دور الصحافة الأردنية في مكافحة التدخين
دراسة تحليلية لأطر التغطية الإعلامية في صحف الرأي والدستور والعرب اليوم

عبدالكريم علي جبر الدبيسي *

ملخص

هدفت الدراسة إلى معرفة الأطر التي قدمت بها الصحافة الأردنية موضوع مكافحة التدخين، من خلال دراسة كم التغطية الصحفية، ونوعها، والكشف عن الاتجاهات، والأفكار السائدة لدى القائمين بالاتصال، ومدى تركيز مضمون الصحف على دعم اتجاهات مكافحة التدخين. واستخدم تحليل المضمون أداة منهجية للدراسة الكمية، والكيفية لعينة من ثلاث صحف هي: الرأي، والدستور، والعرب اليوم.

خلُصت نتائج الدراسة إلى أن الصحافة الأردنية استخدمت خمسة أطر في تغطيتها لموضوع مكافحة التدخين، هي على التوالي: الإطار القانوني لمكافحة انتشار التدخين بنسبة 30.4%، والإطار المحدد بقضية مكافحة التدخين بنسبة 29.6%، وإطار مسؤولية التدخين في التسبب بعدد من الأمراض بنسبة 28.1%، وإطار التخويف من آثار التدخين بنسبة 11.7%، واحتل الإطار الاقتصادي المرتبة الأخيرة بنسبة 0.2%، وجاء توظيف هذا الإطار الخامس مختلفا عن الأطر الأربعة الأولى المؤيدة لمكافحة التدخين، إذ وظف للدلالة على أن مكافحة التدخين ستلحق أضراراً اقتصادية في السياحة والتجارة في الأردن. وتميزت صحيفة الرأي بأنها الأكثر توظيفاً للأطر في مكافحة التدخين، بنسبة 60.2%، تلتها صحيفة الدستور بنسبة 31.3%، وصحيفة العرب اليوم بنسبة 8.5%.

الكلمات الدالة: الصحافة الأردنية، نظرية تحليل الإطار الإعلامي، مكافحة التدخين، تحليل المضمون.

المقدمــة

يُعد التدخين الظاهرة الأخطر التي تهدد حياة البشرية، فهو آفة العصر التي يزداد انتشارها في دول العالم كافة، ويشكل مصدر قلق كبير للصحة العامة، ولطالما تم توثيق التدخين على أنه السبب الرئيس للعديد من الأمراض المسببة للوفاة، إضافة إلى العبء الاقتصادي الهائل الذي يفرضه نظام الرعاية الصحية لمواجهة آثاره، ويودي التدخين سنويا بحياة ستة ملايين نسمة تقريباً، ومن الممكن أن يزيد عبء الوفيات ليبلغ أكثر من ثمانية ملايين حالة وفاة في حلول عام 2030، وتتوقع منظمة الصحة الدولية أن يصل العبء الاقتصادي لمعالجة السرطان بسبب التدخين عالميا بين 1.5– 1.9 ترليون دولار (WHO,2014.p4).

لقد شَرّعَ الأردن قانون الصحة العامة رقم 47 لسنة 2008 الذي تضمنت موادّه 53 و54 و55 حظر التدخين في الأماكن العامة، ومحاربة الظاهرة، والحد من انتشارها، وتقليل خطورتها الصحية، إلا أن انتشاره بين أوساط الشباب والنساء ما يزال يتزايد، إذ صنفت منظمة الصحة العالمية الأردن في عام 2014 بالمرتبة الثالثة كأسوأ دولة في انتشار التدخين، وتقدر أحدث دراسة لوزارة الصحة الأردنية خسائر الأردن السنوية جراء التدخين بأكثر من مليار دينار تدخينا، وعلاجا للمدخنين الذين يصابون بأمراض أهمها السرطان والأمراض القلبية الوعائية والتنفسية، ومشكلات صحية أخرى (النسور، 2014، ص8).

ويعزى انتشار ظاهرة التدخين إلى عدة أسباب. منها، قصور في دور أولياء الأمور، وإدارة المدارس، والجامعات، والقوانين والتشريعات، والإعلام في نشر الوعي بمضارّه بين مختلف شرائح المجتمع، ويرى بعض الباحثين أن جهل المدخنين بكثير من قضايا التدخين، من مثل الإدمان وعلاقته بالاقتصاد وأنه سلعة ذات مردود اقتصادي كبير لشركات

* قسم العلوم التربوية، كلية الآداب والعلوم، جامعة البترا. تاريخ استلام البحث 2015/2/10، وتاريخ قبوله 2015/3/9.

© 2016 عمادة البحث العلمي/ الجامعة الأردنية. جميع الحقوق محفوظة.

عالمية هدفها الأساسي الربح المادي فقط، ساعد في انتشاره.

وتُعدّ وسائل الإعلام من أهم أدوات التنمية الشاملة، لخصائصها المؤثرة في نشر التوعية والتثقيف، ويشكل الإعلام الصحي مجالاً حيوياً يساعد في زيادة مؤشرات التنمية الصحية في المجتمعات بتشكيل اتجاهات صحية سليمة تساعد الأفراد في مواجهة الظواهر الصحية السلبية، وفي مقدمتها التدخين، إذ بإمكان وسائل الإعلام تشكيل اتجاهات الفرد، ورفع مستوى وعيه الصحي، ومن ثم تغيير سلوكه. إن استفحال ظاهرة التدخين في المجتمع الأردني تتطلب دراسة تحليلية تتناول دور وسائل الإعلام الأردنية لا سيما الصحافة في مكافحة التدخين، فهو جزءٌ من مسؤوليتها المهنية والأخلاقية في حماية الإنسان، والمجتمع، وبما يسهم في وضع البرامج، والخطط الهادفة للارتقاء بالإعلام الصحي، وتفعيل دوره في الحد من انتشار الظاهرة، وهو ما حرص الباحث على تنفيذه في دراسته هذه.

مشكلة الدراسة

تقوم الصحافة بدور مهم وفعال في مجال التغيير الاجتماعي حيث تستطيع نشر المعرفة والوعي الصحي على أوسع نطاق، وتصل إلى فئات متنوعة في المجتمع، وتنشط جهد قادة الرأي، وتسهم في رفع مستويات الوعي بقضايا المجتمع، ومشكلاته، ومنها انتشار ظاهرة التدخين في المجتمع الأردني التي تُعد من الظواهر السلبية الشائعة في أوساط الشباب، ولها أضرارها الصحية، والاجتماعية، والاقتصادية المتفاقمة، مما ينبغي جمع البيانات، والإحصائيات عن المشكلة، وتحليل أبعادها، وإيجاد الحلول المناسبة لها.

وتتحدد مشكلة الدراسة في الكشف عن دور الصحافة الأردنية اليومية في مكافحة التدخين، والأطر الإعلامية التي استخدمتها في الحد من انتشار الظاهرة في المجتمع الأردني.

أهمية الدراسة

تتمثل أهمية الدراسة في تحليل مضمون ثلاث صحف يومية، لمعرفة دورها في مكافحة ظاهرة التدخين التي يزداد انتشارها بين أوساط الشباب في المجتمع الأردني، وتحديد طبيعة محتوى التغطية الصحفية للظاهرة، واتجاهاتها، وهو ما لم يكشف عنه سابقا، وكذلك في الكشف عن الأطر التي تُعنى بموضوع مكافحة التدخين في الصحافة الأردنية، وأساليب التأطير الإعلامي التي يستخدمها القائم بالاتصال التي تسمح بقياس المحتوى الضمني للرسائل الإعلامية للصحافة الأردنية، وتقدم تفسيراً منتظماً لدورها في تشكيل الأفكار، والاتجاهات حيال موضوعات مكافحة التدخين بهدف إيجاد الحلول المناسبة التي تسهم في تفعيل دور الصحف اليومية المطبوعة في مكافحة التدخين، وكذلك تفعيل دور الإعلام الصحي في الصحافة الأردنية.

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى معرفة ما يأتي:

1. كم التغطية الصحفية لموضوعات مكافحة التدخين التي نشرتها الصحف الأردنية.
2. الأنماط الصحفية المستخدمة في التغطية الصحفية لموضوعات مكافحة التدخين.
3. نسبة اهتمام الصحافة الأردنية بمكافحة التدخين.
4. الاتجاهات السائدة في الصحافة الأردنية عن انتشار ظاهرة التدخين في المجتمع.
5. الأطر الإعلامية التي اعتمدتها الصحافة الأردنية في تناولها موضوعات مكافحة التدخين.
6. أبرز آليات التأطير التي استخدمتها الصحافة الأردنية في نشرها لموضوعات مكافحة التدخين.

أسئلة الدراسة

تسعى الدراسة إلى الإجابة عن الأسئلة الآتية:

1. ما كم التغطية الصحفية لموضوعات مكافحة التدخين التي نشرتها الصحف الأردنية؟
2. ما الأنماط الصحفية المستخدمة في التغطية الصحفية لموضوعات مكافحة التدخين؟
3. ما نسبة اهتمام الصحف الأردنية بموضوعات مكافحة التدخين؟
4. ما الاتجاهات السائدة في الصحافة الأردنية عن انتشار ظاهرة التدخين في المجتمع؟
5. ما الأطر الإعلامية التي اعتمدتها الصحافة الأردنية في تناولها موضوعات مكافحة التدخين؟
6. ما أبرز آليات التأطير التي استخدمتها الصحافة الأردنية في نشرها لموضوعات مكافحة التدخين؟

الإطار النظري

نظرية تحليل الإطار الإعلامي

اعتمدت الدراسة نظرية تحليل الإطار الإعلامي (Frame Analysis Theory) لأنها تقدم تفسيرا عمليا، ومنتظما لكيفية حدوث التأثيرات المعرفية، والوجدانية لوسائل الإعلام في الجمهور بمختلف فئاته، وخصائصه (Norris,1995,p361) لتحليل مضمون الصحافة الأردنية، والكشف عن اهتماماتها،

واتجاهاتها من مكافحة التدخين؛ لأن هذه النظرية تسمح بقياس المحتوى الضمني للرسائل الإعلامية التي تعكسها وسائل الإعلام.

وتُعد نظرية تحليل الإطار الإعلامي من الروافد الحديثة في دراسات الاتصال التي تقدم تفسيرا منتظما لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار، والاتجاهات حيال القضايا البارزة، وعلاقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية، والوجدانية عن تلك القضايا، وتفترض هذه النظرية أن الأحداث لا تنطوي في حد ذاتها على مغزى معين، وإنما تكتسب مغزاها من وضعها في إطار Frame يحددها، وينظمها، ويضفي عليها قدرا من الاتساق بالتركيز على بعض جوانب الموضوع، وإغفال جوانب أخرى، وعرّف Tankard الإطار بأنه " فكرة مركزية ينتظم حولها المحتوى الإخباري والتي من شأنها أن توفر السياق الملائم لتحديد ماهية القضية عبر استخدام أساليب الانتقاء، والتوكيد" (Tankard, 2001, p98).

