

The Islamic University–Gaza
Research and Postgraduate Affairs
Faculty of Arts and Human Sciences
Master Of Journalism



الجامعة الإسلامية – غزة
شئون البحث العلمي والدراسات العليا
كلية الآداب والعلوم الإنسانية
ماجستير الصحافة

العوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية
دراسة ميدانية

Factors Affecting the Editing and Layout of Headlines in Palestinian Daily Newspapers A Field Study

إعدادُ الباحثِ
مُحمَّد سَعِيد أَحْمَدُ أَبُو زَايِدَةَ

إشرافُ
الأستاذ الدكتور
جَوَادُ رَاغِبُ أَيُّوبُ الدُّلُو

قُدِّمَ هَذَا البَحْثُ إِسْتِكْمَالاً لِمَتَطَلِبَاتِ الحُصُولِ عَلَى دَرَجَةِ المَاجِسْتِيرِ
فِي الصَّحَافَةِ بِكُلِّيَةِ الآدَابِ وَالعُلُومِ الإِنْسَانِيَّةِ فِي الجَامِعَةِ الإِسْلَامِيَّةِ بِغَزَّةِ

مايو/2017م – رمضان/ 1438هـ

إقرار

أنا الموقع أدناه مقدم الرسالة التي تحمل العنوان:

العوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية

اليومية

دراسة ميدانية

Factors Affecting the Editing and Layout of Headlines in Palestinian Daily Newspapers A Field Study

أقر بأن ما اشتملت عليه هذه الرسالة إنما هو نتاج جهدي الخاص، باستثناء ما تمت الإشارة إليه حيثما ورد، وأن هذه الرسالة ككل أو أي جزء منها لم يقدم من قبل الآخرين لنيل درجة أو لقب علمي أو بحثي لدى أي مؤسسة تعليمية أو بحثية أخرى.

Declaration

I understand the nature of plagiarism, and I am aware of the University's policy on this.

The work provided in this thesis, unless otherwise referenced, is the researcher's own work, and has not been submitted by others elsewhere for any other degree or qualification.

Student's name:

محمد سعيد أبو زائدة

اسم الطالب:

Signature:

التوقيع:

Date:

29 مايو 2017

التاريخ:



مكتب نائب الرئيس للبحث العلمي والدراسات العليا هاتف داخلي 1150

الرقم: ج س غ / 35 / Ref:

التاريخ: 2017/07/04 Date:

نتيجة الحكم على أطروحة ماجستير

بناءً على موافقة شئون البحث العلمي والدراسات العليا بالجامعة الإسلامية بغزة على تشكيل لجنة الحكم على أطروحة الباحث/ محمد سعيد أحمد ابو زايد لنيل درجة الماجستير في كلية الآداب/ قسم الصحافة، وموضوعها:

العوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية دراسة ميدانية

وبعد المناقشة العلنية التي تمت اليوم الثلاثاء 09 شوال 1438هـ، الموافق 2017/07/04م الساعة الحادية عشر صباحاً في قاعة مبنى طبية، اجتمعت لجنة الحكم على الأطروحة والمكونة من:

.....	مشرفاً و رئيساً	أ.د. جواد راغب الدلو
.....	مناقشاً داخلياً	د. طلعت عبد الحميد عيسى
.....	مناقشاً خارجياً	د. نبيل حسن الطهراوي

وبعد المداولة أوصت اللجنة بمنح الباحث درجة الماجستير في كلية الآداب/قسم الصحافة.

واللجنة إذ تمنحه هذه الدرجة فإنها توصيه بتقوى الله ولزوم طاعته وأن يسخر علمه في خدمة دينه ووطنه.

والله ولي التوفيق ،،،

نائب الرئيس لشئون البحث العلمي والدراسات العليا

أ.د. عبد الرؤوف علي المناعمة



ملخص الدراسة باللغة العربية

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية، وهي تعد من البحوث الوصفية، واستخدمت منهج الدراسات المسحية، وفي إطاره أسلوب مسح أساليب الممارسة، ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة ومن خلاله أسلوب الدراسات الارتباطية، واعتمد الباحث في دراسته على نظرية حارس البوابة.

واختار الباحث عينة عشوائية بسيطة من محرري العناوين بواقع (121 صحفياً) من المجتمع الأصلي، وعينة الحصر الشامل للمخرجين الصحفيين والبالغ عددهم (28 مخرجاً) من صحف الدراسة، وتحتصر الدراسة الميدانية في الفترة الزمنية الممتدة من (2017/3/25) وحتى (2017/4/5).

وخلصت دراسة محرري العناوين إلى مجموعة من النتائج أبرزها:

أن تأثير العوامل التي تتصل بطبيعة الرسالة الإعلامية على تحرير العناوين جاء إيجابياً؛ يليها تأثير استخدام الصحفيين للتكنولوجيا، ثم العوامل الذاتية، ويليه عوامل الجمهور، ويتلوها تأثير الانتماءات والجماعات المرجعية، ثم الضغوط المهنية، وأخيراً تأثير قيم المجتمع وتقاليده.

أما دراسة مخرجي العناوين خلصت إلى مجموعة من النتائج أبرزها:

أن تأثير استخدام الصحفيين للتكنولوجيا على إخراج العناوين جاء إيجابياً جداً، يليه تأثير العوامل التي تتصل بطبيعة الرسالة الإعلامية، ثم تأثير قيم المجتمع وتقاليده، ثم عوامل الجمهور، ويليه العوامل الذاتية، ثم الضغوط المهنية وعلاقات العمل، وأخيراً تأثير الانتماءات والجماعات المرجعية.

وكشفت الدراسة وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين تحرير العناوين في صحف الدراسة والعوامل المؤثرة في تحريرها، كما أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين إخراج العناوين في صحف الدراسة والعوامل المؤثرة في إخراجها.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين العوامل المؤثرة في تحرير العناوين في صحف الدراسة يعزى إلى (المؤهل العلمي، الخبرة في العمل)، وتوصلت أيضاً إلى أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين العوامل المؤثرة في إخراج العناوين في صحف الدراسة يعزى إلى (المؤهل العلمي، الخبرة في العمل).

Abstract

This study aims at identifying the factors affecting writing and publishing the headlines of the Palestinian daily newspapers.

This study is a descriptive research that used the survey approach and the technique of surveying practices' methods. The mutual relations methodology and the method of correlative studies were also used. The researcher depended on the gatekeeper theory to conduct this study.

The researcher selected a simple random sample of the writers of the headlines (121 journalists) from the original population of the study, and a sample of the comprehensive selection consisting of the 28 publishers. The field study is limited to the period from (25/3/2017) to (5 / 4/2017).

The study of writers drew a number of findings, the most important of which are the following:

The findings of the study show that the impact of the factors related to the nature of the media message was positive; followed by the impact of journalists' use of technology, then the personal factors, followed by the factors of the public, followed by the influence of affiliations and reference groups, then work pressure and finally the impact of society values and traditions.

The study of publishers drew a number of findings, the most important of which are the following:

The findings of the study show that the effect of journalists' use of technology was very positive, followed by the influence of the factors related to the nature of the media message, then the impact of society values and traditions, and the factors of the public, then personal factors, the work pressure and relations then finally the influence of affiliations and reference groups.

The study also shows that there is a significant positive correlation at the significance level ($\alpha = 0.05$) between the writing of the headlines in the study papers and the factors affecting its writing.

The findings also show that there is a significant correlation at the significance level ($\alpha = 0.05$) between the publishing of the headlines in the study papers and the factors affecting its publishing.

The findings also show that there are no statistically significant differences between the factors influencing the writing of headlines of the study papers attributed to the variables (scientific qualification and work experience). It also shows that there are no statistically significant differences between the factors influencing the publishing of headlines of the study papers attributed to the variables (scientific qualification and work experience).

﴿يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ﴾

[المجادلة: 11]

الإهداء

أهدي هذه الرسالة:

إلى من اشتعل قلبي بحبها، إلى من أرى في كفها الجنة كُلمًا قبّلتها، إلى سيدة نساء الكون، التي أسأل الله أن تكون قدماها سقفاً لجنّتي، إلى التي أحببتها بحجم نقاء قلبها وصفائه، بحجم دعائها لي في السر والعلن، إلى من أستشعر بالسعادة وأنا مُستلقٍ برأسي على قدميها، إلى قدوتي في الحياة، ونبض الحياة.. أمّي.

إلى من يراني سنداً له، إلى من يشير بأصبعه اتجاهاً ويقول مفتخراً "هذا ابني محمّد"، إلى من زرع في نفسي الثقة والشموخ وعِزّة النفس، إلى الرجل الذي كان لي نعم الصديق الناصح الأمين، إلى من يتربّع في عرش قلبي.. إليك أبي.

إلى تلك الروح التي رحلت إلى بارئها، إلى من عشت في كنفه أجمل سنوات العُمر، وكللني دوماً بدعائه ورضاه، إلى روحك جدّي.

إلى من أعطوني أملاً بالحياة؛ إلى سندي، إلى عيناى التي أبصر بهما؛ أشقائى، علاء وأحمد وكرم.

إلى صديقتي التي وهبني الله إيّاها على هيئة شقيقة، إليك يا قرّة العين، شقيقتي إسراء.

إلى من تزيل عن قلبي أي عناءٍ كُلمًا حدّثتني، إلى من أتلهّف شوقاً لرؤياها، ابنة أخي "ليان".

إلى من قدّمت وضحت؛ إلى من أهدتني ثقتها وحُبّها، وأكرمتني بأن أكون ابنها وسندها عقب استشهاد نجلها بهاء، إلى مدرسة التضحية والعطاء الأمّ فاطمة الحلبي.

وإلى كلّ من وقف إلى جانبي قلباً وقولاً وعملاً ودعاءً في ظهر الغيب.

الباحث: محمد سعيد أبو زائدة

شكرٌ وتقديرٌ

الشكر لله سبحانه وتعالى أولاً بأن نذل أمامي الصعاب، وفرّج الهموم، وفتح عليّ لإنجاز هذه الرسالة العلمية.

ومن دواعي سعادتي أن أتقدّم بباقة من الشكر والتقدير إلى كل من:

- الأب الروحي، وكنز المعرفة الأستاذ الدكتور جواد راغب الدلو؛ لتكرمه بقبول الإشراف على الرسالة، الذي لم يتركني هنيهة من الزمن دونما يضع النقاط على الحروف، حيث كان نعم المشرف، الذي يقتدى بنهجه.
- وأتقدّم بالشكر إلى عضوي لجنة المناقشة، الدكتور: طلعت عبد الحميد عيسى مناقشاً داخلياً، والدكتور: نبيل الطهراوي مناقشاً خارجياً، لتفضّليهما بالموافقة على مناقشة هذه الرسالة.
- وكل الشكر إلى الأساتذة الذين حكموا صحيفتي الاستقصاء، وأثروهما بملاحظاتهم القيّمة، كلّ باسمه ولقبه ومكانته العلمية.
- كما أتقدم بجزيل الشكر أيضاً من الزملاء والأصدقاء الذين كانوا يشجّعوني على مواصلة الطريق، داعياً الله عز وجل أن يجزيهم عني خير الجزاء.
- وختاماً أسأل الله العليّ القدير أن يكون هذا العمل خالصاً لوجهه، وأن يجعله علماً نافعاً، ويسهل لي به طريقاً إلى الجنة.

﴿وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ﴾

[هود: 88]

فهرس المحتويات

أ.....	إقرار
ب.....	ملخص الدراسة باللغة العربية
ت.....	Abstract
ج.....	الإهداء
ح.....	شكر وتقدير
خ.....	فهرس المحتويات
ز.....	فهرس الجداول
ش.....	فهرس الملاحق
1.....	المقدمة
3.....	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة:
5.....	أولاً: أهم الدراسات السابقة:
22.....	ثانياً: الاستدلال على مشكلة الدراسة:
24.....	ثالثاً: مشكلة الدراسة:
24.....	رابعاً: أهمية الدراسة:
25.....	خامساً: أهداف الدراسة:
25.....	سادساً: تساؤلات الدراسة:
26.....	سابعاً: فروض الدراسة:
27.....	ثامناً: متغيرات الدراسة:
27.....	تاسعاً: حدود الدراسة:
28.....	عاشراً: الإطار النظري للدراسة:
31.....	حادي عشر: نوع الدراسة ومنهجها وأدواتها:
34.....	ثاني عشر: إجراءات الصدق والثبات:
37.....	ثالث عشر: مجتمع الدراسة وعينتها:
41.....	رابع عشر: الأساليب الإحصائية:
42.....	خامس عشر: المفاهيم الأساسية للدراسة:

42	سادس عشر: صعوبات الدراسة:
43	سابع عشر: تقسيم الدراسة:
44	الفصل الثاني: تحرير العناوين الصحفية وإخراجها
46	المبحث الأول: تحرير العناوين الصحفية: المفهوم والأهمية والأهداف
46	المطلب الأول: التحرير الصحفي:
46	أولاً: التحرير لغة:
46	ثانياً: التحرير الصحفي اصطلاحاً:
47	ثالثاً: أهمية التحرير الصحفي:
49	رابعاً: أهداف التحرير الصحفي:
49	خامساً: صفات المحرر الناجح:
50	المطلب الثاني: تحرير العناوين الصحفية
50	أولاً: العنوان لغة:
50	ثانياً: العنوان اصطلاحاً:
51	ثالثاً: وظائف العنوان:
53	رابعاً: قواعد كتابة العنوان:
56	خامساً: أنواع العناوين:
60	سادساً: تحرير العنوان
61	سابعاً: موعد تحرير العنوان
62	المبحث الثاني: إخراج العناوين الصحفية: المفهوم والأهمية والأهداف
62	المطلب الأول: الإخراج الصحفي
62	أولاً: الإخراج لغة:
62	ثانياً: الإخراج الصحفي اصطلاحاً:
63	ثالثاً: أهمية الإخراج الصحفي:
65	رابعاً: أهداف الإخراج الصحفي:
68	خامساً: مدارس الإخراج الصحفي:
73	سادساً: صفات المخرج الصحفي:

74	المطلب الثاني: إخراج العناوين الصحفية
75	أولاً: أهمية إخراج العناوين الصحفية:
76	ثانياً: أنواع العناوين الصحفية من حيث الشكل:
83	ثالثاً: شروط إخراج العناوين:
83	رابعاً: العناصر الخاصة بإبراز العنوان:
87	المبحث الثالث: العوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها
87	أولاً: العوامل الذاتية للمحرر والمخرج:
89	ثانياً: العوامل التي تتصل بطبيعة الرسالة:
93	ثالثاً: العوامل الخاصة بالجمهور:
94	رابعاً: تأثير الانتماءات والجماعات المرجعية:
95	خامساً: الضغوط المهنية وعلاقات العمل:
100	سادساً: عوامل المجتمع وقيمه وتقاليده:
101	سابعاً: القدرات التكنولوجية الاتصالية للصحيفة:
103	الفصل الثالث: نتائج الدراسة الميدانية وفروضها
105	المبحث الأول: العوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية
105	المطلب الأول: تأثير العوامل الذاتية في تحرير العناوين وإخراجها
108	المطلب الثاني: تأثير العوامل التي تتصل بطبيعة الرسالة الإعلامية في تحرير العناوين وإخراجها
110	المطلب الثالث: تأثير عوامل الجمهور في قرارات محرري العناوين ومخرجيها
113	المطلب الرابع: تأثير الانتماءات والجماعات المرجعية في تحرير العناوين وإخراجها
115	المطلب الخامس: تأثير الضغوط المهنية وعلاقات العمل في تحرير العناوين وإخراجها
118	المطلب السادس: تأثير قيم المجتمع وتقاليده في تحرير العناوين وإخراجها
120	المطلب السابع: تأثير استخدام الصحفيين للتكنولوجيا في تحرير العناوين وإخراجها
124	المبحث الثاني: أهم القيم التي يتحلّى بها الصحفيون عند تحرير العناوين وإخراجها والصعوبات التي يواجهونها ومقترحاتهم نحو تطويرها
124	المطلب الأول: أهم القيم المهنية التي ينبغي أن يتحلّى بها الصحفيون عند تحرير العناوين وإخراجها
126	المطلب الثاني: أهم الصعوبات التي يواجهها الصحفيون عند تحرير العناوين وإخراجها

المطلب الثالث: أهم المقترحات التي يمكن أن تسهم في تحسين تحرير العناوين وإخراجها	128
المبحث الثالث: اختبار فروض الدراسة	130
الفصل الرابع: مناقشة أهم نتائج الدراسة الميدانية وفروضها والتوصيات	134
المبحث الأول: مناقشة أهم نتائج الدراسة الميدانية	136
المطلب الأول: تأثير العوامل الذاتية في تحرير العناوين وإخراجها	136
المطلب الثاني: تأثير العوامل التي تتصل بطبيعة الرسالة الإعلامية في تحرير العناوين وإخراجها	138
المطلب الثالث: تأثير عوامل الجمهور في قرارات محرري العناوين ومخرجيها	142
المطلب الرابع: تأثير الانتماءات والجماعات المرجعية في تحرير العناوين وإخراجها	145
المطلب الخامس: تأثير الضغوط المهنية وعلاقات العمل في تحرير العناوين وإخراجها	148
المطلب السادس: تأثير قيم المجتمع وتقاليدته في تحرير العناوين وإخراجها	150
المطلب السابع: تأثير استخدام الصحفيين للتكنولوجيا في تحرير العناوين وإخراجها:	153
المطلب الثامن: أهم القيم المهنية التي ينبغي أن يتحلّى بها الصحفيون عند تحرير العناوين وإخراجها	156
المطلب التاسع: أهم الصعوبات التي يواجهها الصحفيون عند تحرير العناوين وإخراجها	159
المطلب العاشر: أهم المقترحات التي يمكن أن تسهم في تحسين تحرير العناوين وإخراجها	161
المبحث الثاني: مناقشة نتائج اختبار فروض الدراسة	164
المبحث الثالث: توصيات الدراسة	181
قائمة المصادر والمراجع	184
الملاحق	195

فهرس الجداول

- جدول: (1.1) صدق الاتساق الداخلي لجميع مجالات العوامل المؤثرة في تحرير العناوين الصحفية: من وجهة نظر المحررين 35
- جدول: (1.2) صدق الاتساق الداخلي لجميع مجالات العوامل المؤثرة في إخراج العناوين الصحفية: من وجهة نظر المخرجين 36
- جدول: (1.3) يوضح معامل الثبات (طريقة التجزئة النصفية) وكروناخ ألفا 37
- جدول: (1.4) يوضح السمات العامة للمبوثين 39
- جدول: (3.1): مدى تأثير العوامل الذاتية في تحرير العناوين في صحف الدراسة: 106
- جدول: (3.2): مدى تأثير العوامل الذاتية في إخراج العناوين في صحف الدراسة: 107
- جدول: (3.3): مدى تأثير العوامل التي تتصل بطبيعة الرسالة الإعلامية في تحرير العناوين في صحف الدراسة: 108
- جدول: (3.4): مدى تأثير العوامل التي تتصل بطبيعة الرسالة الإعلامية في إخراج العناوين في صحف الدراسة: 109
- جدول: (3.5): مدى تأثير عوامل الجمهور في قرارات محرري العناوين في صحف الدراسة 111
- جدول: (3.6): مدى تأثير عوامل الجمهور في قرارات مخرجي العناوين في صحف الدراسة: 112
- جدول: (3.7): مدى تأثير الانتماءات والجماعات المرجعية في تحرير العناوين في صحف الدراسة: 113
- جدول: (3.8): مدى تأثير الانتماءات والجماعات المرجعية في إخراج العناوين في صحف الدراسة: 115
- جدول: (3.9): مدى تأثير الضغوط المهنية وعلاقات العمل في تحرير العناوين في صحف الدراسة: 116
- جدول: (3.10): مدى تأثير الضغوط المهنية وعلاقات العمل في إخراج العناوين في صحف الدراسة: 117
- جدول: (3.11): مدى تأثير قيم المجتمع وتقاليده في تحرير العناوين في صحف الدراسة: 118
- جدول: (3.12): مدى تأثير قيم المجتمع وتقاليده في إخراج العناوين في صحف الدراسة: 120
- جدول: (3.13): مدى تأثير استخدام الصحفيين للتكنولوجيا في تحرير العناوين في صحف الدراسة: 121
- جدول: (3.14): مدى تأثير استخدام الصحفيين للتكنولوجيا في إخراج العناوين في صحف الدراسة: 122
- جدول: (3.15): أهم القيم المهنية التي ينبغي أن يتحلى بها الصحفيون عند تحرير العناوين في صحف الدراسة: 124
- جدول: (3.16): أهم القيم المهنية التي ينبغي أن يتحلى بها الصحفيون عند إخراج العناوين في صحف الدراسة: 125
- جدول: (3.17): أهم الصعوبات التي يواجهها الصحفيون عند تحرير العناوين في صحف الدراسة: 126
- جدول: (3.18): أهم الصعوبات التي يواجهها الصحفيون عند إخراج العناوين في صحف الدراسة: 127
- جدول: (3.19): أهم المقترحات التي يمكن أن تسهم في تحسين تحرير العناوين في صحف الدراسة: 128
- جدول: (3.20): أهم المقترحات التي يمكن أن تسهم في تحسين إخراج العناوين في صحف الدراسة: 129
- جدول: (3.21): العلاقة بين تحرير العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية والعوامل المؤثرة في تحرير العناوين: 130

- جدول: (3.22): العلاقة بين إخراج العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية والعوامل المؤثرة في إخراج العناوين: 131
- جدول: (3.23): إمكانية وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين العوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية والمؤهل العلمي: 132
- جدول: (3.24): إمكانية وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين العوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية والخبرة في العمل: 133

فهرس الملاحق

- ملحق رقم (1): نماذج على أنواع العناوين الصحفية 196
- ملحق رقم (2): أسماء المحكمين حسب الترتيب الأبجدي 207
- ملحق رقم (3): صحيفة الاستقصاء "المحررون" 208
- ملحق رقم (4): صحيفة الاستقصاء "المخرجون" 214

المقدمة

تمثل العناوين الصحفية أول نقطة تماس بين الصحيفة وقرائها، والمدخل الطبيعي للولوج إلى موضوعاتها وبواباتها المتنوعة، فهي أحد المعايير الأساسية التي يحتكم إليها الجمهور، وبناء عليها يقرر قراءة تفاصيل الموضوع أو التوقف عنه، وبالتالي هي البوابة التي يتوقف على جاذبيتها بيان مدى أهمية الموضوع للجمهور، وقدرته على استقطابه، وهذا يعني أن تحريرها وإخراجها يحتاج مهارة عالية، وخبرة ودراية كبيرة، لأنه يتوقف عليها رواجها وانتشارها، لذا قيل إن الصحف تباع على عناوينها.

ويعدّ العنوان بمثابة النافذة التي يطل من خلالها القارئ على الصحيفة، فهو أول ما يطلع عليه في الموضوع، وآخر ما يكتبه المحرر، حتى يستطيع اختيار الزاوية المناسبة التي تهم أكبر عدد من القراء، لذا ينبغي أن يكون جذابًا وقويًا وواضحًا وموجزًا ومثيرًا لاهتمامهم، ومعبرًا عن محتوى الموضوع بدقة، بكلمات قصيرة ومألوفة؛ تتناسب مع إطارهم المرجعي، حتى يستطيعوا استيعابه وفهمه، ومن ثمّ التأثير فيهم، وهذا يطلب قدرة عالية في كتابته وتحريره.

وأما من ناحية إخراج العناوين، فتتحقق أهدافها عبر أداء عدة وظائف باستخدام لغة الشكل التي ترتبط بعلاقة متلازمة مع المضامين المنشورة من خلال كون لغة الشكل أداة التعبير عن المعاني المتجسدة في الأفكار المنشورة عبر الوحدات التحريرية⁽¹⁾.

ويزاحم الإخراج الصحفي الأهمية مع محتوى العنوان، إذ يبرز دوره بجلاء ووضوح في إبراز مواطن الجمال والمتعة والوظيفة في آن واحد، فهو يعمل على توصيل المادة إلى القارئ بطريقة سهلة ميسورة وبصورة جميلة شيقة تعمل على جذب هذه المادة.

ولعلّ أهمية أداء إخراج العناوين لوظائفها تنبع من خلال أهمية وصول المضامين المنشورة في الصحف إلى القراء المستهدفين، ويعمل إخراج العناوين على الإسهام في تكوين شكل الصفحة، وتحقيق نوع من التوازن مع العناصر الثقيلة الأخرى في حال جمعها بأحجام كبيرة، وإعطاء انطباع حول تكوين شخصية مميزة للصفحة، كذلك التخفيف من حدة رمادية المتن.

(1) العسكر، الإخراج الصحفي أهميته الوظيفية واتجاهاته الحديثة (ص106).

وعليه فإن إدراك ذلك من أهم المسؤوليات المنوطة بمحرري العناوين الصحفية ومخرجيها، الذين يخضعون لمجموعة من العوامل التي تؤثر على أدائهم المهني، منها: العوامل الذاتية، والعوامل التي تتصل بطبيعة الرسالة، والعوامل الخاصة بالجمهور، وتأثير الانتماءات والجماعات المرجعية، والضغط المهنية وعلاقات العمل، وعوامل المجتمع وقيمه وتقاليده، والقدرات التكنولوجية الاتصالية للصحيفة، وهذه العوامل من الواجب على المحرر والمخرج دراستها وأخذها بعين الاعتبار أثناء وضع اللمسات النهائية على العنوان ليخرج إلى جمهور المطبوعة محققاً وظائفه المنشودة.

وبناء على ما سبق تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على أهم العوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية، وذلك من خلال التعرف على مدى تأثير العوامل الذاتية التي يتعرض لها الصحفيون والمخرجون في تحرير العناوين وإخراجها، وكذلك الكشف عن مدى تأثير العوامل التي تتصل بطبيعة المادة الصحفية والجمهور، والانتماءات والجماعات المرجعية، والضغط المهنية وعلاقات العمل على أدائهم، وعوامل المجتمع وقيمه وتقاليده، وتكنولوجيا الاتصال، والتعرف على الصعوبات التي تواجههم عند تحريرها وإخراجها، وأهم المقترحات التي يمكن أن تسهم في تطويرها.

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

يتناول هذا الفصل الإجراءات المنهجية للدراسة وهي:

أولاً: أهم الدراسات السابقة

ثانياً: الاستدلال على المشكلة

ثالثاً: مشكلة الدراسة

رابعاً أهمية الدراسة

خامساً أهداف الدراسة

سادساً: تساؤلات الدراسة

سابعاً: فروض الدراسة

ثامناً: المتغيرات الإحصائية

تاسعاً: حدود الدراسة

عاشراً: الإطار النظري للدراسة

الحادي عشر: نوع الدراسة ومنهجها وأداتها

ثاني عشر: إجراءات الصدق والثبات

ثالث عشر: مجتمع الدراسة وعينتها

رابع عشر: الأساليب الإحصائية

خامس عشر: المفاهيم الأساسية للدراسة

سادس عشر: صعوبات الدراسة

سابع عشر: تقسيم الدراسة

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

أولاً: أهم الدراسات السابقة:

استعرض الباحث مجموعة من الدراسات ذات الصلة بتحرير العناوين وإخراجها وقسمها إلى محورين، وذلك على النحو التالي:

أولاً: دراسات خاصة بلغة العناوين وتحريرها.

ثانياً: دراسات خاصة بإخراج العناوين وتصميمها.

المحور الأول: دراسات خاصة بلغة العناوين وتحريرها:

1. دراسة Bedrichova (2016) (1):

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على لغة عناوين الصحف الإخبارية البريطانية، وصنفت عناوين القصة الإخبارية الأساسية، وحللت الجانب النحوي والتركيبى فيها، آخذة بعين الاعتبار الخصائص الدلالية للعنوان.

وتنتهي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، مستخدمة منهج الدراسات المسحية من خلال أسلوب تحليل المضمون، واستخدمت استمارة تحليل المضمون، لتحليل مقالات صحيفة "الجاردينا/Gurdina" وعملت على تحليل (76 عنواناً رئيساً، و53 عنواناً فرعياً)، خلال ثلاثة أشهر من إصدار الصحيفة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

أ. يكتفي القراء غالباً بالمعلومات الواردة في العناوين الرئيسية للمواضيع الصحفية.

ب. تعطي الموضوعية في العناوين؛ القراء فضولاً لقراءة أجزاء من المحتوى، وتجعل الصحيفة مصدرًا حصريًا للصحف الأخرى.

ت. يؤدي شكل العنوان واختيار الكلمات البسيطة في متنه؛ دورًا مهمًا في جذب القراء ويؤثر على اختيارهم لقراءة المادة الصحفية.

(1) Bedrichova, Headlines and Subheadlines In Newspaper Reporting.

2. دراسة Bukhari (2015) (1):

تهدف هذه الدراسة إلى تقييم كتابة التقارير عن التفجيرات الكبيرة في باكستان من خلال العناوين الإخبارية في الصحف الأوردية والانجليزية داخل الحدود الباكستانية، ومعرفة طريقة عرض وإبراز العناوين حسب أيولوجية الصحيفة الناشرة، ومعرفة الاختلافات في طريقة عرض الأخبار من وجهات نظر القارئ على الصحيفة.

وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وهي تقارن بين أربع صحف محلية يومية في باكستان، اثنتين أوردية واثنتين انجليزية من خلال منهج المسح، عبر أسلوب تحليل المضمون، خلال فترة شهرين امتدت من يونيو حتى سبتمبر عام 2013، باستخدام استمارة تحليل المضمون، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- أ- تعمل الصحف الأوردية على تهويل الأخبار، بينما تميل الصحف الإنجليزية إلى تبسيطها.
- ب- تعطي العناوين الإخبارية المكتوبة باللغة الأوردية وصفاً مُفصّلاً، وتركز على الحقائق على أرض الواقع بينما تستخدم الصحف الإنجليزية لغة أكثر اعتدالاً في طرح العناوين الإخبارية.
- ت- يوجد هناك تفسيرات متنوعة للعناوين الإخبارية وذلك بناءً على المضمون الإخباري والمحتوى.

3. دراسة Ramadani (2015) (2):

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الكلمات الغامضة التي تحتوي على معانٍ معجمية عديدة في عناوين صحيفة جاكارتا بوست الأندونيسية، وتصنيف أشكال الكلمات الغامضة إما من ناحية تعدد معانيها أو تجانس تهجئتها.

وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، مستخدمة منهج الدراسات المسحية، من خلال أسلوب تحليل المضمون، واستخدام استمارة تحليل المضمون، والمقابلة غير المقننة، وطبق الباحث دراسته على 9 عناوين إخبارية تحتوي على غموض معجمي، وجمع العناوين بشكل عشوائي من موقع صحيفة جاكارتا بوست، خلال الفترة الواقعة من يوليو إلى أكتوبر من عام 2014، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- أ- تحتوي جميع عناوين صحيفة جاكارتا بوست على كلمات غامضة.

(1) Bukhari, Comparative Study of Urdu and English Newspaper Headlines of Pakistan.

(2) Ramadani, Lexical ambiguity in the headlines of the Jakarta Post Newspaper.

ب- يتواجد الغموض في جميع مواد صحيفة جاكرتا بوست، لكنّ القائمين على الصحيفة يركّزون على الغموض في العنوان معتقدين أنّه يجذب القارئ.

ت- يحكم القارئ على معنى الكلمات الغامضة من خلال النظر على العنوان الرئيسي دون قراءة باقي الأخبار، وينفر من محتواها.

4. دراسة المجدوب (2015م) (1):

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد مفهوم العنوان الصحفي وأهميته ووظيفته في نشر مواد صحفية في الصحف، وتوضيح مدى فعالية هذا العنوان في لفت انتباه القارئ وجذبه إلى قراءة بعض القضايا المنشورة بالصحافة وإهماله لقضايا أخرى بسبب عدم أهميتها، وبالتالي معرفة الوظائف التي يؤديها العنوان في الصحافة.

وتتتمي هذه الدراسة إلى البحوث النظرية، حيث اعتمد فيها الباحث على المصادر والمراجع والدراسات المتخصصة في جمع المعلومات لفهم مشكلة أو ظاهرة معينة، وتوصّلت الدراسة إلى عدّة نتائج أهمّها:

أ. يعلن العنوان عن محتوى الخبر، وبالتالي يساعد القارئ على تتبع أهم الأخبار.

ب. يساعد العنوان القارئ على التنقل بسهولة بين محتويات صفحات الجرائد خاصة الصفحات التي تكثُر بها العناوين.

ت. يضفي العنوان جاذبية على الصحف ويسهم في جذب القراء على شراء الصحف مما يزيد من كميات توزيعها.

5. دراسة Tirangga (2014) (2):

تهدف هذه الدراسة إلى كشف الغموض وأنواعه الموجود في عناوين الأخبار في صحيفتي نيويورك تايمز وجاكرتا بوست، بالإضافة إلى وضع احتمالات لمعاني هذا الغموض ومعالجته.

وتتتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، مستخدمة منهج الدراسات المسحية من خلال أسلوب تحليل المضمون، وعينة الدراسة صحيفتا نيويورك تايمز وجاكرتا بوست، وطبّق الباحث دراسته على عيّنة مقدارها (25 عنواناً) من كلّ صحيفة من صحف الدراسة، خلال شهر مارس من عام 2014، وتوصّلت الدراسة إلى عدّة نتائج أهمّها:

(1) المجدوب، مفهوم العنوان الصحفي وأهميته ووظيفته في الصحافة.

(2) Tirangga, Lexical and Grammatical Ambiguities of the News Headline of The Jakarta Post, and New York Times.

أ- يوجد في صحيفة جاكارتا بوست عدد أكبر من الغموض في العناوين من مجلة نيويورك تايمز وخاصة في الغموض النحوي.

ب- بسبب استخدام الصحفي لمصطلحات غامضة في العناوين في صحيفة نيويورك تايمز أريابا لدى القراء.

ت- يضع المحرر أو الكاتب غموضًا في العناوين لجذب أكبر عدد من القراء لقراءة المقالة بالكامل.

6. دراسة Ehineni (2014) (1):

تهدف هذه الدراسة إلى فحص واختبار الكلمات الأساسية المعجمية والوظيفية في عناوين الصحف النيجيرية، ومناقشة الكلمات الأساسية المعجمية والوظيفية الموجودة في العناوين.

وتتبع هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، مستخدمة منهج الدراسات المسحية، من خلال أسلوب تحليل

المضمون، وأداة استمارة تحليل المضمون، وأجريت على خمس صحف نيجيرية محلية وهي: "The Punch،

"The Nation، The Nigerian Tribune، Vanguard، The Sun"، خلال شهري فبراير ومارس 2013،

وتوصلت الدراسة إلى عدّة نتائج أهمّها:

أ. تضم العناوين التي تحتوي على كلمات معجمية أسماء وأفعالاً وصفات، بينما هناك عناوين إخبارية

تحتوي على كلمات وظيفية تضم المحددات والتصاريف اللغوية.

ب. تستوعب عناوين الجمل الفعلية عناصر لغوية أقل من الجمل الاسمية .

ت. يتواجد عناوين معجمية أكثر من الوظيفية في العناوين الإخبارية بالصحف النيجيرية.

7. دراسة Duanprakhon (2013) (2):

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل خطاب انتقادي للغة المستخدمة في كتابة عناوين الصفحة الأولى من صحف

مشهورة في تايلند، التي تتعلق بالعنف الجسدي الذي يرتكبه الشبان الصغار، وإيجاد الملامح المنطقية للغة

المستخدمة في العناوين الإخبارية، وكشف الهويات الاجتماعية الخاصة بالمراهقين في العناوين الإخبارية.

وتتبع هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، مستخدمة منهج الدراسات المسحية، من خلال أسلوب تحليل

المضمون، وأداة استمارة تحليل المضمون، وأجريت على ثلاث صحف مشهورة في تايلاند وهي: "Thairath،

"Daily News، and Khom Chad Luek"، وحللت 97 عنوانًا منشورًا في الصفحات الأولى في الصحف

المذكورة، وتم تجميع هذه العناوين من شهر يناير إلى شهر ديسمبر من عام 2012، وتوصلت الدراسة إلى

عدّة نتائج أهمّها:

(1) Ehineni, A syntactic analysis of lexical and functional heads in Nigerian English Newspaper Headlines.

(2) Duanprakhon, Critical Discourse Analysis of News Headlines.

- أ. تستخدم الصحف التايلندية كلمات مبالغ فيها في العناوين لإعادة إحياء الصورة المتعلقة بالأعمال العنيفة، مما يثير الغضب والقلق والحذر لدى القراء.
- ب. تبرز الصحف الإخبارية عناوين الأحداث العنيفة التي تتضمن أسلحة أكثر من تلك التي تتصل بالمخدرات.
- ت. تحمل الطريقة التي تختارها الصحف بعمل التقارير وإبراز عناوينها أهدافاً وأجندة خاصة.
8. دراسة Olatunde (2013) (1):

تهدف هذه الدراسة إلى التركيز على دينامية بناء العناوين الإخبارية، والتعرف على تراكيب بنائها في بعض الصحف النيجيرية، بالإضافة إلى معرفة أنواع العناوين وتراكيبها النحوية، وتقييم مستوى المسؤولية الاجتماعية عند المحررين في كتابة العناوين الإخبارية.

وتتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، مستخدمة منهج الدراسات المسحية من خلال أسلوب تحليل المضمون، واستمارة تحليل المضمون، وقد أجريت على ثلاث صحف نيجيرية وهي: " Nigerian Tribune, The Nation, Saturday Punch"، بالتطبيق على عينة عشوائية لـ 24 عنواناً نشرت في صحيف نيجيريا خلال عام 2012، وتوصلت الدراسة إلى عدّة نتائج أهمّها:

- أ- تكتب العناوين في الصحف النيجيرية بشكل بسيط، وكذلك توظّف اللغة حسب السياق.
- ب- أظهر محررو العناوين التنافس المحترف في طريقة كتابة عناوين تحقيقاتهم وتقاريرهم.
- ت- يركّز المحررون على البساطة والوضوح بشكل أساسي في كتابة العنوان في المجالات النيجيرية.
9. دراسة Khamahani (2013) (2):

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على درجة الغموض المعجمي "تعدد المعاني"، ونسبة الغموض النحوي "الفعل والاسم" في عناوين الصحف الإخبارية المكتوبة من الصحفيين الأصليين وغير الأصليين المتحدثين بغير لغة الصحيفة الأم.

وتتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، مستخدمة منهج الدراسات المسحية، من خلال أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، باستخدام صحيفة الاستقصاء، وقد طبقت هذه الدراسة على عينة عشوائية مؤلفة من (35 طالباً) في جامعة (Tabrize Teacher Training University) في إيطاليا، وتوصلت الدراسة إلى عدّة نتائج أهمّها:

(1) Olatunde, The Dynamics of the Language of Newspaper Headlines in Nigeria.

(2) Khamahani, Focus on structural and lexical ambiguity in English newspaper headlines written by native and non-native Journalists. A Contrastive Study.

- أ. يكتب المتحدثون الأصليون بلغة الصحيفة الأم عناوينهم الإخبارية بنسبة غموض أكبر من تلك المكتوبة بواسطة الصحفيين غير الأصليين، الذين يعدّون لغة الصحيفة ثانية بالنسبة لهم.
- ب. يؤدّي تعدد معاني الكلمة الواحدة إلى صعوبة في فهم المتلقّي لمقصد الكاتب.
- ت. يهّمس طلاب الجامعة غير المتحدثين للغة الأصلية؛ قراءة المقالة كاملة ما يؤدّي إلى تفسير العناوين بشكل خاطئ.

10. دراسة Serikkyzy (2013) (1):

تهدف هذه الدراسة إلى التعرّف على عناوين الصحف الرياضية التركية، وما تحمله من مضمون يحفّز على العنف، وتوعية القراء بدلالات هذه العناوين، وتصحيح اختيارهم عن الصحف التي تتناول عناوينها موادًا إعلامية تدل على العنف.

وتتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، مستخدمة منهج الدراسات المسحية من خلال أسلوب تحليل المضمون، واستخدمت استمارة تحليل المضمون، لتحليل المانشيتات والعناوين الرئيسية لصحيفتي (fanatik) و (Fotomaç)، في الفترة الواقعة ما بين (2012/1/1)، و (2012/12/31)، وتوصّلت الدراسة إلى عدّة نتائج أهمّها:

- أ. تستخدم صحف الدراسة مصطلحات عنيفة أثناء تقديم المادة الرياضية لجمهورها مثل الدم، والحريق، والصدمة، والجيش، والسلاح، والتفجيرات، والحرب، والانتحار.
- ب. تحتوي عناوين الصحف على مصطلحات قوية في حالة اللعب مع فرق أوروبية.
- ت. تستخدم صحف الدراسة مصطلحات في عناوينها تعطي خيبة أمل لقرائها.

11. دراسة Sherpa (2012) (2):

تهدف هذه الدراسة إلى تقديم فهم كامل عن التركيب اللغوي للعناوين الإخبارية في الصحف الانجليزية، وتحليلها في سياق الكلمات الغامضة، ودراسة تفاعل الكلمات في العناوين الإخبارية التي تجذب انتباه القراء، وتخلق فضولًا وغموضًا عندهم، وتركز على فهم الإستراتيجيات الموظفة بواسطة فن تحريك الكلمات في العناوين الإخبارية.

(1) Serikkyzy, Spor Gazeteleri Manşet ve başlıklarının şiddet çağrıştıran sunumu .Fotomaç ve Fanatik Gazeteleri örneği.

(2) Sherpa, A study on strategic use of language in newspaper headlines.

وتنتهي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، مستخدمة المنهج التجريبي ومنهج الدراسات المسحية من خلال أسلوب تحليل المضمون، باستخدام استمارة تحليل المضمون أعدت لهذا الغرض، والمقابلة، وأجريت الدراسة على ثلاث صحف إخبارية في الهند وهي: "Times of India, The Hindu, Hindustan Times"، خلال شهر سبتمبر إلى نوفمبر 2011، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

أ- نالت مجلة تايمز انديا الصدارة في مدى الإبداع في عناوينها بنسبة 47.7%، يليها هندستون تايمز بنسبة 38.2% وأخيرًا صحيفة هندو 17.67% من الإبداع في عناوينها .

ب- تستخدم صحف الدراسة تراكيب لغوية غامضة وغريبة في العناوين الإخبارية.

ت- يؤدي الاستخدام السيئ لعلامات الترقيم والاختصارات الغامضة والكلمات والعبارات غير المتعلقة بالموضوع والأسماء غير المألوفة والكلمات الصعبة، في العناوين الإخبارية؛ إلى نفور القارئ من قراءتها.

12. دراسة الربيعي (2012م) (1):

تهدف هذه الدراسة إلى قياس مستوى الكفاءة الاتصالية في عناوين الأخبار، ومستوى المعالجة الأسلوبية والدلالية في صياغتها؛ وذلك من خلال استحداث مقياس كمي يستند إلى أسس بناء المقاييس ومستوياتها. وتنتهي هذه الدراسة إلى الدراسات التطبيقية، واعتمد الباحث على مقياس العنونة الخبرية، وتم تصميمه في ضوء الدراسة النظرية والاستطلاعية والإجرائية والمنهجية لموضوع البحث، وطبقه الباحث على عينة من جريدتي الزمان والمشرق بلغت خمسين عنوانًا خبريًا بواقع خمسة وعشرين عنوانًا لكل جريدة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

أ. ترتفع الكفاءة الاتصالية في عناوين الأخبار عند تناسب الأسلوب المستخدم في الصياغة مع نوع الخبر وفقًا لتقسيماته (بسيط أو مركب) ومع طبيعة الموضوع الذي يتناوله وفقًا لمجاله وأهميته (موضوع جاد أو طريف) ومع المساحة المخصصة للنشر .

ب. يرتبط صياغة عناوين الأخبار بالسياسة التحريرية للجريدة، وهذا يؤدي إلى فسح المجال أمام الجريدة لإقحام رأيها في الصياغة ويجعلها غير حيادية.

ت. تتحدد معايير الخطأ والصواب في صياغة عناوين الأخبار وفق أحكام التحرير الصحفي، وصفات الخبر وخصائصه الفنية وشروط كتابته ووظائفه.

(1) الربيعي، طرائق قياس مستوى الكفاءة الاتصالية في عناوين الأخبار دراسة في بناء مقياس العنونة الخبرية.

13. دراسة Šipošová (2011) (1):

تهدف هذه الدراسة إلى التركيز على سرعة نقل الأخبار وعرضها على شبكة الانترنت نتيجة التطور التكنولوجي في وسائل الإعلام، الذي جعل كثيرًا من الصحف تعرض أخبارها على الانترنت مباشرة، وركزت الرسالة على دراسة العناوين الرئيسية والفرعية في صحيفة "The Sun" البريطانية، والعلاقة بينها والتأثير على نزاهة الأخبار.

وتتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، مستخدمة منهج الدراسات المسحية من خلال أسلوب تحليل المضمون، باستخدام استمارة تحليل المضمون، التي طبقت على صحيفة The Sun البريطانية، على فترتين مختلفتين، الأولى شهر أكتوبر 2010، والثانية من شهر يناير حتى فبراير 2011، وقسمت الدراسة إلى قسمين، الفترة الأولى وتشمل على 15 عنوانًا، والفترة الثانية وتشمل 15 عنوانًا آخر، وتوصلت الدراسة إلى عدّة نتائج أهمّها:

أ. تعدّ العناوين الإخبارية أهمّ جزء في المواد الصحفية، وهي أول ما يشاهده القارئ عند قراءة الصحيفة.
ب. يوجد ميول في استخدام العبارات والجمل البسيطة، ورغم ذلك هناك اختلاف بسيط بين العناوين الرئيسية والفرعية.

ت. تستخدم الصحيفة في عناوينها جملاً مركّبة بشكل كبير، وصيغة المبني للمجهول، بينما في العناوين الفرعية تستخدم الفعل المضارع البسيط.

14. دراسة Brandenstein (2011) (2):

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين العناوين السياسية والإثارة في الصفحة الأولى لصحيفة Modern Metropolitan Newspaper الإخبارية التي تعد ملحقات لست صحف أخرى، ودراسة تاريخ العناوين الإخبارية ودورها في المجتمع.

وتتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، مستخدمة المنهج التاريخي والمنهج المسحي، واستخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون، معتمدة على عينة عشوائية مكونة من (22 تقريراً) من محتوى الإثارة لست صحف إخبارية من ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية؛ في فترة شهرين، وتوصلت الدراسة إلى عدّة نتائج أهمّها:

أ- تحتوي أغلبية العناوين الإخبارية من عناوين سياسية وغير سياسية على كمية كبيرة من الإثارة.

(1) Šipošová, Headlines and Subheadlines: Tense, Modality and Register, Based on Discourse Analysis of the British Tabloid.

(2) Brandenstein, Sensationalism and political headlines; an exploration of front page headline.

ب- تزداد مستويات تضمين الإثارة في العناوين الإخبارية منذ عام 1932.
ت- ارتفع استخدام الإثارة في الصحف الإخبارية في آخر 80 عامًا، وذلك بناءً على التطور الذي طرأ على الانترنت والهواتف الذكية، الأمر الذي أدى إلى إيجاد نوع من التنافس بين القراء.

15. دراسة Juliana (2010) (1):

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على القواعد المختلفة بين اللغات من خلال قراءة العناوين الإخبارية، وإمكانية اختلاف القواعد بشكل تام من لغة لأخرى، وذلك من خلال وصف وتعريف ملامح معينة من العناوين الإخبارية المكتوبة بلغة التلغوغ -وهي لغة يتحدّث بها الفلبينيون-، كما وسيتم المقارنة بين العناوين المكتوبة بلغة التلغوغ وتلك المكتوبة باللغة الإنجليزية.

وتنتهي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، مستخدمة منهج الدراسات المسحية من خلال أسلوب تحليل المضمون، وباستخدام استمارة تحليل المضمون، وأسلوب المقارنة حيث تمّ المقارنة بين الصحف التلغوغ والصحف الإنجليزية، وأجريت الدراسة على المواقع الإلكترونية الفلبينية، وتمّ اختيار (100 عنوان) بشكل عشوائي، خلال ثلاثة أشهر من خريف 2010، وتوصلت الدراسة إلى عدّة نتائج أهمّها:

- أ. تعتمد العناوين المكتوبة بلغة التلغوغ على قواعد لغوية مميزة عن تلك الموجودة في الإنجليزية.
- ب. تعكس العناوين بلغة التلغوغ اللغة العامية ولغة التحدث أكثر من الأسلوب الرسمي والكتابي.
- ت. يعد أكثر أمر بارز في العناوين الإخبارية المكتوبة بلغة التلغوغ هو ترتيب الكلمات وعلاقتها ببعضها.

16. دراسة إسماعيل (2009م) (2):

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على ظاهرة العنونة في الصحافة المكتوبة وبشكل خاص تحليل العناوين الرئيسية وانتظام العنوان الرئيسي والعناصر اللغوية والأيقونية التي تظهر في الصفحة الأولى بالصحف الفرنسية.

وتنتهي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، مستخدمة المنهج السيميائي الذي يدرس كل أنساق العلامات أو الرموز التي بفضلها يتحقق التواصل بين الناس، واعتمد الباحث على تحليل العناوين الرئيسية التي تظهر في الصفحة الأولى في ثلاث جرائد وهي " ليبراسيون، ولوموند، ولوفيجارو"، وتتكون عينة البحث من ستين عدداً موزعة بالتساوي على ثلاث جرائد، تمّ تحليل نصوصها، وتوصلت الدراسة إلى عدّة نتائج أهمّها:

- أ- تعتمد صحيفة ليبراسيون على إعطاء مساحة كبيرة للعناوين الممتدة على صفحتها الأولى.

(1) Juliana, Secrets of Tagalog Headlines Revealed: An examination of Tagalog headline grammar.

(2) إسماعيل، تحليل عناوين الصحف الفرنسية.

- ب- تعتمد صحيفة لوفيغارو على عناوين مليئة بالإثارة لجذب القراء.
- ت- تقدم صحيفة ليبراسيون العنوان الرئيسي في طابع إخباري لجذب القراء.
17. دراسة (2009) Abu-Al-Sha'r (1):

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة أثر قراءة الطلاب لعناوين الصحف الإخبارية إلكترونياً على قدراتهم في القراءة، وتم تشكيل مجموعتين الأولى تجربة والثانية ضابطة، وتم تدريب المجموعة الأولى على قراءة وتحليل الملامح النحوية في العناوين الإخبارية في الصحف المحلية على الإنترنت، وتلقت المجموعة الثانية تدريباً في كيفية قراءة وترجمة العناوين الإخبارية إلكترونياً، وذلك باستخدام أنظمة الترجمة المجانية على الإنترنت، ومن ثم مقارنة النتائج مع ما يقابلها بالصحف العربية المحلية.

وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، مستخدمة منهج الدراسات المسحية، من خلال أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، وأداة صحيفة الاستقصاء على طلبة الجامعات للبحث في مدى اعتيادهم على قراءة العناوين الإخبارية إلكترونياً، بحيث يتكون نموذج هذا الاستقصاء من 47 طالباً جامعياً من طلاب اللغة الإنجليزية، خلال الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي 2008/2007 في جامعة آل البيت في الأردن، وتوصلت الدراسة إلى عدّة نتائج أهمّها:

- أ- تستخدم العناوين الإخبارية في صحف الدراسة؛ عبر الإنترنت لأهداف التعليم في المستوى المتقدم.
- ب- تطوّر ممارسة قراءة العناوين الإخبارية على الإنترنت من قدرات الطلاب في القراءة وسوف يمكنهم من التفاعل مع اللغة الحقيقية، والمحتوى يعزز من اكتسابهم للمفردات اللغوية ويزيد من وعيهم الثقافي في قضايا مختلفة.

- ت- يرى الطلاب أن قراءة العناوين الإخبارية إلكترونياً ممتعة أكثر.
18. دراسة (2008) De Kok (2):

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على طريقة جديدة في إنتاج العناوين، وهي طريقة الـ "تي بي ايل"، التي تعمل على تحسين العناوين الإخبارية من خلال نظام كامل من التحويلات والدوائر التحويلية للإتيان بأفضل النتائج للعنوان الخبري من الناحية اللغوية ومن ناحية طول العنوان الخبري، وبشكل عام من ناحية توليد عنوان إخباري ممتاز.

(1) Al-Sha'r, Effect of reading on-line local newspaper headlines on developing university students' reading skills in English.

(2) De Kok, Headline generation for Dutch newspaper articles, through transformation-based learning.

وتتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، مستخدمة منهج الدراسات المسحية، من خلال أسلوب تحليل المضمون، باستخدام استمارة تحليل المضمون، وتمّ تقييم هذا النظام الموصوف في هذه الرسالة من مجموعة أخبار عام 2002، وباستخدام نصوص من دار النشر "زيف دافيس/The Ziff-Davis" وتتكون هذه النصوص من مقالات من الصحف الإخبارية المعلنة عن طريق الحاسوب، وبعض المقالات المزدوجة مع ملخصات مكتوبة يدويًا، وتم استخراج 1067 جملة مزدوجة حيث تم استخدام 1035 جملة للتدريب، و32 جملة تم استخدامها لاختبار النظام، وتوصلت الدراسة إلى عدّة نتائج أهمّها:

أ. يوآد النظام قواعد جديدة في إنتاج العناوين الصحفية، تعكس ثقافة لغوية في العناوين.
ب. تخزّن التعليمات داخل النظام ويحررها من تلقاء نفسه، ولا يتطلب ذلك العمل اليدوي الذي يُستخدم في قواعد الكتابة.

ت. يحتاج هذا النظام بأن يزود بنماذج من العناوين الصحفية لتعليم القواعد اللغوية.

19. دراسة Bill (2006) (1):

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل العناوين الإخبارية، والنظر في الملامح اللغوية الشائعة مع التركيز على الاختلاف في التصورات اللغوية.

وتتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، مستخدمة منهج الدراسات المسحية من خلال أسلوب تحليل المضمون، وباستخدام استمارة تحليل المضمون، واعتمدت الدراسات على جمع البيانات من صحف صينية متنوعة في هونج كونج، وركّزت على نوعين من الصحف الإخبارية السائدة في السوق المحلي، وهما الصحف الشعبية والتقليدية، وتمّ تطبيق الدراسة على خمس صحف شعبية وهي: "Apple Daily, Oriental Daily, Wen", "The Sun, Singpao Daily News, Hong Kong Daily News", وعشر صحف تقليدية وهي: "Wen Wei Po, Ta Kung Pao, Mingpao Daily, Hong Kong Economic Journal, Hong Kong Economic Times, The South China Morning Post, The Standard, China Daily"، وتوصلت الدراسة إلى عدّة نتائج أهمّها:

أ. يُستخدم المبني للمجهول بشكل واسع في العناوين الإخبارية الصينية.
ب. تستخدم الصحف الصينية المصطلحات العامية والكلمات البسيطة والمفردات وتهمل المفاهيم المتداخلة في العناوين الإخبارية.
ت. تقصّر الصحف الصينية العبارات الطويلة لتبسيط الجملة.

(1) Bill, A study of linguistic features in Hong Kong Chinese newspaper headlines.

20. دراسة Dor (2003) (1):

تهدف هذه الدراسة إلى عرض توضيحي لعناوين الصحف الإخبارية من نظرية Sperber and Wilson خلال عام 1986، من خلال دعم ادعاء بأن العناوين مُصممة لتحسين ما يتعلق بالمقال أسفل العنوان وذلك من أجل القراء.

وتنتهي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، مستخدمة المنهج التجريبي، من خلال استخدام دراسة تجريبية أجريت على صحيفة (Ma'ariv) الإسرائيلية، وذلك باستخدام عينة عشوائية من عامي 1996-1998، وتوصلت الدراسة إلى عدّة نتائج أهمّها:

- أ- تساعد العناوين الإخبارية الناجحة القراء المغمورين في قراءة المجالات وزيادة المعرفة بالنص.
- ب- تساعد العناوين الجيدة القراء في استنتاج الحد الأقصى من الآثار السياقية في أقل جهد للمعالجة.
- ت- ترشد العناوين القراء إلى القصص المناسبة لهم بدلاً من قراءة نص كامل لمعرفة إذا كان ذلك مناسباً للقارئ.

21. دراسة حجّي (2002م) (2):

تهدف هذه الدراسة إلى دراسة الخواص الصرفية والتركييبية والدلالية لعناوين الصحافة الفلسطينية، والتفريق بين بنية العنوان والنص الخبري، وذلك بهدف التعرف على بنية العنوان وبعض المعاني الوظيفية التي يؤديها.

وتنتهي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، مستخدمة منهج الدراسات المسحية، من خلال أسلوب تحليل المضمون، باستخدام استمارة تحليل المضمون، وأجرى الباحث دراسته على صحف فلسطينية وهي: "القدس، الحياة الجديدة، وصحيفة الرسالة الأسبوعية"، واختار عينة من العناوين مجموعها (4000) عنواناً، خلال الفترة الزمنية من أوّل يناير (2000) إلى آخر ديسمبر (2001)، وتوصلت الدراسة إلى عدّة نتائج أهمّها:

- أ. يظهر جمع المصدر بشكل واضح وبنسبة كبيرة في عناوين الصحف الفلسطينية.
- ب. نسبة استخدام الجملة المثبتة أعلى من استخدام الجملة المنفية أو الاستفهامية في عناوين الصحف الفلسطينية.

(1) Dor, On newspaper headlines as relevance optimizer.

(2) حجّي، عناوين الصحافة الفلسطينية: دراسة لغوية تركيبية.

ت. يندر استخدام الفعل المبني للمجهول في وحدة عناوين صحف الدراسة.

22. دراسة الحاج (2001م) (1):

تهدف هذه الدراسة إلى دراسة عناوين الصحف القطرية، والوقوف على التطور الذي طرأ على بناء الجملة العربية المعاصر المستخدمة في لغة الصحافة.

وتتنمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، مستخدمة المنهج اللغوي الذي يقف على التغييرات التحولية الخاصة بالجملة البسيطة في عناوين الصحف، ووصف هذا التغيير دون أن يهدف إلى الحكم على هذا التطور بشيء من التقويم، وقد ارتكز المنهج على النظرية التوليدية التحولية مع الإفادة مما ورد عند الأوائل من علماء اللغة، وأجرى الباحث دراسته على تحليل (559) عنوانًا مأخوذًا من الصحف الثلاث التي تصدر في دولة قطر، وهي "الراية، والشروق، والوطن"، خلال عام 1997، وتوصلت الدراسة إلى عدّة نتائج أهمّها:

أ. تسعى الصحف إلى ترغيب القارئ في اقتناء الصحيفة والحرص على قراءة أخبارها من خلال تلخيص مضمون رسالة الخبر.

ب. تؤدّي العناصر التكميلية في الجملة الفعلية دورًا مهمًا في تحقيق متطلبات التعبير عن مضمون الخبر الصحفي.

ت. تجذب العناوين المشوّقة اهتمام القارئ، ويفرض ذلك على الصحف التركيز على بعض العناصر البنائية.

المحور الثاني: دراسات خاصة بإخراج العناوين وتصميمها:

23. دراسة رشيد، وعزيز (2013م) (2):

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة فن إخراج العنوان الصحفي في الصفحة الأولى لجريدة الصباح العراقية ومدى الاستعادة من تقنيات وبرامج التصميم الحديثة من خلال معرفة أنواع وأشكال وألوان الحروف المستخدمة وقواعد كتابة العنوان الصحفي وبرامج التصميم المستخدمة في معالجته.

(1) الحاج، الجملة البسيطة في عناوين الصحف القطرية بين متطلبات المعنى والصحة النحوية.

(2) رشيد، وعزيز، فن إخراج العنوان الصحفي في الصفحة الأولى لجريدة الصباح العراقية للمدة من 2012/1/1 ولغاية 2012/1/31.

وتتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، مستخدمة منهج الدراسات المسحية، وأسلوب المسح الإعلامي لوسائل الإعلام، وتحليل المضمون، باستخدام استمارة تحليل المضمون، وأجرى الباحث دراسته على صحيفة الصباح العراقية، وتوصلت الدراسة إلى عدّة نتائج أهمّها:

أ- تتعدد أنواع العناوين المستخدمة في الصفحة الأولى كالعنوان الممتد والعنوان العمودي والمانشيت وذلك تبعًا لأهمية الأخبار وعمل توازن في الصفحة.

ب- تعتمد صحف الدراسة على لونين في كتابة العناوين وهما اللون الإضافي (الأحمر) لكتابة المانشيت واللون الأساس (الأسود) لكتابة بقية أنواع العناوين.

ت- تتعدد أحجام الحروف المستخدمة في الصفحة الأولى لجريدة الصباح تبعًا لأهمية الأخبار والمواضيع المنشورة.

24. دراسة يعقوب (2010م) (1):

تهدف هذه الدراسة إلى دراسة مظاهر وأسباب التطور في طباعة الصحف المصرية اليومية وأثرها على تطور إخراج عناوين الصفحة الأولى من حيث الشكل والوظيفة، ودراسة تأثير التطور التقني في طباعة الصحف على القيم الجمالية والوظيفية لعناوين الصفحة الأولى، ودراسة مقارنة بين الأشكال المختلفة لكتابة عناوين الصفحة الأولى على الملتي وعلاقة ذلك بالتطور في الأساليب الجرافيكية.

وتتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التطورية، مستخدمة منهجي المسح والمقارن من خلال أسلوب تحليل المضمون وأساليب الممارسة الإعلامية، باستخدام استمارة تحليل المضمون وصحيفة الاستقصاء، وقد طبقت الدراسة التحليلية على عينة عشوائية لأعداد صحيفة الأهرام من عام 1940 وحتى عام 2005، أمّا الدراسة الميدانية فقد أجريت على عينة عشوائية من المتخصصين والقراء في جريدة الأهرام، ونهضة مصر، وروز اليوسف، وكلية الفنون التطبيقية، وكلية الفنون الجميلة، وكلية الإعلام بمصر، وتوصلت الدراسة إلى عدّة نتائج أهمّها:

أ- يفضّل 66% من عينة الدراسة الخطوط الرقمية في صياغة العناوين، و84% يرون أنّ تصميم العناوين واضح في صحف الدراسة، و26% يرون أنّ العناوين تمتاز بجودة الطباعة.

ب- يفضّل 64% من المبحوثين كثافة الألوان أثناء تصميم عناوين الصحيفة.

(1) يعقوب، تطور إخراج عناوين الصفحة الأولى في الصحف المصرية وعلاقتها بتطور القيم الجمالية والوظيفية والتقنية للحرف الطباعي: دراسة حالة على صحيفة الأهرام من عام 1940 إلى عام 2005.

ت- يوافق 100% من المبحوثين على أنّ توزيع العنوان الرئيسي والفرعي داخل الصفحة الأولى كان موفقاً.
25. دراسة ربيع (2004م) (1):

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الخصائص المميزة لتحريّر العناوين وإخراجها بصفتها فناً من الفنون الصحفية وتقويم الوضع الراهن للأسس والقواعد المتبعة في هذا المجال.

وتنتهي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، مستخدمة منهج الدراسات المسحية ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة بتطبيق أحد أنماطه وهو المنهج المقارن، باستخدام استمارة تحليل المضمون والمقابلة غير المقننة على عينة من صحف: "الأهرام، والوفد، والشرق الأوسط"، خلال الفترة من 1990 إلى 1993، وتوصّلت الدراسة إلى عدّة نتائج أهمّها:

أ- تخضع التصنيفات التحريرية للعناوين الصحفية لبعض المقاييس من بينها الطابع العام له واللغة والأسلوب وحجم العنوان وكذلك الدور والوظيفة التي تريد الصحيفة توصيلها للقارئ عن طريق العنوان.

ب- تعتمد الصحف على استخدام العناوين الإخبارية بصفة أساسية وتأتي العناوين غير الإخبارية في المرتبة التالية.

ت- يقل استخدام فعل الأمر داخل العناوين الصحفية، ويرجع ذلك إلى كونها ذات طبيعة إعلامية وليست ذات طبيعة توجيهية.

26. دراسة Kingery (2000) (2):

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أساليب طباعة عناوين الصحف المعروضة على شاشات الحاسوب، وكيفية عرض العناوين الإخبارية في الصحف الإلكترونية، ومدى تأثير الأسلوب الطباعي والتصميم للعناوين على سرعة اكتساب المعلومات، ودرست الدراسة العوامل المؤثرة في تصميم العناوين، وهي "حجم الخط، ودقة الشاشة، وحجم الشاشة، وأسلوب تصميم حروف الطباعة".

وتنتهي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، مستخدمة المنهج التجريبي ومنهج الدراسات المسحية من خلال أسلوب تحليل المضمون، باستخدام استمارة تحليل المضمون على عيّنة من صحيفة "The

(1) ربيع، تحرير وإخراج العناوين الصحفية دراسة تحليلية مقارنة على عينة من صحف الأهرام - الوفد - الشرق الأوسط خلال الفترة من 1990 إلى 1993.

(2) Kingery, An Analysis of Digital Typography and Page Layout for Headlines in Electronic Newspaper.

Bryan/Collage-station Eagle"، خلال شهر مارس عام 2000، كما تمّ استخدام صحيفة الاستقصاء على 28 طالبًا متطوعًا من جامعة (Texas A&M University)، وتوصّلت الدراسة إلى عدّة نتائج أهمّها:

أ- لا يؤثر أسلوب طباعة الحروف على مدى سرعة قراءة العناوين الإخبارية الإلكترونية.

ب- لا يؤثر أسلوب طباعة الحروف على وضوح العناوين الإخبارية.

ت- يعد حجم الخط النموذجي المستخدم في كتابة العناوين بين 14-18 درجة.

موقع الدراسة من الدراسات السابقة:

يمكن الوقوف على موقع الدراسة من الدراسات السابقة على النحو الآتي:

أ. تتفق هذه الدراسة مع جميع دراسات العناوين المذكورة في المحورين في انتمائها للبحوث الوصفية، باستثناء دراسة المجدول (2015)، إذ تنتمي إلى البحوث النظرية.

ب. تتفق هذه الدراسة مع معظم الدراسات السابقة في استخدامها منهج الدراسات المسحية، إلا أنّ بعض الدراسات استخدمت مناهج أخرى مثل دراسة (2012 Sherpa) التي استخدمت المنهج التجريبي بجانب المسحي، ودراسة (2011 Brandenstein)، التي استخدمت المنهج التاريخي بجانب المسحي، ودراسة إسماعيل (2009)، التي استخدمت المنهج السيميائي، ودراسة (2013 Dor) التي استخدمت المنهج التجريبي، ودراسة ربيع (2004) التي استخدمت منهج العلاقات المتبادلة بجانب المسحي، ودراسة يعقوب (2010)، التي استخدمت المنهج المقارن بجانب المسحي، ودراسة (2000 KINGERY) التي استخدمت المنهج التجريبي بجانب المسحي، ودراسة الحاج (2001) التي استخدمت النظرية التوليدية.

ت. اختلفت هذه الدراسة مع معظم الدراسات التي استخدمت استمارة تحليل المضمون، باستثناء دراسة (2009 Al-Sha'r)، ودراسة (2013 Khamahani)، ودراسة يعقوب (2010)، ودراسة (2000 KINGERY) التي استخدمت صحيفة الاستقصاء وهو ما تشابه مع هذه الدراسة.

ث. لم تتناول أي من الدراسات السابقة موضوع العوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية.

ج. تختلف هذه الدراسة عن جميع الدراسات السابقة من حيث مجتمعها وعيّنتها، إذ لم تدخل أي من الدراسات السابقة القائم بالاتصال في الصحف الفلسطينية اليومية ضمن مجتمعها وعيّنتها.

ح. معظم الدراسات التي تحدّثت عن العناوين أجنبية، ووفقاً لاطّلاع الباحث فقد وجد ندرة في الدراسات العربية في هذا الجانب باستثناء دراسة "ربيع (2004)، وعزيز (2013)، وإسماعيل (2009)، والريعي (2012)، ويعقوب (2010)، والمجدوب (2015)، والحاج (2001)، وحجّي (2002).

خ. معظم دراسات العناوين اهتمّت بالكلمات الغامضة المستخدمة في العناوين الإخبارية، واستخدام الكلمات المعجمية والوظيفية في العناوين، وبعض الدراسات تناولت اللغة المستخدمة من ناحية البناء للمعلوم والمجهول، والكلمات البسيطة، وهناك دراسات أخرى تناولت دينامية بناء العناوين، وأخرى أيضاً تناولت مستوى الكفاءة الاتصالية للعناوين، في حين تهتم هذه الدراسة بدراسة العوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها بالصحف الفلسطينية.

د. جرت معظم الدراسات السابقة في عديد من الدول، مثل مصر، وبغداد، وقطر، وهولندا، وبلجيكا، وباكستان والهند وإندونيسيا، وتركيا، وأمريكا، ودول أوروبية وغيرها، وليس هناك أي دراسة في فلسطين -حسب علم الباحث- عن هذا الموضوع، ولذا تكون هي الأولى التي ستتناول العوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية.

ومما سبق يتضح أنّ الدراسة جديدة في مجالها وموضوعها وأسلوبها ومجتمعها وعينتها، الأمر الذي يدفع نحو البحث في هذا الموضوع؛ للوقوف على العوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

أ. استفاد الباحث من الدراسات السابقة في صياغة مشكلة الدراسة، وأهدافها، وتساؤلاتها، وفروضها.
ب. التعرف على أهم المناهج والأساليب المستخدمة في الدراسات السابقة، وخاصة ذات الصلة بمسح أساليب الممارسة الإعلامية.

ت. استفاد الباحث من الدراسات السابقة في تحديد نوع الدراسة ومنهجها وأداتها.

ث. استفاد الباحث كثيراً من الدراسات السابقة في بناء الإطار المعرفي للدراسة، بما تشمله من معلومات وما تتضمنه من عناوين للكتب والدراسات العلمية.

ج. استفاد الباحث من الدراسات السابقة في تصميم صحيفة الاستقصاء، من خلال ما تتضمنه من محاور وأسئلة متنوعة.

ح. سيستفيد الباحث من الدراسات السابقة في مقارنة النتائج التي سيتوصّل إليها، بالنتائج التي توصلت إليها في مجالي تحرير العناوين الصحفية وإخراجها.

ثانياً: الاستدلال على مشكلة الدراسة:

من خلال متابعة الباحث لتحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية، لاحظ أنّ هنالك تبايناً في اهتمام الصحف الفلسطينية اليومية بصياغتها وإخراجها، وجعلها أكثر جاذبية وتأثيراً، ويرجع ذلك إلى عدّة عوامل، وهو ما دفعه إلى إجراء دراسة استكشافية للاستدلال على المشكلة، وجرى الدراسة على المحررين بواسطة صحيفة الاستقصاء، ودراسة على المخرجين بواسطة المقابلة المفتوحة:

الدراسة التي أجريت على المحررين:

تضمنت هذه المرحلة دراسة استكشافية على عينة من الصحفيين والصحفيات العاملين في الصحف الفلسطينية اليومية الأربع (فلسطين، والحياة الجديدة، والأيام، والقدس)، للتعرف على أهم العوامل المؤثرة في تحرير العناوين الصحفية، وشملت الدراسة (30 صحفياً) ⁽¹⁾ وكشفت عن النتائج الآتية: (*)

1. تؤثر العوامل الذاتية على محرري العناوين بالصحف الفلسطينية اليومية بدرجة إيجابية عند مستوى دلالة إحصائية ($\alpha=0.05$)، بنسبة (73.44%).
2. يتحلّى محررو العناوين بالصحف الفلسطينية اليومية بالقيم المهنية بدرجة محايدة عند مستوى دلالة إحصائية ($\alpha=0.05$)، بنسبة (51.60%).
3. تؤثر قيم المجتمع وتقاليده على محرر العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية بدرجة إيجابية عند مستوى دلالة إحصائية ($\alpha=0.05$)، بنسبة (62.74%).
4. تؤثر عوامل الجمهور في قرارات محرري العناوين بالصحف الفلسطينية اليومية بدرجة إيجابية عند مستوى دلالة إحصائية ($\alpha=0.05$)، بنسبة (70.17%).

