

**ظاهرة انتشار وإدمان المخدرات في المجتمع السعودي
ودور الصحف السعودية في مكافحتها
دراسة تحليلية مثالا جريدة اليوم
١٤١٦ هـ - ١٩٩٥ م**

دكتور

عمر عبدالله العمر

كلية التربية - جامعة الملك فيصل بالأحساء

موضوع الدراسة

المخدرات مشكلة اجتماعية عالمية امتدت آثارها إلى جوانب مختلفة من الحياة الاجتماعية وأصبحت أحد الأسباب الرئيسية في انتشار أنواع معينة من الجريمة. (١٤ اشاعين ص ١٥)

ولا ريب فإن المخدرات أضحت من أخطر المشكلات التي تؤثر على سلامة المجتمع وأفراده، ذلك بما يترتب عليها من آثار اجتماعية واقتصادية ونفسية وصحية خطيرة تنسحب على الفرد والمجتمع على حد سواء ، كما أنها ظاهرة اجتماعية مرضية تدفع إليها عوامل عديدة ، بعضها يتعلق بالفرد والآخر بالأسرة والثالث بالنسيج الاجتماعي العام للمجتمع وظروفه ، وتتضح خطورة هذه المشكلة في أثر سلوك المتعاطين أو المدمنين على الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والقانونية في المجتمع الذي يعيشون فيه. (١٦ عد. اللطف ص ١٥) وجاء في تقرير لوزارة العدل الأمريكية إلى أنه توجد علاقة بين تعاطي المخدرات والاتجاه نحو ارتكاب جرائم العنف من أجل مصدر مالي لشراء المخدرات. (١٧ ص ١٠٠ اللطف ص ١٠)

كما أوضحت دراسة كل من إيكاردي Icardi وشامبرز Chambers التي طبقت على ٢٨٠ متعاطيا للمخدرات في ولاية نيويورك ، تبين منها أنهم جميعا قد ارتكبوا أفعالا إجرامية وأن ٧٩% منهم لديهم سوابق إجرامية ، ولقد ارتكب ٨٣% منهم جرائم الاعتداء على المال، منهم ١٣% في سن صغيرة (١٣ - ١٦). (١٦ عد. اللطف ص ٢٢)

وفي الكتاب الإحصائي للإدارة العامة للمخدرات في المملكة العربية السعودية الصادر في عام ١٤١٧هـ تبين أن عدد القضايا المضبوطة والمتهمين فيها خلال عام ١٤١٧هـ بلغ ٧٥٣٩ قضية و١٠٧٩٤ متهما .

ولا يخفى أن وسائل الإعلام تتدخل بشكل أو بآخر في تشكيل اتجاهات الأحداث و الشباب في المجتمع الحديث إزاء مواقف الحياة الاجتماعية المختلفة ، حيث أنها تقدم للفرد خبرات جديدة مكثفة وجاهزة وخلال فترة قصيرة من الزمن ، وبهذا تساعد وسائل الإعلام على حدوث ما يسميه البعض "الطفرة الحضارية" مما جعلت الأفراد يعيدون النظر في سلم القيم الذي يسود المجتمع ، الأمر الذي أحدث ارتباكا وعدم انسجام بين سلوك الأفراد وقيم المجتمع وأعرافه المصانة. (١٥ مجلة العربية ص ٦٥-٦٦)

ومن بين وسائل الإعلام هذه التي برزت أهميتها في المجتمعات الحديثة : الصحافة المكتوبة ، وتزداد أهمية الصحيفة بتطور المجتمع وزيادة نسبة التحضر فيه ، فالحادث الذي يحدث في المدينة يصبح في متناول الجميع عن طريق صحفه المحلية .

ولا يمكن إهمال تأثير الصحف والمطبوعات المختلفة والكتب ، ويكاد ينحصر تأثيرها في المدن حيث تقل نسبة الأمية ويكثر الاتصال بين الأفراد ، لأن المدينة عموماً بمثابة المسرح الرئيسي لحدوث الانحراف والإجرام .

وبما أن الأفراد يختلفون في تأثرهم بما يقرءون، فهذا جعل علماء النفس والاجتماع والمشرعين ورجال القضاء يختلفون في تحديد مدى تأثير وسائل الإعلام في تكوين السلوك المنحرف أو الجريمة. (المرجع السابق ص ٨٢)

ومن هنا جاء موضوع الدراسة " ظاهرة انتشار وإدمان المخدرات في المجتمع السعودي ودور الصحف السعودية في مكافحتها " دراسة تحليلية جريدة اليوم مثلاً " .

أهمية الدراسة

تكمن أهمية هذه الدراسة في :

- ١- أن هناك تزايد في أعداد القضايا وعدد مدمني المخدرات والمتهمين على مستوى المجتمع المحلي في المملكة ، إذ يصل عدد المتهمين والمتورطين في مثل هذه القضايا إلى ١٠٧٩٤ في سنة ١٤١٧هـ مما يجعل دراسة هذا الموضوع له أهمية. (الكتاب الإحصائي ص ٢١)
- ٢- ندرة الدراسات في مجال المخدرات في المجتمع العربي السعودي ودور الصحف المحلية في مواجهة المشكلة .

أهداف الدراسة

يكمن الهدف من هذه الدراسة في :

- ١- التعرف على دور الصحف السعودية واتخاذ جريدة اليوم مثلاً في مكافحة هذه الظاهرة الخطيرة .
- ٢- التعرف على مضمون الخبر الصحفي في الجريدة فيما يتعلق بمكافحة المخدرات .
- ٣- التعرف على أنواع وجنسيات المتهمين في الجريدة في قضايا المخدرات .
- ٤- التعرف على المؤثرات الصحفية ودور المضمون الإعلامي في مواجهة ظاهرة المخدرات .
- ٥- الوصول لوضع تصور وتوصيات مناسبة لدور الصحافة السعودية في مواجهة ظاهرة المخدرات والحد من خطرها .

تساؤلات الدراسة

تحاول هذه الدراسة الإجابة على التساؤلات التالية :

- ١- هل للصحافة السعودية دور في مكافحة المخدرات ؟
- ٢- هل لمضمون الخبر الصحفي دور في مكافحة المخدرات ؟
- ٣- هل هناك جنسيات أخرى ترتبط بانتشار ظاهرة المخدرات ؟

- ٤- هل للمؤثرات الصحفية والمضمون الإعلامي دور في مواجهة ظاهرة المخدرات ؟
٥- هل يمكن تحديد دور محدد الأهداف للصحف المحلية بخاصة في مواجهة ظاهرة المخدرات ؟

مفاهيم الدراسة

١- المخدرات - Narcotics

في اللغة: تدور معاني " خدر " حول " ستر " والخدر هو ما ستر الجهاز العصبي عن فعله ونشاطه المعتاد (المدان ص٦٨) وجاء في القاموس المحيط للفيروز ابادي " الخدر بالفتح " هو إذلال يغشى الأعضاء ، وفور العين أو ثقل فيها ، وفي المصباح المنير للرافعي. أحمد بن محمد الفيومي: خدر العضو إذا استرخى فلا يطبق الحركة ، وفي لسان العرب لابن منظور : الخدر من الشراب والدواء فتور يعتري الشارب وضعف .

المفهوم العلمي : عرّفت لجنة المخدرات بالأمم المتحدة المخدرات بأنها (كل مادة خام أو مستحضرة تحتوي على مواد منبهة أو مسكنة من شأنها إذا استخدمت في غير الأغراض الطبية أو الصناعية الموجهة أن تؤدي إلى حالة من التعود أو الإدمان عليها مما يضر بالفرد جسماً ونفسياً وكذا المجتمع). (المرجع السابق ص٦٨)

٢- الأفيون - Opium نبات جميل له أزهار جميلة ، وكل نبتة تحمل ما بين ٥-٨ زهرات ، في أسفل كل زهرة يوجد انتفاخ تسمى كبسولة ، تجرح مساء وتفرز عصارة بيضاء سريعة التخشّر ، تجمع في الصباح وتخشّر. (١٤١٤١٤ ص٦١)

٣- المورفين - Morphine هو أحد مشتقات الأفيون ، أخذ اسمه من آلهة الأحلام " مورفيوس " أي إله النوم والأحلام عند الإغريق (Morpheus) له مفعول مسكن ومثبط لمركز الألم في قشرة المخ. (١٤١٤١٤ ص٦٢)

٤- الكوكايين - cocaine يستخرج من شجرة الكوكا ، بعد قطف أوراقها التي تحتوي على جزء إلى جزأين من المائة من الكوكايين ، وتخفف في الشمس بعيداً عن الرطوبة ثم تعد كيميائياً لاستخراج الكوكايين. (١٤١٤١٤ ص٧٣)

٥- الهيروين - Heroine أخطر من الأفيون لقوته التي تصل إلى ثلاثة أضعاف الأفيون ، له تأثير كبير على تثبيط خلايا الجهاز التنفسي ومراكز المخ. (١٤١٤١٤ ص٦٦)

٦- الحشيش - Cannabis يحتوي دخان سيجارة الحشيش على ٢٥-٥٠% من مادة " تتراهيدرو كانابينول Tetra Hydro Connabinol التي تدخل الجهاز التنفسي ، ويتم امتصاصها من خلال الغشاء المخاطي المبطن للشعب الهوائية ، فتدخل الدم وتصل للكبد حيث يتم تمثيلها ، و أما تأثيره فهو مزيج من التنبية و التثبيط العصبي .

ويستخلص الحشيش من قمة نبات سنوي لها جذور عمودية وسيقان عشبية ، لها أزهار في قمة الشجرة تعرف بنبات الحشخاش. (المرجع السابق ص ٧٦-١٠٠)

٧- القات :- Qatt عبارة عن أشجار يصل ارتفاعها إلى أكثر من عشرين قدما ، وعادة تزرع في المرتفعات ، وهي مادة منبهة لاحتوائها على القاتين والقاتين والقاتين وكلها مواد منبهة لفترة قصيرة يعود الجسم بعدها إلى التثبيط . (المرجع السابق ص ١٨٤)

٨- مكافحة :- Addiction جاء في القاموس المحيط للفيروز آبادي " كفحه منعه وكشف عنه غطاءه و كفحه بالعصا ضربه " ، وجاء في محيط المحيط للبيستاني كفحه يكفحه كفحا كشف عنه غطاءه و كفحه بالعصا ضربه و كفح لجام الدابة جذبه لتقف .

وتعرف اجتماعيا بأنها الجهود التي تقوم بها الجهات الحكومية أو الخاصة لمقاومة أمراض طبيعية أو آفات اجتماعية كمكافحة السرطان ومكافحة الجريمة ومكافحة جنوح الأحداث ومكافحة الأمراض الوبائية. (الهدري ص ١١١)

٩- إدمان :- Fight هو تعود الفرد على تناول المكيفات أو المخدرات أو الخمر لدرجة يصعب عليه الإقلاع عن هذه العادة الضارة . (المرجع السابق ص ١٦٠) ويرى البعض أن الإدمان عبارة عن حالة تسمم مزمنة ناتجة عن الاستعمال غير العادي والمتكرر للمخدر ويتج عنها :
أ- الرغبة في زيادة الكمية .

ب- خضوع وتبعية جسدية ونفسية وعقلية لمفعول المخدر .

ج- إذا حدث انقطاع أو إقلال في الكمية ينتج عن ذلك توتر ، قلق ، بكاء ، نقص في الوزن ... إلى غير ذلك .

د- تنتج تأثيرات سلبية مؤذية على المدمن وأسرته ومجتمعه. (المد اللطيف ص ١٦٦)

١٠- الصحافة :- Journalism هي صناعة إصدار الصحف والمجلات وذلك باستقاء الأخبار من مصادرها وكتابة الموضوعات الصحفية من تحقيقات وأحاديث ومقالات وأعمدة ونحوها وجمع الصور والإعلانات ونشر كل ذلك في الصحف والمجلات وتولي إدارتها. (المرجع السابق ص ١٨١)

١١- جريدة اليوم :- تصدر عن مؤسسة دار اليوم في مدينة الدمام بالمنطقة الشرقية للمملكة العربية السعودية ، تأسست عام ١٣٨٤ هـ ، وصدرت الجريدة في بداية أمرها مرة واحدة في الأسبوع ثم ثلاث مرات في الأسبوع ثم أصبحت تصدر يوميا... (المنظومة ص ٢٠٠) وجريدة اليوم الجريدة اليومية الوحيدة التي تصدر في المنطقة الشرقية للمملكة ، يطبع منها يوميا - حسب إفادة إدارة العلاقات العامة بالجريدة - ٣٤ ألف عدد ، يوزع منها في المنطقة الشرقية وحدها نصف هذا العدد تقريبا .

أ- أبعاد مشكلة المخدرات عالميا وخاصة في المملكة العربية السعودية .

ب- الإعلام ودوره في الوقاية من أضرار المخدرات .

وفي الدراسة التطبيقية الموضوعات التالية :-

أ- خصائص عينة مدمي المخدرات وآرائهم حول الجوانب الخاصة بقضية المخدرات .

ب- خصائص عينة مهربي المخدرات .

ج- آراء عينة مسؤولي الأجهزة الإعلامية في المملكة حول أساليب التخطيط الإعلامي في مجال المكافحة .

وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية :-

أ- ضرورة التخطيط الإعلامي السليم .

ب- تدعيم النشاط الرياضي والاجتماعي للشباب لأجل الوقاية .

ج- التوسع في أعداد الكوادر الإعلامية المدربة الصالحة للقيام بالتوعية لمكافحة المخدرات .

د- الحفاظ على مستوى إعلامي مناسب في التوعية لمكافحة المخدرات .

هـ- توجيه حملات إعلامية مباشرة في مناطق التجمعات التي تنتشر فيها المخدرات .

و- تقديم نماذج بأجهزة الإعلام تشير إلى مدمنين نجحوا فعلا في الامتناع عن تعاطي المواد المخدرة ، مما يعطي أملا وفرصة للمدمنين بالامتناع عن هذه الآفة .

ز- إبراز عمليات ضبط المخدرات والعقوبات التي توضع على المهربين والمتاجرين .

ح- يراعى في المسلسلات والأفلام عدم التركيز على ثراء تجار المخدرات الفاحش وعلى نشوة متعاطي المخدرات وسعادته .

ط- الاهتمام باختيار الوقت والجموع المستهدفة للإعلام عن اتجاهات معينة .

ي- تقديم صورة واقعية لأساليب اجتذاب الشباب إلى برائث الإدمان أو توريطهم في تهريب المخدرات والاتجار بها لأغراض التوعية والتحذير منها .

ك- إبراز الإعفاء من العقاب ، والحوافز المقررة لكل من يرشد عن عصابات المخدرات .

ل- ينبغي التوفيق بين طرق الإعلام المباشر من محاضرات وندوات ومعارض ووسائل الإعلام المختلفة من صحافة وإذاعة وتلفزيون فيما يخص المخدرات .

