمان اسم أو وظيفة نائب رئيس التحرير، أو نائب مدير التحرير للشؤون المحلية، فإنه في جريدة الوطن يسمى محرراً. وفي صحيفة الشبيبة يسمى القائم على تحرير الصفحة الأولى مدير التحرير أو مساعد مدير التحرير للشؤون الصحفية، أما بالنسبة لصحيفة الزمن فإن محرر الصفحة الأولى هو رئيس قسم الحليات. على الرغم من اختلاف التسميات التي تستخدمها الصحف العمانية العربية اليومية فيما يتعلق بوظيفة محرر الصفحة الأولى والمحرر المشرف عليها، إلا أن هذا الاختلاف بسيط، ولا تمثل الفروق في التسمية بين هذه الصحيفة وتلك فروقاً تستدعي الوقوف عندها، من قبيل تأثيرها على العمل الصحفي ومضامين الصفحة الأولى موضوع هذه الدراسة.

أما فيما يتعلق بعمر الصحفيين أو المحررين المشرفين على الصفحات الأولى في صحف الدراسة، فتتقسم صحف الدراسة إلى ثلاث فئات هي:

- (١) صحيفتا الوطن والزمن، وفيهما تتراوح أعمار الصحفيين المشرفين على الصفحات الأولى بين ٢٠-٣٥ سنة، (٢) صحيفة الشبيبة، وفيها تتراوح أعمارهم بين ٤٠-٤٥ سنة، (٣) صحيفة عُمان، وفيها تتراوح أعمارهم بين ٣٥-٥٠ سنة. وكان من المتوقع أن تقع صحيفتا عمان والوطن في فئة واحدة فيما يتعلق بعمر الصحفيين المشرفين على الصفحة الأولى بحكم تقدم تجربتهما الصحفية وقدمهما في السلطنة، وإمكانية توفر خبرات بشرية

بالنصيب الأكبر من إعلانات القطاع الخاص، فنشرت الأولى ٤١٪ من تلك الإعلانات، ونشرت الثانية ٣٧٪ منها. وتقاومت صحيفتا عمان والزمن النسبة المتبقية من إعلانات القطاع الخاص فنشرت عمان ١٦٪ منها، ونشرت الزمن ٦٪ فقط من إعلانات القطاع الخاص. ويمكن القول إن اتجاه القطاع الخاص إلى نشر أغلب إعلاناته في الصحف الخاصة مؤشر مهم وقوي على مهنية هذه الصحف وقوة انتشارها؛ ذلك أن مؤسسات القطاع الخاص عادة لا تنشر إعلاناتها إلا في المؤسسات الإعلامية التي تحقق لها ولمنتجاتها وخدماتها المزيد من الانتشار، كما أن مؤسسات القطاع الخاص تعتمد عادةً في تحديد المؤسسات الصحفية التي تنشر فيها إعلاناتها، على مسوحات وأرقام التوزيع.

١-٢-٢ نوع الجمهور الذي يخاطبه الإعلان في صحف الدراسة

تذهب الإعلانات مثلها مثل المواد الصحفية الأخرى إلى مخاطبة جمهور واسع وعريض، لكنها قد تتجه للتأثير على فئات معينة بحسب العمر أو النوع أو المستوى التعليمي والاقتصادي وغيرها من المعايير. تشير النتائج التي يقدمها الجدول رقم (١٢)، والمتعلقة بنوع الجمهور الذي يخاطبه الإعلان في الدراسة الحالية إلى أن النسبة الأكبر من تلك الإعلانات توجه إلى الجمهور العام، بينما لا تتجاوز نسبة الإعلانات الموجهة إلى الرجال ٨٪، و ٢٪ فقط من تلك الإعلانات موجهة إلى السيدات.

تؤكد هذه النتائج الخاصة بنوع الجمهور الذي تخاطبه إعلانات الصفحة الأولى في صحف الدراسة، أن الصحف العمانية فضّلت مخاطبة الجمهور العام في صفحاتها الأولى؛ ومن ثم لم تربط هذه الصحافة تأثير إعلاناتها بالنوع (الجنس) الذي تخاطبه تلك الإعلانات، كما أن صحف الدراسة خالفت إحدى الأفكار الرائجة في دراسات الصحافة ووسائل الإعلام بشكل عام ودراسات الإعلان بشكل خاص، التي تشير إلى توجه نسبة كبيرة من الإعلانات التي تنشرها وسائل الإعلام، إلى النساء بغرض تحقيق المزيد من التأثير؛ إذ تشير النتائج التي توصلت إليها الدراسة الحالية أن نسبة الإعلانات الموجهة إلى النساء في صحف الدراسة لم تتجاوز ٢٪ فقط من إجمالي مساحة الإعلانات في تلك الصحف، كما أن تلك الإعلانات الموجهة إلى النساء لم تنشر إلا في صحيفة واحدة فقط هي صحيفة الوطن. وقد يكون سبب ذلك الاتجاه، رغبة الصحف العمانية محل الدراسة في الحفاظ على الطابع الكلاسيكي أو الجاد للصفحة الأولى الذي قد يتأثر ببعض الإعلانات الموجهة إلى النساء من سلع وخدمات لها خصوصية معينة، أو ربما تعكس هذه النتيجة قناعة صحف الدراسة بعدم التركيز على الإعلانات الفئوية التي تركز على جنس أو عمر معين ولا سيما وأن هذه الصحف صحف يومية عامة تخاطب جمهوراً عاماً.

٢-٢ نتائج تحليل المقابلة المقننة لحرري الصفحات الأولى في صحف الدراسة

يعرض هذا القسم من التحليل نتائج المقابلة المقننة التي تم توزيعها على القائمين على تحرير الصفحة الأولى بصحف الدراسة؛

ضرورة الإلمام بالسياسة الداخلية والخارجية ومتابعة الأحداث، والثاني أقرب إلى المهنية والاحتراف، يتحدث عن بعض قيم العمل الصحفي، وأخلاقياته. وبطبيعة الحال يحتاج الصحفي أو المحرر المسؤول عن الصحيفة بشكل عام وعن الصفحة الأولى بشكل خاص إلى الرؤيتين أو الاتجاهين معاً، دون تجاهل أو تفریط في أي منهما.

٢-٢-٢ السياسة التحريرية للصحفية

أكد الصحفيون الذين تمت مقابلاتهم أنهم على إلمام بالسياسة التحريرية في مجال الأخبار ولاسيما في الصحيفة التي يعملون فيها. وفيما يتعلق بملامح السياسة التحريرية في صحف الدراسة، أشار محررو الصفحة الأولى بصحيفتي عُمان والوطن إلى أهمية الالتزام بمبادئ العمل الصحفي من حيث: المصداقية، والأمانة، والدقة. وأضاف محررو صحيفة عُمان في هذا السياق أهمية الالتزام بسياسة الدولة الإعلامية من حيث عدم المساس بذات السلطان، وعدم التدخل بالشؤون الداخلية للدول وضرورة الالتزام بقانون المطبوعات والنشر، وتناول القضايا بكل هدوء والبعد عن الإثارة والارتجال، مع أهمية الاهتمام بالأخبار الرسمية، وتجنب ما يعارض ثقافة المجتمع ومعتقداته. وأشار محرر صحيفة الوطن إلى أهمية التغطية الموضوعية، وتحري الدقة مع الالتزام بمبادئ العمل الصحفي. أما بالنسبة لمحرر صحيفة الزمن فقد ركز على أهمية عنصر السبق الإخباري، وتحليل الخبر وفق الأولويات التي تهم القارئ في السياق المحلي مع الابتعاد عن النمطية في الطرح. واتفق معظم القائمين على تحرير الصفحات الأولى بصحف