(1) أجريت هذه الدراسة من 2016/12/12 إلى تاريخ 2016/12/17.

- الأوزان النسبية الأقل من 30% تشير إلى اتجاهات سلبية جداً.
- الأوزان النسبية من 30% - أقل من 50% تشير إلى اتجاهات سلبية.
- الأوزان النسبية من 50% - أقل من 60% تشير إلى اتجاهات محايدة.
- الأوزان النسبية من 60% - أقل من 80% تشير إلى اتجاهات إيجابية.
- الأوزان النسبية من 80% فما فوق تشير إلى اتجاهات إيجابية جداً.

5. تؤثر الانتماءات والجماعات المرجعية على محرري العناوين بالصحف الفلسطينية اليومية بدرجة محايدة عند مستوى دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$)، بنسبة (55.78%).
6. يؤثر استخدام الصحفيين للوسائل التقنية الحديثة في تحرير العناوين بالصحف الفلسطينية اليومية بدرجة إيجابية عند مستوى دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$)، بنسبة (68.53%).
7. تحلّي محرري العناوين بالصحف الفلسطينية اليومية بالقيم المهنية بدرجة إيجابية عند مستوى دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$)، بنسبة (74.19%).
8. تؤثر العوامل على أداء الصحفيين المهني في تحرير العناوين الصحفية بدرجة إيجابية عند مستوى دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$)، بنسبة (64.25%).

الدراسة التي أجريت على المخرجين:

أجرى الباحث دراسة استكشافية أخرى، استخدم بها أداة المقابلة المفتوحة مع عينة من المخرجين في الصحف الفلسطينية اليومية (فلسطين، الحياة الجديدة، القدس، الأيام)، حيث أجرى مقابلة غير مقننة مع أربعة مخرجين صحفيين بواقع مخرج من كل صحيفة من صحف الدراسة، وخرج بالنتائج الآتية (1):

اتضح أنه يتم اتخاذ قرار إخراج العناوين في صحف عينة الدراسة؛ وفقاً لعدة عوامل تؤثر في إخراجها، وأهمّها:

1. المخرج الصحفي في الصحف الفلسطينية اليومية لا يمتلك قراراً حراً في طريقة إبراز العنوان أو تهميشه، كون مدير ديسك التحرير يعطيه تعليمات حول مكان وطريقة وضع العنوان.
2. تؤثر سياسة الصحيفة في إخراج العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية بدرجة كبيرة، لا سيما أنّها تفرض طابعاً معيناً على المخرجين.

(1) أجرى الباحث مقابلات مفتوحة مع أربعة مخرجين من صحف الدراسة، وهم:

- أ- فادي أحمد، رئيس قسم الإخراج في صحيفة فلسطين، محمد أبو زائدة (مقابلة شخصية: 28 سبتمبر 2016).
- ب- إسلام نصار، مخرج صحفي في صحيفة الحياة الجديدة، محمد أبو زائدة (اتصال شخصي: 14 نوفمبر 2016).
- ت- صالح عيد، مشرف القسم الفني في صحيفة القدس، محمد أبو زائدة (اتصال شخصي: 16 نوفمبر 2016).
- ث- عصام قمحية - مخرج في صحيفة الأيام، محمد أبو زائدة (اتصال شخصي: 16 نوفمبر 2016).

3. يكتسب المخرج الصحفي في الصحف الفلسطينية اليومية خبرته من خلال الممارسة بشكل أساسي، ويكتسب تميّزاً من خلال اجتهاداته في متابعته لطريقة عرض الصحف العربية والأجنبية لعناوينها، ويستفيد من ذلك في الجوانب الفنية.
4. تحظى القيم المهنية بأهمية كبيرة لدى مخرجي العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية، لأنهم مراقبون من الإدارة العليا.
5. لا تؤثر قيم المجتمع وتقاليدته على مخرجي العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية.
6. تؤثر عوامل الجمهور وردود فعلهم في قرارات مخرجي العناوين بالصحف الفلسطينية اليومية بدرجة متوسطة.
7. الوسائل التقنية الحديثة تؤثر بدرجة كبيرة في إخراج عناوين الصحف.
8. تعد المساحة والوقت من أبرز العوامل المؤثرة في إخراج العناوين بالصحف الفلسطينية اليومية، وخاصة عناوين الصفحة الأولى.

ثالثاً: مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في التعرف على العوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية، من خلال دراسة العوامل الذاتية، والعوامل التي تتصل بطبيعة الرسالة، والخاصة بالجمهور، والانتماءات والجماعات المرجعية، والضغوط المهنية وعلاقات العمل، وعوامل المجتمع وقيمه وتقاليدته، وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، والقيم المهنية التي ينبغي أن يتحلّى بها المحررون والمخرجون، والصعوبات التي تواجههم ومقترحاتهم نحو تحسين تحرير العناوين وإخراجها.

رابعاً: أهمية الدراسة:

ترجع أهمية هذه الدراسة إلى عدة اعتبارات تتصل مباشرة بالدور الذي يفترض أن تقوم به العناوين كفن صحفي، وتتشكل هذه الأهمية من خلال النقاط الآتية:

1. تعد هذه الدراسة-حسب علم الباحث-هي الأولى من نوعها في فلسطين، التي تتناول العوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية.
2. تقدم الدراسة تقييماً موضوعياً لفن العناوين وأنواعها وخصائصها وشروط كتابتها من جانبي التحرير والإخراج.
3. تستمد الدراسة أهميتها من أهمية دراسة العوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها عند المحررين والمخرجين، ومعرفة الأسباب الكامنة وراء ذلك.

4. الإسهام في تحديد سبل النهوض بالعناوين في الصحف الفلسطينية اليومية.
5. تسليط الضوء على أهم الضغوط والمعوقات التي يتعرّض لها محررو ومخرجو العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية.
6. محاولة تقديم مقترحات وحلول تسهم في تحسين ظروف عمل محرري ومخرجي العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية، لصياغة عناوين أكثر مهنية.

خامسًا: أهداف الدراسة:

- يتمثل الهدف الرئيس للدراسة في: التعرف على العوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية، وقد تمّ بلورة هذا الهدف في مجموعة من الأهداف على النحو الآتي:
1. التعرف على مدى تأثير العوامل الذاتية والانتماءات والجماعات المرجعية على الصحفيين في تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية.
 2. التعرف على مدى تأثير العوامل التي تتصل بطبيعة الرسالة وعوامل الجمهور على قرارات الصحفيين عند تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية.
 3. التعرف على مدى تأثير الضغوط المهنية وعلاقات العمل على الصحفيين عند تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية.
 4. التعرف على مدى تأثير عوامل المجتمع وقيمه وتقاليده واستخدام الصحفيين للتكنولوجيا في تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية.
 5. التعرف على أهم القيم المهنية التي ينبغي أن يتحلّى بها الصحفيون عند تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية.
 6. التعرف على أهمّ الصعوبات التي تواجه الصحفيين عند تحرير العناوين وإخراجها ومقترحاتهم نحو تحسين تحريرها وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية.

سادسًا: تساؤلات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن التساؤل الرئيسي للدراسة المتمثل في: "ما العوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية"، ومن هذا السؤال الرئيسي تم اشتقاق مجموعة من الأسئلة الفرعية على النحو التالي:

1. ما مدى تأثير العوامل الذاتية للصحفيين في تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية؟
2. ما مدى تأثير العوامل التي تتصل بطبيعة الرسالة على الصحفيين عند تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية؟
3. ما مدى تأثير العوامل الخاصة بالجمهور على قرارات الصحفيين عند تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية؟
4. ما مدى تأثير الانتماءات والجماعات المرجعية على الصحفيين عند تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية؟
5. ما مدى تأثير الضغوط المهنية وعلاقات العمل على الصحفيين عند تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية؟
6. ما مدى تأثير عوامل المجتمع وقيمه وتقاليده على الصحفيين عند تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية؟
7. ما مدى تأثير استخدام الصحفيين للتكنولوجيا في تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية؟
8. ما أهم القيم المهنية التي ينبغي أن يتحلّى بها الصحفيون عند تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية؟
9. ما أهمّ الصعوبات التي يواجهها الصحفيون عند تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية؟
10. ما أهم المقترحات التي يمكن أن تسهم في تحسين تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية؟

سابعًا: فروض الدراسة:

1. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية، والعوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها (العوامل الذاتية، والعوامل التي تتصل بطبيعة الرسالة الإعلامية، والعوامل الخاصة بالجمهور، والعوامل الخاصة بالانتماءات والجماعات المرجعية، والعوامل الخاصة بالضغوط المهنية، وعوامل المجتمع وقيمه وتقاليده، وعوامل

استخدام الصحفيين للتكنولوجيا، والعوامل الخاصة بالقيم المهنية)، وينبثق عن هذا الفرض الرئيسي ما يلي:

أ. الفرض الفرعي الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين تحرير العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية والعوامل المؤثرة في تحرير العناوين.

ب. الفرض الفرعي الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين إخراج العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية والعوامل المؤثرة في إخراج العناوين.

2. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في العوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية، وفقاً للمؤهل العلمي، والخبرة في العمل للمبجوثين، ونبثق عن هذا الفرض الرئيسي ما يلي:

أ. الفرض الفرعي الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين العوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية والمؤهل العلمي.

ب. الفرض الفرعي الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين العوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية والخبرة في العمل.

ثامناً: متغيرات الدراسة:

وضع الباحث مجموعة من المتغيرات لدراسته، وهي على النحو التالي:

- 1- النوع: وله مستويان، ذكر وأنثى.
- 2- العمر: وله أربعة مستويات، من 20 سنة إلى أقل من 30 سنة، ومن 30 سنة إلى أقل من 40 سنة، ومن 40 سنة إلى أقل من 50 سنة، ومن 50 سنة فأكثر.
- 3- المؤهل العلمي: وله ثلاثة مستويات، وهي: دبلوم متوسط فأقل، وبيكالوريوس، ودراسات عليا.
- 4- الصحيفة: ولها أربعة مستويات، وهي فلسطين، والحياة الجديدة، والقدس، والأيام.
- 5- الخبرة في العمل: ولها أربعة مستويات وهي، أقل من 5 سنوات، ومن 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات، ومن 10 سنوات إلى أقل من 15 سنة، و15 سنة فأكثر.
- 6- السكن: وله ثلاثة مستويات، وهي المحافظات الجنوبية "قطاع غزة"، والمحافظات الشمالية "الضفة الغربية"، والقدس.

تاسعاً: حدود الدراسة:

- 1- الحد الموضوعي: هو تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية.

2- **الحّد الزمني:** ورّع الباحث صحيفة الاستقصاء، وإجراء المسح الميداني خلال الفترة الزمنية الواقعة بين (2017/3/25م) وحتى (2017/4/5م).

3- **الحّد المكاني:** حدد الباحث المحافظات الشمالية "الضفة الغربية" والقدس والمحافظات الجنوبية "قطاع غزة" مكانًا للدراسة، كون صحف الدراسة "القدس، والحياة الجديدة، والأيام، وفلسطين"، تصدر من المناطق المذكورة ويقوم الصحفيون فيها.

عاشراً: الإطار النظري للدراسة:

ويتضمن هذا الإطار نظرية حارس البوابة التي تعتمد عليها الدراسة.

اعتمد الباحث في دراسته على نظرية حارس البوابة الإعلامية، التي تتحدث عن القائمين والمسؤولين عن الوسيلة الإعلامية، الذين يتحكمون بمضمون الرسالة المنشورة، "فحارس البوابة هو الشخص المخول، أو صاحب الامتياز والمتمتع بصلاحيات أو نفوذ يسمح له بالتحكم في الرسالة الإعلامية، بحيث يصبح هو صاحب القرار في تمريرها للمتلقي من عمله، وكذلك تعديلها أو حذف بعض مضامينها (1).

وتطرح المدرسة الفرنسية في الإعلام مفهومًا للقائم بالاتصال إذ تطلق عليه لقب "الوسيط" على أساس أنّ الصحفي يقوم بأدوار متعددة، فهو يبحث عن المعلومة ويختار مضمون الرسالة ثم يتوجه بها إلى الجمهور وهو بذلك يؤدي دورًا تفاوضيًا بين صانع المعلومة -المصدر- والجمهور -المتلقي (2).

وتقوم فكرة النظرية على أنّه طوال الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور؛ توجد نقاط أو بوابات يتم فيها اتخاذ قرارات بما يدخل ويخرج، وأنه كلما طالت المراحل التي تقطعها الأخبار حتى تظهر في وسيلة الإعلام؛ تزداد المواقع التي يصبح فيها من سلطة فرد أو عدة أفراد ما إذا كانت الرسالة ستصل بنفس الشكل أو بعد إدخال تعديلات عليها وهذا يفسر النفوذ الكبير لحراس البوابات في انتقال المعلومات (3).

(1) مزاهرة، نظريات الاتصال (ص258).

(2) المرجع السابق نفسه، (ص239).

(3) رشني، الأسس العملية لنظريات الإعلام (ص294).

وهناك "مجموعة من حراس البوابة يقفون في جميع مراحل السلسلة التي يتم بمقتضاها نقل المعلومات، ويتمتع هؤلاء الحراس بالحق في أن يفتحوا البوابة أو يغلقوها أمام أي رسالة تأتي إليهم كما أن من حقهم إجراء تعديلات على الرسالة التي ستمر (1).

ويُعرف حراس البوابة بأنهم "الصحفيون الذين يجمعون الأنباء وهم مصادر الأنباء الذين يزودون الصحفيين بها، وهم أفراد الجمهور الذين يؤثرون على إدراك واهتمام أفراد آخرين من الجمهور للمواد الإعلامية(2).

ويمثل القائم بالاتصال وحدة التحليل الأصغر في الإجابة عن الأسئلة الخاصة بمسؤولية إنتاج الرسائل الإعلامية، ويعدّ أحد المفاهيم الخاصة بالعلاقات التنظيمية داخل المؤسسات الإعلامية، وهذا المفهوم يمتد ليشير إلى كل من يعمل في بناء أو تشكيل الرسالة الإعلامية مهما اختلفت الأدوار أو المواقع (3).

وهناك مجموعة من العوامل والقوى التي يتأثر بها حارس البوابة أثناء ممارسته لمهامه في المؤسسة الإعلامية وهي:

1- العوامل الذاتية للقائم بالاتصال:

تلعب الخصائص والسمات الشخصية للقائم بالاتصال دوراً في ممارسة دور حارس البوابة الإعلامية، مثل النوع والعمر والدخل والطبقة الاجتماعية والتعليم والانتماءات الفكرية أو العقائدية والإحساس بالذات (4)، "ويعدّ الإحساس بالذات الذي ينعكس على ثقة الفرد بنفسه وتقديره لذاته؛ محصلة أو نتيجة لقدرة الفرد والمجتمع على تلبية حاجات عديدة يتصدرها إحساس الفرد بالأمن بأشكاله المتعددة، التي تنتقل بالفرد إلى مناطق القدرة على التعبير والمشاركة في صنع القرار (5).

وهناك عوامل تجعل القائم بالاتصال مؤثراً في إقناع الجمهور، وهي: (6)

(1) حجاب، نظريات الاتصال (ص271).

(2) رشني، الأسس العملية لنظريات الإعلام (ص295).

(3) عبد المجيد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (ص153).

(4) مزاهرة، نظريات الاتصال (ص258).

(5) المرجع السابق نفسه (ص242).

(6) عبد المجيد، المرجع السابق (ص158 - ص162).

أ. **المصداقية:** "ويعتمد قياس مصداقية القائم بالاتصال على عنصرين أساسيين هما: الخبرة وزيادة الثقة في القائم بالاتصال، ويفسر مفهوم الخبرة بمدرجات المتلقي عن معرفة القائم بالاتصال للإجابة الصحيحة عن السؤال أو القضية المطروحة وموقفه السليم منها، وهذه تعتمد على التدريب والتجربة والقدرة والذكاء والإنجاز المهني والمركز الاجتماعي والشخص الخبير ه الذي يملك المعلومات الصادقة والحقيقية عن الموضوع، أمّا الثقة فهي تعني إدراك المتلقي عن القائم بالاتصال بأنه يشارك في العملية بشكل موضوعي ودون تحيّز.

ب. **الجابذية:** نظرًا لصعوبة قياس هذه الخاصية موضوعيًا، فقد ركز كثير من الباحثين على محددات خاصة لهذا المفهوم تتمثل في التشابه والتماثل والمودة والحب.

ت. **قوة المصدر:** قد لا يملك البعض المصداقية أو الجابذية، ولكن يظل لهم التأثير في تغيير اتجاهات الأفراد وسلوكهم، وهؤلاء يكون لهم القوة التي يمكن إدراكها من خلال سيطرة الفرد وضبه للأمر، وكذلك أهميته، بالإضافة إلى قدرته على التدقيق والتمحيص، وإدراك المتلقي للضبط والسيطرة يظهر في قدرة المصدر أو القائم بالاتصال على تقديم الثواب والعقاب.

2- الضغوط المهنية وعلاقات العمل:

"يتعرّض القائم بالاتصال لعدد من الضغوط التي تؤثر على توافقه مع المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها والتوقعات التي تحدد دوره في نظام الاتصال (1).

"ومن بين هذه الضغوط التي يتعرّض لها القائم بالاتصال، خط العمل الذي تنتهجه المؤسسة الإعلامية الذي قد يمثل ضغوطاً على القائم بالاتصال، ويحتّم عليه انتهاج فكر مهني معيّن، وتتمثل هذه الضغوط أيضاً في عوامل خارجية وداخلية، ونعني بالعوامل الخارجية موقع الوسيلة من النظام الاجتماعي القائم، ومدى ارتباط المؤسسة بمصالح معينة، أما العوامل الخارجية فتشمل نظام الملكية، وأساليب السيطرة والنظم الإدارية وضغوط الإنتاج (2).

(1) مكاي، والسيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة (ص183).

(2) مزاهرة، نظريات الاتصال (ص244).

3- عوامل المجتمع وقيمه وتقاليدده:

"يؤثر النظام الاجتماعي بقيمه ومبادئه على القائمين بالاتصال، فقد يضحى القائم بالاتصال أو وسائل الإعلام أحيانًا بالسبق الصحفي بسبب قيم المجتمع وتقاليدده"⁽¹⁾.

4- عوامل الجمهور:

"القائم بالاتصال بحاجة شديدة إلى تحديد جمهوره بدقة، وتصوره لهذا الجمهور يؤثر على قراراته تأثيرًا لا يمكن أن نقلل من شأنه"⁽²⁾، "والرسائل التي يقدمها القائم بالاتصال تحددتها توقعاته عن ردود فعل الجمهور، ومن هنا يقوم الجمهور بدور إيجابي في عملية الاتصال، ويتعين على القائم بالاتصال تحديد جمهوره بدقة، لأنّ تصوره للجمهور يؤثر على قراراته تأثيرًا كبيرًا"⁽³⁾.

5- تأثير الانتماءات والجماعات المرجعية:

"يعد الانتماء عنصرًا محددًا من محددات الشخصية، لأنه يؤثر في طريقة التفكير أو التفاعل مع العالم المحيط بالفرد، كما أنّ الفرد يتم وصفه أيضًا من خلال مفهوم الجماعات التي ينتمي إليها مثل الجماعات التعليمية، والاجتماعية، والوظائفية، والتنظيمات، والسياسية.. إلى آخره"⁽⁴⁾.

وتستفيد هذه الدراسة من نظرية حارس البوابة في التعرف على مدى تأثير العوامل الذاتية، والضغط المهنية، والعوامل المجتمعية، والعوامل الخاصة بالجمهور، وعوامل الانتماءات والجماعات المرجعية على محرري ومخرجي الصحف الفلسطينية اليومية عند تحريرهم وإخراجهم للعناوين، ومعرفة سبل النهوض بها.

حادي عشر: نوع الدراسة ومنهجها وأداتها:

1. نوع الدراسة:

تصنف هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تهتم بوصف الظواهر والتعرف على عناصرها ومكوناتها؛ عن طريق جمع المعلومات والبيانات وتحليلها وتفسيرها بما يتيح تقديم صورة دقيقة وموضوعية عن الظاهرة⁽⁵⁾، واختار الباحث البحوث الوصفية؛ لأنها الأقدر على تقديم وصف دقيق للعوامل المؤثرة في تحرير العناوين

(1) مزاهرة، نظريات الاتصال (ص258).

(2) المرجع السابق نفسه (ص245).

(3) الحضيف، تأثير وسائل الإعلام: دراسة في النظريات والأساليب (ص22).

(4) عبد المجيد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (ص164).

(5) عمر، البحث الإعلامي: مفهومه إجراءاته ومناهجه (ص211).

وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية، والتعرف على أنماط العناوين الصحفية التي يستخدمها محررو الأخبار في الصحف الفلسطينية من حيث التصنيف التحريري والإخراجي.

2. منهج الدراسة:

أ. منهج الدراسات المسحية:

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي وهو يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن، بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها، من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها، وينقسم المنهج المسحي إلى شقين هما: الشق الوصفي الذي يحاول وصف الظاهرة محل الدراسة فيما يعرف بالبحوث الوصفية، والثاني هو الشق التحليلي الذي يحاول شرح وتحليل الظاهرة محل الدراسة وأسبابها⁽¹⁾، وفي إطاره سيستخدم الباحث:

أ/1) مسح أساليب الممارسة: وهو يعني جمع البيانات من القائم بالاتصال في نوعيات وسائل الإعلام، ووصف خصائصه وسلوكه في إطار النظام الكامل للمؤسسة الإعلامية والمجتمع، وتسجيل هذه البيانات وتبويبها وتكوين قاعدة معرفية وصفية عن خصائص القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية⁽²⁾.

ب. منهج دراسة العلاقات المتبادلة:

ويسعى إلى دراسة العلاقات بين الحقائق التي تم الحصول عليها بهدف التعرف على الأسباب التي أدت إلى حدوث الظاهرة⁽³⁾، وفي إطار هذا المنهج استخدم الباحث:

ب/1) أسلوب الدراسات الارتباطية: للتعرف على العلاقات بين المتغيرات المختلفة في الظاهرة أو مجموعة الظواهر تحت الدراسة⁽⁴⁾.

3. أداة الدراسة:

صحيفة الاستقصاء: "وهو أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استثارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة، لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة، في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها، دون التدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات⁽⁵⁾"، واستخدم الباحث صحيفة الاستقصاء لجمع بيانات من القائمين بالاتصال في صحف الدراسة من محرري العناوين ومخرجيها، للوقوف على

(1) عبد الحميد، بحوث الصحافة (ص93).

(2) عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (ص167).

(3) مزاهرة، بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ (ص129).

(4) حسين، بحوث الإعلام (ص164).

(5) عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (ص353).

العوامل التي تؤثر في تحرير العنوان وإخراجه في صحف الدراسة، وقد صمّم الباحث استبانتين واحدة لمحري العناوين تضمّنت (16) سؤالاً متنوعاً، مغلقاً ونصف مغلق، وأخرى للمخرجين تضمّنت (16) سؤالاً متنوعاً مغلقاً ونصف مغلق، وتم تقسيم كل واحدة منهما إلى ثلاث وحدات.

ت. وصف الاستبانة وخطوات بنائها:

ث. تهدف الاستبانة إلى التعرف على العوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية، وقد اتبع الباحث الخطوات التالية في إعداد الاستبانة، إذ قسّم الباحث صحيفة الاستقصاء الخاصة بالمحررين إلى ثلاث وحدات وهي:

الوحدة الأولى: السمات العامة والديموغرافية لمحرر العناوين، وتشمل النوع، والعمر، والمؤهل العلمي، والصحيفة، والخبرة في العمل، والسكن.

الوحدة الثانية: العوامل المؤثرة في تحرير العناوين الصحفية، وتناول فيها الباحث العوامل الذاتية، والعوامل التي تتصل بطبيعة الرسالة الإعلامية، وعوامل الجمهور، والانتماءات والجماعات المرجعية، والضغوط المهنية وعلاقات العمل، وقيم المجتمع وتقاليد، واستخدام الصحفيين للتكنولوجيا، وأهم القيم المهنية التي ينبغي أن يتحلّى بها الصحفيون عند تحرير العناوين.

الوحدة الثالثة: الصعوبات والمقترحات، وتناول فيها الباحث أهم الصعوبات التي يواجهها الصحفيون عند تحرير العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية، ومقترحات يمكن أن تسهم في تحسين تحرير العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية.

وكذلك قسّم الباحث صحيفة الاستقصاء الخاصة بالمخرجين إلى ثلاث وحدات وهي:

الوحدة الأولى: السمات العامة والديموغرافية لمخرج العناوين وتشمل النوع، والعمر، والمؤهل العلمي، والصحيفة، والخبرة في العمل، والسكن.

الوحدة الثانية: العوامل المؤثرة في إخراج العناوين الصحفية، وتناول فيها الباحث العوامل الذاتية، والعوامل التي تتصل بطبيعة الرسالة الإعلامية، وعوامل الجمهور، والانتماءات والجماعات المرجعية، والضغوط المهنية وعلاقات العمل، وقيم المجتمع وتقاليد، واستخدام الصحفيين للتكنولوجيا، وأهم القيم المهنية التي ينبغي أن يتحلّى بها الصحفيون عند إخراج العناوين.

الوحدة الثالثة: الصعوبات والمقترحات، وتناول فيها الباحث أهم الصعوبات التي يواجهها الصحفيون عند إخراج العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية، ومقترحات يمكن أن تسهم في تحسين إخراج العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية.

ثاني عشر: إجراءات الصدق والثبات:

1- صدق الاستبانة:

ويقصد به "قدرتها على قياس ما وضع لقياسها"⁽¹⁾، وقد استخدم الباحث الطرق التالية للتأكد من صدق الاستبانة:

أ. الصدق الظاهري للاستبانة (صدق المحكمين):

أ/1) تمّ عرض استبانة الدراسة على مجموعة من الخبراء والأكاديميين⁽²⁾، بهدف التأكد من قدرتها على الإجابة على تساؤلات الدراسة، وإبداء آرائهم في مدى ملائمة العبارات لقياس ما وضعت لأجله، ومدى وضوح صياغة العبارات ومناسبة كل عبارة للمحور الذي تنتمي إليه، ومدى كفاية العبارات لتغطية كل محور من محاور متغيرات الدراسة الأساسية، بالإضافة إلى اقتراح ما يروونه مناسباً وضرورياً من تعديل صياغة العبارات أو حذفها، أو إضافة عبارات جديدة لأداة الدراسة، إلى جانب مقياس (Likert-Scale) (ليكرت) الخماسي المستخدم في الاستبانة، وبناءً على ذلك تم تعديل بعض الأسئلة والفقرات حتى وصلت الأداة إلى صورتها النهائية.

أ/2) أجرى الباحث اختباراً قليلاً على صحيفة الاستقصاء شمل (15 مبحوثاً) من المحررين، و(5 مبحوثين) من المخرجين، للتأكد من وضوح الأسئلة وسهولة فهمها وقدرة المبحوثين على التعامل معها، بهدف تقادي الغموض والأخطاء؛ وبناءً عليه تمّ توضيح بعض المصطلحات بالاستبانة وتعديل بعض العبارات.

أ/3) تمّ صياغة أسئلة صحيفة الاستقصاء بطريقة تمكّن الباحث من التأكد من صدق إجابات المبحوثين، ومن ثم إمكانية استبعاد الاستمارات التي احتوت ازدواجية في الإجابات، حيث تمّ توزيع (150) استبانة على المحررين بغزة والضفة وتمّ استلام (135) منهم، وبعد المراجعة تمّ استبعاد (4) استبانات، إضافة إلى وجود (10) استبانات غير مكتملة، وبهذا خضعت (121) استبانة للتحليل، تمّ توزيع (30) استبانة على المخرجين في صحف الدراسة، وتمّ استلام (28) استبانة خضعت للتحليل.

أ/4) تم تحديد مصطلحات ومفاهيم الدراسة بشكل واضح ودقيق.

(1) عبيدات، القياس والتقييم التربوي (ص15).

(2) أنظر الملحق رقم (2).

ب. صدق الاتساق الداخلي:

ويقصد بصدق الاتساق الداخلي "مدى اتساق كل فقرة من فقرات الاستبانة مع المحور الذي تنتمي إليه هذه الفقرة⁽¹⁾"، وقد تمّ حساب الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة على عينة الدراسة وذلك بحساب معاملات الارتباط بين كل فقرة والدرجة الكلية للمحور التابعة له.

وتبيّن الجداول التالية أنّ معاملات الارتباط المبينة؛ دالة عند مستوى دلالة (0.05)، حيث إنّ القيمة الاحتمالية لكل فقرة أقل من (0.05)، وبذلك تعتبر فقرات الاستبانة صادقة لما وضعت لقياسه، والجداول التالية توضح ذلك:

جدول (1.1) صدق الاتساق الداخلي لجميع مجالات العوامل المؤثرة

في تحرير العناوين الصحفية: من وجهة نظر المحررين

م.	الفقرات	عدد الفقرات	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
1.	تأثير العوامل الذاتية في تحرير العناوين	10	0.611	0.000
2.	تأثير العوامل التي تتصل بطبيعة الرسالة في تحرير العناوين	10	0.640	0.000
3.	تأثير عوامل الجمهور في قرارات محرري العناوين	10	0.690	0.000
4.	تأثير الانتماءات والجماعات المرجعية في تحرير العناوين	10	0.239	0.008
5.	تأثير الضغوط المهنية وعلاقات العمل في تحرير العناوين	10	0.632	0.000
6.	تأثير قيم المجتمع وتقاليدته في تحرير العناوين	10	0.623	0.000
7.	تأثير استخدام الصحفيين للتكنولوجيا في تحرير العناوين	10	0.652	0.000

يبين جدول رقم (1.1) معاملات الارتباط بين كل مجال من المجالات، والعوامل المؤثرة في تحرير العناوين الصحفية والمعدل الكلي للمحور، الذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى دلالة (0.05)، حيث إنّ القيمة الاحتمالية لكل بُعد أقل من (0.05).

(1) أبو لبة، مبادئ القياس النفسي والنقويم التربوي (ص72).

جدول (1.2) صدق الاتساق الداخلي لجميع مجالات العوامل المؤثرة
في إخراج العناوين الصحفية: من وجهة نظر المخرجين

م.	الفقرات	عدد الفقرات	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
1.	تأثير العوامل الذاتية في إخراج العناوين	10	0.746	0.000
2.	تأثير العوامل التي تتصل بطبيعة الرسالة في إخراج العناوين	9	0.773	0.000
3.	تأثير عوامل الجمهور في قرارات مخرجي العناوين	10	0.664	0.000
4.	تأثير الانتماءات والجماعات المرجعية في إخراج العناوين	10	0.613	0.008
5.	تأثير الضغوط المهنية وعلاقات العمل في إخراج العناوين	10	0.589	0.000
6.	تأثير قيم المجتمع وتقاليده في إخراج العناوين	10	0.748	0.000
7.	تأثير استخدام الصحفيين للتكنولوجيا في إخراج العناوين	10	0.732	0.000

يبين جدول رقم (1.2) معاملات الارتباط بين كل مجال من المجالات، والعوامل المؤثرة في إخراج العناوين الصحفية والمعدل الكلي للمحور، الذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى دلالة (0.05)، حيث إن القيمة الاحتمالية لكل بُعد أقل من (0.05).

2- إجراءات الثبات:

يقصد به اختبار ثبات أداة جمع المعلومات للتأكد من درجة الاتساق العالية لها؛ بما يتيح قياس ما تقيسه من ظواهر بدرجة عالية من الدقة، والحصول على نتائج متطابقة أو متشابهة إذا تكرر استخدامها أكثر من مرة في جمع المعلومات سواءً من نفس المبحوثين أو من مبحوثين آخرين، أو أجراها الباحث نفسه أو باحثون آخرون في أوقات وظروف مختلفة⁽¹⁾.

وللتحقق من ثبات استبانة الدراسة أجرى الباحث خطوات الثبات على عينة الدراسة نفسها بطريقتين هما، التجزئة النصفية ومعامل ألفا كرونباخ، وذلك على النحو التالي:

أ. طريقة التجزئة النصفية (ألفا كرونباخ):

تم إيجاد معامل ارتباط بيرسون بين معدل الأسئلة الفردية الرتبة ومعدل الأسئلة الزوجية الرتبة لكل بعد وقد تم تصحيح معاملات الارتباط باستخدام معامل ارتباط سبيرمان براون للتصحيح (Spearman-Brown Coefficient) حسب المعادلة التالية:

(1) حسين، بحوث الإعلام (ص314).

معامل الثبات = $\frac{r^2}{r+1}$ حيث (ر) معامل الارتباط، وقد بين جدول رقم (1.3) أن هناك معامل ثبات كبير نسبياً لفقرات الاستبيان، مما يطمئن الباحث على استخدام الاستبانة بكل طمأنينة. كما استخدم طريقة ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة كطريقة ثانية لقياس الثبات وقد تبين أن معاملات الثبات مرتفعة مما يطمئن الباحث على استخدام الاستبانة بكل طمأنينة.

جدول (1.3) يوضح معامل الثبات (طريقة التجزئة النصفية) ألفا كرونباخ

م	الفقرات	عدد الفقرات	كرونباخ ألفا	سبيرمان براون
1.	العوامل المؤثرة في تحرير العناوين الصحفية	70	0.828	0.688
2.	العوامل المؤثرة في إخراج العناوين الصحفية	69	0.883	0.909

ويستخلص الباحث من نتائج اختبائي الصدق والثبات أن أداة الدراسة (الاستبانة) صادقة في قياس ما وضعت لقياسه، كما أنها ثابتة بدرجة عالية جداً، ما يؤهلها لتكون أداة قياس مناسبة وفاعلة لهذه الدراسة ويمكن تطبيقها بثقة، وبذلك تكون الاستبانة في صورتها النهائية.

ثالث عشر: مجتمع الدراسة وعينتها:

1. مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من القائمين بالاتصال في الصحف الفلسطينية اليومية الصادرة في محافظات الضفة الغربية وقطاع غزة، وهي: 'فلسطين، الأيام، والحياة الجديدة، والقدس"، ويبلغ عدد الصحفيين في تلك الصحف مجتمعة (170 صحفياً)، وأما عدد المخرجين فيبلغ (30 مخرجاً)، وهذه الصحف هي:

أ. صحيفة القدس: تأسست صحيفة القدس عام 1951م، وهي صحيفة سياسية يومية، وكانت أول صحيفة فلسطينية تعاود الصدور بعد هزيمة 1967م، وصاحب امتياز الصحيفة محمد أبو الزلف، ومديرها العام د. مروان أبو الزلف، ورئيس تحريرها وليد أبو الزلف، ويوجد المقر الرئيس لصحيفة القدس في مدينة القدس، وتعد هذه الصحيفة عائلية، وتوزع في جميع المناطق الفلسطينية، وتغطي الأحداث المحلية والعالمية والإقليمية، ولها بصمتها المميزة من ناحية الإخراج والمضمون، وتصنّف من أكثر المطبوعات

الدورية الفلسطينية توزيعًا وتحقيماً للريح، كما أنها تولي الإعلان التجاري أهمية خاصة (1)، "ويعمل بالصحيفة 9 مخرجين، 52 صحفياً" (2).

ب. **صحيفة الحياة الجديدة:** "تأسست صحيفة الحياة الجديدة يوم 1994/11/10، وكانت في البداية صحيفة سياسية تصدر أسبوعياً، ثم تحولت، ابتداءً من تاريخ 1995/8/19 إلى صحيفة يومية، وتمثل صحيفة الحياة الجديدة السلطة بدرجة كبيرة، ويتقاضى العاملون بها رواتبهم من ديوان الموظفين، وهذا ما يتضح من البيان التأسيسي للصحيفة الذي أتى في نصه "نحن مع السلطة من منطلق إنجاح الفرصة التاريخية السانحة لبناء مجتمع وكيان وطني مستقل، غير أننا لن نقف مع ما نراه تقصيراً أو إخلالاً في البنية والآراء، وسوف نعالج المسائل المتعلقة بالسلطة بدرجة عالية من الحساسية والمسؤولية بهدف التطوير، وليس الإعاقة وجر العربة إلى الوراء، وتعتمد الصحيفة نهج الاستفادة من كفاءات إبداعية من خارج ملاك الصحيفة؛ لإثراء محتوى الصحيفة بالموضوعات والمقالات والتعليقات المختلفة (3)"، "ويعمل بالصحيفة 6 مخرجين، و45 صحفياً" (4).

ت. **صحيفة الأيام:** هي صحيفة يومية سياسية مستقلة، تصدر عن "مؤسسة الأيام للصحافة والطباعة والنشر والتوزيع في رام الله، وهي عبارة عن شركة مساهمة محدودة مقربة من حركة التحرير الوطني الفلسطيني فتح، وقد صدر العدد الأول من الصحيفة بتاريخ 1995/12/25، حيث انطلقت بجهد طاقم مكون من طاقات شبابية واعدة، وتمتلك الأيام مطبعة حديثة تعمل بطاقة عالية وكفاءة ملحوظة، وتشمل الصحيفة على المواضيع السياسية والاقتصادية والرياضية والثقافية، كما تنفرد بنشر مواضيع مختارة من الصحافة العربية بانتظام" (5)، "ويعمل بصحيفة الأيام اليومية 7 مخرجين، و38 صحفياً" (6).

ث. **صحيفة فلسطين:** "وهي صحيفة يومية سياسية شاملة محسوبة على حركة المقاومة الإسلامية حماس، تصدر في مدينة غزة عن شركة الوسط للإعلام والنشر المساهمة المحدودة الربحية، وحصلت الصحيفة على ترخيص صدور من وزارة الإعلام بتاريخ 16-9-2006، تحت رقم 9/81/ج، وتهدف الصحيفة إلى المساهمة في رفع مستوى التفكير والمعرفة لدى أبناء الشعب الفلسطيني من خلال دراسة الوضع

(1) موقع مركز المعلومات الوطني وفا، الصحف اليومية الفلسطينية (موقع الكتروني).

(2) محمد أبو خضير - نائب رئيس تحرير صحيفة القدس اليومية، محمد أبو زائدة (اتصال شخصي: 9 ديسمبر 2016).

(3) موقع مركز المعلومات الوطني وفا، مرجع سابق (موقع الكتروني).

(4) بشار بريماوي - نائب مدير تحرير صحيفة الحياة الجديدة، محمد أبو زائدة (اتصال شخصي: 9 ديسمبر 2016).

(5) موقع صحيفة الأيام، هوية الأيام (موقع الكتروني).

(6) عبد الناصر النجار - مدير تحرير صحيفة الأيام، محمد أبو زائدة (اتصال شخصي: 9 ديسمبر 2016).

الفلسطيني بصورة علمية وواعية والتعمق في معرفة توجهاته والقضايا التي تشكل له محوراً مركزياً" (1)،
 "ويعمل بصحيفة فلسطين 8 مخرجين، و35 صحفياً" (2).

2. عينة الدراسة:

أ. عينة المحررين: اعتمد الباحث على عينة عشوائية بسيطة من محرري العناوين بواقع (121 صحفياً) من جميع الصحف الفلسطينية اليومية في الضفة الغربية وقطاع غزة والقدس، وهي أربع صحف: "القدس، والحياة الجديدة، والأيام، وفلسطين"، علماً بأنَّ الباحث وَّزَع (150) استبانة على المحررين، عاد منها (135)، وبعد المراجعة تمَّ استبعاد (4) استبانات غير صالحة، إضافة إلى وجود (10) استبانات غير مكتملة، وبهذا تكون العينة النهائية للمحررين (121)، بنسبة (71.2%) من مجتمع الدراسة، وهي نسبة مرتفعة لإجراء التطبيقات الإحصائية، والجدول رقم (4.1) يوضح السمات العامة للمبحوثين.

ب. عينة المخرجين: اعتمد الباحث عينة الحصر الشامل للمخرجين الصحفيين والبالغ عددهم (30 مخرجاً)، من جميع الصحف الفلسطينية اليومية في الضفة الغربية وقطاع غزة والقدس، وهي أربع صحف: "القدس، والحياة الجديدة، والأيام، وفلسطين"، علماً بأنَّ الباحث وَّزَع (30) استبانة على المخرجين، عاد منها (28)، وبهذا تكون العينة النهائية للمخرجين (28) بنسبة (93.3%) وهي نسبة مرتفعة جداً لإجراء التطبيقات الإحصائية، والجدول رقم (1.4) يوضح السمات العامة للمبحوثين.

جدول (1.4) يوضح السمات العامة للمبحوثين

المخرجين		المحررين		النوع
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
78.6	22	80.2	97	ذكر
21.4	6	19.8	24	أنثى
100.0	28	100.0	121	المجموع
المخرجين		المحررين		العمر
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
42.9	12	35.5	43	30 سنة فأقل
32.1	9	43.0	52	من 30 الى أقل من 40 سنة
25.0	7	12.4	15	من 40 الى أقل من 50 سنة
0.0	0	9.1	11	من 50 فأكثر
100.0	28	100.0	121	المجموع

(1) موقع صحيفة فلسطين اليومية، تواصل معنا (موقع الكتروني).

(2) سمر شاهين، مدير التحرير في صحيفة فلسطين، محمد أبو زائدة (اتصال شخصي: 9 ديسمبر 2016).

المخرجين		المحررين		المؤهل العلمي
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
17.9	5	14.2	17	دبلوم متوسط فأقل
57.1	16	69.1	83	بكالوريوس
25.0	7	16.7	20	دراسات عليا
100.0	28	100.0	* 120	المجموع
المخرجين		المحررين		الصحيفة
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
32.1	9	26.4	32	القدس
21.4	6	28.1	34	الحياة الجديدة
21.4	6	24.0	29	الأيام
25.0	7	21.5	26	فلسطين
100.0	28	100.0	121	المجموع
المخرجين		المحررين		الخبرة في العمل
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
21.4	6	18.2	22	أقل من 5 سنوات
35.7	10	32.2	39	من 5 الى أقل من 10 سنوات
21.4	6	27.3	33	من 10 الى أقل من 15 سنوات
21.4	6	22.3	27	15 سنة فأكثر
100.0	28	100.0	121	المجموع
المخرجين		المحررين		السكن
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
25.0	7	33.9	41	قطاع غزة
71.4	20	61.2	74	الضفة الغربية
3.6	1	5.0	6	القدس
100.0	28	100.0	121	المجموع

تشير النتائج إلى أنّ ما نسبته (80.2%) من المحررين في عينة الدراسة؛ من الذكور، بينما (19.8%) من عينة الدراسة إناث، ونسبة الذين تنحصر أعمارهم في الفئة العمرية من 30 إلى أقل من 40 سنة بنسبة (43.0%) والفئة 30 سنة فأقل كانت بنسبة (35.5%)، وهذا يعني أن ما نسبته (78.5%) من عينة الدراسة كانت في الفئة العمرية الأقل من 40 سنة، وأمّا نسبة حملة شهادة البكالوريوس من المحررين كانت (69.1%)، بينما بلغت نسبة حملة شهادة الدراسات العليا (16.7%) أما حملة الدبلوم المتوسط فأقل؛ فقد بلغت نسبتهم (14.2%).

* لم يجب أحد المبحوثين على هذا السؤال

وأما نسبة المحررين حسب الصحيفة التي يعملون فيها، بلغت نسبة العاملين في صحيفة الحياة الجديدة (28.1%) يليها صحيفة القدس بنسبة (26.4%) ثم صحيفة الأيام بنسبة (24.0%) وأخيراً صحيفة فلسطين بنسبة (21.5%)، وأما نسبة المحررين من عينة الدراسة الذين تتحصر خبرتهم من 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات قد بلغت (32.2%)، بينما الذين تتحصر خبرتهم ما بين 10 إلى أقل من 15 سنة قد بلغت (27.3%)، بينما نسبة الذين تزيد خبرتهم عن 15 سنة بلغت (22.3%)، وأما نسبة المحررين من عينة الدراسة الذين يقطنون في الضفة الغربية قد بلغت (61.2%) بينما الذين يقطنون قطاع غزة بلغت (33.9%) وأما مدينة القدس فقد بلغت نسبة المحررين (5.0%).

وأما عينة المخرجين، كانت نسبة الذكور من عينة الدراسة (78.6%) بينما للإناث (21.4%)، وقد بلغت نسبة الذين تتحصر أعمارهم من المخرجين في الفئة العمرية الأقل من 30 سنة (42.9%) يليها الفئة العمرية من 30 إلى أقل من 40 سنة حيث بلغت نسبتهم (32.1%)، وكانت نسبة الذين تتحصر أعمارهم ما بين 40 سنة إلى أقل من 50 سنة (25.0%)، وأما حملة البكالوريوس فقد كانت نسبتهم من المخرجين (57.1%) وأما الدراسات العليا بلغت نسبتهم (25.0%)، ونسبة حملة الدبلوم المتوسط فأقل (17.9%).

ونسبة المخرجين حسب الصحيفة التي يعملون بها، فقد بلغت نسبة العاملين في صحيفة القدس (32.1%)، يليها صحيفة فلسطين بنسبة (25.0%)، ثم صحيفتي الحياة الجديدة والأيام كل واحدة كانت بنسبة (21.4%)، وأما نسبة المخرجين الذين تتحصر خبرتهم ما بين 5 سنوات وأقل من 10 سنوات قد بلغت (35.7%)، بينما الذين تتحصر خبرتهم ما بين 10 سنوات إلى أقل من 15 سنة بلغت (21.4%) وهي نفس النسبة لخبرة الذين يعملون أقل من 5 سنوات، وأيضاً نفس النسبة للذين يعملون من 15 سنة فأكثر، وأما نسبة المخرجين من عينة الدراسة، الذين يقطنون الضفة الغربية قد بلغت (71.4%)، بينما الذين يقطنون قطاع غزة بلغت نسبتهم (25.0%)، وأما القدس فقد بلغت نسبتهم (3.6%).

رابع عشر: الأساليب الإحصائية:

تمّ تفرغ وتحليل الاستبانة من خلال برنامج التحليل الإحصائي (Statistical Package for th) (Social Sciences)(SPSS) ، وقد تمّ استخدام الأساليب الإحصائية التالية:

1. إحصاءات وصفية منها: النسبة المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي، ويستخدم هذا الأمر بشكل أساسي بهدف معرفة تكرار فئات متغير ما، ويفيد الباحث في وصف متغيرات الدراسة.
2. معامل ارتباط بيرسون (Person Correlation Coefficient) لقياس صدق فقرات الاستبانة، وتحقيق فرضية الدراسة.

3. معامل ارتباط سبيرمان براون للتصحيح (Spearman-Brown Coefficient) لتصحيح معاملات الارتباط في التجزئة النصفية.
4. معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) لمعرفة ثبات فقرات الاستبانة.
5. اختبار (تحليل التباين الأحادي - one-Way ANOVA) لمعرفة ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين ثلاث مجموعات أو أكثر من البيانات الترتيبية.

خامس عشر: المفاهيم الأساسية للدراسة:

من الضروري تحديد وتعريف بعض المفاهيم التي وردت في هذه الدراسة، رغبة في إزالة الغموض واللبس الذي قد يحدث للدارس، وهي كالآتي:

1. **العناوين الصحفية:** "وهي كلمات قليلة سهلة الفهم تحوي جوهر الموضوع تعمل على جذب انتباه القارئ، وتعد أحد عناصر الصفحة الرئيسية وشكلها العام مع ضرورة تحقيق التوازن بين مكونات الصفحة بشكل عام من حيث الحروف المستخدمة دون إهمال أحجامها أو ألوانها"⁽¹⁾.
2. **العوامل المؤثرة:** مجموعة من الأسس والقواعد المهنية داخل وخارج بيئة العمل في الصحف الفلسطينية اليومية، وتشمل العوامل الذاتية للقائم بالاتصال، والعوامل التي تتصل بطبيعة الرسالة، وعوامل الجمهور، وتأثير الانتماءات والجماعات المرجعية، وتأثير الضغوط المهنية وعلاقات العمل، وعوامل المجتمع وقيمه وتقاليده، واستخدام الصحفيين للتكنولوجيا أثناء تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية.
3. **الصحف الفلسطينية اليومية:** وهي التي تصدر بصفة دورية يوميًا في أراضي السلطة الوطنية الفلسطينية، وهي أربع صحف يومية، وهي: "القدس، والحياة الجديدة، والأيام، وفلسطين".

سادس عشر: صعوبات الدراسة:

واجه الباحث خلال إعداد هذه الدراسة عدة صعوبات منها:

1. نقص الدراسات والمراجع العربية التي تناولت العوامل المؤثرة في تحرير العناوين الصحفية وإخراجها.
2. معظم الدراسات التي تتحدث عن تحرير العناوين الصحفية وإخراجها كانت أجنبية، وشروط الحصول عليها أن تدفع مقابل، ما أدى إلى مواجهة الصعوبات في الحصول على كم كبير من الدراسات الأجنبية.

(1) النادي، فن الإخراج الصحفي (ص 49).

سابع عشر: تقسيم الدراسة:

تنقسم هذه الدراسة إلى مقدمة وأربعة فصول، الفصل الأول وهو بعنوان: الإطار العام للدراسة، وتناول الإجراءات المنهجية للدراسة، وتشمل: أهم الدراسات السابقة، والاستدلال على المشكلة، ومشكلة الدراسة، وأهميتها، وأهدافها، وتساؤلاتها، وفروضها، ومتغيراتها، وحدودها، وإطارها النظري، ونوعها ومنهجها وأداتها، ومجتمعها وعينتها، والأساليب الإحصائية، والمفاهيم الأساسية للدراسة، وصعوباتها وتقسيمها.

أما الفصل الثاني فهو بعنوان تحرير العناوين الصحفية وإخراجها، وينقسم إلى ثلاثة مباحث: الأول ويتناول تحرير العناوين الصحفية، والثاني تحدّث عن إخراج العناوين الصحفية، والثالث تناول العوامل المؤثرة في تحرير العناوين الصحفية وإخراجها.

أما الفصل الثالث: فقد استعرض نتائج الدراسة الميدانية وفروضها، وينقسم إلى ثلاثة مباحث، الأول وهو بعنوان: العوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية، والثاني بعنوان: أهم القيم التي يتحلى بها الصحفيون عند تحرير العناوين وإخراجها والصعوبات التي يواجهونها ومقترحات تطويرها في الصحف الفلسطينية اليومية، والمبحث الثالث اختبار فروض الدراسة.

في حين تناول الفصل الرابع مناقشة أهم نتائج الدراسة الميدانية وفروضها والتوصيات، وتمّ تقسيمه إلى ثلاثة مباحث، الأول بعنوان: مناقشة أهم نتائج الدراسة الميدانية، والثاني مناقشة نتائج اختبار الفروض، والثالث توصيات الدراسة، ثم قائمة بالمراجع وملاحق الدراسة.

الفصل الثاني

تحرير العناوين الصحفية وإخراجها

الفصل الثاني

تحرير العناوين الصحفية وإخراجها

يتناول هذا الفصل تحرير العناوين الصحفية وإخراجها، استعرض فيه الباحث التحرير الصحفي من حيث المفهوم، والأهمية، والأهداف، وصفات المحرر الناجح، وتحرير العناوين الصحفية من حيث المفهوم، وتصنيفها الوظيفي والموضوعي، ووظائف العنوان، وقواعد كتابته، ومن يحرره ومتى يحزر، كما تناول إخراج العناوين الصحفية مستعرضًا مفهوم الإخراج الصحفي وأهميته وأهدافه، ومدارسه، وصفات المخرج، وأهمية إخراج العناوين الصحفية، وتصنيفها الشكلي، وشروط إخراجها، والعناصر الخاصة بإبرازها، إضافة إلى العوامل المؤثرة في تحرير العناوين الصحفية وإخراجها، وقد تمّ تقسيمه إلى:

المبحث الأول: تحرير العناوين الصحفية

المبحث الثاني: إخراج العناوين الصحفية

المبحث الثالث: العوامل المؤثرة في تحرير العناوين الصحفية وإخراجها.

المبحث الأول

تحرير العناوين الصحفية

يتناول الباحث في هذا المبحث مطلبين، الأول يتناول تعريف التحرير الصحفي لغة واصطلاحًا، وأهميته بالنسبة للصحيفة والفرد والمجتمع والمحرر، ومناقشة أهميته، والتعرّف على صفات المحرر الصحفي الناجح، وأمّا المطلب الثاني، يستعرض تعريف العنوان لغة واصطلاحًا، ومعرفة وظائفه، والتعرّف على قواعد كتابته التي تجعله ناجحًا، ومحاولة حصر أنواع العناوين وفقًا لوظيفتها، وموضوعها ومحتواها، والتعرّف على من الأجدر في تحرير العنوان الصحفي، ومتى يتم تحرير العنوان.

المطلب الأول: التحرير الصحفي:

أولاً: التحرير لغة:

من المادة اللغوية حرر حرر يُحرر، تحريراً، فهو مُحَرَّر، والمفعول مُحَرَّر، حرر الكتاب وغيره: أصلحه وجوّد خطّه، حرر الصّحيفة أو المجلة: أشرف على إعدادها وأسهم في كتابة موادّها (1).

ثانياً: التحرير الصحفي اصطلاحاً:

عملية التحرير الدقيقة التي يخضع لها الخبر، تشبه العملية الجراحية التي تستأصل الأورام وترمم الجراح حيث يستقيم الجسم سليماً قادراً على الفعل، وهذه العملية التحريرية ضرورية بسبب عامل السرعة الذي تتسم به التغطية الإخبارية التي تحكمها المفاجأة وتحديد الوقت والتنافس على السبق الصحفي (2)، وللتحرير الصحفي عدّة تعريفات اصطلاحية أهمّها:

- أنه إعداد الرسالة الإعلامية التي تنتقل إلى الجماهير عن طريق إحدى وسائل الإعلام، بهدف تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة، والحقائق الثابتة، من خلال عملية عرض فني تساعد الناس على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم (3).

(1) عمر، وآخرون. معجم اللغة العربية المعاصرة (ص468).

(2) جواد، فن كتابة الأخبار (ص231).

(3) شرف، فن التحرير الإعلامي (ص17).

- هو الفن الذي يعبر الصحفي من خلاله عما يدور أو يجري في المجتمع من وقائع أو أحداث من خلال أشكال فنية تتبع قواعد وأسس معينة لا بد أن يعيها الصحفي جيداً (1).
- هو فن تحويل الأخبار والقضايا والأحداث المحيطة بنا إلى مادة مكتوبة مطبوعة سهلة الفهم عند جميع المستويات الثقافية عالية الذكاء والمتوسطة ومحدودة الذكاء (2).
- أنه العملية اليومية أو الأسبوعية، حسب دورية الإصدار، التي يقوم فيها المحرر الصحفي بالصياغة الفنية، والكتابة الصحفية، أو المعالجة لمضمون المادة الصحفية، أو المعلومات التي جمعها من المصادر المختلفة في الأشكال، أو القوالب الصحفية المناسبة، والمتعارف عليها، ثم المراجعة الدقيقة وإعادة الصياغة لها (3).
- هو فن تحويل الأحداث والأفكار والخبرات والقضايا الإنسانية ومظاهر الكون والحياة إلى مادة صحفية مطبوعة ومفهومة سواء عند صاحب الثقافة العالية والذكاء الخارق وصاحب الثقافة المتوسطة والذكاء العادي، وعند رجل الشارع الذي يقرأ ليفهم ويعرف، فالأساس في التحرير الصحفي هو الإفهام أولاً، والتعريف بما يجري حول القارئ في أرجاء الكرة الأرضية ثانياً، وهو جذب القارئ وتشويقه للقراءة ثالثاً، ثم التأثير والإمتاع والإرشاد والتوجيه رابعاً (4).
- ويعرّف الباحث التحرير الصحفي بأنه العملية النهائية التي يجريها المحرر على المادة الصحفية من تعديل، وحذف، وإضافة قبل نشرها للجمهور، بحيث تصبح سهلة الفهم ومشوقة وجذابة.

ثالثاً: أهمية التحرير الصحفي:

يعدّ التحرير الصحفي هو الركن الأول في تكوين الصحيفة وإخراجها، والأساس في نجاحها ورواجها، فالصحيفة هي التحرير أولاً، وكل نجاح تحقّقه إنما هو نتيجة لجودة التحرير ونجاحه، فعلى قدر ما يكون بالصحيفة من تقدم في فن التحرير، يكون رواجها وانتشارها بين الناس ويكون نجاحها في تبليغ رسالتها، ويزيد من عدد قرائها يوماً بعد الآخر، ويكسبها سمعة طيبة وثقة بشخصيتها في الداخل والخارج (5).

(1) إبراهيم، فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق (ص5).

(2) البردويل، الصحافة وفن التحرير الصحفي (ص27).

(3) مصطفى، تكنولوجيا الفن الصحفي (ص92).

(4) زارع، فن التحرير الصحفي (ص22).

(5) خليفة، اتجاهات حديثة في فن التحرير الصحفي (ص13-14).

ويتيح التحرير الصحفي وصول الرسالة الإعلامية إلى القراء، وبدونه لن يكون هنالك رسالة، ولن يحدث اتصال، وتكتمل به عملية التوصيل إلى القارئ، وليس بالأجهزة المادية أو وسائل النقل لأنهم يمثلون أدوات تنقل الرسالة المكتوبة، وهذه الرسالة تمثل جوهر عملية الاتصال، ودون تحرير لن يكون لها أثر، وتساعد في توصيل معنى الصورة الصحفية للقارئ⁽¹⁾.

ويعطي التحرير الصحفي الصحيفة مسوغاً لوجودها وصدورها كجهاز نشر يصدر يومياً أو دورياً، ويدل على الصحيفة ويجعل لها ذلك الطابع الذي تعرف به وسط غيرها، ويؤثر على توزيعها، ويدافع عن الصحيفة وعن وجودها ويشجعها على الوقوف على قدميها في حلبة المنافسة، ويميل التحرير الجيد على الاحتفاظ بثقة القارئ وبنظرة التقدير من المعن واحترام المستهلك، وتدعيم ركن مهم من أركان العمل الصحفي وهو العمل بروح الفريق، ويعني حرص الصحيفة على اللغة العربية وتقديراً كاملاً للقراء، كما أنه يجذب اهتمامات الباحثين والمؤرخين لدراسة مواد الصحيفة؛ مما يسفر عن فوائد عديدة تتيح للصحيفة فرص التقدم والتطور ومجالاته، كما أنه يسهل النقل عن الصحيفة والترجمة واعتبارها مصدراً للمعلومات⁽²⁾.

وعملية التحرير تعد بمثابة العملية التي بواسطتها يتم تهذيب أو صقل عمل المحرر، فالأخطاء الإملائية والنحوية يتم تصويبها⁽³⁾، ويتضح لنا موقع التحرير الصحفي من عملية الاتصال، حين يتولى المحرر وضع رسالته في شكل معين، أو صيغة محددة من الرموز أو الكلمات، لتتشر في صحيفة أو مجلة⁽⁴⁾.

ويرى الباحث أنّ التحرير الصحفي مهم للقراء نظراً لدوره في توصيل رسالة الصحيفة لهم، ونقل الأحداث بشكل مهني ودقيق ومفهوم ومشوق إليهم؛ مما يجعل الصحيفة مصدراً معتمداً لهؤلاء القراء، ويعطيها أهمية أيضاً لحرصها على إرضاء ذوقهم وتلبية رغباتهم وإشباع حاجاتهم من المعلومات، الأمر الذي يزيد ثقتهم بها، وهو ما يجعله أيضاً مهماً للمحرر الذي يستوجب عليه أن يكون ذا كفاية في عمله، ويرتقي بذاته وخبراته، ويرتقي من خلاله إلى مراكز مختلفة في الصحيفة، ويجعله مشهوراً عند القراء.

(1) أدهم، الأسس الفنية للتحرير الصحفي العام (ص42).

(2) المرجع السابق نفسه (ص42-66).

(3) راي نيل، تيلور، مدخل إلى الصحافة (ص269).

(4) شرف، الأساليب الفنية في التحرير الصحفي (ص17).

رابعًا: أهداف التحرير الصحفي:

يهدف التحرير الصحفي كعملية صحفية فنية، وكخطوة من خطوات إصدار الصحيفة إلى جعل النص الصحفي (الخبر أو الموضوع) يتناسب مع سياسة الصحيفة، وتحري الأخطاء التي قد ترد في الحقائق والمعلومات (الأرقام-الأسماء-العواصم-الهجاء) وتصحيحها، وجعل النص الصحفي يتناسب مع المساحة المحددة له، وتبسيط وتوضيح وتصحيح لغة النص الصحفي، وتوضيح معاني النص الصحفي وإحيائها، ومراجعة النص الصحفي من أجل التأكد من الموضوعية المنطقية، وتعديل لهجة النص الصحفي عند الضرورة، وجعل النص الصحفي يروق لقارئ الصحيفة، وخلق نوع من الهارمونية والتناغم الأسلوبي بين النصوص (المواد أو الأخبار والموضوعات) الصحفية المختلفة التي تنشرها الصحيفة، وتسهيل عملية الإخراج الصحفي (1).

وهذا يعني أنّ الهدف الأساسي من التحرير الصحفي هو إيصال رسالة منقّحة وواضحة لجمهور الوسيلة الإعلامية، حتى تجلب أكبر قدر منهم لمتابعتها عن كثب، وإقناعه وتوجيهه وإرشاده على النحو المطلوب.

خامسًا: صفات المحرر الناجح:

هنالك مجموعة من السمات الأساسية للمحرر الناجح، التي ما زالت إلى يومنا هذا تشكل الخصائص الرئيسية التي يتميز بها المحرر المتمرس عن سواه، ولكن ينبغي التأكيد أنّ كل محرر ينظر إلى النص الذي أمامه وفق منظاره الخاص، ولا يوجد في عالم الصحافة محرران متطابقان، فعملية التحرير هي ضرب من الفن والمهارة والنظرة النافذة، ومن أهم الخصائص للمحرر الناجح، النزعة الإنسانية، مثل التعاطف، والفراسة، وسعة الصدر، والخيال، والفكاهة، وعقل متوازن ومنتظم، والهدوء، والقدرة على العمل في جوّ من السرعة والإثارة ولكن بدقة، وسرعة البديهة، واليقظة والحماس والجدية الموجهة بشكل صحيح، والقدرة على استيعاب الحقائق والتحليل، وقابلية التكيف، والمقدرة على رؤية الأشياء بعين القارئ، والحكم القائم على المعلومات الدقيقة والحصافة، ومعرفة مبادئ قانون التشهير وازدراء المحاكم ومعرفة حقوق النشر، واللياقة البدنية والتحمل، وروح الجماعة، لأنّ الصحيفة نتاج فريق عمل (2).

(1) عبد المجيد، وعلم الدين، فن التحرير الصحفي للجراند والمجلات (ص3).

(2) جواد، فن كتابة الأخبار (ص234).

وبالإضافة إلى ما سبق يحتاج المحرر إلى تطوير قدراته باستمرار وأن يطلع على آخر المستجدات أولاً بأول، وزيادة حصيلته الثقافية والمعرفية، ويتحمل ضغط العمل في مختلف الظروف، فالصحافة مهنة المتاعب، تحتاج إلى صبر وجلد.

المطلب الثاني: تحرير العناوين الصحفية

أولاً: العنوان لغة:

من المادة اللغوية عن نقول عُنوانُ الكِتَابِ؛ لِأَنَّهُ أُبْرِزَ مَا فِيهِ وَأُظْهِرَهُ. يُقَالُ عَنَنْتُ الْكِتَابَ أَعْنُهُ عَنَّا، وَعَعَنْتُهُ، وَعَعَنْتُهُ أَعْنَيْتُهُ تَعْنِينًا. وَإِذَا أَمَرْتَ قُلْتَ عَنَيْتُهُ (1).

ثانياً: العنوان اصطلاحاً:

إذا كان العنوان يتولى جذب أنظار القارئ إلى المادة الصحفية، فإن طريقة تحريره والطريقة الفنية التي يتم إبرازها بها تحددان إلى حد كبير حجم اهتمام الصحيفة بالخبر ومدى مقروئيته، ويخبر العنوان؛ القراء بسرعة عن مضمون الخبر بصفة عامة أو أهم زاوية فيه (2)، وللعنوان الصحفي عدّة تعريفات اصطلاحية أهمّها:

- السطر أو مجموعة السطور التي جمعت بحروف كبيرة لتسبق موضوعاً أو قصة خبرية، وتلخص هذا الموضوع أو القصة الخبرية، ويشمل كل الوحدات التي تسبق صدور الأخبار والموضوعات التي تنشر عنها الصحيفة (3).
- أول شيء تقع عليه عين القارئ، ولذلك لا بد من الاهتمام به وإتقان كتابته، وهو آخر شيء يكتب في الخبر ولا بد أن يكون مناسباً (4).
- ونقلًا عن ريفرز يعرفه خزل، بأنه رسالة موجزة ذات مضمون مهم لإيصال المعلومة إلى المتلقي، لجعله يقرر ما إذا كان عليه أن يستمر في متابعة تفاصيل الخبر أو الاستغناء عنه كلياً، وهو البوابة الأولى التي يعتمد على جاذبيتها في التشويق لإظهار مدى أهمية الخبر بالنسبة للجمهور، وبالتالي استقطابه ليواصل الاستماع لنشرة الأخبار حتى آخرها (5).

(1) الرازي، معجم مقاييس اللغة (ص19).

(2) Wilson, C, Orsini, M. Chapter Ten Editing (P.18)

(3) حمزة، المدخل في فن التحرير الصحفي (ص161-162).

(4) إبراهيم، فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق (ص50).

(5) خزل، فن تحرير الأخبار في الإذاعات الدولية بين التوظيف والموضوعية (ص207)

- وتعرّف شبكة البي بي سي العنوان الصحفي بأنه "تلخيص قصير يعرض بداية ما ستحدث عنه المقالة سواء في الراديو أو في البث التلفزيوني أو هو الذي يظهر فوق كل مقالة إخبارية في الصحف الإخبارية أو المواقع الإلكترونية (1).
- وأمّا الكاتبان الكنديان كارل ويلسون مايك أورسيني، يعرفان العنوان في كتابهما المعنون بـ"التحرير" بأنه "الجملة التي تلخص محتوى المادة الإخبارية، وتسعى إلى جذب انتباه القراء لقراءة باقي التفاصيل الداخلية في المادة الصحفية (2).
- ويعرّف الكاتب الهولندي تيون أدريانس فانديجك، العنوان بأنه "جملة تظهر فوق المواد الإخبارية، وتوضّح هذه الجملة الموضوع الرئيس للنص، وتلخص المادة الإخبارية كاملة" (3).
- أمّا الكاتبة البريطانية كولين كوتر، قد عرّفت العنوان الصحفي على أنه "مجموعة من المعلومات المعبرة بكلمات صغيرة باستخدام حجم خط مخصص للعناوين" (4).

وهناك مجموعة من النقاط ركّزت عليها التعريفات، أهمّها: أنّ العنوان رسالة موجزة عن المادة الإخبارية تصاغ بجملة قصيرة توضع أعلى الخبر في سطر أو مجموعة سطور، وعادة تكون آخر ما يكتب أثناء العملية التحريرية؛ وبالتالي يكون العنوان بمثابة البوابة الأولى التي تقع عليها عين القارئ لجعله يقرر ما إذا كان عليه أن يستمر في متابعة تفاصيل الخبر أو الاستغناء عنه كلياً، ويخصص حجم خط معين لكتابة العناوين وتمييزها عن باقي المتن.

ثالثاً: وظائف العنوان:

العنوان هو ملخص الموضوع، ولكن العنوان الذكي هو الذي لا يدع القارئ يأخذ منه كل معلوماته، والمفروض في العنوان أن يجذب القارئ ويقدمه لقراءة الموضوع كله، ولهذا فكتابة العنوان فن وخبرة ودراسة ومعايشة، وقد خصصت صحف كثيرة "سكرتير تحرير" لكتابة العناوين فقط (5)، وبالتالي يرى البعض أن العنوان من أهم وسائل النجاح لأي صحيفة (6).

(1) BBC, The Language of The Media, (P.1).

(2) Wilson, C, Orsini, M. Chapter Ten Editing (P.18).

(3) Dijk, T. News as Discourse (P.53).

(4) Colleen, C. News Talk: Investigating the Language of Journalism (P.26).

(5) صبحي، الجورنال من الصفحة الأولى للصفحة الأخيرة (ص123).

(6) فهمي، فن تحرير الصحف الكبرى (ص90).

وتعطي العناوين الصحفية انطباعًا للجمهور عن القصة أو المقالة أو الجريدة أو الصحف بشكل عام، سواء أكان هذا الانطباع ناجحًا أم لا بين الجمهور (1)، وهناك عدّة وظائف تبرزها العناوين منها تلخيص الأنباء، وتبويب العناوين المهمّة، وإبراز أجزاء العناوين والتصاميم بشكل واضح، وتحويل المشاهد إلى قارئ (2).

وإذا كان العنوان هو أوّل ما يطالعه القارئ في الخبر، فإنّه آخر ما يحرره الصحفي في الخبر، إذ يفصل دائمًا أن يكون العنوان آخر ما يكتب في الخبر، وذلك حتى يستطيع المحرر انتقاء الزاوية المناسبة التي تهم أكبر عدد من القراء وتقدم لهم ملخصًا سريعًا لمحتواه، إذ يتولى العنوان جذب أنظار القراء إلى الخبر وبالتالي يجب الاهتمام بطريقة تحريره والطريقة الفنية التي يتم إبرازها بها، إذ يقبل القراء على قراءة الأخبار ذات العناوين الواضحة والمثيرة وكبيرة الحجم والمطبوعة بالألوان (3).

ويتطلّب تحرير العناوين وصياغتها استخدام الكلمات البسيطة القريبة من أفهام القراء، والابتعاد عن الكلمات غير المألوفة لديهم، حيث تؤدي الكلمات الطويلة إلى إضعاف تأثير العنوان على القراء مما يدعوهم إلى تجنبها، فالكلمات القصيرة أقوى في تأثيرها من الكلمات الطويلة، وهذه المسألة تحتاج بالطبع إلى قدر كبير من الإبداع واللغة الخلاقة، فالعنوان الناجح يشكّل عنصرًا أساسيًا في نجاح الجريدة، لذلك ينبغي تجنب العناوين المبهمة والغامضة لأنّ القارئ لا يشتري الجريدة لكي يفكّ الطلاسم (4).

وهناك أهميّة كبيرة للعناوين، حيث تكمن أهميتها أثناء صياغتها للأخبار العاجلة، والأخبار المهمة بالمستقبل وأخبار الماضي القريب أكثر من المسمى الواسع الذي يأخذ أي عنوان لحدث عابر محتمل ينتهي تأثيره فور نشر الخبر (5).