ثالثا :- أحمد يوسف محمد بشير " أبعاد التخطيط التكاملية لمواجهة مشكلة المخدرات " الفكر الشرطي ، الشارقة ، المجلد السادس ، العدد الثالث ، رجب ١٤١٨ هـ .

توصل الباحث إلى أن ظاهرة المخدرات في ازدياد مستمر ، كما أن الآثار السلبية المترتبة

عليها بالغة الخطورة بالنسبة للفرد والأسرة والمجتمع ككل وبخاصة المجتمع الإسلامي مما يتطلب تضافر

الجهود على كافة المستويات من أجل مكافحة هذا الداء العضال والتصدي له .

كما أكد الباحث على ضرورة اعتماد منهج لاستراتيجية ثابتة لمواجهة المخدرات مبنية على الحقائق العلمية الدقيقة والواقعية التي تسفر عنها الدراسات والبحوث النظرية والميدانية .
وقد بين الباحث أهمية الوازع الديني من ضمن الأبعاد التي تعتبر - كما يقول - غائبة ومفقودة عن الجهود الحالية لمواجهة ظاهرة المخدرات والحد منها .
واقترح الباحث في ختام عمله تصورا للتخطيط التكاملية للتعاطي مع المشكلة على النطاق العربي والإسلامي .

دور الصحف في مكافحة المخدرات

تسهم وسائل الإعلام الجماهيرية بشكل كبير في تنمية الوعي الاجتماعي ، بسبب الانتشار الواسع الذي تتمتع به ، وشغلها وقت كبير من الفراغ ، بالإضافة لما تتمتع به هذه الوسائل من قدرة في التأثير على قرائها ، ووصولها إلى عقولهم وقلوبهم ، فهناك تأثير كبير للمعلومة المكتوبة والمنطوقة مع القدرة على الإقناع ، ومخاطبة الفكر بعقلانية ودغدغة العواطف بروح إيمانية واعية ...
وحسبنا اليوم أننا نعيش ثورة في عالم وسائل الاتصال حولت كرتنا الأرضية إلى قرية صغيرة بلا جدران ولا أسقف .

إن الإدراك السيكولوجي البالغ والإحصائيات الديموغرافية " السكانية " التي تطورت أخيرا ساعدت على تشكيل المادة الإعلامية المعروضة والمكتوبة وأحيانا تحدد نوعها لتتركز على الأهداف القريبة من المجتمع^(٢٢٣، ١٣٠) .

وعلى الرغم من أن التأثير في سلوك المستقبلين للمادة الإعلامية لا يمكن أن يتحقق إلا إذا توفرت عدة عوامل منها العوامل النفسية والاجتماعية والاقتصادية ، ورغم أهمية هذه العوامل في التأثير في اتجاه المستقبلين إلا أن الأهم في ذلك هو توفير معلومات كافية وإقناع المستقبل بها^(٢٢٤، ١٣٠) .

ولذلك فإنه من الضرورة بمكان توفر مبادئ التأثير في اتجاهات الناس ومن أهمها :-

أ- لا بد أن تصل الرسالة إلى المستقبل ويفهمها ويقبل مضمونها .

ب- كلما كان مضمون الرسالة قريبا من احتياجات الفرد ومحققا لها كلما زاد احتمال قبول الرسالة .

ج- كلما كان مضمون الرسالة متمشيا مع معايير الجماعة كلما كان قبول الرسالة أكبر .

د- احتمال قبول مضمون الرسالة عبر وسائل الاتصال الجماهيرية مدعومة باتصال آخر يكون التأثير أكبر من الاتصال عبر وسائل الاتصال الجماهيرية وحدها^(٢٢٥، ١٣٠) .

ولقد ساد الاعتقاد بأن لوسائل الإعلام تأثير مباشر وقوي في الجمهور المستقبل لرسالتها دون اعتبار للعوامل الاجتماعية أو المادية المحيطة بعملية الاتصال ، وبذلك فإن الجمهور عبارة عن متلقي للرسالة سليلي لا قدرة له على الاختيار أو التمحيص أو المقاومة .

لكن المعاصرين من الباحثين الإعلاميين يرفضون هذا الاتجاه ويرون أن التأثير الإعلامي المطلوب لا يمكن أن يتم بمعزل عن الدوافع النفسية والاجتماعية والظروف المادية المحيطة بعملية الاتصال (١٤) زال زمر ص ١١٧ و ١١٥ مرصع ص ١٢ و ١٣ مرجع سابق ص ٢١-٢٢

(فالنظرية القديمة) التي اعتبرت وسائل الإعلام لمدة تزيد عن ثلاثين عاما بعد الحرب العالمية الأولى قوية كالرصاصة وأن الجمهور هدفا سلبيا غير قادر الدفاع عن نفسه شاهما الضعف وحلت محلها - في أواخر الخمسينات - نظرية جديدة تؤمن بأن الجمهور ليس هدفا سلبيا ، بل نشطا و غير عادي ، بهذا تحولت نظرية الاتصال خلال أربعين سنة من مفهوم الجمهور السلبي المغلوب على أمره إلى مفهوم جديد يعتبر الجمهور نشطا وعيندا وقادرا على الاعتماد على نفسه ، وبذلك يكون قد حل محل المفهوم الذي يعتبر الاتصال قوة لا يمكن مقاومتها ، مفهوم آخر يعتبر الاتصال الجماهيري قوة تعمل وتتفاعل مع قوى ومؤثرات أخرى .

لكن في الوقت الذي رفضنا فيه فكرة رصاصة الدعاية السحرية ، علينا في الوقت نفسه، أيضا أن نتجنب المبالغة في رد فعلنا عليها ، فوسائل الإعلام يمكن مقاومتها ، ولكن بالرغم من ذلك فإن لها تأثيراتها القوية ، نسبة قليلة من تلك التأثيرات مباشرة أو فورية ، ولكن أغلبها تأثيرات هادئة بعيدة الأمد وتراكمية ويصعب عزلها عن مؤثرات أخرى متصلة بالسلوك ولكن بالرغم من ذلك فهي عامل أساسي في تحديد ما يعرفه الناس وما يؤمنون به وما يفعلونه . (١٥) زمر ص ١١٩

وبينما بدور الجدل هناك حول التأثير الإعلامي يدور في الوقت نفسه جدل من نوع آخر بين معارضين ومؤيدين لنشر أخبار الجريمة بشكل عام ، ومنها المعلومات المتعلقة بالمخدرات ، إذ يرى المعارضون - وهم يمثلون الجهات الأمنية في المجتمع - أن نشر معلومات تتعلق بمعالجة قضايا المخدرات في وسائل الإعلام يحدث بلبلة بين أفراد المجتمع ، ويزرع الشك في المثل العليا ، وربما يؤدي إلى زرع الخوف في نفوس الناس (١٦) مرجع سابق ص ١٢٠ ، فاستعمال بعض المصطلحات المتعلقة بالمخدرات دون تمحيص أو تخطيط إعلامي قد يؤدي إلى آثار عكسية مثل التمييز المصطلح بين ما يسمى العقاقير القوية والعقاقير الخفيفة ، والتركيز على الأرباح الهائلة التي يمكن جنيها من الاتجار بالمخدرات عن طريق إذاعة أنباء عن القيمة السوقية لبيع المضبوطات ، والربط بين أسماء أشخاص حققوا نجاحا كبيرا أو شهرة نتيجة الاتجار بالمخدرات ، كل ذلك قد يسبب صورا خاطئة مما ينتج عنه عدم قدرة الفرد على التمييز بين حقائق الأمور . (١٧) زمر ص ١٢٠ و ١٢١ مرجع سابق ص ١٢٠

أما الذين يؤيدون نشر المعلومات المتعلقة بالمخدرات في وسائل الإعلام يرون أن وسائل الإعلام مرآة المجتمع ويجب عليها أن تعكس ما يقع فيه من خير وشر ، والمخدرات ظاهرة اجتماعية سلبية يجب أن يدركها الناس ، ويعرفوا كافة الأنباء المتعلقة بها للأسباب التالية :-
أ- بث الوعي الشامل لتوفير رأي عام يحمل اتجاهات قوية مناهضة لظاهرة المخدرات .

ب- توحيد الجهود الفردية والجماعية والحكومية والتطوعية لمراقبة التعاطي والتهرب والترويج وإبلاغ الجهات الأمنية عند الاشتباه .

ج- تنقيف العامة والخاصة وتبصيرهم من خطر الوقوع في شرك المخدرات وتعاطيها^(١٥١، ١٥٢، ١٥٣) .
ومهما يكن من أمر فإننا لو دققنا النظر في سبب الاعتراض لوجدنا أن للمعترضين نصيب من الحق في ذلك لأن عرض أو كتابة معلومات عن الجرائم المختلفة ، وخاصة ما يتعلق بالمخدرات دون تمحيص قد يضاعف من الجريمة في المجتمع خصوصا عند مبالغة وسائل الإعلام في وصف الجريمة والجرمين وتصويرهم بصورة الأبطال الذين حبروا رجال الأمن مما يثير انتباه الناشئة والمراهقين ومحاولتهم التقليد والمحاكاة لكسب البطولة الكاذبة .

وبالتالي تبرز الحاجة إلى استثمار المادة الإعلامية لخدمة أغراض التوعية بأضرار المخدرات وفق استراتيجية محكمة وسياسة رشيدة يمكن من خلالها تجنب الآثار السلبية التي يمكن أن تنشأ من جراء عرض المواد الإعلامية المتعلقة بالمخدرات دون مراعاة للمضوابط الاجتماعية والأخلاقية والإعلامية.^(١٥٤)

دلالة الأهمية الصحفية بالمادة الإعلامية

إن مدى اهتمام الصحافة بالمادة الإعلامية يجعلها تهتم بتحريرها وإخراجها ، وبالتالي ينعكس ذلك على اهتمام القارئ بالمادة الإعلامية ، ولقد تطورت علوم الصحافة في عصرنا الحاضر بشكل كبير جدا تحريرا وإخراجا مما جعل أهمية المادة الإعلامية المنشورة تقاس على أساس وضعها في الصحيفة والصفحة .

أولا :- العناوين

يدل العنوان على مدى اهتمام الصحافة بالمادة الإعلامية ، ويمكن في ضوءه التنبؤ بمدى الإقبال من قبل القراء على قراءتهم للمعلومة والتأثر بها .

١- أنواع العناوين

أ- عنوان الإشارة " العنوان التمهيدي "

وهو كما يتضح من اسمه ليس عنوان كاملا ، إنما يطلق عليه ذلك من باب التجاوز لأن كلماته في كثير من الأحيان تكفي بالإشارة .^(١٥٥)

ب- العنوان الرئيسي " المانشيت "

وهو أبرز العناوين وأهمها وأكثرها دلالة على المضمون وهو الذي تتجه إليه أذهان القراء بسرعة لأنه هو الذي يجذب عين القارئ للوهلة الأولى .

ج- العنوان الفرعي .

دور الصحف السعودية في مكافحة ظاهرة انتشار وإدمان المخدرات (دراسة تحليلية) من المؤكد أن للصحف دورا كبيرا في التأثير في الرأي العام وتوجيهه ، وذلك لانتشار هذه الصحف واتساع نطاقها في المجتمع واستمرار عدد كبير من مثقفي المجتمع للمداومة على قراءتها مما يجعل لها دورا كبيرا ومؤثرا في اتجاهات وآراء المجتمع كما أشارت العديد من الدراسات أن للصحف دور كبير في تغيير وتعديل اتجاهات الرأي العام ، وتستخدم الصحف بلغة الصحافة مؤثرات عديدة ليكون الخبر مؤثرا ، وهدف هذه الدراسة تحديدها والإجابة عليها وفق المعايير التالية :-

١- نوع صفحة الموضوع الإعلامي

جدول رقم { ١ } يوضح نوع صفحة الخبر .

العامية	نوع الصفحة				الشهر
	أخرية	داخلية	رياضية	أولى	
١٠٠		١٠٠,٠			يناير
١٠٠		١٠٠,٠			فبراير
١٠٠		٩٣,٨	٦,٢		مارس
١٠٠		٩٦,٠		٤,٠	أبريل
١٠٠	٦,٧	٨٦,٦		٦,٧	مايو
١٠٠		١٠٠,٠			يونيو
١٠٠	١٠,٠	٩٠,٠			يوليو
١٠٠		٩٥,٠		٥,٠	أغسطس
١٠٠		٩٢,٣		٧,٧	سبتمبر
١٠٠		٩٦,٩		٣,١	أكتوبر
١٠٠		٩١,٧	٨,٣		نوفمبر
١٠٠	٨,٣	٩١,٧			ديسمبر
١٠٠	١,٧	٩٤,٩	١,٣	٢,١	النسبة التراكمية

يوضح الجدول رقم (١) نوع صفحة الموضوع خلال عام كامل ، فإذا نظرنا لشهر كانون الثاني (يناير) نجد أن الموضوع الخاص بالمخدرات كان في جريدة اليوم في الصفحات الداخلية بنسبة ١٠٠٪ ونفس النسبة لشهر شباط (فبراير) ، أما شهر آذار (مارس) فكانت النسبة ٩٣,٨٪ في الصفحات الداخلية مقابل ٦,٢٪ في الصفحات الرياضية ، أما شهر نيسان (أبريل) فكانت النسبة ٩٦٪ في الصفحات الداخلية و٤٪ في الصفحة الأولى وفي شهر أيار (مايو) كانت النسبة ٨٦,٦٪ في الصفحات الداخلية مقابل ٦,٧٪ في الصفحة الأولى ونفس النسبة في الصفحة الأخيرة تمثل مفردة واحدة ، أما شهر حزيران (يونيو) فكانت النسبة ١٠٠٪ في الصفحات الداخلية ، وفي شهر تموز (يوليو) كانت النسبة ٩٠٪ في الصفحات الداخلية مقابل ١٠٪ في الصفحة الأخيرة ، وفي شهر آب (أغسطس) كانت النسبة ٩٥٪ في الصفحات الداخلية مقابل ٥٪ في الصفحة الأولى مفردة واحدة ، وفي أيلول (سبتمبر) وصلت النسبة ٩٢,٣٪ مقابل ٧,٧٪ للصفحة الأولى ، وفي تشرين أول (أكتوبر) كانت النسبة ٩٦,٩٪ للصفحات الداخلية مقابل ٣,١٪ للصفحة الأخيرة ، وفي شهر تشرين الثاني (نوفمبر) كانت النسبة ٩١,٧٪ للصفحات الداخلية مقابل

٨,٣٪ للصفحة الرياضية ، وفي شهر كانون الأول (ديسمبر) كانت النسبة ٩١,٧٪ للصفحات الداخلية مقابل ٨,٣٪ للصفحة الأخيرة .