تشرف على الصفحات الأولى، لكن اتضح من المعلومات الواردة في استمارة المقابلة المقننة أن صحيفة الوطن خالفت هذا التوقع وهي الأقدم بين الصحف العمانية العربية اليومية المعاصرة، بينما حققته صحيفة عمان. وقد أوكلت صحيفة الزمن الإشراف على الصفحة الأولى وتحريرها إلى محررين تتراوح أعمارهم بين ٢٠-٢٥، لأنها صحيفة حديثة النشأة وتجربتها الصحفية لا تزال في مراحلها الأولى. ولم تختلف هذه النتائج في الإجابة التي حصل عليها الباحثان فيما يتعلق بالعمر المهني أو سنوات الخبرة العملية للصحفيين والمحررين المشرفين على الصفحات الأولى في صحف الدراسة؛ إذ يشير الجدول رقم (١٣) إلى أن الصحفيين والمحررين المشرفين على الصفحة الأولى في صحيفتي الزمن والوطن تتراوح تجربتهم المهنية بين ١٠-١٥ سنة، وفي الشبيبة تتراوح سنوات الخبرة بين ١٥-٢٠ سنة، أما في عمان فبلغت سنوات الخبرة أو العمر المهني ٢٥ سنة فأكثر.

وفيما يتعلق بالصفات الواجب توفرها في المسؤول عن إعداد الصفحة الأولى وتحريرها، أفاد القائمون على تحرير الصفحة الأولى بصحف عمان والوطن والشبيبة إلى أن الأولوية للإلمام بسياسة الدولة داخلياً وخارجياً، وبالسياسة الدولية والأحداث العالمية المهمة. أما بالنسبة لصحيفة الزمن فكانت الأولوية للالتزام بالحياد في تناول الأخبار والتمسك بأخلاق المهنة، بالإضافة إلى التمتع بالحس الصحفي في صياغة الأخبار واختيار العناوين. وتشير الإجابات السابقة إلى أن الصحف العمانية العربية اليومية تتأثر برؤيتين أو اتجاهين أساسيين: الأول تقليدي وراسخ يتحدث عن

جدول ١٣: البيانات الشخصية والمهنية للصحفيين والمحررين المشرفين على الصفحات الأولى في صحف الدراسة

ت	الصحيفة		الوطن	عمان	الشبيبة	الزمن
	الموضوع					
١	عدد الصحفيين والمحررين المشرفين على الصفحة الأولى		١	٢	٢	١
٢	الجنسية		واحد	مواطنان	مواطن/واحد	مواطن
٣	الجنس		جميعهم ذكور			
٤	الأسم الوظيفي		محرر	- نائب رئيس التحرير - نائب مدير التحرير للشؤون المحلية	- مدير التحرير - مساعد مدير التحرير للشؤون الصحفية	رئيس قسم المبيعات
٥	المؤهل الدراسي		بكالوريوس صحافة	ماجستير اتصال جماهيري	دبلوم إدارة أعمال دبلوم عال	دبلوم تعليم عام (ثانوية عامة)
٦	العمر		٢٥-٢٠ سنة	٣٥-٥٠ سنة	٤٠-٤٥ سنة	٢٠-٣٥ سنة
٧	العمر المهني		١٥-١٠ سنة	٢٥ سنة فأكثر أقل من ٢٠ سنة	٢٠-١٥ سنة	سنوات
٨	التدريب والتأهيل		حصل على أكثر من ٤ دورات تدريبية	حصل على أكثر من ٤ دورات تدريبية	- حصل على أكثر من ٤ دورات تدريبية - لم يحصل على دورات	- حصل على أكثر من ٤ دورات تدريبية
٩	التفرغ للعمل		جميعهم متفرغون للعمل الصحفي			
١٠	الخصائص الواجب توفرها		الإلمام بسياسة الدولة داخلياً وخارجياً، وبالساسة الدولية والأحداث العالمية الهامة.	الإلمام بسياسة الدولة داخلياً وخارجياً، وبالساسة الدولية والأحداث العالمية الهامة	الإلمام بسياسة الدولة داخلياً وخارجياً، وبالساسة الدولية والأحداث العالمية الهامة	- الالتزام بالحياد في تناول الأخبار والتمسك بأخلاق المهنة. - التمتع بالحس الصحفي في صياغة الأخبار واختيار العناوين.

الزمن- فيشير إلى أن الصفحة الأولى تعكس سياسة الصحيفة تجاه القضايا والاهتمام بالقراء. وتعكس فئات الاتجاه التقليدي في الصحف العمانية العربية اليومية الطابع الرسمي لهذه الصحف في التركيز على الجوانب الرسمية وإنجازات الحكومة، وهو الاتجاه الذي امتد لفترة زمنية طويلة، ولا بد من مراجعته وإعادة النظر فيه لإحداث توازن بين المعايير المهنية المختلفة في اختيار أخبار الصفحة الأولى.

أما بالنسبة للأساليب المستخدمة لإبراز الخبر الرئيسي في الصفحة الأولى عن بقية الأخبار الأخرى في الصفحة نفسها، فاتفقت معظم صحف الدراسة على أهمية وضع الخبر في موقع بارز من الصفحة واستخدام العناوين البارزة. وركزت صحيفة عُمان والشبيبة على نشره في عدد أكبر من الأعمدة. وأضافت الشبيبة والوطن ضرورة وضع صورة أو خريطة أو كاريكاتير مصاحب للخبر الرئيسي من أجل إبرازه.

٢-٣-٢ تنفيذ السياسة التحريرية في الصفحة الأولى

اتفق كل القائمين على تحرير الصفحة الأولى بصحف الدراسة على أن المسئول عن اختيار أخبار الصفحة الأولى بصحف الدراسة هو رئيس التحرير ومدير التحرير. وفي صحف عمان والشبيبة أكد المحررون أن رؤساء الأقسام يشاركون رئيس التحرير في اختيار أخبار الصفحة الأولى، كما أشار المحررون المسؤولون عن تحرير الصفحة الأولى في عمان إلى عقد اجتماع يومي يحضره رؤساء الأقسام ونائب رئيس التحرير وسكرتير التحرير، يتم خلاله ترشيح الأخبار ذات الأولوية بالنشر وبخاصة المحلية منها. أما صياغة الأخبار المرشحة للنشر في الصفحة الأولى في صحيفتي عمان والشبيبة، فتسند إلى محرري الصفحة الأولى وسكرتير التحرير. أما في صحيفتي الوطن والزمن، فإنها تسند إلى محرري الصفحة الأولى فقط.