ويشير Entman إلى " إمكانية تناول الأطر الإعلامية وفق مستويين أساسيين هما: المستوى الأول، ويتعلق بتحديد مرجعيةٍ تساعد في عملية تمثيل المعلومات، واسترجاعها من الذاكرة، والمستوى الثاني: يتعلق بوصف السمات التي تمثل محور الاهتمام في النص الإعلامي، وبالتكرار، والتدعيم، يتم إبراز إطار بعينه ينطوي على تفسيرات محددة، تصبح بدورها أكثر قابلية للإدراك، والتذكر من جانب الجمهور الذي يتعرض باستمرار لتلك الوسيلة الإعلامية " (مكاوي والسيد، 2001، ص342).

ويتحكم في تحديد الإطار الإعلامي خمسة متغيرات أساسية هي: مدى الاستقلال السياسي لوسائل الإعلام، ونوع مصادر الأخبار، وأنماط الممارسة الإعلامية، والمعتقدات الأيديولوجية، والثقافية للقائمين بالاتصال، وطبيعة الأحداث ذاتها (Entman,1991,p17).

وظائف الأطر

1. تُعرِّف الأطر المشكلة، أو القضية والأسباب الكامنة وراءها، وتشخِّصُ الأسباب، وتحدِّد قوتها التي تخلق المشكلة، وتضع الأحكام، أو التقييمات الأخلاقية، وتقيِّم العوامل غير المقصودة، وتأثيرها، كما تتنبأ بتأثيراتها المختلفة (Entman,1993,p54).
2. تُسهم الأطر كبِنَاء ذهني في إدراك الأحداث في الصراعات الدولية، إذ تُعد أسلوبًا ملائمًا لاختبار مكانة وسائل الإعلام في السياق الدولي(Hall , 2000,p241) .
3. تركز الأطر على إبراز معلومات معينة مما يزيد من إمكانية إدراك وفهم المتلقي لها.
4. تقترح الأطر الإعلامية حلولاً لمعالجة القضية.
5. تؤثر الأطر في تشكيل الاتجاهات بالتركيز على قيم، وحقائق معينة، واعتبارات أخرى، وتمنحها صلة أكبر بالموضوع أو القضية (شومان، 2007، ص23).
6. تقوم الأطر بتحديد القوى الفاعلة التي أحدثت المشكلة.

فوائد تحليل الأطر

1. الكشف عن آليات التأطير التي يستخدمها القائم بالاتصال بمعرفة أسلوب بناء، وتركيب الرسالة الاتصالية، ومدى إبراز جوانب معينة من الواقع، وعزل جوانب أخرى (Kensicki,2002,p329).
2. معرفة اتجاهات القائمين بالاتصال، إذ تبني وسائل الإعلام أطراً متعددة لتغطية أحداث مختلفة، تخضع لتأثير اتجاهات القائمين بالاتصال، وتأثير القِيَم في الأسلوب الذي يكتبون به، إضافة إلى عوامل أخرى.
3. فهم التأثير المنظَّم لتأطير وسائل الإعلام للأحداث في المتلقين، ودور الأطر في تشكيل اتجاهاتهم.
4. يخدم تحليل الإطار في معرفةَ علاقاتِ القوة التي غالباً ما تنعكس في تلك الأطر المتبناة (Luther & Miller,2005,p83).
5. معرفة الإطار الذي يمكن أنْ يُسيطرَ على التغطية الإعلامية لفترات زمنية طويلة.
6. معرفة قدرة وسائل الإعلام على استخدام الأطر قوة للتأثير في الرأي العام.

وما يميز نظرية تحليل الإطار الإعلامي عن منهجية تحليل المضمون التقليدية؛ أنها تسمح للباحث بقياس المحتوى الضمني للرسائل الإعلامية التي تعكسها وسائل الإعلام، وتقدم هذه النظرية تفسيراً منتظماً لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار، والاتجاهات حيال القضايا البارزة (شومان، 2007، ص25)، وعلاقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية، والوجدانية لتلك القضايا، وتهتم بقياس المحتوى غير الواضح (الظاهر) لوسائل الإعلام، أو ما يعرف بالمحتوى الضمني، ويُعدّ أسلوب القياس هذا أن التأطير يقدم وصفاً للعملية التي يدرك بها الفرد المعلومات المقدمة، وينظمها وفقاً لإطاره المرجعي، ورؤيته للعالم المحيط، ويُعدُّ التغيير الأساسي في أبحاث الأطر هو تحول هذه الأبحاث من اعتبار الأطر أداة لتحليل المضمون فقط إلى اعتبارها كما يرى "Entman" نموذجاً يرشد الباحثين إلى المنهج، والنتائج الخاصة بأي نظام عمل.(Entman,1991,p24) .

أنواع الأطر الإعلامية

إن أبرز أنواع الأطر الإعلامية هي: الإطار المحدد بقضية، أو موضوع، والإطار العام الذي يرى الأحداث في سياق عام مجرد، ويقدم تفسيرات عامة للوقائع يربطها بالمعايير الثقافية والسياسية، وإطار الاستراتيجية الذي يضع الأحداث في سياقها الاستراتيجي المؤثر، ويتلاءم هذا الإطار مع الأحداث السياسية، والعسكرية، ويركز على قيم مثل: الفوز والخسارة والتقدم والتأخر، مبدأ النفوذ، والقوة، ومصادره وأشخاصه، وإطار الاهتمامات الإنسانية الذي يرى الأحداث في سياق تأثيراتها الإنسانية والعاطفية العامة، وإطار النتائج الاقتصادية الذي يضع الوقائع في سياق النتائج الاقتصادية التي نتجت عن الأحداث، وإطار المسؤولية الذي يضع القائم بالاتصال الرسالة للإجابة عن السؤال "من المسؤول عن؟" وإطار الصراع الذي يقدم الأحداث في إطار تنافسي صراعي حاد، وإطار المبادئ الأخلاقية، وذلك بعرض الوقائع في السياق الأخلاقي، والقيمي للمجتمع، إضافة إلى عدد آخر من الأطر، مثل أطر الأسباب، وأطر الحلول، والأطر المرجعية (McQuail, 2010, p83.).

الدراسات السابقة

قام الباحث باستعراض الدراسات السابقة التي لها صلة بموضوع الدراسة، وذلك بالتعرض لأهم الدراسات التي تناولت موضوع مكافحة التدخين أو الإعلام الصحي، على النحو التالي:

أولا: الدراسات العربية:

بحثت بعض الدراسات العربية العلاقة بين وسائل الإعلام، وأضرار التدخين في إطار الدراسات التي تعرضت لدور وسائل الإعلام في عرض ومناقشة مشكلة المخدرات والإدمان، وكان التدخين مكوناً جزئياً في مجال التعرض، والتأثير، وهذه الدراسات هي: دراسة أجراها اتحاد الإذاعة والتليفزيون المصري (1990) عن دور الإذاعة والتليفزيون في التصدي لظاهرة الإدمان بين الشباب، وشملت عينة الدراسة ثلاث عينات: عينة الجمهور وهي عينة حصص طبقية حجمها 200 مفردة، بنسبة 45.9% من الحضر، و45.1% من الريف. وعينة المدمنين قوامها 100 مفردة، اختيرت عمدياً ممن يتلقون علاجاً من الإدمان بالمستشفيات، وعينة الشخصيات العامة من 100 شخصية من المهتمين بظاهرة الإدمان من المتخصصين في علم النفس والاجتماع، وأظهرت نتائج الدراسة أن 99.3% من الذين يشاهدون التليفزيون يتابعون البرامج التي تتناول ظاهرة الإدمان، وبلغت النسبة أقصاها بين من هم دون العشرين بنسبة 99.1% ، وبالنسبة للإفادة من البرامج ذكر 93.6% أنهم استفادوا إلى حد كبير، وأشار استطلاع رأي الشخصيات العامة إلى أن التلفزيون من أكثر الوسائل فاعلية في معالجة مشكلة الإدمان.

وتناولت دراسة (ABDELAZEEM,1993)الاعتماد على التليفزيون، وعلاقته بمعرفة البالغين المصريين بأضرار المخدرات، وشملت عينة الدراسة 400 فرد من المقيمين بمدينة القاهرة تتراوح أعمارهم من 20–79 سنة من الذكور، والإناث، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن الاعتماد على التليفزيون مؤشر لاكتساب المعرفة أكثر من الاستخدام، وأن من يتعاطى المخدرات لا يعتمد على التليفزيون في اكتساب المعرفة، كما أثبتت الدراسة وجود علاقة عكسية بين الاعتماد على التليفزيون، والمستوى الاقتصادي الاجتماعي، إذ يميل أصحاب المستوى الاقتصادي الاجتماعي الأعلى إلى الاعتماد على الوسائل المقروءة من الصحف والمجلات، كما أثبتت أن التعليم متغير واضح في اكتساب مستويات مرتفعة من المعرفة حول المخدرات.

أما دراسة (عسكر، 1996) فتناولت بالتحليل ظاهرة تعاطي المخدرات كما يعرضها الخطاب السينمائي المصري، إذ أجرى تحليلا لمضمون سبعة عشر فيلماً من الأفلام السينمائية المصرية التي تشير إلى ظاهرة الإدمان، والمخدرات، وكشفت نتائج التحليل الكمي لمضمون الأفلام إلى شيوع انتشار التدخين كظاهرة غير محرمة قانوناً بين معظم الشخصيات الواردة في الأفلام، وأن صور العقاب في تلك الأفلام هو عِقابٌ غيرُ قانونيّ في الترتيب الأوّل، وأن الانتقام والتصفية الجسدية هي القانون السائد، وصورة تاجر المخدرات هي الموضوع الرئيس للأفلام.

ورصدت دراسة (مراد، 2007) العلاقة بين الاعتماد على وسائل الاتصال، ومستويات معرفة المراهقين بأضرار التدخين، باستخدام منهج المسح على عينة حصصية مكونة من 400 مراهق مصري في المرحلة العمرية من (15–17 سنة) لقياس التعرض للراديو والتلفزيون، ومعرفة نسبة مقروئية الصحف، ومشاهدة السينما، وأظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية بين مستويات معرفة المبحوثين بأضرار التدخين، والاعتماد على وسائل الاتصال، مصادرا للمعرفة، وعدم ثبوت صحة الفرض بوجود اختلاف في مستوى المعرفة العامة بأضرار التدخين بين الأفراد الأعلى، والأقل في المستوى الاجتماعي الاقتصادي، وثبوت صحته بوجود الاختلاف في مستوى المعرفة المتعمقة لصالح المستوى المرتفع، وأثبت الاختبار البعدي وجود فروق دالة بين المستوى الاقتصادي المرتفع، والمنخفض، واعتمدت هذه النتيجة على الفرق في مستوى المعرفة بين المستويات الأعلى، والأقل في المستوى الاجتماعي الاقتصادي بناءً على

الفرض الأساسي لنظرية الفجوة المعرفية التي توضح أنه مع تزايد انتشار معلومات وسائل الإعلام في النظام الاجتماعي فإن شرائح من المجتمع ذات المستوى الاقتصادي، والاجتماعي الأعلى تميل إلى اكتساب هذه المعلومات بسرعة أكبر من الشرائح ذات المستوى الاقتصادي والاجتماعي الأقل، مما يزيد من قوة المعرفة بين هذه الشرائح.