وباستعراض المجموع العام نجد ٩٤,٩٪ من حجم المادة الإعلامية المقدمة كانت في الصفحات الداخلية لصحيفة اليوم و ١,٣٪ في الصفحة الرياضية و ٢,١٪ في الصفحة الأولى و ١,٧٪ في الصفحة الأخيرة . وقد يعني ذلك أن الصحيفة تستخدم صفحاتها الداخلية أكثر من الخارجية في حين أن المعلومات الهامة التي تثير انتباه الرأي العام قد تكون أكثر تأثيراً إذا تناولتها الصحف في صفحاتها الأولى أو الأخيرة أو الصفحة الرياضية .

٢- مكان الموضوع الإعلامي في الصفحة

جدول رقم ٢ { يوضح مكان الخبر في الصفحة

الرقم	مكان الخبر في الصفحة					المكان	
	أعلى يسار	أعلى يمين	وسط الصفحة	أعلى يسار	أعلى يمين	الشهر	المكان
١٠٠	١٨,٢	١٣,٧	٥٤,٧	٤,٥	٩,٠	/	يناير
١٠٠		٧,٢	٨٥,٦		٧,٢	/	فبراير
١٠٠	١٢,٥	٩,٥	٥٩,٠	٩,٥	٩,٥	/	مارس
١٠٠	١٢,٠	٢٨,٠	٢٨,٠	١٢,٠	٢٠,٠	/	أبريل
١٠٠	٦,٦	٦,٧	٦٠,٠	٦,٧	٢٠,٠	/	مايو
١٠٠	٦,٦	٢٦,١	٦٦,٧			/	يونيو
١٠٠	١٠,٠	٣٠,٠	٣٠,٠	٢٠,٠		/	يوليو
١٠٠	٢٥,٠	١٠,٠	٤٠,٠	١٥,٠	١٠,٠	/	أغسطس
١٠٠	٢٣,٠	٧,٧	١٩,٢	٣٤,٥	١٥,٦	/	سبتمبر
١٠٠	٣,١	٦,٢	١٢,٦	٧١,٩	٦,٢	/	أكتوبر
١٠٠	٤١,٦	١٦,٧	٢٥,٠	١٦,٧		/	نوفمبر
١٠٠	٣٣,٤	٢٥,٠	٢٥	٨,٣	٨,٣	/	ديسمبر
١٠٠	١٤,٩	١٤,٠	٤٠,٤	٢٠,٤	٩,٨	/	النسبة التراكمية

يوضح الجدول رقم (٢) مكان الموضوع في الصفحة ، فنجد أن النسبة الأكبر في شهر كانون الثاني (يناير) ووسط الصفحة بنسبة ٥٤,٧٪ يليها أسفل يمين ١٣,٧٪ ثم أعلى يمين ٩,٠٪ ثم أعلى يسار ٤,٥٪ ، أما في شهر شباط (فبراير) فكان وسط الصفحة أيضا النسبة الأكبر بنسبة ٨٥,٦٪ ثم أعلى يمين وأسفل يمين بنسبة ٧,٢٪ ، أما في شهر آذار (مارس) فكانت النسبة الأكبر أيضا في وسط الصفحة بنسبة ٥٩٪ وأعلى يمين ٩,٥٪ وأسفل يسار نفس النسبة أما أسفل يسار فكانت النسبة ١٢,٥٪ ، أما في شهر نيسان (أبريل) فكانت النسبة الأكبر في وسط الصفحة ٦٠٪ وأعلى يمين ٢٠٪ وأسفل يمين ٦,٧٪ وأسفل يسار وأعلى يسار ٦,٧٪ ، كما يأخذ شهر أيار (مايو) و حزيران (يونيو) نفس الاتجاه إذ نجد النسبة الأكبر في الوسط على التوالي ٦٠٪ و ٦٦,٧٪ ، أما في تموز (يوليو) و آب (أغسطس) فتقل النسبة إلى ٣٠٪ و ٤٠٪ ، أما شهر أيلول (سبتمبر) و تشرين أول (أكتوبر) و تشرين الثاني (نوفمبر) وكانون الأول (ديسمبر) فتقل نسبة الموضوع الخاص بالمخدرات في وسط الصفحة فتصل على التوالي ١٩,٢٪ و ١٢,٦٪ و ٢٥,٠٪ و ٢٥,٠٪ ثم تزداد النسبة في

أعلى يسار في شهر أيلول (سبتمبر) إذ تصل إلى ٣٤,٥% وفي تشرين الأول (أكتوبر) ٧١,٩% و تشرين الثاني (نوفمبر) ١٦,٧% وتقل في شهر كانون الأول (ديسمبر) إلى ٨,٣% .
وهكذا نجد أن معظم المواضيع الخاصة بالمخدرات في جريدة اليوم تقع في وسط الصفحة .

٣- مساحة المضمون الخاص بموضوعات المخدرات

جدول رقم (٣) يوضح مساحة الخبر

النسبة العامة	مساحة الخبر						المساحة	
	٢٥١ فأكثر	٢٥٠-٢٠١	٢٠٠-١٥٠	١٥٠-١٠١	١٠٠-٥١	٥٠-١	الشهر	
١٠٠	٩	٤,٥	٤,٥	٤,٥	٤٠,٩	٣٦,٦	/	يناير
١٠٠	٧,٢				٦٤,٣	٢٨,٥	/	فبراير
١٠٠	١٥,٦	٦,٢	٣,١	٩,٥	٣١,٢	٣٤,٤	/	مارس
١٠٠	٤٥			١٠	٣٥	٣٥	/	أبريل
١٠٠	٦,٧	٦,٧	٦,٧	٦,٧	٤٦,٥	٢١,٧	/	مايو
١٠٠	٦,٧			٢٠	٤٠	٣٣,٣	/	يونيو
١٠٠	٥٠			٣٠	٢٠		/	يوليو
١٠٠	٣٥			٣٠	٢٠	١٥	/	أغسطس
١٠٠	٣٨,٥	٧,٧	١١,٥	٢٦,٩	٧,٧	٧,٧	/	سبتمبر
١٠٠	٨١,٢	٦,٢		٣,١		٩,٥	/	أكتوبر
١٠٠	١٦,٧		١٦,٧	٨,٢	٣٣,٤	٢٥	/	نوفمبر
١٠٠	١٦,٧	٨,٢	١٦,٧	١٦,٧	٣٣,٤	٨,٢	/	ديسمبر
١٠٠	٣٠,٣	٣,٨	٤,٢	١٢,٨	٢٧,٢	٢١,٧	/	النسبة التراكمية

ينظر المهتمون بالصحافة أن مساحة الموضوع قد تجذب اهتمام القارئ لقراءة المضمون الإعلامي ، وإذا أخذنا المساحة في دراستنا هذه (جدول ٣) نجدها في شهر كانون الثاني (يناير) من (٥٠-١ سم^٢) تصل نسبتها ٣٦,٦% ومن (١٠٠-٥١ سم^٢) تصل نسبتها ٤٠,٩% ثم باقي المساحات وتمثل ٤,٥% مفردة واحدة ، أما في شهر شباط (فبراير) فنجد المساحة الأكبر من (٥١-١٠٠ سم^٢) بنسبة ٦٤,٣% ثم ٢٨,٥% من (١٠٠-٥٠ سم^٢) وفي شهر آذار (مارس) نجد النسبة ٣٤,٤% لمساحة (٥٠-١ سم^٢) ٣١,٢% من (١٠٠-٥١ سم^٢) ثم تأتي المساحة من (٢٥١ سم^٢) فأكثر بنسبة ١٥,٦% ، وفي شهر نيسان (أبريل) فالنسبة الأكبر لمساحة (٢٥١ سم^٢) حيث تصل ٤٥% ثم مساحة (٥٠-١ سم^٢) و (١٠٠-٥١ سم^٢) بنسبة ٣٥% ، وفي شهر أيار (مايو) نجد أن النسبة الأكبر من (٥١-١٠٠ سم^٢) حيث تصل النسبة ٤٦,٥% ثم (٥٠-١ سم^٢) ٢٦,٧% ، وفي شهر حزيران (يونيو) كانت المساحة الأكبر من (١٠٠-٥١ سم^٢) بنسبة ٤٠% ثم ٣٣,٣% من (٥٠-١ سم^٢) ثم تأتي المساحة من (١٠١-١٥٠ سم^٢) ٢٠% ثم يأتي شهر تموز (يوليو) حيث نجد أن النسبة الأكبر لمساحة (٢٥١ سم^٢) فأكثر بنسبة ٥٠% ثم من (١٠٠-٥١ سم^٢) ومن (١٠١-١٥٠ سم^٢) بنسبة ٢٠% ، ٣٠% على التوالي ، ثم نجد شهر آب (أغسطس) أيضا بنفس الاتجاه حيث نجد ٣٥% لمساحة (٢٥١ سم^٢) ثم (١٠١-١٥٠ سم^٢) ٣٠% ثم (١٠٠-٥١ سم^٢) ٢٠% ثم (٥٠-١ سم^٢) ١٥%

وفي شهر أيلول (سبتمبر) يستمر نفس الاتجاه إذ تصل نسبة المساحة من (٢٥١ سم^٢) فأكثر ٣٨,٥% ثم المساحة من (١٠١-١٥٠ سم^٢) حيث تصل النسبة ٢٦,٩% ثم من (١٥١-٢٠٠ سم^٢) ١١,٥% ، ثم تزداد النسبة لنفس الاتجاه في شهر تشرين الأول (أكتوبر) إذ نجد المساحة من (٢٥١ سم^٢) فأكثر تصل ٨١,٢% ، ويتغير الاتجاه في شهر تشرين الثاني (نوفمبر) فنجد ٣٣,٤% لمساحة (١٠٠-١٥٠ سم^٢) ثم (١-٥٠ سم^٢) فنجد النسبة ٢٥% ويأخذ نفس الاتجاه في شهر كانون الأول (ديسمبر) إذ نجد النسبة الأكبر ٣٣,٤% لمساحة (٥١-١٠٠ سم^٢) .

وإذا أخذنا النسبة العامة نجد أن المساحة الأكبر من (٢٥١ سم^٢) فأكثر تصل النسبة فيها ٣٠,٣% ثم مساحة (٥١-١٠٠ سم^٢) نسبتها ٢٧,٢% ثم (١-٥٠ سم^٢) بنسبة ٢١,٧% ثم (١٠١-١٥٠ سم^٢) ١٢,٨% ثم (١٥١-٢٠٠ سم^٢) وكانت النسبة ٤,٢% و (٢٠١-٢٥٠ سم^٢) ٣,٨% .

وفي بيانات هذا الجدول نجد الاهتمام بمساحة الخبز المتعلق بالمخدرات حيث تصل المساحة المربعة للخبز ذو المساحة (٢٥١ سم^٢) فأكثر ما نسبته ٣٠,٣% .

٤- المؤثرات المستخدمة في عرض الموضوع الخاص بالمخدرات

جدول (٤) يوضح المؤثرات المستخدمة في عرض الخبز

النسبة العامة	المؤثرات المستخدمة في عرض الخبز				المؤثرات	
	لا يوجد	مؤثرات متعددة	بنط أكثر من سطرين	بنط عريض	الشهر	%
١٠٠	٢٢,٥	١٣,٧	٣١,٩	٣١,٩	يناير	%
١٠٠		٧,٢	٦٤,٢	٢٨,٦	فبراير	%
١٠٠	٩,٥	١٨,٧	٤٠,٦	١٣,٢	مارس	%
١٠٠	٤,٠	٤٤,٠	٢٠,٠	٣٢,٠	أبريل	%
١٠٠		٧٣,٦	٢٦,٤		مايو	%
١٠٠		٤٠,٠	٢٠,٠	٤٠,٠	يونيو	%
١٠٠		٨٠,٠	٢٠,٠		يوليو	%
١٠٠	٥,٠	٤٥,٠	٣٥,٠	١٥,٠	أغسطس	%
١٠٠		٨٠,٩	١٥,٣	٣,٨	سبتمبر	%
١٠٠		٨٧,٦	٩,٥	٣,١	أكتوبر	%
١٠٠		٦٦,٦	١٦,٢	١٦,٢	نوفمبر	%
١٠٠		٩١,٦		٨,٤	ديسمبر	%
١٠٠	٤,٣	٥٢,٣	٢٥,١	١٨,٣	النسبة التراكمية	%

إن المساحة وحدها في الموضوع الصحفي قد لا تكون هي المؤثر الوحيد ولكن إذا أضفنا للمساحة المؤثرات المتصلة بالموضوع فإنه قد يكون أكثر تأثيراً في القارئ ، فإذا أخذنا بيانات الجدول (٤) نجد في شهر كانون الثاني (يناير) ٣١,٩% كان مع الموضوع بنط عريض (مانشيت) و ٣١,٩% عنوان على أكثر من سطر ١٣,٧% مؤثرات متعددة و ٢٢,٥% لا يوجد مؤثرات ، وفي شهر شباط (فبراير) نجد ما نسبته ٦٤,٤% عنوان أكثر من سطر و ٢٨,٦% لبنط عريض و ٧,٢% للمؤثرات متعددة ، أما في شهر آذار (مارس) فنجد ما نسبته ٤٠,٦% عنوان على أكثر من سطر و ١٨,٧% لمؤثرات متعددة و ٩,٥% لبنط عريض ، وفي شهر نيسان (أبريل) نجد ٤٤% لمؤثرات متعددة

و٢٢٪ لبنط عريض و٢٠٪ للعنوان على أكثر من سطر ، وفي شهر أيار (مايو) نجد ٧٣,٦٪ لمؤثرات متعددة و٢٦,٤٪ لعنوان أكثر من سطر ، أما في شهر حزيران (يونيو) ٤٠٪ لمؤثرات متعددة و٤٠٪ لبنط عريض و٢٠٪ لعنوان أكثر من سطر ، وفي شهر تموز (يوليو) نجد ٨٠٪ لمؤثرات متعددة و٢٠٪ لعنوان أكثر من سطر ، وفي شهر آب (أغسطس) نجد مؤثرات متعددة بنسبة ٤٥٪ و٣٥٪ لعنوان أكثر من سطر و١٥٪ لبنط عريض ، أما في شهر أيلول (سبتمبر) نجد أيضا المؤثرات المتعددة تحتل النسبة الأعلى حيث تبلغ ٨٠,٩٪ أما العنوان الذي على أكثر من سطر فلم تتجاوز نسبته ١٥,٣٪ يبقى ما نسبته ٣,٨٪ للبنط العريض ، أما في شهر تشرين الأول (أكتوبر) فنجد نفس الاتجاه إذ تصل نسبة ٨٧,٦٪ لمؤثرات متعددة ثم العنوان على أكثر من سطر بنسبة ٩,٥٪ و٣,١٪ لبنط عريض ، أما في شهر تشرين الثاني (نوفمبر) فنجد المؤثرات المتعددة الأكثر حيث تصل نسبتها ٦٦,٦٪ أما البنط العريض والعنوان على أكثر من سطر فتبلغ نسبة كل منها ١٦,٢٪ ، وفي كانون الأول (ديسمبر) ٩١,٦٪ لمؤثرات متعددة و٨,٤٪ لبنط عريض .