٢-٤-٢ الإعلان في الصفحة الأولى

تفاوتت اتجاهات صحف الدراسة فيما يتعلق بالإعلان في الصفحة الأولى في عدد من العناصر. ففيما يتعلق بتحديد المساحات الإعلانية وموضوعاتها في الصفحة الأولى، أكد المحررون في صحيفتي عمان والشبيبة أن رئيس التحرير هو من يحدد تلك المساحات وموضوعات الإعلان، إلى جانب دائرة الإعلان. أما في صحيفة الوطن فرئيس التحرير هو المسئول عن ذلك التحديد، وفي صحيفة الزمن يتم الاتفاق بين رئيس التحرير وقسم الإعلانات ومحرر الصفحة الأولى. وقدم الصحفيون والمحررون المسؤولون عن الصفحات الأولى في صحف الدراسة إجابات متفاوتة أيضاً عن مدى تحكم المعلن في مساحات الصفحة الأولى في صحف الدراسة، تراوحت بين أنه (المعلن) لا يتحكم فيها إطلاقاً في صحيفة الوطن، ويتحكم بعض الأحيان وبدرجة متوسطة في صحيفتي الشبيبة والزمن، ويتحكم بشكل كبير في صحيفة عمان مع وجود توجه في الصحيفة إلى أن لا تزيد مساحة الإعلان عن نصف الصفحة الأولى. وتعد إجابة المحرر في صحيفة عمان مخالفة للتوقع، لأن هذه الصحيفة

الدراسة، باستثناء صحيفة الزمن، على أن السياسة التحريرية للصحيفة يتم اكتسابها من خلال التعليمات المباشرة من رئيس التحرير، واجتماعات القسم ومناقشاته. أما بالنسبة للزمن فقد اكتسب المحرر خبرته بالسياسة التحريرية «ضمناً أثناء فترة عمله في مجال الأخبار». وفيما يتعلق بترتيب المسئولين في الدول عند نشر أخبارهم، اتفق كل محرري الصفحة الأولى في صحف الدراسة على أن الترتيب يكون وفق البروتوكول الرسمي للدولة؛ إذ يأتي في مقدمتها سلطان البلاد، ثم نائب رئيس مجلس الوزراء لشؤون مجلس الوزراء، ويتبعهما بعد ذلك مسؤولو الدولة وفق البروتوكول الرسمي.

وأفاد معظم القائمين على تحرير الصفحات الأولى والإشراف عليها في صحف الدراسة، بأنهم على دراية كاملة بقانون المطبوعات والنشر، باستثناء أحد المحررين المشرفين على الصفحة الأولى في صحيفة الشبيبة - غير عماني - أشار إلى أنه ليس على دراية بذلك القانون. وأكد كل الصحفيين والمحررين المشرفين على صحف الدراسة أنهم يلتزمون بالمحظورات في مجال الأخبار، وبالأخص عدم المساس بذات السلطان والأسرة الحاكمة. أما بالنسبة للمحظورات الأخرى التي يلتزمون بها، فتفاوتت إجابات الصحفيين، باستثناء الصحفي من جريدة الزمن الذي لم يحدد محظورات بعينها، على النحو الآتي:

- صحيفة عمان:

- المواد و الصور التي تخدش الحياء والأخلاق والدين
- إثارة الرأي العام ضد الدولة

- صحيفة الشبيبة:

- التعرض لأي موضوع يؤثر على الوحدة الوطنية
- إثارة القضايا المذهبية
- الموضوعات التي تؤثر على علاقات الجوار بالدول الشقيقة
- ما يؤثر على علاقات السلطنة

- صحيفة الوطن:

- المواد المخالفة لقيم المجتمع وعاداته
- الأخبار غير الموثوقة
- الشائعات
- إثارة النعرات

واتفق القائمون على تحرير الصفحة الأولى في صحيفة عمان والشبيبة والوطن، على أن المعايير التي يتم على ضوءها اختيار أخبار الصفحة الأولى، تتعلق برئيس الدولة أو كبار المسئولين، أو بإنجازاتهم أو بالأحداث المهمة داخلياً وخارجياً، والأخبار التي تهم عدداً كبيراً من القراء. كما يجب أن تعكس أخبار الصفحة الأولى سياسة الدولة أو الحكومة أو الصحيفة تجاه قضية معينة. أما بالنسبة لصحيفة الزمن فأكدت ضرورة أن يعكس الخبر سياسة الصحيفة تجاه قضية معينة، ويهم عدداً كبيراً من القراء. ومرة أخرى تنقسم الصحف العمانية العربية اليومية إلى اتجاهين؛ الأول تقليدي، في صحف الوطن وعمان والشبيبة، يؤكد ضرورة أن تبرز الصفحة الأولى سياسة الدولة وإنجازات الحكومة والمسؤولين فيها، وأهم الأحداث داخلياً وخارجياً. أما الاتجاه الثاني -تتبناه

- صحيفة الشبيبة:

- التحول إلى عرض وتحليل ما وراء الخبر؛ لأن الخبر لم يعد ذا أهمية في
- ظل التسابق الفضائي وثورة المعلومات
- صحيفة الزمن:
- الاعتماد بشكل أكبر على تحليل الأخبار
- الاهتمام بقضايا المجتمع
- الابتعاد عن العرض الرسمي
- البحث عن الخبر الذي تنفرد به الصحيفة

ثالثاً: الخاتمة والمقترحات

يمكن تلخيص خاتمة هذه الدراسة في النقاط الآتية:

- 1- تفوقت مساحة المضمون التحريري على المضمون الإعلاني في الصفحات الأولى للصحف العمانية العربية اليومية؛ إذ بلغت نسبة الأول 6٧٪ ونسبة الثاني ٣٣٪. وأكدت الدراسة أن الصحف الخاصة أكثر اهتماماً بالمضمون الإعلاني من الصحيفة الحكومية.
- 2- لا تزال أغلب الصحف العمانية العربية اليومية تتبع الاتجاه التقليدي في الاهتمام بالموضوعات المنشورة في الصفحة الأولى؛ إذ تحتل الموضوعات السياسية ثم الاقتصادية، ثم الدينية ثم الاجتماعية المساحات الكبرى في تلك الصفحات، مقابل حضور أقل للموضوعات المنوعة والعلمية والدينية والثقافية.
- 3- تفوقت التغطية التسجيلية لأخبار الصفحة الأولى في الصحف العمانية على غيرها من أنواع التغطيات، ويشير هذا التفوق إلى ضعف الاهتمام بصناعة الأخبار الجديدة وفكرة السبق الصحفي وفي الصفحات الأولى بشكل خاص.
- 4- لا يزال الخبر هو الفن الصحفي الأول والأساسي في الصفحات الأولى للصحف العمانية العربية اليومية؛ إذ بلغت نسبته الإجمالية في صحف الدراسة ٨٣٪.
- 5- اعتمدت صحف الدراسة على مصادرها الذاتية في أخبار الصفحة الأولى بنسبة إجمالية لم تتجاوز ٢٥٪ فقط، وهذه نسبة قليلة في الصفحة الأولى التي تمثل واجهة هذه الصحف، كما أشارت الدراسة إلى أن ٤٪ من الأخبار المنشورة في الصفحات الأولى ظهرت دون مصدر أو مجهولة المصدر، بشكل يمثل مخالفة مهنية غير مقبولة في سائر الصفحات فكيف بالصفحات الأولى!
- 6- تصدرت فئات الفاعل الرسمي والحكومي، على المستويين المحلي والدولي، فئات الفاعل في المواد المنشورة في الصفحات الأولى لصفحات الدراسة.
- 7- اهتمت صحف الدراسة بنشر إعلانات الخدمات أكثر من اهتمامها بنشر إعلانات السلع في الصفحات الأولى.
- 8- تصدرت إعلانات «الخدمات المالية» قائمة إعلانات الخدمات في صحف الدراسة، بينما تفوقت إعلانات «المواد التجميلية» على غيرها من إعلانات السلع.
- 9- اعتمدت صحف الدراسة على القطاع الخاص ليكون مصدراً لإعلانات الصفحة الأولى؛ إذ أسهم بنسبة إجمالية في صحف الدراسة بلغت ٨٩٪، مقابل ١٠٪ للقطاع الحكومي و١٪ فقط للأفراد.

