دور الصحافة الأردنية اليومية في نشر التوعية الصحية

دراسة تحليلية

إعداد/ حنان حسن صالح الكسواني*

إشراف/ أ.د. نجوى كامل**

المقدمة:

يواجه القطاع الصحي في المجتمع الأردني تحديات عديدة، بعد أن أصبح هناك تحول في طبيعة الأنماط المرضية السائدة بدءاً من مرحلة الأمراض المعدية (السارية) امتداداً إلى مرحلة الأمراض غير السارية والتي يطلق عليها (الأمراض المزمنة)، والتي يمكن السيطرة عليها من خلال رفع مستوى الوعي الصحي وتغيير سلوكيات أفراد المجتمع .

لكن مع تدفق اللاجئين السوريين الى الادن منذ عام 2011 أدى الى عودة بعض الأمراض السارية التي تم استئصالها في المملكة، اذ سجلت وزارة الصحة الأردنية مع منظمة الصحة العالمية 24مرضا ساريا خلال عامي 2013 و 2014كما انتشرت الامراض المزمنة بين اللاجئين السوريين،وعلية قدرت المنظمات الصحية الدولية أن 30 % من اللاجئين السوريين، فوق سن الخامسة والأربعين عاما، مصابون بالأمراض المزمنة، الأمر الذي "ينعكس على استهلاك الأدوية ويزيد من الضغط على المراكز الصحية والمستشفيات الحكومية" في الأردن .(1)

كما تم رصد أوبئة جديدة خلال عام 2014 انتقلت من دول مجاورة الى الأردن، منها فيروس كورونا المسبب لمتلازمة الشرق الأوسط التنفسية ، وفيروس (ايبولا الفيروسي) الذي ينتقل من الحيوانات البرية الى الانسان وبات ينتشر بين صفوف التجمعات البشرية .(2)

---

* باحثة دكتوراه

** الاستاذ المتفرغ بقسم الصحافة – كلية الإعلام – جامعة القاهرة

وفي ضـــوء هذه التحديات، تبرز أهمية الصـــحافة ودورها في رفع مســـتوى الوعي الصحي لدى فئات المجتمع القارئة، وبخاصة أن الصحف تعد مصدرا أساسيا للمعلومات المتعلقة بالقضـــايا الســـكانية والصـــحة، حيث احتلت المرتبة الأولى بين وسائل الإعلام الأخرى (التلفاز والإذاعة والانترنت) كمصدر رئيسي للمعلومات حول هذه القضايا بشكل خاص لدى الإعلاميين والوزراء ومجلسي الأعيان والنواب. لكنهم يعتقدون أن التلفزيون هو الوســـيلة الأنســـب لتناول هذه القضـــايا.(3) ونظراً لدور الصـــحف اليومية في تشـــكيل الوعي والمعرفه وتكوين اتجاهات وســـلوكيات أفراد المجتمع تبرز الحاجة لتعاون وثيق بين الصـــحافة والجهات المســـؤولة عن التوعية الصحية. بالإضافة الى تفعيل الاستراتيجية الصحية الوطنية و إستراتيجية الاتصال والإعلام الصـــحي التي اشـــرف على بنودها فريق وطني وخبراء من جامعة هوبكنز الأمريكية 2011 وأطلقت رسميا في عام 2013، والت حددت 17 أولويه لنشر رسائل اعلامية واضحة تستهدف رفع مستوى الوعي الصحي لدى فئات المجتمع في مختلف وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمكتوبة.(4)

ومن هنا تبرز أهمية إجراء هذه الدراســـة، التي تبحث في دور الصـــحف الأردنية في نشر التوعية الصحية بين أفراد المجتمع الأردني من خلال استخدام أداة تحليل المضـــمون لعينة من الصـــحف اليومية الثلاث (الرأي والدســـتور والغد). فالصحف تعتبر "من أفضل الوسائل التي تحقق إشباعات الاندماج الاجتماعي فيما يتعلق بالمعلومات عن الدولة والمجتمع، ويتلوها في الأهمية الإذاعة ثم التلفزيون"(5)

الدراسات السابقة

فيما يلي عرض عدد من الدراسات التي ركزت على الموضوعات الصحية،مرتبة من الأقدم إلى الأحدث:

دراسة A. Merton and M.duc**k** عام (2001)، بعنوان "الاتصال والمعتقدات الصحية: تأثير وسائل الاتصال الجماهيري والاتصال المباشر على إدراك المخاطر الصحية على النفس وعلى الآخرين". وعملت هذه الدراسة على اختبار العلاقة

بين معالجة كل من وسائل الاتصال الجماهيري والاتصال المباشر لتهديد صحي معين وهو سرطان الجلد. وتألفت عينة هذه الدراسة من 117 مفردة من طلاب الفرقة الأولى في إحدى الجامعات الاسترالية في ولاية كوينز ممن تتراوح أعمارهم بين 16- 32 عاما. وكشفت أن لوسائل الاتصال الجماهيري تأثيرا واضحا في إدراك الفرد بالمخاطر الصحية على الآخرين (11)

دراسة MARC Boulay et al. عام (2002)، بعنوان "تأثير التعرض غير المباشر لحملة تنظيم الأسرة في وسائل الإعلام النيبالية". استهدفت التعرف على دور التعرض غير المباشر للرسائل الصحية المقدمة في وسائل الإعلام في نشر حملة تنظيم الأسرة في نيبال. أجريت الدراسة على النساء اللاتي تتراوح أعمارهن من 15 – 49 في 6 قرى نيبالية، حيث وجدت أن نصف المبحوثات تعرضن بشكل غير مباشر لمعظم الرسائل الصحية بنسبة تتراوح ما بين 50-70 % المقدمة في وسائل الإعلام.

توصلت الدراسة إلى انه في الوقت الذي يظهر فيه اثر التعرض للبرامج الصحية بشكل مباشر في وسائل الإعلام فيما يتعلق بتنظيم الأسرة، فان التعرض غير المباشر لهذه البرامج يرتبط ارتباطا قويا بالممارسة من خلال استخدام وسائل تنظيم النسل.(12).

دراسة محمد عتران عام (2004)، بعنوان "استخدامات وإشباعات برامج التوعية الصحية في التلفزيون العماني" (دراسة تحليلية وميدانية). وأشار الباحث إلى أن التلفزيون العماني يفتقر إلى حد كبير لبرامج التوعية الصحية، بالإضافة إلى محدودية بث الرسائل التثقيفية التوعوية التي تخاطب الجماهير. وأظهرت الدراسة أن البرامج التوعوية الصحية كانت قد احتلت المرتبة السابعة من بين البرامج الأخرى التي عرضها التلفزيون العماني في سنة 2004، في حين كشف عتران أن اتصال الجمهور في برامج التوعية الصحية كان "منخفضا". رغم إقرار الجمهور أن مشاهدة البرامج التوعوية الصحية في التلفزيون أثرت بصورة إيجابية على معتقداته وسلوكياته غير الصحية وقام بتغييرها نحو السلوكيات السليمة. (8)

دراسة Alfred McAlister وآخرون عام (2004)، بعنوان "تأثير حملة التوعية الصحية في وسائل الإعلام والمؤسسات الاجتماعية على استخدام البالغين للتبغ في ولاية تكساس الأمريكية". أجريت الدراسة على عينة قوامها 622 من البالغين وتوصلت إلى انخفاض معدلات التدخين في المناطق التي تعرضت لحملة التوعية الصحية من وسائل الإعلام بمقدار ثلاثة أضعاف النسبة في المناطق التي لم تتوفر فيها أي من هذه الأنشطة الإعلامية. وأظهرت الدراسة أن التعرض لرسائل التوعية الصحية في وسائل الإعلام يزيد باضطراد مع الزيادة في معدلات الامتناع عن التدخين.(13)

دراسة حسين الخزاعي عام (2005)، بعنوان "دورالتلفزيون الأردني في تنمية الوعي الصحي دراسة سوسيولوجية (لمحافظة مادبا)". هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى استفادة أفراد جمهور العينة العشوائية للدراسة والتي بلغ عدد أفرادها 435 أسرة، من التلفزيون الأردني في الحصول على المعلومات الطبية التي تبث في البرامج الصحية المتخصصة كانت أعلى من الإذاعة. ورغم أن الدراسة عقدت مقارنات ما بين وسائل الإعلام المفضلة لدى الجمهور الأردني لمتابعة البرامج الصحية، إلا أنها لم تطرح أي سؤال حول مدى استفادة الجمهور من الصحف والمجلات واكتفت بالسؤال عن وسائل الإعلام المرئية والمسموعة. (5)

أجرى عبدالله أبو مغلي وآخرون عام (2005) دراسة بعنوان "المسح التقييمي لمشرّعي وواضعي السياسات والإعلاميين حول مدى المعرفة والاتجاهات والممارسات في مجال السكان والصحة الإنجابية والنوع الاجتماعي". هدفت الدراسة إلى التعرف على المستوى المعرفي لهذه الفئات حول القضايا السكانية والصحية، من أجل وضع خطط رامية لتمكين صانعي القرار بالنهوض بدورهم في تعزيز الوعي بالقضايا السكانية والتنمية. واستخدمت الدراسة الأسلوب الوصفي، وعينة قصدية بلغ تعدادها 211 شخصا موزعين على فئات البرلمانيين والوزراء والإدارة العليا والإعلاميين والإدارة المتوسطة. وكشفت أن الصحف هي المصدر الأساسي للمعلومات حول القضايا

السكانية والصحة الإنجابية والنوع الإيجابي، لكنهم يعتقدون أن التلفزيون هو الوسيلة الأنسب لتناول هذه القضايا.(6)