وهدفت دراسة (الكسواني، 2009) إلى معرفة دور الصحف الأردنية اليومية (الرأي، والغد، والدستور) في التوعية الصحية، وفيما إذا كان من ضمن أولويات الصحف وضع أجندة إعلامية واضحة عن الموضوعات الصحية، وكشفت نتائج تحليل مضمون عينة مكونة من 69 عددًا من الصحف اليومية الثلاث، تزايد الاهتمام بالموضوعات الصحية في الصحف الأردنية بشكل ملحوظ بعد بدء حملات التوعية الخاصة بمكافحة الأمراض السارية، وغير السارية، والصحة الإنجابية، وصحة المرأة، والطفل، والغذاء والدواء، وأشارت نتائج الدراسة إلى غياب برنامج واضح لدى الصحف الأردنية في تغطية الموضوعات الصحية، وأن الموضوعات الصحية الوقائية حصلت على أعلى معدلات تغطية بين الموضوعات الأخرى. وأوصت الدراسة بدعوة الصحف إلى إيلاء الموضوعات الصحية أهمية أكبر ضمن أجندتها إلى جانب الموضوعات السياسية، والاقتصادية التي تحتل الصفحات الأولى، وتضمين رسائل إعلامية واضحة بهدف ترويج سلوكيات صحية سليمة، وخلق وعي صحي.

وهدفت دراسة (الأمين، 2012) إلى معرفة دور الإعلام المرئي بنشر الوعي الصحي في ولايتي الخرطوم، وأم درمان، دراسة حالة برنامج صحتك، وبرنامج صحة وعافية في التلفزيون السوداني، مستخدمة المنهج التجريبي على عينة من ثمانين امرأة لقياس الوعي الصحي، وأظهرت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات العينة الضابطة، والعينة التجريبية في الاختبار القبلي، والبعدي، والتجريبي لصالح العينة التجريبية، ودلت النتائج على زيادة الوعي الصحي لدى العينة بعد مشاهدة البرامج الصحية.

وسعت دراسة (Awaisu & Others , 2013)إلى تقييم وعي الجمهور العام في قطر بالمخاطر الصحية للتدخين، ومعرفة تأثير الصور التحذيرية في علب السجائر، ودورها في تغيير سلوك المدخنين، وغير المدخنين، واعتمدت الدراسة منهج المسح على عينة من 500 مدخن، وغير مدخن، وكشفت نتائج الدراسة أن تلك الصور لم تؤثر في زيادة وعي المدخنين بأضرار السجائر، وأن 45٪ من غير المدخنين لا يمتلك أي فكرة عن تلك الصور التحذيرية، وأن 20% من المجموعتين لا يعتقد أن إضافة الصور التحذيرية على علب السجائر سوف تسهم في تغيير سلوك المدخنين.

وتناولت دراسة (Hassounah & Others , 2014) الوضع الراهن لتعاطي التبغ، والالتزام الحكومي، والوطني بمكافحته، وإطار التدخلات لخفض تعاطي التبغ بين المجموعات السكانية في بلدان مجلس التعاون الخليجي، واليمن، كما استعرضت الدراسة التدخلات الهيكلية التي تمثل إجراءات حكومية تستهدف تقوية، وتفعيل، وإدارة برامج مكافحة التبغ، والمتمثلة في حظر الترويج المباشر، وغير المباشر للتبغ في التلفزيون الوطني، والإذاعة، والمجلات، والصحف المحلية، وخلصت النتائج إلى أن مكافحة التبغ في بلدان مجلس التعاون الخليجي قد شهدت تقدُّماً ملموساً على مدى العقود الماضية، وهذه النتائج المبكرة تشير إلى ضرورة زيادة الاستثمار في تنفيذ، وتفعيل الاتفاقية الإطارية بشأن تعاطي التبغ، وإصدار تشريعات صارمة لمكافحة التبغ في بلدان مجلس التعاون الخليجي، وإنشاء خدمات متاحة على نحو شامل للإقلاع عن التدخين.

ثانيا: الدراسات الأجنبية

هدفت دراسة(SATO, 2003) إلى معرفة تأثير وسائل الإعلام في السياسة الوطنية للصحة، ووضع أجندة مكافحة التدخين في اليابان بتحليل مضمون المقالات المنشورة عن التدخين في خمس صحف وطنية يابانية كبرى تمثل عينة الدراسة هي: (ASAHI SHIMBUN, YOMIURI SHIMBUN, MAINICHI SHIMBUN, SANKEI SHIMBUN, AND NIHON KEIZAI SHIMBUN) بين عامي 1945–1990م، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن معدل انتشار التدخين كان في عام 1957م بنسبة 72.1% بين الرجال، وبنسبة 9.8% بين النساء، وقد انخفض بشكل محدود في عام 1990م إلى 60.5% بين الرجال و14.4% بين النساء، وساعدت وسائل الإعلام اليابانية في تشكيل اتجاهات مراكز صنع القرار نحو تحديد أجندة معالجة قضية من القضايا الاجتماعية، وبينت الدراسة أن المقالات التي نشرتها الصحف اليابانية عن اتخاذ بعض الدول تدابير رقابية لمكافحة التدخين أثرت على مناقشات البرلمان الياباني لموضوع مكافحة التدخين، وبذلك تكون وسائل الإعلام اليابانية قد أسهمت في رسم السياسات الصحية في اليابان، وهذا ما أكدته أيضا دراسة CHAMPION & CHAPMAN عن دور الصحافة الأسترالية.

وأجرى (BIENER, 2004)وآخرون دراسة على عينة من 618 مراهقاً من سن 12–15 بولاية ماسوشيتس الأمريكية لبحث فاعلية المحتوى العاطفي للرسائل الإعلانية في حملات مكافحة التدخين، وأوضحت النتائج أن الرسائل الإعلانية التي تضمنت آثاراً صحية خطيرة ناجمة عن التدخين، واحتوت على مشاعر

سلبية تجاهه، كانت أكثر استدعاء، وإدراكاً من أفراد العينة، وبصورة أقوى من الإعلانات التي اعتمدت على النشاط الحياتي العادي أو تلك المعتمدة على الحس الفكاهي، مما أكد أن المشاعر السلبية في الإعلانات المناهضة للتدخين تؤثر بشكل فعال في جمهور المراهقين، بينما أشارت دراسة ALBERT GUNTHER، ودراسة KLAAS GUSTCHOVEN إلى أن بعض الرسائل الإعلامية كان لها دورٌ في إقبال المراهقين على التدخين.

وتناولت دراسة (CHAMPION & CHAPMAN, 2005) أطر تغطية الصحافة الأسترالية المطبوعة لحظر التدخين في الحانات، وهدفت الدراسة من تحليل مضمون المقالات المنشورة في الصحافة عن التدخين للفترة من 1996 إلى 2003م، البالغ عددها262 ، إلى معرفة استراتيجيات التأطير التي استخدمتها الصحافة الأسترالية في مكافحة التبغ من أجل حانات خالية من التدخين، وتوصلت الدراسة إلى أن الاتجاه الإيجابي المؤيد لحظر التدخين كان أكثر ثلاث مرات من السلبي، وكانت نسبة أطر المخاوف الاقتصادية 40٪، ونسبة أطر المخاوف الصحية 32.7٪، في حين بلغت نسبة الأطر الثقافية /عقائدية 27.3٪، وخلصت الدراسة إلى أن الجهود التي بذلتها الصحافة الأسترالية ساعدت في إصدار التشريعات القانونية التي تحظر التدخين في الحانات، وهو ما يتفق مع دراسة SATO.

وسعت دراسة (SMITH & DURRANT & MCELRATH, 2005) إلى معرفة دور التغطية الإخبارية للصحافة المطبوعة في الولايات المتحدة الأمريكية، وأستراليا في مكافحة التبغ، وتأثير قضايا التغطية الإخبارية في مواقف وسلوك القراء، واعتمدت الدراسة تحليل المضمون أداة لجمع البيانات، والمقارنة لقضايا التبغ في التغطية الصحفية في 12 صحيفة من الصحف اليومية في أستراليا و30 صحيفة من الصحف اليومية في الولايات المتحدة الأمريكية، على عينة لمدة سنة، وبلغ كم التغطية 1317 مادة في الصحافة الأمريكية، و1188 مادة في الصحافة الأسترالية، وبينت نتائج التحليل أن التغطية توزعت بين الأخبار، ومقالات الرأي، وبنسبة 70% لكلا البلدين، وتركزت التغطية على موضوعات القصص الإيجابية لمكافحة التبغ في كلا البلدين، وبلغت نسبة التعبير عن الرأي العدائي تجاه جهود مكافحة التبغ (الولايات المتحدة، 4٪، أستراليا، 7.1٪)، وبلغت نسبة تغطية موضوعات التدخين السلبي، والتعليم، ومنع التدخين، وجهود الوقاية من التدخين، في أستراليا 29.2٪ أكثر مما كانت عليه في الولايات المتحدة 17.6٪، وخلصت الدراسة إلى أن استخدام الصحف لترويج رسائل مكافحة التبغ مفيدة لكلا من السلوك، وتغيير السياسات الصحية، وهو ما يتفق مع ما توصلت إليه دراسة SMITH، ودراسة CHAMPION عن تأثير وسائل الإعلام في رسم سياسات مكافحة التدخين.

ولمعرفة تأثير التعرض لإعلانات مكافحة التدخين، أجرى (PETERS, 2005) دراسة على عينة من 1608 طلاب في المدارس الثانوية HIGH SCHOOLS بهوستون بتكساس في إطار البرنامج التفاعلي لمنع التدخين لدراسة تأثيرات تعرض الشباب للإعلانات المناهضة للتدخين، وكيف تختلف هذه التأثيرات باختلاف الأصول العرقية، وأوضحت النتائج أن الأمريكان من أصل إفريقي أقل تعرضاً للإعلانات التليفزيونية، والملصقات من البيض إلا أنهم أكثر تعرضاً للإعلانات المقدمة في السينما، وفي العروض الرياضية، أما الأمريكان من أصل إسباني فهم أقل تعرضاً أيضاً للملصقات مقارنة بالبيض إلا أنهم أكثر تعرضاً للرسائل الإعلانية في العروض الرياضية.

وكشفت دراسة (GUSTCHOVEN, 2005)عن العلاقة بين المستويات المرتفعة لمشاهدة التليفزيون في بلجيكا، وبدايات الإقبال على التدخين، وشملت عينة الدراسة 909 طلاب بالمرحلة الثانوية في مدارس إقليم الفلاندر ممن يدخنون سيجارة واحدة يومياً على الأقل لمعرفة العلاقة بين المستويات المرتفعة لمشاهدة التليفزيون، وبدايات الإقبال على التدخين. وأكدت النتائج وجود ارتباط قوي بين كثافة مشاهدة التليفزيون، وبين البدايات المبكرة للتدخين بما يعني أن الذين يشاهدون التليفزيون بكثافة يبدأون التدخين في سن مبكرة، وأن هذه العلاقة كانت أقوى من المتغيرات الأخرى التي تم بحثها مثل تدخين الوالدين، والتدخين بين الأصدقاء، وهو ما لا يتفق مع ما توصلت إليه دراسة BIENER، عن التأثير الفعال للرسائل الإعلانية في مكافحة التدخين.