حكومية ومواردها متوفرة، فكيف يتحكم فيها المعلن بشكل كبير؟ إلا إذا كان الحديث هنا عن المعلن الحكومي الذي أثبتت الدراسة التحليلية في القسم الأول أن نسبة حضوره كبيرة في جريدة عمان. وأكدت صحف الدراسة عدم وجود أولوية في النشر بين الإعلانات الحكومية وإعلانات القطاع الخاص. وتحدد هذه الصحف أولوية النشر وفق معايير ترتبط برغبة المعلن وموعد حجز المساحة الإعلانية، وعلاقة المعلن بالدائرة أو القسم المختص بالإعلانات في الصحيفة، وحجم إعلاناته السنوية في الصحيفة.

٢-٥ ضغوط العمل الصحفي في الصفحة الأولى

تنوعت الضغوط التي أشار إليها الصحفيون والمحررون المسؤولون عن الصفحات الأولى في صحف الدراسة، وذلك عن النحو الآتي:

- صحيفتا الوطن والزمن:
- قلة مصادر الأخبار
- موقف الدولة و سياستها تجاه بعض القضايا
- صحيفة الشبيبة:
- زيادة عدد ساعات العمل
- صحيفة عمان:
- قلة مصادر الأخبار
- زيادة عدد ساعات العمل
- ضعف تجاوب المصادر مع الرغبة في الحصول على الأخبار الحديثة
- افتقار التنسيق بين الأقسام الاخبارية
- يتضح من الضغوط المشار إليها في الأعلى أن الصحفيين والمحررين المشرفين على الصفحات الأولى في صحف الدراسة، يعانون من مصادر الأخبار القليلة، ومن ضعف تجاوبها مع الصحفيين. ومن الضغوط المهمة التي أشار إليها بعض الصحفيين مثل موقف الدولة وسياستها من بعض القضايا وطبيعة طرحها في الصحف. ولكي تتمكن الصحافة من مواجهة هذه الضغوط تحتاج إلى إطار قانوني يكفل الانفتاح على المصادر ويضمن نشر المعلومات التي تقدمها تلك المصادر، كما تحتاج الصحف إلى إطار مهني وتقاليدي صحفية أوضح وأقوى في معاملة مصادر الأخبار. أما الضغط المتمثل في سياسة الدولة تجاه بعض القضايا فيحتاج إلى بعد إستراتيجي جديد تتبناه الدولة في معاملة وسائل الإعلام على شكل إستراتيجية إعلامية أو سياسة إعلامية جديدة واضحة ومحددة.

٢-٦ مقترحات لتطوير العمل في الصفحة الأولى

في السؤال الأخير من المقابلة المقننة قدم الصحفيون والمحررون المسؤولون عن الصفحة الأولى باستثناء الوطن، عدداً من المقترحات لتطوير العمل في الصفحة الأولى، يمكن تلخيصها على النحو الآتي:

- صحيفة عمان:
- إقناع المصادر الإخبارية بتغيير مواقفها من العمل الصحفي وزيادة انفتاحها على النشر
- تأهيل الكوادر الصحفية
- منح مكافآت وامتيازات للسبق الصحفي والتميز في الأخبار

١٠- تأثر الصحفيون والمحررون المشرفون على الصفحات الأولى في صحف الدراسة برؤيتين أو اتجاهين فيما يتعلق بسياسات التحرير ومواصفات محرر الصفحة الأولى: الاتجاه الأول تقليدي يؤكد ضرورة الالتزام بسياسة الدولة الخارجية والداخلية وإبراز إنجازات الحكومة والمسؤولين فيها، والثاني يسعى إلى الاهتمام بأن تعكس المادة الصحفية سياسة الصحيفة وتهتم أكثر بالقراء.

١١- أكد محررو الصفحات الأولى في صحف الدراسة معرفتهم بقانون المطبوعات والنشر وإدراكهم للمحظورات التي يؤكدتها ذلك القانون.

١٢- انتقد محررو الصفحات الأولى في صحف الدراسة قلة المصادر الإخبارية وضعف تجاوبها مع الصحافة والصحفيين، كما أشار بعضهم إلى تأثير موقف الدولة وسياساتها تجاه بعض القضايا على المادة المنشورة في الصفحات الأولى للصحف العاملين فيها.

أما أهم المقترحات التي تقترحها هذه الدراسة فهي:

- ١- توجيه الصحف العمانية العربية اليومية وإقناع إدارات التحرير فيها بأهمية تبني اتجاهات صحفية وتحريرية حديثة تؤكد مبادئ العمل الصحفي وخصائص العاملين فيه وتشجع على التحديث فيما يتعلق بالفنون الصحفية المستخدمة ومصادر الأخبار والموضوعات التي يتم التركيز عليها والتقليل من الطابع الرسمي الحكومي للصفحات الأولى.
- ٢- ضرورة الإبقاء على النسبة الحالية للمضمون التحريري مقابل المضمون الإعلاني في الصفحات الأولى وعدم تجاوزها أو السماح بانتشار الإعلان بشكل أكبر وطغيانه على الصفحات الأولى.
- ٣- تطوير اتجاهات الصحفيين والمحررين المشرفين على الصفحات الأولى في الصحف العمانية العربية اليومية فيما يتعلق بسياسات التحرير وقيم العمل الصحفي والاهتمام المباشر بالقارئ وتقليص الطابع الرسمي والحكومي للصفحات الأولى في الصحف التي يعملون فيها.
- ٤- إجراء المزيد من الدراسات الشاملة للصفحات الأولى في الصحف العمانية اليومية العربية والأجنبية دون استثناء وفي فترات زمنية ممتدة، إلى جانب الحاجة الماسة لدراسات شاملة لخصائص الصحف العمانية اليومية بشكل كامل وعدم التوقف عند حدود الصفحة الأولى.

ملحق (١)
 خصائص المضمون الصحفي والإعلاني في الصفحة الأولى للصحف العمانية العربية اليومية والعوامل المؤثرة فيها:

دراسة في المضمون والقائم بالاتصال

(صحيفة تحليل المضمون)

م / / التاريخ :
 رقم العدد :

اسم الصحيفة :
 عدد الصفحات :

م	نوع جمهور الإعلانات (٦-١)	نوع مصادر الإعلانات (١-٣)	موضوعات الإعلانات (١٧-١)	نوع الإعلانات (٢-١)	نوع الصورة (٤-١)	الفاعل الرئيس (١٦-١)	مصادر التغطية (٧-١)	الأنماط الصحفية (٧-١)	مراكز التغطية (٧-١)	نوع التغطية (٤-١)	موضوع المادة الصحفية (١٦-١)	المساحة سم ^٢