وإذا أخذنا النسبة العامة وجدنا أن النسبة الأكبر من استخدام مؤثرات متعددة والتي تتمثل في الصور والرسوم الكاريكاتيرية والبنط العريض وتظليل العناوين وتلوينها بالإضافة إلى العناوين الجزئية وتصل نسبتها ٥٢,٣٪ ثم استخدام العنوان على أكثر من سطر وتصل نسبته العامة ٢٥,١٪ ثم البنط العريض حيث تصل نسبته ١٨,٣٪ ، ومن هذه البيانات نلاحظ أن صحيفة اليوم تستخدم مؤثرات متعددة لنشر مضمون ما يتعلق بمشكلة المخدرات .

٥- مصدر الموضوع المتعلق بالمخدرات

يوضح الجدول رقم (٥) مصدر المضمون الإعلامي إذ نجد في شهر كانون الثاني (يناير) أن هناك ٦٨,١٪ من مصادر أجنبية و ١٨,٢٪ من مصادر عربية و ١٣,٧٪ من مصادر محلية ، وفي شهر شباط (فبراير) ٦٤,٤٪ لمصادر أجنبية و ٣٥,٦٪ لمصادر عربية ، وفي شهر آذار (مارس) كانت المصادر أجنبية بنسبة ٤٦,٨٪ و ٣١,٢٪ عربية و ١٨,٩٪ لمصادر محلية ، أما في شهر نيسان (أبريل) فكانت النسبة ٢٦٪ أجنبية و ٢٠٪ عربية و ٤٤٪ لمصادر محلية ، وفي شهر أيار (مايو) كانت النسبة ٤٠٪ أجنبية و ٢٦,٧٪ عربية و ٢٣,٣٪ محلية ، وفي شهر حزيران (يونيو) كانت النسبة الأكبر ٦٣,٣٪ أجنبية و ٢٣,٣٪ عربية و ١٣,٤٪ محلية ، أما في شهر تموز (يوليو) فقد اختلف الوضع إذ كانت النسبة الأكبر للمصدر المحلي بنسبة ٧٠٪ و ٢٠٪ للمصادر الأجنبية و ١٠٪ للعربية مفردة واحدة ، أما في شهر آب (أغسطس) فقد استمر الحال فكانت النسبة ٥٠٪ للمحلي و ٢٠٪ للعربية و ٣٠٪ للأجنبية، واستمرت نفس النسبة في شهر أيلول (سبتمبر) إذ كانت ما نسبته ٦٥٪ للمصادر المحلية و ٢٦,٩٪ للمصادر الأجنبية و ٧,٧٪ للمصادر العربية ، وفي تشرين الأول (أكتوبر) ارتفعت نسبة

الموضوع المحلي فكانت ٨٧,٦ ٪ مقابل ٦,٢ ٪ لكل من العربية والأجنبية ، وفي شهر تشرين الثاني (نوفمبر) تساوت نسبة الموضوع المحلي مع الأجنبي إذ بلغت كل منها ٤١,٧ ٪ و ١٦,٦ ٪ للفرنسية ، أما جدول رقم (٥) يوضح مصدر المضمون

العدد	مصدر المضمون				المصدر	
	لا يوجد	أجنبي	عربي	علمي	الشهر	
١٠٠		٦٨,١	١٨,٢	١٣,٧	٪	يناير
١٠٠		٦٤,٤	٣٥,٦		٪	فبراير
١٠٠	٣,١	٤٦,٨	٣١,٢	١٨,٩	٪	مارس
١٠٠		٣٦	٢٠	٤٤	٪	أبريل
١٠٠		٤٠	٢٦,٧	٢٣,٣	٪	مايو
١٠٠		٦٣,٣	٢٣,٣	١٣,٤	٪	يونيو
١٠٠		٢٠	١٠	٧٠	٪	يوليو
١٠٠		٣٠	٢٠	٥٠	٪	أغسطس
١٠٠		٢٦,٩	٧,٧	٦٥,٤	٪	سبتمبر
١٠٠		٦,٢	٦,٢	٨٧,٦	٪	أكتوبر
١٠٠		٤١,٧	١٦,٦	٤١,٧	٪	نوفمبر
١٠٠		٦٦,٧		٣٣,٣	٪	ديسمبر
١٠٠	٠,٤	٣٩,٢	١٨,٣	٤١,٧	٪	النسبة التراكمية

في كانون الأول (ديسمبر) فزادت نسبة الموضوع الأجنبي ٦٦,٧ ٪ مقابل ٣٣,٣ ٪ للمحلي ، وإذا انتقلنا للمجموع العام نجد أن النسبة الأكبر للمصدر المحلي بنسبة ٤١,٧ ٪ يأتي بعدها المصادر الأجنبية ٣٩,٢ ٪ ثم يأتي بعد ذلك المصدر العربي ١٨,٧ ٪ ، يبقى ٠,٤ ٪ لم يعرف مصادر لها .

٦- المضمون الإعلامي للموضوع المتعلق بالمخدرات

يوضح الجدول رقم (٦) المضمون الإعلامي للموضوع ، ففي شهر كانون الثاني (يناير) نجد أن المضمون الإعلامي كان خيرا بنسبة ٧٢,٨ ٪ و ١٣,٨ ٪ تصريحا و ٤,٥ ٪ تقريرا و ٩١ ٪ تحقيقا ، وكانت النسبة الأكبر أيضا في شهر شباط (فبراير) ٥٧,١ ٪ للخبر و ٣٥,٧ ٪ للتصريح و ٧,٢ ٪ للتقرير ، وقد استمر معدل النسبة بنفس الارتفاع في شهر آذار (مارس) ٥٩,٤ ٪ للخبر و ١٥,٦ ٪ للتصريح و ٣,١ ٪ للتقرير و ٩,٤ ٪ للبيان وتحقيق ، وفي شهر نيسان (أبريل) استمر نفس المعدل فكانت النسبة ٥٢ ٪ للخبر و ٨ ٪ للتقرير و ٢٨ ٪ للبيان والتحقيق و ١٢ ٪ للمقال والرسالة ، وفي شهر أيار (مايو) استمر المعدل أيضا إذ نجد الخبر ٧٣,٢ ٪ و ١٣,٤ ٪ تقرير و ١٣,٤ ٪ كلمة وتعليق أو صورة ، وفي شهر حزيران (يونيو) زاد المعدل في الخبر فكانت النسبة ٩٣,٣ ٪ ، وانخفض المعدل في شهر تموز (يوليو) فكان معدل ٤٠ ٪ للخبر و ١٠ ٪ تصريح و ٢٠ ٪ كلمة أو صورة و ١٠ ٪ مقال ، وتتقارب النسبة في شهر آب (أغسطس) فنجدها ٤٥ ٪ للخبر و ١٠ ٪ تصريح و ١٠ ٪ تقرير و ٢٠ ٪ بيان وكلمة أو صورة ١٠ ٪ و ٥ ٪ مقال ، وقد انخفضت النسبة في شهر أيلول (سبتمبر) فنجدها ٢٧ ٪ للخبر و ٣٠ ٪ للبيان والتحقيق و ٢٣,١ ٪ للكلمة أو الصورة و ١١ ٪ تصريح ، ثم اختلفت

النسبة بعد ذلك فنجدها في شهر تشرين الأول (أكتوبر) كانت ٧٥٪ للكلمة أو الصورة و ٩,٤٪ للخبر و البيان ، ثم عادت النسبة للارتفاع مرة أخرى في شهر تشرين الثاني (نوفمبر) فكانت ٧٥٪ للخبر و ٨,٣٪ لكل من التقرير والكلمة والمقال ، ثم في شهر كانون الأول (ديسمبر) انخفضت نسبة الخبر إلى ٥٠٪ و ٢٥٪ للتصريح و ١٦,٧٪ للتقرير

جدول رقم (٦) يوضح نوع المضمون الإعلامي

العدد	نوع المضمون الإعلامي						المضمون	
	مقال رسالة	كلمة، صورة تعليق	بيان تحقيق	تقرير	تصريح	خبر	الشهر	
١٠٠			٩,٠	٤,٥	١٣,٨	٧٢,٧	/	يناير
١٠٠				٧,٢	٣٥,٧	٥٧,١	/	فبراير
١٠٠		١٢,٥	٩,٤	٣,١	١٥,٦	٥٩,٤	/	مارس
١٠٠	١٢,٠		٢٨,٠٠	٨,٠		٥٢,٠	/	أبريل
١٠٠		١٣,٤		١٣,٤		٧٣,٢	/	مايو
١٠٠		٦,٧				٩٣,٣	/	يونيو
١٠٠	١٠,٠	٢٠,٠	٢٠,٠		١٠,٠	٤٠,٠	/	يوليو
١٠٠	٥,٠	١٠,٠	٢٠,٠	١٠,٠	١٠,٠	٤٥,٠	/	أغسطس
١٠٠	٧,٧	٢٣,١	٣٠,٧		١١,٥	٢٧,٠	/	سبتمبر
١٠٠		٧٥	٩,٤	٦,٢		٩,٤	/	أكتوبر
١٠٠	٨,٣	٨,٣		٨,٤		٧٥,٠	/	نوفمبر
١٠٠	٨,٣			١٦,٧	٢٥,٠	٥٠,٠	/	ديسمبر
١٠٠	٣,٩	١٧,٩	١٢,٣	٥,٩	٩,٤	٥٠,٦	/	النسبة التراكمية

وإذا اتقلنا للنسبة العامة سنجد أن ٥٠,٦٪ للخبر و ١٧,٩٪ للكلمة أو الصورة ثم ١٢,٣٪ للبيان والتحقيق و ٩,٤٪ للتصريح و التقرير ٥,٩٪ ، وإذا لاحظنا هذه البيانات نجدها تتسجم مع الإطار العام لنسبة الخبر في شهور السنة إذ نجدها أعلى نسبة .

٧-تاريخ ضبط المخدرات

إذا استطلعنا بيانات الجدول (٧) والذي يوضح تاريخ ضبط قضايا المخدرات نجد في معظم شهور السنة لم يظهر التاريخ فيها ، ففي كانون الثاني (يناير) كانت النسبة ٥٠٪ وشباط (فبراير) ٥٥,٤٪ وآذار (مارس) ٦٢,٤٪ ونيسان (أبريل) ٦٨٪ وآيار (مايو) ٦٦,٧٪ وحزيران (يونيو) ٦٠٪ وتموز (يوليو) ٨٠٪ وآب (أغسطس) ٦٥٪ وأيلول (سبتمبر) ٨٤,٧٪ وتشرين الأول (أكتوبر) ٩٦,٩٪ وتشرين الثاني (نوفمبر) ٦٦,٧٪ وكانون الأول (ديسمبر) ٦٦,٧٪ .

وقد ظهرت سنة الضبط في شهر كانون الثاني (يناير) إذ ظهرت سنة ١٩٩٠م وكانت النسبة ٩,١٪ وظهرت سنة ١٩٩٣م وكانت النسبة ٤,٦٪ وظهر عام ١٩٩٤م وكانت النسبة ٩,١٪ وعام ١٩٩٥م وكانت النسبة ٢٧,٢٪ ، أما في شهر شباط (فبراير) فظهر فيه عام ١٩٩٤م كتاريخ لضبط أحد العمليات وكانت نسبتها ١٤,٢٪ وعام ١٩٩٥م كانت نسبتها ٣٦,٤٪ ، وفي شهر آذار (مارس)

ظهر فيه ١٩٩٤م و ١٩٩٥م على التوالي ٩,٥% و ٢٨,١% وفي نيسان (أبريل) ظهرت نفس الستين على التوالي ٤% و ٢٨% ، وفي أيار (مايو) ظهر فيه سنة ١٩٩٥م وكانت نسبتها ٢٣,٣% ، و نفس السنة في تموز (يونيو) كانت نسبتها ٤٠% ، ونفس السنة أيضا في يوليو ٢٠% ، وفي آب (أغسطس) ظهرت أعوام ١٩٩٤م و ١٩٩٥م وكانت النسبة ١٠% و ٢٥% ، وفي أيلول (سبتمبر) ظهر عام ١٩٩٣م كانت النسبة ٣,٨% وعام ١٩٩٥م ١١,٥% ، وظهر في تشرين الأول (أكتوبر) ٣,١% ، وظهر في تشرين الثاني (نوفمبر) بنسبة ٢٣,٣% ، وفي كانون الأول (ديسمبر) ظهر عام ١٩٩٤م بنسبة ٨,٣% و ١٩٩٥م بنسبة ٢٥% .

جدول رقم (٧) يوضح تاريخ الضبط لقضايا المخدرات

الرقم	تاريخ الضبط						التاريخ	
	لم يذكر	٩٥	٩٤	٩٣	٩٢	٩٠	الشهر	%
١٠٠	٥٠,٠	٢٧,٢	٩,١	٤,٦		٩,١	يناير	%
١٠٠	٥٥,٤	٣٦,٤	١٤,٢				فبراير	%
١٠٠	٦٢,٤	٢٨,١	٩,٥				مارس	%
١٠٠	٦٨,٠	٢٨,٠	٤,٠				أبريل	%
١٠٠	٦٦,٧	٢٣,٣					مايو	%
١٠٠	٦٠,٠	٤٠,٠					يونيو	%
١٠٠	٨٠,٠	٢٠,٠					يوليو	%
١٠٠	٦٥,٠	٢٥,٠	١٠,٠				أغسطس	%
١٠٠	٨٤,٧	١١,٥		٣,٨			سبتمبر	%
١٠٠	٩٦,٩	٣,١					أكتوبر	%
١٠٠	٦٦,٧	٢٣,٣					نوفمبر	%
١٠٠	٦٦,٧	٢٥,٠	٨,٣				ديسمبر	%
١٠٠	٧٠,٣	٢٣,٤	٤,٧	٠,٨		٠,٨	النسبة التراكمية	%

وإذا أخذنا النسبة العامة نجدها سنة ١٩٩٠م ٠,٨% ونفس النسبة لسنة ١٩٩٣م ، أما سنة ١٩٩٥م فكانت نسبتها ٢٣,٤% ، ولم يذكر التاريخ ٧٠,٣% ، ومن بيانات هذا الجدول نجد أن أعلى نسبة لظهور تواريخ قضايا المخدرات كانت لسنة ١٩٩٥م بنسبة قدرها ٢٣,٤% .