دراسة وسام محمد نصر بعنوان دور حملات التوعية فى الراديو والتليفزيون فى التثقيف الصحى للمرأة المصرية (2006) أجرت الباحث دراسة تحليلية وأخري ميدانية من خلال منهج المسح، واعتمدت في الدراسة التحليلية علي تحليل جميع الحملات الخاصة بالتوعية والتثقيف الصحي للمرأة فى قنوات التليفزيون المصرى الثمانى، وإذاعة القاهرة الكبرى على مدار عام كامل اعتبارا

من 2003/7/1 وحتى 2004/60/30 وبلغ حجمها 14 حملة. وتوصلت الى ان (50%) من الحملات موضع الدراسة استهدفت المرأة والرجل معا ؛ مما يوحى بوجود وعى لدى القائمين على تخطيط هذه الحملات بضرورة إشراك الرجل مع المرأة فى تحمل مسئوليات الرعاية الصحية. (9)

دراسة المجلس الأعلى للسكان (2010)، هدفت إلى التعرف على مستوى اهتمام الصحافة الأردنية اليومية بقضايا السكان والصحة الإنجابية / تنظيم الأسرة، من خلال تحليل مضمون هذه الصحف والتعرف على حجم التغطية الصحفية لفئات محتوى قضايا السكان والصحة الإنجابية والأنماط الصحفية التي تقدم من خلالها، إضافة إلى التعرف على اتجاهات وقيم هذه التغطية والمصادر التي تعتمدها ومصادر تزويدها. وبينت نتائجها أن موضوعات السكان والصحة الإنجابية قد حازت على اهتمام ضعيف نسبيا، ولا تشكل إلا ما نسبته (1.2 %) من المساحة الإجمالية للصحف الأردنية اليومية التي تم تحليلها على الرغم من الأهمية التي تحملها قضايا السكان. (7)

وأجرت سحر الصادق 2010 دراسة بعنوان "الاطر الاعلامية لخطاب الازمات الصحية بالصحافة المتخصصة بالتطبيق على وباء انفلونزا الخنازير : دراسة مسحيه " من مجتمع النخبة في مصر ضمن اطار يضم مثقفين وأصحاب الرأي والكلمة,

ومجتمع الصحف فقد ركزت على اختيار مجموعة من الصحف المتخصصة وكذلك الصفحات المتخصصة والمجلات المتخصصة.

وتوصلت الدراسة فيما يتعلق بمعدلات اهتمام الصحف الدراسة بمعالجة أزمة انفلونزا الخنازير، من حيث التغطية الصحفية فقد تصدر الخبر والتقرير وتلاها فنون ومقال وكاريكاتير.وكانت الصحف هي الوسيلة التي اعتمدوا عليها في استقاء معلوماتهم عن الوباء ومتابعة تطوراته ، يليها التلفزيون ثم الانترنت .مما يشير إلى أهمية الدور الذي تلعبه وسائل الاعلام الجماهيرية في اخبار وإمداد الجمهور بالمعلومات الصحية. كما اعتبر الجمهور الصحف كانت اكثر الوسائل الاعلامية تحليلا وتفسيرا للمعلومات المتاحة للوباء(10).

التعليق على الدراسات السابقة:

حظي الإعلام الصحي المرئي والمسموع باهتمام أكبر من نظيره المكتوب في الدراسات المحلية والعربية، فضلا عن اقتصار اهتمام بعض الدراسات على عنصر واحد من مضامين (موضوعات) الإعلام الصحي منها الصحة الإنجابية (تنظيم الأسرة) بالإضافة إلى قياس المعرفة بالأمراض المزمنة, ومنها سرطان الثدي وانتشار التدخين، كما ركزت الدراسات السابقة على دراسة القضايا السكانية وانعكاساتها على المجتمع. أما الدراسات التي أجريت في وعُمان فقد استفادت الباحثة منها في تحديد الإطار النظري للدراسة.

كما اهتمت بعض الدراسات المحلية والعربية ببرامج التوعية الصحية في التلفزيون، مثل دراستي الدكتور حسين الخزاعي حول "دور التلفزيون الأردني في تنمية الوعي الصحي"، محمد سيد عتران حول "استخدامات وإشباعات برامج التوعية الصحية في التلفزيون العماني".

أما هذه الدراسة فأجريت على ثلاث صحف يومية ما تزال تصدر في الأردن، في حين أن الدراسات السابقة عقدت مقارنات بين صحيفتين أو صحيفة واحدة، وأخرى بين أربع صحف ولكن إحداهن احتجبت عن الصدور وهي جريدة الأسواق اليومية ،

كما أن البحث اقتصر فيها على مضمون الصحة الإنجابية وهو واحد من مضامين الإعلام الصحي.

مشكلة الدراسة

تكمن مشكلة الدراسة بشكل رئيسي في غياب التحليل الدقيق لموضوعات الصحة في الصحافة الأردنية اليومية،إذ تقوم الصحافة بدور فاعل ومؤثر في توعية المجتمع بالقضايا الصحية ومع ذلك هناك ندرة في الدراسات الإعلامية الاجتماعية التي تصدت لطبيعة موضوعات التوعية الصحية في ظل عدم ايلاء الصحف اليومية أهمية لمثل هذه الموضوعات.كما لا يوجد لدينا معلومات دقيقة حول طبيعة تغطية هذه الصحف للمضامين الصحية وأهدافها(...) وجمهورها المستهدف، الأمر الذي يجعلنا بحاجة ماسة للكشف عن طبيعة الموضوعات المتعلقة بالوعي الصحي.

أهمية الدراسة :

في ظل محدودية الدراسات المحلية التي تناولت دور الصحافة في تناول القضايا الصحية تبرز أهمية الدراسة الحالية فيما يلي:

1. تحول أنماط الأمراض في المجتمع الأردني من الأمراض السارية والمعدية التي يمكن السيطرة عليها غالبا بالتحصين (التطعيم) إلى الأمراض المزمنة، نتيجة لتغير في الأنماط السلوكية والغذائية للمواطنين التي ظهرت خلال العقدين الأخيرين.
2. تدفق اللاجئين السوريين الذين زاد عددهم عن مليوني لاجئ في الاردن منذ عام 2011 مما أدى الى تأثر القطاع الصحي الأردني سلبيا.
3. إنها الدراسة الأولى –في حدود علم الباحث– التي تجرى على ثلاث صحف يومية تتناول موضوعا تنمويا هاما.

اهداف الدراسة :

تسعى الدراسة الحالية الى تحقيق مجموعة من الأهداف التالية:

أولا: الهدف العام

رصد وتحليل أولويات القضايا الصحية التي تعتمد عليها الصحف اليومية الأردنية (عينة الدراسة) وعلاقتها بأولويات الجمهور ازاء هذه القضايا، وذلك من خلال تحليل مضمون هذه الصحف والتعرف على حجم التغطية الصحفية التي تفردها للقضايا العلمية بشكل عام، وموضوعات بشكل خاص.

ثانيا: الأهداف الفرعية:

سيتم تحقيق الهدف العام من خلال مجموعة من الأهداف الخاصة التالية:

1. التعرف على موضوعات (مضامين) القضايا الصحية التي تناولتها الصحف الأردنية اليومية وعلاقتها بالجمهور القارئ.ومن الجمهور المستهدف من نشر الرسائل التثقيفية والتوعوية الصحية .
2. التعرف الى الأنماط الصحفية المستخدمة في التغطية الصحفية للقضايا الصحية في عينة الدراسة.
3. التعرف إلى مصدر المعلومة التي اعتمدت عليها الصحف اليومية في تغطية القضايا الصحية
4. معرفة الاستمالات الاقناعية المستخدمه في مضامين القضايا الصحية ،أن كانت عقلية أو تخويفية وعاطفية لإقناع الجمهور نحو تغيير سلوكياته السلبية.أم لا يتم استخدام أي استمالات في الماده الصحفية .
5. دراسة مضمون الاعلانات التثقيفية (ليست التجارية) المنشوره في الصحيفتين ومدى ترويجهما الى مبتكرات تنموية جديدة .

تساؤلات الدراسة:

تعمل هذه الدراسة على الإجابة عن السؤال الرئيسي التالي: ما دور الصحف الأردنية اليومية في تغطية القضايا الصحية؟

كما ستحاول الدراسة الإجابة عن الأسئلة الفرعية التالية :

س1: ما هي الموضوعات الصحية التي تناولتها الصحف الأردنية اليومية؟

س2: ما الأهداف التي تسعى الصحف إلى تحقيقها من خلال نشر الإعلام الصحي؟

س3: ما الاستمالات المستخدمه في مضامين الصحية؟

س4: ما الأنماط الصحفية المستخدمة في التغطية الصحفية لموضوعات التوعية الصحية؟

س5: ما مصدر المعلومة التي اعتمدت عليها الصحف اليومية في تغطية موضوعات التوعية الصحية؟

س6: من الجمهور المستهدف من وراء نشر مضامين التوعية الصحية في الصحف اليومية؟

الإطار النظري:

لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن أسئلتها تقوم هذه الدراسة بتوظيف نظرية :

نظرية ترتيب الأولويات (Agenda –Setting Theory):

توالت الأبحاث والدراسات الهادفة لمعرفة قدرة تأثير وسائل الإعلام على الجمهور، من أبرزها ما تناوله الباحث نورتون لونج في عام 1958 في إطار مفهوم ترتيب الأولويات, فوجد أن الصحافة هي المحرك والعامل الأول في وضع أجندة القضايا المحلية، باعتبارها تمارس دورا كبيرا في تحديد ما يتحدث عنه معظم الناس، وينظرون إليها بوصفها السبيل لحل المشكلات والقضايا ومعالجتها(14).