ملحق رقم (٢) جداول التعريفات الإجرائية لفئات التحليل

أنواع المضامين

التعريف	الفئة
المساحة التي تخصص في الصحيفة للمواد التحريرية والعناصر المرتبطة بها (صور ورسوم)، وتقدم في شكل أخبار وتحقيقات وأحاديث صحفية ومقالات ودراسات، إلى جانب عنوان الصحيفة والمعلومات المتعلقة بها وتقاس المساحة في هذه الدراسة بالسنتيمتر المربع وهي حاصل (الطول × العرض).	المضمون الصحفي (المساحة التحريرية)
يعرف الاعلان بأنه "وسيلة غير شخصية لتقديم الأفكار والترويج عن السلع بواسطة جهة معلومة مقابل أجر مدفوع". وتقاس المساحة المخصصة للمادة الإعلانية في هذه الدراسة بالسنتيمتر المربع وهي حاصل (الطول × العرض).	المضمون الإعلاني (المساحة الإعلانية)

أولاً: المضمون التحريري

١- الموضوعات الصحفية

التعريف	الفئة
هو كل الموضوعات المتعلقة بالقضايا والأحداث السياسية، على الصعيدين المحلي و الخارجي.	سياسية
هي الموضوعات المتعلقة بأخبار الاقتصاد والمال والتجارة.	اقتصادية
الأمر المتعلقة بأمور المجتمع وقضاياها واهتماماته.	اجتماعية
هي الموضوعات التي تتعلق بالآداب والفنون والقيم.	ثقافية وأدبية
هي كل ما يتعلق بالأمور الدينية من فقه وعبادات.	دينية
كل الموضوعات التي تتعلق بالفنون من رسم وتصوير وتشكيل ومعارض ومؤتمرات	فنية
هي كل الموضوعات المتعلقة بالألعاب والفنون الرياضية بمختلف أنواعها، والمباريات.	رياضية
الموضوعات المتعلقة بكافة الأمور الصحية من أمراض ولياقة	صحية
كافة الموضوعات المتعلقة بشؤون التعليم سواء على مستوى المدارس والجامعات والكليات والمؤسسات والهيئات وما يرتبط به.	تعليمية
الموضوعات المرتبطة بالتقنية المعلوماتية والنظم وأجهزة الحاسوب، والبرامج الإلكترونية.	علوم وتقنية
كل ما يرتبط بالبيئة وما يصاحبها من موضوعات خاصة بحماية البيئة والتلوث والضوضاء.	بيئة
كل ما يتعلق بأحوال الطقس والمناخ والتوقعات المرتقبة.	أحوال مناخية
الأمنية هي الموضوعات المتعلقة بقضايا المحاكم والجرائم والعقوبات. أما العسكرية فهي كل ما يتعلق بالهيئات العسكرية والعسكريين من احتفالات وتقليد ميداليات. الخ.	أمنية وعسكرية
هي كل ما يرتبط بالقوانين واللوائح والأحكام الصادرة من المحاكم .	قانونية
هي كافة الموضوعات المتعلقة بتنشيط السياحة داخل الدولة.	سياحية
هي الموضوعات المرتبطة بالتسلية والترفية.	منوعات

٣- نوع التغطية الصحفية

الفئة	التعريف
تمهيدية	هي الأخبار التمهيدية، للأحداث والقضايا التي سوف تحصل لاحقاً.
تسجيلية	هي الأخبار التي حدثت بالفعل، وتم تسجيلها ونشرها.
تمهيدية وتسجيلية	هي التي تجمع بين الأخبار التي سوف تحدث والتي حدثت بالفعل.
أخرى	المواد التي تقدم المعلومات والإشارات والإحالات.

٤- مراكز التغطية الجغرافية

الفئة	التعريف
محلية	يكون مركز التغطية الصحفية للأخبار التي تختص بشؤون الدولة، سواء داخل الدولة أو خارج الحدود الجغرافية لها.
خليجية	تكون مراكز تغطية الأخبار في نطاق دول مجلس التعاون الخليجي، باستثناء عمان واليمن والعراق.
عربية	تكون مراكز تغطية الأخبار في نطاق الدول العربية كافة، عدا دول مجلس التعاون الخليجي.
دولية	تكون مراكز التغطية للأخبار على نطاق أوسع يشمل دول العالم، عدا دول مجلس التعاون لدول الخليج العربية والدول العربية.
أكثر من مركز	تكون فيها مراكز التغطية الصحفية للأخبار متعددة، تشتمل على أكثر من مركز.
بلا مركز	التي لا يوجد بها مركز للتغطية الصحفية.
أخرى	المواد التي تقدم المعلومات والإشارات والإحالات.

٥- الأنماط الصحفية

الفئة	التعريف
الخبر	هو ما تنشره الصحف من أنشطة وأحداث وقعت ويهم الناس معرفتها (شليبي، ١٩٩٤: ٦٥٤).
التحقيق	هو أحد الفنون الصحفية الذي يقوم على تناول وعرض خبر أو قضية أو فكرة بنوع من الشرح والتفصيل وسرد البيانات والمعلومات والآراء ووجهات النظر المختلفة للوصول إلى قرار أو حل أو رأي في القضية أو الموضوع المطروح، وعرض هذه الحقائق على القارئ بالكلمة والصورة (شليبي، ١٩٩٤: ٨٢٥).
الحديث	هو أحد الفنون الصحفية التي تعتمد الحوار واللقاء والمقابلة الصحفية مع شخصية أدبية أو سياسية أو رياضية، وهو حديث غالباً ما يكون ثنائياً بين صحفي وشخصية معينة.
التقرير	هو عبارة عن رصد لحدث أو قضية أو واقعة، مع سرد التفاصيل والخلفيات عن الحدث أو الواقعة وعرض الانطباعات والآراء والاتجاهات بما يخدم موضوع التقرير.
المقال	حديث أو قول مكتوب يتناول موضوعاً ما أو مشكلة ما، يهدف الكاتب من خلاله إلى إبراز آرائه وأفكاره حول الموضوع أو المشكلة بطريقة منظمة ومنطقية، ويعتمد على عرض الأدلة والبراهين التي تؤيد رأيه. وأنواع المقال متعددة منها الديني والأدبي والعلمي والسياسي والاجتماعي (منير، ٢٠٠٤: ٥١٧).
الإشارات والإحالات	يقصد بها المعلومات المقدمة على شكل مختصر ومختزل، والمعلومات التي تحتوى على عناوين مقتضبة تشير إلى موضوعات تفصيلية داخل الصحيفة أو الملاحق التابعة لها.
المعلومات	يقصد بها المعلومات التي تقدمها الصحيفة على شكل أرقام وبيانات إحصائية مقتضبة تشير إلى مواعيد الصلاة ودرجات الحرارة وأسعار النفط.