وتعد العناوين بمثابة النوافذ التي نطل منها على الصحف، ولهذا تحمل مهامًا من أبرزها أن يكون العنوان أو العناوين المصاحبة للنص الإخباري إجابة عن أداة أو عن بعض أدوات الاستفهام المهمّة المتصلة

(1) Marcinkeviciene, R. The limits and peripheries of the genre (P.176).

(2) الدليمي، الخبر في وسائل الإعلام (ص86).

(3) نصر، وعبد الرحمن، التحرير الصحفي في عصر المعلومات (ص200).

(4) الحسن، إخراج الصحف والمجلات (ص61).

(5) Simon, V. The grammar of headlines in the times 1870-1970. (P.14).

بوقائع النص الإخباري وأن يكون صادق الدلالة على الخبر الذي يصاحبه وألا يكون مبالغاً لحقائقه، ويكون واضحاً يستطيع القارئ استيعابه، وعدم تكرار للكلمة الواحدة داخل العنوان الواحد (1).

وتعمل العناوين على جذب انتباه القارئ وحثه على قراءة المادة الإخبارية، ويمكن تسمية هذه الوظيفة بالتحفيزية للعناوين الإخبارية، ويمكن للعناوين أن تؤثر في رأي القارئ (2)، كذلك تؤدي دور الإعلان عن الصحيفة والترويج لها، وذلك لمنافسة الصحف الأخرى (3)، وتخبر القارئ بصورة سريعة ودقيقة عن محتوى المادة الصحفية، وتعمل على إثارة اهتمام القارئ لقراءة المادة الصحفية (4).

وهذا يعني أنّ الوظائف التي يحققها العنوان قد ترفع من سقف الصحيفة في سوق منافستها بين الصحف الأخرى، أو تهوي بها أرضاً، لا سيّما إن اعتمدت العناوين بعد تحريرها على صفة الجاذبية التي تساعد على كسر جمود المادة الصحفية المصاحبة له، واستخدام المفردات المألوفة، وإبرازها للحقائق المصاحبة للنص، وتعطي للقارئ المتعجل جرعة مكثفة من الأخبار في بعض كلمات يقرأها، وقد تفتح العناوين شهية قارئ آخر لمواصلة القراءة.

رابعاً: قواعد كتابة العنوان:

رُغم أنّ محرر العناوين يعمل دون أن يظهر في الأضواء، فهو عندما يصوغ عنواناً جيداً يقف في مصف الفنان المبدع، فهو يستطيع أن يروي قصة بأكملها بكلمات، وهو يعرف أنّ المفروض في العنوان تحقيق مطلبين: جذب انتباه القارئ إلى المادة الصحفية، وأن يعلن حقائقه الرئيسية، وهو يسعى جاهداً إلى أن يجعل كل عنوان يتدبره يحقق هذين الشرطين (5).

ويعدّ كاتب العنوان الذي يستطيع جذب القارئ وإغراءه بقراءة القصة، هو عنصر ثمين في الجريدة، وهو بلا شك موهبة تحرص أي جريدة على عدم التفريط بها (6).

ويشكّل استخدام الكلمات القليلة في العناوين الإخبارية أحد الملامح المثالية التي تم تتبعها في العناوين التي تعمل على جذب انتباه القارئ بالإضافة إلى تصميم العناوين والتركيب النحوي واختيار

(1) الدليمي، التحرير الصحفي (ص115).

(2) Reah, D. The Language of Newspaper (P.30).

(3) الشمسي، صناعة الخبر الصحفي (ص126).

(4) Schneider, K. The Emergence and Development of Headlines in English Newspapers (P.48).

(5) فريزر بوند، مدخل إلى الصحافة (ص267).

(6) حداد، في الكتابة الصحفية، السمات، والأشكال، والقضايا، والمهارات، والدليل (ص75).

الكلمات، مما يجعلها تؤدي دورًا مهمًا في التأثير على القارئ في اختياره للمواد الإخبارية، وذلك ينطبق على عناوين الصفحة الأولى التي تعد هي السبب وراء بيع الصحف الإخبارية بجانب وظيفة العناوين في كسب أكثر عدد ممكن من المستهلكين للصحف، لذلك تعطي عناوين الصفحة الأولى تأثيرًا مباشرًا على الدورة اليومية للصحف الإخبارية (1).

وتعدّ كتابة العناوين الصحفية عملية من التناقضات حيث يكتب العنوان بقليل من الكلمات لتلخيص قصة طويلة كما يجب على العناوين الإخبارية جذب انتباه القراء دون الهروب عن الموضوع أو إعطاء معلومات لن يوصلها النص الرئيس، كما يجب على العناوين أن تعكس القصة دون حذف تفاصيلها وذلك باتباع كاتبي العناوين للقواعد الكتابية حيث يتم كتابة العنوان بدقائق معدودة بعد ساعات طويلة من شحذ القصة (2).

ويعدّ العنوان بمثابة بداية معركة الصحيفة، لتشقّ طريقها إلى التوزيع، وعلى البداية يتوقّف الكثير، ويمكن القول إنّ كل القراء يقرأون كل العناوين، ولكن ليس كل القراء يقرأون كل الموضوعات، وصناعة العناوين تحتاج إلى خبرة وذوق ومقدرة على الاستخلاص وتفهم نفسية القراء واهتماماتهم، والأرضية التي سيتحرك عليها العنوان، أي المناخ الذي سينطلق فيه، وصناعة العنوان تحتاج أيضًا إلى أن يكون صانع العنوان واللغة عمارًا، أي يكون متحكمًا في اللغة بحيث تطيعه بغير عناء (3).

ويجب أن تحتوي العناوين الإخبارية على رسالة واضحة وموجزة وإن أمكن أن تكون مثيرة للاهتمام، لإشعال شرارة اهتمام القارئ بها، الذي تتحرّك عيناه بسرعة في أعلى وأسفل الصفحة، حتى يوقفه شيء يجذب انتباهه (4).

ومن أبرز القواعد الخاصة بكتابة العنوان الصحفي، هي التي تتعلق بتقسيم العنوان على أكثر من سطر أو ما يطلق عليه البعض تمزيق العنوان، ومن أبرز القواعد: استخلاص العنوان من الكلمات المفتاحية التي يتضمّننها النص الاخباري، وعدم المبالغة في تأكيده، ويمكن استخدام الكلمات والتعبيرات الواردة في الخبر في كتابة العنوان إذا كان ذلك ضروريًا، ولكن يجب تجنب إعادة المقدمة في العنوان، وتجنب استخدام العبارات المنفية في العنوان إلا إذا كان الخبر يتطلب ذلك، ويفضل استخدام فعل في السطر الأوّل من

(1) Lucie, B. Headlines and Subheadlines in Newspaper Reporting. (P.10).

(2) Chris R. Editing Across Media (P.99-100).

(3) ناجي، الخبر الصحفي (ص69).

(4) Crystal, D. Investigating English Style (P.219).

سطور العنوان، ويجب على محرر العناوين الحفاظ على الحياد وعدم التعبير عن الرأي في العنوان، وكذلك الالتزام بقواعد اللغة، واستخدام كلمات وتعبيرات واضحة لا لبس بها وكلمات قصيرة وبسيطة، وأن يتأكد المحرر من أن عنوانه سهل القراءة، وعدم تركيز المحرر على وجهة نظر ثانوية في العنوان وإهمال النقطة الأساسية، وتجنّب المبالغة في العنوان، فالعنوان لا بد أن يبنى على الحقائق الواردة في الخبر⁽¹⁾.

ويفضل استخدام الفعل المضارع في صياغة العنوان، والحكمة في ذلك هي أن يشعر القارئ بأنه يعيش في جو الموضوع أو الحادث الذي تنشر عنه الصحيفة⁽²⁾، وكذلك أن يتضمّن العنوان أهم حقيقة في الخبر، ويعبر عن أكثر الأحداث إثارة، وأن يكون مفيداً يدل على معنى الخبر في أقل عدد من الكلمات، ويجب عن أحد الأسئلة الستة المعروفة أو بعضها⁽³⁾، وأن يبتعد عن التهويل أو التقليل وألا يستخدم الأسئلة قدر الإمكان في كتابة العناوين⁽⁴⁾، وأن يبتعد عن إظهار أيّ شبهة للرأي فيه، حتى لا يفقد صدقه ويفقد موضوعيته⁽⁵⁾.

والعنوان الناجح هو الذي يجذب انتباه القراء إلى أخبار يمكن تجاهلها بدونه، وقد لا يكون للخبر الرئيس على الصفحة الأولى أي تأثير يذكر إذا فشل عنوانه في بيع الصحيفة عن طريق جذب انتباه القراء⁽⁶⁾.

وعلى محرر العناوين تجنّب استخدام اللهجة العامية في العنوان ما أمكن، وتجنّب العبارات المهجورة، وإهمال أدوات التعريف والتكثير في العناوين الإخبارية، وعدم استخدام صيغة أفعال الكينونة في العناوين الإخبارية⁽⁷⁾، وتجنّب التحريف تماماً مع عدم محاولة تبسيط العنوان أكثر من اللازم، واستخدام كلمات وتعبيرات واضحة لا لبس فيها⁽⁸⁾، واختصار العنوان عن طريق التخلص من بعض أدوات التعريف والتكثير وأحرف الجر والضمائر، وذلك في حال عدم أهميتهم الكبيرة لإظهارهم في العنوان، واختيار كلمات محددة وأفعال قوية تجبر القارئ على تناول الصحيفة وقراءة ما بداخلها من أخبار⁽⁹⁾.

(1) نصر، عبد الرحمن، التحرير الصحفي في عصر المعلومات ص245-248.

(2) حمزة، المدخل في فن التحرير الصحفي (ص163-164).

(3) إبراهيم، فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق (ص50).

(4) الحتو، مناهج كتابة الأخبار الإعلامية وتحريرها (ص131).

(5) أبو زيد، فن الخبر الصحفي (ص275).

(6) نصر، عبد الرحمن، المرجع السابق نفسه (ص201).

(7) Williams, P. 8 grammar rules for writing newspaper headlines (Website).

(8) Wilson, C, Orsini, M. Chapter Ten Editing (P.18)

(9) Simon, V. The grammar of headlines in the times 1870-1970 (P.46)

ومن القواعد المهمة أيضًا أن يتضمّن العنوان المصاحب للنص الخبري، خلاصة الشكل التحريري الخبري، وأهم حقيقة فيه، وإبرازها عن طريق جمعها أو كتابتها بحروف أكبر من حروف النص، ويعلو النص المصاحب له بهدف جذب انتباه القارئ لقراءة النص الصحفي الخبري، كما يتناسب حجمه وأهمية الموضوع الذي يصاحبه، والمساحة التحريرية التي يشغلها، ويطابق مضمونه السياسة التحريرية للصحيفة المنشور بها (1)، وعلى العنوان أن يشمل أهم حقيقة في الخبر، وأكثر الأحداث إثارة في الخبر، وأهم عنصر يتضمّنه الخبر مثل عناصر الشهرة أو الصراع أو غير ذلك من العناصر (2).

وعلى الصحفي أن يأخذ جميع القواعد السابقة بعين الاعتبار ويعمل بها، حتى يستطيع أن يقدم مادة صحفية مستهلة بعنوان يبرزها إلى جمهور الصحيفة دون أن تخيب آماله، خاصّة أنّ العنوان بمثابة نقطة تماس بين القارئ والصحيفة بحد ذاتها، فكتابة عنوان صحفي ركيك وبلا قواعد؛ قد يعرّض الصحيفة إلى الهجران، وتصبح المواد التي كلفتها جهدًا ووقتًا ليس بالهين؛ بلا قيمة في نظر قرائها، والسبب أنّ الصحفي لم يستطع التواصل مع هذا الجمهور وفق قواعد يلتزم بها بشكل فعال، فتحرير العنوان أصبح فنًا قائمًا بذاته ولا يمكن الاستغناء عنه.

خامسًا: أنواع العناوين:

أ. وفقًا لوظيفتها:

يركز هذا التصنيف على الوظيفة التي يؤديها العنوان من الناحية التحريرية والإخراجية، وتنقسم عناوين الأخبار طبقًا لهذا التصنيف إلى:

1- **العنوان التمهيدي:** وهو عدّة كلمات قليلة تأتي قبل العنوان الرئيس وتمهّد له، وفي أغلب الأحيان يشير إلى مكان أو زمان الحدث، ومن الضروري عدم تكرار الكلمات المستخدمة في العنوان الرئيس، وتكتفي كلماته بالإشارة إلى العنوان الرئيس المصاحب للنص الخبري والتمهيد له بكلمات تتصل بشكل ما بمضمونه (3)، انظر الملحق رقم (1) والشكل رقم (1).

(1) ربيع، فن الخبر الصحفي (ص145-146).

(2) أبو زيد، فن الخبر الصحفي (ص342).

(3) الدليمي، التحرير الصحفي (ص112).

العنوان الرئيس: وهو أهمّ العناوين وأبرزها، ويحمل أهم ما يتصل بالمضمون التحريري للخبر وأبرز جوانبه (1)، وهو الذي تتجه إليه الأذهان بسرعة (2)، ويهدف العنوان الرئيس إلى حثّ القارئ على قراءة المزيد، واجتذابه ونقله إلى المقدمة (3)، انظر الملحق رقم (1) والشكل رقم (2).

2- العنوان الثانوي: وهو سطر أو بضعة سطور تلحق بالعنوان الرئيس، وتحتوي على تفاصيل أكثر للخبر، أو تشير إلى عنصر آخر من عناصره، ويطلق على هذه العناوين الثانوية الفقرات (descks)، ويرتبط استخدامها بالأخبار الكبيرة، والصحف تفرّق بين العنوان الرئيسي والعنوان الثانوي في حجم الحروف، فنجد العنوان الثانوي يكتب بحروف أقل سمكًا وكثافة عن العنوان الرئيس (4)، ويستخدم غالبًا العنوان الثانوي مع التقارير الإخبارية التي يصبح معها العنوان الرئيس غير كاف، فيأتي العنوان الثانوي أسفل العنوان الرئيس ويكون ذا وحدة واحدة مستقلة، وإن ارتبطت ضمناً بموضوع العنوان الرئيس، ولكن يقدّم حقيقة جديدة من الحقائق التي ينبغي تقديمها (5)، انظر الملحق رقم (1) والشكل رقم (3).

3- العنوان الفرعي: وهي العناوين الفاصلة بين معظم فقرات الموضوع الواحد، وتشتد الحاجة إليها وبخاصة في الموضوعات الطويلة، لكسر حدة الرمادية الباهتة التي تتجم عن تراكم سطور المتن في مثل هذه الموضوعات، ولعل أهم ما يجب مراعاته في تحديد حجم العناوين الفرعية، هو ألا تتساوى في حجمها مع العناوين العمودية المصاحبة للأخبار المنشورة على ذات الصفحة من الصحيفة، وذلك تجنبًا لإحداث أي نوع من التضارب أو التداخل -بصريًا- فيما بينها، وبحيث لا تبدو الفقرة أو الفقرات التي يعلوها عنوان فرعي، وكأنها خبر مستقل عن الموضوع التي تعد في الأصل جزءًا لا يتجزأ منه (6)، انظر الملحق رقم (1) والشكل رقم (4).

4- عناوين الفقرات: "هو ذلك العنوان الذي يعلو فقرة من فقرات الخبر الكبير أو المادة الإخبارية، ويرتفع فوقها لكي يؤدي بالنسبة لها نفس الوظائف التي يؤديها العنوان الرئيس، ومعنى ذلك أنّ العنوان المكتوب في كلمات قليلة للغاية، الذي يعلوها يرتبط بهذه الفقرة قبل غيرها ودون غيرها أيضًا من الفقرات الأخرى، ويعمل هذا النوع من العناوين على كسر جفاف المادة الإخبارية، ويؤدي دورًا مهمًا في تشجيع القارئ على المتابعة

(1) الحقو، مناهج كتابة الأخبار الإعلامية وتحريرها (ص134).

(2) الدليمي، التحرير الصحفي (ص112).

(3) أدهم، فنون التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق (ص51).

(4) الحقو، مرجع سابق (ص134).

(5) الدليمي، مرجع سابق (ص113).

(6) النجار، مدخل إلى الإخراج الصحفي (ص120).

دون ملل، كما يساعده على أن يلتقط أنفاسه أو يقضي بعض حوائجه ثم يتابع القراءة مرة أخرى دون عناء في البحث عن نقطة استئناف، ونادراً ما تستخدم عناوين الفقرات في الصفحة الأولى للجريدة اليومية التي تحوى عددًا كبيراً من الأخبار⁽¹⁾، انظر الملحق رقم (1) والشكل رقم (5).

5- **عنوان البواقى:** يرشد هذا العنوان القارئ إلى بقية الخبر الموجود في الصفحة الأولى، ويمكن أن يأخذ عبارة أو كلمة أو عدة كلمات من العنوان الرئيس للخبر، ولا يصاغ بشكل جديد حتى لا يضل القارئ ويجعله يفشل في التعرف على بقية الخبر⁽²⁾، انظر الملحق رقم (1) والشكل رقم (6).

ب. وفقاً لموضوعها ومحتواها:

ويمكن تصنيف عنوان الخبر الصحفي وفقاً لموضوعه إلى الأنواع التالية⁽³⁾:

1- **العنوان الملخص:** وهو العنوان الذي يقدم الإجابة على أبرز أدوات الاستفهام الدالة على الحدث، وهي في أغلب الأحوال الأداة ماذا، ثم الأداة من، وقد يضيف إليهما أداة أخرى وربما أداة ثالثة وهي أين، أو متى، وهو يتمثل في العنوان الرئيس أكثر من غيره، انظر الملحق رقم (1) والشكل رقم (7).

2- **العنوان الوصفي:** وهو العنوان الذي يركّز على عنصر الوصف لبعض جوانب الأهمية في الخبر، أو لبعض الوقائع أو التفاصيل المهمة المتصلة بها، ويعتمد في ذلك على الكلمات القوية والعبارات التي تشد انتباه القراء، وهو في الغالب يجيب على الأداة ماذا، وأيضاً كل من "كيف، ولماذا"، انظر الشكل رقم (8).

3- **العنوان المقتبس:** ويطلق عليه عنوان التعليق، وهو يقوم على أساس اختيار الصحفي لإحدى الجمل المهمة التي جاءت ضمن تصريحات المصدر الإخباري، وهذا النوع من العناوين يرتبط بعنصرين معاً هما الحدث والشخصية أو الإجابة على الأداة من، ماذا، ومن، وتنقل هذه العناوين ما يقوله المتحدث نصّاً، وغالباً تكون من الأقوال المهمة من الأشخاص ذي الشأن، لذلك ليس من المدهش أن ترى كلاماً منقولاً في العنوان الإخباري، حيث تعدّ العناوين الاقتباسية طريقة أخرى للصحف للبدء بجملته لا يوجد لها دليل قاطع، انظر الملحق رقم (1) والشكل رقم (9).

4- **العنوان التأكيدى:** يؤكد هذا العنوان خبراً أو معلومة أو رأياً أو قضية بأسلوب خبري، وهو يتصل بالتقارير والقصص الإخبارية أكثر من الأخبار القصيرة الصغيرة، انظر الملحق رقم (1) والشكل رقم (10).

(1) زلطة، الخبر ومصادره (ص114-115).

(2) الحتو، مناهج كتابة الأخبار الإعلامية وتحريها (ص135).

(3) الدليمي، التحرير الصحفي (ص113-114).

- 5- **العنوان الموضح (المفسر):** ويقوم هذا النوع من العناوين بوظيفة الشرح والتفسير، وهي وظيفة إعلامية مهمة، تضاعف من أهمية مادته الإخبارية، انظر الملحق رقم (1) والشكل رقم (11).
- 6- **عنوان الإثارة:** وهو العنوان الذي "يحاول كاتبه أن يكون ذكياً في طرحه بقدر الاستطاعة لجذب انتباه القارئ لباقي المقالة، وغالباً يتطلب قراءة المقالة لفهم هذا النوع من العناوين، ويعدّ هذا العنوان جاذباً للانتباه، ولا يشترط أن يكون مفسراً لقضية معينة، انظر الملحق رقم (1) والشكل رقم (12).
- 7- **العنوان ذو العبارة القوية المتفجرة:** يستخدم هذا النوع من العناوين مع الأخبار الساخنة التي تأتي مع الأحداث الخاصة، ويأتي غالباً على شكل أقوال أو صيغة عبارات خطابية أو تصريحية أو بيانات أو رسائل مهمة، وتسمح بهذا الطابع الذي قد يأخذ أحياناً بعض القوالب والأساليب الإنشائية على عكس المفروض في الصياغة الإخبارية، ولكن قد يسمح الظرف نفسه أو تسمح المناسبة بذلك، انظر الملحق رقم (1) والشكل رقم (13).

وهناك مجموعة أخرى من العناوين وضعها بعض الكُتاب، وهي:

- 8- **العنوان التأثيري:** وهو الذي يؤدي دوراً في التأثير وليس مجرد الإخبار والتعريف والإحاطة، مثل "سنقاتل.. سنقاتل.. سنقاتل"، كان هذا عنوان الصفحة الأولى لجريدة الجمهورية القاهرية خلال العدوان الثلاثي على مصر، والعنوان كلمة ردها عبد الناصر في ختام خطاب له بالأزهر، وهو عنوان تأثيري، وفي نفس الوقت دعوة إلى موقف (1).
- 9- **عنوان التناقض (المقارنة):** "وهو من العناوين التي تظهر أحياناً على صفحات الصحف وهي تحمل المعاني التي بها شيء من التناقض، كأن تكتب صحيفة عنواناً "بجدارة.. وبصعوبة.. فاز الفريق الإنجليزي على نظيره البرازيلي (0/1)"، فكيف تكون بجدارة وبصعوبة في نفس الوقت، أو أنّها تقوم بوظيفة أخرى وهي أنّها تبرز أهم التطورات التي طرأت على الموضوع، كيف كان، وإلى أي مدى وصل" (2).
- 10- **عنوان التساؤل (الاستفهامي):** يطرح هذا العنوان أبرز ما في الخبر أو أهم ما يحتويه على شكل سؤال من الأسئلة، حيث يقدم المحرر الإجابة عنها في صلب المادة الإخبارية نفسها، وتستخدم هذه العناوين التساؤلية لمحاكاة فضول القارئ لما سيتبع العنوان، وهذه العناوين لا تتطلب إجابة من القارئ ولكنها تعطيه

(1) ناجي، الخبر الصحفي (ص69-70).

(2) الشمسي، صناعة الخبر الصحفي (ص137).

فضولاً أكبر، لأنّ الكاتب نفسه يعطي الإجابة من خلال المادة الإخبارية أسفل العنوان⁽¹⁾، انظر الملحق رقم (1) والشكل رقم (14).

11- **عنوان التوجيه:** من خلال هذا العنوان تستطيع الصحيفة دفع القراء إلى القيام بإجراء معين أو صدهم عن القيام به، أو اتخاذ موقف معين تجاه قضية أو موضوع معين أو عدمه، على ألا يحمل العنوان صيغة فيها توجيه مباشر صريح مثل "افعل كذا" أو "لا تفعل كذا"، والصيغة المقبولة مثلاً: (الجامعات تفتح أبوابها السبت المقبل)⁽²⁾.

12- **العنوان التعجبي:** ويستخدم هذا العنوان لتوضيح مشاعر الكاتب تجاه موقف معين، وربما يكون العنوان جملة كاملة أو كلمة واحدة أو عبارة قصيرة واحدة، وغالباً استخدام العناوين التعجبية يكون بنسبة قليلة في الصحف، وتستخدم في الغالب بالمقالات الإخبارية لأنها تعبّر عن الكاتب نفسه من موقف معين⁽³⁾، انظر الملحق رقم (1) والشكل رقم (15).

13- **العنوان الإخباري:** وهو الذي يوجز جوهر الخبر والحدث والموضوع، مثل عنوان "وقعت الحرب"⁽⁴⁾، انظر الملحق رقم (1) والشكل رقم (16).

أنواع العناوين كثيرة ومتعددة ولا حصر لها، وهو أمر منوط بالمحرر الصحفي وقدرته على الإبداع، وقد يلجأ بعض المحررين إلى دمج أكثر من نوع من العناوين لإعطاء عنوان في المحصلة يحمل قيمة وقوة، وقد يبدع بعض الكتاب في استخدام عناوين لا سيما مع كتابة مقالات إخبارية، يكون لديهم متسع أكثر في الإبداع.

سادساً: تحرير العنوان:

العنوان الصحفي هو أحد الفنون الصحفية، وهو فن له مبادئه وأسس ينبغي الالتزام بها، والعنوان الصحفي لم يكن معروفاً من قبل، ولم يشغل اهتمام المحرر الذي ينصب اهتمامه على جسم المادة الصحفية، لكنّ ظروفًا دفعت إلى الاهتمام به من بينها كثرة الأخبار الصحفية، والحرص على وقت القارئ، والتطور في فنون الطباعة، وبالتالي كان لا بد من الاهتمام في تحرير عناوين المادة الإخبارية⁽⁵⁾.

(1) Crystal, David. A Dictionary of Linguistics and Phonetics (P.174).

(2) الشمسي، صناعة الخبر الصحفي (ص137).

(3) Crystal. The Cambridge Encyclopedia of The English Language (P.174).

(4) ناجي، الخبر الصحفي (ص69).

(5) إبراهيم، فن كتابة الخبر والمقال الصحفي نظرياً وعملياً (ص155).

الصحفي المخبر أو المندوب مطالب بتسليم موضوع كامل صالح للنشر وهو بالتالي مطالب بكتابة عنوان أو أكثر للموضوع ولكن المحرر الذي يراجع النص ويوافق على نشره له صلاحية تعديل لأنه أدرى بالمواضيع الأخرى لخلق انسجام، خاصة عند نشر الموضوع في ملف، وتكلف بعض الصحف صحفياً معنوياً لكتابة ومراجعة العناوين (1).

ويرى الباحث أنّ الصحفي صاحب المادّة الصحفية هو الأجدر بكتابة عناوينه والتعبير عنها بشكل واضح، ولكن يمكن للصحيفة أن تخصص صحفياً ليحرر عناوين المراسلين غير القادرين على التعبير عن عنوان يوضّح مكنونات الخبر ويدلل عليها.

سابقاً: موعد تحرير العنوان:

إذا كان العنوان أوّل عنصر يطلّع عليه القارئ فإنه ينصح عادة بتحريره بعد الانتهاء من كتابة الموضوع لأنه يجب أن يشتمل على درجة من الأهمية من صلب الخبر، وربما يكون غير ذلك، فقد يهتدي الصحفي منذ البداية إلى عنوان وبصفة أخص بالنسبة إلى العناوين الإيحائية التي تتصدّر مقالات الرأي أو التحقيقات، فعليه أن يكتبه ثم يعود إليه من جديد بعد الانتهاء من كتابة الخبر ويراجعها أو يغيره كلياً، وهناك من المحررين من يرى أن الشروع في الكتابة بعد تحديد العنوان يساعد على حصر الخط العام للموضوع وتضمن وحدته (2).

البدء بالعنوان أم الانتهاء به يختلف حسب الممارسات الشخصية، ويمكن أن نبدأ كتابة الموضوع تحت هداية عنوان فرض نفسه في عقل الكاتب نتيجة اطلاعه المسبق على الموضوع ويؤدي العنوان في هذه الحالة دوراً موجهاً للكتابة وقد يساعد على التقيد بالموضوع، ويفضل كتابة العنوان وخاصة الإخباري في نهاية التحرير حتى يكون أكثر تعبيراً عن جوهر الموضوع بكامله، وحتى إذا انطلقنا في الكتابة ومعنا موضوع ملح فالأفضل مراجعته عند الانتهاء (3).

وتتسم عملية كتابة العنوان بالمرونة، فقد تراود الصحفي فكرة عنوان أثناء لقائه مع مسؤول ويصيغها على شكل عنوان قبل بدء تفرغ مادّته وصياغتها، وربما يكتب موضوعاً صحفياً تبعاً لعنوان يودّ تسليط الضوء عليه بشكل أكبر، ولكن القاعدة الأساسية أنّ المحرر الذي توكل له مهمّة إعداد المادة الصحفية، عليه أن يحررها أولاً ثم يحرر عنواناً لها ويضع اللمسات الأخيرة عليه.

(1) الجندوبي، كتابة عناوين المواضيع الصحفية (موقع إلكتروني).

(2) المرجع السابق نفسه.

(3) المرجع السابق نفسه.

المبحث الثاني

إخراج العناوين الصحفية

يتناول الباحث في هذا المبحث مطلبين، الأول يتناول تعريف الإخراج الصحفي لغة واصطلاحاً، وأهمية الإخراج الصحفي، وأهدافه، والتعرف على مدارسه ومذاهبه المتنوعة، ومعرفة صفات المخرج الصحفي الناجح، وأما المطلب الثاني، يستعرض فيه الباحث إخراج العناوين الصحفية، وأهمية إخراجها، والتصنيف الشكلي لعناوين المواد الإخبارية، ومعرفة شروط إخراج العناوين، والعناصر الخاصة بإبرازها.

المطلب الأول: الإخراج الصحفي

أولاً: الإخراج لغة:

من المادة اللغوية خَرَجَ: خَرَجَ خروجاً ومَخْرَجاً، وقد يكون المَخْرُجُ موضع الخروج. يقال: خرج مخرجاً حسناً، وهذا مَخْرَجُهُ، وأما المَخْرُجُ فقد يكون مصدرَ قولك أَخْرَجْتُهُ، والمفعول به، واسمَ المكان والوقت، نقول: أَخْرَجْنِي مَخْرَجَ صدق، وهذا مخرجه (1).

ثانياً: الإخراج الصحفي اصطلاحاً:

يقوم الإخراج نظرياً على أساس العلاقة الجدلية بين الشكل والمضمون، وتتيح مثل هذه العلاقة إبراز ما هو عام وخاص بين الشكل والمضمون، على أن يكون للمضمون المحل الرئيس والمحدد، فكل تبدل في المضمون يفرض تبدلاً في الشكل، إلا أن الشكل لا يتبع المضمون آلياً، لأنّ للشكل دوره الخاص الذي تقيده قواعد داخلية تحدد أثره في المضمون كما تحدد تنوعه، وعليه فإنّ للإخراج قواعده الناظمة التي يؤثر تطبيقها على مضمون الصحيفة سلبيًا وإيجابيًا (2).

ومشكلة الإخراج الصحفي غالباً تتمثل في إيجاد شكل مرضٍ للمواد الصحفية على الصحيفة، وتوفير مساحة للإعلانات التي تعتمد إيرادات الصحيفة عليها، فالصحف تقع في مشكلة الموازنة بين جميع الإعلانات المباعة على صحيفتها، وموادها الإخبارية (3)، وللاخراج الصحفي عدّة تعريفات اصطلاحية أهمّها:

(1) الفارابي، الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية (ص309).

(2) علم الدين، الإخراج الصحفي (ص20).

(3) Francis, Knudson. Computer-Assisted Layout of Newspaper. (P.1).

- عملية تصميم الصفحات وطريقة عرض الموضوعات وأساليب تنظيم المواد الصحفية من أخبار ومقالات وتحقيقات وإعلانات وصور ورسوم كاريكاتير وغيرها، ولا يرمي الإخراج الصحفي إلى أغراض جمالية بحتة؛ لأنه فن تطبيقي يحقق أغراض الصحافة الناجحة من حيث الوضوح والدقة والصدق في التعبير ويسر القراءة، وجاذبية الصحيفة للقراءة، ويمثل الإخراج المظهر أو الشكل للصحيفة (1).
- خطوة من خطوات إصدار الصحيفة، تتعلق بمظهرها الخارجي وشكلها الفني، أي تلك الجوانب المرتبطة بالمضمون والمؤثرة فيه والمعبرة عنه (2).
- عملية توزيع مكونات الصفحة وعناصرها البنائية من (نصوص، وعناوين، وصور، ورسوم، وجداول، وفواصل، وألوان) وفق قواعد تحريرية وإخراجية وإنتاجية محددة لتحقيق أهداف محددة (3).
- تطبيق كل المبادئ المستخدمة للعناصر التيبوغرافية بكل ما يصاحبها من مشكلات دقيقة من نشر الأخبار والمواد الإعلامية (4).

وركزت التعريفات على مجموعة من النقاط، أهمها: أنّ الإخراج الصحفي هو خطوة من خطوات إصدار الصحيفة، يهتم بترتيب وتصميم وضع المادة وتوزيعها على الصفحات، لتحقيق الهدف الأول من الإخراج في جعل المادة الصحفية معبرة ومقروءة في قالب مقنع للعقل ومرضى للذوق، ما يؤدي إلى نجاح الصحيفة من حيث مظهرها الخارجي وشكلها الفني الذي تظهر فيه الصبغة الفنية، والإبداعات الجمالية.

ثالثاً: أهمية الإخراج الصحفي:

يعدّ الإخراج الصحفي فناً إبداعياً، وهناك إمكانيات لا نهائية لتنويع التصميم بالصحيفة، ويتم الحكم على قيمة تصميم الصحيفة الإخبارية من المصممين المتخصصين، وذلك من خلال النظر على التصميم بأنفسهم، ودراسة مدى التأثير الذي سيشتركه على القارئ، والطريقة التي ستدفعهم إلى فهم الموضوع، وذلك من خلال دراسات يجريها فريق مختص منهم، ليعمل فيما بعد على تطوير الإخراج داخل الصحيفة بما يتناسب مع الجمهور المتلقي (5).

(1) إمام، دراسات في الفن الصحفي (ص221).

(2) علم الدين، الإخراج الصحفي (ص9).

(3) المرجع السابق نفسه (ص23).

(4) الحسن، إخراج الصحف والمجلات (ص39).

(5) Holmqvist Wartenberg. The role of local design factors for newspaper reading behavior- an eye-tracking perspective (P.41).

ويؤدي الإخراج الصحفي دورًا كبيرًا في شكل الصحيفة لتبدو جذابة، ومنافسة، وتلبي احتياجات القارئ، وترضي طموحاته، ولما كان الهدف من كل ما يُنشر في الصحف أن يُقرأ ويُطَّلَع عليه، ظهرت أهمية الإخراج الصحفي ودوره في إبراز هذه الأخبار بشكل يشد انتباه القارئ، سيما وأنَّ القارئ أصبح الآن يتعامل مع الصحف بشكل انتقائي، وهذه الانتقائية ذات حدّين، متعلقة بوسائل الإعلام عامة، أو متعلقة بالصحيفة نفسها كوسيلة إعلامية، بمعنى أنَّ القارئ له الحق في التعرض للوسيلة التي يريد، وإذا اختار التعرض للصحيفة فله الحق أيضًا أن يختار من بين هذه الصحف ما يناسب هواه ويلبي رغباته (1).

ويعكس تصميم الصحف الإخبارية شخصية الصحيفة، ومن الضروري الاهتمام بتنسيق الصحيفة للمحافظة على هويتها، ويؤدي التصميم غير المتنوع والجامد إلى رتابة الصحيفة ونفور القارئ منها وشعوره بالملل أثناء تصفحها (2)، ومن هنا فإنَّ للإخراج الصحفي أهمية كبيرة وهي على النحو التالي (3).

1- يسهم في ازدياد إقبال القراء على الصحف بصفته جزءًا من العمل في مجال إنتاجها، وكذلك في استجابة تامّة للدور الرئيس للصحافة باعتبار مسؤوليتها الإعلامية الهادفة في الوصول لمختلف فئات الجمهور المتنوع المستويات والاهتمامات، ويزداد إقبال القراء على الصحيفة كلما قلَّ ما ينفقون من تركيز، وإعمال لطاقتهم العقلية والجسدية في إطار سعيهم إلى فهم ما يطلعون عليه من رسائل صحفية، وضرورة تقديم مضامين إعلامية متميزة تشبع حاجات القراء الاتصالية، وذلك بطريقة فنية مشوّقة وجذابة.

2- تقليل الوقت والجهد اللازمين لفهم واستيعاب القراء للرسائل الإعلامية التي يتطلعون إلى التفاعل معها بما يستجيب لحاجاتهم الاتصالية، ويؤدي إلى إشباعها، وعكس القيم الجمالية السائدة في المجتمع، ويتمثل ذلك في تحديد أنواع الخطوط الملائمة للاستخدام في إنتاج اللافتة وإعداد العناوين الثابتة الخاصة بالوحدات الطباعية الثابتة، إضافة إلى استخدام أكثر أنواع الورق مناسبة للاستخدام في ظل الظروف الاقتصادية للمجتمع، وبما يعكس القدرات الاقتصادية للصحيفة بشكل دقيق.

3- الاهتمام بالأدوار المختلفة للعناصر الطباعية المتعددة، ذلك أن لكل عنصر طباعي خصائص معينة ترتبط بوظائفه المهنية بجانبها الإعلامي والطباعي، وتسهم في تقوية قدرته على أداء أدوار رئيسية في عمليات الإخراج، واستخدام الأنواع المختلفة من حروف المتن والعرض بأشكالها وأحجامها الأكثر مناسبة للأغراض

(1) نجادات، الإخراج الصحفي واتجاهاته ومبادئه والعوامل المؤثرة فيه وعناصره (ص21).

(2) Francis, Knudson. Computer-Assisted Layout of Newspaper. (P.2).

(3) العسكر، الإخراج الصحفي أهميته الوظيفية واتجاهاته الحديثة (ص87-95).

التي تستخدم لها، إضافة إلى أهمية العناية باستخدامات العناصر الأخرى كالصور الظلية والخطية الملونة وغير الملونة، وأيضًا وسائل الفصل التقليدية والحديثة وفقًا لتصورات محددة تستجيب للعمل الوظيفي في هذا المجال.

4- الاهتمام بالأسس الفنية للتصميم، بحيث تؤدي هذه التصاميم وظيفية تقديم المواد الصحفية اليومية مرتبة بحسب أهميتها، وذلك بطريقة غير مفتعلة، حيث يمكن استثمار المتغيرات المحددة للأهمية في توزيع الوحدات مرتبة حسب أهميتها، وذلك بالاستفادة من المواقع المختلفة عبر الصفحة ومن حجم الأتقال التي تمثلها هذه الوحدات.

5- يؤثر أسلوب طباعة النص على قابليته للقراءة وذلك من خلال حجم الخط المستخدم في الطباعة ونوعه، حيث تم الجدل بين كثير من المسؤولين على أن وضع كمية كبيرة من النصوص في المحتوى لا يقود إلى نتائج قراءة إيجابية بل يقلل من قراءة النص⁽¹⁾.

ويرى الباحث أن الإخراج الصحفي هو الشكل النهائي الذي تقدم به الرسالة الإعلامية لجمهورها، وهذا يعني أن أهمية الإخراج تكمن في مدى تلبية الصحيفة لرغبات القارئ وإشباع أذواقه الفنية، وإبراز الأخبار بشكل يشد انتباهه، وكلما قلَّ الجهد والوقت اللازمين لفهم واستيعاب الرسائل الإعلامية، فإن ذلك يكون لصالح الصحيفة، ويزيد الإقبال عليها، خاصة في ظل وجود منافسة شديدة مع الصحف الأخرى.

رابعًا: أهداف الإخراج الصحفي:

يضطلع الإخراج الصحفي بدوره في مجال العمل الصحفي، ويحقق أهدافه عبر أداء عدة وظائف باستخدام لغة الشكل التي ترتبط بعلاقة متلازمة مع المضامين المنشورة من خلال كون لغة الشكل أداة التعبير عن المعاني المتجسدة في الأفكار المنشورة عبر الوحدات التحريرية، ولعل أهمية أداء الإخراج الصحفي لوظائفه تتبع من خلال أهمية وصول المضامين المنشورة في الصحف إلى القراء المستهدفين، وهي المحصلة النهائية لعمل الصحيفة، إذ تتحقق عبر هذه الخطوة متطلبات الإعلام المطلوبة من الصحافة⁽²⁾.

ويهدف الإخراج إلى تحقيق فعالية كبيرة وتأثير بصري فعال للمادة المطبوعة، سواء كانت نصويًا مكتوبة مجردة، أو مصحوبة بالعناصر الفنية المساعدة كالصور والعناوين، وسواء كانت خاصة بالصحف

(1) Morkes, Nielsen. Concise, scannable and objective: How to write for the Web. (P.72).

(2) العسكر، الإخراج الصحفي أهميته الوظيفية واتجاهاته الحديثة (ص106).

اليومية، أو المجلات أو المطبوعات الإعلانية، فإنّ هذه المادة تهدف إلى دفع القارئ إلى النظر إليها أولاً ثم القراءة ثانياً (1).

ويعمل الإخراج الصحفي على تحقيق مجموعة من الأهداف، ومن أهمّها؛ إبراز المحتوى وتوظيفه لجذب القراء ومعاونتهم على متابعة المضمون دون مشقة أو عناء، وتيسير قراءة مادة الصحيفة على القارئ بحيث يستوعبها في أقصر وقت ممكن (2)، ذلك أنّ تصميم الصحيفة ليس عملاً فنياً بحثاً تقتصر أهميته على الجاذبية الكلية لبصر القارئ، وإنما هو إضافة إلى ذلك عمل إعلامي صحفي لا بد أن يلفت الانتباه خلال التعبير الموضوعي عن الأحداث التي تهم القارئ، وتتعدد وسائل الإخراج الصحفي وأساليبه لتحقيق ذلك عن طريق العناوين الجيدة والصور الجذابة والألوان والفواصل والتنوع في الخطوط، وتحقيق وإبراز القيمة الجمالية للصحيفة، ذلك أنّ الإخراج في إنجاز هذه الوظيفة يحقق إرضاء آلاف القراء على اختلاف مستوياتهم، وتباين أذواقهم وتنوع أمزجتهم، فالإخراج يتعامل مع الخيال ليعطي أجمل الأشكال وأروعها للصحيفة، بحيث تبدو في تصميم جمالي مناسب يبتعد عن المبالغة والتهويل، ويقترب من واقعية الفن الجميل، واضعين في الاعتبار أن تحقيق القيم الجمالية للصحيفة لا يعني مجرد زخرفة وتزيين الصفحات، وإنما يتعدى ذلك إلى تسخير الكل في خدمة المضمون، فالارتباط بين الشكل والمضمون في تصميم جمالي يعطي إحساساً بالاهتمام وحسن ترتيب الموضوعات في صورة تروق للقارئ، وتدفع به إلى القراءة، بحيث يستطيع القارئ من نظرة واحدة معرفة أهم الموضوعات على الصفحة (3).

ويهدف الإخراج الصحفي إلى إحداث انسجام بين عين القارئ والصحيفة أثناء تتبعه للأخبار، التي على الصحيفة أن تصممها على شكل خريطة إخبارية ترشد القارئ إلى حدود الموضوع دون تداخل بين الموضوعات، وكذلك إظهار التميّز في التصميم دون أن يكون مليئاً بالألوان ويشعرك بالضجيج (4).

كذلك يهدف الإخراج إلى وضع المادة الصحفية في شكل فني متناسق ومريح للنفس والعين معاً، ذلك أنّ تقديم المادة وفقاً للشكل الذي يحقق الراحة النفسية والبصرية للقارئ يسهل عملية القراءة، وبالتالي عملية الاستيعاب، وانسجام المادة وفق خطة تجعل هذه المادة مرئية ترتيباً منطقيّاً، إما عالمياً أو جغرافياً أو

(1) مصطفى، تكنولوجيا الفن الصحفي (ص124).

(2) الحسن، إخراج الصحف والمجلات (ص40).

(3) البطل، الإخراج الصحفي فن وعلم (ص17-18).

(4) Kevin, Nerone . Visual Mapping & Cultural Authority Design Change in U.S Newspapers. (P.8).

وفقاً لموضوعاتها، وكذلك تحقيق التوازن بين شكل الصحيفة ومضمونها وسياستها في التحرير، حيث إنّ إحداهما التوازن بين العناصر الثلاثة (الشكل والمضمون وسياسة التحرير)، هو من صميم وظيفة الإخراج الصحفي، وعرض الأخبار والموضوعات بالصورة التي تحث القارئ على القراءة بصفة عامة أو قراءة موضوعات أو أخبار معينة بصفة خاصة، وذلك بإعطاء أهمية نسبية في إبراز وإخراج بعض الأخبار والموضوعات بالصورة التي تجذب انتباه القارئ وتغريه في الوقت نفسه على قراءتها (1).

ويهدف الإخراج الصحفي إلى عرض الأنباء مقومة حسب أهميتها، فالقارئ يتوقع إبراز الموضوعات المهمة سواء من حيث مكان عرضها على الصفحة أو الوحدات التيبوغرافية المستخدمة فيها، وبالتالي يعمل الإخراج على عقد صلة تعارف وألفة بين الصحيفة والقارئ بحيث يستطيع تمييزها في يسر ويسعى إليها في رغبة (2)، وكذلك إعطاء هوية مميزة للصحيفة عن غيرها من باقي الصحف المنافسة، بحيث تبدو مختلفة ومميزة، ولا تخرج كذلك عن المألوف فتبدو شاذة، وهذا بدوره يساعد في عقد صلة تعارف وألفة بين القارئ وصحيفته، وذلك من خلال الثبات في الإخراج، واستخدام نفس الحروف في عناوين الأخبار ومتونها (3).

ويهدف الإخراج الصحفي أيضاً إلى تأكيد الصحيفة على الهدف المطروح من أخبارها، سواء بإبراز المادة الصحفية أو تهميشها، وذلك من خلال وضع الهدف المراد توصيله للقراء على قمة الصحيفة الأمر الذي سيقود إلى قراءتها بشكل أسرع من القراء، وإعطاء الموضوع حجم خط أكبر ليجذب القراء، والألوان لها دور مهم في تصميم الصحيفة لجذب القراء، وذلك بجانب وضع اقتباسات متعددة وصور (4).

ويرى الباحث أنّ الإخراج الصحفي يهدف بالأساس إلى جذب انتباه القارئ إلى المادة الصحفية للنظر إليها أولاً، ثم قراءتها ثانياً سواء كانت نصوصاً أو صوراً أو عناوين، وكذلك يهدف إلى محاولة إرضاء آلاف القراء على اختلاف مستوياتهم، وتباين أذواقهم وتنوع أمزجتهم، وأيضاً وضع المادة الصحفية في شكل فني متناسق ومريح للنفس والعين معاً، وعرض الأنباء والموضوعات حسب أهميتها، وإعطاء هوية مميزة للصحيفة تميزها عن غيرها من الصحف المنافسة.

(1) البطل، الإخراج الصحفي فن وعلم (ص18-20).

(2) الحسن، إخراج الصحف والمجلات (ص40).

(3) علم الدين، الإخراج الصحفي (ص15-16).

(4) Holmqvist Wartenberg . The role of local design factors for newspaper reading behavior- an eye-tracking perspective. (P.2).

خامسًا: مدارس الإخراج الصحفي:

يعتمد الإخراج الصحفي بصورة أساسية على الفكر التصميمي، وعلى عقلية المخرج المبتكرة، الذي يمتاز بفعالته العالية لتنعكس على تحقيق الاتصال من خلال خلق لغة إحصارية مستمرة بين الصحيفة، والمجتمع كوسيلة اتصالية⁽¹⁾، ثم يؤدي المخرج الصحفي دوره في إعطاء الهوية لصحيفته من خلال اتباعه مدارس الإخراج المتنوعة، التي تميّزه من عدّة نواحٍ منها العناصر التركيبية، والنصوص، والعناوين الإخبارية، والاقتراسات، ومراكز الثقل، ويمكن لعملية التخطيط التي تسبق الإخراج أن تخدم المخرج النهائي للصحيفة، الذي يشير إلى عملية إنتاج ديناميكية وشخصية مصممة لأهداف الصحيفة⁽²⁾.

وعرف الإخراج الصحفي ظهور عدة مدارس تأثر بعضها بالمدارس التشكيلية المتزامنة معها، وتأثر البعض الآخر بنتائج الدراسات النفسية والتعامل مع الإخراج الصحفي على ضوءها، وتصنّف المدارس إلى ثلاثة أقسام، الأولى الكلاسيكية، والثانية التوازن، والثالثة المعتدلة، وتصنّف الأخيرة على أنّها المدرسة الحديثة⁽³⁾.

1- المدرسة التقليدية (الكلاسيكية):

برزت هذه المدرسة مع ظهور الإخراج الصحفي، وهي تقوم على مبدأ التوازن الشكلي المتماثل، أي إذا قسمنا الصفحة إلى قسمين متساويين يجب أن يكون للعناصر في القسم الأول (عدد المواضيع، والعناوين، والصور ..)، ما يشابهها أو يماثلها في القسم الثاني، وقد تأثرت هذه المدرسة بفلسفة التناظر والتماثل التي كانت سائدة في الممارسة التشكيلية والهندسية⁽⁴⁾.

وتضم هذه المدرسة عددًا من المذاهب يتميز الإخراج فيها بالهدوء والرتابة والبعد عن الأساليب الصارخة أو المثيرة في عرض الأنباء، وإن تعاونت فيما بينها في مدى أخذها بالمبادئ الأساسية لهذه المدرسة، وذلك في مدى تحقيقها لفكرة التوازن الشكلي بين نصفي الصفحة⁽⁵⁾.

(1) عبد الرزاق، وعباس، فاعلية الإخراج الصحفي في بناء لغة إحصارية دالة لرأس الصفحة الأولى (ص2).

(2) Kivela. Aesthetic measures for automated magazine layout on tablet devices. (P.4-5).

(3) موسى، السمات العامة للإخراج الصحفي بالحاسوب (ص2).

(4) المرجع السابق نفسه (ص2).

(5) الصقر، تصميم الصحافة المطبوعة وإخراجها (ص85).

وكان هذا المذهب يستعمل بشكل منتشر في أواخر الثمانينات وبداية التسعينات من القرن الثامن عشر، ولكن ضرورة الحصول على شيئين متماثلين في كل شيء يجعل هذا المدخل غير عملي، ففي التوازن الشكلي من الضروري موازنة عنوان بأخر وفقاً للحجم، واتساع العمود، والنقل، وكذلك إذا كانت هناك صورة واحدة على عمود في الجانب الأيمن العلوي، وينبغي أن يكون هناك صورة واحدة على عمود في الجانب الأيسر العلوي، فالشكل تعلق قيمته على المضمون في التوازن الشكلي (1).

ويرى الباحث أنّ المدرسة التقليدية أكثر المدارس ملائمة للتعبير عن شخصية الصحيفة الرزينة، وأنسبها لعرض الأنباء في صورة لا يشوبها عنف أو إثارة، ويمكن استخدام هذا المذهب في الأيام العادية التي تتساوى أنبؤها في الأهمية، لكنّ الصفحة تبدو تبعاً لهذا المذهب رتيبة، تشعر القارئ بأن صحيفته تقدم إليه شكلاً جامداً، وكأنّها تضع حاجزاً فيما بينهما، ومهما بدا منظر التماثل جذاباً فإنّه سرعان ما يفقد جاذبيته بتكراره، ومن الصعب تطبيق هذا المذهب على الموضوعات القصيرة المختلفة.

2- المدرسة المعتدلة:

وتعتمد فكرة هذه المدرسة على قاعدة التحرر من فكرة التوازن الشكلي المفتعل أو المقصود، ويتم ترتيب العناصر التيبوغرافية على الصفحة بتوازن حقيقي بين أجزائها، وتعتمد على تحديد شكل الصفحة بطريقة ملائمة لطبيعة موادها لا أن تكون هذه المواد ملائمة للمذهب الإخراجي المستخدم في هذه المدرسة (2).

ويسعى المخرج في هذه الحالة إلى الاعتدال في الموازنة بين العناصر المكونة للصفحة، وترتيب النصوص والصور وتوزيعها في أجزاء الصفحة المختلفة، وحاولت هذه المدرسة التخلص من مبدأ التوازن المتماثل تقادياً لعيوبه، (3)، ومن أبرز مذاهبها:

أ. مذهب التوازن اللا شكلي:

وهو تكسير لقاعدة التوازن الشكلي المتماثل، حيث يهتم المخرج فقط بالتوزيع العام للعناصر والكتل اللونية شريطة ألا توازي الواحدة منها الأخرى، فمثلاً الصورة التي في أعلى يمين الصفحة لا تقابلها بالضرورة صورة أو مساحة لونية في أعلى يسار الصفحة، والمبدأ نفسه ينطبق على المستوى العمودي بين النصف الأعلى

(1) علم الدين، الإخراج الصحفي (ص80).

(2) الصقر، تصميم الصحافة المطبوعة وإخراجها (ص87).

(3) مكي، الإخراج الصحفي الطول الفنية لصفحة المستقبل (ص109).

للصفحة والنصف الأسفل، وقد مكن هذا المذهب المخرج الصحفي من تجاوز التعقيدات التي تفرضها المدرسة الكلاسيكية، وأتاح له حرية توزيع المواضيع، واختيار أماكنها حسبما تتطلبه أهمية تلك المواضيع (1).

ويوازن المصمم تبعاً لهذه المدرسة، قمة الصفحة وقاعها، باستعمال الأثقال التيبوغرافية المتباينة، مستعيناً بالعناوين، والمساحات البيضاء، والمواد المصورة، من خلال هذا المدخل التصميمي، ويمكن عرض النص في كتل مستطيلة (بلوكات)، أو أخبار أو موضوعات تدمج معاً في أشكال أو كتل غير منتظمة (2).

ويرى الباحث أنّ هذا المذهب يبتعد عن الرتابة في عملية الإخراج، ويحقق التناسق بين جميع أجزائها، ويتيح الفرصة لإبراز الموضوعات وعرضها حسب أهميتها على الصفحة، وإخضاع شكل الصفحة لطبيعة موادها.

ب. **مذهب التوازن مع التباين:** ويكسر كذلك مبدأ التوازن الشكلي المتماثل، كما يساعد على استغلال أسفل الصفحة باعتبارها مساوية لأعلى الصفحة في الأهمية، فإذا كان الموضوع الأهم في أعلى يمين الصفحة، ليس بالضرورة أن يكون التالي له في الأهمية في أعلى يسار الصفحة، إذ يمكن أن يكون في أسفل الصفحة سواء في يمينها أو يسارها (3).

ت. **المذهب التربيعي:** يختلف هذا المذهب عن سابقه، ويقرب من مدرسة التوازن الشكلي المتماثل، إذ يتم فيه تقسيم الصفحة إلى أربع كتل لونية مع اختلاف الأحجام، فمثلاً حصيلة الكتلة اليمنى العليا والكتلة اليسرى السفلى قد تساوي حصيلة الكتلة اليسرى العليا والكتلة اليمنى السفلى (4).

ويعتقد الباحث أنّ هنالك عيوباً تشوب هذا المذهب، حيث يقيد المخرج بإجباره استخدام عناصر ثقيلة لتثبيت أجزاء الصفحة يومياً، وفي حال عدم وجود أنباء مهمة سيهمش المخرج أركان الصفحة، وبالتالي يختل تطبيق هذا المذهب.

ث. **المذهب التركيبي:** يقوم هذا المذهب على أساس استخدام نظرية البؤر استخداماً جزئياً لإبراز الموضوع الرئيس الأول فوق سائر الموضوعات على الصفحة، وعلى ذلك يركز الثقل فوق ركن واحد فقط وهو الذي يحتله هذا

(1) موسى، السمات العامة للإخراج الصحفي بالحاسوب (ص3).

(2) علم الدين، الإخراج الصحفي (ص80).

(3) موسى، مرجع سابق (ص3).

(4) المرجع السابق نفسه (ص3).

الموضوع. وإبراز موضوع واحد فوق سائر الموضوعات يتطلب إبراز عناصره على حساب العناصر الأخرى⁽¹⁾.

وهو يجمع بين القديم والحديث، حيث يتم التركيز على الموضوع الرئيس فقط، وعادة ما تنشر معه صورة، وهكذا نجد أنّ الصحف التي تقرأ من اليسار إلى اليمين تركز على أعلى يسار الصفحة، بينما الصحف التي تقرأ من اليمين إلى اليسار تركز على أعلى يمين الصفحة⁽²⁾.

3- المدرسة الحديثة:

ويدخل ضمن هذه المدرسة المداخل الحديثة كافة في الإخراج رغم التباين الكبير فيما بينها، وتتسم بالتححرر من التوازن، وقد بدأت هذه المدرسة باستخدام نموذج التوازن الشكلي التقريبي ثم التوازن التريبي والتركيزي، ووقفت الصحف اللندنية إلى مرحلة ما بعد الحداثة، وتتميز هذه المرحلة بالتححرر من أي تقليد طباعي سابق، ومن المتغيرات في النمط الإخراجي الحديث استخدام أسلوب الوحدات، وهو نمط ابتدعته الصحافة البريطانية المعتدلة، وأسلوب التصميم الكلي، الذي يعتبر الصفحة وحدة فنية واحدة، وكان المخرجون في السابق يعتبرون صفحة الجريدة شكلاً فنياً يتكون من قسمين متماثلين مثل وجه الإنسان⁽³⁾، ومن أبرز مذاهب هذه المدرسة:

أ. مذهب التجديد الوظيفي:

يقوم مذهب التجديد الوظيفي على أن الوظيفة ينبغي أن يوجهها الاهتمام الأول وأن العوامل الأخرى كالشكل والبناء يجب أن تعدل بحيث تخدم هذا الغرض الرئيس. وغاية هذا المذهب في الإخراج أن تقدم الصفحة للقارئ أهم أنباء اليوم بطريقة طبيعية لا قيود فيها ولا افتعال، بحيث تجذب انتباهه وتيسر له إعادة محتوياتها، وللوصول إلى هذه الغاية لا تصمم الصفحة على أساس شكل خاص أو فكرة بنائية معينة يتقيد بها المخرج ولا يُراعى فيها أي تقليد تيبوغرافي ليس له مبرر واضح وإنما تعرض كل مادة من مواد الصفحة

(1) شفيق، الجوانب العملية في إخراج الجريدة (ص132).

(2) موسى، السمات العامة للإخراج الصحفي بالحاسوب (ص3).

(3) مكّي، الإخراج الصحفي الطول الفنية لصحافة المستقبل (ص109-110).

حسب أهميتها النسبية ويوفر لها الحيز والمكان والعناصر الطباعية التي تحقق ذلك، كما يحيي هذا المذهب النصف الأسفل من الصفحة ببعض العناصر الطباعية الثقيلة (1).

ب. مذهب الإخراج الأفقي:

ويقوم هذا المذهب على الاتجاه الأفقي، تجسيداً لفكرة مسرى العين الأفقي، إذ إنّ القارئ يجول ببصره عبر السطر على خط أفقي مستقيم، قبل متابعة بقية السطور عمودياً، وينقذ هذا المذهب الصفحة من الرتابة العمودية، حيث يتم توزيع المواد على الصفحة في اتجاهات أفقية تتيح للعين سهولة القراءة، وتتبع الأخبار، وتتم جدولة المواضيع من اليمين إلى اليسار في اللغات ذات الهيمنة اليمنى (2).

ت. مذهب الإخراج المختلط (السيرك):

ويعتمد هذا المذهب على العناوين الضخمة، والاستعمال الوفير للأشكال الزخرفية التيبوغرافية كالنجوم والدوائر والمربعات والأسهم، والصور الضخمة التي غالباً ما تكون في أشكال غير منتظمة، والتنويع في حجم واتساع النصوص، وهذا المدخل مؤثر ويثير وجدان وانفعال القراء، ولكن من الصعب قراءة مواده ولا يرضي كل الفئات (3).

بالإضافة إلى هذه المدارس الإخراجية بمذاهبها المختلفة، يلجأ المخرجون إلى الاستفادة من بعض الأشكال الهندسية في إضفاء جمالية على الصفحة، فقد يتعامل المخرج مع الصور والكتل اللونية بأسلوب الهرم أو الهرم المقلوب، إذ يتم وضع صورة صغيرة في أعلى وسط الصفحة، وفي وسطها تكون صورة كبيرة أو عدة صور منتشرة أفقيًا، حيث يعطي مجموع الصور شكل الهرم، ويتم اتباع العكس في حالة الهرم المقلوب، وقد يلجأ المخرج إلى أسلوب التدرج في توزيع الصور والكتل اللونية حيث تنتظم في أحد أوتار الصفحة (4).

(1) شفيق، الجوانب العملية في إخراج الجريدة (ص133-134).

(2) موسى، السمات العامة للإخراج الصحفي بالحاسوب (ص4).

(3) علم الدين، الإخراج الصحفي (ص81).

(4) موسى، مرجع سابق (ص4).

ويرى الباحث أنّ المدرسة الحديثة تسعى إلى التجديد والابتعاد عن الرتابة والتقليد، وتعطي راحة للعين التي تطالع الصحيفة، وتوفّر مساحات بيضاء وراحة نفسية للقارئ، وأفضل ما تقدّمه هذه المدرسة أنّ كل ذلك لا يتناقض مع الاستغلال الأمثل للمساحة.

سادسًا: صفات المخرج الصحفي:

تزداد أهمية المخرج ويبرز دوره بانتشار التكنولوجيا، وسهولة وسائل المواصلات وتبلغ دورة أهميته عندما تشابهت الصحف في مظهرها الخارجي، فعليه دائمًا مهمّة التجديد في الإخراج، وطريقة عرض أخباره وأفكار جريدته (1).

ويعرّف المخرج الصحفي بأنّه "المهندس الذي يصمم الصفحات ويشرف على تنفيذها، وهو حلقة الوصل بين قسم التحرير والإعلان من جهة، والأقسام الفنية والمطبعة من جهة أخرى، وهو يتوحّى في عمله وحدة الأسلوب وتنوع الشكل في كل عدد من أعداد الصحيفة، بما يتفق مع سياسة الصحيفة والمواد المعدة للنشر والأنباء المطلوب نشرها (2).

وعلى المخرج الصحفي أن تتوفر فيه مجموعة من الخصائص، أهمّها أن يكون على إدراك تام بما يجري في الداخل والخارج، حتى يجعل حرف المطبعة ناطقًا بالمعنى المقصود، وبما يجذب القارئ إلى قراءة المادة الصحفية، والحاسة الصحفية التي تقوده إلى التصرف السريع في حالات لا تتوفر فيها المشورة السريعة ممن يتولون المسؤوليات الرئيسية في الصحيفة، وأن يكون خبيرًا بنفسية القراء وعقليتهم على اختلاف العمر والتعليم والنوع، ومعرفة عادات الناس القرائية وسلوكه البصري ودارسًا لتأثر الألوان النفسي في القراء سواء في الإعلانات أو الأخبار أو الموضوعات، وأن يكون طويل المران على العمل الصحفي، علميًا بمختلف المراحل التي يمر بها إنتاج الصحيفة، وأن يحسن تقويم الأخبار والموضوعات وتقدير أهميتها، ومن ثم تحديد مكانها في الصحيفة، وأن يكون ملماً وخبيراً وممارسًا للتطورات التكنولوجية التي تتصل بعمله كالحاسب الآلي بملحقاته وبرامج التصميم وبتكنولوجيا الصحافة، مثل تكنولوجيا نقل الصورة الصحفية عن بعد، والصور

(1) صبحي، الجورنال من الصفحة الأولى للصفحة الأخيرة (ص207).

(2) مصطفى، تكنولوجيا الفن الصحفي (ص123).

الرقمية، ومعالجتها، ونظم النشر الإلكتروني، وأن يكون على دراية كاملة بمكونات التصميم ومبادئه، والبناء الأساسي لأشكال الإخراج الرأسي والأفقي معًا، وعارفًا بلغة التصميم⁽¹⁾.

وبالإضافة إلى ما سبق يحتاج المخرج الصحفي إلى تطوير قدراته باستمرار وأن يطّلع على آخر المستجدات أولاً بأول، خاصة فيما يتعلّق بالتطورات التكنولوجية، التي تتطوّر باستمرار، ما قد يسهّل من عمله الإخراجي، بالإضافة إلى مطالعته للصحف المنافسة باستمرار للتفوّق عليها، وعدم اقتصاره على مطالعة صحف بلاده، بل عليه أن يستفيد من التجارب الأجنبية في عمليات الإخراج.

المطلب الثاني: إخراج العناوين الصحفية

ازداد اهتمام الصحف العربية بإخراج العناوين أواخر تسعينات القرن الماضي، وقبل ذلك كان تصميم العناوين يعتمد على النسخ⁽²⁾، ويعدّ العنوان الإخباري هو الحديث اليومي سواء المحلي أو العالمي، ومحل إلقاء عيون القراء، وذلك بناء على شكله الجذاب ونوعية الخط المستخدمة، والأسلوب الطباعي المصاغ، والأحرف السوداء الكبيرة مقابل الخلفية البيضاء، ونوعية هذا العنوان، وكم المساحة التي يغطيها في الصفحة⁽³⁾.

وتعدّ العناوين الصحفية أحد عناصر الصفحة الرئيسية وشكلها العام، مع مراعاة ضرورة تحقيق التوازن بين مكونات الصفحة بشكل عام من حيث الحروف المستخدمة (العناوين والصور) دون إهمال أحجامها وألوانها⁽⁴⁾.

وإن كانت مهمّة إخراج العنوان هي لفت النظر بالدرجة الأولى، فإنّ المخرج الناجح يختار عناوينه ويوزعها على الصفحة، معتمداً على نظرية الإخراج الخالدة، وهي التكبير والتصغير، وهو في هذا يستخدم تفوقه الذي استمده من روح العمل الذي يقوم به وشخصية الصحيفة، ولذلك نجده مثلاً يستخدم السطر الطويل الواحد، أو أربعة السطور فوق بعضها في شكل هرمي، أو العنوان المتدرج، أو العنوان الناقص من اليمين أو اليسار وهكذا، وهو قد يوضع العنوان داخل إطار، وقد يترك بعضاً ويفرغ حوله بيضاءً أو سوداءً، أو يركب

(1) شفيق، الجوانب العملية في إخراج الجريدة (ص28-31).

(2) Nemeth. The current state of Arabic newspaper type and typography. (P.34).

(3) Correie. Communication Studies .(P.10).

(4) النادي وأبو رستم، فن الإخراج الصحفي (ص49).

على الصورة أو يترك العنوان معوجًا، بإهمال متعمّد تعبيرًا عن فكرة الموضوع، ولهذا فإنّ إخراج العناوين وتبنيطها لا يقل أهمية عن إخراج الصورة (1).

وتعمل العناوين خاصة في الصفحة الأولى كدليل للقارئ على متن المادة التي يرغب بقراءة تفاصيلها، وهي تعد بمثابة نقاط الدخول إلى صلب الموضوع، ويعتمد مخرج العناوين على طريقة يصممها للقارئ (2).

أولاً: أهمية إخراج العناوين الصحفية:

إنّ الهدف الأساسي من عملية إخراج العناوين الصحفية ينحصر في "حسن تقديم وعرض المادة بأنواعها، وجذب القراء إلى الصحيفة، ووضوح الشكل والمضمون، وإعطاء كل مادة فرصتها في لفت الأنظار إليها، وكسر حدة جفاف بعض المواد، وتكملة وإثراء المحتوى، وتكوين شخصية واضحة للصحيفة، والارتفاع بالذوق الفني للقراء"، فمن الطبيعي أن يكون اهتمام الصحيفة بالعنوان قائمًا وأساسيًا، استنادًا إلى قول أحد رواد هذا الفن، "من أبرز العناصر التحريرية التبيوغرافية على الصفحة، كما أنّه من أهم المعالم الرئيسية التي تبنى هيكلها"، ويقول أحد أساتذة الجيل الصحفي أنّ "ثلاثة أشياء تجذب القارئ إلى موضوع صحفي بالذات، أول هذه الأشياء هو العنوان، وثانيها طريقة إخراجها، وثالثها اسم كاتبه (3).

ويتم تصميم العناوين الصحفية لتحسين علاقة المادة الإخبارية بعنوان مناسب يعطي نظرة عما سيلي في المقالة من أجل القارئ كما تكون هنالك علاقة ما بين المحرر والمخرج، باختيار المحرر للعناوين المختصرة والمسلط عليها الضوء أو العناوين المقتبسة، ودور المخرج بأن يجعلها برّاقة تجذب انتباه القارئ إليها، وتجعله معلقًا بها حتّى قراءتها (4)، وكذلك دور المخرج أن يحافظ على هوية صحيفته من خلال تميزه بتصميم عناوين مختلفة عن باقي الصحف المنافسة، وتتناسب هذه العناوين مع متن المادة الصحفية، وتحافظ على التوازن داخل الصفحة (5).

وتعد عملية إخراج العناوين الصحفية مهمّة لعدّة أسباب: تعمل على جذب انتباه القارئ، وتحقق التوازن، وتحدد نوعية الأخبار المعروضة، وتوجّه القارئ إلى المواضيع التي تهتمّه، وتعمل على إبراز شخصية

(1) صبحي، الجورنال من الصفحة الأولى للصفحة الأخيرة (ص125).

(2) Correie. Communication Studies .(P.9).

(3) أدهم، فنون التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق (ص33-34).

(4) Dor. On newspaper headlines as relevance optimizer (P.695).

(5) Reiley, Frb. Trends in newspaper Layout and Design. Association for Education in Journalism (P.9-10).

الصحيفة وإظهارها، وإغراء الناس لشرائها وقراءتها كاملة⁽¹⁾، وأيضًا تؤدي مهمة تسويقية، حيث يعلن العنوان عن وجود قصة إخبارية مهمة للقارئ ويدعوه إلى عدم التردد في قراءتها، وكذلك زيادة جاذبية الصفحة والمساهمة في إخراجها الفني بما يرضي ميول القراء⁽²⁾.

وأكثر ما يعطي أهمية لعملية إخراج العناوين أنها تفصل بين المواد الصحفية، وتعمل على جذب انتباه القارئ للمادة من خلال عمليات الإبراز في العنوان، وبالتالي تيسر على القارئ -خاصة المتعجل- عمليات القراءة، وكذلك تيسر عملية انتقاء الأخبار المهمة، وتسهل على المخرج ذاته كيفية إبراز الأخبار الأكثر أهمية عن غيرها.

ثانيًا: أنواع العناوين الصحفية من حيث الشكل:

تعدّ عملية إخراج العناوين الصحفية في الصحف، هي الجزء الأبرز فيها، والركيزة الأساسية لشيوع الصحيفة والاعتماد عليها من قبل القراء، لا سيما تصميم عناوين الصفحة الأولى⁽³⁾.

ولعلّ استخدام الأشكال (الطرز) المختلفة من العناوين في الصحف المطبوعة، بين الحين والآخر، يُضفي عليها تنوعًا، ويساعد في إحيائها، وكسر الرتابة والنمطية فيها، وقد تعددت هذه الأشكال من العناوين وتنوعت، وسوف نستعرض فيما يلي أهم هذه الطرز وأكثرها شيوعًا⁽⁴⁾.

"وهناك مجموعة أنواع للعناوين الصحفية من حيث الشكل، وقد جاء تصنيفها من حيث اتساع سطور العنوان الواحد، وعلاقة هذا الاتساع مع سطور العناوين الأخرى، والحيّز الذي يشغله العنوان بالنسبة للأعمدة الأخرى، بالإضافة إلى الشكل الكلي للعنوان"⁽⁵⁾.

وتتعدد أشكال العناوين التي تنشر في الصحف، وفقًا لموقع العنوان من متن المادة الإخبارية، سواءً كان أعلاه، أو بجانبه، أو في ثناياه، وللدلالة على التراكيب أو القوالب التي تتخذها العناوين، وقد تمّ تصنيف العناوين التالية وفقًا لاتساعها على أعمدة الصحيفة، ويشمل التصنيف:

(1) النادي، وأبو رستم. فن الإخراج الصحفي (ص49).

(2) الحسن، إخراج الصحف والمجلات (ص61).

(3) Rich, C. Writing and reporting news (P.259).

(4) نجادات، الإخراج الصحفي اتجاهاته ومبادئه والعوامل المؤثرة فيه وعناصره (ص160).