ورصدت دراسة (GUNTHER, 2006) وعدد من الباحثين في جامعة ويسكنسون بالولايات المتحدة الأمريكية التأثير المُدرك في القرناء من محتوى وسائل الإعلام المرتبطة بالتدخين على عينة من 818 طالبا من طلاب المدارس تتراوح أعمارهم بين 13-17، وأوضحت النتائج أن إدراك المراهقين للرسائل الإعلامية المرتبطة بالتدخين التي تقدم أمثالهم في السن، تؤثر بطريقة غير مباشرة في التدخين لديهم سواء كانت هذه الرسائل داعمة أو مناهضة للتدخين، إلا أن هذا التأثير غير المباشر كان أقوى في الرسائل الداعمة، مما يثير المخاوف من إقبال المراهقين على التدخين.

وعن تأثير التأطير تناولت دراسة (EDSALL, 2008) أطر تغطية الصحافة الأمريكية المطبوعة لفرض الضرائب على التبغ: وتلخصت أهداف الدراسة في استكشاف بناء الصحافة المطبوعة في ست ولايات أمريكية (كاليفورنيا، كنتاكي، مريلاند، ميسوري،

أوريغون، وتينيسي) لأطر تغطية مبادرات فرض الضرائب على التبغ، والآثار المترتبة على تلك التغطية. وتركز هدف الدراسة الرئيسي على معالجة مشكلة صحية عامة، وهي تعاطي التبغ، مما يتطلب العمل على عدة مستويات لتغيير السلوك الفردي، والحاجة إلى التدخلات السياسية مثل رفع أسعار السجائر لدعم البيئة الاجتماعية المناسبة لغير المدخنين. وأهمية وسائل الإعلام في تأطير هذه الجهود في مكافحة التبغ، واعتمدت الدراسة تحليل المضمون أداة منهجية لتحديد الأطر المستخدمة، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن الصحف الأمريكية اعتمدت الأطر التالية: الصحة مقابل الثروة، وخطر على المجتمع، ولا للتدخين، وكلفة التدخين، وتوفير دخل، والقوة الاقتصادية الإيجابية، وأدت الجهود التي بذلتها الصحافة إلى رفع أسعار السجائر بزيادة الضرائب غير المباشرة. وهو ما يتفق مع دراسة (MacKenzie & Holding, 2011) التي هدفت إلى تحليل أطر المسؤولية في تغطية أخبار التلفزيون الأسترالي لسرطان الرئة بين المدخنين، وغير المدخنين التي بثتها خمس قنوات تلفزيونية مجانية في سيدني للفترة بين 2 مايو 2005 و 31 آب 2009م، والاستدلالات المرتبطة، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن من بين 2.042 تقريرا إخباريا أشار 157 تقريرا منها إلى تسبب التدخين بمرض سرطان الرئة، بينما أشار 107 تقارير وبنسبة 68% إلى تشخيص سرطان الرئة لدى غير المدخنين. وقد صورت التقارير التلفزيونية المرضى بطريقة تثير التعاطف، وضحايا لظروف مأساوية، ملمحة بذلك إلى أنهم غير مسؤولين عن إصابتهم بسرطان الرئة، وهذا يوحي بطريقة غير مباشرة إلى مسؤولية المرضى المدخنين عن إصابتهم بسرطان الرئة. لقد استخدم التلفزيون الأسترالي إطار المسؤولية في تحميل المدخنين مسؤولية إصابتهم بمرض سرطان الرئة.

وهدفت دراسة (Gao & Zheng, 2012)إلى معرفة النمو في التغطية الصحفية للقضايا المتعلقة بمكافحة التبغ في الصحف الصينية، واعتمدت الدراسة تحليل مضمون الأخبار، والمقالات المنشورة عن التبغ في 185 صحيفة وطنية، ومحلية خلال المدة من 2000–2010. التي بلغ عددها 1149، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن التغطية الصحفية للقضايا المتعلقة بمكافحة التبغ زادت خلال تلك المدة، مع مؤشر تزايد التغطية المكثفة نسبيا في مايو ويونيو في جميع الصحف بمناسبة اليوم العالمي لمكافحة التدخين، وأفادت نتائج تحليل مضمون الصحف بأن 24.9٪ من موضوعاتها تركز على التدخين السلبي، وحذرت 25.3٪ من مخاطر التدخين المباشر، وتركز 10.0٪ من المضمون على برامج، وحملات الوقاية، والإقلاع، وركزت مضامين مقالات الصحف الوطنية على مخاطر التبغ، وأهمية فرض حظر على الدعاية، والترويج له. أما مضامين الأخبار فكانت تتمحور حول مراقبة تعاطي التبغ، في حين ركزت مضامين المقالات الافتتاحية على فرض حظر على التبغ، وإعلاناته، ورفع الضرائب، وأهمية الإقلاع عن التدخين. وكانت نسبة الاتجاه المؤيد لمكافحة التبغ في المقالات 50.4٪ مقارنة مع 10.5٪ التي كانت غير مؤيدة، وتفيد تلك المؤشرات بأن الصحف الصينية كانت تعير المزيد من الاهتمام لمكافحة التبغ، ولكن حجم التغطية يبقى أقل منه في الولايات المتحدة الأمريكية، وأستراليا.

التعليق على الدراسات السابقة، وحدود الاستفادة منها:

- اتفقت معظم الدراسات على خطورة قضية انتشار التدخين، وأكدت دور وسائل الإعلام الإيجابي في رسم السياسات الحكومية في مجال مكافحة التدخين.
- تنوعت الدراسات بين دراسات تحليلية، أو ميدانية تبعا لأهداف كل دراسة.
- أشارت بعض الدراسات الأجنبية إلى تأثر المراهقين بمحتوى الرسائل الإعلامية التي تتضمن عناصر تؤدي إلى قبول التدخين، مما يشكل خطورة على الشباب.
- يُعد التليفزيون من أكثر الوسائل الإعلامية التي تعرضت لها الدراسات السابقة، ودلت على ارتباط كثافة المشاهدة ببدء التدخين عند المراهقين، ودور التليفزيون الإيجابي في زيادة معرفة الجمهور بأضرار التدخين.
- أكدت الدراسات فاعلية المحتوى العاطفي للرسائل الإعلانية في حملات مكافحة التدخين، وكشفت عن التأثير الفعال للمشاعر السلبية في الإعلانات المناهضة للتدخين على المراهقين.
- ساعدت الدراسات السابقة في صياغة مشكلة، وأسئلة الدراسة الحالية، وتحديد إطارها المنهجي.
- دَلّتْ الدراسات السابقة على قلة الدراسات الإعلامية العربية التي تبحث في أطر مكافحة التدخين.
- تتميز هذه الدراسة باستخدام نظرية تحليل الإطار الإعلامي التي تساعد بقياس المحتوى الظاهر، والضمني في الرسائل الإعلامية للصحف الأردنية، وتقدم تفسيراً منتظماً لدور الصحافة في تشكيل الأفكار، والاتجاهات حيال مكافحة التدخين.

التعريفات الإجرائية

الإطار الإعلامي: هو تلك الفكرة المحورية التي تنتظم حولها الأحداث الخاصة بقضية معينة، والإطار الإعلامي

لقضية ما يعني انتقاء متعمد لبعض جوانب الحدث أو القضية، وجعلها أكثر بروزا في النص الإعلامي. (Kensicki,2002, p.321)

مكافحة التدخين: تعني الجهود المخططة، والمنظمة الهادفة إلى تشجيع المدخنين على الامتناع عن استهلاك جميع أشكال التبغ، ونشر الوعي الصحي بمضاره، وتأثيراته التي باتت تسبب الكثير من الأمراض المميتة.

الصحافة الأردنية: ويقصد بها الصحافة المطبوعة الصادرة بشكل دوري يوميا في الأردن، وتغطي الموضوعات السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، والرياضية، والصحية، والثقافية وغيرها.

تحليل المضمون: طريقة للبحث، تهدف التوصل إلى وصف موضوعي، ومنهجي، وكمي للمضمون الواضح للاتصال.(حسين، 1996، ص126)، وتُعد عملية تحليل المضمون إحدى طرق القياس غير المباشر للرأي العام، إذ يسعى إلى تحليل مضمون الرسالة الإعلامية باعتبارها المنتج الأساسي في العملية الاتصالية التي يهدف من خلالها القائم بالاتصال إلى إحداث التأثيرات المرجُوَّة. (زغيب، 2009، ص137).

وفي ضوء ذلك، فإن التعريف الإجرائي **لأطر مكافحة التدخين في الصحافة الأردنية** الذي تعتمده هذه الدراسة هو: الأفكار المحورية الخاصة بمكافحة التدخين التي انتقتها الصحافة الأردنية، وجعلتها أكثر بروزا في النص الإعلامي.

منهجية الدراسة

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، وقد اعتمد الباحث منهج المسح بشقيه: الوصفي، والتحليلي؛ لدراسة المادة الإعلامية التي تنتجها الصحافة الأردنية لمكافحة التدخين. واستخدم تحليل المضمون Content Analysis أداة منهجية للدراسة الكمية، إذ يُعد استخدام أُسلوب تحليل المضمون من أفضل الطرق، والأساليب المتطورة في قياس الاتجاهات بالوصول إلى التكرارات التي تشير إلى الاتجاه الصحيح، ومستوياته، باستخدام المقاييس الكمية، والكيفية.

وتركز هذه الدراسة على كشف السمات الظاهرة، والمتكررة في مضمون الصحف الأردنية، باعتبارها مدخلات التحليل، أما مخرجات التحليل فهي الاستنتاجات الخاصة بوصف المضمون في المرحلة الوصفية، وتحليل خصائص المضمون الذي تنتجه كل صحيفة تبعا لسياستها الإعلامية، وتحديدا سياستها التنموية؛ وتحديد الأطر الإعلامية التي استخدمتها، لأن تحليل المضمون هو أداة لملاحظة، ووصف مادة الاتصال.

عينة الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة الكلي من الصحف الوطنية اليومية الصادرة في الأردن، وقد اختار الباحث عينة عمدية Purposive Sampling من ثلاث صحف هي الرأي، والدستور، والعرب اليوم، وهي من أبرز الصحف اليومية الأردنية، وأكثرها انتشارا، وتوزيعا، كما تمتاز بأنها من الصحف السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية الجامعة، وتمثل جزءًا من المجتمع الكلي المراد تحديد سماته وفق معايير معينة، وطبقاً لمشكلة الدراسة، وأهدافها، ومصادر بياناتها، وحدد الباحث المضمون الكلي، والإعلانات في الصحف الثلاث وحدة لعينة الدراسة Unit of Sample المراد إخضاعها لتحليل المضمون، وتحديد أطره ؛ لأن ذلك يساعد في معرفة نوع وكم الأنماط الصحفية التي استخدمت في التعبير عن فكرة مكافحة التدخين، ويعكس مدى الاهتمام بها. وحدد الباحث المدة من 1 كانون الثاني 2014 لغاية 31 كانون الأول 2014م، إطارًا زمنياً لعينة الدراسة، لأنها المدة الأحدث التي يمكن بها معرفة، وتحديد آخر مستجدات، واهتمامات الصحافة الأردنية بموضوعات مكافحة التدخين، معتمداً أُسلوب الحصر الشامل للعينة خلال مدة سنة كاملة، وإخضاعها لتحليل المضمون. وقام الباحث بتحليل المواد الصحفية كافة، وفرز 495 مفردة تناولت موضوع مكافحة التدخين في صحف؛ الرأي، والدستور، والعرب اليوم، وإخضاعها لتحليل المضمون.