وافترضت (النظرية) أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايا التي تقع في المجتمع، وإنما يختار القائمون على هذه الوسائل بعض

الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة، وهذا يثير اهتمام الناس تدريجيا، ويجعلهم يفكرون فيها ويدركونها ويقلقون بشأنها, وبالتالي تشكل هذه الموضوعات أهمية أكبر نسبياً لدى الجماهير من تلك التي لا تطرحها وسائل الإعلام .(15)

ويصعب على وسائل الإعلام عرض جميع القضايا دفعة واحدة، لذلك يركز القائمون على الاتصال في هذه الوسائل على الموضوعات التي يختارونها فقط من بين تلك القضايا وإبراز مضامينها، ونتيجة لذلك تصبح تلك الموضوعات ذات أولوية في تفكيرهم بعد إثارتها تدريجيا.ومن هنا عرّف "ستيفن باترسون" نظرية ترتيب الأولويات بأنها العملية التي تبرز فيها وسائل الإعلام قضايا معينة على أنها قضايا مهمة، وتستحق ردود الحكومة والجمهور من خلال إثارة انتباههم وتنبيههم لتلك القضايا بحيث تصبح ذات أولوية ضمن أجندتهم, وان الفرد الذي يعتمد على وسيلة إعلامية ما تتعرض لها سوف يكيف إدراكه وفقا للأهمية المنسوبة لقضايا تلك الوسيلة وموضوعاتها وبشكل يتوافق واتجاه عرضها، وحجم الاهتمام الممنوح لها في تلك الوسيلة (16).وتعد أهمية القضية لدى الجمهور من المتغيرات التي تؤثر في ترتيب الأولويات. وافترض "كارترز وزملاؤه"، أن هناك علاقة ايجابية تربط ما بين درجة اهتمام الجمهور بالقضية وبين أولوياته الشخصية. فعلى سبيل المثال، يتابع الجمهور المواضيع التي تشكل تهديدا مباشرا له، مثل مرض نقص المناعة المكتسب (الايدز)، بيد انه يبتعد عن متابعة القضايا التي ليس لها تهديد مباشر عليه، مثل الخوف من الحرب النووية (17) بات هنالك تنوع كبير في القضايا العامة التي تمت دراستها خلال الـ 45 سنة الماضية تشمل الاقتصاد، والحقوق المدنية، والمخدرات، والبيئة، والجريمة، ومجموعة كبيرة من مسائل السياسة الخارجية، بالإضافة إلى عشرات من القضايا العامة الأخرى. وتذهب المواضيع التي تتم دراستها حاليا إلى أبعد من القضايا العامة لتشمل الشخصيات العامة ومجموعة متنامية من الأغراض والخصائص الأخرى المتعلقة بهذه القضايا. ونظرية ترتيب الأولويات لها أثر كبير واسع الانتشار على الجماهير. (18)

وتقودنا هذه النظرية إلى سؤال الدراسة الرئيسي المتعلق بقيام الصحف اليومية الأردنية بإعداد أجندتها الإعلامية للتركيز على القضايا التوعية الصحية، من خلال بث رسائل إعلامية تثقيفية بشكل مدروس أو عشوائي.

وبناء على ذلك، ستوظف هذه النظرية في الدراسة، بإدراج عدد من الفئات من خلال استمارة تحليل المضمون بهدف الكشف عن دور الصحافة اليومية الأردنية في تبني مضامين التوعية الصحية. وهذه الفئات تتضمن في الاستمارة: الموضوعات، أهداف النشر،الأنماط الصحفية، الاستمالات الاقناعية، مصدر المعلومة، الجمهور المستهدف .

الإطار المنهجي

اعتمدت هذه الدراسة المنهج الوصفي الذي يعتبر أحد المناهج التي تسعى إلى الحصول على وصف كامل ودقيق للمشكلة، والتأكد من تجميع البيانات بطريقة صحيحة ودقيقة ودون أي نوع من أنواع التحيز وتم استخدام هذا المنهج لغايات التعرف على خصائص القضية محل الدراسة.

واستخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون، باعتباره تكنيكاً بحثياً للوصف الموضوعي المنظم الكمي للمحتوى الظاهر للاتصال، وتتميز هذه الأداة بأربع سمات رئيسة تتمثل بالانتظام والموضوعية والوصف والكمية.(19)

الإطار الإجرائي:

- أداة الدراسة

يعتبر تحليل المضمون من أكثر الأدوات استخداماً في تحليل المواد الصحفية المنشورة في الصحف والمجلات للوصول إلى معرفة العقلية الكامنة وراء هذا الإنتاج الإعلامي والدعائي وهو أيضا "أداة لملاحظة وتحليل السلوك الاتصالي العلني للقائمين بالاتصال"(20)

ولغايات تحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن أسئلتها تم استخدام أسلوب تحليل المضمون من خلال تصميم استمارة تحليل المضمون. وتضمنت الاستمارة (43) وحدة تحليل موزعة على ثماني فئات رئيسية. ومن تم اشتقاق كشاف تفصيلي لاستمارة تحليل المضمون يشمل جميع (وحدات) فئات التحليل المكونة لها.

- فئات التحليل:

تم تحديد الفئات بعد قراءة 10 % من الصحف اليومية الثلاث (الرأي والدستور والغد) من خارج عينة الدراسة، كما جرى وضع التعريفات الإجرائية والمنهجية الخاصة بكل فئة من فئات تحليل المضمون، حتى يسهل عملية عدها وقياسها وضبطها وإحكام عملية التحليل ذاتها. وفيما يلي عرض لهذه الفئات:

أولاً- فئة الموضوعات: تعرف على أنها الموضوعات التي تتناولها المادة الموجودة ضمن وحدات التحليل(21)ويأتي تعريفها إجرائيا في هذه الدراسه المضامين الصحية التي تعرضت لها الفئات الفرعية في الصحف اليومية الثلاث مثل؛ الأمراض السارية، والأمراض غير السارية (المزمنة)، والصحة الإنجابية وصحة الأسرة والطفل، والغذاء والدواء، على النحو التالي:

1/1 – الأمراض السارية: وهي الأمراض الناجمة عن انتقال عامل معدي (ومنتجاته السمية) إلى الآخرين، وقد يتم انتقاله أما مباشرة او بعد مروره عبر وسيط بيئة غير ية مثل مرض الانفلونزا والكبد الوبائي والايدز.(22)

2/1- الأمراض غير السارية: ويقصد بها الأمراض التي لا تنتقل من إنسان إلى إنسان، ومنها ما هو ناتج عن أنماط حياتية تصدر بفعل الإنسان ويمكن الوقاية منها، مثل الأمراض القلبية الوعائية، السكري، السرطان، ، التنفسية، التدخين، البدانة (السمنة)(23).

3/1- الصحة الإنجابية وصحة الأم والطفل: يدرج تحت موضوع الصحة الإنجابية / تنظيم النسل وصحة الطفل والمرأه ووسائل تنظيم الأسرة الحديثة، الإجهاض، الولادة،

والحمل والرضاعة الطبيعية، المباعدة بين المواليد، وفيات الرضع والأطفال والأمهات، الفحوصات الطبية ما قبل الزواج.

4/1- الصحة المدرسية: ويقصد بها برنامج صحي وقائي يهدف إلى تحسين صحة الطلبة، وتمكينهم من القدرة على التعليم من خلال الكشف المبكر عن الإمراض.

5/1- الغذاء والدواء: يندرج تحت هذا الموضوع كل ما يتعلق بما يتناوله الإنسان من أدوية وأغذية وينعكس ايجابيا أو سلبيا على صحته. ومن الموضوعات: سلامة الغذاء، وفاعلية وجودة الدواء، والأعشاب الطبية، والمخدرات،بالإضافة إلى موضوعات التسممات الغذائية وتلوث الأغذية (الفاسدة).

6/1- الصحة النفسية والعقلية: أن "الصحة النفسية هي حالة من العافية يستطيع فيها كل فرد إدراك إمكاناته الخاصة والتكيّف مع حالات التوتّر العادية" أما الصحة العقلية فهي "الأمراض التي يفقد فيها المريض صلته بالواقع ويصبح رهينا للأوهام والهلاوس والسلوك الغريب" (24)

7/1- التحصين (المطاعيم): ويقصد به إنتاج لقاحات تعمل على توفير الحماية للأطفال والبالغين والكبار من الأمراض المعدية والفتاكة. ومن اللقاحات: مطاعيم ضد شلل الأطفال، التهاب السحايا،الكزاز(مطعوم التهاب الكبد الوبائي، مطعوم الثلاثي الفيروسي(MMR.

8/1- أمراض العيون: هي الأمراض التي تصـــيب مقلة العين بجميع محتوياتها الداخلية ومرافق العين الخارجية، وحجر العين. وقد تكون أمراض لها علاقة بالوراثة، أو بالالتهابات.

9/1- أمراض المفاصل والروماتيزم: وتعرف هذه الأمراض علميا بأنها آلام المفصل ومن أكثرها شيوعا مرض الروماتويد ومنها ما يصيب مفاصل اليدين والمعصم أو القدمين أو مفاصل أخرى مثل مفاصل الركبتين.

01/1التشـــوهات الخلقية: وتعرف على أنها العيوب أو النقائص التكوينية الولادية مما يؤدي الى خلل يصـيب بنية الجسـم او وظائفه منذ الولادة وقد يكون واضـحا أو ظاهرا عند الولادة او يمكن تشخيصه لاحقا في مراحل عمرية أخرى .