٦- مصادر التغطية الصحفية

التعريف	الفئة
هو الذي يقوم بمهمة الإعداد للنشر، وتحرير المواد صحفية باسم الصحيفة، أو ينشر مادته باسم رئيس التحرير، وعلى سبيل المثال المقالات الافتتاحية والتي تعنون باسم رئيس التحرير (منير، ٢٠٠٤: ٤٧٧).	المحرر
هو الصحفي المكلف بتغطية الأخبار، خارج الدولة التي تصدر منها الصحيفة، ويمد الصحيفة بالأخبار الخاصة بالمنطقة التي يقيم فيها (شلبي، ١٩٩٤: ٢٣١).	المراسل
هو الصحفي المكلف بجلب الأخبار، التي تخصصه الصحيفة لتغطية مجال أو نشاط أخباري في نفس المدينة التي تصدر فيها الصحيفة (شلبي، ١٩٩٤: ٢٣١).	المندوب
هي الوكالة التي تقوم بتغطية الأخبار المتعلقة بالدولة التي تنتمي إليها، ويقصد بها في الدراسة، وكالة الأنباء الغمانية.	وكالة الأنباء المحلية
هي وكالات الأنباء التي تملكها دول غير الدول العربية والخليجية، ومن أشهرها رويتر البريطانية، ووكالة الأنباء الفرنسية، ووكالة اليونيتدبرس الأمريكية، ووكالة تاس السوفيتية.	وكالات الأنباء الدولية
هي خدمة صحفية تقدمها صحف دولية وفق اتفاق مع الصحيفة.	خدمات صحفية
التي يكون فيها مصدر التغطية أكثر من وكالة واحدة.	أكثر من مصدر
التي يكون فيها مصدر التغطية مجهولاً.	مجهولة المصدر
هي المواد التي تقدم المعلومات والإشارات والإحالات.	أخرى

٧- الفاعل الرئيس في المادة الصحفية

التعريف	الفئة
هي الموضوعات التي يكون فيها الفاعل الرئيس للخبر هو رئيس الدولة.	رئيس الدولة
هي الموضوعات التي يكون فيها الفاعل الرئيس للخبر رؤساء دول خليجية.	رؤساء دول خليجية
هي الموضوعات التي يكون فيها الفاعل الرئيس للخبر رؤساء دول عربية.	رؤساء دول عربية
هي الموضوعات التي يكون فيها الفاعل الرئيس للخبر رؤساء دول أجنبية.	رؤساء دول أجنبية
هي الموضوعات التي يكون فيها الفاعل الرئيس للخبر مسؤولون حكوميون محليون وعلى مستوى نطاق الدولة.	مسؤولون حكوميون محليون
هي الموضوعات التي يكون فيها الفاعل الرئيس للخبر مسؤولون حكوميون غير محليين خارج نطاق الدولة.	مسؤولون حكوميون غير محليين
هي الموضوعات التي يكون فيها الفاعل الرئيس للخبر مؤسسة حكومية محلية سواء هيئة أو وزارة حكومية..	مؤسسات محلية حكومية
هي الموضوعات التي يكون فيها الفاعل الرئيس للخبر مؤسسة خاصة محلية مثل الشركات والمصانع....	مؤسسات محلية خاصة
هي الموضوعات التي يكون فيها الفاعل الرئيس للخبر مؤسسات تقع خارج النطاق المحلي سواء كانت حكومية أو خاصة.	مؤسسات خارج نطاق الدولة
هي الموضوعات التي يكون فيها الفاعل الرئيس للخبر إحدى المجالس أو اللجان المتخصصة على النطاق المحلي.	مجالس ولجان محلية
هي الموضوعات التي يكون فيها الفاعل الرئيس للخبر إحدى المجالس أو اللجان المتخصصة على مستوى نطاق خارج الدولة.	مجالس ولجان غير محلية
هي الموضوعات التي يكون فيها الفاعل الرئيس للخبر المتخصصون والخبراء سواء على المستوى المحلي والخارجي.	متخصصون وخبراء محليون وغير محليين
هي الموضوعات التي يكون فيها الفاعل الرئيس للخبر المواطن العادي سواء على المستوى المحلي والخارجي.	مواطنون محليون وغير محليين
هي الموضوعات التي يكون فيها الفاعل الرئيس للخبر أكثر من فاعل قد يجمع بين ما سبق ذكره.	أكثر من فاعل
هي الموضوعات التي يكون فيها الفاعل الرئيس غير محدد أو واضح.	فاعل غير محدد
هي المواد التي تقدم المعلومات والإشارات والإحالات.	أخرى

٨- نوع الصورة الصحفية

الفئة	التعريف
فردية شخصية	هي الصورة المعنية بإحدى الشخصيات (رعاية مناسبة، لقاء صحفي، سيرة ذاتية)
صورة الحدث	هي الصورة التي تنقل واقع الحدث المتعلق بالحدث نفسه.
الرسوم	هي التي تفسر الموضوع من خلال دعمه بالرسوم والخرائط والجداول.
أخرى	هي نوعية الصورة التي لم يرد ذكرها سابقا.

ثانياً: المضمون الإعلاني:

١- نوع الاعلانات

الفئة	التعريف
سلعة	الإعلان الذي يروج لسلعة معينة.
خدمة	الإعلان الذي يروج لخدمة، سواء كانت خدمة ذات طابع تجاري أو خدمات عامة.

٢- الموضوعات الإعلانية

الفئة	التعريف
مواد استهلاكية	هي المواد التي يستهلكها الفرد كالمواد الغذائية والبتزول...
مواد طبية	هي المواد المرتبطة بالأدوية والأعشاب الطبية وبعض الأجهزة المستخدمة للعلاج.
مواد تجميلية	يقصد بها مستلزمات الجمال كالعطور والحقائب والساعات والأحذية.
إلكترونيات	التي تتعلق بالمواد الإلكترونية مثل المكيفات والثلاجات والكاميرات والتلفزيونات...
أثاث وديكور	المتعلقة بأثاث المكاتب والمنازل والديكورات.
مطاعم	المتعلقة بالمطاعم وما تقدمه من وجبات وخدمات توصيل للمنازل.
خدمات عقارية	كل ما يتعلق بالبيع والشراء التأجير للعقار (أرض، مبنى، مسكن، منشأة).
خدمات طبية	كل الخدمات الطبية والعلاجية التي تقدمها المراكز والمجمعات الصحية.
خدمات مالية	كل الخدمات التي تقدمها البنوك والمصارف وشركات التأمين.
خدمات تعليمية	كل الخدمات التعليمية التي تقدمها المعاهد والكلية والجامعات الخاصة.
خدمات ثقافية	تتعلق بمختلف الندوات أو المحاضرات التي تنظمها جهات حكومية أو خاصة.
خدمات خيرية	كل الخدمات الخيرية التي تقدمها الهيئات المختصة بالأعمال الخيرية التي تحت المواطنين على التبرع من خلال البنوك، وفق أرقام حسابات محددة. .
خدمات اتصالية	الخدمات التي تقدمها شركات الهواتف على منتجاتها المختلفة، كالعروض المقدمة لأسعار الهواتف والمكالمات وبطاقات التعبئة..
خدمات عامة	تلك التي تقدم خدمات عامة مثل التنظيف والشحن والنقل..
خدمات سياحة وطيران	الخدمات والعروض التي تقدمها شركات الطيران والشركات السياحية على النطاقين المحلي والخارجي.
خدمات توعوية	هي التنبيهات والإرشادات التوعوية لمختلف المجالات التي من شأنها الحفاظ على المواطن.
خدمات توظيف	المتعلقة بعروض الوظائف في مؤسسات القطاع الخاص والعام.