(5) النادي وأبو رستم، مرجع سابق (ص59).

1- العنوان المانشيت:

وهو عنوان كبير، يمتد بعرض قمة الصفحة الأولى ويسمى المانشيت، ويكون بلون مختلف أحياناً، ويتصدّر أهم خبر من وجهة نظر الصحيفة، "أي يشير إلى الخبر الرئيس في الجريدة، ويمكن أن يتكون من سطر واحد أو أكثر من سطر في حالة الأخبار المهمة، وقد شاع استخدام هذا النوع من العناوين خلال الحرب العالمية الأولى، واستقر بعد ذلك كعنصر تيبوغرافي أساسي من عناصر الصفحة الأولى، ويظهر في المناسبات القليلة التي يكون لها من الأهمية ما يتطلب إبرازاً خاصاً (1).

ويكتب المانشيت في قمة الصحيفة على الصفحة الأولى ليعطيها تميزاً عن الصحف المنافسة، ويعرض خلاله أهمّ عنوانٍ في موضوعاتها (2)، في حين تضعه صحف أخرى تحت رأس الصفحة، مما يتيح له الاتصال المباشر بموضوعه، وإن كان وضع العنوان فوق رأس الصفحة الأولى التي تحتل عرض الصفحة بأكملها يزيد من إبرازه ووضوحه، إلا أنّ العنوان بذلك يفقد اتصاله بموضوعه، مما يضطر الصحيفة إلى وضع عنوان آخر فوق الموضوع وأسفل الرأس، أو استخدام بعض الوسائل الأخرى التي تساعد القارئ في الوصول إلى موضوع العنوان (3).

ونقلًا عن الصاوي؛ فقد أوضح الدلو أنّ الصحف عادة تبذل جهودًا كبيرة في كتابة العناوين بصفة عامة، وعنوان "المانشيت" على وجه الخصوص لما له من أثر في جذب القارئ، وتشجيعه على شراء الصحيفة، والاطلاع من خلاله على ما يدور في العالم الخارجي، خاصة بالنسبة للقارئ المتعجل الذي ليس لديه متسع من الوقت للقراءة والمتابعة (4)، انظر الملحق رقم (1) والشكل رقم (17).

2- العنوان العريض:

هو العنوان الذي يكون منشورًا في الصفحات الداخلية على عرض الصفحة، نظرًا لأهمية الموضوع الخاص به بالنسبة لبقية الموضوعات، والإفراط في استخدام هذا النوع يقضي على عنصر الأهمية الذي يرتبط بهما، لذا يفضل عدم استخدامه إلا إذا وجدت أهمية حقيقية لخبر أو موضوع يقتنع بها القارئ (5).

(1) الحتو، مناهج كتابة الأخبار الإعلامية وتحريها (ص133).

(2) Kevin. Nerone. Visual Mapping & Cultural Authority Design Change in U.S Newspapers (P.8-9).

(3) النجار، مدخل إلى الإخراج الصحفي (ص81).

(4) الدلو، فن الحديث الصحفي وتطبيقاته العملية (ص83).

(5) المرجع السابق نفسه (ص83).

وتعتمد صياغة العنوان العريض على طبيعة الحدث، وكذلك براعة المحرر الذي يتولى صياغته، وفهمه لطبيعة اللغة وإمكاناتها التعبيرية، وطبيعة الرسالة الصحفية الإخبارية التي لا تحتل الإنشاء والتلاعب بالألفاظ والمبالغة في زخرفتها، بقدر ما تتطلب تقديم العبارات الموجزة الدالة المعبرة بوضوح عن الحديث بأسلوب مختصر خالٍ من التعقيد، وبكلمات قليلة تكشف الحقيقة المطلوب إبلاغها لقارئ الصحيفة، ودعوته إلى قراءة النصوص المنوه عنها في العنوان العريض⁽¹⁾، انظر الملحق رقم (1) والشكل رقم (18)

3- العنوان المعلق (المسدول)

ونقلًا عن الصاوي وآخرين؛ عرّفه نجادات بأنه العنوان الذي يتألف من سطر كامل يتلوه سطران أو أكثر متساوية الطول والحجم، وإن كانت أقل اتساعًا وحجمًا من السطر الأساسي (الأول)، وقد تزحزحت بداياتها بحيث تبدو كجسم واحد معلق في السطر الأول، وقد جاءت الحاجة إلى هذا الطراز من العناوين أثناء الحرب الأهلية الأمريكية، وذلك لجذب انتباه القراء إلى عناوين الصحف التي كانت تحتوي على تلخيصات لمجريات الأحداث، وقد جاء هذا الطراز أيضًا مواكبًا لمرحلة الإخراج العمودي، لكن الدراسات في ذلك الحين أثبتت أنّ هذا الطراز لم يكن فعالًا وجاذبًا لانتباه القراء كما ينبغي⁽²⁾، انظر الملحق رقم (1) والشكل رقم (19).

4- العنوان الممتد:

وهو العنوان الذي يمتد على أكثر من عمود، ولكنه لا يغطي كل أعمدة الصحيفة سواءً كانت ذات ثمانية أو سبعة أعمدة (من الصحف العادية)، أو أقل (من الصحف النصفية) خمسة أعمدة، وقد يتكون من سطر أو أكثر⁽³⁾، ويحتلّ العنوان الممتد اتساعًا أقل من العنوان العريض، وكلّما زاد اتجاه الصحيفة نحو الإخراج الأفقي، كلما أعطت أولوية أكبر لهذا النوع من العناوين⁽⁴⁾.

وإذا كان العنوان العريض يتميز بتأثيره الفعال في جذب انتباه القراء وإثارة اهتمامهم، نظرًا لما يحققه من قوة إبراز كبيرة لسطور العنوان، فإنّ العناوين الممتدة على اتساعات كبيرة تعد أفضل من تلك العريضة في نظر بعض التيبوغرافيين، نظرًا لما تحقّقه من قوة إبراز أعلى للعنوان على الأعمدة الخارجية من الصفحة، ونتيجة زحمة العناوين التابعة لذات الموضوع، قد يلجأ المخرج إلى وضع بعض سطور العناوين كي تمتد

(1) الحسن، إخراج الصحف والمجلات (ص65).

(2) نجادات، الإخراج الصحفي اتجاهاته ومبادئه والعوامل المؤثرة فيه وعناصره (ص161).

(3) الشمسي، صناعة الخبر الصحفي (ص129).

(4) الحتو، مناهج كتابة الأخبار الإعلامية وتحريها (ص133).

فوق أحد الإعلانات المجاورة للموضوع على الصفحة، وهو إجراء من شأنه توجيه بصر القارئ بعد الانتهاء من قراءة العنوان إلى الإعلان المجاور، ويضاف إلى ذلك أيضًا اصطدام العناوين التحريرية مع العناوين التي تصاحب الإعلان، خاصة في حالة تشابههما في الشكل والحجم⁽¹⁾.

ويحدّر معظم التيوغرافيين من مغبّة الإسراف في سطور العناوين المصاحبة للموضوع الواحد، على أساس أنّ ذلك الإجراء من شأنه تلخيص الأفكار الرئيسية المتضمنة في الموضوع المصاحب، الأمر الذي قد يصرف القارئ عن المضي في قراءة سطور المتن، لاعتقاده بأنّه بقراءة العناوين قد حصل على كل المعلومات، أو معظمها، الخاصة بالقصة الخبرية، وبناء عليه فإن تعدد سطور العناوين تقلل من معدل الانقرائية للموضوعات المصاحبة، يضاف إلى ذلك ما تبتلعه تلك العناوين من مساحات كبيرة على الصفحة، يمكن استغلالها في نشر أنباء أو موضوعات أخرى⁽²⁾، انظر الملحق رقم (1) والشكل رقم (20).

5- العنوان الوسطي أو المتمركز:

ويتكوّن من عدّة سطور تقع فوق متن الخبر وتغطيه، بحيث تكون بداياتها على موازاة واحدة، وكذلك نهاياتها، وقد تملأ هذه السطور الاتساع كلّهُ أو تتوسّط بين طرفيه، ما يمكن أن نطلق عليه العنوان التقليدي أو المتمثل بالمفرد والهرمي والوسطي المتمركز، ويعزى استخدام الصحف للعنوان الوسطي (المتمركز)، إلى سهولة التعامل مع هذا الطراز من العناوين⁽³⁾، انظر الملحق رقم (1) والشكل رقم (21).

6- العنوان المفرد:

وعرفه نجادات نقلًا عن الصاوي؛ أنّه من أبسط طرز العناوين وأقدمها، ويتكوّن عادة من سطر واحد متدلّ على اتساع عمود أو أكثر، وقد يملأ الاتساع كلّهُ أو يتوسّط طرفيه⁽⁴⁾، انظر الملحق رقم (1) والشكل رقم (22).

(1) النجار، مدخل إلى الإخراج الصحفي (ص84-86).

(2) المرجع السابق نفسه (ص85).

(3) نجادات، الإخراج الصحفي اتجاهاته ومبادئه والعوامل المؤثرة فيه وعناصره (ص165-166).

(4) المرجع السابق نفسه (ص160).

7- العنوان الهرمي (المعتدل أو المعكوس):

يتكوّن هذا النوع من العناوين من سطرين أو ثلاثة، يكون السطر الثاني أقصر من الأول، والسطر الثالث أقصر من السطر الثاني، بحيث يظهر على شكل هرم مقلوب أو على شكل هرم معتدل (1).

وأوضح نجادات نقلاً عن الصاوي وآخرين، أنّ هذا الطراز إذا كان لا بد من استخدامه، فهو أنسب ما يكون للأخبار العمودية أو الممتدة على عدد قليل من الأعمدة، ولا ينصح باستخدامه في حالة العنوان العريض، نظراً لكثرة المساحات البيضاء على جانبي العنوان في مثل هذه الحالة، عدا عن أن كثيراً من التيبوغرافيين لا يحبذون هذا الطراز، وذلك لأنّ سطوره لا تبدأ ولا تنتهي على موازاة واحدة، ولهذا فإنّ قراءته تبدو عسيرة (2)، انظر الملحق رقم (1) والشكلين رقم (23) ورقم (24).

8- العنوان المنطلق (المنساب) (موحد البداية):

ونقلاً عن ريفرز (Rivers)، يشير نجادات إلى أنّ العنوان المنطلق يتكوّن من عدّة سطور تلتقي بداياتها في حالة المنطلق من اليمين على طول خط رأسي واحد، ولكن تختلف نهاياتها والعكس تماماً في حالة المنطلق من اليسار، ولذلك يطلق البعض على المنطلق من اليمين تسمية "ذو البدايات الموحدة"، وعلى المنطلق من اليسار تسمية "ذو النهايات الموحدة"، ويعدّ هذا الطراز الأكثر انتشاراً نظراً لسهولة وبساطته ويسر قراءته، وأنه من الطرز الحديثة نسبياً، ويستخدم على نطاق واسع في معظم الصحف الأمريكية (3).

وينقل نجادات عن الصاوي، أنّ ظهور هذين الطرازين من العناوين، يعد جزءاً من اتجاه تجديدي يرمي إلى تحرير الإخراج الصحفي التيبوغرافيا من القيود التقليدية القديمة، التي تعيق أداء الصحف لوظيفتها كما ينبغي، وإنّ استخدامها يحول دون الوقوع فيما يسمى بالعنوان المكسور، لأنّ سطوره ينتهي كل منها عند انتهاء المعنى الذي يؤديه، كما أنّ استخدام هذين الطرازين يخلّص المخرج الصحفي من القيود الحسابية التي يستلزمها عد حروف وكلمات العنوان، بحيث لا يحتاج إلى إطالة هذه الحروف والكلمات حتى تصل إلى نهاية الاتساع

(1) المجدوب، العنوان الصحفي أهميته ووظائفه (ص201).

(2) نجادات، الإخراج الصحفي اتجاهاته ومبادئه والعوامل المؤثرة فيه وعناصره (ص161).

(3) المرجع السابق نفسه (ص162).

المخصص للعنوان، بل ينتهي السطر عندما ينتهي المعنى، بحيث لا توجد هناك قاعدة ثابتة تحد طول السطور أو ترتيبها في هذين الطرازين⁽¹⁾، انظر الملحق رقم (1) والشكلين رقم (25) ورقم (26).

9- العنوان المتدرج (المتسلل):

ويتألف من سطرين أو ثلاثة سطور متساوية، تترك مسافة محددة بين بداية السطر الأول وبداية السطر الثاني، وتترك نفس المسافة بين بداية السطر الثاني وبداية السطر الثالث، ويظهر لنا العنوان على شكل درج⁽²⁾، انظر الملحق رقم (1) والشكل رقم (27).

10- العنوان الأجرد:

ويرى نجادات نقلاً عن هارور (Harrower)، وآخرين، أنه من الطبيعي أن يمتد العنوان فوق الأعمدة التي ينتشر عليها نص الخبر، بمعنى أنّ العنوان الممتد على أربعة أعمدة لا بد أن يغطي أربعة أعمدة من المتن، وليس ثلاثة أو أقل، ولكن في حالة استخدام الطراز "الأجرد" فإنّ العنوان لا يمتد على كل الأعمدة التي ينتشر عليها نص الخبر، ويعدّ هذا النوع هو الأسوأ، ولا ينصح باللجوء إليه إطلاقاً، ويمكن التقليل من خطورته إما بتأطير الموضوع كاملاً، أو بنشر صورة فوق الأعمدة التي يغطيها العنوان وعلى موازاته تماماً، وفي بعض الحالات يستخدم هذا الطراز في صدر الصفحات الداخلية، بحيث لا يعلوه موضوعات البتة، ومع أن هذا الإجراء ربما يقلل من خطورة هذا الطراز، إلا أنّ القارئ ربما يتعرّض للإرباك عند قراءته للموضوع صاحب العنوان الأجرد⁽³⁾، انظر الملحق رقم (1) والشكل رقم (28).

11- العنوان الجانبي (العنوان الثانوي المهيأ) (العنوان المهيأ):

وهو العنوان الذي عادة ما يسبق العنوان الأصلي (المانشيت أو الممتد أو العمودي)، ويطلق عليه (عنوان جانبي)، إذا جاء في أقصى اليمين، أو فوق العنوان الأصلي من الجهة اليمنى، ونميزه بأن نضع تحته خطاً أو نجعل بنطه أصغر من العنوان الأصلي، كما يمكننا أن نسميه (عنواناً مهيأً) وذلك عندما يكون في

(1) نجادات، الإخراج الصحفي اتجاهاته ومبادئه والعوامل المؤثرة فيه وعناصره (ص162-163).

(2) المجدوب، العنوان الصحفي أهميته ووظائفه (ص201).

(3) نجادات، مرجع سابق (ص164).

المنتصف أعلى العنوان الأصلي، ويمكن تمييزه عن العنوان الأصلي بأن يأخذ بنطاً أصغر من العنوان الأصلي، ويمكن أن يتكون في أكثر من سطر (1).

"وهو عبارة عن مقدمة صغيرة للعنوان تتألف من كلمة أو بضعة كلمات قليلة تعلقو الفقرة الرئيسية من العنوان، ولضمان تأثيره على القارئ لا بد من تباين شكله تبايناً واضحاً مع العنوان الرئيس، فمثلاً يمكن استخدام بنط 12 للعنوان الجانبي، وبنط 18 للعنوان الرئيس، وإن صياغته بطريقة واضحة يحقق الارتباط بالقواعد المعروفة في كتابة العنوان الصحفي" (2) انظر الملحق رقم (1) والشكل رقم (29).

12- العنوان العمودي:

وهو العنوان الذي يمتد على عمود واحد فقط، ويستخدم في الأخبار القصيرة التي تنشر على عمود واحد، ويتكون من سطر واحد أو أكثر، لكن ذلك يعتمد على حجم الخبر، فلا يجب أن تكون المساحة التي يحتلها العنوان العمودي أكبر من مساحة الخبر نفسه، كما أن هذا العنوان يجب أن يتكون من عدد محدود من الكلمات، ولا بد أن يكون مختصراً ومركزاً (3).

وتتعدد أنواع العناوين، حيث قدّم الباحث أبرزها، وعملية إخراج العناوين تبقى بيد المخرج الصحفي، ومدى قدرته على الإبداع في عملية إخراجها، ووضعها بالشكل المناسب، وغالباً ما يتلقّى المخرج الصحفي تعليماته من رئيس التحرير خاصة في العناوين التي تكون على الصفحة الأولى، لما لها من أهمية، انظر الملحق رقم (1) والشكل رقم (30).

13- العنوان الثابت:

ويستخدم في عناوين الأبواب الثابتة، أو الأعمدة التي يكتبها كتاب ثابتون، ولذلك فهو يظهر في صفحات معينة دون الصفحات الأخرى، ويكون ظهوره إما يومياً أو أسبوعياً أو نصف شهري، حسب خطة الصحيفة التحريرية، ومن خصائصه أن يكون له شكل خاص ينفرد عن باقي المواضيع الأخرى المنشورة في الصحيفة، ومن ذلك مثلاً استخدام الصور والرسوم التي تعبّر عن مضمون عنوان الباب الثابت، وضرورة الثبات عليها دون تغييرها بين فترة وأخرى لانطباع هذا الشكل في ذهن القارئ، وبعض الصحف تكتب العنوان الثابت بنفس نوع

(1) الشمسي، صناعة الخبر الصحفي (ص131).

(2) المجدوب، العنوان الصحفي أهميته ووظائفه (ص201).

(3) الحتو، مناهج كتابة الأخبار الإعلامية وتحريرها (ص133-134).

الخط الذي تكتب به اسم صحيفتها، أو تستخدم في جمع حروفه نفس الحروف المستخدمة في كتابة اسمها (1)، انظر الملحق رقم (1) والشكل رقم (31).

ثالثاً: شروط إخراج العناوين:

كانت العناوين الصحفية تكتب من قبل بالخط اليدوي، فكان "الخطاط" يكتب العناوين جميعها ويستغرق هذا منه جهداً كبيراً ووقتاً طويلاً، ثم أصبحت العناوين تجمع إلكترونياً، بعد دخول الحاسوب إلى المجال الصحفي، الأمر الذي سهّل كتابتها وإعدادها وإخراجها إلى جانب المادة التحريرية المتصلة، لذا هناك مجموعة من الشروط، يجب على المخرج الصحفي مراعاتها عند إخراجها للعناوين، وأهمّها: أن يكون العنوان قريباً من موضوعه، متصلاً به ومعبراً عنه، وألا يكون هناك اختلاط بين عناوين المادة التحريرية، وإحياء جوانب الصفحة كافة، وعدم تركيزها على النصف العلوي، بل من الضروري امتدادها إلى النصف الأسفل تحت طيّ الصفحة، وضرورة تنويع أبناط حروفها لتحقيق الشروط التيبوغرافية وزيادة جاذبية الصفحة، وتوفير المساحات البيضاء إلى جانبها، لتحقيق شروط مقروئية الصفحة، وأن يكون العنوان سهلاً ومفهوماً لدى القارئ، وإذا ما جرى تغيير أو تعديل في طريقة نشر العناوين في الصحيفة، فإنّه من الأجدر تعويد القارئ على هذا التعديل تدريجياً حتى يضمن قبوله وموافقته على مثل هذه التغييرات (2).

وإضافة إلى ما سبق، على المخرج أن يواكب التكنولوجيا التي قد تعطيه المجال لإضفاء لمسات إبداعية في إخراج العناوين، وطريقة عرضها، وعليه أن يبقى مطلعاً على كل جديد بهذا المجال، وأن يعرف ميول قرائه من خلال دراسات تجريها الصحيفة على جمهورها، وعليه ألا يتردد في التعرف على وجهة نظر زملائه في القسم، لأنّ رأيين أفضل من رأي واحد.

رابعاً: العناصر الخاصة بإبراز العنوان:

توجد مجموعة من العناصر التي يمكن أن تستخدم في إبراز العنوان إخراجياً، أهمّها:

1- تصميم حروف العنوان:

تعد حروف العناوين الصحفية الأداة الرئيسة في عملية الاتصال من بين العناصر التيبوغرافية والجرافيكية الأخرى التي تشترك في البناء التيبوغرافي للصحيفة، ويشير شكل الحرف إلى الطريقة التي يظهر بها على

(1) الصقر، تصميم الصحافة المطبوعة وإخراجها (ص70-71).

(2) الحسن، إخراج الصحف والمجلات (ص65-66).

الورق بعد إتمام الطبع، ويعد من أهم العوامل التيبوغرافية التي تؤثر في يسر قراءة العنوان، ولعل المطلوب الأساسي في شكل حروف العنوان أن تتسم بالبساطة في التصميم (1).

وأول ما يتقرر في عملية الطبع هو اختيار حجم الحرف، مثلما يتم اختيار نعية الورق المناسب، فحجم الحرف يتقرر على ضوء الغرض من المادة المطبوعة، والعمل الذي سوف تؤديه، وهناك عوامل تحقق الانقرائية للحرف الطباعي تتمثل في تصميمه وارتفاعه ومقاسه وكثافته وحجمه، واتساع السطر، والبياض الذي يوجد بين الكلمات (2).

والحروف التي تجمع بها العناوين تختلف في أنواعها وأحجامها وأشكالها عن تلك التي تجمع بها مادة النصوص التحريرية، وتساعد الحروف على تنويع إخراج العناوين وإضفاء الحيوية عليها، وهو ما يؤدي بطبيعة الحال إلى زيادة مقروئية المادة المطبوعة، وهذا يتطلب بالطبع توافر الوضوح في الحروف الطباعية ومناسبتها لعين القارئ (3).

2- الإطارات:

يعد الإطار الذي يحيط ببعض الأخبار من عدّة جهات، من العناصر التيبوغرافية، ويعطي أهمية خاصة للموضوعات، كما تستخدم بعض الإطارات للإشارة إلى بعض العناوين التي يتضمنها عدد الصحيفة (4).

ويمثل الإطار وسيلة مهمّة في إطار السعي إلى إبراز بعض الوحدات الطباعية، حيث إنّ ما بداخل الإطار يلقي أهمية خاصة من القراء تفوق ما سواه، وذلك لارتباط بعض هذه الوحدات بالأنباء المهمّة والمتجددة (5).

ويتيح استخدام المخرج الصحفي للإطارات في العناوين فرصة لإبرازها، شريطة ألا تتعدد الإطارات في الصفحة الواحدة، حتى لا تعمل على تفكيك الصفحة.

(1) النجار، مدخل إلى الإخراج الصحفي (ص17).

(2) الحسن، أيديولوجيا الإخراج الصحفي (ص101).

(3) المرجع السابق نفسه (ص97-100).

(4) المرجع السابق نفسه (ص57).

(5) العسكر، الإخراج الصحفي أهميته الوظيفية واتجاهاته الحديثة (ص60).

3- الأرضيات:

تعد أرضية العنوان من الإجراءات التيبوغرافية المتعلقة بشكل العنوان، حيث تؤدي الأرضية المطبوع عليها العنوان دورًا بارزًا في وضوحه على الصفحة، ولعل أفضل العناوين وأوضحها هو العنوان المطبوع بالأسود بلون الحبر على أرضية بيضاء بلون الورق، نظرًا إلى أنّ هذا الشكل هو ما اعتاد عليه القارئ من جهة، ولأنّه يتيح أكبر قدر من التباين بين الشكل -حروف العنوان، والأرضية-، وبياض العنوان، من جهة أخرى (1).

واستخدام الأرضيات بأشكالها المختلفة في العنوان، من شأنه جذب انتباه القارئ إليه، فضلًا عن أنها تتباين مع سطور العناوين الأخرى على الصفحة الواحدة، ولعل ما يدفع الصحف عمومًا إلى التحكم في أرضية العنوان كإحدى وسائل إبرازه على الصفحة، فتلجأ إلى استخدام الأرضيات في كثير من عناوين موضوعاتها (2).

وتستخدم أرضية العنوان للفت نظر القارئ من خلال إبراز العنوان ويكون ذلك بإحدى الطرق التالية (3):

أ- أرضية شبكية.

ب- إطار حول العنوان.

ت- عمل أرضية شبكية، وإطار حول العنوان معًا.

وتعد الأرضيات من أكثر ما يبرز العناوين، وهي أكثر عمليات الإبراز استخدامًا، ويلجأ إليها المخرج الصحفي لعدة أسباب، منها إعطاء امتيازات لخبر عن آخر، ولفت انتباه القارئ لمحتوى الخبر، بالإضافة إلى استخدامها من جانب توزيع أثقال الصفحة.

4- الألوان:

ويقصد بالألوان تلك التأثيرات الطباعية غير السوداء التي تكتسبها العناصر الطباعية المستخدمة في بناء وحدات الصفحة، ذلك أن اللون الأسود يعد ناتجًا طبيعيًا للحبر الأسود المستخدم في عمليات الطباعة، حيث يمكن أن يعد لونًا طبيعيًا، نتيجة لكونه يعبر عن بعض مساحات الورق دون شغلها بالعناصر الطباعية، وهو ما يسمى بالمساحات البيضاء، بينما يمثل النوع الثاني الألوان الطباعية التي تستخدم لتلوين العناصر الطباعية

(1) النجار، مدخل إلى الإخراج الصحفي (ص100).

(2) المرجع السابق نفسه (ص100).

(3) النادي، وأبو رستم، فن الإخراج الصحفي (ص58).

الملونة في أصولها، أو استخدام ألوان معينة مع العناصر غير الملونة لتظهر بالألوان المختارة بما يحقق أهداف الإخراج الصحفي (1).

ولكن كثرة استخدام الألوان -غير السوداء- يعطي ضجة في الصحيفة، وغالبًا ما تبتعد الصحف الرسمية عن استخدام الألوان بشكل عشوائي خاصة في الصفحة الأولى، وتضع الألوان بشكل مدروس ومحكم، أما الصحف الشعبية فتلجأ إلى كثرة استخدام الألوان في العناوين، إذ تبدو صارخة أحيانًا.

(1) أبو دبسة، غيث، تكنولوجيا الطباعة والإخراج الصحفي (ص143).

المبحث الثالث

العوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها

ويتناول الباحث في هذا المبحث العوامل التي تؤدي دورًا مؤثرًا في تحرير العناوين الصحفية وإخراجها ومن أهمها: العوامل الذاتية للمحرر والمخرج التي ينبثق عنها الجهاز التحريري والإخراجي وشخصية رئيس التحرير، والعوامل التي تتصل بطبيعة الرسالة الإعلامية، والعوامل الخاصة بالجمهور، وتأثير الانتماءات والجماعات المرجعية، والضغوط المهنية وعلاقات العمل ومنها: السلطة السياسية، والسياسة التحريرية، وظروف العمل ودورية الصحيفة، وطبيعة الجرائد المنافسة وأساليب تحريرها وإخراجها، وطبيعة عملية حراسة البوابة، وأيضًا هنالك عوامل المجتمع وقيمه وتقاليد، وأخيرًا القدرات التكنولوجية الاتصالية للصحيفة.

أولاً: العوامل الذاتية للمحرر والمخرج:

ويرى الجميلي والعاني؛ نقلًا عن آخرين، أن العوامل الذاتية للمحررين والمخرجين التي تتباين من فرد لآخر، تشكل أحد العوامل التي تتحكم في انتقاء ومعالجة عناوين الأخبار، وبذلك يتكون لدى المحرر والمخرج؛ إطار دلالي يؤثر في أفكارهم ومعتقداتهم، ويحدد السلوك المتوقع في المواقف الاتصالية المختلفة، وتحديد ما يجب وما لا يجب انتقاؤه من عناوين إخبارية، ولذلك يلاحظ أن هناك اختلافًا في النظرة إلى أهمية الحدث وانتقاء مضمون العناوين الإعلامية، وطريقة إخراجها، باختلاف القائمين بالاتصال، وبحسب طبيعة كل منهم، ومكوناته الثقافية والنفسية والاجتماعية، ودرجة تعلمه واتجاهاته وعقائده وخبراته المكتسبة⁽¹⁾، وتتضمن العوامل الذاتية مجموعة من العوامل ومنها:

1- الجهاز التحريري والإخراجي:

إذا كان الجهاز التحريري والإخراجي للجريدة مؤهلاً ومدرباً بشكل يستوعب ويجيد حرفية العمل الصحفي، سيظهر ذلك في أسلوب إخراجها لعناوين الصحيفة، أما إذا كان محدود القدرات أو ضعيفاً، فلن يستطيع تنفيذ أي سياسة تحريرية أو إخراجية بشكل جيد، وسيظهر ذلك على عناوين الصحيفة في أسلوب تحريرها وإخراجها، أو قد يكون الضعف والمحدودية في الجهاز الإخراجي فقط، مما يؤثر بالسلب على المنتج

(1) الجميلي، والعاني، صناعة الأخبار الصحفية والتلفزيونية (ص 157-158).

النهائي لعمل الجهاز التحريري والإخراجي، وهو شكل ومضمون العناوين الصحفية، فأخراج العناوين السيئ يفسد تحرير العناوين الجيد، وإخراج العناوين الجيد يرتفع بمستوى تحريرها الجيد درجات (1).

ومن الطبيعي أنّ المحرر والمخرج الواسع الاطلاع والثقافة وصاحب الشخصية القوية، الذي لديه مؤهل جامعي في الصحافة، ولا يتأثر بمن حوله بل يؤثر فيه، وهو يختلف عن المحرر والمخرج الذي لم يحظ من التعليم العالي بالقدر الكافي، أو الذي ليس لديه من الثقافة الشيء الكثير، والفرق يكون واضحاً بينهما، ويجب أن يكون المحرر الصحفي على دراية تامة باللغة العربية وهي لغة التخاطب بين الجماهير حتى يتمكن من الإمساك بالقلم ويحرر عناوين الأخبار ويصيغها بأفضل شكل، فإجادة اللغة تعني تكلمها واتباع قواعدها (2).

لذلك ليس بمقدور كل إنسان أن يعمل صحفياً أو محرراً للعناوين بصحيفة أو مخرجاً صحفياً للعناوين إلا إذا توفر فيه شروط أهمّها، الرغبة، لأنها مهنة المتاعب، وتحتاج إلى مزيد من الجهد والعرق، مدة 24 ساعة يومياً، ولا بد أن يكون دارساً للعلوم الصحفية، ولديه معرفة بالسلوك البشري، والآداب العامة للمجتمعات وخاصة مجتمعنا الإسلامي، لأنه ميدان عمل صحفي المستقبل وميدان الصحفي الحقيقي، كذلك يجب أن يكون متحلياً بصفة الصدق في الأفعال والأقوال لأن الكذب والأنباء الكاذبة لا تطول وهي مقبرة الصحفي وبداية انهياره كصحفي، وأيضاً الوفاء من الصفات الواجبة في الصحفي، والوفاء لعمله وزملائه ولجماهيره، ولوطنه، فالوفاء صفة من صفاته الأساسية واللباقة وحلاوة اللسان والقول الطيب والإخلاص في العمل وفي معاملة الآخرين، من صفات العاملين في المؤسسات الصحفية، فالإنسان الذي لا يتقانى في عمله ولا يخلص فيه لا يعرف النجاح (3).

2- شخصية رئيس التحرير:

رئيس التحرير هو المسؤول الأول عن الجريدة مضموناً وشكلاً، وتخطيطاً وتنفيذاً، وهو المحرّك والقائد والموجه، وكلما كانت شخصيته خلاقة مبدعة؛ أثر ذلك على نوعية تحرير عناوين الجريدة، وكذلك

(1) علم الدين، الإخراج الصحفي (ص20).

(2) البردويل، الصحافة وفن التحرير الصحفي (ص30-32).

(3) المرجع السابق نفسه (ص31-32).

إخراجها، ف خبرات رئيس التحرير السابقة ومؤهلاته وخلفياته السياسية والثقافية والاجتماعية، وميوله واهتماماته، تؤثر في اختياراته الإخراجية والتحريرية (1).

ويتضح أن شخصية رئيس التحرير تعد عنصراً مهماً في تحرير العناوين وكذلك إخراجها بناءً على ما يمتلكه من قدرات إبداعية وقيادية.

ثانياً: العوامل التي تتصل بطبيعة الرسالة:

إخراج الصفحة الأولى غير إخراج الصفحات الداخلية، والصفحات الإخبارية غير صفحات الأحاديث، وإخراج التحقيق الصحفي يختلف عن إخراج التقرير والمجريات، وإخراج الصفحات الإخبارية عادة ما يتم على طريقة الصفحة الأولى، وعادة هذه الصفحات غير ثابتة الأبواب، ومتحركة الأخبار حسب أهميتها، وتركز على الصور التي بها "حدث إخباري" وعلى المخرج الصحفي أن يختار الخبر الأهم فالمهم عند ترتيب أخباره، ولكن صفحة الرياضة تعتمد دائماً على الصورة والتعليق إلى جانب الخبر، وإخراج التقارير والماجريات لا بد أن يعتمد على تقسيم الموضوع إلى فقرات تفصلها العناوين الفرعية الصغيرة وإخراج العناوين لا بد أن تكون له سياسة، وإخراج بعض الموضوعات الجافة بطبيعتها التي تحتوي على مادة مكتوبة فقط تحتاج إلى معالجة خاصة، كموضوع الميزانية مثلاً، الذي ينشر عادة بدون صورة وكله أرقام، بدأت بعض الصحف تنشره مع رسوم بيانية أو رسوم تعبيرية كأن نرسم شكل النقود والجنهات، وفي مثل هذه الصفحات عادة ما يكثر المخرج الصحفي من الجداول والبروايز والنقاشات المختلفة، أما صفحة المرأة فهي تعتمد بالقدر الأكبر على الصورة سواء كان الموضوع عن الديكور أو عن الأزياء وتعتمد أيضاً على العنوان الكبير (2).

وأياً كان أسلوب التحرير الصحفي أو منهجه أو طريقته، أو أسلوب جمع المعلومات أو المادة الصحفية من المصادر المختلفة ووفقاً لخطة معينة، فإنه على الصحفي بنفسه ثم بواسطة المحرر المسؤول تقييم ما تم تنفيذه أو الحصول في ضوء الخطة الموضوعية، ومراجعة ما يمكن أن يراجع واستكمال الجوانب غير الكاملة، ثم تأتي الخطوة التالية التي تتعلق بالجوانب التعبيرية أو التنفيذية في العمل الصحفي، التي تتمثل في تحرير أو صياغة المادة الصحفية بما تتضمن من معلومات وبيانات

(1) علم الدين، الإخراج الصحفي (ص19).

(2) المرجع السابق نفسه (ص21-22).

وأرقام وصور ورسوم في لغة صحفية بسيطة وسهلة ومفهومة ومحددة ودقيقة ومقروءة ومناسبة لمستوى قراء الجريدة، ولسماتها كوسيلة اتصال مطبوعة، وكذلك فيما يتعلّق بإخراجها (1).

كما أن طبيعة المعلومات داخل الفن الصحفي هي من تحدد مساحة وهامش التحرك للمحرر والمخرج، فمثلاً الأخبار القصيرة السريعة تحتوي على العناصر الأساسية للحدث بتركيز واقتضاب، ولا تقدم الإجابة الشافية عن كل الجوانب، أما القصص الإخبارية؛ فهي تقارير آنية سريعة عن الأحداث المهمة، وتحتوي على التفاصيل جميعها وجوانبه كلها التي يلخصها خبراء الصحافة في الإجابة على الأسئلة الستة التالية: "من، متى، ماذا، كيف، لماذا، أين"، ولا تترك جانباً لخبر لا تجيب عليه، أما التقارير الإخبارية؛ فهي تقدم معلومات شاملة عن جوانب الحدث ككل، وتحليلاً لهذه المعلومات من خلال التفسير ووضعها في إطارها العام، وخلاصات واستنتاجات، وتوقعات وتنبؤات، أما القصة الإخبارية الشاملة؛ فهي عبارة عن شكل إخباري يعنى بتغطية شاملة لأحداث متعددة متشابهة بعرضها داخل قصة إخبارية واحدة، أمّا القصة الإخبارية الجانبية؛ فهي تقرير إخباري مختصر ومكثف، يتصل مباشرة بقصة إخبارية مهمة أو تقرير إخباري مفصل على نفس الصفحة أو في نفس العدد (2).

ويمكن تحديد فعالية النص الصحفي، انطلاقاً من قيمته وحيوية مضمونه وغناء شكله وإتقان أسلوبه وصحة لغته وواقعية أخباره وعكسه للواقع الموضوعي بصدق وأمانة وإجابته على قضايا الناس اليومية، فالنص الصحفي الفعال هو ذلك النص الذي يتمتع بخصائص تجعله مؤثراً وفعالاً، وقادراً على إحداث تغيير في آراء وعواطف وأفعال جماهير القراء ويوجهها فكرياً واجتماعياً (3).

ومن بين الوظائف الأساسية للصحيفة اليومية كوسيلة اتصال بالجماهير، تحليل الأحداث وتفسيرها، ولذلك تعتمد الصحيفة على الأشكال التفسيرية بشكل أساسي ومن هذه الفنون التحقيق الصحفي، لقدرة على التعامل مع المشكلات التي يعاني منها المجتمع، وبذلك يكون للمحرر دور مهم في الحصول على أفكار تجعله متميزاً عن أقرانه، وأمّا الموضوع الصحفي، فإنّ أهم يتسم به الموضوع الصحفي هو الإبداعية، والذاتية، والتأثير الإعلامي، والإمتاع، والدوام، والإيقاع، وأمّا الأسلوب التحريري فيعد كاتب الموضوع الصحفي مثل راوي القصة الدرامية الذي يحكي حكاية، ويرسم بالكلمات صوراً ذهنية في عقل

(1) عبد المجيد، وعلم الدين، فن التحرير الصحفي للجرائد والمجلات (ص58).

(2) المرجع السابق نفسه (ص61-62).

(3) أبو فخر، فعالية النص الصحفي (ص7).

القارئ ويشده إلى القصة من خلال التوحد السيكولوجي مع الشخصية المحورية فيها لهذا يحتاج إلى خيال خصب، ولغة سلسلة وكلمات معبرة، بدون تشويه للحقائق (1).

ويسعى الصحفي في الحديث الصحفي إلى بعض الأشخاص للحصول على أفكارهم وآرائهم، أو عرض معلومات يملكون تفاصيلها، وفي بعض الأحيان لإلقاء الضوء على شخصياتهم، وهدفه - كشكل صحفي - تحقيق جانب، وطبيعة المعلومة داخل الحديث الصحفي تكون عبارة عن أخبار أو معلومات أو حقائق جديدة، وآراء بعض أهل الخبرة، أو ذوي الرأي في بعض القضايا أو المواقف أو الأحداث، وإلقاء الضوء على شخصية ما، وبيان السمات المختلفة التي تميزها، والتسلية والإمتاع بتركيزه على الطريف والممتع في الشخص أو الموضوع، وتختلف أساليب كتابة الحديث الصحفي من محرر لآخر، ولكنه عادة ما يضم "العنوان الرئيس، وأحياناً عناوين فرعية، ومقدمة ومنتن وخاتمة وصور مصاحبة أو رسوم أو كليهما، ويكتب إما بأسلوب السؤال والإجابة التقليدي أو السرد العادي أو القصة الإخبارية أو التقرير الإخباري، وأما عنوانه فيخضع في بعض الأوقات لمعالجته من إدارة الصحيفة خاصة إن كان حديثاً إخبارياً مع شخصية مرموقة في المجتمع، ويتفق في ذلك عمل المخرج حيث يأخذ تعليماته من رئيس التحرير في طريقة تصميم العنوان، ويتسم عنوان بالجدية في التصميم بالصحف الجادة، وعلى عكس ذلك في الصحف الشعبية (2).

وهناك أيضاً التحقيق الاستقصائي، الذي يعد أحد وسائل الجريدة لممارسة دورها التفسيري والاستقصائي، وتكون الكلمة فيه هي الأساس وتعاونها المواد المصورة (صور-رسوم-أشكال توضيحية)، ويبدل المحرر قصارى جهده في الالتقاء بالمصادر، وقراءة الوثائق والاستعانة بكل جهات النظر والآراء المؤيدة والمخالفة لوجهة نظر المحرر، وقد يستعين في تحليله وتفسيره بالحاسبات الإلكترونية التي تعطي البيانات مصنفة مبوبة مجدولة جاهزة للتحليل، ويستفيد التحقيق من تيار استخدام أدوات مناهج البحث العلمي خاصة في جمع معلومات المادة الصحفية وتصنيفها وتحليلها، والوصول إلى خلاصات منها، وأما العناوين فتكون على مساحات واسعة، ويسخر المحرر أكبر قدر من عناوين التحقيق لتناسب معه، وأغلب ما يبرز في التحقيق هو العناوين الفرعية؛ إذ تأتي في بداية كل فكرة جديدة أو عنصر جديد، ويراعي أن تتسم بالإيجاز والوضوح والتشويق، وعدم تكرار العنان، وتقديم

(1) عبد المجيد، وعلم الدين، فن التحرير الصحفي للجراند والمجلات (ص64-67).

(2) المرجع السابق نفسه (ص67-68).

معلومات جديدة، ما يعطي فرصة أيضًا للمخرج لتصميمها بالطريقة المناسبة التي تعطي راحة للقارئ أثناء تناوله التحقيق (1).

وتكتسب فكرة التحقيق الصحفي خصوصية لدى الكاتب الصحفي، تأتي من المعالجة الصحفية المتميزة، التي يقوم بها عند تنفيذ هذه الفكرة التي يمكن أن تفرق بين التحقيق الصحفي الذي قام به والتحقيقات الأخرى التي يمكن أن يقوم بها زملاؤه حول الفكرة نفسها (2).

أما الأشكال الصحفية الخاصة بالرأي؛ فهي إحدى وسائل الصحيفة في التأثير على قرائها، والتعبير عن وجهة نظرها تجاه القضايا المختلفة، وفي إتاحة الفرصة للقراء العاديين وكبار الكتاب والمحررين والمتخصصين لعرض آرائهم العامة أو التي تتعلق بقضايا عالجتها الصحيفة، وتصيغ عناوين تتناسب مع متنها (3).

ونقلًا عن سمير صبحي، فقد أوضح علم الدين أنّ الإخراج يختلف من صفحة التحقيقات والأحاديث إلى صفحة الدين، إلى الصفحة المصورة، إلى الحادثة إلى القصة المسلسلة إلى الرحلات وبعض هذه الصفحات في حاجة إلى أداء تعبيرى مباشر مثل صفحة الدين، فكل شيء بها واضح ومباشر (4). ويرى الباحث أنّ طبيعة العناوين الصحفية تتأثر بمضمون الرسالة الإعلامية، فالعلاقة بينهم تكاملية، فالعنوان يعتمد على ثلاثة عوامل، الأول هو مكان وتوقيت الحدث، أما العامل الثاني هو قرب العنوان وجدانيًا مع القارئ، أما العامل الثالث فيتمثل في نوع الفن الصحفي الذي يصاغ له العنوان، بحيث يختلف عنوان المواضيع الاقتصادية التي يستخدم فيها الأرقام والإحصائيات عن موضوع القمص الإنسانية التي تعتمد على الإثارة والتشويق وكذلك يختلف عن عناوين المواضيع الرياضية التي تستخدم مصطلحات خاصة بها، وهنا يأتي دور سكرتير التحرير الذي يعطي الأخبار الوزن النسبي حسب طبيعة كل عنوان، مثلًا هذا العنوان يوضع في الصفحة الأولى مانشيت، وهذا داخلي مفرد، وهذا عنوان عامود، ويتم توجيه الملاحظات إلى مخرج الصفحة ليتعامل معها وفقًا لطبيعة المادة الصحفية.

(1) عبد المجيد، وعلم الدين، فن التحرير الصحفي للجراند والمجلات (ص68-75).

(2) خليل، الصحافة الإلكترونية (ص123).

(3) عبد المجيد، وعلم الدين، مرجع سابق (ص78).

(4) علم الدين، الإخراج الصحفي (ص22).

ثالثاً: العوامل الخاصة بالجمهور:

يرى نجادات نقلاً عن آخرين، أنّ الجمهور يشكّل عنصراً مهماً من عناصر العملية الاتصالية، ويرى البعض أنّه يشكّل أهم متغيّر في هذه العملية، فإذا لم يكن لدى المحرر والمخرج فكرة جيدة عن طبيعة الجمهور العقلية، والعاطفية، وخصائصه الأولية، فسوف يحد ذلك من قدرته على تصميم العناوين الإعلامية الهادفة التي تؤثر على ذلك الجمهور وإقناعه، مهما كانت رسالة العنوان معدّة إعداداً جيّداً، ومن هنا تبدو أهمية التعرف على جمهور وسائل الاتصال، لتوفير رجع صدى أو تغذية مرتدة، تعاون المحرر والمخرج على تحديد نتيجة عمله، ولأنّ الصحيفة تشكّل أهم وسائل الاتصال الجماهيري وأقدمها، فمن الصعب الحصول على رجع الصدى، نظراً لأنّ الاتصال هنا يتم بطريقة غير مباشرة، ولذلك تأتي أهمية الدراسات المتعلقة بقراء الصحف لمعرفة اتجاهاتهم واهتماماتهم وآرائهم، للتعرف على ما يلفت انتباههم من العناوين، وما يزعجهم، لتأخذ المؤسسة على عاتقها تقويم مسارها (1).

ويجب أن تقترن معرفة العنوان وتحريره وطريقة إخراجه بدراسة أحوال الناس وأمزجتهم ورغباتهم وما يرضيهم وما لا يرضيهم، لكن في إطار القاعدة الإسلامية "لا ضرر ولا ضرار"، والقاعدة الثانية "جلب المنفعة مقدم على ترك المضرة"، وبهدف الارتقاء بالقارئ وتحقيق المصالح العامة وضمان الوصول إليه وإقناعه والتأثير فيه، وبالتالي فإن المعرفة بطبيعة الجمهور وثقافته وظروفه الاجتماعية والاقتصادية والحضارية والفكرية، هي التي تمكّن من صياغة العناوين الملائمة واختيار القوالب والأشكال التي تناسبها، ثم اختيار الوسيلة المناسبة لهذه العناوين، وكيفية إيصالها إلى القارئ في التوقيت المناسب والملائم له، وهذه المعرفة بطبيعة الجمهور المتلقي، لا شك هي التي تتيح للصحفي اختيار نوع العنوان الذي يناسب الجمهور (2).

وكذلك يؤدي المستوى التعليمي دوراً مهماً في تكوين فكر القارئ ومجالات اهتمامه، فمثلاً نجد أنّ ذوي التعليم المتوسط يهتمون بقراءة الحروف الكبيرة، والصور والألوان، بينما المثقفون يهتمون بالمضمون والبساطة والوضوح أكثر من اهتمامهم بالشكل الجمالي للعناوين (3).

(1) نجادات، الإخراج الصحفي اتجاهاته ومبادئه والعوامل المؤثرة فيه وعناصره (ص88).

(2) حجاب، مدخل إلى الصحافة (ص218).

(3) خوخي، الإخراج الصحفي والصحافة الإلكترونية (ص19).

وتواجه بعض الصحف مشكلة في دراسة طبيعة الجمهور وخصائصه واحتياجاته التي يسعى إلى إشباعها من مطالعة الأخبار، ونوعية القصص الإخبارية التي يحتاجها، فيؤدي ذلك إلى قلة نسبة مبيعات الصحيفة، وخسارتها لكمية كبيرة من الإعلانات التي يفترض أن تحقق عائداً مادياً لها (1).

وتزيد دراسة جمهور الصحيفة من نجاحها، واستمراريتها، وزيادة مبيعاتها، رغم أن بعض المؤسسات الصحفية تفتقد لرجع الصدى عن مدى تقبل الجمهور لعناوينها، ودراسة ما يرغبه وما يرفضه الجمهور، وبالتالي سيؤثر هذا على انتشارها وتوزيعها.

رابعاً: تأثير الانتماءات والجماعات المرجعية:

يعدّ الانتماء عنصراً محددًا من محددات الشخصية، لأنه يؤثر في طريقة التفكير أو التفاعل مع العالم المحيط بالفرد، كما أنّ الفرد يتم وصفه أيضاً من خلال مفهوم الجماعات التي ينتمي إليها مثل الجماعات التعليمية، والسياسية والاجتماعية، والوظائفية، والتنظيمات.. إلى آخره (2).

وتعدّ جماعات الانتماء الجماعات المرجعية التي يشارك الفرد أعضائها في الدوافع والميول والاتجاهات، وتتمثل قيمهم ومعاييرهم في اتخاذ قراراته أو أحكامه أو قيامه بسلوك معين، وتحديد جماعة الانتماء يعني التعرف على كل المحددات الأساسية التي تشكل إطاراً مرجعياً لأفرادها، ومن خلال معرفة هذه الأطر المرجعية يمكن التوقع بأنماط السلوك المختلفة، وبالتالي تؤثر على محرر العناوين ومخرجها في اتخاذ قراراته الإعلامية في إطار مدركاته عن عوامل الجماعة التي ينتمي إليها، ويعكس الانتماء أيضاً العوامل الاجتماعية والثقافية بحيث تصبح إطاراً مرجعياً له في التفسير والإدراك والسلوك (3).

ويتحدد دور محرر العناوين ومخرجها إزاء صحيفته من خلال الانتماء إلى مكان عمله ومهنته وشهرته، فضلاً عن أن عمله في صحيفة ما إنما يمثل انتماءه أصلاً إلى السياسة والأهداف التي اختار أن يعمل من أجلها، وذلك لأن كل صحيفة إنما تمثل تياراً فكرياً تصدر عنه وتسعى إلى تحقيق

(1) Zhi, Kee. Revisiting Media Attention Score: Evolution of Sin Chew Daily's Newspaper Design. (P.63).

(2) عبد المجيد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (ص164).

(3) أحمد، الرضا الوظيفي لدى القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية (ص47).

أهدافه، كما يفترض أن الصحفي لا يختار العمل، إلا في الجريدة التي تتوافق مع اتجاهاته وأفكاره وعقائده(1).

وينعكس اهتمام الأفراد الذين يتبنون فكرًا معينًا ويؤمنون به، على اهتماماتهم في تحرير عناوين المواد الصحفية التي تتفق مع رؤيتهم وإخراجها، وكذلك ينعكس على حياتهم الاجتماعية والأخلاقية والدينية والسياسية والاقتصادية والثقافية، ويسعون إلى إبراز مصالح الجماعات التي يؤمنون بها من خلال إبراز عناوين أخبارها سواءً تحريريًا أو إخراجيًا، ويضعون تبريرات منطقية وفلسفية للاتجاهات المعارضة لآرائهم ووجهات نظرهم، ويؤثر ذلك على المخرج النهائي للصحيفة.

خامسًا: الضغوط المهنية وعلاقات العمل

ويرى الجميلي والعاني نقلًا عن آخرين، أنّ عملية انتقاء الأخبار وصناعتها؛ تتأثر بالضغوط المهنية وطبيعة علاقات العمل، إذ يرتبط محرر العناوين ومخرجها بالاتصال مع زملائه في علاقات تفاعل تحمل بعدًا اجتماعيًا، وقد تتكون من هذه العلاقات جماعة أولية يعتمد عليها محرر العناوين ومخرجها، وكذلك يعتمد على دعمها المعنوي، وتقوم بدور الإطار المرجعي الذي يستمد كل منهم معاييره، وبالتالي يتحقق تأثير اتجاهات زملاء العمل في اختيار المحررين للأنباء لأنهم يعملون على إرضاء زملائهم ورؤسائهم، وكذلك تصميم المخرجين عناوين تتناسب مع مضمونها، ويفرض الواقع البيروقراطي في حجرة الأخبار إطارًا دلاليًا يعبر عن آراء صاحب المؤسسة الإعلامية، ويعد محرر العناوين ومخرجها أعضاء فيها، وهم من يحددان مصير أيّ قصة إخبارية من حيث إبراز عنوانها أم تهميشه سواءً بالصياغة أو الإخراج، أمّا المساحة الزمنية المخصصة للنشرة الإخبارية، فإنها تحدد المحررين بكم ونوع من الأخبار وبحسب طبيعة كل نشرة إخبارية، وقد يؤثر ذلك سلبًا على تصميم عناوين هذه الأخبار بطريقة تجذب القارئ(2)، وتنقسم الضغوط المهنية وعلاقات العمل إلى:

1- السلطة السياسية:

لا شيء يقضي على موضوعية عناوين الأخبار سواءً تحريرها أو طريقة إخراجها وإبرازها؛ قدر توجيه الإعلام من الحكومات، أي حين يعد الإعلام جزءًا رئيسًا من النظام الدكتاتوري، تتولى شؤونه الدولة

(1) بخيت، العمل الصحفي في مصر دراسة سسيولوجية للصحفيين المصريين (ص126).

(2) الجميلي، والعاني. صناعة الأخبار الصحفية والتلفزيونية (ص163-165).

المستبدة، فتحدد سياساتها تجاه المؤسسات الاعلامية وتسيطر عليها وتتخذها وسيلة وأداة لتوجيه الرأي العام ودعم السياسة القومية، في ظل هذا النظام الاستبدادي تفرض الرقابة الصارمة على الصحف، فلا يطلع الرأي العام إلا على ما تقرّه الدولة من أنباء وخاصة العناوين الرئيسية التي تتصدر الصحف، كما تمنع الدولة تسرب هذه الأنباء إلى الخارج، أي أنها لا تفرج إلا عن الأخبار التي تقرّها ولا تجد غضاضة في نشرها، لا سيما لو كانت عناوينها لا تنتقد الحكومة بشكل مباشر أو غير مباشر، وتتمثل الضغوط التي تمارسها السلطة السياسية وتؤثر على عملية انتقاء الأخبار في الجوانب التالية (1):

أ. **عامل التشريعات والقوانين المنظمة للصحف**، وهذه التشريعات تختلف من دولة لأخرى، وتمثل في الدول الديكتاتورية قيودًا على حرية التعبير، إذ من خلالها يفرض الموظفون الرسميون تأثيرهم على عناوين الأخبار التي تقدمها وسائل الإعلام بالشكل الذي يرضي هذه السلطات ويحقق مصالحها.

ب. **عامل الرقابة**، ويكون ذلك بتقييد حرية إصدار الصحف أو بمراجعة عناوين الأخبار بمعرفة الرقيب، أو بتحمّل رئيس التحرير مسؤولية ما ينشر وما يصاغ داخل صحيفته من عناوين، وسواء كانت الرقابة استثنائية كما يحدث في وقت الحروب والثورات، إذ تخضع البلاد للأحكام العرفية مما يتيح للحاكم العسكري مراقبة عناوين الأخبار قبل النشر، أو رقابة جزئية عن طريق القضاء، فإنّها تنظمها بنود ونصوص في القوانين المنظمة للعمل الإعلامي، وهذه الرقابة تعني تدخل الرقيب في عناوين الأخبار بالانتقاء والحذف والتعديل والتنقيح والتحرير والاقتصار على معلومات يراها من وجهة نظره فقط، لجعل عناوين الأخبار في النهاية في الصورة التي ترضى عنها الجهات المسؤولة.

2- السياسة التحريرية للصحيفة:

ونقلًا عن الرفاعي، يوضّح نجادات أن السياسة التحريرية تؤدّي دورًا مهمًا في تحديد سياسة إخراج العناوين، فالصحف الشعبية بوجه عام تلجأ إلى الأساليب الأكثر حداثة وإبداعًا في إخراج العناوين باعتبارها تصدم خيال القارئ، وتحقق له المفاجأة التي تمسك ببصره سعيًا وراء رفع التوزيع، وزيادة الأرباح، وهذا النوع من الصحف يسعى دائمًا إلى كتابة عناوين أنباء مثيرة، كعناوين الجنس والجريمة، وتعمل على تحريرها

(1) حجاب، مدخل إلى الصحافة (ص212-213).

بأسلوب مثير يمتاز بالتهويل والمبالغة، مع تطعيم العنوان على الصفحة ببعض العناصر التيبوغرافية والجرافيكية الثقيلة كالألوان (1).

ويقصد بالسياسة التحريرية، مجموعة الخطوط العريضة والمبادئ العامة -غير المكتوبة عادة- تحدد وتحكم ماذا تنشر الجريدة من مضامين ونوعية موضوعات، وما هي اتجاهات هذا المضمون، وأساليب معالجته أو عرضه أو إبرازه، وتطبيقات تلك السياسة التحريرية في المجال الإخراجي، وهي مؤثرة ومرتبطة بالشكل ارتباطاً كبيراً، فجريدة شعبية جماهيرية ستستخدم مثلاً عناوين صارخة ملونة، ومانشيتات تمتد بعرض الصفحة الأولى، وبياضاً وفيراً، وهي في العادة لا تتبع أي مذاهب إخراجية، بل إخراج أقرب إلى ما يسمى بالإخراج المختلط أو إخراج السيرك، بينما الجريدة الوقورة، جريدة الصفوة، تميل إلى العناوين الممتدة على عامود أو اثنين فقط، وقليل من الألوان (2).

ويأتي هذا الاعتبار في مقدمة الاعتبارات التي تتحكم في اختيار الأخبار وإعدادها للنشر في أي صحيفة، وذلك لأن صحافة اليوم لم تعد تنطلق في عملها على أسس واعتبارات مهنية بحتة، تحتم عليها أن تقدم للقارئ كل ما تراه من أخبار مهمة بصرف النظر عن مصدرها أو تأثيرها أو الموضوعات التي تتناولها، بل إن صحافة اليوم أصبحت تعبر عن اتجاهات ومصالح وعقائد وأيديولوجيات، بل وفئات وطوائف أيضاً، فهناك الصحف التي تمثل الدولة أو الحكومة، أو النظام السياسي، وهناك الصحف التي تمثل أحزاب المعارضة أو الأحزاب الحاكمة، أو النظام السياسي، وهناك الصحف المستقلة التي لا تنتمي إلى الحكومة وكذلك لا تنتمي إلى حزب معين من الأحزاب القائمة، وإلى جانب ذلك هناك الصحف التي تصدر عن مؤسسات أو شركات تمثل هي الأخرى تيارات واتجاهات سياسية تخدم طبقة اقتصادية واجتماعية معينة (3).

وفي العادة يتم تقرير سياسة تحرير الجريدة عند تأسيسها، وتحديد طابعها الصحفي، ثم يتم الحفاظ على هذه السياسة أو تغييرها بمرور الوقت نتيجة لتغير الظروف الاجتماعية والحياة السياسية التي تعد الجريدة جزءاً منها (4).

(1) نجادات، الإخراج الصحفي اتجاهاته ومبادئه والعوامل المؤثرة فيه وعناصره (ص76-77).

(2) علم الدين، الإخراج الصحفي (ص18).

(3) حجاب، مدخل إلى الصحافة (ص214).

(4) الحقو، مناهج كتابة الأخبار الإعلامية وتحريرها (ص318).

وهناك مجموعة عوامل تؤثر بشكل أو بآخر في سياسة تحرير الصحيفة وإخراجها، ومنها، العوامل التي تحكم اختيار أفراد الجهاز التحريري، وظروف تنشئتهم الاجتماعية والثقافية وانتماءاتهم السياسية، وظروفهم الاقتصادية والاجتماعية (1).

وتهيمن السياسة التحريرية للصحيفة على كل وجوه الوسيلة، بدءًا من نوع الأخبار التي ستشرها وحجم الحروف التي تعتمد عليها في الطباعة، وبالتالي فهي تؤثر في اختيار العناوين، بحيث تتفق توجهات العناوين الصحفية والسياسات التحريرية في الصحف.

3- ظروف العمل ودورية الصحيفة:

تعدّ المساحة أهم محدد يراعيه المحرر والمخرج عند تحرير العنوان وإخراجه، إذ يحرر ويخرج عنوانًا يتناسب معها، وقد تكون المساحة في بعض الأوقات لا تلبي احتياجات المادة الصحفية، ولا بد أن يكون معيار النشر هو الأهمية النسبية لكل مادة صحفية ويتم إبراز العنوان الصحفي من خلالها، وتقرير المساحة المخصصة لكل مادة وكذلك لكل عنوان بما يتناسب مع قيمته الفعلية، كما أن هذه العناوين تصبح سلعة بائرة في اليوم التالي ولا يمكن نشرها إذا تقادم الحدث وخاصة العناوين الإخبارية التي تواكب الأحداث تبعًا، وذلك لأن الصحف المنافسة لن تتركها دون ذكرها (2).

والظروف المحيطة بالصحيفة لها دورها الكبير في تحرير العناوين الصحفية، فمثلًا في زمن الحروب تتبع أسلوبًا مختلفًا لما هي عليه في زمن السلم من ناحية التحرير التي تتناولها وأنواع العناوين التي تستخدمها، وهناك كذلك الظروف العامة مثل الأعياد والمناسبات الدينية والوطنية، والقومية حيث يستغل المحررون اهتمام الناس والقراء بهذه الأعياد والمناسبات، فيصيغون عناوين تجذبهم لقراءة الصحيفة (3).

4- طبيعة الجرائد المنافسة وأساليب تحريرها وإخراجها:

ونقلًا عن ري (Rehe)، يشير نجادات إلى أنّ الصحف تتكون بشكل عام من قطعتين رئيسيتين، هما القطع العادي والقطع النصفى، والقطع العادي وقّر إمكانيات أفضل في تصميم العناوين من تلك التي في القطع النصفى، ذلك أنّ كبر مساحة الصفحة العادية تعطي المخرج الصحفي مساحة كبيرة من الحرية

(1) الحتو، مناهج كتابة الأخبار الإعلامية وتحريرها (ص321).

(2) المرجع السابق نفسه (ص319).

(3) البردويل، الصحافة وفن التحرير الصحفي (ص30).

لتطبيق الاتجاه الإخراجي المتبع في إخراج عناوين أخبار الصفحة، وترتيبها، بحيث يمكن القول إن هذه الصحيفة تتبع الاتجاه التقليدي أو الحديث أو المحدث، أمّا فيما يتعلّق بالصفحة من القطع النصفي، فإنّ صغر مساحتها يحد من حرية إخراج عناوين⁽¹⁾.

والجرائد الأخرى لها أساليب تحريرية وإخراجية متميزة لعناوينها، سواءً الجيدة أو غير الجيدة، التي اعتادها القارئ واقتنع بها، أو رفضها ويلعنها كل يوم، وينتظر فرصة أن يجد جريدة أخرى أكثر مناسبة لتذوقه البصري واهتمامه التحريري، أو طالب بتعديل بعضها من خلال الوسائل والأساليب التي تتبعها الجريدة في تقييم أفرادها، والسمات العامة لإخراج عناوين الصحف المنافسة لا بد وأن تترك بصماتها سلبيًا أو إيجابيًا في إخراج عناوين أي جريدة، وعلى الذاكرة البصرية للقارئ، وعلى إدراكه البصري التيبوغرافي، بشكل قد يفسدها أحيانًا ويجعلها ترفض جرائد أخرى ذات إخراج عناوين صحفية أكثر جودة بالمقاييس الفنية والصحفية⁽²⁾.

ويرى الباحث أنّ المحرر والمخرج الصحفي، يتعرضان لعدد من الضغوطات التي تؤثر على توافقهما مع المؤسسة الإعلامية التي ينتميان إليها والتوقعات التي تحدد دورهما في نظام الاتصال، وطريقة تحرير العناوين الصحيفة وإخراجها تبدأ من ظروف العمل الداخلية للصحيفة ودورية صدورها إلى المنافسة الخارجية للصحف.

5- طبيعة عملية حراسة البوابة:

وتقوم فكرة حراسة البوابة على أنّ العناوين الصحفية تمر من نقاط أو بوابات يتم فيها اتخاذ قرارات التحرير والإخراج حتى تصل إلى الجمهور، وكلما طالت المراحل التي تقطعها هذه العناوين حتى تظهر في الصحيفة، ازدادت المواقع التي يصبح مصيرها معلقًا بفردٍ أو عدّة أفراد وتقرير ما إذا كانت هذه العناوين ستظل كما هي أم يتم إدخال بعض التغييرات عليها⁽³⁾.

وهناك مجموعة من العوامل تتحكم في اتخاذ قرارات النشر يتحدد بناءً عليها المسموح والمرفوض به وفقًا لانتقاء المادة الصحفية، ومن هذه العوامل الخاصة باختيار العناوين، التي تتمثل في القيم الإخبارية، والعوامل الخاصة بالتعبير عن احتياجات جميع فئات القراء ووجهات نظرها وبالذات الفئات المحرومة

(1) نجادات، الإخراج الصحفي اتجاهاته ومبادئه والعوامل المؤثرة فيه وعناصره (ص85).

(2) علم الدين، الإخراج الصحفي (ص22).

(3) عبد المجيد، وعلم الدين، فن التحرير الصحفي للجرائد والمجلات (ص23).

والمهملة، والعوامل الخاصة بالمادة الصحفية التي تأتي من مصادر أجنبية ومدى التوازن بينها وبين المادة الوطنية (1).

سادسًا: عوامل المجتمع وقيمه وتقاليد:

تؤثر قيم المجتمع وتقاليد بشكل قوي ولكن بشكل غير مباشر، وتتضمن الفلسفة العامة للاتصال في المجتمع، أي مجموعة العوامل التي تحكم السلوك الاتصالي بالمجتمع، تبعًا لسمات المجتمع وحاجاته، والضغوط أو القيود المفروضة على الصحف، وحجم الحرية المتاحة لها، سواءً أكانت هذه القيود مباشرة أو غير مباشرة (2).

وكل مؤسسة إعلامية تعمل في إطار مجتمع له قيمه وتقاليد، ومن بين أهداف هذه المؤسسة لا شك المحافظة على القيم والتقاليد التي تحفظ للمجتمع كيانه وتحميه من التفتك والانهييار، ومن هنا نجد أن كثيرًا من الصحف مثلًا ترفض عناوين أخبار وموضوعات أو آراء ضد شخصيات معنوية ترمز إلى أسس وتقاليد ومبادئ في هذا المجتمع مثل رجال الدين والقضاء، وليس معنى هذا أن هذه النماذج لا تخطئ، أو أنها منزهة عن النقد أو ينبغي أن تكون بعيدة عن التناول، ولكن التحفظ والإمساك في تناول مثل هذه الرموز، إنما يرجع إلى الخوف من أن يؤدي نقد المخطئين من هؤلاء إلى تكوين صورة تتسحب على الرمز العظيم، وبالتالي مسؤولية الإعلام حيال المجتمع ضخمة وهائلة، لأنّ الصحيفة يمكن أن تكون صالحة إلى ما لا حدود، كما يمكن أن تكون رديئة إلى ما لا حدود في تأثيرها على جمهور القراء (3).

ويرى الباحث أن العلاقة بين المنظومة الإعلامية وعوامل المجتمع وقيمه علاقة فاعلة ومتداخلة على اعتبار أن وسائل الإعلام في أي مجتمع هي الوسائل الناقلة لأنماط التفكير والمعرفة والقيم والإفهام، وبالتالي فهي تساهم في خلق جانب كبير من الثقافة والحفاظ على القيم الاجتماعية، وكذلك تشكل ضغوطًا أثناء تحرير العناوين، فتؤثر على نوعية الحقائق والوقائع التي من حق جمهور الصحيفة أن يكون على علم بها.

(1) الحتو، مناهج كتابة الأخبار الإعلامية وتحريرها (321).

(2) عبد المجيد، وعلم الدين، مرجع سابق (ص24).

(3) حجاب، مدخل إلى الصحافة (ص216-217).

سابعاً: القدرات التكنولوجية الاتصالية للصحيفة:

يقصد بها توافر نظام اتصالي كفاء لإصدار الصحيفة، فالمعروف أنه لكي تصدر صحيفة لا بد من تضافر عدة تقنيات وأنظمة لجمع ومعالجة وإنتاج ونشر وتبادل المعلومات، تكون بما يسمى بنظام تكنولوجيا الاتصال الصحفي ومنها تقنيات الحصول على المعلومات الصحفية وتوصيلها إلى مقر الجريدة، وكذلك تقنيات وأنظمة تخزين المعلومات واسترجاعها، وتقنيات وأنظمة المعالجة والإنتاج، وتقنيات وأنظمة النشر والتبادل، ويرتبط ما سبق كله بوجود نظام اتصالي كفاء وفعال على المستوى الإقليمي، وتوافر هذه القدرات التكنولوجية الاتصالية للجريدة، يتيح لها إمكانية الحصول على المادة الصحفية وتجهيزها ومعالجتها وتخزينها واسترجاعها وإنتاجها ونشرها وتبادلها، وعدم توافرها يعد معوقاً مهماً في عملية إنتاج الصحيفة، ويؤثر على عملية تحرير العناوين وإخراجها (1).

وتؤدّي تكنولوجيا إنتاج الصحيفة دوراً مهماً في عملية الإصدار بعامّة، وتؤثر على درجة نجاحها التحريري والإخراجي، وتزداد أهميتها هذه الأيام نظراً للتطور التكنولوجي الضخم الذي تشهده الصحافة الآن الذي يحمل توقعات مذهلة في المستقبل (2).

ولتكنولوجيا الاتصال الحديثة علاقة واضحة بالمجال الصحفي، فقد زادت في الآونة الأخيرة قيمة وأهمية المعلومات، وسرعة جمعها، وطرق معالجتها، ووسائل إنتاجها، وسبل انتقالها وتوزيعها، وتضاعفت القدرة على تخزينها واسترجاعها، واستقبالها، وعرضها، وحفظها، وتوظيفها (3).

وتطورت عمليات تحرير العناوين الصحفية وإخراجها مرحلياً باستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة القائمة على تقنيات متطورة فاعلة يسرت عملية نقل وجمع المعلومات وتوصيلها لمقر الصحيفة والكتابة الصحفية ومعالجة المادة الصحفية وعمليات تصميمها، ولم تعد المسافة والمكان عائقين في عملية الاتصال والتواصل كما أن هذه التقنيات يسرت عملية تخزين البيانات وبثها واختصرت كثيراً من الوقت المطلوب في عمليات تحرير العناوين الصحفية وإخراجها (4).

(1) علم الدين، الإخراج الصحفي (ص20-21).

(2) الحتو، مناهج كتابة الأخبار الإعلامية وتحريرها (ص320).

(3) شيخاني، أثر تكنولوجيا الإتصال والمعلومات على تطور فنون الكتابة الصحفية دراسة تطبيقية على الصحافة المصرية والسورية اليومية. (ص440).

(4) خطاب، تكنولوجيا الإتصال الحديثة ودورها في تطوير الأداء الصحفي. (ص67-84).

ويتوقف نجاح الصحيفة على الطريقة التي يدار بها عمل الجهاز التحريري والإخراجي، التي تظهر غالبًا في القدرات التكنولوجية للصحيفة، إذ توفّر جواً من التعاون والتفاهم بين الأقسام المختلفة خاصة في عمليات جمع ونقل وتوصيل المعلومات، التي من خلالها يتم صياغة عنوان مناسب لها، وتصميمه في المراحل النهائية، ويتحقق بذلك عنصر التجانس والتنسيق؛ مما يساهم في إخراج عنوان بشكله النهائي بصورة دقيقة من حيث التحرير والتصميم.

الفصل الثالث

نتائج الدراسة الميدانية وفروضها

الفصل الثالث

نتائج الدراسة الميدانية وفروضها

يستعرض هذا الفصل نتائج الدراسة الميدانية التي أجريت على عينة من المحررين والمخرجين لمعرفة مدى تأثير العوامل الذاتية، والخاصة بطبيعة الرسالة الإعلامية وعوامل الجمهور، والانتماءات والجماعات المرجعية، والضغوط المهنية وعلاقات العمل، وعوامل المجتمع وقيمه وتقاليد، وتأثير استخدام الصحفيين للتكنولوجيا في تحرير العناوين وإخراجها، وأهم القيم التي ينبغي أن يتحلّى بها الصحفيون، والصعوبات التي يواجهونها، ومقترحاتهم نحو تطويرها، إضافة إلى اختبار فروض الدراسة، وقد تمّ تقسيم الفصل إلى ثلاثة مباحث:

المبحث الأول: العوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية.