أداة الدراسة

صمم الباحث استمارة علمية لتحليل مضمون الصحف الثلاث رُوعِيَ فيها أن تعكس مفرداتها بدقة مشكلة الدراسة، والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها، إضافة إلى تحديد كشاف فئات التحليل، والأطر الإعلامية المستخدمة، وقام بترميز الفئات، والأطر، وتضمنت استمارة التحليل فئات الشكل، وفئات موقع المادة، وفئات اتجاه التغطية، وفئات الأطر، وآليات التأطير. (أنظر ملحق رقم 1، وملحق رقم 2)

ثبات التحليل، وصدق الأداة

يمكن قياس ثبات التحليل بطريقتين: الأولى: الاتساق بين القائمين بالتحليل كل على حدة، بمعنى ضرورة توصل كل منهم إلى النتائج نفسها بتطبيق فئات التحليل، ووحداته على المضمون نفسه، والطريقة الثانية: الاتساق الزمني، بمعنى ضرورة توصل القائمين بالتحليل إلى النتائج نفسها بتطبيق فئات التحليل، ووحداته على المضمون نفسه فيما لو أجري في أوقات مختلفة. (حسين، 1996، ص 126)، واستخدم الباحث

الطريقة الثانية، (طعيمه، 1987، ص187)، فبعد إتمام عملية الترميز، والتحليل، أعاد التحليل بعد مضي شهر على العملية الأولى، وقد وجد اختلافات بسيطة بين نتائج التحليل الأول، ونتائج التحليل الثاني، ولم يؤد ذلك إلى اختفاء فئات، أو ظهور فئات أخرى في الموضوعات موضع التحليل وخلص إلى ما يأتي: إن الفئات التي حصلت على اتفاق تام في مَرتي التحليل في الصحف الأردنية الثلاث، كان عددها 31 من مجموع الفئات التي تم ترميزها في مَرّتي التحليل البالغ عددها 34 + 34، وعند تطبيق معادلة (هولستي) لقياس الثبات حصل الباحث على درجة ثبات عالية وهي: 0.91

معامل الثبات= X2 عدد الفئات المتفق عليها
مجموع فئات الترميز

معامل الثبات= 31 X2
34 +34

معامل الثبات= 0.91

المعالجة الإحصائية للبيانات

بعد جمع بيانات الدراسة، تم تصنيفها، وترميزها، وإدخالها إلى الحاسوب، ثم جرت معالجتها وتحليلها، واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية، المعروفة اختصارا (SPSS V.18) وتم استخراج التكرارات البسيطة، والنسب المئوية لفئات التحليل، وتطبيق معادلة (هولستي) لقياس الثبات.

إجراءات تحليل المضمون

تتناول الدراسة بالتحليل أطر مكافحة التدخين في الصحافة الأردنية باستخدام نظرية تحليل الإطار الإعلامي، لملاءمتها لأغراض الدراسة وأهدافها، إذ تسهم مخرجات تحليل المضمون في وصف مضمون الاتصال الظاهر في موضوعات الصحافة الأردنية وصفا موضوعيا، ومنهجيا، وقياس كم، ونوع التغطية بشكل وثيق، والاستدلال بوحدة التحليل، وفئاته على الأطر التي وظفتها الصحافة الأردنية في مكافحة التدخين، وقد اعتمد الباحث الإجراءات الآتية:

أولا: تصميم استمارة علمية لتحليل مضمون الصحف الثلاث.

ثانيا: تحديد وحدة التحليل

تُمثل وحدة الموضوع، أو الفكرة Theme Unit أهم وحدات تحليل المضمون، وأكثرها استخداماً في الدراسات الإعلامية (حسين، 1976، ص 78)، وتُعدُّ من الدعامات الأساسية في تحليل المواد الإعلامية، والدعائية، والاتجاهات، والقيم، والمعتقدات. وإن هذه الوحدة تحكم تناول القائم بالاتصال للوحدات الأخرى (الكلمة، الجملة، الفقرة) إذ يتم اختيارها، وبناؤها بدقة، وموضوعية لتخدم المعنى الذي تهدف الصحيفة إيصاله إلى القارئ، ويتحدد في ضوء تكرار هذه الأفكار، والمعاني اتجاهات الصحيفة. ويمكن تناول وحدة الموضوع من خلال الموضوعات المنشورة سواءً بجملة بسيطة، أو فقرة صحيحة، وقد يحتاج البحث عنها، وتصنيفها تقسيم الوحدات اللغوية، وإعادة تركيبها لتحديد الفكرة الرئيسة، واتجاهها من المشيرات التي يحددها هذا التقسيم، ومن تقسيم الجملة إلى عناصرها الأولية يمكن إخضاعها للعد، والقياس. (التهامي، 1974، ص 30)، لذلك جزّأ الباحث المضمون إلى وحدة أساسية، وعدد من الفئات الفرعية يسهل عدها، وإحصائها، وحساب تكراراتها، واختار الباحث وحدة موضوع (مكافحة التدخين)؛ لأنها من أكثر وحدات التحليل انسجاما مع أهداف الدراسة.

واعتمد الباحث وحدة التصنيف (وحدة التحليل، وفئاته)، وحدة للتسجيل، ويُعدُّ تكرارها في الموضوعات عينة التحليل التي نشرتها صحف الرأي والدستور والعرب اليوم، مقياساً للتقويم، والمقارنة (عبد الحميد، 1983، ص159).

ثالثا: تحديد فئات التحليل

فئات التحليل: هي مجموعة من التصنيفات التي قام الباحث بإعدادها طبقاً لنوعية المضمون ومحتواه، وهدف التحليل لاستخدمها في وصف المضمون، وتصنيفه بأعلى نسبة ممكنة من الموضوعية، والشمول، واستخراج النتائج بأسلوب سهل، وبسيط. لهذا صنف الباحث المضمون إلى فئات، أي تحويل الكل إلى أجزاء قابلة للعد والقياس، ذات مواصفات، وخصائص طبقاً لمحددات، ومعايير يتم وصفها وصفاً دقيقاً؛ لأن نجاح التحليل يتوقف بشكل أساس على الفئات المستخدمة في التحليل، ودقة وضوحها وتكيفها مع مشكلة البحث، ومع طبيعة المضمون. وبناءً عليه صنف الباحث بعض الفئات الفرعية لفئة الموضوع " ماذا قيل؟" الظاهرة في المضمون، وهي فئة الموضوع التي تصنف المضمون وفقاً لموضوعاته، وفق ما يشتمل عليه المضمون من كلمات، وأفكار، ومعان، واتجاهات، وقسمت فئات الموضوع الفرعية وفق الأطر التي اعتمدتها كل صحيفة في نشر موضوع مكافحة التدخين، وفئة الاتجاه، وهي الفئة التي توضح موقف الصحيفة المؤيد، أو المناهض لمكافحة التدخين، والتقسيمات الفرعية لفئة الشكل: كيف قيل؟ ويتضمن هذا الجزء فئتين فرعيتين هما: فئة شكل، أو نمط المادة الإعلامية مثل

الأخبار، والتقارير، والمقالات، وفئة موقع المادة موضع التحليل، وهي من الفئات الشكلية التي توضح مدى الاهتمام بعرض موضع مكافحة التدخين في الصحافة الأردنية.

رابعا: التعريفات الإجرائية لفئات التحليل

حَرَصَ الباحث على تقديم تعريف دقيق، وموضوعي لفئات التحليل، وهذه التعريفات الإجرائية Operational Definitions الخاصة بمعايير التصنيف، وتحديد الفئات التي تكرر ظهورها في مضمون صحف الرأي، والدستور، والعرب اليوم، وهناك وفرة معلومات عنها فقد تم بواسطتها استخلاص المعاني، والأفكار التي تسهم في بناء التعريفات بدقة عن طريق الإطار النظري للدراسة، وأجرى الباحث اختبارات أولية على هذه التعريفات لتحقيق صدق البناء بعرضها على ثلاثة من المحكمين بداية للوصول إلى اتفاق عام، أو تقريبي حولها، مع مراجعة نتائج التحليل المبدئي للتأكد من تعبير هذه التعريفات عن مشكلة الدراسة.(*) واستخدم الباحث فئة موضوع الاتصال، من فئات مضمون الاتصال(ماذا قيل)؛ لأنها تقوم بتصنيف المضمون وفقاً لموضوعاته، وتجيب عن السؤال الأساسي الخاص بالكشف عن سمات المضمون الظاهر في الصحف الثلاث عن مكافحة التدخين، وفئة الشكل (كيف قيل)، وقسم الفئتين إلى مجموعة من الفئات الفرعية تبعا لمجموعة من المعايير الموضوعية التي تدعم أهداف الدراسة، وصدق نتائجها، ووضع الباحث التعريفات الإجرائية لهذه التصنيفات، على النحو الآتي:

- فئة نمط المادة الصحفية: ويقصد بها شكل المادة الصحفية التي تناولت موضوع مكافحة التدخين في الصحافة الأردنية، وتضم خمس فئات فرعية هي: الخبر، والتقرير، والمقال، والإعلان والكاريكاتير.

- فئة موقع نشر المادة الصحفية: ويقصد بها موقع نشر المادة الصحفية التي تناولت موضوع مكافحة التدخين في الصحافة الأردنية، وتضم ثلاث فئات فرعية هي: الصفحة الأولى، والصفحات الداخلية، والصفحة الأخيرة.

- فئة الموضوع المتعلقة بإطار المسؤولية: ويقصد بها العبارات الدالة على أن التدخين سببٌ في إصابة الإنسان بعدد من الأمراض، وتضم خمس فئات فرعية، هي: التدخين يسبب السرطان، والتدخين يسبب سرطان الرئة، والتدخين يسبب أمراض القلب والشرايين، والتدخين يسبب السكري.

- فئة الموضوع المتعلقة بالإطار المحدد بقضية مكافحة التدخين: ويقصد بها العبارات الدالة على أهمية تشجيع، ودعم جهود مكافحة التدخين، وتضم خمس فئات فرعية هي: أهمية الإقلاع عن التدخين، ومكافحة التدخين، وتشجيع الإقلاع عن التدخين، من أجل بيئة خالية من التدخين، ومحاربة ظاهرة التدخين.

- فئة الموضوع المتعلقة بإطار التخويف والرعب: ويقصد بها العبارات الدالة على التخويف، وإثارة الرعب لدى المدخنين، وغير المدخنين، وتضم تسع فئات فرعية هي: الأطفال أكثر تضررا من التدخين، والتدخين يرفع الضغط، والتدخين يدفع إلى الانتحار، والتدخين يضر بالعين، والتدخين يسبب القلق، والتدخين قاتل، والتدخين يسبب الضعف الجنسي، التدخين مسؤول عن الاكتئاب، التدخين أحد أسباب الإجهاض.

- فئة الموضوع المتعلقة بالإطار القانوني لمكافحة التدخين: ويقصد بها العبارات الدالة على الخطوات اللازمة، أو الدعوات لتفعيل تطبيق قانون الصحة العامة بحظر التدخين في الأماكن العامة، وتضم أربع فئات فرعية هي: منع التدخين، وحظر التدخين، وتطبيق قانون الصحة العامة، والمطالبة بزيادة الضرائب على التبغ.