٨-مكان ضبط المخدرات

من الجدول (٨) يتضح مكان ضبط المخدرات ، ففي شهر كانون الثاني (يناير) نجد النسبة الكبرى كانت للدول الأجنبية إذ وصلت النسبة ٥٤,٥% ثم داخل المملكة و كانت النسبة ١٣,٧% و ٤,٥% لكل من الدول الخليجية والدول العربية الآسيوية والدول العربية الأفريقية ، ولم يتضح ضبط مخدرات في المملكة في شهر شباط (فبراير) أما في الدول الأجنبية فكانت النسبة ٦٧,٤% وفي الدول الخليجية ١٤,٢% ، وفي شهر آذار (مارس) كانت النسبة الكبرى في الدول الأجنبية إذ وصلت إلى ٦٥,٥% وفي المملكة العربية السعودية ١٢,٦% ، ولكنها ازدادت في شهر نيسان (أبريل) إلى ٣٢% وأم في الدول الأجنبية فكانت نسبتها ٥٦% ، نفس المعدل تقريبا كان في شهر أيار (مايو) ٥٣,٣%

وفي حزيران (يونيو) وصلت النسبة ٤٠٪ في الدول الأجنبية و ٢٠٪ للدول العربية الأفريقية و ٦,٧٪ للدول الخليجية ، وفي شهر تموز (يوليو) كانت النسبة في المملكة ٢٠٪ و ١٠٪ للدول الخليجية والدول العربية و ١٠٪ للدول الأجنبية ، وفي شهر آب (أغسطس) كانت النسبة في المملكة ٢٠٪ و ٦٥٪ للدول الأجنبية ، وفي أيلول (سبتمبر) زادت النسبة في المملكة إلى ٣٧٪ مقابل ٢٢,٢٪ للدول الأجنبية وفي تشرين الأول (أكتوبر) وصلت النسبة في المملكة إلى ٩,٤٪ مقابل ٦,٢٪ للدول الأجنبية، وفي تشرين الثاني (نوفمبر) وصلت النسبة إلى ٨,٢٪ في المملكة (مفردة واحدة) و ٨.٢٪ للدول العربية و ١٢,٦٪ وفي شهر كانون الأول (ديسمبر) كانت النسبة في الدول الأجنبية ١١,٨٪ .

جدول رقم (٨) يوضح مكان الضبط

الشهر	مكان الضبط						الدولة
	السعودية	دول خليجية	دول أفريقية	دول عربية أسيوية	دول أجنبية	لم يذكر	
يناير	١٣,٧	٤,٥	٤,٥	٤,٥	٥٤,٥	١٨,٣	٪
فبراير		١٤,٢	٧,٢	٧,٢	٦٧,٤		٪
مارس	١٢,٦	٣,١	١٢,٦	٦,٢	٦٥,٥		٪
أبريل	٣٢,٠	٨,٠	٤,٠		٥٦,٠		٪
مايو					٥٣,٣	٤٦,٧	٪
يونيو		٦,٧	٢٠,٠		٤٠,٠	٣٢,٣	٪
يوليو	٢٠,٠	١٠,٠	١٠,٠		١٠,٠	٥٠,٠	٪
أغسطس	٢٠,٠		٥,٠	٥,٠	٦٥,٠	٥,٠	٪
سبتمبر	٣٧		٣,٨		٢٢,٢	٣٧	٪
أكتوبر	٩,٤		٣,١		٦,٢	٨١,٣	٪
نوفمبر	٨,٢		٨,٢		١٢,٦	٥٠,٠	٪
ديسمبر		٨,٢			٤١,٨	٥٠,٠	٪
النسبة التراكمية	١٤,٩	٣,٩	٥,٦	٢,٩	٤٢,٩	٢٩,٨	٪

وإذا وصلنا للمجموع العام نجد أن مكان الضبط داخل المملكة كانت نسبته ١٤,٩٪ والدول الأجنبية ٤٢,٩٪ والدول العربية الأفريقية ٥,٦٪ والدول الخليجية ٣,٩٪ والدول العربية الأسيوية ٢,٩٪ و ٢٩,٨٪ لم يذكر مكان الضبط .

من هذا نجد أن نسبة مكان الضبط لجرائم المخدرات داخل المملكة في سنة كاملة كانت ١٤,٩٪ .

٩- الهدف من نشر مواضيع المخدرات

أ :- الهدف العقابي

إذا تتبعنا نتائج الجدول (٩) في سنة كاملة نجد الهدف العقابي كان أكبر نسبة له في شهر نيسان (أبريل) ٤٠٪ وفي شهر أيلول (سبتمبر) ٣٨,٤٪ وفي كانون الثاني (يناير) ٢٢,٧٪ وفي آذار (مارس) ٢٨,١٪ وآب (أغسطس) ٢٥٪ ثم تنخفض النسبة إلى ٦,٧٪ في شهر حزيران (يونيو) وتشرين الأول (أكتوبر) ٩,٤٪ وتشرين الثاني (نوفمبر) ٨,٣٪ .

ب - الهدف الأخبائي

نجد أن الهدف الأبحاري من نشر الموضوع في جريدة اليوم في شهر شباط (فبراير) كانت نسبته ٧١,٤% وفي آذار (مارس) ٤٠,٦% وأيار (مايو) ٤٦,٧% وحزيران (يونيو) ٦٠% وآب (أغسطس) ٤٠% وأيلول (سبتمبر) ٢٧% وتشرين الثاني (نوفمبر) ٤١,٤% وكانون الأول (ديسمبر) ٢٨,٣% .

جدول رقم (٩) يوضح الهدف من نشر المضمون

الهدف	الهدف من نشر المضمون						الشهر
	علاجي	وقائي وتأهيلي	توعية	تحذيري	إبحاري	عقابي	
١٠٠			١٣,٧	٢٧,٢	٣٦,٤	٢٢,٧	% يناير
١٠٠		٧,٢		٢١,٤	٧١,٤		% فبراير
١٠٠	٣,١	١٢,٦		١٥,٦	٤٠,٦	٢٨,١	% مارس
١٠٠	٤,٠	٨,٠	٨,٠	٤,٠	٣٦,٠	٤٠	% أبريل
١٠٠		٢٠,٠	٢٦,٦	٦,٧	٤٦,٧		% مايو
١٠٠		٢٠,٠	١٣,٣		٦٠,٠	٦,٧	% يونيو
١٠٠			٧٠	١٠			% يوليو
١٠٠		٥,٠	١٥,٠	١٥,٠	٤٠,٠	٢٥,٠	% أغسطس
١٠٠		٣,٨	٢٧	٣,٨	٢٧	٣٨,٤	% سبتمبر
١٠٠			٧٨,١	٣,١	٩,٤	٩,٤	% أكتوبر
١٠٠		٨,٣	٤١,٧		٤١,٧	٨,٣	% نوفمبر
١٠٠	٨,٣	٨,٣	٨,٣	١٦,٨	٢٨,٣		% ديسمبر
١٠٠	١,٤	٧,٢	٢٥,١	١٠,٢	٣٧,٤	١٨,٧	% السنة بأكملها

ج :- الهدف التحذيري

نجد أن نسبة الموضوع التحذيري كانت في كانون الثاني (يناير) ٢٧,٢% وفي شباط (فبراير) ٢١,٤% وآذار (مارس) ١٥,٤% ونيسان (أبريل) ٤% وأيار (مايو) ٦,٧% وتموز (يوليو) ١٠% وآب (أغسطس) ١٥% وأيلول (سبتمبر) ٣,٨% وتشرين الأول (أكتوبر) ٣,١% وكانون الأول (ديسمبر) ١٦,٨% .

د :- هدف التوعية

بالنسبة لنشر الموضوع من أجل التوعية نجد النسبة في كانون الثاني (يناير) كانت ١٣,٧% وفي نيسان (أبريل) ٨% وفي أيار (مايو) كانت النسبة ٢٦,٦% وحزيران (يونيو) ١٣,٣% وتموز (يوليو) ٧٠% وفي آب (أغسطس) ١٥% وأيلول (سبتمبر) ٢٧% وتشرين الأول (أكتوبر) ٧٨,١% وتشرين الثاني (نوفمبر) ٤١,٧% وكانون الأول (ديسمبر) ٧,٣% .

هـ :- هدف وقائي وتأهيلي

نجد النسبة كانت ٧,٢% في شهر كانون الثاني (فبراير) للموضوع الوقائي والتأهيلي ، وفي آذار (مارس) ١٢,٦% ونيسان (أبريل) ٨% وأيار (مايو) ٢٠% وفي حزيران (يونيو) نفس النسبة

وآب (أغسطس) ٥% مفردة واحدة ٣,٨% أيلول (سبتمبر) مفردة واحدة وتشيرين الثاني (نوفمبر) ٨,٣% مفردة واحدة .

و :- الهدف العلاجي

ظهر الهدف العلاجي في شهر آذار (مارس) بنسبة ٣٠,١% مفردة واحدة ونيسان (أبريل) ٤% وكانون أول (ديسمبر) ٨,٣% مفردة واحدة .

وإذا أخذنا النسبة العامة نجد أن النسبة الأكبر للهدف الإخباري ٣٧,٤% ثم للتوعية ٢٥,١% و١٨,٧% هدف عقابي وتحذيري ١٠,٢% ووقائي وتأهيلي ٧,٢% وعلاجي ١,٤% مفردة واحدة .

١٠- مصدر جلب المخدرات داخل المضمون الإعلامي

جدول رقم (١٠) يوضح مصدر جلب المخدرات داخل المضمون

الرقم الترتيب	مصدر جلب المخدرات داخل المضمون						المصدر	
	الرقم	عدد من الدول	دول أمريكا	دول أوروبا	دول آسيوية	الترتبة	الشهر	%
١٠٠	٦,٣	٤,٥	٩,٠	٤,٥	١٨,٢		يناير	%
١٠٠	٦٤,٤				٢١,٤	١٨,٢	فبراير	%
١٠٠	٧٥,٠	٣,١			١٥,٦	٦,٣	مارس	%
١٠٠	٩٢,٠		٤,٠		٤,٠		أبريل	%
١٠٠	٨٦,٦			٦,٧	٦,٧		مايو	%
١٠٠	٧٩,٩			٦,٧	٦,٧	٦,٧	يونيو	%
١٠٠	٨٠,٠				٢٠,٠		يوليو	%
١٠٠	٩٠,٠	٥,٠			٥,٠		أغسطس	%
١٠٠	٩٢,٤				٣,٨	٣,٨	سبتمبر	%
١٠٠	٩٦,٩			٣,١			أكتوبر	%
١٠٠	٨٢,٤				٨,٣	٨,٣	نوفمبر	%
١٠٠	٧٥,١	٨,٣			٨,٣	٨,٣	ديسمبر	%
١٠٠	٨٣	١,٧	١,٣	١,٧	٨,٩	٣,٤	النسبة التراكمية	%

باستعراض نتائج الجدول رقم (١٠) نجد أن تحديد مصدر جلب المخدرات داخل المضمون الإعلامي لم تظهر كثيرا في نتائج الجدول ، إذ نجد المصدر في الدول الأفريقية كان نسبته خلال أشهر السنة كالتالي :- شباط (فبراير) ١٨,٢% وفي آذار (مارس) ٦,٣% وفي حزيران (يونيو) ٦,٧% وأيلول (سبتمبر) ٣,٨% وفي تشرين الثاني (نوفمبر) ٨,٣% ونفس النسبة لشهر كانون الأول (ديسمبر) أما في الدول الآسيوية فكانت النسبة في شهر كانون الثاني (يناير) ١٨,٢% وشباط (فبراير) ٢١,٤% و آذار (مارس) ١٥,٦% وفي نيسان (أبريل) ٤% وأيار (مايو) ٦,٧% و حزيران (يونيو) نفس النسبة أما تموز (يوليو) فوصلت النسبة ٢٠% وآب (أغسطس) ٥% وأيلول (سبتمبر) ٣,٨% و تشرين الثاني (نوفمبر) ٨,٣% ممثلة بمفردة واحدة ، أما الدول الأوربية فلم تظهر كثيرا ، وقد ظهرت في شهر كانون الثاني (يناير) بنسبة ٤,٥% وأيار (مايو) و حزيران (يونيو) ٦,٧% و تشرين

الأول (أكتوبر) ٣,١٪ ، أما دول أمريكا فلم تظهر إلا في شهر كانون الثاني (يناير) ٩٪ و نيسان (أبريل) ٣٪ .

وإذا استعرضنا النسبة العامة نجد أن النسبة الأكبر كانت للدول الآسيوية بنسبة ٨,٩٪ ثم الدول الأفريقية ثم تأتي دول أوروبا وعدد من الدول الأخرى بنسبة ١,٧٪ ومن هذا يتضح أن النسبة الأكبر من مصادر جلب المخدرات هي الدول الآسيوية .

١١ - مضمون عملية الموضوع المنشور

جدول رقم (١١) يوضح مضمون العملية الإعلامية .

الشهر	مضمون العملية الإعلامية											
	كتابة	١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	٨	٩	١٠	١١
يناير	١,٥	١٢,٦	٣١,٩	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥
فبراير	٣,٢	١١,٥	٣٨,١	٣,٢	٣,٢	٣,٢	٣,٢	٣,٢	٣,٢	٣,٢	٣,٢	٣,٢
مارس	١١,٥	٣٤,٤	٣,٢	١٢,٥	٣,٢	٣,٢	٣,٢	٣,٢	٣,٢	٣,٢	٣,٢	٣,٢
أبريل	١,٥	٣٨,١	٨,٠	١٢,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥
مايو	١٢,٦	١١,٥	١,٥	١١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥
يونيو	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥
يوليو	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥
أغسطس	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥
سبتمبر	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥
أكتوبر	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥
نوفمبر	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥
ديسمبر	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥	١,٥
النتيجة التراكمية	٥,٢	١١,٥	١٨,٨	٦,٥	١,٣	٢٥,٩	١,٣	٦,٥	١,٣	٦,٥	١,٣	١,٣

في موضوع المخدرات يظهر الموضوع الإعلامي في الصحف ليحقق أهدافاً مختلفة وليحوي عمليات إعلامية ورسائل يحملها ليوصلها إلى جمهور المستقبلين ، ويوضح هذا بيانات الجدول (١١) إذ نجد أن هدف مكافحة انتشار المخدرات في كانون الثاني (يناير) كانت نسبته ٤,٥٪ ثم في نيسان (أبريل) ٤٪ وأيار (مايو) ١٣,٢٪ و حزيران (يونيو) ٦,٧٪ و تموز (يوليو) ٢٠٪ و آب (أغسطس) ١٥٪ و كانون الأول (ديسمبر) ١٦,٧٪ ، أما عن مضمون عملية الموضوع المنشور فكانت نسبة قتل مروجي المخدرات في كانون الثاني (يناير) ٢٢,٦٪ وفي شباط (فبراير) ٧,٢٪ و آذار (مارس) ١٢٪ و نيسان (أبريل) ٢٨٪ ثم في آب (أغسطس) ٢٠٪ ثم كانت النسبة في أيلول (سبتمبر) ٤٢,٦٪ ثم في تشرين الأول (أكتوبر) ٩,٥٪ و تشرين الثاني (نوفمبر) ٨,٢٪ ، وعن المضمون الذي يجوي المصادرة للمخدرات فقد كانت النسبة ٣١,٩٪ في كانون الثاني (يناير) و شباط (فبراير) ٢١,٥٪ و آذار (مارس) ٣٤,٤٪ و نيسان (أبريل) ٨٪ ثم أيار (مايو) ٢٦,٧٪ ثم حزيران (يونيو) ٤٠٪ ثم تموز (يوليو) ٢٠٪ و آب (أغسطس) ١٥٪ و أيلول (سبتمبر) ٣,٨٪ و تشرين الأول (أكتوبر) ٣,١٪ و تشرين الثاني (نوفمبر) ٢٥٪ و كانون الأول (ديسمبر) ٨,٢٪ ، يأتي