المبحث الثاني: أهمّ القيم التي يتحلّى بها الصحفيون عند تحرير العناوين وإخراجها والصعوبات التي يواجهونها ومقترحاتهم نحو تطويرها.

المبحث الثالث: اختبار فروض الدراسة.

المبحث الأول

العوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية

يستعرض هذا المبحث محورًا أساسيًا وهو العوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها في صحف الدراسة.

حيث تمّ تقسيمه إلى سبعة مطالب، الأول يتحدّث عن تأثير العوامل الذاتية في تحرير العناوين وإخراجها، والثاني عن تأثير العوامل التي تتصل بطبيعة الرسالة في تحرير العناوين وإخراجها، والثالث عن تأثير عوامل الجمهور في قرارات محرري العناوين ومخرجيها، والرابع عن تأثير الانتماءات والجماعات المرجعية في تحرير العناوين وإخراجها، والخامس عن تأثير الضغوط المهنية وعلاقات العمل في تحرير العناوين وإخراجها، والسادس عن تأثير قيم المجتمع وتقاليده في تحرير العناوين وإخراجها، والسابع عن تأثير استخدام الصحفيين للتكنولوجيا في تحرير العناوين وإخراجها.

وإستخدام الباحث التكرارات والأوزان النسبية والمتوسطات والانحرافات المعيارية، بهدف تفسير الأوزان النسبية الناتجة من عملية التحليل، واعتمد الباحث على المعايير التالية:

1. الأوزان النسبية الأقل من 30% تشير إلى اتجاهات سلبية جدًا.
2. الأوزان النسبية من 30% - أقل من 50% تشير إلى اتجاهات سلبية.
3. الأوزان النسبية من 50% - أقل من 60% تشير إلى اتجاهات محايدة.
4. الأوزان النسبية من 60% - أقل من 80% تشير إلى اتجاهات إيجابية.
5. الأوزان النسبية من 80% فما فوق تشير إلى اتجاهات إيجابية جدًا.

المطلب الأول: تأثير العوامل الذاتية في تحرير العناوين وإخراجها في صحف الدراسة:

أولاً: تأثير العوامل الذاتية في تحرير العناوين في صحف الدراسة:

يبين الجدول رقم (3.1) تكرارات ونسب أفراد عينة الدراسة حول مدى تأثير العوامل الذاتية في تحريرهم للعناوين في الصحف الفلسطينية اليومية.

جدول: (3.1): مدى تأثير العوامل الذاتية في تحرير العناوين في صحف الدراسة:

م.	الإجابة	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	المجموع	الوسط الحسابي	الوزن النسبي	رتب
1.	أسعى دومًا لمطالعة كل ما هو جديد بشأن العناوين.	ك	0	0	4	51	66	121	90.2	1
		%	0.0	0.0	3.3	42.1	54.5	100.0		
2.	أشعر أثناء تحرير العناوين أنني أقوم بعمل مهم ونافع لي وللمجتمع.	ك	0	0	8	48	65	121	89.4	2
		%	0.0	0.0	6.6	39.7	53.7	100.0		
3.	تساعدني ثقافتني على التميز في تحرير العناوين الصحفية.	ك	0	1	6	70	44	121	86.0	3
		%	0.0	0.8	5.0	57.9	36.4	100.0		
4.	جعلني التدريب مبدعًا في تحرير العناوين.	ك	0	2	16	71	32	121	82.0	4
		%	0.0	1.7	13.2	58.7	26.4	100.0		
5.	تسهم علاقتني مع زملائي في تحرير عناوين أكثر مهنية.	ك	1	11	15	76	18	121	76.4	5
		%	0.8	9.1	12.4	62.8	14.9	100.0		
6.	توفر صحيفتي فرص تدريب متكافئة في تحرير العناوين.	ك	2	20	36	47	16	121	69.0	6
		%	1.7	16.5	29.8	38.8	13.2	100.0		
7.	أستفيد كثيرًا من الصحف الأخرى في تحرير العناوين.	ك	2	27	26	53	13	121	68.0	7
		%	1.7	22.3	21.5	43.8	10.7	100.0		
8.	يساعدني رئيس التحرير في تحرير عناوين مناسبة.	ك	5	28	22	48	18	121	67.6	8
		%	4.1	23.1	18.2	39.7	14.9	100.0		
9.	أعطتني دراستي الجامعية خبرة كافية في تحرير العناوين الصحفية بأشكالها.	ك	1	32	21	61	6	121	66.4	9
		%	0.8	26.4	17.4	50.4	5.0	100.0		
10.	تقف الظروف النفسية والاجتماعية عائقًا أمام إبداعي في تحرير العناوين.	ك	11	40	21	35	13	121	60.2	10
		%	9.2	33.3	17.5	29.2	10.8	100.0		

الوزن النسبي: 75.49، الوسيط: 76.0، الانحراف المعياري: 7.59

تبيين من نتائج الجدول السابق:

أنّ الوزن النسبي لمحور تأثير العوامل الذاتية في تحرير العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية جاءت إيجابية، حيث بلغت (75.49%)، وقد جاءت فقرة "أسعى دومًا لمطالعة كل ما هو جديد بشأن العناوين" في المرتبة الأولى بوزن نسبي (90.2%) وهذا يشير إلى اتجاهات إيجابية جدًا نحوها، يليها بنفس الدرجة فقرة "أشعر أثناء تحرير العناوين أنني أقوم بعمل مهم ونافع لي وللمجتمع" بوزن نسبي (89.4%)، وجاء في الترتيب الأخير فقرة "تقف الظروف النفسية والاجتماعية عائقًا أمام إبداعي في تحرير العناوين" بوزن نسبي (60.2%)، مما يدل على وجود اتجاهات إيجابية نحوها.

ثانيًا: تأثير العوامل الذاتية في إخراج العناوين في صحف الدراسة:

يبين الجدول رقم (3.2) تكرارات ونسب أفراد عينة الدراسة حول مدى تأثير العوامل الذاتية في إخراجهم للعناوين في صحف الدراسة.

جدول: (3.2): مدى تأثير العوامل الذاتية في إخراج العناوين في صحف الدراسة:

م.	الإجابة	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	المجموع	الوسط الحسابي	الوزن النسبي	رتب
1.	أسعى دومًا للتعرف على كل ما هو جديد في إخراج العناوين	ك	0	1	0	26	28	4.82	96.4	1
		%	0.0	3.6	0.0	92.9	100.0			
2.	يكسبني عملي في إخراج العناوين الاحترام والتقدير.	ك	0	0	3	25	28	4.79	95.8	2
		%	0.0	0.0	10.7	89.3	100.0			
3.	أشعر أثناء إخراج العناوين أنني أقوم بعمل مهم ونافع لي وللمجتمع.	ك	0	1	2	24	1*27	4.74	94.8	3
		%	0.0	3.7	7.4	88.9	100.0			
4.	جعلني التدريب مبدعًا في إخراج العناوين.	ك	0	0	6	22	28	4.57	91.4	4
		%	0.0	0.0	21.4	78.6	100.0			
5.	تسهم علاقتي مع زملائي في إخراج أفضل للعناوين.	ك	0	2	4	22	28	4.5	90	5
		%	0.0	7.1	14.3	78.6	100.0			
6.	توفر صحيفتي فرص تدريب متكافئة في إخراج العناوين.	ك	3	4	1	20	28	4.07	81.4	6
		%	10.7	14.3	3.6	71.4	100.0			
7.	أعطتني دراستي الجامعية خبرة كافية في إخراج العناوين الصحفية بأشكالها.	ك	1	2	8	16	*27	4.04	80.8	7
		%	3.7	7.4	29.6	59.3	100.0			
8.	يساعدني سكرتير التحرير في إخراج مناسب للعناوين.	ك	0	4	8	16	28	4	80	8
		%	0.0	14.3	28.6	57.1	100.0			
9.	أستفيد كثيرًا من أساليب إخراج العناوين في الصحف الأخرى.	ك	2	4	6	16	28	3.86	77.2	9
		%	7.1	14.3	21.4	57.1	100.0			
10.	تقف الظروف النفسية والاجتماعية عائقًا أمام إبداعهم في إخراج العناوين	ك	1	6	5	10	28	2.5	50	10
		%	3.6	21.4	17.9	35.7	21.4	100.0		

الوزن النسبي: 83.14، الوسيط: 87.0، الانحراف المعياري: 12.4

تبيّن من نتائج الجدول السابق:

أنّ الوزن النسبي لمحور تأثير العوامل الذاتية في إخراج العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية جاءت إيجابية جدًا، حيث بلغت (83.14%)، وقد جاءت فقرة "أسعى دومًا للتعرف على كل ما هو جديد في إخراج العناوين" في المرتبة الأولى بوزن نسبي (96.4%) ما يدل على اتجاهات إيجابية جدًا نحوها، يليها بنفس الدرجة فقرة "يكسبني

* لم يجب جميع المبحوثين عن هذا السؤال

عملي في إخراج العناوين الاحترام والتقدير" بوزن نسبي (95.8%)، وجاء في الترتيب الأخير فقرة "تقف الظروف النفسية والاجتماعية عائقاً أمام إبداعي في إخراج العناوين" بوزن نسبي (50.0%)، ما يشير إلى وجود اتجاهات محايدة نحوها.

المطلب الثاني: تأثير العوامل التي تتصل بطبيعة الرسالة الإعلامية في تحرير العناوين وإخراجها في صفح الدراسة:

أولاً: تأثير العوامل التي تتصل بطبيعة الرسالة الإعلامية في تحرير العناوين في صفح الدراسة:

يبين الجدول رقم (3.3) تكرارات ونسب أفراد عينة الدراسة حول مدى تأثير العوامل التي تتصل بطبيعة الرسالة الإعلامية في تحريرهم للعناوين في صفح الدراسة.

جدول: (3.3): مدى تأثير العوامل التي تتصل بطبيعة الرسالة الإعلامية في تحرير العناوين في صفح الدراسة:

م.	الإجابة	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	المجموع	الوسط الحسابي	الوزن النسبي	رتب
1.	أحرص على سلامة المعنى في تحرير العناوين	ك	0	1	0	55	121	4.52	90.4	1
		%	0.0	0.8	0.0	45.5	100.0			
2.	أراعي الأهمية النسبية للمادة الصحفية عند تحرير العناوين	ك	0	0	2	70	121	4.39	87.8	2
		%	0.0	0.0	1.7	57.9	100.0			
3.	أرى بأن أقوى العناوين الصحفية هي التي تمتاز بقلّة عدد كلماتها.	ك	0	7	7	64	121	4.18	83.6	3
		%	0.0	5.8	5.8	52.9	100.0			
4.	أدرك أنّ تحرير العناوين يختلف باختلاف موضوعاتها.	ك	0	2	6	82	121	4.17	83.4	4
		%	0.0	1.7	5	67.8	100.0			
5.	أحرص في تحرير العناوين انسجامها مع مضمون الرسالة الإعلامية.	ك	0	1	8	86	121	4.13	82.6	5
		%	0.0	0.8	6.6	71.1	100.0			
6.	أحرص على تنوع العناوين وفقاً للأشكال الصحفية.	ك	0	1	19	81	1*120	3.98	79.6	6
		%	0.0	0.8	15.8	67.5	100.0			
7.	تتأثر عناويني بالأراء الموجودة داخل الفنون الصحفية.	ك	1	21	24	60	*119	3.53	70.6	7
		%	0.8	17.6	20.2	50.4	100.0			
8.	ينعكس تأثري بأهمية الحدث على تحريري للعناوين الصحفية	ك	4	29	13	47	*120	3.53	70.6	7
		%	3.3	24.2	10.8	39.2	100.0			
9.	أسعى لإبراز عناوين مواد التحقيقات الصحفية أكثر من بقية الفنون الأخرى.	ك	3	30	18	40	*120	3.52	70.4	9
		%	2.5	25.0	15.0	33.3	100.0			
10.	أضع رأبي الشخصي أثناء تحرير عناوين المواد التفسيرية.	ك	16	36	31	32	*120	2.78	55.6	10
		%	13.3	30	25.8	26.7	100.0			

، الوسيط: 80.0، الانحراف المعياري: 77.19.7 الوزن النسبي:

* لم يجب جميع المبحوثين عن هذا السؤال

تبيين من نتائج الجدول السابق:

أنّ الوزن النسبي لمحور تأثير العوامل التي تتصل بطبيعة الرسالة في تحرير العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية جاءت إيجابية حيث بلغت (77.1%)، وقد جاءت فقرة "أحرص على سلامة المعنى في تحرير العناوين" في المرتبة الأولى بوزن نسبي (90.4%) ما يدل على وجود اتجاهات إيجابية جدًا نحوها، يليها بنفس الدرجة فقرة "أراعي الأهمية النسبية للمادة الصحفية عند تحرير العناوين" بوزن نسبي (87.8%)، وجاءت في الترتيب الأخير فقرة "أضع رأيي الشخصي أثناء تحرير عناوين المواد التفسيرية" بوزن نسبي (55.6%) ما يشير إلى وجود اتجاهات محايدة نحوها.

ثانيًا: تأثير العوامل التي تتصل بطبيعة الرسالة الإعلامية في إخراج العناوين في صحف الدراسة:

يبين الجدول رقم (3.4) تكرارات ونسب أفراد عينة الدراسة حول مدى تأثير العوامل التي تتصل بطبيعة الرسالة الإعلامية في إخراجهم للعناوين في صحف الدراسة.

جدول: (3.4): مدى تأثير العوامل التي تتصل بطبيعة الرسالة الإعلامية في إخراج العناوين في صحف الدراسة:

م.	الإجابة	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	المجموع	الوسط الحسابي	الوزن النسبي	رتب
1.	أحرص في إخراج العناوين انسجامها مع مضمون الرسالة الإعلامية	ك	0	0	2	0	28	4.86	97.2	1
		%	0.0	0.0	7.1	0.0	100.0			
2.	أراعي الأهمية النسبية للمادة الصحفية عند إخراج العناوين	ك	0	1	1	0	28	4.82	96.4	2
		%	0.0	3.6	3.6	0.0	100.0			
3.	أحرص على سلامة المعنى في إخراج العناوين.	ك	1	1	0	0	28	4.75	95	3
		%	3.6	3.6	0.0	0.0	100.0			
4.	أدرك أن إخراج العناوين يختلف باختلاف موضوعاتها	ك	0	1	3	0	28	4.68	93.6	4
		%	0.0	3.6	10.7	0.0	100.0			
5.	يختلف إخراجي للعناوين الصحفية تبعًا لنوع الفن التحريري	ك	0	2	5	0	1*26	4.38	87.6	5
		%	0.0	7.7	19.2	0.0	100.0			
6.	يتأثر إخراجي للعناوين بالأراء الموجودة داخل الفنون الصحفية	ك	1	4	4	0	28	4.14	82.8	6
		%	3.6	14.3	14.3	0.0	100.0			
7.	أرى بأن أقوى العناوين الصحفية هي التي تمتاز بالبساطة في الإخراج	ك	0	6	6	0	28	3.93	78.6	7
		%	0.0	21.4	21.4	0.0	100.0			
8.	ينعكس تأثري بأهمية الحدث على إخراجي للعناوين الصحفية	ك	1	4	7	0	28	3.93	78.6	7
		%	3.6	14.3	25.0	0.0	100.0			
9.	أسعى لإبراز عناوين مواد التحقيقات الصحفية أكثر من بقية الفنون الأخرى	ك	1	9	4	0	28	3.61	72.2	9
		%	3.6	32.1	14.3	0.0	100.0			

الوزن النسبي: 86.2، الوسيط: 90.0، الانحراف المعياري: 14.3

* لم يجب جميع المبحوثين عن هذا السؤال

تبيين من نتائج الجدول السابق:

أنّ الوزن النسبي لمحور تأثير العوامل التي تتصل بطبيعة الرسالة في إخراج العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية جاءت إيجابية جدًا، حيث بلغت (86.2%)، وقد جاءت فقرة "أحرص في إخراج العناوين انسجامها مع مضمون الرسالة الإعلامية" في المرتبة الأولى بوزن نسبي (97.2%) ما يدل على وجود اتجاهات إيجابية جدًا نحوها، يليها بنفس الدرجة فقرة "أراعي الأهمية النسبية للمادة الصحفية عند إخراج العناوين" بوزن نسبي (96.4%)، وجاء في الترتيب الأخير فقرة "أسعى لإبراز عناوين مواد التحقيقات الصحفية أكثر من بقية الفنون الأخرى" بوزن نسبي (72.2%)، ما يدل على وجود اتجاهات إيجابية نحوها.

المطلب الثالث: تأثير عوامل الجمهور في قرارات محرري العناوين ومخرجيها في صحف الدراسة:

أولاً: تأثير عوامل الجمهور في قرارات محرري العناوين في صحف الدراسة:

يبين الجدول رقم (3.5) تكرارات ونسب أفراد عينة الدراسة حول مدى تأثير العوامل التي تتصل في قرارات تحريرهم للعناوين في صحف الدراسة.

وبدراسة نتائج الجدول المذكور يتضح ما يلي:

أنّ الوزن النسبي لمحور تأثير عوامل الجمهور في قرارات محرري العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية جاءت إيجابية، حيث بلغت (74.9%)، وقد جاءت فقرة "أسعى للتجديد باستخدام أنواع مختلفة من العناوين لجذب الجمهور للصحفية" في المرتبة الأولى بوزن نسبي (85.0%) مما يشير إلى وجود اتجاهات إيجابية جدًا نحوها، يليها بنفس الدرجة فقرة "أحرر عناوين تؤثر في الجمهور وتقنعه بمضمون الرسالة الإعلامية" بوزن نسبي (84.4%)، وجاءت في الترتيب الأخير فقرة "يتأثر تحريري للعناوين بأمزجة الجمهور المستهدف" بوزن نسبي (55.0%)، مما يشير إلى وجود اتجاهات محايدة.

جدول: (3.5): مدى تأثير عوامل الجمهور في قرارات محرري العناوين في صحف الدراسة

م.	الإجابة	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	المجموع	الوسط الحسابي	الوزن النسبي	رتب
1.	أسعى للتجديد باستخدام أنواع مختلفة من العناوين لجذب الجمهور للصحفية	ك	0	2	6	73	40	121	85.0	4.3
		%	0.0	1.7	5	60.3	33.1	100.0		
2.	أحرر عناوين تؤثر في الجمهور وتقنعه بمضمون الرسالة الإعلامية	ك	0	1	5	81	33	1*120	84.4	4.2
		%	0.0	0.8	4.2	67.5	27.5	100.0		
3.	أشعر أنّ الجمهور يتفاعل مع عناويني التي أحررها بشكل إيجابي	ك	1	1	16	67	36	121	82.4	4.1
		%	0.8	0.8	13.2	55.4	29.8	100.0		
4.	أسعى للتعرف على خصائص جمهور الصحيفة لتحرير عناوين تناسبه	ك	0	7	12	85	17	121	78.6	3.9
		%	0.0	5.8	9.9	70.2	14.0	100.0		
5.	أضع في عين الاعتبار الفروق الفردية لدى جمهور الصحيفة أثناء تحرير العناوين	ك	0	7	29	59	24	*119	76.8	3.8
		%	0.0	5.9	24.4	49.6	20.2	100.0		
6.	أستعين بدراسات دورية تتصل بقرّاء الصحيفة لتحرير عناوين تناسبهم	ك	0	12	26	66	16	*120	74.4	3.7
		%	0.0	10	21.7	55	13.3	100.0		
7.	أراعي في تحريري للعناوين تخصصات الجمهور المستهدف	ك	0	16	24	67	14	121	73.0	3.7
		%	0.0	13.2	19.8	55.4	11.6	100.0		
8.	أحرر عناوين الموضوعات وفقاً لدرجة ثقافة الجمهور	ك	0	20	28	51	22	121	72.4	3.6
		%	0.0	16.5	23.1	42.1	18.2	100.0		
9.	أسعى لتحرير عناوين الموضوعات التي تخاطب عاطفة الجمهور.	ك	0	24	29	47	20	*120	70.6	3.5
		%	0.0	20	24.2	39.2	16.7	100.0		
10.	يتأثر تحريري للعناوين بأمزجة الجمهور المستهدف.	ك	6	49	37	27	2	121	55.0	2.8
		%	5.0	40.5	30.6	22.3	1.7	100.0		

الوزن النسبي: 74.9، الوسيط: 76.0، الانحراف المعياري: 8.2

ثانياً: تأثير عوامل الجمهور في قرارات مخرجي العناوين في صحف الدراسة:

يبين الجدول رقم (3.6) تكرارات ونسب أفراد عينة الدراسة حول مدى تأثير عوامل الجمهور في

قرارات إخراجهم للعناوين في صحف الدراسة.

* لم يجب جميع المبحوثين عن هذا السؤال

جدول: (3.6): مدى تأثير عوامل الجمهور في قرارات مخرجي العناوين في صحف الدراسة:

م.	الإجابة	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	المجموع	الوسط الحسابي	الوزن النسبي	رتب
1.	أخرج عناوين تؤثر في الجمهور وتقتعه بمضمون الرسالة الإعلامية	ك	0	0	2	0	28	4.86	97.2	1
		%	0.0	0.0	7.1	0.0	100.0			
2.	أسعى للتجديد باستخدام أنواع مختلفة من العناوين لجذب الجمهور للصحفية	ك	0	1	1	0	27*1	4.81	96.2	2
		%	0.0	3.7	3.7	0.0	100.0			
3.	أشعر أن الجمهور يتفاعل مع عناويني التي أخرجها بشكل إيجابي.	ك	0	0	4	0	28	4.71	94.2	3
		%	0.0	0.0	14.3	0.0	100.0			
4.	أضع في عين الاعتبار الفروق الفردية لدى جمهور الصحيفة أثناء إخراج العناوين	ك	0	0	7	0	28	4.5	90.0	4
		%	0.0	0.0	25	0.0	100.0			
5.	أسعى لإخراج عناوين الموضوعات التي تخاطب عاطفة الجمهور	ك	0	2	5	0	27*	4.41	88.2	5
		%	0.0	7.4	18.5	0.0	100.0			
6.	أخرج عناوين الموضوعات وفقاً لدرجة ثقافة الجمهور	ك	0	2	6	0	28	4.36	87.2	6
		%	0.0	7.1	21.4	0.0	100.0			
7.	أراعي في إخراجي للعناوين تخصصات الجمهور المستهدف	ك	0	2	6	0	28	4.36	87.2	6
		%	0.0	7.1	21.4	0.0	100.0			
8.	أسعى للتعرف على خصائص جمهور الصحيفة لإخراج عناوين تناسبه	ك	0	2	6	0	28	4.36	87.2	8
		%	0.0	7.1	21.4	0.0	100.0			
9.	أستعين بدراسات دورية تتصل بقراء الصحيفة لإخراج عناوين تناسبهم	ك	0	1	8	0	28	4.32	86.4	9
		%	0.0	3.6	28.6	0.0	100.0			
10.	يتأثر إخراجي للعناوين بأمزجة الجمهور المستهدف	ك	6	15	6	1	28	2.07	41.4	10
		%	21.4	53.6	21.4	3.6	100.0			

الوزن النسبي: 84.9، الوسيط: 89.0، الانحراف المعياري: 9.9

تبيين من نتائج الجدول السابق:

أنّ الوزن النسبي لمحور تأثير عوامل الجمهور في قرارات مخرجي العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية جاءت إيجابية جداً، حيث بلغت (84.9%)، وقد جاءت فقرة "أخرج عناوين تؤثر في الجمهور وتقتعه بمضمون الرسالة الإعلامية" في المرتبة الأولى بوزن نسبي (97.2%) مما يدل على وجود اتجاهات إيجابية جداً نحوها، يليها بنفس الدرجة فقرة "أسعى للتجديد باستخدام أنواع مختلفة من العناوين لجذب الجمهور للصحفية" بوزن نسبي (96.2%)، وجاءت في الترتيب الأخير فقرة "يتأثر إخراجي للعناوين بأمزجة الجمهور المستهدف" بوزن نسبي (41.4%)، مما يشير إلى وجود اتجاهات سلبية نحوها.

* لم يجب جميع المبحوثين عن هذا السؤال

المطلب الرابع: تأثير الانتماءات والجماعات المرجعية في تحرير العناوين وإخراجها في
صفح الدراسة:

أولاً: تأثير الانتماءات والجماعات المرجعية في تحرير العناوين في صفح الدراسة:

يبين الجدول رقم (3.7) تكرارات ونسب أفراد عينة الدراسة حول مدى تأثير الانتماءات والجماعات

المرجعية في تحريرهم للعناوين في صفح الدراسة.

جدول: (3.7) مدى تأثير الانتماءات والجماعات المرجعية في تحرير العناوين في صفح الدراسة:

م.	الإجابة	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	المجموع	الوسط الحسابي	الوزن النسبي	رتب
1.	أشعر بالانتماء للصحيفة أثناء تحرير عناوين الموضوعات التي أعدها	ك	0	6	19	69	27	121	3.97	79.40
		%	0.0	5.0	15.7	57.0	22.3	100.0		
2.	أتلقي تعليمات من الجماعات التي أنتمي لها حول العناوين التي أحررها	ك	27	55	25	10	4	121	3.75	75.00
		%	22.3	45.5	20.7	8.3	3.3	100.0		
3.	أحرص على الحقيقية في تحرير العناوين ولو كان ذلك على حساب الجماعة التي أنتمي إليها	ك	0	12	33	65	11	121	3.62	72.40
		%	0.0	9.9	27.3	53.7	9.1	100.0		
4.	أسعى لتحرير عناوين تظهر تماسك الجماعة التي أنتمي إليها.	ك	10	53	41	15	2	121	3.45	69.00
		%	8.3	43.8	33.9	12.4	1.7	100.0		
5.	أهتم بتحرير عناوين المواد الصحفية التي تتناول الجماعة التي أنتمي إليها.	ك	14	53	33	16	5	121	3.45	69.00
		%	11.6	43.8	27.3	13.2	4.1	100.0		
6.	يؤثر انتمائي السياسي في طريقة تحريري للعناوين	ك	12	44	44	16	5	121	3.35	67.00
		%	9.9	36.4	36.4	13.2	4.1	100.0		
7.	أحرر عناوين أكثر جاذبية للموضوعات التي تتوافق مع انتمائي	ك	8	49	43	17	3	1*120	3.35	67.00
		%	6.7	40.8	35.8	14.2	2.5	100.0		
8.	أجتهد لتحرير عناوين مثيرة لموضوعات الجماعة التي أنتمي لها	ك	8	53	31	23	6	121	3.28	65.60
		%	6.6	43.8	25.6	19.0	5.0	100.0		
9.	أحرر العناوين الصحفية بما يتناسب مع أهدافي	ك	4	47	37	29	3	*120	3.17	63.40
		%	3.3	39.2	30.8	24.2	2.5	100.0		
10.	تتبعس اهتماماتي التي أؤمن بها على أدائي في تحرير العناوين الصحفية	ك	3	38	34	41	5	121	2.94	58.80
		%	2.5	31.4	28.1	33.9	4.1	100.0		

الوزن النسبي: 68.5، الوسيط: 68.0، الانحراف المعياري: 12.4

* لم يجب جميع المبحوثين عن هذا السؤال

تبيين من نتائج الجدول السابق:

أنّ الوزن النسبي لمحور تأثير الانتماءات والجماعات المرجعية في تحرير العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية جاءت إيجابية، حيث بلغت (68.5%)، وقد جاءت فقرة "أشعر بالانتماء للصحيفة أثناء تحرير عناوين الموضوعات التي أعدها" في المرتبة الأولى بوزن نسبي (79.4%)، مما يدل على وجود اتجاهات إيجابية نحوها، يليها بنفس الدرجة فقرة "ألتقى تعليمات من الجماعات التي أنتمي لها حول العناوين التي أحررها" بوزن نسبي (75.0%)، وجاءت في الترتيب الأخير فقرة "تتعرض اهتماماتي التي أومن بها على أدائي في تحرير العناوين الصحفية" بوزن نسبي (58.8%)، مما يدل على وجود اتجاهات محايدة نحوها.

ثانياً: تأثير الانتماءات والجماعات المرجعية في إخراج العناوين في صحف الدراسة:

يبين الجدول رقم (3.8) تكرارات ونسب أفراد عينة الدراسة حول مدى تأثير الانتماءات والجماعات المرجعية في إخراجهم للعناوين في صحف الدراسة:

وبدراسة نتائج الجدول المذكور يتضح ما يلي:

أنّ الوزن النسبي لمحور تأثير الانتماءات والجماعات المرجعية في إخراج العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية جاءت إيجابية، حيث بلغت (63.9%)، وقد جاءت فقرة "أحرص على الحقيقية في إخراج العناوين ولو كان ذلك على حساب الجماعة التي أنتمي إليها" في المرتبة الأولى بوزن نسبي (87.2%)، مما يدل على وجود اتجاهات إيجابية جداً نحوها، يليها بنفس الدرجة فقرة "أشعر بالانتماء للصحيفة أثناء إخراج عناوين موضوعاتها" بوزن نسبي (85.0%)، وجاءت في الترتيب الأخير فقرة "أخرج العناوين الصحفية بما يتناسب مع أهدافي" بوزن نسبي (53.4%)، مما يدل على وجود اتجاهات محايدة نحوها.

جدول: (3.8): مدى تأثير الانتماءات والجماعات المرجعية في إخراج العناوين في صحف الدراسة:

م.	الإجابة	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	المجموع	الوسط الحسابي	الوزن النسبي	رتب
1.	أحرص على الحقيقية في إخراج العناوين ولو كان ذلك على حساب الجماعة التي أنتمي إليها	ك	1	0	7	0	28	4.4	87.2	1
		%	3.6	0.0	25.0	0.0	100.0			
2.	أشعر بالانتماء للصحيفة أثناء إخراج عناوين موضوعاتها.	ك	1	3	4	0	28	4.3	85.0	2
		%	3.6	10.7	14.3	0.0	100.0			
3.	أتفاعل عقليًا وعاطفيًا أثناء إخراج العناوين مع موضوعات الجماعة التي أنتمي لها	ك	2	6	9	0	28	3.4	68.6	3
		%	7.1	21.4	32.1	0.0	100.0			
4.	أتلقي تعليمات من الجماعات التي أنتمي لها قبل إخراج العناوين	ك	3	8	9	7	28	3.2	63.6	4
		%	10.7	28.6	32.1	25.0	100.0			
5.	أهتم بإخراج عناوين المواد الصحفية التي تتناول الجماعة التي أنتمي إليها.	ك	3	7	8	6	1*26	3.1	62.4	5
		%	11.5	26.9	30.8	23.1	100.0			
6.	أسعى لإخراج عناوين تظهر تماسك الجماعة التي أنتمي إليها	ك	3	8	10	5	28	3.1	61.4	6
		%	10.7	28.6	35.7	7.1	100.0			
7.	يؤثر انتمائي السياسي في طريقة إخراجي للعناوين	ك	2	6	10	8	28	2.9	58.6	7
		%	7.1	21.4	35.7	28.6	100.0			
8.	أجتهد لإخراج عناوين مثيرة لموضوعات الجماعة التي أنتمي لها	ك	1	7	10	3	*27	2.8	55.6	8
		%	3.7	25.9	37.0	11.1	100.0			
9.	تنعكس اهتماماتي التي أؤمن بها على أدائي في إخراج العناوين الصحفية	ك	1	8	3	12	*27	2.7	54.0	9
		%	3.7	29.6	11.1	44.4	100.0			
10.	أخرج العناوين الصحفية بما يتناسب مع أهدافي	ك	1	7	6	8	*27	2.7	53.4	10
		%	3.7	25.9	22.2	29.6	100.0			

الوزن النسبي: 63.9، الوسيط: 62.0، الانحراف المعياري: 11.5

المطلب الخامس: تأثير الضغوط المهنية وعلاقات العمل في تحرير العناوين وإخراجها في صحف الدراسة:

أولاً: تأثير الضغوط المهنية وعلاقات العمل في تحرير العناوين في صحف الدراسة:

يبين الجدول رقم (3.9) تكرارات ونسب أفراد عينة الدراسة حول مدى تأثير الضغوط المهنية

وعلاقات العمل في تحريرهم للعناوين في صحف الدراسة.

* لم يجب جميع المبحوثين عن هذا السؤال

جدول: (3.9): مدى تأثير الضغوط المهنية وعلاقات العمل في تحرير العناوين في صحف الدراسة:

م.	الإجابة	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	المجموع	الوسط الحسابي	الوزن النسبي	رتب
1.	أتشاور مع زملائي عند تحرير بعض العناوين	ك	1	11	20	75	14	121	3.7	74.8
		%	0.8	9.1	16.5	62.0	11.6	100.0		
2.	أستفيد من الصحف الأخرى في تحرير العناوين	ك	2	24	20	61	11	118	3.5	69.4
		%	1.7	20.3	16.9	51.7	9.3	100.0		
3.	يؤثر الطابع الأيديولوجي للصحيفة على تحريري للعناوين	ك	2	32	28	52	7	121	3.3	65.0
		%	1.7	26.4	23.1	43.0	5.8	100.0		
4.	تفتقر السياسة التحريرية في الصحيفة للوضوح في تحرير العناوين	ك	4	47	31	33	4	119	3.1	62.4
		%	3.4	39.5	26.1	27.7	3.4	100.0		
5.	تفرض الصحيفة رقابة على جميع العناوين التي أحررها.	ك	4	35	39	36	6	120	3.0	60.8
		%	3.3	29.2	32.5	30.0	5.0	100.0		
6.	تلزمني السياسة التحريرية بتحرير عناوين ذات طابع معين	ك	3	36	40	39	2	120	3.0	60.2
		%	2.5	30.0	33.3	32.5	1.7	100.0		
7.	أختار عناوين تناسب رؤية رؤسائي في العمل بغض النظر عن قناعاتي	ك	5	40	31	41	4	121	3.0	59.8
		%	4.1	33.1	25.6	33.9	3.3	100.0		
8.	يفرض قانون المطبوعات الفلسطيني قيوداً على تحرير بعض العناوين	ك	4	28	35	46	6	119	2.8	56.4
		%	3.4	23.5	29.4	38.7	5.0	100.0		
9.	أعيد تحرير بعض العناوين أكثر من مرة بسبب قرارات مفاجئة من إدارة الصحيفة	ك	8	45	36	25	6	120	2.8	56.0
		%	6.7	37.5	30.0	20.8	5.0	100.0		
10.	يؤثر المناخ السياسي السائد سلبيًا على تحريري العناوين الصحفية	ك	3	34	16	56	11	120	2.7	53.6
		%	2.5	28.3	13.3	46.7	9.2	100.0		

الوزن النسبي: 61.3، الوسيط: 62.0، الانحراف المعياري: 8.0

تبيين من نتائج الجدول السابق:

أنّ الوزن النسبي لمحور تأثير الضغوط المهنية وعلاقات العمل في تحرير العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية جاءت إيجابية، حيث بلغت (61.3%)، وقد جاءت فقرة "أتشاور مع زملائي عند تحرير بعض العناوين" في المرتبة الأولى بوزن نسبي (74.8%)، مما يدل على وجود اتجاهات إيجابية نحوها، يليها بنفس الدرجة فقرة "أستفيد من الصحف الأخرى في تحرير العناوين" بوزن نسبي (69.4%)، وجاءت في الترتيب الأخير فقرة "يؤثر المناخ السياسي السائد سلبيًا على تحريري العناوين الصحفية" بوزن نسبي (53.6%)، مما يدل على وجود اتجاهات محايدة نحوها.

* لم يجب جميع المبحوثين عن هذا السؤال

ثانياً: تأثير الضغوط المهنية وعلاقات العمل في إخراج العناوين في صحف الدراسة:

يبين الجدول رقم (3.10) تكرارات ونسب أفراد عينة الدراسة حول مدى تأثير الضغوط المهنية وعلاقات العمل في إخراجهم للعناوين في صحف الدراسة.

جدول: (3.10): مدى تأثير الضغوط المهنية وعلاقات العمل في إخراج العناوين في صحف الدراسة:

م.	الإجابة	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	المجموع	الوسط الحسابي	الوزن النسبي	رتب
1.	أتشاور مع زملائي عند إخراج بعض العناوين	ك	0	2	7	0	28	4.29	85.8	1
		%	0.0	7.1	25.0	0.0	100.0			
2.	تفرض الصحيفة رقابة على جميع العناوين التي أخرجها	ك	0	4	7	0	28	4.07	81.4	2
		%	0.0	14.3	25.0	0.0	100.0			
3.	تلتزمي السياسة التحريرية بإخراج عناوين ذات طابع معين	ك	0	3	9	0	28	4.04	80.8	3
		%	0.0	10.7	32.1	0.0	100.0			
4.	أستفيد من الصحف الأخرى في إخراج العناوين	ك	0	1	3	8	28	3.96	79.2	4
		%	0.0	3.6	10.7	28.6	100.0			
5.	يؤثر الطابع الأيديولوجي للصحيفة على إخراجي للعناوين	ك	1	4	7	0	28	3.93	78.6	5
		%	3.6	14.3	25.0	0.0	100.0			
6.	أخرج عناوين تناسب رؤية رؤسائي في العمل بغض النظر عن قناعاتي	ك	0	5	10	0	28	3.75	75.0	6
		%	0.0	17.9	35.7	0.0	100.0			
7.	أعيد إخراج بعض العناوين أكثر من مرة بسبب قرارات مفاجئة من إدارة الصحيفة	ك	0	6	9	0	28	3.71	74.2	7
		%	0.0	21.4	32.1	0.0	100.0			
8.	تفتقر السياسة التحريرية في الصحيفة للوضوح في إخراج العناوين	ك	0	6	9	8	28	2.57	51.4	8
		%	0.0	21.4	32.1	28.6	100.0			
9.	يفرض قانون المطبوعات الفلسطيني قيوداً على إخراج بعض العناوين	ك	1	3	10	10	28	2.54	50.8	9
		%	3.6	10.7	35.7	35.7	100.0			
10.	يؤثر المناخ السياسي السائد سلباً على إخراج العناوين الصحفية	ك	0	1	6	12	1*26	2.04	40.8	10
		%	0.0	3.8	23.1	46.2	100.0			

الوزن النسبي: 69.5، الوسيط: 72.0، الانحراف المعياري: 10.96

تبيين من نتائج الجدول السابق:

أنّ الوزن النسبي لمحور تأثير الضغوط المهنية وعلاقات العمل في إخراج العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية جاءت إيجابية، حيث بلغت (69.5%)، وقد جاءت فقرة "أتشاور مع زملائي عند إخراج بعض العناوين" في المرتبة الأولى بوزن نسبي (85.8%)، مما يدل على وجود اتجاهات إيجابية جداً نحوها، يليها بنفس الدرجة فقرة "تفرض الصحيفة رقابة على جميع العناوين التي أخرجها" بوزن نسبي (81.4%)، وجاء

* لم يجب جميع المبحوثين عن هذا السؤال

في الترتيب الأخير فقرة "يؤثر المناخ السياسي السائد سلبيًا في إخراج العناوين الصحفية" بوزن نسبي (40.8%)، مما يشير إلى وجود اتجاهات سلبية نحوها.

المطلب السادس: تأثير قيم المجتمع وتقاليد في تحرير العناوين وإخراجها في صحف الدراسة:

أولاً: تأثير قيم المجتمع وتقاليد في تحرير العناوين في صحف الدراسة:

يبين الجدول رقم (3.11) تكرارات ونسب أفراد عينة الدراسة حول مدى تأثير قيم المجتمع وتقاليد في تحريرهم للعناوين في صحف الدراسة.

جدول: (3.11) مدى تأثير قيم المجتمع وتقاليد في تحرير العناوين في صحف الدراسة:

م.	الإجابة	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	المجموع	الوسط الحسابي	الوزن النسبي	رتب
1.	أحرص على تحرير عناوين الموضوعات التي تعمل على تقوية قيم المجتمع.	ك	0	2	8	78	121	4.2	83.4	1
		%	0.0	1.7	6.6	64.5	100.0			
2.	أرفض تحرير عناوين تؤثر على الروابط الاجتماعية للشعب الفلسطيني	ك	1	5	8	73	121	4.1	82.2	2
		%	0.8	4.1	6.6	60.3	100.0			
3.	أحاول الاستفادة من التراث الوطني في تحرير عناويني	ك	3	4	14	82	1*120	3.9	77.6	3
		%	2.5	3.3	11.7	68.3	100.0			
4.	أحرص على تحرير العناوين المحافظة على القيم السائدة في المجتمع	ك	0	7	11	92	121	3.9	77.6	3
		%	0.0	5.8	9.1	76.0	100.0			
5.	أحافظ على القيم الثقافية والاجتماعية أثناء تحرير العناوين الصحفية	ك	0	4	17	91	121	3.9	77.4	5
		%	0.0	3.3	14.0	75.2	100.0			
6.	أرفض تحرير عناوين تنال من شخصيات ترمز إلى أسس وتقاليد المجتمع	ك	14	59	21	27	121	3.6	72.2	6
		%	11.6	48.8	17.4	22.3	100.0			
7.	أراعي في تحرير العناوين استخدام المصطلحات السائدة في المجتمع	ك	0	24	14	74	121	3.6	71.2	7
		%	0.0	19.8	11.6	61.2	100.0			
8.	أراعي عند تحرير العناوين توافيقها مع العادات والتقاليد	ك	0	27	16	62	121	3.6	71.0	8
		%	0.0	22.3	13.2	51.2	100.0			
9.	أحرص أثناء تحرير العناوين على إظهار السلوكيات التي تتنافى مع قيم المجتمع لتجنبها	ك	0	30	26	55	*119	3.3	66.8	9
		%	0.0	25.2	21.8	46.2	100.0			
10.	يؤثر النظام الاجتماعي الذي أنتمي له على تحرير عناوين الموضوعات	ك	1	34	16	67	121	3.3	66.2	10
		%	0.8	28.1	13.2	55.4	100.0			

الوزن النسبي: 74.4، الوسط: 76.0، الانحراف المعياري: 10.7

* لم يجب جميع المبحوثين عن هذا السؤال

تبيين من نتائج الجدول السابق:

أنّ الوزن النسبي لمحور تأثير قيم المجتمع وتقاليدته في تحرير العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية جاءت إيجابية، حيث بلغت (61.3%)، وقد جاءت فقرة "أحرص على تحرير عناوين الموضوعات التي تعمل على تقوية قيم المجتمع" في المرتبة الأولى بوزن نسبي (83.4%)، مما يدل على وجود اتجاهات إيجابية جدًا نحوها، يليها بنفس الدرجة فقرة "أرفض تحرير عناوين تؤثر على الروابط الاجتماعية للشعب الفلسطيني" بوزن نسبي (82.2%)، وجاءت في الترتيب الأخير فقرة "يؤثر النظام الاجتماعي الذي أنتمي له على تحرير عناوين الموضوعات" بوزن نسبي (66.2%)، مما يشير إلى وجود اتجاهات إيجابية نحوها.

ثانيًا: تأثير قيم المجتمع وتقاليدته في إخراج العناوين في صحف الدراسة:

يبين الجدول رقم (3.12) تكرارات ونسب أفراد عينة الدراسة حول مدى تأثير قيم المجتمع وتقاليدته في إخراجهم للعناوين في صحف الدراسة.

وبدراسة نتائج الجدول المذكور يتضح ما يلي:

أنّ الوزن النسبي لمحور تأثير قيم المجتمع وتقاليدته في إخراج العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية جاءت إيجابية جدًا، حيث بلغت (85.9%)، وقد جاءت فقرة "أحرص على إخراج عناوين الموضوعات التي تعمل على تقوية قيم المجتمع" في المرتبة الأولى بوزن نسبي (96.4%)، مما يشير إلى وجود اتجاهات إيجابية جدًا نحوها، يليها بنفس الدرجة فقرة "أحاول الاستفادة من التراث الوطني في إخراج عناويني" بوزن نسبي (93.6%)، وجاءت في الترتيب الأخير فقرة "يؤثر النظام الاجتماعي الذي أنتمي له على إخراج عناوين الموضوعات" بوزن نسبي (73.6%)، مما يدل على وجود اتجاهات إيجابية نحوها.

جدول: (3.12): مدى تأثير قيم المجتمع وتقاليده في إخراج العناوين في صحف الدراسة:

م.	الإجابة	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	المجموع	الوسط الحسابي	الوزن النسبي	رتب
1.	أحرص على إخراج عناوين الموضوعات التي تعمل على تقوية قيم المجتمع	ك	0	1	1	0	28	4.8	96.4	1
		%	0.0	3.6	3.6	0.0	100.0			
2.	أحاول الاستفادة من التراث الوطني في إخراج عناويني	ك	0	1	3	0	28	4.7	93.6	2
		%	0.0	3.6	10.7	0.0	100.0			
3.	أحرص على إخراج عناوين الموضوعات التي تظهر السلوكيات التي لا تتنافى مع قيم المجتمع	ك	0	0	6	0	28	4.6	91.4	3
		%	0.0	0.0	21.4	0.0	100.0			
4.	أرفض إخراج عناوين تؤثر على الروابط الاجتماعية للشعب الفلسطيني	ك	0	1	7	0	28	4.4	87.8	4
		%	0.0	3.6	25.0	0.0	100.0			
5.	أهتم بإخراج عناوين الموضوعات التي تحافظ على القيم الثقافية والاجتماعية	ك	0	0	9	0	28	4.4	87.2	5
		%	0.0	0.0	32.1	0.0	100.0			
6.	أحرص على إخراج العناوين المحافظة على القيم السائدة في المجتمع	ك	0	3	7	0	28	4.2	83.6	6
		%	0.0	10.7	25.0	0.0	100.0			
7.	تؤثر الظروف المجتمعية على إخراجي للعناوين	ك	0	1	10	0	28	4.2	83.6	6
		%	0.0	3.6	35.7	0.0	100.0			
8.	أراعي عند إخراج العناوين توافقها مع العادات والتقاليد	ك	0	4	7	0	28	4.1	81.4	8
		%	0.0	14.3	25.0	0.0	100.0			
9.	لا أبرز عناوين تتال من شخصيات ترمز إلى أسس وتقاليد المجتمع	ك	0	3	9	0	28	4.0	80.8	9
		%	0.0	10.7	32.1	0.0	100.0			
10.	يؤثر النظام الاجتماعي الذي أنتمي له على إخراج عناوين الموضوعات.	ك	0	7	8	0	28	3.7	73.6	10
		%	0.0	25.0	28.6	0.0	100.0			

الوزن النسبي: 85.9، الوسيط: 94.0، الانحراف المعياري: 15.4

المطلب السابع: تأثير استخدام الصحفيين للتكنولوجيا في تحرير العناوين وإخراجها في صحف الدراسة:

أولاً: تأثير استخدام الصحفيين للتكنولوجيا في تحرير العناوين في صحف الدراسة:

يبين الجدول رقم (3.13) تكرارات ونسب أفراد عينة الدراسة حول مدى تأثير استخدام الصحفيين

للتكنولوجيا في تحريرهم للعناوين في صحف الدراسة.

جدول: (3.13): مدى تأثير استخدام الصحفيين للتكنولوجيا في تحرير العناوين في صحف الدراسة:

م.	الإجابة	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	المجموع	الوسط الحسابي	الوزن النسبي	رتب
1.	توفر لي التكنولوجيا فرصاً أفضل للاطلاع على تحرير عناوين الصحف الأخرى	ك	0	5	7	81	120*1	4.08	81.6	1
		%	0.0	4.2	5.8	67.5	100.0			
2.	ساعدت التكنولوجيا على التأكد من الأسماء والمصطلحات الواردة في العناوين	ك	0	3	10	82	119*	4.07	81.4	2
		%	0.0	2.5	8.4	68.9	100.0			
3.	تسهل التكنولوجيا في تدعيم عناويني بمعلومات صحفية	ك	0	9	9	78	119*	3.97	79.4	3
		%	0.0	7.6	7.6	65.5	100.0			
4.	اختصرت التكنولوجيا الوقت في تحرير العناوين الصحفية	ك	1	6	12	76	119*	3.97	79.4	3
		%	0.8	5.0	10.1	63.9	100.0			
5.	أفادتي التكنولوجيا في التعرف على مدى مناسبة المساحة لحجم العناوين	ك	0	10	6	85	118*	3.92	78.4	5
		%	0.0	8.5	5.1	72.0	100.0			
6.	سهلت التكنولوجيا التفاهم مع المسؤولين عند تحرير العناوين	ك	0	9	15	72	119*	3.92	78.4	5
		%	0.0	7.6	12.6	60.5	100.0			
7.	ساعدتي التكنولوجيا على الرجوع للمصادر للتأكد من دقة العناوين	ك	0	8	11	87	119*	3.88	77.6	7
		%	0.0	6.7	9.2	73.1	100.0			
8.	أثرت التكنولوجيا معرفياً في تحرير العناوين	ك	0	18	12	67	120*	3.79	75.8	8
		%	0.0	15.0	10.0	55.8	100.0			
9.	عززت التكنولوجيا من مهاراتي في تحرير العناوين الصحفية	ك	0	17	14	71	119*	3.74	74.8	9
		%	0.0	14.3	11.8	59.7	100.0			
10.	تقلل التكنولوجيا من الأخطاء اللغوية في تحرير العناوين	ك	0	18	16	73	119*	3.66	73.2	10
		%	0.0	15.1	13.4	61.3	100.0			

الوزن النسبي: 76.8، الوسيط: 80.0، الانحراف المعياري: 13.7

تبين من نتائج الجدول السابق:

أنّ الوزن النسبي لمحور تأثير استخدام الصحفيين للتكنولوجيا في تحرير العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية جاءت إيجابية، حيث بلغت (76.8%)، وقد جاءت فقرة "توفر لي التكنولوجيا فرصاً أفضل للاطلاع على تحرير عناوين الصحف الأخرى" في المرتبة الأولى بوزن نسبي (83.4%)، مما يدل على وجود اتجاهات إيجابية جداً نحوها، يليها بنفس الدرجة فقرة "ساعدت التكنولوجيا على التأكد من الأسماء والمصطلحات الواردة في العناوين" بوزن نسبي (81.4%)، وجاءت في الترتيب الأخير فقرة "تقلل التكنولوجيا من الأخطاء اللغوية في تحرير العناوين" بوزن نسبي (73.2%)، مما يشير إلى وجود اتجاهات إيجابية نحوها.

* لم يجب جميع المبحوثين عن هذا السؤال

ثانياً: تأثير استخدام الصحفيين للتكنولوجيا في إخراج العناوين في صحف الدراسة:

يبين الجدول رقم (3.14) تكرارات ونسب أفراد عينة الدراسة حول مدى تأثير استخدام الصحفيين

للتكنولوجيا في إخراجهم للعناوين في صحف الدراسة.

جدول: (3.14): مدى تأثير استخدام الصحفيين للتكنولوجيا في إخراج العناوين في صحف الدراسة:

م.	الإجابة	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	المجموع	الوسط الحسابي	الوزن النسبي	رتب
1.	توفر لي التكنولوجيا فرصاً أفضل للاطلاع على إخراج عناوين الصحف الأخرى	ك	0	0	2	0	28	4.9	97.2	1
		%	0.0	0.0	7.1	0.0	100.0			
2.	عززت التكنولوجيا من مهاراتي في إخراج العناوين الصحفية	ك	0	1	1	0	28	4.8	96.4	2
		%	0.0	3.6	3.6	0.0	100.0			
3.	تستطيع الصحف بفضل التكنولوجيا استخدام أشكال حروف متنوعة في إخراج العناوين بهدف إبرازها	ك	0	0	3	0	28	4.8	95.8	3
		%	0.0	0.0	10.7	0.0	100.0			
4.	سهلت التكنولوجيا عملية جمع العناوين بالأحجام المناسبة	ك	0	1	1	0	28	4.8	95.8	3
		%	0.0	3.6	3.6	0.0	100.0			
5.	تتيح التكنولوجيا استخدام الألوان بشكل دقيق أثناء إخراج العناوين الصحفية	ك	0	1	2	0	28	4.8	95.0	5
		%	0.0	3.6	7.1	0.0	100.0			
6.	تساعد التكنولوجيا بالتواصل مع سكرتير التحرير قبل اعتماد العناوين التي أخرجها	ك	0	1	2	0	1*27	4.7	94.8	6
		%	0.0	3.7	7.4	0.0	100.0			
7.	أفادتني التكنولوجيا في التعرف على مدى مناسبة المساحة لحجم العناوين	ك	0	1	3	0	28	4.7	93.6	7
		%	0.0	3.6	10.7	0.0	100.0			
8.	تقلل التكنولوجيا من الأخطاء في إخراج العناوين	ك	1	1	2	0	28	4.6	92.2	8
		%	3.6	3.6	7.1	0.0	100.0			
9.	ساعدتني التكنولوجيا في إعداد تصاميم إبداعية للعناوين	ك	0	1	4	0	28	4.6	92.2	8
		%	0.0	3.6	14.3	0.0	100.0			
10.	اقتصرت التكنولوجيا الوقت في إخراج العناوين الصحفية	ك	0	0	7	0	28	4.5	90.0	10
		%	0.0	0.0	25.0	0.0	100.0			

الوزن النسبي: 93.9، الوسيط: 100.0، الانحراف المعياري: 10.6

* لم يجب جميع المبحوثين عن هذا السؤال

تبيّن من نتائج الجدول السابق:

أنّ الوزن النسبي لمحور تأثير استخدام الصحفيين للتكنولوجيا في إخراج العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية جاءت إيجابية جدًا، حيث بلغت (93.9%)، وقد جاءت فقرة "توفر لي التكنولوجيا فرصًا أفضل للاطلاع على إخراج عناوين الصحف الأخرى" في المرتبة الأولى بوزن نسبي (97.2%)، مما يدل على وجود اتجاهات إيجابية جدًا نحوها، يليها بنفس الدرجة فقرة "عززت التكنولوجيا من مهاراتي في إخراج العناوين الصحفية" بوزن نسبي (96.4%)، وجاءت في الترتيب الأخير فقرة "اختصرت التكنولوجيا الوقت في إخراج العناوين الصحفية" بوزن نسبي (90.0%)، مما يدل على وجود اتجاهات إيجابية جدًا نحوها.

المبحث الثاني

أهمّ القيم التي يتحلّى بها الصحفيون عند تحرير العناوين وإخراجها والصعوبات التي يواجهونها ومقترحاتهم نحو تطويرها

يستعرض هذا المبحث أهمّ القيم التي ينبغي أن يتحلّى بها الصحفيون عند تحرير العناوين وإخراجها والصعوبات التي يواجهونها، ومقترحاتهم التي يمكن أن تسهم في تحسين تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية، وقد تمّ تقسيمه إلى ثلاثة مطالب، الأول يتحدّث عن أهمّ القيم المهنية التي ينبغي أن يتحلّى بها الصحفيون عند تحرير العناوين وإخراجها في صحف الدراسة، والثاني بعنوان: أهمّ الصعوبات التي يواجهها الصحفيون عند تحرير العناوين وإخراجها في صحف الدراسة، وأمّا الثالث يتحدّث عن أهمّ المقترحات التي يمكن أن تسهم في تحسين تحرير العناوين وإخراجها في صحف الدراسة.

المطلب الأول: أهمّ القيم المهنية التي ينبغي أن يتحلّى بها الصحفيون عند تحرير العناوين وإخراجها في صحف الدراسة:

أولاً: أهمّ القيم المهنية التي ينبغي أن يتحلّى بها الصحفيون عند تحرير العناوين في صحف الدراسة:

يبين الجدول رقم (3.15) تكرارات ونسب أفراد عينة الدراسة حول أهمّ القيم المهنية التي ينبغي أن يتحلّى بها الصحفيون عند تحريرهم للعناوين في صحف الدراسة.

جدول: (3.15): أهمّ القيم المهنية التي ينبغي أن يتحلّى بها الصحفيون عند تحرير العناوين في صحف الدراسة:

نعم		الإجابة
%	ك	
94.2	114	الاعتماد على مبدأ المهنية في تحرير العناوين
72.7	88	الحرص على تحري صدق المعلومة قبل تحرير العناوين
66.9	81	الالتزام بالأمانة في نقل المعلومة أثناء تحرير العناوين الصحفية
66.1	80	عرض وجهات النظر بتوازن أثناء تحرير العناوين
63.6	77	مراعاة الدقة في تحرير العناوين
60.3	73	التحلّي بالمسؤولية الاجتماعية أثناء تحرير العناوين الصحفية
50.4	61	أن يكون اقتباس العناوين من مصادر موثوقة
49.6	60	حماية مصادر المعلومات السرية
49.6	60	أحرر العناوين الصحفية بتجرد تام دون إدخال المصالح الشخصية
24.0	29	مراعاة عدم تناقض العناوين مع قانون المطبوعات والنشر الفلسطيني
3.3	4	أخرى

تبيّن من نتائج الجدول السابق:

أنّ ما نسبته (94.2%) من المحررين في عينة الدراسة قد أجابوا أن القيم المهنية التي ينبغي أن يتحلّى بها الصحفيون عند تحرير العناوين، "الاعتماد على مبدأ المهنية في تحرير العناوين" حيث جاءت في المرتبة الأولى، يليها في المرتبة الثانية "الحرص على تحريّ صدق المعلومة قبل تحرير العناوين" بنسبة (72.7%)، يليها في المرتبة الثالثة "الالتزام بالأمانة في نقل المعلومة أثناء تحرير العناوين الصحفية بنسبة (66.9%)، بينما جاءت في المرتبة الأخيرة مراعاة عدم تناقض العناوين مع قانون المطبوعات والنشر الفلسطيني بنسبة (24.0%).

ثانيًا: أهم القيم المهنية التي ينبغي أن يتحلّى بها الصحفيون عند إخراج العناوين في صحف الدراسة:

يبين الجدول رقم (3.16) تكرارات ونسب أفراد عينة الدراسة حول أهم القيم المهنية التي ينبغي أن يتحلّى بها الصحفيون عند إخراجهم للعناوين في صحف الدراسة.

جدول: (3.16): أهم القيم المهنية التي ينبغي أن يتحلّى بها الصحفيون عند إخراج العناوين في صحف الدراسة:

نعم		الإجابة
ك	%	
20	71.4	الاعتماد على مبدأ المهنية في إخراج العناوين
16	57.1	الالتزام بالأمانة في نقل المعلومة أثناء إخراج العناوين الصحفية
15	53.6	عرض وجهات النظر بتوازن أثناء إخراج العناوين الصحفية
13	46.4	التحلّي بالمسؤولية الاجتماعية أثناء إخراج العناوين الصحفية
11	39.3	مراعاة عدم تناقض العناوين مع قانون المطبوعات والنشر الفلسطيني
10	35.7	مراعاة الدقة في إخراج العناوين
9	32.1	البُعد عن الإثارة أثناء إخراج العناوين الصحفية
4	14.3	أخرى

تبيّن من نتائج الجدول السابق:

أنّ ما نسبته (71.4%) من المخرجين في عينة الدراسة قد أجابوا أن القيم المهنية التي ينبغي أن يتحلّى بها الصحفيون عند إخراج العناوين "الاعتماد على مبدأ المهنية في إخراج العناوين"، حيث جاءت في المرتبة الأولى، تليها في المرتبة الثانية الالتزام بالأمانة في نقل المعلومة أثناء إخراج العناوين الصحفية بنسبة (57.1%)، تليها في المرتبة الثالثة "عرض وجهات النظر بتوازن أثناء إخراج العناوين الصحفية" بنسبة (53.6%)، بينما جاءت في المرتبة الأخيرة "البُعد عن الإثارة أثناء إخراج العناوين الصحفية" بنسبة (32.1%).

المطلب الثاني: أهم الصعوبات التي يواجهها الصحفيون عند تحرير العناوين وإخراجها في صفح الدراسة:

أولاً: أهم الصعوبات التي يواجهها الصحفيون عند تحرير العناوين في صفح الدراسة:

يبين الجدول رقم (3.17) تكرارات ونسب أفراد عينة الدراسة حول أهم الصعوبات التي يواجهها الصحفيون عند تحريرهم للعناوين في صفح الدراسة.

جدول: (3.17): أهم الصعوبات التي يواجهها الصحفيون عند تحرير العناوين في صفح الدراسة:

نعم		الإجابة
ك	%	
69	57.0	قيود يفرضها رؤساء التحرير على الصحفيين أثناء تحرير العناوين.
69	57.0	السياسة التحريرية للصحيفة.
62	51.2	ضعف الحوافز المقدمة للصحفيين الذين يحررون عناوين جيدة.
60	49.6	نمط ملكية الصحيفة.
56	46.3	القيود الاجتماعية (عادات وتقاليد) تكبل الصحفي.
55	45.5	قيود يفرضها قانون المطبوعات الفلسطيني على بعض العناوين
47	38.8	يمثل ضيق الوقت عقبة تحول دون الإبداع في تحرير العناوين
45	37.2	ميل الصحيفة إلى تحرير عناوين تقليدية.
34	28.1	تغليب الصحيفة الجوانب الحزبية على الجوانب المهنية أثناء تحرير العناوين.
28	23.1	عدم تعاون المسؤولين ورؤساء التحرير مع الصحفيين أثناء تحرير العناوين.
27	22.3	الافتقار لحصيلة لغوية تساعدني في تحرير عناوين مناسبة.
25	20.7	افتقار الصحيفة لرجع الصدى لمعرفة ردود فعل جمهورها عن العناوين التي أحررها
21	17.4	عدم معرفة المعايير المهنية الصحيحة لتحرير العناوين.
2	1.7	أخرى

تبيّن من نتائج الجدول السابق:

أنّ ما نسبته (57.0%) من المحررين في عينة الدراسة قد أجابوا أن أهم الصعوبات هي "قيود يفرضها رؤساء التحرير على الصحفيين أثناء تحرير العناوين" وكذلك "السياسة التحريرية للصحيفة" حيث جاءت في المرتبة الأولى، يليها في المرتبة الثانية "ضعف الحوافز المقدمة للصحفيين الذين يحررون عناوين جيدة بنسبة (51.2%)، يليها في المرتبة الثالثة نمط ملكية الصحيفة بنسبة (49.6%)، بينما جاءت في المرتبة الأخيرة "عدم معرفة المعايير المهنية الصحيحة لتحرير العناوين" بنسبة (17.4%).

ثانيًا: أهم الصعوبات التي يواجهها الصحفيون عند إخراج العناوين في صحف الدراسة:

يبين الجدول رقم (3.18) تكرارات ونسب أفراد عينة الدراسة حول أهم الصعوبات التي يواجهها الصحفيون عند إخراجهم للعناوين في صحف الدراسة.

جدول: (3.18): أهم الصعوبات التي يواجهها الصحفيون عند إخراج العناوين في صحف الدراسة:

نعم		الإجابة
ك	%	
10	35.7	قيود يفرضها قانون المطبوعات الفلسطيني على بعض العناوين.
10	35.7	قيود يفرضها سكرتير التحرير على الصحفيين أثناء إخراج العناوين.
9	32.1	القيود الاجتماعية (عادات وتقاليد) تكبل الصحفي
9	32.1	يمثل ضيق الوقت عقبة تحول دون الإبداع في إخراج العناوين
9	32.1	ميل الصحيفة إلى إخراج عناوين تقليدية
9	32.1	ضعف الحوافز المقدمة للصحفيين الذين يخرجون عناوين جيدة
8	28.6	عدم تعاون المسؤولين وسكرتير التحرير مع الصحفيين أثناء إخراج العناوين.
8	28.6	السياسة التحريرية للصحيفة
7	25.0	تغليب الصحيفة الجوانب الحزبية على الجوانب المهنية أثناء إخراج العناوين
6	21.4	نمط ملكية الصحيفة
6	21.4	افتقار الصحيفة لرجع الصدى لمعرفة ردود فعل جمهورها عن العناوين التي أخرجها
6	21.4	عدم معرفة المعايير المهنية الصحيحة لإخراج العناوين
6	21.4	تدفعني المصلحة الشخصية أحياناً لعدم الإجابة في إخراج العناوين
5	17.9	أعاني من عدم توافر تقنيات حديثة تساعدني على الإبداع في إخراج العناوين
4	14.3	أعاني من ضعف ثقة الجمهور بالعناوين التي أخرجها
2	7.1	أخرى

تبين من نتائج الجدول السابق:

أن ما نسبته (35.7%) من المخرجين في عينة الدراسة قد أجابوا أن أهم الصعوبات هي قيود يفرضها قانون المطبوعات الفلسطيني على بعض العناوين"، وكذلك "قيود يفرضها سكرتير التحرير على الصحفيين أثناء إخراج العناوين"، حيث جاءت في المرتبة الأولى، يليها في المرتبة الثانية كل من "القيود الاجتماعية (عادات وتقاليد) تكبل الصحفي"، و "يمثل ضيق الوقت عقبة تحول دون الإبداع في إخراج العناوين"، و "ميل الصحيفة إلى إخراج عناوين تقليدية"، و "ضعف الحوافز المقدمة للصحفيين الذين يخرجون عناوين جيدة" بنسبة (32.1%)، يليها في المرتبة الثالثة "عدم تعاون المسؤولين وسكرتير التحرير مع الصحفيين أثناء إخراج العناوين"، و "السياسة التحريرية للصحيفة"، بنسبة (28.6%)، بينما جاءت في المرتبة الأخيرة "أعاني من ضعف ثقة الجمهور بالعناوين التي أخرجها" بنسبة (14.3%).

المطلب الثالث: أهم المقترحات التي يمكن أن تسهم في تحسين تحرير العناوين وإخراجها في صحف الدراسة:

أولاً: أهم المقترحات التي يمكن أن تسهم في تحسين تحرير العناوين في صحف الدراسة:

يبين الجدول رقم (3.19) تكرارات ونسب أفراد عينة الدراسة حول أهم المقترحات التي يمكن أن تسهم في تحسين تحريرهم للعناوين في صحف الدراسة.

جدول: (3.19): أهم المقترحات التي يمكن أن تسهم في تحسين تحرير العناوين في صحف الدراسة:

نعم		الإجابة
ك	%	
98	81.0	الالتزام بالدقة في تحرير العناوين.
97	80.2	مراعاة المهنية في تحرير العناوين
82	67.8	إعداد برامج تدريبية لتطوير قدرات الصحفيين في تحرير العناوين.
77	63.6	الالتزام بأخلاقيات المهنة في تحرير العناوين.
69	57.0	وضع نظام أفضل للحوافز والمكافآت لتحرير العناوين الإبداعية.
68	56.2	توفير بيئة آمنة تكفل الحماية للمحرر الصحفي حال مساءلته.
65	53.7	توفير الوقت المناسب للمحرر حتى يحرر عناوين إبداعية.
62	51.2	زيادة الحصيلة اللغوية والثقافية للمحررين.
51	42.1	تدريب الصحفيين على التعامل مع الأدوات التكنولوجية الحديثة.
50	41.3	الاستفادة من تجارب صحف عريقة في تحرير العناوين.
44	36.4	تخصيص محرر صحفي لتحرير العناوين.
44	36.4	تجديد الصحيفة لعناوينها في كل عدد وعدم الاعتماد على الروتين.
35	28.9	الإعلان عن محددات واضحة للسياسة التحريرية تنظم عمل الصحيفة في تحرير العناوين.
35	28.9	إعداد دراسات للتعرف على تفضيلات الجمهور للعناوين.
25	20.7	العمل في مؤسسة إعلامية تتناسب مع اتجاهاتي الفكرية.
4	3.3	أخرى

تبيّن من نتائج الجدول السابق:

أنّ ما نسبته (81.0%) من المحررين في عينة الدراسة قد أجابوا أن أهم المقترحات "الالتزام بالدقة في تحرير العناوين"، حيث بلغت في المرتبة الأولى، بينما جاءت في المرتبة الثانية "مراعاة المهنية في تحرير العناوين" بنسبة (80.2%)، يليها في المرتبة الثالثة "إعداد برامج تدريبية لتطوير قدرات الصحفيين في تحرير العناوين" بنسبة (67.8%)، بينما جاءت في المرتبة الأخيرة "العمل في مؤسسة إعلامية تتناسب مع اتجاهاتي الفكرية" بنسبة (20.7%).

ثانيًا: أهم المقترحات التي يمكن أن تسهم في تحسين إخراج العناوين في صحف الدراسة:

يبين الجدول رقم (3.20) تكرارات ونسب أفراد عينة الدراسة حول أهم المقترحات التي يمكن أن تسهم في تحسين إخراجهم للعناوين في صحف الدراسة.

جدول: (3.20): أهم المقترحات التي يمكن أن تسهم في تحسين إخراج العناوين في صحف الدراسة:

نعم		الإجابة
ك	%	
18	64.3	مراعاة المهنية في إخراج العناوين
16	57.1	الالتزام بالدقة في إخراج العناوين.
12	42.9	الالتزام بأخلاقيات المهنة في إخراج العناوين.
12	42.9	إعداد برامج تدريبية لتطوير قدرات الصحفيين في إخراج العناوين.
12	42.9	وضع نظام أفضل للحوافز والمكافآت لإخراج العناوين الإبداعية.
11	39.3	العمل في مؤسسة إعلامية تتناسب مع اتجاهاتي الفكرية.
11	39.3	توفير بيئة أمانة تكفل الحماية للمخرج الصحفي حال مساءلته.
10	35.7	تدريب الصحفيين على التعامل مع الأدوات التكنولوجية الحديثة.
9	32.1	تخصيص مخرج صحفي لإخراج العناوين.
8	28.6	توفير الوقت المناسب للمخرج حتى إخراج عناوين إبداعية.
8	28.6	إعداد دراسات للتعرف على تفضيلات الجمهور للعناوين.
7	25.0	تجديد الصحيفة لعناوينها في كل عدد وعدم الاعتماد على الروتين.
5	17.9	الإعلان عن محددات واضحة للسياسة التحريرية تنظم عمل الصحيفة في إخراج العناوين.
5	17.9	الاستفادة من تجارب صحف عريقة في إخراج العناوين.
4	14.3	أخرى

تبيّن من نتائج الجدول السابق:

أنّ ما نسبته (64.3%) من المخرجين في عينة الدراسة قد أجابوا أن أهم المقترحات هي مراعاة المهنية في إخراج العناوين"، حيث جاءت في المرتبة الأولى، يليها في المرتبة الثانية "الالتزام بالدقة في إخراج العناوين" بنسبة (57.1%)، يليها في المرتبة الثالثة "الالتزام بأخلاقيات المهنة في إخراج العناوين" بنسبة (42.9%)، بينما جاءت في المرتبة الأخيرة "الاستفادة من تجارب صحف عريقة في إخراج العناوين" بنسبة (17.9%).

المبحث الثالث

اختبار فروض الدراسة

يستعرض هذا المبحث نتائج الفروض الخاصة بدراسة العوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية، خلال الفترة الزمنية التي أجريت فيها الدراسة:

الفرض الرئيسي الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية والعوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها (الذاتية، وطبيعة الرسالة الإعلامية، وعوامل الجمهور، والانتماءات والجماعات المرجعية، والضغوط المهنية وعلاقات العمل، وقيم المجتمع وتقاليده، وتأثير استخدام الصحفيين للتكنولوجيا)، وينبثق عنه:

أ. الفرض الفرعي الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين تحرير العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية والعوامل المؤثرة في تحرير العناوين (الذاتية، وطبيعة الرسالة الإعلامية، وعوامل الجمهور، والانتماءات والجماعات المرجعية، والضغوط المهنية وعلاقات العمل، وقيم المجتمع وتقاليده، وتأثير استخدام الصحفيين للتكنولوجيا).