11/1–تصنيفات أخرى: وهي موضوعات تحتوي على قضايا صحية لكنها لم تصنف ضمن الموضوعات السابقة مثل: اكتشافات علمية جديدة، الخلايا الجذعية، وأمراض الأسنان واللثة.

ثانياً: فئة أهداف نشر الموضوعات الصحية: ويقصد بها "الأهداف التي يسعى الكاتب أو القائم بالاتصال إلى بثها". وتشمل:

1/2 – أهداف توعية وقائية: يقصد بها نشر التوعية والثقافة الصحية بين القراء لمساعدتهم على تجنب الإصابة بالأمراض، ومثال ذلك حملات دعوة السيدات لإجراء الفحص المبكر عن سرطان الثدي باعتبار أن ذلك يساعد على الشفاء التام من المرض بنسبة تزيد عن 90% .

2/2 – أهداف توعية علاجية: يقصد بها مساعدة المرضى على الاستمرار بالعلاج وتجنب الآثار الجانبية المحتملة للمشاكل الصحية، وإرشادهم لاستخدام طرق معينة تساعدهم على علاجهم من الامراض.

3/2 – بلا أهداف لا تشمل الموضوعات الصحية أهداف التوعية الوقائية أو العلاجية. مثل الأخبار المتعلقة بالإعلان عن أدوية حديثة واكتشاف عمليات جراحية تخبر القراء عنها ولكنها لا تحمل أي هدف توعوي او علاجي.

ثالثا: فئة الاستمالات الاقناعية: وهي الأساليب التي تتبعها موضوعات التوعية الصحية لإقناع قراء الصحف اليومية بالمشكلة الصحية التي تعالجها. كما قسمها الباحث عتران الى ثلاثة أنواع وتشمل:

1/4 – استمالات عاطفية: وهي التي تخاطب وجدان وعواطف الجمهور لإتباع العادات الصحية السليمة لضمان حياة أفضل.

2/4 – استمالات عقلية: وهي التي تخاطب عقل القراء من خلال تدعيم موضوعات التوعية الصحية بالأرقام والإحصائيات لتوضيح حجم المشكلة الصحية.

3/4 – استمالات تخويفية: وهي التي تكشف عن احتمالية حدوث مضاعفات وآثار سلبية تنعكس على صحة المواطن إذا استمر في السلوكيات الخاطئة أو عدم المثول إلى الإرشادات الصحية المنبثقة عن مرجع علمي وطبي موثوق أو في حال إهمال العلاج (25)

4/4– بلا استمالات: وهي الموضوعات التي لا تحتوي على أي استمالات.

رابعا: فئة أنماط المادة الإعلامية: وتستخدم هذه الفئة "للتفرقة بين الإشكال والأنماط المختلفة التي تتخذها المادة الإعلامية في الوسائل المختلفة، ففي الصحف يمكن التفرقة بين المواد المنشورة منها على أساس الشكل"، والأنماط هي: الخبر الصحفي، التقرير الإخباري، المقال، التحقيق الصحفي، الحديث الصحفي، القصص، الكاريكاتور، إعلانات (تجارية ومبوبه)، تعليقات، رسائل إلى المحرر، وزوايا خاصة، كما يمكن للباحث أن يحدد الأنماط المختلفة للمادة الإعلامية في الوسائل المختلفة طبقا لخطة التحليل وأهدافه"

وفي هذه الفئة تم تعريف كل نمط فرعي على النحو التالي:

1/5 – الخبر: يعرف الخبر في الدول النامية بأنه "حدث يصف في دقة وموضوعية حادثة أو واقعة أو فكرة صحيحة تمس مصالح اكبر عدد من القراء وتثير اهتمامهم بقدر ما تساهم في تنمية المجتمع وترقيته" (26)

2/5 – التقرير الإخباري: ويعرف بأنه "الفن التحريري الذي يقدم في شكل موضوعي ومتوازن مجموعة من الوقائع والمعلومات حول حدث أو قضية أو شخصية من الشخصيات أو أكثر من عنصر من هذه العناصر مع وجود واقع إخباري .

3/5 – التحقيق الصحفي: يقصد به فن الشرح والتفسير والبحث عن الأسباب والعوامل الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية أو الفكرية التي تكمن وراء الخبر أو القصة أو المشكلة أو الفكرة أو الظاهرة التي يدور حولها التحقيق .

4/5– المقال: ويعرف على انه "قطعة من النثر يتحدث بها الكاتب بنفسه ويحكي بها تجربة مارسها او حادثة وقع له او خاطرا خطر له في موضوع من الموضوعات" (27)

5/5 – الحديث الصحفي: ويقصد به "فن التحاور أو الاكتفاء بمصدر من المصادر بهدف الحصول على معلومات جديدة واقعية، أو بهدف معرفة وجهات النظر أو الآراء حول هذه الواقعة، أو بهدف إلقاء الضوء على شخصية معينة" .(28)

6/5 – القصة الإخبارية: هي قالب فني لصياغة الخبر مثل قالب السرد أو قالب الحديث المنقول متبعا شكل الهرم المقلوب، بأن تأتي الفكرة الرئيسية في المقدمة ثم تأتي التفاصيل في الجسم .(29)

7/5 – الإعلان: ويعرف على أنه "نشاط اتصالي مدفوع الثمن يهدف إلى الإعلام عن سلعة (أو فكرة أو خدمة) والترويج لها عبر وسائل الاتصال بالجماهير. (30)

8/5 – الكاريكاتير: وفن3 الكاريكاتير عبارة عن "فكرة مختصرة تقدم الشخصية بطريقة كوميدية بحيث تظهر خطأه أو خطأها أو تنتقد الأحداث الجارية عن طريق الاستعاضة بالرسوم الكارتونية عن النص، وفي هذه الدراسة جرى التركيز على الكاريكاتير المتعلق بالموضوعات الصحية، مثل الرسومات الكاريكاتيرية المتعلقة بالتدخين وانفلونزا الطيور والانفلونزا البشرية والتسممات الغذائية.

9/5 – زوايا خاصة: ويقصد بها مساحات تخصصها الصحف لتناول موضوع صحي معين، عبر استكتاب خبراء فيه من أطباء وصيادلة وممرضين وسواهم يسعون إلى تقديم شرح علمي مبسط ومفصل حول الموضوع.

10/5 – رسائل إلى المحرر: وهي مفتوحة للتعبير تنشر فيها الصحيفة مجموعة آراء ومقالات وردود وتعليقات تتلاقاها من مواطنين يتناولون فيها مختلف الموضوعات والقضايا بالنقد والتحليل والرأي.

سادساً: فئة مصدر المعلومة: و"تجيب هذه الفئة على التساؤلات الآتية: لمن تنسب الأقوال أو التصريحات وما هو المصدر الذي تنسب إليه مادة المضمون. ويتحدد وفقا للإجابات على هذه التساؤلات مقدار الثقة في ما يسوقه المصدر من معلومات او تصريحات او بيانات" (31) وتتمثل ب:

1/6 – المندوب الصحفي: ويقصد به "الشخص أو الأشخاص الذين توفدهم صحيفة ما أو قطاع معين ليكونوا ممثلين لها في هذه الجهة لتغطية الأخبار ومد صحيفته بها.

2/6– وكالات الأنباء العربية والأجنبية: ويقصد بها "الوكيل أو الممثل للصحف بجمع الأخبار ونقلها، وتشترك وسائل الإعلام في اغلبها، فهي تمتلك إمكانيات فنية لجمع الأخبار بسرعة فائقة" ومن أشهر هذه الوكالات العالمية والعربية: وكالة الأنباء الفرنسية (A.F.P)، رويترز البريطانية، وكالة الأنباء الفلسطينية (وفا)، وكالة أنباء الشرق الأوسط (أ.س.أ)

3/6 – وكالة الأنباء الرسمية (بترا): ويقصد بها إجرائيا: الأخبار والتعليقات التي تبثها وكالة الأنباء الرسمية، وتنشرها الصحف، مع تذييلها أو ترويسها باسم "بترا".

4/6– جهات حكومية: ركزت هذه الدراسة على الإعلان الصحي الذي تصدره وزارة الصحة وجهات حكومية أخرى، بهدف بث رسائل توعوية صحية لتغيير سلوك أفراد المجتمع او تعزيزها.

5/6– جهات غير حكومية: ويقصد بها المنظمات الأهلية والدولية التي تنفذ مشاريع ومبادرات صحية، تهتم بنشر أخبارها الصحف المحلية.

6/6- أطباء وخبراء: وهم مختصون في مختلف العلوم الطبية والصحية من أطباء وصيادلة وخبراء في التغذية وغيرهم، إذ يقومون بكتابة موضوعات صحية تنشر في الصحف مروسة أو مذيله بأسمائهم وصفتهم المهنية.

7/6- الانترنت: ويقصد بها الأخبار والتعليقات المنقولة عن الشبكة الالكترونية.

8/6- مجلات (عربية وعالمية مترجمه): وهي المواد والموضوعات الصحفية المنشورة في الصحف المحلية والمقتبسة من مجلات عربية وعالمية.

10/6 الصحيفة ذاتها: وتعرف اجرائيا بأنها مجموعة البيانات والأخبار والتقارير التي ترسلها مختلف الجهات مباشرة إلى الصحف، وتجد طريقها إلى النشر، مع تذييلها أو ترويسها باسم الصحيفة نفسها.

11/6- أخرى هي المواد الإعلامية التي لا يظهر عليها مصدر.

سابعاً: فئة الجمهور المستهدف: تستخدم هذه الفئة "للتعرف على الجمهور الذي يستهدفه القائم بالاتصال عند توجيه مادته الإعلامية وما إذا كان يستهدف الجمهور العام أوجماعات محددة، وفي هذه الدراسة يقصد بها أفراد المجتمع المستهدف بالرسائل الإعلامية التوعوية، ويتألف من:

1/7- الجمهور العام بمختلف فئاته وأعماره.