بعد ذلك اعتقال مروجي المخدرات ، إذ كانت النسبة الكبرى في شباط (فبراير) ٢٨,٦% ثم في شهر كانون الثاني (يناير) ٤,٥% و آذار (مارس) ٦,٢% و نيسان (أبريل) ٢٠% و أيار (مايو) ٦,٧% و آب (أغسطس) ٥% و تشرين الأول (أكتوبر) ٣,١% ، أما عن سحب الجنسية فكانت محدودة إذ ظهرت فقط في شهر كانون الثاني (يناير) ٤,٥% و حزيران (يونيو) ١٣,٢% ، أما عن مضمون الخبر الذي يحوي وسائل الإعلام مثل المسابقة أو المعرض أو عقد مؤتمر أو ندوة أو محاضرة فنجد أعلى نسبة لها في شهر تشرين أول (أكتوبر) ٧٨,١% ثم تشرين الثاني (نوفمبر) ٣٣,٣% و كانون الأول (ديسمبر) ٢٥% ثم أيار (مايو) ٢٦,٧% ثم تموز (يوليو) ٢٠% ثم حزيران (يونيو) ١٣,٢% و نيسان (أبريل) ١٢% و آذار (مارس) ١٢,٥% و كانون الثاني (يناير) ٩% و شباط (فبراير) ٧,٢% ، أما عن باقي مضمون العمليات الأخرى فقد أخذت حيزاً أقل إذ نجد الترويج في كانون الثاني (يناير) ٤,٥% وفي آذار (مارس) ٣,١% و أيار (مايو) ٦,٧% ، أما عن العصابات التي تروج المخدرات فنجدها في كانون الثاني (يناير) ٤,٥% وفي تشرين الأول (أكتوبر) ٣,١% ، أما المواضيع التي تشمل أحكاماً فنجدها في كانون الثاني (يناير) ٤,٥% وفي تشرين الأول (أكتوبر) ٣,١% ، أما المواضيع التي تشمل أحكاماً فنجدها في كانون الثاني (يناير) ٤,٥% و شباط (فبراير) ٧,٥% و آذار (مارس) ١٢,٥% و نيسان (أبريل) ٤% و أيار (مايو) ٦,٧% و تموز (يوليو) ١٠% و آب (أغسطس) ١٠% و أيلول (سبتمبر) ١١,٥% و تشرين الأول (أكتوبر) ٣,١% و كانون الأول (ديسمبر) ٨,٢% ، أما عن الموضوع الذي يحوي مضمونه تعاطي المخدرات فنجدها في كانون الثاني (يناير) ٤,٥% وفي شباط (فبراير) ٧,٢% وفي آذار (مارس) ١٢,٥% وفي نيسان (أبريل) ٤% و أيار (مايو) ٦,٧% و تموز (يوليو) ١٠% و آب (أغسطس) ١٠% و أيلول (سبتمبر) ١١,٥% و تشرين الأول (أكتوبر) ٣,١% و كانون الأول (ديسمبر) ٨,٢% ، ثم يأتي بعد ذلك المضمون الخاص بتهرب المخدرات فنجد أن النسبة منخفضة على مدار السنة إذ نجدها في كانون الثاني (يناير) ٤,٥% و آذار (مارس) ٩% و نيسان (أبريل) ٨,٥% و آب (أغسطس) ٥% و أيلول (سبتمبر) ٣,٨% و تشرين الثاني (نوفمبر) ٨,٢% و كانون الأول (ديسمبر) ١٦,٧% ، أما عن العلاج فنجد النسب منخفضة أيضاً ففي آذار (مارس) ٣,١% و نيسان (أبريل) ١٢% و أيار (مايو) ٦,٧% و حزيران (يونيو) ٦,٧% و تموز (يوليو) ٣٠% و آب (أغسطس) ١٠% و أيلول (سبتمبر) ٣,٨% و كانون الأول (ديسمبر) ٨,٢% ، وفي النهاية يأتي مضمون إصدار قانون لمكافحة المخدرات بنسبة منخفضة جداً إذ تظهر في نيسان (أبريل) ٤% وفي أيار (مايو) ٦,٧% وكذلك في حزيران (يونيو) ٦,٧% .

١٢- طريقة ضبط جرائم المخدرات

تستخدم أجهزة متعددة في كل مجتمع للتعامل مع قضايا تهريب وترويج وتعاطي المخدرات ، منها جهاز الشرطة وجهاز الجمارك وإدارة المخدرات والجيش وأمن المطار وسلاح الحدود ، وتوضح بيانات الجدول (١٢) طريقة الضبط لجرائم المخدرات ، فلو تبعنا

نسبة تدخل الشرطة لضبط قضايا المخدرات فسجد أن النسبة الكبرى كانت في شهر حزيران (يونيو) ٢٦,٦٪ ثم شهر نيسان (أبريل) ٢٤٪ و كانون الثاني يناير ٢٢,٦٪ و شباط (فبراير) ٢١,٤٪ ثم أيار (مايو) ١٣,٣٪ ثم آذار (مارس) ١٢,٦٪ و تموز (يوليو) و آب (أغسطس) ١٠٪ ، أما عن الجمارك فكانت النسبة الأكبر في شباط (فبراير) ٢١,٤٪ ثم كانون الثاني (يناير) ١٣,٧٪ و تموز (يوليو) ١٠٪ ، ثم تأتي إدارة المخدرات إذ كانت النسبة الكبرى في كانون الثاني (يناير) حيث وصلت ١٣,٧٪ ثم في آذار (مارس) ٩٪ ، أما عن الجيش فكانت الحالات محدودة تمثل مفردة واحدة في شهر كانون الثاني (يناير) بنسبة ٤,٥٪ و آذار (مارس) ٣,٥٪ ، أما أمن المطار فنجد النسبة الكبرى كانت في آذار (مارس) ٢١,٨٪ و كانون الثاني (يناير) ٤,٥٪ و شباط (فبراير) ٧,٢٪ و أيلول (سبتمبر) نفس النسبة ، ثم يأتي سلاح الحدود فنجدها في شباط (فبراير) و آذار (مارس) و نيسان (أبريل) تمثل مفردة واحدة بنسب على التوالي ٧,٢٪ و ١٣,١٪ و ٨٪.

جدول رقم (١٢) يوضح طريقة ضبط جرائم المخدرات .

الرقم العام	طريقة الضبط						الوسيلة	
	لم يذكر	سلاح الحدود	أمن المطار	الجيش	إدارة المخدرات	الجمارك	الشرطة	الشهر
١٠٠	٤١		٤,٥	٤,٥	١٣,٧	١٣,٧	٢٢,٦	٪ يناير
١٠٠	٤٣,٠	٧,٢	٧,٢			٢١,٤	٢٢,٤	٪ فبراير
١٠٠	٤٦,٨	١٣,١	٢١,٨	٣,١	٩,٥	٣,١	١٢,٦	٪ مارس
١٠٠	٦٨,٠	٨,٠					٢٤,٠	٪ أبريل
١٠٠	٨٦,٧						١٣,٣	٪ مايو
١٠٠	٥٣,٣		٦,٧		٦,٧	٦,٧	٢٦,٦	٪ يونيو
١٠٠	٨٠,٠					١٠,٠	١٠,٠	٪ يوليو
١٠٠	٨٩,٠				٥,٠		١٠,٠	٪ أغسطس
١٠٠	٨٤,٦		٧,٧		٧,٧			٪ سبتمبر
١٠٠	٩٣,٨		٣,١				٣,١	٪ أكتوبر
١٠٠	٧٥		٨,٣				١٦,٧	٪ نوفمبر
١٠٠	٨٣,٤		٨,٣				٨,٣	٪ ديسمبر
١٠٠	٦٩,٩	١,٧	٦,٤	٠,٨	٤,٢	٣,٨	١٣,٢	٪ النسبة التراكمية

و إذا تبعنا النسبة العامة سنجد أن النسبة الكبرى للشرطة قد وصلت إلى ١٣,٢٪ ثم أمن المطار ٨,٢٪ ثم بعد ذلك بقية الأجهزة الأخرى .

١٣-نوع المخدرات المضبوطة في الموضوع الإعلامي

يوضح جدول (١٣) نوع المخدرات المضبوطة في الموضوع الإعلامي ، ففي شهر كانون الثاني (يناير) كانت نسبة الهيروين المضبوطة ٢٧,٢٪ والكوكايين ١٣,٨٪ والحشيش والمخدرات السائلة ٤,٥٪ مفردة واحدة وأنواع متعددة ٢٧,٨٪ ، وفي شهر شباط (فبراير) كانت الأنواع المتعددة من المخدرات تمثل نسبة ٥٠٪ والحشيش يمثل ٢١,٥٪ والكوكايين ٧,١٪ والهيروين ١٤,٣٪ ، وفي

شهر آذار (مارس) كانت الأنواع المتعددة من المخدرات ٢٨,١٪ والحشيش ١٨,٧٪ والكوكايين ١٥,٦٪ والهروين ٩,٤٪ ، ثم يأتي شهر نيسان (أبريل) فنجد نسبة الهروين ٤٠٪ والأنواع المتعددة ٢٠٪ ونجد نفس النوع في شهر أيار (مايو) ٢٦,٨٪ والنسبة للهروين في شهر حزيران (يونيو) ٢٠٪ ثم المخدرات المتعددة ١٣,٣٪ ثم الكوكايين ١٣,٣٪ والحشيش ١٣,٣٪ والمخدرات السائلة جدول رقم (١٣) يوضح نوع المخدرات المضبوطة في المضمون الإعلامي .

الرقم	نوع المخدرات						النوع	الشهر
	متعددة	حبوب ومنشطات	مخدرات سائلة مستحضرات	حشيش أفيون	كوكايين	هروين		
١٠٠	٢٢,٨	٢٧,٢		٤,٥	٤,٥	١٣,٨	٢٧,٢	٪ يناير
١٠٠	٧,١	٥٠,٣			٢١,٥	٧,١	١٤,٣	٪ فبراير
١٠٠	٢١,٩	٢٨,١	٦,٣		١٨,٧	١٥,٦	٩,٤	٪ مارس
١٠٠	٤٤,٠	١٦,٠				٤,٠	٣٢,٠	٪ أبريل
١٠٠	٥٩,٨	٢٦,٨		٦,٧			٦,٧	٪ مايو
١٠٠	٢٠	١٣,٣	٦,٨	١٣,٣	١٣,٣	١٣,٣	٢٠,٠	٪ يونيو
١٠٠	٣٠,٠	٣٠,٠			٣٠,٠	١٠,٠		٪ يوليو
١٠٠	٥٠,٠	٢٥,٠	١٠,٠			١٠,٠	٥,٠	٪ أغسطس
١٠٠	٤٢,٦	٧,٧	٧,٧	٣,٨		١١,٥	٢٦,٧	٪ سبتمبر
١٠٠	٥٦,٢	١٢,٥	٦,٢	٣,٢	٦,٢	٣,٢	١٢,٥	٪ أكتوبر
١٠٠	٥٨,١		٨,٢	٨,٢		١٦,٣	٨,٢	٪ نوفمبر
١٠٠	٤١,٢	٢٥,٢			٨,٢	٨,٢	٨,٢	٪ ديسمبر
١٠٠	٣٨,٣	٢١,٣	٤,٣	٢,٩	٨,١	٩,٤	١٥,٧	٪ النسبة التراكمية

١٣,٣٪ وفي شهر تموز (يوليو) كانت المخدرات المتعددة ٣٠٪ والحشيش بنسبة ٣٠٪ ، ثم في آب (أغسطس) كانت النسبة ٢٥٪ مخدرات متعددة مقابل ١٠٪ حبوب و ١٠٪ كوكايين و ٥٪ هروين مفردة واحدة ، وفي شهر أيلول (سبتمبر) كانت نسبة الهروين ٢٦,٧٪ والكوكايين ١١,٥٪ وفي شهر تشرين أول (أكتوبر) نجد الهروين المضبوط وصلت نسبته ١٢,٥٪ ثم الأنواع المتعددة ٦,٥٪ والحبوب والمنشطات ٦,٢٪ ، أما في شهر تشرين الثاني (نوفمبر) فكانت نسبة ١٦,٣٪ مقابل ٨,٢٪ للهروين والمخدرات السائلة والحبوب تمثل مفردة واحدة ، وفي كانون أول (ديسمبر) وصلت نسبة الأنواع المتعددة ٢٥,٢٪ و ٨,٢٪ لكل من الهروين والكوكايين والحشيش تمثل مفردة واحدة .

وإذا نظرنا إلى المجموع العام نجد أن النسبة الأكبر لأنواع متعددة من المخدرات

٢١,٣٪ ثم الهروين ١٥,٧٪ ثم يأتي الكوكايين بنسبة ٩,٤٪ والحشيش بنسبة ٨,١٪ .

١٤- عدد الأفراد المشتركين في قضايا المخدرات حسب ما ورد في المضمون

تركز بيانات الجدول رقم (١٤) على عدد الأفراد المشتركين في قضايا المخدرات ، فنجد تكرار العدد من (١-١٠ أفراد) في معظم شهور السنة ، ففي شهر كانون الثاني (يناير) ٥٤,٧٪ وشباط (فبراير) ٤٢,٨٪ وآذار (مارس) ٣٧,٥٪ ونيسان (أبريل) ٦٠٪ وأيار (مايو) ٢٠٪ و حزيران (يونيو)

٤٠٪ و تموز (يوليو) ٣٠٪ و آب (أغسطس) ٥٠٪ و أيلول (سبتمبر) ٥٠٪ و تشرين الأول (أكتوبر) ١٢,٥٪ و تشرين الثاني (نوفمبر) ١٦,٦٪ و كانون الأول (ديسمبر) ٢٣,٣٪، ثم نجد الأعداد الأخرى الواردة في الجدول تتكرر بطريقة أقل إذ نجد نسبة العدد (١١-٢٠ فردا) ٤,٥٪ في كانون الثاني (يناير) و ٩,٥٪ في آذار (مارس) و ٦,٧٪ في أيار (مايو) و ١٣,٢٪ في جدول رقم (١٤) يوضح عدد الأفراد المشتركين في العملية .