جدول: (3.21): العلاقة بين تحرير العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية والعوامل المؤثرة في تحرير العناوين:

م.	العوامل	عدد الفقرات	معامل الارتباط	الدلالة الإحصائية	الدلالة
1.	تأثير العوامل الذاتية على تحرير العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية	10	0.611	0.000	دال
2.	بتأثير العوامل التي تتصل بطبيعة الرسالة على تحرير العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية	10	0.640	0.000	دال
3.	تأثير عوامل الجمهور في قرارات محرري العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية	10	0.690	0.000	دال
4.	تأثير الانتماءات والجماعات المرجعية على تحرير العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية	10	0.239	0.008	دال
5.	تأثير الضغوط المهنية وعلاقات العمل على تحرير العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية	10	0.632	0.000	دال
6.	تأثير قيم المجتمع وتقاليده على تحرير العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية	10	0.623	0.000	دال
7.	تأثير استخدام الصحفيين للتكنولوجيا في تحرير العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية	10	0.652	0.000	دال

تبين من نتائج الجدول السابق:

أنه يوجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين تحرير العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية والعوامل المؤثرة في تحرير العناوين حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية أقل من 0.05.

ب. الفرض الفرعي الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين إخراج العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية والعوامل المؤثرة في إخراج العناوين (الذاتية، وطبيعة الرسالة الإعلامية، وعوامل الجمهور، والانتماءات والجماعات المرجعية، والضغوط المهنية وعلاقات العمل، وقيم المجتمع وتقاليده، وتأثير استخدام الصحفيين للتكنولوجيا).

جدول: (3.22): العلاقة بين إخراج العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية والعوامل المؤثرة في إخراج العناوين:

م.	العوامل	عدد الفقرات	معامل الارتباط	الدلالة الإحصائية	الدلالة
1.	تأثير العوامل الذاتية على إخراج العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية	10	0.746	0.000	دال
2.	تأثير العوامل التي تتصل بطبيعة الرسالة على إخراج العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية	9	0.773	0.000	دال
3.	تأثير عوامل الجمهور في قرارات مخرجي العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية	10	0.664	0.000	دال
4.	تأثير الانتماءات والجماعات المرجعية على إخراج العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية	10	0.613	0.008	دال
5.	تأثير الضغوط المهنية وعلاقات العمل على إخراج العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية	10	0.589	0.000	دال
6.	تأثير قيم المجتمع وتقاليده على إخراج العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية	10	0.748	0.000	دال
7.	تأثير استخدام الصحفيين للتكنولوجيا في إخراج العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية	10	0.732	0.000	دال

تبين من نتائج الجدول السابق:

أنه يوجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين إخراج العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية والعوامل المؤثرة في إخراج العناوين حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية أقل من 0.05.

الفرض الرئيسي الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين العوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية وفقاً لـ (المؤهل العلمي والخبرة في العمل)، وينبثق عنه:
 أ. الفرض الفرعي الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في العوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية والمؤهل العلمي:

جدول: (3.23): إمكانية وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين العوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية والمؤهل العلمي:

العوامل	المؤهل العلمي	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة الاختبار	الدلالة الإحصائية	الدلالة
تحرير العناوين	دبلوم متوسط فأقل	17	74.03	3.8	1.040	0.357	غير دال
	بكالوريوس	83	72.7	4.9			
	دراسات عليا	20	71.7	6.2			
	المجموع	120	72.7	5.0			
إخراج العناوين	دبلوم متوسط فأقل	5	79.7	9.5	0.081	0.923	غير دال
	بكالوريوس	16	81.4	7.6			
	دراسات عليا	7	81.0	8.4			
	المجموع	28	80.9	7.8			

تبيّن من نتائج الجدول السابق:

- لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين العوامل المؤثرة في تحرير العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية والمؤهل العلمي، حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية أكبر من 0.05.
- لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين العوامل المؤثرة في إخراج العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية والمؤهل العلمي، حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية أكبر من 0.05.

ب. الفرض الفرعي الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في العوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية والخبرة في العمل:

جدول: (3.24): إمكانية وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين العوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية والخبرة في العمل:

العوامل	الخبرة في العمل	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة الاختبار	الدلالة الإحصائية	الدلالة
تحرير العناوين	أقل من 5 سنوات	22	74.0	4.6	1.005	0.393	غير دال
	من 5 إلى أقل من 10	39	73.2	5.4			
	من 10 إلى أقل من 15	33	72.1	3.7			
	15 سنة فأكثر	27	71.9	6.0			
	المجموع	121	72.7	5.0			
إخراج العناوين	أقل من 5 سنوات	6	82.7	9.8	0.425	0.737	غير دال
	من 5 إلى أقل من 10	10	79.9	8.8			
	من 10 إلى أقل من 15	6	83.1	6.1			
	15 سنة فأكثر	6	78.8	6.5			
	المجموع	28	81.0	7.8			

تبيّن من نتائج الجدول السابق:

- لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين العوامل المؤثرة في تحرير العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية والخبرة، حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية أكبر من 0.05.
- لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين العوامل المؤثرة في إخراج العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية والخبرة، حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية أكبر من 0.05.

الفصل الرابع

مناقشة أهم نتائج الدراسة

الميدانية وفروضها والتوصيات

الفصل الرابع

مناقشة أهم نتائج الدراسة الميدانية وفروضها والتوصيات

يتناول هذا الفصل مناقشة أهم نتائج الدراسة الميدانية الخاصة بالعوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية، وقد ناقش الباحث خلاله؛ نتائج تأثير كل من "العوامل الذاتية، والعوامل التي تتصل بطبيعة الرسالة الإعلامية، وعوامل الجمهور، وتأثير الانتماءات والجماعات المرجعية، وتأثير الضغوط المهنية وعلاقات العمل، وتأثير قيم المجتمع وتقاليده، وتأثير استخدام الصحفيين للتكنولوجيا" في تحرير العناوين وإخراجها، وناقش الباحث أيضًا أهم القيم المهنية التي ينبغي أن يتحلّى بها الصحفيون عند تحرير العناوين وإخراجها، وأهم الصعوبات التي يواجهونها، وأهم المقترحات التي يمكن أن تسهم في تحسين تحريرهم للعناوين وإخراجها في صحف الدراسة، وناقش أيضًا اختبار فروض الدراسة، والتوصيات الخاصة بها، وقد تمّ تقسيم الفصل إلى ثلاثة مباحث على النحو التالي:

المبحث الأول: مناقشة أهم نتائج الدراسة الميدانية.

المبحث الثاني: مناقشة نتائج اختبار الفروض.

المبحث الثالث: توصيات الدراسة.

المبحث الأول

مناقشة أهم نتائج الدراسة الميدانية

تهدف الدراسة في هذا المبحث إلى مناقشة أهم نتائج الدراسة الميدانية الخاصة بالعوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية، وقد تمّ تقسيمه إلى عشرة مطالب.

المطلب الأول: تأثير العوامل الذاتية في تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية.

أولاً: تأثير العوامل الذاتية في تحرير العناوين في صحف الدراسة:

كشفت الدراسة الميدانية أنّ مجالات العوامل الذاتية كافة أثّرت بشكل إيجابي في تحرير العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية، حيث بلغ الوزن النسبي (75.49%)، بانحراف معياري (7.59).

ويعزو الباحث التأثير الإيجابي للعوامل الذاتية في تحرير العناوين، إلى رغبة الصحفي في استنهاض طاقاته الكامنة من أجل تطوير إمكانياته، والقدرة على المنافسة في العمل الصحفي، والرغبة في تحسين قدراته، لا سيما في ظل التنافس الشديد؛ سواءً بين زملائه، أو بين وسائل الإعلام المختلفة.

وهذا ما تؤكدّه أيضًا نظرية حارس البوابة التي تشير إلى أن "الإحساس بالذات ينعكس على ثقة الفرد بنفسه وتقديره لذاته وتنقله إلى مناطق القدرة على التعبير والمشاركة في صنع القرار".⁽¹⁾

وتبدو المفارقة أن هناك اتجاهات إيجابية جدًا لدى محرري العناوين تجاه التطوير الذاتي الذي تقدم في المرتبة الأولى في فقرة "أسعى دومًا لمطالعة كل ما هو جديد بشأن العناوين"، حيث جاءت بوزن نسبي (90.2%)، في حين تراجعت نسبة تأثير بيئة العمل والدراسة الأكاديمية ودورها في تعزيز القدرات الذاتية لدى المحررين، حيث انخفضت الاتجاهات من إيجابية جدًا إلى إيجابية، بعدما بلغت فقرة "توفر صحيفتي فرص تدريب متكافئة في تحرير العناوين" بوزن نسبي (69.0%).

(1) مزاهرة، نظريات الاتصال (ص242).

ويرى الباحث أن محرري العناوين يفضلون الاعتماد على ذاتهم أكثر من اعتمادهم على تطوير المؤسسة والدراسة الأكاديمية، مرجعاً ذلك إلى ثقة المحرر في ذاته مقابل تراجع هذه الثقة في البيئة المهنية الحاضنة أو البيئة الأكاديمية.

وأظهرت الدراسة وجود اتجاهات إيجابية في فقرة "تسهم علاقتي مع زملائي في تحرير عناوين أكثر مهنية" بوزن نسبي (76.4%)، ويُرجع الباحث ذلك؛ كون العلاقات تعيد محرر العناوين في تبادل الخبرات والاستفادة من تجارب الآخرين، وهو ما يوجد منافسة شريفة فيما بينهم.

وهذا يتفق مع نتيجة دراسة (Olatunde) ⁽¹⁾ التي أكدت أن "للتنافس المحترف بين محرري العناوين دوراً في تطوير طريقة كتابة عناوين تحقيقاتهم وتقاريرهم الصحفية".

وقد حصلت فقرة "تساعدني ثقافتني على التميز في تحرير العناوين الصحفية" على وزن نسبي بلغ (86.0%)، وهو ما يشير إلى وجود اتجاهات إيجابية جداً نحوها، ويعزو الباحث ذلك إلى أهمية الثقافة التي ترقى بالمحرر الصحفي، وتعطيه زخماً في المعلومات التي تعيده أثناء تحريره للعناوين الصحفية، وهذا يختلف مع نتائج دراسة (Khamahani) ⁽²⁾ التي أكدت أن المتحدثين الأصليين بلغة الصحيفة الأم يكتبون عناوينهم الإخبارية بنسبة غموض أكبر من تلك المكتوبة بواسطة الصحفيين غير الأصليين، الذين يعدون لغة الصحيفة ثانية بالنسبة لهم.

ثانياً: تأثير العوامل الذاتية في إخراج العناوين في صحف الدراسة:

كشفت الدراسة الميدانية أن مجالات العوامل الذاتية كافة؛ أثرت بشكل إيجابي جداً؛ في إخراج العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية، حيث بلغ الوزن النسبي (83.14%)، بانحراف معياري (12.4).

وهذا يعني أن المخرجين لديهم اهتمام أكبر ورغبة أعمق في تطوير قدراتهم الذاتية من المحررين الذين لم يتجاوز اهتمامهم نسبة (75.49%)، لذا حصلت الفقرتان المتصلتان بالمخرجين وهما: "أسعى دوماً للتعرف على كل ما هو جديد في إخراج العناوين" وفقرة "يكسبني عملي في إخراج العناوين الاحترام والتقدير"

(1) Olatunde, The Dynamics of the Language of Newspaper Headlines in Nigeria. (P.143).

(2) Khamahani, Focus on structural and lexical ambiguity in English newspaper headlines written by native and non-native Journalists. A Contrastive Study. (P.382).

على وزن نسبي يتراوح بين (96.4%)، و (95.8%)، وهو ما يؤكد على وجود اتجاهات إيجابية جدًا نحو هذا الموضوع.

ويقول (حبيب) ⁽¹⁾: إنَّ المخرج الصحفي لا يعيش بمعزل عن ظروفه الخاصة والذاتية، مما يدفعه لتطويرها باستمرار".

ويقول (أحمد) ⁽²⁾: إنَّ "المهارات والاطلاع الواسع للمخرج؛ على كل ما هو جديد في إخراج العناوين يسهم في تطوير قدراته الذاتية ويعطيه هوية خاصة في إخراج العناوين".

وتبرز شخصية سكرتير التحرير في إخراج مناسب للعناوين، حيث كان الوزن النسبي لفقرة "يساعدني سكرتير التحرير في إخراج مناسب للعناوين" (80%)، وهو ما يشير إلى وجود اتجاهات إيجابية جدًا نحوها، وهو ما يؤكد أن "سكرتير التحرير هو المسؤول عن الجريدة مضمونًا وشكلًا وتخطيطًا وتنفيذًا وهو المحرك والقائد والموجه، وكلما كانت شخصيته خلاقة مبدعة أثر ذلك على نوعية إخراج عناوين الجريدة". ⁽³⁾

وقد حصلت فقرة "تقف الظروف النفسية والاجتماعية عائقًا أمام إبداعي في إخراج العناوين" على وزن نسبي (50%) مما يشير إلى وجود اتجاهات محايدة نحوها، ويعزو الباحث ذلك إلى طبيعة الظروف الاجتماعية السائدة في المجتمع، وتأثيرها النفسي على المخرج الصحفي.

المطلب الثاني: تأثير العوامل التي تتصل بطبيعة الرسالة الإعلامية في تحرير العناوين وإخراجها في صحف الدراسة:

أولاً: تأثير العوامل التي تتصل بطبيعة الرسالة الإعلامية في تحرير العناوين في صحف الدراسة:

كشفت الدراسة الميدانية أنّ مجالات العوامل التي تتصل بطبيعة الرسالة الإعلامية كافة؛ أثرت بشكل إيجابي في تحرير العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية، حيث بلغ الوزن النسبي لها (77.1%)، بانحراف معياري (9.7).

(1) ماجد حبيب، محاضر في جامعة الأقصى، قابله: محمد أبو زائدة (11 مايو/أيار 2017م).

(2) فادي أحمد، رئيس قسم الإخراج في صحيفة فلسطين، قابله: محمد أبو زائدة (9 مايو/أيار 2017م).

(3) علم الدين، الإخراج الصحفي (ص19).

وتظهر النتائج وجود اهتمام إيجابي بمضمون العنوان الصحفي، خاصة وأن هناك اتجاهًا إيجابيًا جدًا في "الحرص على سلامة المعنى في تحرير العناوين"، بوزن نسبي (90.4%)، مقابل وجود اتجاهات محايدة في فقرة "أضع رأيي الشخصي أثناء تحرير عناوين المواد التفسيرية" التي بلغت (55.6%)، وذلك حرصًا على الموضوعية والحيادية التي تتطلبها المادة الصحفية، والرغبة في الابتعاد عن المؤثرات الفكرية أو السياسية أو الأيديولوجية في اختيار العناوين؛ لاستقطاب الجمهور.

وتتفق نتيجة هذه الدراسة مع دراسة (Tirangga) ⁽¹⁾، التي ترى أن استخدام الصحفي لمصطلحات غامضة في العناوين يسبب إرباكًا لدى القراء، وكذلك تتفق مع نتيجة دراسة (Olatunde) ⁽²⁾، التي أكدت أن المحررين يركزون على البساطة والوضوح بشكل أساسي في كتابة العنوان، وتتفق أيضًا مع نتيجة دراسة (Sherpa) ⁽³⁾، التي أكدت أن الاستخدام السيئ للاختصارات والكلمات والعبارات الغامضة والأسماء غير المألوفة والكلمات الصعبة يؤدي إلى نفور القارئ من قراءتها، وتتفق أيضًا مع نتيجة دراسة (Šipošová) ⁽⁴⁾، التي توصلت إلى أنه يوجد ميل في استخدام العبارات والجمل البسيطة في العناوين، وتتفق أيضًا مع نتيجة دراسة (الحاج) ⁽⁵⁾، التي تؤكد على سعي الصحف إلى ترغيب القارئ في اقتناء الصحيفة والحرص على قراءتها من خلال تلخيص مضمون رسالة الخبر في عناوينها.

في حين تختلف مع دراسة (Ramadani) ⁽⁶⁾، التي خلصت إلى أن جميع عناوين صحيفة جاكارتا بوست تحتوي على كلمات غامضة ظنًا من القارئ عليها أنها تجذب الجمهور لها، وتختلف أيضًا مع دراسة (Bedrichova) ⁽⁷⁾ التي أكدت أن الموضوعية في العناوين تعطي القارئ فضولًا لقراءة أجزاء من المحتوى، وتجعل الصحيفة مصدرًا حصريًا للصحف الأخرى.

(1) Tirangga, Lexical and Grammatical Ambiguities of the News Headline of The Jakarta Post, and New York Times (P.10).

(2) Olatunde, The Dynamics of the Language of Newspaper Headlines in Nigeria. (P.143).

(3) Sherpa, A study on strategic use of language in newspaper headlines. (P.72).

(4) Šipošová, Headlines and Subheadlines: Tense, Modality and Register, Based on Discourse Analysis of the British Tabloid. (P.67).

(5) الحاج، الجملة البسيطة في عناوين الصحف القطرية بين متطلبات المعنى والصحة النحوية (ص245).

(6) Ramadani, Lexical ambiguity in the headlines of the Jakarta Post Newspaper. (P.02).

(7) Bedrichova, Headlines and Subheadlines In Newspaper Reporting (P.70).

وقد حصلت فقرة "ينعكس تأثري بأهمية الحدث على تحرير العناوين الصحفية" بوزن نسبي (70.6%) ما يشير إلى اتجاهات إيجابية نحوها، وذلك تأكيداً على ضرورة سلامة المادة الصحفية من أي مؤثرات قد تخل بالمعنى نتيجة التسرع.

ويرى الباحث أنّ وجود اهتمام من حيث سلامة المعنى أكثر من الاهتمام بأهمية الحدث على تحرير العناوين الصحفية يعتبر أمراً سلبياً؛ ويجب السعي إلى تحقيق التوازن بين سلامة المعنى وأهمية الحدث.

ويقول أبو فخر إنّ "فعالية العنوان الصحفي تنطلق من حيوية مضمونه وإتقان أسلوبه وصحة لغته وواقعية أخباره وعكسه للواقع بصدق وأمانة، ما يجعله مؤثراً وفعالاً وقادراً على إحداث تغيير في آراء وعواطف وأفعال الجماهير". (1)

ويتطلب تحرير العناوين وصياغتها استخدام الكلمات البسيطة القريبة من أفهام القراء، والابتعاد عن الكلمات غير المألوفة لديهم، حيث تؤدي الكلمات الطويلة إلى إضعاف تأثير العنوان على القراء مما يدعوهم إلى تجنبها، فالكلمات القصيرة أقوى في تأثيرها من الكلمات الطويلة، وهذه المسألة تحتاج بالطبع إلى قدر كبير من الإبداع واللغة الخلاقة، فالعنوان الناجح يشكّل عنصراً أساسياً في نجاح الجريدة، لذلك ينبغي تجنب العناوين المبهمة والغامضة لأنّ القارئ لا يشتري الجريدة لكي يفك الطلاسم (2).

ويقول أبو زيد إنّ "عنصر الأهمية يملك قدراً كبيراً من التميز عن العناصر الأخرى، ولعل أبرز ما يميزه أنّه يحمل في مضمونه معنى جاداً" (3).

ثانياً: تأثير العوامل التي تتصل بطبيعة الرسالة الإعلامية في إخراج العناوين في صحف الدراسة:

كشفت الدراسة الميدانية أنّ مجالات العوامل التي تتصل بطبيعة الرسالة الإعلامية كافة؛ أثرت بشكل إيجابي في إخراج العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية، حيث بلغ الوزن النسبي لها (86.2%)، بانحراف معياري (14.3).

(1) أبو فخر، فعالية النص الصحفي (ص7).

(2) الحسن، إخراج الصحف والمجلات (ص61).

(3) أبو زيد، الخبر الصحفي (ص101).

وتشير النتائج السابقة إلى وجود اتجاهات أعلى لدى مخرجي العناوين في التأثر بالعوامل التي تتصل بطبيعة الرسالة بوزن نسبي (86.2%) من محرري العناوين بوزن نسبي (77.1%)، التي تتقدم فيها نسبة الحرص والمراعاة لدى المخرجين في التعامل مع العناوين بشكل أكبر، وذلك لتقيده بتبويب محدد للصحيفة وفق القطع المخصص لها الذي يلزمه بمساحة محددة وعدد كلمات معين.

ويرى الباحث أنّ هنالك علاقة تكاملية بين مضمون الرسالة الإعلامية للعناوين وشكلها الإخراجي، حيث إنّها تؤثر بشكل إيجابي في إخراج العناوين، "فالارتباط بين الشكل والمضمون في تصميم جمالي يعطي إحساساً بالاهتمام وحسن ترتيب الموضوعات في صورة تروق للقارئ، وتدفع به إلى القراءة، بحيث يستطيع القارئ من نظرة واحدة معرفة أهم الموضوعات على الصفحة" (1).

وقد حصلت فقرة "أحرص في إخراج العناوين انسجامها مع مضمون الرسالة الإعلامية"، على اتجاهات إيجابية جداً، بوزن نسبي (97.2%)، في حين حصلت فقرة "أرى بأن أقوى العناوين الصحفية هي التي تمتاز بالبساطة في الإخراج" التي تشير إلى اتجاهات إيجابية نحوها، على وزن نسبي (78.6%).

وأما فقرة "أسعى لإبراز عناوين مواد التحقيقات الصحفية أكثر من بقية الفنون الأخرى" فقد كانت الفقرة العاشرة والأخيرة في تأثير العوامل التي تتصل بطبيعة الرسالة الإعلامية في إخراج العناوين، وبلغ وزنها النسبي (72.2%)، ويعزو الباحث ذلك إلى أنّ التحقيق يأخذ مساحات كبيرة في الصفحة مما يعطي مجالاً للمخرج في مساحات للعناوين وإخراجها كما يحلو له، أمّا باقي الفنون الأخرى، يكون المخرج محصوراً في مساحة أضيق، مما يحتاج منه الإبداع في إخراج عناوينها.

"إنّ التحقيق ما هو إلا بحث سريع عن قضية تهّم الرأي العام، تخرج إليهم في أسلوب سهل وألفاظ واضحة المعاني، وجمل قصيرة حتى تصل معانيها كل القدرات العقلية والثقافية المختلفة للإنسان العادي" (2).

(1) البطل، الإخراج الصحفي فن وعلم (ص17-18).

(2) البردويل. الصحافة نشأتها وتطورها ونظرة على واقع التحرير الصحفي (ص211).

المطلب الثالث: تأثير عوامل الجمهور في قرارات محرري العناوين ومخرجيها في صحف الدراسة:

أولاً: تأثير عوامل الجمهور في قرارات محرري العناوين في صحف الدراسة:

كشفت الدراسة الميدانية أنّ مجالات عوامل الجمهور كافة؛ لها تأثيرات بشكل إيجابي في تحرير العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية، بوزن نسبي (74.9%)، وانحراف معياري (8.2).

ويرى الباحث أنّ نتيجة الدراسة تشير إلى وجود اهتمام إيجابي في العلاقة بين المحرر والجمهور، في ظل حاجة المؤسسة الصحفية إليه، لذا ينبغي على محرر العنوان أن يكون مطلعاً على اهتمامات جمهوره وأذواقه وميوله، إضافة إلى معرفته برغباته وأفكاره، وهذا ما يؤكد حجاب أن "المعرفة بطبيعة الجمهور وثقافته وظروفه الاجتماعية والاقتصادية والحضارية والفكرية هي التي تمكن من صياغة العناوين الملائمة واختيار القوالب والأشكال التي تناسبها وكيفية إيصالها إلى القارئ في التوقيت المناسب له".⁽¹⁾

وتظهر النتائج وجود اهتمامات إيجابية جداً في فقرة "أسعى للتجديد باستخدام أنواع مختلفة من العناوين لجذب الجمهور للصحيفة" حيث بلغت بوزن نسبي (85.0%)، وهذا يدل على اهتمامهم بذوق الجمهور وثقته، وكسر الروتين في اختيار العناوين.

وهذا ما تؤكد نظرية حارس البوابة التي تشير إلى أنّ "الرسائل التي يقدمها القائم بالاتصال تحددها توقعاته عن ردود فعل الجمهور، ومن هنا يقوم الجمهور بدور إيجابي في عملية الاتصال وعلى القائم بالاتصال، تحديد جمهوره بدقة لأن تصوره للجمهور يؤثر على قراراته"⁽²⁾.

ويتضح من النتائج أنّ جمهور الصحيفة واعٍ وقادر على التأثير في محتوى الرسالة ومضمونها، وتغيير قنوات المحرر في بعض الأحيان، وهذا ما يفسر الاتجاه الإيجابي جداً لدى المحررين حول فقرة "أحرر عناوين تؤثر في الجمهور وتقنعه بمضمون الرسالة الإعلامية"، بوزن نسبي (84.4%).

وتتفق نتائج الدراسة مع دراسة (Bedrichova)⁽³⁾، التي أكدت أن اختيار الكلمات المناسبة في متن العنوان يؤدي دوراً مهماً في جذب القراء ويؤثر على اختيارهم لقراءة المادة الصحفية، وتتفق

(1) حجاب. مدخل إلى الصحافة (ص218).

(2) الحضيف، تأثير وسائل الاعلام: دراسة في النظريات والأساليب (ص22).

(3) Bedrichova, Headlines and Subheadlines In Newspaper Reporting (P.70).

أيضًا مع دراسة (Dor)⁽¹⁾، التي أكدت على أن العناوين ترشد القراء للقصاص المناسبة لهم بدلًا من قراءة النص كاملًا لمعرفة إن كان مناسبًا للقارئ أم لا، وتتفق أيضًا مع دراسة (Abu-Al-Sha'r)⁽²⁾، التي توصلت إلى أن ممارسة قراءة العناوين الإخبارية على الإنترنت تُطوّر من قدرات الطلاب في القراءة مما يمكنهم من التفاعل مع اللغة الحقيقية والمحتوى ويعزز من اكتسابهم للمفردات اللغوية ويزيد من وعيهم الثقافي في قضايا مختلفة.

وقد حصلت فقرة "أشعر أن الجمهور يتفاعل مع عناويني التي أحررها بشكل إيجابي" على وزن نسبي بلغ (82.4%)، مما يشير إلى وجود اتجاهات إيجابية جدًا نحوه، ويُرجع الباحث ذلك إلى معرفة المحرر بطبيعة المضمون الذي ينبغي عليه إيصاله لجمهوره، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (الحاج)⁽³⁾، التي أكدت أن العناوين المشوقة تجذب اهتمام القارئ ويفرض ذلك على الصحف التركيز على بعض العناصر البنائية.

وتظهر النتائج وجود اهتمامات إيجابية في فقرة "أحرر عناوين الموضوعات وفقًا لدرجة ثقافة الجمهور المستهدف" حيث بلغت بوزن نسبي (72.4%)، وهذا يدل على اهتمام المحررين بتحرير عناوين تتفق مع ثقافة الجمهور المستهدف، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (ربيع)⁽⁴⁾، التي توصلت إلى أن التصنيفات التحريرية للعناوين الصحفية تخضع لبعض المقاييس من بينها الوظيفة التي تريد الصحيفة توصيلها للقارئ عن طريق العنوان، وتتفق أيضًا مع دراسة (Khamahani)⁽⁵⁾، التي أكدت على أن تعدد معاني الكلمة الواحدة يؤدي إلى صعوبة في فهم المتلقي لمقصد الكاتب.

وتوصلت الدراسة إلى أن محرر العناوين يُراعي عاطفة جمهوره المستهدف، فقد حصلت فقرة أسعى لتحرير عناوين الموضوعات التي تخاطب عاطفة الجمهور" على وزن نسبي (70.6%)، مما يشير إلى اتجاهات إيجابية، وهذا يختلف مع نتائج دراسة (Serikkyzy)⁽⁶⁾، التي توصلت إلى أن صحف الدراسة تستخدم مصطلحات في عناوينها تعطي خيبة أمل لقرائها.

(1) Dor, On newspaper headlines as relevance optimizer. (P.720).

(2) Al-Sha'r, Effect of reading on-line local newspaper headlines on developing university students' reading skills in English. (P.105).

(3) الحاج، الجملة البسيطة في عناوين الصحف القطرية بين متطلبات المعنى والصحة النحوية، (ص245).

(4) ربيع، تحرير وإخراج العناوين الصحفية دراسة تحليلية مقارنة على عينة من صحف الأهرام - الوفد - الشرق الأوسط خلال الفترة من 1990 إلى 1993، (ص316).

(5) Khamahani, Focus on structural and lexical ambiguity in English newspaper headlines written by native and non-native Journalists. A Contrastive Study. (P.382).

(6) Serikkyzy, Spor Gazeteleri Manşet ve başlıklarının şiddet çağrıştıran sunumu .Fotomaç ve Fanatik Gazeteleri örneği. (P.217).

ثانيًا: تأثير عوامل الجمهور في قرارات مخرجي العناوين في صحف الدراسة:

كشفت الدراسة الميدانية أنّ مجالات عوامل الجمهور كافة؛ لها تأثيرات إيجابية جدًا في إخراج العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية، بوزن نسبي (84.9%)، وانحراف معياري (9.9).

ويرى الباحث وجود تشابه بين اهتمامات محرري ومخرجي العناوين في اختيار العنوان، ومراعاة الجمهور، كونها الخطوات الأساسية التي تبرز مدى نجاح الجريدة.

وتشير النتائج إلى وجود اهتمامات إيجابية جدًا لدى المخرجين في السعي إلى إخراج العناوين التي تؤثر في الجمهور وتقنعه بمضمون الرسالة الإعلامية، بوزن نسبي (97.2%)، مقابل اتجاهات سلبية في تأثرهم بإخراج عناوين خاضعة لأمزجة الجمهور المستهدف التي وصل فيها الوزن النسبي لـ (41.4%).

وتكشف الدراسة أنّ هنالك اتجاهات إيجابية جدًا في فقرة "أسعى للتجديد باستخدام أنواع مختلفة من العناوين لجذب الجمهور للصحيفة"، بوزن نسبي (96.2%)، وهو يدل على أنّ المخرج يسعى إلى استحواد اهتمام جمهوره بعناوينه التي يخرجها.

وتتفق نتائج الدراسة مع دراسة (المجدوب) ⁽¹⁾، التي توصلت إلى أنّ العنوان يعطي جاذبية على الصحف ويسهم في جذب القراء لشراء الصحف مما يزيد من كميات توزيعها.

وأظهرت النتائج أنّ هناك اتجاهات إيجابية جدًا بفقرة "أشعر أنّ الجمهور يتفاعل مع عناويني التي أخرجها بشكل إيجابي" بوزن نسبي (94.2%)، وهذا يدل على استشعار المخرج بمراقبة الجمهور له، ما يجعله يضبط إيقاعات الإخراج لديه، ويراعي إخراج عناوين تتناسب مع الجمهور المستهدف.

وتتفق نتائج الدراسة مع دراسة (يعقوب) ⁽²⁾ التي أكدت على أنّ 64% من المبحوثين يفضلون كثافة الألوان أثناء تصميم عناوين الصحيفة، وهذا يشير إلى مدى جذب تأثير الألوان على جمهور الصحيفة،

(1) المجدوب، مفهوم العنوان الصحفي وأهميته ووظيفته في الصحافة (ص203).

(2) يعقوب، تطور إخراج عناوين الصفحة الأولى في الصحف المصرية وعلاقتها بتطور القيم الجمالية والوظيفية والتقنية للحرف الطباعي: دراسة حالة على صحيفة الأهرام من عام 1940 إلى عام 2005، (ص129).

الذي يتناسب مع ثقافتهم وأمزجتهم، والتي على المخرج أخذها بعين الاعتبار حتى يبقى مرضياً من جمهور صحيفته.

ويتضح من خلال النتائج اهتمام المخرجين بدرجة إيجابية جداً في فقرة "أخرج عناوين الموضوعات وفقاً لدرجة ثقافة الجمهور" إذ بلغ الوزن النسبي لها (87.2%)، ويعزوه الباحث ذلك إلى عملية الإخراج التي لها دور كبير في تسويق الجريدة، وهي التي تضيف الملامح الجمالية عليها.

وتؤكد نتائج الدراسة على أن مخرجي العناوين الصحفية لا يبالون كثيراً بأمزجة الجمهور، إذ أظهرت فقرة "يتأثر إخراجي للعناوين بأمزجة الجمهور المستهدف" بوزن نسبي (41.4%)، مما يشير إلى اتجاهات سلبية نحوها، ويرى الباحث أنّ هذه إحدى المعضلات التي تسبب للصحيفة إشكاليات في نسبة توزيعها مستقبلاً.

ويقول (Zhi, Kee) ⁽¹⁾: إنّ "بعض الصحف تواجه مشكلة في دراسة طبيعة الجمهور وخصائصه واحتياجاته التي يسعى إلى إشباعها من مطالعة الأخبار، فيؤدى ذلك إلى قلة نسبة مبيعات الصحيفة".

المطلب الرابع: تأثير الانتماءات والجماعات المرجعية في تحرير العناوين وإخراجها في صحف الدراسة:

أولاً: تأثير الانتماءات والجماعات المرجعية في تحرير العناوين في صحف الدراسة:

كشفت الدراسة الميدانية أنّ مجالات الانتماءات والجماعات المرجعية كافة؛ لها تأثيرات إيجابية في تحرير العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية، بوزن نسبي (68.5%)، وانحراف معياري (12.4).

وتعكس نتائج الدراسة أثر عوامل الانتماءات والجماعات المرجعية على محرري عناوين الصحف، اتجاهات إيجابية حول تلقي المحررين تعليمات من الجماعات التي ينتمون لها حول العناوين، وذلك لتبعية غالبية هذه الوسائل الإعلامية لفصائل وأحزاب سياسية، وسيطرة هذه القوى على البيئة الصحفية الفلسطينية.

(1) Zhi, Kee. Revisiting Media Attention Score: Evolution of Sin Chew Daily's Newspaper Design. (P.63).

وهذا ما تؤكدته نظرية حارس البوابة التي تشير إلى أنّ الانتماء يعدّ عنصرًا محددًا من محددات الشخصية؛ لأنه يؤثر في طريقة التفكير أو التفاعل مع العالم المحيط بالفرد، كما أن الفرد يتم وصفه أيضًا من خلال مفهوم الجماعات التي ينتمي إليها⁽¹⁾.

ويرى الباحث أن المحرر يتأثر تبعًا لقرارات السياسة التحريرية التي تخطها المرجعيات الفكرية، وهي تلقي بظلالها وتنعكس على أدائه وأداء المؤسسات الإعلامية، "وغالبًا ما يكون محرر العناوين، يمثل انتماءه للسياسة والأهداف التي اختار أن يعمل من أجلها في صحيفة ما، وذلك لأن كل صحيفة إنما تمثل تيارًا فكريًا تصدر عنه وتسعى إلى تحقيق أهدافه، كما يفترض أن الصحفي غالبًا يختار العمل في الصحيفة التي تتوافق مع اتجاهاته وأفكاره وعقائده".⁽²⁾

وتقول (شاهين)⁽³⁾: إنّ "التنظيم السياسي يؤدي دورًا في طبيعة السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية، إذ تضع كل مؤسسة أجندتها وفق النظام التابعة له، إن كان داعمًا للمقاومة، أو خلاف ذلك، فجميعه يؤثر على طبيعة تحرير الصحيفة لعناوينها".

وتُظهر النتائج اتجاهات إيجابية لدى المحررين في فقرة "أحرص على الحقيقة في تحرير العناوين ولو كان ذلك على حساب الجماعة التي أنتمي إليها" بوزن نسبي (72.40%)، وهذه النتيجة تختلف عن دراسة (Bukhari)⁽⁴⁾، التي توصلت إلى أنّ الصحف الأوردية تعمل على تهويل الأخبار التابعة لجماعتها.

وتشير النتائج إلى أن الصحفي يحرر عناوينه تبعًا لأهدافه التي يؤمن بها، وهذا ما توضحه فقرة "أحرر العناوين الصحفية بما يتناسب مع أهدافي" بوزن نسبي (63.40%)، وتتفق نتائج الدراسة مع دراسة (Duanprakhon)⁽⁵⁾، التي أكدت على أنّ الطريقة التي تختارها الصحف بعمل التقارير وإبراز عناوينها تحمل أهدافًا وأجندة خاصة.

(1) عبد المجيد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير (ص 164).

(2) البخيت، العمل الصحفي في مصر دراسة سسيولوجية للصحفيين المصريين (ص 26).

(3) سمر شاهين، مدير التحرير في صحيفة فلسين، قابلها: محمد أبو زائدة (10 مايو/أيار 2017).

(4) Bukhari, Comparative Study of Urdu and English Newspaper Headlines of Pakistan (P.218).

(5) Duanprakhon, Critical Discourse Analysis of News Headlines. (P.110).

وتكشف النتائج أن الرغبة الذاتية للمحررين هي التخلص من قيود المرجعيات التنظيمية، وذلك ما يفسر الاتجاهات المحايدة في فقرة "تنعكس اهتماماتي التي أؤمن بها على أدائي في تحرير العناوين الصحفية" بوزن نسبي (58.80%).

ثانياً: تأثير الانتماءات والجماعات المرجعية في إخراج العناوين في صحف الدراسة:

كشفت الدراسة الميدانية أنّ مجالات الانتماءات والجماعات المرجعية كافة؛ لها تأثيرات إيجابية أقرب للمحايدة في إخراج العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية، بوزن نسبي (63.9%)، وانحراف معياري (11.5).

ويفسر الباحث تراجع الوزن النسبي في الاتجاهات الإيجابية بالنسبة للمخرجين، لمحاولة تخلصهم من أعباء وقيود الجماعات المرجعية على ضبط العمل لديهم، عدا عن التزام المخرجين غالباً بمحتوى ومضمون الرسالة الإعلامية الموجهة من إدارة التحرير.

ويرتفع الوزن النسبي لـ(87.2%) أي باتجاهات إيجابية جداً لدى المخرجين حول حرصهم على الحقيقة في إخراج العناوين ولو كان على حساب الجماعة التي ينتمون إليها، وكذلك ارتفاعها في شعورهم بالانتماء للصحيفة أثناء إخراج عناوين موضوعاتها التي جاءت بوزن نسبي (85.0%) أي ما يشير إلى اتجاهات إيجابية جداً.

في حين تظهر نتائج الدراسة أنّ الفقرة العاشرة والأخيرة في هذا المحور "أخرج العناوين الصحفية بما يتناسب مع أهدافي" بلغ الوزن النسبي لها (53.4%) وهو ما يشير إلى اتجاهات محايدة أقرب إلى السلبية، وهو ما يعزز أنّ المخرج الصحفي يخضع لسكرتير التحرير الذي يتلقّى تعليماته مباشرة من المحرر المسؤول، ولا يملك أهدافاً يستطيع بثّها من خلال إخراجها للعناوين، ويختلف ذلك مع دراسة (Duanprakhon) ⁽¹⁾، التي أكدت على أنّ الطريقة التي تختارها الصحف في عمل التقارير وإبراز عناوينها تحمل أهدافاً وأجندة خاصة.

(1) Duanprakhon, Critical Discourse Analysis of News Headlines. (P.110).

المطلب الخامس: تأثير الضغوط المهنية وعلاقات العمل في تحرير العناوين وإخراجها في صحف الدراسة:

أولاً: تأثير الضغوط المهنية وعلاقات العمل في تحرير العناوين في صحف الدراسة:

كشفت الدراسة الميدانية أنّ مجالات الضغوط المهنية وعلاقات العمل كافة؛ لها تأثيرات إيجابية في تحرير العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية، بوزن نسبي (61.3%)، وانحراف معياري (8.0).

وتشير النتائج إلى وجود تراجع في الاتجاهات الإيجابية لدى محرري العناوين، حول تأثير الضغوط المهنية على تحريرهم للعناوين، رغم وجود أوزان نسبية تشير إلى وجود اتجاهات إيجابية حول حرص المحررين داخل بيئة العمل في تطوير المحتوى، خاصة في فقرة "أشاور مع زملائي عند تحرير بعض العناوين"، بوزن نسبي (74.8%)، لأنّ "ارتباط محرر العناوين بالاتصال مع زملائه في علاقات تفاعل تحمل بعداً اجتماعياً، وتشكل هذه العلاقات إطاراً مرجعياً يستمد منه المحرر معايير، كما يفرض الواقع البيروقراطي في حجرة الأخبار إطاراً دلاليّاً يعبر عن آراء صاحب المؤسسة الإعلامية".⁽¹⁾

ويعزو الباحث ذلك إلى حرص المحرر الدائم على التحلل من الضغوط التي يمكن أن تؤثر على سلامة المعنى أو حرف مساره المهني، رغم محاولات السلطة السياسية والمرجعيات فرض سطوتها على المحتوى، حيث "لا شيء يقضي على موضوعية عناوين الأخبار قدر توجيه الإعلام من الحكومات".⁽²⁾

وهذا ما تؤكد نظرية حارس البوابة التي تشير إلى أنّ "القائم بالاتصال يتعرض لعدد من الضغوط التي تؤثر على توافقه مع المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها والتوقعات التي تحدد دوره في نظام الاتصال"⁽³⁾.

وتظهر نتائج الدراسة اتجاهات إيجابية في فقرة "أستفيد من الصحف الأخرى في تحرير العناوين" بوزن نسبي (69.4%)، لكنّها نسبة قليلة مقارنة مع استفادة المحرر من زملائه عند تحرير بعض العناوين التي بلغت (74.8%)، ويرجع ذلك "لصحافة اليوم التي لم تعد تنطلق في عملها على أسس واعتبارات

(1) الجميلي، والعاني. صناعة الأخبار الصحفية والتلفزيونية (ص164)

(2) حجاب، مدخل إلى الصحافة (ص212).

(3) مكاي، والسيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة (ص183).

مهنية بحتة، تحتم عليها أن تقدم للقارئ كل ما تراه من أخبار هامة بصرف النظر عن مصدرها أو تأثيرها، بل هي تعبر عن اتجاهات وعقائد وأيديولوجيات". (1)

وكان موقف المحررين اتجاه تفسيرهم للظرف السياسي المحيط بهم وتأثيره على مضمون محتوى العناوين، وذلك بالنظر إلى فقرة "يؤثر المناخ السياسي السائد سلبيًا على تحريري العناوين الصحفية" موقفًا محايدًا أقرب إلى السلبي، بوزن نسبي (53.6%)، ما يعبر عن تهرب المحرر من التعبير عن الظرف السياسي المحيط به.

وتكشف نتائج الدراسة اتجاهات إيجابية لفقرة "تلتزمي السياسة التحريرية بتحرير عناوين ذات طابع معين" بوزن نسبي (60.2%)، ما يجعل الصحيفة تتعامل بدكتاتورية مع المحررين، وهو يتفق مع دراسة (الربيعي) (2) التي أكدت على أن ارتباط صياغة عناوين الأخبار بالسياسة التحريرية للجريدة يؤدي إلى فسح المجال أمام الجريدة لإقحام رأيها في الصياغة ويجعلها غير حيادية.

ثانيًا: تأثير الضغوط المهنية وعلاقات العمل في إخراج العناوين في صحف الدراسة:

كشفت الدراسة الميدانية أنّ مجالات الضغوط المهنية وعلاقات العمل كافة؛ لها تأثير إيجابي في إخراج العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية، بوزن نسبي (69.5%)، وانحراف معياري (10.96).

ويرى الباحث أنّ النتائج تشير إلى وجود اهتمامات إيجابية لدى مخرجي العناوين في الارتباط بعلاقات العمل، مقارنة بوجود اتجاهات محايدة حول التعليق عن السياسة التحريرية وقانون المطبوعات، وهو ربما يعكس حالة الخوف لدى هؤلاء في التعليق على الظرف السياسي سواء المتعلق بالسياسة التحريرية أو المتعلق بالوضع السياسي العام.

وأظهرت نتائج الدراسة اتجاهات إيجابية جدًا في فقرة "أشاور مع زملائي عند إخراج بعض العناوين" بوزن نسبي (85.8%)، ما يشير إلى أنّه " يتحقق تأثير اتجاهات زملاء العمل؛ لأنهم يعملون على إرضاء زملائهم ورؤسائهم". (3)

(1) حجاب، مدخل إلى الصحافة (ص214).

(2) الربيعي، طرائق قياس مستوى الكفاءة الاتصالية في عناوين الأخبار دراسة في بناء مقياس العنونة الخبرية، (ص371).

(3) الجميلي والعاني. صناعة الأخبار الصحفية والتلفزيونية (ص163)

وكانت الاتجاهات إيجابية جدًا حول فقرة "تلتزمنا السياسة التحريرية بإخراج عناوين ذات طابع معين" بوزن نسبي (80.8%)، مما يشير إلى أنّ السياسة التحريرية تهيمن على كل وجوه الصحيفة، بدءًا من نوع الأخبار التي تنتشر إلى حجم الحروف التي تعتمد عليها في الطباعة، وبالتالي فهي تؤثر في اختيار العناوين، بحيث تتفق العناوين الصحفية مع توجهات السياسة التحريرية في الصحف.

ويتفق الباحث مع حجاب في أنّ الرقابة "تقيد حرية إصدار الصحف أو مراجعة عناوين الأخبار بمعرفة الرقيب أو بتحمل رئيس التحرير مسؤولية ما ينشر وما يصاغ داخل صحيفته سواء كانت الرقابة استثنائية أو التدخل من خلال الحذف والانتقاء والتعديل والتنقيح والتحرير والاقتصار على معلومات يراها من وجهة نظره فقط (1)".

المطلب السادس: تأثير قيم المجتمع وتقاليد في تحرير العناوين وإخراجها في صحف الدراسة:

أولاً: تأثير قيم المجتمع وتقاليد في تحرير العناوين في صحف الدراسة:

كشفت الدراسة الميدانية أنّ مجالات قيم المجتمع وتقاليد كافة؛ لها تأثير إيجابي في تحرير العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية، بوزن نسبي (74.4%)، وانحراف معياري (10.7). ويرجع الباحث ذلك إلى أنّ الصحافة جزء من المجتمع، لذا لا تستطيع أن تتسلخ عن قيمه وعاداته، بل يقع على عاتقها تدعيمها وتقويتها.

وهذا ما تؤكدّه أيضًا نظرية حارس البوابة التي تشير إلى أنّ "النظام الاجتماعي يؤثر بقيمه ومبادئه على القائمين بالاتصال، فقد يضحى القائم بالاتصال أو وسائل الإعلام أحيانًا بالسبق الصحفي بسبب قيم المجتمع وتقاليد". (2)

وتلتقي نتائج دراسة تأثير قيم المجتمع وتقاليد في تحرير العناوين بوزن نسبي (74.4%)، مع تأثير عوامل الجمهور في تحرير العناوين بوزن نسبي (74.9%)، حيث كانت النسب متقاربة.

(1) حجاب، مدخل إلى الصحافة (ص212-213)

(2) مزاهرة نظريات الاتصال (ص258)

وتشير النتائج إلى وجود اتجاهات إيجابية جدًا في فقرة "أحرص على تحرير عناوين الموضوعات التي تعمل على تقوية قيم المجتمع" بوزن نسبي بلغ (83.4%)، ويرى الباحث أن هذه النتيجة طبيعية لارتباط العلاقة بين المنظومة الإعلامية وعوامل المجتمع وقيمه، وطبيعة العلاقة المتداخلة بينهما، ونظرًا لأن كل وسيلة إعلامية تعمل في فضاء وحيز متداخل من الضوابط والمعايير المجتمعية.

وتختلف نتائج الدراسة مع دراسة (Duanprakhon) ⁽¹⁾، التي توصلت إلى أن الصحف التايلندية تستخدم كلمات مبالغ فيها في العناوين لإعادة إحياء الصورة المتعلقة بالأعمال العنيفة، مما يثير الغضب والقلق والحذر لدى القراء.

وبدت الاتجاهات إيجابية جدًا حول حفاظ المحرر على الروابط الاجتماعية، وذلك بفقرة "أرفض تحرير عناوين تؤثر على الروابط الاجتماعية للشعب الفلسطيني" بوزن نسبي (82.2%)، وذلك نظرًا لخصوصية الواقع المجتمعي وعلاقاته، والخشية من التعرض لرموز وطنية وقومية، قد تؤدي إلى حدوث ردود فعل سلبية ضد الصحيفة، وهو ما يفسر الاتجاهات الإيجابية لدى المحررين في فقرة "أرفض تحرير عناوين تنال من شخصيات ترمز إلى أسس وتقاليد المجتمع"، التي جاءت بوزن نسبي (72.2%)، وهذا يؤكد على أن "قيم المجتمع تؤثر بشكل قوي وغير مباشر في عملية الاتصال به، تبعًا لسمات المجتمع وحاجاته". ⁽²⁾

وكشفت الدراسة وجود اتجاهات إيجابية في فقرة "أراعي في تحرير العناوين استخدام المصطلحات السائدة في المجتمع" بوزن نسبي (71.2%)، مما يشير إلى رغبة المحرر في مخاطبة مجتمعه بثقافته التي يفهمها، وأن تكون رسالته واضحة غير مشوشة.

وتتفق نتائج الدراسة مع دراسة (Sherpa) ⁽³⁾، التي أكدت على أن الاستخدام السيئ للأسماء غير المألوفة في العناوين الإخبارية؛ يؤدي إلى نفور القارئ من قراءتها.

كما وتظهر نتائج إيجابية أقرب للمحايدة في فقرة "أحرص أثناء تحرير العناوين على إظهار السلوكيات التي تتنافى مع قيم المجتمع لتجنبها" بوزن نسبي (66.8%)، ويعزو الباحث ذلك إلى خشية

(1) Duanprakhon, Critical Discourse Analysis of News Headlines. (P.110).

(2) الحقو مناهج كتابة الأخبار الإعلامية وتحريرها (321).

(3) Sherpa, A study on strategic use of language in newspaper headlines. (P.72).

المحرر من ردود الفعل التي يمكن أن تشوش سلبيًا على مسار الرسالة الإعلامية، وقد تفهم بشكل مختلف عن المعنى المراد توصيله؛ وبالتالي تؤدي إلى نتائج عكسية.

ثانيًا: تأثير قيم المجتمع وتقاليدِه في إخراج العناوين في صحف الدراسة:

كشفت الدراسة الميدانية أنّ مجالات قيم المجتمع وتقاليدِه كافة؛ لها تأثير إيجابي جدًا في إخراج العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية، بوزن نسبي (85.9%)، وانحراف معياري (15.4).

وتعكس نتائج الدراسة الاهتمامات الإيجابية جدًا لدى المخرجين في إخراج عناوين الموضوعات التي تعمل على تقوية أواصر المجتمع؛ للمساهمة في خلق جانب كبير من الثقافة والحفاظ على القيم المجتمعية.

وتشير النتائج إلى وجود اهتمامات إيجابية جدًا لدى مخرجي العناوين حول فقرة "أحرص على إخراج عناوين الموضوعات التي تعمل على تقوية قيم المجتمع" بوزن نسبي (96.4%)، وبنسبة أكبر من المحررين الذين يحرصون على تحرير عناوين الموضوعات التي تقوي قيم المجتمع، حيث بلغ وزنها النسبي (83.4%)، وذلك لأنه يقع على عاتق المخرجين إبراز الصور والحروف التي تشكل اللوحة البصرية الأبرز في تسويق الرواية.

وكشفت الدراسة وجود اتجاهات إيجابية جدًا في فقرة "أحرص على إخراج الموضوعات التي تظهر السلوكيات التي لا تتنافى مع قيم المجتمع" بوزن نسبي (91.4%)، مما يدل على أنّ المخرج الصحفي يسعى إلى إظهار الصورة المشرقة لمجتمعه، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (Duanprakhon) ⁽¹⁾، التي توصلت إلى أنّ الصحف التايلندية تستخدم كلمات مبالغًا فيها في العناوين لإعادة إحياء الصورة المتعلقة بالأعمال العنيفة، مما يثير الغضب والقلق والحذر لدى القراء

كما تظهر النتائج وجود اهتمامات إيجابية جدًا، أعلى لدى المخرجين في الابتعاد عن العناوين التي تنال من الشخصيات التي ترمز إلى أسس وتقاليد المجتمع، بوزن نسبي بلغ لدى المخرجين (80.8%)، مقارنة مع وزن نسبي بلغ لدى المحررين (72.2%) مما يشير إلى اتجاهات إيجابية، وذلك لبحث المحرر

(1) Duanprakhon, Critical Discourse Analysis of News Headlines. (P.110).

غالبًا عن المغامرة في تناول الموضوعات الاجتماعية، عكس المخرج الذي يسعى إلى الالتزام بما يمليه عليه سكرتير التحرير.

ويرى الباحث أنّ الاهتمامات الإيجابية لدى المخرجين في التعامل مع الظروف المجتمعية أكثر التزامًا من المحررين، وذلك تقيّدًا بالسياسة التحريرية التي لا توفر للمخرج غالبًا الهامش الموفر لمحرر العناوين، ويدلّل على ذلك الوزن النسبي للجدول السابق الخاص بتأثير "الضغوط المهنية وعلاقات العمل على إخراج العناوين في صحف الدراسة" في فقرة "تلزمني السياسة التحريرية بإخراج عناوين ذات طابع معين" حيث جاءت باتجاه إيجابي جدًّا بوزن نسبي (80.8%)، بينما كان الاتجاه إيجابيًا قريبًا من محايد؛ لمحرر العناوين في الالتزام بالسياسة التحريرية بوزن نسبي (60.2%).

ويقول (أحمد) ⁽¹⁾ إنّ "المخرج يخضع للسياسة العامة للصحيفة، وما يمليه عليه سكرتير التحرير في بداية يومه، إذ تعقد الصحيفة اجتماعًا لدسك الإخراج، وتوزيع المهام، وإعطاء الأجنحة الخاصة بالأحداث العامّة، ويبقى للمخرج دوره الإبداعي في العملية الإخراجية، دون التطرق لما يخل بالسياسة العامة للمؤسسة".

المطلب السابع: تأثير استخدام الصحفيين للتكنولوجيا في تحرير العناوين وإخراجها في صحف الدراسة:

أولاً: تأثير استخدام الصحفيين للتكنولوجيا في تحرير العناوين في صحف الدراسة:

كشفت الدراسة الميدانية أنّ مجالات استخدام الصحفيين للتكنولوجيا كافة؛ لها تأثيرات إيجابية في تحرير العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية، بوزن نسبي (76.8%)، وانحراف معياري (13.7).

وتشير نتائج الدراسة إلى وجود اتجاهات إيجابية في استخدام الصحفيين للتكنولوجيا والتعامل مع التطور التكنولوجي، الذي بات يسهل من عملية التواصل مع الجمهور، ويؤدّي دورًا إيجابيًا في التأثير بتحرير العناوين الصحفية.

ويفسر الباحث اهتمام المحررين في الوسائط التكنولوجية، لمساعدة الصحيفة في الحصول على رجع الصدى اتجاه عملية الاتصال التي يجريها، وطبيعة المحتوى الذي تعدّه الوسيلة الإعلامية.

(1) فادي أحمد، رئيس قسم الإخراج في صحيفة فلسطين، قابله: محمد أبو زيدة (9 مايو/ أيار 2017م).

"ولإصدار الصحيفة لا بد من تضافر عدة تقنيات وأنظمة لجمع ومعالجة وإنتاج ونشر وتبادل المعلومات، تكون بما يسمى نظام تكنولوجيا الاتصال الصحفي، تساعد هذه التقنيات الصحيفة إمكانية الحصول على المادة الصحفية وتجهيزها ومعالجتها وتخزينها واسترجاعها وإنتاجها ونشرها وتبادلها".⁽¹⁾

كما وبرز وجود اتجاهات إيجابية في فقرة "اختصرت التكنولوجيا الوقت في تحرير العناوين الصحفية" بوزن نسبي (79.4%)، مما يشير إلى أنّ استخدام المحررين للتكنولوجيا ساعدهم في اختصار الوقت في عملية التحرير، وعزز من مهاراتهم وقدراتهم في تحرير أسرع لعناوينهم.

وتتفق نتيجة الدراسة مع دراسة (De Kok)⁽²⁾، التي أكدت على أنّ النظام المستخدم في تحرير العناوين بطريقة إلكترونية؛ يولّد قواعد جديدة في إنتاج العناوين الصحفية تعكس ثقافة لغوية في العناوين.

وأظهرت الدراسة اتجاهات إيجابية في الفقرة العاشرة "تقلل التكنولوجيا من الأخطاء اللغوية في تحرير العناوين" بوزن نسبي (73.2%)، ويعزو الباحث ذلك إلى اعتماد الصحفيين على مهاراتهم اللغوية في تحرير العناوين، أكثر من اعتمادهم على التكنولوجيا.

ثانياً: تأثير استخدام الصحفيين للتكنولوجيا في إخراج العناوين في صحف الدراسة:

كشفت الدراسة الميدانية أنّ مجالات استخدام الصحفيين للتكنولوجيا كافة؛ لها تأثيرات إيجابية في إخراج العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية، بوزن نسبي (93.9%)، وانحراف معياري (10.6).

ويرجع الباحث هذه النتيجة إلى طبيعة الانسجام الوظيفي بين عملية الإخراج التي تعتمد على الوسائل التكنولوجية وعملية التطور في البرامج التي تساعدهم في إنجاز مهامهم الوظيفية، ولاعتقادهم أنّ التكنولوجيا تقدم فرصاً أفضل للاطلاع على إخراج عناوين الصحف الأخرى، ودورها في تعزيز مهارات الإخراج لديهم، ومساعدتهم في استخدام أشكال حروف متنوعة في إخراج العناوين، وجمع العناوين بالأحجام المناسبة.

(1) علم الدين. الإخراج الصحفي (ص20-21).

(2) De Kok, Headline generation for Dutch newspaper articles, through transformation-based learning. (P.63).

وتتيح التكنولوجيا للمخرج الحصول على المادة الصحفية وتجهيزها ومعالجتها وتخزينها واسترجاعها وإنتاجها ونشرها وتبادلها، وعدم توافرها يعد معوقاً مهماً في عملية إنتاج الصحيفة ويؤثر على إخراج العناوين⁽¹⁾.

وقد جاءت فقرة "توفر لي التكنولوجيا فرصاً أفضل للاطلاع على إخراج عناوين الصحف الأخرى" في المرتبة الأولى بوزن نسبي (97.2%)، مما يدل على وجود اتجاهات إيجابية جداً نحوها، يليها بنفس الدرجة فقرة "عززت التكنولوجيا من مهاراتي في إخراج العناوين الصحفية" بوزن نسبي (96.4%)، وجاءت في الترتيب الأخير فقرة "اختصرت التكنولوجيا الوقت في إخراج العناوين الصحفية" بوزن نسبي (90.0%)، مما يدل على وجود اتجاهات إيجابية جداً نحوها.

ويُرجع الباحث هذه الاتجاهات الإيجابية جداً التي وُجدت في جميع فقرات المحور؛ إلى ضرورة التكنولوجيا في عمل المخرج الصحفي، لما توفر له من جهدٍ ووقت ومعلومات واسعة أثناء إخراجها للعناوين الصحفية.

"وعلى المخرج أن يكون ملماً وخبيراً وممارساً للتطورات التكنولوجية التي تتصل بعمله كالحاسب الآلي بملحقاته وبرامج التصميم وتكنولوجيا الصحافة، مثل تكنولوجيا نقل الصورة الصحفية عن بعد، والصور الرقمية، ومعالجتها، ونظم النشر الإلكتروني، وأن يكون على دراية كاملة بمكونات التصميم ومبادئه، والبناء الأساسي لأشكال الإخراج الرأسي والأفقي معاً، وعارفاً بلغة التصميم⁽²⁾.

وأظهرت الدراسة وجود اتجاهات إيجابية جداً في فقرة "تتيح التكنولوجيا استخدام الألوان بشكل دقيق أثناء إخراج العناوين الصحفية" بوزن نسبي (95.0%)، واتفق ذلك مع نتائج دراسة (رشيد، وعزيز)⁽³⁾، التي توصلت إلى أن صحف الدراسة تعتمد على لونين في كتابة العناوين وهما اللون الإضافي (الأحمر)

(1) علم الدين، الإخراج الصحفي (ص21).

(2) شفيق، الجوانب العملية في إخراج الجريدة (ص28-31).

(3) رشيد، وعزيز، فن إخراج العنوان الصحفي في الصفحة الأولى لجريدة الصباح العراقية للمدة من 2012/1/1 ولغاية 2012/1/31، (ص838).

لكتابة المانشيت واللون الأساس (الأسود) لكتابة بقية أنواع العناوين، واتفقت أيضًا مع دراسة (يعقوب) (1)، التي أكدت على أنّ نسبة 64% من الباحثين يفضلون كثافة الألوان أثناء تصميم عناوين الصحيفة.

المطلب الثامن: أهم القيم المهنية التي ينبغي أن يتحلّى بها الصحفيون عند تحرير العناوين وإخراجها في صحف الدراسة:

أولاً: أهم القيم المهنية التي ينبغي أن يتحلّى بها الصحفيون عند تحرير العناوين في صحف الدراسة:

تشير نتائج الدراسة الميدانية؛ إلى أنّ المحرر يهتم بمبدأ المهنية في تحرير العناوين، بمعزل عن التأثيرات والقيود، فقد بلغ الوزن النسبي للمحررين الذين يرون أنّ أهم القيم التي ينبغي أن يتحلّى بها الصحفي عند تحرير العناوين هي "الاعتماد على مبدأ المهنية في تحرير العناوين" بوزن نسبي (94.2%).

ويرى الباحث أن هذه النسبة مؤشر على وجود رغبة قوية لدى الصحفيين بتقديم المهنية على الميول التنظيمية، وما تفرضها من رغبات في إدارة المحتوى الإعلامي، ويعود هذا الخوف إلى غياب عنصر الأمان لدى المحرر والصحفي في البحث عن مصادر المعلومات والوصول إليها بحرية في ظل القيود المشددة عليها في بعض الأحيان، ونتيجة اضطراب الموقف السياسي والأمني في الأراضي الفلسطينية، فإن السلطات غالبًا لا توفر الحرية الكاملة للوصول إلى المعلومة، مما ينعكس سلبيًا على رغبة وجراة الصحفي في البحث عن المعلومة.

وتتفق نتائج الدراسة مع دراسة (Bedrichova) (2)، التي أكدت أنّ الموضوعية في العناوين؛ تعطي القراء فضولًا لقراءة أجزاء من المحتوى، وتجعل الصحيفة مصدرًا حصريًا للصحف الأخرى، بينما تختلف مع دراسة (Bukhari) (3)، التي توصلت إلى أنّ الصحف الأوردية تعمل على تهويل الأخبار لأجل مصالحها، وتختلف أيضًا مع دراسة (Brandenstein) (4)، التي توصلت إلى أنّ استخدام الإثارة في صحف الدراسة الإخبارية ارتفع آخر 80 عامًا، تلبية لاحتياجات القراء.

(1) يعقوب، تطور إخراج عناوين الصفحة الأولى في الصحف المصرية وعلاقتها بتطور القيم الجمالية والوظيفية والتقنية للحرف الطباعي: دراسة حالة على صحيفة الأهرام من عام 1940 إلى عام 2005، (ص129).

(2) Bedrichova, Headlines and Subheadlines In Newspaper Reportin (P.70).

(3) Bukhari, Comparative Study of Urdu and English Newspaper Headlines of Pakistan (P.218).

(4) Brandenstein, Sensationalism and political headlines; an exploration of front page headline. (P.28).

وأظهرت نتائج الدراسة أنّ فقرة "الحرص على تحرّي صدق المعلومة قبل تحرير العناوين" بلغ وزنها النسبي (72.7%)، وقد جاءت في الترتيب الثاني، مما يُعطي مؤشراً على أنّ هذه الصفة مهمة لدى المحررين، فإن تتبع الحقائق والوقائع والالتزام بروايتها كما وقعت هي الضمانة الأساسية للفوز بثقة الجمهور. وقد توصلت النتائج أنّ فقرة "الالتزام بالأمانة في نقل المعلومة أثناء تحرير العناوين الصحفية" حصلت على وزن نسبي (66.9%)، وقد جاءت في الترتيب الثالث، وهذا يدل على حرص الصحفي نقل المعلومة بأمانة إلى جمهوره.

وتظهر نتائج الدراسة أنّ فقرة "حماية مصادر المعلومات السرية" بوزن نسبي (49.6%)، وهذا يدل على عدم قدرة الصحفي على حماية مصادر المعلومات، لذا يجب عليه الحرص على حماية مصادره، وعدم فقدانها؛ لضمان توفّر مصادر يلجأ إليها المحرر للحصول على أخبار.

"وعدم إفشاء الصحفي عن هوية مصدر معلوماته قد يؤدي ذلك إلى إيذاء المصدر، وهنا ينبغي أن ينشر الصحفي الموضوع دون الإشارة إلى مصدر معلوماته"⁽¹⁾.

ويتضح من نتائج الدراسة، أنّ فقرة "أحرر العناوين الصحفية بتجرّد تام دون إدخال مصالح شخصية" بوزن نسبي (49.6%)، وهذا يتطلّب من الصحفي وقفة؛ لتغليب المصلحة العامة على المصالح الشخصية بشكل أكبر أثناء تحرير العناوين الصحفية.

ثانياً: أهم القيم المهنية التي ينبغي أن يتحلّى بها الصحفيون عند إخراج العناوين في صحف الدراسة:

تشير نتائج الدراسة الميدانية؛ إلى تراجع الوزن النسبي نحو فقرة "الاعتماد على مبدأ المهنية في إخراج العناوين" التي بلغت بوزن نسبي (71.4%) من عيّنة المخرجين، مقابل (94.2%) من عيّنة المحررين اعتمدوا على مبدأ المهنية في تحرير العناوين.

(1) الأزرق، حرية الصحافة في مصر، (ص111)

ويعزو الباحث هذا التراجع إلى الهامش المحدود الذي يتمتع به المخرجون في اختيار العناوين، التي عادة ما تفرض عليهم من سكرتير الإخراج، ويكون معدًا من قسم التحرير ومطلعًا عليه رئيس القسم، ويكون قد عبر عدة نوافذ وصولًا إلى المخرج، مما يقلل من سلطته ونفوذه على مهنية العنوان.

وكانت فقرة "الالتزام بالأمانة في نقل المعلومة أثناء إخراج العناوين الصحفية" قد حصلت على المرتبة الثانية بوزن نسبي (57.1%)، يليها في المرتبة الثالثة "عرض وجهات النظر بتوازن أثناء إخراج العناوين الصحفية" بنسبة (53.6%)، بينما جاءت في المرتبة الأخيرة "البعد عن الإثارة أثناء إخراج العناوين الصحفية" بنسبة (32.1%).

ويرى الباحث أنّ هذه النسبة المتدنية للمخرجين مقارنة مع المحررين؛ هي نتيجة عدم وجود احتكاك بين المخرجين والبيئة الأمنية والسياسية الخارجية، وعدم إدراك عواقب التحدي القائم بين الصحفيين والمنظومة القائمة على حراسة مصادر المعلومات، ويعود أيضًا إلى أنّ المخرجين يفضلون عادة العناوين الجذابة والمثيرة في محاولة لخلق حالة إبداع في إبراز هذه العناوين التي تستهوي عادة القراء.

وتظهر النتائج اختلافًا كبيرًا بين المخرجين اتجاه فقرة "التحلي بالمسؤولية الاجتماعية أثناء إخراج العناوين الصحفية" بوزن نسبي (46.4%)، وفقرة "مراعاة الدقة في إخراج العناوين" بوزن نسبي (35.7%)، وبين اتجاهات المحررين لذات الفقرات التي بلغت بين (60.3%)، و(63.6%)، وهذا يشير إلى أنّ المحررين يدركون أهمية الالتزام بالدقة والتحلي بالمسؤولية من واقع احتكاكهم ونتيجة لارتباطهم بقيادة العمل بشكل مباشر، "وتقديرهم للمسؤولية الاجتماعية التي يتعين على الصحفي الالتزام بها ومراعاتها عند ممارسة عمله الصحفي، إذ إنّها الوسيلة التي تضيء له الطريق وتوجهه في مختلف المواقف والموضوعات التي يواجهها في العمل، التي تصون كرامته وتحميه من التعرض لأي إذلال أو ضغط" (1)

(1) عبد الحميد، حرية الصحافة: دراسة تحليلية في التشريع المصري والقانون المقارن (ص273).

المطلب التاسع: أهمّ الصعوبات التي يواجهها الصحفيون عند تحرير العناوين وإخراجها في صحف الدراسة:

أولاً: أهمّ الصعوبات التي يواجهها الصحفيون عند تحرير العناوين في صحف الدراسة:

تشير نتائج الدراسة الميدانية إلى وجود صعوبات لدى محرري العناوين في الصحف المحلية، حيث تنصدر فقرة "قيود يفرضها رؤساء التحرير على الصحفيين أثناء تحرير العناوين"، وقد تساوت مع فقرة "السياسة التحريرية للصحيفة" بوزن نسبي (57%) لكل منهما، ويرى الباحث أن هذه النتيجة منطقية، لأن رؤساء التحرير يلتزمون بتطبيق السياسة التحريرية للصحيفة في تحرير العناوين، وتشكل السياسة التحريرية للصحيفة التحدي الأكبر أمام الصحفيين، بفعل انتماء عديد من وسائل الإعلام المكتوبة والصحفية لأيديولوجيات فكرية مختلفة.

فريسي التحرير هو المسؤول الأول عن الجريدة مضموناً وشكلاً، وتخطيطاً وتنفيذاً، وهو المحرك والقائد والموجه، وكلما كانت شخصيته خلاقاً مبدعة؛ أثر ذلك على نوعية تحرير عناوين الجريدة، وكذلك إخراجها (1).

وقد أظهرت الدراسة أن فقرة "ضعف الحوافز المقدمة للصحفيين الذين يحررون عناوين جيدة" بوزن نسبي (51.2%)، وقد جاءت في المرتبة الثالثة، وهذا يدل على أن صحف الدراسة؛ لا تولي اهتماماً بالمحررين المبدعين، ولا يتم تحفيزهم مادياً، وهذا يتسبب بتراجعهم في الاهتمام والإبداع بتحرير عناوين جيدة.

وقد حصلت فقرة "نمط ملكية الصحيفة" على وزن نسبي (49.6%)، وهذا يشير إلى مدى تأثر صحف الدراسة بنمط الملكية "الحزبية" في تحرير العناوين.

وتشير نتائج الدراسة إلى أن فقرة "عدم معرفة المعايير المهنية الصحيحة لتحرير العناوين" حصلت على أقل وزن نسبي بلغ (17.4%)، مما يدل على اهتمام الصحفيين بالمعايير المهنية الصحيحة وحرصهم على معرفتها لتطبيقها عند تحرير العناوين.

(1) علم الدين، الإخراج الصحفي (ص19).

ثانيًا: أهم الصعوبات التي يواجهها الصحفيون عند إخراج العناوين في صحف الدراسة:

تشير نتائج الدراسة الميدانية إلى وجود صعوبات لدى الصحفيين عند إخراج العناوين الصحفية، وفي المقدمة منها فقرة "قيود يفرضها قانون المطبوعات الفلسطيني على بعض العناوين"، وفقرة "قيود يفرضها سكرتير التحرير على الصحفيين أثناء إخراج العناوين" بوزن نسبي (35.7%) لكلٍ منهما، وهو ما يحد من إبداع المخرج إن وجد أنّ كل فكرة يمارسها على العناوين تقابل بالرفض، أو يتم تقييدها.