2/7- الجمهور الخاص في فئة معينة من الجماهير مثل: مرضى السكري، السرطان ، اليافعين (الشباب)، المقبلين على الزواج، الأمهات والحوامل والنساء، وكبار السن.. الخ.

- **العينه الزمنية:**

يتكون مجتمع الدراسة من أعداد صحف الرأي والدستور والغد اليومية جميعها الصادرة عام 2014.

أما اختيار الصحف لعام 2014 فقد جاء للأسباب التالية:

1. ارتفاع معدلات الإصابة بالأمراض غير السارية في الأردن مقارنة مع السنوات التي سبقت عام الدراسة 2014.
2. ظهور مشاكل صحية جديدة في المجتمع الأردني بعد اللجوء السوري الى الاردن مثل؛ مرض شلل الأطفال وعودة أمراض تقاوم العلاج مثل؛ السل المعند، فضلا عن ظهور وباء جديد ايبولا ومرض كرونا المعدي جاء من ودول مجاورة، وظهور مرض انفلونزا الخنازير مجددا مما يهدد الأمن الصحي للمملكة.
3. زيادة الاهتمام العالمي بالإعلام الصحي من قبل المنظمات الدولية مثل، منظمة الصحة العالمية واليونسيف، وبرامج هيئة الأمم المتحدة الخاصة بالقضايا الصحية والوكالة الأميركية للتنمية الدولية، ومدى انعكاس هذا الاهتمام على الصحافة العربية بشكل عام والأردنية بشكل خاص.

ونظراً لكبر حجم مجتمع الدراسة البالغ 1095 عددا، تم اللجوء إلى اختيار عينة عشوائية منتظمة بمعدل 24 عددا من كل صحيفة للسنة نفسها بحيث يصبح مجموع الأعداد الخاضعة للتحليل من الصحف الثلاث 72 عددا .

ويعتبر هذا العدد كافيا وفقا للدراسات التي طبقت أسلوب تحليل المضمون، حيث أشار (ستمبل) إلى أن اختيار عينات تتألف من 6 أعداد أو 12 عددا أو 24 أو 48 عددا يؤدي إلى الوصول إلى نتائج متشابهة تماما للنتائج التي يمكن التوصل إليها نتيجة تحليل أعداد سنة بطولها.(32)

وقد تم اختيار عينة الدراسة على مرحلتين الأولى: عشوائية بسيطة، حيث تم اختيار العدد الأول من بين أيام الأسبوعيين الأوليين من الشهر الأول وتمثل في يوم السبت 2014/1/6.

أما المرحلة الثانية: فقد اختيرت فترة متزامنة متساوية بين العدد الأول والثاني، والثاني والثالث، بمقدار أسبوعين بين العدد الأول والذي يليه وهكذا، فتمثل بذلك عددين لكل شهر من شهور السنة، وعليه مثلت أيام الأسبوع بشكل متساو على مدار العام.وتعتبر هذه العينة ممثلة لمثل هذا النوع من الدراسات، حيث تم توحيد الفترة الزمنية للصحف (33).

محددات الدراسة:

1. اقتصرت الدراسة على ثلاث صحف يومية وهي: الرأي والغد، الدستور، لعام 2014 فقط، اذ تصدرت صحيفة **الرأي** المرتبة الأولى وتلتها صحيفة **الغد** بالمرتبة الثانية من حيث نسبة القراءة، وتبعتها صحيفة **الدستور** في المرتبة الثالثة. (34).
2. تم استثناء الإعلان التجاري من فئات تحليل المضمون لأنه لا يحمل رسائل تثقيفية موثوقاً بمصداقيتها (مضللة للقارئ).
3. اقتصرت الدراسة على عينة من صحف عام 2014.
4. اقتصرت الدراسة على أداة تحليل المضمون المصممة لهذه الغاية

صدق وثبات أداه تحليل المضمون:

قامت الباحثة بعدة خطوات قد تساعد على تحقيق الصدق الظاهري ومن هذه الخطوات:

1- تعريف فئات التحليل تعريفا مفاهيميا وإجرائيا.

2- شمولية فئات التحليل.

وللتأكد من الصدق الظاهري جرى عرض أداة التحليل والتعريفات الإجرائية لفئات التحليل على عدد من المختصين من ذوي الخبرة في علم الإعلام ومناهج البحوث للحكم على شموليتها والتأكد من أنها تقيس فعلا ما وضعت لقياسه*[1]، ولإبداء آرائهم

[1] *حكمت الاستمارة ظاهريا من قبل:

في استمارة التحليل والتعريفات المفاهيمية والإجرائية لفئات التحليل الرئيسية والفرعية، وأخذت ملاحظاتهم وآرائهم بعين الاعتبار ووضعت في الاستمارة في صورتها النهائية.وللتحقق من درجة ثبات أداة الدراسة (تحليل المضمون قامت الباحثة بإجراء اختبار قبلي على طريقة هولستي (Holsti) وهي:

$$\text{الثبات (Reliability)} = \frac{2M}{N1+N2}$$

وترمز M في المعادلة إلى عدد قرارات الترميز التي يتفق عليها المرمّزون، اما N1+N2 فيمثلان المجموع الكلي لقرارات الترميز من قبل المرمزين (35)

ولهذه الغاية تم تدريب مرمزين (محللين)*[2] قاما بشكل منفرد بتحليل مضمون ما نسبته 10% من الصحف اليومية المختارة عشوائيا من عينة الدراسة، وجرى تزويدهما بالصورة النهائية لاستمارة التحليل. وبلغت الصحف اليومية المستخدمة في التحليل 7 أعداد من الصحف الثلاث (الرأي والدستور والغد).

وتبين أن عدد القرارات التي اتفق عليها المرمزان 37 قرارا من أصل 41 قرارا (وحدة)، وعليه فان تطبيق معادلة هولستي يكون كالاتي:

$$90.2\% = \frac{74}{82} = \frac{2X37}{41+41}$$

ويظهر من المعادلة أن درجة الثبات تبلغ 90.2%. وبناء عليه فان أداة القياس المستخدمة قابلة للتطبيق. أما إذا كانت نسبة الاتفاق 85% فأكثر فإن ثبات

1) الدكتور أحمد عريقات ، كلية الاعلام ، جامعة الزرقاء الخاصة الأردنية
2) الدكتور محمد بيادره ، كلية الأداب ،جامعة العلوم التطبيقية.
3) الأستاذ أحمد عوض، مدير مركز الفينيق للدراسات الاقتصادية والمعلوماتية، ماجستير اقتصاد سياسي ،جامعة اليرموك.

[2] المرمزان
1) الأستاذ حاتم الأزرعي الناطق الإعلامي في وزارة الصحة الأردنية
2) الاستاذه دعاء علان ،ماجستير محاسبة، الجامعه الهاشمية الأردنية

التحليل له مرتفع. ويعتبر ثبات التحليل مقبولاً إذا تراوحت نسبة الاتفاق بين 70-75%. (36)

المعالجة الإحصائية للبيانات:

من أجل تحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن أسئلتهما تم استخدام العديد من الإجراءات الإحصائية لتحليل البيانات وجدولتها بواسطة البرنامج الإحصائي SPSS على الشكل التالي:

1) التكرارات والنسب المئوية.
2) اختبار مربع كايChi

نتائج الدراسة التحليلية

يتناول هذا الجزء من الدراسة نتائج دراسة تحليل المضمون، وسيتم عرض هذه النتائج وفقاً لأسئلة الدراسة (مشكلة البحث).

أولاً- مضامين التوعية الصحية التي تناولتها الصحف الأردنية اليومية:

للإجابة عن سؤال الدراسة الأول والذي ينص على "ما مضامين (الموضوعات) التوعوية الصحية التي تناولتها الصحف الأردنية اليومية؟

وتم استخراج التوزيعات التكرارية والنسب المئوية لإجابات هذا السؤال. والجدول رقم (1) يوضح ذلك.

جدول (1)

التوزيعات التكرارية والنسب المئوية لمضامين التوعية الصحية التي تناولتها الصحف الأردنية اليومية

الصحيفة / المضامين	الدستور		الرأي		الغد		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
أمراض غير سارية	25	21.74	44	38.26	46	40.00	**115**	**28.40**
أمراض سارية	26	29.89	16	18.39	45	51.72	**87**	**21.48**
غذاء ودواء	22	28.21	12	15.38	44	56.41	**78**	**19.26**
صحة إنجابية (أسرة وطفل)	8	22.86	6	17.14	21	60.00	**35**	**8.64**
صحة نفسية وعقلية	4	17.39	7	30.43	12	52.17	**23**	**5.68**
التحصين	3	18.75	3	18.75	10	62.50	**16**	**3.95**
أمراض المفاصل والروماتيزم	2	14.29	3	21.43	9	64.29	**14**	**3.46**
أمراض العيون	4	28.57	3	21.43	7	50.00	**14**	**3.46**
تشوهات خلقية	3	27.27	1	9.09	7	63.64	**11**	**2.72**
تصنيفات أخرى (الخلايا الجذعية وأمراض اللثة)	2	28.57	1	14.29	4	57.14	**7**	**1.73**
صحة مدرسية	1	20.00	0	0.00	4	80.00	**5**	**1.23**

أشارت النتائج إلى أن مضامين الأمراض غير السارية حصلت على أعلى التكرارات على مستوى المجموع الكلي لمضامين التوعية الصحية في الصحف الأردنية اليومية وبنسبة مئوية مقدارها (28.4)، يليها مضامين الأمراض السارية بنسبة (21.5%)، ثم مضامين الغذاء والدواء بنسبة (19.3%)، ومن ثم مضامين الصحة الإنجابية بنسبة (8.6%)، يليها مضامين الصحة النفسية والعقلية بنسبة (5.68%)، يليها التحصين بنسبة (5.95%) ثم مضامين أمراض المفاصل والروماتيزم وأمراض العيون بنسبة (3.5%)، يليها مضامين التشوهات الخلقية بنسبة (2.72%)، تبعها مضامين التصنيفات الأخرى (الخلايا الجذعية وأمراض اللثة) بنسبة (1.7%)، وأخيراً مضامين الصحة المدرسية بنسبة (1.23%).