النسبة	عدد الأفراد المشتركين					العدد	
	لم يذكر	٤١ فأكثر	٢١-٤٠	١١-٢٠	١-١٠	الشهر	النسبة
١٠٠	٣١,٨	٤,٥		٤,٥	٤,٥	٥٤,٧	٪
١٠٠	٢٨,٦	١٤,٣		١٤,٣		٤٢,٨	٪
١٠٠	٤٩,٩	٣,١			٩,٥	٣٧,٥	٪
١٠٠	٣٢,٠	٨,٠				٦٠,٠	٪
١٠٠	٥٢,٣	٢٠,٠			٦,٧	٢٠,٠	٪
١٠٠	٣٢,٦	١٣,٢			١٣,٢	٤٠,٠	٪
١٠٠	٦٠,٠	١٠,٠				٣٠,٠	٪
١٠٠	٥٠,٠					٥٠,٠	٪
١٠٠	٤٦,٢	٣,٨				٥٠,٠	٪
١٠٠	٨٤,٤				٣,١	١٢,٥	٪
١٠٠	٧٥,١	٨,٣				١٦,٦	٪
١٠٠	٦٦,٧					٣٣,٣	٪
١٠٠	٤٦,٩	٥,٩		١,٣	٣,٤	٤٢,٥	٪

حزيران (يونيو) و تشرين الأول (أكتوبر) ٣,١٪، ثم نسبة العدد من (٢١-٣٠ فردا) ٤,٥٪ في كانون الثاني (يناير) و شباط (فبراير) ١٤,٣٪ أما العدد (٤٠ فأكثر) فقد كان في كانون الثاني (يناير) ٤,٥٪ مفردة واحدة و شباط (فبراير) ١٤,٣٪ و آذار (مارس) ٣,١٪ و نيسان (أبريل) ٨٪ و أيار (مايو) ٢٠٪ و حزيران (يونيو) ١٣,٢٪ و تموز (يوليو) ١٠٪ و أيلول (سبتمبر) ٣,٨٪ و تشرين الثاني (نوفمبر) ٨,٣٪ .

وإذا انتقلنا إلى المجموع العام نجد الأعداد من (١٠-١٠٠) تمثل نسبة ٤٢,٥٪ ثم (٤٠ فأكثر) تمثل نسبة ٥,٩٪ والأعداد من (١١-٢٠) ٣,٤٪ ومن (٢١-٣٠) تمثل ١,٣٪ .

١٥- جنسية الأفراد المقبوض عليهم في قضايا المخدرات

بالنظر إلى الجدول (١٥) نجد جنسيات الأفراد المقبوض عليهم ونسبتهم، ففي شهر كانون الثاني (يناير) نجد ٤,٥٪ من البرازيل ٩٪ ماليزيا والمغرب ٤,٥٪ ونيجريا ٩٪ والبرتغال ٤,٥٪ وكوستاريكا ٤,٥٪ ولبنان وباكستان ٤,٥٪ وألمانيا ٤,٥٪ وعدد من الدول ١٣,٨٪ وفي شهر شباط (فبراير) ٧,٢٪ من المغرب ولبنان ٧,٢٪ وسيريلانكا ٧,٢٪ وفرنسا ٢١,٥٪ وأمريكا ٧,٢٪ وعدد من دول مختلفة بنفس النسبة، أما شهر آذار (مارس) فكانت نسبة اللبنانيين ٦,٣٪ وباكستان ٣,١٪ والسعودية ٣,١٪ ونفس النسبة إيطاليا وفرنسا وأمريكا والأرجنتين وعدد من الدول ١٢,٥٪، وفي شهر نيسان (أبريل) ٨٪ ونيجريا والسعودية ٤٪، وفي حزيران (يونيو)

كانت نسبة الأفراد ٦,٧% في المغرب و١٣,٤ في إسرائيل و٦,٧% في إيران ومصر والسودان وعدد من الدول ١٣,٤% ، وفي شهر تشرين الأول (أكتوبر) كانت نسبة ٣,١% في سويسرا وعدد من الدول ، وتشرين الثاني (نوفمبر) ٨,٢% في إيران ومصر وعدد من الدول ، أما في كانون الأول (ديسمبر) فكانت النسب ٨,٢% في باكستان وفرنسا وأمريكا وعدد من الدول .

جدول رقم (١٥) يوضح جنسية مزعم القرض عليهم في المضمون الإعلامي .

النسبة التركيبية	جنسية المروض عليهم في المضمون										الشهر الدولة	
	ديسمبر	نوفمبر	أكتوبر	سبتمبر	أغسطس	يوليو	يونيو	مايو	أبريل	مارس		
٠,٤											٤,٥	البرازيل
٠,٩											٩,٠	ماليزيا
١,٣						٦,٧					٧,٢	المغرب
٢,١				٣,٨					٨,٠			نيجريا
٠,٤											٤,٥	البرتغال
٠,٤											٤,٥	كوستاريكا
٢,١						١٠,٠				٦,٢	٧,٢	لبنان
٤,٧	٨,٢		٩,٣	٢٠,٠	٨,٢					٣,١		باكستان
٠,٤											٧,٢	سيرلانكا
٢,٦				٧,٧	١٦,٤				٤,٠	٣,١		السعودية
٠,٨					٨,٢					٣,١		إيطاليا
٢,٦	٨,٢			٣,٨						٣,١	٢١,٥	فرنسا
٢,٦	٨,٢			٧,٧						٣,١	٧,٢	أمريكا
٠,٩								١٣,٤				إسرائيل
٠,٩										٣,١		ألمانيا
٠,٤										٣,١		الأرجنتين
٠,٩								٦,٧		٤,٠		إيران
١,٣		٨,٢							٦,٧	٤,٠		الصين
١,٧				٣,١						١٢,٠		سويسرا
٠,٤									٦,٧			اليابان
١,٣		٨,٢			٥,٠			٦,٧				مصر
٠,٤								٦,٧				السودان
١١,٧	٨,٢	٨,٢	٣,١	١٥,٤	١٥,٠		١٣,٤	٦,٧	٣٠,٠	١١,٥	٧,٢	عدد من الدول
٥٨,٣	٦٦,٧	٧٥,٠	٨٤,٣	٩١,١	١٠,٠	١٠,٠	٩٦,٦	٨٠,٠	٣٢,٠	٥٩,٣	٤١,٨	لم يذكر
١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	النسبة

وإذا أخذنا النسبة العامة نجد أن نسبة الجنسيات من البرازيل ٤% وماليزيا ٨% والمغرب ١,٤% ونيجريا ١,٦% و ٤% لكل من البرتغال وسيرلانكا و ٥,٢% لبنان و ٤,٧% باكستان و ٢,٥% في السعودية وإيطاليا ٨% وفرنسا ٢,٥% وأمريكا ٢,٥% و ٤% لكل من ألمانيا والأرجنتين واليابان والسودان والصين ١,٣% ودول متعددة ١٢,٧% .

١٦- المضمون الإعلامي لتناول موضوع المخدرات في صحيفة اليوم

أ :- أبعاد انتشار المخدرات

عند تحليل مضمون ما حوته جريدة اليوم وجد من أبعاد انتشار المخدرات بعض المظاهر منها :

١- إدمان المخدرات

يظهر أن إدمان المخدرات أحد المظاهر التي تعكس وجود وانتشار المخدرات ، إذ أن المدمن لا يدمن إلا إذا توفرت لديه القدرة على شراء المخدرات أو الحصول عليها وفي نفس الوقت وجود من يبيع أو يروج هذه المخدرات ومن خلال تحليل المضمون الإعلامي في جريدة اليوم خلال عام كامل وجد أن ٤٤,٨ ٪ من المضمون الذي يعني انتشار المخدرات يحوي إدمان المخدرات مقابل ٥.٥ ٪ للنسبة الكلية للمضمون الإعلامي جدول (١٦) .

جدول (١٦) تحليل المضمون الإعلامي (الموضوع) .

النسبة التراكمية	النسبة	الموضوع
		<u>أولاً:- أبعاد انتشار المخدرات</u>
٥.٥	٤٤,٨	١- إدمان مخدرات .
٥,٢	٤١,٤	٢- زراعة أو إنتاج أو تهريب مخدرات .
١,٧	١٣,٨	٣- تسبب عصابات .
	%١٠٠	المجموع
		<u>ثانياً:- أساليب مكافحة المخدرات .</u>
٢٥,٩	٥٢,١	١- ضبط مهريين أو مروجين .
١١,٩	٢٣,٩	٢- إقامة ندوة أو مؤتمر أو معرض حول المخدرات .
٢,٩	٦,٠	٣- بيان: بأضرار المخدرات .
٢,٢	٤,٣	٤- مطاردة وملاحقة مهريين .
١,٧	٣,٤	٥- تعاون في مجال المكافحة .
١,٣	٢,٧	٦- إصدار قانون يحد من انتشار المخدرات .
١,٣	٢,٧	٧- علاج مدمن مخدرات أو إنتاج علاج للمدمنين .
٠,٨	١,٧	٨- اتفهامات حول تعاون مع عصابات المخدرات .
٠,٤	٠,٨	٩- توبة وندم من تزويج المخدرات .
٠,٤	٠,٨	١٠- صرف مكافآت أو شهادات تقدير للجهد في مكافحة المخدرات
٠,٤	٠,٨	١١- التوسع في استخدام تقنية الكشف عن المخدرات في الجمارك .
٠,٤	٠,٨	١٢- دعم الزراعة البديلة لزراعة المخدرات .
	%١٠٠	المجموع
		<u>ثالثاً:- أحكام قضائية أو عقاب المهري أو مروجي المخدرات .</u>
١٥,٣	٧٨,٣	١- إعدام مهرب مخدرات .
٤,٢	٢١,٧	٢- أحكام على مهري مخدرات أو مروجين .
	%١٠٠	المجموع
		<u>رابعاً:- استخدام وسائل الاتصال في مكافحة المخدرات .</u>
١٤,٠	٨٤,٦	١- متابعة إعلامية أو إصدار مجلة خاصة بالمخدرات .
٢,٥	١٥,٤	٢- إشادة وتأييد لتطبيق عقوبات ضد مهريين .
	%١٠٠	المجموع
		<u>خامساً:- آثار مترتبة على تعاطي أو انتشار المخدرات .</u>
٠,٨	٥٠,٠	١- أضرار اجتماعية خاصة بتفكك الأسرة نتيجة انتشار المخدرات
٠,٤	٢٥,٠	٢- موت متعاطي مخدرات .
٠,٤	٢٥,٠	٣- خسائر مادية .
%١٠٠	%١٠٠	المجموع العام

٢- زراعة أو إنتاج أو تهريب مخدرات .

اتضح من جدول (١٦) أن المواضيع التي تناولت المضمون الإعلامي للمخدرات واحتوت على موضوع زراعة أو إنتاج أو تهريب المخدرات وصلت نسبتها ٤١,٤% مقابل نسبة عامة مقدارها ٥,٢% .

٣- تسلل عصابات

أما عن المضمون الخاص بتسلل العصابات فقد وصلت إلى ١٣,٨% مقابل ١,٧% نسبة عامة لمضمون الموضوع الإعلامي .

ويتضح عن هذه البيانات أن الصحف قد يكون لها دور في تنوير الرأي العام وذلك من خلال عرض قضايا وموضوعات تتعلق بظاهرة المخدرات وانتشار وبائها .

ب :- أساليب مكافحة المخدرات

عند تحليل المضمون الإعلامي وجد أن هناك بعض مضامين الموضوعات يتجه نحو مكافحة المخدرات ، إذ توضح بيانات الجدول (١٦) أن أساليب مكافحة المخدرات يتمثل في الموضوع الإعلامي التالي :-

١- ضبط مهريين أو مروجين

اتضح أن النسبة الأكبر للمضمون الإعلامي في مكافحة المخدرات هو نسبة ضبط المهريين والمروجين إذ وصلت إلى ٥٢,١% مقابل ٢٥,٩% نسبة عامة .

٢- إقامة ندوة أو مؤتمر أو معرض حول المخدرات

كانت النسبة التالية في مضمون الموضوع الإعلامي استخدام وسائل إعلامية لمواجهة انتشار المخدرات مثل إقامة ندوة أو مؤتمر أو معرض وقد وصلت النسبة ٢٣,٩% مقابل ١١,٩% نسبة عامة.

٣- بيان أضرار المخدرات

قد تأخذ مواجهة ظاهرة المخدرات اتجاهات وقائية أو علاجية ، وبيان أضرار المخدرات تحوي في إطارها الجانب الوقائي لظاهرة المخدرات ، وقد وصلت نسبة البيان بأضرار المخدرات ٦% مقابل ٢,٩% نسبة عامة .

٤- مطاردة مهريين

ظهر أن نسبة مطاردة المهريين في مضمون الموضوع الإعلامي ٤,٣% مقابل ٢,٢% للنسبة العامة.

٥- تعاون في مجال مكافحة المخدرات

تعاون أجهزة كثيرة في مكافحة المخدرات إذ نجد أن نسبة التعاون في الموضوع الإعلامي ٣,٤% مقابل ١,٧% للنسبة العامة .

٦- إصدار قانون يحد من انتشار المخدرات

من تحليل مضمون الموضوع الإعلامي اتضح أن نسبة المضمون من خلال إصدار قانون يحد من انتشار المخدرات بنسبة ٢,٧٪ مقابل ١,٣٪ للنسبة العامة .

٧- علاج مدمن مخدرات

اتضح أن مضمون الموضوع الإعلامي الذي يجوي علاج مدمن مخدرات وصلت نسبته ١,٧٪ مقابل ٠,٨٪ نسبة عامة .

٨- اتهامات حول التعاون مع عصابات المخدرات

لقد حوى مضمون الموضوع الإعلامي اتهامات حول التعاون مع عصابات المخدرات بنسبة ١,٧٪ مقابل ٠,٨٪ نسبة عامة .

٩- توبة وندم من ترويج المخدرات

اتضح أن مضمون الموضوع الإعلامي عن توبة من ترويج المخدرات بنسبة ٠,٨٪ مقابل ٠,٤٪ للنسبة العامة .

١٠- صرف مكافأة أو شهادات تقدير للجهد في مكافحة المخدرات

ويتضح أيضا نسبة صرف مكافآت أو شهادات تقدير كانت ٠,٨٪ مقابل ٠,٤٪ للنسبة العامة.

١١- التوسع في استخدام تقنية للكشف عن المخدرات في الجمارك

وصلت نسبة التوسع في استخدام تقنية الكشف عن المخدرات في مضمون الموضوع الإعلامي ٠,٨٪ مقابل ٠,٤٪ نسبة عامة .

١٢- دعم الزراعة البديلة لزراعة المخدرات

اتضح أن نسبة دعم زراعة بديلة لزراعة المخدرات في محتوى المضمون الإعلامي ٠,٨٪ مقابل ٠,٤٪ للنسبة العامة .