ويقول (حبيب) ⁽¹⁾ إنّ "عمل سكرتير التحرير يقوم على إعطاء الأهمية النسبية لكل عنوان يتم إخراجها، لكنّه لا يشترط به أن يحد من إبداع المخرجين على ديسك الإخراج، ويعطيهم هامشًا من الحرية في إخراج أفضل ما لديهم من أفكار، وعدم الاعتماد على الروتين في العملية الإخراجية".

ويليها في المرتبة الثانية كل من "القيود الاجتماعية (عادات وتقاليد) تكبّل الصحفي"، و "يمتّل ضيق الوقت عقبة تحول دون الإبداع في إخراج العناوين"، و "ميل الصحيفة إلى إخراج عناوين تقليدية"، و "ضعف الحوافز المقدمة للصحفيين الذين يخرجون عناوين جيدة" بنسبة (32.1%)، وجميعها عقبات من الصحيفة أمام إبداع المخرج الصحفي، وبالتالي على الصحيفة أن تسعى إلى إعطاء الوقت الكافي للمخرج أثناء إخراجها العناوين، خاصّة تلك التي تتطلب رؤية إبداعية وتحتاج إلى عملية إخراجها وإبرازها بطريقة ذكية؛ لا سيّما أنّ "إخراج العنوان؛ فن وخبرة ودراسة ومعايشة، وقد خصصت صحف كثيرة "سكرتير تحرير" للعناوين فقط ⁽²⁾، وبالتالي يرى البعض أن العنوان من أهم وسائل النجاح لأي صحيفة ⁽³⁾، وبالتالي يمتّل ضيق الوقت عقبة تحول دون الإبداع في إخراج العناوين، عدا عن ميل الصحيفة إلى إخراج عناوين تقليدية.

كما كانت الصعوبات سلبية للغاية اتجاه ضعف الحوافز للصحفيين الذي يحررون عناوين جيدة، ويفسر الباحث هذه الصعوبات نظرًا لدورها في تحجيم قدرات الصحفي، والتسبب بإحباطه.

يليها في المرتبة الثالثة "عدم تعاون المسؤولين وسكرتير التحرير مع الصحفيين أثناء إخراج العناوين"، و "السياسة التحريرية للصحيفة"، بنسبة (28.6%)، ويرجع الباحث هذه النتائج إلى تقييد سكرتير

(1) ماجد حبيب، محاضر في جامعة الأقصى، قابله: محمد أبو زائدة (11 مايو/أيار 2017م).

(2) صبحي، الجورنال من الصفحة الأولى للصفحة الأخيرة (ص123).

(3) فهمي، فن تحرير الصحف الكبرى (ص90).

التحرير والسياسة التحريرية لإمكانيات وقدرات المخرج الصحفي، وإعطائه هامشاً من الحرية لاستنهاض الحالة الإبداعية اتجاه الطاقة الذاتية الكامنة لديه.

وتظهر الصعوبات بشكل كبير لدى الصحفيين من ضعف ثقة الجمهور بالعناوين التي يخرجها الصحفي، إذ أظهرت النتائج قلة تأثير فقرة "أعاني من ضعف ثقة الجمهور بالعناوين التي أخرجها" بنسبة (14.3%)، ويُرجع الباحث ذلك إلى إعطاء المخرج اهتماماً بثقافة وخصائص الجمهور المستهدف، وبالتالي يتم إخراج عناوين تكسب ثقة الجمهور، "ويجب أن تقتزن معرفة العنوان وطريقة إخراجها بدراسة أحوال الناس وأمزجتهم ورغباتهم وما يرضيهم وما لا يرضيهم"⁽¹⁾.

المطلب العاشر: أهم المقترحات التي يمكن أن تسهم في تحسين تحرير العناوين وإخراجها في صحف الدراسة:

أولاً: أهم المقترحات التي يمكن أن تسهم في تحسين تحرير العناوين في صحف الدراسة:

تشير نتائج الدراسة الميدانية إلى أنّ ما نسبته (81.0%) من المحررين في عينة الدراسة قد اقترحوا "الالتزام بالدقة في تحرير العناوين"، حيث بلغت في المرتبة الأولى، وهذا يدل على إيمانهم بقيمة العناوين التي تكون دقيقة في محتواها؛ "ويمكن تحديد فعالية النص الصحفي، انطلاقاً من قيمته وحيوية مضمونه وغناء شكله وإتقان أسلوبه وصحة لغته وواقعية أخباره وعكسه للواقع الموضوعي بصدق وأمانة وإجابته على قضايا الناس اليومية"⁽²⁾.

"إنّ تحري الدقة في كل ما ينشر بالصحيفة؛ يعتبر هو الأساس لتحقيق مصداقية الصحيفة، ولا تعني حرية الصحافة التهويل أو التهوين من بعض الأحداث، أو تغيير بعض البيانات، أو الإحصاءات، أو عدم الاهتمام بالدقة في نقل المعلومة"⁽³⁾.

بينما جاء في المرتبة الثانية "مراعاة المهنية في تحرير العناوين" بنسبة (80.2%)، "ويأتي هذا الاعتبار في مقدمة الاعتبارات التي تتحكم في اختيار الأخبار وإعدادها للنشر في أي صحيفة، وذلك لأن صحافة اليوم لم تعد تنطلق في عملها على أسس واعتبارات مهنية بحتة، تحتم عليها أن تقدم للقارئ كل ما

(1) حجاب، مدخل إلى الصحافة (ص218).

(2) أبو فخر، فعالية النص الصحفي (ص7).

(3) الأزرق، حرية الصحافة في مصر، (ص245)

تراه من أخبار مهمة بصرف النظر عن مصدرها أو تأثيرها أو الموضوعات التي تتناولها، بل إن صحافة اليوم أصبحت تعبر عن اتجاهات ومصالح وعقائد وأيديولوجيات، بل وفئات وطوائف أيضًا⁽¹⁾.

ويليها في المرتبة الثالثة "إعداد برامج تدريبية لتطوير قدرات الصحفيين في تحرير العناوين" بنسبة (67.8%)، "فإذا كان الجهاز التحريري للجريدة مؤهلاً ومدرباً بشكل يستوعب ويجيد حرفية العمل الصحفي، سيظهر ذلك في أسلوب إخراجها لعناوين الصحيفة، أما إذا كان محدود القدرات أو ضعيفاً، فلن يستطيع تنفيذ أي سياسة تحريرية".

بينما جاءت في المرتبة الأخيرة "العمل في مؤسسة إعلامية تتناسب مع اتجاهاتي الفكرية" بنسبة (20.7%)، "ويتحدد دور محرر العناوين إزاء صحيفته من خلال الانتماء إلى مكان عمله ومهنته وشهرته، وذلك لأن كل صحيفة إنما تمثل تياراً فكرياً تصدر عنه وتسعى إلى تحقيق أهدافه، كما يفترض أن الصحفي لا يختار العمل، إلا في الجريدة التي تتوافق مع اتجاهاته وأفكاره وعقائده"⁽²⁾.

وهناك مقترحات تتعلق بتطوير بيئة العمل والقدرات الذاتية، وهو ربما يفسره ضعف الإمكانيات والقدرات والموارد لدى بعض المؤسسات في تنمية المواهب والقدرات الذاتية لموظفيها.

وتبدو المقترحات أكبر اتجاه الإعلان عن محددات واضحة للسياسة التحريرية التي تنظم عمل الصحيفة، وإعداد دراسات للتعرف على تفضيلات الجمهور للعناوين، مما يشير إلى وجود غموض لدى المحررين حول السياسة التحريرية الناظمة لعملهم، وحاجتهم إلى توضيح مزيد من السياسات التي تتيح لهم هامش الحرية في العمل.

ثانياً: أهم المقترحات التي يمكن أن تسهم في تحسين إخراج العناوين في صحف الدراسة:

تشير نتائج الدراسة الميدانية؛ إلى أن ما نسبته (64.3%) من المخرجين في عينة الدراسة قد أجابوا أن أهم المقترحات هي "مراعاة المهنية في إخراج العناوين"، حيث جاءت في المرتبة الأولى.

ويرجع الباحث ذلك إلى أن هذا الاعتبار يُعد من أهم ما يمكن للمخرج الصحفي التقيد به لإيصال رسالته بطريقة علمية، "ويأتي هذا الاعتبار في مقدمة الاعتبارات التي تتحكم في اختيار الأخبار وإعدادها

(1) حجاب، مدخل إلى الصحافة (ص214).

(2) بخيت، العمل الصحفي في مصر دراسة سسيولوجية للصحفيين المصريين (ص126).

للنشر في أي صحيفة، وذلك لأن صحافة اليوم لم تعد تنطلق في عملها على أسس واعتبارات مهنية بحتة⁽¹⁾.

ويليها في المرتبة الثانية "الالتزام بالدقة في إخراج العناوين" بنسبة (57.1%)، يليها في المرتبة الثالثة "الالتزام بأخلاقيات المهنة في إخراج العناوين" بنسبة (42.9%)، بينما جاءت في المرتبة الأخيرة "الاستفادة من تجارب صحف عريقة في إخراج العناوين" بنسبة (17.9%).

وتحت النتائج المتعلقة بالمقترحات التي يمكن أن تساهم في تحسين إخراج العناوين، على ضرورة توضيح السياسات التحريرية للعملية الإخراجية، فإخراج العناوين لا بد أن تكون له سياسة واضحة⁽²⁾، وكذلك اقترح المبحوثون إيجاد حوافز والالتزام بالدقة ومراعاة المهنية في العملية الإخراجية، خاصة أنّ العنوان "هو البوابة الأولى التي يعتمد على جاذبيتها في التشويق لإظهار مدى أهمية الخبر بالنسبة للجمهور، وبالتالي استقطابه ليواصل الاستماع لنشرة الأخبار حتى آخرها⁽³⁾، ويجب أن يكون هذا من أهم المقومات الأساسية لدى المخرج الصحفي، وعلى الصحيفة أن تعزز من تواجدها لدى أفرادها العاملين في هذا المجال.

(1) حجاب، مدخل إلى الصحافة (ص214).

(2) علم الدين، الإخراج الصحفي (ص21).

(3) خزل، فن تحرير الأخبار في الإذاعات الدولية بين التوظيف والموضوعية (ص207)

المبحث الثاني

مناقشة نتائج اختبار فروض الدراسة

يتناول هذا المبحث عرضًا موجزًا لمناقشة الفروض التي وضعها الباحث لدراسة العوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية، وذلك على النحو التالي:

الفرضية الرئيسية الأولى: أكدت الدراسة وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية، وجميع العوامل المؤثرة (الذاتية، وطبيعة الرسالة الإعلامية، وعوامل الجمهور، والانتماءات والجماعات المرجعية، والضغط المهنية وعلاقات العمل، وقيم المجتمع وتقاليد، وتأثير استخدام الصحفيين للتكنولوجيا)، حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية أقل من (0.05)، ولتفسير هذه العلاقة؛ سيقوم الباحث بمناقشة نتيجة اختبار كل عامل على انفراد، وذلك على النحو التالي:

أولاً: الفروض الفرعية الخاصة بالعلاقة بين تحرير العناوين والعوامل المؤثرة فيها:

1. يوجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين تحرير العناوين والعوامل الذاتية حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية أقل من 0.05.

تؤكد نتائج الدراسة الميدانية وبشكل عام على وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين تحرير العناوين والعوامل الذاتية حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية أقل من 0.05.

ويعزو الباحث ذلك إلى تعدد المؤسسات الإعلامية في المجتمع الفلسطيني والمنافسة فيما بينها، إضافة إلى انشغالها بالواقع والأحداث السياسية والاجتماعية وتغطيتها إعلامياً⁽¹⁾؛ على حساب تطوير الأفراد المنتمين إليها والعاملين فيها، مما يدفع الصحفيين إلى تطوير قدراتهم الذاتية بشكل شخصي، للارتقاء بمؤسساتهم الصحفية.

(1) سمر شاهين، مدير التحرير في صحيفة فلسطين، قابلها: محمد أبو زائدة (10 مايو/أيار 2017).

كما يفسر الباحث ذلك بعدم إعطاء الدراسة الجامعية الخبرة الكافية في تحرير العناوين الصحفية بأشكالها، وذلك وفقاً لآراء المحررين حول إجاباتهم عن مدى تأثير العوامل الذاتية في تحرير العناوين، في فقرة "أعطتني دراستي الجامعية خبرة كافية في تحرير العناوين الصحفية بأشكالها" التي حصلت على الفقرة التاسعة بوزن نسبي (66.4%)، مما يدفعهم إلى تطوير قدراتهم الذاتية بأنفسهم.

وحسب رأي الجميلي والعاني؛ فإنّ "العوامل الذاتية للمحررين تشكّل أحد العوامل التي تتحكم في انتقاء ومعالجة عناوين الأخبار"⁽¹⁾، وبالتالي يسعى المحررون إلى تطوير قدراتهم الذاتية للارتقاء بعملهم وشخصياتهم، وتحديد هويتهم الخاصة".

"ومن الطبيعي أنّ المحرر واسع الاطلاع والثقافة وصاحب الشخصية القوية، لا يتأثر بمن حوله بل يؤثر فيهم"⁽²⁾.

وهذا يتفق مع نظرية حارس البوابة التي تؤكد على أنّ "القائم بالاتصال يكون لديه القدرة على إقناع الجمهور، إذا اعتمد على التدريب والتجربة والقدرة والذكاء والإنجاز المهني والمركز الاجتماعي"⁽³⁾.

وتتفق نتائج الدراسة مع دراسة (Abu-Al-Sha'r)⁽⁴⁾، التي توصلت إلى أنّ هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين الرؤية والإدراك فيما يتعلق بعناوين الصحيفة في تطوير قدراتهم الكتابية.

2. يوجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين تحرير العناوين وطبيعة الرسالة الإعلامية؛ حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية أقل من 0.05.

تؤكد نتائج الدراسة الميدانية وبشكل عام وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين تحرير العناوين وطبيعة الرسالة الإعلامية؛ حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية أقل من 0.05.

(1) الجميلي، والعاني، صناعة الأخبار الصحفية والتلفزيونية (ص157-158).

(2) البردويل، الصحافة وفن التحرير الصحفي (ص30-32).

(3) عبد المجيد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (ص158).

(4) Al-Sha'r, Effect of reading on-line local newspaper headlines on developing university students' reading skills in English. (Page No.105).

ويعتقد الباحث أنّ هذه العلاقة طبيعية؛ لأنّه "يمكن تحديد فعالية النص الصحفي انطلاقاً من قيمته وحيوية مضمونه وغناء شكله وإتقان أسلوبه وصحة لغته وواقعية أخباره وعكسه للواقع الموضوعي بصدق وأمانة وإجابته على قضايا الناس اليومية"⁽¹⁾.

ويرى الباحث أنّ المحرر يعطي العناوين أهميتها وفقاً لمتن المادة الصحفية المرافقة له؛ فعناوين التحقيقات الصحفية تختلف عن العناوين الإخبارية، أو عناوين القصص الإخبارية، وبعض العناوين تتطلب جهداً وتركيزاً ووقتاً أطول من المحرر لصياغتها، لا سيّما أنّ "طبيعة المعلومات داخل الفن الصحفي هي من تحديد مساحة وهامش التحرك للمحرر"⁽²⁾، "وقد يصل جهد صياغة عنوان بعض المواد الصحفية ضعف جهد صياغة النص الإخباري نفسه"⁽³⁾.

3. يوجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين تحرير العناوين وعوامل الجمهور، حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية أقل من 0.05.

تؤكد نتائج الدراسة الميدانية وبشكل عام على وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين تحرير العناوين وعوامل الجمهور، حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية أقل من 0.05.

وتؤكد هذه النتيجة على أنّ الجمهور يؤدي دوراً مؤثراً في تحرير العناوين، نظراً لأنه يشكل أهم متغيّر في العملية الاتصالية.

ويرى الباحث أنّ المعرفة الجيدة بطبيعة الجمهور المتلقي للرسالة الإعلامية، تتيح للصحفي اختيار نوع العنوان الذي يتناسب مع هذا الجمهور، والمحرر الناجح هو الذي يسعى إلى دراسة نوعية جمهوره المستهدف، بشكل يعزز من أدائه في تحرير العناوين، لاستقطاب أكبر قدر ممكن من الجمهور.

ويقول (نجدات)⁽⁴⁾: "إنّ الجمهور يشكل عنصراً مهماً من عناصر العملية الاتصالية، فإذا لم يكن لدى المحرر فكرة جيدة عن طبيعة الجمهور العقلية والفكرية والعاطفية وخصائصه الأولية؛ فسوف

(1) فخر، فعالية النص الصحفي (ص183).

(2) عبد المجيد، وعلم الدين، فن التحرير الصحفي للجراند والمجلات (ص61).

(3) سمر شاهين، مدير التحرير في صحيفة فلسطين، قابلها: محمد أبو زائدة (10 مايو/أيار 2017).

(4) نجدات، الإخراج الصحفي واتجاهاته (ص88).

يحد ذلك من مقدرته على تحرير العناوين الإعلامية الهادفة التي تؤثر على الجمهور وإقناعه مهما كانت رسالة العنوان معدة بشكل جيد".

وهذا يتفق مع نظرية حارس البوابة، التي تؤكد أنّ "القائم بالاتصال في حاجة شديدة إلى تحديد جمهوره بدقة، وتصوره لهذا الجمهور يؤثر على قراراته تأثيراً لا يمكن أن نقلل من شأنه (1).

4. يوجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين تحرير العناوين والانتماءات والجماعات المرجعية، حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية أقل من 0.05.

تؤكد نتائج الدراسة الميدانية وبشكل عام على وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين تحرير العناوين والانتماءات والجماعات المرجعية، حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية أقل من 0.05.

وهذا يعني أنّ اهتمام الأفراد الذين يتبنون فكراً معيناً ويؤمنون به، ينعكس على اهتماماتهم في تحرير عناوين المواد الصحفية التي تتفق مع رؤيتهم، ويسعون إلى إبراز مصالح الجماعات التي يؤمنون بها من خلال إبراز عناوين أخبارها، و"كل صحيفة إنما تمثل تياراً فكرياً تصدر عنه وتسعى إلى تحقيق أهدافه" (2).

وتتفق نتائج الدراسة مع نظرية حارس البوابة، التي تؤكد على أنّ الانتماء "يُعدّ عنصراً محدداً من محددات الشخصية، لأنه يؤثر في طريقة التفكير، كما أنّ الفرد يتم وصفه أيضاً من خلال مفهوم الجماعات التي ينتمي إليها مثل الجماعات التعليمية، والسياسية والاجتماعية، والوظائفية، والتنظيمات (3).

ويقول (أحمد) (4) : إنّ التعرف على الإطار المرجعي للأفراد؛ يمكن من التوقع بأنماط السلوك المختلفة، وبالتالي يؤثر على محرر العناوين في اتخاذ قراراته الإعلامية في إطار مدركاته عن عوامل الجماعة التي ينتمي إليها، ويعكس الانتماء أيضاً العوامل الاجتماعية".

(1) مزاهرة، نظريات الاتصال (ص245).

(2) بخيت، العمل الصحفي في مصر دراسة سسيولوجية للصحفيين المصريين (ص126).

(3) عبد المجيد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (ص164).

(4) أحمد، الرضا الوظيفي لدى القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية (ص47).

5. يوجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين تحرير العناوين والضغط المهنية وعلاقات العمل، حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية أقل من 0.05.

تؤكد نتائج الدراسة الميدانية وبشكل عام وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين تحرير العناوين والضغط المهنية وعلاقات العمل، حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية أقل من 0.05.

ويرى الباحث أنّ الضغوط المهنية وعلاقات العمل تتشكّل من عدة تعقيدات مختلفة، سواءً كانت في البيئة الداخلية للعمل، أو البيئة القانونية التي تضبطه، أو تلك السياسية التي تلقي بظلالها على مسار تفكيره وخطه التحريري، عدا عن السياسة التحريرية التي تضبط العمل برمته بما يراعي البيئات المختلفة. كما تتفق نتائج الدراسة مع رأى الجميلي والعاني، أنّ "عملية انتقاء الأخبار وصناعتها؛ تتأثر بالضغوط المهنية وطبيعة علاقات العمل"⁽¹⁾

وهناك عديد من العوامل التي تشكل حالة من الضغوط، من بينها طبيعة بيئة العمل وانسجام الفرد فكرياً وسياسياً وثقافياً مع زملائه، وطبيعة اتخاذ القرار لدى إدارة مؤسسته ومدى التوزيع العادل للأعباء في المؤسسة، وقدرته على تحمل ضغط الأحداث الجارية، إذ "تهيمن السياسة التحريرية للصحيفة على كل وجوه الوسيلة، بدءاً من نوع الأخبار التي ستنشرها مروراً بحجم الحروف التي تعتمد عليها في الطباعة، وبالتالي فهي تؤثر في اختيار العناوين، إذ يتم اختيارها وفق توجهات السياسات التحريرية للصحيفة"⁽²⁾.

وتتفق نتائج الدراسة مع نظرية حارس البوابة، التي تقول إنّ "القائم بالاتصال يتعرّض لعدد من الضغوط التي تؤثر على توافقه مع المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها والتوقعات التي تحدد دوره في نظام الاتصال"⁽³⁾.

"ومن بين هذه الضغوط التي يتعرّض لها القائم بالاتصال، خط العمل الذي تنتهجه المؤسسة الإعلامية الذي يمثل ضغوطاً عليه، ويحتّم انتهاج فكر مهني معيّن"⁽⁴⁾.

(1) الجميلي، والعاني. صناعة الأخبار الصحفية والتلفزيونية (ص163-165).

(2) الحتو، مناهج كتابة الأخبار الإعلامية وتحريرها (ص321).

(3) مكاي، والسيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة (ص183).

(4) مزاهرة، نظريات الاتصال (ص244).

6. يوجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين تحرير العناوين وقيم المجتمع وتقاليد، حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية أقل من 0.05.

تؤكد نتائج الدراسة الميدانية وبشكل عام على وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين تحرير العناوين وقيم المجتمع وتقاليد، حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية أقل من 0.05.

تظهر نتائج الدراسة تأثير قيم المجتمع وتقاليد في تحرير العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية، وحفاظ المحرر على الروابط الاجتماعية للشعب الفلسطيني، وذلك نظرًا لخصوصية الواقع المجتمعي وعلاقاته، حيث "تؤثر قيم المجتمع بشكل قوي وغير مباشر في عملية الاتصال به، تبعًا لسمات المجتمع وحاجاته".⁽¹⁾

وتتفق نتائج الدراسة مع نظرية حارس البوابة التي ترى أن "النظام الاجتماعي يؤثر بقيمه ومبادئه على القائمين بالاتصال، فقد يضحى القائم بالاتصال أو وسائل الإعلام أحيانًا بالسبق الصحفي بسبب قيم المجتمع وتقاليد"⁽²⁾.

وتتفق نتيجة الدراسة مع ما ذكرته سمر شاهين، أن "المؤسسة الإعلامية التي تعمل في إطار مجتمع له قيمه وتقاليد تضع أحد أهم أهدافها المحافظة على القيم والتقاليد التي تحفظ للمجتمع كيانه وتحميه من التفتك والانهييار، فلا يمكن أن يخرج الصحفي أثناء تحريره للعنوان عن عادات المجتمع وتقاليد، أو يمس بأخلاقياته وثقافته"⁽³⁾.

ويرى الباحث أن العلاقة بين المنظومة الإعلامية وعوامل المجتمع علاقة فاعلة ومتداخلة، لا سيما وأن وسائل الإعلام هي المرآة التي تنقل نمط تفكير ومعرفة وقيم المجتمع.

(1) الحتو، مناهج كتابة الأخبار الإعلامية وتحريرها (ص321).

(2) مزاهرة، نظريات الاتصال (ص258).

(3) سمر شاهين، مدير التحرير في جريدة فلسطين، قابلها: محمد أبو زائدة (10 مايو/أيار 2017).

7. يوجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين تحرير العناوين واستخدام الصحفيين للتكنولوجيا، حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية أقل من 0.05.

تؤكد نتائج الدراسة الميدانية وبشكل عام على وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين تحرير العناوين واستخدام الصحفيين للتكنولوجيا، حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية أقل من 0.05.

تشير نتائج الدراسة إلى وجود ارتباط بين الصحفيين وتأثرهم بالتكنولوجيا في تحرير العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية.

ويعزو الباحث ذلك إلى مساعدة الصحفيين في دعم عناوينهم بمعلومات صحفية دقيقة، واختصارها للوقت، وتقليلها للأخطاء اللغوية أثناء تحريرهم للعناوين، وكلما زاد استخدام الصحفي للتطورات التكنولوجية في مجال الإعلام من جمع البيانات والتأكد من صدقها وتحريرها؛ يساعد ذلك في تحرير عناوين أكثر دقة وموضوعية.

وتؤدي تكنولوجيا إنتاج الصحيفة دوراً مهماً في عملية الإصدار عامة، وتؤثر على درجة نجاحها التحريري، وتزداد أهميتها هذه نظراً للتطور التكنولوجي الضخم الذي تشهده الصحافة الآن الذي يحمل توقعات مذهلة في المستقبل⁽¹⁾.

"وأثر استخدام التكنولوجيا في العمل الصحفي بنسبة عالية على تنوع أساليب المعالجة الصحفية والتوازن في أشكال وقوالب عرض المضمون الصحفي، وأثر على خلفياتهم المعرفية المرتبطة بالعمل الصحفي، كما ساعدت على تطوير قدراتهم على البحث الذاتي عن المعلومات والبيانات والإحصائيات، وساعدت على تنمية وعي الصحفيين بثورة المعلومات وتحدياتها، وزوّدتهم بأدوات جديدة للبحث والحري"⁽²⁾.

(1) الحتو، مناهج كتابة الأخبار الإعلامية وتحريرها (ص320).

(2) خطّاب، تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها في تطوير الأداء الصحفي (ص198-209).

ثانيًا: الفروض الفرعية الخاصة بالعلاقة بين إخراج العناوين والعوامل المؤثرة فيها:

1. يوجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين إخراج

العناوين والعوامل الذاتية، حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية أقل من 0.05.

تؤكد نتائج الدراسة الميدانية وبشكل عام على وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين إخراج العناوين والعوامل الذاتية، حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية أقل من 0.05.

تشير النتائج إلى وجود رغبة أعمق لدى المخرجين في تطوير القدرات الذاتية وتحدي الظروف النفسية والمجتمعية التي تقف عائقًا أمام إبداع المخرجين، وهذا يتفق مع (علم الدين) ⁽¹⁾ أنه "إذا كان الجهاز الإخراجي للجريدة مؤهلاً ومدرباً بشكل يستوعب ويجيد حرفية العمل الصحفي، سيظهر ذلك في أسلوب إخراجة لعناوين الصحيفة، ويتفق أيضًا مع (أحمد) ⁽²⁾ أن بعض المخرجين يملكون مهارات واسعة في الإخراج، ولكنهم يرغبون في تطوير قدراتهم من خلال الاطلاع الواسع على كل ما هو جديد، وسعيهم إلى خلق أجواء من المنافسة بين بعضهم لإعطاء شكل جمالي في المحصلة النهائية للجريدة يتجسد من خلاله شخصية المخرج، وهذا يرجع غالبًا إلى الفروق بين مخرج وآخر، وتذوقهم للفن الإخراجي".

ويرى الباحث أن نوعية وقدرة الجهاز الصحفي تعتمد على مدى كفاءة الطاقم الإخراجي الذي يشكل أهمية خاصة كونه المسؤول عن الواجهة الأخيرة للصحيفة، ويعتمد حرفية إخراج الصحيفة شكلاً على مدى قدرة العاملين على صقل مواهبهم، وسنوات خبرتهم.

2. يوجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين إخراج

العناوين وطبيعة الرسالة الإعلامية؛ حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية أقل من 0.05.

تؤكد نتائج الدراسة الميدانية وبشكل عام على وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين إخراج العناوين وطبيعة الرسالة الإعلامية؛ حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية أقل من 0.05.

(1) علم الدين، الإخراج الصحفي (ص20).

(2) فادي أحمد، رئيس قسم الإخراج في صحيفة فلسطين، قابله: محمد أبو زائدة (9 مايو/ أيار 2017م).

ويرى الباحث أنّ هذه العلاقة طبيعية؛ خاصة مع حرص الصحفيين في إخراج عناوين موضوعاتهم بما يتناسب مع أهميتها؛ وعمقها، والجمهور المراد إيصالها له، علمًا أنّ الصحفي أثناء إخراجها لها يسعى إلى استكمال الصورة بشكلها النهائي، بحيث لا يقلل من القيمة النهائية للعنوان عقب إخراجها سواءً بتقزيمه، أو العمل على جعله صاخبًا بالألوان أو الأرضيات، وهذا ما أكدته نتائج الدراسة التي أجريت على المخرجين الخاصة بطبيعة الرسالة الإعلامية، حيث بلغت اتجاهات عينة الدراسة إيجابية جدًا حول "اختيار سلامة المعنى أثناء إخراج العناوين"، بوزن نسبي بلغ (95%).

ويتفق هذا مع (علم الدين وعبد المجيد) ⁽¹⁾ أنّ المخرج الصحفي يراعي أن تتسم عناوينه بالإيجاز والوضوح والتشويق، وعدم تكرارها، وتقديم معلومات جديدة، مما يعطي فرصة أيضًا للمخرج لتصميمها بالطريقة المناسبة التي تعطي راحة للقارئ أثناء تناوله المادة الصحفية"، ويتفق أيضًا مع (حجاب) ⁽²⁾ الذي يرى أنّ "الإخراج يختلف من صفحة التحقيقات والأحاديث إلى صفحة الدين، إلى الصفحة المصورة"، مما يدل على الارتباط بين مضمون الرسالة الاتصالية وإخراج العناوين.

3. يوجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين إخراج العناوين وعوامل الجمهور، حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية أقل من 0.05.

تؤكد نتائج الدراسة الميدانية وبشكل عام على وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين إخراج العناوين وعوامل الجمهور، حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية أقل من 0.05.

ويرى الباحث أنّ هذه النتيجة طبيعية في ظل اهتمام المخرج بأذواق الجمهور وثقافتهم؛ وتلبيةها لجذب أكبر قدر ممكن من الجمهور إلى صحيفته، وهذا ما بدا واضحًا في نتائج الدراسة من تفاعل المخرج مع جمهوره، واستشعار مراقبته، ومراعاته لإخراج عناوين تناسبه، كما كان هناك اتجاهات إيجابية جدًا في التجديد باستخدام أنواع مختلفة من العناوين لجذب الجمهور للصحيفة، حيث بلغ الوزن النسبي نحوها (96.2%).

(1) عبد المجيد، وعلم الدين، فن التحرير الصحفي للجراند والمجلات (ص 68-75).

(2) علم الدين، الإخراج الصحفي (ص 22).

"وكذلك يؤدي المستوى التعليمي دوراً مهماً في تكوين فكر القارئ ومجالات اهتمامه، فمثلاً نجد أنّ ذوي التعليم المتوسط يهتمون بقراءة الحروف الكبيرة، والصور والألوان، بينما يهتم المثقفون بالمضمون والبساطة والوضوح أكثر من اهتمامهم بالشكل الجمالي للعناوين (1).

ويقول (أحمد) (2) إنّ أهمية الحدث والعنوان يرتبط بمدى قربه من الجمهور وتأثيره به، وهذا يضع الصحيفة أمام قرار أفراد مساحات واسعة وعناصر إبرازية للعنوان".

"وبالتالي فإن المعرفة بطبيعة الجمهور وثقافته وظروفه الاجتماعية والاقتصادية والحضارية والفكرية، هي التي تمكّن من صياغة العناوين الملائمة واختيار القوالب والأشكال التي تناسبها، ثم اختيار الوسيلة المناسبة لهذه العناوين" (3).

4. يوجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين إخراج العناوين والانتماءات والجماعات المرجعية، حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية أقل من 0.05.

تؤكد نتائج الدراسة الميدانية وبشكل عام على وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين إخراج العناوين والانتماءات والجماعات المرجعية، حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية أقل من 0.05.

يرى الباحث أن هذه النتيجة طبيعية ومنتوقعة؛ في ظل تأثر المخرج بالسياسة التحريرية التي تخطها المرجعيات الفكرية، وهي تنعكس على أدائه وأداء المؤسسة الإعلامية. وهذا يتفق مع نظرية حارس البوابة التي ترى أنّ جماعات العمل قد تشكّل ضغوطاً على القائم بالاتصال (4).

"ويتحدد دور المخرج الصحفي إزاء صحيفته من خلال الانتماء إلى مكان عمله ومهنته، ويمثل ذلك انتماءه إلى السياسة والأهداف التي اختار أن يعمل من أجلها" (5).

(1) خوخه، الإخراج الصحفي والصحافة الإلكترونية (ص19).

(2) فادي أحمد، رئيس قسم الإخراج في صحيفة فلسطين، قابله: محمد أبو زائدة (9 مايو/ أيار 2017م).

(3) حجاب، مدخل إلى الصحافة (ص218).

(4) مكاي، والسيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة (ص288).

(5) بخيت، العمل الصحفي في مصر دراسة سسيولوجية للصحفيين المصريين (ص126).

5. يوجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين إخراج العناوين والضغط المهنية وعلاقات العمل، حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية أقل من 0.05.

تؤكد نتائج الدراسة الميدانية وبشكل عام على وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين إخراج العناوين والضغط المهنية وعلاقات العمل، حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية أقل من 0.05.

يرى الباحث أنّ العلاقة طبيعية في ظل وجود عوامل تؤثر في إخراج العناوين، ومن بينها القيود التي تفرضها الصحيفة على العاملين؛ مما يقلل من إنتاجية العمل، ويحد من الإبداعية، وهذا يؤثر على المخرج في أدائه، وبالتالي يؤثر على الصحيفة نفسها في إمكانية وصولها إلى أكبر قدر من الجماهير، وبالتالي فإنّ العلاقة الداخلية في العمل، وإراحة المخرج تعطي إنتاجية أكثر، والعكس صحيح.

وهذا ما أكدّه (حبيب) ⁽¹⁾ أنه "لا أعتقد أن المخرج الذي يعمل وفق فريق متوافق معهم، كمن يعمل مع فريق يمتاز العمل معهم بالمشاكل والمشاحنات، فالأوّل يعطي راحة وإبداعاً للمخرج، والثاني سيسعى إلى التخلص من مشاكله على حساب إبداعه في العمل".

وتعدّ المساحة أهمّ محدد يراعيه المخرج عند إخراج العناوين، إذ يخرج عنواناً يتناسب معها، وقد تكون المساحة في بعض الأوقات لا تلبي احتياجات المادة الصحفية ⁽²⁾.

كما أنّ الظروف المحيطة بالصحيفة لها دورها الكبير في إخراج العناوين الصحفية، فمثلاً في زمن الحروب تتبع أسلوباً مختلفاً لما هي عليه في زمن السلم من ناحية الإخراج التي تتناولها وأنواع العناوين التي تستخدمها ⁽³⁾.

وهذا يتفق مع نظرية حارس البوابة، التي تؤكد على أنّ نظام الملكية وأساليب السيطرة والنظم الإدارية وضغوط الإنتاج تحتمّ على المخرج الصحفي انتهاج فكر مهني معيّن ⁽⁴⁾

(1) ماجد حبيب، محاضر في جامعة الأقصى، قابله: محمد أبو زينة (11 مايو/أيار 2017م).

(2) المرجع السابق نفسه.

(3) البردويل، الصحافة وفن التحرير الصحفي (ص30).

(4) مزاهرة، نظريات الاتصال (244).

6. يوجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين إخراج العناوين وقيم المجتمع وتقاليده، حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية أقل من 0.05.

تؤكد نتائج الدراسة الميدانية وبشكل عام على وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين إخراج العناوين وقيم المجتمع وتقاليده، حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية أقل من 0.05.

ويرى الباحث أن النتيجة طبيعية إذ تدلل على انسجام المخرج الصحفي مع مجتمعه، وعدم انسلاخه عن ثقافة المجتمع وعاداته وتقاليده، وعلى الصحفي إخراج عناوين موضوعاته بشكل قوي لتقوية قيم المجتمع وتقاليده، وعلى الجانب الآخر عدم التعامل مع عناوين تؤثر على روابطه المجتمعية.

وهذا يتفق مع نظرية حارس البوابة؛ التي تؤكد على "تأثير النظام الاجتماعي بقيمه ومبادئه على القائم بالاتصال" ⁽¹⁾، حيث "تؤثر قيم المجتمع بشكل قوي وغير مباشر في عملية الاتصال به، تبعاً لسمات المجتمع وحاجاته" ⁽²⁾.

ويجب أن تكون العناوين واضحة ودقيقة من ناحية إخراجية؛ وإعطاء عناوين الموضوعات التي تبرز ثقافة المجتمع وقيمه وتقاليده؛ لمسة جمالية من خلال إبرازها ⁽³⁾.

7. يوجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين إخراج العناوين واستخدام الصحفيين للتكنولوجيا، حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية أقل من 0.05.

تؤكد نتائج الدراسة الميدانية وبشكل عام على وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين إخراج العناوين واستخدام الصحفيين للتكنولوجيا، حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية أقل من 0.05.

(1) مزاهرة، نظريات الاتصال (ص258).

(2) الحتو، مناهج كتابة الأخبار الإعلامية وتحريها (ص321).

(3) فادي أحمد، رئيس قسم الإخراج في صحيفة فلسطين، قابله: محمد أبو زيدة (9 مايو/ أيار 2017م).

ويرى الباحث أنّ هذه النتيجة طبيعية؛ لا سيّما أنّ عمل المخرج الصحفي في أصله مربوط بالتكنولوجيا، ويعتمد عليها بشكل أساسي، وبالتالي فهو معني بكل ما يعطيه جودة أفضل في العمل، ويساعده في استثمار التقنيات المتوافرة.

وتتفق نتائج الدراسة مع رأي (حبيب) ⁽¹⁾ أنّ "استخدام التكنولوجيا تتيح للمخرج الصحفي بشكل عام التعرف على الأساليب الجديدة، وإمكانية التجديد دوماً في العمل، وكذلك فإن استخدام التكنولوجيا يتيح للمخرج الصحفي استحداث خيارات جديدة والتنويع في العمل الصحفي دوماً".

كما أنّ التقنيات التكنولوجية يسّرت عملية تخزين البيانات وبنّتها واختصرت كثيراً من الوقت المطلوب في عمليات تحرير العناوين الصحفية وإخراجها ⁽²⁾.

وتساعد هذه التقنيات؛ الصحيفة في الحصول على المادة الصحفية وتجهيزها ومعالجتها وتخزينها واسترجاعها وإنتاجها ونشرها وتبادلها ⁽³⁾، وهذا من شأنه توفير الوقت والجهد للصحيفة، وهو ما يسعى إليه المخرج الصحفي من خلال مواكبة التقنيات التكنولوجية التي لها علاقة بعملية الإخراجية.

وتزداد أهمية تكنولوجيا إنتاج الصحيفة نظراً للتطور التكنولوجي الضخم الذي تشهده الصحافة الآن الذي يحمل توقعات مذهلة في المستقبل ⁽⁴⁾.

وتتفق نتائج الدراسة مع رأي (أحمد) ⁽⁵⁾ الذي يرى أنّ التكنولوجيا تلعب دوراً كبيراً في العملية الإخراجية، "فهي تعزز من العناوين وتعطيها جاذبية ولمسة جمالية أكبر، وخاصة في ظل البرامج الحديثة، حتى وصلت لكتابة العناوين برسم اليد".

(1) ماجد حبيب، محاضر في جامعة الأقصى، قابله: محمد أبو زائدة (11 مايو/أيار 2017م).

(2) خطاب، تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها في تطوير الأداء الصحفي. (ص 67-84).

(3) علم الدين، الإخراج الصحفي (ص 20).

(4) الحقو، مناهج كتابة الأخبار الإعلامية وتحريرها (ص 320).

(5) فادي أحمد، رئيس قسم الإخراج في صحيفة فلسطين، قابله: محمد أبو زائدة (9 مايو/أيار 2017م).

الفرضية الرئيسية الثانية: أكدت الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين العوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية و (المؤهل العلمي والخبرة في العمل)، حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية أكبر من (0.05)، ولتفسير ذلك سيتم مناقشة كل فرض على انفراد، وذلك على النحو التالي:

أولاً: الفرض الفرعي الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين العوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية والمؤهل العلمي:

تؤكد نتائج الدراسة الميدانية وبشكل عام على أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين العوامل المؤثرة في تحرير العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية والمؤهل العلمي، حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية أكبر من 0.05.

ويعزو الباحث ذلك إلى أنّ البعض يرى أنّ الشهادة مجرد وثيقة تثبت أنّ صاحبها درس العلوم الصحفية واجتاز امتحاناتها بنجاح، وبعد ذلك يثبت الصحفي نفسه بالموهبة والخبرة، "وهذا الموضوع مثار جدل كبير، فالبعض يرى أن الصحافة فن، والراغب في العمل فيها لا بد أن يكون موهوباً، بينما يؤكد آخرون أن الصحافة مهنة كسائر المهن في المجتمع، تحتاج إلى دراسة متخصصة وبغيرها لا يمكن أن يصل الصحفي إلى النجاح المطلوب في مجال عمله حتى لو كانت لديه الموهبة والرغبة المطلوبة في العمل الصحفي" (1).

وهناك من يقول بضرورة الدراسة وضرورة التجربة للصحفي مثل جوزيف بوليتزر فمن رأيه: "أن كل نكاه في حاجة إلى من يتعهده، حتى لو سلمنا بأن الاستعدادات الطبيعية هي مفتاح النجاح، في جميع ميادين النشاط الإنساني" وأن الصفات الخلقية وهي لازمة للصحفي الناجح تنمو بالعلم والتجربة، الذين لم يؤهلوا إنما يتعلمون مهنتهم على حساب الجمهور (2).

(1) صابات، الصحافة مهنة ورسالة (ص3).

(2) مريشد، دراسة تأثير المادة الإعلانية في الصحف السعودية على الأداء المهني للصحفيين (دراسة وصفية على عينة من الصحفيين السعوديين)، (ص54).

وتقول (شاهين)⁽¹⁾ إنّ العوامل المؤثرة في تحرير العناوين لا ترتبط بالمؤهل العلمي، فحملة الدبلوم والباكالوريوس والدراسات العليا يخرجون ذات المحتوى، ويبقى الأمر مرتبطاً بتطوير قدرات الصحفي؛ الذاتية وخبرته العملية.

وتؤكد نتائج الدراسة الميدانية بشكل عام أيضاً؛ أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين العوامل المؤثرة في إخراج العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية والمؤهل العلمي، حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية أكبر من 0.05.

ويعزو الباحث ذلك إلى أنّ المخرج الصحفي يعتمد على المهارات المكتسبة من خلال سنوات العمل والخبرة، أكثر من اعتماده على المؤهل الإعلامي.

ويرى الباحث أن غالبية من يعمل في مجال الإخراج يجب أن يكون متخصصاً وذا علاقة بالتخصص، فالإخراج وظيفة لا يمكن لأي شخص أن يعمل بها، لما لها من قواعد وأساسات، ويمكن التوصل إلى العمل الصحفي من خلال المؤهلات العلمية التي تعطي للصحفي لمحة أولية وأرضية خصبة للعمل الصحفي بالإخراج.

ويقول (حبيب)⁽²⁾ إنّ الدراسة الجامعية تعطي المخرج الصحفي البوصلة الصحيحة القائمة على أسس علمية ودراسات نفسية وإعلامية للعمل في مجال الإخراج، خاصة أن مجال الإخراج هو عبارة عن علم وفن وليس علماً بحتاً، فالجانب الإخراجي به كثير من الأمور التي يحكمها الجمال والإبداع، ولكن هذا الجمال والإبداع لا يكون صحيحاً، إذا تعارض مع الأسس التحريرية والإعلامية.

ثانياً: الفرض الفرعي الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين العوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية والخبرة في العمل:

تؤكد نتائج الدراسة الميدانية وبشكل عام على أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين العوامل المؤثرة في تحرير العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية، والخبرة في العمل، حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية أكبر من 0.05.

(1) سمر شاهين، مدير التحرير في صحيفة فلسطين، قابلها: محمد أبو زائدة (10 مايو/أيار 2017).

(2) ماجد حبيب، محاضر في جامعة الأقصى، قابلها: محمد أبو زائدة (11 مايو/أيار 2017م).

ويعزو الباحث ذلك إلى عدم استفادة محرري العناوين من خبراتهم، واستسهالهم لآلية عمل معينة قائمة على الأسلوب الروتيني، وهذا يجعل المحرر الصحفي ينظر إلى أبسط الأمور التي تؤدي بأقل جهد ممكن، وهو ما يجعلهم بعد مدة من سنوات العمل لم يتقدموا في مجالهم، وربما يرجع ذلك إلى شعور المحرر الصحفي بضيق الوقت، أو تعامل الإدارة معهم وفق كمية ما ينتجون؛ وليس كيفية الانتاج، وكذلك انعدام الحوافز داخل الصحف الفلسطينية.

وتخالف ذلك (شاهين) ⁽¹⁾ التي تقول إن "خبرة الصحفي لها دور كبير في تمكين المحرر الصحفي من الإبداع، وتقديم أفكار ورؤية إبداعية في تحرير العناوين الصحفية".

وغالبا ما يجهل كثيرون أن الخبرة في المجال الصحفي لا تقاس بعدد السنوات التي قضاها الصحفي في مجال عمله فقط لأن هناك عدداً كبيراً من الصحفيين الذين قضوا في المجال الصحفي سنوات عديدة ولم يستثمروا تلك السنوات في تطوير أنفسهم والتعلم من أخطائهم، وفي المقابل هناك صحفيون قضوا سنوات قليلة في المجال الصحفي واستفادوا من السنوات باستمرار على تطوير أنفسهم وتغادي الأخطاء التي يقعون بها باستمرار، فكثير من الصحفيين الذين لديهم الخبرة يفتقدون العمل بمهنية عالية لأنهم لم يستفيدوا من سنوات عملهم في تطوير أنفسهم ⁽²⁾.

ويرى الباحث أنّ عامل الخبرة مهم ومطلوب في العمل بالمجال الصحفي سواءً بالتحرير أو الإخراج، الأمر الذي يجعل الممارسة الصحفية الميدانية هي المعلم الأول والأكبر للصحفي في إكسابه المهارات الإعلامية المختلفة.

وتؤكد نتائج الدراسة الميدانية بشكل عام أيضاً على أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين العوامل المؤثرة في إخراج العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية، والخبرة في العمل، حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية أكبر من 0.05.

ويعزو الباحث ذلك إلى عدم إعطاء الصحف الفلسطينية المجال للمخرج لاكتساب خبرات جديدة، والاستفادة من الخبرات في الصحف الأخرى وتطويرها في صحيفته؛ لعدم السماح له بإمكانية تطبيقها في صحيفته؛ لاعتمادها على الروتين في إخراجها للعناوين الصحفية؛ وفق التبويب والأسلوب الإخراجي المتبع.

(1) سمر شاهين، مدير التحرير في صحيفة فلسطين، قابلها: محمد أبو زائدة (10 مايو/أيار 2017م).

(2) مريشد، دراسة تأثير المادة الإعلانية في الصحف السعودية على الأداء المهني للصحفيين (دراسة وصفية على عينة من الصحفيين السعوديين)، (ص56).

ويرى الباحث أنه لا بد للصحيفة من منح المخرج الصحفي هامش من الحرية لتطبيق خبراته في إخراج العناوين الصحفية، وهذا يعطي جانباً من التميّز للصحيفة عن منافساتها. ويقول (حبيب) ⁽¹⁾ إنّ "الخبرة لها دور كبير في العمل الإعلامي بشكل عام، وفي مجال الإخراج على وجه الخصوص، لأن الخبرة تستطيع أن تعطي المخرج القدرة على إعطاء القارئ المضمون بشكل جيد، وأن المخرج الذي لديه الخبرة يكون على دراية تامة بمعرفة النتيجة التي سيكون بها إخراجها للصفحات بشكل عام، وإخراج للعناوين بشكل خاص، فالخبرة تستطيع أن تجعل النتيجة النهائية للصفحات حاضرة في ذهن المخرج الصحفي قبل طباعة هذه الصفحات".

"إذا كان الجهاز الإخراجي للجريدة مؤهلاً ومدرباً بشكل يستوعب ويجيد حرفية العمل الصحفي، سيظهر ذلك في أسلوب إخراجها لعناوين الصحيفة، أما إذا كان محدود القدرات أو ضعيفاً، فلن يستطيع تنفيذ أي سياسة إخراجية بشكل جيد، وسيظهر ذلك على عناوين الصحيفة في أسلوب إخراجها، مما يؤثر بالسلب على المنتج النهائي لعمل الجهاز الإخراجي"⁽²⁾.

(1) ماجد حبيب، محاضر في جامعة الأقصى، قابله: محمد أبو زائدة (11 مايو/أيار 2017م).

(2) علم الدين، الإخراج الصحفي (ص20).

المبحث الثالث

توصيات الدراسة

في ضوء نتائج الدراسة الميدانية التي قام بها الباحث، يقدّم الباحث مجموعة من التوصيات التي يأمل أن تفيد القائمين على الصحف الفلسطينية اليومية:

في ضوء نتائج الدراسة الميدانية؛ يقدّم الباحث مجموعة من التوصيات التي يأمل أن تفيد القائمين على الصحف الفلسطينية اليومية:

أولاً: توصيات خاصة بالمحررين والمخرجين:

1. ضرورة تحسين الظروف النفسية والاجتماعية للمحررين والمخرجين؛ ليواصلوا مسيرة إبداعهم في تحرير العناوين الصحفية، نظرًا لما في ذلك من أثر إيجابي على عملهم.
2. ضرورة الموازنة بين الأهمية النسبية للمادة الصحفية، وسلامة المعنى؛ عند تحرير العناوين وإخراجها، ومراعاة انسجامها مع مضامين الرسالة الإعلامية، الأمر الذي يزيد من ثقة القارئ بالمحرر والصحيفة ويضفي عليها مصداقية أكبر.
3. الحرص على الارتقاء بعوامل الجمهور المؤثرة في قرارات المحررين والمخرجين من خلال مراعاة الخصائص النوعية والفروق الفردية للجمهور، من أجل تحرير عناوين صحفية وإخراجها بشكل يتناسب مع ثقافته واهتماماته، لجذب اهتمامهم واستقطاب أكبر عدد منهم.
4. ينبغي أن يحرص المحررون والمخرجون على الالتحاق بوسائل إعلام تتناسب مع اتجاهاتهم وميولهم الفكرية بما يحقق الانسجام بينهم، للخروج بعناوين إبداعية؛ والحد من تأثير الانتماءات والجماعات المرجعية في تحريرهم للعناوين وإخراجها، لتنعكس الاهتمامات التي يؤمنون بها على أدائهم في تحرير العناوين وإخراجها.
5. وضع الصحف الفلسطينية هياكل تنظيمية ناظمة لعملها، ذات مسؤوليات وصلاحيات محددة، مع العمل قدر المستطاع على تحييد المؤسسات الإعلامية وتخليصها من الضغوط المهنية وتوفير أجواء مناسبة تضمن علاقات حسنة بين العاملين، لضبط مسار العمل الصحفي واستقلاليتة، وتحسين مستوى إدارة تحرير العناوين وإخراجها.

6. تطوير استخدام الصحفيين للتكنولوجيا من خلال تنظيم الصحف لدورات تدريبية، وتخصيص الجامعات الفلسطينية مساقات دراسية نظرية وعلمية حديثة تواكب التطور التكنولوجي في مجالي التحرير والإخراج الصحفي، ومن ثمّ دمج الخريجين في سوق العمل وفق رؤية واضحة تسهم في تطوير الصحافة الفلسطينية.

7. ضرورة اطلاع المحررين والمخرجين على المعايير المهنية الصحيحة في تحرير العناوين وإخراجها، والالتزام بها، والحرص على تحري دقة وصدق المعلومة والالتزام بالمسؤولية الاجتماعية أثناء ممارستهم لعملهم.

8. التخلّص من القيود التي يفرضها رؤساء التحرير على الصحفيين أثناء تحرير العناوين وإخراجها، ليتمكّنوا من تطوير عناوين أكثر إبداعية.

9. يجب على الصحف الاستفادة من التكنولوجيا في تعزيز مهارات المحررين والمخرجين في تحرير العناوين الصحفية وإخراجها، لتقليل الأخطاء وسهولة ودقّة وسرعة الحصول على المادة الصحفية، ومعالجتها وفق الأصول المتبعة.

10. تحديد الصحف الفلسطينية لملاحح سياستها التحريرية، ووضع محددات واضحة من خلال كتاب تعريفى يتضمن أهم المصطلحات والثوابت والمبادئ التي تقوم عليها، يكون بمثابة مرجع للمحررين والمخرجين يستندون إليه في عملهم، وتمكّنهم من إنجاز العمل بسهولة ويسر، الأمر الذي سينعكس إيجابًا على تحرير العناوين وإخراجها.

ثانيًا: توصيات خاصة بالمحررين:

1. ضرورة الاهتمام بتطوير العوامل الذاتية للمحررين بشكل علمي ومنظم، وتعزيز الانتماء لديهم لمؤسساتهم من خلال اعتماد برامج تدريبية تعمل على رفع مهاراتهم التحريرية، وتعزز انتماءهم للصحف بما لا يتناقض مع القيم الوطنية، وتوفر لهم الاطلاع على تجارب جديدة من خلال استقطاب خبرات من الخارج؛ وعقد ورش عمل توعوية لهم.

2. تطوير المنظومة التعليمية من خلال الاهتمام بالجانب التطبيقي في تحرير العناوين الصحفية، وإعطاء الطالب كل مفاتيح العمل الصحفي؛ لتخريج محرر صحفي يمتلك مفاتيح الأدوات الصحفية كاملة.

3. ضرورة تخصيص محرر صحفي في كل صحيفة تستند إليه مهمة تحرير العناوين، لما تحتاجه من دقّة وتركيز وتراكم خبرات.

4. ضرورة ابتعاد المحرر عن الآراء الشخصية والأهواء أثناء تحريره للعنوان، وأن يهتم بالحقائق ويعرضها دون تلوين، وأن يكون تحريره للعناوين دقيقاً وواقعياً.
5. ضرورة الاجتهاد في التعرف على خصائص الجمهور عند تحرير العناوين، لصياغة عناوين تتناسب معهم، وتخطب عقولهم وعواطفهم، لضمان تأثيرهم وانفعالهم مع العناوين الذي يزيد من تأثيرها عليهم.
6. حرص إدارة الصحيفة على عدم إصدار قرارات مفاجئة بخصوص تحرير العناوين الصحفية، لعدم إرباك المحرر الصحفي، مما يؤدي إلى وضعه تحت ضغط العمل، وهذا يؤثر على إنجازته، ويقلل من كفاءته.
7. ينبغي تحسين المناخ السياسي السائد في فلسطين، وأن تسود أجواء المصالحة والانسجام بين المواطنين، وأن تعدل السلطة قانون المطبوعات والنشر بما يتيح سقفاً أعلى لحرية الصحافة، ويتيح للمحررين كتابة عناوينهم بعيداً عن الضغوط السياسية والقانونية.

ثالثاً: توصيات خاصة بالمخرجين:

1. ضرورة اطلاع المخرجين على تجارب الصحف الأخرى والاستفادة منها؛ لِمَا لهذا الجانب من إسهام كبير في تنمية قدرات المخرجين، وتطوير مهاراتهم.
2. ضرورة إبراز عناوين مواد التحقيقات أكثر من بقية الفنون الأخرى؛ نظراً لأهميتها في جذب القارئ لحلول القضايا التي تطرحها.
3. اهتمام المخرجين بالجمهور المستهدف الذي ترغب الصحيفة بالوصول إليه؛ من خلال إخراج عناوين صحفية تتناسب مع أمزجته ورغباته، وبذلك تُلبّي احتياجات قرائها، وتضمن الصحيفة استمراريتها.
4. ضرورة الاستعانة بدراسات دورية تتصل بقراء الصحيفة للتعرف على مدى رضاهم عن آلية إخراج العناوين للارتقاء بها، وإخراج عناوين تناسبهم، وتعزيز ثقة الجمهور بالعناوين التي يخرجها المخرج الصحفي.
5. ضرورة تحييد إخراج العناوين بعيداً عن الانتماء السياسي، للخروج بعناوين أكثر دقة وموضوعية.

المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

- القرآن الكريم

أولاً: المصادر والمراجع العربية:

- إبراهيم، إبراهيم. (2009م). فن كتابة الخبر والمقال الصحفي نظرياً وعملياً. ط1. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- إبراهيم، إسماعيل. (1998م). فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق. ط1. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- أحمد، حسن محمد. (2007م). الرضا الوظيفي لدى القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية دراسة ميدانية في قطاع غزة (رسالة ماجستير غير منشورة). غزة: جامعة الأقصى.
- أدهم، محمود. (1984م). الأسس الفنية للتحرير الصحفي العام. ط1. القاهرة: دار الفكر العربي.
- أدهم، محمود. (1994م). فنون التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق. (د.ط.). القاهرة: مطابع الدار البيضاء.
- الأزرق، نرمين. (2008). حرية الصحافة في مصر. ط1. القاهرة: دار العالم العربي.
- إسماعيل، جمال محمد. (2009م). تحليل عناوين الصحف الفرنسية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة دمشق، دمشق.
- الحاج، بكرى محمد. (2001م). الجملة البسيطة في عناوين الصحف القطرية بين متطلبات المعنى والصحة النحوية. مجلة كلية الإنسانيات والعلوم الاجتماعية، (24)، 211-255.
- أمام، إبراهيم. (2010م). دراسات في الفن الصحفي. (د.ط.). متوفرة على الإنترنت، تاريخ الاطلاع: 15 يناير 2017، الرابط <http://goo.gl/h1XdC2>
- بخيت، سيد. (1998م). العمل الصحفي في مصر دراسة سسيولوجية للصحفيين المصريين. ط1. القاهرة: العربي للنشر.
- البردويل، محمد. (1987م). الصحافة وفن التحرير الصحفي. (د.ط.). غزة: الجامعة الإسلامية.
- النبط، هاني. (2011م). الإخراج الصحفي فن وعلم. ط1. القاهرة: عالم الكتب.
- الجميل، عظيم، والعاني، ثناء. (2012م). صناعة الأخبار الصحفية والتلفزيونية. ط1. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.

الجنوبي، المهدي. (2010م). *كتابة عناوين المواضيع الصحفية، تاريخ الاطلاع: 6 يناير 2017م*،
الموقع: <http://goo.gl/l2vjZb>

جواد، عبد الستار. (2001م). *فن كتابة الأخبار*. ط2. عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
الحتو، محمد. (2012م). *مناهج كتابة الأخبار الإعلامية وتحريها*. ط1. عمان: دار أسامة للنشر
والتوزيع.

حجاب، محمد منير. (2010م). *مدخل إلى الصحافة*. ط1. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
حجاب، محمد منير. (2010م). *نظريات الاتصال*. ط1. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
حجّي، أيمن. (2002م). *عناوين الصحافة الفلسطينية: دراسة لغوية تركيبية*. (رسالة ماجستير غير
منشورة). جامعة الدول العربية: القاهرة.

حداد، نبيل. (2002م). *في الكتابة الصحفية السمات، الأشكال، القضايا، المهارات*. (د.ط.). اريد: دار
الكندي للنشر والتوزيع.

الحسن، عيسى. (2011م). *إخراج الصحف والمجلات*. ط2. عمان: دار زهران.
الحسن، غسان عبد الوهاب. (2012). *أيدولوجيا الإخراج الصحفي*. ط1. عمان: دار أسامة للنشر
والتوزيع.

حسين، سمير. (2006م). *بحوث الإعلام*. ط2. القاهرة: عالم الكتب.
الحصيف، محمد. (1994م). *تأثير وسائل الاعلام: دراسة في النظريات والأساليب*. الرياض: مكتبة
العبيكان.

حمزة، عبد اللطيف. (2002م). *المدخل في فن التحرير الصحفي*. ط4. القاهرة: دار الفكر العربي.
خزعل، عبد النبي. (2011م). *فن تحرير الأخبار في الإذاعات الدولية بين التوظيف والموضوعية*. ط2.
عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

خطاب، أمل. (2010م). *تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها في تطوير الأداء الصحفي*. ط1. القاهرة:
دار العالم العربي.

خليفة، إجلال. (1981م). *اتجاهات حديثة في فن التحرير الصحفي*. ط2. القاهرة: مكتبة الأنجلو
المصرية.

خليل، محمود. (1997م). *الصحافة الإلكترونية*. ط. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
خوخه، أشرف. (2011م). *الإخراج الصحفي والصحافة الإلكترونية*. (د.ط.). الإسكندرية: دار المعرفة
الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع.

أبو دبسة، فداء، وغيث، خلود. (2010م). *تكنولوجيا الطباعة والإخراج الصحفي*. ط1. عمان: دار الإحصاء العلمي للنشر والتوزيع.

الدلو، جواد. (2000م). *فن الحديث الصحفي وتطبيقاته العملية*. ط2. غزة: مكتبة الأمل التجارية. الدليمي، عبد الرزاق. (2012م). *التحرير الصحفي*. ط1. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع. الدليمي، عبد الرزاق. (2012م). *الخبر في وسائل الإعلام*. ط1. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع. الرازي، أحمد بن فارس بن زكرياء القزويني. (1979م). *معجم مقاييس اللغة*. (د.ط.). ج4. بيروت: دار الفكر.

راي تيل، ليونارد، تيلور، رون. ترجمة حمدي عباس. (1990م). *مدخل إلى الصحافة*. ط1. القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع.

ربيع، عبد الجواد. (1996م). *تحرير وإخراج العناوين الصحفية دراسة تحليلية مقارنة على عينة من صحف الأهرام - الوفد - الشرق الأوسط خلال الفترة من 1990 إلى 1993* (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة جنوب الوادي، القاهرة.

ربيع، عبد الجواد. (2005م). *فن الخبر الصحفي*. ط1. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع. الربيعي، أكرم. (2012م). *طرائق قياس مستوى الكفاءة الاتصالية في عناوين الأخبار دراسة في بناء مقياس العنونة الخبرية*. مجلة الباحث الاعلامي، المجلد الرابع، 9 (17)، 137-153. رشتي، جيهان. (1993م). *الأسس العملية لنظريات الاعلام*. ط3. القاهرة: دار النهضة العربية. رشيد، ابتهاج، وعزيز، سيماء. (2013م). *فن إخراج العنوان الصحفي في الصفحة الأولى لجريدة الصباح العراقية للمدة من 2012/1/1 ولغاية 2012/1/31*. مجلة كلية التربية للبنات، 24 (3)، 838-850.

زارع، أحمد. (2006م). *فن التحرير الصحفي*. (د.ط.). غزة: جامعة الأقصى. زلطة، عبد الله. (2001م). *الخبر ومصادره*. ط1. مصر: دار النشر للجامعات. أبو زيد، فاروق. (1992م). *فن الخبر الصحفي*. ط2. القاهرة: عالم الكتب. شرف، عبد العزيز. (1987م). *فن التحرير الإعلامي*. (د.ط.). القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب. شرف، عبد العزيز. (2000م). *الأساليب الفنية في التحرير الصحفي*. (د.ط.). القاهرة: دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع. شفيق، حسنين. (2006م). *الجوانب العملية في إخراج الجريدة*. (د.ط.). القاهرة: رحمة برس للطباعة والنشر.

- الشمسي، إبراهيم. (1999م). *صناعة الخبر الصحفي*. ط1. الشارقة: مطبعة المعارف.
- شيخاني، سميرة محي الدين. (1999م). *أثر تكنولوجيا الإتصال والمعلومات على تطور فنون الكتابة الصحفية دراسة تطبيقية على الصحافة المصرية والسورية اليومية*. (رسالة دكتوراه غير منشورة). القاهرة: كلية الإعلام بجامعة القاهرة.
- صابات، خليل. (1967م) *الصحافة مهنة ورسالة*. ط2. القاهرة: دار المعارف.
- صبحي، سمير. (1995م). *الجورنال من الصفحة الأولى للصفحة الأخيرة*. (د.ط.). القاهرة: دار المعارف للنشر والتوزيع.
- الصقر، إياد. (2009م). *تصميم الصحافة المطبوعة وإخراجها*. ط1. الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- عبد الحميد، أشرف رمضان. (2004). *حرية الصحافة: دراسة تحليلية في التشريع المصري والقانون المقارن*. ط1. القاهرة: دار الكتب المصرية.
- عبد الحميد، محمد. (2004م). *البحث العلمي في الدراسة الإعلامية*. ط1. القاهرة: دار عالم الكتب.
- عبد الحميد، محمد. (1992م). *بحوث الصحافة*. ط1. القاهرة: عالم الكتب.
- عبد الرزاق، لمى أسعد، عباس، هدى فاضل. (2008م). *فاعلية الإخراج الصحفي في بناء لغة ابصارية دالة لرأس الصفحة الأولى*. (د.ط.). بغداد: جامعة بغداد.
- عبد المجيد، ليلى، وعلم الدين، محمود. (2004م). *فن التحرير الصحفي للجرائد والمجلات*. ط1. القاهرة: السحاب للنشر والتوزيع.
- عبد المجيد، محمد. (1997م). *نظريات الإعلام واتجاهات التأثير*. ط1. القاهرة: عالم الكتب.
- عبيدات، سليمان. (1988م). *القياس والتقويم التربوي*. ط1. عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع.
- العسكر، فهد. (1998م). *الإخراج الصحفي أهميته الوظيفية واتجاهاته الحديثة*. ط1. الرياض: مكتبة العبيكان.
- علم الدين، محمود. (1989م). *الإخراج الصحفي*. ط1. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- عمر، أحمد مختار عبد الحميد، وآخرون. (2008م). *معجم اللغة العربية المعاصرة*. ط1. ج1. القاهرة: عالم الكتب.
- عمر، السيد. (1994م). *البحث الإعلامي: مفهومه إجراءاته ومناهجه*. ط1. بنغازي: منشورات جامعة قاريونس.
- الفارابي، أبو نصر إسماعيل بن حماد الجوهري. (1987م). *الصاحح تاج اللغة وصحاح العربية*. ط4. ج1. بيروت: دار العلم للملايين.

أبو فخر، عدنان. (1982م). *فعالية النص الصحفي*. ط1. دمشق: دار الجليل.
فريزر بوند، ف. (1964م). *مدخل إلى الصحافة*. (د.ط.). بيروت: مؤسسة فرنكلين للطباعة والنشر.
فهمي، محمود. (1982م). *فن تحرير الصحف الكبرى*. (د.ط.). القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
أبو لبد، سجع. (2008م). *مبادئ القياس النفسي والتقويم التربوي*. ط1. القاهرة: دار الفكر للنشر والتوزيع.
المجدوب، عمران. (2015م). *مفهوم العنوان الصحفي وأهميته ووظيفته في الصحافة*. مجلة الأستاذ، 8 (8)، 186-204.

مريشد، خديجة. (2009م). *دراسة تأثير المادة الاعلانية في الصحف السعودية على الأداء المهني للصحفيين: دراسة وصفية على عينة من الصحفيين السعوديين*. (رسالة ماجستير غير منشورة).
السعودية: كلية الدعوة والاعلام.

مzahرة، منال. (2012م). *نظريات الاتصال*. ط1. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
مzahرة، منال. (2011م). *بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ*. ط1. عمان: كنوز المعرفة.
مصطفى، فريد. (2010م). *تكنولوجيا الفن الصحفي*. ط1. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
مكاوي، حسن، والسيد، ليلي. (1998م). *الاتصال ونظرياته المعاصرة*. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
مكي، عبد المطلب. (2010م). *الإخراج الصحفي؛ الحلول الفنية لصحافة المستقبل*. ط1. القاهرة: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.

موسى، محمد أمين. (2008م). *السمات العامة للإخراج الصحفي بالحاسوب*. الرباط: المعهد العالي للإعلام والاتصال.

موقع صحيفة فلسطين. (د.ت.). *تواصل معنا*. تاريخ الاطلاع 3 ديسمبر 2016، الموقع

<http://goo.gl/Lz9F7m>

موقع مركز المعلومات الوطني وفا. (د.ت.). *الصحف اليومية الفلسطينية*. تاريخ الاطلاع 3 ديسمبر

2016، الموقع <http://goo.gl/FMHZdA>

موقع صحيفة الأيام. (د.ت.). *هوية الأيام*. تاريخ الاطلاع 3 ديسمبر 2016، الموقع

<http://goo.gl/F3TbMp>

ناجي، عباس. (2012م). *الخبر الصحفي*. ط1. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
النادي، نور الدين، وأبو رستم، رستم. (2003م). *فن الإخراج الصحفي*. ط1. عمان: مكتبة المجتمع العربي.

النادي، نور الدين. (2006م). فن الإخراج الصحفي. ط2. عمان: مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع.

نجدات، علي. (2001م). الإخراج الصحفي اتجاهاته ومبادئه والعوامل المؤثرة فيه وعناصره. ط2. اربد: مؤسسة حمادة للدراسات الجامعية والنشر والتوزيع.

النجار، سعيد. (2001م). مدخل إلى الإخراج الصحفي. ط1. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

نصر، حسني، وعبد الرحمن، سناء. (2004م). التحرير الصحفي في عصر المعلومات، ط2. العين: دار الكتاب الجامعي.

يعقوب، أنفال. (2010م). تطور إخراج عناوين الصفحة الأولى في الصحف المصرية وعلاقتها بتطور القيم الجمالية والوظيفية والتقنية للحرف الطباعي: دراسة حالة على صحيفة الأهرام من عام 1940 إلى عام 2005 (رسالة ماجستير غير منشورة). القاهرة: كلية الفنون التطبيقية.

ثانياً: المصادر والمراجع الأجنبية:

- BBC. (2003). *The Language of The Media*. London: British Broadcasting Corporation.
- Bill, L. (2006). *A study of linguistic features in Hong Kong Chinese newspaper headlines*. (Unpublished study Master Thesis). Pokfulam: The University of Hong Kong.
- Bedrichova, L. (2006). *Headlines and Subheadlines In Newspaper Reporting*. (Unpublished study Master Thesis). the Czech Republic : Masaryk University.
- Brandenstein, D. (2011). *Sensationalism and political headlines; an exploration of front-page headline*. (Unpublished study Master Thesis). California: San Diego state University.
- Bukhari, S. (2015). *Comparative Study of Urdu and English Newspaper Headlines of Pakistan*. (Published PHD Study). International Journal of Humanities and social science. 5, (10) 218-227.
- Chris R. (2009). *Editing Across Media*. Fargo: Content and Process For Print And Online Publication.
- Colleen, C. (2010). *News Talk: Investigating the Language of Journalism*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Correie, J. (2008). *Communication Studies*. Portugal: Communication and Society Research Centre
- Crystal, D. (2003). *The Cambridge Encyclopedia of The English Language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Crystal, D. (1987). *Investigating English Style*. New York: Longman.
- Crystal, D. (2003). *A Dictionary of Linguistics and Phonetics*. Oxford: Oxford University Press.
- De Kok, D. (2008). *Headline generation for Dutch newspaper articles, through transformation-based learning*. (Unpublished study Master Thesis). University of Groningen. Faculty of Arts.
- Dijk, T. (1988). *News as Discourse*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Dor, D. (2003). *On newspaper headlines as relevance optimizer*. (published PHD study). Tel Aviv University: Department of Communications. 35, (5) 695-721.
- Duanprakhon, P. (2012). *Critical Discourse Analysis of News Headlines*. (Unpublished study Master Thesis). Thailand: School of Language and Communication.