وعلى مستوى الصحف الأردنية اليومية ذاتها، أشارت النتائج المتعلقة بمضامين الأمراض غير السارية بأنها حصلت على أعلى نسبة لها في صحفية الغد بنسبة (40.0%)، تليها صحيفة الرأي بنسبة (38.3%)، ثم صحيفة الدستور بنسبة (21.7%). وجاءت مضامين الأمراض السارية بأعلى نسبة مئوية لها في صحيفة

الغد فقد بلغت (60.0%)، تليها صحيفة الدستور بنسبة (22.9%)، تليها صحيفة الرأي بنسبة (17.1%). أما عن مضامين الصحة المدرسية فبلغت أعلى نسبة لها في صحيفة الغد بنسبة (52.2%)، تليها صحيفة الرأي بنسبة (30.4%)، تلاها صحيفة الدستور بنسبة (17.4%). أما فيما يتعلق بمضامين التحصين فبلغت أعلى نسبة لها في صحيفة الغد بنسبة (62.5%)، تليها صحيفتا الدستور والرأي بنسبة (18.8%). وبالنسبة لأمراض المفاصل والروماتيزم فقد بلغت أعلى نسبة لها في صحيفة الغد بنسبة (62.5%)، تليها صحيفة الرأي بنسبة (21.4%)، وتبعها صحيفة الدستور بنسبة (14.3%). وفيما يخص مضامين أمراض العيون فبلغت أعلى نسبة لها في صحيفة الغد بنسبة (50.0%)، تليها صحيفة الدستور بنسبة (28.6%)، تليها صحيفة الرأي بنسبة (21.4%). وبالنسبة لمضامين التشوهات الخلقية فقد بلغت أعلى نسبة لها في صحيفة الغد بنسبة (63.6%)، تليها صحيفة الدستور بنسبة (27.3%)، تليها صحيفة الرأي بنسبة (9.1%). أما عن مضامين التصنيفات الأخرى (الخلايا الجذعية، وأمراض اللثة) فقد بلغت أعلى نسبة لها في صحيفة الغد بنسبة (57.1%)، تليها صحيفة الدستور بنسبة (28.6%)، وتبعها صحيفة الرأي بنسبة (14.3%). وبالنسبة لمضامين الصحة النفسية والعقلية فقد كانت أعلى نسبة مئوية لها في صحيفة الغد بنسبة (80.0%)، ومن ثم صحيفة الدستور بنسبة (20.0%)، في حين لم يرد أي مضامين تتعلق بالصحة النفسية والعقلية في صحيفة الرأي.

ثانياً- الأهداف التي تسعى الصحف إلى تحقيقها من خلال نشر القضايا الصحية :

للإجابة عن سؤال الدراسة الثاني والذي ينص على "ما الأهداف التي تسعى الصحف إلى تحقيقها من خلال نشر الإعلام الصحي؟

تم استخراج التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للإجابات هذا السؤال، كما جاء في الجدول رقم (2).

جدول (2)

التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للأهداف التي تسعى الصحف الأردنية اليومية إلى تحقيقها من خلال نشر الإعلام الصحي

الصحيفة / أهداف النشر	الدستور		الرأي		الغد		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
وقائي	67	27.0	53	21.4	128	51.6	248	61.2
علاجي	17	23.6	18	25.0	38	52.8	72	17.8
لا يوجد	16	18.8	25	29.4	43	50.6	85	21.0

أشارت النتائج إلى أن الأهداف الوقائية حصلت على أعلى التكرارات على مستوى المجموع الكلي للأهداف التي تسعى الصحف اليومية الأردنية إلى تحقيقها من خلال نشر الإعلام الصحي بنسبة مئوية مقدارها (61.2%)، يليها عدم وجود أهداف بنسبة (21.0%)، تليها الأهداف العلاجية بنسبة (17.8).

وعلى مستوى الصحف الأردنية اليومية ذاتها، أشارت النتائج المتعلقة بالأهداف الوقائية بأنها حصلت على أعلى نسبة لها في صحيفة الغد بلغت (51.6%)، تليها صحيفة الدستور بنسبة (27.0%)، تليها صحيفة الرأي بنسبة (21.4%). أما فيما يتعلق بعدم وجود أهداف للنشر فحققت أعلى نسبة لها في صحيفة الغد بلغت (50.6%)، تليها صحيفة الرأي بنسبة (29.4%)، تليها صحيفة الدستور بنسبة (18.8%). أما عن الأهداف العلاجية فقد حصلت على أعلى نسبة مئوية لها في صحيفة الغد بلغت (52.8%)، تليها صحيفة الرأي بنسبة (25.0%)، تليها صحيفة الدستور بنسبة (23.6%).

ويتضح من خلال التكرارات أن صحيفة الغد كانت الأعلى نسبة بين الصحف اليومية الثلاث في الأهداف الوقائية والعلاجية وعدم وجود أهداف، وذلك لأن تكرارات هذه الأهداف فيها أعلى من صحيفتي الرأي والدستور.

ثالثا: الاستمالات الإقناعية:

للإجابة على سؤال الدراسة الرابع والذي ينص على "ما الاستمالات الإقناعية المستخدمة؟ تم استخراج التوزيعات التكرارية والنسب المئوية لإجابات هذا السؤال، والجدول رقم (3) يوضح ذلك. **جدول (3)**

التوزيعات التكرارية والنسب المئوية لاستمالات الإقناع المستخدمة في الصحف الأردنية اليومية لموضوعات التوعية الصحية

الصحيفة / الاستمالات الإقناعية	الدستور		الرأي		الغد		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
عقلية	64	27.00	55	23.21	118	49.79	237	58.52
تخويفية	14	20.59	18	26.47	36	52.94	68	16.79
عاطفية	10	14.71	10	14.71	48	70.59	68	16.79
بلا	12	37.50	13	40.63	7	21.88	32	7.90

أشارت النتائج إلى أن الاستمالات العقلية حصلت على أعلى التكرارات على مستوى المجموع الكلي للاستمالات الإقناعية المستخدمة في التوعية الصحية في الصحف الأردنية اليومية وبنسبة مئوية بلغت (58.5%)، تليها الاستمالات التخويفية والعاطفية معاً بنسبة بلغت (16.8%)، يليها عدم استخدام استمالات بنسبة (7.9%).

وعلى مستوى الصحف الأردنية اليومية ذاتها، أشارت النتائج المتعلقة بالاستمالات العقلية أن أعلى نسبة لها كانت في صحيفة الغد بلغت (49.8%)، تليها صحيفة الدستور بنسبة (27.0%)، تليها صحيفة الرأي بنسبة (23.2%). وفيما يتعلق بالاستمالات العاطفية فقد حصلت على أعلى نسبة لها في صحيفة الغد بلغت (70.6%)، يليها صحيفتا الدستور والرأي بنسبة (14.7%) لكل منهما. وبالنسبة للاستمالات التخويفية فقد حصلت على أعلى نسبة مئوية لها في صحيفة الغد بلغت (52.9%)، تليها صحيفة الرأي بنسبة (26.5%)، تليها صحيفة الدستور بنسبة (20.6%). وأخيراً حصل خيار عدم استخدام أي استمالات على أعلى نسبة له في

صحيفة الرأي بلغت (40.6%)، تليها صحيفة الدستور بنسبة (37.5%)، وأخيراً صحيفة الغد بنسبة (21.9%). والجدول رقم (8) يوضح النتائج السابقة.

ويتضح من خلال التكرارات أن صحيفة الغد كانت الأعلى نسبة بين الصحف اليومية الثلاث في الاستمالات العقلية والتخويفية والعاطفية، وذلك لأن تكرارات هذه الاستمالات فيها أعلى من صحيفتي الرأي والدستور.

رابعا: الأنماط الصحفية:

للإجابة عن سؤال الدراسة الخامس والذي ينص على "ما الأنماط الصحفية المستخدمة في التغطية الصحفية لموضوعات التوعية الصحية؟

تم استخراج التوزيعات التكرارية والنسب المئوية لإجابات هذا السؤال. والجدول رقم (4) يوضح ذلك.

جدول (4)

التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للأنماط الصحفية المستخدمة في التغطية الصحفية لموضوعات التوعية الصحية في الصحف الأردنية المحلية

الصحيفة / الأنماط الصحفية	الدستور		الرأي		الغد		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
خبر	43	26.22	40	24.39	81	49.39	164	40.49
تقرير	27	25.47	16	15.09	63	59.43	106	26.17
إعلان تثقيفي	1	2.22	21	46.67	23	51.11	45	11.11
مقال	4	14.29	14	50.00	10	35.71	28	6.91
تحقيق	4	18.18	3	13.64	15	68.18	22	5.43
زوايا خاصة	15	78.95	0	0.00	4	21.05	19	4.69
قصة إخبارية	0	0.00	0	0.00	6	100.00	6	1.48
كاريكاتير	2	33.33	1	16.67	3	50.00	6	1.48
رسائل إلى المحرر	1	16.67	1	16.67	4	66.67	6	1.48
حديث صحفي	3	100.00	0	0.00	0	0.00	3	0.74

أشارت النتائج إلى أن نمط الخبر حصل على أعلى التكرارات على مستوى المجموع الكلي للأنماط الصحفية المستخدمة في الصحف الأردنية اليومية بنسبة مئوية بلغت (40.5%)، يليه نمط التقرير بنسبة (26.2%)، يليه نمط الإعلان التثقيفي بنسبة (11.1%)، يليه المقال بنسبة (6.9%)، يليه التحقيق بنسبة (5.4%)، يليه الزوايا الخاصة بنسبة (4.7%)، يليها القصة الإخبارية والكاريكاتير، والرسائل إلى المحرر في نفس المرتبة بنسبة (1.5%) لكل منها، وأخيراً يأتي الحديث الصحفي بنسبة (0.7%).