ج :- أحكام قضائية أو عقاب لمهربي أو مروجي المخدرات

إن نشر الموضوع الإعلامي الذي يحوي العقاب قد يكون له تأثير في الحد من ظاهرة انتشار المخدرات وقد تعتبر هذه الوسيلة من بين الوسائل الفعالة للوقاية والحد من ظاهرة انتشار المخدرات وقد ظهر هذا في :-

١- إعدام مهربي مخدرات

وصلت النسبة لهذا الموضوع الإعلامي ٧٨,٣٪ مقابل ١٥,٣٪ للنسبة العامة ، وهذا يوضح مدى اهتمام الصحف بنشر الموضوعات التي تساعد على الحد من انتشار ظاهرة المخدرات ومكافحتها.

٢- أحكام على مهربي مخدرات

وصلت النسبة لمحتوى هذا الموضوع ٢١,٧٪ مقابل ٤,٢٪ للنسبة العامة .

د :- استخدام وسائل الاتصال في مكافحة المخدرات

تنوع وسائل الاتصال في مواجهة مكافحة المخدرات ولكن محتوى الموضوع الإعلامي قد ظهر في دراستنا في صورة مسابقة إعلامية أو إصدار مجلة خاصة بالمخدرات ، فقد وصلت النسبة ٨٤,٦ % مقابل ١٤ % للنسبة العامة .
كما أن الإشادة بتطبيق عقوبات ضد مهربي المخدرات وصلت نسبته ١٥,٤ % مقابل ٢,٥ % نسبة عامة .

هـ :- الآثار المترتبة على تعاطي وانتشار ظاهرة المخدرات

هناك آثار مترتبة على تعاطي المخدرات منها أضرار اجتماعية خاصة بتفكك الأسرة نتيجة انتشار المخدرات ويوضح محتوى الموضوع الإعلامي ذلك إذ يتضح أن نسبة الأضرار الاجتماعية في تفكك الأسرة ٥٠ % مقابل ٠,٨ % للنسبة العامة ، وموت متعاطي مخدرات ٢٥ % مقابل ٠,٤ % تمثل مفردة واحدة ، وخسائر مادية بنفس النسبة .

ومن خلال استعراض هذه النتائج يتضح لنا أن محتوى الموضوع الإعلامي في توضيح الآثار المدمرة المترتبة على تعاطي وانتشار ظاهرة المخدرات ضعيف أو أقل من الاهتمامات الأخرى للصحف ، فنجد أن الدور الإعلامي للوقاية والعلاج من المخدرات يقل في الموضوع الإعلامي .

النتائج العامة والتوصيات

لقد توصلت الدراسة لعدد من النتائج ونحاول هنا أن نضعها في صورة يمكن الاستفادة منها لتشمل :

أولاً:- نوع الصفحة وموقع الموضوع منها

من خلال استعراض النتائج وجد أن النسبة الأكبر من محتوى الموضوعات الصحفية فيما يتصل بنوع الصفحة يتركز في الصفحات الداخلية بنسبة ٩٤,٦ % ، كما أن النسبة الكبرى في موقع الموضوع من الصفحة يتركز في وسط الصفحة بنسبة عامة قدرها ٤٠,٤ % من حجم الموضوعات المنشورة .

ونوصي هنا أن تتركز أخبار المخدرات في الصفحات الأولى والرياضية والصفحة الأخيرة للفت أنظار القراء إليها .

كما نوصي أيضاً أن تكون المواضيع والأخبار المتعلقة بالمخدرات في أعلى الصفحات، وخاصة في الجهة اليمنى من الصفحات في الجرائد العربية .

ثانياً :- المؤثرات الصحفية

من استعراض النتائج وجد أن استخدام مؤثرات مختلفة في عرض الموضوع يساعد تأثيره على القارئ ، إذ نجد أن ٤٥,٦٪ من موضوعات المخدرات استخدمت كمؤثرات متعددة ومختلفة . وفي ضوء هذه النتائج نوصي باستخدام مؤثرات مختلفة في عرض نتائج الموضوعات الخاصة بالمخدرات .

ثالثا :- استخدام العرض الكمي في الموضوع

يتضح من نتائج الدراسة أهمية استخدام البيانات الكيفية والكمية في عرض الموضوعات التي تتعلق بالمخدرات كذلك أهمية عرض تاريخ القبض في قضايا المخدرات وأعداد المشتركين في عمليات ترويجها أو إدامتها .

لذا نوصي بأهمية استخدام البيانات الكمية في عرض موضوعات المخدرات لما لها من تأثير في القارئ لأن لغة الأرقام من أكثر اللغات تأثيرا في القارئ .

رابعا :-مكان ضبط وجلب المخدرات في المضمون

اتضح من خلال الدراسة الإحصائية أن النسبة الكبرى لمكان ضبط المخدرات هو خارج المملكة إذ وصلت النسبة ٥٤,٥٪ مقابل ١٤,٩٪ داخل المملكة .

كما تبين إحصائيا أيضا أن النسبة الكبرى لمكان جلب المخدرات تتركز في الدول الآسيوية بنسبة عامة قدرها ٨,٩٪ ، تليها الدول الأفريقية بنسبة عامة قدرها ٣,٤٪ .

من كل ما تقدم يمكن أن نصل إلى التوصيات والنتائج التالية :

أ-تدعيم وسائل مكافحة المخدرات للقضاء على ظاهرة تهريب المخدرات إلى داخل المملكة ، وذلك من خلال تعاون أجهزة الإعلام والأمن في مواجهة هذه الظاهرة الإجرامية .

ب- تركيز وسائل الإعلام الخارجي الموجه إلى الدول الآسيوية والأفريقية والتي يكثر جلب المخدرات منها بخاصة وكذلك الدول الأخرى المعنية بهذا الوباء العضال بعامه .

خامسا :-الهدف من نشر الموضوع الإعلامي

اتضح أن هدف الموضوع الإعلامي في مكافحة وانتشار ظاهرة المخدرات يتمثل فيما يلي :

أ-الهدف العقابي ويمثل أكبر نسبة إذ وصلت إلى ٤٠٪ في شهر نيسان (أبريل) .

ب-الهدف الأخباري ووصلت نسبته شهر شباط (فبراير) ٧١,٤٪ .

ج-الهدف التحذيري كانت نسبته في شهر كانون الثاني (يناير) بنسبة ٢٧,٢٪ .

د-هدف التوعية وكانت نسبته في شهر تشرين الأول (أكتوبر) ٧٨,١٪ وهي الأعلى لهذا الشهر .

هـ-الهدف الوقائي التأهيلي و كانت النسبة في شهر أيار (مايو) ٢٠٪ وهي أعلى المعدلات لهذا الشهر .

ويمكن أن نوصي هنا بأن تراعي الصحف استخدام الأهداف المختلفة لأهميتها طول العلم في نشر الموضوعات الإعلامية الخاصة بمكافحة المخدرات لتنوع الوسائل التي تحقق الأهداف المرجوة ليتكامل مضمون الموضوع .

سادسا :- تحليل المضمون الإعلامي

من خلال النتائج السابقة تبين تقصير جريدة اليوم في نشر مواضيع هامة عن مكافحة . ففي أساليب مكافحة لم تتضمن الموضوعات المعروضة عن المخدرات سوى تكرار واحد فقط يمثل ٠,٨ ٪ في الموضوعات التالية :

أ-زيادة تكرار عرض الموضوعات التي تتضمن التوبة والندم من ترويج المخدرات ، وفي تكرار عرض^{١١} هذا المضمون حث للمتعاطين أو المدمنين أو المروجين على الندم و التوبة النصوحة من هذا الفعل الإجرامي الشنيع .

ب-زيادة عرض المواد الإعلامية التي تتضمن صرف مكافآت أو شهادات إنهاء دورات أو تقدير للجهود من المعنين للأفراد والجماعات في مكافحة المخدرات ، وفي تكرار ذلك دعوة وحث على مكافحة من قبل أبناء الوطن ، وبيان إصرار المجتمع على محاربة آفة المخدرات بكل الوسائل المتاحة .

ج- التوسع في عرض استخدام تقنية الكشف عن المخدرات من قبل رجال الجمارك ، فتكرار عرض مثل هذا الموضوع يساعد على ردع المهريين من خارج البلاد ، وبالتالي يكون له أثر في الحد من عمليات التهريب الشريرة .

د-تكثيف الضغط على الدول التي تنتشر فيها آفة زراعة المخدرات لإيجاد زراعة اقتصادية بديلة و يمكن أن تساعد الدول الغنية وصندوق النقد الدولي هذه الدول في إيجاد البدائل للقضاء على هذه الزراعة (التجارة) المحرمة عالميا .

نوصي هنا بزيادة تكرار عرض الموضوعات التي تتضمن مثل هذه المضامين لتحقيق النتائج السابقة .
سابعا :- تتركز الجهود المبذولة صحفيا لمكافحة المخدرات عن طريق الندوات والمحاضرات والمؤتمرات والمسابقات في نهاية العام الميلادي ، إذ نجد أن المضمون الذي يتضمن وسائل الإعلام مثل المسابقة والمعرض والندوة وغيرها نسبتته في شهر أيار (مايو) ٢٦,٧ ٪ ثم في شهر تشرين الأول (أكتوبر) ٧٨.١ ٪ ثم في تشرين الثاني (نوفمبر) ٢٣,٣ ٪ و كانون الأول (ديسمبر) ٢٥ ٪ .

ونرجو هنا أن نوصي باستمرار مثل هذه الجهود و إبرازها إعلاميا خلال شهور السنة بنسب متساوية والتركيز عليها إعلاميا حتى نفي بالغرض وتحقيق الأمان المرجوة ..والله المستعان .

قائمة بأهم المراجع

- ١- أبو عرجة ، تيسير ، إخراج الصحف والمجلات (دبي : دار القلم ، ١٤٠٦هـ) .
- ٢- إدارة مكافحة المخدرات في وزارة الداخلية السعودية ، الكتاب الإحصائي لعام ١٤١٧هـ .
- ٣- أدهم ، محمود ، دراسات في التحرير الإخباري (القاهرة : دار الثقافة ، بدون تاريخ) .
- ٤- آل زعير ، سعيد مبارك ، التلفزيون والتغير الاجتماعي في الدول النامية (جدة : دار الشروق ، بدون تاريخ) .
- ٥- إمام ، إبراهيم ، دراسات في الفن الصحفي (القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية ، ١٩٧٢ م) .
- ٦- البدوي ، أحمد زكي ، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية (لبنان : مكتبة لبنان ، بدون تاريخ) .
- ٧- الجمعان ، أحمد فاضل " تعاطي المخدرات وارتكاب الجريمة " رسالة ماجستير غير منشورة (الرياض : كلية العلوم الاجتماعية ، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ن ١٤٠٩هـ) .
- ٨- جوهر ، صلاح الدين ، علم الاتصال (عين شمس : مكتبة عين شمس ، ١٩٧٩ م) .
- ٩- حافظ ، عثمان ، تطور الصحافة في المملكة العربية السعودية ، ج ١ ، ط ٢ (جدة : شركة المدينة للطباعة والنشر ، ١٣٩٨هـ) .
- ١٠- الحسن ، إحسان محمد ، قنوات الغزو الثقافي وأثرها في جرائم الشباب في الوطن العربي ، سلسلة محاضرات تصدر عن المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب ، ١٤١٠هـ .
- ١١- حسن ، عبد الباسط ، أصول البحث الاجتماعي (القاهرة : مكتبة وهبة ، ١٩٨٨ م) .
- ١٢- الخطيب ، أحمد محمد " دور المؤسسات الإعلامية في الوقاية من المخدرات " المجلة العربية للدراسات الأمنية ، العدد ٥ ، ذو الحجة ١٤٠٦هـ (الرياض : المركز العربي للدراسات الأمنية) .
- ١٣- رشدي ، جيهان ، الأسس العلمية لنظريات الإعلام (القاهرة : دار الفكر العربي ، ١٩٧٨ م) .
- ١٤- الزيد ، زامل عبد الله " التخطيط الإعلامي لمكافحة الجريمة في مجال المخدرات " رسالة ماجستير غير منشورة (الرياض : المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب ، ١٤١٠هـ) .
- ١٥- شاهين ، سيف الدين حسين ، المخدرات والمؤثرات العقلية (الرياض : مطبعة سفير ، ١٤١٣) .
- ١٦- طاش ، عبد القادر ، وباء المخدرات ودور وسائل الإعلام في التوعية بمخاطره (الرياض : المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب ، ١٤٠٧هـ) .

- ١٧- عبد اللطيف ، رشاد أحمد ، الآثار الاجتماعية لتعاطي المخدرات (الرياض : المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب ، ١٤١٢هـ) .
- ١٨- عبد اللطيف ، رشاد أحمد ، طريقة تنظيم المجتمع في الجهود الوقائية لمواجهة مشكلة تعاطي المخدرات (الرياض : المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب ، ١٤١٣هـ) .
- ١٩- عزت ، محمد فريد ، قاموس المصطلحات الإعلامية (جدة : دار الشروق ، ١٤٠٤هـ) .
- ٢٠- قبضايا ، صلاح ، تحرير الصحف (القاهرة : المكتب المصري الحديث ، ١٩٨٥م) .
- ٢١- محمد ، أحمد يوسف " أبعاد التخطيط التكاملية لمواجهة مشكلة المخدرات " مجلة الفكر الشرطي ، العدد الثالث رجب ١٤١٨هـ (الشارقة : شرطة الشارقة بالإمارات العربية المتحدة) .
- ٢٢- المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب بالرياض ، المجلة العربية للدراسات الأمنية ، العدد الثالث ، ذو الحجة ١٤٠٦هـ .
- ٢٣- مركز أبحاث مكافحة الجريمة في وزارة الداخلية السعودية ، المخدرات والعقاقير المخدرة ، ١٤٠٥هـ .
- ٢٤- منصور ، عبد المجيد سيد " الإدمان ، أسبابه ومظاهره ، والوقاية والعلاج " سلسلة كتب مركز أبحاث مكافحة الجريمة ، الكتاب الخامس (وزارة الداخلية في المملكة العربية السعودية) .
- ٢٥- منصور ، عبد المجيد سيد ، السلوك الإجرامي والتفسير الإسلامي ، ج ١ ، سلسلة كتب مركز أبحاث مكافحة الجريمة ، الكتاب السادس ١٤١٠هـ (وزارة الداخلية في المملكة العربية السعودية) .
- ٢٦- وارن وآخرون ، وسائل الإعلام ، ترجمة ميشيل تكللا (القاهرة : مكتبة الوعي العربي ، ١٩٨٤م) .
- ٢٧- يماني ، محمد عبده ، التلفزيون العالمي هل يؤدي إلى نمو الجريمة في العالم العربي والإسلامي ، سلسلة محاضرات تصدر عن المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب ١٤١١هـ .