- Ehineni, T. (2014). *A syntactic analysis of lexical and functional heads in Nigerian English Newspaper Headlines*. (Published PHD Study). International Journal of Linguistics. 6, (5) 9-20.
- Francis, J., Knudson, D. (1977). *Computer-Assisted Layout of Newspaper*. 2nd Printing. Virginia: American Newspaper Publishers Association.
- Holmqvist, K., Wartenberg C., (2005). *The role of local design factors for newspaper reading behavior- an eye-tracking perspective*. No editions Sweden: Lund University Cognitive Science.
- Juliana, R. (2010). *Secrets of Tagalog Headlines Revealed: An examination of Tagalog headline grammar*. (Unpublished study Master Thesis).Pennsylvania: Swarthmore College.
- Kevin, G., Nerone J. (1995). *Visual Mapping & Cultural Authority Design Change in U.S Newspapers*. 1st Printing. Australia. Journal of Communication.
- Kingery, B. (2000). *An Analysis of Digital Typography and Page Layout for Headlines in Electronic Newspaper*. (Unpublished PHD thesis). Texas A&M University: The USA. Website: (<http://goo.gl/1UJr1o>) Last visit on Dec/1st/2016.
- Kivela, M. (2012). *Aesthetic measures for automated magazine layout on tablet devices*. (Unpublished study Master Thesis). Finland. Aalto University.
- Khamahani, G. (2013). *Focus on structural and lexical ambiguity in English newspaper headlines written by native and non-native Journalists. A Contrastive Study*. (Unpublished study Master Thesis). Rome: MCSER-CEMAS Sapienza University.
- Lucie, B. (2006). *Headlines and Subheadlines in Newspaper Reporting*. (Unpublished study Master Thesis). Brno: Masaryk University.
- Marcinkeviciene, R. (2008). *The limits and peripheries of the genre*. Vilnius: Press experience.
- Morkes, J., Nielsen, J., (1997). *Concise, scannable and objective: How to write for the Web*. (Unpublished study Master Thesis). Retrieved 14 September, 2003 from the World Wide. Website: (<http://goo.gl/4dNz0e>). Last visit on March/1st/2017.
- Nemeth T. (2006). *The current state of Arabic newspaper type and typography*, 1st Printing. . UK: Department of Typography and Graphic Communication.
- Olatunde, A. (2013). *The Dynamics of the Language of Newspaper Headlines in Nigeria*. (Published Master Thesis). Nigeria: Ajayi Crowther University Oyo. 2, (5) 140-144.

- Ramadani, N. (2015). *Lexical ambiguity in the headlines of the Jakarta Post Newspaper*. (Unpublished Master study). Indonesian: Andalas University.
- Reah, D. (2002). *The Language of Newspaper*. 1st Printing. London: Routledge.
- Reiley, C. (1974). *Trends in newspaper Layout and Design*. No edition. Chicago: Association for Education in Journalism and Mass Communication.
- Rich, C. (2010). *Writing and reporting news: A coaching method*. No edition. Wadsworth: Cengage Learning.
- Schneider, K. (2000). *The Emergence and Development of Headlines in English Newspapers*. 1st Printing. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
- Serikkyzy, G. (2013). *Spor Gazeteleri Manşet ve başlıklarının şiddet çağrıştıran sunumu, Fotomaç ve Fanatik Gazeteleri örneği*. Unpublished Master Thesis. Istanbul: Istanbul University.
- Al-Sha`r, A. (2009). *Effect of reading on-line local newspaper headlines on developing university students' reading skills in English*. (Unpublished Master Thesis). Jordan :Al-al-Bayt University.
- Sherpa, P. (2012). *A study on strategic use of language in newspaper headlines*. (Unpublished Master Thesis). Bangalore: Christ University Bangalore.
- Simon, V. (1981). *The grammar of headlines in the times 1870-1970*. 1st Printing. Brussels: Paleis der Academien.
- Šipošová, A. (2011). *Headlines and Subheadlines: Tense, Modality and Register, Based on Discourse Analysis of the British Tabloid*. (Unpublished Master Thesis). the Czech Republic: Masaryk University
- Tirangga, B. (2014) *Lexical and Grammatical Ambiguities of the News Headline of The Jakarta Post, and New York Times*. (Unpublished Master Thesis). Semarang: Dian Nuswantoro University.
- Williams, P. *8 grammar rules for writing newspaper headlines*. Published in Nov 19th, 2013. Reviewed in Jan 17th, 2017. Website Link (<http://goo.gl/gtKXBV>).
- Wilson, C, Orsini, M. (2007). *Chapter Ten Editing*. No edition. Canada: Canadian University Press.
- Zhi J., Kee Ch. (2002). *Revisiting Media Attention Score: Evolution of Sin Chew Daily's Newspaper Design*. 1st Printing. Malaysia: Jurnal Komunikasi.

ثالثاً: المقابلات

إسلام نصار - مخرج صحفي في صحيفة الحياة الجديدة، محمد أبو زائدة. (اتصال شخصي: 14 نوفمبر 2016).

بشار بريماوي - نائب مدير تحرير جريدة الحياة الجديدة، محمد أبو زائدة (اتصال شخصي: 9 ديسمبر 2016).

سمر شاهين - مدير التحرير في صحيفة فلسطين، محمد أبو زائدة (اتصال شخصي: 9 ديسمبر 2016).

صالح عيد - مشرف القسم الفني في جريدة القدس، محمد أبو زائدة (اتصال شخصي: 16 نوفمبر 2016).

عبد الناصر النجار - مديرة تحرير جريدة الأيام، محمد أبو زائدة (اتصال شخصي: 9 ديسمبر 2016).

عصام قمحية - مخرج في صحيفة الأيام، محمد أبو زائدة (اتصال شخصي: 16 نوفمبر 2016).

فادي أحمد، رئيس قسم الإخراج في صحيفة فلسطين، قابله: محمد أبو زائدة (28 نوفمبر 2016).
ماجد حبيب، محاضر في جامعة الأقصى، قابله: محمد أبو زائدة (11 مايو/أيار 2017م).

محمد أبو خضير - نائب رئيس تحرير جريدة القدس اليومية، محمد أبو زائدة (اتصال شخصي: 9 ديسمبر 2016).

الملاحق

ملحق رقم (1): نماذج على أنواع العناوين الصحفية

1- العنوان التمهيدي (1)

شكل رقم (1)

بقيمة 5 ملايين دولار **عنوان تمهيدي**

إطلاق مشروع لتشغيل 3000 خريج في غزة

غزة، فلسطين؛
أطلق الصندوق الفلسطيني للتشغيل والحماية
الاقتصادية العمال- أمس، مشروع التشغيل من

الإسرائيلي، بتدخل العميلة الروحية والكبرى،
في تعلق مشكلة البطالة في فلسطين بسبب
الحصار الشامل الذي يفرضه على شواطئ المواد.

لكل خريج على مدار عامين-
وأشار إلى أن الصندوق يعمل بشكل جيد من
أول الحصول على تمويل بقيمة مليار دولار خلا

2- العنوان الرئيسي (2)

شكل رقم (2)

إصابة طفلة وصياد برصاص الاحتلال في غزة وآخرين بالاختناق بالضفة

محافظة / فلسطين- وكالات؛
أصيب طفلة وصياد في غزة برصاص قوات
الاحتلال الإسرائيلي- أمس، في وقت أصابت

فيه الأذى عدداً من المواطنين والمتظاهرين
بالاختناق خلال قمعها مسيرات متواصلة للاحتجاج
في الضفة الغربية المحتلة. وطبقاً لما أفادت به

مصادر طبية، فقد أصيبت الطفلة برصاص حدودية
(5 أعوام) برصاص في منطقة البطون-
بعد أن فتحت قوات الاحتلال نيران

3- العنوان الثانوي (3)

شكل رقم (3)

الحية: ما سعت يوماً لمنصب وكلما كُلفت بأمر أرفضه

أكثر موقف شعرت فيه بالحزن أثناء وداعي لرئيس أركان القسم أحمد الجعبري

على ذات الجلسة التي امتدت لما يزيد عن ثلاث ساعات، استكملنا
مهمة النيش في ذاكرة «خليفة الرنتيسي»، و«روح الجعبري»،
وتوالت أسئلتنا ما استطعنا إلى ذلك سبيلاً، لتكشف بإجاباته
معالم رجل يذرف الدموع على رحيل من سبقوه شوقاً وحداً.
استكملنا رحلتنا في دهاليز حياة القيادي في حماس الدكتور
خليل الحية، وتناولنا بمراحل مختلفة، وكان أهمها تعليمه

الجامعي، ودخوله المجلس التشريعي، ورفضه العديد من
المهام الموكلة إليه، واستشهاد أفراد عائلته، والحرب
وكواليسها، والمفاوضات مع الاحتلال، وأعوام الحزن في حياته،
والحب في عائلته، فندعوكم لربط الأحزمة، والتمتع بقرارة سيرة
رجل لم يعتد الإعلام إظهار إنسانيته بقدر ما يظهر «نارية»
تصريحاته.

(1) صحيفة فلسطين. إطلاق مشروع لتشغيل 3000 خريج في غزة. (الثلاثاء 7 فبراير 2017م). العدد (3489)، (ص12).

(2) صحيفة فلسطين. إصابة طفلة وصياد برصاص الاحتلال في غزة وآخرين بالاختناق بالضفة. (السبت 21 يناير 2017م). العدد (3472)، (ص1).

(3) صحيفة الرسالة. الحية: ما سعت يوماً لمنصب وكلما كُلفت بأمر أرفضه. (الخميس 27 أغسطس 2015م). العدد (1321)، (ص8).

4- العنوان الفرعي (1)

شكل رقم (4)

معادي للولة (إسرائيل).
تولى رئاسة التحقيق مع «فاطمة» ضابط يسمّى
«أبو سيف»، وأخبرها في إحدى الجلسات، «لا
تحلمي أن نعيك لغزة ما دامت (إسرائيل) في
الوجود... سنعدّك حتى نهدّ قواك، ثم نبعك إلى
دولة صديقة لنا».

خطت لحفر نفق في السجن وفي منتصف الطريق كشف أمرنا

وأثناء انتهاء التحقيق مع «فاطمة»، وعشية نقلها
إلى «سجن الرملة»؛ جاءها المحقق «أبو سيف» في
زيارة خاصة من (تل أبيب)، وفور رؤيته لها، قلع
طاقيته عن رأسه وانحنى ثلاث مرات لها، وقال لها:
«لو وجدت (4 نساء) في المخابرات (الإسرائيلية)
مثل فاطمة الحلبي لن ننهزم قط»، وتابع حديثه لها:
«الآن علمت أننا اختلنا معكم الحبيب... نحن نعدّك...»

استشاط الحاكم غضباً، ثم قال لها: «أعدك يا ابنة
الحلبي لن تطيل حريتك خارج السجن، لأنك
كسوسة الخشب؛ تنخرين في الولة (الإسرائيلية)
حتى تتمرينها».

تركت «فاطمة» الحاكم، وذهبت إلى مجموعتها التي
كوّنتها من جديد تحت اسم «قوات التحرير
ال فلسطينية»، وباشرت بالتخطيط وقيادة
القوات.

«نفننا عمليات موجعة للاحتلال، وقتلنا ما
استطعنا منهم»، تقول فاطمة، عدلت جلستها
لتريح جسدها بعد ساعات -فترة لقاء الرسالة-
، وتتابع: «قررت أن أعقد صفقة سلاح من (تل
أبيب) عن طريق (إسرائيلي) درزي، وفعلت ذلك
6 مرات متتالية».

كانت «فاطمة» دائماً تتخفّى بملابسها، وتاري
بعبايتها أي أمر من شأنه كشفها، ومن تتعامل معهم
يعتقون أنها رجلا، وفي إحدى صفقات السلاح؛
تعرّضت للخيانة من أحد عناصر التنظيم، وفوجئت
بمحاصرة قوات الاحتلال للمكان.

تتابع حديثها «حاصروا المكان، ورغم لم أكن اتعامل
باسمي الحقيقي، لكن الضابط الذي أخبرني أنني

5- عناوين الفقرات (2)

شكل رقم (5)

وبعد عام من مرارة الإبعاد، تمّ إعادة الزهار إلى
غزة، مروراً بالتحقيق في «النقب»، يتابع: «وصلت
إلى القطاع نهاية (1993) وقيادة من الحركة بقي في
السجون لإكمال محكومتهم، وآخرون خرجوا وعملنا
معاً لإعادة بلورة نشاط الحركة».

شبح السلطة

عامان على نشاطات الزهار بعد الإبعاد وبعدما فرضت
السلطة سيطرتها على القطاع أثناء رحلة قيادات
حماس إلى «مرج الزهور»، حتى اعتقلته أجهزة السلطة
عام 1996، واقتيد إلى مركز «السرايا» وسط غزة.

رفض الزهار اللقاء مع الوسيط الأمريكي، «لأنّ
التحركات كانت مشبوهة، تمثلت في صناعة قيادات
السلطة الفلسطينية»، ويضيف: «بعندما حلت شخصيات
أوسلو على المنطقة، عملوا على فكرة تفريغ غزة من
القيادات».

وفي مساء يوم ماطر أواخر ديسمبر وصل الزهار
اتصال هاتفية وطلبوا منه أن يرتدي ملابسه وينهب
إلى سجن «السرايا» وسط المدينة.

وجع الإبعاد

كانت التساؤلات تشغل فكر الزهار، ولكن، تم تنفيذ

(1) صحيفة الرسالة. على ناصية الوجع.. الحلبي تواصل غزل رواية عذاب السجن. (الخميس 3 ديسمبر 2015م). العدد (1347)، (ص8).

(2) صحيفة الرسالة. الزهار ضيف "الرسالة" في ذكرى انطلاقة حماس ال(28). (الاثنين 14 ديسمبر 2015م). العدد (1350)، (ص8).

6- عنوان البوادي (1)

شكل رقم (6)



7- العنوان الملخص (2)

شكل رقم (7)

الاحتلال يعزل 15 أسيراً قيادياً من حماس

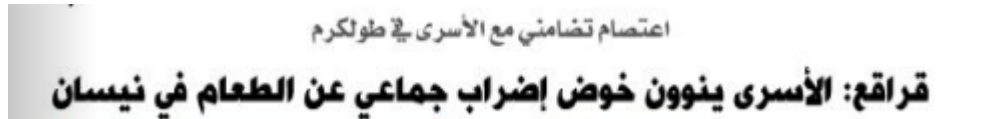
8- العنوان الوصفي (3)

شكل رقم (8)



9- العنوان المقتبس (4)

شكل رقم (9)



(1) صحيفة فلسطين. الاحتلال يهدم خياماً ومنشآت في طوباس والأغوار الشمالية. (الأربعاء 8 فبراير 2017م). العدد (3490)، (ص27).

(2) صحيفة فلسطين. الاحتلال يعزل 15 أسيراً قيادياً من حماس. (الأربعاء 8 فبراير 2017م). العدد (3490)، (ص9).

(3) صحيفة فلسطين. في المنزل الأيل للسقوط.. الروح رخيصة ولا قيمة للحياة. (الثلاثاء 7 فبراير 2017م). العدد (3489)، (ص19).

(4) صحيفة فلسطين. قراقع: الأسرى ينوون خوض إضراب جماعي عن الطعام في نيسان. (الأربعاء 8 فبراير 2017م). العدد (3490)، (ص8).

10- العنوان التأكيدي (1)

شكل رقم (10)



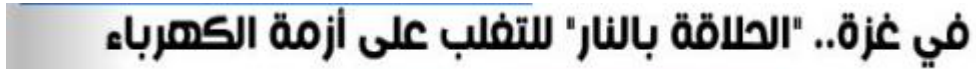
11- العنوان الموضح (المفسر) (2)

شكل رقم (11)



12- عنوان الإثارة (3)

شكل رقم (12)



13- العنوان ذو العبارة القوية المتفجرة (4)

شكل رقم (13)

ترامب: إيران تلعب بالنار!!

(1) صحيفة فلسطين. الصحفي القييق يبدأ إضراباً عن الطعام احتجاجاً على اعتقاله إدارياً مجدداً. (الثلاثاء 7 فبراير 2017م). العدد (3489)، (ص11).

(2) صحيفة فلسطين. خط (161) وإلغاء الضرائب وتحسين الجباية.. حلول سريعة لأزمة الكهرباء. (السبت 21 يناير 2017م). العدد (3472)، (ص12).

(3) صحيفة فلسطين. في غزة.. "الطلاقة بالنار" للتغلب على أزمة الكهرباء. (الثلاثاء 7 فبراير 2017م). العدد (3489)، (ص27).

(4) صحيفة فلسطين. ترامب: إيران تلعب بالنار!! (الثلاثاء 7 فبراير 2017م). العدد (3489)، الصفحة الأخيرة.

14- عنوان التساؤل (الاستفهامي) (1)

شكل رقم (14)

حبلٌ وخوذة.. هل يكفيان لضمان سلامة العاملين في تنظيف واجهات المباني؟

تقرير / فاطمة أبو حية ،
تبدو بعض البناءات لافتة للنظر ببريق الزجاج الذي يغطيها، ولكن خلف هذا البريق يقف عمال يخاطرون بحياتهم من أجل توفير لقمة عيش كريمة لأبنائهم. فيتعلقون بالحبال ليمارسوا مهمة تنظيف واجهات المباني، فكيف يؤدي هؤلاء عملهم؟ وما الذي يضمن سلامتهم؟

15- العنوان التعجبي (2)

شكل رقم (15)

هولوكوست الأسد في القرن الواحد والعشرين!

الرسالة-صحف دولية
اهتمت الصحف الدولية بعدد من القضايا المتعلقة بالشرق الأوسط فنشرت صحيفة الما



16- العنوان الإخباري (3)

شكل رقم (16)

لجنة التفيتش بوزارتي العدل والداخلية تتفقد مركز شرطة النصيرات

(1) صحيفة فلسطين. حبل وخوذة.. هل يكفيان لضمان سلامة العاملين في تنظيف واجهات المباني. (الاثنين 23 يناير 2017م). العدد (3474)، (ص20).

(2) صحيفة الرسالة. هولوكوست الأسد في القرن الواحد والعشرين. (الاثنين 13 فبراير 2017م). العدد (1469)، (ص13).

(3) صحيفة الرسالة. لجنة التفيتش بوزارتي العدل والداخلية تتفقد مركز شرطة النصيرات. (الاثنين 13 فبراير 2017م). العدد (1469)، (ص9).

شكل رقم (17)

دعوى في "الجنايات الدولية" لارتكاب "القتل العمد"

تحقيق قانوني: بحرية الاحتلال تعمدت دهس وتفيت قارب الصياد الهسي

غزة، أهم الشروف:

خلصت نتائج تحقيق قانوني أدرته الهيئة الفلسطينية المستقلة لملاحقة جرائم الاحتلال الإسرائيلي، وديوان القنوى والتشريع، إلى أن بحرية جيش الاحتلال "تعمدت دهس وتفيت" قارب الصياد معمد الهسي في بحر غزة، وهو ما أدى إلى عرق القارب وفتدان آثار صاحبه في الرابع من كانون الثاني (يناير) الجاري.

العدد: 3470
صفحة 28
شيفل 1

فلسطين
FELESTEEN
يومية - سياسية - شاملة

الخميس 21 برهم الحار 1438 هـ، 19 يناير، كانون الثاني، Thursday 19 January 2017
www.felesteen.ps

استشهاد مواطن ومقتل جندي إسرائيلي بعملية دهس في القرية

الاحتلال يهدم "أم الحيران" بالنقب المحتل

إسرائيل خلال عملية دهس نفذها أحد أصحاب العتارل المعهدة واستشهد في المكان. وأعاد رئيس اللجنة المحلية في قرية "أم الحيران"، رائد أبو الفيغان، بأن سلطات الاحتلال معززة النقب المحتل فلسطين - وكالات: خدمت قوات الاحتلال الإسرائيلي، أمن، الحي الغربي بالكامل لقرية أم الحيران في النقب جنوب فلسطين المحتلة، فيما قتل جندي

بالأف الجنود وعتاصر شرطة الاحتلال، والآليات العسكرية، والجرافات، اقتطعت القرية، صباحاً، وشرعت بهدم منازل المواطنين، دون إضاح العجائ لهم بالإنهاء.

إضراب شامل اليوم في الداخل المحتل

3

2

شكل رقم (18)

ثلاثاء 10 جمادى الأولى 1438 هـ، 7 فبراير، شباط 2017 Tuesday 7 February 2017
www.felesteen.ps

فلسطين

شؤون محلية 3

بحر: قضيتنا تواجه تحديات قاسية والقدس تمر في أخطر مرحلة

غزة، نيل سنونو:

حضر النائب الأول لرئيس المجلس التشريعي، د. أحمد بحر، من أن القضية الفلسطينية تواجه تحديات قاسية في ظل مخططات الاحتلال، وما وصفه بـ "صعود الفكر العنصري إلى سدة الحكم في الولايات المتحدة الأمريكية". في حين شدد عضو المكتب السياسي لحركة حماس د. محمود الزهاوي، على أن المتفهمة المسلحة هي الأسس لتحرير فلسطين.

جاء ذلك خلال لقائه برلمانيي مشتركة عقدته ببحر ونواب في "التشريعي" بغزة أمس مع رابطة "برلمانيون لأجل القدس"، عبر "سكايب"، حضره رئيس الرابطة حميد بن عبد الله الأجر.

ونكر بحر خلال كلمته، أن القضية تواجه تحديات قاسية خصوصاً فيما يتعلق بقضية القدس والمسجد الأقصى والحدود البيومي على شعبنا وحقولنا وحقولنا الوطنية، واستمرار الحصار على قطاع غزة، والتطبيع مع العدو الصهيوني، واستمرار معاقبة الأسرى ونواب الشعب الفلسطيني في سجون الاحتلال.

وأوضح أن ذلك "يستلزم دوراً عربياً وإسلامياً مهماً يرتقي إلى مستويات هذه التطورات والمخلفات".

واعتبر أن "القدس لعيش اليوم أخطر مرحلة في تاريخها"، لافتاً إلى أنها "تواجه مناظر التهويد والاستيطان المصعور وهدم أطلالها وتغيير معالمها وطمعها العربي والإسلامي، كما يتكبر المسجد الأقصى المبارك للتقادم شبه اليومي والخطر المتواصل تحت أسفانه توطئة لحمه وبنائه هيكلهم المزعوم على إنقاذهم لا سمح الله، ومعارسات التمع والإرهاب

في ميثاق روما"

وتبين أن هذه الجرائم "تختص في القدس، وحصار قطاع غزة والدرام التابعة عنه، واختطاف النواب والجار والاستيطان، والقوانين التمييزية التي يصدرها التكتيس، والعنوان على القطاع والمجازر السابقة، وضحايا الإعدام الميداني، وضحايا الأسرى، وغيرها الكثير".

وأبدى القوي استعداده لتقديم هذه الملفات للبرلمانيين، مطالباً بالتعاون في تشكيل فرق عمل لدراسة وتوثيق الجرائم البيومية المعصرة التي يرتكبها الاحتلال، والمساعدة في رفع دعوى أمام "المحاكم" والمحاكم الأخرى، وفتح جرائم الاحتلال الإسرائيلي.

بمجرد أكد النائب د. صلاح البردويل، على ما فعله القدس "من معان كبيرة جدا" وفي النقب منها المسجد الأقصى المبارك، كما قال في كلمته: "الإنسان هو القدس ما نعتك إرادة الإنسان والشعب التي نعتكها، مبنياً لصيغة تعليل الشعوب ودياراتها والوقوف إلى جانبها من قبل البرلمانيين، بينما قال مقرر لجنة القدس في "التشريعي" د. أحمد أبو خديبة، أن الاحتلال الإسرائيلي يحيط المسجد الأقصى بنحو 100 كتيبي يهودي، أشهرها ما يسمى "كتيبي الخراب"، مبنياً في الوقت نفسه أن الاحتلال يواصل حملات اعتقال المتعمدين والتعامات الأقصى.

وأضاف خلال حديثه في اللقاء، أن سلطات الاحتلال تصغر آلاف الدونمات يومياً لإقامة مستوطنات جديدة وتوسيع القائمة، وبناء عشرات آلاف الوحدات السكنية للمستوطنين، وإحلال عشرات الآلاف منهم لكون عدد اليهود في القدس



جانب من اللقاء في غزة أمس (تصوير / عمر الإفريقي)

الفلسطيني ونوابه المنتخبين عن أحداث التغيير في حياة الشعب الفلسطيني وقضيته الوطنية".

وتابع بأن سلطات الاحتلال تعمل على "وأد التجربة الديمقراطية الفلسطينية إثر الانتخابات المجلس التشريعي وحث البرلمانيين على "العمل لدى برلماناتهم لتبني قضية

- (1) صحيفة فلسطين. الاحتلال يهدم "أم الحيران" بالنقب المحتل. (الخميس 19 يناير 2017م). العدد (3470)، (ص1).
- (2) صحيفة فلسطين. بحر: قضيتنا تواجه تحديات قاسية والقدس تمر في أخطر مرحلة. (الثلاثاء 7 فبراير 2017م). العدد (3489)، (ص3).

21- العنوان الوسطي أو المتمركز (1)

شكل رقم (21)

الحكومة السورية والفصائل "المعارضة" حول طاولة واحدة وبرعاية روسية تركية إيرانية في الأستانة غدا

الأستانة (كازاخستان) - أ ف ب/ شينخوا - للباحثات عسكرية أكثر منها سياسية إذ تهدف أساسا إلى تثبيت اتفاق وقف إطلاق النار في البلاد من جهة ثانية في محيط اللحظة الرابعة والتاسع بالريف الشرقي لحمص، بالتزامن مع قصف

22- العنوان المفرد (2)

شكل رقم (22)

الحصار يوقف عجلة الصناعات البلاستيكية

الرسالة -محمد شاهين
تقوى تبعات الحصار الإسرائيلي على القطاع الصناعي في قطاع غزة، إذ يتعدد الإحتلال بشكل
لها جزءا من تفاصيل المعاناة التي يعيشها المصنع الذي يديره بسبب إجراءات الإحتلال التي تحول دون سير العمل، علما أن حالته تنطبق على بقية مصانع من المصناعات للجهات المختصة للسماح له بإدخالها من مقرنة ولا يستطيع جلب آلات جديدة لعدم توافرها نتيجة منع الإحتلال إدخالها، موضحاً تقديمه عددا من الطلبات للجهات المختصة للسماح له بإدخالها من البلاستيكية يعيش ظروفًا صعبة بعد أن قطع الإحتلال إدخال المواد الخام إلى مصانع القطاع، ما تسبب بتعطيل العمل في عدد كبير منها.

23- العنوان الهرمي (المعتدل) (3)

شكل رقم (23)

رأت أن حل الدولتين "بعيد" الأمم المتحدة تدعو إلى تهيئة الظروف لاستئناف مفاوضات التسوية

واشنطن، فلسطين،
أكدت هيئة الأمم المتحدة على أهمية تهيئة الظروف لاستئناف مفاوضات التسوية بين السلطة والاحتلال الإسرائيلي.
وغيرت رئيسة ديوان الأمين العام للأمم المتحدة، ماريا لويزا فيوتي، في كلمتها أمام الاجتماع الخاص الذي عقده لجانة الأمم المتحدة المعنية بممارسة الشعب الفلسطيني لحقوقه غير القابلة للتصرف، أمس، عن عدم رضاها عن الوضع الراهن، مؤكدة أهمية الوصول إلى مفاوضات ذات مغزى، كون هذه الخطوة باتت الأكثر حيوية والحاجا من أي وقت مضى، حيث

- (1) صحيفة القدس. الحكومة السورية والفصائل المعارضة حول طاولة واحدة وبرعاية روسية تركية إيرانية في الأستانة غدا. (الأحد 22 يناير 2017م). العدد (17044)، (ص2).
- (2) صحيفة الرسالة. الحصار يوقف عجلة الصناعات البلاستيكية. (الاثنين 6 فبراير 2017م). العدد (1467)، (ص6).
- (3) صحيفة فلسطين. الأمم المتحدة تدعو إلى تهيئة الظروف لاستئناف مفاوضات التسوية. (السبت 18 فبراير 2017م). العدد (3500)، (ص4).

شكل رقم (24)

تجاه مواقفه من الصراع الفلسطيني الإسرائيلي

غريب: ترامب أقلق بـ "غموضه" أصدقاء (إسرائيل) في أمريكا

واشنطن - غزة / يحيى اليقوي:

قال أستاذ العلاقات الدولية في جامعة جورج تاون في واشنطن - إيموند غريب: إنه على الرغم من أن الرئيس الأمريكي الجديد دونالد ترامب يتبنى موقفاً داعماً ومتعاطفاً مع (إسرائيل)، إلا أنه أقلق أصدقاء الأخيرة بأمريكا بشأن مواقفه من الصراع الفلسطيني الإسرائيلي.

العنوان المنطلق من اليمين (المناسب) (موحد البداية) (2)

شكل رقم (25)

الجامعات ركيزة أساسية في المجتمع			
التعليم الموازي جاء ليفضي العجز المالي في الجامعات الرسمية			
الشهادة الجامعية مكلفة			
أرد - صيغة البرهوك	الطبة وبمحصيا	هي من طبية التعليم	الجامعة (١٦.٠٢) مع
تمثل الجامعة اسم	للتفوقين منهم في امتحان	الموازي ذلك التعليم الذي	العلم بأنها حصلت على
تطامح المجتمع، فهي للوحة	الكثيرة للماء.	ويتمتع ادارات الجامعات	معدل يقل من ذلك بكثير في
الاشيرة التي تمتد قطاع	اسئلة طرح لنام لجنة	الارنية للتصديق لا للتعليم	القائرية العامة ولم يملكها
المستويات المرتفعة؟	فقال: التفوق لم يأت من	فراغ وانما هو ثمرة وحسيلة	الجهد والشايرة فمن يتدح

العنوان المنطلق من اليسار (المناسب) (موحد البداية) (3)

شكل رقم (26)

الجامعات ركيزة أساسية في المجتمع

التعليم الموازي جاء ليفضي العجز المالي في الجامعات الرسمية

الشهادة الجامعية مكلفة

أرد - صيغة البرهوك	الطبة وبمحصيا	هي من طبية التعليم	الجامعة (١٦.٠٢) مع
تمثل الجامعة اسم	للتفوقين منهم في امتحان	الموازي ذلك التعليم الذي	العلم بأنها حصلت على
تطامح المجتمع، فهي للوحة	الكثيرة للماء.	ويتمتع ادارات الجامعات	معدل يقل من ذلك بكثير في
المستويات المرتفعة؟	فقال: التفوق لم يأت من	فراغ وانما هو ثمرة وحسيلة	الجهد والشايرة فمن يتدح

(1) صحيفة فلسطين. غريب: ترامب أقلق بـ "غموضه" أصدقاء (إسرائيل) في أمريكا. (السبت 18 فبراير 2017م)، العدد (3500)، (ص3).

(2) نجات، الإخراج الصحفي اتجاهاته ومبادئه والعوامل المؤثرة فيه وعناصره (ص169).

(3) نجات، الإخراج الصحفي اتجاهاته ومبادئه والعوامل المؤثرة فيه وعناصره (ص169).

شكل رقم (27)

الجامعات ركيزة اساسية في المجتمع

امادة النظر في آليّة تبسول الطلبة

الهرمان مقابل التعليم الجامعي للابناء

<p>تربية - صناعة البرهنة</p> <p>تسلل الجامعة لهم</p> <p>قطاعات المجتمع فهي للرحلة</p>	<p>الطلبة بخصوصيا</p> <p>المتفهمين منهم في امتحان</p> <p>الاقترية العامة.</p>	<p>هي من طلبة التحاميم</p> <p>للوازي؟ ذلك التحاميم التي</p> <p>ويتمتع ادرات الجامعات</p>	<p>الجامعة (٩٦.٢) مع</p> <p>الطم باتهما حصلت على</p> <p>محمل يقل من ذلك بقليل في</p>	<p>الصالحات المرتكبة</p> <p>فحالت: التحق لم يك من</p> <p>فراغ وانما هو صفة ومصيلة</p>
--	--	---	---	--

شكل رقم (28)

اندلاع حرائق في 6 منازل وانهيار سقف ملعب ومنزل

غزة / حازم الطور-وكالات، أعلن جهاز الدفاع المدني في قطاع غزة، أمس، عن تعامله مع 34 نداء استغاثة خلال ساعات نهار أمس، بينها إخماد 6 حرائق اندلعت في منازل المواطنين غالبيتها ناجمة عن ماس كهربائي. في وقت ذكرت فيه بلدية غزة، أن فرق ومواقم

غزة / حازم الطور-وكالات، أعلن جهاز الدفاع المدني في قطاع غزة، أمس، عن تعامله مع 34 نداء استغاثة خلال ساعات نهار أمس، بينها إخماد 6 حرائق اندلعت في منازل المواطنين غالبيتها ناجمة عن ماس كهربائي. في وقت ذكرت فيه بلدية غزة، أن فرق ومواقم

وأوضح المتحدث في تصريح خاص بـ"المسلمين" أنه جرى التعامل مع 4 أصابات و3 عمعات مهينة لمواقع يمكن أن تشكل خطراً على السكان إضافة إلى مخملي استكاف وانقاذ لحيوانات مائة وبمئاتي شطف مياه من مناطق عمرتها السبيل، و5 حالات لإزالة عوائق، و3 حالات للتعامل مع جذران المسمومة آيلة للسقوط و13 حالة لأشواج زيتكو كانت تشكل خطراً على السكان.

وأشار إلى اندلاع حريق في منزل ببل المصلطن في ريف جنوب قطاع غزة، وديرتين في منزليين مختلفين بخان يونس، وديرتين أخرى في منزل ومسطح الفطاح إضافة إلى حريق في شقة سكنية بمنطقة الشيخ رضوان، وأخر في مدينة غزة إضافة إلى حريق بمولد كهربائي.

وأوضح أن طواقم الدفاع المدني تواصل عملها رغم قلة الإمكانيات، داعياً حكومة الجسد الله إلى تطوير المعدات والأدوات اللازمة في عمل الجهاز حتى يتمكن من الاستمرار في تقديم خدماته للمواطنين بالشكل المطلوب.

ودعا المتحدث المواطنين إلى أخذ أقصى درجات الحيطة

الطوارئ تعاملت مع نحو 150 إشارة وشكوى حول طغ مياه الصرف الصحي وقرق شوارع

ولفت النظر في إرسال مصحفات البلدية المتنقلة لشطف مياه الأمطار المتجمعة في محيط مرسية بلفيس اليمن

غزة، أن فرق وطواقم الطوارئ تعاملت مع نحو 150 إشارة وشكوى حول طغ مياه الصرف الصحي وقرق شوارع

بعماد الأمطار وكعرات الترشيع جيدة الأيضاع فيها عسكرة، ودعت البلدية المواطنين إلى أخذ أقصى درجات الحيطة والحذر، وتثبيت أسطح منازلهم خشية تطيرها من شدة الريح.

وتوقع أن كمية الأمطار التي عطلت على المدينة، منذ بداية المنخفض الجوي، مساء الخميس تجاوزت 40 ملم، وطمان الأطباء المواطنين باستقرار الأوضاع في المدينة، وعدم وجود حالات عرق للمنازل، والتعامل مع كافة الاشارات الواردة حول طغ مياه الصرف الصحي.

وتفقد رئيس البلدية، نزار حجازي، أعمال فرق وطواقم لجنة الطوارئ خلال جولة ميدانية في مناطق مختلفة من المدينة، كما يتابع أعمال لجنة الطوارئ المتعددة على مدار الساعة، أولاً بأول.

وكانت طواقم بلدية غزة قد استأجرت المنخفض الجوي وتناقلت كافة مصارف مياه الأمطار لاسيما في المناطق المنخفضة من المدينة لتلافي من جهورتها لتساقيل كعبات متزايدة من مياه الأمطار التي تساقطت على المدينة ليلة أمس صباح اليوم الجمعة.



غزة، أن فرق وطواقم الطوارئ تعاملت مع نحو 150 إشارة وشكوى حول طغ مياه الصرف الصحي وقرق شوارع

ولفت النظر في إرسال مصحفات البلدية المتنقلة لشطف مياه الأمطار المتجمعة في محيط مرسية بلفيس اليمن

(1) نجات، الإخراج الصحفي اتجاهاته ومبادئه والعوامل المؤثرة فيه وعناصره (ص168).

(2) صحيفة فلسطين. اندلاع حرائق في 6 منازل وانهيار سقف ملعب ومنزل. (السبت 28 يناير 2017م). العدد (3479)، (ص11).

29- العنوان الجانبي (العنوان الثانوي المهيأ) (العنوان المهيأ)⁽¹⁾
شكل رقم (29)

أريده - صيغة المبروكه	الطلبة وبخصوصها	في من طلبية التقديم
تمثل الجامعة أهم	المتفرجين منهم في امتحان	لذاتي؟ ذقه التقديم الذي
الطامحات المجتمع، فهي المرحلة	الثانية العامة.	ويتمتع ادارات الجامعات
الاشهيرة التي تعد قطاع	اسقة تطرح امام لجنة	الارمنية للتصديق لا للتعليم
الشباب للانتقال من من	التنسيق والقبول للوحدة	بل بمعنى اخر لاجابية
الطرفة والرامة الى من	ولكن الاجابة عليها تأتي فيما	الاسوال للطلب على المعجز
البناء والاستقلال واحتلال	محمدة. الهم نضع اسم	في الموازنة التي ارفقت
الواقع في قطاعات المجتمع	مجلس التعليم العالي من لا	كامل الجامعة الارمنية دين
المختلفة. لكن ماذا لو اسقطتم	مفاده مساهم ردة الفعل	استثناء
قبول الطلبة في الجامعة	عنكم او طمئن ان مساجبة	منفس الكركي فتنة
يقترحات واساسيات لا تقنع	اطى معدل في جامعة	جامعية كرس اللغات
المنطق او الحمايين لا تنصف	البرهانه بين الطلبة حتى الآن	حصلت على اطل معدل في
		الجامعة.

**اعادة النظر في
آلية القبول في
الجامعات الرسمية**

30- العنوان العمودي⁽²⁾

شكل رقم (30)

**البرغوثي: احتجاجات
الداخل نضال باسل
ضد العنصرية**

رام الله، قال الدكتور مصطفى البرغوثي، الامين العام لحركة المبادرة الوطنية الفلسطينية، أن المظاهرات والاحتجاجات التي اندلعت في أراضي عام ٤٨، هي نضال باسل ضد نظام الفصل والتمييز العنصري الذي تفرضه اسرائيل ضد الفلسطينيين.

31- العنوان الثابت⁽³⁾

شكل رقم (31)



- (1) نجات، الإخراج الصحفي اتجاهاته ومبادئه والعوامل المؤثرة فيه وعناصره (ص170).
(2) صحيفة القدس. البرغوثي: احتجاجات الداخل نضال باسل ضد العنصرية. (الأحد 22 يناير 2017م). العدد (17044)، (ص2).
(3) صحيفة فلسطين. نوافذ. (الأربعاء 8 فبراير 2017م). العدد (3490)، (ص9).

ملحق رقم (2): أسماء المحكمين حسب الترتيب الأبجدي

م	الاسم	التوصيف
1.	الدكتور أحمد الشقاقي	أستاذ الصحافة المساعد في كلية الإعلام والاتصال في جامعة فلسطين.
2.	الأستاذ الدكتور أحمد زارع	أستاذ الصحافة ووكيل كلية الإعلام بجامعة الأزهر-مصر.
3.	الدكتور السيد علي الناغي	أستاذ الصحافة المساعد بقسم الصحافة بكلية الإعلام بجامعة الأزهر-مصر.
4.	الدكتور أيمن أبو نقيرة	أستاذ الصحافة المساعد في قسم الصحافة والإعلام بالجامعة الإسلامية
5.	الدكتور طلعت عيسى	أستاذ مشارك ورئيس قسم الصحافة والإعلام - الجامعة الإسلامية بغزة.
6.	الأستاذ الدكتور عبد العظيم إبراهيم خضر	أستاذ الإعلام بقسم الصحافة؛ في كلية الإعلام بجامعة الأزهر-مصر.
7.	الدكتور محمود خلوف	أستاذ مساعد في الجامعة العربية الأمريكية- جنين.
8.	الأستاذ مفيد أبو شمالة	محاضر في قسم الإعلام بالجامعة الإسلامية.
9.	الأستاذ منير أبو راس	محاضر في قسم الإعلام بالجامعة الإسلامية.
10.	الدكتور نبيل الطهراوي	أستاذ مساعد ورئيس قسم العلاقات العامة بكلية الإعلام بجامعة الأقصى.

ملحق رقم (3) صحيفة الاستقصاء "المحررون"

The Islamic University–Gaza
Research and Postgraduate Affairs
Faculty of Arts and Human Sciences
Master Of Journalism



الجامعة الإسلامية – غزة
شئون البحث العلمي والدراسات العليا
كلية الآداب والعلوم الإنسانية
ماجستير الصحافة

صحيفة استقصاء

أخي الصحفي/ أختي الصحفية
السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

نضع بين يديك صحيفة استقصاء حول العوامل المؤثرة في تحرير العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية: دراسة ميدانية، بهدف التعرف على العوامل الذاتية، والضغوط المهنية، وعوامل المجتمع وقيمه وتقاليده، وعوامل الجمهور والانتماءات وتكنولوجيا الاتصال والقيم المهنية على أداء تحرير العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية.

ومن أجل ذلك تم إعداد صحيفة الاستقصاء لخدمة ما تقدّم، لذا يرجى منكم التكرم بوضع إشارة (X) أمام الإجابة التي تتوافق مع وجهة نظركم، علماً أنّ النتائج المترتبة عليها لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

ولكم جزيل الشكر والاحترام على حسن تعاونكم

الباحث: محمد سعيد أبو زائدة

جوال: 0599909162

إيميل: M.Abuzayda@hotmail.com

إشراف: أ. د. جواد راغب الدلو

مارس/2017م – جمادي الثاني/1438هـ

أولاً: السمات العامة:

(1) النوع:

() ذكر () أنثى

(2) العمر:

() من 20 سنة إلى أقل من 30 سنة () من 30 سنة إلى أقل من 40 سنة
() من 40 سنة إلى أقل من 50 سنة () من 50 سنة فأكثر

(3) المؤهل العلمي:

() دبلوم متوسط فأقل () بكالوريوس () دراسات عليا

(4) الصحيفة:

() القدس () الحياة الجديدة () الأيام () فلسطين

(5) الخبرة في العمل:

() أقل من 5 سنوات () من 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات
() من 10 سنوات إلى أقل من 15 سنة () 15 سنة فأكثر

(6) السكن:

() المحافظات الجنوبية "قطاع غزة" () المحافظات الشمالية "الضفة الغربية" () القدس

ثانياً: العوامل المؤثرة في تحرير العناوين الصحفية:

7.	ما مدى موافقتك على العبارات الآتية الخاصة بتأثير العوامل الذاتية في تحرير العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية؟	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
1/7	أعطتني دراستي الجامعية خبرة كافية في تحرير العناوين الصحفية بأشكالها.					
2/7	أسعى دومًا لمطالعة كل ما هو جديد بشأن العناوين.					
3/7	جعلني التدريب مبدعًا في تحرير العناوين.					
4/7	توفر صحيفتي فرص تدريب متكافئة في تحرير العناوين.					
5/7	أستفيد كثيرًا من الصحف الأخرى في تحرير العناوين.					
6/7	تساعدني ثقافتني على التميز في تحرير العناوين الصحفية.					
7/7	أشعر أثناء تحرير العناوين أنني أقوم بعمل مهم ونافع لي وللمجتمع.					
8/7	تقف الظروف النفسية والاجتماعية عائقًا أمام إبداعي في تحرير العناوين.					
9/7	يساعدني رئيس التحرير في تحرير عناوين مناسبة.					
10/7	تسهم علاقتي مع زملائي في تحرير عناوين أكثر مهنية.					

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	8.
					ما مدى موافقتك على العبارات الآتية الخاصة بتأثير العوامل التي تتصل بطبيعة الرسالة في تحرير العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية؟
					أحرص على سلامة المعنى في تحرير العناوين.
					أراعي الأهمية النسبية للمادة الصحفية عند تحرير العناوين.
					أسعى لإبراز عناوين مواد التحقيقات الصحفية أكثر من بقية الفنون الأخرى.
					أرى بأن أقوى العناوين الصحفية هي التي تمتاز بقلّة عدد كلماتها.
					ينعكس تأثري بأهمية الحدث على تحريري للعناوين الصحفية.
					أضع رأبي الشخصي أثناء تحرير عناوين المواد التفسيرية.
					أحرص على تنوع العناوين وفقاً للأشكال الصحفية.
					تتأثر عناويني بالأراء الموجودة داخل الفنون الصحفية.
					أحرص في تحرير العناوين انسجامها مع مضمون الرسالة الإعلامية.
					أدرك أنّ تحرير العناوين يختلف باختلاف موضوعاتها.
					10/8

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	9.
					ما مدى موافقتك على العبارات الآتية الخاصة بتأثير عوامل الجمهور في قرارات محرري العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية؟
					أسعى للتعرف على خصائص جمهور الصحيفة لتحرير عناوين تناسبه.
					أستعين بدراسات دورية تتصل بقراء الصحيفة لتحرير عناوين تناسبهم.
					أحرر عناوين تؤثر في الجمهور وتقنعه بمضمون الرسالة الإعلامية.
					أسعى للتجديد باستخدام أنواع مختلفة من العناوين لجذب الجمهور للصحفية.
					أشعر أنّ الجمهور يتفاعل مع عناويني التي أحررها بشكل إيجابي.
					أضع في عين الاعتبار الفروق الفردية لدى جمهور الصحيفة أثناء تحرير العناوين.
					أحرر عناوين الموضوعات وفقاً لدرجة ثقافة الجمهور.
					أراعي في تحريري للعناوين تخصصات الجمهور المستهدف.
					أسعى لتحرير عناوين الموضوعات التي تخاطب عاطفة الجمهور.
					يتأثر تحريري للعناوين بأمزجة الجمهور المستهدف.
					10/9

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	10.
					ما مدى موافقتك على العبارات الآتية الخاصة بتأثير الانتماءات والجماعات المرجعية في تحرير العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية؟
					أشعر بالانتماء للصحيفة أثناء تحرير عناوين الموضوعات التي أعدها.
					يؤثر انتمائي السياسي في طريقة تحريري للعناوين.
					تنعكس اهتماماتي التي أؤمن بها على أدائي في تحرير العناوين الصحفية.
					أجتهد لتحرير عناوين مثيرة لموضوعات الجماعة التي أنتمي لها.
					أحرر العناوين الصحفية بما يتناسب مع أهدافي.
					أهتم بتحرير عناوين المواد الصحفية التي تتناول الجماعة التي أنتمي إليها.
					أحرص على الحقيقية في تحرير العناوين ولو كان ذلك على حساب الجماعة التي أنتمي إليها.
					أحرر عناوين أكثر جاذبية للموضوعات التي تتوافق مع انتمائي.
					أسعى لتحرير عناوين تظهر تماسك الجماعة التي أنتمي إليها.
					أتلقي تعليمات من الجماعات التي أنتمي لها حول العناوين التي أحررها.
					10/10

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	ما مدى موافقتك على العبارات الآتية الخاصة بتأثير الضغوط المهنية وعلاقات العمل في تحرير العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية؟	11.
					يؤثر الطابع الأيديولوجي للصحيفة على تحريري للعناوين.	1/11
					يفرض قانون المطبوعات الفلسطيني قيوداً على تحرير بعض العناوين.	2/11
					يؤثر المناخ السياسي السائد سلباً على تحريري العناوين الصحفية.	3/11
					أختار عناوين تناسب رؤية رؤسائي في العمل بغض النظر عن قناعاتي.	4/11
					تفرض الصحيفة رقابة على جميع العناوين التي أحررها.	5/11
					تلتزمي السياسة التحريرية بتحرير عناوين ذات طابع معين.	6/11
					تفتقر السياسة التحريرية في الصحيفة للوضوح في تحرير العناوين.	7/11
					أتشاور مع زملائي عند تحرير بعض العناوين.	8/11
					أعيد تحرير بعض العناوين أكثر من مرة بسبب قرارات مفاجئة من إدارة الصحيفة.	9/11
					أستفيد من الصحف الأخرى في تحرير العناوين.	10/11

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	ما مدى موافقتك على العبارات الآتية الخاصة بتأثير قيم المجتمع وتقاليد في تحرير العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية؟	12.
					يؤثر النظام الاجتماعي الذي أنتمي له على تحرير عناوين الموضوعات.	1/12
					أحافظ على القيم الثقافية والاجتماعية أثناء تحرير العناوين الصحفية.	2/12
					أحرص على تحرير العناوين المحافظة على القيم السائدة في المجتمع.	3/12
					أرفض تحرير عناوين تنال من شخصيات ترمز إلى أسس وتقاليد المجتمع.	4/12
					أحاول الاستفادة من التراث الوطني في تحرير عناويني.	5/12
					أرفض تحرير عناوين تؤثر على الروابط الاجتماعية للشعب الفلسطيني.	6/12
					أحرص على تحرير عناوين الموضوعات التي تعمل على تقوية قيم المجتمع.	7/12
					أراعي عند تحرير العناوين توافقها مع العادات والتقاليد.	8/12
					أراعي في تحرير العناوين استخدام المصطلحات السائدة في المجتمع.	9/12
					أحرص أثناء تحرير العناوين على إظهار السلوكيات التي تتنافى مع قيم المجتمع لتجنبها.	10/12

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	ما مدى موافقتك على العبارات الآتية الخاصة بتأثير استخدام الصحفيين للتكنولوجيا في تحرير العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية؟	13.
					تقلل التكنولوجيا من الأخطاء اللغوية في تحرير العناوين.	1/13
					ساعدتني التكنولوجيا على الرجوع للمصادر للتأكد من دقة العناوين.	2/13
					توفر لي التكنولوجيا فرصاً أفضل للاطلاع على تحرير عناوين الصحف الأخرى.	3/13
					عززت التكنولوجيا من مهاراتي في تحرير العناوين الصحفية.	4/13
					تسهم التكنولوجيا في تدعيم عناويني بمعلومات صحفية.	5/13
					أفادتني التكنولوجيا في التعرف على مدى مناسبة المساحة لحجم العناوين.	6/13
					اختصرت التكنولوجيا الوقت في تحرير العناوين الصحفية.	7/13
					سهلت التكنولوجيا التفاهم مع المسؤولين عند تحرير العناوين.	8/13
					أثرت التكنولوجيا معرفياً في تحرير العناوين.	9/13
					ساعدت التكنولوجيا على التأكد من الأسماء والمصطلحات الواردة في العناوين.	10/13

ثالثاً: أهم القيم المهنية والصعوبات والمقترحات:

14. ما أهم القيم المهنية التي ينبغي أن يتحلّى بها الصحفيون عند تحرير العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية؟

** ملاحظة: يمكن اختيار أكثر من إجابة بوضع علامة (X) أمام الإجابة التي تجدها مناسبة

- | | | |
|-----|--|---------|
| () | الاعتماد على مبدأ المهنية في تحرير العناوين | (1/14) |
| () | عرض وجهات النظر بتوازن أثناء تحرير العناوين | (2/14) |
| () | الحرص على تحري صدق المعلومة قبل تحرير العناوين | (3/14) |
| () | أن يكون اقتباس العناوين من مصادر موثوقة | (4/14) |
| () | الالتزام بالأمانة في نقل المعلومة أثناء تحرير العناوين الصحفية | (5/14) |
| () | حماية مصادر المعلومات السرية | (6/14) |
| () | مراعاة عدم تناقض العناوين مع قانون المطبوعات والنشر الفلسطيني | (7/14) |
| () | التحلّي بالمسؤولية الاجتماعية أثناء تحرير العناوين الصحفية | (8/14) |
| () | مراعاة الدقة في تحرير العناوين. | (9/14) |
| () | أحرر العناوين الصحفية بتجرد تام دون إدخال المصالح الشخصية. | (10/14) |
| () | أخرى، أذكر | (11/14) |

15. ما أهم الصعوبات التي يواجهها الصحفيون عند تحرير العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية؟

** ملاحظة: يمكن اختيار أكثر من إجابة بوضع علامة (X) أمام الإجابة التي تجدها مناسبة

- | | | |
|-----|--|---------|
| () | قيود يفرضها قانون المطبوعات الفلسطيني على بعض العناوين | (1/15) |
| () | قيود يفرضها رؤساء التحرير على الصحفيين أثناء تحرير العناوين. | (2/15) |
| () | عدم تعاون المسؤولين ورؤساء التحرير مع الصحفيين أثناء تحرير العناوين. | (3/15) |
| () | نمط ملكية الصحيفة. | (4/15) |
| () | السياسة التحريرية للصحيفة. | (5/15) |
| () | القيود الاجتماعية (عادات وتقاليد) تكبل الصحفي. | (6/15) |
| () | افتقار الصحيفة لرجع الصدى لمعرفة ردود فعل جمهورها عن العناوين التي أحررها. | (7/15) |
| () | تغليب الصحيفة الجوانب الحزبية على الجوانب المهنية أثناء تحرير العناوين. | (8/15) |
| () | عدم معرفة المعايير المهنية الصحيحة لتحرير العناوين. | (9/15) |
| () | يمثل ضيق الوقت عقبة تحول دون الإبداع في تحرير العناوين | (10/15) |
| () | ميل الصحيفة إلى تحرير عناوين تقليدية. | (11/15) |
| () | ضعف الحوافز المقدمة للصحفيين الذين يحررون عناوين جيدة. | (12/15) |
| () | الافتقار لحصيلة لغوية تساعدني في تحرير عناوين مناسبة. | (13/15) |
| () | أخرى، أذكر | (14/15) |

16. ما أهم المقترحات التي يمكن أن تسهم في تحسين تحرير العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية؟

** ملاحظة: يمكن اختيار أكثر من إجابة بوضع علامة (X) أمام الإجابة التي تجدها مناسبة

- | | | |
|-----|--|--------|
| () | الالتزام بالدقة في تحرير العناوين. | (1/16) |
| () | مراعاة المهنية في تحرير العناوين | (2/16) |
| () | العمل في مؤسسة إعلامية تتناسب مع اتجاهاتي الفكرية. | (3/16) |
| () | الالتزام بأخلاقيات المهنة في تحرير العناوين. | (4/16) |
| () | إعداد برامج تدريبية لتطوير قدرات الصحفيين في تحرير العناوين. | (5/16) |

()	تخصيص محرر صحفي لتحرير العناوين.	(6/16)
()	توفير الوقت المناسب للمحرر حتى يحرر عناوين إبداعية.	(7/16)
()	الإعلان عن محددات واضحة للسياسة التحريرية تنظم عمل الصحيفة في تحرير العناوين.	(8/16)
()	تجديد الصحيفة لعناوينها في كل عدد وعدم الاعتماد على الروتين.	(9/16)
()	توفير بيئة آمنة تكفل الحماية للمحرر الصحفي حال مساءلته.	(10/16)
()	إعداد دراسات للتعرف على تفضيلات الجمهور للعناوين.	(11/16)
()	تدريب الصحفيين على التعامل مع الأدوات التكنولوجية الحديثة.	(12/16)
()	الاستفادة من تجارب صحف عريقة في تحرير العناوين.	(13/16)
()	زيادة الحصيلة اللغوية والثقافية للمحررين.	(14/16)
()	وضع نظام أفضل للحوافز والمكافآت لتحرير العناوين الإبداعية.	(15/16)
()	أخرى، أذكر.....	(16/16)

شُكراً لحُسن تعاونكم

ملحق رقم (4) صحيفة الاستقصاء "المخرجون"

The Islamic University–Gaza
Research and Postgraduate Affairs
Faculty of Arts and Human Sciences
Master Of Journalism



الجامعة الإسلامية – غزة
شئون البحث العلمي والدراسات العليا
كلية الآداب والعلوم الإنسانية
ماجستير الصحافة

صحيفة استقصاء

أخي الصحفي/ أختي الصحفية

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

نضع بين يديك صحيفة استقصاء حول العوامل المؤثرة في إخراج العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية: دراسة ميدانية، بهدف التعرف على العوامل الذاتية، والضغوط المهنية، وعوامل المجتمع وقيمه وتقاليده، وعوامل الجمهور والانتماءات وتكنولوجيا الاتصال والقيم المهنية على أداء إخراج العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية.

ومن أجل ذلك تم إعداد صحيفة الاستقصاء لخدمة ما تقدّم، لذا يرجى منكم التكرم بوضع إشارة (X) أمام الإجابة التي تتوافق مع وجهة نظركم، علماً أنّ النتائج المترتبة عليها لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

ولكم جزيل الشكر والاحترام على حسن تعاونكم

الباحث: محمد سعيد أبو زائدة

جوال: 0599909162

ايميل: M.Abuzayda@hotmail.com

إشراف: أ. د. جواد راغب الدلو

مارس/2017م – جمادي الأول/1438هـ

أولاً: السمات العامة:

(7) النوع:

() ذكر () أنثى

(8) العمر:

() من 20 سنة إلى أقل من 30 سنة () من 30 سنة إلى أقل من 40 سنة
() من 40 سنة إلى أقل من 50 سنة () من 50 سنة فأكثر

(9) المؤهل العلمي:

() دبلوم متوسط فأقل () بكالوريوس () دراسات عليا

(10) الصحيفة:

() القدس () الحياة الجديدة () الأيام () فلسطين

(11) الخبرة في العمل:

() أقل من 5 سنوات () من 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات
() من 10 سنوات إلى أقل من 15 سنة () 15 سنة فأكثر

(12) السكن:

() المحافظات الجنوبية "قطاع غزة" () المحافظات الشمالية "الضفة الغربية" () القدس

ثانياً: العوامل المؤثرة في إخراج العناوين الصحفية:

7.	ما مدى موافقتك على العبارات الآتية الخاصة بتأثير العوامل الذاتية في إخراج العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية؟	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
1/7	أعطتني دراستي الجامعية خبرة كافية في إخراج العناوين الصحفية بأشكالها.					
2/7	أسعى دومًا للتعرف على كل ما هو جديد في إخراج العناوين.					
3/7	جعلني التدريب مبدعًا في إخراج العناوين.					
4/7	توفر صحيفتي فرص تدريب متكافئة في إخراج العناوين.					
5/7	أستفيد كثيرًا من أساليب إخراج العناوين في الصحف الأخرى.					
6/7	يكسبني عملي في إخراج العناوين الاحترام والتقدير.					
7/7	أشعر أثناء إخراج العناوين أنني أقوم بعمل مهم ونافع لي وللمجتمع.					
8/7	تقف الظروف النفسية والاجتماعية عائقًا أمام إبداعي في إخراج العناوين.					
9/7	تسهل علاقتي مع زملائي في إخراج أفضل للعناوين.					
10/7	يساعدني سكرتير التحرير في إخراج مناسب للعناوين.					

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	ما مدى موافقتك على العبارات الآتية الخاصة بتأثير العوامل التي تتصل بطبيعة الرسالة في إخراج العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية؟	8.
					أحرص على سلامة المعنى في إخراج العناوين.	1/8
					أراعي الأهمية النسبية للمادة الصحفية عند إخراج العناوين.	2/8
					أسعى لإبراز عناوين مواد التحقيقات الصحفية أكثر من بقية الفنون الأخرى.	3/8
					أرى بأن أقوى العناوين الصحفية هي التي تمتاز بالبساطة في الإخراج.	4/8
					ينعكس تأثري بأهمية الحدث على إخراجي للعناوين الصحفية.	5/8
					يختلف إخراجي للعناوين الصحفية تبعاً لنوع الفن التحريري.	6/8
					يتأثر إخراجي للعناوين بالأراء الموجودة داخل الفنون الصحفية.	7/8
					أحرص في إخراج العناوين انسجامها مع مضمون الرسالة الإعلامية.	8/8
					أدرك أن إخراج العناوين يختلف باختلاف موضوعاتها.	9/8

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	ما مدى موافقتك على العبارات الآتية الخاصة بتأثير عوامل الجمهور في قرارات مخرجي العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية؟	9.
					أسعى للتعرف على خصائص جمهور الصحيفة لإخراج عناوين تناسبه.	1/9
					أستعين بدراسات دورية تتصل بقراء الصحيفة لإخراج عناوين تناسبهم.	2/9
					أخرج عناوين تؤثر في الجمهور وتقتعه بمضمون الرسالة الإعلامية.	3/9
					أسعى للتجديد باستخدام أنواع مختلفة من العناوين لجذب الجمهور للصحفية.	4/9
					أشعر أن الجمهور يتفاعل مع عناويني التي أخرجها بشكل إيجابي.	5/9
					أضع في عين الاعتبار الفروق الفردية لدى جمهور الصحيفة أثناء إخراج العناوين.	6/9
					أخرج عناوين الموضوعات وفقاً لدرجة ثقافة الجمهور.	7/9
					أراعي في إخراجي للعناوين تخصصات الجمهور المستهدف.	8/9
					أسعى لإخراج عناوين الموضوعات التي تخاطب عاطفة الجمهور.	9/9
					يتأثر إخراجي للعناوين بأمزجة الجمهور المستهدف.	10/9

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	ما مدى موافقتك على العبارات الآتية الخاصة بتأثير الانتماءات والجماعات المرجعية في إخراج العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية؟	10.
					أشعر بالانتماء للصحيفة أثناء إخراج عناوين موضوعاتها.	1/10
					يؤثر انتمائي السياسي في طريقة إخراجي للعناوين.	2/10
					تنعكس اهتماماتي التي أؤمن بها على أدائي في إخراج العناوين الصحفية.	3/10
					أجتهد لإخراج عناوين مثيرة لموضوعات الجماعة التي أنتمي لها.	4/10
					أخرج العناوين الصحفية بما يتناسب مع أهدافي.	5/10
					أهتم بإخراج عناوين المواد الصحفية التي تتناول الجماعة التي أنتمي إليها.	6/10
					أحرص على الحقيقية في إخراج العناوين ولو كان ذلك على حساب الجماعة التي أنتمي إليها.	7/10
					أفعل عقلياً وعاطفياً أثناء إخراج العناوين مع موضوعات الجماعة التي أنتمي لها.	8/10
					أسعى لإخراج عناوين تظهر تماسك الجماعة التي أنتمي إليها.	9/10
					أتلقي تعليمات من الجماعات التي أنتمي لها قبل إخراج العناوين.	10/10

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	ما مدى موافقتك على العبارات الآتية الخاصة بتأثير الضغوط المهنية وعلاقات العمل في إخراج العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية؟	11.
					يؤثر الطابع الأيديولوجي للصحيفة على إخراجي للعناوين.	1/11
					يفرض قانون المطبوعات الفلسطيني قيوداً على إخراج بعض العناوين.	2/11
					يؤثر المناخ السياسي السائد سلباً على إخراج العناوين الصحفية.	3/11
					أخرج عناوين تناسب رؤية رؤسائي في العمل بغض النظر عن قناعاتي.	4/11
					تفرض الصحيفة رقابة على جميع العناوين التي أخرجها.	5/11
					تلزمني السياسة التحريرية بإخراج عناوين ذات طابع معين.	6/11
					تفتقر السياسة التحريرية في الصحيفة للوضوح في إخراج العناوين.	7/11
					أتشاور مع زملائي عند إخراج بعض العناوين.	8/11
					أعيد إخراج بعض العناوين أكثر من مرة بسبب قرارات مفاجئة من إدارة الصحيفة.	9/11
					أستفيد من الصحف الأخرى في إخراج العناوين.	10/11

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	ما مدى موافقتك على العبارات الآتية الخاصة بتأثير قيم المجتمع وتقاليد في إخراج العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية؟	12.
					يؤثر النظام الاجتماعي الذي أنتمي له على إخراج عناوين الموضوعات.	1/12
					أهتم بإخراج عناوين الموضوعات التي تحافظ على القيم الثقافية والاجتماعية.	2/12
					أحرص على إخراج العناوين المحافظة على القيم السائدة في المجتمع.	3/12
					لا أبرز عناوين تنال من شخصيات ترمز إلى أسس وتقاليد المجتمع.	4/12
					أحاول الاستفادة من التراث الوطني في إخراج عناويني.	5/12
					أرفض إخراج عناوين تؤثر على الروابط الاجتماعية للشعب الفلسطيني.	6/12
					أحرص على إخراج عناوين الموضوعات التي تعمل على تقوية قيم المجتمع.	7/12
					أراعي عند إخراج العناوين توافيقها مع العادات والتقاليد.	8/12
					أحرص على إخراج عناوين الموضوعات التي تظهر السلوكيات التي لا تتنافى مع قيم المجتمع.	9/12
					تؤثر الظروف المجتمعية على إخراجي للعناوين.	10/12

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	ما مدى موافقتك على العبارات الآتية الخاصة بتأثير استخدام الصحفيين للتكنولوجيا في إخراج العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية؟	13.
					تقلل التكنولوجيا من الأخطاء في إخراج العناوين.	1/13
					تساعد التكنولوجيا بالتواصل مع سكرتير التحرير قبل اعتماد العناوين التي أخرجها.	2/13
					توفر لي التكنولوجيا فرصاً أفضل للاطلاع على إخراج عناوين الصحف الأخرى.	3/13
					عززت التكنولوجيا من مهاراتي في إخراج العناوين الصحفية.	4/13
					أفادتني التكنولوجيا في التعرف على مدى مناسبة المساحة لحجم العناوين.	5/13
					اختصرت التكنولوجيا الوقت في إخراج العناوين الصحفية.	6/13
					ساعدتني التكنولوجيا في إعداد تصاميم إبداعية للعناوين.	7/13
					تستطيع الصحف بفضل التكنولوجيا استخدام أشكال حروف متنوعة في إخراج العناوين بهدف إبرازها.	8/13
					تتيح التكنولوجيا استخدام الألوان بشكل دقيق أثناء إخراج العناوين الصحفية.	9/13
					سهلت التكنولوجيا عملية جمع العناوين بالأحجام المناسبة.	10/13

ثالثاً: أهم القيم المهنية والصعوبات والمقترحات:

17. ما أهم القيم المهنية التي ينبغي أن يتحلّى بها الصحفيون عند إخراج العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية؟

** ملاحظة: يمكن اختيار أكثر من إجابة بوضع علامة (X) أمام الإجابة التي تجدها مناسبة

- | | | |
|-----|--|--------|
| () | الاعتماد على مبدأ المهنية في إخراج العناوين | (1/14) |
| () | عرض وجهات النظر بتوازن أثناء إخراج العناوين الصحفية | (2/14) |
| () | الالتزام بالأمانة في نقل المعلومة أثناء إخراج العناوين الصحفية | (3/14) |
| () | مراعاة عدم تناقض العناوين مع قانون المطبوعات والنشر الفلسطيني | (4/14) |
| () | التحلّي بالمسؤولية الاجتماعية أثناء إخراج العناوين الصحفية | (5/14) |
| () | مراعاة الدقة في إخراج العناوين | (6/14) |
| () | التبعد عن الإثارة أثناء إخراج العناوين الصحفية | (7/14) |
| () | أخرى، أذكر | (8/14) |

18. ما أهم الصعوبات التي يواجهها الصحفيون عند إخراج العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية؟

** ملاحظة: يمكن اختيار أكثر من إجابة بوضع علامة (X) أمام الإجابة التي تجدها مناسبة

- | | | |
|-----|--|---------|
| () | قيود يفرضها قانون المطبوعات الفلسطيني على بعض العناوين | (1/15) |
| () | قيود يفرضها سكرتير التحرير على الصحفيين أثناء إخراج العناوين. | (2/15) |
| () | عدم تعاون المسؤولين وسكرتير التحرير مع الصحفيين أثناء إخراج العناوين. | (3/15) |
| () | نمط ملكية الصحيفة. | (4/15) |
| () | السياسة التحريرية للصحيفة. | (5/15) |
| () | القيود الاجتماعية (عادات وتقاليد) تكبل الصحفي. | (6/15) |
| () | افتقار الصحيفة لرجع الصدى لمعرفة ردود فعل جمهورها عن العناوين التي أخرجها. | (7/15) |
| () | تغليب الصحيفة الجوانب الحزبية على الجوانب المهنية أثناء إخراج العناوين. | (8/15) |
| () | عدم معرفة المعايير المهنية الصحيحة لإخراج العناوين. | (9/15) |
| () | يمثل ضيق الوقت عقبة تحول دون الإبداع في إخراج العناوين | (10/15) |
| () | ميل الصحيفة إلى إخراج عناوين تقليدية. | (11/15) |
| () | ضعف الحوافز المقدمة للصحفيين الذين يخرجون عناوين جيدة. | (12/15) |
| () | تدفعني المصلحة الشخصية أحياناً لعدم الإجابة في إخراج العناوين. | (13/15) |
| () | أعاني من عدم توافر تقنيات حديثة تساعدني على الإبداع في إخراج العناوين. | (14/15) |
| () | أعاني من ضعف ثقة الجمهور بالعناوين التي أخرجها. | (15/15) |
| () | أخرى، أذكر | (16/15) |

19. ما أهم المقترحات التي يمكن أن تسهم في تحسين إخراج العناوين في الصحف الفلسطينية اليومية؟

** ملاحظة: يمكن اختيار أكثر من إجابة بوضع علامة (X) أمام الإجابة التي تجدها مناسبة

- | | | |
|-----|--|--------|
| () | الالتزام بالدقة في إخراج العناوين. | (1/16) |
| () | مراعاة المهنية في إخراج العناوين | (2/16) |
| () | العمل في مؤسسة إعلامية تتناسب مع اتجاهاتي الفكرية. | (3/16) |
| () | الالتزام بأخلاقيات المهنة في إخراج العناوين. | (4/16) |
| () | إعداد برامج تدريبية لتطوير قدرات الصحفيين في إخراج العناوين. | (5/16) |

- () تخصيص مخرج صحفي لإخراج العناوين. (6/16)
- () توفير الوقت المناسب للمخرج حتى يخرج عناوين إبداعية. (7/16)
- () الإعلان عن محددات واضحة للسياسة التحريرية تنظم عمل الصحيفة في إخراج العناوين. (8/16)
- () تجديد الصحيفة لعناوينها في كل عدد وعدم الاعتماد على الروتين. (9/16)
- () توفير بيئة آمنة تكفل الحماية للمخرج الصحفي حال مساءلته. (10/16)
- () إعداد دراسات للتعرف على تفضيلات الجمهور للعناوين. (11/16)
- () تدريب الصحفيين على التعامل مع الأدوات التكنولوجية الحديثة. (12/16)
- () الاستفادة من تجارب صحف عريقة في إخراج العناوين. (13/16)
- () وضع نظام أفضل للحوافز والمكافآت لإخراج العناوين الإبداعية. (14/16)
- () أخرى، أذكر..... (15/16)

شُكراً لحُسن تعاونكم