- فئة موضوع الإطار الاقتصادي: ويقصد بها العبارات الدالة على أن حظر التدخين يهدد قطاعَي السياحة، والتجارة ويلحق بهما أضرارا اقتصادية.

- فئة الاتجاه: ويقصد بها اتجاهات التأييد، أو المعارضة في مضمون الصحافة الأردنية لجهود مكافحة التدخين، وتضم فئتين فرعيتين هما: مؤيد، ومعارض.

نتائج الدراسة

أولا: نمط المادة الصحفية

يُبيّن الجدول 1 أن الأنماط الصحفية التي استخدمتها الصحافة الأردنية في موضع مكافحة التدخين، تمثلت على التوالي في الإعلان بالمرتبة الأولى بنسبة 75.3%، ثم الخبر في المرتبة الثانية بنسبة 18.8%، والمقال في المرتبة الثالثة بنسبة 2.9%، والتقرير الصحفي في المرتبة الرابعة بنسبة 2.4%، والكاريكاتير بالمرتبة الأخيرة بنسبة 0.6%، واحتلت صحيفة الرأي المرتبة الأولى في كم ونوع (نمط) التغطية الصحفية لموضوع مكافحة التدخين بنسبة 85.6%، ثم صحيفة الدستور في المرتبة الثانية بنسبة 9.1%، وصحيفة العرب اليوم في المرتبة الثالثة بنسبة 5.3%، وتقدمت صحيفة الرأي على صحيفتَي الدستور، والعرب اليوم في الخبر، والتقرير، وانفردت بنشر الإعلان، والكاريكاتير، بينما تقدمت صحيفة الدستور على صحيفة الرأي في نمط المقال فقط، واحتلت المرتبة الأولى بنسبة 57.1%، وجاءت صحيفة الرأي في المرتبة الثانية بنسبة 42.9%، وافتقر مضمون صحيفة

العرب اليوم إلى المقالات التي تعالج انتشار التدخين.

الجدول (1)

فئات نمط المادة الصحفية

الصحفية / النمط الصحفي	صحيفة الرأي		صحيفة الدستور		صحيفة العرب اليوم		المجموع	
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
خبر	37	39.8	33	35.5	23	24.7	93	**18.8**
تقرير	5	41.7	4	33.3	3	25	12	**2.4**
مقال	6	42.9	8	57.1	–	–	14	**2.9**
إعلان	373	–	–	–	–	–	373	**75.3**
كاريكاتير	3	–	–	–	–	–	3	**0.6**
المجموع	424	85.6	45	9.1	26	5.3	495	**100**

الجدول (2)

فئات موقع المادة الصحفية

الصحفية / موقع النشر	صحيفة الرأي		صحيفة الدستور		صحيفة العرب اليوم		المجموع	
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
الصفحة الأولى	–	–	–	–	–	–	–	–
الصفحات الداخلية	422	99.5	44	97.8	26	100	492	**99.4**
الصفحة الأخيرة	2	0.5	1	2.2	–	–	3	**0.6**
المجموع	424	85.6	45	9.1	26	5.3	495	**100**

ثانيا: موقع المادة الصحفية

توضح بيانات الجدول (2) أن موقع نشر المادة الصحفية في صحف الدراسة الثلاث عن موضوع مكافحة التدخين تركزت في الصفحات الداخلية بنسبة 99.4%، وفي الصفحة الأخيرة بنسبة 0.6%، وكانت نسبة ما نشرته صحيفة الرأي في صفحاتها الداخلية 99.5%، وصحيفة الدستور 97.8%، وصحيفة العرب اليوم بنسبة 100% إذ تركز موقع نشر المادة الصحفية في صفحاتها الداخلية فقط، وجاءت نسبة المادة الصحفية المنشورة في الصفحة الأخيرة في صحيفة الدستور 2.2%، وفي صحيفة الرأي 0.5%، وخلت الصفحة الأولى من نشر أي مادة عن مكافحة التدخين، وهذا يَدّلُ على أن الموضوع لم يحْظَ باهتمام كبير من قبل الصحف الثلاث.

ثالثا: اتجاهات الصحف من مكافحة التدخين

كشفت نتائج الجدول (3) أن الاتجاه المؤيد لمكافحة التدخين هو السائد، والأقوى في الصحف الثلاث بنسبة 99.6%، وإن الاتجاه المعارض لمكافحة التدخين ضعيف جدا، إذ بلغت نسبته 0.4%، وتميزت صحيفتا الرأي والدستور باتجاههما المؤيد لمكافحة التدخين بنسبة 100%، بينما كانت نسبة التأييد في صحيفة العرب اليوم 92.3%، والمعارضة 7.7%، إذ نشرت الصحيفة تقريرا تشير فيه إلى أن منع تدخين (النارجيلة) في المقاهي يهدد قطاعي السياحة والتجارة، مما يشكل مأخذا من المآخذ المهنية على الصحيفة؛ لتشجيعها ظاهرة صحية خطيرة تضر بالمجتمع.

الجدول (3)

فئات اتجاهات الصحف من مكافحة التدخين

الصحفية / الاتجاه	صحيفة الرأي		صحيفة الدستور		صحيفة العرب اليوم		المجموع	
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
مؤيد	424	100	45	100	24	92.3	493	**99.6**
معارض	–	–	–	–	2	7.7	2	**0.4**
المجموع	424	100	45	100	26	100	495	**100**

الجدول (4)

فئات إطار مسؤولية التدخين عن التسبب بعدد من الأمراض

الصحفية / الفئة	صحيفة الرأي		صحيفة الدستور		صحيفة العرب اليوم		المجموع	
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
التدخين سببا رئيسيا للسرطان	56	68.3	17	20.8	9	10.9	82	**36.3**
التدخين يسبب أمراض القلب والشرايين	51	78.5	12	18.5	2	3	65	**28.8**
التدخين يسبب سرطان الرئة	33	64.7	13	25.5	5	9.8	51	**22.5**
التدخين يسبب السكري	14	70	6	30	–	–	20	**8.9**
التدخين يسبب سرطان القولون	3	60	–	–	2	40	5	**2.2**
التدخين سببا في الاجهاض	3	–	–	–	–	–	3	**1.3**
المجموع	160	70.8	48	21.3	18	7.9	226	**100**

رابعا: إطار مسؤولية التدخين عن التسبب بعدد من الأمراض

تشير بيانات الجدول (4) إلى ظهور الفئات الفرعية لوحدة الموضوع (ماذا قيل) الدالة على استخدام صحف الرأي، والدستور، والعرب اليوم لإطار المسؤولية في تغطية موضوع مكافحة التدخين، الذي يبين أن التدخين مسؤول عن التسبب بعدد من الأمراض، ويستخلص من قراءة الجدول أن فئة موضوع التدخين سبب رئيسيّ للسرطان، احتلت المرتبة الأولى، بنسبة 36.3%، واحتلت فئة التدخين يسبب أمراض القلب، والشرايين المرتبة الثانية، وبنسبة 28.8%، واحتلت فئة موضوع التدخين يسبب سرطان الرئة المرتبة الثالثة بنسبة 22.5%، واحتلت فئة موضوع التدخين يسبب السكري المرتبة الرابعة بنسبة 8.9%، واحتلت فئة موضوع التدخين يسبب سرطان القولون المرتبة الخامسة بنسبة 2.2%، واحتلت فئة موضوع التدخين يسبب الإجهاض المرتبة السادسة بنسبة 1.3%، وتبين نتائج الجدول (4) أن صحيفة الرأي جاءت بالمرتبة الأولى في استخدام إطار المسؤولية في تغطيتها لموضوع مكافحة التدخين بنسبة 70.8%، تلتها صحيفة الدستور في المرتبة الثانية بنسبة 21.3%، واحتلت صحيفة العرب اليوم المرتبة الثالثة بنسبة 7.9%.

خامسا: إطار التخويف من آثار التدخين

أظهرت نتائج تحليل المضمون المبيَنة في الجدول 5 عددا من الفئات الفرعية الدالة على استخدام الصحف الثلاث إطار التخويف من آثار التدخين، وجاءت فئة موضوع الأطفال أكثر تضررا من التدخين في المرتبة الأولى بنسبة 23.7%، تلتها فئتا موضوع التدخين يرفع الضغط، والتدخين يضر بالعين في المرتبة الثانية بنسبة 15.1%، واحتلت فئتا موضوع التدخين يسبب الضعف الجنسي، والتدخين يدفع إلى الانتحار المرتبة الثالثة بنسبة 11.8%، واحتلت فئة موضوع التدخين يسبب القلق المرتبة الرابعة بنسبة 10.7 %. واحتلت فئة موضوع التدخين قاتل المرتبة الخامسة بنسبة 10.9%، واحتلت فئتا موضوع الرد على انتهاك حقوق الإنسان وفئة موضوع مواجهة الظلم لتحقيق العدالة المرتبة السادسة بنسبة 6.4%، وتشير نتائج التحليل أن صحيفة الرأي جاءت بالمرتبة الأولى في استخدام إطار التخويف من آثار التدخين بنسبة 75.3، تلتها صحيفة الدستور في المرتبة الثانية بنسبة 19.3%، واحتلت صحيفة العرب اليوم المرتبة الثالثة بنسبة 5.4%.

الجدول (5)

فئات إطار التخويف من آثار التدخين

الصحفية / الفئة	صحيفة الرأي		صحيفة الدستور		صحيفة العرب اليوم		المجموع	
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
الأطفال أكثر تضررا من التدخين	14	63.6	7	31.9	1	4.5	22	**23.7**
التدخين يرفع الضغط	13	92.9	1	7.1	–	–	14	**15.1**
التدخين يضر بالعين	10	71.4	4	28.6	–	–	14	**15.1**
التدخين يسبب الضعف الجنسي	4	36.4	6	54.6	1	9	11	**11.8**
التدخين يدفع إلى الانتحار	11	–	–	–	–	–	11	**11.8**
التدخين يسبب القلق	9	90	–	–	1	10	10	**10.7**
التدخين قاتل	6	–	–	–	–	–	6	**6.4**
التدخين مسؤول عن الاكتئاب	3	60	–	–	2	40	5	**5.4**
المجموع	70	75.3	18	19.3	5	5.4	93	**100**

الجدول (6)

فئات الإطار المحدد بقضية مكافحة التدخين

الصحفية / الفئة	صحيفة الرأي		صحيفة الدستور		صحيفة العرب اليوم		المجموع	
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
أهمية الإقلاع عن التدخين	58	51.8	50	44.6	4	3.6	112	**47**
مكافحة التدخين	42	67.8	13	20.9	7	11.3	62	**26**
من اجل بيئة خالية من التدخين	24	60	13	32.5	3	7.5	40	**16.8**
تشجيع الإقلاع عن التدخين	8	61.5	3	23.1	2	15.4	13	**5.5**
محاربة ظاهرة التدخين	4	36.4	6	54.5	1	9.1	11	**4.7**
المجموع	136	57.1	85	35.7	17	7.2	238	**100**

سادسا: الإطار المحدد بقضية مكافحة التدخين

بيّنتْ نتائج التحليل في الجدول (6) خمسا من فئات الموضوع الفرعية الدالة على استخدام الصحف الثلاث فئات الإطار المحدد بقضية مكافحة التدخين بإطار دلالي يشجع جهود مكافحة التدخين ويدعمها، وتفيد النتائج أن فئة موضوع أهمية الإقلاع عن التدخين احتلت المرتبة الأولى بنسبة 47%، واحتلت فئة موضوع مكافحة التدخين المرتبة الثانية بنسبة 26%، واحتلت فئة موضوع من أ جل بيئة خالية من التدخين المرتبة الثالثة بنسبة 16.8%، واحتلت فئة موضوع تشجيع الإقلاع عن التدخين المرتبة الرابعة بنسبة 5.5%، واحتلت فئة موضوع محاربة ظاهرة التدخين المرتبة الخامسة بنسبة 4.7%، وتشير نتائج الجدول 6 إلى أن صحيفة الرأي جاءت بالمرتبة الأولى في استخدام الإطار المحدد بتغطية قضية مكافحة التدخين بنسبة 57.1%، تلتها صحيفة الدستور في المرتبة الثانية بنسبة 35.7%، واحتلت صحيفة العرب اليوم المرتبة الثالثة بنسبة 7.2%.