٣- مصادر الإعلان

التعريف	الفئة
الإعلان الذي يصدر عن مؤسسة أو هيئة حكومية	قطاع حكومي
الإعلان الذي يصدر عن مؤسسة خاصة.	قطاع خاص
الإعلان الذي يصدر من قبل أفراد.	شخصي

٤- نوع الجمهور

التعريف	الفئة
يقصد به كافة فئات الجمهور من ذكور وإناث دون تمييز	عام
يقصد به الجمهور الذي يخاطبه الإعلان من فئة الرجال	رجال
يقصد به الجمهور الذي يخاطبه الإعلان من فئة السيدات	سيدات

المراجع:

شليبي، كرم. (١٩٩٤). معجم المصطلحات الإعلامية، بيروت: دار الجيل.
منير، حجاب محمد (٢٠٠٤). المعجم الإعلامي، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

ملحق رقم (٣)

خصائص المضمون الصحفي والإعلاني في الصفحة الأولى للصحف العمانية العربية اليومية والعوامل المؤثرة فيها: دراسة في المضمون والقائم بالاتصال محاو وأئلة استمارة المقابلة المقننة للقائمين على تحرير الصفحة الأولى في صحف الدراسة

المحور الأول: البيانات الشخصية والمهنية

١. البيانات الشخصية: النوع، السن، الجنسية، المؤهلات العلمية
٢. ما الصحيفة التي تعمل بها الآن؟
٣. متى التحقت بالعمل في صحيفتك؟ (السنة)
٤. كيف التحقت بالعمل في هذه الصحيفة؟
٥. ما نوع العمل الذي كنت تمارسه قبل التحاقك بهذه الصحيفة؟
٦. كم عدد سنوات عملك في مجال الصحافة؟
٧. هل حصلت على دورات تدريبية في مجال عملك الصحفي؟ (إذا كانت الإجابة نعم، نرجو ذكر بعض المعلومات عن هذه الدورات).
٨. في حالة الإجابة ب (نعم) اذكر البيانات الآتية عن (الدورات) التي حضرتها:
٩. هل تمارس حالياً أية أعمال تدر عليك دخلاً غير عملك الصحفي؟
١٠. هل تعمل الآن؟
١١. هل تمارس أنشطة خاصة بك إلى جانب عملك الصحفي؟ وفي أي مجال بالتحديد؟
١٢. ما الأسباب التي من أجلها التحقت بالعمل في صحيفتك؟
١٣. ما الأسباب التي دفعتك للعمل في مجال الأخبار بصحيفتك؟

المحور الثاني: ملامح السياسة التحريرية للصحفية

١. هل تعلم أن هناك سياسة تحريرية للعمل في مجال الأخبار بالصحيفة؟
٢. هل أنت ملم بالسياسة التحريرية لصحيفتك في مجال الأخبار؟
٣. من واقع تجربتك؛ ما ملامح السياسة التحريرية التي يلتزم بها العاملون في مجال الأخبار؟
٤. من أين اكتسبت معرفتك بالسياسة التحريرية للصحيفة التي تعمل بها؟
٥. ما ترتيب المسؤولين في الدولة عند نشر أخبارهم في صحيفتك؟
٦. هل هناك شخصيات رسمية محلية، يقتصر نشر أخبارها على الصفحة الأولى فقط؟
٧. ما أهم تلك الشخصيات وما وظائفها؟

المحور الثالث: تنفيذ السياسة التحريرية في الصفحة الأولى

١. من المسئول عن اختيار أخبار الصفحة الأولى في صحيفتك؟
٢. من واقع عملك في الصحيفة؛ من يقوم بصياغة الأخبار المرشحة للنشر في الصفحة الأولى؟
٣. كيف تتم معالجة أخبار الصفحة الأولى المرشحة للنشر؟
٤. ما المعايير التي يتم في ضوءها اختيار أخبار الصفحة الأولى؟
٥. ما الأساليب المستخدمة في صحيفتك لإبراز خبر في الصفحة الأولى عن بقية الأخبار الأخرى في الصفحة نفسها؟

المحور الرابع: الإعلان في الصفحة الأولى

١. من يحدد المساحات الإعلانية في الصفحة الأولى؟
٢. من يحدد موضوعات الإعلان في الصفحة الأولى؟
٣. إلى أي مدى يتحكم المعلن في مساحات الصفحة الأولى؟
٤. هل توجد أولوية في النشر بين الإعلانات الحكومية وإعلانات القطاع الخاص؟
٥. ما أولويات نشر الإعلانات في الصفحة الأولى لديكم في الصحيفة؟
٦. هل تختلف تكلفة الإعلان لديكم بين مؤسسات القطاع الخاص والقطاع الحكومي؟
٧. ما المعايير التي تعتمد في تحديد أولوية المادة المنشورة في الصفحة الأولى: صحفية أم إعلانية؟

المحور الخامس : ضغوط العمل الصحفي في الصفحة الأولى

١. ما الصفات الواجب توفرها في المسؤول عن إعداد أخبار الصفحة الأولى وصياغتها؟
٢. من وجهة نظرك، ما لضغوط التي تواجهك في مجال العمل الإخباري بصحيفتك؟
٣. هل تقوم صحيفتك بعمل تقويم لما ينشر من أخبار في الصفحة الأولى؟ وما أشكال التقويم؟
٤. هل أنت على دراية بقانون المطبوعات والنشر في سلطنة عُمان؟
٥. ما المحظورات التي لا يجوز نشر مواد صحفية عنها في صحيفتك؟
٦. المحور السادس: اقتراحات تطوير الصفحة الأولى
٧. ما اقتراحاتك لتطوير مضامين الصفحة الأولى وخاصة فيما يتعلق بالأخبار؟

ملحق رقم (٤): أعداد عينة الدراسة

صحيفة الزمن		صحيفة الشبيبة			صحيفة غمان			صحيفة الوطن			شهور السنة ٢٠٠٩
العدد	اليوم	التاريخ	اليوم	العدد	التاريخ	اليوم	العدد	التاريخ	اليوم		
-	الأحد	٢٠٠٩/١/٢٥	الأحد	١٠٠٩	٢٠٠٩/١/٢٥	الأحد	٩٣١٠	٢٠٠٩/١/٢٥	الأحد	يناير	
-	الأثنين	٢٠٠٩/٢/٢٣	الأثنين	١٠١٢٨	٢٠٠٩/٢/٢٣	الأثنين	٩٢٣٩	٢٠٠٩/٢/٢٣	الأثنين	فبراير	
-	الثلاثاء	٢٠٠٩/٣/١٠	الثلاثاء	١٠١٤٣	٢٠٠٩/٣/١٠	الثلاثاء	٩٢٥٤	٢٠٠٩/٣/١٠	الثلاثاء	مارس	
-	الأربعاء	٢٠٠٩/٤/١٥	الأربعاء	١٠١٧٩	٢٠٠٩/٤/١٥	الأربعاء	٩٢٩٠	٢٠٠٩/٤/١٥	الأربعاء	أبريل	
-	الخميس	٢٠٠٩/٥/٧	الخميس	١٠٢٠١	٢٠٠٩/٥/٧	الخميس	٩٤١٢	٢٠٠٩/٥/٧	الخميس	مايو	
-	السبت	٢٠٠٩/٦/١٣	السبت	١٠٢٣٧	٢٠٠٩/٦/١٣	الجمعة	٩٤٤٨	٢٠٠٩/٦/١٣	الجمعة	يونيو	
-	الأحد	٢٠٠٩/٧/١٢	الأحد	١٠٣٦٦	٢٠٠٩/٧/١١	السبت	٩٤٧٧	٢٠٠٩/٧/١١	السبت	يوليو	
-	الأثنين	٢٠٠٩/٨/١٧	الأثنين	١٠٣٠٢	٢٠٠٩/٨/١٦	الأحد	٩٥١٣	٢٠٠٩/٨/١٦	الأحد	أغسطس	
-	الثلاثاء	٢٠٠٩/٩/٢٩	الثلاثاء	١٠٣٤٥	٢٠٠٩/٩/٢٨	الأثنين	٩٥٥٥	٢٠٠٩/٩/٢٨	الأثنين	سبتمبر	
-	الأربعاء	٢٠٠٩/١٠/٣١	الأربعاء	١٠٣٣٧	٢٠٠٩/١٠/٣٠	الثلاثاء	٩٥٧٧	٢٠٠٩/١٠/٣٠	الثلاثاء	أكتوبر	
-	الخميس	٢٠٠٩/١١/١٢	الخميس	١٠٣٨٩	٢٠٠٩/١١/١١	الأربعاء	٩٥٩٩	٢٠٠٩/١١/١١	الأربعاء	نوفمبر	
-	السبت	٢٠٠٩/١٢/١٢	السبت	١٠٤١٨	٢٠٠٩/١٢/١٠	الخميس	٩٦٢٧	٢٠٠٩/١٢/١٠	الخميس	ديسمبر	

★ جريدة الزمن لم تدرج (العدد)، واكتفت بتاريخ الإصدار.