وعلى مستوى الصحف الأردنية اليومية ذاتها، أشارت النتائج المتعلقة بنمط الخبر بأنه حصل على أعلى نسبة مئوية له في صحيفة الغد بلغت (49.4%)، تليها صحيفة الدستور بنسبة (26.2%)، تليها صحيفة الرأي بنسبة (24.4%). وحصل نمط التقرير على أعلى نسبة له في صحيفة الغد بلغت (59.4%)، تليها صحيفة الدستور بنسبة (25.5%)، تليها صحيفة الرأي بنسبة (15.1%). فيما حصل نمط الإعلان التثقيفي على أعلى نسبة مئوية له في صحيفة الغد بلغت (51.1%)، تليها صحيفة الرأي بنسبة (46.7%)، تليها صحيفة الدستور بنسبة (2.2%). أما عن نمط المقال فقد حصل على أعلى بنسبة مئوية له في صحيفة الرأي بلغت (50.0%)، تليها صحيفة الغد بنسبة (37.7%)، تليها صحيفة الدستور بنسبة (14.3%). وحصل نمط التحقيق على نسبة مئوية له في صحيفة الغد بلغت (68.2%)، تليها صحيفة الدستور بنسبة (18.2%)، تليها صحيفة الرأي بنسبة (13.6%). وحصل نمط الزوايا الخاصة على أعلى نسبة مئوية له في صحيفة الدستور بلغت (78.9%)، تليها صحيفة الغد بنسبة (21.1%). وبالنسبة للكاريكاتير فقد حصل على أعلى نسبة مئوية له في صحيفة الغد بلغت (50.0%) تليها صحيفة الدستور بنسبة (33.3%)، تليها صحيفة الرأي بنسبة (16.7%). وبالنسبة لرسائل إلى المحرر فقط حصلت على أعلى نسبة مئوية لها في صحيفة الغد بلغت (66.7%)، تليها صحيفتا الدستور والرأي بنفس النسبة (16.7%). وأخيراً حصل الحديث الصحفي على أعلى نسبة مئوية له في

صحيفة الدستور إذ بلغت (100%)، في حين لم يحصل على أي تكرارات أو نسب مئوية في صحيفتي الغد والرأي .

خامساً: مصادر المعلومة:

للإجابة على سؤال الدراسة السادس والذي ينص على "ما المصادر التي تعتمد عليها الصحف اليومية في تغطية موضوعات التوعية الصحية؟

تم استخراج التوزيعات التكرارية والنسب المئوية لإجابات هذا السؤال. والجدول رقم (5) يوضح ذلك.

جدول (5)

التوزيعات التكرارية والنسب المئوية لمصادر المعلومات التي تعتمد عليها الصحف اليومية الأردنية في تغطية الموضوعات الصحية

الصحيفة / مصدر المعلومة	الدستور		الرأي		الغد		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
وكالات الأنباء العالمية	13	10.74	23	19.01	85	70.25	121	29.88
مندوب الصحيفة	25	24.27	19	18.45	59	57.28	103	25.43
الجريدة نفسها	28	52.83	11	20.75	14	26.42	53	13.09
وكالة بترا	8	25.81	8	25.81	15	48.39	31	7.65
منظمات حكومية	0	0.00	20	68.97	9	31.03	29	7.16
منظمات غير حكومية	1	4.76	0	0.00	20	95.24	21	5.19
أطباء ومختصون	2	12.50	11	68.75	3	18.75	16	3.95
الانترنت	3	100.00	0	0.00	0	0.00	3	0.74
مجلات	0	0.00	3	100.00	0	0.00	3	0.74
بدون مصدر	20	80.00	1	4.00	4	16.00	25	6.17

أشارت النتائج إلى أن وكالات الأنباء العالمية حصلت على أعلى التكرارات على مستوى المجموع الكلي لمصادر المعلومات المستخدمة في التوعية الصحية في الصحف الأردنية اليومية وبنسبة مئوية مقدارها (29.9%)، يليها مصدر مندوب الصحيفة بنسبة (25.4%)، يليها الجريدة نفسها بنسبة (13.1%)، يليها وكالة بترا

بنسبة (7.7%)، يليها المنظمات الحكومية بنسبة (7.2%)، يليها المنظمات غير الحكومية بنسبة (5.2%)، يليها الأطباء والمختصون بنسبة (3.9%)، يليها الانترنت والمجلات بنفس المرتبة بنسبة (0.7%) لكل منهما، والأخبار التي لا يوجد لها مصدر بنسبة (6.2%).

وعلى مستوى الصحف الأردنية اليومية ذاتها، أشارت النتائج المتعلقة بوكالات الأنباء العالمية أنها قد حصلت على أعلى نسبة مئوية لها في صحيفة الغد بلغت (70.2%)، تليها صحيفة الرأي بنسبة (19.0%)، تليها صحيفة الدستور بنسبة (10.7%). يليها مصدر مندوب الصحيفة وحصل على أعلى نسبة له في صحيفة الغد بلغت (57.3%)، تليها صحيفة الدستور بنسبة (24.3%)، تليها صحيفة الرأي بنسبة (18.4%). وكان مصدر المعلومات من الصحيفة نفسها قد حصل على أعلى نسبة له في صحيفة الدستور بنسبة (52.8%)، تليها صحيفة الغد بنسبة (26.4%)، تليها صحيفة الرأي بنسبة (20.8%).

وحصلت وكالة بترا على أعلى نسبة مئوية لها في صحيفة الغد بنسبة (48.4%)، تليها صحيفتا الرأي والدستور بنفس النسبة بلغت (25.8%). أما بالنسبة للمنظمات الحكومية (مصدر الإعلان التثقيفي) فقد سجلت أعلى نسبة مئوية لها في صحيفة الرأي بلغت (69.0%)، تليها صحيفة الغد بنسبة (31.0%). وبالنسبة لمصدر المنظمات غير الحكومية فقد حصل على أعلى نسبة مئوية له في صحيفة الغد بلغت (95.2%)، تليها صحيفة الدستور بنسبة (4.8%)، . واحتل مصدر الأطباء والمختصين أعلى نسبة مئوية له في صحيفة الرأي بلغت (68.8%)، تليها صحيفة الغد بنسبة (18.8%)، تليها صحيفة الدستور بنسبة (12.5%). وفيما يتعلق يالانترنت والمجلات فقد حصل الانترنت على أعلى نسبة مئوية له في صحيفة الدستور بلغت (100%)، في حين لم يسجل أي تكرارات في كل من صحيفتي الغد والرأي، في حين سجل مصدر المجلات أعلى نسبة مئوية لها في صحيفة الرأي بلغت (100%).

سادساً: الجمهور المستهدف

للإجابة عن سؤال الدراسة السابع والذي ينص على "من الجمهور المستهدف للقائم بالاتصال من وراء نشره لمضامين التوعية الصحية في الصحف اليومية؟

تم استخراج التوزيعات التكرارية والنسب المئوية لإجابات هذا السؤال. والجدول رقم (6) يوضح ذلك.

جدول (6)

التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للجمهور المستهدف من قبل القائم بالاتصال من وراء نشره مضامين التوعية الصحية في الصحف الأردنية اليومية

الصحيفة / الجمهور المستهدف	الدستور		الرأي		الغد		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
جمهور عام	69	28.99	61	25.63	108	45.38	238	58.77
جمهور خاص	31	18.56	35	20.96	101	60.48	167	41.23

أشارت النتائج إلى أن الجمهور العام حصل على التكرارات على مستوى المجموع الكلي للجمهور المستهدف في التوعية الصحية في الصحف الأردنية اليومية وبنسبة مئوية مقدارها (58.8%)، يليه الجمهور الخاص بنسبة (41.2%).

وعلى مستوى الصحف الأردنية اليومية ذاتها، أشارت النتائج المتعلقة بالجمهور العام أنه حصل على أعلى نسبة مئوية له في صحيفة الغد بلغت (45.4%)، تليها صحيفة الدستور بنسبة (29.0%)، تليها صحيفة الرأي بنسبة (25.6%). فيما حصل الجمهور الخاص على أعلى نسبة مئوية له في صحيفة الغد بلغت (60.5%)، تليها صحيفة الرأي بنسبة (21.0%)، تليها صحيفة الدستور بنسبة (18.6%). والجدول رقم (14) يوضح النتائج أعلاه.

خلاصة البحث

توصلت الدراسة إلى أن الاهتمام بالمواضيع الصحية تزايد بشكل كبير بعد تسجيل انتشار غير مسبوق لبعض الأمراض السارية، والتي أصبحت خلال سنة الدراسة

2014 من الموضوعات التي تشغل بال المجتمع، في ظل تدفق الاجئين السوريين واندماج أغلبهم في المجتمع الأردني وتعزو الباحثة ذلك إلى ظهور حملات منظمة من قبل وزارة الصحة وبعض المنظمات غير الحكومية لبرامج التوعية الصحية المختلفة، إلى جانب ظهور أحداث ومستجدات ذات علاقة بتلوث المياه والتسممات الغذائية.