سابعا: الإطار القانوني لمكافحة التدخين

كشفت نتائج التحليل في الجدول 7 عن ظهور أربع فئات فرعية لوحدة موضوع الإطار القانوني الذي استخدمته الصحف الثلاث في تغطيتها لمكافحة، ويستخلص من قراءة الجدول أن فئة موضوع منع التدخين في الأماكن العامة، احتلت المرتبة الأولى بنسبة 20.3%، واحتلت المرتبة الأولى، وجاءت فئة موضوع حظر التدخين في الأماكن العامة في المرتبة الثانية بنسبة 32.7%، واحتلت فئة موضوع زيادة الضرائب على التبغ المرتبة الثالثة بنسبة 11.8%، واحتلت فئة موضوع تطبيق قانون الصحة العامة رقم رقم 47 لسنة 2008 الذي تضمنت

مواده 53 و54 و55 حظر التدخين في الأماكن العام، ومحاربة الظاهرة، والحد من انتشارها في المرتبة الرابعة بنسبة 11.8% واحتلت فئة موضوع الرد على انتهاك حقوق الإنسان المرتبة الخامسة بنسبة 9.5%، واحتلت فئة موضوع التحول الديمقراطي في العالم العربي المرتبة السادسة نسبة 8.1%.

وتشير نتائج الجدول 7 إلى أن صحيفة الرأي جاءت بالمرتبة الأولى في استخدام الإطار القانوني لمكافحة التدخين بنسبة 48.2%، تلتها صحيفة الدستور في المرتبة الثانية بنسبة 41.2%، واحتلت صحيفة العرب اليوم المرتبة الثالثة بنسبة 10.6%.

الجدول (7)
فئات الإطار القانوني لمكافحة التدخين

الصحفية / الفئة	صحيفة الرأي		صحيفة الدستور		صحيفة العرب اليوم		المجموع	
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
منع التدخين في الأماكن العامة	58	47.9	50	41.3	13	10.8	121	**49.4**
حظر التدخين في الأماكن العامة	37	46.2	34	42.5	9	11.3	80	**32.7**
زيادة الضرائب على التبغ	16	55.2	12	41.4	1	3.4	29	**11.8**
تطبيق قانون الصحة العامة	7	46.7	5	33.3	3	20	15	**6.1**
المجموع	118	48.2	101	41.2	26	10.6	245	**100**

الجدول (8)
أطر تقديم مكافحة التدخين في الصحافة الأردنية

الإطار / الصحفية	صحيفة الرأي		صحيفة الدستور		صحيفة العرب اليوم		المجموع	
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
الإطار القانوني لمكافحة انتشار التدخين	118	48.1	101	41.2	26	10.7	245	**30.4**
الإطار المحدد بقضية مكافحة التدخين	136	57.1	85	35.7	17	7.2	238	**29.6**
إطار مسؤولية التدخين عن عدد من الأمراض	160	70.8	48	21.2	18	8	226	**28.1**
إطار التخويف من آثار التدخين	70	75	18	19.4	5	5.4	93	**11.7**
الإطار الاقتصادي (حظر التدخين يهدد السياحة)	–	–	–	–	2	–	2	**0.2**
المجموع	484	**60.2**	252	**31.3**	68	**8.5**	**804**	**100**

ثامنا: أطر تقديم مكافحة التدخين في الصحافة الأردنية

بيّنتْ نتائج التحليل في الجدول 8 أن صحف الرأي، والدستور، والعرب اليوم استخدمت خمسة أطر في تغطيتها لموضوع مكافحة التدخين، احتل الإطار القانوني لمكافحة انتشار التدخين المرتبة الأولى بنسبة 30.4%، واحتل الإطار المحدد بقضية مكافحة التدخين المرتبة الثانية بنسبة 29.6%، وجاء إطار مسؤولية التدخين عن عدد من الأمراض في المرتبة الثالثة بنسبة 28.1%، بينما جاء إطار التخويف من آثار التدخين في المرتبة الرابعة بنسبة 11.7%، وجاء الإطار الاقتصادي في المرتبة الخامسة، والأخيرة بنسبة 0.2% وهي نسبة متدنية جدا، وتوظيف الإطار الخامس جاء مختلفا عن الأطر الأربعة الأولى المؤيدة لمكافحة التدخين، إذ وُظّف هذا الإطار للدلالة على أن مكافحة التدخين ستلحق أضرارا في السياحة، والتجارة في الأردن، لا سيما بعد اتخاذ أمانة عمان الكبرى قرارا بمنع تدخين النارجيلة في المقاهي العامة. وتميزت صحيفة الرأي عن الصحف الأخرى بأنها الأكثر توظيفا للأطر في مكافحة التدخين، واحتلت المرتبة الأولى في ذلك بنسبة 60.2%، جاءت بعدها صحيفة الدستور في المرتبة الثانية بنسبة 31.3%، واحتلت صحيفة العرب اليوم المرتبة الثالثة بنسبة 8.5%.

وتفيد نتائج التحليل الكيفي أن الصحف الثلاث لم تستخدم الألوان، والصور بشكل مؤثر في آليات التأطير، وكذلك موقع

نشر الموضوعات في الصفحة، إلا أنها وظفت العناوين المثيرة للانتباه بشكل واضح للتخويف من مخاطر آفة التدخين، وقد كانت موفقة بها، ومن هذه العناوين التي نشرتها صحيفة الرأي:("وزير الصحة : قرار منع التدخين لن يؤثر على السياحة، للمرة الثانية" .. "الأردن ثالث أسوأ دولة بانتشار التدخين"، "الهواري : 40% من السرطانات سببها التدخين"، "رفع الضرائب على التبغ .. شعار اليوم العالمي الامتناع عن التدخين")، ونشرت صحيفة الدستور العناوين الآتية: ("تدخين الآباء وضعف الرقابة سببان لانتشار التدخين بين الطلبة"، "423.8 دينارا معدل الإنفاق الأسري السنوي على التدخين في الأردن"، "تدخين النارجيلة يشكل خطرا كبيرا على صحة المواطن ويلوث البيئة"). ونشرت صحيفة العرب اليوم العناوين الآتية: " 90 % من سرطان الرئة بسبب التدخين"، "الأسماك وصفة سحرية لطرد كابوس التدخين"، "ندوة تدعو لتجنيد جميع الجهود لمكافحة التدخين".

مناقشة النتائج

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها: تباين الأنماط الصحفية التي استخدمتها الصحافة الأردنية في تأطيرها لموضوع مكافحة التدخين، إذ انفردت صحيفة الرأي باستخدام الإعلان عن صحيفتَي الدستور، والعرب اليوم بينما تميزت صحيفة الدستور عن الصحيفتين الأخيرتين باستخدام المقال، واحتلت صحيفة الرأي المرتبة الأولى في كم، ونوع (نمط) التغطية الصحفية لموضوع مكافحة التدخين بنسبة عالية، إلا أن ما تؤاخذ عليه الصحيفة هو أنه بالرغم من النسبة العالية لتوظيف الإعلان في مكافحة التدخين إلا أن تكرار نشر الإعلان في صفحة الإعلانات لمدة أكثر من سنة، وبنفس طريقة التصميم، وذات العبارات يجعل منه أقل تأثيرا في القراء، ويرى الباحث أن كم التغطية ما يزال دون مستوى حجم القضية، وآثارها الخطيرة، وغالبا ما يكون اهتمام الصحف في موضوع مكافحة التدخين خلال المناسبات ذات الصلة، مثل: اليوم العالمي لمكافحة التبغ، أو بعد عقد الفعاليات الرامية لمحاربة انتشار الظاهرة.

كما وظفت الصحافة الأردنية خمسة أطر في تغطيتها لموضوع مكافحة التدخين، احتل الإطار القانوني لمكافحة انتشار التدخين الأولوية، ويدل هذا التوظيف على إدراكها لأهمية مكافحة التدخين برفع الوعي القانوني لتطبيق قانون الصحة العامة رقم 47 لسنة 2008. واستخدمت الأطر الآتية أيضا، وهي على التوالي: إطار قضية مكافحة التدخين، وإطار مسؤولية التدخين عن عدد من الأمراض، وإطار التخويف من آثار التدخين، وهي أطر تخدم أهداف مكافحة التدخين، وكانت ناجحة في توظيفها لتلك الأطر مما يدل على رؤيا إعلامية سليمة، باستثناء الإطار الخامس والأخير، وهو الإطار الاقتصادي، وبالرغم من نسبته الضئيلة جدا، إلا أن توظيفه من قبل صحيفة العرب اليوم جاء مختلفا عن الأطر الأربعة الأولى المؤيدة لمكافحة التدخين، إذ وظفت هذا الإطار للدلالة على أن حظر التدخين يهدد قطاعَي السياحة، والتجارة، ويلحق بهما أضرارا اقتصادية، وبذلك تكون الصحيفة ارتكبت خطأ مهنيا في توظيف هذا الإطار؛ لأنه لا يساوي في المقابل الأضرار الجسيمة التي ستلحق بالشباب والمجتمع.

كما تشابهت الأطر التي وظفتها الصحافة الأردنية في تغطيتها لموضوع مكافحة التدخين مع الأطر التي كشفت الدراسات السابقة عن استخدام الصحافة الأمريكية، والأسترالية، واليابانية، والصينية لها لاسيما توظيف الإطار القانوني بأولوية، إذ أكدت تلك الدراسات فاعلية تأثير وسائل الإعلام في رسم سياسات مكافحة التدخين في تلك الدول. وهو ما يؤكد على صحة مسار السياسة الإعلامية للصحافة الأردنية.

وقد غلبت المعالجة الصحفية المؤيدة لمكافحة التدخين في صحيفتَي الرأي والدستور، بشكل مطلق باستثناء صحيفة العرب اليوم فكانت شبه مطلقة، ووفقا لما جاء في نتائج هذه الدراسة؛ فإن الصحافة الأردنية قد تفوقت بنسبة 99.6% في دعم الاتجاهات المؤيدة لمكافحة التدخين على الصحف الأمريكية، واليابانية، والصينية، والأسترالية التي تراوحت نسبة التأييد فيها من 50 – 94 %.