- Journalism and Mass communication Quarterly. Vol. 74, No. 4 winter 1997. The Association for Education in Journalism and Mass Communication in cooperation with the Schools of Journalism and Mass Communication: Columbia. Pp. 826-838.
4. Cleo Joffrion Allen (2005) Foreign News Coverage in Selected U.S Newspapers 1927-1997: A Content Analysis. PhD. Dissertation Submitted to the Graduate Faculty of the Louisiana State University and Agricultural and Mechanical College.
 5. Dennis M. Corrigan (1990) «Value Coding Consensus in Front Page News Leads», (in) Journalism and Mass communication Quarterly. Vol. 67, No. 4 winter 1990. The Association for Education in Journalism and Mass Communication in cooperation with the Schools of Journalism and Mass Communication: Columbia. Pp. 653-662.
 6. Elisabeth, Le (2012) Gateways to the news: Headlines on Le Monde's home page and front page. Discourse, Context & Media. (<http://dx.doi.org/10.1016/j.dcm.2012.05.004>).
 7. Jared C. Schroeder (2006) Front-Page Gatekeeping and Content Trends in 15 Large-Circulation Newspapers. M.A Thesis in Mass Communication Submitted to the Graduate Faculty of Texas Tech University.
 8. Leonard, T.C. (1995). News for all: America's coming-of-age with the press. New York: Oxford.
 9. Michelle, Wolfe, Amber E. Boydston, and Frank R. Baumgartner (2009) «Comparing the Topics of Front-Page and Full-Paper Stories in the New York Times», Paper presented at the annual meeting of the Midwest Political Science Association, Chicago, April 2-5, 2009. Copyright by the Midwest Political Science Association.
 10. Murthy, C. S. H. N, Challa Ramakrishna and Srinivas R. Melkote, 2010. «Trends in First Page Priorities of Indian Print Media Reporting - A Content Analysis of Four English Language Newspapers», (in) Journal Media and Communication Studies Vol. 2(2) pp. 039-053, February, 2010. Available online <http://www.academicjournals.org/jmcs>.
 11. Ogan, Christine, et al. 1975. The Changing Front Page of the New York Times, 1900-1970, (in) Journalism Quarterly, Vol. 52, No. 2. Summer 1975. The Association for Education in Journalism and Mass Communication in cooperation with the Schools of Journalism and Mass Communication: Columbia. Pp.340-344.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية

١. خطاب، محمد كامل (١٩٩٢) «مصادر الأخبار في الصحف الخليجية: دراسة تحليلية مقارنة على عينة من صحف دول مجلس التعاون لدول الخليج العربية»، (في) مجلة التعاون، العدد ٢٧. الأمانة العامة لمجلس التعاون لدول الخليج العربية: الرياض. ص. ص. ١٣-٦٩.
٢. خلاف، فوزي عبد الغني (١٩٨٢) العلاقة بين شكل الصحيفة ومضمونها: دراسة ميدانية على جمهور القراء والمخرجين الصحفيين بالجزائر اليومية تجاه الصفحة الأولى. دراسة ماجستير، جامعة أسبوط، كلية آداب سوهاج، قسم الصحافة.
٣. صابات، خليل (١٩٨٧) الإعلان تاريخه، أسسه وقواعده، فنونه وأخلاقياته. مكتبة الأنجلو المصرية: القاهرة.
٤. الصاوي، أحمد حسين (١٩٥٨) الصفحة الأولى في الصحف الأمريكية مع دراسة لتطور الصفحة الأولى في الصحف المصرية. دراسة دكتوراه. جامعة القاهرة.
٥. عبد الهادي، عصام الدين (١٩٨٧) تحرير الصفحة الأولى في الجريدة المسائية: دراسة تطبيقية على جريدتي القاهرة والمساء. كلية الإعلام، جامعة القاهرة. رسالة ماجستير.
٦. العلاق، بشير (٢٠١٠) الإعلان الدولي. دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع: عمان.
٧. نفاذي، أحمد صلاح الدين (١٩٨٧) أخبار الصفحة الأولى: دراسة مقارنة في المضمون والقائمين بالاتصال في صحف الاتحاد والخليج والبيان بدولة الامارات العربية المتحدة. رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
٨. الكندي، عبد الله (٢٠٠٤) «بدايات الصحافة العمانية في زنجبار: دراسة تاريخية تحليلية» (في) المجلة العربية للعلوم الانسانية، العدد ٨٨، ص. ص. ٤٧-١٠٩.
٩. الكندي، محسن (٢٠٠١) الصحافة العمانية المهاجرة: صحيفة الفلق وشخصياتها (الشيخ هاشل بن راشد المسكري نموذجاً). رياض الريس للكتب والنشر: بيروت.
١٠. همام، طلعت. مائة سؤال عن الإخراج الصحفي، الأردن: موسوعة الاعلام والصحافة، ١٩٨٤.

ثانياً: المراجع الأجنبية

1. Bogart, L. (1984). The public's use and perception of newspapers. Public Opinion Quarterly, 48, 709-719.
2. Bridge, Janet A. (1989) «News Use on the Front Pages of the American Daily», (in) Journalism Quarterly. Vol. 66, No. 2 summer 1989. The Association for Education in Journalism and Mass Communication: Columbia. Pp. 332-337.
3. Bridge, Janet A. and Bridge, Lamar W. (1998) «Changes in News Use on the Front Pages of the American Daily Newspaper, 1986-1993», (in)

ثالثاً: المقابلات غير المقننة

أجريت المقابلات المقننة مع الصحفيين الآتية أسماؤهم في صحف الدراسة:

١. اسر قبيلات - مساعد مدير التحرير للشؤون الصحفية بجريدة (الشبيبة). التحق العمل في ٢٠١٠ أما محرر الصفحة الأولى في السابق مجدي الشاذلي، من ٢٠٠٦- ٢٠١٠
٢. سيف بن سليمان بن حمدان المزيني- مدير التحرير بجريدة (الشبيبة).
٣. خالد بن حمد العمري - نائب مدير التحرير للشؤون المحلية بجريدة (عُمان).
٤. سيف بن سعود المحروقي- نائب رئيس التحرير بجريدة (عُمان). التحق العمل في ٢٠١٠
٥. هيثم محمد علي العائدي - محرر بجريدة (الوطن)
٦. زاهر بن سالم بن سليمان العبري- رئيس قسم المحليات بجريدة (الزمن).