وخلصت الدراسة الى أن الصحف الأردنية، وفق الدراسة الحالية، لا تعتمد خطة منهجية واضحة ضمن أجندتها الإعلامية لنشر القضايا الصحية، رغم إنها أفردت صفحات متخصصة بالصحة، إذ أنها تتبع الحملات المحلية والعالمية كما أن الصحف اهتمت بالأنماط الصحفية والعناصر التيبوغرافية المتنوعة

واحتلت مضامين المواد الإخبارية التي تتحدث عن الأمراض غير السارية المرتبة الأولى في الصحف الثلاث (الرأي، الغد، الدستور)، ومرد ذلك انتشار تلك الأمراض التي يصعب السيطرة عليها من جهة نتيجة لتغير الأنماط السلوكية لدى الأردنيين، وتمكن الجهات الحكومية ممثلة بوزارة الصحة من السيطرة على الأمراض السارية عبر حملات التطعيم من جهة أخرى. كما توصلت الى أن الصحف يبدو تتبع الحملات الصحية الحكومية والعالمية الهادفة إلى تغيير السلوك إلى أنماط سلوكية صحية سليمة في كثير من الممارسات الصحية الخاطئة والتي ينشط نشاطها في المناسبات العالمية، ففي مقابل تزايد الاهتمام بالأمراض غير السارية، تراجع الاهتمام بالأمراض الوراثية، حيث لم ترد في الصحف الثلاث أي رسائل إعلامية تتعلق بهذا المجال.

كما خلصت نتائج الدراسة الى أن الصحف تركز على الأهداف الوقائية من وراء النشر، فإنها تميل إلى الأهداف الوقائية التي حصلت على أعلى نسبة بين أهداف النشر، وتلاها الأهداف العلاجية والمواد التي لا تحمل أي أهداف، ولعل ذلك يعود إلى تنبه الصحف إلى أهمية تغيير السلوكيات والأنماط الصحية والغذائية لدى الجمهور.

إلى جانب ذلك ظهر أن الصحف تنحو باتجاه استخدام الاستمالات العقلية في المادة الصحفية أكثر من العاطفية والتخويفية في الموضوعات الصحية، إذ بلغت

ما نسبته (58.52%) من مجمل المواد الإعلامية حيث أن الصحف باتت تستخدم في أنماطها الصحافية إقناع القارىء عبر إحصائيات وأرقام مدروسة علمياً تزودها به جهات دولية متخصصة تتعاون مع وزارة الصحة في تنفيذ برامج ونشاطات صحية، أما بالنسبة للأنماط الصحفية، فقد احتل الخبر والتقرير والإعلان والمقال والإعلان الصحي ما نسبته (84.7%) من مجمل المواد الإعلامية. وهذا أمر طبيعي لأن الخبر هو أساس العمل الإعلامي.

وخلصت الباحثة الى أن الإدارات التحريرية للصحف هي التي تحدد أولويات الجمهور وتطابق يتضح باستثناء الحالات الطارئة مع ما جاءت به نظرية ترتيب الأولويات مثل التغطيات الإعلامية لانتشار فيروس انفونزا الخنازير والموسمية المعدية، السل وشلل ألأطفال والإسهال بين الاجئين السوريين والتسممات الغذائية، إذ تلعب الهيئات الصحية الوطنية والعالمية دوراً في تحديد هذه الأولويات.

مراجع البحث

1. http://alghad.com/articles/852463-%D8%A7%D9%86%D8%AE%D9%81%D8%A7%D8%B6-%D8%A7%D9%86%D8%AA%D8%B4%D8%A7%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%85%D8%B1%D8%A7%D8%B6-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%A7%D8%B1%D9%8A%D8%A9-%D8%A8%D9%8A%D9%86-%D8%A7%D9%84%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%A6%D9%8A%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%88%D8%B1%D9%8A%D9%8A%D9%86-%D8%A8%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B1%D8%AF%D9%86
2. https://www.assawsana.com/portal/pages.php?newsid=176198
3. المجلس الأعلى للسكان. **التقرير السنوي عام 2005**، عمان : ص32 .
4. وزارة الصحة،).**الإستراتيجية الوطنية للاتصال والإعلام الصحي**،عمان، 2005

5- حسين الخزاعي،"**دور التلفزيون الأردني في تنمية الوعي الصحي: دراسة سوسيولوجية لعينة من محافظة مادبا**"، مجلة مؤتة للبحوث والدراسات،المجلد 20، العدد الأول. (2005)

6- عبدالله ابو مغلي،"**المسح التقييمي للمشرعين وواضعي السياسات والإعلاميين حول مدى المعرفة والاتجاهات والممارسات في السكان والصحة الإنجابية والنوع الاجتماعي**"، عمان. (2005)

7- المجلس الأعلى للسكان : "**تعرض الصحف الأردنية اليومية لموضوعات الصحة الإنجابية وتنظيم الأسرة**" دراسة غير منشورة، عمان:2010

8- محمد عتران،"**استخدامات وإشاعات برامج التوعية الصحية في التلفزيون العماني** (دراسة تحليلية وميدانية)" المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 23، يوليو/ ديسمبر. (2004).

9 -**دراسة** وسام محمد نصر. '' **دور حملات التوعية فى الراديو والتليفزيون فى التثقيف الصحى للمرأة المصرية**، رسالة دكتوراه. (القاهرة:قسم الإذاعة والتليفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة، 2006.

10- سحر فاروق الصادق: "**الاطر الاعلامية لخطاب الازمات الصحية بالصحافة المتخصصة بالتطبيق على وباء انفلونزا الخنازير** : دراسة مسحيه "جامعة القاهرة،العدد 36،2010 ،ص194ص،202.

11- Yanovitzky Itzhak and Bennett Courtney, (1999), Media Attention, Institutional Response, and Health Behavior Change: The case of Drunk Driving, 1978-1996, **Communication Research**, Vol. 26, No. 4

12 -Lynn, Morgan (2002), **Community participation in health: perpetual allure persistent challenge. health policy and planning**. Oxford University Press, No. 16.

13-Alfred McAlister, Morrison Theodore Hu Shaohua, and Meshack Angela, (2004), Media and Community Campaign Effects on Adult Tobacco Use in Texas, **Journal of Health Communication**,Vol. 9, No. 2.

14-Wenner J. Steven and Taukaud James, **Communication Theories Origins, Method Uses**, New York: Hastings House Publishers. (1982), p254.

15-حسن مكاوي، ليلى السيد، **الاتصال ونظرياته**، ط2، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 1998ص ص 288-292.

16-McCombs,Maxwel, **Explores And Surveyors Expanding Strategies for Agenda Setting Research**. Journalism Quarterly, Vol. 69, No. 4, 1992p85.

مرجع سابق،، 1998: ص 294-17

18-Mccombs Maxwel , **Setting The Agenda**: the **Mass Media and Public Opinion** ،Publishers polty USA .2nd.2014 p7

19 - سمير حسين ، **بحوث الإعلام الأسس والمبادئ**، ط1، القاهرة: عالم الكتب، 1976، ص 125.

20- ريتشارد بد، دونهيو، لويس، ثورب، روبرت. **تحليل مضمون الإعلام**، ط1، ترجمة محمد الجوهر، اربد: قدسية للنشر 1992 : ص 10.

21- الوفائي، مرجع سابق:ص 158

22- Heymann David, **Control of Communicable Diseases Manual**, 8th Edition, Washington DC ,2004.612-613).

23- World Health Organization, (2005).**Health in Jordan**. Amman, Jordan: p160.

24 http://www.who.int/features/qa/62/ar/index.html

25- سمير حسين، **تحليل المضمون**، ط1، القاهرة: عالم الكتب.983: ص 158 .

26- فاروق أبو زيد، **فن الخبر الصحفي**، (ط2)، القاهرة: دار الشروق1984، ص 56 .

27- نبيل حداد، ، **في الكتابة الصحفية**، اربد: دار الكندي 2002: ص 218 .

28-اسماعيل إبراهيم، .**فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق**، القاهرة: دار لافجر للنشر والتوزيع. 2000، ص 56 .

29- عبد الجواد ربيع، **فن الخبر الصحفي**، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع : 2005ص ص 87-88 .

30- عصام الموسى،**الإعلام والمجتمع: دراسات في الإعلام والأردني والعربي والدولي**، عمان: وزارة الثقافة، 2003 ص. 187.

31- ريتشارد بد ، دونهيو، لويس، ثورب، روبرت. **تحليل مضمون الإعلام**، ط1، ترجمة محمد الجوهر، اربد: قدسية للنشر، ص134.

32- محمد الوفائي، **مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والإعلامية**، ط1، القاهرة: مكتبة الإنجلو المصرية. 1989 ص 149 .

33- روجرز ويمير، جوزيف دومنيك. **مقدمة في أسس البحث العلمي (مناهج البحث العلمي)**، ط2، ترجمة صالح أبو أصبع، عمان: دار آرام للنشر 1998 : ص 214.

34—-الوكالة الأمريكية للإنماء الدوليUSAI ، **عملية P المحدثة (خطوات الاتصال الاستراتيجي)**، منشور بتاريخ ديسمبر 2003.ص1-2

35 ويمير ودومينك مرجع سابق، ص227 .

36- محمد أمين المفتي، (1988). **"تنمية مهارة صياغة وإلقاء الأسئلة لدى الطالب والمعلم"**، القاهرة، مركز التربية البشرية والمعلومات، 1988، ص 115 .