ونشرت صحف الدراسة معظم المواد التحريرية المتعلقة بموضوع مكافحة التدخين في الصفحات الداخلية، ونشر جزء قليل جدا منها في الصفحة الأخيرة، ولم تنشر موادَّ في صفحتها الأولى، مما يؤشر إلى عدم إيلاء مكافحة التدخين الأولوية التي يستحقها، إذ تقتضي الأولوية أن تنشر في الصفحة الأولى.

ويمكن القول إن نسبة ما نشر من موضوعات في الصحافة الأردنية عن مكافحة التدخين خلال سنة كاملة لا يتوافق مع حجم انتشار الظاهرة، وأضرارها الفادحة، وهذا يتطلب زيادة كم التغطية الإعلامية للموضوع، ونوعها.

وأخيرا اعتمدت الصحف الأردنية بشكل محدود على الجوانب الفنية في آليات التأطير، إذ استخدمت الصور، والكاريكاتير بشكل محدود، وركزت على توظيف العناوين بشكل أكبر من آليات التأطير الأخرى، فضلا عن استخدام الألوان أحيانا في بعض العناوين بشكل اعتيادي دون تمييز.

التوصيات

يمكن أن تسهم هذه الدراسة في فتح المجال لإجراء دراسات عن تحليل الإطار الإعلامي الذي تعتمده وسائل الإعلام الأردنية الأخرى مثل القنوات الفضائية، والإذاعات، أو الصحافة الإلكترونية في متابعتها لموضوع مكافحة التدخين، وتقييم أبعاد تلك الأطر، ومدى نجاحها في مكافحة انتشار ظاهرة التدخين في المجتمع الأردني، وكذلك تفتح المجال لإجراء دراسات تتابعية عن الموضوع في الصحافة الأردنية لمعرفة المتغيرات في كم ونوع التغطية الصحفية في السنوات القادمة، وبما يقدم تفسيرا منتظما لدور وسائل الإعلام في مواجهة آفة التدخين.

المقترحات

- تنظيم حملة إعلامية وطنية لمكافحة التدخين في الأردن، تسهم فيها مختلف المؤسسات الإعلامية، وبإشراف وتنسيق، وتعاون مع وزارة الصحة.
- استثمار فن الكاريكاتير في حملة التوعية بمضار التدخين، إذ أكدت الدراسات السابقة على فاعلية تأثير المحتوى الفكاهي في حملات مكافحة التدخين.
- تنويع محتوى الرسائل الإعلانية، وتضمينها الآثار الصحية الخطيرة الناجمة عن التدخين، وعدم الاعتماد على تكرار إعلان واحد لمدة زمنية طويلة.

الخلاصة

تقوم الصحافة الأردنية بدور إيجابي في مجال رفع مستويات الوعي بقضايا المجتمع، ومشكلاته، ومنها انتشار ظاهرة التدخين في المجتمع الأردني، فقد وظفت خمسة أطر في تغطيتها لموضوع مكافحة التدخين، احتل الإطار القانوني لمكافحة انتشار التدخين الأولوية، كما استخدمت إطار قضية مكافحة التدخين، وإطار مسؤولية التدخين عن عدد من الأمراض، وإطار التخويف من آثار التدخين، وقد نجحت في توظيفها لتلك الأطر التي تخدم أهداف مكافحة التدخين، مما يدل على تخطيط إعلامي سليم، إلا أن كم التغطية الصحفية ما يزال دون مستوى انتشار الظاهرة، وآثارها الخطيرة، إذ غالبا ما يكون اهتمام الصحف الأردنية في موضوع مكافحة التدخين خلال المناسبات ذات الصلة، مثل: اليوم العالمي لمكافحة التبغ، أو بعد عقد الفعاليات الرامية لمحاربة آفة التدخين.

المصادر والمراجع

الأمين، ا. (2012) دور الإعلام المرئى فى نشر الوعى الصحي: دراسة حالة برنامج صحتك، وصحة وعافية، للفترة من 2009–2011، أطروحة دكتوراه، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، الخرطوم.

التهامي، م. (1974) تحليل مضمون الدعاية في النظرية والتطبيق، القاهرة: دار المعارف.

حسين، س. (1976) بحوث الإعلام، الأسس والمبادئ، القاهرة: عالم الكتب.

حسين، س. (1996) تحليل المضمون تعريفاته مفاهيمه ومحدداته، ط2، القاهرة: عالم الكتب.

زغيب، ش. (2009)، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

شومان، م. (2007)، تحليل الخطاب الإعلامي أطر نظرية ونماذج تطبيقية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.

طعيمه، ر. (1987)، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، القاهرة: دار الفكر العربي.

عبد الحميد، م. (1983)، تحليل المحتوى في بحوث الأعلام، جدة: دار الشروق.

عسكر، س. (1996)، ظاهرة تعاطي المخدرات كما يعرضها الخطاب السينمائي المصري: دراسة نفسية اجتماعية باستخدام تحليل المضمون، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علم النفس، كلية الآداب، جامعة عين شمس.

الكسواني، ح. (2009) دور الصحافة الأردنية اليومية في التوعية الصحية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان.

مراد، م. (2007) العلاقة بين الاعتماد على وسائل الاتصال و مستويات معرفة المراهقين بأضرار التدخين، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد27سبتمبر2007.

مكاوي، ح.، والسيد، ل.(2001)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط2، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

النسور، أ. (2014) الأردن ثالث أسوأ دولة بانتشار التدخين، تقرير صحيفة الرأي الأردنية، 12 آب.

Abdel Azeem, A. (1993), Television Dependency and Knowledge of Drug Abuse Among Egyptian Adults, *M. A. Thesis*, American University in Cairo.

Awaisu, A., Hagi, A., Ashour, M. A., & Kheir, N. (2013). Pictorial health warnings on cigarette packages in Qatar: preimplementation awareness and perceptions of ever-smokers versus never-smokers. nicotine &

Hassounah, S. & Rawaf,D. & Khoja, T. & Rawaf, S. & Hussein, M.S. & Qidwai, W. & A. Majeed , A. (2014) Tobacco control efforts in the Gulf Cooperation Council countries: achievements and challenges. EMHJ, 20(8).

Kensicki, Linda. J. (2002). An imperceptible difference: Visual and textual constructions of femininity in Sports Illustrated and Sports Illustrated for Women. *Mass Communication & Society*, *5*(3), 317-339.

Luther, Catherine A. & Mark M. Miller:(2005) Framing of The 2003 U.S-Iraq War demonstrations: An Analysis of news and Partisan texts, Journalism Quarterly, Spring Vol.82, No.1, p.p.79.

MacKenzie, R., Chapman, S., & Holding, S. (2011). Framing responsibility: coverage of lung cancer among smokers and non-smokers in Australian television news. *Australian and New Zealand journal of public health*, *35*(1), 66-70.

McQuail, D., (2010) mass communication theory .6th edition, London, Sage Publications,.p83.

Norris, P.,(1995) "The Restless Searchlight:Network News Framing Of The Post- Cold War World" Political Communication. Vol.12. No. 4.Pp.357-360.

Peters, R. (2005), The Relationship Between Perceived Youth Exposure to Antismoking Advertisement How Perceptions Differ by Race, *Journal of Drug Education*, Vol.35, No.1, Pp.47-58.

Sato, H. (2003). Agenda setting for smoking control in Japan, 1945-1990: influence of the mass media on national health policy making. *Journal of health communication*, 8(1), 23-40.

Smith, K. C., Terry-McElrath, Y., Wakefield, M., & Durrant, R. (2005). Media advocacy and newspaper coverage of tobacco issues: a comparative analysis of 1 year's print news in the United States and Australia. *Nicotine & tobacco research*, *7*(2), 289-299.

Tankard, J. W. (2001). The empirical approach to the study of media framing. Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world, 95-106.

WHO. global report (2014) no-tobacco-day, http://www. who.int/campaigns/no-tobacco-day/2014/en/

tobacco research, ntt059.

Biener, L. (2004), The Impact of Emotional Tone, Message, and Broadcast Parameters in Youth Antismoking Advertisements, *Journal of Health Communication*, Vol.9, No.3, Pp.259-274.

Champion, D. & Chapman, S. (2005). Framing pub smoking bans: an analysis of Australian print news media coverage, March 1996–March 2003. *Journal of Epidemiology and Community Health*, *59*(8), 679-684.

Edsall Kromm, E. (2008). *Framing tobacco taxes: Exploring the construction of print media coverage of tobacco excise tax initiatives in six states and the implications of coverage for media advocacy*. THE JOHNS HOPKINS UNIVERSITY.

Entman, R. B. (1991). Framing US coverage of international news: Contrasts in narratives of the KAL and Iran air incidents. Journal of Communication, 41, 6–27.

Entman, R. B. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. Journal of Communication, 43, pp. 51–58.

Facchiniy, G. & Maydaz, A M. & Puglisix, R., (2009). Media Exposure and Illegal Immigration: Evidence on attitudes from the US, January 22.

Gao, J., Chapman, S., Sun, S., Fu, H., & Zheng, P. (2012). The growth in newspaper coverage of tobacco control in China, 2000-2010. *BMC public health*, *12*(1), 160.

Gilboa, E. (2009). Media and conflict resolution: a framework for analysis.*Marq. L. Rev.*, *93*, 87.

Gunther, A. et al (2006), Presumed Influence on Peer Norms: How Mass Media Indirectly Affect Adolescents Smoking, *Journal of Communication*, Vol.56, No.1, Pp.52-68.

Gutschoven, K. & Van, J. (2005), Television Viewing and Age at Smoking Initiation Does A Relationship Exist Between High Levels of Television Viewing And Earlier Onset of Smoking, *Nicotine and Tobacco Research*, Vol.7, No.3, Pp.381-385.

Hall, A. (2000). The Mass Media, Cultural Identity and Perceptions of National Character An Analysis of Frames in US and Canadian Coverage of Audiovisual Materials in the GATT. *International Communication Gazette*, *62*(3-4), 231-249.

The Role of Jordanian Newspapers in Anti-Smoking Advocacy An Analytical Study of the Media Frame Coverage of Alrai, Addustour, and Alarab Alyawm

Abdulkareem A. Al-Dubaisi *

ABSTRACT

This is an analytical study of anti-smoking media frames in three Jordanian newspapers: Alrai, Addustour, and Alarab Alyawm. The study shows that anti-smoking advocacy was presented in these newspapers in five major frames: the legal frame on smoking prevention (30.4%), the anti-smoking frame (29.6%), the frame of smoking being responsible for certain diseases (28.1%), the frame of fear of the harmful effects of smoking (11.7%), and finally the economic frame (0.2%). The first four frames presented facts that support anti-smoking advocacy, while the economic frame suggested that this advocacy would have negative economic effects on tourism and trade in Jordan. In using these frames, Alrai was the top newspaper (60.2%), followed by Addustor (31.3%) and Alarab Alyawn (8.5%).

Keywords: Jordanian newspapers, Media framework analysis theory, Anti-Smoking Advocacy, Content Analysis.

*Department of Educational Sciences, Faculty of Arts and Science, Petra University. Received on 10/2/2015 and Accepted for Publication on 9/3/2015.